

עיבוד מחדש של מאמר שפורסם בעבר בשפה האנגלית

# אותנטיות שמרנות כוח: קריאות של נערות ישראליות בדמויותיהן של וונדר וומן והשחקנית גל גדות<sup>1</sup>

עינת לחובר, שוש דוידסון ואורנית רמתי דביר\*

## תקציר

נערות בחברות מערביות חשופות יותר ויותר לרעיונות פמיניסטיים, שאותם לעיתים קרובות מקדמות ידועניות. מחקר זה בודק כיצד נערות ישראליות נושאות ונותנות על רעיונות פמיניסטיים כגון "כוח נשי" (girl power) ו"הצלחה נשית", באמצעות בחינת תגובותיהן לסרט **וונדר וומן** – המשתייך לאותו הלך רוח פמיניסטי – ולשחקנית הישראלית המככבת בו, גל גדות. המאמר מנתח את קולותיהן של נערות בנות 13 עד 15 מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית, שתועדו בעשר קבוצות מיקוד, ומראה כי הנערות מתגאות בקיומה של דמות נשית חזקה ובנציגה הישראלית בהוליווד. הנערות מתמקמות סביב מודל הצלחה המיוצג באמצעות דימויים נשיים חזקים – עולמיים ומקומיים. המרכיבים העולמיים משקפים שיח פוסט-פמיניסטי ניאורליברלי, הרואה באותנטיות אידיאל של מימוש עצמי, ואילו המרכיבים המקומיים משקפים רגשות של שייכות ונאמנות למדינה ולמשפחה. אנחנו טוענות שמיתוס האותנטיות ממלא תפקיד מרכזי בחיזוק הסדר המגדרי הקיים וההגדרה השמרנית של אזרחות טובה באמצעות הדימוי של אישה מצליחה. מסקנתנו היא כי המאפיינים התרבותיים המקומיים וההשתייכות הלאומית הם קטגוריות חשובות במחקר על המפגש של נערות עם ידוענים וידועניות.

\* פרופ' עינת לחובר, המכללה האקדמית ספיר, [einatl@mail.sapir.ac.il](mailto:einatl@mail.sapir.ac.il)

ד"ר שוש דוידסון, האקדמית גורדון, [shoshhd@gordon.ac.il](mailto:shoshhd@gordon.ac.il)

ד"ר אורנית רמתי דביר, עוסקת במחקר יישומי ובאקטיביזם בתחומי טכנולוגיה, מגדר וחברה, [ramati.ornit@gmail.com](mailto:ramati.ornit@gmail.com)

## מבוא

בשנים האחרונות גברה מאוד הנראות של רעיונות פמיניסטיים בתרבות הפופולרית האנגלואמריקאית (Banet-Weiser, 2018; Keller & Ryan, 2018). את האקלים הפמיניסטי מובילות במידה רבה ידועניות (Hamad & Taylor, 2015) (celebrities), ובהן ביונסה, טיילור סוויפט, איימי שומר ואחרות. "הפמיניזם הידועני" העכשווי מכון בכירור לנערות ולעיתים קרובות אפילו מתמקד בהן (Keller & Ringrose, 2015). עקב כך, הנערות נחשפות כיום יותר מאי פעם בעבר לרעיונות פמיניסטיים דרך התרבות הפופולרית והשיח הציבורי (Keller, 2016).

נוכח הלך הרוח הפמיניסטי הזה ותפקידן של ידועניות כסוכנות חברות (Marshall, 2010), מתקיים דיון ציבורי ותאורטי ער בשאלת ה"טוב" וה"רע" בפמיניזם הידועני (Renninger, 2018), אשר במסגרתו זה נבחנות הרלוונטיות של מושגי מפתח פמיניסטיים, כמו "כוח נשי" ופוסט־פמיניזם, והזיקה ביניהם (למשל: Banet-Weiser, 2018; Gill & Orgad, 2015; Keller & Ryan, 2018). המחקר הנוכחי בוחן את המפגש של נערות עם תפיסות וקולות פמיניסטיים של ידועניות דרך נקודת מבטן של הנערות – נקודת מבט שעד כה זכתה לתשומת לב מועטה בלבד. אנחנו מצטרפות לחוקרות פמיניסטיות המטילות ספק בפוטנציאל לשינוי (transformative) של תרבות הכוח הנשי בתקשורת בכלל, ושל הפמיניזם הידועני בפרט (Keller, 2016; Keller & Ringrose, 2015; Taylor, 2015; Zaslow, 2009).

מחקרים המתמקדים בנערות משתמשים בדרך כלל במונח האחד "תרבות בנות" (Rentschler & Mitchell, 2016, p. 1), ללא התייחסות מפורשת להקשר גאוגרפי ותרבותי מסוים. אנו מבקשות לתרום לגוף הידע העולמי המתפתח של לימודי נערות בעידן הפמיניזם הידועני באמצעות התייחסות ממוקמת (situated) לקטגוריה "נערה", ובמיוחד באמצעות הפניית הזרקור אל נערות ישראליות. אנו בודקות כיצד נערות מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית מבינות רעיונות פמיניסטיים, משקפות אותם ומתדיינות עליהם בתקופה זו, של הלך רוח פמיניסטי, באמצעות ניתוח תגובותיהן לסרט **וונדר ומן** ולשחקנית הישראלית גל גדות. באמצעות בחינת תובנותיהן ביחס לגדות, הדמות והאישה (Dyer, 1991), אנו דנות באופנים שבהם הנערות תופסות ומבינות את האותנטיות של הכוכבת העולמית והמקומית בתפקידה החברתי.

בהקשר של רעיונות פמיניסטיים, המקרה הישראלי מעניין במיוחד, משום שהחברה הישראלית משקפת שתי מגמות סותרות: מצד אחד, היא מדורגת גבוה במדד ההתפתחות ומתאפיינת בעלייה באינדיווידואליזציה, אך מצד שני היא שמרנית,

משפחתית ומיליטריסטית (Fogiel-Bijaoui, 2016). בחינת האופן שבו רעיונות פמיניסטיים עכשוויים בתרבות הפופולרית העולמית מופצים ומוֹבְּנִים בהקשר מקומי יכולה לספק תובנות לא רק לגבי האופן שבו קבוצת נערות מסוימת מפרשת רעיונות אלה, אלא גם לגבי תפקידן הפדגוגי של ידועניות בתהליך זה.

אפשר לראות ב**וונדר וומן** (2017), סרט אמריקני בבימויה של פטי ג'נקינס, חלק מהמגמה הבולטת של העלאת הפמיניזם על נס בתרבות הפופולרית, ודוגמה אחת מני רבות לשלל הסרטים והספרים העכשוויים הקשורים לסוכנות (agency) של נערות (Driscoll & Heatwole, 2018). אין פלא שביקורות רבות על הסרט התייחסו לפוליטיקה המגדרית שלו, ורובן תיארו אותו בתור צעד חשוב לקראת הצגת דמויות של נשים עצמאיות וחזקות על המסך הגדול (Jones, 2018). הסרט זכה להצלחה רבה, הגיע למקום העשירי בדירוג ההכנסות של 2017 (Box Office Mojo, 2018) והקנה לגדות תהילה עולמית. בשנת 2018 היא אף נכללה ברשימת 100 האנשים המשפיעים בעולם של מגזין *(Time)* (Carter, 2018).

השיח הציבורי סביב הסרט טשטש פעמים רבות את הגבול בין דמותה של דיאנה, גיבורת **וונדר וומן**, לבין השחקנית גדות (למשל: Carter, 2018). מסע יחסי הציבור של הסרט הבלית את גדות ואת זהותה הישראלית. כך למשל, גדות השתמשה לעיתים במילים עבריות בראיונות (למשל: Saturday Night Live, 2017) והרבתה להזכיר סמלים שנחשבים ישראליים (כגון יום השואה וחומס). טקטיקה זו מפתיעה לנוכח תדמיתה השנויה במחלוקת של ישראל בזירה הבינלאומית (Globe Scan, 2017), ובפרט נוכח הביקורת הפוליטית והתרבותית על הזהות הלאומית של גדות (AI-Mahadin, 2018). נראה שזהותה של גדות כחיילת לשעבר והזיקה שלה לאזור סכסוך ולחוויות של אובדן אישי וקולקטיבי שירתו את הנרטיב של הסרט (Virginás, 2018).

נוכח הפופולריות של הסרט ומעמדה של גדות ככוכבת בין־לאומית, לצד העובדה שהיא הישראלית הפופולרית ביותר בתעשיית הבידור העולמית (Spiro, 2017), מחקר זה בוחן את השיח של נערות ישראליות סביב המושגים "כוח נשי" ו"הצלחה נשית" בהקשר של **וונדר וומן** ומעמדה הידועני של גדות. הגדרתנו למושג "שיח" היא: אוסף ספציפי של משמעויות, שבמסגרתו דרכי חשיבה מסוימות הן אפשריות ואחרות בלתי אפשריות (פוקו, 1996/1976). שיחים שונים מתחרים ביניהם, חלקם דומיננטיים יותר מאחרים במציאות חברתית מסוימת ומכוננים אותה, בעוד אחרים נותרים בשוליים. המאמר נשען על מחקרי קהל ומחקרי התקבלות המדגימים כיצד אנשים מבנים משמעויות מטקסטים תרבותיים בהקשר של חיי היום־יום שלהם (Ang, 1996; Hall, 1984; Radway, 1984). בדומה לכך, אנו רואות בנערות מתבגרות סובייקטים פעילים

בתהליכי יצירת משמעות, שעוסקים באופן ביקורתי, ולעיתים אמביוולנטי, בתקשורת ובתרבות (Zaslow, 2009). לפיכך, מטרתנו היא לחקור כיצד נערות ישראליות דנות במשמעויות של כוח נשי והצלחה נשית.

