

מאחורי הקלעים של #מחאת הנוער למען האקלים: מיומנויות של אוריינות מדיה דיגיטליים בקרב בני נוער אקטיביסטים

דגנית לוי ונטע קליגלר-וילנצ'יק*

תקציר

המחקר בודק כיצד בני נוער הפעילים ב"מחאת הנוער למען האקלים" משתמשים ברשתות החברתיות למטרות אקטיביזם מקוון בנושא משבר האקלים, ועל אילו מיומנויות של אוריינות מדיה דיגיטלית הם נסמכים לשם כך. הוא מתבסס על 25 ראיונות חצי מובנים עם פעילים במחאה, בטווח הגילים 12-19. ניתוח רוחבי של הראיונות הראה שבאמצעות למידת עמיתים ממוסדת, הפעילים רוכשים סט כישורים חברתיים וטכנולוגיים, הכולל מודעות חברתית-טכנולוגית לאפקטיביות הפוטנציאלית של אקטיביזם ברשתות החברתיות, יצירה והפצה, רפלקציה והפעלת שיקול דעת אתי. כישורים אלה שימשו את בני הנוער בעת שגרה, וביתר שאת אל מול האתגרים שנתקלו בהם כאשר פרצה מלחמת חרבות ברזל. לפיכך, מחקר זה מסייע במיפוי הכישורים שנדרשים לבני נוער כדי לבטא את עצמם באפקטיביות בנושאים פוליטיים ברשתות החברתיות, וזאת במציאות הישראלית המורכבת של ימינו.

"בשבילי זה כלי השפעה": כך רואה אורי' (16 וחצי), פעיל לשעבר בצוות הדיגיטל בתנועה הישראלית "מחאת הנוער למען האקלים", את הרשתות החברתיות. בסרטון שצולם במצעד האקלים בנובמבר 2022, והועלה לרשת החברתית טיקטוק עם ההאשטג #משבר האקלים, אורי צועד עם בני נוער נוספים כשהם צועקים: "אם אין לעולם עתיד

* דגנית לוי, המחלקה לתקשורת ועיתונאות, האוניברסיטה העברית בירושלים (dganit.levi@mail.huji.ac.il).

פרופ' נטע קליגלר-וילנצ'יק, המחלקה לתקשורת ועיתונאות, האוניברסיטה העברית בירושלים (neta.kv@mail.huji.ac.il).

מחקר זה מומן בידי משרד החינוך. הממצאים והמסקנות במחקר הם של החוקרות בלבד.

למה לי להיות תלמיד? אם העולם הולך למות למה לעשות בגרות?" דוגמה זו ממחישה מקצת הסוגיות שיידונו במאמר זה: כיצד בני נוער² הפעילים ב"מחאת הנוער למען האקלים" משתמשים ברשתות חברתיות למטרות אקטיביזם, ועל אילו מיומנויות של אוריינות מדיה דיגיטליים הם מסתמכים לשם כך.

הכוונה היא לא רק למיומנויות טכניות (כיצד להעלות סרטון או להוסיף תיוג), אלא גם למיומנויות חברתיות (Jenkins et al., 2009), כולל יכולת להעלות מודעות לנושאים פוליטיים ויכולת לעשות רפלקציה על תהליך ההפקה וההפצה של תוכן אקטיביסטי ברשתות החברתיות. לדוגמה, אור סיפר כיצד, בעקבות שיחה עם חבר למחאה, הוא הגיע לתובנה חשובה: "התחלתי להעלות סרטונים בלי איזושהי מחשבה גדולה [...] הוא אמר לי: 'תחשוב על דברים שמפריעים לך. אתה בא להעלות מודעות. אתה בא להגיד את המילה שלך ואת מה שכוואב לך'" (23.11.2022).

משבר האקלים הוא אחד הנושאים הפוליטיים הבווערים המעסיקים כיום בני נוער בעולם, וגם בישראל (זלוטניק רז ווינדמן, 2023). בני הנוער מתייחסים למשבר האקלים כרלוונטי לחייהם האישיים, כי הם קבוצת הגיל העיקרית שתושפע מתוצאותיו (שר, 2022). בעוד מחקרים רבים בעולם בוחנים את התפקיד שממלאות רשתות חברתיות בקרב אקטיביסטים בנושא משבר האקלים (לדוגמה: Buhre, 2023; Hautea et al., 2021), הנושא טרם נחקר לעומקו בהקשר הישראלי, אף על פי שישראל היא מקרה מבחן מעניין במיוחד. דווקא בשל תשומת הלב הציבורית והתקשורתית המועטה יחסית שמשבר האקלים זוכה לה בישראל, ובשל מקומו הנמוך בסדר העדיפויות הפוליטי ביחס למדינות אחרות (שר ודקט, 2020), חשוב להבין כיצד בני נוער בישראל לומדים על הנושא ובוחרים לעסוק בו, ואיזה תפקיד ממלאות הרשתות החברתיות בתהליך זה.

במחקר הנוכחי בחרנו להתמקד בבני נוער, שכן תקופת הנעורים היא תקופה מרכזית אשר בה מתעצבת האישיות החברתית והפוליטית שלנו, ועם זאת קולם הפוליטי של בני נוער מודר במקרים רבים מהשיח הציבורי והאקדמי (Neag et al., 2024). חשוב לבחון גם את התפקיד שממלאות בהקשר הזה הרשתות החברתיות, שכן הן מרכזיות בחייהם של בני נוער, ויכולות לשמש סוכני חברות פוליטי חשובים עבור צעירים, הן מבחינת למידה על נושאים פוליטיים והן מבחינת ביטוי פוליטי (Genner & Süß, 2017).

עם זאת, אין להניח שכל שימוש של בני נוער ברשתות חברתיות למטרות פוליטיות יהיה 'חיובי': בני נוער יכולים להשתמש ברשתות גם כדי ליצור ולהפיץ תכנים אלימים, גזעניים ומיזוגיניים (Weimann & Masri, 2020) או לקדם מטרות אנטי-דמוקרטיות (boyd, 2018). לכן, חוקרים מדגישים את החשיבות של הקניית "אוריינות מדיה

דיגיטליים" (Jenkins et al., 2009), אשר כוללת מימוניות חברתיות וטכנולוגיות (Hobbs, 2021), מתוך תקווה שמיומנויות אלה יובילו לאקטיביזם הכולל רפלקציה וחשיבה מעמיקה על ההשלכות האפשריות של הפעילות.

לאור זאת, מטרת המחקר הנוכחי היא להבין אילו מימוניות מאפשרות אקטיביזם 'אפקטיבי' ו'חיובי' ברשתות החברתיות. 'אפקטיבי' פירושו סוג השתתפות שמסייע לאקטיביסטים להשיג את היעדים שלהם. עם זאת, יעדים אקטיביסטיים יכולים להיות גם לא דמוקרטיים. הנחת המוצא שלנו במאמר זה היא שדמוקרטיה הינה צורת השלטון המיטיבית עבור אזרחים בישראל, שכן היא הדרך היחידה לשמר את "זכויות האדם, השוויון האזרחי והפרדת הרשויות" (אלוני, 2024, עמ' 607). אם כן, קידום הדמוקרטיה צריך לעמוד בבסיס ההשתתפות האזרחית האקטיביסטית של בני נוער (ראו שפר ויאיר, 2024), ולכן נגדיר השתתפות 'חיובית' ככזו שמשמרת ערכים דמוקרטיים ומקדמת אותם.

לפיכך, "מחאת הנוער למען האקלים" בישראל היא מקרה בוחן מעניין. בני הנוער הפעילים בתנועה עושים שימוש אסטרטגי ברשתות החברתיות, שהוא לרוב אפקטיבי וחיובי. שאלת המחקר המנחה אותנו היא: **כיצד בני הנוער הפעילים ב"מחאת הנוער למען האקלים" בישראל משתמשים ברשתות החברתיות לביצוע אקטיביזם חברתי בנושא משבר האקלים, ועל אילו מימוניות של אוריינות מדיה דיגיטליים הם מסתמכים לשם כך?**

ממצאי המחקר יאפשרו להציע מודל תאורטי שישרטט את המימוניות החברתיות טכנולוגיות של אוריינות מדיה דיגיטליים, אשר על בני נוער לרכוש כדי לעשות שימוש אפקטיבי ורפלקטיבי ברשתות חברתיות כפלטפורמות לאקטיביזם דיגיטלי.

רקע תאורטי

המחקר משלב בין שני גופי ידע משיקים: חינוך לאוריינות מדיה דיגיטליים, ואקטיביזם דיגיטלי של בני נוער ברשתות חברתיות. את שניהם ניישם בהקשר של בני נוער אקטיביסטים בישראל הפועלים בנושא משבר האקלים.

אוריינות מדיה דיגיטליים

המושג "אוריינות" מתייחס במקור לידיעת קרוא וכתוב. עם התפתחות טכנולוגיות התקשורת נוסף נדבך שני לאוריינות: צרכנות ביקורתית של תכנים תקשורתיים. הנדבך השלישי, "אוריינות מדיה חדשים", דורש גם מימוניות הנוגעות ליצירת תכנים

והפצתם (Livingstone, 2004). זאת מאחר שבעידן הדיגיטלי המשתמשים הם לא רק צרכנים, אלא בעלי יכולת להפיק ולהפיץ תכנים מקוונים, בין השאר בנושאים חברתיים ופוליטיים (Hobbs, 2021). אוריינות מדיה דיגיטליים כוללת ארבעה היבטים (Livingstone, 2004): נגישות, ניתוח, הערכה ויצירה של תכנים תקשורתיים. היבט הנגישות קשור לפער הדיגיטלי, כלומר פערי גישה לאמצעים טכנולוגיים, בעיקר בקרב אוכלוסיות מוחלשות, אך גם לפערים ברמת האוריינות של מדיה דיגיטליים. היבט הניתוח מוגדר כיכולת לפרש ולפענח את התכנים המיוצרים ומופצים באמצעי המדיה שונים, והוא מתקשר גם להיבט ההערכה, שכולל את היכולת להעריך את מידת האמינות של טקסט, את מקורותיו ואת האינטרסים הנוגעים להפצתו. שני היבטים אלה מצביעים על צרכנות ביקורתית של תכנים (Livingstone, 2004).

