

הלוחשות להורים: ייחודיותן האישיותית והדמוגרפית של מנהלות קהילות הורים בפייסבוק

לילך גל, ג'ני ברונשטיין וטלי גזית*

תקציר

מנהלות של קהילות הורים בפייסבוק מקימות ומובילות מרחבים מקוונים שבהם הורים מקבלים תמיכה והעצמה ויוצרים קשרים עם הורים אחרים. הקהילות המקוונות משמשות מקור מידע ותמיכה חברתית להורים רבים. בעידן הרשתות החברתיות, שבו ארגונים בתעשייה מגייסים אנשים לתפקידי ניהול קהילות, ומוסדות אקדמיים מציעים תוכניות לימודים וקורסים בניהול קהילה, עולה הצורך לאפיין את הדמויות הנמשכות לעמדה זו וממלאות תפקידי ניהול ברמות שונות, בהתנדבות או עבור תגמול, ולהבין מה מניע אותן להקים ולהוביל קהילה מקוונת בנושא מסוים. במחקר זה השוינו בין 160 מנהלות של קהילות הורים בפייסבוק ובין 393 חברות וחברים בקהילות הורים (N=553), במטרה לזהות הבדלים במאפיינים דמוגרפיים (גיל ומספר ילדים) ומאפייני אישיות (נרקסיזם, אלטרואיזם, שליטה עצמית ונחישות). השוואה בין שתי הקבוצות יכולה לשפוך אור על מאפייניהן הייחודיים של מנהלות קהילות הורים. על פי הממצאים, ישנם הבדלים מובהקים בין שתי האוכלוסיות במאפיינים נרקסיזם, אלטרואיזם ושליטה עצמית, אשר נמצאו ברמות גבוהות יותר בקרב המנהלות של קהילות ההורים. יתר על כן, המנהלות השקיעו מאמץ רב יותר בהשגת יעדים, אך לא נמצא הבדל משמעותי בין שתי האוכלוסיות במידת העקביות בחתירה למטרה. באשר למאפיינים הדמוגרפיים, נמצאו הבדלים מובהקים בין שתי האוכלוסיות גם ביחס לגיל

* לילך גל, אוניברסיטת בר אילן ו-HIT מכון טכנולוגי חולון (Lilachgal90@gmail.com).

פרופ' ג'ני ברונשטיין, אוניברסיטת בר אילן (Jenny.Bronstein@biu.ac.il).

ד"ר טלי גזית, אוניברסיטת בר אילן (Tal.Gazit@biu.ac.il).

מאמר זה מתפרסם בעיצומה של מלחמת חרבות ברזל, שהחלה בבוקר הנורא של 7 באוקטובר 2023. בתקופה זו אלפי הורים שוכלים את היקר להם מכול, נטרפים מדאגה לילדיהם החטופים או סועדים את מיטות הפצועים. בין השאר, הם מוצאים מידע, נחמה ותמיכה בקבוצות וירטואליות. מאמר זה מוקדש להם בשותפות גורל והרכנת ראש.

ומספר הילדים: מנהלות של קהילות הורים מבוגרות יותר ויש להן יותר ילדים מאשר לחברות וחברי הקהילות.

מבוא

הורות היא תקופה של שינוי גדול שיכול להוביל ללחץ רב, חרדה ודיכאון, במיוחד סמוך ללידה (Archer & Kao, 2018). קהילות הורים בפייסבוק מספקות מידע ותמיכה חברתית־רגשית עבור הורים (Sjöberg & Lindgren, 2017; Yamashita et al., 2020). קהילות פייסבוק הן קבוצות מקוונות, שמנהליהן ממלאים תפקידי מפתח בדיונים ובאינטראקציה בהן (Fronzetti Colladon & Vagaggini, 2017; Gazit et al., 2019). מנהלותו הקהילות אחראיות על ההיבטים הטכניים של ניהול קהילה, יצירת מרחבים לדיון, דואגות לגיוס של חברים חדשים, מעודדות השתתפות ופועלות לחיזוק תחושת הקהילתיות בקרב החברות והחברים (Gazit & Bronstein, 2020; Lev-On, 2017). כמו כן, הן ממלאות תפקיד חשוב של מתן תמיכה רגשית, אספקת מידע, פיקוח ושיטור (Eitan & Gazit, 2021).

מנהלות ומנהלי קהילות בפייסבוק מכונים באנגלית Facebook community leaders (Archibong, 2018) ובעברית מנק"ל (מנהל/מנהלת קהילה) (סופר תאני, 2018). מנהלות קהילות פועלות בדרכים שונות כגון גיוס חברים וחברות לקהילה (Lev-On, 2017), קביעת חוקים ואכיפתם בקרב החברות והחברים (Gazit & Aharony, 2018), עידוד יוזמות (Panteli & Sivunen, 2019) ושמירה על מרחב בטוח (McCarthy et al., 2020). הן משתמשות באסטרטגיות של מנהיגות ואימון, כגון ניהול תוכן וצוות ושיתוף אישי (Gazit & Bronstein, 2020), במטרה לבנות ולחזק תחושת קהילתיות. במחקרים עדכניים על מנהלות ומנהלי קהילות מתוארים האתגרים העיקריים שלהם (Sultana et al., 2022), אסטרטגיות הניהול (Gazit & Bronstein, 2020), תצורות שונות של מנהיגות בקהילות מקוונות (Lee et al., 2019), דרכים שונות שבהן הם מעורבים בקהילותיהם (Seering et al., 2019) והמניעים להקמת קהילות מקוונות הסובבות סביב נושאים שונים (Gal et al., 2022; Gazit, 2021). אף על פי שהמנהלות והמנהלים הם אנשים פרטיים, בדרך כלל נטולי רקע מקצועי, שמחליטים להקים קהילה ולהוביל אותה (Gal et al., 2022), לרוב בהתנדבות (van Uden-Kraan et al., 2010), נראה שהם מפגינים תכונות של מנהיגות, בדומה למנהיגות במרחבים לא־מקוונים (Eitan & Gazit, 2021). עם זאת, ידוע מעט מאוד על זהותם ועל המאפיינים האישיתיים שלהם. המחקר הנוכחי מגשר על פער זה, לאור חשיבות תפקיד הניהול ומרכזיותו (Seering et al., 2019), ולאור ההשפעה הפוטנציאלית של מנהלות על מיליוני הורים החברים בקהילות מקוונות (Yamashita et al., 2020). ככל הידוע לנו, זהו המחקר הראשון



שבוחן מנהיגות מקוונת בקהילות הורים בפייסבוק ומבקש לשרטט תמונה רחבה של מאפייני המנהלות, תוך התמקדות בזהותן ובמאפייני אישיותן בהשוואה לאוכלוסיית החברות והחברים בקהילות. בעידן שבו רובנו פעילים במידה זו או אחרת ברשתות החברתיות (Lin et al., 2020), אפיון הדמיון והשוני בין שתי האוכלוסיות יאפשר להעמיק בהבנת תפקידן הייחודי של המנהלות ובהבנת הכישורים הנדרשים לניהול קהילות הורים במרחב הווירטואלי. מאחר שהשימוש בקהילות מקוונות הולך וגובר לא רק בקרב יחידים אלא גם כחלק מפעילותם של ארגונים, הממצאים של מחקר זה עשויים לעזור למנהלי ארגונים לפתח את "דמות מנהלת הקהילות" ולסייע להם לבחור בדמויות המתאימות להובלת הקהילות הארגוניות, תוך התייחסות למאפייני האישיות הרצויים ולהתנהגות המקוונת והלא מקוונת שלהן, ולאפשר הכשרה והדרכה מותאמות. כמו כן, מאפיינים אלו יוכלו לסייע לבחינה מעמיקה יותר של המניעים להקמת קהילת הורים מקוונת והובלתה.

סקירת ספרות

הורים בקהילות וירטואליות

הצטרפותו של ילד חדש למשפחה עלולה לעורר לחץ, חרדה ודיכאון בקרב הורים (Archer & Kao, 2018). תקופת ההסתגלות לתפקיד החדש עשויה להימשך מתקופת הניסיון להיכנס להיריון ועד לשנים הראשונות לחיי הילד, ועלולה להוביל לתחושות בדידות ולהשפיע על יכולת ההורה לטפל בעצמו ובילדו (Ammari & Schoenebeck, 2016). כיום יש מקורות רבים לתמיכה ומידע עבור הורים, ואחד מהם הוא קהילות מקוונות של הורים, שהשימוש בהן גובר בשנים האחרונות. קהילות אלה מספקות מידע ותמיכה חברתית להורים (Moon et al., 2019), ובמיוחד לאימהות, המרבות להתיעץ ברשתות החברתיות בנושאים הקשורים להורות (Tifferet, 2020).