אנו מניחות שצעירים משתמשים בידוענים בתהליך ההתבגרות וגיבוש הזהות שלהם, הכולל מתחים וסתירות אשר נובעים מהשיחים הדומיננטיים של העצמי והחברה בנקודת זמן נתונה (למיש, 2000; Mendick et al., 2018). כדי להבין את השקפותיהן של נערות, ערכנו עשר קבוצות מיקוד על הסרט והשחקנית עם בנות 13 עד 15, והחלנו על דבריהן ניתוח פרשני.

זיהינו שלושה שיחים מרכזיים בקרב הנערות: הראשון הוא פמיניזם ליברלי ושייכות לאומית; השני הוא פוסט־פמיניזם ואותנטיות; והשלישי, שהיה מינורי יותר מהאחרים, הוא הקול הביקורתי. אנו טוענות כי נערות מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית מזדהות עם נשיות חזקה והצלחה נשית – המעוגנות בערכים מריטוקרטיים ובפוסט־פמיניזם,<sup>2</sup> שמאפיינים את התרבות הפופולרית העולמית, אך גם בתחושות של שייכות לאומית ומשפחתית.

## נערות: תרבות ידוענית, כוח נשי ופוסט־פמיניזם

מחקרים פמיניסטיים רבים עוסקים במסרים המופנים לנערות ונשים צעירות, כמו גם באופנים שבהם הן משתמשות בתרבות הפופולרית כדי לעצב את הזהות, הערכים ומערכות היחסים שלהן (Kearney, 2011). מחקרים רבים התמקדו בתפקיד המשמעותי של ידועניות מנקודת המבט של מעריצים ונערות באופן כללי (Duits & van Romondt Vis, 2009).

המושג "כוח נשי" (girl power) מייצג אידאל פמיניסטי ליברלי של אישה צעירה בעלת סוכנות, זהות עצמית חזקה, ראייה ביקורתית ויכולת להתנגד, והוא מרכזי בהקשר של תרבות ידוענית (Harris, 2004).<sup>3</sup> על אף שהוא עשוי לרמז על סולידריות בין נערות ועל אתוס של קהילה, החברה המערבית מאדירה בעיקר סובייקטיביות נשית אינדיווידואלית (Kapurch & Smith, 2018). על פי אניטה האריס (Harris, 2010), המושג "כוח נשי" בעידן פוסט־פמיניסטי מקפל בתוכו נרטיב של נערה בעלת יכולת (can-do-girl): צעירה שאפתנית, בעלת תחושת מסוגלות וביטחון עצמי, שפניה למימוש עצמי והצלחה. אם כן, שיח ניאורליברלי זה של כוח נשי מקדם את הרעיון שעל נשים צעירות לבחור את הבחירות האישיות הנכונות כדי להפוך לבוגרות מצליחות ויצרניות. אינדיווידואליזציה כזו ממעיטה בערכם של חסמים מבניים חברתיים

ותרבותיים כגון מגדר, גזע, מעמד וצירים אחרים של אישויון חברתי, שמגבילים למעשה את אפשרויות הבחירה והמימוש העצמי של נערות (Driscoll & Heatwole, 2018; Harris, 2010).

חוקרות פמיניסטיות דנות בתרבות הידוענית של הנערות משתי זוויות. הראשונה היא ביקורת תרבות, שבה נטען לא פעם כי ידועניות מקדמות גישות פוסט-פמיניסטיות (Banet-Weiser, 2012), שמבטאות פמיניזם לבן וממוסחר, כלומר תחושת אוטונומיה אישית העומדת בקנה אחד עם המפעל האינדיווידואליסטי הניאו-ליברלי (למשל: Horeck, 2018; Seidl, 2018). יש שטוענות כי הפופולריות של מסרים פמיניסטיים בתרבות הידוענית העכשווית הופכת לבעיה ממשית כאשר היא מגוננת על פרקטיקות נצלניות של ניכוס תרבותי במסווה של העצמה ובחירה אינדיווידואלית (Johnston, 2019). קולות פמיניסטיים אחרים מציעים חיבור בין פמיניזם לתרבות הידוענים, הדורש מחשבה ביקורתית מורכבת יותר (Hamad & Taylor, 2015).

הזווית השנייה מתייחסת לנקודת המבט של הקהל הפעיל ובודקת כיצד נערות מגיבות לידועניות כדי להבין את עצמן ואת החברה (Duits & van Romondt Vis, 2009). אמילי זאסלו (Zaslow, 2009, p. 54) טוענת כי במחקר על נערות, מדיה וזהות חסרה גישה שמשלבת בין ניתוח תרבותי לניתוח חברתי. בהתאם לנקודת מבט זו, בחרנו להתחקות במחקר הנוכחי אחר המפגש של נערות ישראליות עם תרבות המדיה ואחר האופנים שבהם הן מפרשות אותה ומשתמשות בה – כלומר, אחר חוויותיהן הממשיות. במחקר חלוצי המיישם גישה זו, ג'סלין קלר וג'סיקה רינגרוז (Keller & Ringrose, 2015) עוסקות במשא ומתן המודע והמורכב של תלמידות תיכון בריטיות שהן פעילות פמיניסטיות עם הפמיניזם הידועני. אף שרבות מהן רואות את היתרונות במסרים פמיניסטיים גלויים בתרבות הפופולרית, אחרות מפקפקות במניעים של הפמיניזם הידועני. המחקר שלנו מאמץ נקודת מבט דומה, ומנסה להבין כיצד נערות מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית דנות ברעיונות פמיניסטיים עכשוויים, באמצעות בחינת יחסן לנרטיב ולדימוי של וונדר ומן ולדמותה של גל גדות האישה – ידוענית עולמית-מקומית.

## נערות ישראליות והזירה הפמיניסטית

למרות ההתקדמות של נשים ישראליות בכמה תחומים משמעותיים, כמו השכלה, בפועל ישראל היא חברה ממוגדרת מאוד שבה נשים עדיין לא זכו לשוויון כמעט באף תחום חברתי (צמרת ואחרות, 2021). זאת ועוד, לניאו-ליברליזם בישראל, במיוחד מאז תחילת המאה העשרים ואחת, הייתה השפעה עצומה עליהן, והוא החרף את האי-

השוויון המגדרי במדינה (Herzog, 2008). ואולם, אף שהמבנה הפטריארכלי מושרש עמוק בחברה הישראלית, הפמיניזם בישראל, במיוחד בגרסתו הליברלית, צבר הישגים רבים מאז שנות ה־70 של המאה ה־20, ועבור הדור הצעיר נוכחות של נשים בשוק העבודה, באקדמיה ובפוליטיקה היא מובנת מאליה (שמחון וסער, 2020). במילניום השלישי יש לזירה הפמיניסטית בישראל השפעה ניכרת (Fogiel-Bijaoui, 2016), ותהליכים של הטמעת חשיבה מגדרית מתרחשים בקרב צעירים וצעירות גם אם אינם מזדהים ישירות עם המונח "פמיניזם" (הרצוג, 2013). עם זאת, אין בכך כדי לטעון שהתפיסה הפמיניסטית נעשתה פופולרית, ולראיה, פרשנויות ביקורתיות־פמיניסטיות בתחומי הפוליטיקה, הכלכלה או התרבות עדיין נדחקות לשוליים באופן שיטתי ואף מושתקות (Sa'ar & Gooldin, 2009).

מחקר זה אינו מבקש להציג את התפתחות הזהות של הנערות בתור תהליך אוניברסלי ואחיד, אך נדגיש כי נערות ישראליות מושפעות מתהליכים עולמיים, כמו כלכלה ואידאולוגיה נאו־ליברליות, באמצעות חשיפה לאמצעי תקשורת בין־לאומיים – טלוויזיה, סרטים, ספרים ומוזיקה, וכן פלטפורמות דיגיטליות ורשתות חברתיות (למשל, לחובר, פלד וקומס, 2017; Reznik & Lemish, 2011; Lemish, 1998). ואכן, מחקרים שניתחו את נקודות המבט הפמיניסטיות של נערות אלה הראו שהן מבטאות השפעות מקבילות של שיחים סותרים: פמיניזם, פוסט־פמיניזם ואנטי־פמיניזם (למשל: רמתי דביר, 2022; Lachover & Vaisman, 2014; Davidson & Ribak, 2017). על רקע זה, השאלה שאנו בוחנות היא: כיצד נערות מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית דנות במשמעויות של כוח נשי והצלחה נשית, בהתייחס לסרט **ונדר וזמן** ולידוענית הישראלית גל גדות?