ואולם, הרשתות החברתיות מאפשרות למשתמשים להיות לא רק צרכני תוכן מקוון, אלא גם יצרנים פעילים שלו (Livingstone, 2004). יכולת יצירת התוכן, שנותחה כבר בראשית שנות האלפיים, עם תחילת העידן הדיגיטלי (לדוגמה, בהקשר של בלוגים או כתיבה בפורומים), השתכללה מאוד מאז עליית הרשתות החברתיות, אשר הפכו את יצירת התוכן לקלה, נגישה ונפוצה הרבה יותר (Hobbs, 2021).

ניתן לראות יצירת תוכן ברשתות חברתיות כחלק מ"תרבות ההשתתפות" (Jenkins et al., 2009) (participatory culture). זוהי תרבות המעודדת ביטוי אומנותי ומעורבות אזרחית, באמצעות תמיכה ביצירה של פריטי תרבות מקוונים (סרטונים, תמונות, ממים ועוד) ובשיתופם עם משתתפים אחרים, ובאמצעות למידת עמיתים בלתי-פורמלית. כמו כן, המשתתפים מאמינים שתרומתם חשובה ושאחרים יעריכו אותה.

אחד המאפיינים של "תרבות ההשתתפות" הוא תנאי סף נמוכים להשתתפות (Jenkins et al., 2009), כלומר, למשתתפים קל יחסית לקחת חלק ביצירת תכנים ובשיתופם. אף שיש חשיבות לקיומם של תנאי סף נמוכים, שכן הם מאפשרים השתתפות נרחבת, כרוך בכך סיכון, שכן כאשר צעירים (או אחרים) משתמשים ברשתות חברתיות ללא הכוונה או רפלקציה, הם עלולים לפגוע בעצמם, באחרים או בחברה כולה (boyd, 2018). לפיכך, הובס (Hobbs, 2021) רואה במיומנות ה"רפלקציה" היבט מהותי באוריינות מדיה דיגיטליים, ובייחוד בהקשר של השתתפות פוליטית. חוקרים טוענים כי צעירים לרוב לא יבצעו רפלקציה באופן אינטואיטיבי סביב השתתפותם ברשתות החברתיות, ועל כן הם זקוקים לתמיכה כדי לבחון את המורכבויות הכרוכות בהשתתפות זו (Jenkins et al., 2009). במילים אחרות, אומנם בהיבט ה**טכני** ניתן כיום ליצור ולשתף סרטונים ברשתות החברתיות בקלות ובמהירות, אך כדי ליצור ולשתף

תכנים פוליטיים באופן אפקטיבי וחיובי, תוך התמודדות עם האתגרים שנובעים מפעילות זו (כגון הבחנה בין מידע אמיתי למידע שגוי, או התאמת המסרים להקשרים פוליטיים מורכבים), יש לרכוש מיומנויות חברתיות מקיפות (Hobbs, 2021).

כבר בשנת 2009, הציגו ג'נקינס ואח' (Jenkins et al., 2009) את רשימת המיומנויות החברתיות שלתפיסתם דרושות לצעירים כדי להתמודד עם האתגרים הנובעים מהמורכבויות של השתתפות דיגיטלית. אולם, הדו"ח שנכתב לפני עשור וחצי התייחס לסביבה דיגיטלית שבה נוכחותן של הרשתות החברתיות הייתה זניחה. גם האתגרים הפוליטיים השתנו, ובמידה רבה נהיו מורכבים יותר. אנו נמצאים בתקופת משבר במישור המקומי והבין-לאומי, תקופה המתאפיינת בין השאר בקיטוב פוליטי, נסיגת הדמוקרטיה וחוסר אמון גובר כלפי מוסדות ציבוריים (בהקשר הישראלי ראו אלוני, 2024).

השימוש של בני נוער ברשתות חברתיות לחטרות אקטיביזם דיגיטלי

בעשורים האחרונים, הרשתות החברתיות הפכו דומיננטיות בחייהם של בני הנוער (Hobbs, 2021) בישראל, כאשר הרשתות הבולטות בקרב בני 13-17 הן וואטסאפ, אינסטגרם וטיקטוק (המשרד לביטחון לאומי, 2024). לצד זאת, פריצת מלחמת חרבות ברזל³ הובילה לעלייה בשימוש ברשתות החברתיות בקרב בני נוער. למשל, מאז תחילת המלחמה עלה שיעור בני ה-13-18 המשתמשים בטיקטוק מ-48% ל-61% (בזק, 2024).

מלבד סיפוק צרכים חברתיים, בידוריים ומקצועיים, הרשתות החברתיות משמשות גם פלטפורמות ציבוריות לביטוי פוליטי ואקטיביזם חברתי עבור צעירים (Kligler- Vilenchik & Literat, 2024). בהקשר זה, הן הפכו לסוכני חברות פוליטי מרכזיים, לצד סוכנים כמו משפחה, בית ספר ומדיה מסורתיים (Genner & Süß, 2017). מאמר זה מתמקד באקטיביזם של בני נוער, שנעשה כחלק ממחאה עולמית מאורגנת, וכולל שימוש אסטרטגי ברשתות חברתיות להשגת יעדים פוליטיים. אנו מגדירות "אקטיביזם" כפרקטיקות הכוללות ביצוע פעולות למען שינוי פוליטי (Neag et al., 2024). עם ההתפתחות הטכנולוגית צמח המושג "אקטיביזם דיגיטלי", הכולל שימושים שונים בטכנולוגיה הדיגיטלית, ונוצר דיון נרחב בהשפעותיו במרחב המקוון ומחוצה לו (Boulianne & Theocharis, 2020).

אקטיביזם דיגיטלי נחלק לשני סוגים: האחד כולל גרסאות מקוונות של פעולות אקטיביסטיות מסורתיות, כגון מחאות ועצומות דיגיטליות או גיוס פעילים נוספים. אך אקטיביזם דיגיטלי כולל גם אמצעי מחאה חדשים וייחודיים לרשת, אשר מתבססים לרוב על יצירה ושיתוף של תכנים הנסמכים על אמצעי הביטוי המגוונים הקיימים

ברשתות החברתיות (Kligler-Vilenchik & Literat, 2024). למשל, נמצא כי בחודש מאי 2021, במהלך מבצע "שומר החומות", צעירים פלסטינים אשר השתמשו בהאשטג #gazaunderattack בטיקטוק נעזרו ב"אקטיביזם משחקי" (playful activism): שימוש באלמנטים בידוריים, כגון שירים, אתגרי טיקטוק ועוד, כדי להפוך נושאים אקטואליים קשים לנגישים ומוחשיים יותר עבור קהלים נרחבים (Cervi & Divon, 2023). אולם, חשוב לציין כי כרוכה מורכבות בשימוש ברשתות חברתיות לביטוי בעת מלחמה. לדוגמה, בהקשר של מלחמת חרבות ברזל, הרשתות החברתיות שימשו פלטפורמות מרכזיות הן להפצת תכנים אנטישמיים ואלימים (Jikeli, 2023) והן להפצה מכוונת של דיסאינפורמציה, כמו תאוריות קונספירציה שטענו כי גורמים מתוך ישראל סייעו לחמאס במתקפה בשבעה באוקטובר (איגוד האינטרנט הישראלי, 2023).

מעטים המחקרים שהתמקדו באקטיביזם של בני נוער ברשתות החברתיות, מאחר שפעמים רבות הם אינם זוכים להכרה כקבוצה חברתית הראויה לתשומת לב מחקרית נפרדת (Neag et al., 2024). זאת, על אף שמחקרים מראים כי בני נוער יוצרים תכנים אקטיביסטיים יצירתיים רבים בפלטפורמות אלו, תוך חיבור בין הנושא לזהותם האישית, ומשתפים בידע אישי או ציבורי בנושא הנתפס בעיניהם כבעל חשיבות רבה (Heuer & Macomber, 2022).

אקטיביזם בקרב בני נוער בישראל

במציאות הישראלית המורכבת, מציאות של סעעים חברתיים ואיום ביטחוני תמידי, קיימת ציפייה כי לבני נוער תהיה מוטיבציה רבה לפעול למען שינויים חברתיים ופוליטיים, אף שמערכת החינוך הפורמלי נרתעת מנגיעה בנושאים שנויים במחלוקת (שפר ויאיר, 2024). ואכן, מחקרים שנערכו בישראל מצביעים על הפוטנציאל של בני נוער כשחקנים מרכזיים במאבקים למען שינויים פוליטיים. למשל, גבעוני (2012) רואה בהשתתפותם של ילדים ובני נוער במחאה החברתית של שנת 2011 "פוליטיקה של תום", ומכירה בחשיבות המרחב המקוון, והרשתות החברתיות בפרט, כערוצים חיוניים להשתתפות פוליטית זו (עמ' 213).

הרצוג (2013) מציעה להתבונן בהשתתפותם של צעירים במחאות דרך נקודת המבט המחקרית של "יחידות דוריות", אותן הגדיר הסוציולוג קארל מאנהיים כקבוצות המפתחות דרכים להגיב לבעיות הנוגעות לדור שלהן ולפעול בנוגע להן. היא מתארת את השתתפותם של צעירים במחאת 2011 כ"ביטוי להתפכחות, לחיפוש דרך ולניסיון של המוחים לפרש את ניסיון חייהם, להציע שפה חדשה שתמשמע ניסיון זה ולממשה באמצעות תרבות פוליטית אחרת" (עמ' 70). גם באקטיביזם של בני הדור הנוכחי

בנושא משבר האקלים ניתן לראות ביטוי ל"תרבות פוליטית אחרת", הכוללת שימוש במרחב המקוון, ובפרט ברשתות החברתיות, למען שינוי חברתי (עמ' 84).

אקטיביזם דיגיטלי בנושא משבר האקלים

בעוד ברחבי העולם מחקרים רבים בחנו את מחאת האקלים, ובפרט את התפקיד שממלאות בה רשתות חברתיות (לדוגמה: Buhre, 2023; Hautea, et al., 2021), בישראל אין מחקרים רבים בנושא, על אף שלדעת בני נוער ישראלים רבים הוא רלוונטי לחייהם האישיים (רז ווינדמן, 2023). אולם, קיים פער בין תפיסות אלה למצב בשטח. כך, לפי מחקר חדש של איה נתן ודפנה גן, שיעור בני הנוער הפעילים בנושא משבר האקלים קטן מאוד ביחס למספרם באוכלוסייה, כאשר רובם חילונים ממעמד סוציו-אקונומי גבוה (בתוך נסים, 2023). כמו כן, החוקרות מצאו כי החשיפה הראשונית של הפעילים לנושא הייתה דרך קבוצת השווים או דרך הרשתות החברתיות.