בספרות המחקרית מופיעות דעות שונות ביחס לשאלה האם אפשר להגדיר קבוצות ברשתות החברתיות "קהילות" (לב-און, 2015). המונח "קהילה" נשמע תדיר בשיח. בעבר אנשים אופיינו כקהילה אם היו להם תחומי עניין משותפים, אינטראקציה מתמשכת וסמיכות גאוגרפית (Hillery, 1955). אולם בספרות העדכנית יש הגדרות שאינן מתייחסות כלל למרכיב הגאוגרפי של קהילה אלא שמות דגש על זהות הקהילה ולכך שההתגבשות שלה מתרחשת באמצעות הדינמיקה הפנימית שלה (Zhang et al., 2017). מה שמבחין בין קבוצה מקוונת לקהילה מקוונת הוא תחושת קהילתיות שמתבטאת בסיוע של החברים אלה לאלה ובזיקה הרגשית ביניהם (Blanchard & Markus, 2004). בעבודה זו נעסוק במרחבים מקוונים שנוצרו עבור משתמשי רשת



שדפוס השימוש שלהם ברשתות החברתיות משתנים רבות כאשר הם הופכים להורים (Morris, 2014), וקהילות ההורים מספקות עבורם תמיכה חברתית-רגשית ונותנות מענה לצורכי המידע שלהם (Moon et al., 2019). לפיכך, במאמר זה יכוננו קבוצות אלה "קהילות מקוונות".

לנשים הרות יש מוטיבציה רבה לחפש מידע באינטרנט, במיוחד לצורך ייעוץ והכוונה בנושאי היריון ולידה (Borràs et al., 2021). הרשתות החברתיות מספקות להן מרחב בטוח ונוח לתקשורת עם מיילדות ועם נשים הרות אחרות, ובמקרים רבים הופכות למקור ראשוני למידע בנושאים אלו (McCarthy et al., 2020). כמו כן, האפשרות לשמור על מידה מסוימת של אנונימיות יוצרת תחושה של מרחב בטוח, אשר מקילה על חשיפה של רגשות וחששות אותנטיים (Yamashita et al., 2020). נמצא שתמיכה חברתית ברשתות החברתיות תורמת מאוד לחוויית ההורות של אימהות ומסייעת למנוע דיכאון לאחר לידה (Evans et al., 2012). הרשתות החברתיות מציעות מגוון רחב של קהילות, וכך הורים יכולים לבחור בקהילה שמתאימה לסגנון ההורות שלהם, וכן לבחור את מידת המעורבות שלהם באותה קהילה (Gazit & Aharony, 2018). לצד החשיפה למידע חיוני, האינטראקציה הקהילתית מאפשרת גם יצירת ידע חדש, פרי חילופי המידע בקהילה, שהוא חלק מהותי מצביונם ואופיים של הקהילה ושל חבריה.

המפגש בין הורים בקהילות אלה מאפשר להם לתמוך אלה באלה באופנים שונים, וכן לבצע רפלקציה על חוויית ההורות. הוא תורם לרווחתם הנפשית ישירות ובעקיפין, משלים מפגשים פנים אל פנים (אך לא מחליף אותם), מאפשר אנונימיות במרחב בטוח אשר מקל על החשיפה העצמית, ומנגיש מידע המסייע לתחושה של שליטה ושקט נפשי (Yamashita et al., 2020).

לצד היתרונות של קהילות ההורים, יש להן גם מגבלות וחסרונות. לחיפוש מידע או תמיכה חברתית בקהילות אלה עלולות להיות גם השלכות שליליות, כמו השוואה חברתית, תחושת בדידות והפחתת אינטראקציות פנים אל פנים (Strange et al., 2018). יתרה מזאת, המידע הזמין בקהילות המקוונות עשוי להיות סותר, לא מדויק ושיפוטי (Sultana et al., 2022).

בישראל קיימות קהילות רבות בפייסבוק שקהל היעד שלהן הוא הורים, והן עוסקות בנושאים כמו טיפולי פריון, שינה של תינוקות ופעוטות, הנקה ותזונה, גמילה מחיתולים, טיולים בחו"ל עם ילדים, וכן באתגרים שונים הקשורים להתפתחות ילדים. חלק מהקהילות מיועדות לנשים בלבד או גברים בלבד, ואחרות הן קהילות מעורבות. כל קהילה מנוהלת בידי מנהלת אחת או יותר (Admins). לעיתים ממנות המנהלות שותפות לניהול, המכונות "מגשרות" או "מנחות" (Moderators) (Grimmelmann et

(al., 2015). מחלק זה של הסקירה עולה כי נכתבה ספרות מחקרית ענפה על המרחב הווירטואלי להורים ברשת, אך רק מחקרים מעטים הוקדשו למנהלות קהילות בכלל, ולמנהלות של קהילות הורים בפרט.

להיות חק"ל (מנהלת קהילה) בפייסבוק

מנהלות קהילות הן משתמשות רשת שהקימו קהילה מקוונת או הצטרפו להובלתה. חלקן עושות זאת בהתנדבות מלאה (van Uden-Kraan et al., 2010) ואחרות משתמשות בקהילה כפלטפורמה שיווקית (Ayuni, 2020) המאפשרת להן למנף את עיסוקן המקצועי (Yang et al., 2022). מנהלות הקהילות אחראיות להיבטים הטכניים של הקהילה, כמו אכיפה של כללים וגבולות (רוט־כהן ולהב, 2019) ודאגה לרווחתם של חברה (Lev-On & Steinfeld, 2020; Weinberg, 2014). כמו כן, המנהלות מעודדות חברות וחברים להעלות תוכן ולהיות מעורבים, קובעות את סדר היום ומובילות דיונים בנושאים מסוימים (Lev-On & Steinfeld, 2020; Lu et al., 2022; Malinen, 2021). הובלת הקהילה מבוססת לרוב על המחויבות האישית של המנהלות ועל הבנתן את הנורמות הקבוצתיות, ולא על הכשרה פורמלית (Farzan & Jonassaint, 2017). הן מתמודדות עם אתגרים כמו ניהול זרימת המידע ומתפקדות כשומרות סף (Al-Rawi, 2019). מנהלות קהילה ממלאות תפקיד מרכזי בהתנהלות הקהילה ובהצלחתה, ואפשר שמאפייני האישיות שלהן שונים מאלה של החברות והחברים. במחקר זה נרצה לעמוד על הבדלים במאפייני האישיות של שתי האוכלוסיות.

מאפייני אישיות ברשתות חברתיות

הקשר בין מאפייני אישיות לשימוש ברשתות חברתיות נחקר בעבר (Buffardi & Campbell, 2008; Gazit & Bronstein, 2020; Horton et al., 2014). המחקרים בתחום עוסקים במשתנים דמוגרפיים ובדפוסי שימוש, וכן במאפייני אישיות והשפעתם על תדירות ההשתתפות ברשתות החברתיות המובילות, כמו אינסטגרם, וואטסאפ, פייסבוק וטוויטר (Gazit et al., 2019; Gazit & Aharony, 2018). במחקר אשר התבסס על מודל חמש התכונות הגדולות (Big Five Personality Traits) ובחן אנשים המובילים קהילות בנושאים שונים, נמצא כי מנהלות ומנהלי קהילות הם אנשים מוחצנים, בעלי אישיות פתוחה, יציבים רגשית ופעילים ברשת ומחוץ לה יותר מאשר משתמשי אינטרנט אחרים (Gazit, 2021a). עם זאת, ככל הידוע לנו לא נערכו מחקרים שהשוו בין מנהלות קהילות פייסבוק העוסקות בהורות ובין חברי קהילות אלו, או במאפייני אישיות שאינם מופיעים במודל חמש התכונות הגדולות, כמו נרקסיזם, נחישות או שליטה עצמית.



מנהלי קהילות הם משתמשי רשת מעורבים יותר מהמוצע (Gazit, 2021a) ופירוש הדבר הוא שיש להם מאפייני אישיות ייחודיים (Fox & Rooney, 2015; Gazit & Bronstein, 2020; Schimschal & Lomas, 2019). לכן, במחקר זה נשווה בין מנהלות של קהילות הורים ובין חברות וחברים בקהילות הללו, ביחס למאפייני האישיות נרקיסזים (Menon, 2022), אלטרואיזם (Wright & Li, 2011), שליטה עצמית (Muraven & Baumeister, 2000) ונחישות (Mitterer, 2020).