## המחקר

מחקרים עם נערות משקפים אפריריות יחסי כוח (Morgan, 2002) הנובעים מפערי גיל והשכלה, ולעיתים גם פערי מעמד, בין החוקרת לנערות המשתתפות במחקר. בעקבות ההבנה שהמפגש בין נערות לחוקרות מבוגרות נטוע ביחסי כוח, בחרנו בשיטה של קבוצות מיקוד וערכנו עשר קבוצות בחודשים מאי–יוני 2018. במפגשים אלה יכולות משתתפות המחקר לחוות חוויה קבוצתית ולהישען על כוחה של הקבוצה: הקבוצות מאפשרות לנערות ליצור אינטראקציה זו עם זו, והן מעודדות זו את זו לדבר, מחזקות ותומכות, ויכולות גם לא להסכים ולהתווכח ביניהן.

כדי להגיע לעומקם של הדברים ולהבין את מחשבותיהן ותפיסותיהן של הנערות, ובר־זמן ליצור עבורן חוויה חיובית ומתגמלת, תכננו בקפידה את ההקשר שבו נערכו

קבוצות המיקוד: קיימנו אותן במקום שבו הנערות נפגשות בקביעות; היינו מודעות להופעתנו וניסינו להימנע מסמלים שעלולים להתקשר לכוח (תכשיטים או לבוש רשמי); וישבנו עם הנערות באותו מישור, בדרך כלל במעגל על הקרקע. קבוצות מיקוד מתאימות במיוחד למחקרים פמיניסטיים, מכיוון שהן מעודדות חוקרות להתמקד ברב-קוליות של המשתתפות ובשוני ביניהן, ואכן הצלחנו להתרשם ממגוון הדעות והתפיסות בקבוצה (עוד על היבטים של שיטות מחקר במחקר איכותני עם נערות ראו: רמתי, דוידסון ולחובר, 2021).

כל אחת מקבוצות המיקוד כללה 5-15 משתתפות, כולן חניכות בתנועת הצופים בישראל. שבטי הצופים מאורגנים גיאוגרפית; לכן החניכים מגיעים בדרך כלל מרקע סוציו-אקונומי ותרבותי דומה. השתתפנו בפגישה אחת של כל אחת מקבוצות הצופים שנכללו במחקר וכינסנו רק את הנערות מכל קבוצה. הנערות היו בגילאי 13 עד 15, בנות למשפחות יהודיות חילוניות מהמעמד הבינוני הגבוה, והתגוררו בארבע ערים במרכז הארץ, ולכן אפשר לראות בהן חברות בקבוצה ההגמונית בישראל.

קודם למפגשים עם הנערות, קיבלנו הסכמה למחקר מהנהגת הצופים בישראל כמו גם הסכמה מדעת מאפוסטרופוסיהן. בתחילת כל מפגש הצגנו בפני המשתתפות את המחקר, את מטרתיו ואת חלקן ביצירת ידע חדש הקשור לנערות. הן עצמן הסכימו להשתתף במחקר לאחר שהדגשנו בפניהן כי ההשתתפות אינה חובה וכי הן יכולות לשמור על שתיקה או לעזוב את המפגש בכל עת. המפגשים והשיחות בקבוצות המיקוד נוהלו בידי אחת או שתיים מהמחברות ונכחה בהן מדריכת הקבוצה.

קבוצות המיקוד היו מוכנות למחצה. הגענו אליהן עם תבנית שיחה מתוכננת, אך גם עם גמישות ונכונות להעמיק בשיחה על נושאים בלתי צפויים שהמשתתפות תעלינה. השיחות כללו שאלות שבדקו את השקפותיהן של הנערות הן ביחס לסרט והן ביחס לגל גדות. ההזדהות העזה שחשו רבות מהנערות עם השחקנית והדמות הראשית בסרט (Geraghty, 2007) גרמה לכך ששני הנושאים נשזרו זה בזה. השיחות עסקו גם בדעותיהן של הנערות בנוגע למגדר ולמקומן של נערות ונשים בחברה, ובחוויותיהן האישיות והפרטיות בהקשרים הללו. כל שיחה נמשכה כשעה. האווירה הייתה לא רשמית, והנערות הביעו התלהבות ושמחה לגבי האפשרות לדבר על הנושא ועל עצמן. לאורך המחקר אימצנו גישה פמיניסטית ורגישות לחוויה של המשתתפות. היינו מודעות כל העת לאחריות שלנו לרווחתן; שמרנו על זכותה של כל נערה להשמיע את קולה (או לשתוק אם היא מעדיפה); ווידאנו שאף אחת מהן לא תיפגע או תיעלב מעצם הסכמתה ונכונותה להשתתף במחקר. השיחות הקבוצתיות הוקלטו ותומללו במלואן.

בניתוח השיחות שילבנו את גישת מחקרי ההתקבלות ותאוריה של שיח כדי להבין כיצד מתייחסות הנערות לשיח הגמוני ולא הגמוני. אנו מסתמכות על ניקו קרפנטייה, בנג'מין דה קלין ולין ון ברוסל (Carpentier et al., 2019, p. 6). הטוענים כי "תאוריה של שיח נמצאת בתווך שבין מבנה לסוכנות" (התרגום שלנו, המחברות). הם מתמקדים במבנים של שיח, אך אינם מתעלמים מהאפשרות שהקהל מחזיק במספר נקודות מבט, כלומר, הניתוח שלהם מכיר בסוכנות האנושית. בדומה לכך, אנו רואות בנערות סובייקטים בתוך השיח, אך בד בבד בעלות חופש למקם את עצמן באופן אינדיווידואלי ביחס לשיחים השונים. הדיונים עברו תהליך של ניתוח שיח ביקורתי (critical discourse analysis). שיטת ניתוח זו, המתמייחסת הן לשיח הגלוי והן לשיח הסמוי, התאימה במיוחד למטרותינו, שכן יש בכוחה להתחקות אחר הדרכים המורכבות שבהן הנחות אידאולוגיות נוצרות, מתקיימות, נדונות ועומדות למבחן. ניתוח שיח ביקורתי מתאים הן לטקסטים כתובים (דוגמת טקסטים בעיתונים, או אמצעי תקשורת אחרים) והן לטקסטים דבורים (קליין, 2010), כמו השיחות במחקר הנוכחי.

כל אחת מהמחברות קראה את כל התמלילים של קבוצות המיקוד בנפרד, בקפידה ובביקורתיות, במטרה לזהות מגוון תפיסות הגמוניות ולא הגמוניות של נשיות, סדר ומבנה חברתיים ממוגדרים ומשמעויות סובייקטיביות של "להיות נערה". ליתר דיוק, חיפשנו בתמלילים אינדיקציות לשוניות רטוריות למושגים התאורטיים שעמדו במוקד המחקר שלנו: כוח נשי והצלחה נשית. לאחר מכן שיתפנו זו את זו בתמות הראשוניות שכל אחת חילצה מהתמלילים, הסכמנו על תמות מרכזיות, חזרנו לטקסטים ואיתרנו את הציטוטים הרלוונטיים. אנו ערות לכך שהניתוח שלנו מעוגן בעמדות הסובייקטיביות שלנו – נשים ישראליות המשתייכות למעמד חברתי כלכלי מבוסס, פמיניסטיות בנות הגל השני ואימהות לבני ובנות נוער. מתוך הבנה שמיקומן החברתי של הנערות שונה מזה שלנו, חתרנו לגלות רגישות כלפי שפתן של הנערות ולכבד את "הגדרת המצב" שלהן (Goffman, 1967), כדי להגיע למסקנות אינדוקטיביות לגבי פרשנותן והבנתן הסובייקטיבית.

## ממצאים

זיהינו שלושה שיחים מובחנים בדברי הנערות – ליברלי, פוסט-פמיניסטי וביקורתי – שהיו שלובים זה בזה והתקיימו במקביל.

### "להיות חזקה ולהוכיח לכולם": פמיניזם ליברלי ושייכות לאומית

השיח הראשון מבטא את שאיפותיהן של הנערות להשתתפות נשית שוויונית ודומיננטית במרחב הציבורי והתרבותי, ברוח הזרם הפמיניסטי הליברלי ששואף



לקדם את זכויות האדם וזכויות האזרח של הנשים בחברה (פוגל־ביזאוי, 2011). רבות מהמשתתפות התפעלו מהנוכחות המרשימה של גיבורת העל ומהעובדה שהדמות הראשית בסרט היא אישה. כפי שאמרה אחת מהן: "אני זוכרת את התחושה שהייתה לי אחרי הסרט, פתאום היה לי רצון להיות חזקה ולהוכיח לכולם שאני יכולה להיות חזקה. היא ממש מעוררת השראה" (קבוצה 6). אפילו נערות שטענו שאינן נמשכות בדרך כלל לסרטי גיבורי על הסתקרנו ביחס לדמותה של ונדר וזמן ועקבו אחריה באדיקות. הן התלהבו והתרגשו מכך שהדמות הראשית בסרט היא אישה. במילים שלהן:

- בדרך כלל זה רק בנים [גיבורי על], אז פתאום אנחנו רואים משהו שהוא די שונה, ושזה גם כאילו מדבר עליה, שהיא במרכז של הסרט, וזה די כיף.
- כן, תמיד מראים שהגבר הוא חזק יותר, וזו פעם ראשונה שמראים שאישה היא סופר הירו ואישה יכולה לעשות דברים מדהימים ולהציל את העולם (קבוצה 5).

נראה שנוכחותה של ונדר וזמן על המסך הגדול העניקה לנערות תחושת גאווה ונתנה להן גישה לז'אנר שבעבר היה משויך בעיקר לבנים ולגברים.