ויסליץ (Wiesslitz, 2019) מתמקדת בשימוש שנעשה במרחב המקוון, ובפרט ברשתות החברתיות, בקרב ארגוני סביבה בישראל, כמו מגמה ירוקה. לטענתה, אף שפעילי מגמה ירוקה משתמשים ברשתות החברתיות (לצורך קריאה לפעולה, גיוס פעילים חדשים ועוד), הפעילות השוטפת שלהם עדיין מתמקדת במידה רבה במדיה המסורתיים. זאת, כפי שנראה בהמשך המאמר, בשונה מ"מחאת הנוער למען האקלים", אשר עושה שימוש נרחב ברשתות החברתיות.

אם כן, המחקר הנוכחי בוחן את אוריינות המדיה הדיגיטליים בקרב בני נוער הפעילים בארגון "מחאת הנוער למען האקלים" בישראל. באמצעות ראיונות חצי מובנים עם פעילים, נבקש להגדיר סט של מיומנויות חברתיות-טכנולוגיות, הנדרשות לשימוש אסטרטגי ברשתות החברתיות להשגת שינויים פוליטיים.

מתודולוגיה

מקרה המבחן

"מחאת הנוער למען האקלים" היא אחד הארגונים המרכזיים של בני נוער בישראל בנושא משבר האקלים, והסניף הישראלי של תנועת הנוער הבין-לאומית Fridays For Future ("ימי שישי למען העתיד").⁴ התנועה, שהוקמה בהשראת גרטה טונברג (Thunberg), התחילה בקריאה לתלמידים להקדיש את ימי שישי לפעולות מחאה בנושא משבר האקלים. הסניף הישראלי הוקם בשנת 2019, ובעת כתיבת המאמר מונה כ־300 פעילים ופעילות. בעוד הסניף הישראלי שייך לתנועה העולמית, יש לו קשר

רופף בלבד אליה ואל סניפים של התנועה במדינות אחרות - עניין שנעסוק בו בהרחבה בהמשך.

"מחאת הנוער למען האקלים" בישראל כוללת רק בני נוער (ההשתתפות בארגון מתאפשרת עד גיל 18 בלבד), שפועלים בהתנדבות מלאה. החלטות מתקבלות לרוב בהצבעה, וכל קול נספר, ללא קשר לגיל או לוותק, קרי מדובר בארגון שטוח. כמו כן, הארגון מורכב מצוותים, כאשר כל צוות אחראי על תחום מסוים, כגון שטח, קשרי ממשל, חינוך והסברה. לכל צוות יש ראש צוות שתפקידו להדריך פעילים חדשים, לקבוע לוחות זמנים ולחלק משימות לחברי הצוות.

מבין כלל הצוותים בארגון, בולט צוות הדיגיטל שלו מייחסים הפעילים תפקיד מרכזי. בני הנוער הפעילים בצוות זה עושים שימוש אסטרטגי ברשתות החברתיות בנושא משבר האקלים, ונמצאים בקשר עם הצוותים האחרים כדי לתאם, לתעד ולהפיץ פעולות מחאה. לפיכך, המאמר יתמקד בעיקר בפעילותם של חברי צוות זה. הפעילים במחאה משתמשים רבות ברשתות החברתיות, שנתפסות בעיניהם כאפיק חשוב שיסייע להם להגיע לא רק לבני נוער אחרים, אלא גם לציבור הרחב. ואכן, באמצעות פלטפורמות אלה הם מצליחים להגיע לקהלים נרחבים, כפי שעולה ממספר העוקבים של העמוד הרשמי של "מחאת הנוער למען האקלים" באינסטגרם (כ-25 אלף בעת כתיבת המאמר) ומספר הפוסטים בטיקטוק תחת ההאשטאג #משבראקלים (מעל 900).

איסוף הנתונים – סבב הראיונות הראשון

כדי לענות על שאלת המחקר, נערכו ראיונות חצי מובנים עם בני נוער הפעילים ב"מחאת הנוער למען האקלים" בישראל. בסך הכול נערכו 15 ראיונות בין חודש נובמבר 2021 למרץ 2023 (ראו נספח), וטווח הגילים של המשתתפים היה 12-19. אומנם, אפשר לקחת חלק בפעילות בארגון עד גיל 18 בלבד, אולם ערכנו שישה ראיונות עם פעילים לשעבר, שהתייחסו מנקודת מבט רפלקטיבית לתקופת פעילותם בארגון. המרואיינים הם יהודים ישראלים, מתגוררים באזורים שונים במדינה (ראו נספח) ומתאפיינים ברמות דתיות שונות, בעקבות מאמציו של הארגון לגייס בני נוער מאוכלוסיות מגוונות. אפרת (19), למשל, מגדירה עצמה דתייה, ואף לקחה חלק בהקמת ארגון חדש המתמקד במאבק במשבר האקלים בראי היהדות.

כדי לגייס מרואיינים פוטנציאליים נעזרנו בשיטת "כדור השלג", כאשר למרואיינים הראשונים הגענו באמצעות שליחת הודעות באינסטגרם ופנייה אל-פנים במצעד האקלים שנערך באוקטובר 2022 בתל אביב. לאחר שהמרואיינים והוריהם חתמו על

טופס הסכמה מדעת להשתתפות במחקר, הראיונות נערכו באמצעות תוכנת "זום" והוקלטו. ראיון מקוון יכול לסייע להפיג חששות בקרב המרואיינים והוריהם, בייחוד כאשר המשתתפים מתחת לגיל 18, וכך מאפשר נגישות למגוון גדול יותר של מרואיינים פוטנציאליים. כל שמות המרואיינים בדויים.

תוכנית הראיון כללה שלושה נושאים עיקריים: מעורבותם של הפעילים בארגון, תהליך היצירה וההפצה של תכנים מקוונים, ושאר השימושים שהם עושים ברשתות חברתיות. הראיונות ארכו בין 45 דקות לשעה, ותומללו במלואם.

ההקשר של מלחמת חרבות ברזל וראיונות המחקר

מתקפת חמאס על ישראל בשבעה באוקטובר 2023, ומלחמת חרבות ברזל שפרצה בעקבותיה, השפיעו גם על "מחאת הנוער למען האקלים". אחת ממטרותיה של שפוג טונברג והתנועה העולמית היא מאבק למען מיעוטים, שהם אלו העתידים לספוג את הנזקים החמורים ביותר כתוצאה ממשבר האקלים - רעיון המזוהה עם המושג "צדק אקלימי". כחלק מעמדה זו, התנועה נוטה לגישה פרו־פלסטינית בסכסוך הישראלי־פלסטיני. לעומת זאת, הסניף בישראל מוגדר "א־מפלגתי": הפעילים בישראל בחרו שלא להגדיר את הארגון כמשתייך לצד מסוים במפה הפוליטית, שכן לדבריהם, המאבק סביב משבר האקלים נוגע לכולם. לפיכך, התקבלה בארגון החלטה קולקטיבית לא לנקוט עמדה בכל הנוגע לסכסוך הישראלי־פלסטיני, כי לתפיסת הפעילים מדובר בנושא פוליטי. ניתן להתבונן בהחלטה הזו בראי מנגנונים שונים של דה־פוליטיזציה ושיח ניאוליברלי, אשר השפיעו גם על צעירים כיום, שגדלו "באווירה שבה בולטת תחושה שאין פתרון נראה לעין לסכסוך הפלסטיני־ישראלי, ושאים ימצא אי פעם פתרון - יהיה זה 'לא בדורנו'" (הרצוג, 2011, עמ' 79). בראיונות הביעו הפעילים הישראלים תחושות של מתח וביקורת מצד התנועה העולמית, בשל הציפייה כי יאבקו למען זכויות הפלסטינים (Levi et al., Work in progress). לאחר פרוץ מלחמת חרבות ברזל, טונברג ופעילים נוספים השתתפו במחאות פרו־פלסטיניות גלובליות, בין השאר ברשתות החברתיות, תוך התעלמות מאירועי שבעה באוקטובר ומהפגיעה בחיי אדם בישראל (לדוגמה: בניטה, 2023). פעולות אלה, אשר חלק מהמרואיינים ראו כביטויי אנטישמיות, השפיעו על אופני הפעולה של הפעילים בסניף הישראלי ועל התבטאויותיהם, כולל ברשתות החברתיות.

מתוך הבנה שלמלחמה ולהשלכותיה הייתה השפעה רבה על פעילי "מחאת הנוער למען האקלים" בישראל, החלטנו על סבב ראיונות נוסף, ובין דצמבר 2023 לפברואר 2024 ערכנו ראיונות המשך עם עשרה משתתפים (ראו נספח). ראיונות אלה התמקדו

בשימוש ברשתות החברתיות למטרות אקטיביזם דיגיטלי בזמן מלחמה ובקשר בין הסניף הישראלי לתנועה העולמית. כפי שנפרט בפרק הממצאים, ההקשר של המלחמה העלה היבטים ייחודיים במיומנויות הנדרשות של אוריינות מדיה דיגיטליים, בעיקר סביב רפלקציה ושיקול דעת אתי.

ההחלטה לגבי כמות הראיונות נבעה משיקולים של רוויה. על פי גאסקל (2011), למרות שראיונות איכותניים מציגים מציאות סובייקטיבית של כל אחד מהמשיבים, בשלב מסוים החוקרים מגיעים ל"רוויית משמעות" (meaning saturation), כלומר לתחושה שהתובנות חוזרות על עצמן (עמ' 54). עבורנו כחוקרות, שלב הרוויה הושג באמצעות 15 ראיונות ועשרה ראיונות המשך עם פעילים.

שיטת הניתוח

החומרים נותחו בשיטת ניתוח איכותני, המשלבת בין העקרונות של תאוריה מעוגנת בשדה (Corbin & Strauss, 1990) לניתוח פרשני מוכוון תאוריה (Lichterman & Eliasoph, 1999). נקודת הפתיחה שלנו הייתה ניתוח מוכוון תאוריה, כאשר התחלנו עם מיומנויות אוריינות המדיה הדיגיטליים שזוהו עד כה (בפרט, Hobbs, 2021; Jenkins, 2009; et al., 2009), וביקשנו להבין האם נדרש עדכון של מיומנויות אלה, בעקבות השינויים בסביבה הדיגיטלית ובסביבה הפוליטית.