נרקיסזים

נרקיסזים גרנדיוזי מוגדר כתכונה המאופיינת בתחושת גדלות גלויה, בתחושות זכאות ובהתנהגויות נצלניות (Rohmann et al., 2019). הקשר בין נרקיסזים להתנהגות ברשתות החברתיות נבדק במספר מחקרים. הממצאים מצביעים על כך שאנשים עם רמות גבוהות של נרקיסזים נוטים להשתמש ברשתות החברתיות בתדירות גבוהה יותר ממשתמשים אחרים, יוצרים קשרים רבים יותר עם חברים וירטואליים, ומפגינים יותר התנהגויות קידום עצמי בפלטפורמות אלו (Fox & Rooney, 2015; Gnamb, 2018; Appel, 2018). יתרה מכך, אנשים בעלי אישיות נרקיסטית נוטים להשתמש ברשתות החברתיות בעצימות גבוהה ולמשך זמן רב (Fox & Rooney, 2015; Menon, 2022). הקשר בין מנהיגות לנרקיסזים נבחן רבות בתחום הפסיכולוגיה הארגונית, ונמצא שאנשים נרקיסטיים נוטים יותר לחפש תפקידים עם היבט מנהיגותי ולקבל אותם (Braun, 2017; Grijalva et al., 2015). על בסיס ממצאים אלו אפשר להניח שנרקיסזים עשוי להשפיע על התנהגויות מקוונות מסוימות, ושלמנהלות ומנהלי קהילות, המשתמשים ברשתות החברתיות בתדירות גבוהה מאוד (Gazit, 2021b), עשויות להיות רמות גבוהות יותר של נרקיסזים מאשר למשתמשי רשת אחרים, כולל חברים בקהילות הללו. לפיכך, השערת המחקר הראשונה שלנו (RH1) היא: מנהלות של קהילות הורים יפגינו מאפייני אישיות נרקיסטית גבוהים יותר מאשר לחברות ולחברי קהילות אלו שאינם מנהלים.

אלטרואיזם

אלטרואיזם מוגדר כדאגה נטולת אנוכיות לזולת ובא לידי ביטוי בביצוע פעולות המביעות אמפתיה והתחשבות בצורכיהם של אחרים (Enelamah & Tran, 2020). נמצא שמשתמשי רשת בעלי רמות גבוהות של אלטרואיזם נוטים יותר לשתף ידע ברשתות החברתיות (Ma & Chan, 2014). התנהגות אלטרואיסטית קשורה במובהק לשתוף במידע, לתמיכה חברתית ולקשרים חברתיים בפלטפורמות מקוונות (Ma & Chan, 2014; Wong et al., 2017). משתמשים אלטרואיסטים בקהילות מקוונות

נוטים במידה רבה לשמור על קשר עם שאר חברי הקהילה ולהשתמש בטכנולוגיות כדי להפגין אכפתיות ולעזור למשתתפים אחרים (Wright & Li, 2011). מנהלות של קהילות פייסבוק העוסקות בתמיכה מפגינות התנהגות של תמיכה ודאגה כלפי חברי הקהילה (Gazit & Bronstein, 2020), ולכן עשויות להיות להן רמות גבוהות יותר של אלטרואיזם בהשוואה למשתמשי רשת אחרים. השערת המחקר השנייה (RH2) היא אפוא: מנהלות קהילות ההורים יפגינו אישיות אלטרואיסטית יותר מאשר חברות וחברים בקהילות הורים.

שליטה עצמית ונחישות (Grit)

שליטה עצמית קשורה ליכולת לווסת את תשומת הלב, את הרגשות ואת התגובה לפיתויים (Duckworth & Gross, 2014), ונמצא קשר בינה ובין רווחה נפשית, הצלחה בלימודים ויחסים בין-אישיים טובים (de Ridder et al., 2012). עם זאת, משתמשים ברשתות החברתיות מתקשים לעיתים קרובות להפגין שליטה עצמית, שכן עליהם לבחור בין שימוש ברשתות ובין חתירה למטרות הדורשות מאמץ (Du et al., 2021). מחקרים הראו ששימוש מופרז ברשתות קשור לשליטה עצמית נמוכה ולהתמכרות (Hameed & Irfan, 2021; Zahrai et al., 2022).

להבדיל משליטה עצמית, אשר כרוכה בהתאמת הפעולות למטרה למרות קיומן של חלופות מושכות יותר באותו רגע, תכונת הנחישות (Grit) כרוכה בחתירה ללא לאות למטרה נעלה, מאתגרת וארוכת טווח אחת (Duckworth & Gross, 2014). מחקרים הראו כי נחישות מנבאת הצלחה מקצועית ורכישת השכלה בין-תחומית (Schmidt et al., 2019). כמו כן, נמצא קשר חיובי בין שליטה עצמית ונחישות לבין הפגנת מנהיגות (Mitterer, 2020; Schimschal & Lomas, 2019) במרחבים מקוונים ובלתי-מקוונים (Gazit & Bronstein, 2020). מנהלות קהילות הורים הן משתמשות רשת אשר מפגינות מנהיגות מקוונת ברשתות החברתיות, לכן אפשר לשער שיימצאו אצלן רמות גבוהות של שליטה עצמית ונחישות בהשוואה למשתמשי רשת אחרים. לפיכך, השערות המחקר השלישית והרביעית במחקר זה הן:

RH3: מנהלות קהילות ההורים יפגינו שליטה עצמית רבה בהשוואה לחברות וחברים בקהילות הורים.

RH4: מנהלות קהילות ההורים יפגינו נחישות רבה בהשוואה לחברות וחברים בקהילות הורים.



שיטת המחקר

אוכלוסיית המחקר

במחקר נבדקו שתי אוכלוסיות: מנהלות של קהילות הורים בייסבוק (n=160) וחברות וחברים בקהילות אלה (n=393). בסך הכול השתתפו בו 553 נבדקים: 46 גברים (8.3%) ו-507 נשים (91.7%). גילאי הנבדקים נעו בין 24 ל-64 (M=36.12, SD=5.72). 393 נבדקים היו חברים בקהילות הורים בייסבוק (360 נשים ו-33 גברים) ו-160 היו מנהלות קהילות הורים בייסבוק (147 נשים ו-13 גברים). התפלגות המאפיינים הדמוגרפיים והמקצועיים של כלל הנבדקים מוצגת בטבלה 1.

טבלה 1

התפלגות המגדר, המצב המשפחתי, המצב התעסוקתי ורמת ההשכלה של הנבדקים על פי תפקיד (חברי קהילה, מנהלות)

חשתנה	ערנים	חברי קהילה (n=393)	מנהלות (n=160)	כלל המדגם (n=553)
מגדר	גברים	33 (8.4%)	13 (8.1%)	46 (8.3%)
	נשים	360 (91.6%)	147 (91.9%)	507 (91.7%)
מצב משפחתי	רווקות	13 (3.3%)	4 (2.5%)	17 (3.1%)
	נשואות	346 (88.0%)	127 (79.4%)	473 (85.5%)
	ידועים בציבור	31 (7.9%)	17 (10.6%)	48 (8.7%)
	אלמנים	0 (0.0%)	1 (0.6%)	1 (0.2%)
	גרושים	3 (0.8%)	9 (5.6%)	12 (2.2%)
	יחידניות	0 (0.0%)	2 (1.3%)	2 (0.4%)
מצב תעסוקתי	לא עובדים	36 (9.2%)	13 (8.1%)	49 (8.9%)
	עובדים	357 (90.8%)	147 (91.9%)	504 (91.1%)
רמת השכלה				
	הכשרה מקצועית	15 (3.8%)	24 (15.0%)	39 (7.1%)
	תואר אקדמי	345 (87.8%)	125 (78.1%)	470 (85.0%)

בקרב שתי האוכלוסיות יש רוב נשי מובהק (מעל 90% נשים). עשרה אחוזים ממנהלות הקהילות אינן בזוגיות (רווקות, גרושות, אלמנות, יחידניות) לעומת 4.1% שאינם בזוגיות (גרושים, רווקים) בקרב חברי הקהילות. בנוגע למצב התעסוקתי, בקרב שתי האוכלוסיות פחות מ-10% אינם עובדים, ובאשר לרמת ההשכלה, 15% ממנהלות הקהילות הן בעלות הכשרה מקצועית, בעוד בקרב חברי הקהילות רק ל-3.8% יש הכשרה מקצועית, והשאר בעלי תואר אקדמי (87%) או השכלה תיכונית (8.3%).

איסוף הנתונים

כדי לדגום את אוכלוסיית המנהלות של קהילות הורים בפייסבוק שילבנו בין שתי שיטות דגימה (בייט-מרום, 2001): דגימת מטרה ודגימת כדור השלג. תחילה יצרנו רשימה של קהילות הורים בפייסבוק, המורכבת מקהילות שהחוקרות מכירות וקהילות נוספות שנמצאו בחיפוש המילים "הורים", "אימא", "אבא", "ילדים", "יולדות" והטיות שונות שלהן. לאחר גיבוש הרשימה פנינו באופן אישי למנהלות של קהילות באמצעות תוכנת המסרים המיידיים של פייסבוק, וביקשנו מהן להשתתף במחקר ולמלא שאלון. כמו כן, כדי להגיע לתפוצה רחבה יותר ביקשנו ממנהלות שהשתתפו במחקר להזמין מנהלות ומנהלים נוספים שהן מכירות. גיוס הנבדקים נמשך שלושה חודשים, בין מאי לאוגוסט 2020.

כדי לגייס חברים בקהילות הורים בפייסבוק, פנינו באופן אישי למנהלות באמצעות תוכנת המסרים המיידיים של פייסבוק וביקשנו את אישורן לפרסם פוסט לגיוס נבדקים בקהילות שלהן. חמש מהן אישרו את הבקשה. לאחר קבלת האישור, פורסמו בקהילות אלו פוסטים עם הזמנה להשתתף במחקר וקישור לשאלון סקר מקוון שבנינו על פלטפורמת Google Form.

שיטת המחקר וכלי המחקר

שאלון הסקר המקוון שהנבדקים נתבקשו להשיב עליו הורכב משאלון דמוגרפי וארבעה שאלוני מחקר מתוקפים: שאלון נרקסיזם (Ames et al., 2006), שאלון אלטרואיזם (Witt & Boleman, 2009), שאלון שליטה עצמית (Tangney et al., 2004) ושאלון נחישות (Duckworth et al., 2007). להלן פירוט של כלי המחקר:

שאלון נרקסיזם (Ames et al., 2006)

שאלון ה-NPI (Narcissistic Personality Inventory) המקורי פותח בידי רסקין והל (Raskin & Hall, 1981) ועבר התאמה בידי אמונס (Emmons, 1987), שחיבר שאלון



עבור אוכלוסייה רגילה (נרקסיזם שאינו פתולוגי). השאלון המקורי מורכב מארבעים פריטים בחלוקה לגורמים: מנהיגות, התרכות בעצמי, ראוותנות ונצלנות. הגרסה העברית נמצאה מהימנה ותקפה (הכוולד, 1991). שאלון (Ames et al., 2006) (NPI-16) הוא גרסה מקוצרת לשאלון NPI המקורי, והוא מורכב מ־16 היגדים, הנמדדים בסולם ליקרט בן שש דרגות, הנע בין 1 ("כלל לא") ל־6 ("במידה רבה מאוד"). במחקר זה השמטנו שני היגדים השייכים לרכיב מנהיגות, כי סברנו שהם עשויים ליצור מעגליות לאור ההבנה שחלק מתפקידו של מנהל הקהילה הוא מנהיגותי: (1) "אנשים נוטים לזהות את הסמכותיות שבי"; (2) "הייתי רוצה שתהיה לי סמכות על אחרים". מהימנות עקיבות פנימית אלפא של קרונבאך עבור 14 ההיגדים בשאלון הנרקסיזם נמצאה גבוהה ($\alpha=.86$).

שאלון אלטרואיזם (Witt & Boleman, 2009)

שאלון The Self-Reported Altruism Scale (Rushton et al., 1981) מודד את התדירות שבה נבדקים עסקו בהתנהגויות עזרה. ב־2009 הופצה גרסה מקוצרת ובה 14 היגדים (Witt & Boleman, 2009), הנמדדים בסולם ליקרט בן חמש דרגות: מ־1 ("אף פעם") עד 5 ("לעיתים קרובות מאוד"). מהימנות עקיבות פנימית אלפא של קרונבאך בכלי זה נמצאה גבוהה ($\alpha=.84$).

שאלון שליטה עצמית (Tangney et al., 2004)

נמצא כי שאלון Brief Self-Control Scale הוא מנבא חזק של התנהגות הדורשת שליטה עצמית, ומאפשר בחינה מדויקת של השפעות השליטה העצמית במצבי חיים שונים (de Ridder et al., 2012). השאלון מורכב מ־13 היגדים, הנמדדים בסולם ליקרט בן חמש דרגות, הנע בין 1 ("כלל לא") ל־5 ("מאוד"). מהימנות עקיבות פנימית אלפא של קרונבאך בכלי זה נמצאה גבוהה ($\alpha=.85$).

שאלון נחישות (Duckworth et al., 2007)

שאלון Grit הוא שאלון לדיווח עצמי המודד רמת נחישות. בשאלון 12 היגדים, הנמדדים בסולם ליקרט בן חמש דרגות, מ־1 ("לא מייצג אותי כלל") עד 5 ("מייצג אותי מאוד"). השאלון מתייחס לשני רכיבים: הראשון הוא מידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת (Perseverance of Effort), כלומר מידת העמידות שמפגינים אנשים נוכח אתגר, והשני הוא מידת העקביות בחתירה למטרה (Consistency of Interests), כלומר נטייתם של אנשים לאמץ מערך קבוע של אינטרסים לאורך זמן.

מאחר שלא נמצא נוסח מתורגם ומתוקף של שאלון זה, ובמטרה לוודא את תקפותו ומהימנותו גם בשפה העברית, בוצע מחקר גישוש (פיילוט) שבמסגרתו הועבר השאלון בעברית ל-35 סטודנטים לתואר שני באוניברסיטה במרכז הארץ. בפיילוט זה התקבלה מהימנות עקיבות פנימית אלפא של קרונבאך $\alpha=.62$, אשר אינה מספקת. ניתוח ההיגדים נמצאו שני היגדים עם הקשר שלילי: (1) "כישלונות אינם מרתיעים אותי"; (2) "הגעתי ליעד שלקח שנים להגיע אליו". לפיכך הם שונו לנוסחים הבאים: (1) "כישלונות מרתיעים אותי"; (2) "הגעתי בחיי ליעדים שהצבתי לעצמי אשר דרשו זמן רב של השקעה". גרסתו המעודכנת של השאלון הועברה ל-45 סטודנטים לתואר ראשון ושני הלומדים במכללה במרכז הארץ. בפיילוט זה התקבלה מהימנות עקיבות פנימית אלפא של קרונבאך גבוהה ומספקת ($\alpha=.79$). מהימנות זוהה התקבלה במדגם של המחקר.

במדגם המחקר חושו ערכי מהימנות עקיבות פנימית אלפא של קרונבאך לכל אחד משני הרכיבים של שאלון Grit בנפרד. ערך מהימנות אלפא של קרונבאך עבור ששת ההיגדים המשתייכים לרכיב הראשון, הבוחן את "מידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת", נמצא גבוה ($\alpha=.71$). מקדם מהימנות אלפא של קרונבאך עבור ששת ההיגדים המשתייכים לרכיב השני, הבוחן את "מידת העקביות בחתירה למטרה", נמצא גבוה אף הוא ($\alpha=.78$).

שאלונים שלא הייתה בהם שונות בתשובות הנשאלים, וכן שאלונים שבהם בשאלת "תשומת הלב" ("אנא סמן בהיגד זה את תשובה מספר ארבע") סומנו תשובות לא תואמות, הוסרו מניתוח הנתונים. הנתונים הגולמיים שנאספו הוזנו לגיליון אקסל ונותחו באמצעות תוכנת IBM SPSS Statistics.

הנחיות

לפני עיבוד הנתונים הסטטיסטיים של המחקר, נערכו מבחני Shapiro-Wilk כדי לבחון האם מדדי המחקר השונים מתפלגים נורמלית, ונמצא כי חלק מהממצאים אינם מתפלגים נורמלית. על כן, השערות המחקר נבחנו הן באמצעות ניתוחים פרמטריים, המבוססים על ההנחה שקיימת התפלגות נורמלית של מדדי המחקר, והן באמצעות ניתוחים א-פרמטריים, אשר אינם מבוססים על הנחה זו. הניתוחים הפרמטריים שנערכו הם ניתוחי שונות חד-כיווניים מסוג ANOVA או MANOVA לבחינת ההבדלים בין אוכלוסיות המחקר השונות (חברי קהילות הורים בפייסבוק ומנהלות קהילות הורים) במדדי המחקר השונים. הניתוחים הא-פרמטריים שנערכו הם מבחני Mann-Whitney לבחינת ההבדלים בין אוכלוסיות המחקר השונות במדדי המחקר השונים. נמצא כי

קיימת התאמה הן ברמת המובהקות והן במסקנות העולות בין הניתוחים הפרמטריים לניתוחים הא-פרמטריים. על כן, לצורך הנוחות והעקביות באופן הצגת הממצאים, בפרק זה יוצגו הממצאים הפרמטריים בלבד.

כדי לבחון את ההבדלים בין החברות והחברים ובין המנהלות של קהילות הורים בפייסבוק ביחס לרמת האלטרואיזם, מידת השליטה העצמית ומידת הנרקסיזם, נערכו ניתוחי ANOVA חד-כיווניים לכל מדד בנפרד. נמצא כי קיימים הבדלים מובהקים סטטיסטית בין קבוצות המחקר במידת האלטרואיזם, במידת השליטה העצמית ובמידת הנרקסיזם [$F(1,551)=36.80, p<.001, \eta^2=0.12$; $F(1,551)=77.79, p<.001, \eta^2=0.12$; $F(1,551)=27.96, p<.001, \eta^2=0.05$]. ממצאי המחקר מעידים כי ממוצעי מידת האלטרואיזם, מידת השליטה העצמית ומידת הנרקסיזם גבוהים במובהק בקרב מנהלות של קהילות הורים בפייסבוק בהשוואה לממוצעים בקרב חברות וחברים בקהילות הורים (ראו טבלה 2 ותרשים 1).