כאשר ניסינו לזהות את מקור הגאווה שתיארו הנערות, גילינו שרבות מהן רואות בדמותה של ונדר וזמן שילוב של נשיות ועוצמה. אחת מהן הסבירה מדוע לדעתה גיבורת העל הנשית הזו כה ייחודית: "תמיד כשמסתכלים על גיבורי על אומרים עליהם, וואו, הוא הכי חזק ומנצח. ובנות רוצות גם מודל, ופעם זה היה מודל של נסיכה כי היא יפה, ובסרט מציגים מישהי שהיא גם יפה וגם חזקה" (קבוצה 5). משתתפות רבות השתמשו במילים כמו "כוח" ו"כוח נשי" כשדיברו על עלילת הסרט. המשמעות שייחסו למושגים אלה לא הייתה מוגבלת לתכונות פיזיות בלבד, אלא כללה גם כוח נפשי ורגשי. כך למשל אמרה אחת מהן: "יש לה עוצמה פנימית, לא רק כוח פיזי. זה כאילו הכוח שלנו, כוח פנימי" (קבוצה 4). יתרה מכך, הכוח הנשי נעלה בעיניהן על זה הגברי. כפי שניסחה זאת אחת הנערות: "כי יש משהו בנו שהוא הרבה יותר אכפתי לסביבה. זה משהו שהוא באמת מוסיף לדעתי על הכוח שלה" (קבוצה 9). נערה אחרת דיברה על האחריות החברתית של נשים הנובעת מהכוח הייחודי הזה: "גיבורת על בסרט הזה זה משהו עם משמעות, לא כמו האחרים שהיו סתם מלחמות, פה זה באמת סרט עם משמעות והיה לו מוסר השכל... שאפשר לשנות את העולם אם רוצים, באומץ, נשיות חזקה, מחויבות לשלום העולם, אחריות חברתית" (קבוצה 1).

אפשר להסביר את ההתלהבות שמצאנו בקרב הנערות ביחס לנוכחות מוגברת של נשים במרחב התרבותי והפוליטי הציבורי באמצעות המציאות החברתית והפוליטית

של ישראל בימינו. לא זו בלבד שהפער המגדרי הנרחב נותר יציב לאורך זמן (צמרת ואחרות, 2021), לאחרונה גם נאלצו נשים, ובעיקר ילדות ונערות, להתמודד עם שמרנות גוברת במערכת החינוך, למשל בהקשר של קוד לבוש המפלה בנות (רמז, 2017) והפרדה מגדרית שהולכת ופושטת במרחבים שהיו משותפים (קשתי, 2015).

ההערכה שביטאו הנערות כלפי נוכחותה של דמות נשית חזקה במרחב הציבורי הייתה בזיקה לגאוותן על כך שגדות ישראלית. הן ציינו, למשל: "במיוחד בשבילנו, כי הכוכבת היא ישראלית" ו"זו גאוה ישראלית" (קבוצה 4). זהותה הלאומית של גדות הומחשה באמצעות התייחסות למראה שלה, במיוחד לשיער הכהה ולעיניים החומות, וציינו שהיא "נראית ישראלית טיפוסית" (קבוצה 5). לעיתים קרובות ראו הנערות במגדר ובלאום שלה נקודות פתיחה מאתגרות, ולכן תפסו את תהילתה הבין־לאומית כהישג יוצא דופן. כפי שאמרה אחת מהן: "זה היה כיף לראות אותה, שדמות ישראלית מצליחה ככה בכל העולם, וזאת דמות שהיא אישה!" (קבוצה 9). נראה שעבור נערות ישראליות דמותה של וונדר וומן בגילומה של גדות מסמלת שילוב בין מודל לחיקוי נשי מקומי ובין הצלחה הוליוודית. הן אימצו את ההישגים הבין־לאומיים של הכוכבת המקומית וראו בעצמן שותפות להצלחתה. במובן זה הזהות הישראלית של גדות משקפת עבור הנערות הן שייכות וגאוה לאומית, והן את זכאותן של כלל הנשים להצלחה.

יתר על כן, לאור הביקורת המושמעת לעיתים קרובות על המדיניות הישראלית, הן שמחו לראות את מדינתן מוצגת באור חיובי על הבמה העולמית. במילותיה של אחת הנערות: "זוהו כאילו הוציא למדינה שלנו שם טוב" (קבוצה 6). בדומה לאופן שבו נערות שחורות ושואבות השראה וכוח מבינוסה (Taylor, 2017), חלק מהמשתתפות הישראליות שאבו השראה מהצלחתה של גדות, ששימשה דוגמה למגוון ההזדמנויות העומדות בפניהן. גישה זו באה לידי ביטוי, למשל, בהערה: "זה נחמד לראות מישהי שהצליחה בקטן, שהתחילה לא ממקום גדול, כמו שכל אחד מאיתנו יכול להתחיל, ואיך היא התפתחה והראתה שגם מישהי ממדינה קטנה מוקפת אויבים יכולה להצליח בכל העולם" (קבוצה 6). אם כן, תהילתה של גדות נתפסת כהצלחתה של "בת השכנים", והיא עצמה – כמי שסללה את הדרך לצעירות בכלל ולנערות ישראליות בפרט.

### "את יכולה לעשות הכול. פשוט רק תאמיני": פוסט־פמיניזם ואותנטיות

הניתוח של הנערות את הצלחתה של גדות התבסס על היגיון מריטוקרטי וערכים ניאו־ליברליים, כפי שעולה מן הציטוטים הבאים: "ישראלית, אישה חזקה, אישה שהצליחה בעצמה. לא בבית שלה. לא במקום הבטוח שלה. משחק זה לא המקום שממנו היא באה. היא הייתה צריכה לעבוד קשה בשביל זה" (קבוצה 4); "היא אישה

חזקה. אפשר ללמוד ממנה... שאת יכולה להצליח אם תרצי ולהגיע לכל מה שתרצי" (קבוצה 9).

נערות אחדות התייחסו לעובדה שגדות אומנם הייתה דוגמנית ומיס ישראל בתחילת הקריירה שלה, אבל בזכות עבודתה הקשה ובחירותיה הנכונות לאורך הדרך, היא התפתחה והפכה לשחקנית ולכוכבת. רבות זיהו את הרעיון הניאורליברלי הזה גם בסרט עצמו, ואמרו, למשל: "זה פשוט סרט שאומר, שמעביר מסר כזה שאת יכולה לעשות מה שאת רוצה, שרק תאמיני ואת יכולה, והיא באמת מנצחת בסוף, וזה מדהים" (קבוצה 4). גדות השחקנית רוונדר וומן הדמות מתמזגות אפוא בעיני הנערות למודל של צעירה הישגית וכול יכולה, שהיא תוצר של ערכים ניאורליברליים המדגישים אחריות אישית, בחירות נכונות, התמדה ומאמץ (Harris, 2004).

נשאלת השאלה: אילו מאפיינים של גדות ושל דמותה הידוענית נראו לנערות כמאפשרים הצלחה ומובילים אליה? במילים אחרות, מה הם בעיניהן רכיבי המפתח במה שרוזלינד גיל ושני אורגד מגדירות "טכנולוגיית העצמי" של אישה מצליחה? מרכיב מרכזי אחד הוא ביטחון עצמי (Gill & Orgad, 2015, 2017), כפי שהסבירה אחת הנערות: "יש לה הרבה עוקבים, אלו הדעות שלה והיא לא מפחדת להתבטא. זה מה שהופך אותה לגיבורה... היא לא מפחדת משום דבר... לא אכפת לה מה אנשים חושבים" (קבוצה 6). ביטויים כמו "לא אכפת לה", "היא עושה מה שהיא רוצה" ו"היא הולכת בדרך משלה" הופיעו שוב ושוב בדבריהן של הנערות, שצינו תכונה זו כמאפיין מרכזי של נשים חזקות. אחת מהן הרהרה בקול רם: "הייתי רוצה לשאול אותה איך היא עושה את זה ואיך לא אכפת לה מה אנשים חושבים עליה" (קבוצה 2).

גורם משיכה נוסף של גדות עבור הנערות הוא מה שהן תופסות כאוטנטיות שלה. אותנטיות היא מבנה חברתי (Marwick & boyd, 2011) הקשור לעיתים קרובות להצגה פומבית של החיים הפנימיים הנסתרים (Trilling, 1972). בהקשר המריטוקרטי, אותנטיות מגלמת את הצינוי המוסרי להכיר ולבטא את מהותנו האמיתית באמצעות מעשינו. אנשים צעירים מייחסים חשיבות רבה לאותנטיות, מתחקים אחר האני ה"אמיתי" של הידוען ומעצבים את שאיפותיהם האישיות ביחס אליו. פרקטיקה מוצלחת של ידוען מקפלת בתוכה אינטימיות, חשיפה וחיבור, וחושפת בפנינו היבטים בנליים, כנים ואותנטיים לכאורה בחייו (Marwick & boyd, 2011; Mendick et al., 2018). במילים אחרות, צעירים בוחנים את האותנטיות של ידוענים באופן פעיל וביקורת, ומשבחים את אלה שלדעתם נשארו כנים ונאמנים לעצמם. המשתתפות במחקר פירשו את התנהלותה של גדות במרחב הציבורי כביטוי ל"אמת" שלה, לעקרונותיה ולערכיה. הן זיהו אותנטיות בתמונות ה"טבעיות" שהיא מפרסמת ברשתות החברתיות,

ובמילותיה של אחת הנערות: "היא מצלמת את עצמה לאינסטגרם בלי פוטושופ, והיא מראה את עצמה הרבה בטבעי שלה, כי היא באמת מאמינה בזה ובמסר" (קבוצה 6). הן ראו בתמונות האישיות והטבעיות כביכול הצצה אל "חייה האמיתיים" של הכוכבת, החושפת את "האני הפרטי-ציבורי" שלה (Marshall, 2010), והיא זכתה להערצתן על המעשה האנטי-מסחרי הזה. כפי שציינה אחת מהן:

אז אחרי כל מה שהיה עם הסרט והסערה שזה עורר, אז היא פתאום העלתה תמונה שהיא כזה בלי איפור, ומה שבאמת נדיר זה שמישהי שכל העולם מעריץ אותה, פתאום לראות אותה בלי איפור ועם גבות לא מסודרות, זה היה פשוט באמת מהמם לראות את זה (קבוצה 4).

אם כן, הנערות מעריצות את גדות על האופן שבו היא "מקבלת את עצמה" ומציגה את עצמה בתור מי שאינה מנסה לשנות את עצמה או ליצור תדמית כוזבת במרחב הציבורי. בעיניהן, נאמנות לעצמך היא אפוא מאפיין בסיסי של אישה חזקה ומצליחה – קרי, מודל של פמיניזם פוסט-פמיניסטי.

היבט נוסף של מה שהנערות מחשיבות התנהגות אותנטית וכנה נוגע לתפיסת הצניעות של גדות. הנערות התרשמו מהרגילות שלה (Bennett & Holmes, 2010). כפי שאמרה אחת המשתתפות: "יש לה שתי רגליים על הקרקע. היא לא חיה בסרט" (קבוצה 1). גדות, שבפועל מופיעה בסרטים, לא נתפסת בעיני הנערות כמי ש"חיה בסרט", אלא כמי שנשארה צנועה, בניגוד לתדמית של ידוענית הוליוודית זוהרת. כפי שאמרה אחת המשתתפות:

אני מאוד אוהבת שהיא נשארת מי שהיא. מאוד צנועה והיא לא משתחצנת יותר מדי. היא לא יותר מדי מדברת על איך היא התפרסמה... היא יותר מדברת על כאילו כמה שכיף לה עכשיו וכמה היא מתגעגעת לארץ שלה... היא משדרת צניעות (קבוצה 7).

הנערות רואות במאפיין זה של הידוענית העולמית ביטוי מקומי של כנות, שאותו הן מקשרות עם פריפראליות ישראלית.

הדרך שבה גדות שומרת על זהותה הלאומית ומציגה אותה בפומבי היא בעיני הנערות אות ל כך שנשארה נאמנה לערכיה. הן מציינות בעיקר את התייחסותה לשירותה הצבאי; את העובדה שהיא מספרת את סיפורו של סבה, ניצול שואה; את השימוש שלה במילים עבריות בראיונות. האסטרטגיה שנקט מערך יחסי הציבור של הסרט **וונדר וומן** – הדגשת המקורות ה"אקזוטיים" והרקע ה"מיליטריסטי" של גדות (Virginás, 2018) – מתפרשת אצלן כביטוי ישרה וכנות של גדות עצמה. כך למשל

אמרו: "זה משהו שאני מאוד מאוד מעריכה אצלה, שהיא לא מנסה להסתיר את זה והיא תדבר בעברית" (קבוצה 5); "אני אוהבת את זה שהיא מזכירה את ישראל, ישראל בכל מקום, זה משמח אותי" (קבוצה 6); "היא לא שוכחת מאיפה היא באה" (קבוצה 1). כלומר, לדעתן העובדה שגדות אינה מצניעה את מוצאה ומפנה את תשומת הלב לסמלים ישראלים, היא אקט של פטריסיות אותנטית.

תפיסת הנערות את האותנטיות של גדות מקבלת חיזוק גם מהפירוש שהן מעניקות לפעילותה החברתית והציבורית. השתתפותה של גדות בקמפיין פמיניסטי של ידועניות (Cobb & Horeck, 2018) ותמיכתה במטרות ציבוריות פופולריות נתפסות אצלן כפעולות קיצוניות שעלולות לסכן את הקריירה שלה. רבות ראו בעמדתה הפומבית בקמפיין #MeToo ביטוי למחויבותה לנשים, ואמרו: "היא מנצלת את הפרסום שלה לטובת נשים אחרות" (קבוצה 3), וכן:

אני רוחשת לה כבוד – שהיא לא הסכימה להשתתף בסרט עם מפיק או מישהו שהטריד. זה מעשה מאוד, כאילו, ראוי להערכה. זאת עבודה ממש נחשקת, זה מלא כסף, והיא הסכימה לוותר על זה כי זה נגד הערכים שלה ונגד מה שהיא חושבת (קבוצה 2).

הנערות העריכו את פעילותה הציבורית של גדות בהקשר הלאומי והתייחסו, למשל, לתמיכתה במתמודדת הישראלית באירוויזיון 2018, נטע ברזילי, כשקראה לעוקביה באינסטגרם להצביע עבורה. גם כאן, לדעתן, גדות "ניצלה" את ההון החברתי שלה כדי לקדם את מעמדה של ישראל בזירה הבין-לאומית.

לסיום, הנערות מוצאות אותנטיות באופן שבו גדות מציגה בפומבי את הרגעים האינטימיים של משפחתה (Bennett & Holmes, 2010). מרכיבים אלה של זהות האישה – רעיה ואם – הם מרכזיים בהבניה החברתית של הנשיות בכלל ובישראל בפרט (Fogiel-Bijaoui & Rutlinger-Reiner, 2013). המשתתפות ראו בחשיפה המתמדת שלה את בעלה ובנותיה (Feasey, 2012) ביטוי אותנטי לחשיבות שהיא מייחסת למשפחתה. כפי שציינה אחת הנערות:

היא אשת קריירה ויש לה קריירה מאוד מרשימה, ועדיין יש לה שתי בנות. אני רואה באינסטגרם את התמונות שהיא מעלה. ועדיין היא נשארת בבית עם המשפחה שלה. וזה מאוד חשוב לה. אני חושבת שזה ראוי להערכה. בכללי, אצל כל האימהות (קבוצה 2).

מכאן שגדות מגלמת שילוב של הישג אינדיווידואליסטי, הצלחה נשית ואידאל אימהי, בדומה למודל ה"אימי-מאמי" – מודל דומיננטי בתקשורת הפופולרית של

אימהות ידוענית, המדגיש היבטים של הופעה חיצונית ואופנה בקרב ידועניות הרות או כאלה שילדו זה עתה (Littler, 2013). עבור הנערות, העובדה שהיא מצטלמת לעיתים קרובות עם בעלה ובנותיה מסמלת את מימוש הגישה הפוסט־פמיניסטית שנשים יכולות להשיג הכול: הצלחה מרשימה ומתקשרת במרחב הציבורי, מעורבות חברתית וקידום שינוי חברתי, ולא פחות חשוב, מסירות למוסד המשפחה ולתפקידה הנשי־אימהי.

האימהות הוזכרו בהבלטה בסוף כל קבוצת מיקוד, כשביקשנו מהנערות לנקוב בשמה של אישה בחייהן הראויה לתואר "וונדר וומן". ציפינו ללמוד משובותיהן על המודלים לחיקוי שלהן ועל תפיסתן לגבי כוח נשי והצלחה נשית. רבות מהמשתתפות הצהירו בגאווה שהדמות הנשית החזקה בחייהן – האישה בעלת הכוח המולד והמוסרי הגדול ביותר – היא אימן. הן הסבירו את בחירתן במונחים של יכולתה להתמודד עם משימות מרובות, הן בתוך הבית והן מחוצה לו, ולספק את צרכיו של כל אחד מבני המשפחה. כפי שאמרה אחת הנערות: "אמא יכולה לעשות הכול בזמנית... גם אמא שלי, כי היא תמיד שומרת על המשפחה ועוזרת בהכול ודואגת לנו" (קבוצה 5). נערה אחרת הסבירה שהיא רואה באמא וונדר וומן לא רק בשל מסירותה למשפחה, אלא גם בשל הכוח שהיא מבטאת בעבודה שלה ובהצלחתה ב"עולם של גברים":

אמא שלי, שהיא כזה... אחרי שלוש לידות היא לא הכי רזה כמו גל גדות, בוא נגיד, אבל היא, תמיד לא ראיתי אותה עם גב שפוף, בחיים לא ראיתי אותה עם האף למטה, בחיים לא ראיתי אותה עצובה, כאילו היא הכי חזקה בעולם. היא עובדת עכשיו בחברה, היא הבת היחידה שם... היא הכי מראה כוח נשי, אז היא הכי וונדר וומן (קבוצה 6).

מדברי הנערות עולה אפוא שהשאיפה של אישה להצטיין בכל זהויותיה ותפקידיה היא בעיניהן ביטוי לכוח נשי. במקרה של גדות, היא פעילה במרחב הציבורי, בעלת קריירה ועושה את מה שדרוש כדי להצליח בה, מעורבת חברתית ומחויבת לקידום הערכים שהיא מאמינה בהם, תומכת בנשים אחרות ותורמת למדינתה, והיא גם רעיה ואם המתגאה במשפחתה ומעניקה לה מקום חשוב בחייה.