במקביל, נקטנו גישה אינדוקטיבית: בשלב ניתוח הממצאים התעלמנו מהתאוריה הקיימת לגבי מיומנויות, ובדקנו בלי הנחות מוקדמות אילו חוויות המרואיינים מתארים ואילו מיומנויות עולות מדבריהם. לבסוף, שילבנו בין הידע התאורטי הקיים ובין הידע החדש שעלה מהראיונות לכדי תרומה תאורטית (ראו Reichertz, 2007). מלבד זאת, ביצענו ניתוח תוכן ויזואלי של התכנים שהועלו לעמודים הרשמיים של "מחאת הנוער למען האקלים" ברשתות החברתיות אינסטגרם, טיקטוק ו-X (טוויטר לשעבר).

תהליכים אלו סייעו לנו להבין כיצד בני הנוער הפעילים ב"מחאת הנוער למען האקלים" בישראל משתמשים ברשתות החברתיות למטרות אקטיביזם דיגיטלי, ומהו סט המיומנויות של אוריינות מדיה דיגיטליים שעליו הם מסתמכים.

המצאים

ניתוח הראיונות העלה ארבע תמות עיקריות כמענה על שאלת המחקר. התמה הראשונה, למידת עמיתים ממוסדת, מתמקדת בכלים שבאמצעותם הפעילים ב"מחאת הנוער למען האקלים" בישראל רוכשים אוריינות מדיה דיגיטליים. שלוש התמות

האחרות מתייחסות למיומנויות שעליהן מסתמכים בני הנוער האקטיביסטים: מודעות חברתית-טכנולוגית לפוטנציאל ההשפעה של אקטיביזם דיגיטלי, יצירה והפצה של תכנים לצורך השגת המטרות הקולקטיביות של המחאה, וביצוע רפלקציה ושיקול דעת אתי. במסגרת התמה האחרונה נתייחס גם לראיונות ההמשך, שנערכו אחרי שפרצה המלחמה.

ניצד הפעילים רונשים אוריינות מדיה דיגיטליים: למידת עמיתים מחוסדת

המושג "למידת עמיתים" מתייחס למצבים שבהם תלמידים עוברים תהליך למידה משותף ולומדים זה מזה כעמיתים (Keerthirathne, 2020). למידה זו יכולה להתרחש במסגרות החינוך הפורמלי, או באופן בלתי פורמלי, למשל למידה אורגנית במרחב מקוון (Kligler-Vilenchik & Literat, 2024). בראיונות שנערכו עם פעילים בצוות הדיגיטל בהווה ובעבר, בלטה ההתייחסות ללמידת עמיתים ככלי לרכישת אוריינות מדיה דיגיטליים. אף שזו למידת עמיתים בלתי פורמלית, ניתן להגדיר אותה 'ממסדל' בתוך המבנה הארגוני של המחאה: כלל הצוותים מעבירים הכשרות לפעילים חדשים ויוצרים עבורם תשתית לתמיכה בהיבטים ארגוניים, חברתיים ונפשיים של הפעילות. למשל, ההכשרות בצוות הדיגיטל נועדו להקנות לפעילים חדשים מיומנויות כגון שימוש מודע בשפה והבנה מיהו קהל היעד וכיצד ניתן להשיג מטרות באפקטיביות.

כמו כן, כל צוות כולל "אחראי התאקלמות", שתפקידו לסייע בקליטת פעילים חדשים, ואף לעזור להם לבחור תצוות² שבו ירגישו כי לפעילותם יש חשיבות, כלומר יצליחו לבטא את עצמם ובו בזמן יתרמו למאמץ המשותף במסגרת הארגון. ג'נקינס ואח' (Jenkins et al., 2009) הגדירו זאת "אינטליגנציה קולקטיבית" (collective intelligence): למידת העמיתים הממוסדת נועדה לשתף את הפעילים החדשים בידע קיים, למשל בנוגע לביצוע מיטבי של אקטיביזם דיגיטלי.

לפני כל פרסום ברשתות החברתיות, הפוסט עובר תהליך של משוב עמיתים משאר הפעילים בצוות בקבוצות הוואטסאפ השונות. שלי (12 וחצי) תיארה כיצד, כחלק מתהליך ה'חונכות', שימשה צופה מהצד במשך כמה חודשים בקבוצות הוואטסאפ, עד שהרגישה שגם היא יכולה להציע רעיונות לפוסטים חדשים ולכתוב אותם בעצמה: "בסופו של דבר תפסתי אומץ, אפשר להגיד, ואז ניסחתי פוסט בעצמי [...] אני חייבת להגיד שהנוסח הזה היה אחד הגרועים שהיו לי. ופשוט עם הזמן [שאר הפעילים בצוות] ערכו את זה ולמדתי מהטעויות" (21.12.2022).

דבריה של שלי מצביעים על כך שלא כל פעיל חדש יכול לפרסם כרצונו תכנים בעמודים הרשמיים של הארגון, וכי יש לעבור תהליך 'חונכות', באמצעות משוב עמיתים, אשר נועד לסייע לפעילים לרכוש את המיומנויות הנדרשות ליצירת פוסטים שישרתו באפקטיביות את מטרות הארגון.

בסעיפים הבאים נדון במיומנויות של אוריינות מדיה דיגיטליים שרכשו הפעילים באמצעות למידת העמיתים הממוסדת במסגרת המחאה.

חודעות חברתית-טכנולוגית לאפקטיביות הפוטנציאלית של אקטיביזם ברשתות חברתיות

בכלל הראיונות שנערכו במחקר הנוכחי נמצא כי הפעילים במחאה מייחסים לרשתות החברתיות חשיבות רבה בפעילות השוטפת. אולם, לתפיסתנו עצם המודעות לאפקטיביות הפוטנציאלית של אקטיביזם דיגיטלי היא מיומנות של אוריינות מדיה דיגיטליים שיש לרכוש. מודעות זו כוללת היבטים חברתיים וטכנולוגיים חיוניים לכל השתתפות מקוונת, וכן כאלו הנוגעים ספציפית לנושאים פוליטיים (Hobbs, 2021).

מחקרים קודמים דנו בתפקידן של הרשתות החברתיות בתהליך החברות הפוליטי של בני נוער כיום (ראו Genner & Süß, 2017). ואכן, שישה מרואיינים ציינו את הרשתות החברתיות בתור המרחב הראשון שבו נחשפו למשבר האקלים. שאר המרואיינים נחשפו למשבר האקלים דרך קבוצת השווים, המדיה המסורתיים, בית הספר או המשפחה. ליאת (19), פעילה לשעבר, העלתה פוסט שבו היא מספרת כיצד נחשפה לראשונה למשבר האקלים בכיתה "א דרך הרשתות החברתיות, דבר שהוביל אותה לפעול ב"מחאת הנוער למען האקלים" (תרשים 1).

איך זה התחיל

בתחילת כיתה י"א נחשפתי דרך הרשתות החברתיות למשבר האקלים, הסתקרנתי, פתחתי את האינטרנט וקראתי. מה שלמדתי זעזע אותי. לא הבנתי איך יכול להיות שלא למדתי על החומרה של המצב שלנו קודם, על מעט הזמן שנותר לנו, על האסון שאנחנו דוהרים אליו והעולם לא עושה במעט כלום!?! למעשה כל אי הצדק והעוולות שהכאיבו לי עד אז קשורות ישירות למשבר האקלים.

תרשים 1: הפוסט של ליאת באינסטגרם

כמו כן, מהראיונות עולה שהפעילים מודעים לכך שהרשתות החברתיות מאפשרות להם להגיע בקלות ובמהירות לקהל יעד נרחב, שאולי לא היה נחשף בדרך אחרת למשבר האקלים. למשל, אלינה (17) אמרה:

לא חשבתי בכלל שאני אהיה ראשת צוות [דיגיטל], אבל עכשיו אני מסתכלת על זה אחורה, וזו סגירת מעגל, כי נחשפתי למחאה בגלל שראיתי אותה באינסטגרם. זו ממש דרך טובה להגיע לבני נוער ובכללי לאנשים דרך רשתות חברתיות. האלגוריתם נורא יכול לעזור להפיץ איזשהו מסר לקהל יעד שלא בהכרח הולך מיזמתו [...] לשמוע הרצאה או למחאה בחיים האמיתיים (24.1.2023).

ציטוט זה מראה כיצד אלינה נעשתה מודעת לכך שהרשתות החברתיות יכולות לאפשר לבני נוער וקהלים נוספים לפתח תודעה סביבתית בנושא משבר האקלים. כפי שהיא עצמה למדה על משבר האקלים דרך הרשתות, היא גם למדה להשתמש בהן כדי להגיע לקהלים שלא היו נחשפים לנושא בצורה אחרת.

ברשת מתרחשת פעילות ענפה של ארגונים סביבתיים, מקומיים וגלובליים, שאינם ייחודיים לבני נוער (כמו מגמה ירוקה; ראו Wiesslitz, 2019). ואולם, עידו (19) הצביע במהלך הראיון על חשיבות השימוש ברשתות חברתיות דווקא כדי לפנות לבני נוער, ולהשמיע את קולם:

באינסטגרם ובטוויטר יש המוני דברים שמתעסקים בסביבה ואקלים. והדבר שאני צריך להראות בעיקר זה את הייחודיות של הנוער, את הקול הייחודי של הנוער. לדעתי זה הדגש שצריך להיות אגב בכל רשת חברתית שארגון רוצה להיות בולט בה (10.1.2023).

תפיסה זו משתקפת גם בדבריו של לירן (18), פעיל לשעבר. לירן מספר שהוא נמנע מפלטפורמות כמו אינסטגרם לצרכים אישיים, אך מכיר בחשיבותן לאקטיביזם:

תמיד הייתי כזה נגד להעיף את התמונות לאינסטגרם. תמיד ראיתי בזה כמשהו חסר תכלית, לא באמת לשנות איזושהי מטרה. אבל אני כן מודע לזה שאם לוקחים [...] כל כלי, זה יכול להיות טוב, ויכול להיות רע [...] הם משתמשים בסביבה הדיגיטלית כדי לשנות את המקום שהם חיים בו. וזה הדבר החיובי כל כך שאני רואה בזה שאנחנו תנועה שהיא כל כולה על הדיגיטל, כל כולה על הרשת החברתית (14.2.2023).

מלבד השמעת קולם, המרואיינים ציינו מטרות נוספות לשימוש ברשתות החברתיות בפעילות השוטפת של המחאה, כגון: השפעה על התודעה הציבורית והפוליטית בנושא משבר האקלים, הפעלת לחץ על הכנסת לחוק חוקים בנושא, השגת תמיכה ציבורית, גיוס פעילים חדשים וארגון פעולות מחאה מחוץ למרחב המקוון.

יצירה והפצה

ההיבט השני של המימוניות שעליהן נסמכים הפעילים נוגע לאופן היצירה וההפצה של אובייקטים תרבותיים מקוונים. כאן בולטות המימוניות שהמרווינים רכשו במהלך למידת העמיתים הממוסדת בצוות הדיגיטל, כגון **עיצוביות**, קרי עיצוב ידע באמצעות שיתופי פעולה וירטואליים (Eshet-Alkalai, 2012). מימונות זו משלבת בין היבטים טכניים להיבטים תוכניים וחברתיים, שכן היא מתייחסת להתאמת התוכן והצורה של התמונה או הסרטון למסר אותו רוצים להעביר, תוך מודעות לקהל היעד ולשפת הפלטפורמה.

בהיבט הטכני, הפעילים בתצוות העיצוב של אינסטגרם משתמשים באפליקציית קנבה (Canva) כדי ליצור פוסטים עם קו עיצובי אחיד, הכולל לרוב רקע ירוק וכיתוב כתום ולבן (צבעי התנועה העולמית). כמעט בכל פוסט יופיע סמל המחאה לצד דימויים חזותיים עוצמתיים, כגון כדור הארץ עולה באש, בני נוער מפגינים, או אנשים הסובלים מהחום הכבד (ראו תרשים 2).



תרשים 2: צילום מסך מתוך עמוד האינסטגרם @strike4future_israel

בתהליך היצירה של פוסטים באינסטגרם, הפעילים משתמשים בספריית התמונות והסרטונים של קנבה, תוך שימוש במימוניות של "רמיקס" (Jenkins et al., 2009): דגימת טקסט קיים והתאמתו למטרות המשתמש. פרקטיקת הרמיקס כוללת ניכוס תרבותי של תכנים קיימים וקישורם למשבר האקלים. בהקשר זה, התכנים מהווים ממים: יחידות תרבות שמשמשות מפצים במרחב הדיגיטלי, תוך שהם מקנים להן משמעויות חדשות (Shifman, 2014).

לדוגמה, בתרשים 3 מופיע פוסט שפורסם באינסטגרם לקראת מצעד האקלים שנערך ב־28 באוקטובר 2022, המשתמש בהומור כדי לשכנע בני נוער נוספים להגיע אליו. נעשה כאן ניכוס תרבותי - הן בשימוש במם של חתול במשקפיים (דימוי חזותי שהפך פופולרי במרחב המקוון, המדבר בשפת הפלטפורמה), והן בשימוש בביטויים מעולם הדייטים, היוצרים הזמנה הומוריסטית למצעד.

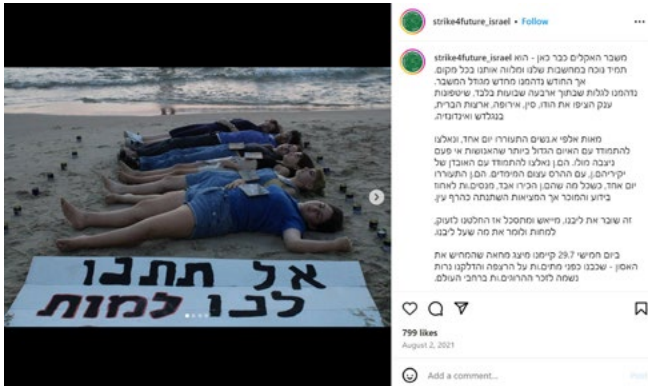


תרשים 3: צילום מסך של הפוסט "רוצה להיות הדייט שלי למצעד האקלים...?"

מהראיונות עולה כי הפעילים מקדישים מחשבה רבה ליצירת דימויים חזותיים אשר ימשכו את תשומת ליבם של המשתמשים בתוך שטף המידע של הרשתות החברתיות (Buhre, 2023). לתפיסתם, האמצעי ללכידת תשומת הלב עשוי להיות דימויים הומוריסטיים (כפי שראינו בתרשים 3), או דימויים קשים ומזעזעים דווקא. לירן תיאור זאת כך: "צריך שיהיה משהו שיתפוס את האנשים להסתכל על הסרטון לשלוש דקות, ולא יעברו לראות 'רגע, מה הוא פרסם בסטורי'." שיסתכלו ויראו שהנה, מה שקורה בעולם זה ההתחממות העולמית, זה משבר האקלים [...] זה המקום לזעזע את האנשים" (14.2.2023).

דוגמה לשימוש בדימוי חזותי שמטרתו ללכוד את תשומת הלב באמצעות זעזוע ניתן לראות בפוסט שהועלה ב־2 באוגוסט 2021 לעמוד האינסטגרם של הארגון (תרשים 4). בתמונה נראה מיצג מחאה ובו פעילות ופעילים שוכבים על החול בחוף בוגרשוב בתל אביב ומעמידים פני מתים, ולידם נרות ושלט שבו נכתב "אל תתנו לנו למות". השימוש בטקסט מילולי כנראה נועד לכוון לפרשנות מסוימת של הדימויים החזותיים בהקשר של המחאה ומטרותיה, תוך הישענות על מיומנות הנוגעת ל**כתיבה רבת אפנויות** (מולטי-מודאלית), אשר כוללת שילוב בין אלמנטים שונים, כגון דימויים חזותיים, טקסטים מילוליים וסאונד (Hobbs, 2021). ענבל (16) הסבירה מדוע יצרו את המיצג ואיך שיתפו אותו באינסטגרם:

באותו חודש היו הרבה יותר אירועים קיצוניים בכל העולם ואנשים שנפגעו [...] וזה [משבר האקלים] בקושי דובר בכל מקום ובתקשורת. אז הצענו לעשות פעולה שתזעזע ושקשה להתעלם ממנה. ההרגשה שלנו כתנועה שזה נושא שהוא כל כך מהיר וכל כך גדול, ופשוט אף אחד לא מדבר עליו, עד שזה כבר יהיה מאוחר מדי (2.3.2023).



תרישים 4: פוסט האינסטגרם בעקבות המיזג "אל תתנו לנו למות"

בבואם ליצור תכנים, הפעילים חושבים לא רק על מידת ההלימה בין המסר למטרות התנועה, אלא גם על התאמתם לרשת החברתית שבה המסר מופץ. ג'נקינס ואח' (Jenkins et al., 2009) מכנים את המיומנות הזו "טרנסמדיה" (transmedia), כלומר 'תרגום' מסרים לפלטפורמות שונות. מיומנות זו נסמכת על ההבנה כי לכל פלטפורמה יש שפה ייחודית לה (Gibbs et al., 2015), ועל כן, כדי שמסר פוליטי כלשהו יתקבל באופן מיטבי, יש להציג אותו בדרך אחת באינסטגרם ובדרך אחרת בטיקטוק.

כאן באה לידי ביטוי גם **מודעות חברתית-טכנולוגית** לכך שפלטפורמות שונות מתאימות למטרות שונות. אורטל (14) מסבירה את הבחירה למקד יותר מאמצים באינסטגרם מאשר בטיקטוק בפעילות השוטפת של צוות הדיגיטל: "זה הרבה השקעה לסרטונים כאלו, ולא דווקא בטיקטוק ההשקעה מקבלת תגמול. באינסטגרם אפשר להעביר את התכנים שיותר מסבירים על משבר האקלים, וגם את התוכן הקצר והכיפי של טיקטוק" (28.12.2022).

מנגד, נוי (16) ציינה אילו יתרונות ראתה בעבר ב־X, בייחוד בהקשר של משיכת תשומת הלב של עיתונאים ופוליטיקאים: "בטוויטר למשל אם יש דיון שקשור לסביבה או למשבר האקלים, אז אנחנו נשתתף בו יותר כי זה מבוסס מהירות". עם זאת, לדבריה, מאז שאילון מאסק רכש את החברה, אופן הפעולה של האלגוריתם השתנה, והיא אינה מצליחה להשיג חשיפה רחבה לציוצים שהיא מעלה: "עכשיו כנראה מאסק הרס לי את כל הידע שהיה לי. היה לי שנים של ניסיון, שלוש-ארבע שנים של עבודה

עם טוויטר. זהו, נעלם. אנחנו לא מצליחים לקבל חשיפה. אף אחד לא רואה את מה שאנחנו כותבים. אז אין טעם" (4.1.2023).

לעיתים, בתהליך היצירה, הפעילים צריכים לגשר בין התוכן המורכב העוסק במשבר האקלים ובין השפה הבידורית הדומיננטית בפלטפורמות. ניתן לקשר זאת למיומנות של "משחקיות" (play), שהוגדרה כיכולת להתנסות מעשית בסביבה ובמה שהיא מציעה (Jenkins et al., 2009). למשל, אור סיפר על הבחירה שלו ליצור סרטוני טיקטוק הומוריסטיים, עם מסר 'חבו' לגבי משבר האקלים: "גם אם אנשים לא הבינו בכלל מה שאמרת או הם לא מאמינים לזה, הם לא מבינים שזה הולך להישאר בראש" (23.11.2022).

מיומנות נוספת הקשורה ליצירה והפצה היא **תיאום** בין צוות דיגיטל לצוותים האחרים בארגון לשם השגת יעדים משותפים. לדוגמה, צוות קשרי ממשל ארגן הפגנה בכניסה לבית ספר שבו ביקרה שרת החינוך דאז ד"ר יעפת שאשא ביטון, במטרה לגרום לה לקבוע פגישה עם נציגי המחאה. השרה הסכימה, אך מסמסה את הפגישה. בתגובה, צוות הדיגיטל העלה ל-X ציוף שכלל סרטון קצר, שבו נראית שאשא ביטון מבטיחה לאחת הפעילות שהיא תיפגש עם הנציגים (תרשים 5). לפי מורן (16), "זה היה אחד הציוצים עם הכי הרבה תנופה שהיה לנו במחאה בעצם [...] ובזכות זה אני חושבת שגם הם קבעו איתנו בסוף את הפגישה" (15.2.2023).



תרשים 5: הציוף ב-X בעקבות הפגישה עם שאשא ביטון

עבור הפעילים, היתרון העיקרי בהפצת תכנים מקוונים הוא היכולת להגיע בקלות ובמהירות למספר עצום של משתמשים. הרשתות החברתיות יכולות לשמש שופר לפעילות שנעשית מחוץ למרחב המקוון, למשל באמצעות העלאת סטורי לאינסטגרם במהלך ועדות בכנסת שבהן נוכחים פעילים. מורן מסבירה את העיקרון שעומד מאחורי ההחלטה הזו:

אני חושבת שהרשתות החברתיות, זה גם דרך להראות את כל מה שאנחנו עושים בסוף בקשרי ממשל [...] ככה יש להם יותר אפקט, כי מה שאתה אומר בוועדה נשאר בוועדה. לפחות [ככה] מה שאתה אומר בוועדה, אחרי זה מגיע לעוד, לא יודעת, אלפי אנשים, עשרות אלפי אנשים [באינסטגרם] (15.2.2023).

במהלך תהליך ההפקה של הפוסטים, חברי צוות הדיגיטל מפעילים שיקול דעת בנוגע להפצה, למשל לגבי **מועד הפרסום**. לדוגמה, כאשר הפעילים מארגנים פעולות מחאה מחוץ למרחב המקוון, הם בונים לוח זמנים להפצת הקמפיין ברשתות החברתיות, כדי לגייס פעילים נוספים ולמסור פרטים לוגיסטיים הנוגעים למועד ולמיקום של הפעולה. כך נעשה בפרסום צעדת האקלים שנערכה בחיפה בחודש יוני 2023 (ראו תרשים 6).



תרשים 6: פרסום לצעדת האקלים באינסטגרם

הפוסט, שפורסם ב־6 ביוני, שם דגש על מועד ההפגנה והמיקום שלה, על חשבון מסרים אחרים. בהיבט הוויזואלי, בשונה ממרבית הפוסטים בעמוד האינסטגרם, הוא מבוסס על פלטת גוונים של צהוב וסגול, כנראה כדי לייחד את הקמפיין לפרסום המצדע משאר התכנים בעמוד, ומופיעות בו דמויות של מפגינים משני המינים. הוא גם כולל סמלים המוכרים מפוסטים אחרים, כגון סמל המחאה וציור של כדור הארץ. מלבד הפרטים הלוגיסטיים בנוגע למצעד, מופיעים בפוסט פרטי הרשתות החברתיות

וקבוצת הוואטסאפ של הארגון, וכך הוא מזמין את המשתמשים בין השורות לעקוב אחר התכנים שמפרסם הארגון.

ביצוע רפלקציה ושיקול דעת אתי

התמה השלישית של מיומנויות שעלו בראיונות נוגעת לביצוע **רפלקציה** ולהפעלת **שיקול דעת אתי** לגבי הפקת לקחים והשתפרות, הן ברמת היחיד והן ברמת הארגון, במהלך העיסוק באקטיביזם דיגיטלי.

אם כן, אחת המיומנויות שעלו בראיונות היא היכולת לבצע **רפלקציה** לגבי האפקטיביות של סוגים שונים של אקטיביזם דיגיטלי. יולי (14 וחצי) התייחסה לחשיבות של הפעלת שיקול דעת בתהליך היצירה של תכנים מקוונים, אשר נועדו לחשוף משתמשים למשבר האקלים ולנזקיו: "נגיד שאתה כותב שזה אשמת בני האדם, אבל מנסח ומראה את זה באופן שגורם לקוראים להרגיש אשמים. אני מבינה שהם צריכים להרגיש אשמים, כי לכולם יש אחריות על זה. אבל זה לא יגרום לאף אחד לעקוב אחריו" (6.1.2023).

הציטוט של יולי מראה כי רפלקציה ושיקול דעת הם תהליך: מצד אחד, יש רצון להמחיש את החומרה של משבר האקלים ולהסביר שהוא נגרם בגלל ההתנהגות שלנו, אך מצד שני יש הבנה שמסר כזה לא בהכרח יתקבל באהדה אצל קהל היעד, ועל כן הוא לא יהיה אפקטיבי. מכאן שמיומנות זו צריכה להתבטא בשלבים שונים של יצירת המסר ושל הפצתו.

כאשר הפעילים מפעילים שיקול דעת בכל הנוגע לפוסטים שהם מפרסמים, עולה השאלה כיצד לתקשר עם מגיבים המכחישים את קיומו של משבר האקלים. ג'נקינס ואח' (Jenkins et al., 2009) מתייחסים לנושא זה בהקשר של מיומנות **המשא ומתן** מול עמדות שונות, וטוענים שבמסגרת השתתפות מקוונת יש ללמוד כיצד להיחשף לקהלים מגוונים, להבין נקודות מבט מרובות ונורמות ביטוי שונות ולכבד אותן. לדעתנו, שיח מקוון ברשתות החברתיות עם מכחישי אקלים דווקא יכול לתרום למטרה. כך, דיון סוער ב־X עם איש תקשורת שנוי במחלוקת הוביל לעלייה במספר העוקבים אחרי העמוד של הארגון: "אני הייתי עם חברים מהמחאה כשהוא ניסה להריב איתנו. אני כזה ארמי־גאד, ינון מגל רב איתנו בטוויטר [...] את לא מבינה כמה זה טוב לחשיפה" (4.1.2023).

אף שהצורך להפעיל שיקול דעת אתי קיים בכל עת, הוא עלה ביתר שאת בעקבות אירועי שבעה באוקטובר 2023. לדוגמה, עלתה השאלה כיצד להתאים את פעילות

התנועה למציאות שאחרי שבעה באוקטובר, וספציפית לבחירה של חלק מהפעילים להשתתף במאבק לשחרור החטופים. מורן סיפרה כי ביקור במסגרת בית ספרית ב"כיכר החטופים" בתל אביב עורר בה צורך לגייס את חברה לסניף הישראלי ופעילים מתנועות סביבתיות נוספות לארגון עצרת תמיכה בנושא:

זה [מחאת הנוער למען האקלים] לא עבודה בשבילי. זה המשימה של החיים שלי [...] אז פניתי לראשת צוות שטח, היא אומרת לי "מגניב". אנחנו הולכות לשיחה עם קואליציה של ארגוני הסביבה ואומרות להם "בואו תצטרפו". עושים שיחות בפרטי. אז עושים שיחות לתכנון המיצג. מוצאים את האנשים שיבואו. מפיצים את זה (26.2.2024).

דבריה של מורן מעידים כי עבור בני הנוער, הפעילות במסגרת "מחאת הנוער למען האקלים" היא אישית ומבטאת את הערכים החשובים להם ("זה המשימה של החיים שלי"). החוויה שלה גם ממחישה כי הארגון מאפשר לבני נוער "להגדיל ראש" וליזום, וכך להשפיע על אופן פעולתו. בצורה זו, המיומנויות שרכשו בני הנוער יכולות להתבטא במלואן, ונוצרת תחושה של שותפות אמיתית ושל השפעה.

במהלך העצרת, מורן וחברה שיתפו באינסטגרם תמונה של מיצג מחאה גדול (תרשים 7), שכלל שמש שהורכבה ממטריות צהובות (צבע המסמל את המאבק לשחרור החטופים), ואת הכיתוב Bring Our Sunshine Back ("החזירו את השמש שלנו"). לדברי מורן, הבחירה לא להשתמש בלוגו ובצבעים של המחאה נועדה למקד את תשומת הלב בנושא של החזרת החטופים, אולם השימוש במוטיב השמש יוצר חיבור חזותי לנושא משבר האקלים. גם הטקסט הנלווה לפוסט יצר חיבור כזה, במשפט "ארגוני האקלים מחבקים את משפחות החטופים".



תרשים 7: פוסט באינסטגרם בעקבות המיצג לשחרור החטופים

ההשלכות של אירועי שבעה באוקטובר הדגישו את הצורך במיומנויות של רפלקציה וניהול משא ומתן עם בעלי עמדות שונות, אך לא עם מכישי משבר האקלים אלא בין הסניף הישראלי לתנועה העולמית Fridays for Future. בראיונות ההמשך, שנערכו לאחר פרוץ מלחמת חרבות ברזל, שב ועלה הנושא של התבטאויותיה של טונברג נגד הפעולות של ישראל בעזה, לצד ההתעלמות שלה מאירועי שבעה באוקטובר. התנהגות זו לא הפתיעה את רוב המרואיינים. לטענתם, גם לפני פרוץ המלחמה הם נחשפו לאירועים שאותם הגדירו "אנטישמיים" מצד הפעילים בתנועה העולמית, או שמעו על אירועים כאלה מחבריהם לסניף הישראלי.

התפתחות זו דרשה מהם לקיים **משא ומתן** מורכב בין העמדות שהתנועה העולמית ציפתה שיאמצו - התנגדות למלחמה בעזה כבר מימיה הראשונים - ובין עמדותיהם. הפעילים בסניף הישראלי החליטו לנסח תגובה משותפת לעמדה שנקטו טונברג והתנועה העולמית נגד מדינת ישראל ולהתעלמות שלהם מאירועי שבעה באוקטובר. את התגובה הם הפיצו ב־X ובאינסטגרם (תרשים 8), שם שיתפו אותה גם באנגלית, שכן היא הייתה מכוונת לחברי התנועה במדינות אחרות.



תרשים 8: פוסט התגובה לפעולות של טונברג והמחאה העולמית

יש לציין שהפוסט אינו מדבר את "שפת הפלטפורמה" של אינסטגרם (Gibbs et al., 2015), שכן הוא מבוסס בעיקר על טקסט מילולי ולא על דימויים חזותיים. ייתכן שהפעילים האמינו כי רק שימוש בטקסט מילולי יאפשר להם להעביר את המסר במדויק. זהו טקסט המזכיר הודעה לעיתונות, וכולל הדגשת העמדה של "מחאת הנוער למען האקלים" בישראל (תוך ציון היותה תנועה א־מפלגתית), המרוחקת מהעמדות שהציגה התנועה העולמית.

בריאיין ההמשך סיפרה נוי על מה שהתרחש מאחורי הקלעים במערכת היחסים המורכבת בין הסניף הישראלי לתנועה העולמית מאז תחילת המלחמה. בתור נציגת הסניף הישראלי בקבוצת הטלגרם של התנועה העולמית, היא נחשפה לשיח תוקפני בנוגע למלחמת חרבות ברזל, ללא התייחסות לאירועי שבעה באוקטובר. לכן, היא החליטה לקחת חלק פעיל בקבוצת הטלגרם ולשתף את חברי הקבוצה בסיפורה האישי. כשנוי דיברה בריאיין על הבחירה לשתף את הסיפור שלה, היא הציגה את הקונפליקט הפנימי שחוותה, אשר משקף מיומנויות הנוגעות לשיקול דעת אתי (Hobbs, 2021). מצד אחד היא רצתה לפרט את מחשבותיה ותחושותיה ללא צנזורה עצמית, ומצד שני הבינה שהיא לא מייצגת רק את עצמה, אלא את כלל הפעילים בסניף הישראלי. שיקולים דומים השתתפו גם בניסוח התגובה הרשמית של "מחאת הנוער למען האקלים" בישראל, עליה אמרה נוי: "הרבה מאוד חשבו שזה [פוסט התגובה] לא חזק מספיק [...] שמעי, זה קטע כואב, כולנו איבדנו מישהו. כולם כועסים. אם היו נותנים לי לעשות את זה הייתי כותבת 'א בני זונות תחזירו לי את הילדים'. אבל חייבים להיות ממלכתיים" (21.11.2023).

ציטוט זה משקף את כובד האחריות שחשה נוי כפעילה בארגון. על אף רגשותיה הסוערים, היא יודעת שהיא מייצגת את הסניף הישראלי כולו, ועל כן צריכה לשמור על איזון עדין בין ביטוי מקוון של רגשות מורכבים וקשים לביטוי "ממלכתי".

לסיכום פרק הממצאים, חשוב לציין שמרואיינים רבים ראו באוריינות המדיה הדיגיטליים שרכשו במסגרת פועלם בארגון, מיומנויות שסייעו להם בהמשך חייהם. נקודה זו בלטה בדבריה של אורטל, אחת מראשות צוות הדיגיטל בזמן ביצוע הריאיין: "מעבר לכל המאבק הזה, המחאה נותנת כלים לחיים [...] זו עבודה לכל דבר. בגלל שאנחנו בני נוער קל לחשוב שאנחנו שכונה, אבל לא. אנחנו בעיניי בין ארגוני הסביבה המקצועיים [...] ולנהל סושיאל [מדיה] זה באמת עבודה" (28.12.2022).

דיון

ספרות המחקר העוסקת כיום באקטיביזם הדיגיטלי של בני נוער ברשתות החברתיות הולכת ומתרחבת (Neag et al., 2024). במאמר זה מוצג מקרה בוחן ייחודי, במטרה לבדוק כיצד בני נוער משתמשים ברשתות החברתיות במסגרת תנועה חברתית רחבה למטרות אקטיביזם דיגיטלי, באופן שניתן להגדירו אפקטיבי וחיובי, לשם השגת יעדי הארגון.

לתפיסת הפעילים ב"מחאת הנוער למען האקלים" בישראל, קולם מודר במידה רבה מהמרחב הציבורי, עקב גילם הצעיר וכיוון שמשבר האקלים אינו נמצא בעדיפות

גבוהה בסדר היום הפוליטי והתקשורת בישראל, בניגוד למדינות מערביות אחרות (זלוטניק רז ווינדמן, 2023). נקודה זו מדגישה ביתר שאת את חשיבותן של הרשתות החברתיות כמרחב אלטרנטיבי, הן ללמידה על משבר האקלים והן לפעולה בנושא. לפיכך, המחקר הנוכחי על ישראל תורם זווית ייחודית לספרות המחקר העולמית (Buhré, 2023; Hautea et al., 2021). יתרה מכך, מחקרנו מתמקד במיומנויות של אוריינות מדיה דיגיטליים שרכשו הפעילים בארגון כדי להשתמש ברשתות החברתיות כפלטפורמות ציבוריות להשמעת קולם.

ואומנם, אף שבני נוער משתמשים רבות ברשתות החברתיות, ובמהלך השימוש מפתחים מיומנויות באופן אורגני, ממצאי המחקר מצביעים על כך שלמידת עמיתים כחלק ממסגרת ממוסדת, כמו "מחאת הנוער למען האקלים", עשויה לסייע להם לרכוש אוריינות מדיה דיגיטליים עשירה ומקיפה. אוריינות זו מאפשרת להם להשתמש ברשתות החברתיות כקרקע פורייה לאקטיביזם דיגיטלי, שלתפיסתם הוא בעל ערך ומסייע בהשגת מטרותיה הקולקטיביות של המחאה. למידת העמיתים נעשית, על פי הניתוח שלנו, נדבך על גבי נדבך.

הנדבך הראשון נוגע למודעות טכנולוגית-חברתית לאפקטיביות הפוטנציאלית של אקטיביזם דיגיטלי ברשתות החברתיות. הנדבך השני מתמקד במיומנויות הקשורות ליצירה והפצה של אובייקטים תרבותיים מקוונים, תוך אינטגרציה בין המטרות והיעדים הפוליטיים ובין הטכנולוגיה ונורמות הביטוי ברשתות החברתיות. מיומנויות חשובות לא פחות הן רפלקציה והפעלת שיקול דעת אתי, שכן הן חלק מהותי מאקטיביזם דיגיטלי אפקטיבי וחיובי. במחקרנו ראינו כיצד מיומנויות אלו משמשות את הפעילים בעת שגרה, וביתר שאת בעת מצב חירום לאומי, כמו מלחמת חרבות ברזל. בראיונות ההמשך, הפעילים סיפרו על תחושות קשות ומורכבות עקב אירועי שבעה באוקטובר, ועם זאת היו מודעים לכך שנדרש איזון בין ביטוי תחושותיהם ותפיסותיהם ובין הצורך לייצג את הארגון ב"ממלכתיות".

אפשר לתרגם ממצאים אלו למודל תאורטי (ראו תרשים 9), המתאר את המיומנויות החברתיות הנדרשות לביצוע אקטיביזם דיגיטלי אפקטיבי, חיובי ורפלקטיבי בעת הנוכחית.⁷ ניתן ליישם מודל כזה גם מחוץ לתנועת האקלים, על קהל רחב יותר של בני נוער, ופוטנציאלית אף במסגרת מערכת החינוך הפורמלית. עם זאת, נשאלת השאלה כיצד לתרגם את תהליך הקניית המיומנויות האלה מההקשר של תנועת נוער שבה נעשית למידת עמיתים ממוסדת, להקשרים כגון לימוד במערכת החינוך הפורמלית. זו שאלה שכדאי לבחון במחקרי המשך.



תרשים 9: מודל המיומנויות הנדרשות של אוריינות מדיה דיגיטלית לצורך אקטיביזם דיגיטלי אפקטיבי וחיובי ברשתות החברתיות

לתפיסתנו, מערכת החינוך הפורמלית יכולה להרוויח רבות מהטמעה נרחבת של למידת עמיתים, בעיקר בתחום של ביטוי ברשתות החברתיות, אשר בו בני נוער רבים הם בעלי ידע וניסיון. כמו כן, הממצאים מראים כי יש חשיבות לכך שאנשי חינוך יכירו בפוטנציאל של ביטוי פוליטי של צעירים ברשתות חברתיות כמקור לחברות פוליטי וכצורת ביטוי עבור בני נוער (Kligler-Vilenchik & Literat, 2024). ללא מודעות כזו, יהיה קשה לרתום גורמים במערכת החינוך לפעול לקידום סוג המיומנויות הנידונות במאמר זה.

הממצאים מצביעים גם על החשיבות של הפעלת שיקול דעת אתי בהקשר של השתתפות ברשתות החברתיות, לא רק עבור צעירים, אלא עבור כלל המשתמשים. חשוב לזכור שאוריינות מדיה דיגיטלית כשלעצמה, ודאי ברמה הטכנית, לא מבטיחה שהשימוש במיומנויות הנידונות ייעשה באופן חיובי אשר מחזק את הדמוקרטיה (ראו 2018, boyd). כדי להקנות למשתמשים מיומנויות אלו באופן נרחב יותר, יש להגיע לאינטגרציה בין מיומנויות טכניות למיומנויות חברתיות ולהפעלת שיקול דעת (Hobbs, 2021). הדבר יאפשר לצמצם ביטויים שליליים ברשתות החברתיות, כמו הפצה של מידע שקרי, תוכן גזעני או הסתה לאלמות.

במסגרת מגבלות המחקר, יש לציין שהמחקר מתמקד במקרה בוחן מסוים - בני נוער המשתמשים ברשתות החברתיות למטרות אקטיביזם דיגיטלי בנושא משבר האקלים, שהם רק חלק קטן מכלל בני הנוער בישראל. מחקרי המשך יוכלו לעבות את הממצאים באמצעות התמקדות במחאות חברתיות אחרות בישראל שרוב הפעילים בהן הם בני נוער, גם כאלו הכוללות קבוצות שונות בחברה (למשל מבחינת רמת דתיות, עמדות פוליטיות וכדומה).

כמו כן, חשוב לציין כי יש הבדל בין השתתפות פוליטית אינדיבידואלית של בני נוער ברשתות חברתיות ובין השתתפות במסגרת תנועה. כל התכנים המתפרסמים בעמודים הרשמיים של הארגון ברשתות החברתיות עוברים משוב עמיתים טרם הפרסום, כדי לוודא כי הם מתאימים למטרות הקולקטיביות של המחאה. לעומת זאת, רוב בני הנוער המשתפים תכנים פוליטיים ברשתות החברתיות עושים זאת ללא כל הכוונה או שומר סף. לפיכך, כדאי לבדוק כיצד משתמשים יחידים אלה רוכשים מיומנויות של אוריינות מדיה דיגיטליים. מחקרים כאלו יוכלו להרחיב את נקודת המבט על המיומנויות שסקרנו כאן, או להאיר מיומנויות נוספות הנדרשות לביצוע אקטיביזם דיגיטלי באופן אפקטיבי וחיובי.