כדי לבחון את ההבדלים בין קבוצות המחקר בשאלון הנחישות, נערך מבחן ניתוח שונות מסוג MANOVA לשני הגורמים בשאלון. המשתנה הבלתי תלוי הוא קבוצות המחקר ושני המשתנים התלויים הם מידת העקביות בחתירה למטרה ומידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת. נמצא כי קיימים הבדלים מובהקים סטטיסטית בין קבוצות המחקר בבדיקה הסימולטנית של גורמי שאלון הנחישות [$F(2,550)=12.74, p<.001, \eta^2=0.04$]. בבחינת כל אחד מהמשתנים התלויים בנפרד נמצא כי קיימים הבדלים מובהקים סטטיסטית בין קבוצות המחקר השונות ביחס למידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת [$F(1,551)=16.87, p<.001, \eta^2=0.03$]. ממצאי המחקר מעידים כי המידה הממוצעת של המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת גבוהה במובהק בקרב מנהלות של קהילות הורים בפייסבוק מאשר בקרב חברות וחברים בקהילות הורים. לעומת זאת, לא נמצאו הבדלים מובהקים סטטיסטית בין אוכלוסיות המחקר השונות בנוגע למידת העקביות בחתירה למטרה [$F(1,551)=1.52, p=.218, \eta^2=0.00$]. כלומר, המנהלות של קהילות הורים בפייסבוק מעידות על מאמץ רב יותר בחתירה למטרה בהשוואה לחברי קהילות ההורים, אך אין הבדלים במידת המאמץ הנתפס (ראו טבלה 2 ותרשים 1).



טבלה 2

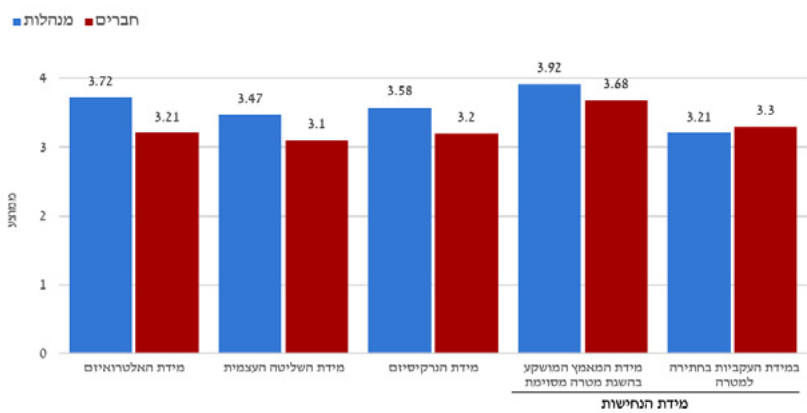
ממוצעים, סטיות תקן וחציונים של מידת האלטרואיזם, השליטה העצמית, הנרקסיזם והנחישות על פי אוכלוסייה (חברים, מנהלות)

η ²	p	F	מנהלות (n=160)			חברים (n=393)			
			Mdn	SD	M	Mdn	SD	M	
12.	.001	***77.79	3.79	0.68	3.72	3.21	0.58	3.21	מידת האלטרואיזם
06.	.001	***36.80	3.46	0.60	3.47	3.08	0.67	3.10	מידת השליטה העצמית
05.	.001	***27.96	3.57	0.78	3.58	3.21	0.77	3.20	מידת הנרקסיזם
מידת הנחישות									
03.	.001	***16.87	4.00	0.59	3.92	3.67	0.64	3.68	מידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת
00.	.218	1.52	3.17	0.76	3.21	3.33	0.80	3.30	מידת העקביות בחתירה למטרה

p < .001***

תרשים 1

ממוצעי מידת האלטרואיזם, השליטה העצמית, הנרקסיזם והנחישות על פי אוכלוסייה (חברים, מנהלות)



כדי לבחון האם קיימים הבדלים מובהקים סטטיסטית בגיל ובמספר הילדים בין חברי קהילות הורים למנהלות של קהילות אלו, נערכו מבחני t למדגמים בלתי תלויים (independent samples t -test). לפני שנבחנו ההבדלים במשתנים אלה בין שתי קבוצות המחקר, נבחנה הנחת הומוסקדסטיות באמצעות מבחן ליון (Levene's test). מבחן זה בודק אם יש שוויון בשונות במשתני הגיל ומספר הילדים בין קבוצות המחקר השונות. נמצא כי הנחת הומוסקדסטיות של שוויון בשונות מופרת. על כן, ערכי t המדווחים אינם מניחים שקיים שוויון שונות ודרגות החופש המדווחות הן במספרים לא שלמים. טבלה 3 מציגה את הממוצעים, סטיות התקן וערכי t של גיל ומספר הילדים על פי תפקיד.

טבלה 3

ממוצעים, סטיות תקן וערכי t של גיל ומספר הילדים על פי תפקיד (חברי קהילה, מנהלות)

Cohen's d	p	t	מנהלות (n=160)		חברי קהילה (n=393)		
			SD	M	SD	M	
0.76	.001	***7.59	6.83	39.29	4.63	34.83	גיל
0.71	.001	***7.13	1.04	2.46	0.78	1.81	מספר הילדים

*** $p < .001$

מהתבוננות בטבלה 3 אפשר לראות כי קיימים הבדלים מובהקים סטטיסטית הן בגיל והן במספר הילדים בין חברי קהילות הורים לבין מנהלות של קהילות הורים [7.59, $t(220.767) = 7.59$, $p < .001$] וכן [7.13, $t(235.553) = 7.13$, $p < .001$]. בהתאמה]. כמו כן אפשר לראות כי הגיל הממוצע של המנהלות ומספר הילדים הממוצע שלהן גבוהים במובהק מהגיל הממוצע ומספר הילדים הממוצע של חברות וחברי הקהילה.

דיון

במאמר זה השווינו בין מאפיינים של שני סוגי משתמשים בפייסבוק: אוכלוסיית המנהלות של קהילות הורים ואוכלוסיית החברות והחברים בקהילות מסוג זה. בחלק זה נדון בהבדלים שנמצאו בין אוכלוסיות המחקר הן במאפייני האישיות והן במאפיינים הדמוגרפיים. הרשתות החברתיות ממלאות תפקיד חשוב בחיי היומיום שלנו. בנוף הדיגיטלי של ימינו, מרחבים וירטואליים המוקדשים להורות, במיוחד בפייסבוק, הם

ערוץ חיוני של מידע, והם מספקים גם תמיכה קהילתית (Moon et al., 2019) התורמת לרווחתם של חבריה (Yamashita et al., 2020). המנהלות של הקהילות המקוונות, אשר מפגינות מנהיגות מקוונת (Lee et al., 2019), עומדות במרכזו של מחקר זה. ממצאי המחקר, המצביעים על הבדלים במאפייני האישיהונית ובמאפיינים הדמוגרפיים בין המנהלות לבין חברות וחברים, מאפשרים להעמיק בהבנתה של קבוצה שיש לה כוח והשפעה על חברות וחברי הקהילות, וכן מלמדים על האופן שבו הורות נחוות, מדוברת ומשתנה בעידן הדיגיטלי.

מאפייני האישיהונית

בעידן הרשתות החברתיות, שבו כל משתמש יכול להקים קבוצה על דעת עצמו, ללא רקע מקצועי או ניסיון (Seering et al., 2019), גילוי קווי הדמיון והשוני בין שתי האוכלוסיות יכול לסייע בהבנה של תפקיד המנהלות ושל הכישורים הנדרשים למנהיגות בקהילות ההורים הווירטואליות. המנהלות ממלאות תפקידים חיוניים בקהילות ההורים בפייסבוק, רמת המעורבות שלהן גבוהה (Gazit, 2021a; Zhao et al., 2015), והן יכולות לקדם נושאים חשובים בזירה זו (Lee et al., 2019). לכן, בחרנו להשוות בין המאפיינים של מנהלות בקהילות הורים למאפיינים של חברות וחברים בקהילות מסוג זה.

מהממצאים עולה כי מאפייני האישיהונית **נרקסיזם (RH1)**, **אלטרואיזם (RH2)** ו**שליטה עצמית (RH3)**, היו גבוהים יותר במובהק בקרב מנהלות קהילות הורים בפייסבוק מאשר בקרב חברות וחברים בקהילות הורים. בנוגע ל**נחישות (RH4)**, הממצאים מראים שאצל המנהלות נמצאו מאפיינים גבוהים יותר במובהק ביחס לגורם אחד של מאפיין הנחישות, **מידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת**, בהשוואה לחברות וחברים. לעומת זאת, לא נמצאו הבדלים סטטיסטיים מובהקים בין שתי אוכלוסיות המחקר ביחס לגורם השני, **מידת העקביות בחתירה למטרה**.

