

זמירות • מדיה

כתב עת ישראלי לתקשורת

ISRAELI JOURNAL OF COMMUNICATION



עיצוב גרפי | נדב אטיאם

גיליון
27

סתיו 2025

מסגרות מדיה

כתב עת ישראלי לתקשורת

27

עורך

פרופ' דורון שולצינר

תשפ"ו (חורף 2025)

האגודה הישראלית לתקשורת

המחלקה לתקשורת במכללה האקדמית ספיר

החוג לפוליטיקה ותקשורת, המרכז האקדמי הרב-תחומי ירושלים

Media Frames
Israeli Journal of Communication
Prof. Doron Shultziner, Editor

עוזר העורך: אבישי גרצ'וק
עיצוב השער: נדב אטיאס
עריכת לשון: חבצלת שפירא
סדר ועימוד: עינת פרלמן רוגל
תרגום לערבית: עלאא שלבייה
בנייה וניהול האתר: מוסטט

מערכת כתב העת

ד"ר האמה אבו־קשק, המכללה האקדמית ספיר
ד"ר סיגל ברק־ברנדס, אוניברסיטת תל אביב
פרופ' אזי לב־און, אוניברסיטת אריאל בשומרון
ד"ר יוסי דוד, אוניברסיטת בן־גוריון בנגב
ד"ר איה ידלין, אוניברסיטת בר־אילן
ד"ר ניסים כץ, המכללה האקדמית כנרת
פרופ' נועה לביא, המכללה האקדמית תל־אביב-יפו
פרופ' ערן פישר, האוניברסיטה הפתוחה
ד"ר ענת פלג, אוניברסיטת תל אביב ואוניברסיטת בר־אילן
פרופ' יריב צפתי, אוניברסיטת חיפה
ד"ר אורנית קליין שגריר, המרכז האקדמי הרב תחומי ירושלים
פרופ' זוהר קמפף, האוניברסיטה העברית בירושלים

© כל הזכויות שמורות לאגודה הישראלית לתקשורת

אוניברסיטת בן־גוריון בנגב

קריית האוניברסיטה ע"ש משפחת מרקוס

שד' בן־גוריון 1 • באר-שבע 8410501

מייל האגודה: Mail.isca@gmail.com

מסח"ב ISSN 2617-5290

האגודה הישראלית לתקשורת נוסדה ב־1996. **מסגרות מדיה** הוא כתב העת האקדמי של האגודה המפרסם דרך קבע, לפחות פעם בשנה, מאמרים מקוריים בעברית בכפוף להערכת עמיתים (Peer Review), העוסקים בחקר התקשורת ובמיוחד בחקר התקשורת הישראלית. לצד המאמרים מתפרסמים גם דוחות מחקר, מסות ודיונים וכן סקירות ספרים. זהו כתב עת אקדמי שפיט, הנכלל ברשימת כתבי העת המוכרים ע"י ות"ת (ISSN: 2617-5290).

עורכי מסגרות מדיה:

פרופ' מוטי נייגר (גיליון 1)
פרופ' עקיבא כהן (גיליונות 2-8)
פרופ' גבי וימן (גיליונות 9-14)
פרופ' הלל נוסק (גיליונות 15-20)
ד"ר יובל גוז'נסקי (גיליונות 21-26)
פרופ' דורון שולצינר (מגיליון 27)

יו"ר האגודה הישראלית לתקשורת: פרופ' עמית שכטר

ראשי האגודה בעבר:

פרופ' דן כספי ז"ל (1996-1999)
פרופ' הלל נוסק (1999-2003)
פרופ' יחיאל לימור (2003-2006)
פרופ' מוטי נייגר (2006-2009)
פרופ' נעם למלשטרייך-לטר (2009-2012)
פרופ' חוה תדהר (2012-2015)
פרופ' איתן גלבוע (2015-2018)
פרופ' חיים נוי (2018-2021)
ד"ר עמית קמה (2021-2024)

חברי הוועד המנהל:

ד"ר יובל גוז'נסקי
פרופ' רועי דודזון
גב' עינבל יצחק
ד"ר שרית נבון
מר בר פישמן
פרופ' ערן פישר
ד"ר חן סבג-בן פורת
פרופ' דורון שולצינר
פרופ' עמית שכטר

ועדת הביקורת:

ד"ר רות אבידר
ד"ר מתן אהרוני
פרופ' אורן מאירס

יו"ר פורום צעירים:

גב' עינבל יצחק

ראש קהילת אוריינות תקשורת ומדיה:

ד"ר רביב נאווה

תוכן העניינים

דבר העורך - דורון שולצינר

9

מאמרים מקוריים

- רוני אלוש גלם, רות אבידר, כלילה מגן
דילמות דיגיטליות של עמותות לילדים ונוער בסיכון בהפעלת עקרונות
דיאלוגיים
13
- האמה אברקשק
שתיקה או השתקה? השימוש ברשתות החברתיות בחברה הערבית בזמן
מלחמת השבעה באוקטובר
42
- עדה אתגר, האמה אברקשק, גבריאלה יונס אהרונ, יובל גוז'נסקי
רפרטואר המדיה של ילדים יהודים וערבים בגילי 9-13 בישראל: הרכבה,
שימושים ותפיסות
77
- גילעד גרינוולד
פוליטיזציה של חדשות רכות בזמן משבר: סיקור תחרויות האירוויזיון,
2025-2023
103

מיני סימפוזיון: מדיאטיזציה מוגפנת

- כרמל וויסמן, עלמה מריסה סימון
"הייתי בשוק שהוא בכלל פותח מצלמה": תיעוד עצמי מהשבעה באוקטובר
כמדיאטיזציה מוגפנת
131
- עמית פינצ'בסקי
על המדיאטיזציה של העדות: תגובה לווייסמן וסימון
164
- כרמל וויסמן, עלמה מריסה סימון
מדיאטיזציה מוגפנת: תגובה לעמית פינצ'בסקי
167

מעבר למסגרת: מסות בתחום התקשורת

- שלומי רוזנפלד
מוזיקה מזרחית והפסקול המוזיקלי ברדיו בשנות ה־50 וה־60
170
- מוטי גיגי, דויד פרץ
תגובה למסה "מוזיקה מזרחית והפסקול המוזיקלי ברדיו בשנות
ה־50 וה־60" מאת שלומי רוזנפלד
184

Gilad Greenwald

Politicization of Soft News in Times of Crisis: Media Coverage of the Eurovision Song Contests, 2023–2025

191

סקירת ספרים

Rabbis, Reporters and the Public in the Digital Holyland

Yoel Cohen, Routledge, 2023. 290 pages.

226

אינס גבל

Women's Activism Online and the Global Struggle for Social Change

Carmit Wiesslitz (Ed.), Palgrave Macmillan, 2023. 310 pages.

232

עינת לחובר

ללכת אל, ללכת מ...: דרמה ישראלית בטלוויזיה 1998–1968

אורנה לביא-פלינט, מאגנס, 2024. 407 עמודים.

236

מתן אהרונ

מסע הפרסום: פרקים בחיי הפרסום הישראלי

עמיר עירון, הוצאה עצמית, 2025. 306 עמודים.

244

דורית צימנד-שיינר

248

אורלי סוקר

תקצירים בערבית

רוני אלוש גילמ, רות אפידאר, כליא מגין

מעצלות דיגיטליות לجمعيات للأولاد وشبيبة تحت الخطر في تفعيل مبادئ حوارية

258

המה אבו כשק

أسكوٲ أمر إسكات؟ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى المجتمع العربي أثناء حرب السابع من أكتوبر

259

آدا إيتجار, هامة أبو كسك, غابريلا يونس أهاروني, يوفال غوجانسكي

ربرتوار الوسائط لدى الأطفال اليهود والعرب في إسرائيل (9–13 عامًا): التركيب, الاستخدامات والتصورات

260

- 261 جيلعاد جرينفالد
تسييس الأخبار الخفيفة في أوقات الأزمات: التغطية الإعلامية لمسابقات
الأورفيزيون، 2023-2025.
- 262 كرمل فايسمان، علما ماريا سيمون
"صدمت حينما شغل الكاميرا": التوثيق الذاتي من السابع من أكتوبر
كوساطة مجسدة
- 263 شلومي روزنفلد
الموسيقى الشرقيّة والموسيقى المرافقة في الراديو في سنوات الـ 50 والـ 60
- 264 موطي جيגי، دفيد بيرتس
رد على مقالة "الموسيقى الشرقيّة والموسيقى المرافقة في الراديو في
سنوات الـ 50 والـ 60" لشلومي روزنفلد

תקצירים באנגלית

- Runi Alush Glam, Ruth Avidar, Clila Magen
**Dialogical Aspects in the Social Media Arena of Nonprofit
Organizations for Children and Youth at Risk** 266
- Hama Abu-Kishk
**Silence or Silencing? The Use of Social Media within
the Arab Society During the October 7 War** 267
- Ada Etgar, Hama Abu-Kishk, Gabriela Jonas Aharoni, Yuval Gozansky
**The Media Repertoire of Jewish and Arab Children
aged 9–13 in Israel: Composition, Uses, and Perceptions** 268
- Gilad Greenwald
**Politicization of Soft News in Times of Crisis: Media
Coverage of the Eurovision Song Contests, 2023–2025** 269

Carmel Vaisman, Alma Maria Simon

"I Was Shocked He Even Turned On The Camera": Self Documentation on October 7th as Embodied Mediatization 270

Shlomi Rosenfeld

Mizrahi Music and the Musical Soundtrack on Radio in the 1950s and 1960s 272

Moti Gigi, David Peretz

A Response to the Essay "Mizrahi Music and the Musical Soundtrack on Radio in the 1950s and 1960s" by Shlomi Rosenfeld 273

דבר העורך

קוראות וקוראים יקרים,

בהתרגשות גדולה אני מתכבד להציג לכם את גיליון 27 של **מסגרות מדיה**, שהוא הראשון מאז כניסתי לתפקיד העורך הראשי של כתב העת. תמצאו בו מגוון מאמרים, מסות וסקירות ספרים. זאת גם ההזדמנות לבשר על פורמט פרסום חדש שהשקנו, המאפשר לפרסם מאמרים גם בשפה האנגלית.

מה בגיליון?

החותם שהותירה המלחמה על החברה הישראלית מורגש גם בגיליון הנוכחי, כאשר שלושה מאמרים עוסקים בהשפעותיה על תחומי חיים שונים. מאמרן של כרמל ווייסמן ועלמה מריה סימון מנתח את התיעוד העצמי הספונטני של שורדי מתקפת השבעה באוקטובר בשעה שהסכנה ריחפה מעל ראשם - תופעה שהן מכנות "מדיאטיזציה מוגפת". מנקודות מבט אחרות, האמה אבו־קשק בוחנת את דפוסי השימוש ברשתות החברתיות והצנזורה העצמית של אזרחים ישראלים ערבים במהלך המלחמה, וגילעד גרינוולד מנתח את הפוליטיזציה בסיקור תחרויות האירוויזיון בשנים 2023-2025, בין השאר לנוכח הלחצים הפוליטיים שהופעלו על ישראל והמתמודדות הישראליות בתחרות הזמר.

לצד זאת, תמצאו את מאמרם המיוחד של עדה אתגר, האמה אבו־קשק, גבראלה יונס אהרוני ויובל גוז'נסקי, אשר מצליח למפות את הרגלי צריכת המדיה של ילדים בגילי 9-13 מבעד לעיניהם של הילדות והילדים עצמם. מאמר מעניין נוסף, של רוני אלוש גלם, רות אבידר וכלילה מגן, מציג דילמות של עמותות לילדים ונוער בסיכון בנוגע לשימוש שהן עושות ברשתות החברתיות לקידום מטרותיהן, אל מול אתגרים אתיים הקשורים למקבלי השירות שלהן.

הגיליון גם כולל דיון נוקב בין שלומי רוזנפלד לבין מוטי גיגי ודויד פרץ על אודות מקומה והיקף חשיפתה של המוזיקה המזרחית בשנות ה־50 וה־60, שהוא המשך למסה בנושא שפרסמו גיגי ופרץ בגיליון 26. כמו כן, מתפרסמות בו מסת תגובה של עמית פינצ'בסקי למאמרן של ווייסמן וסימון, ותגובתן אליו במסגרת **פורמט חדש** - **מיניסימפוזיון** על מאמר שפורסם בכתב העת. את הגיליון חותמות חמש סקירות של ספרים חדשים מאת חוקרים ישראלים.



חדש ב"מסגרות מדיה" – מאמרים באנגלית

באוגוסט 2025 החליטו חברי המערכת להציע לראשונה לחוקרים.ות אפשרות לפרסם גם בשפה האנגלית, במתווה מיוחד השומר על אופיו של כתב העת כבמה לפרסום בעברית למען ציבור החוקרים בישראל והקוראים בעברית.

המתווה החדש כולל אפשרות לפרסם גם גרסה מתורגמת לאנגלית של המאמר, כלומר **המאמר יתפרסם בשתי שפות**, כנהוג בכתבי עת דו-לשוניים בעולם. שתי הגרסאות יופיעו בנפרד באתר האינטרנט ויתפרסמו באותו גיליון. בגיליון הנוכחי, מאמרו של גילעד גרניולד על סיקור תחרויות האירוויזיון מופיע בעברית ובאנגלית.

תרגום המאמר כרוך בתשלום מצד הכותבים המעוניינים בכך, כדי לכסות את הוצאות התרגום וההפקה. המתווה יאפשר לכותבים.ות להגיע לקהלים רחבים, להיות מצוטטים בעברית ובאנגלית, ולהעלות את השפעתם המחקרית (למשל ב-h-index של גוגל סקולר). המתווה מעניק גם לדוקטורנטים.ות הכותבים דוקטורט מאמרים במה אקדמית ישראלית לפרסום מאמרים באנגלית, בהתאם לדרישות המוסדות להשכלה גבוהה.

הפרסום בשפה האנגלית תומך ביוזמה נוספת של **מסגרות מדיה** לייצר מקדם השפעה (impact factor) לכתב העת דרך פלטפורמות הדירוג המקובלות. תהליך זה כבר יצא לדרך בהובלתו של עוזר העורך אבישי גרצ'וק. ככל שיתרבו ההפניות למאמרים שפורסמו בכתב העת - בעברית או באנגלית - יעלה הדירוג שלו והוא יהפוך לפלטפורמה מושכת יותר עבור חוקרים המחפשים במה למאמריהם.

תודות

תודות חמות לד"ר יובל גוז'נסקי שסיים שלוש שנים פוריות כעורך **מסגרות מדיה** ותרם רבות לשיפור הרמה של כתב העת והפלטפורמה המקוונת שלו. יובל העביר לי חפית תפקיד מצוינת, לצד נהלים וטפסים מסודרים שיצר, אשר אפשרו כניסה קלה לתפקיד והמשך העבודה השוטפת על המאמרים.

תודה גם לאגודה הישראלית לתקשורת, ובמיוחד ליושב הראש היוצא עמית קמה וליושב הראש הנכנס עמית שכטר, שתמכו ותומכים בכתב העת בכספי האגודה. תודה לאבישי גרצ'וק, עוזר העורך, הממלא תפקיד פעיל ומועיל בניהול ועריכת כתב העת. תודה לד"ר האמה אבו־קשק ולמתרגם עלאא שלבייה על הסיוע בתרגום התקצירים ושמות הכותבים לערבית. תודה לחיים ביאור, הכותב מאמרי עיתונות על מאמרים שהתפרסמו ב**מסגרות מדיה** ומגדיל את חשיפת הציבור אליהם.



תודה למעצב המוכשר נדב אטיאס, אשר משלב את הנושאים של מאמרי הגיליון בעיצוביו המקוריים לעמוד השער. תודה רבה לעורכת הלשון חבצלת שפירא, שעוזרת לכותבים לפרסם מאמרים שניסוחיהם מדויקים וברורים יותר במקצועיות רבה. תודה למעמדת והמעצבת הגרפית עינת פרלמן רוגל, אשר דואגת לנראות של המאמרים באתר ובקובצי pdf. תודה לגיא נקש ומכללת ספיר על התמיכה הטכנולוגית בממשקי האתר.

ותודה למרכז האקדמי הרב־תחומי ירושלים, שמסייע גם הוא במימון הניהול השוטף של **מסגרות מדיה** ובקידומו.

פרופ' דורון שולצינר

מאמרים מקוריים

דילמות דיגיטליות של עמותות לילדים ונוער בסיכון בהפעלת עקרונות דיאלוגיים

רוני אלוש גלם, רות אבירד וכלילה מגן*

תקציר

לצד היתרונות הבולטים הגלומים ברשתות החברתיות, כגון נגישות גבוהה, זמינות ויכולת להגיע לקהל רחב ומגוון, השימוש בהן מציב אתגרים מורכבים, במיוחד בהקשרים ייחודיים כמו עמותות. המאמר הנוכחי עוסק בבחינת סוגיות אלו, תוך התמקדות בתפקידן של רשתות חברתיות בארגוני מגזר שלישי, ובפרט עמותות, אשר נדרשות לאזן בין הצורך בהגברת החשיפה הציבורית ובין שמירה על אתיקה וערכים.

מחקר זה בוחן את מידת יישום העקרונות הדיאלוגיים בקרב עמותות בישראל. הוא מתמקד ב־11 עמותות למען ילדים ובני נוער בסיכון, ומתבסס על 26 ראיונות עומק חצי מובנים עם בכירות ובכירים בארגונים אלה, לצד ניתוח תוכן של אתרי האינטרנט ועמודי הפייסבוק שלהן. הממצאים נותחו באמצעות מודל SADA – מודל תלת־רובדי לניתוח דיאלוג, בדגש על הרובד השלישי, הבוחן את הגישה הבסיסית של הארגון לקיום ולעידוד דיאלוג. ניתוח זה חשף נדבכים הנוגעים לרוב סמויים מן העין, לגבי דילמות מורכבות שבפניהן עומדים גורמי המקצוע בכל הנוגע לשימוש ברשתות החברתיות לשם יצירת דיאלוג עם קהלי היעד של הארגונים. ניתוח הרובד השלישי הפנה את הזרקור אל קונפליקט מרתק, בין הרצון למנף את הרשתות החברתיות לקידום מטרות הארגון ובין המחויבות לשמירה על תקינות התהליך הטיפול־שיקומי. הממצאים מדגישים את הצורך בגישה אינטרדיסציפלינרית, המאפשרת הבנה הדדית והעמקת ההיכרות בין תחומי הטיפול לזירות התקשורת ויחסי הציבור.

* רוני אלוש גלם, בית הספר לתקשורת, אוניברסיטת בר־אילן (Roniglaml2@gmail.com).

(com).

ד"ר רות אבירד, החוגים לתקשורת ומנהל מערכות בריאות, מכללת עמק יזרעאל

(ruthav@yvc.ac.il).

ד"ר כלילה מגן, בית הספר לתקשורת והמרכז לתקשורת בינלאומית, אוניברסיטת בר־

אילן (clila.magen@biu.ac.il).

מבוא

שירה של אנה זק "מי זאת" דורג בראש רשימות ההשמעה בקיץ 2022 (בן נון, 2022; נחום שחר, 2022). הפזמון, שבו מדוקלם מספר טלפון ליצירת קשר עם עמותת הפועלת למען בני נוער בסיכון, נעשה שגור בקרב בני נוער ("052538164 תוסיף גם 8"). זה היה מספר הטלפון של זק, שתרמה אותו במטרה להנגיש את שירותי העמותה לקהל היעד המרכזי שלה – בני נוער. קמפיין זה, שזכה לתשומת לב תקשורתית רבה (גלבוע, 2022; הלפרין, 2022), היה ביטוי ליצירת תשתית לדיאלוג בין העמותה לבין בני נוער.

בשנים האחרונות, חלה עלייה במספר העמותות בישראל ובעולם, אשר ניכרת במיוחד בעיתות חירום ומשבר. כך, במהלך תקופת הקורונה ומלחמת חרבות ברזל הוקמו בישראל יותר מ-2,000 עמותות חדשות (אלון, 2020; גייסטר, 2024; רובינשטיין, 2023), ובהתאם לכך התרחב המקום שתופס המגזר השלישי בשדות המחקר (Luo et al., 2023). ובהתאם לכך התרחב המקום שתופס המגזר השלישי בשדות המחקר (Luo et al., 2023). לצד צמיחה זו, התבססו הרשתות החברתיות כערוץ מרכזי לשיתוף מידע בין ארגונים לקהלים באמצעות פרסום פוסטים, תכנים וסרטונים ייעודיים (Dhanesh et al., 2022; Jun & Uster, 2023; Pennerstorfer & Rutherford, 2019; et al., 2020). בד בבד עם ההתפתחויות הטכנולוגיות, חלו שינויים גם בשדה המחקרי שבו צמחה תיאוריית התקשורת הדיאלוגית (Dialogic Communication Theory), הרואה חשיבות בקידום דיאלוג אותנטי ומעמיק בין ארגונים לקהלי היעד שלהם (Kent & Lane, 2021; Kent & Taylor, 2021).

למרות התרחבות השימוש ברשתות החברתיות בקרב ארגוני המגזר השלישי, מחקרים מראים כי ארגונים אלה אינם ממצים את מלוא הפוטנציאל הטמון בפלטפורמות אלה לביסוס תקשורת מיטבית עם קהלי היעד שלהם (Namisango et al., 2019; Wiley et al., 2023). יתר על כן, הספרות האקדמית מצביעה על מחסור במחקרים המתמקדים בפרקטיקות יחסי הציבור של ארגוני המגזר השלישי בזירה המקוונת, ובמיוחד בחוסר התייחסות לאופיים הייחודי בהשוואה לארגונים במגזר הציבורי או הפרטי. מחסור זה בולט עוד יותר במקרה של ישראל, בעיקר בשל גודלו היחסי ומרכזיותו של מגזר זה במדינה.

המחקר הנוכחי בוחן האם ובאיזו מידה עמותות הפועלות למען בני נוער בסיכון מיישמות עקרונות דיאלוגיים באתרי האינטרנט ועמודי הפייסבוק שלהן לשם יצירת תקשורת מיטבית עם קהלי היעד שלהן. לפיכך, סקירת הספרות מתמקדת במגזר השלישי בישראל, באופן שבו ארגונים אלה משתמשים ברשתות החברתיות, ובהמשך בתיאוריית התקשורת הדיאלוגית. זהו מחקר מרובה מקרים, המשלב ניתוח איכותני

וכמותי של אתרי האינטרנט ועמודי הפייסבוק של העמותות עם ראיונות עומק. זאת, תוך שימוש במודל SADA, המתייחס לשלושה רבדים בדיאלוג (Magen & Avidar, 2019). בפרק הדיון ייבחנו סוגיות מורכבות הנובעות מהמפגש בין העמותות לרשתות החברתיות. על בסיס דיון זה ינוסחו מסקנות המחקר והצעות למחקרים עתידיים בפרק הסיכום של המאמר.

חידושו של המחקר הוא בחשיפת רובד עמוק, הנסתר לרוב מן העין, בהתנהלות המקוונת של עמותות רווחה בישראל. רובד זה, שנחשף בראיונות עומק עם בכירות ובכירים בעמותות, אינו זוכה בדרך כלל להתייחסות במחקר, אך יש לו חשיבות רבה להבנת התמונה המלאה. טמון בו הסבר אפשרי להיקף ולאופי הפעילות הדיגיטלית של העמותות, המתמודדות תדיר עם דיסוננס בין ההיבטים המקצועיים-טיפוליים של פעילותן ובין ההיבטים התקשורתיים-תדמיתיים.

סקירת ספרות

המגזר השלישי בישראל

ארגוני המגזר השלישי הם רכיב מהותי בחברה הישראלית, ושורשיהם נטועים במסורת היהודית רבת השנים (Atlas, 2022). צמיחתם, לצד התרחשויות חברתיות, כלכליות וביטחוניות לאורך השנים, ביססה אותם כמגזר שלישי מובחן, הכולל ארגונים ללא כוונת רווח, חברות לתועלת הציבור ועמותות – שהן הרוב המכריע במגזר זה (Atlas, 2022; קוסמן, 2021; 2023; Almog-Bar, 2016). המגזר השלישי פועל מחוץ למערכות הציבוריות והעסקיות ובכפוף לחקיקה ייחודית, אך הגדרתו נותרה עמומה (Gidron et al., 2012, pp. 3-4). ארגונים אלו מתאפיינים בעצמאות מוסדית, ניהול עצמי, פעילות ללא מטרות רווח, הסתמכות על מתנדבים ומימון פילנתרופי (Gidron, 2023). מטרתם העיקרית היא לקדם סוגיות חברתיות ואזרחיות בתחומי החינוך, הרווחה, הפוליטיקה והסביבה, תוך צמצום פערים חברתיים וחיזוק הקהילה, כאשר התנדבות היא נדבך מרכזי בפעילותם (Amelia & Dewi, 2021).

המגזר השלישי בישראל הוא מהגדולים בעולם ביחס לגודל האוכלוסייה, וכולל כ־35 אלף עמותות בתחומים שונים, ובהם זכויות נשים ואיכות הסביבה (גיידיסטאר, 2024; 2023; do Adro et al., 2020; 2024; 5,000). למעלה מ־5,000 עמותות עוסקות בחירום ורווחה, וכ־3,700 עוסקות בילדים ונוער בסיכון, עם דגש על טיפול בילדים שהוצאו מבתיים בשל אלימות או מצב חברתי-כלכלי קשה. העמותות מפעילות מועדוניות יום, מסגרות מגורים חלופיות, תוכניות טיפול בילדי אומנה

ותוכניות העשרה לילדים ממשפחות במעמד חברתי-כלכלי נמוך (גיידסטאר, 2024; כל זכות, 2024). בשל אופיין הייחודי של העמותות, פעילותן מתבססת במידה רבה על תקשורת עם קהלי היעד באמצעות כלים של יחסי ציבור (Namisango et al., 2019).

שימוש ברשתות חברתיות בעמותות

יחסי ציבור משמשים גשר בין הארגון לבעלי העניין (stakeholders) ולקהלי היעד, תוך תמיכה במטרותיו הארגוניות (לימור ולשם, 2017; Wang et al., 2021; Ihm, 2022; Yavetz & Aharony, 2023). בעמותות, חשיבותם רבה אף יותר, שכן בעלי העניין – תורמים המספקים משאבים, מתנדבים המשמשים כוח אדם חיוני ומקבלי השירות – מהווים את הבסיס לקיומן (Lewis, 2019; Namisango et al., 2019). בזכות השימוש הנרחב בפלטפורמות מקוונות, ובכלל זה הרשתות החברתיות, בקרב בעלי העניין של העמותות, הפכו פלטפורמות אלו לאמצעים מרכזיים בתחום יחסי הציבור שלהן (Bellucci et al., 2019; Mato-Santiso et al., 2021; Wiesslitz, 2019).

מחקרה של וייסליץ (Wiesslitz, 2019) עוסק בשאלת ארגוני המגזר השלישי בזירה המקוונת תוך התמקדות במקרה הבוחן של ישראל. וייסליץ בחנה עשר עמותות הפועלות בתחומי איכות הסביבה, זכויות האדם ועמותות חסד. ממצאי המחקר מצביעים על כך שארגוני המגזר השלישי בישראל מייחסים חשיבות רבה לשימושם במדיה המסורתיים. עם זאת, בשל האתגרים הכרוכים בשימוש באמצעי תקשורת אלו, ארגונים רבים פנו, בהיקפים משתנים, למדיה המקוונים. לפי וייסליץ, היתרון המרכזי שמציעים אמצעי התקשורת המקוונים לארגונים אלו הוא שליטתם על סדר היום הציבורי ויכולתם לעצב את המסרים בהתאם לאסטרטגיית התקשורתית שלהם. הרשתות החברתיות, ובראשן פייסבוק – הרשת החברתית הנפוצה בישראל – שימשו פלטפורמה מרכזית להפצת מסרים, גיוס מתנדבים והגברת המודעות הציבורית לפעילות הארגונים. ממצאי המחקר מעידים כי הרשתות החברתיות משמשות כלי משלים לאמצעי התקשורת המסורתיים, ולא תחליף שלהם (Wiesslitz, 2019).

מחקר נוסף, אשר בחן את אופן השימוש של ארגוני מגזר שלישי ברשתות החברתיות, העלה כי ארגונים פוליטיים לא־ממשלתיים (NGOs) בישראל אינם מיישמים במלואם את עקרונות הדיאלוגיות בניהול קשרי הציבור שלהם, וכי הדיאלוג בין ארגונים אלו ובין הציבור נותר מצומצם ומוגבל (Magen & Avidar, 2019). זאת, בדומה לעסקים חברתיים שאינם ממצים את האפשרויות הטמונות באמצעי תקשורת אלה (Avidar, 2017). מחקר מאוחר יותר הראה כי במצבי חירום, דוגמת תקופת הקורונה,

נעשה שימוש בקבוצות וואטסאפ ככלי יעיל ומיידי לצורכי גיוס והפעלת מתנדבים (Pitowsky-Nave, 2024).

הרשתות החברתיות, שהחלו את דרכן לפני כשני עשורים, הפכו לגורם מרכזי בחברה המערבית, והן משולבות בחייהם של מיליוני אנשים ברחבי העולם (Aichner et al., 2021). פלטפורמות כמו פייסבוק, X (לשעבר טוויטר), טיקטוק ואינסטגרם הן כלים יום-יומיים לתקשורת, הן בין יחידים והן בין יחידים לארגונים. השימוש של ארגונים בהן מבטא החלטה אסטרטגית, שכן הוא מאפשר להם לשמור על קשר דו-כיווני פוטנציאלי עם קהליהם, להפיץ עדכונים ולקבל משוב (Hung-Baesecke & Chen, 2020).

לאורך השנים, ובמיוחד מאז תחילת המאה ה-21, חל שינוי מהותי באופי הקשר של ארגונים עם קהליהם (Bellucci et al., 2019; Twis & Hoefer, 2019; Wiley et al., 2023). הרשתות החברתיות הפכו לכלי נפוץ בקרבם, בעיקר בשל קלות השימוש בהן והמשאבים המועטים הנחוצים לשם כך (Lam & Nie, 2020; Smith, 2018). עבור עמותות, השימוש ברשתות החברתיות ממלא תפקיד כפול – העלאת המודעות לקיומה של העמותה ולפעולה, והנעת קהלי היעד לפעולה. למעשה, שני התפקידים קשורים זה לזה, שכן היכרות עם פעילותה של העמותה משמשת תשתית לגיוס תרומות ומתנדבים, להרחבת קהלי היעד, לחיזוק הקשר עימם ואף לחיזוק הקשרים בינם לבין עצמם (Namisango et al., 2019; Zhang, 2023). גם בישראל ממלאות הפלטפורמות המקוונות תפקיד מרכזי בצריכת מידע ובשיתופו, כפי שמציין איגוד האינטרנט הישראלי (2024). פלטפורמות אלו מאפשרות לעמותות ולארגונים חברתיים להשמיע את קולם ללא מגבלות זמן ומרחב, ולהעביר מסרים מורכבים תוך הצגת תמונה מעמיקה ורחבה בפני הציבור (Wiesslitz, 2019).

אופיין הייחודי של הרשתות החברתיות מאפשר למשתמשים לחוות שלוש רמות של קשר: יצירת תכנים, צריכת תכנים ושיתוף תכנים (Du et al., 2022; Vraga & Tully, 2021; Xue et al., 2024). באשר לעמותות, החוקרים לאבג'וי וסקסטון (Lovejoy & Saxton, 2012) הציעו סכמה של שלוש פונקציות עיקריות שממלאות הרשת החברתית עבורן:

1. **העברת מידע** – פרסומים המעבירים מסר חד-כיווני.
2. **בניית קהילה** – מסרים המעודדים שיח בין חברי הקהילה.
3. **הנעה לפעולה** – מסרים שמטרתם להניע לביצוע פעולה.

אף שהעמותות מכירות בכוחן של הרשתות החברתיות וביתרון המרכזי של הפנייה אליהן, הנוגע לשליטה במסרים, השימוש בהן מלווה באתגרים נרחבים, כגון מחסור בכוח אדם, היעדר ידע מקצועי וקושי בהתאמה לטכנולוגיות מתקדמות. כתוצאה מכך, לעיתים קרובות התוכן המתפרסם בדפי העמותות אינו מותאם למטרות הארגון, נעדר אסטרטגיה מובילה, ומחמיץ את הפוטנציאל הדיואלוגי של הפלטפורמות הללו (Li & Volda, 2024; Magen & Avidar, 2019; Twis & Hoefer, 2019; Wiesslitz, 2019; Wiley et al., 2023).

המחקר הנוכחי מתמקד בעמותות הפועלות למען ילדים ובני נוער בסיכון בישראל, ובאופן שבו הן משתמשות ברשתות החברתיות כדי לתקשר עם בעלי העניין. דור ה-Z, המכונה "דור האינטרנט", מצפה לנוכחות רבה ותגובות עדכניות בפלטפורמות אלו (Doherty, 2020). כמו כן, בחודש מאי 2023 פרסמה האגודה האמריקאית לפסיכולוגיה המלצות שהדגישו את יתרונות השימוש המבוקר ברשתות החברתיות ביצירת תקשורת תומכת עם בני נוער במשבר (American Psychological Association, 2023).

תיאוריית התקשורת הדיואלוגית

בד בבד עם התפתחות המדיה החברתיים התגבשה תיאוריית התקשורת הדיואלוגית (Dialogic Communication Theory), אשר מעלה על נס את חשיבותה של תקשורת "עם" הציבור ולא "אל" הציבור, ובניית יחסים שוויוניים במידת האפשר בין ארגונים לקהליהם (Kent & Taylor, 1998, 2002, 2021; Taylor & Kent, 2014). הודות לאפשרויות הטמונות ברשתות החברתיות להעברת מידע באופן נגיש, מתן תגובה וקבלת משוב, ניתן להגדיל את האמון בין הארגון לקהליו וכך להביא לחיזוק הקשר ביניהם (Hung-Baesecke & Chen, 2020; Kent & Taylor, 1998). המשמעות של התקשורת הדיואלוגית ביחסי ציבור היא קיום שיח פתוח, כן ומאפשר עם קהלי היעד, גם בנושאים שיש סביבם מחלוקת, במטרה להגיע להבנה הדדית (Taylor & Kent, 2014). הדיואלוג מבוסס על מערכת יחסים בין הארגון לציבור, עם מחויבות לחילופי מידע בהווה, תוך התייחסות לעבר ועתיד משותפים.

קנט וטיילור (Kent & Taylor, 1998) זיהו חמישה מאפיינים של דיואלוג מקוון: לולאה דיואלוגית (dialogic loop; קהל היעד מגיב לארגון והארגון מגיב לקהל היעד), מידע שימושי (usefulness of information; העברת מידע אמין ובעל ערך), יצירת ביקורים חוזרים (generation of return visits; עדכון החומר באתר ויצירת אינטראקציות), קלות השימוש (ease of the interface; ממשק אינטואיטיבי) ושימור מבקרים (conservation of visitors; חווית משתמש טובה). בהמשך, הוסיפו החוקרים

מאפיינים נוספים: הדדיות (mutuality; הכרה בקשר שבין הארגון לקהל היעד), קרבה (propinquity; קיום שיח ישיר ונכונות לתקשר), אמפתיה (empathy; תמיכה ואמון), הסתכנות (risk; פגיעות ופתיחות להשפעה הדדית) ומחויבות (commitment; השקעת זמן ומשאבים בגיבוש הסכמות) (Kent & Taylor, 2002).

תקשורת דיאלוגית מיטבית יכולה להוות קרקע פורייה לפיתוח מעורבות (engagement) של קהלי היעד (Bellucci et al., 2019; Taylor & Kent, 2014). מעורבות זו מתאפיינת בתקשורת דו־כיוונית, המבוססת על היענות לשיח ועשויה להוביל לשינוי תודעתי ולמעורבות רגשית (כגון חמלה), אשר משמשות בתורן בסיס לעשייה, לרבות פעולות מקוונות כמו תרומה או התנדבות (Hoefler & Twis, 2018; Morehouse & Saffer, 2019). מעורבות מוגדרת כגישה רגשית המנחה את האינטראקציות ההדדיות בין ארגונים לציבור, תוך עיצוב כללים מוסכמים לתקשורת, תגובות ושיתוף פעולה, אשר מבוססים על כבוד הדדי, אמפתיה ומחויבות (Pressgrove et al., 2018; Taylor & Kent, 2014). לא בכדי, בעידן המדיה החדשים, אינטראקציות מקוונות בין עמותות וקהלים הפכו לכלי חשוב לפעילות פילנתרופית ולעבודה עם תורמים (Harrison, 2023; Klafke et al., 2021; Wang & Yang, 2020).

למרות יתרונותיה הרבים של התקשורת הדיגיטלית, מחקרים מצביעים על כך שהיא יוצרת אשלית חיבור, תוך עידוד תקשורת שטחית המובילה לריחוק ולתחושת בדידות. המעבר למרחב המקוון משנה את דפוסי הקשב, ומביא להעדפת תגובות מהירות על פני שיח מעמיק (Baron, 2017; Turkle, 2012). מגמה זו נמצאה גם במחקרים נוספים, המדגישים את אופיין הייחודי של האינטראקציות ברשת (Schwarz, 2021). ברוח זו טוענים קנט וטיילור, במאמריהם המאוחרים על התיאוריה הדיאלוגית, כי אופיו השטחי של השיח ברשתות החברתיות מונע דיאלוג אמיתי, ומצמצם את האינטראקציה לתקשורת דו־כיוונית טכנית בלבד (Kent & Taylor, 2021).

מחקר זה מתמקד בשימוש שעושות עמותות בשתי זירות מקוונות: אתרי אינטרנט ועמודי פייסבוק. אתרי האינטרנט הם פלטפורמה מרכזית ליצירת דיאלוג עם הציבור, מספקים קישוריות בין אתרים, מאפשרים צפייה בתוכני וידיאו ותומכים בתקשורת דו־כיוונית (Derivanti, 2022). הם משמשים מקור חיפוש ראשוני ו'כרטיס ביקור' ארגוני, ולכן עליהם להיות נגישים, אינטראקטיביים ומותאמים טכנולוגית לציבור הרחב (Hoefler & Twis, 2018; Lim et al., 2024).

רשת פייסבוק, בה השתמשו 87% מהאוכלוסייה הבוגרת בישראל ב־2024, משמשת ארגונים ויחידים לצריכת מידע והפצתו וליצירת קהילות מקוונות, תוך שמירה על אמינות ציבורית (Figenschou & Fredheim, 2020; Laor, 2022). ניהול אפקטיבי

של עמודי פייסבוק דורש אסטרטגיה הכוללת זיהוי קהלי יעד והכוונת מסרים אליהם, עידוד מעורבות באמצעות תגובות, שיתוף ולייקים, ושימוש בסוגי תוכן מגוונים, כמו צילומי סטילס ווידאו (לימור ואח', 2014; Yavetz & Aharony, 2022; Dhanesh et al., 2023). מאפיינים אלו מחזקים את הקשר בין הארגון לקהלו ומעצימים את יכולתו ליצור דיאלוג אפקטיבי (Dhanesh et al., 2022; Rizky & Dewi, 2021; Wut et al., 2022). לנוכח ההכרה בחשיבותן של הרשתות החברתיות כערוץ תקשורת מרכזי, ועל רקע המחסור במחקר העוסק ביחסי ציבור במגזר השלישי בישראל – למרות גודלו ומרכזיותו בחברה האזרחית – מחקר זה מתמקד בעמותות המטפלות בילדים ובני נוער בסיכון בישראל, ובוחן את השאלה הבאה: האם ובאיזו מידה עמותות אלה מיישמות עקרונות דיאלוגיים באתרי האינטרנט ועמודי הפייסבוק שלהן ליצירת תקשורת מיטבית עם קהלי היעד?

מערך המחקר

מחקר זה, הנשען על ניתוח מרובה מקרים (Multiple-Case Design), מתמקד ב־11 עמותות רווחה למען ילדים ונוער בסיכון, אשר מספקות מסגרות חלופיות לבני נוער דרי רחוב, תוכניות אומנה, מועדוניות יום ותוכניות העצמה שבהן בני הנוער עובדים ומקבלים שכר על עמלם. המחקר בחן את פעילותן התקשורתית המקוונת של העמותות. עמותות רווחה, המהוות חלק נכבד מהמגזר השלישי, מופיעות תדיר בטיפולוגיות של סוגי עמותות (גייסטאר, 2024). העמותות נבחרו מתוך קטגוריית 'שירותי רווחה' באמצעות דגימה מכוונת (purposive sampling), תוך התמקדות במענה הניתן לילדים ובני נוער בסיכון. כדי לקבל תמונה מהימנה, נבחרו עמותות בגדלים שונים. כלומר, הן חולקו לשלוש קבוצות התייחסות, בהתבסס על המחזור הכספי שלהן, כפי שהוא מפורסם בדו"ח השנתי של כל עמותה באתר העמותות הרשמי של משרד המשפטים, **גייסטאר** (גייסטאר, 2024). לצורך המחקר, עמותה שהמחזור השנתי שלה הוא פחות מ־10 מיליון ש"ח הוגדרה עמותה קטנה; עמותה עם מחזור שנתי של 10-20 מיליון ש"ח הוגדרה עמותה בינונית; ואילו עמותה שהמחזור השנתי שלה גבוה מ־20 מיליון ש"ח הוגדרה עמותה גדולה. ממצאי המחקר הדגימו כי ההבדלים בניהול הנכסים הדיגיטליים של עמותות בגדלים שונים היו מזעריים, ועל כן המחקר יתמקד בתמונה הכוללת שעלתה מן הממצאים.

במחקר נעשה שימוש בניתוחי תוכן איכותני וכמותי של הערוצים המקוונים הנפוצים שבהם משתמשות העמותות, כפי שזוהו במחקר גישוש: אתרי אינטרנט ועמודי פייסבוק ארגוניים. הניתוח האיכותני יושם הן על אתרי האינטרנט והן על עמודי הפייסבוק, בעוד

הניתוח הכמותי שימש להערכת דפוסי הפרסום המשתנים בפייסבוק לאורך תקופת הזמן הנבחנת, במטרה לקבל תמונה רחבה ומדויקת יותר.

זהו מחקר מתמשך, העוקב אחר פרסומי העמותות בפלטפורמות הללו על פני מספר שנים. החומר שנאסף נותח באמצעות ניתוח תוכן איכותני, על פי מאפייני קידוד שנקבעו מראש, המבוססים על התיאוריה הדיאלוגית של קנט וטיילור (Kent & Lane, 2021; Kent & Taylor, 2021). כדי לקבל תמונת מצב המשקפת את רצף הפעילות המקוונת של העמותות לאורך השנה, נדגמו שלושה חודשים – ינואר, מאי ודצמבר (המייצגים התחלה, אמצע וסוף של שנה) בשנים 2016, 2017, 2019 ו-2023. בעקבות פרוץ מלחמת חרבות ברזל באוקטובר 2023, חודש הדגימה האחרון היה ספטמבר ודצמבר. כמו כן, בשל מגפת הקורונה, השנים 2020-2022 היו שנות חירום ומשבר, ולכן הן לא נכללו בדגימה. בכל אחד מהחודשים שנכללו במדגם נאספו וקודדו כלל הפוסטים של אותו החודש, ובסך הכול נדגמו ונותחו 1,302 פוסטים ארגוניים. לשם בחינת השינויים שהתרחשו בעמותות, נעשתה השוואה בין תקופות הזמן השונות בהן נאסף החומר, כמפורט בהמשך. לצורך בחינת היבטי הדיאלוג בפרסומי העמותות, נעשה שימוש במודל SADA (Magen & Avidar, 2019), המציע שילוב בין שלושה רובדי מחקר לצורך חשיפת קיומו או היעדרו של דיאלוג בין הארגון לקהלי היעד שלו. מודל זה נועד להתמודד עם ביקורתם של קנט וטיילור (Kent & Taylor, 2002) על נטייתם של מחקרים ליישם את התיאוריה הדיאלוגית רק באמצעות ניתוח המאפיינים הטכניים של הפלטפורמות, תוך התעלמות מהמשמעויות העמוקות יותר של דיאלוג, כפי שהוגדרו בעבודתם המקורית – ערוץ דו-כיווני, פתוח, אותנטי וכן בין ארגונים לקהליהם. מתוך הבנה זו נולד מודל SADA (Strata Approach to Dialogue Analysis), הבוחן רמות שונות של קיום דיאלוג בארגון, מהרמה הטכנית ועד לרמה האסטרטגית. מערך המחקר התבסס על שלושת רובדי המודל, תוך התאמת שיטות מחקר ייעודיות לכל רובד במודל:

הרובד הראשון (Features Analysis) מתמקד בפוטנציאל הטכני ליצירת דיאלוג בין הארגון לקהלי, באמצעות ניתוח תוכן איכותני וכמותי של אתרי האינטרנט ודפי הפייסבוק הארגוניים. הניתוח האיכותני בחן את מאפייני הנושאים והתכנים שפורסמו בדפים הארגוניים, בעוד הניתוח הכמותי התמקד בזיהוי תשתית דיאלוגית, הכוללת שימור מבקרים, עדכונים תכופים ולולאה דיאלוגית (Taylor & Kent, 2014). נוסף על כך, בדפי הפייסבוק הארגוניים נבדקו מאפיינים כמו האפשרות לסמן "אהבתי", להגיב, לשתף פוסטים ולתת משוב, בעוד באתרי האינטרנט נבדקו תכונות המעודדות דיאלוג, כגון לוח אירועים, פרטי קשר ופלטפורמות לשיח. שימור המבקרים נבחן באמצעות בדיקת תאריך העדכון האחרון ועמוד חדשות דינמי, בעוד מידע שימושי לקהל היעד

נבדק על פי נוכחות פרטים הקשורים לתרומות, התנדבות ומידע ציבורי, כמו ביוגרפיות של בעלי תפקידים (Ingenhoff & Koelling, 2010).

הרובד השני (Process Analysis) מתמקד בניתוח תהליך הדילוג עצמו, תוך שימת דגש על מאפייניהם של האינטראקציות המקוונות בין הארגון לציבור. רובד זה מתבסס על העקרונות הדילוגיים של קנט וטיילור (Kent & Taylor, 2002), הכוללים הדדיות, אשר נבחנה דרך קיומם של פוסטים דו-כיווניים; קרבה, אשר נבחנה דרך שימוש בשאלות שאלות והנעה לפעולה; אמפתיה, אשר נבחנה דרך שימוש בסיפורים אישיים; הסתכנות, שנבחנה דרך ניסוחי הפוסטים ובדיקה האם הם כוללים מסרים שנויים במחלוקת; ומחויבות, שנבחנה דרך מענה לתגובות.

הרובד השלישי (Orientation Analysis) מתמקד בגישה המהותית של הארגון כלפי דיאלוג, במוטיבציה של מנהליו לקיים דיאלוג עם קהלים משתנים, ובסיבות לכך, בהתבסס על חמשת העקרונות הדילוגיים של קנט וטיילור. כיוון שרובד זה עוסק במדיניות ובגישות מהותיות, הוא מחייב שימוש בראיונות עומק ולא רק מקורות שניוניים, כגון פוסטים או תוכן באתרי אינטרנט. ראיונות העומק מאפשרים לחשוף את רובדי העבודה התקשורתית של עמותות הרווחה, להבין את הדילמות והאתגרים מאחורי הקלעים של השימוש ברשתות החברתיות, ולספק תובנות ייחודיות שאין אפשרות להשיג ממקורות שניוניים בלבד (Magen & Avidar, 2019). אם כן, לצורך ביצוע המחקר נערכו 26 ראיונות עומק חצי מובנים עם מנהלות או מנהלי העמותות שנדגמו, או לחלופין עם מי שאחראי על יחסי הציבור של העמותות, במטרה להעמיק את ההבנה בנוגע לפעילותן בזירה המקוונת.

השימוש בראיונות חצי מובנים מאפשר להתמקד בנושאים שהוגדרו מראש, תוך גמישות והתאמת השיח לנושאים העולים במהלך הראיון (Junnier, 2024; Silverman, 2017). הבחירה במתודולוגיה זו הוכיחה את עצמה מעל ומעבר למצופה, שכן המרחב הדינמי של הראיון החצי מובנה הוביל להעלאת סוגיות מהותיות, שהפכו לליבה של ממצאי המחקר. כל ראיון ארך כשעה, הוקלט ועבר ניתוח תמטי, בהתאם לעקרונות הדילוגיים שנדונו בסקירת הספרות. כדי לעודד שיח פתוח, ולבקשת המרואיינים, הם והעמותות המשתתפות במחקר אינם מזוהים בשמותיהם. המרואיינים מיוצגים באמצעות אותיות אקראיות בסדר עולה (א-כ"ו).

ממצאים

רובד ראשון – פוטנציאל לדיאלוג (Features Analysis)

תיאור הממצאים תואם לשלושת הרבדים של מודל SADA. הרובד הראשון משמש לבחינת התשתית שמספקות הפלטפורמות לקיום דיאלוג בין הארגון לקהלי היעד שלו (Magen & Avidar, 2019). על פי ממצאי המחקר, לכל העמותות שנחקרו יש עמוד פייסבוק פעיל, וכולן למעט אחת מחזיקות גם אתר אינטרנט רשמי.

הודות למאפיינים הדיאלוגיים המובנים בפלטפורמת פייסבוק (Lovejoy & Saxton, 2012), מימוש עקרונות דיאלוגיים נתפס כחלק טבעי מהשימוש בה. ואכן, סקירת עמודי הפייסבוק מראה שכל העמותות מאפשרות סימוני "אהבתי", הוספת תגובות ושיתוף פוסטים. כמו כן, הטקסט בלשונית ה"אודות" מעיד על יישום עקרונות דיאלוגיים נוספים, כגון לולאת דיאלוג, המיושמת באמצעות כתובת דוא"ל לפניות וקישורים לפלטפורמות נוספות של העמותה (כמו אתר אינטרנט, ערוץ יוטיוב ועמוד אינסטגרם). הדפים כוללים גם מידע רלוונטי לקהלי היעד, כמו קישורים לתרומות או כתובת המקלטים עבור בני נוער הזקוקים למקום לשהות בו.

בחינת אתרי האינטרנט הארגוניים חושפת מגוון מאפיינים דיאלוגיים, בהם יצירת ביקורים חדשים, שימור מבקרים קיימים ומידע רלוונטי לבעלי עניין. האתרים כוללים אמצעי יצירת קשר המקדמים ביקורים חוזרים, ומאופיינים בקלות שימוש, כגון מעבר חלק בין חלונות, שורת חיפוש ותצוגה בולטת של תכנים פופולריים, כמו חדשות ועדכונים. נוסף על כך, האתרים מספקים עדכונים על אירועים וכנסים, חומרים מקצועיים, מידע על התנדבות וכתור "תרומה" בולט, המיועדים לשימור מבקרים, כגון תורמים, מתנדבים ואנשי מקצוע.

עבור מקבלי השירות (ילדים ובני נוער בסיכון) זוהו דרכי יצירת קשר ייעודיות, כמו צ'אט אנונימי, מספר וואטסאפ וקריאה ישירה להגעה לאתרי העמותה. בעמותות האומנה המצב שונה, מכיוון שקהל היעד המרכזי שלהן הוא משפחות האומנה ולא בני הנוער עצמם (אשר מגיעים לעמותה דרך שירותי הרווחה הרשמיים).

רובד שני – התהליך הדיאלוגי (Process Analysis)

ניתוח הרובד השני מראה כי גם כאשר העמותות מחזיקות חשבונות ברשתות החברתיות, לעיתים קרובות התהליך הדיאלוגי לוקה בחסר, ובמקרים מסוימים כמעט ואינו מתקיים. בחינת קיומו או היעדרו של תהליך דיאלוגי בין העמותות לקהליהן

התבססה על חמשת העקרונות הדאולוגיים של קנט וטיילור: הדדיות, קרבה, אמפתיה, הסתכנות ומחויבות (Kent & Taylor, 1998, 2002; Magen & Avidar, 2019). הערכת עקרונות אלו נעשתה באמצעות ניתוח התוכן האיכותני של הפוסטים בעמודי הפייסבוק של העמותות. בעוד ההיבטים הטכניים (הרובד הראשון) עמדו במוקד של מחקרים רבים מאז פורסמו מחקריהם של קנט וטיילור (Borchers & Enke, 2021; Capriotti & Zeler, 2023; Obembe et al., 2021), והפכו למובנים מאליהם כמעט, ניתוח הרובד השני מראה כי אף שהפלטפורמות קיימות כבר שנים רבות, הפרקטיקה עדיין מדשדשת מאחורי התיאוריה (Klafke et al., 2021; Wang & Yang, 2020).

גם בניתוח עמותות הרווחה הישראליות שנבחנו במחקר זה, נמצא כי למרות קיומם של התנאים הטכניים לערוץ דאולוגי פתוח (רובד ראשון – פוטנציאל לדיאלוג), הלכה למעשה השיח היה מצומצם ביותר. ממצאי המחקר מצביעים על היעדר מוחלט כמעט של תהליך דאולוגי בין העמותות לקהליהן, ועל שימוש מוגבל בלבד במנגנונים שנועדו ליצירת דיאלוג ולעידוד שיח ומשוב. למשל, **עקרון ההדדיות** של קנט וטיילור כמעט ואינו בא לידי ביטוי, כאשר פחות ממחצית הפוסטים שנבחנו כללו מאפיינים דו־כיווניים: בקבוצת הזמנים הראשונה, המתארכת לשנים 2016–2017, רק 12.41% מהפוסטים עודדו דו־כיווניות, כלומר שאלו שאלה, הזמינו את הקוראים להגיב, או הפנו אותם לתרום או להירשם להתנדבות (91 פוסטים מתוך 733); בקבוצת הזמנים השנייה, בשנת 2019, 15.38% מהפוסטים היו דו־כיווניים (38 פוסטים מתוך 247); ובקבוצת הזמנים השלישית, בשנת 2023, רק 7.16% היו דו־כיווניים (25 פוסטים מתוך 349). כמו כן, מספר התגובות הממשיכות (כלומר, תגובה חוזרת של העמותה לציבור שהגיב לפוסט) היה קטן יחסית: בשנים 2016–2017 רק 17.38% מהתגובות היו תגובות ממשיכות (65 מקרים מתוך 374 פוסטים שקיבלו תגובות); בשנת 2019, 21.77% היו כאלה (32 מקרים מתוך 147 פוסטים שקיבלו תגובות); ובשנת 2023, רק 16.26% היו תגובות ממשיכות (20 מקרים מתוך 123 פוסטים שקיבלו תגובות). עיון בתגובות הללו מעיד כי מרביתן היו חד־צדדיות ולא הזמינו לשיח. עם זאת, במקרים בודדים כללה תגובת הארגון הפניה לפנייה רשמית באמצעות "צור קשר" או לעמוד מידע באתר, למשל ברצף התגובות הבא:

- חלום להיות משפחת אומנה🙏מה הקריטריונים בכללי? (ספיציפית לפוסט הזה אנחנו בכללי לא גריל [גריל] באיזור)

- שלום, תוכלי לקרוא כאן פרטים בנושא: [הפניה לאתר העמותה]

בהתייחס לשלוש הפונקציות שמציעים לאבג'וי וסקסטון (Lovejoy & Saxton, 2012), בחינת הפוסטים מצביעה על כך שברוב המקרים העמותות התמקדו בהעברת מידע,

בעוד מקרים של הנעה לפעולה היו נדירים מאוד. כמו כן, נמצאו עדויות בודדות בלבד לבניית קהילה בפוסטים של העמותות:

כבר שנים ארוכות שאלטשולר שחם הם שותפים עם לב רחב, אדיבות ונדיבות [...] תודה רבה על פוסט מרגש ואוהב 🌻 בתמונה לצד עדי, שניים מנציגי מועצת הנוער הארצית, שהגיעו בהתנדבות לפעילות מועצות החניכים שהובילה תכנית המרכזיה החינוכית של ילדים בסיכוי בשיתוף האגף החוץ ביתי במשרד הרווחה והביטחון החברתי. הם הגיעו כדי לשתף בסיפור שלהם, לעודד ולתת מוטיבציה להנהגת הילדים והנוער שלוקחים חלק במועצות חניכי פנימיות הרווחה. כל הכבוד להם!

על פי קנט וטיילור, **אמפתיה** היא אחד מנדבכי הדיאלוג החשובים ביותר (Kent & Taylor, 2002). היא מאופיינת ביכולת להבין את רגשותיו של האחר ואת נקודת מבטו, ליצור חיבור רגשי ולעודד מעורבות באמצעות תגובה המותאמת לצרכיו (Hoefler, 2019; Morehouse & Saffer, 2018; Twis, 2018). עם זאת, סקירת החומרים מעלה כי פוסטים מעוררי אמפתיה מופיעים לעיתים נדירות בלבד. בשל הצורך בחיסיון בכל הקשור לקטינים, הפוסטים נעדרים פרטים מזהים (כולל ויזואליזציה), מה שמקשה על יצירת חיבור רגשי ותחושת אמפתיה, ומוביל לחולשה מובנית בפוסטים של עמותות מסוג זה. לדוגמה:

לרגל השנה החדשה, נפגשנו עם משפחת מנחם (שם בדוי), ממושב בדרום הארץ, שסיפרו על השנה הראשונה שלהם באומנה, על התהליך, הדרך, ההתאהבות, הקשיים וגם המלצות למשפחות שמתעניינות. ספיישל ראש השנה < [קישור] שנה טובה! 🍎

ממצא זה תואם את היעדר ההסתכנות בפרסומי העמותות, אשר מתמקדות בתכנים "שגרתיים" שנועדו להבטיח הסכמה רחבה, תוך הימנעות מפרסום תכנים שנויים במחלוקת (Kent & Taylor, 2002). במקרים של תגובות שליליות, העמותות נוטות לעבור לשיח אישי. לדוגמה, נמצאו בכמה מקרים תגובות קשות לפוסטים של עמותות אומנה, שכללו מתקפות על סוגיות הכרוכות בהליכים מקצועיים, כגון הוצאת ילדים מבתיים:

הלב נקרע כי ככה [העמותה] מייצג את המצב. בטוחני שזו התגלמות של סיפור כואב רק על מנת למצוא לילדים הללו משפחת אומנה [...] איך שמתעללים בילדים חסרי ישע ואיך שבית המשפט הוא חותמת גומי לאיזה עוס [עובדת סוציאלית] שבא לה ככה להחליט להוציא ילדים מהבית. מסחרה עשיתם ע"ח [על חשבון] ילדים תמימים ומסכנים פשוט נקרע הלב !!

ראוי להתייחס כאן לנקודה הנמצאת בתפר שבין הרובד הראשון (קיום טכני של פלטפורמה המאפשרת דיאלוג) לרובד התהליכי (שימוש בכלים הללו לדיאלוג

בפועל). אחד מיתרונותיו של מחקר מתמשך הוא האפשרות לזהות מגמות ודפוסים לאורך זמן. בשנים הראשונות שנבחנו (2016-2017), נמצא כי רוב העמותות לא החזיקו כלל חשבונות אינסטגרם וטיקטוק. לעומת זאת, החל מ־2019 ניכר שינוי בפעילות המקוונת של העמותות שנבחנו, כאשר חלקן פתחו חשבונות בפלטפורמות אלה, המיועדים בעיקר לקהל היעד הצעיר שאליו מכוונות פעולותיהן. זהו אומנם שינוי חיובי וחשוב, אך גם היום עיקר הפעילות ברשתות החברתיות עדיין מתרכזת בפייסבוק, ובכל מקרה יש חפיפה כמעט מוחלטת בין התכנים המועלים בפלטפורמות השונות, אף שהן מכוונות לקהלי יעד שונים בתכלית מבחינה דמוגרפית. נוסף על כך, ניתוח קבוצות הזמנים השונות העלה כי לא חלו הבדלים מהותיים בתוכן או בדפוסי הפעילות בין התקופות. במובן הזה, למרות הזמן שחלף, ההתנהלות המקוונת נותרה סטטית למדי – קיום טכני של הפלטפורמות, אך שימוש דל מאוד ולא מותאם לקהלים הרלוונטיים.

יתרה מזאת, עם חלוף הזמן מתחדד הפער בין הרבדים השונים, שכן הדבקת הקצב מתרחשת בעיקר ברובד הראשון, השטחי יחסית, העוסק באימוץ טכני של פלטפורמות דיגיטליות ובשימושיהן הבסיסיים. לעומת זאת, ברובד העמוק יותר – הכולל את החשיבות הנתפסת של הפלטפורמות ואסטרטגיית הפעלתן – הממצאים מצביעים על כך שלאורך הזמן השינויים הם מינוריים בלבד. מניתוח התוכן ומהראיונות בתקופת הזמן השנייה עלה כי ברוב העמותות לא חלו שינויים מהותיים בהרכב התפקידים בתחום יחסי הציבור, בניסוח ההודעות או בתדירות שליחתן, ואף לא במעמדו של התחום בעבודה השוטפת.

מכאן עולה שאלה מתבקשת: כיצד ניתן לממש את הפוטנציאל הדיאלוגי של הפלטפורמות המקוונות, כאשר נוכחות העמותות במרחבים המקוונים הרלוונטיים מוגבלת (רובד ראשון – תשתית טכנית לקיום דיאלוג), וכשהתכנים שמועלים בה לא מותאמים לצרכניה (רובד שני – תוכן שלא מותאם לדיאלוג)? ניתוח הרובד השני מראה שמאפייני הדיאלוג שהגדירו קנט וטיילור (Kent & Taylor, 2002) באים לידי ביטוי חלקי בלבד בפעילות המקוונת של העמותות, כאשר הדדיות, קרבה ומחויבות כמעט ואינן נוכחות.

כעת נעבור לרובד השלישי במודל SADA (Magen & Avidar, 2019). רובד זה, אשר מתמקד בהיבטים פנים־ארגוניים, מאפשר חשיפה של תפיסות הנמצאות לרוב מתחת לפני השטח, המאפשרת הבנה מעמיקה של הממצאים והפערים בין שני הרבדים הראשונים – הפוטנציאל הקיים לדיאלוג לעומת היעדרו בפועל – ומספקת להם הסברים אפשריים.

רובד שלישי – אוריינטציה לדיאלוג (Orientation Analysis)

באמצעות ניתוח הרובד השלישי במודל SADA נחשפו רבדים מרתקים, שלא ניתן היה לאתר בניתוח שני הרבדים הראשונים. ניתוח האוריינטציה לדיאלוג, באמצעות ראיונות העומק, מצביע על הגישה הארגונית לדיאלוג ועל מידת החשיבות שהעמותות מייחסות לו בקשר לקהליהן (Magen & Avidar, 2019). הממצאים מעידים שאי-קיום עקרונות דיאלוגיים, או יישום חלקי ובלתי סדיר שלהם, נובעים משלוש סיבות עיקריות: משאבים מוגבלים וסדרי עדיפויות הקשורים לתקציב ולכוח אדם; גישה ביקורתית מהותית ולעיתים שוללת כלפי תחום יחסי הציבור; ודיסוננס מקצועי, הנובע מהמתח בין הרצון לגונן על תחום הטיפול ובין הצורך התקשורתי בהפקת סיפורים מעוררי אמפתיה. זה האחרון הוא החידוש המרכזי והחשוב ביותר של המחקר הנוכחי, כיוון שהוא צף ועלה מתוך ראיונות העומק כאשר נבחן הרובד השלישי, והוא מדגים את החשיבות המתודולוגית והאמפירית של המודל. כך, בחלק מן העמותות נחשף נדבך שלרוב לא נדון במחקרים שעוסקים בנוכחות ברשת ובפעילות מקוונת של עמותות. זהו מניע עמוק ונסתר לשימוש או אי-שימוש במדיה החדשים, הנובע מחשדנות בסיסית כלפי התקשורת ככלל, וכלפי תחום יחסי הציבור בפרט, אשר נתפסים כאיום על הפעילות הטיפולית המרכזית של העמותה ויעדיה.

מנהלות ומנהלי עמותות מתמודדים תדיר עם מתח מתמשך בין הרצון לעורר אמפתיה באמצעות סיפורים על אוכלוסיות הילדים והנוער, ובין הצורך לשמור על חיסיון ולהימנע מלקטלג אותם כחלשים, מה שיסתור מהותית את עבודת ההעצמה שחלק מהעמותות שואפות לקדם. כך מספר אחד ממנהלי העמותות: "אני חושב שהמסרים שאנחנו מעבירים הם מאוד מורכבים ועדינים ואפשר בקלות להרוס אותם, ולכן אנחנו נזהרים" (ראיון אישי, ב', 2017). תפיסה דומה עולה גם מדבריו של מנהל עמותה אחר, המדגיש את האתגר שבפרסום הפעילות ברשתות החברתיות: "לפרסם את עצמך לשם הפרסום, זה לא נכון, לא כשאתה עובד עם נוער בסיכון [...] יחסי ציבור דורשים סיפורים קורעי לב. אם אספר אותם, מקבלי השירות ירגישו שמשתמשים בהם ובניית האמון תיפגע" (ראיון אישי, כ"א, 2024).

אם כן, עמותות רבות נוקטות גישה שמרנית בסוגיות תקשורתיות כדי להגן על הילדים ובני הנוער המקבלים את שירותיהן. בהקשר זה, הראיונות מלמדים גם על החשיבות שמייחסים נציגי העמותות לכתובת תכנים ופרסום פוסטים בידי גורמים בתוך העמותה אף במקרים שבהם העמותות נעזרות בחברות יחסי ציבור חיצוניות. חשש זה נובע מהאופי הטיפולי של העמותות ומהצורך לשלוט בתכנים המתפרסמים, בעקבות הכרת הרגישויות והניואנסים של העולם המקצועי-טיפולי. כיוון שהמידע

מופץ להמונים בלחיצת כפתור, וגורמי המקצוע ערים לכך שיש סיכוי גבוה שגם הילדים ובני הנוער שבהם הם מטפלים ייחשפו לתכנים הללו, הם נזהרים מאוד בהליך הניסוח ובהליך ההפצה (כ"א, 2024). העבודה הטיפולית מקשה על חשיפת סיפורי שיקום ברשתות החברתיות, דבר שמפחית את היכולת לעורר אמפתיה בקרב הגולשים, אף על פי שחשיפה כזו עשויה להיות בעלת ערך. העמותות נמצאות במתח תמידי בין "מרגש" ל"רגיש" – בין הרצון לפרסם סיפורים שייגעו בלב הגולשים, ובין השמירה על שלמות התהליך הטיפולי ופרטיותם של מקבלי השירות הצעירים. חלק מהמוראיינים ציינו מפורשות כי יש להם צורך בשליטה מלאה במסרים, מתוך חשש שמומחים בתחומי הדיגיטל, שאינם מבינים את ההיבטים הטיפוליים של עבודת העמותה, יזיקו לעמותה או לצעירים הפגיעים שמקבלים ממנה שירות (ריאיון אישי, ב', 2017; ריאיון אישי, כ"ג, 2024). כך מסבירה כ"ג (2024):

יש לנו ביח"צ [יחסי ציבור], וזה דבר חשוב, מגבלה שאני לא יכולה לחשוף לא את הורי האומנה ולא את הילדים. לא את שמם, לא את מקום מגוריהם, לא את המראה שלהם. אז מה שהופך את המשימה בעבודת היח"צ להרבה יותר קשה ומורכבת, כי אנשים אוהבים נורא להתחבר עם סיפור אנושי, לראות עיניים, לראות ילד שמדבר, וחל עליי איסור לחשוף אותם.

בהתאם לעקרון ה**הדדיות**, ניכר שהארגונים מבינים את חשיבות הקשר עם קהלי היעד שלהם ואת הנוכחות ברשתות החברתיות. "אנחנו מבינים את החשיבות הגבוהה של הרשתות", אמר אחד המוראיינים (ריאיון אישי, כ"ב, 2024), בהתייחס לרשתות ככלי לגיוס תרומות ומתנדבים. מוראיון נוסף הביע רצון להרחיב את הנוכחות הדיגיטלית: "הייתי רוצה שנהיה יותר בדיגיטל, כשאנשים מחפשים פרויקטים לתרום הם הולכים לדיגיטל" (ריאיון אישי, כ"א, 2024).

אחת העמותות התבלטה, בבחינת היוצא מן הכלל שאינו מלמד על הכלל, בהגדרת קהלי היעד ובבחירת ערוצי תקשורת המותאמים להם. מהריאיון עלה כי כל פלטפורמה משמשת את העמותה לתקשורת עם קהל יעד מובחן: לינקדאין משמשת לפנייה לתורמים, פייסבוק מיועדת להעלאת מודעות בקרב הציבור הרחב, ואילו דרך וואטסאפ וטיקטוק העמותה פונה לבני הנוער, ובהן מופעל גם צ'אט אנונימי לשיח ישיר. בעמותה זו הגדירו את מעורבות בני הנוער כמטרה מרכזית, תוך הבנה שהם אינם עוקבים אחרי דף הפייסבוק. לצד אתר האינטרנט כמקור מידע חשוב, כל רשת חברתית ממלאת תפקיד ייחודי: "הרשתות החברתיות, כל אחת מהן, היא האתר שלי מול קהל היעד כדי שישאל אותי או כדי שיקבל את כל המידע שהוא רוצה" (ריאיון אישי, כ"ב, 2024).

על אף הנוכחות המקוונת של העמותות באתרים ובפייסבוק, עקרון ה**קרבה** מתבטא באופן מוגבל בלבד, שכן בפלטפורמות אלה נוצרת בעיקר תקשורת חד-כיוונית, המאפיינת יחסי ציבור מסורתיים. הפלטפורמות משמשות בעיקר להפצת מידע על פעילות העמותה ואירועים מטעמה: "הרוב זה להראות [...] מה קורה בבית" (ריאיון אישי, י"ט, 2024). במקרים מסוימים, אם כי מועטים למדי, נעשה שימוש בפלטפורמות גם לשם הנעה לפעולה, כאשר עמותות האומנה נעזרות בפייסבוק גם לגיוס משפחות, ולדעת אנשיהן הוא יעיל למטרה זו יותר מאמצעי תקשורת מסורתיים: "בסוף, מה שמביא משפחות זה הפייסבוק" (ריאיון אישי, ז', 2018).

בניתוח הרובד השלישי התגלתה היעדר התאמה של הפלטפורמות לקהלי היעד. רוב העמותות משתמשות בפלטפורמות בעיקר להעלאת מודעות וגיוס כספים, ורק עמותות בודדות מנצלות אותן ליצירת דיאלוג פעיל ובעל ערך עם בני הנוער. מנהלת יחסי הציבור באחת העמותות האלה ציינה כי מושם דגש על קשר ישיר עם בני הנוער, מתוך הבנה שרובם, גם אם הם ישנים ברחובות, מצוידים בטלפונים חכמים, ולכן המידע זמין להם (ריאיון אישי, י"ט, 2024).

גם עקרון ה**מחויבות** מתבטא בעמותות במידה מועטה בלבד, בעיקר בשל מחסור במשאבים ליחסי ציבור. מהראיונות עולה כי משאבי הזמן והתקציב המוגבלים מקשים על תחזוקת אתרי האינטרנט ועמודי הפייסבוק, ובוודאי על שימור ערוץ דיאלוגי פתוח ורציף עם קהלי היעד. תחזוקה זו דורשת התמדה ותשומת לב, ואילו מנהלי הרשתות בעמותות עוסקים בתחומים רחבים נוספים, ובהם גיוס כספים, עבודה מול גורמי תקשורת ולעיתים גם תפקידי ליבה אחרים, כמו גיוס משפחות אומנה (ריאיון אישי, ט"ז, 2024). "יש לנו גם מישור שעובד איתי פה בגיוס, בשיווק [...] בנוסף למה שהוא עושה", אמרה אחת המרואיינות (ריאיון אישי, כ', 2024). מרואיינת נוספת אמרה דברים דומים: "המשימה המרכזית היא לא היחידה שלי, כי אני צריכה לפעמים גם לעבוד לגיוס תרומות, וגם לחפש הורי בית למעונות המשפחתיים שלנו" (ריאיון אישי, כ"ג, 2024).

כתוצאה מכך, במרבית המקרים, העמותות מתייחסות לאמצעי התקשורת השונים כאילו הם מקשה אחת, ובכל הפלטפורמות מתפרסמים תכנים זהים. לצד ביטויים של הבנת חשיבותן של הרשתות החברתיות כערוץ לקשר פתוח וכן, עולה מראיונות העומק גישת "כבדהו וחשדהו" כלפי זירות התקשורת, ובייחוד כלפי הרשתות החברתיות. הדבר נובע מהאינטנסיביות המאפיינת פלטפורמות אלו ומהתפוצה הרחבה של המסרים המתפרסמים בהן. במהלך הראיונות עלתה מספר פעמים האמביוולנטיות

של בכירי העמותות ביחסם לתקשורת וליחסי ציבור, ובפרט לפרסומים בפלטפורמות הדיגיטליות.

ראיונות העומק חושפים את הגישה המורכבת של העמותות לעבודתן התקשורתית, במיוחד בכל הנוגע לשימוש בפלטפורמות המדיה החדשות, שמציבות אתגרים מתמשכים. הממצאים מעידים שראשי העמותות והאחראים על יחסי הציבור שלהן רואים ברשתות החברתיות בעיקר פלטפורמה להעברת מסרים, ולא כלי לניהול שיח עם קהלי היעד. רכיבים מעטים בלבד של עידוד לדיאלוג מתקיימים בפועל, הן בשל מחסור בכוח אדם והן בשל גישה חשדנית כלפי ההתכוונות ליצירת הד ציבורי, שעשוי אומנם להועיל, אך גם להזיק.

דיון

ניתוח הממצאים באמצעות מודל SADA חשף ביטוי מצומצם של העקרונות הדיאלוגיים, הן ברובד הטכני של הפלטפורמות הדיגיטליות הן בניתוח התהליך הדיאלוגי, אך חשוב משני אלה – ברובד התפיסתי בקרב מנהלי העמותות. בחינת הרובד התפיסתי במחקר זה חשפה היבט חשוב של ההתמודדות עם קונפליקטים מובנים בפעילות העמותות ברשתות החברתיות, במיוחד בנוגע לחשיפת בני הנוער המקבלים שירות ולדרך העברת המסרים. בשונה ממחקר שהצביע על ביטוי בולט של עקרונות הדיאלוג בעמותות בארצות הברית (Li & Voida, 2024), במחקר זה נמצא כי בעמותות הישראליות שנבחנו, עקרונות אלה באים לידי ביטוי באופן מוגבל ביותר.

הרובד הראשון בניתוח מרכיבי התקשורת הדיאלוגית ביקש לבחון את הפוטנציאל הדיאלוגי של אתרי האינטרנט ודפי הפייסבוק של העמותות, כתשתית לקיום דיאלוג בין העמותות לקהליהן. ממצאי המחקר העידו על קיומם של אמצעים דיאלוגיים (כגון לולאת דיאלוג, ביקורים חוזרים ומידע עדכני) בכל השנים שנבחנו, כלומר, התשתית הטכנית לקיום דיאלוג מקוון קיימת. אולם, עצם קיומה של תשתית זו אינו מבטיח דיאלוג עם קהל היעד, שכן הערך המוסף שלה תלוי לא רק באופן השימוש בה, אלא גם בתפיסת הארגון לגבי תפקידה של הרשת החברתית בתקשורת עם הציבור. על בסיס קיומה של תשתית זו נבחן **הרובד השני** – התהליך הדיאלוגי בעמותות. **דהיינו, האם הפוטנציאל בא לידי מימוש?** נמצא כי למרות קיומה של תשתית טכנית לדיאלוג, מימוש הפוטנציאל הדיאלוגי בפועל היה מצומצם. במרבית העמותות לא הוגדר תפקיד ייעודי לשמירה על קשר רציף עם קהלי היעד באמצעות הרשתות החברתיות, מה שמוביל למענה מזדמן או לתגובה בעניינים דחופים בלבד, דוגמת תגובות שליליות מצד הציבור. התדירות הנמוכה של תגובות מצד העמותות אינה מעודדת שיח מתמשך

או יצירת לולאה דיאלוגית. אף על פי שנמצאו מסרים ארגוניים הקוראים לפעולה או לתקשורת דו־כיוונית, ברוב המקרים לא נצפתה המשכיות בשיח בפייסבוק. כתוצאה מכך, העמותות מתקשות לבסס קשרים ממשיים עם קהל היעד, מה שעלול לפגוע בנגישות הנתפסת שלהן בעיני הציבור. מצב זה עלול להוביל להחמצת הזדמנויות חשובות, כגון הזדמנויות להגברת מודעות לפעילות העמותה, לענות לשאלות הנוגעות להתנדבות ופרויקטים מיוחדים, וכן לטפח קשרים עם תורמים פוטנציאליים – כולם מרכיבים חיוניים לחיזוק המעורבות הציבורית ולתמיכה בפעילות הארגון. היעדר לולאה דיאלוגית זו פוגע באפשרות ליצור מעורבות ובבניית קהילות ברשת – פונקציה שהיעדרה בלט בכל שלושת הרבדים שנבחנו. ניתוח ה**רובד השלישי** חשף היבטים חשובים של ההסברים שניתן להעניק לממצאים משני הרבדים האחרים. מתוך הממצאים בניית רובד זה עולה כי שני גורמים עיקריים מונעים מהעמותות לפתח דיאלוג עם קהלי היעד, ומסבירים את הפערים שהתגלו בין הרובד הראשון לרובד השני: משאבים מוגבלים ודיסוננס מקצועי.

מנהלות ומנהלי העמותות נוטים לראות את ניהול העמותה ואת הפעילות התקשורתית כתחומים נפרדים, ולעיתים סותרים מהותית, כאשר בקרב אנשי הטיפול זירות התקשורת זוכות תדיר ליחס אדיש, בשל האמונה שמאמצים תקשורתיים גוזלים משאבים יקרים מתקציביהם המוגבלים של הארגונים. אך מעבר לסוגיה התקציבית, ואולי חשוב ממנה, מהמחקר עולה כי החשדנות הבסיסית כלפי התקשורת וכלפי תחום יחסי הציבור באה לידי ביטוי במתח שבין עולמות הטיפול ועולמות התקשורת השיווקית. ילדים ובני נוער, שנחשפים לתכנים של העמותות בדיגיטל פעמים רבות לפני קהלי היעד הבוגרים (כגון תורמים ומתנדבים), מוצגים לעיתים בפרסומים אלה כבני אדם פגיעים – הצגה מנוגדת לתהליך השיקום, שמטרתו להעצים ולקדם אותם (ריאיון אישי, כ"א, 2024). מנהלי העמותות מתמודדים פעמים רבות עם דילמה מהותית: האם המסרים התקשורתיים שהם מעלים לרשת עלולים להזיק לתהליך הטיפול שעליו הם שוקדים? דילמה זו יוצרת מתח מובנה בין ערכים טיפוליים ובין הרצון ליצור קשר ומעורבות דיאלוגית עם קהלי היעד בפלטפורמות המקוונות. הרצון לעורר אמפתיה באמצעות סיפורים אישיים מתנגש בצורך לשמור על פרטיותם של בני הנוער ולקדם את תהליך שיקומם. כמו כן, השימוש באמצעים חזותיים מוגבל מאוד, שכן העמותות מקפידות להימנע מחשיפת פרטים מזהים של בני הנוער. כתוצאה מכך, עולות באופן שוטף שאלות כמו "האם לפרסם?" ו"כיצד לפרסם?". ממצאים אלה מדגישים את תפקידו המורכב של הדיאלוג בפעילות העמותות, שממנה נעדרים לעיתים קרובות רכיבים מרכזיים כמו קרבה, אמפתיה, סיכון ומחויבות. החשדנות כלפי יחסי הציבור, אם בשל ניהול סיכונים ואם בשל היכרות שטחית עם התחום, מטשטשת את ההבנה כי

יחסי הציבור הם כלים חיוניים למימוש שלוש הפונקציות שמציעים לאבג'וי וסקסטון (Lovejoy & Saxton, 2012): העברת מידע, בניית קהילה והנעה לפעולה.

בדומה למחקרה של וייסליץ (Wiesslitz, 2019), גם כאן בולט היעדרן של אסטרטגיות תקשורת בקרב עמותות המחזיקות דפים ברשתות החברתיות, וזאת חרף הפוטנציאל הגלום באמצעי התקשורת המקוונים להעברת מסר נהיר. אימוץ גישה אינטרדיסציפלינרית, המעודדת היכרות הדדית מעמיקה יותר בין תחומי הטיפול לתחומי התקשורת השיווקית, עשוי לסייע בהתמודדות עם האתגרים שנמצאו בניתוח הרובד השלישי. חוסר ההיכרות עם תחום יחסי הציבור מעורר חשדנות ורתיעה, ואף מונע מהעמותות לעסוק בו. אולם, דיאלוג אפקטיבי עם קהל היעד דרך אמצעים מקוונים הוא חלק מרכזי בעשייה של עמותות. עמותות שהשכילו לשלב בין עבודה תקשורתית לפעילות שוטפת השקיעו משאבים, כגון כוח אדם, זמן ולעיתים תקציב, בניהול נכון של יחסי הציבור. רוב המרואיינים ציינו כי המוטיבציה לניהול אתרי אינטרנט ועמודי פייסבוק היא העלאת מודעות לקיומה של העמותה ולפעילותה. זוהי גישה מסורתית ליחסי ציבור, המתעלמת מהמעבר לתפיסות אסטרטגיות דיאלוגיות רחבות יותר, המעודדות אינטראקציה ומעורבות עם קהלי היעד. ניתוח על ציר הזמן הדגים שינויים מינוריים בלבד ברבדים העמוקים של הגישה לנושאים הנדונים.

בהיבט המתודולוגי, השימוש במודל SADA לבחינת קיומה או היעדרה של תקשורת דיאלוגית בין העמותות לקהלי היעד, הדגים את הביקורת של קנט וטיילור על מחקרים רבים שנעשו בהמשך לעבודתם (Magen & Avidar, 2019). בהיעדר הרובד השלישי בניתוח הדיאלוג, התמונה נותרת שטוחה וחד־ממדית. הניתוח החלקי, הטכני והבינארי אינו מספיק כדי להבין את הסוגיה לעומקה. מתודת הניתוח של המודל, שבו שלושת הרבדים זוכים להתייחסות, מאפשרת חשיפה של שכבות עמוקות יותר, אשר לא ניתן לאתר או לזהות רק באמצעות ניתוח מקורות שניוניים כגון פוסטים או תכנים באתר האינטרנט: המוטיבציות הארגוניות, הגישה הבסיסית של הארגון לתקשורת ולדיגיטל, האתגרים, האילוצים והדילמות שניצבים בפני הארגון. המודל מאפשר לא רק לזהות את קיומם או היעדרם של מאפיינים דיאלוגיים בארגון, אלא גם לחשוף סוגיות המספקות הסברים ליישום או לחוסר היישום של עקרונות אלו, ואף לאתר את הגורמים המעכבים במימוש עקרונות הדיאלוג. הבנת המניעים וההסברים הללו היא תנאי הכרחי להצעת פתרונות שיביאו לניהול דיאלוג רחב ומעמיק בפלטפורמות המקוונות.

סיכום וחסקנות

במחקר זה נבחן האופן שבו עמותות הפועלות למען ילדים ובני נוער בסיכון בישראל משתמשות באתרי האינטרנט ובעמודי הפייסבוק שלהן, תוך התבססות על תיאוריות התקשורת הדיאלוגית. הגידול במספר העמותות בישראל והתרחבות השימוש ברשתות החברתיות מדגישים את הצורך לבחון את היקף פעילותן ברשת ואת אופייה. המחקר חשף את הקשיים של העמותות ביצירת שיח וקשר עם קהלים שונים דרך הרשתות החברתיות, הנובעים מדילמות מורכבות בעבודה התקשורתית. בהתאם לעקרונות התיאוריה הדיאלוגית, ההסתכנות הכרוכה באימוץ שיח פתוח היא אומנם מהותית ומרכזית לקיום דיאלוג, אך עבור עמותות אלו, ההסתכנות גם נובעת מעיסוק בקהל יעד פגיע – ילדים ונוער בסיכון. נגישותם של בני הנוער לרשתות החברתיות באמצעות טלפונים חכמים יוצרת אתגר ממשי בכל הנוגע לניסוח מסרים אפקטיביים המיועדים לתורמים ולמתנדבים, בשל הסתירה בין הצורך לעורר אמפתיה ובין הרצון לשמור הן על פרטיותם של מקבלי השירות, והן על תהליך טיפולי שלא יעודד גישה קורבנית מצד הילדים ובני הנוער.

מכאן נובע האתגר הייחודי שעומד בפני עמותות המספקות מענה לילדים ובני נוער במצבי סיכון – הצורך לגייס תמיכה ציבורית מחד גיסא, לצד החובה לשמור על כבודם ופרטיותם של מקבלי השירות מאידך גיסא. הרצון להימנע מהצגתם כקבוצה מוחלטת מוביל למדיניות תקשורתית מאופקת, הכוללת פיקוח קפדני על התוכן המפורסם וניהול מבוקר, ואף חשדני, של הנראות הדיגיטלית. ארגונים רבים מעדיפים לנסח מסרים בעצמם, גם כאשר הם מסתייעים באנשי מקצוע חיצוניים, מתוך הבנה שלהיעדר רגישות טיפולית עלולות להיות השלכות שליליות על פעילותם. ההתמודדות המתמדת עם הסתירה שבין הנגשת סיפורים אישיים לשמירה על דיסקרטיות, דורשת אסטרטגיה מחושבת ואחראית.

ברוב העמותות נמצא פער ניכר בין הפוטנציאל הדיאלוגי, כלומר התנאים הטכניים המאפשרים קיום דיאלוג, ובין יישומו בפועל והגישה הבסיסית כלפיו. היעדר התהליך הדיאלוגי מתבטא הן בחוסר ההתאמה בין הפלטפורמות לתכנים המועלים בהן, והן בהימנעות מיישום העקרונות הדיאלוגיים. הימנעות זו נובעת משני מקורות – סדרי עדיפויות תקציביים וגישה חשדנית כללית לסוגיות של תקשורת ותהודה ציבורית – אשר מקשים על יצירת דיאלוג אפקטיבי עם בני הנוער בפלטפורמות המקוונות. מהראיונות עולה כי מנהלי העמותות חוששים שניהול דיאלוג ברשתות החברתיות טומן בחובו יותר סיכונים מאשר תועלת. למרות הפוטנציאל להשגת רווחים ארגוניים רבים,

ההיכרות השטחית עם תחומי התקשורת מגבירה את החשדנות ומובילה להתרחקות, מה שפוגע בפעילות העמותות.

הבנה טובה יותר של היתרונות הרבים הטמונים בתחום התקשורת, לצד דיון בפתרונות אפשריים לאתגרים, יאפשרו מפגש פורה יותר בין שני התחומים וקידום מטרות חברתיות וקהליות. לשם כך, צעדים חשובים ראשונים עשויים לכלול שילוב קורסים של תקשורת אסטרטגית ותקשורת דיגיטלית במסגרות אקדמיות של לימודי עבודה סוציאלית, כמו גם קורסים המתמקדים בתקשורת אסטרטגית במגזר השלישי במסגרת לימודי תקשורת. כדאי לשקול גם הכשרת עובדי עמותות בקורסים ממוקדים שיעסקו בניהול רשתות חברתיות, תוך התייחסות מעמיקה למכלול האתגרים המורכבים והייחודיים העומדים בפני ארגונים אלה.

מחקר זה פתח צוהר להבנת רבדים עמוקים בעבודה התקשורתית של עמותות. רבדים אלה אינם נדונים בדרך כלל, והעלאתם אל פני השטח תורמת רבות לקבלת תמונה מלאה יותר בדבר הפעילות המקוונת של ארגונים ייחודיים אלה. מחקרי המשך על אודות דילמות מקצועיות מגוונות שמתעוררות בעמותות שעוסקות בתחומים נוספים, עשויים להוביל להרחבת ההבנה של הנושא, וכפועל יוצא אף לייעל את עבודתן התקשורתית של העמותות.

רשימת המקורות

Atlas (2022). המגזר השלישי: על אודות המגזר השלישי בישראל. <https://atlas.org.il/third-sector/>

American Psychological Association (2023). הנחיות האגודה האמריקאית לפסיכולוגיה (APA): שימוש ברשתות חברתיות בגיל ההתבגרות. איגוד האינטרנט הישראלי. <https://www.isoc.org.il/research/magazine/apa-social-media-teens>

איגוד האינטרנט הישראלי (2024). שימוש ברשתות חברתיות ושירותים מקוונים בישראל: נתוני 2024 עם פילוחים דמוגרפיים. https://www.isoc.org.il/sts-data/online_services_index

אלון, א' (2020, 8 באפריל). עלייה של מאות אחוזים בפניות לארגוני הסיוע לקראת פסח. *Ynet*. <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5710428,00.html>

בן נון, ש' (2022, 18 בדצמבר). "לך לישון" של אנה זק הוא השיר הכי מושמע ברדיו ב-2022. וואלה. <https://e.walla.co.il/item/3546509>

גייסטאר. (2024). גייסטאר – אתר העמותות של ישראל. נדלה ב-20 במרץ 2025. <https://www.guidestar.org.il/home>

גלבוע, ד' (2022, 22 בספטמבר). בוא תראה מה פספסת: הקמפיינים היראליים הבולטים באינסטגרם ובטיקטוק. **כלכליסט**. <https://www.calcalist.co.il/shopping/article/rjrh5txo>

הלפרין, נ' (2022, 25 ביולי). "מאז שיתוף הפעולה עם אנה זק, יותר אנשים רוצים להתנדב ולעזור". **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/family/2022-07-25/ty-article/.premium/00000182-3513-d47a-a38e-7fb78ebe0000>

כל זכות (2024). "כל זכות" – אתר הזכויות של ישראל. https://www.kolzhut.org.il/he/%D7%A2%D7%9E%D7%95%D7%93_%D7%A8%D7%90%D7%A9%D7%99

לימור, י' ולשם, ב' (2017). **איך להפוך צפרדע לנסיך**. משכל.

לימור, י', לשם, ב' ומנדלזיס, ל' (2014). **יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה**. האוניברסיטה הפתוחה.

נחום שחר, מ' (2022, 1 בדצמבר). "דובשנייה", "מי זאת" ו"לבד על המיטה" – הקליפים הנצפים ביותר ביוטיוב ב-2022. **כלכליסט**. <https://www.calcalist.co.il/style/article/bynyd0spj>

קוסמן, ל' (2021). **מימון ממשלתי של המגזר השלישי בישראל**. הכנסת – מרכז המחקר והמידע. https://fs.knesset.gov.il/globaldocs/MMM/127ba4a6-8d94-ea11-8104-00155d0aee38/2_127ba4a6-8d94-ea11-8104-00155d0aee38_11_17824.pdf

רובינשטיין, ע' (2023, 20 בדצמבר). ארגוני החברה האזרחית מוכיחים את צדקת קיומם. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/news/local/article/14979174>

Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>

Almog-Bar, M. (2016). Policy initiatives towards the nonprofit sector: Insights from the Israeli case. *Nonprofit Policy Forum*, 7(2), 237–256. <https://doi.org/10.1515/npf-2016-0005>

Amelia, S. R., & Dewi, M. K. (2021). How a nonprofit organization delivers online accountability through social media. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 18(3), 317–334. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00274-7>

Avidar, R. (2017). Public relations and social businesses: The importance of enhancing engagement. *Public Relations Review*, 43(5), 955–962. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.03.015>

Baron, N. S. (2017). Reading in a digital age. *Phi Delta Kappan*, 99(2), 15–20. <https://doi.org/10.1177/0031721717734184>

- Bellucci, M., Biagi, S., & Manetti, G. (2019). Dialogic accounting and stakeholder engagement through social media: The case of top-ranked universities. *The Review of Higher Education*, 42(3), 1145–1184. <https://doi.org/10.1353/rhe.2019.0032>
- Borchers, N. S., & Enke, N. (2021). Managing strategic influencer communication: A systematic overview on emerging planning, organization, and controlling routines. *Public Relations Review*, 47(3), 102041. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102041>
- Capriotti, P., & Zeler, I. (2023). Analysing effective social media communication in higher education institutions. *Humanities and social Sciences Communications*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02187-8>
- Derivanti, A. (2022). The role of government digital public relations in providing innovative information to the public. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 3(2), 165–170.
- Dhanesh, G., Duthler, G., & Li, K. (2022). Social media engagement with organization-generated content: Role of visuals in enhancing public engagement with organizations on Facebook and Instagram. *Public Relations Review*, 48(2), 102174. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102174>
- do Adro, F. J. N., & Leitão, J. C. C. (2020). Leadership and organizational innovation in the third sector: A systematic literature review. *International Journal of Innovation Studies*, 4(2), 51–67. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2020.04.001>
- Doherty, B. (2020, June). “Tap, tap, tapping on the glass”: Generation Z, social media and *Dear Evan Hansen*. *Arts*, 9(2), 68. <https://doi.org/10.3390/arts9020068>
- Du, X., Liechty, T., Santos, C. A., & Park, J. (2022). ‘I want to record and share my wonderful journey’: Chinese millennials’ production and sharing of short-form travel videos on TikTok or Douyin. *Current Issues in Tourism*, 25(21), 3412–3424. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1810212>
- Figenschou, T. U., & Fredheim, N. A. (2020). Interest groups on social media: Four forms of networked advocacy. *Journal of Public Affairs*, 20(2), e2012. <https://doi.org/10.1002/pa.2012>
- Guo, J., Zhang, W., & Xia, T. (2023). Impact of shopping website design on customer satisfaction and loyalty: The mediating role of usability and the moderating role of trust. *Sustainability*, 15(8).

- Gidron, B., Bar, M., & Katz, H. (2012). *The Israeli third sector: Between welfare state and civil society*. Springer.
- Gidron, B. (2023). The third-sector in Israel: Between service delivery and civil society. In P. R. Kumaraswamy (Ed.), *The Palgrave international handbook of Israel* (pp. 1–18). Springer.
- Gidron, B., & Katz, H. (2024). Israel's civil society 2023 from protest to aid provision — A serving elite perspective. *Frontiers in Sociology*, 9. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2024.1417687>
- Harrison, V. S. (2023). The communicative power of nonprofit actions and values: A pilot study of dialogic stewardship. *Public Relations Review*, 49(1), 102280. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102280>
- Hoefer, R., & Twis, M. K. (2018). Engagement techniques by human services nonprofits: A research note examining website best practices. *Nonprofit Management and Leadership*, 29(2), 261–271. <https://doi.org/10.1002/nml.21329>
- Hung-Baesecke, C. J. F., & Chen, Y. R. R. (2020). Explicating trust and its relation to dialogue at a time of divided societies. *Public Relations Review*, 46(1), 101890. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101890>
- Ihm, J. (2022). How individuals use nonprofit organizations' social media pages: Understanding functions of and networks from individual posts for social change. *Public Relations Review*, 48(5), 102252. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102252>
- Ingenhoff, D., & Koelling, A. M. (2010). Web sites as a dialogic tool for charitable fundraising NPOs: A comparative study. *International Journal of Strategic Communication*, 4(3), 171–188. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2010.489499>
- Jun, S., & Yi, J. (2020). What makes followers loyal? The role of influencer interactivity in building influencer brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 29(6), 803–814. <https://doi.org/10.1108/jpbm-02-2019-2280>
- Junnier, F. (2024). Action and understanding in the semi-structured research interview: Using CA to analyse European research scientists' attitudes to linguistic (dis)advantage. *Journal of English for Academic Purposes*, 68(5), 101355. <https://doi.org/10.1016/j.jeap.2024.101355>
- Kent, M. L., & Lane, A. (2021). Two-way communication, symmetry, negative spaces, and dialogue. *Public Relations Review*, 47(2), 102014. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102014>

- Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the world wide web. *Public Relations Review*, 24(3), 321–334.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28(1), 21–37.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2021). Fostering dialogic engagement: Toward an architecture of social media for social change. *Social Media + Society*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/2056305120984462>
- Klafke, R. V., Gomes, P. M., Junior, D. M., Didonet, S. R., & Toaldo, A. M. (2021). Engagement in social networks: A multi-method study in non-profits organizations. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 18(2), 295–315. <https://doi.org/10.1007/s12208-020-00273-0>
- Lam, W. F., & Nie, L. (2020). Online or offline? Nonprofits' choice and use of social media in Hong Kong. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 31(1), 111–128. <https://doi.org/10.1007/s11266-019-00128-1>
- Laor, T. (2022). My social network: Group differences in frequency of use, active use, and interactive use on Facebook, Instagram and Twitter. *Technology in Society*, 68, 101922. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101922>
- Lewis, C. (2019). "Next generation" givers: Implications for nonprofit engagement [Doctoral dissertation]. University of San Francisco.
- Li, Y., & Volda, A. (2024). Nonprofit organizations' dialogic use of social media: Principles and practice. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 36(1), 65–90. <https://doi.org/10.1080/10495142.2022.2133059>
- Lim, H., Kim, C., & Kannan, P. K. (2024). Unveiling the web of interactions: Analyzing dynamic customer engagements across multiple websites. *Journal of Business Research*, 183, 114836. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114836>
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337–353. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x>
- Luo, C., Li, Y., Chen, A., & Tang, Y. (2020). What triggers online help-seeking retransmission during the COVID-19 period? Empirical evidence from Chinese social media. *PLoS ONE* 15(11), e0241465. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0241465>

- Magen, C., & Avidar, R. (2019). Introducing the Strata Approach to Dialogue Analysis (SADA): The case of political NGOs in Israel. *Journal of Public Relations Research*, 31(3–4), 97–117. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2019.1676247>
- Mato-Santiso, V., Rey-García, M., & Sanzo-Pérez, M. J. (2021). Managing multi-stakeholder relationships in nonprofit organizations through multiple channels: A systematic review and research agenda for enhancing stakeholder relationship marketing. *Public Relations Review*, 47(4), 102074. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102074>
- Morehouse, J., & Saffer, A. J. (2019). Illuminating the invisible college: An analysis of foundational and prominent publications of engagement research in public relations. *Public Relations Review*, 45(5), 101836. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101836>
- Namisango, F., Kang, K., & Rehman, J. (2019). What do we know about social media in nonprofits? A Review. *4th Pacific Asian Conference on Information Systems (PACIS2019)* (X'ian, China, 08/07/2019–12/07/2019).
- Obembe, D., Kolade, O., Obembe, F., Owoseni, A., & Mafimisebi, O. (2021). Covid-19 and the tourism industry: An early stage sentiment analysis of the impact of social media and stakeholder communication. *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2021.100040>
- Pennerstorfer, A., & Rutherford, A. C. (2019). Measuring growth of the nonprofit sector: The choice of indicator matters. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48(2), 440–456. <https://doi.org/10.1177/0899764018819874>
- Pitowsky-Nave, N. (2024). From “crisis” to “opportunity”: Israeli social service nonprofits’ responses to COVID-19. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 48(3), 271–284. <https://doi.org/10.1080/23303131.2022.2066040>
- Pressgrove, G., Janoske, M., & Haught, M. J. (2018). Editors’ letter: New research and opportunities in public relations and visual communication. *Public Relations Review*, 44(3), 317–320. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.04.006>
- Rizky, A. S., & Dewi, M. K. (2021). How a nonprofit organization delivers online accountability through social media. *International Review on Public and Non-Profit Marketing*, 18(3), 317–334. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00274-7>

- Silverman, D. (2017). How was it for you? The Interview Society and the irresistible rise of the (poorly analyzed) interview. *Qualitative Research*, 17(2), 144–158. <https://doi.org/10.1177/1468794116668231>
- Smith, J. N. (2018). The social network? nonprofit constituent engagement through social media. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 30(3), 294–316. <https://doi.org/10.1080/10495142.2018.1452821>
- Schwarz, O. (2021). *Sociological theory for digital society: The codes that bind us together*. Polity.
- Taylor, M., & Kent, M. L. (2014). Dialogic engagement: Clarifying foundational concepts. *Journal of Public Relations Research*, 26(5), 384–398. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2014.956106>
- Turkle, S. (2012). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Twis, M. K., & Hoefer, R. (2019). Teaching note—Nonprofit websites and the engagement competency of social work education. *Journal of Social Work Education*, 56(3), 614–621. <https://doi.org/10.1080/10437797.2019.1656583>
- Uster, A. (2023). Understanding the nonprofits-government relationship in crisis: The case study of non-profits in Israel in Covid-19. *16th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business* (Vilnius, Lithuania, September 27-29 2023).
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media. *Information, Communication & Society*, 24(2), 150–166. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1637445>
- Wang, Y., & Yang, Y. (2020). Dialogic communication on social media: How organizations use Twitter to build dialogic relationships with their publics. *Computers in Human Behavior*, 104, 106183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106183>
- Wang, Y., Cheng, Y., & Sun, J. (2021). When public relations meets social media: A systematic review of social media related public relations research from 2006 to 2020. *Public Relations Review*, 47(4). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102081>
- Wiesslitz, C. (2019). *Internet democracy and social change: The case of Israel*. Lexington Books.

- Wiley, K., Schwoerer, K., Richardson, M., & Espinosa, M. B. (2023). Engaging stakeholders on TikTok: A multi-level social media analysis of nonprofit microvlogging. *Public Administration*, 101(3), 822–842. <https://doi.org/10.1111/padm.12851>
- Xue, J., Zhang, Q., Zhang, Y., Shi, H., Zheng, C., Fan, J., Zhang, L., Chen, C., Li, L., & Shier, M. L. (2024). Bridging and bonding social capital by analyzing the demographics, user activities, and social network dynamics of sexual assault centers on Twitter: Mixed methods study. *Journal of Medical Internet Research*, 26. <https://doi.org/10.2196/50552>
- Wut, T. M., Lau, C. Y. L., & Chan, W. T. (2022). Share, comment, and like on Facebook and message strategies of non-governmental organizations. *Sage open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221079876>
- Yavetz, G., & Aharony, N. (2023). Information under lockdown: A content analysis of government communication strategies on Facebook during the COVID-19 outbreak. *Heliyon*, 9(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15562>
- Zhang, Y., Dong, C., & Cheng, Y. (2023). How do nonprofit organizations (NPOs) effectively engage with the public on social media? Examining the effects of interactivity and emotion on Twitter. *Internet Research*, 33(2), 550–577. <https://doi.org/10.1108/INTR-05-2021-0290>

שתיקה או השתקה? השימוש ברשתות החברתיות בחברה הערבית בזמן מלחמת השבעה באוקטובר

האמה אבו־קשק*

תקציר

המחקר הנוכחי בוחן את דפוסי השימוש ברשתות החברתיות בקרב החברה הערבית בישראל במהלך מלחמת השבעה באוקטובר. המחקר נערך בשיטה כמותית, והנתונים נאספו באמצעות שאלון מקוון בשיטת "כדור שלג" (150 משתתפים) ונותחו בתוכנת SPSS. מהממצאים עולה שכ-70% מהמשיבים דיווחו על שינוי בהתנהלותם ברשתות החברתיות מאז פרוץ המלחמה, כאשר רבים מהם העידו על הימנעות משיתוף תוכן והבעת דעה מחשש לסנקציות, כגון מעצרים והליכים משפטיים. הימנעות זו בולטת אף יותר בהקשר של קבוצות מעורבות של יהודים וערבים ברשתות החברתיות. כמו כן, רוב המשתתפים ששמעו על חוק המאבק בטרור דיווחו כי החוק השפיע על שיקוליהם בצריכת תוכן דיגיטלי.

הממצאים מראים כי המרחב הדיגיטלי, אשר במשך שנים שימש מפלט מרכזי עבור החברה הערבית לנוכח ההדרה בזרם המרכזי של התקשורת בשפה העברית, שבו ניתן להשמיע קול אותנטי ולצרוך מידע הנתפס כאמין, עובר כיום תהליך מדאיג של צמצום חופש הביטוי והגבלת אפשרות הפעילות המקוונת. תהליך זה, הכולל שילוב של צנזורה עצמית, שתיקה והשתקה, מערער את תפקידו של המרחב הדיגיטלי כזירה תקשורתית לגיטימית לשיח ציבורי, ומעלה שאלות יסודיות באשר לחופש הביטוי, להשתתפות אזרחית ולאפשרות לקיים דיון פתוח, ביקורתי ורבגוני בישראל.

* ד"ר האמה אבו־קשק, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר
(abukis-h@mail.sapir.ac.il)

מבוא

הרשתות החברתיות משמשות זירה מרכזית בעיצוב מאבקים חברתיים ופוליטיים, במיוחד בתקופות של מלחמות וסכסוכים. הן מהוות כלי עוצמתי להפצת מידע בזמן אמת, לתיעוד אירועים ותיאום פעולות מחאה והתנגדות, ומאפשרות לקהילות הנתונות בסכסוך לגייס תמיכה בין-לאומית ולהשמיע את קולן לקהלים רחבים (Aal, 2024; McCabe & Harris, 2021).

עם זאת, לצד הפוטנציאל האקטיביסטי הגלום ברשתות החברתיות, הן מציבות אתגרים מהותיים. בין האתגרים הללו נמנים הפצת מידע כוזב (disinformation), שיח שנאה והסתה. מעבר לכך, במרחב הרשתות החברתיות פועלים מנגנוני פיקוח ומעקב דיגיטלי, המופעלים בידי שחקנים מגוונים - מדינות ורשויות ממשלתיות, תאגידים טכנולוגיים ואף גורמים חברתיים (Aal, 2024; Duffy & Chan, 2019; Fuchs, 2018; Gillespie, 2018; Noble, 2018; Tufekci, 2015; Yilmaz et al., 2025). התחושה המתמשכת של פיקוח, בין שהוא ממשי ובין שמדובר במעקב מדומיין (imagined surveillance), מעצבת את התנהגות המשתמשים (Duffy & Chan, 2019; Rotolo, 2022) ועלולה להוביל לצנזורה עצמית, שתיקה והשתקה.

המחקר הנוכחי מתמקד בדפוס שימוש ברשת בחברה הערבית בישראל בזמן מלחמת 7 באוקטובר (או "מלחמת חרבות ברזל" בשיח הישראלי המיינסטרימי). על פי נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, בסוף שנת 2022 מנתה האוכלוסייה הערבית 2,038,800 איש (מצוטט אצל ח'לאילה ואח', 2024), והיא המיעוט הגדול ביותר בישראל. החברה הערבית מאופיינת בזהות לאומית מורכבת: מצד אחד שייכות אתנית לעם הפלסטיני, ומצד שני שייכות אזרחית למדינת ישראל. מסיבות פוליטיות, חברתיות ואחרות חווים בני החברה הערבית הדרה מתמדת בכל תחומי החיים. התפיסה של האזרחים הערבים כמיעוט ילידי, שנמצא בקונפליקט תמידי עם הרוב, מביאה להדרתם מהשיח החברתי-כלכלי והפוליטי (כספי ואליאס, 2008; Shomron & Schejter, 2021a). גם היום, כל דיון בנושא הערבים בישראל מתחיל במסגורו כמיעוט לא נאמן, המאיים על הרוב היהודי ומהווה סיכון לביטחון הלאומי של המדינה (פירסט ואברהם, 2004; Ghanem & Khatib, 2017).¹ הזרם המרכזי של התקשורת הישראלית מאופיין בתתי-יצוג² וסיקור שלילי של החברה הערבית, בעיקר בהקשרים של פשע, אלימות, הפרות חוק וסדר או קונפליקט (Shomron & Schejter et al., 2023; First, 2014; Schejter, 2021a, 2021b). ייצוג שלילי ומצומצם זה, לצד חולשתן של התקשורת הערבית והתקשורת בשפה הערבית - שאינה מבטיחה בהכרח ביטוי אותנטי או נגישות

תקשורתית עבור החברה הערבית, ועל כך יורחב להלן - הפכו את הרשתות החברתיות לחלופה לתקשורת המסורתית.

מאז 7 באוקטובר 2023, החברה הערבית נפגעה קשות בכל החזיתות. לרבים מתושבי היישובים הערביים חסרים אמצעי מיגון בסיסיים מפני ירי רקטות, טילים או כטב"מים, הם נאלצים להסתמך על פתרונות מאולתרים ונתונים בסיכון מוגבר לפגיעות בגוף וברכוש (האגודה לזכויות האזרח, 2024; מאמר המערכת, 2023; פילר, 2025).³ אף שבתחילת המלחמה הזהירה מערכת הביטחון מפני תרחיש אפשרי של "שומר החומות 2", כלומר התקוממות של הציבור הערבי, החברה הערבית בישראל שמרה על איפוק (האגודה לזכויות האזרח, 2024; אסעד, 2023). במקביל, מוסדות רבים בישראל הצהירו בתחילת המלחמה על מדיניות של "אפס סובלנות לתמיכה בטרור", מדיניות אשר יושמה נגד ערבים, בחלק מהמקרים עקב פרשנות שגויה או רדיפה פוליטית (אפרתי, 2023א, 2023ב; לוי, 2024). לעיתים הבעת הזדהות עם אזרחים בלתי מעורבים בעזה, התפרשה כתמיכה בטרור (קורן קריב, 2024), מה שהוביל לתחושות של ניכור, להחמרת המתח בין ערבים ליהודים ולרדיפה פוליטית (האגודה לזכויות האזרח, 2024).

המציאות המורכבת שיצרה המלחמה הציבה בפני החברה הערבית אתגרים גדולים, בין השאר במרחב הדיגיטלי. המחקר הנוכחי בוחן את דפוסי ההשתתפות, או לחלופין ההימנעות מהשתתפות, במרחב המקוון, כמו גם תחושות של חשש ואי־ביטחון בעת השימוש ברשת. תופעות אלה נבחנות בהקשרים רחבים של פיקוח ומעקב דיגיטלי, צנזורה עצמית ותיאוריית ספירלת השתיקה (Noelle-Neumann, 1974).

בהתאם לכך, המאמר יפתח בסקירה של מצב החברה הערבית בצל המלחמה, תוך התמקדות בהיבטים של תקשורת ורשתות חברתיות. לאחר מכן תוצג התשתית התיאורטית, הכוללת סוגיות של צנזורה עצמית ומעקב ברשת, תוך הדגשת ההקשר של תיאוריית ספירלת השתיקה למרחב המקוון בעיתות משבר. בהמשך יפורטו שיטת המחקר והממצאים הכמותיים, ולבסוף יעסוק הדיון בניתוח ממצאים אלו ויוצגו מסקנות המחקר.

רקע תיאורטי

החברה הערבית בצל המלחמה

מאז מתקפת הפתע ב־7 באוקטובר 2023 ובמהלך המלחמה, החברה הערבית נפגעה קשות בהיבטים שונים, לרבות נרצחים, נפגעים, שבויים ופגיעת טילים ביישובים

ערביים, שלרוב אינם ממוגנים דיים. לצד זאת, חלה פגיעה ניכרת בתעסוקה בחברה הערבית (בנק ישראל, 2023). פגיעה זו לא התבטאה רק בהיבט החברתי-כלכלי, אלא גם בהיבט התחושותי והתודעתי. הפחד והאיום שחווים ערבים בישראל מאז תחילת המלחמה באים לידי ביטוי בתחושת איום מוגברת, כאשר למעלה מ-60% מהם דיווחו כי הם חשים מאוימים בשל מעמדם כמיעוט. בקרב היהודים חלה הקצנה בתפיסות וברגשות כלפי הערבים, והם נוטים להימנע ממפגש עימם (נאסר ואח', 2023).

המתח הגובר בין שתי הקבוצות התפרץ, בין השאר, במקומות עבודה, מוסדות לימוד, וגם ברשתות החברתיות. עם פרוץ המלחמה, התחזקו במרחב הדיגיטלי ביטויי השנאה, ההסתה והאלימות, והפכו את השיח המקוון לטעון ומסוכן. כ-80% מהסטודנטים הערבים דיווחו כי אינם מרגישים בטוחים להביע את דעותיהם ברשתות (זינר ואסעד, 2023), ונרשמו מקרים רבים של מעצרי אזרחים ערבים בגין פרסומים ברשתות החברתיות. בעקבות מקרים אלה יצאו ארגונים ועמותות שונים בקריאה למשטרה להפסיק את רדיפת האזרחים הערבים, שכללה מעצרים אלימים וחסרי הצדקה, ודרשו מהמשלה להימנע מקידום חקיקה שמגבילה את חופש הביטוי. כמו כן, הם קראו למוסדות שונים, ובהם האקדמיה ומערכת הבריאות, להפסיק את הרדיפה הפוליטית ולהבחין בין הסתה ובין חופש הביטוי (סיכוי-אופוק, 2023).

החשש מהבעת דעה בזמן המלחמה בא לידי ביטוי לא רק במרחבים מקוונים. סקר שנערך בקרב סטודנטים ערבים ויהודים מאזור הדרום בתחילת המלחמה מצא הבדלים מובהקים ביניהם ביחס להבעת דעות - יהודים מרגישים ביטחון רב יותר לבטא את דעותיהם בהשוואה לערבים (אברקשק, 2024). עוד נמצא כי שיעור השיחות שבני נוער ערבים מנהלים על המלחמה עם חברים או בני משפחה הוא נמוך. בהיעדר תחושת ביטחון לשוחח על הנושא - בבית הספר, במשפחה ועם חברים - הופכות הרשתות החברתיות למקור העיקרי לעיסוק במלחמה. בהיעדר עיסוק מסודר בנושא במערכת החינוך בחברה הערבית, תהליכים של עיבוד רגשות, עיצוב תפיסות והבנת המציאות המורכבת מתרחשים בעיקר דרך הרשתות החברתיות, הנתפסות בעיני צעירים ערבים כמשקפות את המציאות באופן אמין (מרכז אקורד, 2024).

דיווחים שונים מעידים על ההשפעות החברתיות והמשפטיות של המלחמה על האוכלוסייה הערבית. למשל, מאז תחילת המלחמה נרשמו מאות מעצרים של אזרחים ערבים בשל ביטויי מחאה נגד המלחמה. 70% מהמעצרים בוצעו בשל פרסומים ברשתות החברתיות שהוגדרו בידי הרשויות כפוגעניים או מסיתים, אך הוגשו כתבי אישום רק נגד 20% מהנעצרים. הדיווחים מצביעים גם על חוסר שוויון ביחס המשפטי ובאכיפה כלפי ביטויי המחאה, שכן לא דווח על מעצרים או הגשת כתבי אישום נגד

ישראלים דוברי עברית שפרסמו תוכן מסית נגד האוכלוסייה הערבית (בבנישתי ואח', 2023). עוד עולה כי ננקטו צעדים נגד סטודנטים ואנשי סגל ערבים במוסדות להשכלה גבוהה, וכן נגד עובדים ערבים, למשל במערכת הבריאות, ובכלל זה הזמנות לשימועים ופיטורים בגין הבעת תמיכה בעזתים בלתי מעורבים או ביטויי מחאה נגד המלחמה. בחלק מהמקרים המדווחים נמצא כי הסנקציות נשענו על טענות שווא והבנה לקויה של השפה הערבית (בבנישתי ואח', 2023).

למרות תפקידן המרכזי של הרשתות החברתיות בחברה הערבית (איגוד האינטרנט הישראלי, 2022; מנדלס, 2024), מאז תחילת המלחמה נרשמה ירידה בפרסומים ושיתופי תכנים בהן (יעבץ, 2024). מגמה זו מדגישה את הצורך לבחון את דפוסי השימוש ברשתות החברתיות בקרב החברה הערבית בצל המלחמה, תוך התייחסות למפה התקשורתית הייחודית ולהשתלבותם של המדיה החדשים בה.

מפת התקשורת הערבית ועליית הרשתות החברתיות

אופי היחסים בין הרוב היהודי למיעוט הערבי לאורך שנות קיומה של מדינת ישראל השפיע על אופן התפתחותה ועל מנגנוני פעילותה של התקשורת הערבית במדינה, אשר פעלה במשך שנים רבות תחת פיקוח ובקרה הדוקים מצד הממסד (Kabha & Caspi, 2011). מאז הקמת המדינה שימשה התקשורת בשפה הערבית כלי בדי גופים, מוסדות ומפלגות שייצגו את חברת הרוב, ושיקפה את קו ההסברה של מדיניות הממסד. בד בבד, הממסד מיהר להצר את צעדיה של התקשורת הערבית כשהפגינה זיקה לאומית. בשנות ה-80, עם היחלשות העיתונות הממסדית, החל עידן העיתונות הפופולרית בחברה הערבית: גופי עיתונות מסחרית פרטיים ועצמאיים, שאינם תלויים בגופים פוליטיים. אלה שימשו סוכני נורמליזציה וליברליזציה בחברה הערבית, כאשר פרסומיהם הסichו את הדעת מן הסכסוך והתמקדו בנושאים כמו חיי השגרה, איכות חיים, חינוך וצרכנות (כספי וכבהא, 2001).

מהפכת הלוויין באמצע שנות ה-90 יצרה את האפשרות לצפות בערוצי טלוויזיה ממדינות ערב. היום החברה הערבית חשופה למאות תחנות לוויין ערביות, באמצעות צלחות לוויין או טלוויזיה בכבלים. עם הערוצים הבולטים נמנים רשת החדשות הקטרית אל-ג'זירה וערוץ MBC, שמספקים חלופה לתקשורת המיינסטרים הישראלית (ג'מאל, 2006; ג'מאל וקוקבין, 2020; Kabha & Caspi, 2011). במאמר מוסגר יש לציין שבאפריל 2024, על רקע המלחמה, החליטה הממשלה להפסיק את פעילותה של אל-ג'זירה בישראל, על בסיס הוראת שעה שנחקקה באפריל 2020 (ליס ושפיגל, 2024). ההחלטה הסמיכה את שר התקשורת להפסיק את שידורי הערוץ בישראל, לסגור את

משרדיו, להחרים את הציוד שלו ולהגביל את הגישה לאתר האינטרנט וערוץ הטלוויזיה של הרשת (האגודה הישראלית לתקשורת, 2024).

המהפכה השנייה שהתחוללה במפת התקשורת בחברה הערבית הייתה חדירת האינטרנט, שבזכותה השתחררה התקשורת הערבית הפופולרית במידת מה מכבלי הצנזורה. עם זאת, התלות הכלכלית של העיתונות המקוונת הפופולרית במפרסמים ובחברות גדולות במשק הישראלי הביאה לשמירה על שפה מאופקת וגישה מתונה (Kabha & Caspi, 2011). אין מידע מדויק על מספר אתרי החדשות בשפה הערבית הפועלים מתוך החברה הערבית, אך לפי הערכות ישנם מאות אתרים כאלה, לרבות אתרי חדשות ארציים ואזוריים־מקומיים. אתרים אלו אינם נדרשים לעמוד בכללי האתיקה המקצועית שלהם מחויבים עיתונאים במסגרות רשמיות, ורבים מהם מפיקים תכנים שטחיים ובעלי סטנדרטים עיתונאיים נמוכים (דסקל ושוורץ אלטשולר, 2015).

חדירת המדיה החדשים הביאה להשתתפות פעילה של אזרחים ערבים בישראל ומעורבות רבה יותר בשיח הציבורי. גמישותם של המדיה החדשים מאפשרת להם להציע יותר הזדמנויות לעקיפת הצנזורה שממנה סבלה התקשורת הערבית במשך השנים, להתגבר על חולשתה של התקשורת הערבית הממסדית והמסחרית, ולשמש אמצעי תקשורת חלופיים. ואכן, עבור בני החברה הערבית בישראל משמשות הרשתות החברתיות אמצעי מילוט ושחרור, וצעירים ביישובים הערביים פנו אליהן כדי לבטא את הזהות הלאומית, הדתית והתרבותית שלהם דרך החיבור למרחב הערבי והאסלאמי העולמי (אבו־קשק, 2016). הרשתות משמשות מפלט עבורם גם לנוכח הייצוג המצומצם והשלילי של החברה הערבית בתקשורת המיינסטרים הישראלית (First, 2014; Shomron & Schejter, 2021a). מכיוון שתקשורת המיינסטרים ניזונה לעיתים קרובות ממקורות משטרתיים ונשענת עליהם, המיעוט הערבי מוצג בפני הרוב היהודי בעיקר בהקשר של הפרות חוק וסדר (פירסט ואברהם, 2004).

בעשור האחרון, ובייחוד בעקבות "האביב הערבי", התגברה הפעילות הפוליטית בקרב צעירים ערבים בישראל. בערבית תופעה זו מכונה *الحراك الشبابي*, "אל־חראק אל־שבאבי", כלומר "האקטיביזם של הצעירים". הביטוי "אל־חראק אל־שבאבי" הפך למעין קוד לפעילות מחאה פוליטית של צעירים ערבים בארץ, המתארגנת באמצעות הרשתות החברתיות - מחאות נגד מדיניות הממשלה, תהלוכות בימי זיכרון לאומיים, ופעילות בנושא אחרים שיש בהם עניין ציבורי (דסקל ושוורץ אלטשולר, 2015). הסוגיות העיקריות שמניעות את האקטיביזם הדיגיטלי בחברה הערבית הן פגיעה במסגד אל־אקצא, המלחמות בעזה והריסות בתים בחברה הערבית (אבו־קשק, 2016).

בראשית ימי הרשתות החברתיות פנו הצעירים הערבים לפורומים, בלוגים ופייסבוק, שהייתה בתחילת דרכה, כאשר ב־2008 הגיע מספר הבלוגים בחברה הערבית לשיאו. ניתוח פוסטים מאותה תקופה מראה כי שכיחותם של עניינים ציבוריים (57%) הייתה גבוהה באופן מובהק משכיחותם של ענייני סגנון חיים (43%). בין הנושאים הציבוריים הסוגיה השכיחה ביותר הייתה סוגיית הסכסוך הפלסטיני-ישראלי. סוגיות הקשורות ליחסי מיעוט-רוב היו במקום השני, ובמקום השלישי - סוגיות חברתיות. נושאים בין־לאומיים כמו משברים עולמיים, פשע, הסכמי שלום, תעשייה ומסחר דורגו בתחתית סולם ההתעניינות של הבלוגרים הערבים בישראל דאז (אבו־קשק, 2016).

רוב הפוסטים שפורסמו במהלך המלחמה בעזה ב־2008-2009 התייחסו להקשר ההיסטורי של הסכסוך הפלסטיני-ישראלי, בשונה מהשיח התקשורתי בעיתונות הערבית הפופולרית. הבלוגים חידדו והדגישו את הנרטיב הפלסטיני, ואילו בעיתונות הפופולרית הוצעו פתרונות אפשריים לסכסוך, כגון הסכם שלום או פתרון של שתי מדינות לשני עמים. בתקופה זו לא בלט האקטיביזם בשיח הבלוגוספירה; כשליש מהפוסטים בנושא המלחמה השתמשו ברטוריקה מגייסת לפעולה. אבל בעקבות האביב הערבי, כאמור, השתנה השיח ברשתות החברתיות. למשל, בניתוח השיח בבלוגוספירה במהלך המלחמה בעזה ב־2014 נמצא כי רוב הפוסטים בנושא המלחמה סווגו תחת קטגוריית אקטיביזם והנעה לפעולה. באותה עת כבר הייתה פייסבוק פלטפורמה פופולרית יותר מבלוגים, ובעקבות המהפכות בעולם הערבי נפתחו קבוצות ודפי פייסבוק רבים ככלים לאקטיביזם של צעירים, כאשר חלקם פנו לכלל החברה הערבית, ואחרים התמקדו בפעילות ברמה המקומית או האזורית. הפוסטים השתמשו ברטוריקה מגייסת לפעילות לא־מקוונת (אוף־ליין), בדגש על הפגנות. הגיוס לפעולות אלה לא הוגבל לרמה המקומית, אלא הורחב לרמה כלל־ערבית ואף עולמית (אבו־קשק, 2016).

כך, ניתן לעקוב אחר התפתחות האקטיביזם הדיגיטלי בחברה הערבית בישראל, שהפך לפעילות ממשית ושיאו היה באירועי מאי 2021 (אבו־קשק, 2016; אבו־קשק ורינג, 2021). עם זאת, כפי שנראה להלן, התפתחות זו הושפעה מתהליכים נוספים, לרבות מעקבים מוגברים, חקיקת חוקים חדשים ופיתוח אלגוריתמים וכלי בינה מלאכותית (AI). בעת אירועי מאי 2021, הצעירים הערבים מצאו ברשתות החברתיות מקום לביטויי מחאה. האירועים האלימים בערים המעורבות העמיקו את הפער בין השיח ברשתות בערבית לבין השיח הציבורי והתקשורתי הישראלי הרווח. בשעה שברשתות החברתיות נפוצו דיווחים על תקיפות ואיומים כלפי ערבים בערים מעורבות ויישובים ברחבי הארץ, תקשורת המיינסטרים התמקדה בלינץ' יחיד נגד נהג ערבי בבת ים וקיבעה נרטיב א־סימטרי. הרשתות בערבית הוצפו בעדכונים חיים על מקרים של

אלימות כלפי אזרחים ערבים, לרבות סרטונים שתיעדו התפרעויות של קיצונים יהודים בשכונות ערביות, פגיעה בבתי קברות ומסגדים, ואלימות משטרתית נגד ערבים. רוב הדיווחים האלו כלל לא הופיעו בתקשורת בעברית, מה שהוביל לתפיסתה בציבור הערבי כחד־צדדית ולא אמינה. הרשתות החברתיות שימשו באותה תקופה לא רק מקור מידע ועדכונים על האירועים, אלא גם גלאי המתריע על איומים, או כרוז המזמין להשתתף באירועים (אברקשק ורינג, 2021).

האקטיביזם הדיגיטלי הזה נתקל בתגובת נגד רבת עוצמה מצד הפלטרומות המסחריות ומנגנוני הביטחון הישראליים. רבים מהפרסומים ברשתות החברתיות נתקלו בהשתקה וצנזורה אוטומטית - פוסטים נמחקו או הוגבלו וחשבונות נחסמו ללא הסבר, גם אם לא פורסם בהם תוכן פוגעני. באינסטגרם נחסמו אוטומטית פרסומים שכללו את ההאשטג "#אל־אקצא", אולם בהמשך פורסמה התנצלות מטעם הפלטרומה, והודאה כי תוכן הקשור למסגד נחסם כי זוהו בטעות כאלים או מסית. תופעות דומות של הסתרה וצנזורה נצפו גם בפייסבוק וב־X (לשעבר טוויטר). בעיתון *The Washington Post* דווח כי חלק גדול מהחסימות נגרמו בידי אלגוריתמים מבוססי בינה מלאכותית שיועדו למנוע הסתה ושיח שנאה, אך זיהו מחאה לגיטימית כשיח פוגעני (אברקשק, 2023; אברקשק ורינג, 2021).

מגמות דומות בלטו גם מאז תחילת המלחמה ב־7 באוקטובר 2023, שהשפעותיה על החברה הערבית מתבטאות בתחומים רבים ומשתנות באופן מתמיד. בין היתר אושר בכנסת **תיקון מספר 9 לחוק המאבק בטרור (צריכת פרסומי טרור - הוראת שעה)**, הקובע איסור פלילי על "צריכה שיטתית וממושכת של פרסומים מסוימים של ארגוני טרור שיפורטו בתוספת לחוק, במטרה למנוע תהליכים של אינדוקטרינציה לביצוע מעשי טרור". החידוש בתיקון זה הוא שגם אלה הצורכים את התוכן - ולא רק המפרסמים או המפיצים - יהיו חשופים לפעולות של רשויות האכיפה, מעצרים והגשת כתבי אישום, אם יעשו זאת באופן שיטתי (איגוד האינטרנט הישראלי, 2023). החוק משפיע על חופש המידע והביטוי של כלל הישראלים במרחב המקוון, ולא רק על החברה הערבית.

מחקר שבחן את הרגלי צריכת המדיה בזמן המלחמה, מצא כי בחברה הערבית נתפסו הרשתות החברתיות כמקור המידע האמין ביותר, ואילו בחברה היהודית דובר צה"ל נתפס כמקור המידע האמין ביותר. תוצאה זו מדגימה את הפער בין שתי החברות בישראל בכל הנוגע לתפיסותיהן ולאמון שלהן במוסדות הרשמיים.⁴ כמו כן, כמחצית מהנשאלים היהודים ציינו כי פנו לערוצי תוכן או מידע חדשים מאז תחילת המלחמה, כאשר כ־73% מביניהם הצטרפו לטלגרם. בחברה הערבית כשליש מהמשיבים דיווחו

על פנייה לגופי חדשות ותוכן חדשים, בעיקר דרך טלגרם, טיקטוק ואינסטגרם (כ־34% בכל אחת מהן) (יעבץ, 2024). ההבדלים בין שתי החברות נובעים מרמת הדומיננטיות ההתחלתית השונה של הרשתות החברתיות כמקור חדשות. בחברה הערבית הרשתות משמשות מקור מידע חשוב גם בימי שגרה, ונתונים מסקרים קודמים מצביעים על כך שככלל, השימוש בהן בחברה הערבית אינטנסיבי יותר מהשימוש בחברה היהודית (איגוד האינטרנט הישראלי, 2022). השימושים העיקריים של הערבים באינטרנט כוללים גלישה ברשתות חברתיות (81%) ובאתרי חדשות ואקטואליה (68%) (מנדלס, 2024).⁵ עם זאת, בחינת ההיבט המגדרי של השימוש ברשתות החברתיות מעלה כי המרחב הדיגיטלי, בדומה למרחב הפיזי, נתון ללחצים פוליטיים, חברתיים ומשפחתיים (אבו־קשק וסולומוביץ', 2024; de Vries & Majlaton, 2021). לצד כל אלה, במחקר שנערך בתחילת המלחמה נמצא כי 50% מהמשיבים הערבים דיווחו על הפחתה בהעלאת תכנים ברשתות החברתיות (מערכת ice, 2023). ממצאים דומים עלו ממחקר נוסף, שהראה כי 70% מהצעירים הערבים נמנעו מהשתתפות בפעילות דיגיטלית בשל תחושות פחד וחרדה, לצד ירידה באמון במרחב המקוון (Abu Ma'ala, 2024). נתונים אלה מצביעים על מגמה ברורה של צמצום השיח הציבורי הדיגיטלי והגבלת המעורבות המקוונת, תופעה המשקפת צנזורה עצמית. לנוכח האמור בסקירה זו, חשוב לחקור את דפוסי ההתנהגות ברשתות החברתיות בחברה הערבית בצל המלחמה בכל הנוגע לפרסום תכנים, חששות והימנעות מהבעת דעה, ולבחון את השפעותיו של החוק על צריכת תוכן במדיה החדשים. לפני הצגת שיטת המחקר והממצאים, אתייחס לצנזורה עצמית ומעקב ברשת ולתיאוריית ספירלת השתיקה.

צנזורה עצמית ומעקב ברשת

צנזורה עצמית (Self-censorship) מוגדרת כתהליך מודע של בחירה להימנע מהבעת עמדות, שיתוף מידע או פרסום תכנים מתוך חשש להשלכות שליליות - אישיות, חברתיות או מוסדיות. תופעה זו מתרחשת הן בהקשרים בין־אישיים והן בזירות ציבוריות, ועלולה לפגוע בערכים דמוקרטיים. כאשר הפרט מצמצם את השתתפותו בשיח הציבורי בשל חשש מתערערים חופש הביטוי, חופש זרימת המידע והיכולת לנהל שיח ביקורתי (Bar-Tal, 2017; Yilmaz et al., 2025).

בעידן הרשתות החברתיות והמדיה הדיגיטליים, תופעת הצנזורה העצמית מתעצבת מחדש על רקע השילוב המורכב בין טכנולוגיה לרגולציה ונורמות תרבותיות משתנות (Yilmaz et al., 2025). במדינות רבות מופעלים מנגנונים חוקיים וטכנולוגיים שמטרתם להגדיר את גבולות השיח הציבורי הלגיטימי. רגולציות מסוג זה כוללות חוקים הנוגעים ל"שיח שנאה", "הסתה", איומים על "ביטחון המדינה" או "מידע כוזב", ולעיתים

משמשים כלים להרתעה ואף לדיכוי התנגדות פוליטית בזירה הדיגיטלית (Roberts, 2019). במקרים רבים, המדינה מפעילה טכנולוגיות מעקב דיגיטלי שמאפשרות ניטור, כך שעצם קיומם של מנגנוני הפיקוח והחקיקה מגביל את חופש הביטוי וגורם לצנזורה עצמית בקרב המשתמשים (Lyon, 2017; Yilmaz et al., 2025).

לצד מנגנוני המעקב הפורמליים שמפעילים גופים מוסדיים, הזירות הדיגיטליות כוללות גם מנגנוני פיקוח ומעקב לא-פורמליים, המכונים "מעקב חברתי" (Social surveillance). מושג זה מתאר מקרים שבהם משתמשים ברשתות החברתיות מנטרים פרופילים, פוסטים, סטוריו, לייקים ותגובות של אחרים - עמיתים, חברים ואף זרים - במטרה לאסוף מידע, לעקוב אחר שינויים בזהות או בהתנהגות, ולהסיק מסקנות בנוגע לעמדות, רגשות או מערכות יחסים. כך, כאשר משתמשים מביעים עמדות החורגות מהקונצנזוס החברתי או הפוליטי, הם עלולים להיתקל בתגובות שליליות, כולל ביוש (שיימינג), השתקה ואף השלכות החורגות מהמרחב המקוון, כמו פיטורין. תהליכים אלה מאופיינים בניטור בין-עמיתים, קמפיינים ציבוריים וענישה כלפי מי שנתפסים כ"מפרי קונצנזוס" (Ng, 2020). דינמיקות כאלו מובילות לפיתוח תרבות של פחד, שבה עצם האיום בענישה עתידית - גם אם הוא לא ממומש בפועל - מספיק כדי לדחוף לצנזורה עצמית והימנעות מהבעת עמדה פומבית.

על פי הספרות המחקרית, תחושת הפיקוח והמעקב המתמיד, בין שהוא ממשי ובין שהוא מדומיין (Imagined surveillance),⁹ משפיעה עמוקות על דפוסי ההתנהגות של משתמשים במרחב הדיגיטלי (Kappeler, 2023; Rotolo, 2022). חוויית השימוש ברשתות החברתיות אינה מתמצה רק בחופש ביטוי, אלא מלווה בתחושת חשיפה מתמדת, המעוררת חרדה מהשלכות חברתיות, פוליטיות וכלכליות. כתוצאה מכך, משתמשים רבים - ובפרט חברי קבוצות מוחלשות, כגון מיעוטים אתניים - נוקטים אסטרטגיות של הימנעות מהבעת עמדות ביקורתיות, מחשש שייתקלו בתגובות שליליות, ביוש או פגיעה בתעסוקה.

היבטיו השונים של המעקב - המוסדיים והחברתיים - תורמים להיווצרות "אפקט מצנן" (chilling effect), כלומר לבחירתם של משתמשים לצמצם את חופש הביטוי שלהם מתוך חשש מפני סנקציות משפטיות או חברתיות, גם כאשר אין איום ישיר או מידי. במצבים אלו, משתמשים רבים מפתחים אסטרטגיות של שתקה, שומרים על חשיפה מצומצמת במרחב הדיגיטלי, מחזיקים בפרופילים פרטיים, ולעיתים אף נמנעים מהשתתפות פעילה בשיח המקוון (Kappeler, 2023; Rotolo, 2022).

גם הפלטפורמות הדיגיטליות עצמן ממלאות תפקיד מפתח ביצירת אקלים של השתקה. במערכות הסינון וההסרה האוטומטיות שמפעילות פלטפורמות ענק כמו

פייסבוק, אינסטגרם ו־X, מתקבלות החלטות הנוגעות לחשיפה והסרה לא רק בהקשר של תכנים בעייתיים, אלא גם בהתאם לשיקולים מסחריים ופוליטיים (Gillespie, 2018; Lyon, 2017). פעמים רבות, תכנים פוליטיים או כאלה הקשורים למחאה - במיוחד אם הם מגיעים מקבוצות מוחלשות - זוכים לדירוג נמוך, ל"שאדו־באן" (shadow banning)⁷, או לסיווג שגוי כתוכן פוגעני. מערכות הבינה המלאכותית המבצעות סינון אוטומטי עלולות להסיר תוכן לגיטימי ולפעול על פי כללים עמומים (Roberts, 2019; Tufekci, 2015).

הפלטפורמות נתונות ללחצים מצד ממשלות, גופים פוליטיים וארגונים בין־לאומיים לנהל את השיח הציבורי ולרסן תכנים העלולים לאיים על יציבות השלטון או להפר נורמות שונות. כך הופכות הרשתות למרחבים שבהם מתקיימים מאבקים מורכבים על גבולות חופש הביטוי, והאחריות מוטלת על תאגידים פרטיים, שמעצבים בפועל את המרחב הציבורי (Gillespie, 2018; Lyon, 2017). הסרת תוכן שאינו תואם את הנרטיב השליט - אם בידי אלגוריתמים ואם באמצעות לחץ שלטוני - מובילה לעיתים קרובות להדרה של קולות מסוימים מהמרחב הדיגיטלי. דינמיקות הצנזורה העצמית הללו קשורות קשר הדוק לספירת השתיקה, שאלה נעבור כעת.

תיאוריית ספירת השתיקה

תיאוריית ספירת השתיקה, אותה ניסחה ופרסמה במחצית שנות ה־70 הסוציולוגית הגרמנייה אליזבת נואלה־נוימן (Noelle-Neumann, 1974), מתמקדת בתהליכים המעצבים את דעת הקהל. התיאוריה, הנשענת על נקודת מבט פסיכולוגית־חברתית, גורסת כי אמצעי התקשורת ממלאים תפקיד מרכזי לא רק בשיקוף המציאות, אלא גם ביצירתה. מחקרה של נואלה־נוימן הדגישו את כוחם של אמצעי התקשורת לקבוע את האקלים הפוליטי, גם כשהוא אינו מבוסס על עובדות מוחשיות, ובכך להשפיע במידה רבה על תפיסות חברתיות (Noelle-Neumann, 1974, 1993).

התיאוריה מניחה כי פחד בסיסי מבדידות רעיונית, ובדידות בכלל, מנחה את התנהגותו של היחיד בפני החברה. אנשים שאינם שותפים לדעת הרוב כפי שהיא משתקפת בתקשורת עלולים לבחור בשתיקה כדי להימנע מבידוד חברתי. מנגד, מי שדעותיהם תואמות את דעת הרוב נוטים להביע אותן בפומבי בביטחון רב יותר. תהליך זה גורם למי שנמצאים במיעוט לחפש אישור חיצוני לדעותיהם, מה שלעיתים קרובות מוביל להסתגלות לדעות השולטות ולקונפורמיות חברתית. מכאן נובעת חשיבות קיומם של אמצעי תקשורת חופשיים ומגוונים, לצד פלטפורמות המאפשרות את חופש הביטוי (Noelle-Neumann, 1974, 1993).

נואלה-נוימן הסבירה כי דרך תקשורת ההמונים יחידים מסוגלים לזהות את הדעה הפופולרית, באמצעות חוש המכונה "כמו-סטטיסטי", מה שמאפשר להם להחליט אם לבטא את דעותיהם או לשתוק כדי להימנע מהזדהות עם עמדות מיעוט. שתיקה זו משמשת מנגנון הגנה עבור הפרט מפני הסביבה החברתית, אך במקביל יש לה מחיר חברתי. אנשים רבים עשויים לבחור בשתיקה כדי להימנע מהסיכון לבידוד חברתי הנובע מהתנגדות לדעת הרוב, מה שיוצר את ספירלת השתיקה (Noelle-Neumann, 1993).

בעידן הדיגיטלי, התפתחותם והתפשטותם של המדיה החדשים והרשתות החברתיות עוררו שאלות חדשות לגבי האפשרות להביע דעה בחופשיות בפלטפורמות אלו. מחקרים רבים בחנו את הקשר בין המדיה החדשים לתופעת ספירלת השתיקה, ובדקו אם פלטפורמות מקוונות מאפשרות חיזוק של דעות מיעוט או תומכות בשתיקה ובצנזורה עצמית (Chaudhry & Gruz, 2020; Weeks et al., 2024). ממצאי מחקרים שונים מצביעים על כך שגם בפלטפורמות דיגיטליות, כמו פייסבוק וטוויטר, ניכרת תופעת ספירלת השתיקה, ואנשים נוטים לא להביע דעות שונות מאלו של חבריהם או של הקהל הרחב ברשתות, מחשש לבידוד או לתגובה שלילית (Hampton et al., 2014). מחקר נוסף בדק כיצד פלטפורמת טוויטר יכולה לשמש מרחב ציבורי שבו אנשים הנחשבים מובילי דעת קהל, כמו עיתונאים, דנים בנושאים שנויים במחלוקת (Lee & Kim, 2014). הממצאים הראו שעיתונאים נוטים להימנע מלהביע בטוויטר דעות שונות מדעת הרוב. לפיכך, המחקר טען כי בהקשרים של מדיה חדשים יש לציבור ככל הנראה השפעה ניכרת על התבטאויות פומביות, בהינתן שרשתות חברתיות מאפשרות לרוב תגובה מיידית ופומבית לפרסומים.

בהקשר זה, תיאוריית ספירלת השתיקה עשויה לשפוך אור על הפער בין הפוטנציאל הגלום בפלטפורמות הדיגיטליות להרחבת השיח הציבורי לבין צנזורה עצמית ושתיקה בנוגע לדעות הנתפסות כמייצגות מיעוט. המחקר הנוכחי בוחן את רכיביה של ספירלת השתיקה בקרב ערבים במרחב הדיגיטלי על רקע מלחמה. חשוב להדגיש את משמעותו של ההקשר הספציפי ליישום התיאוריה: מלחמות וקונפליקטים פוליטיים מגבירים את תחושת הפילוג והלחץ החברתי, מאיצים את פעולתה של הספירלה, ומעצימים את הפחד מבידוד חברתי. כל אלה הם אתגרים ניכרים בפני חופש הביטוי. נוסף על כך, בזמן מלחמה התקשורת נוטה לפעול בהתאם לאינטרסים של הצבא ומערכת הביטחון (שומפלבי ואח', 2024). כמו כן, יש להביא בחשבון את השפעת המדיה החדשים על דינמיקת הזהות והשייכות החברתית והלאומית בקרב קבוצות אתניות ולאומיות שונות.

שאלות החחקר והשערות החחקר

מטרת החחקר הנוכחי היא לבחון את דפוסי השימוש ברשתות החברתיות בקרב החברה הערבית בישראל בצל מלחמת השבעה באוקטובר, תוך התייחסות לתיאוריית ספירלת השתיקה, פיקוח ומעקב ברשת והשפעת התיקון לחוק המאבק בטרור. לפיכך, החחקר מבקש לענות על השאלות הבאות:

1. כיצד השפיעה מלחמת השבעה באוקטובר על דפוסי השימוש ברשתות החברתיות בקרב החברה הערבית בישראל?
 2. האם שינויים בפעילות ברשתות החברתיות מאז תחילת המלחמה כוללים אימוץ דפוסי התנהגות המבטאים זהירות, כגון שינוי בהגדרות פרטיות, הגבלת תפוצה, ביטול אפשרות התגובה והימנעות מתגובות?
 3. מה הם הגורמים המובילים להימנעות מהבעת דעות פוליטיות וחברתיות ברשתות החברתיות בזמן מלחמה?
 4. כיצד תיאוריית ספירלת השתיקה באה לידי ביטוי במרחב הדיגיטלי של החברה הערבית בזמן מלחמה?
 5. כיצד השפיע התיקון לחוק המאבק בטרור על דפוסי צריכת המדיה בקרב החברה הערבית?
- התשובות לשאלות אלו יספקו הבנה מעמיקה של ההתנהלות הדיגיטלית בקרב משיבים מהחברה הערבית, תוך התייחסות לגורמים חברתיים, פוליטיים וחוקתיים המשפיעים על חופש הביטוי ברשתות החברתיות.

השערות החחקר

השערה 1: במהלך המלחמה, השימוש ברשתות החברתיות בקרב החברה הערבית בישראל יצטמצם בהשוואה לשימוש לפני המלחמה. על בסיס מחקרים קודמים (אבו-קשק וסולומוביץ', 2024; Rotolo, 2022; de Vries & Majlaton, 2021), ניתן לשער כי מגמה זו תבלוט בקרב נשים, אשר יימנעו יותר מגברים משימוש ברשתות.

השערה 2: יימצא קשר בין דיווח על שינויים בפעילות ברשתות החברתיות מאז תחילת המלחמה ובין התנהגות ברשתות החברתיות, כגון שינוי הגדרות פרטיות, נעילת הפרופיל, הגבלת התפוצה, ביטול אפשרות התגובה והימנעות מתגובות. בהתאם למחקרים קודמים, תחושת פיקוח ומעקב - אם ממשי ואם מדומיין - צפויה להוביל לרמות שונות של זהירות ושינויים בהתנהגות בכל הקשור לניהול הנוכחות הדיגיטלית.

זהירות זו באה לידי ביטוי בהגבלת חשיפה, שינוי הגדרות פרטיות והתנהלות זהירה ברשת (Duffy & Chan, 2019; Kappeler, 2023; Rotolo, 2022).

השערה 3: הגורמים המובילים להימנעות מהבעת דעות ברשתות החברתיות בזמן מלחמה כוללים חשש מסנקציות משפטיות. כמו כן, ובהתאם לתיאוריית ספירלת השתיקה (Noelle-Neumann, 1974, 1993), החששות של המשתתפים מהבעת דעה ינבעו גם מחשש מבדידות חברתית והשלכות חברתיות.

השערה 4: ימצאו הבדלים בין גברים לנשים באשר להימנעות מהבעת דעות ברשתות החברתיות, כאשר נשים יימנעו במידה רבה יותר מהבעת דעה, מתוך חשש מפני מעצר, הליכים משפטיים, ביוש או רדיפה פוליטית. זאת בהתאם לממצאי מחקרים קודמים (de Vries & Majlaton, 2021; 2024).

השערה 5: מודעות לחוק המאבק בטרור תשפיע על השיקולים בצריכת תוכן.

שיטת החקר

המחקר נערך בשיטה כמותית. הנתונים נאספו באמצעות שאלון מקוון, שהופץ בשיטת "כדור שלג" (Snowball sampling) - הנשאלים הראשוניים מפנים למשתתפים פוטנציאליים נוספים, מה שמאפשר להגיע למדגם רחב ומגוון. שיטה זו מתאימה במיוחד למחקרים הממוקדים באוכלוסיות שקשה להגיע אליהן באמצעים רגילים (Biernacki & Waldorf, 1981). בהקשר של גיוס המשתתפים יש לציין כי איסוף הנתונים נעשה בזמן המלחמה, ורבים הביעו חשש לגבי מילוי השאלון בשל רגישות הנושא בתקופה זו. תגובות אלו היוו אתגר נוסף באיסוף הנתונים.

השאלון הופץ ברשתות החברתיות שבעה חודשים לאחר תחילת המלחמה, והיה זמין למשך שבועיים, מאמצע חודש מאי 2024 ועד סופו. הוא הורכב משלושה חלקים. **החלק הראשון התמקד בנתונים דמוגרפיים** וכלל שאלות בסיסיות על גיל, מגדר, מצב משפחתי, עיסוק ואזור מגורים. נתונים אלה מאפשרים הבנה של מאפייני המדגם ובחינה של השפעתם על המשתנים הנחקרים. החלק השני של השאלון בחן את היקף השימוש באינטרנט וברשתות החברתיות - הנבדקים התבקשו לדווח על מספר השעות הממוצע ביום שהם מקדישים לגלישה באינטרנט וברשתות החברתיות, כאשר האפשרויות נעו בין "לא משתמש כלל" ועד "יותר משמונה שעות ביום". נוסף על כך, הם התבקשו לדרג את תדירות השימוש בכל אחת מהרשתות החברתיות המרכזיות - וואטסאפ, אינסטגרם, פייסבוק, טיקטוק, טלגרם ו-X - על סולם של חמש דרגות, מ"כלל לא משתמש" ועד "במידה רבה מאוד".

החלק האחרון של השאלון התמקד במאפייני השימוש ברשתות החברתיות בתקופת המלחמה ובחששות הנלווים אליו. נבדקו בו שינויים בפעילות המשתמשים מאז 7 באוקטובר 2023, כולל היקף הפעילות, תדירות פרסום התכנים ושינויים בהגדרות הפרטיות בחשבונות האישיים, כגון נעילת פרופיל או הגבלת התפוצה לקבוצות מסוימות. בחלק זה נכללה גם שאלה פתוחה שאפשרה למשתתפים לציין פרטים נוספים על השינויים שחלו בפעילותם ברשתות החברתיות במהלך המלחמה.

השאלון בחן גם את רמת החשש של המשתתפים מהבעת דעה ברשתות החברתיות, בהתבסס על מגוון סיבות אפשריות לחשש זה, ובהן: מעצר, הליכים משפטיים, פגיעה תעסוקתית, קריאה לחרם, ביוש, פגיעה בשם הטוב או בשמה של המשפחה, פגיעה בלימודים (כגון הרחקה או השעיה), בדידות, רדיפה פוליטית, ריחוק חברתי ודאגת בני המשפחה. כמו כן נבדקה הימנעות מתגובות לפוסטים הקשורים למלחמה, סימון לייקים או שיתופים שלהם, וכן מידת ההימנעות מהבעת דעה בקבוצות מעורבות של יהודים וערבים. להערכת החששות הללו נעשה שימוש במדדי ליקרט (סולם של 1 עד 5). לצד זה נבדקה המודעות לחוק המאבק בטרור ומידת השפעתו על שיקולי המשתתפים בצריכת תוכן ברשתות החברתיות. השאלון כולו הועבר בשפה הערבית.

אוכלוסיית המחקר

במחקר השתתפו 150 משיבים, מתוכם כ-54% נשים וכ-45% גברים; במקרה אחד לא צוין מגדר המשיבה. גיל המשתתפים נע בין 18 ל-63. כמחציתם היו נשואים (כ-51%), כמחציתם רווקים (כ-45%), והיתר גרושים או אלמנים (כ-4%). רוב המשיבים היו שכירים (כ-45%), שיעור גבוה מהם היו סטודנטים (כ-35%), מיעוטם עצמאים (כ-15%) והיתר לא עובדים או פנסיונרים (כ-5%). רוב המשתתפים היו מאזור הצפון והמשולש (60%), רבע מהם מהנגב (כ-25%), והיתר מירושלים (כ-11%) ומערים מעורבות (כ-4%).

ניתוח הנתונים

הנתונים שנאספו במחקר הוזנו לתוכנת SPSS (Version 29.0.1.0) ונותחו באמצעותה. הניתוחים כללו מבחני t לשני מדגמים בלתי תלויים (Independent t-test), ניתוח שונות חד-כיווני (One way ANOVA) ומבחני חי בריבוע לא-יתלות (Chi-square for Independence).

ממצאים

בפרק זה יוצגו הממצאים שנאספו במחקר. תחילה תוצג תדירות השימוש באינטרנט וברשתות החברתיות, תוך התמקדות במאפייני השימוש המרכזיים שזוהו בקרב אוכלוסיית המחקר. בהמשך יובאו ממצאי המחקר בהתייחס לשאלות שפורטו לעיל.

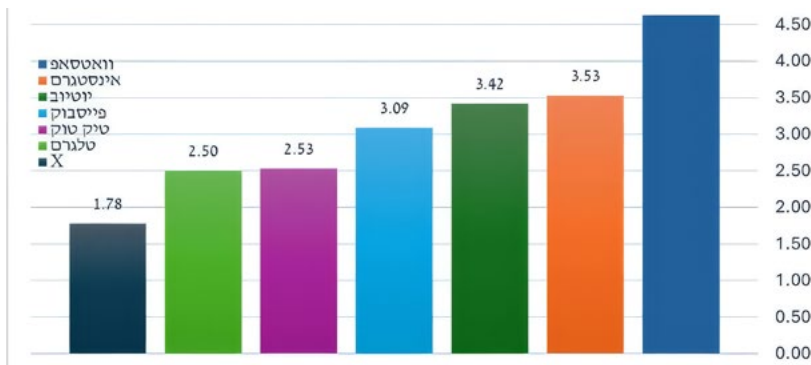
תדירות השימוש באינטרנט וברשתות החברתיות ומאפייניו

זמן גלישה ביממה: שאלה זו בחנה את מספר השעות ביממה שמבלים המשיבים בגלישה באינטרנט וברשתות החברתיות. 30.7% דיווחו כי הם גולשים עד שתיים ביום בממוצע, 28% דיווחו על 2-4 שעות גלישה, 22% - 4-6 שעות, 12% - 6-8 שעות, ו-7.3% דיווחו שהם גולשים יותר מ-8 שעות ביום.

על מנת לבדוק אם קיים קשר בין המצב המשפחתי למספר שעות הגלישה הממוצע ביום, נערך מבחן חי בריבוע לאייתלות. נמצא קשר מובהק: טווחי שעות הגלישה השכיחים בקרב הרווקים היו 2-6 שעות ביום, ואילו בקרב הנשואים מספר שעות הגלישה השכיח היה עד שתיים ביום.

בבחינת **תדירות השימוש ברשתות חברתיות** התבקשו המשיבים לדרג את תדירות השימוש שלהם באפליקציות וברשתות שונות מ-1 עד 5, כש-1 פירושו שאינם משתמשים כלל, ו-5 - משתמשים במידה רבה מאוד. נמצא כי האפליקציה הפופולרית ביותר היא וואטסאפ, אחריה אינסטגרם, פייסבוק ויוטיוב, ולאחר מכן טיקטוק וטלגרם. תדירות השימוש הנמוכה ביותר הייתה ברשת X.

תרשים 1: תדירות השימוש ברשתות חברתיות



על מנת לבדוק אם יש הבדל בין גברים לנשים בתדירות השימוש ברשתות חברתיות נערכו מבחני t לשני מדגמים בלתי תלויים. נמצאו הבדלים מובהקים ביחס לוואטסאפ ולפייסבוק: גברים משתמשים בשתי פלטפורמות אלה יותר מנשים. ביחס ליתר הרשתות החברתיות לא נמצאו הבדלים בתדירות השימוש.

טבלה 1: הבדלים בתדירות השימוש ברשתות חברתיות על פי מגדר

פלטפורמה	מגדר	n	M	SD	t
וואטסאפ	גברים	68	4.75	500.	
	נשים	81	4.52	960.	$t(147)=1.88, p=.031$
אינסטגרם	גברים	68	3.35	1.39	
	נשים	81	3.68	1.43	$t(147)=-1.40, p=.162$
פייסבוק	גברים	68	3.49	1.19	
	נשים	81	2.74	1.29	$t(147)=3.63, p<.001$
יוטיוב	גברים	68	3.49	1.00	
	נשים	81	3.40	1.10	$t(147)=0.52, p=.605$
טיקטוק	גברים	68	2.53	1.56	
	נשים	81	2.54	1.43	$t(147)=-0.06, p=.955$
טלגרם	גברים	68	2.63	1.21	
	נשים	81	2.38	1.29	$t(147)=1.21, p=.228$
X	גברים	68	1.90	1.12	
	נשים	81	1.69	1.00	$t(147)=1.19, p=.238$

השפעת מלחמת השבעה באוקטובר על דפוסי השימוש ברשתות החברתיות בקרב החברה הערבית בישראל

חלק זה של הממצאים מציג את הדיווח העצמי של המשיבים מהחברה הערבית לגבי שינויים בפעילותם ברשתות החברתיות בעקבות אירועי השבעה באוקטובר.

הנבדקים במחקר נשאלו אם חל שינוי בפעילות שלהם ברשתות החברתיות מאז 7 באוקטובר 2023. כמעט 70% דיווחו שפעילותם ברשתות השתנתה מאז תחילת המלחמה, לעומת 30% שדיווחו שלא היה שינוי.

על מנת לבדוק אם קיים קשר בין המגדר לשינוי בפעילות ברשתות החברתיות, נערך מבחן חי בריבוע לאי־תלות. 58.8% מהגברים דיווחו על שינוי, לעומת 76.5% מהנשים. זהו הבדל מובהק מבחינה סטטיסטית.

טבלה 2: התפלגות השינוי בפעילות ברשתות החברתיות על פי מגדר

שינוי בפעילות	גברים	נשים	χ^2
לא	n 28	19	
%	41.2%	23.5%	
כן	n 40	62	
%	58.8%	76.5%	$\chi^2(1)=5.37, p=.020$

ממצאים אלו מאששים את ההשערה שלפיה חל שינוי בפעילות ברשתות החברתיות בתקופת המלחמה, כאשר מגמה זו בולטת במיוחד בקרב נשים.

במסגרת המחקר נאספו תגובות המשתתפים לשאלה פתוחה (שאלת רשות), שהתמקדה בשינויים שחלו בפעילותם ברשתות החברתיות מאז תחילת המלחמה. התשובות שסופקו שופכות אור על הנתונים הכמותיים ומציעות סיבות אפשריות לשינויים בהתנהגות ברשתות החברתיות.

תחושת פגיעה בחופש הביטוי וזהירות מוגברת: חלק גדול מהמשתתפים ציינו כי הם נעשו זהירים יותר בהתנהלותם ברשתות החברתיות, והתייחסו לפגיעה בחופש הביטוי. תשובותיהם ביטאו את הצורך להיזהר מאוד בכל פעולה או מילה ברשתות החברתיות. לדוגמה, אחד המשתתפים כתב: "המצב השתנה מאז תחילת המלחמה, נהייתי זהיר יותר ואני לא עושה לייקים. צופה בשקט ולא מפרסם על המלחמה". משתתפת אחרת ציינה: "אני לא יכולה לפרסם או לדבר בחופשיות [...] פעם היה יותר חופש ביטוי [ברשתות החברתיות]".

הימנעות מפרסום וסגירת חשבונות: חלק מהמשתתפים דיווחו על שינוי דרמטי בהתנהגותם ברשתות החברתיות: "מאז תחילת המלחמה הפסקתי לשתף, לפרסם או ליצור קשר ברשתות החברתיות"; "לא משתף פוסטים [...] מאוד זהיר בתגובות"; "אני נמנע מפרסום כדי להימנע מפרשנות מוטעית של חלק מהמילים בשפה הערבית". המשתתפים הדגישו את תחושת הדאגה והאחריות כלפי כל פעולה ברשת: "יש תחושה של דאגה וזהירות, שכל תנועה או מילה נחשבות נגדך"; "עכשיו אני מרגישה יותר

אחריות בהקשר של פרסום חדשות והשקפות ודעות שונות. כמו כן אני נמנעת מפרסום אירועים שמחים או שיתוף חוויות מחיי היום-יום". היו כמה תשובות שהעידו על סגירת חשבונות או הפסקת פעילות ברשתות החברתיות. למשל, משיבה אחת סיפרה: "הפסקתי לעקוב אחרי אתרי חדשות רבים וסגרתי את חשבון האינסטגרם שלי".

צריכת חדשות מוגברת ברשתות החברתיות ומעבר לפלטפורמות חלופיות: משתתפים רבים דיווחו על עלייה בזמן השימוש שלהם ברשתות החברתיות לשם מעקב אחר חדשות ועדכונים במהלך המלחמה, לצד מעבר לפלטפורמות חלופיות, שלא השתמשו בהן לפני כן, במטרה לקבל מידע עדכני יותר. אחד המשתתפים ציין: "התחלתי להשתמש בטלגרם כדי לקבל חדשות". משיבים נוספים דיווחו: "מאז תחילת המלחמה שמעתי את החדשות והתעדכנתי לגבי מה שקורה רק דרך הרשתות החברתיות"; "לאורך כל המלחמה היה מעקב מוגבר ויותר זמן מסך".

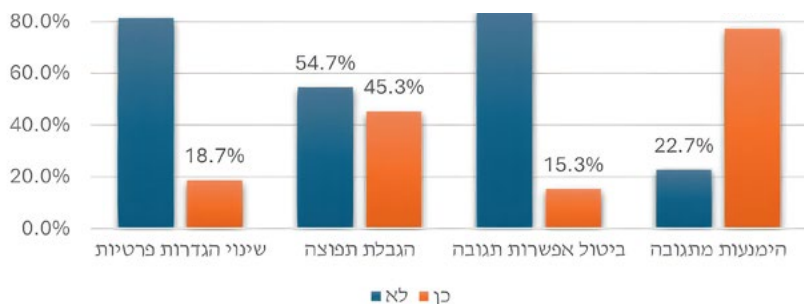
פחד מהשלכות משפטיות וביטחוניות עלה גם הוא מן התשובות: "אין חופש ביטוי, יש סיכוי שיטילו עליך מאסר או קנסות". החשש מוויכוחים פוליטיים ושימוש מוגבר בפלטפורמות חלופיות ניכרו גם הם בתגובות: "נוהרת לא להיכנס לפלטפורמות או לוויכוחים ברשת הקשורים לפוליטיקה".

שינוי בקשרים החברתיים: מספר קטן של משיבים דיווחו על הסרת חברים יהודים או אי-הוספה שלהם: "מחקתי את כל חבריי מהחברה היהודית ומפרסמת כל פוסט בזירות"; "מאז תחילת המלחמה לא הוספתי חברים יהודים אצלי ברשתות החברתיות".

בשאלה המתייחסת לפרסום תכנים במהלך המלחמה נמצא כי 53.3% מהמשתתפים לא פרסמו תכנים כלל, כמעט 23% פרסמו לעיתים רחוקות, ו-16% צמצמו את תדירות הפרסום. לעומת זאת, 8% מהמשיבים דיווחו שפרסמו תכנים כרגיל במהלך המלחמה. כאשר נשאלו על השתתפותם ברשתות החברתיות **בחודשיים הראשונים של המלחמה**, 77.3% מהמשיבים דיווחו על הימנעות מתגובות על פוסטים הקשורים למלחמה, סימוני לייק או שיתוף שלהם.

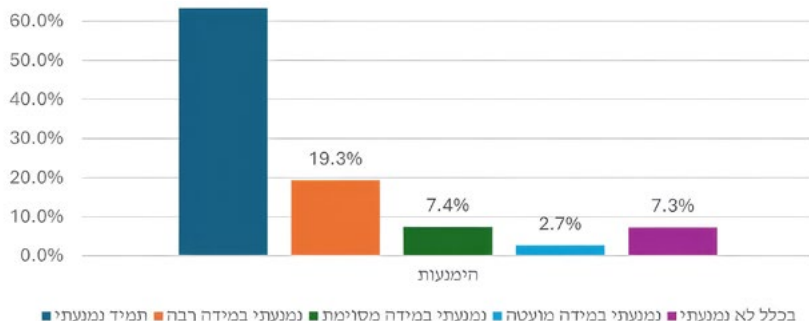
שאלות נוספות במחקר התייחסו **לדפוסי ההתנהגות ברשתות החברתיות במהלך המלחמה**. נמצא כי 77.3% מהמשתתפים דיווחו על הימנעות מתגובות, וכמחציתם (45.3%) דיווחו שהגבילו את התפוצה לקבוצה ספציפית. 18.7% שינו את הגדרות הפרטיות בחשבון האישי ברשתות החברתיות (למשל נעילת פרופיל כך שזרים לא יוכלו לצפות בו), ורק 15.3% ביטלו את אפשרות התגובה.

תרשים 2: שינוי דפוסי התנהגות ברשתות החברתיות בעקבות המלחמה



כמו כן, המשיבים התבקשו להעריך באיזו מידה נמנעו מלהביע את דעתם בקבוצות מעורבות של יהודים וערבים ברשתות החברתיות, למשל קבוצות וואטסאפ, מאז תחילת המלחמה. נמצא כי רוב המשתתפים (63.3%) דיווחו שתמיד נמנעו מהבעת דעה, ו-19.3% נמנעו במידה רבה. כלומר, מעל 80% נמנעו מהבעת דעה בקבוצות מעורבות. רק 7.3% לא נמנעו בכלל, ו-10.1% נמנעו במידה מסוימת או מועטה.

תרשים 3: הימנעות מהבעת דעה בקבוצות מעורבות



לסיכום, ניתן לראות כי ההשערה הראשונה אוששה. הממצאים מראים שרוב המשיבים דיווחו על שינוי בהתנהגותם ברשתות החברתיות בעקבות המלחמה, אשר התבטא בעיקר בהימנעות מתגובה, שיתוף או הבעת דעה בנושאים הקשורים למלחמה.

קשרים בין שינויים בפעילות ברשתות החברתיות מאז תחילת המלחמה ובין התנהגות זהירה

כדי לבדוק את הקשר בין שינויים בפעילות ברשתות החברתיות לבין דפוסי התנהגות מגבילים, נערכו ארבעה מבחני חי בריבוע לאי-תלות. נמצא קשר מובהק בין דיווח על שינוי בפעילות ברשתות החברתיות לבין חלק מדפוסי התנהגות הזהירים והמגבילים. כך, נמצא קשר מובהק בין שינוי בפעילות ובין שינוי בהגדרות הפרטיות וגם הגבלת התפוצה: יותר מ-50% מהמשתתפים שענו שחל שינוי הגבילו את התפוצה, וכרבע מהם שינו את הגדרות הפרטיות. לעומת זאת, לא נמצא קשר מובהק בין שינוי בפעילות ובין ביטול אפשרות התגובה או הימנעות מתגובות.

טבלה 3: התפלגות דפוסי ההתנהגות ברשת לפי דיווחי המשיבים על שינויים בפעילות מאז תחילת המלחמה

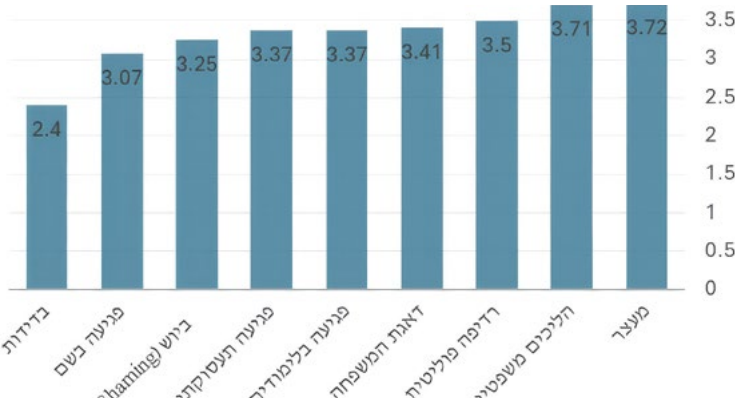
דפוס ההתנהגות ברשת	כן/לא	אין שינוי	יש שינוי	χ^2
שינוי הגדרות פרטיות	לא	n	46	76
		%	97.9%	73.8%
	כן	n	1	27
		%	2.1%	26.2%
				$\chi^2(1)=12.33, p<.001$
הגבלת תפוצה	לא	n	34	48
		%	72.3%	46.6%
	כן	n	13	55
		%	27.7%	53.4%
				$\chi^2(1)=8.63, p=.003$
ביטול אפשרות התגובה	לא	n	40	87
		%	85.1%	84.5%
	כן	n	7	16
		%	14.9%	15.5%
				$\chi^2(1)=0.10, p=.920$
הימנעות מתגובה	לא	n	15	19
		%	31.9%	18.4%
	כן	n	32	84
		%	68.1%	81.6%
				$\chi^2(1)=3.34, p=.068$

הממצאים מצביעים על כך שההשערה השנייה אוששה חלקית, שכן נמצאו קשרים מובהקים בחלק מההיבטים שנבדקו - בעיקר הגבלת התפוצה ושינוי הגדרות הפרטיות - אך לא בכולם. התוצאות מראות כי המשתתפים נהגו בזהירות, שהתבטאה בשינויים אקטיביים בגבולות החשיפה, תופעה שניתן לראות בה ביטוי לצנזורה עצמית. מצב זה משקף נוכחות דיגיטלית תחת מגבלות - המשתתפים עדיין נוכחים ברשת, אך מצמצמים את החשיפה למעגלים סגורים. לעומת זאת, היעדר קשר מובהק לביטול אפשרות התגובה ולהימנעות מתגובות עשוי לנבוע מכך שמלכתחילה חששו ונמנעו מהבעת דעות ועמדות, ולכן לא ראו צורך לנקוט צעדים נוספים כגון ביטול אפשרות התגובה.

הגורמים המובילים להימנעות מהבעת דעות פוליטיות וחברתיות ברשתות החברתיות בזמן מלחמה

המשיבים התבקשו לדרג את הסיבות לחששותיהם על סולם מ'1 עד 5 (1 פירושו "אין חשש כלל" ו-5 פירושו "חושש במידה רבה מאוד"). הסיבות לחששות שנבדקו כללו: מעצר, הליכים משפטיים, פגיעה בתעסוקה או קריאה לחרם תעסוקתי, ביוש (שיימינג), פגיעה בשם או בשמה של המשפחה, פגיעה בלימודים (השעיה או הרחקה), בדידות וריחוק חברתי, רדיפה פוליטית ודאגה של בני המשפחה. נמצא כי האפשרויות של מעצר, הליכים משפטיים ורדיפה פוליטית מעוררות חשש במידה הגבוהה ביותר בקרב המשיבים (3.72, 3.71 ו-3.5 בהתאמה), והאפשרות לסבול מבדידות מעוררת חשש במידה הנמוכה ביותר (2.4). ממצאים אלו מלמדים כי ההשערה השלישית אוששה בחלקה: אף שקיים חשש ניכר ממעצר ומהליכים משפטיים, החשש מבדידות חברתית לא היה גורם מרכזי להימנעות מהבעת דעה, בניגוד להסבר על פי תיאוריית ספירלת השתיקה.

תרשים 4: סיבות לחשש מהבעת דעה ברשתות החברתיות



הבדלים בין גברים לנשים בקשר להימנעות מהבעת דעות

על מנת לבדוק אם קיים הבדל בין גברים לנשים מבחינת הסיבות לחשש להביע דעה ברשתות חברתיות, נערכו מבחני t לשני מדגמים בלתי תלויים. נמצאו הבדלים מובהקים בחששות שנגעו למעצר, הליכים משפטיים, שיימינג ורדיפה פוליטית - כל אלה היו גבוהים יותר בקרב נשים מאשר בקרב גברים (ראו טבלה 4).

טבלה 4: הבדלים בסיבות לחשש להביע דעה ברשתות חברתיות, על פי מחדד

סיבה	מחדד	n	M	SD	t
מעצר	גברים	68	3.35	1.40	
	נשים	81	3.89	1.32	$t(147)=-2.40, p=.018$
הליכים משפטיים	גברים	68	3.34	1.36	
	נשים	81	3.86	1.31	$t(147)=-2.40, p=.018$
פגיעה תעסוקתית	גברים	68	3.18	1.45	
	נשים	81	3.54	1.41	$t(147)=-1.56, p=.121$
ביוש	גברים	68	2.97	1.52	
	נשים	81	3.48	1.47	$t(147)=-2.09, p=.039$
פגיעה בשם	גברים	68	2.88	1.47	
	נשים	81	3.23	1.48	$t(147)=-1.45, p=.149$
פגיעה בלימודים	גברים	16	4.00	1.51	
	נשים	36	3.89	1.41	$t(50)=0.26, p=.798$
בדידות	גברים	68	2.31	1.49	
	נשים	81	2.62	1.65	$t(147)=-1.19, p=.236$
רדיפה פוליטית	גברים	68	3.24	1.39	
	נשים	81	3.70	1.35	$t(147)=-2.08, p=.039$
דאגת המשפחה	גברים	68	3.22	1.50	
	נשים	81	3.59	1.41	$t(147)=-1.55, p=.122$

ממצאים אלו מאששים את ההשערה הרביעית, כי נשים נוטות להימנע מהבעת דעות ברשתות החברתיות בשל חששות אלו.

חוק המאבק בטרור ושיקולים בצריכת תוכן ברשתות החברתיות

במחקר נבדקה גם השפעתו של התיקון לחוק המאבק בטרור על השיקולים בצריכת תוכן ברשתות החברתיות. שתי שאלות התייחסו לחוק: האם המשיבים שמעו על החוק, ואם כן, האם הוא השפיע על השיקולים שלהם בצריכת תוכן. יותר ממחצית (56%) דיווחו ששמעו על חוק המאבק בטרור, וכ-44% לא שמעו עליו. מבין מי ששמעו על החוק, הרוב (70.2%) דיווחו שהוא השפיע על שיקוליהם בצריכת תוכן.

על מנת לבדוק אם קיים קשר בין השינויים בפעילות ברשתות החברתיות מאז פרוץ המלחמה ובין השפעת החוק על שיקולים בצריכת תוכן, נערכו שני מבחני חי בריבוע לאי-תלות. נמצא קשר מובהק בין השפעת החוק על שיקולים בצריכת תוכן לבין דיווח על שינוי בהתנהגות ברשת. **בקרב אלה שדיווחו כי החוק השפיע על שיקוליהם, 77% ציינו כי חל שינוי בהתנהגותם, לעומת כ-50% אשר שינו את התנהגותם בקרב מי שדיווחו שהחוק לא השפיע על שיקוליהם.**

טבלה 5: התפלגות דפוסי ההתנהגות ברשת על פי מודעות המשיבים לחוק המאבק בטרור ושינויים בפעילותם מאז תחילת המלחמה

χ^2	יש שינוי	אין שינוי		מודעות לחוק	
	14	11	n	לא	השפעת החוק על שיקולים בצריכת תוכן
	23.0%	47.8%	%		
	47	12	n	כן	
$\chi^2(1)=4.94, p=.026$	77.0%	52.2%	%		

ממצאים אלו מאששים את ההשערה החמישית, כי מודעות לחוק המאבק בטרור תשפיע על השיקולים בצריכת תוכן.

דיון ומסקנות

המחקר בחן את דפוסי השימוש ברשתות החברתיות בקרב החברה הערבית בישראל בזמן מלחמת השבעה באוקטובר. במסגרת הסקירה שניתנה, הושם דגש על מנגנוני המעקב הדיגיטליים הפועלים במרחב המקוון ועל הרלוונטיות של תיאוריית ספירת השתיקה להבנת ההימנעות מהבעת דעה ברשתות החברתיות. אף שהרשתות

החברתיות מאפשרות לאזרחים לבטא עמדות פוליטיות, בפועל משתמשים רבים נמנעים מכך (Shen & Liang, 2015). אחד ההסברים לתופעה זו נעוץ בתיאוריית ספירלת השתיקה, לפיה אנשים חוששים מבידוד חברתי, ולכן בוחנים את האקלים הציבורי ואת הדעה החברתית המקובלת באמצעות חוש המכונה "כמו-סטטיסטי". הדבר מאפשר להם להעריך את מידת ההתאמה של דעותיהם לסביבה ולהחליט אם לבטא אותן או לבחור בשתיקה, כדי להימנע מהזדהות עם עמדות מיעוט. שתיקה זו משמשת מנגנון הגנה עבור הפרט מפני הסביבה החברתית, אך במקביל יש לה מחיר חברתי (Noelle-Neumann, 1993).

ואולם, לצד הסברים פסיכו-חברתיים אלה, חשוב להדגיש את תפקידם של מנגנוני הפיקוח והשליטה הפוליטיים, החברתיים והכלכליים המעצבים את המרחב הדיגיטלי. הפלטפורמות במרחב זה אינן ניטרליות, אלא משקפות את יחסי הכוח שמחוץ להן, ומופעלים בהן אמצעי מעקב גלויים וסמויים, אשר משפיעים על התנהגות הגולשים ומעצבים את גבולות השיח (Gillespie, 2018; Lyon, 2017; Yilmaz et al., 2025).

ממצאי המחקר מראים כי יותר מ-70% מהמשיבים דיווחו על שינוי בדפוסי השימוש שלהם ברשתות החברתיות מאז פרוץ המלחמה; יותר מ-70% מהם נמנעו מסימוני לייקים, הבעת דעות או פרסום תגובות בפוסטים הקשורים למלחמה. הימנעות רוב המשתתפים מפעולה גלויה ברשתות החברתיות - כמו תגובה, שיתוף או סימון לייק - עשויה להעיד על אימוץ נרחב של צנזורה עצמית (Self-censorship), המוגדרת בספרות כבחירה מודעת להימנע מהבעת עמדה או מפעולה תקשורתית לא מתוך חוסר עניין או הסכמה, אלא מתוך שיקול הנוגע לסיכון כלשהו (Bar-Tal, 2017; Kligler-Vilenchik, 2021). גם פעולה זעירה לכאורה, כמו סימון לייק, נתפסת כבעלת משקל ציבורי, מה שמגביר את הצנזורה העצמית, שכן כאשר המשתמש רואה במרחב הדיגיטלי מרחב מפוקח או רווי סנקציות, מתגבשת אסטרטגיה של שתיקה, המבוססת על צמצום חשיפה ואף הימנעות מהשתתפות דיגיטלית. ממצאים נוספים מחזקים טענה זו: כ-45.3% מהמשיבים דיווחו על הגבלת התפוצה.

ממצאי המחקר מעידים כי גם החקיקה ממלאת תפקיד בעיצוב ההתנהגות במרחב הדיגיטלי. כך, רוב המשיבים שהיו מודעים לתיקון לחוק המאבק בטרור (סעיף העוסק בצריכת פרסומי טרור) דיווחו כי החוק השפיע על שיקוליהם בצריכת תכנים ברשת. מעבר לכך, החשש מהשלכות משפטיות - כגון מעצרים או הליכים משפטיים - היה הגורם המרכזי להימנעות מהבעת דעה ברשתות החברתיות. ממצאים אלו משקפים את פעולתו של "האפקט המצנן" (chilling effect) - שינוי דפוסי הצריכה וההתנהגות של משתמשים ברשת מתוך תחושת איום משפטי ומוסדי. דינמיקה זו מראה כיצד

מתעצבים גבולות חופש הביטוי בעידן דיגיטלי, תוך פוטנציאל ממשי לפגיעה בזכויות אזרח בסיסיות, ובהן חופש הביטוי וחופש המידע.

עדויות המשתתפים ממחישות היטב תופעה זו: "אין חופש ביטוי. יש סיכוי שיטילו עליך מאסר או קנסות"; "[...] כל תנועה או מילה נחשבות נגדך"; "אני נמנע מפרסום כדי להימנע מפרשנות מוטעית של חלק מהמילים בשפה הערבית". המשתתפים הביעו גם חשש מפני רדיפה פוליטית ומפני פגיעה בלימודים או בתעסוקה. כאן חשוב לציין כי זמן קצר לאחר תחילת המלחמה הצהירו מוסדות אקדמיים על מדיניות של אפס סובלנות כלפי תמיכה בטרור. בזמן שחלף מאז נודע על כמה וכמה מקרים שנעשו ויראליים ברשת ונצרכו בתודעה, של רדיפת אזרחים שפרסמו פוסטים או תמונות שהתפרשו כהסתה, כשלעיתים הפרסומים הועלו לרשתות שנים לפני המלחמה (אפרת, 2023א, 2023ב). אותם אזרחים הושעו מעבודתם או לימודיהם וספגו ביוש ברשתות החברתיות.

ממצאים אלה משקפים את עוצמתו של הפיקוח החברתי והמוסדי על חופש הביטוי במרחב הדיגיטלי. מקרים ידועים של פרסומים שפורשו כהסתה והובילו לסנקציות חמורות יוצרים אפקט מצנן רחב היקף, שבו עצם הפוטנציאל לענישה מספק כדי לדכא הבעת עמדות ומחזק את תחושת המעקב. המשתמש מווסת את התנהגותו הדיגיטלית מתוך הנחה שהוא נתון למעקב, גם אם אין פיקוח ישיר או מידי. בקרב ערבים, תחושת פיקוח זו מועצמת נוכח יחסי הכוח החברתיים והפוליטיים, ומתפקדת כמנגנון של השתקה עצמית, שמביא אותם לצמצום גבולותיו של חופש הביטוי האישי. לעומת זאת, נמצא כי הסברים הקשורים לתיאוריית ספירלת השתיקה, כמו חשש מבדידות חברתית, דורגו במקום הנמוך ביותר בקרב המשתתפים, מה שמפריך את ההשערה בנוגע להשפעתה.

בחנית הממצאים מההיבט המגדרי העלתה כי נשים ערביות נוטות להימנע מהשתתפות ברשתות החברתיות בשיעורים גבוהים יותר מגברים. כ-76% מהנשים דיווחו על שינוי בהתנהלותן ברשתות החברתיות, כאשר החששות שלהן מפני מעצר, הליכים משפטיים, ביוש ורדיפה פוליטית היו גבוהים במובהק מאלה של הגברים. ממצאים אלו מחזקים את מסקנותיהם של נויבאום וקרמר (Neubaum & Krämer, 2018), שהצביעו על כך שנשים חוות לחץ חברתי ופוליטי מוגבר כאשר הן מביעות עמדות ברשת. במקרה של נשים בחברה הערבית, הלחץ החברתי מתעצם עוד יותר בשל נורמות מסורתיות, פיקוח משפחתי וציפיות מגדריות שמגבילות את חופש הפעולה שלהן (אבריקשק וסולומוביץ', 2024; Rotolo, 2022).

ממצאים נוספים מצביעים על כך שבקבוצות מעורבות של יהודים וערבים, מעל 80% מהמשיבים נמנעו מלהביע דעה. נתונים אלה משקפים את האקלים העוין שנוצר בקבוצות חברתיות מגוונות, שם ישנו חשש מוגבר מהבעת דעה שעלולה להוביל לרדיפה פוליטית, לביוש ואף לסנקציות הקשורות למעמד החברתי והמקצועי. ממצאים אלו מחזקים את טענתם של ויקס ואח' (Weeks et al., 2024), שברשתות מגוונות אידיאולוגית או פוליטית גובר החשש מהבעת דעה. זאת מכיוון שהמשתמשים נחשפים לאי-הסכמות וקונפליקטים רבים יותר, מה שגורם להם לחשוש מביקורת מוסרית וחברתית שעלולה להתבטא בסנקציות חברתיות או מקצועיות. במילים אחרות, אנשים המשתתפים בקבוצה מקוונת המתאפיינת בגיוון עשויים להיות מודעים לכך שרבים אינם מסכימים איתם, ולפיכך לתפוס את האקלים הציבורי כעוין ולהסס להביע את דעתם בפומבי. הדבר נכון במיוחד בפלטפורמות לא אנונימיות, שבהן המשתמשים מקיימים אינטראקציות עם חברים, עמיתים לעבודה ומכרים, העשויים להפעיל נגדם סנקציות חברתיות או מקצועיות בגין הבעת דעות פוליטיות שאינן תואמות את התפיסה הרווחת.

אם כן, מן המחקר הנוכחי עולה שבצל המלחמה, המרחב הדיגיטלי בחברה הערבית בישראל מושפע במידה רבה ממנגנוני פיקוח והרתעה המביאים להשתקת קולות ולצנזורה עצמית. עוד בשנים שקדמו למלחמה הנוכחית הסתמנה מגמה של צמצום חופש הביטוי במרחב הדיגיטלי, אשר לוותה במעקב מוגבר, רדיפות פוליטיות ופיתוח טכנולוגיות מתקדמות להגבלת חופש הביטוי (אברקשק, 2023; אברקשק ורינג, 2021; Abu Ma'ala, 2024). מלחמת השבעה באוקטובר החריפה את מגמות הצנזורה העצמית, ההשתקה וההימנעות מהתבטאות ברשתות החברתיות.

למצב זה יש השלכות חמורות. המרחב הדיגיטלי, אשר במשך שנים שימש מפלט חשוב בקרב החברה הערבית מפני ההדרה ותת-הייצוג בתקשורת המיינסטרים, הפך לכלי חלופי לביטוי אותנטי ולמקור מידע הנתפס כאמין. אולם, מגמת ההשתקה והצנזורה העצמית הגוברת פוגעת במעמדו של המרחב המקוון, ויש לה השפעות מרחיקות לכת על חופש הביטוי, היכולת להשתתף בדיון הציבורי ותחושת הביטחון האישי של רבים בחברה הערבית בישראל. הצטמצמותו המואצת של מרחב זה מעלה שאלה מהותיות: מה תהיה האלטרנטיבה החדשה לאלטרנטיבה שהושתקה? והאם תיתכן אלטרנטיבה לאלטרנטיבה?

תרומת המחקר, מגבלות המחקר והמלצות להמשך

המחקר מאיר על האופן שבו יחסי כוח, מנגנוני פיקוח וצורות שונות של צנזורה עצמית מעצבים את ההתנהגות של משתמשים ערבים ברשת. בכך הוא מרחיב את הדיון התיאורטי בנוגע למעמדו של המרחב הדיגיטלי כזירה ציבורית, ולמידת השתתפותם של ערבים במרחב שאמור להיות פתוח, בטוח ושוויוני עבור כלל הקבוצות בחברה.

עם זאת, חשוב לציין כי המחקר מוגבל בגודל המדגם ובשיטת הדגימה. לכן, נדרשים מחקרים עתידיים שיבחנו את הנושא במדגמים רחבים ומגוונים, תוך שילוב של שיטות איכותניות, שיאפשרו העמקה בחוויות הסובייקטיביות של המשתמשים ובהשלכות ארוכות הטווח על חופש הביטוי במרחב הדיגיטלי. עוד יש לבחון את התפקיד שמשחקים כוחות כלכליים במרחב הדיגיטלי - היבט שלא נבדק במחקר זה. כמו כן, חברות טכנולוגיה גדולות מספקות לשלטונות כלים דיגיטליים שמעצימים את יכולתם לשלוט במידע ולדכא אוכלוסיות מוחלשות; יש צורך להרחיב את המחקר על תפקידן של חברות אלה בהדרת אותן אוכלוסיות מן המרחב הדיגיטלי.

רשימת המקורות

- אבו־קשק, ה' (2016). **הבלוגוספירה של המגזר הערבי בישראל כאמצעי תקשורת אלטרנטיבי** [עבודה לשם קבלת תואר דוקטור]. אוניברסיטת בן-גוריון.
- אבו־קשק, ה' (2023, 19-21 בפברואר). **אלגוריתם והדרה** [הרצאה בכנס]. הכנס ה־54 של האגודה הסוציולוגית הישראלית, אוניברסיטת תל-אביב.
- אבו־קשק, ה' (2024). **סקר תחושות וצרכים רגשיים בצל המלחמה בקרב סטודנטים במכללה האקדמית ספיר**. המכללה האקדמית ספיר.
- אבו־קשק, ה' וסלומוביץ', ל' (2024). אי־שוויון דיגיטלי: האתגרים העומדים בפני סטודנטיות בדואיות במרחב המקוון. **מסגרות מדיה**, 25, 40-69. <https://doi.org/10.57583/MF.2024.25.10060>
- אבו־קשק, ה' וריג, ע' (2021, 17 ביוני). האביב הפלסטיני והניסיונות להשתיקו. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/opinions/2021-06-17/ty-article-opinion/.premium/0000017f-e2f4-df7c-a5ff-e2fe46520000>
- האגודה הישראלית לתקשורת (2024, 8 במאי). **גילוי דעת בנוגע לסגירת ערוץ אלג'זירה**. <https://isca.org.il/expression-of-opinion-regarding-the-closing-of-the-al-jazeera-channel>
- האגודה לזכויות האזרח (2024, 5 באוקטובר). **רדיפת החברה הערבית**. https://www.acri.org.il/post/_1131

איגוד האינטרנט הישראלי (2020). סקר הגולש הישראלי - שימוש באינטרנט בישראל בדגש על תקופת הקורונה (2020). <https://www.isoc.org.il/sts-data/israeli-internet-usage-survey-2020>

איגוד האינטרנט הישראלי (2022). בני נוער, הורים ומסכים בישראל: סקר שימושים ופערים (קיץ 2022). https://www.isoc.org.il/sts-data/screentime_2022

איגוד האינטרנט הישראלי (2023). חוק המאבק בטרור (צריכת פרסומי טרור - הוראת שעה) התשפ"ד-2023. <https://www.isoc.org.il/regulating-digital-services/israel-anti-indoctrination-law>

אסעד, א' (2023, 16 בנובמבר). האתגר המשולש של החברה הערבית במלחמת "חרבות ברזל". המכון הישראלי לדמוקרטיה. <https://www.idi.org.il/articles/51481>

אפרתי, ע' (2023א, 19 באוקטובר). ללא בירור: מנהל יחידה בבי"ח "השרון" הושעה בטענה כי פרסם פוסט תומך בטרור. הארץ. <https://www.haaretz.co.il/wellbeing/health-blogs/environment/2023-10-19/ty-article/0000018b-47fb-df22-a5eb-4ffb89ab0000>

אפרתי, ע' (2023ב, 19 בדצמבר). הטענות ל"תמיכה בטרור" היו שגויות - אך הרופא שהושעה נאלץ לעזוב את עבודתו. הארץ. <https://www.haaretz.co.il/health/2023-12-19/ty-article/premium/0000018c-8143-d219-a5bf-b7fb7abb0000>

בנבנישתי, ב', חדאד חאג' יחיא, נ' וחי, א' (2023). החברה הערבית בצל המלחמה השפעות מצב החירום בתחומים נבחרים - מחקר עבור ג'וינט ישראל. חברת נאס - נאס ליעוץ ומחקר חברתי בע"מ. https://www.nasconsulting.co.il/wp-content/uploads/2024/01/NAS_Arab-society-beneath-the-war_Joint_Dec2023-1.pdf

בנק ישראל (2023, 10 בדצמבר). ניתוח מיוחד של חטיבת המחקר: השפעת מלחמת "חרבות ברזל" על תשומת העבודה בחברה הערבית. <https://boi.org.il/publications/pressreleases/a10-12-23>

ג'מאל, א' (2006). תרבות צריכת תקשורת בקרב מיעוטים לאומיים: הערבים בישראל. אעלאם - מרכז תקשורת לחברה הערבית פלסטינית בישראל.

ג'מאל, א' וקוקבין, ו' (2020). הפעילות התקשורתית של מיעוטים לאומיים בעידן האלגוריתמי: מקרה האזרחים הערבים-פלסטינים בישראל. מכון ולטר ליבר לחקר הדורקים היהודי-ערבי. https://social-sciences.tau.ac.il/sites/socsci.tau.ac.il/files/media_server/social/walter%20libach/algo.pdf

גנאים, א' (2018). האינטרנט בחברה הערבית בישראל: תמונת מצב ראשונית והמלצות למדיניות. איגוד האינטרנט הישראלי. [internet-arab-society.pdf](https://www.idi.org.il/media/4043/a_shams.pdf)

דסקל, ש' ושוורץ אלטשולר, ת' (2015). תחנת הרדיו אישמש בתפר שבין רגולציה, פוליטיקה וכלכלה. המכון הישראלי לדמוקרטיה. https://www.idi.org.il/media/4043/a_shams.pdf

- זינר, א' ואסעד, ס' (2023). סקר סטודנטיות וסטודנטים ערבים בעקבות מלחמת חרבות ברזל. קו משווה. kavmashve.org.il סקר-סטודנטיות-ו-סטודנטים-ערבים-בעקבות/
- ח'לאילה, מ', בדראן, א' ורודניצקי, א' (2024). שנתון החברה הערבית בישראל. המשרד לשוויון חברתי וקידום מעמד האישה והמכון הישראלי לדמוקרטיה.
- יעבץ, ג' (2024). מסכי ברזל - צריכת מידע ומדיה בזמן מלחמת חרבות ברזל. **מסגרות מדיה**, 26, <https://doi.org/10.57583/MF.2024.26.10063.246-236>
- כספי, ד' ואליאס, נ' (2008). שתי מערכות תקשורת: תקשורת של ולמען מיעוטים בישראל. **קשר**, 37, 99-109.
- כספי, ד' וכבהא, מ' (2001). מירושלים הקדושה עד המעין, מגמות בעיתונות הערבית בישראל. **פנים**, 16, 44-55.
- לוי, י' (2024, 9 באוקטובר). המשטרה וכן גביר התנכלו לאשת חינוך ערבייה, העיתונאי יוסי מזרחי העמידם במקום. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/gallery/television/tv-review/2024-10-09/ty-article/.highlight/00000192-6fd9-d2b4-afbe-efd947a80000>
- ליס, י' ושפיגל, נ' (2024, 1 באפריל). הכנסת אישרה את החוק שיאפשר להפסיק את שידורי אל-ג'זירה בישראל. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/news/politi/2024-04-01/ty-article/.premium/0000018e-99b6-dd2b-ad9f-d9fef74d0000>
- מאמר המערכת (2023, 19 בדצמבר). מי יגן על התושבים הערבים. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/opinions/editorial-articles/2023-12-19/ty-article-opinion/0000018c-7db7-d301-a3ac-fff7d0990000>
- מנדלס, י' (2024). מחוברים אבל (לא) שווים: פערים דיגיטליים, תשתיות, שימושים ומוגנות ברשת בחברה הערבית בישראל. איגוד האינטרנט הישראלי. <https://bit.ly/4cfThta>
- מערכת ice (2023, 20 בדצמבר). סקר חדש: זו ההשפעה של המלחמה על ערביי ישראל. *ice*. <https://www.ice.co.il/research/news/article/993094>
- מרכז אקורד (2024). מאבדים את המצפן: מחויבות דמוקרטית בסכנה בקרב בני ובנות נוער בישראל. מרכז אקורד - פסיכולוגיה חברתית לשינוי חברתי, האוניברסיטה העברית בירושלים. <https://did.li/1cQTY>
- נאסר, י', עוידה, מ' וחסון, י' (2023). מגמות ביחסי יהודים וערבים בישראל בעקבות מלחמת חרבות ברזל. מרכז אקורד - פסיכולוגיה חברתית לשינוי חברתי, האוניברסיטה העברית בירושלים.
- סיכוי-אופוק (2023). את הרדיפה הזו חייבים לעצור - האזרחים הערבים אינם שיער לעזאזל. <https://did.li/AwPTY>

פילר, ל' (2025, 15 ביוני). **פערי המיגון ביישובים הערביים: מחלל מתמשך בעיצומה של מלחמה.** המכון הישראלי לדמוקרטיה. <https://www.idi.org.il/media/28305/protection-gaps-in-arab-localities.pdf>

פירסט, ע' ואברהם, א' (2004). **ייצוג האוכלוסייה הערבית בתקשורת העברית: השוואה בין סיקור "יום האדמה" הראשון (1976) לבין סיקור "אינתיפאדת אל-אקצא" (2000).** אוניברסיטת תל אביב - מרכז תמי שטינמן למחקרי שלום.

פרסיקו, א' (2024, 19 בספטמבר). **מדד הייצוג: שפל חסר תקדים בייצוג החברה הערבית בתקשורת הישראלית. העין השביעית.** <https://www.the7eye.org.il/528643>

קורן קריב, מ' (2024, 23 בספטמבר). **באר שבע: תלמידה אמרה כי "גם בעזה יש ילדים רעבים" והושעתה. מאקו.** <https://www.mako.co.il/home-family-kids/Article-a0e0b1db81e1291027.htm>

שומפלבי, א', טוב, ד' ודיין, א' (2024). **התקשורת הישראלית התגייסה למלחמה: מסקנות ביניים מהתנהלות כלי התקשורת והעיתונאים הישראלים אחרי 7־ באוקטובר 2023. המכון למחקרי ביטחון לאומי.** https://www.inss.org.il/he/strategic_assessment/press

Aal, K. (2024). *Influence of social media in a changing landscape of crisis: Insights into the digital dynamics of conflict and activism in the Middle Eastern and North African region.* Springer.

Abu Ma'ala, S. (2024). *Digital security among Palestinian youth citizens of Israel: A study on threats and challenges in light of the war on Gaza.* Tamleh – The Arab Center for the Advancement of Social Media.

Bar-Tal, D. (2017). Self-censorship as a socio-political-psychological phenomenon: Conception and research. *Political Psychology*, 38, 37–65.

Biernacki, P., & Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods & Research*, 10(2), 141–163.

Chaudhry, I., & Gruz, A. (2020). Expressing and challenging racist discourse on Facebook: How social media weaken the "spiral of silence" theory. *Policy & Internet*, 12(1), 88–108.

Cotter, K. (2023). "Shadowbanning is not a thing": Black box gaslighting and the power to independently know and credibly critique algorithms. *Information, Communication & Society*, 26(6), 1226–1243.

de Vries, M., & Majlaton, M. (2021). The voice of silence: Patterns of digital participation among Palestinian women in East Jerusalem. *Media and Communication*, 9(4), 309–319.

- Duffy, B. E., & Chan, N. K. (2019). "You never really know who's looking": Imagined surveillance across social media platforms. *New Media & Society*, 21(1), 119–138.
- Dubois, E., & Szwarc, J. (2018, August 27). *Self-censorship, polarization, and the 'spiral of silence' on social media*. The Internet, Policy & Politics Conference, University of Oxford, Oxford, UK.
- First, A. (2014). A new century and still the enemy: The portrayal of Arabs in Israeli TV news during 2000–11. In D. Caspi & N. Elias (Eds.), *Media & ethnic minorities in the Holy Land* (pp. 43–58). Vallentine Mitchell.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage.
- Ghanem, A. A., & Khatib, I. (2017). The nationalisation of the Israeli ethnocentric regime and the Palestinian minority's shrinking citizenship. *Citizenship Studies*, 21(8), 889–902.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Hampton, K. N., Rainie, H., Lu, W., Dwyer, M., Shin, I., & Purcell, K. (2014). *Social media and the 'spiral of silence'*. Pew Research Center.
- Hampton, K. N., Shin, I., & Lu, W. (2017). Social media and political discussion: When online presence silences offline conversation. *Information, Communication & Society*, 20(7), 1090–1107.
- Kabha, M. & Caspi, D. (2011). *The Palestinian Arab in/outside: Media and conflict in Israel*. Vallentine Mitchell.
- Kappeler, K., Festic, N., & Latzer, M. (2023). Dataveillance imaginaries and their role in chilling effects online. *International Journal of Human-Computer Studies*, 179, 103120.
- Lee, N. Y., & Kim, Y. (2014). The spiral of silence and journalists' outspokenness on Twitter. *Asian Journal of Communication*, 24(3), 262–278.
- Lyon, D. (2017). Digital citizenship and surveillance| Surveillance culture: engagement, exposure, and ethics in digital modernity. *International Journal of Communication*, 11, 19.
- McCabe, A., & Harris, K. (2021). Theorizing social media and activism: Where is community development? *Community Development Journal*, 56(2), 318–337.

- Neubaum, G., & Krämer, N. C. (2018). What do we fear? Expected sanctions for expressing minority opinions in offline and online communication. *Communication Research*, 45(2), 139–164.
- Ng, E. (2020). No grand pronouncements here...: Reflections on cancel culture and digital media participation. *Television & New Media*, 21(6), 621–627.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York University Press.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion – our social skin*. University of Chicago Press.
- Roberts, S. T. (2019). *Behind the screen*. Yale University Press.
- Rotolo, A. J., Jr (2022). *Cancel culture in academia: Social media self-presentation in the context of imagined surveillance* [Doctoral dissertation]. Grand Canyon University.
- Schejter, A. M., Shomron, B., Abu Jafar, M., Abu-Kaf, G., Mendels, J., Mola, S., Shacham, M., Al Sharha, A., & Tirosh, N. (2023). Mass media: the case of Israeli broadcast media and Arab-Israelis. In *Digital capabilities: ICT adoption in marginalized communities in Israel and the West Bank* (pp. 39–58). Springer.
- Shomron, B., & Schejter, A. (2021a). Violence and crime as inhibitors of capabilities: The case of Palestinian-Israelis and Israeli mass media. *The Communication Review*, 24(2), 167–191.
- Shomron, B., & Schejter, A. (2021b). Broadcast media and their social network sites: The case of Palestinian-Israeli representations and capabilities. *Television & New Media*, 22(5), 482–500.
- Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. *Colorado Technology Law Journal*, 13(203), 203–218.
- Weeks, B. E., Halversen, A., & Neubaum, G. (2024). Too scared to share? Fear of social sanctions for political expression on social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), zmad041.
- Yilmaz, I., Akbarzadeh, S., Abbasov, N., & Bashirov, G. (2025). The double-edged sword: Political engagement on social media and its impact on democracy support in authoritarian regimes. *Political Research Quarterly*, 78(2), 419–436.

הערות

- 1 מאז עליית הימין לשלטון ב־2009, מאבקם של האזרחים הערבים לשוויון מוצג כאיום ביטחוני וכוח מערער. מסגור זה משמש להצדקת חקיקה המגבילה את זכויותיה של אוכלוסייה זו ומעמיקה את שוליותה בחברה הישראלית (Ghanem & Khatib, 2017).
- 2 לפי מדד הייצוג של העין השביעית ועמותת סיכוי־אופוק, הייצוג של ערבים בקרב המרואיינים והדוברים בתקשורת נע בין 2 ל־3 אחוזים בלבד (סיכוי־אופוק, 2023). במחצית הראשונה של 2024, על רקע המלחמה, נרשמה ירידה חסרת תקדים בייצוג החברה הערבית בתקשורת הישראלית המרכזית: מתוך 72 אלף דוברים, רק 1.5% היו ערבים (פרסיקו, 2024).
- 3 בעיר רהט, הנמצאת כ־30 ק"מ מרצועת עזה ובה חיים כ־80 אלף תושבים, אין ולו מקלט ציבורי אחד. בעיית המיגון חמורה עוד יותר בכפרים הלא מוכרים בנגב - כ־120 אלף איש מתגוררים ב־35 יישובים ללא אמצעי הגנה בסיסיים מפני טילים. מאז תחילת המלחמה נפגעו רבים מתושבי האזור, על בתיהם ורכושם, כאשר ב־7 באוקטובר 2023 נהרגו 20 אזרחים בדואים מירי טילים (פילר, 2025).
- 4 גם בתקופת משבר הקורונה, מקור המידע שעליו הסתמכה החברה הערבית במידה הרבה ביותר היה הרשתות החברתיות, תוך הסתמכות פחותה על הטלוויזיה, הרדיו ועיתונים מודפסים. כשליש מהנשאלים בחברה הערבית ציינו שאינם סומכים על אתרי אינטרנט של הממשלה בעברית, ויותר ממחציתם דיווחו שהם סומכים על תוצאות החיפוש בגוגל בעברית וגם בערבית (איגוד האינטרנט הישראלי, 2020).
- 5 לעומת שיעורים נמוכים יותר של למידה מקוונת (37%), ביצוע פעולות וקבלת מידע מהרשויות (49%), ובנקאות ומסחר (51%). האפליקציה הנפוצה ביותר בחברה הערבית היא וואטסאפ (93%). אפליקציות נפוצות אחרות הן יוטיוב (78%), פייסבוק (69%), אינסטגרם (64%) וטיקטוק (63%). צעירים (בני 18-34) משתמשים יותר ממבוגרים בפלטפורמות כמו אינסטגרם, טיקטוק וסנאפצ'ט (מנדלס, 2024). גם נתונים משנים קודמות הראו כי השימוש באינטרנט בקרב ערבים הוא בעיקר לצורכי בידור ותקשורת חברתית, לעומת שיעור נמוך יחסית של שימוש לצורכי לימודים ומסחר מקוון (גנאים, 2018).
- 6 המונח "מעקב מדומיין" מתאר את התפיסה הסובייקטיבית של משתמשי רשת כי נעשה ניטור של פעילותם, גם כאשר אין לכך הוכחות חיצוניות. תחושה זו משפיעה על דפוסי ההתנהגות ומידת החשיפה הדיגיטלית שלהם, כאשר רבים נוקטים אסטרטגיות של צנזורה עצמית, לרבות שימוש בהגדרות פרטיות, הגבלת חשיפה, התנהלות זהירה ברשת ובחניה

מוקדמת של תכנים לפני פרסומם, תוך התאמתם לקהל מדומיין. במקרים מסוימים, התחושה שהם נתונים למעקב - מצד השלטונות, מעסיקים, בני משפחה או הציבור הרחב - מובילה אף להימנעות מהבעת דעות בנושאים פוליטיים, חברתיים או אחרים. תחושת פיקוח זו יוצרת רמות משתנות של זהירות בניהול הנוכחות הדיגיטלית (Duffy & Chan, 2019; Kappeler, 2023; Rotolo, 2022).

7 "שאדוֹ-באן", או חסימת צללים, היא פרקטיקה שמופעלת בידי רשתות חברתיות לצמצום והגבלת החשיפה של משתמש או של תוכן שהוא מפרסם מבלי ליידע את המשתמש, לרוב כדי למנוע הפצה של תכנים שנויים במחלוקת או מידע שנחשב בעייתי (Cotter, 2023).

רפרטואר המדיה של ילדים יהודים וערבים בגילי 9-13 בישראל: הרכבה, שימושים ותפיסות

עדה אתגר, האמה אבריקשק, גבריאלה יונס אהרוני ויובל גוז'נסקי*

תקציר

המאמר בוחן את רפרטוארי המדיה של ילדים יהודים וערבים בגילי 9-13 בישראל, מנקודת מבטם של הילדים עצמם. באמצעות 21 ראיונות מובנים למחצה שנערכו בשפות האם של הילדים, נבחנו ההרכבה של רפרטואר המדיה, דפוסי השימוש במדיה והתפיסות שלהם. בניתוח הממצאים עלו שלוש תמות מרכזיות: (א) נגישות חומרית, תשתיות טכנולוגיות ופערים דיגיטליים כמעצבים את רפרטואר המדיה של ילדים; (ב) רפרטואר המדיה כמרחב דינמי של הרכבה אישית, סגנון, זהות חברתית ואוריינות מדיה; (ג) רפרטואר המדיה כמרחב ליחסים חברתיים ובין־דוריים.

הממצאים מראים כי לרוב הילדים יש גישה למכשירי קצה ולחיבור אינטרנט יציב, אך קיים קשר בין בעלות על טלפון חכם לפיתוח מיומנויות דיגיטליות. רפרטוארים שונים משקפים זהויות אישיות וקבוצתיות (אתניות, מגדריות וגיליות), וחושפים רמות שונות של ביקורתיות כלפי המדיה ואוריינות מדיה. לצד זאת, רפרטוארי המדיה מהווים בסיס לאינטראקציה חברתית, לתמיכה רגשית ולהשתלבות חברתית.

תרומת המחקר כפולה: ברמת הידע - הרחבת המחקר על קבוצת גיל צעירה יחסית, תוך השמעת קולם של הילדים עצמם; וברמה היישומית - זיהוי הצורך בדיאלוג פתוח ומכבד בין הורים לילדים בנוגע למדיה, לצד הבנת החשיבות של צמצום פערים דיגיטליים.

* עדה אתגר, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר (ada.etgar@gmail.com)

ד"ר האמה אבריקשק, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר (abukis-h@mail.sapir.ac.il)

ד"ר גבריאלה יונס אהרוני, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר (gabrielajonas69@gmail.com)

ד"ר יובל גוז'נסקי, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר (yuvalg@mail.sapir.ac.il)

מבוא

"היום אי אפשר רק להיות שחקנית, צריך להיות גם כוכבת רשת" (רקפת, בת 11).
 "אני לא חושבת שהחיים שלי יוכלו להיות סדרת טלוויזיה טובה בכלל" (רותם, בת 11).
 "לפעמים אם משעמם אני פותחת טיקטוק עם אמא שלי ואנחנו רואות ביחד" (הודיה, בת 11).
 "המסך מזיק למוח ולריכוז במחשבות שמסירות את הדעת [...] אבל אנחנו לא יכולים להיות בלעדי" (סלים, בן 9).
 "אם יש לך ילד אל תגביל אותו, תלמד אותו" (נווה, בן 12).

המשפטים הללו, שאמרו ילדים וילדות בראיונות פנים אל פנים, ממחישים את מגוון חוויותיהם האישיות ואת נקודות מבטם הייחודיות ביחס למדיה ולפרטואר המדיה שלהם. מחקר זה מבקש לבחון אילו פרטוארי מדיה מרכיבים ילדים² יהודים וערבים בגילי 9-13 בישראל, וכיצד פרטוארים אלו מבטאים את דפוסי השימוש שלהם, את תפיסותיהם לגבי המדיה ואת תפקיד המדיה בחייהם, מזווית הראייה שלהם עצמם.

המונח "פרטואר מדיה" מתייחס למכלול המדיה שהיחיד משתמש בהם בקביעות, כולל סוגי מדיה, פלטפורמות ותכנים, והוא מאופיין בדפוסי שימוש חוצי-מדיה (Hasebrink & Domeyer, 2012; Hasebrink & Popp, 2006). פרטואר מדיה של ילדים הוא תוצר ההעדפות האישיות של כל ילד, אבל נובע גם מתופעות חברתיות ותרבותיות בקרבם. ככה יש לו ערך רב בהבנת המקום שתופסים המדיה בחיי היום-יום של ילדים. גישת פרטואר המדיה מתמקדת במשתמש המדיה עצמו, במכלול שימושי המדיה שלו, בהרכבה של המדיה השונים וביחסי הגומלין ביניהם בחיי היום-יום של המשתמש (Hasebrink & Domeyer, 2012).

המחקרים בישראל עד כה נטו לבדוק את השימושים במדיה בקרב ילדים בדגש על מדיום אחד, בחנו את מספר שעות הצריכה של המדיה ("זמן מסך"), והתמקדו בעיקר בבני נוער ולא בילדים בגילי בית הספר היסודי (למשל: איגוד האינטרנט הישראלי, 2024; המטה הלאומי להגנה על ילדים ברשת, 2024). בשל כך, חסרה התייחסות מחקרית מעמיקה לנקודת המבט של ילדים, לרבות ניסיון להבין כיצד הם עצמם מבנים את המדיה בחיי היום-יום שלהם.

מטרתו של מחקר זה היא להבין את פרטואר המדיה של ילדים יהודים וערבים בישראל, וכיצד הם תופסים מדיה ואת השימוש בהם בשגרת חייהם. מחקר זה נועד לגלות את הנסתר מן העין: השגרה, ההרגלים, הפעולות והפרקטיקות הקבועות של ילדים, והאינטראקציה שלהם עם המדיה השונים, מנקודת מבטם. הוא שואף לזהות

כיצד ילדי ישראל ממסגרים את המדיה הסובבים אותם ומעניקים להם משמעויות אישיות וחברתיות.

המחקר נערך בשיטה איכותנית, באמצעות ראיונות פנים אל פנים מובנים למחצה עם 21 ילדים בגילי 9-13. בראיונות נעשה שימוש בטכניקה של הקשבה פתוחה ומתהווה (Smith, 2019), כדי לאפשר לילדים לבטא את דעותיהם ותפיסותיהם לגבי מדיה ולספר על חוויותיהם בהקשר זה בצורה חופשית ככל האפשר, מתוך קבלה וללא שיפוטיות. הילד, שהיה שותף בבחירת סביבת הריאיון, נתפס כסובייקט פעיל בעל יכולת ומסוגלות לבטא את עצמו (Smith, 2019). בכך גם משתקפת תרומתו של המחקר: הבאת קולם האישי של הילדים, תפיסותיהם ונקודות מבטם בגוף ראשון.

במאמר נציג תחילה את המסגרת התיאורטית למחקר, את גישת רפרטואר המדיה ואת המחקרים שנערכו בישראל בנושא שימוש של ילדים במדיה. לאחר מכן נרחיב על שיטת המחקר והניתוח התמטי. לבסוף, נתאר את הממצאים ואת התובנות שעלו מניתוחם, הכוללות שלוש תמות מרכזיות: (א) נגישות חומרית, תשתיות טכנולוגיות ופערים דיגיטליים כמעצבים את רפרטואר המדיה של ילדים; (ב) רפרטואר המדיה כמרחב דינמי של הרכבה אישית והיבטים חברתיים; (ג) רפרטואר המדיה כמרחב של יחסים חברתיים ובין־דוריים.

מחקר רפרטואר מדיה

עבור ילד בעידן הנוכחי, יום שגרתי כרוך באינטראקציות רבות עם מדיה, המשולבות בדינמיקה של חיי היום־יום ומשפיעות על היבטי חיים שנדמים מובנים מאליהם: ארגון הזמן, המרחב והפעילויות האישיות והחברתיות (Ytre-Arne, 2023). הבנת תפקידם של המדיה בעיצוב חוויות חיים יום־יומיות דורשת בדיקה של מכלול המדיה שהיחיד משתמש בהם ושל דפוסי השימוש. לפיכך, מחקר זה מתמקד ב"רפרטואר המדיה" של הפרט (Hasebrink & Popp, 2006). מחקר רפרטואר מדיה מאופיין בשלושה עקרונות: **התמקדות במשתמש המדיה (Media User)**: באילו מדיה אדם מסוים משתמש, איזה שימוש הוא עושה בהם ומהן מטרותיו; **כוליות**, או **מכלול שימושי המדיה**: הדגשת מגוון המדיה שהמשתמש נמצא איתם באינטראקציה יום־יומית; **יחסי גומלין**: האופן שבו המשתמש מרכיב את מכלול שימושי המדיה שלו והזיקה בין המדיה השונים שהוא משתמש בהם, כלומר, ההרכבה של המדיה השונים והיחסים ביניהם (Composition and Relationality) בחיי היום־יום שלו. נוסף על כך, מחקר רפרטואר מדיה מאפשר לגלות דפוסי שימוש חוצי־מדיה (cross-media) וגם את המבנים הפנימיים של דפוסי השימוש, אשר מעניקים משמעויות אישיות וחברתיות הקשורות להיבטים שונים בחייו

של המשתמש, ומאפשרים להגיע לתובנות בנוגע אליו כאדם יחיד וכפרט בחברה (Hasebrink & Domeyer, 2012).

בהתאם לגישת רפרטואר המדיה, מחקר זה שם דגש על ההרכבה שמבצע המשתמש ועל בחירותיו. יחסי הגומלין בין רכיביו של רפרטואר המדיה באים לידי ביטוי בהיבטים כמו שיעור השימוש (proportion of use) במדיום אחד לעומת אחר; הזיקה האישית של המשתמש למדיום מסוים מתוך הרפרטואר – עד כמה השימוש בו ממלא את צרכיו (חיפוש מידע, בידור, עבודה, לימודים וכדומה), ועד כמה הוא מותאם למדיה נוספים ויוצר השלמה תפקודית (functional complementarity) שלהם לאותם צרכים; הגיוון (diversity) של רכיבי הרפרטואר והאופן שבו הם משלימים זה את זה (תוך חשיפת שימוש חוצה־מדיה) או דווקא מתחרים זה בזה (compatibility/competition).

אם כן, רפרטואר מדיה הוא כלי מחקרי שיעור להתגבר על קשיים במחקר על שימושי מדיה, תוך בחינה מפורטת של עמדות המשתמשים כלפי מדיה שונים בחיי היום־יום (Hasebrink & Domeyer, 2012). ייחודיותו של מחקר רפרטואר מדיה הוא בבחינה של מכלול המדיה והשימושים בהם בקרב יחידים וקבוצות. גישה זו מאפשרת להגיע לתובנות מדויקות יותר מאלה שעולות מהבחינה של מדיום אחד בלבד ללא ההקשר של הכוליות והגיוון (Dvir-Gvirsman, 2022).

מחקר זה מבקש להחיל את גישת רפרטואר המדיה להיבטים תרבותיים וחברתיים. סוידלר מציעה להתייחס לתרבות עצמה כאל רפרטואר: "תרבות היא לא מערכת אחידה שדוחפת לפעולה בכיוון אחד עקבי, אלא מעין 'ארגז כלים' או רפרטואר" (Swidler, 1986, p. 277; התרגום מאת המחברות). "ארגז הכלים" מצויד בכל מגוון סגנונות החיים, אפשרויות ההתנהגות וההתנהלות, ההרגלים והפרקטיקות היום־יומיות ומגוון המשמעויות והתפיסות של תופעות החיים. הוא כולל מיומנויות, סיפורים, ריטואלים, תפיסות עולם, רגישויות ועוד. זהו מאגר שממנו שולפים הפרטים את הכלים המתאימים להם כדי להרכיב, לתכנן ולעצב לעצמם אסטרטגיית פעולה. אולם, כפי שסוידלר מדגישה, לכל אחד ואחת יש נגישות גבוהה יותר לכלים תרבותיים מסוימים מאשר לאחרים, שכן הפרט צובר במהלך חייו "ציוד תרבותי" המוגבל למציאות החברתית והמעמדית שלו (Swidler, 1986).

ילדים, כמו מבוגרים, "בוחרים" בכלים המתאימים בעיניהם מתוך ארגז הכלים התרבותי שבהישג ידם כדי להרכיב, לתכנן ולעצב את הפעולה שלהם בעולם. עם זאת, כלים מסוימים נגישים לחלק מהילדים יותר מאשר לאחרים. רפרטוארי המדיה של ילדים הם חלק מאורחות חייהם, שנגזרים ממיקומים חברתיים ותרבותיים. מחקר זה בודק משמעויות של רפרטוארי מדיה ברמת הפרט (משמעויות אישיות), וכן

משמעויות חברתיות של מספר פרטוארים יחדיו, במטרה לזהות הבחנות מבדילות (Distinctions) (Bourdieu, 1984) בין משתפתי המחקר על רקע גילי, אתני ומגדרי.

שימושי מדיה בקרב ילדים בישראל

מחקרים רבים על שימושי המדיה של ילדים התמקדו בהורים כנקודת ייחוס מרכזית (אליאס, 2022). קבוצת מחקרים אחת התמקדה ביחסי הורה-ילד, והדגישה את השימוש של הילד במכשיר או במדיה הדיגיטליים כמעין "שמרטף" המאפשר להורה זמן חופשי ממנו (Eichen et al., 2021; Geurts et al., 2021). קבוצה אחרת הדגישה את השימוש של ההורה במדיה בזמן פעילות עם הילד (Elias et al., 2021). מחקרים נוספים בדקו כיצד מתווכים הורים לילדיהם את אופן השימוש במדיה ואת מהותם (Cino et al., 2023 [Europe]; Kalman-Halevi et al., 2022 [Israel]; Wang et al., 2023). נערכו גם מחקרים שבחנו את השלכות המדיה הדיגיטליים על התפתחותם הקוגניטיבית והרגשית של ילדים, במיוחד בקרב פעוטות וילדים צעירים עד גיל 8. מחקרים אלה הסתמכו ברובם על דיווחים של הורים ואנשי ונשות חינוך בגנים ובבתי ספר (אור ואח', 2022; Eichen et al., 2021).

רק מחקרים עדכניים מעטים מתייחסים לשימוש במדיה בקרב ילדים בגילי 9-13 בישראל. אחד מאלה הוא מחקר איכותני של אדלר (2024), שמצא כי ילדים משמשים מתווכי מדיה מרכזיים לאחיהם הצעירים. מחקרים אחרים התמקדו בסכנות הצפויות לילדים בעת הגלישה באינטרנט, בתופעות של אלימות ובריונות ברשת, ובהשפעותיו של משך השימוש (זמן מסך) בטלפונים חכמים, טאבלטים, מחשבים, קונסולות משחק וטלוויזיות (המטה הלאומי להגנה על ילדים ברשת, 2024; Sasson; Aizenkot, 2020; et al., 2023). מחקר שנערך בקרב ילדים בגילי 9-13 בעת מגפת הקורונה בשנת 2020 חשף עלייה במשך השימוש במדיה, כמענה למגוון צרכים אישיים וחברתיים בקרב ילדים בעולם ובישראל (גו'נסקי ואבו־קשק, 2020; Götz & Lemish, 2022). נערכו גם מעט מחקרים כמותיים על הרגלי השימוש במדיה של ילדים בגילי בית הספר היסודי בישראל. למשל, דו"ח האינטרנט של בזק (2023) מראה כי 59% מהילדים בגילי 6-9 הם בעלי טלפון חכם; הגיל הממוצע לקבלת טלפון חכם עומד על 6.7 שנים; 74% מהילדים בגילי 8-12 משתמשים בטיקטוק; ו־42% מהם משתמשים באינסטגרם.

רוב המחקרים הישראליים בנושא התמקדו בבני נוער. רוזנברג ובלונדהיים (2021) בחנו את מקומו של הטלפון החכם בחיי היום־יום של צעירים בגילי בית הספר התיכון, באמצעות הרחקתו מהם למשך שבוע, וגילו כי בהיעדרו בני הנוער חוו קושי וגעגוע מצד אחד ותחושת סיפוק ושחרור מצד שני. לפי סקר שערך איגוד האינטרנט הישראלי

(2024), רובם המוחלט של בני הנוער היהודים בגילי 13-17 משתמשים באפליקציות וואטסאפ, יוטיוב, אינסטגרם וטיקטוק. בני הנוער בחברה הערבית משתמשים באפליקציות אלו בשיעורים נמוכים יותר, אך מבליים זמן רב יותר במשחקי רשת (המטה הלאומי להגנה על ילדים ברשת, 2024; נגר ואח', 2023). סקר נוסף של איגוד האינטרנט הישראלי (2022) העלה כי בני נוער ערבים דיווחו על זמן מסך רב יותר מבני נוער יהודים חילונים. נתונים נוספים מאותו סקר מצביעים על פערים בין הדיווח של בני נוער לזה של הורים ביחס למעורבות הורית בשימושי מדיה, וביחס לקיום שיחות על סכנות ברשת ועל התנהגות מכבדת, כאשר ההורים סבורים שמעורבותם גבוהה יחסית להערכות של בני הנוער.

מתודולוגיה

מחקר זה בוחן פרטוארי מדיה של ילדים יהודים וערבים בגילי 9-13 בישראל. הוא בודק את דפוסי השימוש וההרכבה שלהם, ואת האופן שבו הם מפרשים ותופסים מדיה. המחקר נערך בשיטה איכותנית, המבוססת על ראיונות מובנים למחצה (איילון וצבר־בן יהושע, 2010), כדי לאפשר "למראיינים לבטא את דעותיהם וידיעותיהם באופן חופשי וגלוי" (פרידמן, 2020, עמ' 16) וכדי לגלות רגישות למאפיינים הייחודיים של משתתפיו (רמתי דביר ואח', 2021). הגישה האיכותנית איננה מבוססת על "מדגם מייצג" של משתתפים, אך היא פותחת צוהר לתיעוד חוויות אנושיות ובינ־אישיות והמשמעויות הניתנות לחוויות אלו ממקור ראשון. לפיכך, איסוף הנתונים במחקר איכותני נשען על יחסים בלתי פורמליים בין החוקר למשתתפי המחקר (פרידמן, 2020). השיטה האיכותנית נבחרה במטרה לאפשר לילדים להביע את תפיסותיהם לגבי מדיה ואת החוויות שלהם בהקשר זה בחופשיות ובפתיחות (Smith, 2019).

הילדים שהשתתפו במחקר אותרו תחילה בשיטת "דגימת הנוחות" (convenience sampling) על בסיס נגישות וקרבה לילדים המתאימים (פרידמן, 2020). בהמשך אותרו ילדים נוספים באמצעות הפצת הודעות ברשתות חברתיות של הורים, כמו קבוצות וואטסאפ שכונתיות וכיתתיות, ופנייה ישירה להורים.

לפני כל ריאיון התקבל אישור מההורים והובטחה למראיינים אנונימיות. כל ילד קיבל הסבר לגבי המחקר ומהות הריאיון ונתבקש לאשר הקלטה. הראיונות נערכו בסביבה הנוחה לילדים, לפי בחירתם, ובשפת האם של כל ילד (עברית, ערבית או אנגלית). כל ריאיון נמשך כשעה, הוקלט, תומלל ותורגם.³

המחקר כולל 21 מרואיינים – 11 בנים ו-10 בנות. 14 מהם מאזורי המרכז והשרון, ו-7 מהדרום. מחצית המרואיינים מתגוררים בערים, והשאר ביישובים קטנים יותר: עיירות, יישובים חקלאיים ומועצות מקומיות. רובם לומדים בחינוך הממלכתי העברי, ומיעוטם בבתי ספר פרטיים ובחינוך הממלכתי הערבי.

את הראיונות האישיים ערכו בשנת 2023 שלוש חוקרות. חלק מהשאלות התבססו על הדו"ח השנתי על שימושי מדיה של ילדים בבריטניה (OFCOM, 2023). הראיונות כללו שבע יחידות נושא: (1) היכרות עם הילד או הילדה; (2) בעלות על מכשירים ושימוש בהם במרחב הביתי; (3) צפייה בטלוויזיה; (4) גלישה באינטרנט ושימוש ברשתות חברתיות; (5) צפייה ושימוש ביוטיוב ובטיקטוק; (6) גיימינג; (7) ולבסוף, תפיסתם האישית של הילדים ביחס להגבלות שימוש ודעתם לגבי עתיד המדיה הדיגיטלית.

כדי לאפשר לילדים לדבר בחופשיות ובפתיחות, היה צורך להתגבר על התפיסה הבינארית וההיררכית המובנית בפגישה בין מבוגר וילד. ההיכרות של החוקרות עם עולמות מדיה של מבוגרים וילדים כאחד עלולה הייתה ליצור הטיות שיפוט ולמסגר את חוויות הילדים בהתאם לחוויותיהם של מבוגרים. לרוב, מחקרים "מלהקים" ילדים כאובייקטים, דבר היוצר, לדברי בקינגהאם, "*discourses about children, produced by adults primarily for adults and discourses produced by adults for children*" (Buckingham, 2000, p. 7). ההדגשה במקור). בו בזמן, ילדים מעניקים למבוגרים דריסת רגל חלקית בלבד בעולמם (Smith, 2019).

כדי להתמודד עם אתגרים והטיות אלו וכדי לפתח יחסים שיעניקו לילד ביטחון, כך שיבטא את השקפותיו וחוויותיו בחופשיות, ובמקביל לאפשר את הבנתן מצד החוקרות, אומצו שלוש אסטרטגיות: ראשית, תפיסת הילדות (childhood) כשלב חיים פעיל בו יש לילד סוכנות (agency) ביצירת הסובייקטיביות שלו, כאשר הוא אוסף מידע מהעולם סביבו באופן פעיל ויוצר לעצמו תרבות ועולם חברתי. לפי תפיסת ילדות זו, יש לילד יכולת ומסוגלות ליצור אסטרטגיות שפה ותקשורת ולהביע את עצמו (Smith, 2019).

שנית, שיתוף בבחירת סביבת הראיון (setting): מועד הראיון ומיקומו נקבעו בהתאם ללוח הזמנים של הילד, הילד בחר את המרחב שבו ייערך הראיון, והמרואינת ישבו בגובה העיניים ובמיקום שבו המרחב של החדר נתון לרשותו, כך שיוכל לבחור את מקום הישיבה הנוח לו ביותר.

האסטרטגיה השלישית היא טכניקה של הקשבה פתוחה ומתהווה (Smith, 2019), המאפשרת להתרחק מהסטטוס-קוו של יחסים מקובעים בין מבוגרים וילדים, ולשנות

נורמות תקשורת, כך שהשיפוטיות פוחתת והשיחה הופכת לתהליכית ומתפתחת (Davies, 2011). אסטרטגיות אלו מעבירות לילדים מסר שכל תשובותיהם מקובלות ולגיטימיות.

אסטרטגיות אלו היו אפקטיביות במידת האפשר. חלק מהילדים נפתחו וסיפרו בחופשיות על חוויותיהם ודעותיהם, ואחרים נתנו תשובות קצרות וקונקרטיות. הקשבה פתוחה ומתהווה היא טכניקה תהליכית, שדורשת היכרות ממושכת, אך היה ניכר כי הילדים לא הרגישו שבוחנים אותם ושעליהם לרצות את המראיינות. חלקם אף אמרו בסוף הראיון כי הם נהנו.

לאחר סיום שלב הראיונות התבצע ניתוח תמטי של הטקסט המתומלל (Braun & Clarke, 2006). תחילה נעשתה קריאה הוליסטית בכל הראיונות כדי למצוא דפוסי שימוש, התנהגות וחשיבה (פרידמן, 2020). בעזרתם חולצו מהטקסט שלוש תמות מרכזיות. שתיים מהתמות – נגישות חומרית, תשתיות טכנולוגיות ופערים דיגיטליים כמעצבים את רפרטואר המדיה של ילדים; ורפרטואר מדיה כמרחב של יחסים חברתיים ובין־דוריים – עלו מהקידוד הראשוני על פי נושאי השאלות (Terry & Braun, 2017) וקיבלו תוקף מתוך דברי הילדים. התמה השלישית – רפרטואר המדיה כמרחב דינמי של הרכבה אישית והיבטים חברתיים – התבססה על המסגרת התיאורטית של רפרטואר מדיה בשילוב דבריהם של הילדים.

ממצאים ודין

הראיונות סיפקו ממצאים עשירים לגבי נקודת מבטם של הילדים. כל ריאיון גילה שגרות חיים, חוויות, סיפורים, נטיות, העדפות ותפיסות הקשורים למדיה השונים שבהם הם משתמשים. ניתוח הממצאים העלה מספר תמות המבטאות את המאפיינים של רפרטואר המדיה שלהם: נגישות חומרית, תשתיות טכנולוגיות ופערים דיגיטליים כמעצבים את רפרטואר המדיה של ילדים; רפרטואר המדיה כמרחב דינמי של הרכבה אישית והיבטים חברתיים; ורפרטואר מדיה כמרחב של יחסים חברתיים ובין־דוריים.

מה שיש ומה שאין: נגישות חומרית, תשתיות טכנולוגיות ופערים דיגיטליים כמעצבים את רפרטואר המדיה של ילדים

נגישות חומרית וטכנולוגית למדיה (Material and Technological Media Access) היא תנאי בסיסי ליצירת רפרטואר מדיה. במרחב הביתי של כל הילדים שהשתתפו במחקר, ללא יוצא מן הכלל, נמצאים טלוויזיה חכמה, מחשב נייד אחד לפחות

וטלפונים חכמים (בבעלות הילד או מי מבני הבית). לרוב המשפחות יש גם קונסולת משחק. המכשיר העיקרי בבעלותם הפרטית של הילדים הוא הטלפון החכם. עם זאת, חלק מהילדים סיפרו שאין בבעלותם טלפון חכם. נוי (בת 9) סיפרה שיש לה נייד "טיפש"; סלים וכאמל (בני 9) ועאדל (בן 10) סיפרו שיש בבעלותם טאבלט ולא טלפון חכם; למיטל (בת 9) אין כלל טלפון או טאבלט פרטיים.

ביחס לשימושים בכלים דיגיטליים, רוב הילדים שהשתתפו במחקר ענו שיצרו סרטון, יצרו דמות (אוואטר) במשחק וערכו תצלום, ולחלקם היה ניסיון ביצירת ציור, מם, גיף, סטיקר, אנימציה או אימוג'י. אולם, הילדים שאין בבעלותם טלפון חכם סיפרו שלא התנסו באף אחת מהאפשרויות היצרניות האלו.

כאשר הילדים נשאלו לגבי סוג חיבור האינטרנט במרחב הביתי־משפחתי, רובם לא ידעו לענות ולאפיין את תשתית האינטרנט הזמין בביתם. בירור נוסף העלה שלרובם יש אינטרנט ביתי המחובר לתשתית קרקעית וזמין באופן אלחוטי באמצעות נתב. אולם, חלק מהילדים בני החברה הערבית מתחברים לאינטרנט אלחוטי המסופק באמצעות מודם עם חיבור USB (נט סטיק) המתבסס על תשתית סלולרית. כלומר, האינטרנט כתשתית בסיסית בולט בעיקר בעת היעדרו. כשנשאל אורן (בן 11) מהם הדברים שהכי מפריעים לו במדיה, הוא ענה: "בעיות בקליטה". אני מפסיד דווקא את המשחקים הכי חשובים".

הילדים מתייחסים לחיבור ביתי יציב לאינטרנט כמובן מאליו. כמו קיומם של מים זורמים וחשמל, החיבור לאינטרנט שקוף עבורם, ורק היעדרו מנכיח את הצורך בו. הבדל חשוב בין שני סוגי התשתיות שצוינו לעיל הוא שלתשתית הסלולרית יש פוטנציאל רב יותר לניתוקים ולגלישה לא יציבה לעומת חיבור אינטרנט דרך תשתית קרקעית (מנדלס, 2024).

זמינותם של אמצעי קצה, כמו גם קיומן של תשתיות טכנולוגיות, משפיעים על אופני השימוש של כל ילד וילדה. כשם שהפרט בוחר כלים מתוך "ארגז הכלים" התרבותי כדי להרכיב, לתכנן ולעצב את פעולתו היום־יומית (Swidler, 1986), כך ילדים "שולפים" מכשירי מדיה, תכנים, דימויים ומיומנויות מתוך ארגז הכלים של המדיה. אולם, כאמור, עבור כל אחד ואחת כלים מסוימים נגישים יותר מאחרים. ניתן לראות כי רוב הילדים שנמנים עם שכבת הגיל הצעירה ביותר של משתתפי המחקר (גיל 9) לא החזיקו בבעלותם טלפון חכם, ובמקביל לרוב הילדים מעל גיל 10 היה טלפון חכם פרטי. כאשר בוחנים את הניסיון בשימושים דיגיטליים שונים, ניתן לראות קשר בין בעלות על טלפון חכם ובין מיומנויות דיגיטליות כמו יצירת סרטונים וממים.

לפיכך, סוגיית הנגישות החומרית והטכנולוגית למדיה קשורה לסוגיית התפתחותם של פערים דיגיטליים בין ילדים בישראל.⁴ נגישות חומרית וטכנולוגית למדיה משפיעה על התגבשותם של אופני שימוש, הרגלים ומיומנויות כבר מגיל צעיר, ואולי אף מכתיבה אותם, וביתר שאת מעצבת את הזיקה של הילדים לתכנים, לדימויים, למידע על סוגיו ולתבניות חשיבה תרבותיות שאליהן הם נחשפים ובאמצעותן הם מרכיבים את רפרטואר המדיה שלהם.

שימוש חוצה-מדיה וזהות מתהווה: רפרטואר המדיה נרחב דינמי של הרכבה אישית והיבטים חברתיים

רפרטואר המדיה של ילדים משקף מרחב דינמי של היבטים אישיים וחברתיים. סעיף זה עוסק ברפרטואר המדיה כהשתקפות של סגנון, תחומי עניין וזהות אישית; כמרחב להתבוננות, פרשנות ואוריינות בקרב ילדים; וכהשתקפות של קבוצות שייכות.

מדיה בהרכבה עצמית: השתקפות של סגנון, תחומי עניין וזהות אישית

גישת רפרטואר המדיה מתייחסת למכלול המדיה האישי שהפרט משתמש בו בקביעות ולדפוס השימוש שלו (Hasebrink & Popp, 2006). היא עוסקת באופן שבו הפרט מחבר בין מדיה, תכנים ודרכי תקשורת שונים. דוגמה להרכבה כזו מופיעה בתיאורים של מורן (בת 10), שאוהבת אנימה. היא צופה בסדרות כמו נארוטו (-Naruto, 2002) ו-2007, יפן), האנטר X האנטר (Hunter X Hunter, 2011-2014, יפן) וחייו הרי האסון של סאיקי ק' (The Disastrous Life of Saiki K, 2016-2018, יפן). היא גם אוהבת את ערוץ דיסני וצופה בסדרות בשפת המקור שלהן (יפנית, אנגלית ועברית). היא צופה בתכנים אלה במחשב הביתי ובטלוויזיה המשפחתית, כשעיקר הצפייה הוא באמצעות המחשב, אבל הייתה מעדיפה לצפות בהם דרך מסך הטלוויזיה הגדול. היא בוחרת במה לצפות דרך ממשק בחירת תוכניות מתוך ספריית תכנים (בשיטת Video On Demand – VOD). יש לה טלפון חכם פרטי והיא יודעת לערוך תצלומים וליצור ממים, סטיקרים וקצת אנימציה. כשהיא מחפשת מידע היא משתמשת במנוע החיפוש גוגל, אבל לטענתה אפשר לסמוך רק על חלק מהאתרים שהוא מציע. מורן צופה גם בסרטונים ביוטיוב, אבל מעדיפה "להיות בטיקטוק". היא אוהבת טיקטוקר אחד במיוחד, @ItsKingChris, שיוצר הרבה סרטונים עם דמויות אנימה שהיא מכירה, אבל צופה גם בריקודים ובאוכל. יש לה פרופיל טיקטוק אבל היא לא מעלה סרטונים. כשמורן צופה ביוטיוב היא מעדיפה סרטונים שקשורים לגיימינג, ובמיוחד למיינקראפט, כי היא משחקת במשחק הזה במחשב או בקונסולת המשחק שבבית.

לעומתה, רונן (בן 13) צופה בטלוויזיה רק בשידורי ספורט, בעיקר בערוץ 55 (ערוץ הספורט), דרך צפייה ליניארית בטלוויזיה המשפחתית. יש בבעלותו טלפון חכם וקונסולת משחק פרטיים. אפליקציית ההודעות העיקרית שהוא משתמש בה היא וואטסאפ, ויש לו פרופיל באינסטגרם וטיקטוק, אבל גם הוא אינו מעלה סרטונים. בטיקטוק הוא צופה בסרטונים שקשורים בעיקר לספורט, וביוטיב – בסרטוני גיימינג. כשהוא רוצה להתעדכן ולמצוא מידע כלשהו הוא מעדיף לחפש אותו בטיקטוק. בקונסולה הוא אוהב לשחק במשחקים של חברת K2 (שמציעה הרבה משחקי ספורט, למשל כדורסל). הוא משחק במצב single player ונגד שחקנים ברשת שהוא לא מכיר, אבל נמנע מלשוחח איתם בצ'אט.

התיאורים המפורטים מציגים שני פרטוארי מדיה שונים, ומאפשרים הצצה לאופני ההרכבה של הפרטואר האישי: כיצד כל אחד מהרכיבים משתלב עם אחרים, ואילו יחסי גומלין מתקיימים בין הרכיבים השונים. הפרטואר של מורן רב־גוני ומכיל פרקטיקות מדיה רבות: צפייה בסדרות עלילתיות, גלישה באינטרנט, רשתות חברתיות ומשחקי מחשב, תוך שימוש בטלוויזיה, במחשב הביתי ובטלפון החכם האישי. הטלפון החכם והמחשב הביתי שימושיים מאוד עבורה: בעזרתם רכשה מיומנויות גרפיות כמו עריכת תצלומים ויצירת סטיקרים ואנימציה. השימוש שלה בגוגל הוא מעשי וחד־גוני ונועד אך ורק לחיפוש מידע. ניתן לראות כאן יחסי גומלין של התאמה ייחודית ובניית פרטואר אישי תוך שימוש במדיה שונים להשלמה תפקודית: צפייה בסדרות טלוויזיה מסוגת אנימה באמצעות בחירה מתוך ספריית תכנים (בשונה מצפייה ליניארית מקרית), לצד צפייה בסרטוני טיקטוק מעולם האנימה ומעקב אחר יוצרי טיקטוק בתחום זה, והתעניינות בגרפיקה מאותם עולמות תוכן. רכיבים אלו משלימים זה את זה ומעידים על שימוש חוצה־מדיה (cross-media).

לרונן יש פרטואר פחות מגוון. שיעור השימוש בקונסולת המשחקים גבוה יותר משיעור הצפייה בטלוויזיה. השימוש בטלוויזיה מתמקד בתחום הספורט, ומכתיב צפייה ליניארית כדי ליהנות ממשחקים וטורנירים בשידור חי. המשחק בקונסולה בא על חשבון השימוש בשאר רכיבי הפרטואר. השימוש בטיקטוק הוא מעשי: התעדכנות בחדשות ספורט וחיפוש מידע. משום שיש לרונן הרכב ברור של העדפות מדיה, הגיימינג מתחרה בשאר רכיבי הפרטואר, ונוצר פרטואר שבו בולט תחום עניין אחד – גיימינג.

בחינת ההרכבה של פרטוארי מדיה של מורן ורונן חושפת את מקומם המרכזי של המדיה בחיי היום־יום של הילדים. אופן השימוש הוא לעיתים רב־גוני וחוצה־מדיה, ולעיתים מתאפיין בבולטות של מדיום מסוים והעדפתו על פני אחרים. עבור מורן ורונן, המדיה מבטאים את תחומי העניין שלהם, משתלבים בהם, מזינים אותם ומעידים על

סגנון אישי. לפיכך, רפרטואר המדיה משקף את זהותם האישית. החיבור בין רכיבי מייצר משמעות עבור הילדים ברמה האישית.

לא הכול ברשת אחיתי: רפרטואר המדיה נמרחב להתבוננות, פרשנות ואוריינות בקרב ילדים

רפרטואר המדיה של הילדים מבטאים תחומי עניין וסגנון אישי ומאפשרים הצצה לחלקים מסוימים בזהותם. כמו כן, האינטראקציה שלהם עם המדיה השונים מעידה על דעות, תפיסות ושאלות של זהות והזדהות חברתית. לדוגמה, רוב הילדים סיפרו שהם לא מרגישים שסגנון החיים שלהם בא לידי ביטוי בסדרות טלוויזיה, וכך גם לגבי מקום מגוריהם, משפחתם והמנהגים האישיים שלהם. עם זאת, הילדים טענו ש"לא אכפת" להם שהתוכניות שהם צופים בהן אינן מייצגות את אורח החיים שלהם.

רותם (בת 11), בת למשפחה יחידנית, שעלתה מקנדה לישראל עם אימה ואחיה הגדול, טענה שברוב התוכניות שבהן היא צופה מוצגות משפחות גדולות, ואין הרבה סדרות עם משפחות קטנות כמו שלה. היא הוסיפה: "אני לא חושבת שהחיים שלי יוכלו להיות סדרת טלוויזיה טובה בכלל, כי הם די משעממים. אז אני לא חושבת שמישהו ירצה בכלל לעשות עליהם סדרה".

הצפייה בטלוויזיה לא נעדרת מודעות לייצוגים סטריאוטיפיים. לשאלה "האם יש מספיק תוכניות טלוויזיה שמראות ילדות שנראות כמוך?" השיבה מיתר (בת 11.5), בעלת שיער בלונדיני, בטון ביקורתי: "למה הכוונה, אופי או יופי? [...] מי שעם שיער בלונדיני נחשבת הרעה". רקפת (בת 11) ענתה: "אז ככה, רוב תוכניות הטלוויזיה, היום לפחות, בגלל שיש יותר מודעות בנוגע לאידיאל היופי, אז כן את רואה בנות שכביכול לא דומות לאידיאל היופי. אבל [...] עדיין יש את הבלונדיניות עם העיניים הכחולות".

הילדים הפגינו הבנה של מורכבות הפעילות ברשת כיום, הכרוכה בעבודה רבה של הפקה ועיבוד של סרטונים, סטטוסים ופוסטים. רקפת סיפרה שיש לה שאיפה להיות שחקנית, אבל "היום אי אפשר רק להיות שחקנית, צריך להיות גם כוכבת רשת. זה לעבוד על כל החבילה [...] כאילו כל הטיקטוקרים הם לא רק טיקטוקרים, יש גם יוטיוב, והם גם משחקים בסדרות", והסבירה: "לא פשוט לצלם טיקטוק. צריך לוקיישן טוב, בגדים, תאורה טובה".

הילדים גילו ספקנות כלפי תכנים ברשתות החברתיות וכלפי מידע המתקבל מחיפושים באינטרנט. בתשובה לשאלת היגדים רב-ברירתית, רובם הסכימו שכאשר מחפשים בגוגל או במנוע חיפוש אחר אפשר לסמוך על חלק מהאתרים שמתקבלים, ועל אחרים אי אפשר לסמוך. ספקנות הוצגה גם ביחס למידת אמינות המידע ברשתות

חברתיות שהם נכנסים אליהן: רובם ענו שלדעתם חלק מהמידע אמיתי וחלק אינו אמיתי.

אצל חלק מהילדים עלו סוגיות של פרסונליזציה של תכנים ברשתות חברתיות, שליטה על מידע וסוגיות כלכליות. לדוגמה, נווה (בן 12) טען שיוטיוב:

לא מעלה [לך סרטונים באופן] רנדומלי, [אלא] לפי איך שאתה צופה הוא מעלה לך רשימה של מה יכול לעניין אותך [...] הם מבטלים הרבה דברים [סרטונים] שאין סיבה לביטול. משהו שבשנייה 28 של הסרטון שלו אמר 'שיט' ואז הורידו אותו [כי] יש להם כלל שאפשר להגיד 'שיט' רק אחרי 30 שניות. בסוף החזירו לו את זה כי עשו הפגנות מול המשרדים שלהם.

ולגבי פרסומות הוא הוסיף: "אני מבין שבסופו של דבר כל כך הרבה כסף הם מרוויחים, הם לא יכולים לבטל את זה. אל תבטלו, תגוונו".

דעותיהם וספקנותם של הילדים, תשובותיהם הביקורתיות והאמירות המעידות על הבנת המורכבות הכרוכה בפעילות ברשת כיום, משקפים מידה לא מבוטלת של אוריינות מדיה. לרוב, אוריינות מדיה ואוריינות דיגיטלית נמדדות על פי רמת הכשירות המאפשרת שימוש בכלים דיגיטליים והמימוניות המעשיות הנדרשות לאיתור מידע דיגיטלי והפקתו (לדוגמה, Grand Canyon University, 2023; Western Sydney University, 2024). אולם, אוריינות מדיה מכילה גם היבטים של רפלקסיה, הערכה וניתוח, לצד מחשבה ביקורתית על האופן שבו "דברים" נוצרים במדיה: מי יוצר אותם, מהם אמצעי הייצור ואילו כוחות קשורים ליצירתם (Buckingham, 2007). הביקורתיות של רקפת ומיתר כלפי אופני ייצוג הגמוניים של ילדות בתוכניות טלוויזיה שבהן הן צופות משקפת מודעות לייצוגים מוטים, דעות קדומות וסטריאוטיפים שמוטמעים במדיה. גם ההבנה של נווה בנוגע לאופני הפרסונליזציה ולשיטה הכלכלית של יוטיוב מבטאת אוריינות מדיה. אולם, בדומה למבוגרים צעירים בעידן הנוכחי (Nuriely et al., 2022), גם הילדים התאימו את הביקורת שלהם לגבולות השיח הניאורליברלי הדומיננטי, ולא ביטאו רעיונות הקשורים לאפשרות של התנגדות ופעולה מחוץ לשיח ולכללי המשחק של השוק.

כחלק מהפרקטיקות של הפרטואר המדיה, הילדים במחקר קודדו "טקסטים" תרבותיים של קבוצת הגיל וקבוצת השייכות החברתית והתרבותית שלהם. הם נדרשו להבין את הרגישויות השונות של "להיות מקוון" ו"להיות דיגיטלי" ולהגיב להן. מנקודת המבט של המחקר הנוכחי, אוריינות המדיה של ילדים ישראלים כיום היא מערכת מורכבת של מושגים שהם לומדים ומפנימים דרך המשפחה, החברים או

מוסדות החינוך, אך גם בכוחות עצמם. לפיכך, רפרטואר המדיה של הילדים במחקר אינו משקף רק זהות אישית, אלא גם אוצר בתוכו מיומנות וכישורי מדיה, וכולל פעולות של קידוד, לצד פרשנות וביקורתיות, המעידות על אוריינות מדיה מגוונת, גם אם היא מוגבלת בהיקפה וכבולה להיגיון הניאו-ליברלי.

חגדר, אתניות וגיל: רפרטוארי מדיה כהשתקפות של קבוצות שייכות

התבוננות ממבט־על על מספר רפרטוארי מדיה מאפשרת זיהוי משמעויות גם ברמת הקבוצה החברתית. כאשר נבחנו רפרטוארי המדיה של קבוצות חברתיות בקרב הילדים שהשתתפו במחקר, נמצאו שני היבטים בולטים: אתני ומגדרי.

הילדים נשאלו באילו שפות מוצגים התכנים שבהם הם צופים בטלוויזיה וביוטיוב. עברית ואנגלית היו השפות השכיחות בקרב הילדים מהחברה היהודית; לעומת זאת, ערבית, אנגלית ולעיתים עברית היו השפות המועדפות על הילדים מהחברה הערבית. הילדים מהחברה היהודית צופים בתוכן על פי דרישה (VOD) שמציעות פלטפורמות הכבלים והלוויין בשוק הישראלי, לצד פלטפורמות סטרימינג כמו נטפליקס ודיסני פלוס, שהתכנים בהן מדוברים או מתורגמים לעברית. חובבי הספורט צופים במשחקים ובטורנירים בצפייה ליניארית דרך ערוצי הספורט הישראליים. אהוד (בן 11.5) מסביר: "כשאני רואה כדורגל אני רואה עם השדרן בעברית. כי אני רוצה להבין מה קורה במשחק, כי רק עם השדרן בעברית אני יכול להבין".

הילדים מהחברה הערבית צופים בערוצי טלוויזיה מהעולם הערבי הזמינים דרך פלטפורמות הכבלים והלוויין, או בערוצים הנקלטים בצלחת לוויין פרטית, כמו MBC3 Cartoon Network ונשיונל ג'יאוגרפיק אבו דאבי. הם משתמשים גם באתרי אינטרנט הכוללים תוכן בערבית לצפייה ישירה. עאדל (בן 10) אוהב לצפות בנטפליקס ובסדרות טורקיות עם תרגום. הוא צופה צפייה משלימה בערבית דרך אתרי אינטרנט לצפייה ישירה כמו לְרוּזָה טי.וי. (لاروزا تي في) ואתר החדשות אלפג'ר (الفجر), שמשדר גם משחקי כדורגל. כשנשאל עאדל באילו שפות מוצגים התכנים שבהם הוא צופה, הוא פירט: "סרטים מצוירים בערבית, סרטים לפעמים באנגלית וחדשות בערבית". סלים (בן 9) חולם להיות שחקן כדורגל מקצועי. הוא צופה בטורנירים בערוצי הספורט 5 ו־5 פלוס בערבית. במקביל הוא גולש באתרי ספורט המספקים צפייה ישירה במשחקים מליגות בעולם הערבי אשר מלווים בפרשנות בערבית, כמו האתר "יאללה־שוט" (يلا شوت).

העניין בעולמות הגיימינג בלט בשתי הקבוצות האתניות במחקר הנוכחי. מדבריהם של בנים מהחברה היהודית ומהחברה הערבית עולה שיש לגיימינג ומשחקי רשת

דומיננטיות רבה בחייהם. כשנשאלו במה הם משחקים, רוב הבנים, ערבים ויהודים, ציינו את משחקי הרשת שהיו הפופולריים ביותר בעת ביצוע הראיונות, כמו פיפא, פורטנייט ורובלוקס, ורובם גם צופים בקביעות בגיימרים ביוטיוב.

פרטואר המדיה של הילדים משקף את הגלוקליזציה (Glocalization) התרבותית של הבחירות שלהם. למשל, עאדל אומנם צופה בסרטים מצוירים בשפת אימו, ולעיתים בסרטים באנגלית, אך הוא צופה בחדשות דווקא בעברית, שכן הוא מתעניין בחדשות המקומיות של ישראל. השפה היא גורם מרכזי בהרכבת פרטואר המדיה של הילדים, כאשר ילדים מהחברה הערבית בישראל מנוטים בין תכנים בשפת האם שלהם, תכנים בשפה הגלובלית (אנגלית) ותכנים בשפה המקומית הדומיננטית (עברית). זו דוגמה לאופן שבו פרטואר המדיה עשוי לשקף זהות תרבותית מורכבת ורב-ממדית. לעומת זאת, בתחום הגיימינג נמצא דמיון רב בין בנים משתי הקבוצות האתניות, מה שמראה כי תרבות גלובלית יכולה לגשר על הבדלים אתניים ולשוניים. המשחקים המקוונים והצפייה בגיימרים ביוטיוב יוצרים מרחב משותף לילדים מרקעים שונים.

ניתוח הממצאים כלל גם חלוקה לשכבות גיל, במטרה לזהות מגמות שימוש, מכנים משותפים והבדלים על בסיס מגדרי. לדוגמה, בחינת פרטוארי המדיה של בנים ובנות בגיל 11 אפשרה לזהות הבדלים ונקודות דמיון כאלו. נמצא כי בנים בני 11 אינם נוהגים לצפות בטלוויזיה בשגרת היום-יום שלהם, אלא כברית מחדל כאשר משעמם להם ואין פעילות חלופית מושכת או זמינה יותר באותו רגע. כפי שמעיד אורן: "אני לרוב בטלפון או בפלייסטיישן. אבל לפעמים כשמשעמם לי אני בטלוויזיה". גם אביעד מספר: "אם פשוט משעמם לי במחשב אז אני עובר לטלוויזיה או [צופה] כשאני אוכל". הרשת החברתית הפופולרית לתקשורת עם חברים בקרב בנים בני 11 היא וואטסאפ. רבים מהם אינם מעוניינים להשתמש באינסטגרם ובטיקטוק, ולחלקם אין פרופיל אישי באף אחת מהפלטפורמות האלו, אולם הם צופים בסרטוני טיקטוק דרך shorts ביוטיוב. כמו בנים בקבוצות גיל אחרות, גם בני ה-11 משחקים בעיקר במשחקי מחשב אונליין ובקונסולות משחק, ועוקבים אחרי גיימרים ביוטיוב כחלק אינטגרלי מחווית המשחק. ניתן לראות בתרשים מס' 1 כי למשחקי מחשב וקונסולות יש מקום מרכזי בהרכבה של הפרטוארים שלהם.

לעומתם, בנות ה-11 מדווחות שהן לא משקיעות זמן כמעט במשחקי מחשב או בקונסולות. הן משחקות לעיתים בטלפון החכם במשחקים של שחקנית יחידה או במשחקי רשת. יש להן טיקטוק, וואטסאפ ואינסטגרם, וטיקטוק היא הפלטפורמה המועדפת עליהן, כפי שניתן לראות בתרשים מס' 1. הן מעלות מעט תכנים בטיקטוק (בעיקר סטוריז), ולרוב מסתפקות בצפייה בתכנים שמשתמשים אחרים מעלים. רותם למשל העידה שהיא "just watch". הן מחפשות מידע בטיקטוק, ולעיתים ביוטיוב,

משום שהפלטפורמות הללו יותר נגישות עבורן מגוגל. לירון הסבירה: "יוטיוב וטיקטוק יותר נגיש לי מגוגל, יותר בווייב ויותר קל לחפש שם". בניגוד לבנים באותו גיל, רוב בנות ה-11 צופות בתכנים טלוויזיוניים בקביעות, גם דרך הטלפון החכם, למשל באפליקציה של נטפליקס, ונחשפות לסדרות טלוויזיה דרך סרטונים ויראליים בטיקטוק.

תרשים מס' 1: רפרטואר המדיה של בני 11 לעומת בנות 11



גודל האייקון מסמל את מרכזיות הרכיב ברפרטואר החברתי של הילדים והילדות

רפרטוארי המדיה של בני ובנות ה-11 מכילים רכיבים חברתיים רב-גוניים שיש ביניהם יחסי גומלין של התאמה, השלמה תפקודית, שימושיות מרכזית, ולעיתים אף תחרות (כמו העדפת טיקטוק על פני אינסטגרם). אצל רוב הילדים ניתן למצוא שימושים חוצי-מדיה: תחומי עניין מסוימים עוברים ממדיום למדיום, והילדים "אוספים" מדיה שונים ועוסקים באמצעותם בעולם התוכן המעניין אותם אישית, אך גם חברתית. בחינת רפרטוארי המדיה של שכבת גיל זו חשפה הבדלים בולטים בין רפרטוארי המדיה של בנים לאלה של בנות. כשם שהבניות מגדירות באות לידי ביטוי בלבוש, בעיצוב השיער או במשחק (Brown et al., 2020), גם רפרטוארי המדיה מבטאים הבדלים חברתיים בין המגדרים. רפרטואר המדיה הוא לא רק מסמן אישיותי שאוצר בתוכו פעולות של פרשנות ואוריינות מדיה, אלא גם מסמן הבחנה מגדרית. עם זאת, הבדלים אלו עשויים להשתנות בהתאם לגיל: לפי ממצאי המחקר של איגוד האינטרנט הישראלי (2024), בנים ובנות בגילי 13-14 משתמשים באינסטגרם ובטיקטוק בשיעור דומה. לפיכך, רפרטוארי מדיה הם בעלי אופי דינמי, המשתנה בהתאם להזדהות עם קבוצות

השתייכות שונות: מגדר, גיל או אתניות.

יותר מחסן: פרטוארי מדיה נמרחב של יחסים חברתיים ובין-דוריים

פרטוארי מדיה מכילים רכיבים בעלי פונקציה חברתית מובהקת, המהווים בסיס לאינטראקציה בין-אישית (Hasebrink & Hepp, 2017). התבוננות בפרטוארי המדיה של ילדים מעלה את השאלה: מה מקומו של פרטוארי המדיה בתקשורת הבין-אישית וביחסים בתוך המעגלים החברתיים שאליהם הם משתייכים? כלומר, כיצד המדיה בחייהם עוזרים (או מפריעים) להם לתקשר עם סביבתם, ואילו תקשורת או יחסים יש להם עם סביבתם?

פרטוארי מדיה נמרחב חברתי לתמיכה ולבניית קשרים בקרב ילדים

ממצאי המחקר מראים כי וואטסאפ היא הרשת החברתית היחידה שבה משתמשים מרבית הבנים. היא משמשת בעיקר לשמירה על קשרים חברתיים ולקביעת מפגשים ותיאום פעילויות: "נגיד עכשיו [בזמן הריאיון]", מספר אורן (בן 11), "יש שיחה של כמה חברים על המגרש אם הולכים בסוף או לא". בהתייחס להתנהגות וקשרים ברשתות חברתיות, המשתתפים ציינו בראש ובראשונה נטייה "לעקוב אחר מפורסמים/ות ומשפיעני/ות רשת", אך מיד לאחר מכן רצון "לתמוך בחבר/ה שקשה לה/לו ולשלוח הודעות, תגובות, פוסטים תומכים"⁵. הרשתות החברתיות גם מסייעות לילדים ליצור קשרים חברתיים, במיוחד לאחר מעבר לסביבה חדשה. מיתר (בת 11.5), שבתחילת שנת הלימודים עברה לעיר אחרת והתחילה ללמוד בבית ספר חדש, הסבירה: "רשתות חברתיות [...] עזרו לי להתחבר להרבה הרבה ילדים. אם במציאות יותר קשה לגשת, ברשתות חברתיות זה יותר קל ואז במציאות יותר קל לגשת אליהם".

באשר להרגלי הגיימינג, רוב מוחלט של הילדים העידו כי משחקי המחשב לא פגעו במצבם החברתי. הם נוהגים לשחק אונליין עם חברים המוכרים מחיי היום-יום, ולעיתים משחקים פיזית באותו החדר בקונסולת המשחק או דרך הטלפון החכם. חלק קטן מהמשתתפים העידו כי הם משחקים עם שחקנים שאינם מכירים ולא פגשו באופן פיזי, ומתקשרים איתם דרך הצ'אט של המשחק. אביעד (בן 11), שמרבה לשחק במחשב הנייח בחדרו, משחק גם עם שחקנים שהוא פוגש אונליין ומתכתב איתם בצ'אט של המשחק. הוא סיפר כי למד "מכל זה לכתוב אנגלית טוב וגם מהר במקלדת של המחשב".

פרטוארי מדיה המבטאים תחומי עניין זהים ומורכבים ממכשירים, פלטפורמות ומיומנויות דומים מהווים בסיס לקשרים יום-יומיים בתוך קבוצת השווים, כמו השימוש בוואטסאפ לתיאום בין חברים או משחקים משותפים. כמו כן, לדברי הילדים,

רשתות חברתיות הן כלי אסטרטגי להשתלבות במקום חדש. בדומה לממצאים בקרב מהגרים ממדינה למדינה (Elias & Lemish, 2009), הרשת החברתית היא כלי לאדפטציה תרבותית ולהעצמה חברתית ומקום בטוח להתאקלמות. אלו משקפים את המשמעות החברתית של המדיה בחיי הילדים: לא רק כלי לבידור או העברת זמן, אלא מרחב חברתי המאפשר הבעת אמפתיה ותמיכה, פיתוח והעמקת קשרים, ואמצעי להתמודדות עם אתגרים חברתיים.

להגביל או לשותף: דפרטוארי מדיה נכרח בין-דורי של פיקוח, משא ומתן ודיאלוג

במחקר נמצאו הבדלים בשימוש המשותף במדיה בין המעגל הבין-דורי (משפחתי) למעגל קבוצת השווים. בחברה היהודית שימוש במדיה בשילוב ההורים הוא נדיר למדי. ילדים סיפרו שלרוב הם צופים בטלוויזיה לבד, ולעיתים רחוקות עם ההורים. הצפייה המשותפת המעטה התרחשה בעיקר סביב אירועים טלוויזיוניים כמו משדרי ריאליטי, ספורט או סרטים. כמו כן, יש רק מעט גיימינג משותף או אינטראקציה סביב רשתות חברתיות. ילדות העידו שלעיתים הן מראות להורים תכנים מטיקטוק או יוטיוב ישירות מהמכשיר שלהן, אך אלה מגיבים בחוסר עניין או חוסר הבנה. לדוגמה, לירון (בת 11.5) סיפרה שהיא "מראה [סרטונים מהטיקטוק] לאבא בעיקר. אחר כך הוא נתקע שם ימה, מה זה? למה הוא עושה ככה?"

לעומת זאת, אצל הילדים מהחברה הערבית נמצא יותר שימוש משותף במדיה עם ההורים. לדוגמה, כאמל (בן 9) סיפר שהוא צופה כל יום בטלוויזיה וביוטיוב עם אימו. סלים (בן 9) אמר שהוא צופה בטלוויזיה עם הוריו לפחות פעם בשבוע ומשחק עם אביו בקונסולה לפחות פעם בחודש.

להבדלים בדפוסי השימוש המשותף במדיה של ילדים והורים בין החברה היהודית לחברה הערבית ישנם שני הסברים אפשריים. ניתן לייחס את השונות לגילם הצעיר של הילדים מהחברה הערבית במחקר הנוכחי, אולם הסבר זה אינו מספק, מכיוון שילדים יהודים בני אותו גיל (9 ו-10) לא דיווחו כמעט על צפייה משותפת עם הוריהם. הסבר אפשרי נוסף קשור למאפייני המשפחה הערבית ולתהליכי המעבר ממסורתיות למודרניות. בחברה הערבית הקולקטיביות והפיקוח ההורי הם בעלי חשיבות רבה יותר (אבו־קשק, 2021; גוז'נסקי ואבו־קשק, 2020), מה שמוביל למעורבות נרחבת יחסית של ההורים בפעילויות המדיה של ילדיהם. הבדלים אלו מדגישים את ההשפעה של הקשרים תרבותיים וחברתיים על האינטראקציה המשפחתית סביב מדיה.

אינטראקציה נוספת בין הורים וילדים סביב מדיה נוגעת להגבלות השימוש שמשיתים הורים על ילדיהם. הגבלות השימוש במדיה משתנות בין שכבות הגיל השונות: ילדים

בגילי 9-10 מדווחים על הגבלות "זמן מסך" נוקשות, הנאכפות באמצעות אפליקציות בטלפון ההורה. לעומתם, ילדים בגילי 11-13 מדווחים על הגבלות גמישות יותר. עם זאת, גם הם כפופים לניסיונות כלליים להגבלת שימוש, אך אלה נתונים למשא ומתן בינם ובין הוריהם. בכל הקשור להגבלות על תכנים, ילדים בני 11-13 דיווחו שהם לא יצפו בסדרות טלוויזיה או סרטים המיועדים לגילי 18 ומעלה.

הילדים הביעו עמדות מורכבות, ולעיתים אמביוולנטיות, כלפי הגבלות ההורים על משך השימוש במדיה. מצד אחד, הם ביטאו ביקורת כלפי עצם ההתייחסות ל"זמן מסך" כבעיה. אורן (בן 11) טוען ש"זה שקר!"; מורן (בת 10) חושבת ש"צריך לתת חופש לילדים"; והודיה (בת 11) אמרה שהגבלות "גורמות לילד להרגיש לא נעים עם עצמו". מצד שני, הם הבחינו בין סוגים שונים של שימושים במדיה, כאשר לדעת רקפת (בת 11), "הרבה זמן מסך, נכון, זה באמת רע. אבל תלוי למה. אם זה ללימודים [זה טוב]. אבל אם זה מול סרטונים מפגרים אז לא".

הילדים ביקרו את התפיסה החד-ממדית של ההורים ביחס לפרטואר המדיה שלהם ואת ההתמקדות ב"זמן מסך" במקום בתוכן הפעילות ובחשיבות של המדיה בחייהם. הם ביטאו רצון במעורבות גדולה יותר של ההורים ודיאלוג משותף סביב השימוש במדיה. כפי שרקפת אמרה: "אני חושבת שהורים [...] צריכים לדבר עם הילדים. לא עוזר שאומרים מה לא, תגידו מה כן". נווה (בן 12) מסכם: "אם יש לך ילד אל תגביל אותו, תלמד אותו".

אם כן, הילדים חשים לחץ מצד ההורים לצמצם את היקף השימוש שלהם במדיה, כאשר בני גילים שונים חווים רמות שונות של פיקוח הורי על שימוש זה: ילדים בשכבות הגיל הנמוכות נתונים להגבלות טכנולוגיות ממשיות, בעוד הבוגרים יותר נהנים מגמישות. הם מסכימים עם הנחות חברתיות לגבי הנזקים האפשריים שגורם שימוש ממושך, אך גם מבקרים הגבלות אלו. בדומה לממצאי מחקר על מבוגרים צעירים בגרמניה (Hasebrink & Domeyer, 2012), הם הפנימו נורמות חברתיות לגבי ערכם של השימושים השונים במדיה: שימוש לצורכי לימודים וצבירת ידע נחשב בעל ערך, ואילו שימוש לצורכי בידור והנאה נתפס כפחות ערך. מדברי הילדים עולה קריאה למעורבות רבה יותר של ההורים. הילדים מבקשים שההורים יקיימו איתם דיאלוג סביב השימוש במדיה, מתוך כבוד לעמדתם. הם גם מבקשים מההורים לחפש איתם פתרונות שאינם כרוכים רק במגבלות זמן שימוש, ולא פחות חשוב – שיהיו שותפים לחוויותיהם בעולמות התוכן של המדיה, וינסו להבין את המורכבויות והעושר של פרטואר המדיה שלהם.

סיכום

המחקר הנוכחי בדק את רפרטוארי המדיה של ילדים בישראל בגילי 9-13, יהודים וערבים. ניתוח הממצאים העלה שלוש תמות מרכזיות: נגישות חומרית, תשתיות טכנולוגיות ופערים דיגיטליים כמעצבים את רפרטואר המדיה של ילדים; רפרטואר המדיה כמרחב דינמי של הרכבה אישית והיבטים חברתיים; ורפרטואר מדיה כמרחב של יחסים חברתיים ובין-דוריים. לילדים שהשתתפו במחקר הייתה גישה למגוון תשתיות אינטרנטיות ומכשירי קצה, כאשר רוב הילדים החל מגיל 10 מחזיקים בבעלותם טלפון חכם פרטי. הילדים שאין בבעלותם טלפון חכם הם חסרי ניסיון בשימוש בכלים דיגיטליים לעומת הילדים שיש להם מכשירים פרטיים. הילדים מתייחסים כמובן מאליו לחיבור ביתי יציב לאינטרנט, כשרק היעדרו מנכיח את הצורך בו. לפיכך, זמינותם של אמצעי קצה, כמו גם קיומן של תשתיות טכנולוגיות, משפיעים על השימוש האישי של כל ילד וילדה.

בחינת ההרכבה של רפרטוארי מדיה מגלה את מקומם המרכזי של מדיה בחיי היום-יום של הילדים. אופן השימוש הוא לעיתים רב-גוני וחוצה-מדיה, ולעיתים מתאפיין בבולטות של מדיום מסוים והעדפתו על פני אחרים. עבור הילדים, מדיה מבטאים את תחומי העניין שלהם, משתלבים בהם ומזינים אותם, ומשקפים סגנון וזהות אישיים.

הילדים גילו דעות, ספקנות וביקורתיות כלפי מדיה שונים. למשל, רקפת ומיתר הביעו מודעות וביקורתיות כלפי ייצוגים סטריאוטיפיים של ילדות בלונדיניות בתוכניות טלוויזיה, ונווה – כלפי אופני הפרסונליזציה של יוטיוב. רפרטואר המדיה של הילדים במחקר אוצר בתוכו מיומנות וכישורי מדיה, וכן פרשנות וביקורתיות, המעידים על אוריינות מדיה מגוונת, גם אם היא נשארת בתוך גבולות השיח הניאו-ליברלי.

השפה היא גורם חשוב בהרכבת רפרטואר המדיה של הילדים, אשר משקף את הגלוקליזציה (Glocalization) התרבותית של הבחירות שלהם. כך, הילדים מהחברה הערבית תיארו כיצד הם מנווטים בין תכנים בשפת האם שלהם, תכנים בשפה הגלובלית (אנגלית) ותכנים בשפה המקומית הדומיננטית (עברית). אולם תרבות גלובלית כמו גיימינג יכולה לגשר על הבדלים אתניים ולשוניים. היבטים חברתיים נוספים התגלו בבחינת קבוצות של רפרטוארי מדיה, כמו אלו של בני ה-11, שם הרכיב המרכזי היה גיימינג, לעומת בנות ה-11, המעדיפות את פלטפורמת טיקטוק.

לרפרטוארי מדיה דומים יש חשיבות רבה עבור הילדים בנוגע ליצירת קשרים חברתיים, כפי שמתבטא לדוגמה בשימוש בוואטסאפ לתיאומים בין חברים או

בפעילויות גיימינג משותפות. המדיה משמשים מרחב חברתי המאפשר הבעת אמפתיה ותמיכה, פיתוח קשרים והעמקתם, ועוזרים להתמודד עם אתגרים חברתיים.

הילדים מהחברה הערבית דיווחו על מעורבות רבה יותר של ההורים בפעילויות המדיה לעומת ילדים מהחברה היהודית. הבדל זה מדגיש את ההשפעה של מאפיינים תרבותיים וחברתיים על האינטראקציה המשפחתית סביב מדיה ועל מעורבות ההורים ברפרטואר של הילד. חלק ניכר מהאינטראקציה בין הורים וילדים נסב על הגבלות שימוש, כאשר ילדים בגילים שונים חווים רמות שונות של פיקוח הורי על השימוש במדיה. ילדים בשכבות הגיל הצעירות נתונים להגבלות טכנולוגיות ממשיות, בעוד ילדים בוגרים יותר נהנים מגמישות יחסית. הילדים חשים לחץ מצד ההורים לצמצם את היקף השימוש במדיה, ויש להם ביקורת כלפי יחס ההורים לשימושי המדיה שלהם. מנקודת מבטם, ההורים אינם מבינים את המורכבויות של רפרטואר המדיה והתפקיד שהוא ממלא בחייהם, והם הביעו רצון בדיאלוג עם ההורים בנוגע למדיה.

למחקר זה ישנן שתי תרומות, ברמת הידע וברמה היישומית. ברמת הידע, המחקר מרחיב את ההבנה של דפוסי השימוש במדיה בקרב ילדים יהודים וערבים בגילי 9-13 בישראל. הוא עונה על חסך מחקרי בנוגע לקבוצת גיל זו, אשר זוכה לייצוג מצומצם יחסית במחקר המקומי (לדוגמה, איגוד האינטרנט הישראלי, 2024; רוזנברג ובלונדהיים, 2021). ייחודיותו טמונה באימוץ נקודת המבט של הילדים עצמם – השמעת קולם האישי, והצגת תפיסותיהם ופרשנותם לחוויותיהם במדיה במילותיהם ובגוף ראשון. באמצעות מתודה איכותנית המתבססת על הקשבה פתוחה, המחקר בוחן את רפרטואר המדיה של הילדים, תוך חשיפת מקומם של המדיה בסובייקטיביות של כל ילד וילדה, אך גם על רקע הקשרים חברתיים ותרבותיים. ברמה היישומית, המחקר מזהה צורך של הילדים בדיאלוג פתוח ומכבד עם הוריהם בכל הקשור למקומם של המדיה בחייהם, כמו גם צורך בצמצום פערים דיגיטליים בין ילדים.

המדיה תופסים מקום מרכזי בחוויות היום-יום של ילדים בישראל בעידן הנוכחי, ומגמה זו לא תשתנה בעתיד הנראה לעין. לכן נדרשים מחקרי המשך, שיבדקו בנוסף גם שימוש באפליקציות של בינה מלאכותית יוצרת, וגם תופעות שליליות הקשורות למדיה מנקודת מבטם של הילדים, כמו בריונות וחשיפה לתכנים פוגעניים. בשל ההיקף המצומצם של משתתפי המחקר, המחקר הנוכחי מוגבל ביכולתו לייצג קבוצות שונות בחברה הישראלית. לפיכך נדרש מחקר המשך, שיקלוט מגוון אוכלוסיות גדול יותר של ילדים וישלב שיטות מחקר כמותניות, אשר יתרמו להרחבת הידע על רפרטואר מדיה של ילדים בגילי 9-13. מחקר כזה יאפשר הבנה מעמיקה של התפתחות פערים

דיגיטליים ואוריינות בינה מלאכותית, ייתן קול לילדים ולילדות, ויפתח צוהר להבנת התפקידים שממלאים המדיה בעולמם האישי והחברתי של ילדים בישראל.

הערות

- 1 כלל הילדים והילדות המוזכרים במאמר ניתנו שמות בדויים.
- 2 המאמר מנוסח בלשון זכר מטעמי נוחות, אך מתייחס לילדים ולילדות גם יחד. במקרים של התייחסות למגדר מסוים, הדבר יצוין במפורש.
- 3 בסך הכול התמלול כלל 154 עמודים. דברי הילדים בראיונות באנגלית ובערבית תורגמו מילולית בידי מחברי המאמר.
- 4 רמות שונות של נגישות חומרית וטכנולוגית למדיה עלולות להוביל לפער דיגיטלי, הנמדד במידת הגישה לתשתיות ובבעלות על מכשירי קצה (Hargittai, 2022); ברמת המיומנויות הדיגיטליות; ובמידת ההשתתפות בפעילויות ברשת (Van Deursen & Helsper, 2015). ידוע שקיים פער דיגיטלי יציב בין האוכלוסייה היהודית לערבית, לטובת הראשונה (Schejter et al., 2023).
- 5 לילדים ניתנה אפשרות לבחור כמה תשובות לשאלה זו.

רשימת המקורות

- אבוירקשק, ה' (2021, 18 במרץ). פרק 2: ילדים דיגיטליים ומהגרים דיגיטליים בחברה הערבית. <https://www.isoc.org.il/public-action/digital-gap/arabic-guides/culture-1>
- אדלר, א' (2024). **אחים ואחיות כמתווכי מדיה לילדים צעירים** [עבודה לשם קבלת תואר דוקטור]. באר שבע: אוניברסיטת בן גוריון בנגב.
- אור, ע', כספי, ר' ובר-לב, י' (2022). משני צידי המסך: ההשלכות ההתפתחותיות של שימוש נרחב במדיה על ילדים צעירים. **מפגש לעבודה חינוכית-סוציאלית**, ל(55), 47-71.
- איגוד האינטרנט הישראלי (2022). **בני נוער, הורים ומסכים בישראל: סקר שימושים ופערים (קיץ 2022)**. https://www.isoc.org.il/sts-data/screentime_2022
- איגוד האינטרנט הישראלי (2024). **שימוש ברשתות חברתיות ושירותים מקוונים בקרב ילדים ונוער בישראל: נתוני 2024**. <https://www.isoc.org.il/sts-data/social-media-use-il-teens>
- אילון, י', וצבר-בן יהושע, נ' (2010). תהליך ניתוח תוכן לפי תיאוריה מעוגנת בשדה. בתוך ל' קסן ומ' קרומר-נבו (עורכות), **ניתוח נתונים במחקר איכותני** (עמ' 359-382). מוסד ביאליק.
- אליאס, נ' (2022). ילדות דיגיטלית: אתגרים והזדמנויות. **מפגש לעבודה חינוכית-סוציאלית**, ל(55), 11-17.
- בזק (2023). **דו"ח האינטרנט (10)**. https://media.bezeq.co.il/pdf/internetreport_2023.pdf
- גוז'נסקי, י' ואבוירקשק ה' (2020). ילדים יהודים וערבים בישראל בימי הקורונה – אתגרים, ידע ומדיה. **קשר**, 55, 97-118.
- המטה הלאומי להגנה על ילדים ברשת (2024). **סקר דפוסי שימוש בקרב בני נוער**. המשרד לביטחון לאומי. https://www.gov.il/he/pages/application_usage_survey
- מנדלס, י' (2024). **מחוברים אבל (לא) שווים: פערים דיגיטליים, תשתיות, שימושים ומוגנות ברשת בחברה הערבית בישראל**. איגוד האינטרנט הישראלי. <https://www.isoc.org.il/wp-content/uploads/2024/06/ISOC-IL-digital-inequality-arab-society-2024-he-1.pdf>
- גור, ג', כהן אביגדור, נ', קצב, א' ופרישמן, ג' (2023). **סיכונים בעולם הגיימינג: ממצאי סקר נוער**. המטה הלאומי להגנה על ילדים ברשת ולשכת המדען הראשי. https://www.gov.il/BlobFolder/reports/risks_in_online_gaming/he-giyming2023.pdf
- פרידמן, י' (2020). **דגימה במחקרי חינוך וחברה: עקרונות, אסטרטגיות ותהליכי ביצוע**. מכון הנרייטה סאלד.
- רוזנברג, ח' ובלונדהיים, מ' (2021). **מנותקים: מה קורה כשמאה בני נוער מתעוררים בבוקר ללא הסמארטפון שלהם? מאגנס**.

רמתי דביר, א', דוידסון, ש' ולחובר, ע' (2021). מחקר איכותני רגיש אוכלוסייה: מחקר עם, על ועבור נערות. בתוך מ' לביא-אג'אי וד' לביא טובין (עורכות), **שיחות על מחקר איכותני** (עמ' 119-142). מופת.

Aizenkot, D. (2020). Social networking and online self-disclosure as predictors of cyberbullying victimization among children and youth. *Children and Youth Services Review*, 119, 105695. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105695>

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Brown, C. S., Biefeld, S. D., & Tam, M. J. (2020). *Gender in childhood*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108874281>

Buckingham, D. (2000). *After the death of childhood: Growing up in the age of electronic media*. Polity Press.

Buckingham, D. (2007). Digital media literacies: Rethinking media education in the age of the internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43–55. <https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43>

Cino, D., Lacko, D., Mascheroni, G., & Šmahel, D. (2021). Predictors of children's and young people's digital engagement in informational, communication, and entertainment activities: Findings from ten European countries. *Journal of Children and Media*, 17(1), 37–54. <https://doi.org/10.1080/17482798.2022.2123013>

Davies, B. (2011). Open listening: Creative evolution in early childhood settings: OMEP XXVI World Conference, August 11–13, 2010, Gothenburg, Sweden. *International Journal of Early Childhood*, 43, 119–132.

Dvir-Gvirsman, S. (2022). Understanding news engagement on social media: A media repertoire approach. *New Media & Society*, 24(8), 1791–1812. <https://doi.org/10.1177/1461444820961349>

Eichen, L., Hackl-Wimmer, S., Eglmaier, M. T. W., Lackner, H. K., Paechter, M., Rettenbacher, K., Rominger, C., & Walter Laager, C. (2021). Families' digital media use: Intentions, rules and activities. *British Journal of Educational Technology*, 52(6), 2162–2177. <https://doi.org/10.1111/bjet.13161>

Elias, N., & Lemish, D. (2009). Spinning the web of identity: Internet's roles in immigrant adolescents' search of identity. *New Media & Society*, 11(4), 533–551. <https://doi.org/10.1177/1461444809102959>

- Elias, N., Lemish, D., Dalyot, S., & Floegel, D. (2021). "Where are you?" An observational exploration of parental technoference in public places in the US and Israel. *Journal of Children and Media*, 15(3), 376–388. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1815228>
- Geurts, S. M., Koning, I. M., Vossen, H., & Van den Eijnden, R. J. (2021). A qualitative study on children's digital media use and parents' self-interest. *Journal of Child and Family Studies*, 31(7), 1–12. <https://doi.org/10.1007/s10826-021-02074-3>
- Götz, M., & Lemish, D. (2022). *Children and media worldwide in a time of a pandemic*. Peter Lang Verlag.
- Grand Canyon University (2023, August 31). *What is digital literacy?* <https://www.gcu.edu/blog/gcu-experience/what-digital-literacy-definition>
- Hargittai, E. (2022, September 3). Digital inequality and COVID-19 knowledge. *SSRN*. <https://ssrn.com/abstract=4208524> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4208524>
- Hasebrink, U., & Domeyer, H. (2012). Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 9(2), 756–779.
- Hasebrink, U., & Hepp, A. (2017). How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(4), 362–377. <https://doi.org/10.1177/1354856517700384>
- Hasebrink, U., & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use: A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications*, 31, 369–387. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.023>
- Kalman-Halevi, M., Tutian, R., & Peled, Y. (2022). What do parents really know about their child's online behavior? Discrepancies between parents and their children in Israel. *Journal of Children and Media*, 16(4), 471–480. <https://doi.org/10.1080/17482798.2022.2038223>
- Nuriely, B., Gigi, M., & Gozansky, Y. (2022). Young adults know that their issues are not represented in the news: Israeli young adults and mainstream news media. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 20(1), 37–53. <https://doi.org/10.1108/JICES-02-2021-0026>
- OFCOM. (2023). *Children and parents: Media use and attitudes report 2023*. <https://www.ofcom.gov.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2023/>

- Sasson, H., Tur-Sinai, A., Dvir, K., & Harel-Fisch, Y. (2023). The role of parents and peers in cyberbullying perpetration: Comparison among Arab and Jewish youth in Israel. *Child Indicators Research*, 16(2), 717–737. <https://doi.org/10.1007/s12187-022-09986-6>
- Schejter, A., Shomron, B., Abu Jafar, M., Abu-Kaf, G., Mendels, J., Mola, S., Shacham, S., Al Sharha, A., & Tirosh, N. (2023). *Digital capabilities: ICT adoption in marginalized communities in Israel and the West Bank*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-22930-5>
- Smith, R. A. (2019). “What does it mean?” Methodological strategies for interviewing children. In K. Roulston (Ed.), *Interactional studies of qualitative research interviews* (pp. 103–124). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/z.220.05smi>
- Swidler, A. (1986). Culture in action: Symbols and strategies. *American Sociological Review*, 51(2), 273–286. <https://doi.org/10.2307/2095521>
- Terry, G., & Braun, V. (2017). Short but often sweet: The surprising potential of qualitative survey methods. In V. Braun, V. Clarke, & D. Gray (Eds.), *Collecting qualitative data: A practical guide to textual, media and virtual techniques* (pp. 13–14). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781107295094.003>
- van Deursen, A. J. A. M., & Helsper, E. J. (2015). The third-level digital divide: Who benefits most from being online? In A. J. A. M. van Deursen & E. Helsper (Eds.), *Communication and information technologies annual* (pp. 29–52). Emerald. <https://doi.org/10.1108/S2050-206020150000010002>
- Wang, M., Lwin, M. O., Cayabyab, Y. M. T. M., Hou, G., & You, Z. (2023). A meta-analysis of factors predicting parental mediation of children’s media use based on studies published between 1992–2019. *Journal of Child and Family Studies*, 32(5), 1–12. <https://doi.org/10.1007/s10826-022-02459-y>
- Western Sydney University. (2024, January 3). *What is digital literacy?* https://mdl.frederick.ac.cy/bliss/uploads/mooc-article/836ead5c-172d-436c-b14c-9492a395af8c_1.%20What%20is%20digital%20literacy_%20_%20Western%20Sydney%20University.pdf
- Ytre-Arne, B. (2023). *Media use in digital everyday life*. Emerald.
- Zur, O., & Zur, A. (2011). On digital immigrants and digital natives: How the digital divide affects families, educational institutions, and the workplace. *Zur Institute*. https://www.researchgate.net/publication/267213208_On_Digital_Immigrants_and_Digital_Natives_How_the_Digital_Divide_Affects_Families_Educational_Institutions_and_the_Workplace

פוליטיזציה של חדשות רכות בזמן משבר: סיקור תחרויות האירוויזיון, 2023–2025

גילעד גרינוולד*

תקציר

מאמר זה בוחן את הפוליטיזציה של חדשות רכות בישראל, באמצעות ניתוח המסגור התקשורתי של תחרויות האירוויזיון בשנים 2023–2025, על רקע מלחמת חרבות ברזל. מתוך תפיסה של התקשורת כזירה היברידית, שבה מיטשטשים לעיתים הגבולות בין חדשות קשות לרכות, נבחן כיצד תחרות הנתפסת כאירוע תרבותי ובידורי מסוקרת בתקופות של מתיחות ומשבר. המחקר מתבסס על שילוב של ניתוח כמותי ואיכותני של 328 פריטי עיתונות משלושה אתרי חדשות ישראליים מרכזיים: הארץ, ישראל היום ו-Ynet. ממצאי הניתוח הכמותי מצביעים על עלייה חדה במסגור הפוליטי של האירוויזיון ככל שגבר הקונפליקט הביטחוני, לצד המשך נוכחות של מסגרות סיקור סנסציוניות, רכילותיות ואסקפיסטיות. הניתוח האיכותני מחדד את הדינמיקה שבין דרמה בידורית ובין עיבוד סמלי של חרדה קולקטיבית, ומצביע על הפיכתם של נושאים רכים למרחב שבו מעוצבים ומתפרשים גם מתחים לאומיים וזהויות פוליטיות. המאמר תורם להבנת תפקידה המשתנה של התקשורת בעיתות משבר, ומציע התבוננות מחודשת על חדשות רכות כאתר בולט לעיסוק ציבורי בנושאים "רציניים" דווקא בזמנים כאלו.

הקדמה

מלחמת חרבות ברזל פרצה באוקטובר 2023, בעקבות מתקפת הטרור של חמאס על אזרחים וחילים ישראלים. מתקפת השבעה באוקטובר נתפסת כאירוע הקשה והמטלטל ביותר בתולדות ישראל, בשל היקף הקורבנות החריג – 1,163 נרצחים והרוגים, רבים מהם אזרחים, ובהם תינוקות, ילדים, נשים וקשישים – לצד חטיפתם של

* ד"ר גילעד גרינוולד, בית הספר לתקשורת, אוניברסיטת בר אילן (gilad.greenwald@biu.ac.il)

251 ישראלים לשטח רצועת עזה. האירוע התאפיין בהפתעה מוחלטת ובכשל מערכת רחב היקף, הן ברמה הביטחונית והן ברמה השלטונית (וימן זקס ואח', 2024).

במלחמה שפרצה בתגובה לטבח נהרגו על פי ההערכות עשרות אלפי פלסטינים ואלפי לבנונים, ומאות אלפים נפצעו (לב'און וגו'נסקי, 2024). התמשכות המלחמה ומחירה ההומניטריים גררו ביקורת בין-לאומית נוקבת כלפי ישראל וכעס רב על מדיניותה, גם מצד מדינות שמסורתית נחשבות ידידותיות. הביקורת התבטאה, בין השאר, בניסיונות להעמיד לדין בכירים ישראלים בבית הדין הבין-לאומי בהאג. על פי סקרי דעת קהל במדינות שונות, תדמיתה של ישראל בשנים 2024-2025 הייתה מהגרועות בהיסטוריה (World Population Review, 2025).

נדמה כי יום הטבח, המלחמה שפרצה בעקבותיו, המאבק המתמשך להשבת החטופים והביקורת הנוקבת על ישראל בזירה הבין-לאומית ובתקשורת הבין-לאומית, טלטלו את החברה הישראלית בעוצמות ובעומקים יוצאי דופן. אחת ההשפעות הבולטות של האירועים, לפחות בתקופה הראשונה של הלחימה, הייתה עלייה דרמטית בצריכת החדשות בידי הציבור בישראל. תופעה זו מוכרת גם ממלחמות קודמות (Malka et al., 2015), אך במקרה זה היא הייתה אינטנסיבית אף יותר. מהדורות החדשות התארכו מאוד, והעיסוק ב"חדשות קשות", בעיקר מדיניות חוץ, פוליטיקה וביטחון, גבר משמעותית (וימן זקס ואח', 2024).

עניינו המרכזי של המאמר הנוכחי נעוץ בניסיון להראות ולנתח את **התופעה שבמסגרתה גם "חדשות רכות", ובעיקר אירועים בידוריים, כמו תחרויות האירועים, עברו תהליכים של החרפת הפוליטיזציה בדרכי הצגתן ומסגורן בצל המלחמה**. מסורתית, חדשות רכות כוללות תחומים כמו פנאי, תרבות ובידור, והן בדרך כלל נדחקות לשולי הכותרות ונתפסות כבעלות חשיבות פחותה לתפקודה של החברה (Meeks, 2012). עם זאת, מחקרים הראו כיצד עיתונאיות ועיתונאים בתחומים בידוריים ורכילותיים עשויים אף הם לעשות שימוש בנושאים קשים, כמו פוליטיקה וביטחון, כדי לעורר עניין בקרב הקהל סביב הנושאים שהם מסקרים. פרקטיקה זו חשובה במיוחד במדינות כמו ישראל, שבהן דעת הקהל מאוד מעורבת פוליטית, והשתתפות פוליטית נתפסת כחובה אזרחית (גרינוולד, 2020).

בשנים 2024-2025, תחרויות האירועים היו פוליטיות במיוחד. זאת, בעיקר בהשוואה לשנים "נורמטיביות" יותר בתחרות ובסקירה התקשורתית, כמו 2023, שלא הייתה שנה טעונה פוליטית, אם בהקשר הישראלי ואם באופן כללי יותר. הפוליטיות המוגברת של האירועים בשנתיים הללו בהשוואה לשנת 2023 באה לידי ביטוי בקריאתן של אחדות מהמדינות המשתתפות בתחרות להחרים את ישראל או להשעות אותה בעקבות

המלחמה בעזה. קריאה זו תורגמה ליחס עוין במיוחד כלפי המשלחות והנציגות הישראליות - הן מצד הקהל באולם (שחלקו ליווה את השיר הישראלי בשריקות בוז רמות, באופן שלא נראה כמותו מעולם); הן מצד שאר המשלחות, האומנים, רשתות השידור האירופיות וחברי השופטים מהמדינות השונות; והן מצד קהלים רבים מחוץ לאולם התחרות, עם עשרות אלפי תגובות שליליות ברשתות החברתיות בנוגע להשתתפות ישראל, הפגנות המוניות שבהן הונפו דגלי פלסטין, ואף אירועים ביטחוניים שדרשו את מעורבות שירות הביטחון הכללי הישראלי בערים המארחות (מאלמה, שוודיה ב־2024 ובאזל, שווייץ ב־2025) (Öberg, 2025).

חשוב להדגיש, כפי שיתואר בהרחבה בפרק סקירת הספרות, כי ישראל התאפיינה מאז ומעולם בהתעניינות מוגברת באירויזיון, מסגור פוליטי של השיח על אודותיה, והבנה שהוא מהווה במה שמבנה את הזהות הלאומית הישראלית. על כן, באופן מסורתי ועקבי הייתה גם התערבות פוליטית בייצוג הישראלי בתחרות. כך, מחקרים הראו כי ישראל עושה שימוש באירויזיון על מנת להציג חזות תרבותית מערבית, על אף שבמרחב המציאות זהותה התרבותית מורכבת בהרבה (Mahla, 2022; Press-; Barnathan & Lutz, 2020); משתמשת באימוני החרם עליה באירויזיון על מנת לחזק את הזהות המקומית הפנימית של אזרחיה (Rosler & Press-Barnathan, 2021); וכן רואה באירויזיון כלי להגברת רגשות לאומיים ופטריסטיים (Ariely & Zahavi, 2022). עם זאת, במחקר הנוכחי ייטען כי גם במסגרת היחס הפוליטי לתחרות ככלל, ניתן למצוא הבדלים בסיקורה התקשורתית בין שנים שגרתיות לשנים שבהן מצויה ישראל במשבר ביטחוני-מדיני עמוק.

באמצעות **ניתוח תוכן משולב**, כמותי ואיכותני, של המסגור החדשותי של שתי תחרויות אלה בשלושה עיתוני מיינסטרים אלקטרוניים ישראליים בולטים בעלי מקבילות מודפסות (**הארץ**, **ישראל היום** ו**Ynet**); והשוואת מסגור זה למסגור התחרות שנערכה במאי 2023 (האחרונה שהתקיימה לפני פרוץ המלחמה) - מציע המאמר להפנות לרגע את המבט לסגמנטים תרבותיים הנתפסים לעיתים כ"שוליים", אשר חלו בהם שינויים מהותיים בעקבות המלחמה המתמשכת.

חשיבותו של ניתוח כזה מעוגנת גם בתפיסה שלפיה אנו חיים בתקופה שבה הגבולות בין הפוליטי, החברתי והתרבותי הולכים ומיטשטשים. תופעה זו מבטאת את מה שמכונה לעיתים "מדיאטיזציה של הפוליטי", כלומר, חדירתם של היגדים או פרקטיקות תקשורתיות אל תחום קבלת ההחלטות הציבוריות ועיצוב השיח הפוליטי (וראו גם לב־און וגוֹ'נסקי, 2024). במציאות זו, סדר היום הציבורי מעוצב פחות מבעבר על ידי היררכיות נושאות מובהקות ("קשה" מול "רך"), ויותר באמצעות לוגיקות של

נראות, שיח רגשי וייצוג חזותי. כמובן, גם לרשתות החברתיות חלק מהותי בפרקטיקה זו, והן אחד הגורמים העיקריים המאפשרים לאירועים תרבותיים ללבוש ממדים פוליטיים ולהפך (Blasco-Duatis et al., 2019). כך, נושא כגון "השתתפות ישראל באירוויזיון" עשוי להיות רלוונטי ואף קריטי גם לסוגיות עומק כמו מעמדה הבין-לאומי של ישראל או הסכסוכים במזרח התיכון. לבסוף, המחקר מבקש להצטרף למחקרים נוספים שבדקו את סיקורם החדשותי והשפעתם התרבותית של אירועי מדיה לאורך זמן, ולא רק סביב שידורם החד-פעמי (למשל, Greenwald, 2023; Tamir & Lehman, 2023; Wilzig, 2023).

סקירת ספרות

תחרות הזמר של האירוויזיון (Eurovision Song Contest)

תחרות הזמר של האירוויזיון (בקיצור בעברית, האירוויזיון), שנוסדה ב־1955 ונערכה לראשונה בלוגאנו שבשווייץ שנה לאחר מכן, היא אחד המפעלים התרבותיים-טלוויזיוניים הגדולים באירופה ובעולם (Ginsburgh & Noury, 2008). יוזמה זו של מרסל בזנסון - המנהל הראשון של איגוד השידור האירופי (EBU) - שאבה השראה מפסטיבל סן רמו האיטלקי. התחרות, אשר משודרת כיום לקהל שגודלו נע בין 200 מיליון לחצי מיליארד צופים מדי שנה, מייצגת הן את עוצמתו של שוק הבידור הטלוויזיוני הגלובלי, והן את האופן שבו טלוויזיה ציבורית עדיין יכולה לשמש מנגנון של בניית זהות תרבותית קולקטיבית. זאת, על אף הדומיננטיות ההולכת וגוברת של תקשורת מבוססת אינטרנט - רשתות חברתיות, בינה מלאכותית, אפליקציות תקשורת שונות ועוד (גריןולד, 2020; Greenwald, 2023).

אף שרשמית האירוויזיון מוצג כאירוע א־פוליטי, ההיסטוריה שלו משקפת הלכה למעשה תהליכים פוליטיים עמוקים ביבשת אירופה ומעבר לה. כמו כן, פרקטיקות ותפיסות עולם אידאולוגיות ופוליטיות מובהקות ניוטו מאז ומעולם את קבלת ההחלטות לגביה (במסגרת ה־EBU (Yair & Ozeri, 2022). כך, מראשיתו שימש האירוויזיון סמל לאיחוד תרבותי-מערבי לאחר מלחמת העולם השנייה, ובתקופת המלחמה הקרה הוא ייצג את המערב הקפיטליסטי אל מול הגוש הקומוניסטי, שמסורתית נעדר מן התחרות (למעט יוגוסלביה). לאחר קריסת הגוש המזרחי התרחבה התחרות והחלה לכלול מדינות ממזרח אירופה וממרכזה, לרבות מדינות שהיו חלק מברית המועצות לשעבר, ובראשן רוסיה ואוקראינה (Singleton et al., 2007). נוסף על כך, מבנה ההצבעה של התחרות - חלוקת ניקוד בין מדינות - חשף עם השנים דפוסים של בריתות אזוריות והצבעות פוליטיות וגושיות מובהקות (Yair, 2019).

לא אחת היווה האירופיזם זירה ל"תקריות פוליטיות", כמו במקרה זכייתה של אוקראינה בשנת 2016 עם שיר שעסק ברדיפת הטורים בחצי האי קרים על ידי רוסיה - ביטוי לפערים הגיאופוליטיים החריפים בין המדינות, אשר אתגרו את ה"פנטזיה" של אחווה תרבותית אירופית נטולת סכסוכים. יצוין כי זכייתה זו של אוקראינה התרחשה לאחר סיפוח חצי האי קרים לרוסיה, מה ששידר מסר פוליטי מן המעלה הראשונה. זאת בנוסף לעובדה כי באופן כללי יש לאוקראינה כרוניקה ארוכה של ייצוגים פוליטיים ומעורבות פוליטית באירופיזם (Bohlman, 2011; Meizel, 2013), כרוניקה אשר הגיעה לשיא עם פתיחת המתקפה הרוסית עליה בשנת 2022, אז הושעתה רוסיה מיידית מן התחרות (Greenwald, 2023).

ישראל החלה להשתתף בתחרות בשנת 1973, והיא המדינה הלא-אירופית הראשונה שצורפה אליה. הצטרפותה של ישראל לאירופיזם נבחנת בהקשרים תרבותיים ופוליטיים רחבים יותר, שכן היא התאפשרה על רקע פתיחת התחרות למדינות דרום הים התיכון בשנות ה-70 - מלטה, יוון, טורקיה ובהמשך גם קפריסין - ונתפסה כאתגור של ההומוגניות המערב-אירופית שאפינה את האירופיזם עד אז. יש הרואים בהשתתפות הישראלית באירופיזם אקט של מיקום תרבותי-גיאופוליטי, המבטא את רצונה של ישראל להיתפס כחלק מהמרחב התרבותי המערבי (Mahla, 2022; Panea, 2018; Press-Barnathan & Lutz, 2020). בלקינד (Belkind, 2010) טוענת כי האירופיזם שימש עבור ישראל מנגנון לדמיון לאומי, אשר עיגן את תחושת השייכות של אזרחיה למערב ולאירופה. בהתאם לכך, ההשתתפות ואף ההצלחה של ישראל בתחרות עוררו היסטורית תחושות של גאווה לאומית (Ariely & Zahavi, 2022; Lemish, 2004; Rosler & Press-Barnathan, 2021). לאורך השנים זכתה ישראל ארבע פעמים במקום הראשון (1978, 1979, 1998, 2018), שלוש פעמים במקום השני (1982, 1983, 2025), ופעמיים במקום השלישי (1991, 2023). בין הרגעים התרבותיים הבולטים בתולדות השתתפותה ניתן לציין את זכייתה של הזמרת הטרנסג'נדרית דנה אינטרנשיונל ב-1998, שנחשבת לציון דרך חשוב בלגיטימציה לייצוג להט"בי בתרבות הישראלית (גרינוולד, 2020).

בהקשר זה, כדאי לציין כי בישראל ישנה בדרך כלל הפרדה אפיסטמית מלאכותית בין ה"פוליטי" ל"חברתי", כאשר במרחבים תרבותיים אחרים הפרדה זו חלשה בהרבה עד לא קיימת (Morgenthau, 2012). כך, נושאים כגון ביטחון לאומי ויחסי חוץ נתפסים כ"פוליטיים", בעוד נושאים כגון מעמד האישה וזכויות להט"ב נתפסים כ"חברתיים". בניגוד לישראל, יחסן השלילי של מדינות שהשתתפו בעבר באירופיזם, כגון רוסיה והונגריה, לזיהוי הלהט"בי הבולט של התחרות, מעידה כי בעיניהן מדובר בהקשר פוליטי מובהק של האירוע, בעיקר עקב זיהוי עם ערכים ליברליים שבהם תומכות

מדינות מערב אירופה (Baker, 2017). במילים אחרות, ניתן לטעון כי זכייתה של דנה אינטרנשיונל, לדוגמה, ומאוחר יותר התחזקות הגוון הלהט"בי של התחרות, נתפסות בספרות אחרות כשייכות לתחום הפוליטי.

המחקר האקדמי על אודות האירוויון מתפצל למספר מוקדים תיאורטיים. יאיר (Yair, 2019) מזהה ארבעה כיווני מחקר עיקריים: הראשון, עיסוק ב"אירופה המדומיינת" והקוסמופוליטית, ובכלל זה השימוש בתחרות לצורכי מיתוג מדינות (Jordan, 2011) (Nation Branding). השני, ניתוח האירוויון כתופעה להט"בית, ובעיקר כהתגלמות של תרבות הומואית פופולרית (ראו לדוגמה, Baker, 2017; Cassiday, 2014; Lemish, 2004; Miazhevich, 2017). השלישי, מחקרים החושפים את הממדים הפוליטיים של התחרות, ובמיוחד תופעות של "הצבעות גושיות" (Öberg, 1996; Yair, 1995; Yair & Maman, 2025). הרביעי, שימוש באירוויון ככלי להבנת תופעות חברתיות רחבות יותר, כמו כלכלה פוליטית, סכסוכים אזוריים, ביקורת בין לאומית ודינמיקות תקשורתיות או ויזואליות (Highfield et al., 2013; Panea, 2025). ייתכן כי בהבחנה זו, נדגיש שוב מזווית ביקורתית, ישנה הפרדה דיכוטומית מדי בין מה שנתפס כפוליטי ומה שנתפס כחברתי - הפרדה שכאמור נחשבת מלאכותית או זרה במרחבים גיאופוליטיים אחרים.

המחקר הנוכחי ישתלב בעיקר במוקד התיאורטי הרביעי, משום שמטרתו המרכזית לבדוק כיצד אירועים פוליטיים, ביטחוניים ומדיניים חיצוניים בהוויתם עיצבו את המסגור התקשורתי של האירוויון בשנים האחרונות. במובן זה, המחקר נשען על הגות ביקורתית הנוגעת ליחסי הגומלין בין התקשורת, התרבות והחברה, ובפרט על גישת ה"תקשורת כתכרובת", שנוסחה בין היתר בזיקה לאסכולת בירמינגהם (רגב, 2008; Carey, 1989). המחקר מציע גם זווית אמפירית מעט שונה, ואולי ייחודית, שכן הוא מבקש לבחון בהרחבה את הדרך שבה תחרות האירוויון ממסגרת בתקשורת החדשותית כאירוע מתמשך, ולא רק כאירוע מדיה בודד. כך ניתן לבדוק את ההשלכות הפוליטיות, התרבותיות והחברתיות שלו ככאלה אשר חורגות מעצם קיום התחרות ושידורה הטלוויזיוני בלבד.

תיאוריית המסגור התקשורתי

תיאוריית המסגור היא אחד מעמודי התווך המרכזיים בחקר תקשורת ההמונים, והיא מתייחדת בכך שהיא חורגת מעיסוק כמותי בלבד בהיקפי חשיפה או ייצוג, ומבקשת לבחון את האופנים העמוקים שבהם מוצגים אירועים, תופעות חברתיות ודמויות ציבוריות בזירה התקשורתית. השאלה שבמרכז גישה זו אינה על מה התקשורת

מדווחת, אלא כיצד היא עושה זאת, כלומר, אילו נקודות מבט, פרשנויות וסכמות קוגניטיביות מוצעות לציבור כחלק מתיווך המציאות (Scheufele, 1999; Borah, 2011).

המונח "מסגרת" (Frame) מתאר תהליך של הבניה פרשנית, שבאמצעותו מארגנת התקשורת מידע לתוך תבניות קוגניטיביות ברורות ומופשטות, אשר מסייעות לקהל להבין את המציאות, לקטלג אירועים ולשמר אותם בזיכרון לטווח הארוך. כל מסגרת תקשורתית יוצרת מעין "אריזה תרבותית-חברתית" של הסיפור החדשותי, שבאמצעותה הופכים דיווחים אפיזודיים לתפיסות תמטיות סדורות, ולעיתים אף רוטיניות. הכוח של המסגור טמון אפוא ביכולתו לנסח את גבולות השיח: להבליט פרטים מסוימים, להצניע אחרים, ולכוון את הקהל לפרשנות מסוימת של המציאות, לעיתים מבלי שהדבר יהיה מודע או מפורש (גריןולד, 2020; דיין גבאי, 2024).

תיאוריית המסגור נשענת, בין היתר, על רעיונות הלקוחים מהפסיכולוגיה החברתית, ובעיקר מהרעיון של סכמות קוגניטיביות: דפוסי חשיבה קבועים המסייעים לעיבוד מידע חדש. בדומה לכך, גם הציבור מגיב למסגרות תקשורתיות באופן אינטואיטיבי - הוא יודע לקרוא את הרמזים, הטון, המינוח וההקשרים התרבותיים הטמונים באופני הדיווח, ולעיתים גם מתנהג לאורם, אף מבלי משים (Entman, 2004; Gamson, 1992).

מעבר לרובד הקוגניטיבי-פרשני, חוקרים המזוהים עם גישות תרבותיות וביקורתיות בחקר התקשורת רואים במסגור גם מנגנון של שימור הסדר החברתי והתרבותי. על פי גישה זו, התקשורת אינה רק משקפת את המציאות, אלא גם תורמת לאכיפה, לחיזוק ולחידוד של נורמות, ערכים והסדרים אידאולוגיים קיימים. ג'יימס קארי, מאבות אסכולת ה"תקשורת כתרבות", טען כי התקשורת פועלת כריטואל או טקס תרבותי - תהליך יום-יומי שמכונן ומשמר משמעויות קולקטיביות, ולא רק מעביר מידע. מתוך כך, המסגור התקשורתי עושה שימוש במשמעויות ובסמלים קולקטיביים, כדי לחזק את תפיסת החברה לגבי עצמה ולגבי עולמה (Carey, 1989).

ההתכנסות סביב ייצוגים תקשורתיים, השאובים מתוך מסגור בעל אופי מסוים, איננה רק פעולה צרכנית, אלא גם פעולה קהילתית-תרבותית. לפיכך, המסגור מסייע ביצירת תחושת זהות ושייכות, ופועל בתוך מארג של הסכמות תרבותיות, פוליטיות וחברתיות. בהקשר זה, מחקרים שונים הצביעו על התפקיד שממלא המסגור בהבניית תפיסות לאומיות וזיכרון קולקטיבי, במיצוב קבוצות בחברה ובחיזוק תחושות של "אנחנו" לעומת "הם" (ראו קמה, 2004; Nossek, 2004; Greenwald et al., 2024).

מתודולוגיה

מטרת המחקר ומיקומו

שאלת המחקר היא האם, כיצד ובאיזו מידה השתנה הסיקור החדשותי של תחרות האירוויזיון, והפך פוליטי יותר בין שנת 2023 (טרם מלחמת חרבות ברזל) לשנים 2024-2025 (לאחר פרוץ המלחמה)?

שאלה זו נשאלת, כאמור, מתוך מטרה תיאורית ונורמטיבית כללית יותר, המבקשת לבחון האם ז'אנרים של חדשות רכות, ובכלל זה פנאי, תרבות, בידור ורכילות, עלולים לעבור תהליכי פוליטיזציה מהירים עקב מלחמות, סכסוכים או משברים מתמשכים. יש לסייג ולציין כי במקרה זה מדובר בהחרפת הפוליטיזציה הקיימת ממילא בתחרות האירוויזיון - כפי שהודגש בפרק סקירת הספרות - וכי ייתכן שבמידה מסוימת תחרויות האירוויזיון של 2024-2025 לא היו יוצאות דופן ביותר במובן זה (כאמור, רוסיה הושעתה מהתחרות ב־2022, והיחסים המתוחים בינה לבין אוקראינה הם בין המאפיינים המפורסמים ביותר של התחרות מאז ראשית המאה ה־21). אם כן, ניתן לומר כי המאמר מבקש להשוות בין סיקורו הפוליטי של האירוויזיון בשנה "שגרתית" לסיקורו בשנים טעונות פוליטית.

תיאור שיטות המחקר

במחקר נערך ניתוח תוכן משולב, כמותי ואיכותני, של המסגור התקשורתי של שלוש תחרויות האירוויזיון - 2023 (בליברפול, בריטניה), 2024 (במאלמה) ו־2025 (בבאזל) - בשלושה עיתוני מיינסטרים אלקטרוניים בישראל בעלי מקבילות מודפסות - הארץ, ישראל היום ו־Ynet. נאספו פריטים מהיום הראשון של שבוע האירוויזיון בכל אחת מן התחרויות ועד ליום שאחרי התחרות (כולל). בסך הכול נבחנו במחקר 24 ימי סיקור חדשותי. הפריטים החדשותיים נאספו באמצעות חיפוש הביטויים המדויקים, "אירוויזיון" או "האירוויזיון", בתקופה הנבחרת במנגנוני החיפוש של שלושת אתרי החדשות. לאחר איסוף הפריטים, נעשה שימוש בפונקציית החיפוש המתקדם של Google כדי לעשות סטנדרטיזציה של הנתונים ולוודא שלא נשמטו תוצאות. התוצאה הסופית כללה 328 פריטים שנותחו במסגרת המחקר (מבזקי חדשות, ידיעות, כתבות, טורי דעה, תצלומים וקריקטורות): בהארץ 35 פריטים; בישראל היום 151 פריטים; וב־Ynet 142 פריטים.

יצוין כי אין מדובר בדגימה, אלא בניתוח כלל הידיעות שהתפרסמו במקורות האמורים לעיל על האירוויזיון במהלך התקופה הנבחרת. נוסף על כך, כפי שניתן

לראות בטבלה 1 בפרק הממצאים, התפלגות הפריטים על פי שנים הייתה דומה למדי (למעט "קפיצה" מסוימת במספר הכתבות ב**ישראל היום** ב-2025). ניתן לעיין במסד הנתונים המלא בקישור זה.

המחקר כלל שני שלבים של ניתוח תוכן - ראשית כמותי ואחרי כן איכותני.

ניתוח תוכן כמותי מסייע לזיהוי דפוסים חוזרים של תכונות מוגדרות מראש של מסרים ושל מסגרות חשיבה. הוא מאפשר השוואות ובדיקת התפלגויות סטטיסטיות על סמך בחירה בקריטריונים נתונים מראש אשר מיושמים בעקביות (בלוך-אלקון, 2003). במסגרת ניתוח התוכן הכמותי סודרו כלל הפריטים החדשותיים שנאספו בטבלת נתונים, כאשר כל אחד מהם קיבל את הקטגוריות הבאות: מספר סידורי (ID); שנה (2025/2024/2023); מקור (**הארץ/ישראל היום** Ynet); נטייה אידאולוגית של המקור (1. ימין/2. מרכז/3. שמאל); מקצועיות עיתונאית של המקור (1. פופולרי/2. אליטיסטי); URL; כותרת הפריט; שם הכתב או הכתבת (אם יש); קיום של מסגור פוליטי דומיננטי (0. אין/1. יש). ההחלטה האם הפריט כולל מסגור פוליטי דומיננטי התבססה על קטגוריזציה בינארית, ונקבעה על סמך הנושא המרכזי של הכותרת וכותרת המשנה של הפריט. קטגוריזציה בינארית זו אפשרה השוואה בין תחרויות האירוויון השונות סביב שאלת הדומיננטיות הפוליטית בסיקור של כל אחת מהן. קידוד ספציפי זה נעשה בידי שני מקודדים, תוך בדיקת מהימנות שהעלתה הסכמה של $k = 0.93$ בין השניים על פי מבחן המהימנות הסטטיסטי של *Cohen's Kappa*.

ניתוח תוכן איכותני הוא שיטת מחקר הכוללת קריאה ביקורתית של טקסטים במטרה לחלץ מתוכם תבניות חשיבה, דפוסים וקטגוריות, המלווים בפרשנות נורמטיבית של החוקר לפי פרספקטיבה אישית. פרספקטיבה זו עומדת על משמעותם העמוקה והסימבולית של הטקסטים, מעבר לפשט המובע בהן (Ponterotto, 2006). שיטה זו נחלקת בדרך כלל לשניים: ראשית, מיון וסיווג של מוטיבים חוזרים לפי דוגמאות, רעיונות וקווים מנחים כדי לזהות שיטתיות ולהביא לידי הכללה. שנית, עריכת דיון שאינו מסתפק בסקירה אובייקטיבית של המתואר בטקסט, אלא מתרכז במסרים הסמויים החבויים בו ובחיבורו לספרות התיאורטית ולמציאות האפיסטמולוגית (גירץ, 1990). במסגרת ניתוח התוכן האיכותני נוספו למעשה שתי עמודות נוספות לטבלת הנתונים. עמודה אחת כללה את התמה העיקרית העולה מכל פריט. העמודה השנייה כללה ציטוט מתוך הטקסט המלא המדגים את התמה. חשוב להדגיש כי גם הפריטים שאינם נושאים אופי פוליטי דומיננטי מוינו לתמות. על כן, כפי שניתן יהיה לראות בפרק הממצאים, חלק מן התמות היו בעלות אופי פוליטי בעוד אחרות היו בעלות אופי "רך" יותר, כלומר רכילותי או בידורי.

הרציונל בבחירת הקורפוס לחחקר

שלושה שיקולים מרכזיים עמדו מאחורי הבחירה בעיתונים האלקטרוניים כמקורות למחקר:

גיוון אידאולוגי ומקצועי: כדי להבטיח בחינה מקיפה ומהימנה של הסיקור, נבחרו שלושה עיתונים מגוונים, הן מבחינה אידאולוגית והן מבחינה מקצועית. **ישראל היום** ו-Ynet הם עיתונים פופולריים (הנוטים לסנסציה ברמה החזותית וברמה התוכנית), כאשר הראשון מציג קו פוליטי ימני-שמרני והשני קו פוליטי מרכזי. **הארץ** הוא עיתון אליטיסטי/איכותי (נוטה לגישה סולידית ורציונלית יותר), המציג קו ברור של שמאל פוליטי (גרינוולד, 2020; קמה, 2005). ספציפית, יש לסייג ולציין לגבי **ישראל היום**, שנתפס במשך שנים כעיתון המזוהה עם בנימין נתניהו ושלטונו, כי מאז פטירתו של המו"ל לשעבר, שלדון אדלסון, בינואר 2021, נטען לא אחת כי העיתון מציג קו מרכזי יותר וגם ביקורתי יותר כלפי ממשלת ישראל ומדיניותה. על כן, במידה רבה ניתן לומר כי כיום הוא בעל דמיון רב יותר ל**ידיעות אחרונות** מאשר בעבר (כהן, 2023).

פופולריות המקורות ומיצובם בלב המיינסטרים הישראלי: שלושת אתרי החדשות הממוסדים הללו הם בין הפופולריים בישראל, עם כניסות רבות מדי שנה (SimilarWeb, 2025). כמו כן, שלושתם נחשבים ללא ספק מקורות חדשניים "מיינסטרימיים", כאשר השפעת התרבותית של **הארץ** חורגת בהרבה מהתפוצה המספרית שלו, בדומה לעיתונים אליטיסטיים אחרים בעולם.

חיבור לעיתונות מסורתית ולשיח עיתונאי וחברתי מעבר לרשת: שלושת העיתונים הללו הם גרסה אלקטרונית של עיתון מסורתי/מודפס (שניים מהם ותיקים מאוד ואחד חדש יחסית, אך צבר כבר ותק נכבד). משמעות הדבר היא שהקו שהם נוקטים, העיתונאים העובדים בהם, הידיעות המתפרסמות בהם והמקורות העיתונאיים שלהם מייצגים את השיח התקשורתי והפוליטי בישראל באופן שחורג מהמרחב המקוון בלבד.

ממצאים

ניתוח תוכן כמותי

טבלה 1

בטבלה 1 מופיעים נתונים הנוגעים למספר הפריטים שהתפרסמו על אודות האירוויון בכל אחת מן השנים ובכל אחד מן העיתונים, וכן השיעור והמספר של הפריטים בכל שנה ובכל עיתון שכללו מסגור פוליטי כלשהו. בשורה התחתונה בטבלה ניתן לראות

נתונים המסכמים את מידת השיח הפוליטי בסיקור כל אחת מן התחרויות בשלוש השנים שנבדקו.

עיתון/ שנה	2023	2024	2025	סך הכול
	N מסגור פוליטי	N מסגור פוליטי	N מסגור פוליטי	N מסגור פוליטי
הארץ	8 0% (0)	14 57.1% (8)	13 46.1% (6)	35 40.0% (14)
ישראל היום	31 9.7% (3)	34 50.0% (17)	86 45.3% (39)	151 39.0% (59)
Ynet	41 19.5% (8)	48 70.8% (34)	53 54.7% (29)	142 50.0% (71)
סך הכול	80 13.7% (11)	96 61.4% (59)	152 48.6% (74)	328 43.9% (144)

כפי שניתן לראות מן הנתונים בטבלה, בין 2023 ל-2025 חלה עלייה של ממש בסיקור התקשורתי של תחרות האירוויון - 80 פריטים בלבד התפרסמו ב־2023, 96 ב־2024, ולא פחות מ־152 פריטים ב־2025. כלומר, התחרות הפכה יותר ויותר דומיננטית בסדר היום התקשורתי לאורך שלוש השנים הללו. ממצא זה מפתיע במידה מסוימת, שכן דווקא בשנים של משבר מתמשך היינו מצפים שהסיקור התקשורתי יתרכז בנושאים הקשים שעל סדר היום (צבא, ביטחון ומדיניות חוץ), כאשר נושאים רכים כמו האירוויון יידחקו החוצה או יזכו לסיקור מועט בלבד. עם זאת, כפי שכבר נטען, ייתכן כי שנות משבר מותירות מקום גם לחדשות מסוג זה, ובלבד שניתן לחבר אותן מבחינה תוכנית לנושא המרכזי שעל סדר היום - המלחמה.

מבחינת ההבדלים בין העיתונים השונים שנבדקו, ניכר שככלל, עיתון **הארץ** האליטיסטי שונה מהותית מעמיתיו הפופולריים, **ישראל היום** ו־**Ynet**, מבחינת היקף הסיקור של האירוויון. בעוד **הארץ** התפרסמו לאורך שלוש השנים 35 פריטים בלבד על התחרות במהלך שבוע האירוויון, **בישראל היום** התפרסמו 151 פריטים (פי 4.3) וב־142 **Ynet** - פריטים (פי 4.0). ממצא זה מתכתב עם הנטייה הידועה של העיתונות הפופולרית לעסוק ביתר שאת בנושאי בידור, פנאי ורכילות, וגם לסקר סיפורים ואירועים שיש בהם פוטנציאל רב יותר ליצירת אפקט רגשי על צרכני התקשורת (סנסציה ודרמה). עם זאת, דווקא בשיעור המסגור הפוליטי אין הבדלים גדולים, לפחות בין **הארץ** (40.0% מסגור פוליטי) ל**ישראל היום** (39.0% מסגור פוליטי), כאשר דווקא **Ynet** חריג יחסית, עם 50.0% פריטים שהתאפיינו במסגור פוליטי.

הפערים הבולטים ביותר שהטבלה מציגה הם בנושא המסגור הפוליטי של התחרות ב־2023 לעומת 2024 ו־2025. בחינת הנתונים הנוגעים לסיכום הסיקור בכלל העיתונים גם יחד בכל אחת מן השנים, מראה כי האירועים עבר במהלך שלוש השנים הללו תהליכים של פוליטיזציה מבחינת סיקורו ומסגורו בשיח התקשורתי בישראל. בעוד ב־2023 רק 13.7% מהפריטים שנאספו עסקו בהיבטים פוליטיים כלשהם של התחרות (ממצא מפתיע כשלעצמו, מפני שהאירועים - כפי שהראינו בסקירת הספרות - הוא במהותו תחרות עם זיקה פוליטית רבה), ב־2024 המסגור הפוליטי אפיין לא פחות מ־61.4% מהפריטים, וב־2025 חלה שוב ירידה (אם כי הסיקור לא חזר ל"נורמה" של 2023 כנקודת ייחוס) - 48.6% מהפריטים היו פוליטיים בהווייתם. יודגש שוב כי טענה זו תקפה להשוואה בין 2023 ל־2024-2025, וכי ייתכן שבחינה של שנים אחרות שבהן התרחשו מלחמות או מבצעים צבאיים נרחבים (בשונה מ־2023) הייתה חושפת תופעה דומה לזו שקרתה ב־2024-2025.

כדאי להדגיש שאירועים 2024 היה הקרוב ביותר כרונולוגית לטראומה הלאומית של טבח השבעה באוקטובר, והיה "פוליטי" במיוחד מסיבות נוספות. בשנה זו הוא נערך בעיר מאלמה שבשוודיה, הידועה בכך שיש בה ריכוז גדול של אוכלוסייה מוסלמית ופרו־פלסטינית, ורבים מהם מחו נגד השתתפות ישראל, מחוץ לאולם ובתוכו. על כן, נוצר מצב שניתן לתארו כבלתי סביר כמעט: רובם הגדול של הפריטים שעסקו בתחרות בעיתונים שנבדקו לא סיקרו היבטים הקשורים בה עצמה (מוזיקה, אומנות, תהליכי ההצבעה, ההיסטוריה של התחרות, רכילות, מאחורי הקלעים ועוד), אלא בפוליטיקה סביבה. לעומת זאת, אירועים 2025, שנערך כשנה וחצי לאחר טראומת הטבח, הציג מסגור מאוזן יותר (פחות מחצי מהפריטים היו פוליטיים), אם כי המסגור הפוליטי עדיין היה ניכר. במילים אחרות, ניתן לטעון שלפחות במקרי הבוחן שלפנינו, משבר ביטחוני, מדיני ופוליטי מתמשך בהחלט עשוי להתבטא בפוליטיזציה של חדשות רבות, אולם חלוף הזמן עשוי לרכך מגמה זו במידת מה, ולנרמל, לפחות חלקית, את הסיקור בשלבים מאוחרים יותר.

טבלה 2

בטבלה 2 מפורטות חמש התמות המרכזיות שנמצאו במחקר, בחלוקה על בסיס פקטור בינארי של מסגור פוליטי/לא-פוליטי, לצד הדומיננטיות הכמותית של כל אחת מהן בכל עיתון בנפרד ובכולם יחד.

חם'	התמה	מסגור פוליטי	דומיננטיות [על פי עיתון ובסך הכול]			
			הארץ	ישראל היום	Ynet	סך הכול
1	רכילות/חדשות רכות	לא	54.3% (19)	56.3% (85)	47.2% (67)	52.1% (171)
2	ההיסטוריה של האירוויון	לא	5.7% (2)	4.6% (7)	2.8% (4)	4.0% (13)
3	התנגדות פוליטית לישראל	כן	31.4% (11)	23.8% (36)	32.4% (46)	28.4% (93)
4	צבא וביטחון	כן	5.7% (2)	8.0% (12)	12.0% (17)	9.5% (31)
5	הצבעות פוליטית/גושיות	כן	2.9% (1)	7.3% (11)	5.6% (8)	6.0% (20)
	סך הכול		100% (35)	100% (151)	100% (142)	100% (328)

כפי שמראים הנתונים בטבלה, התמה הדומיננטית ביותר בסיכום הסיקור מכלל השנים היא זו של רכילות/חדשות רכות, שאפיינה מעט יותר ממחצית הפריטים. ממצא זה מצביע על כך שלמרות הכול, תחרות האירוויון היא אירוע בידורי של תרבות ומוזיקה פופולריות, גם בשנים ובמצבים שבהם האקלים הסובב אותה הוא פוליטי במיוחד. טענה זו מתחזקת לאור העובדה שאפילו בשנה הפוליטית ביותר, 2024, הייתה תמת הרכילות דומיננטית בסיקור (34.3% מהפריטים), וביתר שאת בשנת 2025 (48.0% מהפריטים).

מבחינת המסגור הפוליטי, לא מפתיע לגלות שתמת ההתנגדות הפוליטית לישראל הייתה במובהק התמה הפוליטית הדומיננטית ביותר (28.4% מהסיקור), כאשר נושאים הקשורים לצבא וביטחון או להצבעות פוליטיות/גושיות אומנם נכחו, אבל במידה פחותה (9.5% ו־6% בהתאמה). במילים אחרות, ניתן לומר שהשיח סביב ההתנגדות הפוליטית להשתתפות של ישראל בתחרות, הקריאות להחרים או להשעות אותה והמחאות העקביות נגדה (הן ברשתות החברתיות והן פיזית, מחוץ לאולם התחרות

ובתוכו) היו האלמנטים העיקריים שעיצבו את המסגור הפוליטי של האירוויון בעיתונים שנבדקו.

לבסוף, בדומה לממצאים שהוצגו בטבלה 1, גם מטבלה 2 עולה כי לא קיימים פערים מהותיים בין שלושת העיתונים בכל הנוגע להתפלגות התמות המרכזיות בסקור האירוויון. כפי שהייתה אחידות ביניהם בשיעורי המסגור הפוליטי, גם בקו הסיקור ניכר דמיון יחסי בין **הארץ**, **ישראל היום** ו- *Ynet* - ממצא מפתיע נוכח ההבדלים הידועים ביניהם מבחינת הרקע האידאולוגי וסוג העיתונות שכל אחד מהם מציג.

ניתוח תוכן איכותני

חלק זה יעסוק בפירוט איכותני - תיאור מעמיק והדגמה - של כל אחת ואחת מן התמות שנמצאו במחקר, ואשר נוכחותן הכמותית פורטה בטבלה 2.

דיליות/חדשות רכות

כאמור, תמה זו הייתה ככלל הדומיננטית ביותר, והיא כיסתה מעל למחצית מהפריטים החדשותיים שנאספו ונותחו במסגרת המחקר. שויכו אליה אך ורק פריטים שהתאפיינו בתוכן "רך" בהקשרים שונים, ובהם: סקירה של המועמדים בתחרות; התייחסות למיקום של מדינות שונות (ובראשן ישראל) בטבלאות ההימורים המתפרסמות ברשת; אופנה ותלבושות של המועמדים והמנחים; מיקום השירים לאורך התחרות בחצאי הגמר ובגמר, והקשר של מיקום זה לסיכויי הזכייה; סקירה של תוצאות ביניים (השירים העולים לגמר בכל אחד מחצאי הגמר); ראיונות עם בני משפחה או חברים של המועמדות הישראליות; התייחסות למועדוני המעריצים של התחרות וסיקור שלהם; הדלפות של תמונות או סרטונים מתוך החזרות; תקלות שונות במהלך המשדרים; התייחסות לקהילה הגאה ולסממנים להט"ביים בתחרות; תקריות שונות שאינן פוליטיות; שיח על המנחים או על ההנחיה; וברכות של אנשי עילית למועמדות הישראליות.

הנרטיב של תמה זו נובע מתפיסת האירוויון כאירוע בידורי ו"קליל", כאשר מבחינת הפונקציות החברתיות שהוא ממלא, לא ניתנת הרבה תשומת לב להקשרים לאומיים או פוליטיים (למשל, הוא לא נשען על גאווה לאומית, על פטריוטיות או על הדגשת סממנים של התרבות המשותפת), אלא בעיקר לאסקפזם ושעשוע "טהורים". מטבע הדברים, יש כאן מקום לסנסציה, לדרמה, ולעיתים גם לסיקור של האירוויון כמופע ביזאר מוקצן ותלוש, כאשר המסגור מתאפיין בהיבטים ביקורתיים לצד היבטים

חיוביים יותר, המתכתבים עם הרעיון של "Guilty Pleasure" (הנאה המלווה בתחושת אשמה). כך, לדוגמה, נכתב בטור ב**ישראל היום** תחת הכותרת "זה כל כך רע שאנחנו אוהבים את זה: המתלבשים הטובים והגרועים של האירווזיון" (מאיר, 2023):

הזמר קרייה, שייצג את פינלנד והגיע למקום השני בתחרות, השאיר רושם עז על הצופים וכיבב בכל הרשתות החברתיות עם מראה פורץ דרך שהציג על הבמה. הוא לבש מכנסיים שחורים עם גזרת קוצים ענקיים באזור הירכיים, נעליים בצבע שחור וירוק, ומה שהביא לו את המקום הראשון הוא שרוולון מנופח בצבע ירוק זרחני שחושף את גופו, בשילוב צווארון מעוטר בניטים. הלוק שלו אייקוני, בולט, חדשני ומקורי.

כיוון אחר בסיקור, לדוגמה, היה הדגשה של אנשי עילית בכל הקשור לתחרות, כאשר סיפור שחזר על עצמו, הן באירווזיון 2024 והן באירווזיון 2025, היה "שיחת הטלפון המסורתית" של השחקנית ההוליוודית גל גדות (כנראה הישראלית המפורסמת ביותר בעולם היום) לזמרות הישראליות. ניתן לומר כי המסגור כאן היה על הגבול בין "רך" ל"קשה", משום שאומנם הדגש היה רכילותי וסנסציוני, אבל אין ספק שעצם השיחה של גדות למועמדות הישראליות נבעה מסולידריות לאומית: "גם גל גדות הפתיעה את יובל רפאל בשיחת וידאו, אותה חלקה הנציגה הנרגשת בעמוד האינסטגרם שלה. 'תודה רבה גל!', כתבה יובל. 'השיחה הזו חיזקה אותי, קוראים לך וונדר וומן מסיבה מסוימת'" נכתב ב**ישראל היום** (סויסה, 2025). ב־2024, דבריה של גדות לנציגת ישראל עדן גולן, שצוטטו גם הם ב**ישראל היום**, רמזו אף יותר להקשרים הפוליטיים (אם כי לא באופן חד־משמעי): "'זה מדהים שאת עומדת חזקה ואיתנה ואף אחד לא מזיז אותך. ואת כל כך צריכה להיות גאה בעצמך!' אמרה גדות לגולן. 'הדרך הכי טובה להילחם בשנאה היא באהבה'" (סויסה, 2024).

ההיסטוריה של האירווזיון

היקפה של תמה זו היה אומנם מצומצם יחסית, אבל היא חזרה והופיעה בכל שלוש השנים שנבדקו (ארבעה פרסומים בכל אחת מן השנים 2023 ו־2024, וחמישה ב־2025). היא בלטה בעיקר בפרטי סקירה היסטורית ארוכים ואינפורמטיביים, שהתפרסמו לפני שידור התחרות, ומטרתה הייתה ליצור מעין תחושה של מתח ודרמה (Buildup) לקראתה.

ההתייחסות לעבר, בהקשר הכללי ובהקשר המקומי־ישראלי, נשענת הן על הניסיון לספק הקשר היסטורי רחב של אירוע המדיה טרם שידורו, כסוג של "הכנה" או "מדריך למשתמש" לקראת הצפייה; והן על חידוד ועידוד של רגשות נוסטלגיה בקרב הקוראים ודעת הקהל כלפי "האירווזיון שהיה ואיננו עוד" (כידוע, התחרות עברה שינויים רבים במהלך השנים - החל מהסגנון המוזיקלי, דרך סדרי הגודל של האירוע, ועד שינויים

תרבותיים, כמו שימוש בשפה האנגלית במקום בשפות המקומיות של המדינות המשתתפות). **בהארץ**, למשל, נכתב:

ישראל עדיין לא השתתפה בתחרות האירועים ב־1963, אבל היו לה שתי נציגות. כרמלה קורן עלתה על הבמה בלונדון מטעם אוסטריה עם השיר *Vielleicht geschieht ein Wunder* שבו קיוותה כי יתרחש נס. אסתר עופרים נשלחה בידי שווייץ, שבה יתקיים האירוע השנה. היא שרה את *T'en vas pas* (אל תעזוב) וכמעט זכתה. בסופו של דבר היא הסתפקה במקום השני (זהר, 2025).

בטור דעה שהתפרסם **בהארץ**, יגאל רביד, מנחה אירועים ב־1999 בירושלים, התרפק בנוסטלגיה על אחדים מהרגעים הזכורים ביותר מאותה התחרות:

מה היה באירועים ב־1999 עצמו? כולם זוכרים את המופע המדהים של דנה אינטרנשיונל על חומות ירושלים שביים צדי צרפתי הגאון, אבל איש לא ישכח את ההתרסקות המפוארת שלה עם הפסל של יעקב גאם שהייתה אמורה להגיש לזוכה השבדית. אני לא יודע באיזה מצב צבירה הייתה הדיווה, אבל גם כשעזרתי לה לקום מהרצפה בקטע האייקוני מכולם בתולדות התחרות, לא הייתי בטוח שתצליח להישאר על עומדה. וכך נעלנו את האירועים כשדנה מתנפנת בזרועותי, ואז מתנתקת ונמלטת מהבמה (רביד, 2024).

התנגדות פוליטית לישראל

כפי שראינו, מבין התמוות שהתאפיינו במסגור פוליטי, הייתה זו באופן מובהק התמה הדומיננטית ביותר. לכאן שויכו פריטים חדשניים שעסקו בפעולות מחאה שונות כנגד ישראל, לדוגמה במרחב המקוון (תגובות שליליות ברשתות חברתיות); בעיר המארחת את התחרות (הפגנות המוניות עם דגלי פלסטין); מחוץ לאולם התחרות או באירועים מקדימים שונים (כמו אירוע "השטיח הטורקיז" המסורתי שבו מתארחים כל האומנים בתחרות); ובתוך האולם (סיקור מקיף מאוד, כמעט אובססיבי, של שריקות הבוז וקריאות המחאה לעבר הזמרות הישראליות בזמן החזרות ובזמן המשדרים עצמם). בנוסף, שויכו לתמה זו גם פריטים שעסקו בקריאות להחרים או להשעות את ישראל מהתחרות מסיבות פוליטיות מצד גופים רשמיים, כמו ממשלות שונות או רשויות שידור ציבוריות שונות באירופה, וכן מה שהעיתונות הישראלית מסגרה פעם אחר פעם כ"אנטישמיות", אם בצדק ואם באופן מוגזם ואף לא ראוי.

תמה זו עוסקת בשנאה, ברדיפה ובהתכנסות פנים־לאומית. הפונקציה החברתית כאן מנוגדת כמעט לבידור או לאסקפזם, והיא פונה לסנטימנטים שניתן להגדירם אתנוצנטריים, המדגישים סמלים וסממנים לאומיים ופוליטיים. סנטימנטים אלה, כאמור, מספקים צרכים חברתיים הקשורים בהתכנסות חברתית, בקהילה, בזהות

קולקטיבית ובחידוד תחושת השייכות של צרכני התקשורת. תחושת שייכות עלולה להיות מבוססת, כמובן, על חלוקה דיכוטומית של "אנחנו" מול "הם".

במסגרת זו, המסרים התקשורתיים עשויים להיות ויזואליים. לדוגמה, סיקור השמלה שלבשה עדן גולן באירווזיון 2024, שהמחשוף שלה - ספק במקרה, ספק במכוון - הזכיר במידת מה את הספרה 7, המהדהדת את התאריך שבעה באוקטובר. הם יכולים להיות גם מילוליים, למשל הקריאה של יובל רפאל "עם ישראל חי!" לאחר ביצוע השיר שלה באירווזיון 2025. קריאה זו של רפאל סוקרה לא פעם כתשובה או תגובה ל"אנטישמיות". **בישראל היום**, למשל, צוטטו דברים מתוך פוסט שכתב הפעיל יוסף חדאד ברשתות החברתיות: "עזבו את הביצוע המרגש, עזבו את הקול המטורף. הצעקה שלה 'עם ישראל חי' בסוף הביצוע, מול כל אירופה, השונאים והאנטישמים זה הניצחון הכי גדול שלה" (מערכת ישראל היום, 2025).

ברמת הסמליות הוויזואלית, מגמה נוספת של המסגור הדגישה אלמנטים סמליים לעומתיים של ישראלים מול פלסטינים. בצד הישראלי, הופיע פעמים רבות שיח על הנוכחות של "דגל ישראל" באירווזיון. לדוגמה, ב-Ynet נכתב: "חשוב שתהיה נוכחות שלנו ושיהיו באולם **דגלי ישראל**, כי אסור לנו להיכנע לבריונות ולטרור" (אידי, 2024). בנוגע לצד הפלסטיני, השיח כלל כמה התייחסויות לדגלי פלסטין וכאפיות. למשל, "אלפים צועדים ברחובות העיר השבדית בטענה ש'האירווזיון חוגג רצח עם' [...]" גם אחד הכלבים נעטה **בכאפייה**: 'יאללה יאללה ישראל - ברא!' (אברהמי, 2024; כל ההדגשות שלי, ג"ג).

תקרית אחרת שסוקרה בהרחבה הייתה ההופעה של הזמר השבדי ממוצא פלסטיני, אריק סעדה, בפתיחת חצי הגמר הראשון של אירווזיון 2024, אשר עלה לבמה עם כאפייה בצבעי שחור ולבן סביב ידו לאות הזדהות עם הפלסטינים. לאחר שאיגוד השידור האירופי גינה את מהלך המחאה הפוליטי של הזמר, תגובתו צוטטה ב-Ynet (שכניק, 2024):

נציג שבדיה לשעבר, שבניגוד לחוקי התחרות עלה לבמת חצי הגמר הראשון של האירווזיון כשעל ידו כאפייה, פרסם תגובה חריפה ברשתות החברתיות ויצא נגד איגוד השידור האירופי (EBU). "קיבלתי את ה'צעף' הזה מאבי בתור ילד קטן", כתב, "בסך הכול רציתי ללבוש משהו שהוא אותנטי עבורי - אבל ה־EBU חושב שהמוצא האתני שלי 'שנוי במחלוקת'. זה אומר עליהם הכול".

צנא וביטחון

תמה זו נסובה סביב הקשר שבין מבצעים צבאיים ומלחמות לבין התחרות, בהקשרים שאינם נוגעים בהכרח בביקורת או במחאות נגד ישראל. במילים אחרות, מדובר בסיקור שמקשר ישירות את האירוויון לחדשות קשות, ובעיקר לביטחון לאומי. כפי שנכתב בפרק ההקדמה, זוהי אינה תופעה חדשה, וסביר להניח שבאמצעות קישור כזה, עיתונאים וכתבים העוסקים בבידור, בפנאי וברכילות מגבירים את העניין הציבורי בנושאים שהם מכסים, ובמידה רבה מעבירים אותם משולי סדר היום לעמדה מרכזית יותר.

יודגש שאין מדובר רק בהסטת מוקד תשומת הלב בסיקור, אלא גם במנגנון מסוים של לגיטימציה הדדית: כאשר תחרות בידור כמו האירוויון מוזכרת בהקשרים ביטחוניים, היא מקבלת נופך של "רצינות" ועומק. במקביל, העיסוק בענייני ביטחון דרך התרבות הפופולרית כמו מקרב אותם לחיי היום-יום של הציבור. הקישור בין התחומים מאפשר לתקשורת לטשטש את הגבולות שבין ה"רך" ל"קשה", ולשמש סוכן תרבות המתווך בין עולמות שנתפסים לעיתים כמנותקים זה מזה. על אף שמדובר בסיקור תקשורתי "מסורתי", טשטוש הגבולות כאן מהדהד את השיח האקלקטי הנפוץ ברשתות החברתיות. במובן זה, הסיקור לא רק מגביר עניין, אלא גם מצייר מציאות בה אין נושאים "שוליים", אלא כל נושא יכול להיות פוליטי, גם אם "עטוף בנצנצים".

דוגמה טובה לכך הייתה העיסוק של נציגת ישראל לאירוויון 2023, נועה קירל, בהפסקת האש שבין ישראל לחמאס באחד מסבבי הלחימה שקדמו לשבעה באוקטובר: "נועה ביקשה להקדיש לתושבי הדרום את ההעפלה לגמר [...] 'אני מקווה, דרך ההופעה שלי והייצוג שלי באירוויון, לתת להם קצת שקט ושלווה. וכמובן שביטחון זה הדבר הכי הכי חשוב, ורק אחר כך הכול [...]'" (Ynet, בוקר, 2023). מצד אחד, בדבריה של קירל יש כאמור חיבור כמעט הוליסטי בין שני התחומים, בידור וביטחון, אך מצד שני עדיין נשמרת היררכיה ברורה ביניהם ("ביטחון זה הדבר הכי הכי חשוב, ורק אחר כך הכול").

דוגמה אחרת הייתה כאשר, רגע לפני הכרזת התוצאות בגמר התחרות ב־2025 - כשהיה ידוע כי המדינה המנצחת תהיה ישראל או אוסטרליה - שוגר לישראל טיל בליסטי מתימן. הדבר גרר כיסוי תקשורתי רב שקשר בין שני האירועים. למשל, לכתבה **בישראל היום** ניתנה הכותרת "טיל ששוגר מתימן יורט - בדיק ברגעי ההכרזה על המקום השני באירוויון" (שובל וכהן, 2025).

הצבעות פוליטיות/גושיות

זוהי התמה הפוליטית היחידה שאינה קשורה ישירות לישראל, אף שכפי שנראה מיד, מפעם לפעם גם ישראל הוזכרה בהקשר שלה. לתמה זו שויכו פריטים חדשניים שעסקו בשאלה כיצד הצבעות גושיות מעצבות את התחרות, ואיך הפוליטיקה קשורה לדפוסים ההצבעה (כאמור, כולל הטיות בעד ונגד ישראל). במסגרת זו נסקרו מפעם לפעם גם ההבדלים בין דפוסים ההצבעה של דעת הקהל לבין הצבעת חברי השופטים במדינות השונות. לעומת התמות הפוליטיות האחרות, תמה זו קשורה בהיבטים הפוליטיים המעוגנים **בתחרות עצמה**, ולא בפוליטיקה **החיצונית לתחרות** (שאומנם משפיעה עליה). היסטורית, הצבעות גושיות עיצבו מאז ומעולם את האירוויזיון ואת הצורה שבה הוא נתפס, ובתמה זו, הסיקור התקשורתי נתן ביטוי לתופעה ידועה זו.

בישראל היום, לדוגמה, נכתב מעמדה ספק ביקורתי: "הקריאות להחרמת ישראל הן רק תסמין. אג'נדות נדחפות לשירים ולביצועים, זמרים מביעים דעות אישיות, **הצבעות מחאה הפכו ללגיטימיות**, ומדינות שלא הסתדרו עם הרוח השלטת - למשל, החיבוק הלהט"בי והקריאה לשלום - פרשו או סולקו (רוסיה, טורקיה, הונגריה ובלארוס)" (וולף, 2024א; ההדגשה שלי, ג"ג).

באירוויזיון 2023 צוטטה **בהארץ** התייחסות של נציגת ישראל, נועה קירל, להצבעות פוליטיות וגושיות בהקשר של ההיסטוריה היהודית והשוואה: "ניצחון הוא מבחינתי לקבל דוֹז פואה מפולין, אחרי כל ההיסטוריה של המשפחה שלי ושל עם ישראל, עם השואה [...] אלה הרגעים האלו שהם באמת ניצחון [...]". (נאות, 2023).

בשתי התחרויות ה"פוליטיות יותר", בשנים 2024 ו-2025, הסיקור כלל עיסוק מעמיק בהבדלים הגדולים בין הצבעות השופטים (שנטו לתת לישראל מעט נקודות) להצבעות הקהל (שהרעף על ישראל ניקוד גבוה במיוחד):

למעשה, מאז תחילת השיטה הנוכחית של חלוקת הנקודות, ב־2016, מה שקרה הלילה מהווה את הפער הכי גדול בין ניקוד השופטים, שנתנו 52 נק' לישראל, לבין ניקוד הקהל - שהפציץ עם 323 נק' לישראל, שהייתה שנייה רק לקרואטיה שקטפה 337 נק' מהצופים. כרגיל, בתקופה האחרונה, היינו "פסע מניצחון" (וולף, 2024ב).

דין וחסקנות

ממצאי מחקר זה מעידים על תהליך הפוליטיזציה שעוברות חדשות רכות בעקבות משבר ביטחוני לאומי. כפי שהראה הניתוח הכמותי, מידת המסגור הפוליטי של סיקור תחרות האירוויזיון זינקה משיעור נמוך יחסית של 13.7% בשנת 2023 (לפני פרוץ

מלחמת חרבות ברזל) לשיא של 61.4% בשנת 2024 - השנה שבה התקיים האירוויזיון בסמוך לאירועי השבעה באוקטובר - ונותרה גבוהה יחסית גם בשנת 2025 (48.6%), עם התמשכות המלחמה. ממצא זה תואם לתיאוריות המזהות משברים ואירועים דרמטיים כגורמים פוטנציאליים ל"סערת תקשורת" (Boydston et al., 2014), כלומר שינוי ניכר של סדר היום התקשורתי ושל אופן פעולת כלי התקשורת, שבמסגרתה גם אירועים בעלי אופי קליל או בידורי נתפסים ככר פורה לביטוי של קונפליקטים, מתחים והגדרות זהות (גרינוולד, 2020).

עם זאת, מעניין לגלות כי למרות התגברות המסגור הפוליטי, הסיקור עדיין נשען ברובו (52.1%) על תכנים רכים - רכילות, אסקפזים, דרמה, אופנה, תקלות על הבמה והדגשת מרכיבים סנסציוניים או נוסטלגיים. ממצא זה מדגיש את מורכבותו של האירוויזיון כתופעת מדיה ייחודית, שהיא בידורית וגם פוליטית בעת ובעונה אחת (Yair, 1995), ומחזק את הטענה כי גם בעידן של מתחים קיומיים ישנה דרישה ציבורית ל"איים של ניתוק" ולתכנים שאינם פוליטיים בהכרח, כל עוד הם נשענים על רגשות או על סמלים תרבותיים מוכרים (Carey, 1989).

בהשוואה בין שלושת העיתונים שנבדקו, ניתן להבחין בפערים כמותיים בולטים בהיקף הסיקור, לצד דמיון יחסי בשיעור הפוליטיזציה של הדיווח. בעוד סיקור התחרות **בהארץ**, המזוהה עם עיתונות אליטיסטית (קמה, 2005), היה מצומצם יחסית (35 פריטים בלבד לאורך שלוש שנים), שיעורי המסגור הפוליטי בו היו זהים כמעט לאלה שנמצאו ב**ישראל היום** הפופולרי (40.0%) (Greenwald et al., 2024) לעומת (39.0%). נתון זה מחזק את הסברה כי גם עיתונות איכותית, שבדרך כלל מקפידה על הבחנה מפורשת בין "רך" ל"קשה" (תוך העדפה ברורה להתרכזות ב"קשה") (Lehman- Wilzig & Seletsky, 2010), עשויה להפעיל מסגור פוליטי בסיקור תכנים תרבותיים, במיוחד כאשר יש לכך הצדקה הקשרית, כמו במצב של מלחמה מתמשכת.

חשוב להדגיש כי הממצא שלפיו שלושת העיתונים מסגרו את תחרות האירוויזיון באופן דומה יחסית הוא ממצא מפתיע, במיוחד לאור ההבדלים הידועים ביניהם, כאמור, במישור האידאולוגי ובסוג העיתונות שהם מייצגים - אליטיסטית לעומת פופולרית. כפי שעולה מטבלה 2, התפלגות התמות הייתה זהה כמעט, בפרט בשיעורי המסגור הפוליטי. נתונים אלה מצביעים על קו סיקור דומה יחסית, הן מבחינת סוג התכנים (רכילותיים מול פוליטיים) והן מבחינת נושאי הליבה שבלטו (כגון מחאות נגד ישראל, סמלים לאומיים והצבעות גושיות). הממצא מאתגר חלק מהמוסכמות בספרות המחקרית, שלפיהן כלי התקשורת המרכזיים בישראל נבדלים במובהק זה מזה באופן הסיקור של נושאים פוליטיים וחברתיים (ראו למשל, Shultziner & Stukalin, 2021).

ייתכן כי דווקא כשמדובר בסיקור תרבותי בתקופה של משבר לאומי, כמו מלחמת חרבות ברזל, עשוי להתהוות שיח אחיד יותר, או "קונצנזוס נרטיבי", אשר חוצה את הקווים הפוליטיים המסורתיים. מעניין להמשיך ולחקור תופעה זו גם סביב תפקידה המאחד האפשרי של התרבות הפופולרית במצבי חירום לאומיים.

הקווים שבין ה"קשה" ל"רך" אכן מיטשטשים - ממצא העולה הן מניתוח התמות האיכותניות והן מהמנגנונים הסמליים שנחשפו בטקסטים. תכנים מסוימים, כגון שיחות הטלפון של גל גדות והמועמדות הישראליות, מבטאים תמיכה רגשית והבעת סולידריות לאומית ובו זמנית כוללים התייחסות רכילותית לידוענים ולאנשי עילית (Galtung & Ruge, 1965). בדומה לכך, האזכורים של אירועים ביטחוניים, כמו ירי טילים בזמן התחרות, ממחישים היטב את המגמה של טשטוש תחומי השיח והתחזקותם של ייצוגים היברידיים ברשתות החברתיות ובמדיה החדשים (Blasco - Duatis et al., 2019) - מגמה שנראה שמחלחלת גם לסיקור העיתונאי ה"מסורתי".

במישור האיכותני, מעניינת ההבחנה בין שני סוגי המסגור. המסגור הלא-פוליטי התאפיין בעיקר ביצירת עניין סביב דרמה, חזות, זוהר ונוסטלגיה (גריןולד, 2020), ואילו המסגור הפוליטי נטה להדגיש רכיבים אתנוצנטריים, זהותניים וקונפליקטואליים (Roeh & Cohen, 1992), ובראשם קריאות לחרם על ישראל, הפגנות שבהן הונפו דגלי פלסטין, שריקות בוז באולם, טענות ל"אנטישמיות" והבלטת נוכחות של סמלים לאומיים (כמו דגל ישראל או הכאפייה הפלסטינית). המסגור הפוליטי, כפי שראינו, אינו כולל רק דיווח על עוינות כלפי ישראל, אלא מהווה מנגנון תרבותי של התכנסות (ואף הסתגרות) לאומית אל מול מציאות בין-לאומית עוינת, תוך חלוקה בינארית ודיכוטומית בסיקור ל"אנחנו" מול "הם" - חלוקה אשר בולטת מאוד בחברות אתנוצנטריות (Yamaguchi, 2013). אם כן, מעניין לשוב ולשים לב (בטבלה 2) כי מסגור זה אפיין בשיעורים דומים למדי את השיח בכל העיתונים, והיה תקף לשלושתם, כולל הארץ.

תמה נוספת שבלטה הייתה ההתייחסות להיסטוריה של התחרות, והיא שימשה ככל הנראה מנגנון של רציפות ונוסטלגיה, במיוחד בשנים טעונות פוליטית. חיבור זה בין עבר והווה יוצר נרטיב תקשורתי מגייס, ולעיתים אף מרכז, אל מול המתחים בהווה, באמצעות הרמיזה להמשכיות והצלחה היסטורית של ישראל בתחרות, וידעות מסוג זה משמשות גם מנגנון להבניית מתח, במובן החיובי של המונח, לקראת אירוע המדיה (Katz & Dayan, 1985).

לבסוף, תמה מעניינת אחרת התרכזת בשאלת ההצבעות הפוליטיות/גושיות. מצד אחד ניכרה התייחסות להצבעות אלו כתופעה כללית (Yair, 1995); אך מן הצד השני

תמה זו חשפה באופן פרטיקולרי את האמון הנמוך של הציבור הישראלי במנגנוני ההצבעה של התחרות, במיוחד כאשר קיים פער בין החלטת השופטים לבחירת הקהל הרחב. הסיקור שיקף מחד גיסא חוויית ניכור של התקשורת והקהל בישראל מהקהל העולמי, ומאידך גיסא תחושת חיבור שלהם אליו. זוהי נקודת מבט ייחודית של ישראליות אל מול אירופה, וייתכן כי היא ראויה לעיון מעמיק נוסף במחקרי המשך. נקודת מבט זו גם קשורה הדוקות למה שתיארו חוקרות וחוקרים בעבר כחיבור המדומיין בין ישראל לבין התרבות האירופית, שהאירוויזיון מקדם ומאפשר (Lemish, 2004; Rosler & Press-Barnathan, 2021).

לסיכום, המאמר מצביע על כך שגם חדשות רכות, שמסורתית נתפסו כמרוחקות מהשיח הפוליטי, עלולות להפוך לזירה של פוליטיזציה כאשר הן עומדות בצילם של משברים לאומיים עמוקים ומתמשכים. המקרה של האירוויזיון בשנים 2023-2025 מלמד כי מסגור פוליטי עשוי לחדור גם לסיקור של תרבות ובידור, תוך שמירה על "רב־שכבתיות" מסוימת, בה נוכחים בו זמנית רכיבים של בידור ואסקפיזם ורכיבים של זהות, מחאה ופוליטיקה. בכך, תורם המחקר להבנה מעמיקה יותר של יחסי הגומלין בין תקשורת, תרבות וחברה בעידן של זירה תקשורתית היברידית, ומראה כי גם מסגרות הנתפסות כרכות אינן חסינות מהשפעות פוליטיות עמוקות. אדרבה, הן עשויות להפוך למרחבים מרכזיים של עיבוד חברתי של משברים, ובכך משתנים גם אופיין שלהן, תפקידן ומשמעותן החברתית והתרבותית.

תודות

אני מודה מקרב לב לעורך כתב העת, פרופ' דורון שולצינר, וכן לשני השופטים האנונימיים, על הערותיהם המועילות ועל תרומתם המשמעותית לשיפור, למיקוד ולדיוק של המאמר ושל טיעוניו התיאורטיים. תודתי נתונה גם לגב' חבצלת שפירא על עריכת הלשון של המאמר והכנתו לפרסום.

רשימת המקורות

- אברהמי, ז' (2024, 11 במאי). כאפיות וצעקות "אינטיפאדה!": אלפים הפגינו במאלמו לפני גמר האירוויזיון. *Ynet*. <https://www.ynet.co.il/news/article/byhgqb6ga>
- אייד, ח' (2024, 7 במאי). "עכשיו יותר מתמיד צריך להניף דגלי ישראל באירוויזיון". *Ynet*. <https://www.ynet.co.il/dating/pride/article/rk0xgwwmr>
- בוקר, ר' (2023, 10 במאי). נועה קירל אחרי ההעפלה לגמר האירוויזיון: "מקדישה לתושבי עוטף עזה". *Ynet*. <https://www.ynet.co.il/entertainment/article/r1pckiuvh>
- בלוך-אלקון, י' (2003). **עיתונות, דעת קהל ומדיניות חוץ במשברים בינלאומיים: מדיניות ארצות הברית בבוסניה (1992-1995)**. אוניברסיטת בר-אילן.
- גירץ, ק' (1990). תיאור גדוש: לקראת תיאוריית תרבות פרשנית. בתוך **פרשנות של תרבויות** (עמ' 15-39). כתר.
- גרינוולד, ג' (2020). "האירוויזיון בסכנה!": המסגור התקשורתי של אירוח תחרות האירוויזיון בתל אביב כמשקף שסעים חברתיים ושיח של חרדה לאומית. **מסגרות מדיה**, 19, 71-90.
- דיין גבאי, א' (2024). כשהתקשורת פוגשת אונס בזמן מלחמה: הסיפור של התקשורת הישראלית על האלימות המינית בשבעה באוקטובר. **מסגרות מדיה**, 26, 28-66.
- וולף, נ' (2024, 8 במאי). האירוויזיון הוא לא רק תחרות פוליטית, אלא זירת קרב לאומנית תוססת. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/culture/tv/article/15716939>
- וולף, נ' (2024, 12 במאי). עדן גולן סחפה את הקהל, אך שוב האירוויזיון הוכרע בחדרי השיפוט האפלים. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/culture/tv/article/15731749>
- וימן זקס, ד', אריאל, י' ואלישר, ו' (2024). חרבות הברזל של הנפש: משתנים פסיכולוגיים ודפוסים צריכת חדשות והקשר שלהם להפצת שמועות בזמן מלחמת חרבות ברזל. **מסגרות מדיה**, 26, 67-96.
- זהר, א' (2025, 12 במאי). כשאסתר עופרים ייצגה את שווייץ באירוויזיון. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/blogs/itamarzohar/2025-05-12/ty-article/00000196-bfa5-dce0-abfe-fffd72460000>
- כהן, ע"ד (2023). ישראל היום כבר לא ביביתון, אבל לא ברור מה הוא כן. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/gallery/media/2023-05-09/ty-article-magazine/.premium/00000187-ffcf-d510-ad8f-ffcf5e420000>
- לב-און, א' וגוז'נסקי, י' (2024). מדיאטיזציה ומלחמה: דבר העורכים לגיליון הנושא "תקשורת: דמוקרטיה, מחאה, מלחמה". **מסגרות מדיה**, 26, 9-26.
- מאיר, י' (2023, 14 במאי). זה כל כך רע שאנחנו אוהבים את זה: המתלבשים הטובים והגרועים של האירוויזיון. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/lifestyle/fashion/article/14056654>

מערכת ישראל היום (2025, 18 במאי). "עם ישראל חי מול כל האנטישמים": הביצוע של יובל רפאל זוכה לשבחים. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/culture/internet-culture/article/17980851>

נאות, ש' (2023, 7 במאי). אירוויזיון 2023: נועה קירל מקבלת מחמאות אבל מדורגת רק שביעית. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/gallery/music/eurovision/2023-05-07/ty-article-magazine/premium/00000187-e6be-d230-abc7-f7bed83d0000>

סויסה, ע' (2024, 11 במאי). השיחה של עדן גולן עם גל גדות והשעה שבה תופיע: כל העדכונים לקראת גמר האירוויזיון. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/culture/music/article/15728155>

סויסה, ע' (2025, 17 במאי). גל גדות מתקשרת: יובל רפאל בהלם! **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/forreal/global/article/17979787>

קמה, ע' (2004). קריאה פעילה: רב-תרבותיות ואילוצי השיח ההגמוני. בתוך: ת' ליבס, ע' קמה ומ' טלמון (עורכים), **תקשורת כתרבות: יצירת משמעות כמפגש בין טקסט לבין קוראים** (עמ' 441-470). האוניברסיטה הפתוחה.

קמה, ע' (2005). "חטיבה אנושית אחת, עם ישראלי אחד": על כינון זהויות קיבוציות במכתבים למערכת "הארץ". מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה.

רביד, י' (2024, 7 במאי). הפיגוע שלא היה: חצי יובל לאירוויזיון השני בירושלים. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/blogs/yigalravid/2024-05-07/ty-article-magazine/0000018f-4cfc-d6c3-afdf-4dff0b680000>

רגב, מ' (2008). אסכולת בירמינגהם ולימודי התרבות כתחום הגות ומחקר: רגעים בולטים וכיוונים מרכזיים. **חברה, תרבות וייצוג** (חלק א, עמ' 9-30). האוניברסיטה הפתוחה.

שוכל, ל' וכהן, א' (2025, 18 במאי). טיל ששוגר מתימן יורט - בדיוק ברגעי ההכרזה על המקום השני באירוויזיון. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/news/defense/article/17981493>

שכניק, ר' (2024, 8 במאי). איגוד השידור האירופי: "אריק סעדה עלה לבמה עם הכאפייה בלי שאף אחד לא לב". *ynet*. <https://www.ynet.co.il/entertainment/article/b1sztyuma>

Ariely, G., & Zahavi, H. (2022). The influence of the 2019 Eurovision Song Contest on national identity: Evidence from Israel. *National Identities*, 24(4), 359–376.

Baker, C. (2017). The 'gay Olympics'? The Eurovision song contest and the politics of LGBT/European belonging. *European Journal of International Relations*, 23(1), 97–121.

Belkind, N. (2010). A message for peace or a tool for oppression? Israeli Jewish-Arab duo Achinoam Nini and Mira Awad's representation of Israel at Eurovision 2009. *Current Musicology*, 89, 7–35. <https://journals.library.columbia.edu/index.php/currentmusicology/article/view/5171/2418>

- Blasco-Duatis, M., Coenders, G., Saez, M., García, N. F., & Cunha, I. F. (2019). Mapping the agenda-setting theory, priming and the spiral of silence in Twitter accounts of political parties. *International Journal of Web Based Communities*, 15(1), 4–24.
- Bohlman, P. V. (2010). *Focus: Music, nationalism, and the making of the new Europe*. Routledge.
- Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of Communication*, 61(2), 246–263.
- Boydston, A. E., Hardy, A., & Walgrave, S. (2014). Two faces of media attention: Media storm versus non-storm coverage. *Political Communication*, 31(4), 509–531.
- Carey, J. (1989). *Communication as culture: Essay on media and society*. Routledge.
- Cassiday, J. A. (2014). Post-Soviet pop goes gay: Russia's trajectory to Eurovision victory. *The Russian Review*, 73(1), 1–23.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.
- Ginsburgh, V., & Noury, A. G. (2008). The Eurovision song contest. Is voting political or cultural? *European Journal of Political Economy*, 24(1), 41–52.
- Greenwald, G. (2023). The historical coverage of televised media events in print media: The case of the Eurovision Song Contest. *Communication & Society*, 36(4), 35–50.
- Greenwald, G., Haleva-Amir, S., & Kama, A. (2024). “An out gay man in the parliament”: New aspects in the study of LGBTQ politicians’ media coverage. *Media, Culture & Society*, 46(1), 3–20.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, Public opinion, and US foreign policy*. University of Chicago Press.
- Highfield, T., Harrington, S., & Bruns, A. (2013). Twitter as a technology for audienceing and fandom: The #Eurovision phenomenon. *Information, Communication & Society*, 16(3), 315–339.
- Jordan, P. T. (2011). *The Eurovision song contest: Nation branding and nation building in Estonia and Ukraine* [Doctoral dissertation]. University of Glasgow.
- Katz, E., & Dayan, D. (1985). Media events: On the experience of not being there. *Religion*, 15(3), 305–314.

- Lehman-Wilzig, S. N., & Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification. *Journalism*, 11(1), 37–56.
- Lemish, D. (2004). "My kind of campfire": The Eurovision song contest and Israeli gay men. *Popular Communication*, 2(1), 41–63.
- Mahla, D. (2022). Distinguished member of the Euro(trash) family? Israeli self-representation in the Eurovision Song Contest. *Israel Studies*, 27(2), 171–194.
- Malka, V., Ariel, Y., & Avidar, R. (2015). Fighting, worrying and sharing: Operation 'Protective Edge' as the first WhatsApp war. *Media, War & Conflict*, 8(3), 329–344.
- Meeks, L. (2012). Is she "man enough"? Women candidates, executive political offices, and news coverage. *Journal of Communication*, 62(1), 175–193.
- Meizel, K. (2015). Empire of song: Europe and nation in the Eurovision Song Contest. *Ethnomusicology Forum*, 24(1), 137–139.
- Miazhevich, G. (2017). Paradoxes of new media: Digital discourses on Eurovision 2014, media flows and post-Soviet nation-building. *New media & society*, 19(2), 199–216.
- Morgenthau, H. J. (2012). The concept of the political. In *The concept of the political* (pp. 96–120). Palgrave Macmillan.
- Nossek, H. (2004). Our news and their news: The role of national identity in the coverage of foreign news. *Journalism*, 5(3), 343–368.
- Öberg, C. (2025). Eurovision song contest: From apolitical to mega-political. *Politics & Policy*, 53(3), e70051.
- Panea, J. L. (2018). Identity, spectacle and representation: Israeli entries at the Eurovision Song Contest. *Doxa Comunicación*, 27.
- Panea, J. L. (2025). Audiovisual narratives of the Sami people at the beginnings of the Eurovision Song Contest (1960–1980). *Cogent Arts & Humanities*, 12(1), 2464370.
- Ponterotto, J. G. (2006). Brief note on the origins, evolution, and meaning of the qualitative research concept thick description. *The Qualitative Report*, 11(3), 538–549.
- Press-Barnathan, G., & Lutz, N. (2020). The multilevel identity politics of the 2019 Eurovision Song Contest. *International Affairs*, 96(3), 729–748.
- Roeh, I., & Cohen, A. A. (1992). One of the bloodiest days: A comparative analysis of open and closed television news. *Journal of Communication*, 42(2), 42–55.

- Rosler, N., & Press-Barnathan, G. (2023). Cultural sanctions and ontological (in) security: Operationalization in the context of mega-events. *Cambridge Review of International Affairs*, 36(5), 720–744.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122.
- Shultziner, D., & Stukalin, Y. (2021). Politicizing what's news: How partisan media bias occurs in news production. *Mass Communication and Society*, 24(3), 372–393.
- SimilarWeb. (2025). *Top news and media websites ranking: Israel*. <https://www.similarweb.com/top-websites/israel/news-and-media/>
- Singleton, B., Fricker, K., & Moreo, E. (2007). Performing the queer network. Fans and families at the Eurovision Song Contest. *SQS–Suomen Queer-Tutkimuksen Seuran Lehti*, 2(2), 12–24.
- Tamir, I., & Lehman-Wilzig, S. (2023). The routinization of media events: Televised sports in the era of mega-TV. *Television & New Media*, 24(1), 106–120.
- World Population Review. (2025). *Most hated country*. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-hated-country>
- Yair, G. (1995). "Unite unite europe": The political and cultural structures of Europe as reflected in the Eurovision Song Contest. *Social Networks*, 17(2), 147–161.
- Yair, G. (2019). Douze point: Eurovisions and Euro-Divisions in the Eurovision Song Contest—Review of two decades of research. *European Journal of Cultural Studies*, 22(5–6), 1013–1029.
- Yair, G., & Maman, D. (1996). The persistent structure of hegemony in the Eurovision Song Contest. *Acta Sociologica*, 39(3), 309–325.
- Yair, G., & Ozeri, C. (2022). A march for power: the variety of political programmes on the Eurovision Song Contest stage. In A. Dubin, D. Vuletic & A. Obregón (Eds.), *The Eurovision song contest as a cultural phenomenon* (pp. 83–95). Routledge.
- Yamaguchi, T. (2013). Xenophobia in action: Ultranationalism, hate speech, and the internet in Japan. *Radical History Review*, 2013(117), 98–118.

מיני סימפוזיון: מדיאטיזציה מוגפנת

"הייתי בשוק שהוא בכלל פותח מצלמה": תיעוד עצמי מהשבעה באוקטובר כמדיאטיזציה מוגפנת

כרמל ווייסמן ועלמה מריה סימון*

תקציר

המאמר מצליב בין שלושה שדות מחקר: מדיאטיזציה, עדות מדיה, וחקר טראומה ומדיה. תחומים אלו עוסקים לרוב בהשפעה של תיעוד אירועים על הציבור הצופה בהם, בלי לתת את הדעת לנקודת המבט של הפרט החווה את האירועים, תוך תיעוד והפצה שלהם בזמן אמת - תופעה תרבותית חדשה יחסית, שהפכה יותר ויותר רווחת בעידן שבו לכל אדם יש מכשיר חכם ביד בכל רגע נתון. תרומתו הייחודית של המאמר היא בהעברת המוקד לתהליכי ההפקה וההפצה של סרטונים בעת מצבי קיצון, כפעולות גופניות של יחידים אשר בחרו לתווך ולתעד את האירועים שחוו באמצעות פרפורמנס עיתונאי, על אף הסכנה שבכך.

המושג 'מדיאטיזציה מוגפנת' (embodied mediatization) מוצע כגשר בין פעולות גופניות לפרקטיקות מדיה תרבותיות במצב זה, כאשר עצם זמינותה של צורת התגובה התקשורתית במצב טראומטי מעידה על חלחול תהליכי המדיאטיזציה העמוקה לרמת הפרט. טענה זו מודגמת באמצעות התיעודים העצמיים הספונטניים של שורדי מתקפת השבעה באוקטובר, המהווים עדות מדיה בזמן אמת בעידן של מדיאטיזציה עמוקה.

המדיאטיזציה המוגפנת באה לידי ביטוי בכניסה לתפקיד כמו-עיתונאי כצורת פעולה לגיטימית ואף מתבקשת באירוע קיצון בעידן של מדיאטיזציה עמוקה, אשר מונעת גם מהצורך להתמודד עם שאלת האמת והאמינות של עדות המדיה, וברזימנית משמשת מנגנון התמודדות עם הטראומה. בעידן של מדיאטיזציה עמוקה לא ניתן

* ד"ר כרמל ווייסמן, הפקולטה למדעי הרוח, אוניברסיטת תל אביב (carmell@tauex.tau.ac.il).

עלמה מריה סימון, החוג למדע, טכנולוגיה וחברה, אוניברסיטת בר אילן (almadance11@gmail.com).

להפריד בין הגוף למדיה, או בין תגובות גופניות לאירועים במרחב ובין פרקטיקות תיווך במדיה, כך שפרקטיקות של מדיה קשורות אף הן לרבדים של שרידות הפרט. זאת ועוד, הצורך לתקף את העדות תוך כדי הפקתה מעצב את אופני הפקת ומתן העדות. הדאגה לאמינות העדות היא מוטיבציה המחלחלת לרבדים של פעולה מיידית ואינטואיטיבית, משפיעה בזמן אמת על חוויית הסכנה, ומעצבת את האופנים שבהם בוחרים יחידים לפעול במסגרת חוויה זו.

מבוא

בשעות הראשונות לפרוץ מלחמת חרבות ברזל בעוטף עזה בשבעה באוקטובר 2023, בלט הטלפון הנייד כממלא תפקיד חיוני וחלק בלתי נפרד באירועים. אזרחים השתמשו בטלפון הנייד כדי להזעיק עזרה, לשלוח מיקומים, להתעדכן בנעשה סביבם וגם להיות בקשר עם יקיריהם. כחלק מתופעה זו, במהלך אותו היום ובשבועות שלאחר מכן, נחשפו בתקשורת סרטונים של נשים וגברים ממגוון גילאים ורקעים, שתיעדו במצלמת הטלפון את עצמם או את סביבתם בזמן בריחה, הסתתרות או לחימה, תוך חוסר ודאות לגבי גורלם. חלקם אף העלו את התיעוד בזמן אמת לרשתות החברתיות.

מאמר תיאורטי זה מבקש להתבונן בפעולת התיעוד בעת סכנת חיים כביטוי של מדיאטיזציה מוגפת (embodied mediatization), מושג שאנו מבקשות לטבוע. מחקרי מדיאטיזציה הטוענים לחדירת המדיה ואופני הפעולה שלהם לכל תחומי החברה, עוסקים לרוב בתהליכים מוסדיים או בקהלי המדיה באירועים גלובליים. במאמר זה אנו טוענות כי תהליכי מדיאטיזציה משפיעים גם על הפרט, ולמעשה מנחים את פעולותיו בשגרה ובמצבי קיצון, כאשר התיעוד העצמי הספונטני של שורדי מתקפת השבעה באוקטובר מדגים זאת.

סרטוני התיעוד העצמי מהשבעה באוקטובר הם עדות מדיה (Frosh & Pinchevski, 2009). זוהי עדות הניתנת בעת חוויית אירועים המוגדרים כטראומטיים בספרות המחקר, אשר מתרחשים בעידן של מדיאטיזציה עמוקה (DSM-5, Hepp, 2019). המדריך לאבחון וסטיסטיקה של הפרעות נפשיות, מגדיר טראומה כך: "חווייה מקרוב של מוות ממשי של הזולת, או איום במוות, פציעה חמורה, או אלימות מינית" (Pai et al., 2017, p. 2, התרגום שלנו, כ"ו ועמ"ס). הגדרה זו מתארת את חוויותיהם של המתעדים בשבעה באוקטובר, כאזרחים ואזרחיות שנחשפו לאלימות קשה ובלתי צפויה, מוות ואיום ממשי על חייהם.

המאמר מצליב בין שלושה שדות מחקר: מדיאטיזציה, עדות מדיה, וחקר טראומה ומדיה. תחומים אלו עוסקים לרוב בהשפעת תיעוד אירועים על הציבור הצופה בהם,

בלי לתת את הדעת לנקודת המבט של הפרט החווה את האירועים, תוך תיעוד והפצה שלהם בזמן אמת - תופעה תרבותית חדשה יחסית, שהפכה יותר ויותר רווחת, בעידן שבו לכל אדם יש מכשיר חכם ביד בכל רגע נתון.

במסגרת שמסובב ברשת כבר משנת 2015 במספר גרסאות, מוצמדת הכותרת "אם הטיטניק הייתה טובעת היום" לאיור של הניצולים הנמצאים במים ומצלמים את טביעת הספינה בטלפונים הניידים שלהם. בגלגול מאוחר של המס, מ־2024, נראות דמויותיהם של ליאונרדו דה קפריז וקייט וינסלט מהסרט **טיטניק** בתמונת סלפי על רקע הספינה הטובעת. בדיווח הרשת מסמנת באופן ביקורתי פרקטיקה תרבותית נפוצה של שלילת הטלפון ותיעוד החוויה האישית גם במצבי קיצון, שבהם קיימת מערכת ציפיות להתנהגות אחרת.

מצד אחד, תופעת התיעוד במצבי קיצון נתפסת כמובנת מאליה בעידן המתאפיין בזמינות של טכנולוגיות תקשורת ניידות, ומצד שני, היא נתקלת בהרמת גבה ומתפרשת כפתולוגיה אישית, ביטוי של נרקיזיסם, התמכרות לטכנולוגיה, או בורות וחוסר מודעות של הדור הצעיר. בישראל, גופי המדיה המסורתיים והציבור הרחב קיבלו כמובן מאליה את קיומם של הסרטונים אשר זרמו לרשת בשבעה באוקטובר, הפיצו ושידרו אותם ללא כל שיח לגבי עצם קיומם. ככל הידוע לנו, הפעם הראשונה שבה עלתה השאלה מה גרם לאנשים לצלם את עצמם בזמן המתקפה וכיצד בכלל הצליחו לעשות זאת, הייתה בכתבה של גלי וינרב בעיתון **גלובס**, שהתפרסמה חודש וחצי אחר כך, ב־25 בנובמבר (וינרב, 2023). במאמר זה אנו מבקשות להתייחס לתופעה ברצינות ולפרש אותה כפרקטיקה תרבותית מגולמת בגוף, בעידן המדיאטיזציה העמוקה.

המסגרת התיאורטית המוצגת במאמר זה מגיעה מתוך מחקר לעבודת התזה של אחת המחברות (סימון, 2025), שבו נותחו עשרות קטעי מקור של ניצולים מאירועי השבעה באוקטובר - קטעים שנפוצו ברשתות החברתיות או הופיעו בסרט התיעודי *NOVA#* - וכן ראיונות עימם, ששודרו בתקשורת לאחר מכן. במאמר הנוכחי המסגרת תודגם באמצעות שני סרטונים, לצד ציטוטים מתוך ראיונות שנתנו המתעדים לתקשורת. על אף התפוצה הרחבה של התיעוד מהשבעה באוקטובר ברשתות החברתיות וההדוור בתקשורת, במאמר זה בחרנו, מסיבות אתיות, להתייחס רק לחומרים של ניצולים שמסרו את התיעוד לשידור פומבי בערוצי התקשורת המסורתיים והתראיינו אליהם. בחירה זו מעידה על ההסכמה להפיץ את הסרטונים לציבור הרחב כעדות וגם על המוטיבציה לעשות זאת (בזמן אמת או בדיעבד).

המאמר מתמקד בסרטונים שבהם נעשה שימוש בפורמטים של דיווח עיתונאי בזמן סכנה וטראומה. הראיונות בתקשורת, המהווים עדויות בפני עצמן, סייעו בהבנת

המוטיבציות והמשמעות שנתנו המתעדים לפעולותיהם, ובכך הם משלימים את התמונה, תרתי משמע. עניין זה קריטי לטענתנו שתיעוד והפצה של אירועי השבעה באוקטובר הם פעולות תקשורתיות הכרוכות במדיאטיזציה, שכן המאמר אינו מתייחס לסרטונים שצולמו למטרות זיכרון אישי, או בתור מכתב פרידה של אנשים שהאמינו שאלו רגעיהם האחרונים. המוטיבציות להפקת סרטון בעיתוי כזה אינן זקוקות לפרשנות, לטעמנו. עם זאת, המסגרת הפרשנית המוצעת תקפה לתיעודים נוספים בסגנון דומה בהם נתקלנו מאז ברשת בארץ ובעולם, כגון הפיגוע ברק"ל ביפו ב־1 באוקטובר 2024, השרפות בלוס אנג'לס בינואר 2025 ועוד.

אנו טוענות כי המדיאטיזציה המוגפנת באה לידי ביטוי בכניסה לתפקיד כמו־עיתונאי, כצורת פעולה לגיטימית ואף מתבקשת באירוע קיצון בעידן של מדיאטיזציה עמוקה, אשר מונעת גם מהצורך להתמודד עם שאלת האמת והאמינות של עדות המדיה, ובר־זמנית מהווה מנגנון התמודדות עם הטראומה.

מדיאטיזציה של חצבי קיצון

תזת המדיאטיזציה היא תיאוריית־על חדשה יחסית, הטוענת לחדירת המדיה לכל תחומי החברה בתהליך היסטורי הדרגתי, כאשר כל שאר המוסדות החברתיים תלויים במדיה ומוכפפים ללוגיקה של המדיה (Hjarvard, 2008). הטענה הוותיקה כי מוסדות חברתיים כגון פוליטיקה, דת וספורט משתנים בעקבות הצורך להתאים את עצמם ללוגיקת המדיה - הפורמטים, העקרונות והתהליכים המעצבים את ההפקה, ההפצה והפרשנות של המידע באמצעי התקשורת (Snow & Altheide, 1979) - הורחבה במאה הנוכחית באמצעות מושג המדיאטיזציה.

ההמשגה החדשה מבטאת הכרה בכך שהמדיה אינם משמשים עוד מתווכים בלבד, הנמצאים מחוץ לחברה ומייצגים את המציאות החברתית, אלא מהווים חלק מרכזי מהמרקם החברתי, המכתיב את האינטראקציות בין השחקנים החברתיים השונים ומשפיע עליהן (Hepp et al., 2010). תזת המדיאטיזציה משמשת לרוב לתיאור תהליכים מוסדיים ארוכי טווח, אך כוללת גם גישה חברתית־קונסטרוקטיביסטית, הגורסת שאין בהכרח לוגיקה אחת וזה לכל אמצעי התקשורת (Couldry, 2014), ומאפשרת להתבונן גם במאפיינים מסוימים של מדיה ספציפיים, המשתתפים בהבניית המציאות היום־יומית והפעולות החברתיות (Couldry & Hepp, 2013).

בשנים האחרונות נטען כי אנו מצויים בשלב מתקדם אף יותר של התהליך, אשר כונה 'מדיאטיזציה עמוקה' (Hepp, 2019). מושג זה מתייחס בעיקר למדיה הדיגיטליים,

הארגונים באופן תשתיתי בכל תחומי החיים, ומביא בחשבון את שיתוף הפעולה וההמשכיות בין מדיה שונים, את הריבוי והמורכבות של הזירות והממדים המשתתפים בכינון המציאות, ואת המודעות (רפלקטיביות) של שחקנים שונים לתפקידם במציאות של מדיאטיזציה, על המשמעויות של בחירתם בסוג המדיה ובשימוש שנעשה בהם. התוצאה היא טשטוש הגבולות בין פעולה תקשורתית לפעולה פיזית, שכן פעולות תקשורתיות מייצרות נתונים, אשר עיבודם משמש ליצירת מציאות ולעיצובה. למשל, בטכנולוגיית המציאות הרבודה, שכבת מידע המוקרנת על גבי אובייקטים במרחב הפיזי מייצרת מרחב מסוג חדש, היברידי, שבו פעולות פיזיות ופעולות תקשורתיות נשזרות זו בזו ולא ניתן עוד להבחין ביניהן (Hepp, 2019).

תזת המדיאטיזציה משמשת גם תיאוריית־על המכילה וממסגרת מגוון הבחנות קודמות על מדיה וחברה, כגון הגישות שכונו 'דטרמיניזם טכנולוגי', או רעיונותיו של קסטלס על חברת הרשת (נוסק, 2018). קסטלס (Castells, 2009) טען כי בחברת הרשת מתקיימת צורת תקשורת חדשה, אותה כינה תקשורת עצמית־המונית (Mass-self communication). אין זו תקשורת בין־אישית או תקשורת המונים, אלא תקשורת מסוג שלישי, שבה היחיד יכול להגיע ישירות לקהלים בין־לאומיים, וכל אדם הוא מרכז מדיה. על אף המיקוד של מחקרי מדיאטיזציה בתהליכים חברתיים רחבים יותר, אנו סבורות כי במציאות שבה כל אדם הוא גוף תקשורת רפלקטיבי במלוא מובן המילה, ניתן לדבר על תהליכי מדיאטיזציה גם מנקודת המבט של הפרט, כפי שנבקש לעשות במאמר זה.

בשל האופן העמוק שבו המדיה ארוגים במרקם החברתי, אפילו מלחמות ואירועי טרור לא רק מהדהדים במדיה, אלא גם מאמצים אותם כזירות התרחשות של האירוע, כאשר הטכנולוגיה מספקת להם מזמינויות, נרטיבים, צורות תקשורת, ז'אנרים ופרוטוארים ספציפיים (Couldry & Hepp, 2013). דבר העורכים לגיליון 26 של **מסגרות מדיה** הדגיש את היבטי המדיאטיזציה העמוקה של מלחמת חרבות ברזל. המכשיר הנייד המצוי בידי כל אדם כמעט מהווה תשתית טכנולוגית המאפשרת את המדיאטיזציה, ומביאה לריבוי ומגוון של יצרני מידע מקיף ואינטימי בשידור חי מהשטח. שידורים חיים אלה מגיעים לקהלים רבים, ויש להם השלכות על חיי אדם, על אופני ידיעה ועל מושג האמת (לביאון וגוֹז'נסקי, 2024).

גם במלחמת רוסיה-אוקראינה שפרצה ב־2022, השימוש בטלפון הנייד הובן כביטוי למדיאטיזציה עמוקה, שבה הטלפונים הניידים כבר הוטמעו באופן שבו המלחמה מתנהלת ונתפסת (Horbyk, 2022). במחקר של הורביק הטלפון הנייד מוצג כהיברידי: חפץ אזרחי, מוצר תאגידי ואובייקט אינטימי, שהפך לנשק ולחבל הצלה ברוֹזְמִנִית.

הטלפון הנייד טשטש את ההפרדה בין חזית ועורף, צבאי ואזרחי, ואיפשר מודל של מלחמה השתתפותית, שבה אזרחים וגורמים לא־צבאיים ממלאים תפקיד פעיל (Horbyk, 2022).

מלחמות ואירועי טרור בעידן המדיאטיזציה העמוקה נחקרים כאירועי מדיה היברידיים (Sumiala et al., 2018). זאת מתוך התאמה של המושג הוותיק שטבעו כ"ץ ודיין - שהתייחס לטקסים טלוויזיוניים - לעידן של סביבת מדיה מבוזרים וריבוי זירות, זמנים ושחקנים, עידן המתבטא במגוון תהליכים תקשורתיים סימולטניים. על פי כ"ץ וליבס, מלחמות ואסונות הם תת־ז'אנר נפרד של אירועי מדיה, הנעדר מאפיינים טקסיים (Katz & Liebes, 2010).

פרוש ופינצ'בסקי מבחינים בין אירוע סינגולרי כמו השואה, שמטרתו לחסל את הנוכחים, קרי לא להשאיר עדים ולא להפוך לשיח, לבין אירוע כמו הפיגוע במגדלי התאומים, שתוכנן כאירוע מדיה, במטרה להפוך את קהל צופי הטלוויזיה ברחבי העולם לעדים (Frosh & Pinchevski, 2009). מתקפת השבעה באוקטובר הייתה אירוע היברידי גם במובן זה, שכן מצד אחד היא כללה הרג ברוטלי של העדים, בדומה לשואה, ומצד שני תוכננה כאירוע מדיה, כאשר הרוצחים צוידו במצלמות ראש ומצלמות רחפן במטרה לתעד ולהפיץ את הישגיהם, ובכמה מקרים אף הופיעו בשידור לייב מהטלפונים של קורבנותיהם.

זמינותו של הטלפון הנייד, המצוי בידי כל אדם, מייצרת מציאות תרבותית שבה בכל אירוע מדיה נכללים תיעודים אזרחיים מהשטח, לרבות תיעודים שהתקבלו מאנשים המהווים חלק מהאירוע וחווים אותו בזמן אמת. עם זאת, במחקר מדיאטיזציה של אירועי טרור ומלחמות, לא ניתן דגש על נקודת המבט של מתעדים יחידים כקורבנות החווים אירועים המוגדרים טראומטיים. למשל, אירועי הטרור בצרפת ב־2015, שהחלו בטבח במערכת העיתון *Charlie Hebdo*, שימשו מקרה בוחן לטביעת המושג 'אירוע מדיה היברידי' (Sumiala et al., 2018). במחקר יש אזכורים אנקדוטליים של הודעת טקסט שהופצה וחשפה את מיקומם של חלק מהקורבנות שהסתתרו, וכן צילום וידאו של עד ראייה חיצוני לאירוע, אך הניתוח עצמו מתמקד בתגובות הקהל ובנרטיבים במדיה השונים.

במאמר הנוכחי נבקש להדגיש ממד אחר של היברידיזציה באירוע מסוג זה, מנקודת המבט של הנוכחים באירוע, אשר חווים אותו במרחב הפיזי ובמרחב המדיה בו־זמנית, דרך מכשירי הטלפון שבידם. קומיסקי והורת' (Cumiskey & Hjorth, 2017), למשל, חקרו חומרים שצולמו בטלפונים ניידים באירוע ירי שהתרחש במועדון באורלנדו ב־2016, והופצו בזמן אמת, הן בידי היוזרים והן בידי קורבנות הירי. אך גם מחקרן

התמקד בקהל ובחוויה הרגשית הציבורית החדשה, ההופכת זרים לחלק מההלך העדות והאבל. פעולת התיווך בזמן אמת מוסגרה כסוג של קשר חדש עם המתים ופרקטיקת אבל ייחודית, ופורשה כפעולה של שימור רגעים אחרונים, ויצירת קשר עם קרובים לפני מוות צפוי. פרשנות זו רלוונטית גם לתיעודי השבעה באקטור, אך מאמרנו מציע פרשנות גם לפרקטיקה התרבותית אשר מניעה את קורבנות הירי לצלם ולהפיץ את התיעוד בעודם נתונים בסכנת ירי ואיום ממשי על שלמות גופם.

שידורי לייב של יחידים מהשטח ברשתות החברתיות ממוסגרים בספרות האקדמית כ'מדיאטיזציה של החוויה' (Hammelburg, 2021), אך כאשר מדובר במדיאטיזציה של מצב סכנה ואירועים טראומטיים, ניתן לראות בסרטוני הלייב, כמו גם בסרטונים שצולמו בזמן אמת אך הופצו ושודרו מעט מאוחר יותר, סוגה של עדות מדיה. חוליאראקי ואל-ע'אזי (Chouliraki & Al-Ghazzi, 2022) המשיגו עדויות מזירות של סבל, אותן מעלים לרשתות הגלובליות מי שחווים את הסבל על בשרם, כעדויות של-הבשר (Flesh Witnessing). גם הם עוסקים בעיקר בכוח הרגשי והמוסרי שיש לעדויות אלו על הצופים, אך כחלק מהביקורת על האופן שבו המדיה המסורתית מתווכת עדויות אלו, הם מזהים את היעדר העיסוק התקשורתי בגוף הסובל והמפוזר המפיק את העדויות. הם מתמקדים בעדויות הללו בעיקר כקריאה דחופה לפעולה מוסרית, אך הדבר מדגיש את ההבנה כי הצילומים אינם רק פריטי מידע שיש לבדוק את האותנטיות שלהם, אלא מעבירים דרך החושים והרגש את הסכנה והפגיעות של הגוף המצלם או המצולם.

מחקרים מסוג זה חוזרים בסופו של דבר לפרקטיקות של המדיה עצמם ו/או לאפקט על הצופים, מפני שאובייקט המחקר הוא חומרים תקשורתיים. עם זאת, ישנה הכרה בצורך הגובר לעסוק גם במדיאטיזציה של עולם היום-יום, כאשר לא ניתן עוד להפריד בבירור בין פרקטיקות תקשורתיות לפרקטיקות גופניות מהזווית הפנומנולוגית של הגופים המצלמים והמצולמים (Christensen & Jansson, 2014). מאמרנו נענה לקריאה זו באמצעות התבוננות, דרך חומרים תקשורתיים מסוג זה, בסובייקט ובגוף החווה והמתעד בזמנית, מתוך הבנה שההתנהלות של הפרט במצב הקיצון כוללת תהליכי הפקה והפצה של תיעוד, ומושפעת מלוגיקת המדיה.

מדיאטיזציה של עדות מדיה במצבי טראומה

האפשרות לתת עדות תלויה במדיה, ולכן אין פלא שסוגת העדות התפתחה בצמוד להיסטוריה של טכנולוגיות התקשורת (Pinchevski, 2019). במאה ה-21, התיעוד ההיסטורי האובייקטיבי (לכאורה) פינה את מקומו לז'אנר של עדויות אישיות

(Wieviorka, 1998), והעדות הכתובה התחלפה בהדרגה בעדות אודיו־ויזואלית באמצעות המדיה (Thomas, 2009). עדות מדיה היא עדות הניתנת בתוך המדיה, באמצעותה ודרכה (Frosh & Pinchevski, 2009). מושג זה מתייחס בזמנית למצבים שבהם עדים מופיעים בדיווחי מדיה, להפיכת קהלי המדיה לעדים, ולאופן שבו אמצעי התקשורת עצמם מתפקדים כעדים. למעשה, בכל פעולה של תיווך באמצעות המדיה יש ממד של עדות, בייחוד כאשר הטכנולוגיה משמשת בתפקיד הקהל הנעדר.

בעשור האחרון ניתנה תשומת לב מחקרית גם לצורות עדות המבוססות על ייצוג עצמי, לרוב בהקשרים של עיתונות אזרחית או של תיעוד כאקטיביזם פוליטי (Chouliaraki, 2012; Frosh & Pinchevski, 2009), קרי, סובייקטים שנכחים באירוע מתוך פוזיציה מסוימת. מחקרים ספורים בלבד עסקו בעדות בייצוג עצמי של אזרחים מהשורה שחוו טראומות, בעיקר בשנים האחרונות, בהקשרים של פליטות והגירה. למשל, מחקר על פליטים שנכלאו באוסטרליה התמקד בילדים סורים, שהעדויות שלהם הועלו לדף פייסבוק ייעודי בידי אזרח מקומי, בתגובה להימנעות התקשורת המקומית מסיקורם (Rae et al., 2018). מחקר נוסף, שנערך באירופה, עסק בטלפונים הניידים של הפליטים כארכיון מדיה אישי, והאופן שבו הוא משמש לזיכרון ושחזור חוויותיהם (Georgiou & Leurs, 2022).

החידוש בעדות המבוססת על ייצוג עצמי הוא השליטה שיש לעדים בעיצוב נרטיב העדות. אך במחקרים אלו, הטלפונים הניידים האישיים נתפסים לרוב כארכיב נייד בלבד; מכשירים של היפעלות (affect), שלוכדים ומשמרים את הרגשות של בעליהם והאנשים שעימם נפגשו (White, 2014), ובכך משתתפים בכינון או הבניית הזיכרון האישי (Ozkul & Humphreys, 2015). במלחמת רוסיה-אוקראינה, למשל, מחקר ראשוני שבחן את השימוש של אזרחים בטלפון הנייד בזמן מצב חירום, כאשר עירם מופגזת, הצביע גם הוא על פרקטיקות של שימוש בטלפון כארכיב: רופאה מקומית המשתמשת ברשתות החברתיות כדי להציע עזרה ומתעדת בנייד שלה את האנשים שבהם טיפלה, או תושב המצלם את עצמו כשהוא חופר שוחות, במטרה להראות למשפחתו העתידית את הדברים שעבר, לדבריו (Zaporozhets, 2023).

ממחקר שפורסם לאחרונה על סרטונים שבני נוער אוקראינים העלו לטיקטוק בזמן המלחמה (Divon & Eriksson Krutrök, 2024), עולה כי הם חושפים באופן פרפורמטיבי והומוריסטי את תנאי החיים במלחמה. על אף שהסרטונים לא צולמו כאשר הצעירים במצב של סכנת חיים, מחברי המאמר טענו כי מדובר בעדויות מדיה, שכן הם הופכים את הצופים בטיקטוק לעדים לפשעי מלחמה. למרות המודעות לכך שהארכיב האישי לוכד את שגרת היום־יום לצד האירועים יוצאי הדופן; את מה שאנחנו

רוצים לזכור לנצח וגם את מה שאנו מייחלים שלא היה קורה לנו כלל (Redwine, 2015); וחרף הנוכחות במדיה של תיעודים עצמיים מזירות של אירועים טראומטיים, שהפכה לתופעה תרבותית, ספרות המחקר ממוקדת בעיקר במי שהופכים עדים לאירוע, ונותנת מקום מצומצם בלבד לתפקיד שממלא התיעוד עבור המתעד הנמצא במצב טראומטי ובסכנת חיים.

הנחת היסוד היא, שחוויה נחווית על ידי גוף במרחב ובזמן אמת, כאשר הרפלקסיה, המסגור הנרטיבי והתיווך לזולת הם כבר בתחום העדות הניתנת לאחר מעשה. אך פעולת התיעוד העצמי במצבים הישרדותיים הייתה נפוצה גם בתקופות שקדמו לעידן הדיגיטלי. במלחמת העולם הראשונה, חיילים כתבו יומנים שכללו התבוננות רפלקטיבית לגבי רגשותיהם ומחשבותיהם בזמנים של סכנת חיים, מתח ולחץ גופני ונפשי (Crinquand, 2020). בדומה לכך, ניצול השואה פרימו לוי סיפר כי הצורך שבער בו לספר על המתרחש במחנות הריכוז במלחמת העולם השנייה, הוביל אותו להעלות על הכתב את חוויותיו בעודו במחנה, תוך נטילת סיכון שהנאצים יגלו זאת והתיעוד יעלה לו בחייו (Ataria, 2016). מגילות הזונדרקומנדו, שנקברו באדמה ליד הקרמטוריום באושוויץ או הוסתרו בפחיות חלב בגטאות (Ingle, 2019; