

בשדה מחקר התקשורת: דוחות מחקר

הצורך בחוויה של הכלה פסיכולוגית כמניע לשימוש בפייסבוק

ליאת פלדמן*

הקדמה

את עבודת הדוקטור שלי הקדשתי לבירור מחקרי של מניעים פסיכולוגיים לשימוש ברשת החברתית פייסבוק. ההתפשטות הנרחבת והעמוקה של השימוש ברשת החברתית הצריך בעיני הסבר הקשור בצרכים אנושיים רגשיים עמוקים, אשר באים לידי ביטוי עם השימוש בפייסבוק ואינם נידונים בשדה המחקר. שאפתי לרתום את החשיבה הפסיכואנליטית, ובעיקר את מושג הכלה הפסיכולוגית, כמצע הסברי פרשני לשימושים שונים בפייסבוק. סברתי, כי במסגרת זו ניתן לשפוך אור על צרכים עמוקים, שאינם בהכרח ניתנים לדיווח או לביטוי מילולי, ולנסח מצע רעיוני מאגד לרשימות שונות של שימושים וצרכים, אשר רווחו בשדה המחקר בשנים האחרונות. עוד שאפתי לעגן את הבירור הזה במסגרת מחקרית כמותנית, בנוסף לחקירה תיאורטית פרשנית. מטרות אלו הציבו אתגרים משמעותיים בעריכת המחקר. במישור האופרציונלי נדרשה עבודת העברה של מושגים תיאורטיים מן האזורים הלא מילוליים של הנפש למרחב מחקר הניתן להגדרה, כימות ומדידה. בנוסף, נדרש חיבור מושגי, שיהווה גשר בין סנוניות מחקר פסיכולוגי ביחס לשימושים בפייסבוק, לבין הבדיקה שהצעתי של הכלה כמצע רגשי לשימוש בפייסבוק. בעמודים הבאים מובא תקציר של המהלך המחקרי שביצעתי, וכיווני מחקר נוספים שעלו בעקבות תוצאותיו.

תקציר מורחב

הרשת החברתית הממוחשבת פייסבוק היא אחת מתופעות התקשורת הבולטות של העשור האחרון. נכון לראשית השנה, החברים בה מונים כמעט שני מיליארד איש, בכל הגילאים, ועל פני יבשות שונות (Smith, 2017). פייסבוק נגישה בשפת המקום, וזמינה במחשבים שולחניים, טאבלטים וניידים "חכמים". אלו, לצד יכולות העברת מסרים ותקשורת מיידית, הופכות את השימוש בפייסבוק ליומיומי וזמין באופן כמעט רציף עבור בעלי חשבון פייסבוק.

עוד מימיה הראשונים של פייסבוק בשנת 2006, היא עמדה במוקד מחקרים בתחומי מדעי החברה, בניסיון להבין מהם המניעים לשימוש בה, מהם הסיפוקים הנלווים לשימוש זה, ומהו הקשר בין שימוש בפייסבוק לבין השפעות פסיכולוגיות אפשריות על משתמשים.

*ד"ר ליאת פלדמן (liat@liatfeldman.com) כתבה את עבודת הדוקטור בחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה בהנחייתם של פרופ' גוסטבו מש ופרופ' גבי וימן. העבודה אושרה בפברואר 2016.

לאורך השנים, זהו סיפוקים חברתיים, כגון יצירת קשר עם חברי עבר (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007), סיפוקים מתחום צריכת המדיה כגון צורך בהתעדכנות ובידור (Racke & Racke-Bonds, 2008) וסיפוקים פסיכולוגיים. הסיפוקים הפסיכולוגיים שנחשפו במחקרים שונים כוללים, בין השאר, צורך בתרגול זהות וביטוי עצמי (Boyd, 2007a, 2007b; Joinson, 2008; Papacharissi & Mendelson, 2011), חוויה של שייכות והצגה עצמית (Nadkarni & Hofmann, 2012) וצרכים של קירבה (Pai & Arnott, 2013).

המחקר הנוכחי נועד לבחון אפשרות לקיומו של מניע רגשי עמוק לשימוש בפייסבוק, אשר ייתכן ושוכן בבסיס חלק מהמניעים שנמנו במחקרים השונים, ואשר עשוי לסייע בהבחנה בין משתמשים ושימושים שונים בפייסבוק - הצורך בהכלה פסיכולוגית והאפשרות לממשו בפייסבוק. המונח **הכלה** מתייחס לתהליך תקשורתי, גם אם לא מודע, המתקיים בין התינוק לאימו, ואשר הינו מרכזי בהתפתחות יכולת ההפנמה של התינוק והתגבשות ה"עצמי" (Bion, 1984). בתקופת החיים הראשונה של התינוק, כאשר עדיין לא התבססה הבחנה ברור בין פנים לחוץ, תחושות לא נעימות ובלתי נסבלות אשר מתעוררות בו נחוות כאיום. אחד מאופני ההתמודדות עם חוויות אלו הוא השלכתן על דמות האם, וכך הן משויכות למקור חיצוני ולא לאיום הנובע מבפנים. יכולת העיבוד והתגובה של האם - היא התהליך בו היא מבצעת **הכלה** של התינוק - מאפשרת לתינוק להפנים מחדש חוויות אלה ולזהותן כשייכות לו. כך, מתוך תהליך תקשורתי של הכלה, הולכת ומתפתחת יכולת ההפנמה של התינוק, ועמה יכולת בניית העצמי. המחקר הנוכחי עוסק בביטוי של צרכי הכלה בחיים הבוגרים ובכך מתייחס לצרכי הכלה כצורך של אדם לעבד את חוויותיו הרגשיות והקונקרטיות באמצעות שיתוף עם האחר ולאשרר חלקים בעצמו באמצעות האופן בו הזולת מגיב להם. הכלה פסיכולוגית כמושג תיאורטי, נמצאת בבסיס רבים מהמושגים שנמנו במחקרים קודמים (Nadkarni & Hofmann, 2012; Pai & Arnott, 2013) & כמניעים לשימוש בפייסבוק, כמו: ביטוי זהות, ביטוי עצמי, תחושת שייכות, וחוויה של תמיכה וקהילתיות.

הטענה המרכזית המובאת בעבודת דוקטורט זו היא כי פייסבוק, בהיותה רשת תקשורת זמינה באופן רציף, הינה בעלת פוטנציאל לשמש זירה לביטוי צרכי הכלה ומילואם. היכולת לביטוי אישי מסמלת פוטנציאל הפקדה של חלקי ה"עצמי" אצל ה"אחר", ותגובות אחרים לפרסומים אישיים עשויות להוות שיקוף והדהוד של חלקי העצמי הללו. מתוך תפיסה פרשנית זו נגזרו ההשערות המרכזיות של מחקר הדוקטורט, לפיהן יימצא קשר בין צורך גבוה בהכלה לבין שימוש בפייסבוק במובן של פרסומים אישיים, תדירות הכניסה לפייסבוק ומהירות הפרסום בפייסבוק לאחר התרחשותו של ארוע משמעותי בחיים. עוד שוער, כי מימוש צרכים אלו של הכלה, כלומר - חוויה של הכלה, יהיה קשור עם שינוי לטובה בהרגשה האישית הנתפסת של משתמשים ועם תחושה כי ה"עצמי" נראה ומאושר על ידי אחרים.

בחינת השערות המחקר הציבה אתגר מרכזי הקשור במקור הפסיכואנליטי של מושג הכלה, שאינו כולל הגדרה אופרציונלית או כלי מדידה לבדיקת צרכי הכלה ומילואם. לשם כך, ננקטו מספר צעדים בשלבים שונים. ראשית, בוצע חיבור תיאורטי בין המושג הכלה ותיאוריית ההתקשרות של בוגרים, אשר עוסקת

במודל עבודה רגשי וקוגניטיבי של ה"עצמי" הבוגר ביחס לזולת משמעותי, והינו **סגנון התקשרות**. מודל העבודה הזה נובע מבסיס התקשרות לזולת משמעותי בשנות החיים הראשונות (Bowlby, 1969; Mikulincer & Shaver, 2007). חוויה מתמשכת של מימוש צורכי הכלה הינה תנאי הכרחי להיווצרות בסיס התקשרות בטוח, בו העצמי חווה עצמו כבעל ערך וראוי לאהבה באופן עקבי יחסית. חוויה חלקית של מימוש צרכי הכלה קשורה להיווצרות בסיס התקשרות חרד – בו אדם חווה את תחושת העצמי שלו כתלויה מאוד ביחס הזולת אליו, חושש מנטישה ועוסק בהתנהגויות האומדות את המרחק הרגשי של הזולת המשמעותי ממנו. הזנחה מתמשכת של צורכי הכלה עלולה להוביל להיווצרות בסיס התקשרות נמנע, בו אדם נסוג מהתקווה לתקשורת אינטימית וחוויה של קירבה רגשית ל"אחר" ומנסה למלא את צורכיו הרגשיים בעצמו ללא תלות בזולת משמעותי. לשם יצירת החיבור בין דינמיקה של הכלה לתהליך היווצרות בסיס התקשרות, נעזרתי במושג אשר מופיע בתיאוריית ההתקשרות בשם "אינטראקציית מעטפת", המתאר דינמיקה של הכלה בין האם לתינוק (Sandler, 1988).

תיאוריית ההתקשרות של בוגרים נבחנה מחקרית לאורך השנים ופותחו מספר כלי מדידה על מנת להעריך סגנון התקשרות בטוח, חרד או נמנע (Brennan, Clark & Shaver, 1998). בשנים האחרונות נערכו מספר מחקרים חלוציים (Hart, Nailling, Bizer & Collins, 2015; Oldmeadow, Quinn & Kowert, 2013), אשר בחנו את הקשר בין סגנון התקשרות לבין שימוש בפייסבוק. במחקרים אלו נמצא, כי משתמשים בעלי סגנון התקשרות חרד נוטים להשתמש בפייסבוק יותר מבחינת תדירות השימוש, כתיבה ועיסוק דאגני בתגובות של אחרים.

הוספת הבחינה של סגנון התקשרות ושימוש בפייסבוק חייבה תיקוף של סגנון התקשרות כמבחין בין שימושים שונים בפייסבוק בקרב אוכלוסיית בוגרים ישראלית - אוכלוסית המחקר הנדון. לשם כך, בוצע מחקר מקדים אשר בדק האם סגנון התקשרות מנבא שימושים בפייסבוק מול קריטריון חיצוני – התנהגות בפייסבוק לאחר פרידה רומנטית. במובן התיאורטי יש לצפות להבדלים בתגובה לפרידה ובניסיון לשמור על קשר עם בן הזוג לשעבר בין בעלי סגנונות התקשרות שונים. במחקר המקדים נבחן האם וכיצד סגנון התקשרות מנבא התנהגויות שונות שנועדו למעקב אחר בן הזוג לשעבר בפייסבוק. הבחינה נערכה באמצעות סקר אינטרנטי בקרב 305 בוגרים ישראלים, אשר חוו פרידה רומנטית זה לא מכבר. כפי ששוער, נמצא כי סגנון התקשרות מנבא התנהגויות מעקב אחר בן הזוג בפייסבוק לאחר פרידה רומנטית.

צירוף מדידה של סגנון התקשרות לצד מדדים של צורכי הכלה ביחס לשימוש בפייסבוק במחקר הנוכחי, נועד לסייע בתיקוף כלי המדידה של הכלה, אשר פותח באופן ייחודי עבור מחקר זה. בנוסף, בסדרת ניתוחי רגרסיה בצעדים ניתן היה להבחין בין חלקם של צורכי הכלה לבין חלקו של סגנון התקשרות ביחס לשימושים שונים בפייסבוק.