נספח

שם (בדו"ח)	גיל (בעת סבב הראיונות (הראשון)	מקום הזורים	סטטוס בתנועה	מועד הראיון הראשון	מועד הראיון השני
אדל	16	גדרה	פעילה	27.12.2022	
אור	16 וחצי	גדרה	פעיל לשעבר	23.11.2022	5.12.2023
אורטל	14	נס ציונה	פעילה	28.12.2022	
אלינה	17	ראשון לציון	פעילה לשעבר	24.1.2023	19.1.2024
יולי	14 וחצי	נס ציונה	פעילה	6.1.2023	14.1.2024
ליאת	19	מרכז הארץ	פעילה לשעבר	20.2.2023	
לירן	18	אילת	פעיל לשעבר	14.2.2023	23.2.2024
מאיה	18	שוהם	פעילה לשעבר	24.2.2023	
מורן	16	רחובות	פעילה	15.2.2023	26.2.2024
נוי	16	תל אביב	פעילה	4.1.2023	21.11.2023
נועה	13 וחצי	הוד השרון	פעילה	25.11.2022	16.1.2024
עידו	19	אזור באר שבע	פעיל לשעבר	10.1.2023	20.11.2023
ענבל	16	תל אביב	פעילה	2.3.2023	6.3.2023
רועי	17	הרצליה	פעיל אקלים מחוץ לתנועה	28.9.2022	
שלי	12 וחצי	מחוז חיפה	פעילה	21.12.2022	21.11.2023

הערות

- 1 כל שמות המרואיינים בדויים.
- 2 בספרות המחקר כיום ישנן הגדרות שונות לבני נוער ולצעירים. במחקר הנוכחי נתייחס לאנשים בגילאים 12-19 כבני נוער. ראו פירוט בפרק המתודולוגיה בהמשך.
- 3 במתקפת הפתע של חמאס נגד ישראל ב־7 באוקטובר 2023, נרצחו כ־1,400 אזרחים ואנשי ביטחון ישראלים, ומעל 250 איש נחטפו לרצועת עזה. בתגובה פתחה ישראל במלחמה שקיבלה את השם "חרבות ברזל" (גטניו, 2024).
- 4 <https://strike4future.org.il>
- 5 צוות הדיגיטל בתנועה מחולק לכמה תת־צוותים, כאשר כל צוות מתמקד בפלטפורמה מסוימת: אינסטגרם (ובו שני תת־צוותים נוספים: כתיבת תוכן מקוון ועיצוב פוסטים), טיקטוק, טוויטר ופייסבוק.
- 6 סטורי (story) - פרסום ברשתות החברתיות הזמין לצפייה למשך 24 שעות בלבד.
- 7 המודל המוצג כאן שואב השראה ממודל אחר, הלקוח מעולם השיווק והפרסום - The Marketing Funnel. מודל זה כולל ארבעה שלבים (מודעות, עניין, רצון ופעולה), המיועדים לגרום לצרכנים לרכוש מוצר מסוים (ראו Sapian & Vyshnevska, 2019).

רשימת המקורות

- איגוד האינטרנט הישראלי (2023, 25 בנובמבר). **דיסאינפורמציה ובינה מלאכותית במלחמת רבות ברזל: סקירת איגוד האינטרנט לוועדת מדע וטכנולוגיה של הכנסת**. <https://www.isoc.org.il/research/isoc-positions/use-of-ai-for-disinformation-committee>
- אלוני, נ' (2024). זהות מתנגשת במציאות: טראומה, התקוממות ואבני דרך לתקון את המעוות. **עיונים בחינוך**, 24, 605-610.
- בזק (2024). **דו"ח האינטרנט: עשור לדוח החיים הדיגיטליים בישראל**. https://media.bezeq.co.il/pdf/internetreport_2023.pdf
- בניטה, מ' (2023, 10 בנובמבר). **פרסונה נון גרטה: הנוער הישראלי שנלחם למען האקלים מחפש איידול חדש במקום גרטה**. [Ynet. https://www.ynet.co.il/laisha/article/sjtr4hl76](https://www.ynet.co.il/laisha/article/sjtr4hl76)
- גאסקל, ג' (2011). ראיונות אישיים וקבוצתיים. בתוך מ' באואר וג' גאסקל (עורכים), **מחקר איכותני: שיטות לניתוח טקסט, תמונה וצליל** (עמ' 49-68). האוניברסיטה הפתוחה.
- גבעוני, מ' (2012). משחק ילדים. בתוך א' הנדל, א' אידלמן, מ' גבעוני, נ' יורן ו' קני (עורכים), **קריאת המחאה: לקסיקון פוליטי** (עמ' 210-220). הקיבוץ המאוחד.
- גטניו, ש' (2024, 16 בינואר). **באיחור ניכר: שב"כ דיווח על מספר הנרצחים מאז 7 באוקטובר**. [שקוף. https://shakuf.co.il/46916](https://shakuf.co.il/46916)
- הרצוג, ח' (2013). מבט דורי ומגדרי על מחאת האוהלים. **תיאוריה וביקורת**, 41, 69-96.
- זלוטניק רז, ד' ווינדמן, ו' (2023). **'משבר של זכויות ילדים' - פיתוח מדיניות אקלים בישראל בראי אמנת האו"ם בדבר זכויות הילדה**. המועצה הלאומית לשלום הילד; אדם טבע ודין. [https://www.children.org.il/wp-content/uploads/2023/06/פיתוח-מדיניות-אקלים-בישראל-בראי-אמנת-האו"ם-בדבר-זכויות-הילד-ה-יוני-2023.pdf](https://www.children.org.il/wp-content/uploads/2023/06/פיתוח-מדיניות-אקלים-בישראל-בראי-אמנת-האו)
- המשרד לביטחון לאומי (2024, 17 באפריל). **סקר דפוס שימוש ברשת בקרב בני נוער**. המטה הלאומי להגנה על ילדים ברשת. https://www.gov.il/he/pages/application_usage_survey
- נסים, נ' (2023, 19 באוגוסט). **משבר האקלים - גרסת דור ה-Z**. [Ynet. https://www.ynet.co.il/environment-science/article/rjv2npph2](https://www.ynet.co.il/environment-science/article/rjv2npph2)
- שפר, א' ויאיר, ג' (2024). שובם של האלים: התפכחות ומחויבות של צעירים במחאה נגד ההפיכה המשטרית בישראל. **עיונים בחינוך**, 24, 334-344.
- שר, י' (2022, 1 בינואר). **האם לצעירים בישראל אכפת ממשבר האקלים?** [Ynet. https://www.ynet.co.il/environment-science/article/r100fc0tf](https://www.ynet.co.il/environment-science/article/r100fc0tf)
- שר, ג' ודקט א' (2020). התפקיד החדש שממלא הציבור בפוליטיקה של האקלים: השפעת הרשתות החברתיות. **עדכון אסטרטגי**, 23(1), 34-41.

- Boulianne, S., Lalancette, M., & Ilkiw, D. (2020). "School strike 4 climate": Social media and the international youth protest on climate change. *Media and Communication*, 8(2), 208–218. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2768>
- boyd, D. (2018, March 9). You think you want media literacy... do you? *Data & Society: Points*. <https://medium.com/datasociety-points/you-think-you-want-media-literacy-do-you-7cad6af18ec2>
- Buhre, F. (2023). Child figurations in youth climate justice activism. In B. Sandin, J. Josefsson, K. Hanson & S. Balagopalan (Eds.), *The politics of children's rights and representation* (pp. 251–274). Springer.
- Cervi, L., & Divon, T. (2023). Playful activism: Memetic performances of Palestinian resistance in TikTok# challenges. *Social media + Society*, 9(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/20563051231157607>
- Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3–21.
- Eliasoph, N., & Lichterman, P. (1999). 'We begin with our favorite theory...': Reconstructing the extended case method. *Sociological Theory*, 17(2), 228–234. <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00076>
- Eshet-Alkalai, Y. (2012). Thinking in the digital era: A revised model for digital literacy. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 9, 267–276.
- Genner, S., & Süß, D. (2017). Socialization as media effect. *The international encyclopedia of media effects*. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0138>
- Gibbs, M., Meese, J., Arnold, M., Nansen, B., & Carter, M. (2015). #Funeral and Instagram: Death, social media, and platform vernacular. *Information, Communication & Society*, 18(3), 255–268. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.987152>
- Hautea, S., Parks, P., Takahashi, B., & Zeng, J. (2021). Showing they care (or don't): Affective publics and ambivalent climate activism on TikTok. *Social Media+Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/205630512111012344>
- Heuer, G., & Macomber, M. (2022). Gender and Instagram activism in teenagers: Social discourse in a digital age. *Journal of Student Research*, 11(3), 1–16. <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v11i3.2918>
- Hobbs, R. (2021). *Media literacy in action: Questioning the media*. Rowman & Littlefield.

- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Institute of Technology.
- Jikeli, G. (2023). *Holocaust distortions on social media after 10/7: The antisemitic mobilization* (Research Report). Indiana University: Institute for the Study of Contemporary Antisemitism. <https://doi.org/10.17613/2fzf-rw91>
- Keerthirathne, W. K. D. (2020). Peer learning: An overview. *International Journal of Scientific Engineering and Science*, 4(11), 1–6. <https://ijses.com/wp-content/uploads/2020/11/151-IJSES-V4N10.pdf>
- Kligler-Vilenchik, N., & Literat, I. (2024). *Not your parents' politics: Understanding young people's political expression on social media*. Oxford University Press.
- Levi, D., Baran, Z., Stoltenberg, D., Assan, T., Kligler-Vilenchik, N., & Pfetsch, B. (Work in progress). "Should we stay, or should we go?": *The experiences of youth climate activists at the periphery of a global movement*.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *Communication Review*, 1(7), 3–14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Neag, A., Supa, M., & Mihailidis, P. (2024). [Researching Social Media and Activism with Children and Youth: A Scoping Review](#). *International Journal of Communication*, 18, 2107–2128. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21717>
- Reichertz, J. (2007). Abduction: The logic of discovery of grounded theory. In A. Bryant & K. Charmaz (Eds), *The Sage Handbook of Grounded Theory* (pp. 214–229). Sage.
- Sapian, A., & Vyshnevskaya, M. (2019). [The marketing funnel as an effective way of a business strategy](#). *ΑΙΟΓΟΣ: The art of scientific mind*, 4, 16–18. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14560/3/Sapian_A_Vyshnevskaya_M.pdf
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. The MIT Press.
- Weimann, G., & Masri, N. (2020). Research note: Spreading hate on TikTok. *Studies in conflict & terrorism*, 46(5), 752–765. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>
- Wiesslitz, C. (2019). *Internet democracy and social change: The case of Israel*. Rowman & Littlefield.