### היא יותר מדי מושלמת: קול ביקורתי מינורי

לצד התפיסה של הדמות הראשית והידוענית גדות כסמל לכוח ואוטנטיות נשיים וכמודל לחיקוי של אישה מצליחה, בשולי הדיון נשמעו קולות ביקורתיים בנוגע למסר של הסרט ולרטוריקה של כוח נשי. הביקורת התייחסה הן לנקודת המבט הפמיניסטית הליברלית והן לגישה הפוסט־פמיניסטית המקדשת את המריטוקרטיה.

כמה מהמשתתפות הביעו ספק ביחס ליכולתן של סרט מסוג זה לחולל שינוי בסדר החברתי בכלל ובחייהן שלהן בפרט. כפי שאמרה אחת הנערות:

עשו את הסרט הזה על גיבורת על אישה, הרבה אנשים ישר אהבו את זה שהוציאו סרט כזה... שהוא על אישה... והיא גיבורת על וכל זה... אז ישר כל האנשים אומרים, וואו, איזה יופי... סוף כל סוף מכבדים את האישה, גם היא חזקה וכל זה... אז אני אומרת שזה לא ישנה עכשיו את כל הדעות של האנשים בעולם (קבוצה 3).

מכאן עולה שעבור חלק מהנערות, המסר של כוח נשי העטוף בזוהר של סרט הוליוודי הוא מס שפתיים בלבד. משתתפת אחרת הצביעה על הסתירה הגלומה במסר ההעצמה, וטענה כי עצם הרטוריקה של כוח נשי מנציחה את נחיתותן של נשים. לאחר דברי שבח של חברותיה על הישגיה של גדות ותרומתה להעצמת נשים, היא הביעה עמדה מנוגדת:

- זה יפה לראות אישה חזקה כגיבורת על. זה מעצים בנות, במיוחד בנות צעירות... בנות בגילאי שבע-שמונה.

- אני רואה את זה אחרת... זה מפריע לי שאנשים מתייחסים לאישה חזקה ואומרים, וואו, היא אישה, איך היא עשתה את זה?... הייתי רוצה שאנשים יתרשמו ממה שהיא עושה כאדם ולא כאישה (קבוצה 5).

כמה נערות הביעו אפוא דעה שמסר ההעצמה בסרט מחזק את יחסי הכוח המגדריים הקיימים, ולפיכך במציאות הסרט פועל נגדן (Harris & Dobson, 2015).

זאת ועוד, כמה מהמשתתפות ציינו כי הבחירה בשחקנית מושכת ודקת גזרה משמרת את עריצות הרזון ואת מיתוס היופי (Bordo, 1993) ומחזקת את משטור הגוף הנשי. במילותיה של אחת מהן: "זה ברור שהם ניסו להעביר את המסר של אישה חזקה ולהראות את השוויון הזה, אבל אני לא בטוחה שהיא באמת האדם הנכון להעביר את המסר הזה. זה כאילו שהיא יותר מדי מושלמת" (קבוצה 3). נערות אחדות התייחסו למבנה הגוף של גדות כסמל כוזב של הרטוריקה הניאו-ליברלית המיוחסת לסרט, הגורסת "הכול תלוי בך" ו"פשוט תאמיני בעצמך". כך, בעוד נערות רבות התייחסו לגדות כאל "בת השכנים", אחרות הבינו שתכונותיה הגופניות הייחודיות היו מרכזיות להצלחתה כשחקנית. אף שכמה נערות אימצו את רעיון הכוח הנשי שלפיו "את יכולה לעשות מה שבא לך. פשוט תאמיני", אחרות ראו בו מסר כוזב והבניה חברתית. אחת מהן טענה: "היא כל כך מושלמת. זה ברור שהם בחרו אותה. וזה לא רק בסרט, זה בכל דבר. להיות מוערכת את צריכה להיות באמת מושלמת, בכל המובנים... ככה זה עובד היום... וזה לא פייר" (קבוצה 6). כמה מהנערות סברו שהסרט היה משכנע ואמין יותר

עם שחקנית "רגילה" – מישהי שאינה מושלמת כל כך: "אני חושבת שאולי הסרט היה יותר משכנע ואמין עם שחקנית קצת יותר גדולה [פיזית]" (קבוצה 5). נערות אלה דחו את הרעיון של אישה מושלמת – כזו שמצטיינת בכל תחומי החיים – והעדיפו נוכחות של אישה "אמיתית" בקדמת הבמה.

אם כן, בשיחות עם משתתפות המחקר נחשפו קולות ביקורתיים, אף שהיו שוליים. הנערות הטילו ספק ביעילות של העברת מסר של העצמה נשית באמצעות סרט פופולרי, כמו גם ביכולתה של שחקנית רזה, מושכת והטרונורמטיבית לשמש מודל לחיקוי.

## דיון וחסקנות: כוח נשי כחודל שמרני שמדגיש יחסים

ניתוח עמדותיהן של נערות ישראליות בהקשר של הסרט **ונדר וומן** והכוכבת שלו, הידוענית הישראלית גל גדות, הראה ש"כוח נשי" הוא מושג מרכזי בעולמן. הדיון של המשתתפות בהצלחתה הבין-לאומית של גדות אפשר לנו גם לבחון את תפיסתן לגבי השאלה מהי אישה מצליחה עבורן (Marshall, 2010). נראה שהנערות נושאות ונותנות על מודל הצלחה שמייצגים דימויי נשים עולמיים ומקומיים המאופיינים בחתירה ל"אותנטיות", וממצבות את עצמן ביחס אליו (Banet-Weiser, 2012).

ההיבטים העולמיים קשורים בהמשגה של כוח נשי ושל פמיניזם ניאו-ליברלי, המדגיש את האחריות להצלחה אישית והשאיפה אליה, ביטחון עצמי ומראה חיצוני המשדר עוצמה ויופי, לצד נוכחות פעילה במרחב הציבורי (Rottenberg, 2018). במובן זה נערות ישראליות, שהן חלק מהתרבות הפופולרית הבין-לאומית, דומות לנערות בחברות מערביות אחרות (Zaslow, 2009).

לצד זאת, המשמעות של כוח והצלחה נשיים בעיניהן מתבטאת בשילוב של הצלחה אינדיווידואלית, הנשענת על כישורים אישיים, עם גילויים שמרניים של "אותנטיות" – בהקשר מגדרי ולאומי כאחד – המעוגנים בזהות הישראלית ההגמונית. האותנטיות מוסיפה כאן מקומיות שמדגישה יחסים, המתבטאת בפטריוטיות ובאימהות מסורתית. במילים אחרות, בעיני נערות ישראליות דמותה של גדות מבטאת באופן אותנטי את המודל החברתי שהיא מגלמת – אישה ישראלית חזקה.

הנערות מתחו קו ישר בין הצלחה נשית לביטוי פטריוטיות, וראו בהצלחתה של גדות את שבירת תקרת הזכוכית הן כאישה הן כישראלית. כפי שראינו, האופנים שבהם גדות מציגה בפומבי את הלאום שלה ואת פעילותה למען המדינה הם בעיניהן פרקטיקות מרכזיות ב"טכנולוגיית העצמי" של אישה ישראלית ראויה ומצליחה, כאשר



מושגי הנאמנות והמחויבות המעצבים את הקשר בין האזרח למדינה משתקפים גם במבנה הרגשי הקשור למרחב הפרטי. במילים אחרות, נאמנות ומסירות מאפיינות גם את הממד הישראלי הנוסף בהגדרתן של הנערות לאישה חזקה ומצליחה: התפקיד האימהי השמרני. הערכתן הרבה למוסד האימהות וההזדהות העמוקה שלהן איתו משקפות את השיח הדומיננטי בישראל סביב מוסד המשפחה ותפקיד האם (Fogiel - Bijaoui & Rutlinger-Reiner, 2013). ככל הנראה, הנערות הישראליות הפנימו את התפיסה שלפיה אימהות היא מרכיב מהותי בזהות הנשית, והמודל הראוי הוא זה של "האם הטובה" המסורה לילדיה (Weiss, 2002), אך בו בזמן משתפת בשוק העבודה (Berkovitch, 1997). לפיכך, נראה שבהקשר הישראלי נוצר קשר מעניין בין שני המאפיינים המקומיים של הצלחה נשית: מחויבות ואכפתיות כלפי המדינה (בן-עמוס וברטל, 2004), ומחויבות ואכפתיות כלפי המשפחה. שני אלה מצביעים על גישה שמרנית שגדות מייצגת היטב. התפיסה הפטריוטית מהדהדת את תפיסת המשפחתיות, כך שכפי שאישה חזקה מסורה למשפחתה ולתפקידה כאם, היא גם מסורה למדינתה ולתפקידה כאזרחית טובה.