כך, לאחר תיקוף כלי המדידה של סגנון התקשרות ביחס לשימושים בפייסבוק באוכלוסייה ישראלית, נערכו שני מחקרי חלוץ על מנת לבחון את כלי המדידה, לצורכי הכלה ומילואם, אשר נבנה במסגרת המחקר

הנוכחי. המחקר הראשון נערך כסקר בקרב 42 סטודנטים וממצאיו העלו תמונה לא מוגדרת של שישה גורמים שונים אשר מרכיבים את מושג ההכלה. לפיכך, נערך מחקר חלוץ נוסף, בקרב 60 סטודנטים. לפני עריכת מחקר החלוץ השני, מופו מדדים שונים של צורך בהכלה, כגון: הצורך לשתף אחרים בחוויות משמעותיות, חוויה של תעוקה בהיעדר היכולת לשתף אחרים והמהירות בה מתעורר הצורך לשתף אחרים לאחר התרחשות ארוע משמעותי. עוד מופו מדדים של מימוש חוויה של הכלה, כגון: חוויה של הקלה בעקבות שיתוף, חוויה כי ישנו מי אשר רואה את הסוביקט ושינוי בתפיסה של החוויה אשר שותפה עם הזולת. ניתוח גורמים של השאלון העלה הפעם שלושה גורמים, אשר התמזגו לשניים במחקר המרכזי, ואשר היו קשורים לעולמות תוכן של הצורך לשתף (צורך בהכלה) וההשפעה של השיתוף על המשתף (מימוש חוויה של הכלה).

בשלב השלישי, ולאחר שני מחקרי החלוץ, נערך המחקר המרכזי בקרב 275 סטודנטים ישראלים, שכלל סקר שהכיל 85 פריטים שונים. הפריטים כללו את שאלון ההכלה שגובש במסגרת מחקרי החלוץ ושאלון לבדיקת סגנון התקשרות ה- (ECR) Experience in Close Relations (Brennan et. al., 1998). מלבד זאת, כללו הפריטים סקירה של התנהגויות ושימושים בפייסבוק, אשר מוכרת בספרות המחקרית (Ellison et al., 2007; Papacharissi & Mendelson, 2011; Park, Kee & Valenzuela, 2009; Zhang, Tang & Leung, 2011), כגון: תדירות הכניסה ומשך השהייה בפייסבוק, שימוש אקטיבי של כתיבת סטטוס, שימוש פאסיבי של קריאת סטטוסים של אחרים, ועיסוק בפרסום, תיוג והתבוננות בתמונות. עוד נכללו בסקר פריטים אשר נבדקו ספציפית במחקר זה, כגון מהירות הכניסה לפייסבוק ומהירות השיתוף בפייסבוק לאחר התרחשות אירוע חיים שלילי, השינוי הנתפס בהרגשת המשתמש עם השימוש בפייסבוק, ספירה של תגובות של אחרים לסטטוסים עצמיים, ותחושה של המשתמש כי ישנו מי ש"רואה" אותו עם הפרסום בפייסבוק. הפריטים הללו איפשרו תמונה עשירה של הרגלי השימוש וחילוף השימושים המרכזיים שעושים ישראלים בפייסבוק.

סדרת ניתוחי רגרסיה איששה את הטענות המרכזיות של המחקר הנוכחי. ראשית, נמצא קשר חיובי בין גורמי ההכלה וסגנון התקשרות. כמו כן, נמצא קשר חיובי בין צורך בהכלה לבין שימוש בפייסבוק לשם כתיבת סטטוסים אישיים, קריאה של סטטוסים של אחרים, עיסוק בתמונות אישיות, מהירות כניסה ושיתוף לאחר התרחשות ארוע חיים שלילי ועיסוק במניית תגובות ו"לייקים". עוד נמצאה הבחנה מובהקת בין הצורך בהכלה, אשר נמצא מנבא כתיבה בפייסבוק, לבין חוויה של הכלה, אשר נמצאה מנבאת שינוי לטובה בתחושה הנתפסת של המשתמשים וחוויה כי יש מי שרואה אותם. בנוגע לכתיבה ופרסום בפייסבוק ובאשר למיידיות החיבור לרשת לאחר התרחשותו של אירוע שלילי או חוויה של רגש שלילי, נמצא כי מובהקותם של מרכיבי סגנון ההתקשרות ביחס לשימושים בפייסבוק נעלמה עם הכנסת גורמי ההכלה לניתוח הרגרסיה. המובהקות הבלעדית של הצורך בהכלה מספקת ראיה ראשונה לתפקידה הייחודי של הכלה בכתיבה ושיתוף ביחס לארועים וחוויות שליליות בפייסבוק.

מחקר זה מחדש בכמה היבטים, אשר נובעים מעצם הכוונה שעמדה בבסיסו להתייחס למושג ההכלה כמניע משמעותי לשימוש ברשת החברתית פייסבוק. הממצאים שעלו בו ומגוון ההצעות למחקרי המשך שמחקר זה מניב הינן ביטוי מסוים לחדשנות שלו.

ראשית במובן התיאורטי, מחקר זה מהווה ניסיון מקורי, עד כמה שידוע לי, לחבר בין גישות פסיכואנליטיות ותיקות יחסית לבין דינמיקה של שימושים במדיה חדשים, כמו פייסבוק. בהתייחסות לצורכי הכלה כמניע לשימוש בפייסבוק, מתגלם הרעיון כי מאחורי צורות התקשורת העדכניות ביותר, עומדים צרכים פסיכולוגיים בסיסיים. מילואם של צרכים אלה מהווה חלק מהצלחתן של צורות תקשורת אלו והכרחי לשגשוגן. ממצאי המחקר הנוכחי, אשר העלו קשר מובהק בין צרכי הכלה ומילואם לבין שימושים בפייסבוק, מעשירים את התמונה באשר לצרכים עמוקים אשר מתמלאים בפייסבוק. כמו כן, הממצאים מאפשרים להתבונן בהבדלים בין משתמשים בעלי רמות שונות של צרכי הכלה באשר לשימושים השונים שלהם ברשת. הם מאפשרים רזולוציה גבוהה יותר של הבנת מקורות האטרקטיביות של הרשת החברתית עבור משתמשיה, ומוסיפים את הצורך בהכלה כאחד המניעים העמוקים והבסיסיים לשימוש בפייסבוק. בהצגה של מושג, אשר שוכן בבסיס מושגים קיימים ומוכרים בספרות המחקרית, מציע המחקר הנוכחי גשר לחיבור בין תוצאות מחקרים הקשורים למוטיבציות והשפעות אפשריות של שימוש בפייסבוק. במובן אחר מציע המחקר הנוכחי העמקה של תיאוריית השימושים והסיפוקים, אשר לעתים נצמדת לסיפוקים מדווחים, אשר מוגבלים ברמה מסוימת של עומק רגשי. המחקר הנוכחי מציע התקדמות, הן בהרחבה של תפיסת המניעים לשימוש ברשת החברתית פייסבוק, והן בניסוח מניע בסיסי אשר עומד בבסיס מניעים המוכרים בספרות המחקרית כיום. המחקר הנוכחי פוסע צעד נוסף בחיבור תיאורטי ומעשי של הקשר בין מושג הכלה לבין סגנון ההתקשורת מצד אחד, לבין התנהגויות שונות בפייסבוק, מן הצד האחר. לאור השערות המחקר, ניתן לראות מתי הכלה וסגנון התקשורת, בעיקר מימד החרדה, עובדים יחד, ומתי לצורך בהכלה והחתימה למימוש יש השפעה ייחודית.

חידוש נוסף קשור למהלך האופרציונלי של בדיקת מושג הכלה. כדי לבחון מושג זה באופן מחקרי, פותח ונוסח שאלון הבודק צרכי הכלה וחוויה של הכלה. שאלון זה מצריך כמובן בדיקות נוספות. חידוד המובהקות, התוקף והמהימנות של השאלון, שפותח עבור מחקר זה, עשוי להעשיר את עולם המבחנים הפסיכולוגיים ואת עולם הכלים המחקריים בכלי משמעותי נוסף לבדיקת צרכים רגשיים בזירות שונות, לא בזירה החברתית הממוחשבת בלבד.