בהתאם להשערת המחקר, אצל מנהלות של קהילות הורים בפייסבוק נמצאו רמות גבוהות של **נרקסיזם** בהשוואה לחברות וחברים (RH1). נרקסיזם מוגדר כתחושה של גדלות וזכאות (Gnamb & Appel, 2018), ונמצא שהוא מנבא רמות גבוהות של פעילות חברתית בקהילות וירטואליות וברשתות חברתיות (Gazit & Aharony, 2018; Horton et al., 2014). מנהלות ומנהלי קהילות נחשבים ל"משתמשים כבדים" ברשתות החברתיות (Gazit, 2021a), כלומר הממצאים עולים בקנה אחד עם ממצאים בספרות המחקרית. מנהלות של קהילות נדרשות לשמש מנהיגות ולקבל החלטות עבור הקהילה, ולפיכך ייתכן שתפקידי מנהיגות ברשתות חברתיות מושכים משתמשים



עם רמות גבוהות של נרקסיזם, המעוניינים בכוח ובשליטה. קהילות מקוונות הן פלטפורמה שמאפשרת למנהלות ומנהלים לקבל תשומת לב והכרה ממשתמשים אחרים ברשת. כמו כן, ממחקרים עולה שמשתמשי פייסבוק עם רמות גבוהות של נרקסיזם נוטים לעסוק בקידום עצמי ובשיווק עצמי בפלטפורמה זו (Batool et al., 2022; Ryan & Xenos, 2011). ייתכן שקהילות ההורים המקוונות מאפשרות למנהלות למנף את המשאבים וההון החברתי הנלווים לפופולריות של הקהילה, ובכך משרתות את האינטרסים האישיים שלהן ומקדמות את שאיפותיהן.

באשר למאפיין **אלטרואיזם** (RH2), המנהלות של קהילות הורים דיווחו על רמה גבוהה של אלטרואיזם. אלטרואיזם מתייחס לדאגה חסרת אנוכיות לרווחתם של אחרים (Enelamah & Tran, 2020). אנשים משתמשים ברשתות החברתיות כדי לבטא את הדחפים האלטרואיסטיים שלהם ולפעול על פיהם, למשל באמצעות שיתוף מידע על נושאים חברתיים ופוליטיים, גיוס כסף למטרות צדקה או תמיכה באחרים (Wright & Li, 2011). התנהגות אלטרואיסטית של שיתוף מידע כוללת גם פרסומים תכופים, כדרך להביע עמדה ולתמוך בחברי הקהילה (Tabor & Milfont, 2013). לפיכך, באופן טבעי מנהלות קהילה נוטות לשתף יותר מידע מחברים אחרים בה. המנהלות גם מגלות מעורבות רבה יותר בקהילה משאר החברים (Menon, 2022; Schimschal & Lomas, 2019). נטיות אלו עולות בקנה אחד עם תפקידם של מנהלי הקהילות ועם מרכזיותם ברשתות החברתיות, ומתבטאות בכמות הפרסומים, בסגנון ובתכנים (Eitan & Gazit, 2021; Gazit, 2021b). במילים אחרות, מנהלות של קהילות הורים בפייסבוק מונעות מאלטרואיזם ורצון להשפיע לטובה על חייהם של אחרים, והן מבטאות זאת באמצעות שיתוף בניסיון האישי או המקצועי שלהן, משמשות אוזן קשבת ומספקות תמיכה להורים מניסיון העבר שלהן. על אף שבמבט ראשון נדמה שאלטרואיזם ונרקסיזם הם הפכים, במחקר זה נמצא שבין שני מרכיבים פסיכולוגיים אלה יש יחסים מורכבים, והם יכולים להתבטא בו-זמנית אצל אותו אדם. מחד גיסא, הצורך האלטרואיסטי מוביל מנהלות קהילות לסייע לחברות וחברים בקהילה, לספק להם מידע ולתמוך בהם. מאידך גיסא, התפקיד מספק צרכים נרקסיסטיים של קידום עצמי וביסוס מעמדן כבנות סמך.

ביחס למאפיין **שליטה עצמית**, שיערנו כי יימצאו הבדלים בין קבוצת המנהלות לקבוצת החברים בקהילות ההורים, וכי בקרב המנהלות רמת השליטה העצמית תהיה גבוהה בהשוואה לחברי קהילות ההורים (RH3). ואכן, השערה זו אוששה. שליטה עצמית מוגדרת כיכולת לווסת רגשות, מחשבות והתנהגויות במטרה להשיג תוצאות רצויות (Hofmann et al., 2012). מנהלות קהילה נדרשות לעיתים להתמודד עם מצבים מאתגרים או טעונים רגשית, כמו קונפליקטים בתוך הקהילה (Johnson et al., 2015);



(Lev-On & Steinfeld, 2020), תוך שמירה על אווירה נעימה, ולכן נדרשת מהן מידה רבה של שליטה עצמית. מכאן שממצאי המחקר תואמים את הספרות המתארת את המנהל כליבת הקהילה, הישות המרכזית שמובילה את הקהילה (Panteli & Sivunen, 2019). מסתמן שמיזום ניהול הקהילה מסייע למנהלות קהילות הורים, המתאפיינות ברמה גבוהה של שליטה עצמית, לקדם פעילות במרחב המקוון ולהשיג מטרות אישיות ועסקיות.

ממצאי המחקר עולה כי ישנם הבדלים בין מנהלות קהילות לחברים בקהילות הורים, בהקשר של משתנה הנחישות. משתנה זה כולל שני גורמים: מידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת ומידת העקביות בחתירה למטרה. בקבוצת מנהלות קהילות הורים בפייסבוק, נמצא כי מידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת הייתה גבוהה יותר מאשר בקבוצת החברים בקהילות הורים. לעומת זאת, לא נמצאו הבדלים מובהקים סטטיסטית בין הקבוצות השונות ביחס למידת העקביות בחתירה למטרה. מכאן שהשערת מחקר זו אוששה באופן חלקי (RH4). במחקר שבחן את ההשפעה של נחישות על הצלחת קריירה יזמית, נמצא כי מידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת קשורה לכל ההיבטים של הצלחה בקריירה, בעוד למידת העקביות בחתירה למטרה יש קשר חיובי רק להישגים פיננסיים (Salisu et al., 2020). ממצאים אלו מתייחסים להצלחה יזמית, ואפשר למצוא נקודות השקה בין יזמות עסקית לניהול קהילות מקוונות במסגרות של מנהלות קהילה להתמיד באתגרים הקשורים בהקמה של מיזמים ובניהולם, וכן ביכולתן לקדם מטרות ארוכות טווח כדי להגדיל את הקהילה המקוונת ולהוביל אותה להצלחה (Kraut & Fiore, 2014). לכן, אפשר לייחס את ההבדלים שנמצאו בין מנהלות לחברים בקהילות הורים ביחס למידת המאמץ המושקע בהשגת מטרה מסוימת, למאפיינים היוזמיים הכרוכים בתפקיד הניהולי.

גיל וחספ ילדים

בנוגע למאפיינים הדמוגרפיים שעליהם נשאלו הנבדקים במחקר, הממצאים מעידים על הבדלים בין המנהלות של קהילות הורים בפייסבוק לבין החברים בקהילות אלו ביחס לגילם ולמספר הילדים שלהם. נמצא כי המנהלות מבוגרות יותר מחברי הקהילות, וכי יש להן יותר ילדים. בדומה לכך, גם במחקר על קהילות שעוסקות בנושאים שונים (שאינם בהכרח הורות) נמצא שמנהלות ומנהלים מבוגרים יותר במובהק מחברים בקהילות (Gazit, 2021a). בהקשר זה, ייתכן שההבדל במספר הילדים קשור להבדלי הגיל בין שתי האוכלוסיות. נוסף על כך, העובדה שיש למנהלות יותר ילדים פירושה גם ותק בהורות, אשר מתיישב עם הבחירה להקים קהילה אשר עוסקת בהורות או להצטרף



לניהול של קהילה כזו, לחלוק מהניסיון שלהן (van Beelen et al., 2013) ולייצר עבור אחרים סביבה שתתמוך במסוגלות ההורית שלהם. הניסיון העשיר שצברו מנהלות הקהילות בהתמודדות ההורית שלהן הוא מקור של ידע אשר עובר מהורה להורה, למשל דרכי תקשורת בין הורים וילדים, גישות חינוך ואופנים שונים של תמיכה רגשית (Flowers et al., 2022). מנהלות הקהילות יכולות לזהות את האתגרים, הניצחונות והמסעות הייחודיים של הורים אחרים הנמצאים בתחילת הדרך או במהלכה, ומבינות באופן עמוק את הצרכים של חברי הקהילה ואת שאיפותיהם. הבנה זו יכולה לשמש אותן לקידום המטרות של הקהילה ולהגדלת הערך המוסף שחבריה מקבלים.

סיכום ומגבלות המחקר

לסיכום, אוששה ההנחה שאוכלוסיית המנהלות של קהילות הורים בפייסבוק נבדלת בהיבט של מאפייני אישיות ומאפיינים דמוגרפיים מאוכלוסיית החברות והחברים בקהילות אלו. שונות זו מיוחסת לייחודו של התפקיד הניהולי ולזמן שהן משקיעות ברשתות החברתיות המקוונות, כמו גם לערך המוסף שהקהילה מעניקה להן. אף שהקמת קהילה מקוונת אינה עניין מורכב מבחינה טכנית, משתמשי רשת רבים לא מצליחים להקים ולהוביל קהילות מקוונות פעילות, על אחת כמה וכמה קהילות של הורים. מנהלות הקהילות ממלאות תפקיד מרכזי בהובלת הקהילה, באמצעות עידוד דיונים, מתן מידע, אינטראקציות בין-אישיות ותמיכה רגשית, ויש להן השפעה ניכרת על הורים רבים בישראל. מהמחקר הנוכחי עולה כי כדי להצליח להקים ולהוביל קהילה שתמלא את צורכי ההורים, נדרשים מהעומדות בראשה מאפיינים ייחודיים, ובהם מאפייני אישיות כמו שליטה עצמית, נרקיסיזם ואלטרואיזם. היבטים אלו מדגישים את החשיבות שבחקר אוכלוסייה ייחודית זו, ויש להמשיך ולערוך מחקרים שיעמיקו את התובנות הנוגעות לה.

למחקר הנוכחי יש מגבלות מסוימות הנובעות משיטת המחקר. ראשית, הוא עסק בקהילות הורים שמקורן בישראל. לפיכך, התוצאות עשויות להיות רלוונטיות בעיקר להקשר הישראלי, ויש לנקוט משנה זהירות מפני שיוך הממצאים למדינות או לתרבויות אחרות. לפיכך, מומלץ לערוך מחקרים עתידיים במדינות אחרות ולהשוות בין הממצאים. שנית, איסוף הנתונים באמצעות דיווח עצמי עלול לגרום להטיה. שלישית, הממצאים מייצגים רק את מי שבחרו להשתתף במחקר - בעיקר נשים, מה שעולה בקנה אחד עם העובדה שנשים נוטות להיות פעילות יותר מגברים ברשתות החברתיות (Gazit et al., 2019; Tifferet, 2020). מחקרים עתידיים שיעסקו בניהול קהילות של אבות עשויים להניב תוצאות מעניינות ושונות.

1 תפקידי ניהול של קהילות הורים מאוישים לרוב בידי נשים, לכן בחרנו להשתמש בלשון נקבה. עם זאת, כל האמור לאורך המאמר מתייחס לכלל המנהלים והמנהלות, ללא קשר לזהותם המגדרית.

רשימת המקורות

- בייט־מרום, ר' (2001). **שיטות מחקר במדעי החברה: עקרונות המחקר וסגנונותיו** (כרך א - עקרונות המחקר, יחידה 2: מושגי יסוד בחקירה המדעית [ב], עמ' 114-145). האוניברסיטה הפתוחה.
- הכוולד, א' (1991). **הפיצול כתהליך הגנתי, רגשיקוגניטיבי, של עיבוד מידע** [עבודה שלא פורסמה לשם קבלת תואר מוסמך]. אוניברסיטת חיפה.
- לב־און, א' (2015). **קהילות מקוונות**. רסילנג.
- סופר תאני, ע' (2018, 27 במאי). מנכ"לית פייסבוק ישראל: מקצוע חדש נולד - מנהלי קהילות. **גלובס**. <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001238152>
- רוט־כהן, א' ולהב, ת' (2019). מלכודת תיירים: הטמעת מסרים שכנועים בקבוצות תירות פנים בפייסבוק. **מסגרות מדיה**, 18, 87-109.
- Al-Rawi, A. (2019). Facebook and virtual nationhood: Social media and the Arab Canadians community. *AI & Society*, 34(3), 559–571. <https://doi.org/10.1007/s00146-017-0742-3>
- Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality*, 40(4), 440–450. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2005.03.002>
- Ammari, T., & Schoenebeck, S. (2016). “Thanks for your interest in our Facebook group, but it’s only for dads:” Social roles of stay-at-home dads. *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing, CSCW*, 1363–1375. <https://doi.org/10.1145/2818048.2819927>
- Archer, C., & Kao, K.-T. (2018). Mother, baby and Facebook makes three: Does social media provide social support for new mothers? *Media International Australia*, 168(1), 122–139. <https://doi.org/10.1177/1329878X18783016>
- Batool, M., Ahmad, L., Sadaqat, R., & Tariq, S. (2022). Narcissistic personality, social media and mental health in early adulthood. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(1), 214–223. <https://doi.org/10.52131/PJHSS.2022.1001.0189>

- Blanchard, A. L., & Markus, M. L. (2004). The experienced “sense” of a virtual community: Characteristics and processes. *ACM SIGMIS Database: The DATABASE for Advances in Information Systems*, 35(1), 64–79. <https://doi.org/10.1145/968464.968470>
- Borràs, V., Ajenjo, M., & Moreno-Colom, S. (2021). More time parenting in Spain: A possible change towards gender equality? *Journal of Family Studies*, 27(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/13229400.2018.1440618>
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303–1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- de Ridder, D. T. D., Lensvelt-Mulders, G., Finkenauer, C., Stok, F. M., & Baumeister, R. F. (2012). Taking stock of self-control: A meta-analysis of how trait self-control relates to a wide range of behaviors. *Personality and Social Psychology Review*, 16(1), 76–99. <https://doi.org/10.1177/1088868311418749>
- Du, J., Kerkhof, P., & van Koningsbruggen, G. M. (2021). The reciprocal relationships between social media self-control failure, mindfulness and wellbeing: A longitudinal study. *PLoS ONE*, 16(8), e0255648. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255648>
- Duckworth, A., & Gross, J. J. (2014). Self-control and grit: Related but separable determinants of success. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 319–325. <https://doi.org/10.1177/0963721414541462>
- Duckworth, A., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6), 1087–1101. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.6.1087>
- Eitan, T., & Gazit, T. (2021). Leader behaviors in Facebook support groups: An exploratory study. *Current Psychology*, 42(12), 9691–9707. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02262-w>
- Emmons, R. A. (1987). Narcissism: Theory and measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 11–17. <https://doi.org/https://doi.org/0022-3514/87/S00.75>
- Enelamah, N. V., & Tran, T. (2020). Dimensions of altruism behaviors among Americans in the general social survey. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 30(2), 213–227. <https://doi.org/10.1080/10911359.2019.1673274>

- Evans, M., Donelle, L., & Hume-Loveland, L. (2012). Social support and online postpartum depression discussion groups: A content analysis. *Patient Education and Counseling*, 87(3), 405–410. <https://doi.org/10.1016/J.PEC.2011.09.011>
- Farzan, R., & Jonassaint, C. (2017). Exploring dynamics of Facebook health support groups: A leadership perspective. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*, 3754–3763. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.454>
- Flowers, L., Duchesne, L., & Gaucher, C. (2022). Parent-to-parent advice: What can we learn by listening to parents of deaf children. *Societies*, 12(6), 1–11. <https://doi.org/10.3390/soc12060152>
- Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161–165. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017>
- Fronzetti Colladon, A., & Vagaggini, F. (2017). Robustness and stability of enterprise intranet social networks: The impact of moderators. *Information Processing & Management*, 53(6), 1287–1298. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2017.07.001>
- Gal, L., Gazit, T., & Bronstein, J. (2022). The motivations of leaders to lead Facebook online groups: A case study of parenting groups. *Behaviour & Information Technology*, 42(10), 1604–1616. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2093272>
- Gazit, T. (2021a). Key motivations for leading Facebook communities: A uses and gratifications approach. *Aslib Journal of Information Management*, 73(3), 454–472. <https://doi.org/10.1108/AJIM-11-2020-0379>
- Gazit, T. (2021b). Exploring leadership in Facebook communities: Personality traits and activities. *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences*, 3027–3036. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2021.369>
- Gazit, T., & Aharony, N. (2018). Factors explaining participation in WhatsApp groups: An exploratory study. *Aslib Journal of Information Management*, 70(4), 390–413. <https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2018-0053>
- Gazit, T., Aharony, N., & Amichai-Hamburger, Y. (2019). Tell me who you are and I will tell you which SNS you use: SNSs participation. *Online Information Review*, 44(1), 139–161. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2019-0076>

- Gazit, T., & Bronstein, J. (2020). An exploration of the leadership strategies of Facebook community leaders. *Online Information Review*, 45(1), 99–117. <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2020-0034>
- Gnams, T., & Appel, M. (2018). Narcissism and social networking behavior: A meta-analysis. *Journal of Personality*, 86(2), 200–212. <https://doi.org/10.1111/JOPY.12305>
- Grimmelmann, J., Black, A., Ard, B. J., Bal-Kin, J., Balganes, S., Bramble, N., Citron, D., Huang, A., Haughey, M., Jeong, S., Kapczynski, A., Krinsky, D., Ri-Ley, C., Smith, H., West, J., & Wu, S. (2015). The virtues of moderation. *Yale Journal of Law and Technology*, 17(1), 43–109.
- Hillery, G. (1955). *Definitions of community: areas of agreement*. Rural Sociology.
- Johnson, S. L., Safadi, H., & Faraj, S. (2015). The emergence of online community leadership. *Information Systems Research*, 26(1), 165–187. <https://doi.org/10.1287/isre.2014.0562>
- Kraut, R. E., & Fiore, A. T. (2014). The role of founders in building online groups. *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing, CSCW*, 722–732. <https://doi.org/10.1145/2531602.2531648>
- Lee, J. Y.-H., Yang, C.-S., Hsu, C., & Wang, J.-H. (2019). A longitudinal study of leader influence in sustaining an online community. *Information & Management*, 56(2), 306–316. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.10.008>
- Lev-On, A. (2017). Administrating social media: The significance of managers. *First Monday*, 22(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i10.7413>
- Lev-On, A., & Steinfeld, N. (2020). “Objection, your honor”: use of social media by civilians to challenge the criminal justice system. *Social Science Computer Review*, 38(3), 315–333. <https://doi.org/10.1177/0894439318771523>
- Lu, X., Jiang, J., Head, M., & Yang, J. (2022). The impact of linguistic complexity on leadership in online Q&A communities: Comparing knowledge shaping and knowledge adding. *Information & Management*, 59(6), 103675. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103675>
- Ma, W. W. K., & Chan, A. (2014). Knowledge sharing and social media: Altruism, perceived online attachment motivation, and perceived online relationship commitment. *Computers in Human Behavior*, 39, 51–58. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.06.015>

- Malinen, S. (2021). Boundary control as gatekeeping in facebook groups. *Media and Communication*, 9(4), 73–81. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4238>
- McCarthy, R., Byrne, G., Brettle, A., Choucri, L., Ormandy, P., & Chatwin, J. (2020). Midwife-moderated social media groups as a validated information source for women during pregnancy. *Midwifery*, 88, 102710. <https://doi.org/10.1016/j.midw.2020.102710>
- Menon, D. (2022). Updating ‘stories’ on social media and its relationships to contextual age and narcissism: A tale of three platforms – WhatsApp, Instagram and Facebook. *Heliyon*, 8(5), e09412. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09412>
- Mitterer, H. (2020). *The effect of self-control and grit on female leader emergence* [Doctoral dissertation, Walden University]. ProQuest Dissertations and Theses. <https://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=10469&context=dissertations>
- Moon, R. Y., Mathews, A., Oden, R., & Carlin, R. (2019). Mothers’ perceptions of the internet and social media as sources of parenting and health information: Qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 21(7), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.2196/14289>
- Morris, M. R. (2014). Social networking site use by mothers of young children. *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1272–1282. https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2016/02/moms_and_social_networks_cscw2014.pdf
- Muraven, M., & Baumeister, R. F. (2000). Self-regulation and depletion of limited resources: Does self-control resemble a muscle? *Psychological Bulletin*, 126(2), 247–259. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.126.2.247>
- Panteli, N., & Sivunen, A. (2019). “I am your fan; bookmarked!” Members’ identification development in founder-led online communities. *Journal of the Association for Information Systems*, 20(6), 824–841. <https://doi.org/10.17705/1jais.00552>
- Raskin, R., & Hall, C. S. (1981). The narcissistic personality inventory: Alternate form reliability and further evidence of construct validity. *Journal of Personality Assessment*, 45(2), 159–162. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4502_10

- Rohmann, E., Hanke, S., & Bierhoff, H.-W. (2019). Grandiose and vulnerable narcissism in relation to life satisfaction, self-esteem, and self-construal. *Journal of Individual Differences*, 40(4), 194–203. <https://doi.org/10.1027/1614-0001/a000292>
- Rushton, P. J., Roland, C. D., & Fekken, C. G. (1981). The altruistic personality and the self-report altruism scale. *Personality and Individual Differences*, 2(4), 293–302. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(81\)90084-2](https://doi.org/10.1016/0191-8869(81)90084-2)
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658–1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Salisu, I., Hashim, N., Mashi, M. S., & Aliyu, H. G. (2020). Perseverance of effort and consistency of interest for entrepreneurial career success: Does resilience matter? *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(2), 279–304. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2019-0025>
- Schmidt, F. T. C., Fleckenstein, J., Retelsdorf, J., Eskreis-Winkler, L., & Möller, J. (2019). Measuring grit: A German validation and a domain-specific approach to grit. *European Journal of Psychological Assessment*, 35(3), 436–447. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000407>
- Seering, J., Wang, T., Yoon, J., & Kaufman, G. (2019). Moderator engagement and community development in the age of algorithms. *New Media & Society*, 21(7), 1417–1443. <https://doi.org/10.1177/1461444818821316>
- Sjöberg, M., & Lindgren, S. (2017). Challenging the roles of “skilled” professionals and “risky” young mothers: Peer support, expertise, and relational patterns in Facebook groups. *Journal of Technology in Human Services*, 35(3), 247–270. <https://doi.org/10.1080/15228835.2017.1367350>
- Strange, C., Fisher, C., Howat, P., & Wood, L. (2018). ‘Easier to isolate yourself...there’s no need to leave the house’ – A qualitative study on the paradoxes of online communication for parents with young children. *Computers in Human Behavior*, 83, 168–175. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.040>
- Sultana, S., Asaha, P., Hasan, S., Alam, R., Akter, R., Islam, M., Arnob, R., Najmul, I., Al-ameen, M., & Aqueahmed, S. (2022). Imagined online communities: Communion, sovereignty, and inclusiveness in Facebook groups. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW2), 1–29. <https://doi.org/10.1145/3555132>

Tabor, A. S., & Milfont, T. L. (2013). We are all in the same boat: How online communities facilitate the process of migration. *New Zealand Journal of Psychology, 42*(1), 31–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12564-018-9541-x>

Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality, 72*(2), 271–324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>

Tifferet, S. (2020). Gender differences in social support on social network sites: A meta-analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 23*(4), 199–209. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0516>

van Beelen, M. E. J., Beirens, T. M. J., den Hertog, P., van Beeck, E. F., & Raat, H. (2013). First-time parents are not well enough prepared for the safety of their infant. *PLoS ONE, 8*(3), e58062. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0058062>

van Uden-Kraan, C. F., Drossaert, C. H. C., Taal, E., Seydel, E. R., & van de Laar, M. A. F. J. (2010). Patient-initiated online support groups: Motives for initiation, extent of success and success factors. *Journal of Telemedicine and Telecare, 16*(1), 30–34. <https://doi.org/10.1258/jtt.2009.001009>

Witt, P. A., & Boleman, C. (2009). *Adapted self-report altruism scale*. Youth Development.

Wong, E. T. K., Ma, W. W. K., & Chan, W. W. L. (2017). Exploring the relationships of online social ties, altruism, and online social support. *Journal of Communication and Education, 4*(1), 4–18).

Wright, M. F., & Li, Y. (2011). The associations between young adults' face-to-face prosocial behaviors and their online prosocial behaviors. *Computers in Human Behavior, 24*(5), 1959–1962. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.04.019>

Yamashita, A., Isumi, A., & Fujiwara, T. (2020). Online peer support and well-being of mothers and children: Systematic scoping review. *Journal of Epidemiology, 32*(2), 61–68. <https://doi.org/10.2188/jea.JE20200079>

Yang, N., Chen, H., Li, X., Yu, M. Y., & Wang, X. H. F. (2022). Leader status and team performance—The role of leader popularity and leader narcissism. *Current Psychology, 42*(25), 21384–21396. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03240-6>

- Zhang, J., Hamilton, W., Danescu-Niculescu-Mizil, C., Jurafsky, D., & Leskovec, J. (2017). Community identity and user engagement in a multi-community landscape. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1), 377–386. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14904>
- Zhao, K., Greer, G. E., Yen, J., Mitra, P., & Portier, K. (2015). Leader identification in an online health community for cancer survivors: A social network-based classification approach. *Information Systems and E-Business Management*, 13(4), 629–645. <https://doi.org/10.1007/s10257-014-0260-5>