לסיכום, המחקר הנוכחי התמקד בעמדותיהן של נערות ישראליות מהקבוצה ההגמונית בנוגע לסרט **וונדר ווון** ולכוכבת הישראלית שלו. בדקנו את המשמעויות שהן מעניקות למושגים "כוח נשי" ו"הצלחה נשית" בעולמן, כנקודת מפגש בין החברה הישראלית המקומית לדימויים מהתרבות הפופולרית העולמית. הניתוח שלנו מראה שמושגים אלה מתבטאים בשילוב של מדינה ומשפחה: מרחב ידועני בין-לאומי, נאמנות פטריוטית למדינה ומסירות למשפחה ולתפקיד האימהי. החשיבה התרבותית הניאור ליברלית, המדגישה את החתירה לאותנטיות ככלי למיתוג עצמי ולהצלחה (Banet - Weiser, 2012), משמשת קרקע פורייה להפנמה עמוקה של המאפיינים העולמיים והמקומיים של מה שהנערות מחשיבות אישה חזקה ומצליחה ולהזדהות איתם. הכוכבות של גדות נתפסת ומובנית ככזו המתבססת על האני האותנטי והאמיתי שלה. עם זאת, החתירה לאותנטיות ממלאת תפקיד מרכזי בחיזוק הסדר המגדרי הקיים (Schwartz, 2013) ובקידום דפוס לאומי שמרני של אזרחות טובה ונשיות. דמותה של גדות מייצגת בעיני הנערות שילוב בין הצלחה אינדיווידואליסטית עולמית לבין גילום אתוס שמרני לאומי ומשפחתי.

רוב המחקרים בתחום של לימודי ידוענות ונערות נערכים מנקודת מבט אנגלור-אמריקאית, המתמקדת בידוענים עולמיים. אנו סבורות שהמפגש בין נערות לידוענים וידועניות הוא ממוקם תמיד, ולכן בחינת המפגש הזה צריכה להביא בחשבון לא רק קטגוריות כמו מגדר, מעמד וגזע (Mendick et al., 2018), אלא גם את השתייכותן התרבותית של הנערות. במחקר שלנו, הנערות הישראליות חוגגות את הנראות

המקומית והעולמית של גדות ומעריכות את ה"אותנטיות" שלה, המגלמת את פנטזיית ההצלחה שלהן.

## תודות

המחברות מבקשות להודות להנהלת תנועת הצופים על הסכמתה לעריכת המחקר ולנערות שהשתתפו במחקר, פתחו בפנינו את ליבן ונתנו בנו אמון. תודה לטל אלון, בת אל דבח וסיון קדם וינקלר על עזרתן בעבודת השדה. תודות גם לשופטות ולשופטים האנונימיים של כתב העת **מסגרות מדיה** על העצות המעמיקות והמועילות.

## הערות

- 1 מאמר זה מבוסס על מאמר קודם:  
Lachover, E., Davidson, S., & Ramati Dvir, O. (2021). The authentic-conservative wonder woman: Israeli girls negotiate global and local meanings of femininity. *Celebrity Studies*, 12(4), 581-597
- 2 מושג זה החל להופיע בתקשורת בסוף המאה ה-20 כתגובה לגל השני של התנועה הפמיניסטית. אז, כמו גם בעשור השלישי של המאה ה-21, הוא מבטא מגוון משמעויות, שחלקן אף סותרות זו את זו, החל בהרחבה של תאוריות פמיניסטיות וכלה בהתנגדות לפמיניזם (ראו למשל: Papagianni, 2021).
- 3 בשל מגבלות השפה אנו משתמשות בביטוי השגור בעברית "כוח נשי", אף שבאנגלית הביטוי girl power קשור במובהק לילדות.
- 4 על פי מדד המעריך את האי-שוויון המגדרי בישראל במגוון תחומים לאורך זמן: השכלה, שוק העבודה, בידול תעסוקתי על רקע מגדרי, עוני, כוח, תקשורת ותרבות, בריאות, אלימות נגד נשים, חלוקת זמן ומצב משפחתי.

## רשימת המקורות

- בן־עמוס, א' ובר־טל, ד' (2004). **פטריוטיזם: אוהבים אותך מולדת**. הקיבוץ המאוחד.
- הרצוג, ח' (2013). מבט דורי ומגדרי על מחאת האוהלים. **תיאוריה וביקורת**, 41, 69-96.
- לחובר, ע', פלד, ע' וקומס, מ' (2017) (עורכות). **נערות וגופן: מדברות, נוכחות, נסתרות**. מאגנס.
- למיש, ד' (2000). שיח הספייסגירלז (Spice Girls): חקר מקרה בהתפתחות זהות. **פתו"ח: כתב עת בנושאי פוליטיקה, תקשורת וחברה**, 4, 21-44.
- פוגל־ביזאוי, ס' (2011). **דמוקרטיה ופמיניזם: מגדר, אזרחות וזכויות אדם**. האוניברסיטה הפתוחה.
- פוקו, מ' (1996). **תולדות המיניות: הרצון לדעת**. (ג' אש, מתרגם). הקיבוץ המאוחד. (פורסם במקור ב־1976)
- צמרת, ה', הרצוג, ח', חזן, נ', בסין, י', ברייר־גארב, ר' ובן אליהו, ה' (2021). **מדד המגדר: אישויון מגדרי בישראל 2020**. מכון ון ליר בירושלים. <https://www.vanleer.org.il/publication/מדד-המגדר-2020/>
- קליין, ע' (2010). ניתוח שיח ביקורתי של טקסט עיתונאי. בתוך ל' קסן ומ' קרומר־נבו (עורכות), **ניתוח נתונים במחקר איכותני** (עמ' 230-253). אוניברסיטת בן גוריון.
- קשתי, א' (2015, 29 בנובמבר). שמיניסטיות בתיכון חילוני נדרשו להסתיר את ברכיהן בשמלות בצילומי ספר המחזור. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/news/education/.premium-1.2786829>
- רמז, מ' (2017). **"מלמדות את בית הספר שיעור בשווייון": גוף, מגדר ומיניות במחאה של נערות בבתי הספר בישראל** [עבודה שלא פורסמה לשם קבלת תואר מוסמך]. אוניברסיטת תל אביב.
- רמתי דביר, א' (2022). **לדעת מתוך הגוף**. רסלינג.
- רמתי דביר, א', דוידסון, ש' ולחובר, ע' (2021). מחקר איכותני רגיש אוכלוסייה: מחקר עם, על ועבור נערות. בתוך מ' לביא־אג'אי וד' לביא טובין (עורכות), **שיחות על מחקר איכותני** (עמ' 119-142). מופת.
- שמחאי, ד' וסער, ע' (2020). סובייקטיביות נשית מחויכת: תפיסת הנשיות של צעירות ישראליות בעידן הנאו־ליברלי. **מגמות**, (2), 121-142.
- Al-Mahadin, S. (2018). Wonder Woman: Goddess of fictional and actual wars. *Journal of Middle East Women's Studies*, 14(2), 246-251. <https://doi.org/10.1215/15525864-6680374>
- Ang, I. (1996). Feminist desire and female pleasure. In J. Storey (Ed.), *Cultural studies and the study of the popular: Theories and methods* (pp. 513-522). Edinburgh University Press.

- Banet-Weiser, S. (2012). *Authentic™: The politics of ambivalence in a brand culture*. New York University Press.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Barbour, R., & Kitzinger, J. (Eds.) (1998). *Developing focus group research: Politics, theory and practice*. Sage.
- Bennett, J., & Holmes, S. (2010). The 'place' of television in celebrity studies. *Celebrity Studies*, 1(1), 65–80. <https://doi.org/10.1080/19392390903519073>
- Berkovitch, N. (1997). Motherhood as a national mission: The construction of womanhood in the legal discourse in Israel. *Women's Studies International Forum*, 20(5–6), 605–619. [https://doi.org/10.1016/S0277-5395\(97\)00055-1](https://doi.org/10.1016/S0277-5395(97)00055-1)
- Bordo, S. (2004). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. University of California Press.
- Box Office Mojo (2018). *Wonder Woman*. <https://www.boxofficemojo.com/release/r1578455041/>
- Carpentier, N., de Cleen, B., & van Brussel, L. (2019). Introduction: Discourse theory, media and communication, and the work of the Brussels discourse theory group. In L. van Brussel, N. Carpentier & B. J. de Cleen (Eds.), *Communication and discourse theory: Collected works of the Brussels discourse* (pp. 3–41). Intellect Books.
- Carter, L. (2018). Gal Gadot. *Time*. <https://time.com/collection/most-influential-people-2018/5217578/gal-gadot/>
- Cobb, S., & Horeck, T. (2018). Post Weinstein: Gendered power and harassment in the media industries. *Feminist Media Studies*, 18(3), 489–491. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1456155>
- Darbyshire, P., MacDougall, C., & Schiller, W. (2005). Multiple methods in qualitative research with children: More insight or just more? *Qualitative Research*, 5(4), 417–436. <https://doi.org/10.1177%2F1468794105056921>
- Davidson, S., & Ribak, R. (2017). “Yes, I’m worth it”: The economy of girls' photo rating in social network sites. *Communication, Culture & Critique*, 10(1), 2–19. <https://doi.org/10.1111/cccr.12145>
- Driscoll, C. & Heatwole, A. (2018). *The hunger games: Spectacle, risk, and the girl action hero*. Routledge.
- Duits, L., & van Romondt Vis, P. (2009). Girls make sense: Girls, celebrities and identities. *European Journal of Cultural Studies*, 12(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/1367549408098704>

- Duvall, S. S. (2019). Believing in Emma Watson: Casual fandom and emerging feminism in audience support for the United Nations #HeForShe campaign. In S. S. Duvall (Ed.), *Celebrity and youth: Mediated audiences, fame aspirations, and identity formation* (pp. 129–150). Peter Lang.
- Dyer, R (1991). A star is born and the construction of authenticity. In C. Gledhill (Ed.), *Stardom: Industry of desire* (pp. 136–144). Routledge.
- Feasey, R. (2012). From happy homemaker to desperate housewives: Motherhood and popular *television*. Anthem Press.
- Fogiel-Bijaoui, S. (2016). Navigating gender inequality in Israel: The challenges of feminism. In E. Ben-Rafael, J. Schoeps, Y. Sternberg & O. Glockner (Eds.), *Handbook of Israel: The major debates* (pp. 423–436). De Gruyter Oldenbourg.
- Fogiel-Bijaoui, S., & Rutlinger-Reiner, R. (2013). Guest editors' introduction: Rethinking the family in Israel. *Israel Studies Review*, 28(2), vii–xii. <https://www.jstor.org/stable/43771859>
- Geraghty, C. (2007). Re-examining stardom: Questions of texts, bodies and performance. In S. Redmond & S. Holmes (Eds.), *Stardom and celebrity: A reader* (pp. 98–110). Sage.
- Gill, R. (2007). Critical respect: The difficulties and dilemmas of agency and 'choice' for feminism: A reply to Duits and van Zoonen. *European Journal of Women's Studies*, 14(1), 69–80. <https://doi.org/10.1177/1350506807072318>
- Gill, R., & Orgad, S. (2015). The confidence cult(ure). *Australian Feminist Studies*, 30(86), 324–344. <https://doi.org/10.1080/08164649.2016.1148001>
- Gill, R., & Orgad, S. (2017). Confidence culture and the remaking of feminism. *New Formations*, 91, 16–34. <https://doi.org/10.3898/NEWF:91.01.2017>
- Globe Scan (2017, July 4). *Sharp drop in world views of US, UK: Global poll*. <https://globescan.com/2017/07/04/sharp-drop-in-world-views-of-us-uk-global-poll/>
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. Anchor Books.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972–79* (pp. 117–127). Unwin Hyman.
- Hamad, H., & Taylor, A. (2015). Introduction: Feminism and contemporary celebrity culture. *Celebrity Studies*, 6(1), 124–127. <https://doi.org/10.1080/19392397.2015.1005382>
- Harris, A. (2004). *Future girl: Young women in the twenty-first century*. Psychology Press.

- Harris, A. (2010). Mind the gap: Attitudes and emergent feminist politics since the third wave. *Australian Feminist Studies*, 25(66), 475–484. <https://doi.org/10.1080/08164649.2010.520684>
- Harris, A., & Dobson, A. S. (2015). Theorizing agency in post-girlpower times. *Continuum*, 29(2), 145–156. <https://doi.org/10.1080/10304312.2015.1022955>
- Herzog, H. (2008). Re/visioning the women's movement in Israel. *Citizenship Studies*, 12(3), 265–282. <https://doi.org/10.1080/13621020802015420>
- Horeck, T. (2018, June 26–28). *Courtney Love and trainwreck femininity* [Paper presentation]. 4th Celebrity Studies Journal Conference: Desecrating Celebrity, University of Rome, Sapienza, Italy.
- Johnston, J. E. (2019). Under Western (girls') eyes: Cultural appropriation and feminism in the celebrity fashion of Kendall Jenner and Gigi Hadid. In D. Springer-Serenity (Ed.), *Celebrity and youth: Mediated audiences, fame aspirations, and identity formation* (pp. 151–171). Peter Lang.
- Jones, P. (2020). Diana in the world of men: A character network approach to analysing gendered vocal representation in Wonder Woman. *Feminist Media Studies*, 20(1), 18–34. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1510846>
- Kapurch, K., & Smith, J. M. (2018). Something old, something new, something borrowed, and something blue: The make-do girl of Cinderella (2015). In M. C. Kearney (Ed.), *Mediated girlhoods: New explorations of girls' media culture* (pp. 67–86.). Peter Lang.
- Kearney, M. C. (2011). Introduction: Girls' media studies 2.0. In M. C. Kearney (Ed.), *Mediated girlhoods: New explorations of girls' media culture* (pp. 1–16). Peter Lang.
- Keller, J. (2016). *Girls' feminist blogging in a postfeminist age*. Routledge.
- Keller, J., & Ringrose, J. (2015). 'But then feminism goes out the window!': Exploring teenage girls' critical response to celebrity feminism. *Celebrity Studies*, 6(1), 132–135. <https://doi.org/10.1080/19392397.2015.1005402>
- Keller, J., & Ryan, M. E. (2018). Introduction: Mapping emergent feminisms. In J. Keller & M. E. Ryan (Eds.), *Emergent feminisms: Complicating a postfeminist media culture* (pp. 1–22). Routledge.
- Lachover, E., & Vaisman, C. L. (2014). Jewish-Israeli girls' online discourse about international women's day: Post-feminism or "feminist insensibility"? *Journal of Children and Media*, 8(2), 110–126. <https://doi.org/10.1080/17482798.2013.795907>

- Littler, J. (2013). The rise of the “yummy mummy”: Popular conservatism and the neoliberal maternal in contemporary British culture. *Communication, Culture & Critique*, 6(2), 227–243. <https://doi.org/10.1111/cccr.12010>
- Luzón-Aguado, V. (2008). Star studies today: From the picture personality to the media celebrity. *Bells: Barcelona English Language and Literature Studies*, 17. <https://www.raco.cat/index.php/Bells/article/view/141345/0>
- Marshall, P. D. (2010). The promotion and presentation of the self: Celebrity as marker of presentational media. *Celebrity Studies*, 1(1), 35–48. <https://doi.org/10.1080/19392390903519057>
- Marwick, A., & boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- Mendick, H., Allen, K., Harvey, L., & Ahmad, A. (2018). *Celebrity, aspiration and contemporary youth: Education and inequality in an era of austerity*. Bloomsbury.
- Morgan, D. (2002). Focus group interviewing. In J. Gubrium & J. Holstein (Eds.), *Handbook of interview research: Context and method* (pp. 141–159). Sage.
- Papagianni, C. (2021). Postfeminist media cultures. In K. Ross (Ed.), *The international encyclopedia of gender, media, and communication* (pp. 1091–1099). Willey Blackwell.
- Radway, J. (1984). *Reading the romance: Women, patriarchy and popular culture*. Verso.
- Renninger, B. (2018). ‘Are you a feminist?’: Celebrity, publicity, and the making of PR-friendly feminism. In J. Keller & M. E. Ryan (Eds.), *Emergent feminisms: Complicating a postfeminist media culture* (pp. 42–56). Routledge.
- Rentschler, C. A. & Mitchell, C. (2016). Introduction: The significance of place in girlhood studies. In C. Mitchell & C. Rentschler (Eds.), *Girlhood and the politics of place* (pp. 9–30). Berghahn.
- Reznik, S., & Lemish, D. (2011). Falling in love with *High School Musical*: Girls’ talk about romantic perceptions. In M. C. Kearney (Ed.), *Mediated girlhoods: New explorations of girls’ media culture* (pp. 151–170). Peter Lang.
- Rottenberg, C. (2018). *The rise of neoliberal feminism*. Oxford University Press.
- Sa’ar, A., & Gooldin, S. (2009). Intense engagement: Young women in Israel forging feminist subjectivities. *Women’s Studies International Forum*, 32(3), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2009.05.013>
- Saturday Night Live (2017, October 8). *Gal Gadot monologue — SNL* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=I7TSzpDefTY>

- Schwarz, O. (2016). The symbolic economy of authenticity as a form of symbolic violence: The case of middle-class ethnic minorities. *Distinktion: Journal of Social Theory*, 17(1), 2–19. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2016.1156007>
- Seidl, A. (2018, June 26–28). *Risk's Gaga feminism* [Paper presentation]. 4th Celebrity Studies Journal Conference: Desecrating Celebrity, University of Rome, Sapienza, Italy.
- Spiro, A. (2017, May 25). 'Wonder Woman' Gal Gadot rules the World Wide Web. *The Jerusalem Post*. <https://www.jpost.com/Israeli-women/Wonder-Woman-Gal-Gadot-rules-the-World-Wide-Web-493916>
- Spring-Serenity, D. (2019). Introduction. In D. Spring-Serenity (Ed.), *Celebrity and youth: Mediated audiences, fame aspirations, and identity formation* (pp. 1–16). Peter Lang.
- Taylor, L. A. (2017). *Beyoncé feminism: Feminist messages' impact on African American identity* [Unpublished Master's thesis]. Georgia State University.
- Trilling, L. (1972). *Sincerity and authenticity*. Harvard University Press.
- United Nations Development Program (2015). *Human development report 2015*. [http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015\\_human\\_development\\_report\\_1.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015_human_development_report_1.pdf)
- Virginás, A. (2018). Feminism as a natural anachronism in Wonder Woman. *European Journal of Women's Studies*, 25(4), 484–487.
- Weiss, M. (2002). *The chosen body: The politics of the body in Israeli society*. Stanford University Press.
- Zaslow, E. (2009). *Feminism, Inc.: Coming of age in girl power media culture*. Palgrave Macmillan.