בנוסף, מחקר זה הציע חידוש בהבנת הביקורת ביחס לפייסבוק בעת האחרונה ודיווחים על נטישת משתמשים לטובת רשתות חברתיות אחרות. לפי ההסבר הנובע מהמחקר הנוכחי, המרחב הווירטואלי המוצע למשתמשים בפייסבוק נגרע ביכולות הכלה שלו בתקופה האחרונה. מאפיין זה נובע הן משינויים שביצעה הפייסבוק באלגוריתם המציג מסרים בזרם העדכונים החי, והן מגודלה והיותה "ותיקה" (במונחי העת הנוכחית) בזירת הרשתות החברתיות הממוחשבות. התפיסה לפיה פגיעה בפוטנציאל הכלה של הרשת נושאת עימה חוויה של אכזבה ובעקבות כך נטישה אפשרית של משתמשים, מציעה כיווני מחשבה לשינוי מגמה זו, לצד מספר כלים ישומיים.

רשימת המקורות

- Bion, W. R. (1984). *Second thoughts: Selected papers on psycho-analysis*. London: Karnac.
- Brennan, K. A., Clark, C. L., & Shaver, P. R. (1998). Self-report measurement of adult attachment: An integrative overview. In J. A. Simpson & W. S. Rholes (Eds.), *Attachment theory and close relationships* (pp. 46–76). NY: The Guildford Press.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and loss 1: attachment*. London: Hogarth Press.
- Boyd, D. (2007a). Social network sites: Public, private, or what. *Knowledge Tree, 13*(1), Retrieved from <http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf>
- Boyd, D. (2007b). Why youth love social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed), *Youth, identity, and digital media*. (pp. 119-42). Cambridge, MA: MIT Press.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “friends:” social capital and college students’ use of online social network sites [Electronic version]. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1143-1168. Retrieved From [http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1083-6101](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1083-6101).
- Hart, J., Nailling, E., Bizer, G. Y., & Collins, C. K. (2015). Attachment theory as a framework for explaining engagement with Facebook. *Personality and Individual Differences, 77*, 33-40.
- Joinson, A. N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of facebook. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1027-1036). New York: ACM.
- Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2007) *Attachment in adulthood: structure, dynamics, and change*. New York: Guilford Press.
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? [Electronic version]. *Personality and individual differences, 52*(3), 243-249. Retrieved from <http://www.journals.elsevier.com/personality-and-individual-differences>.
- Oldmeadow, J. A., Quinn, S., & Kowert, R. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior, 29*(3), 1142-1149.
- Pai, P., & Arnott, D. C. (2013). User adoption of social networking sites: Eliciting uses and gratifications through a means-end approach [Electronic version]. *Computers in Human Behavior, 29*(3), 1039-1053. Retrieved from <http://www.journals.elsevier.com/computers-in-human-behavior/>
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. (2011). 12 toward a new (er) sociability: Uses, gratifications and social capital on facebook. In S. Papathanassopoulos (Ed), *Media Perspectives for the 21st Century* (pp. 212 – 230). New York: Routledge.

- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes [Electronic version]. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 729-733. Retrieved from <http://online.liebertpub.com/toc/cpb/11/1>
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites [Electronic version]. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 169-174. Retrieved from <http://online.liebertpub.com/toc/cpb/11/1>.
- Sandler, J. (Ed.)(1988). *Projection, identification, projective identification*. London: Karnac Books.
- Smith, C. (2017, February 4). *By the numbers: 200+ amazing Facebook users statistics*. Retrieved February 14 from: <http://expandedramblings.com/index.php/resource-how-many-people-use-the-top-social-media/>
- Zhang, Y., Tang, L. S. T., & Leung, L. (2011). Gratifications, collective self-esteem, online emotional openness, and traitlike communication apprehension as predictors of Facebook uses [Electronic version]. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 733-739. Retrieved from <http://www.liebertpub.com/overview/cyberpsychology-behavior-brand-social-networking/10/>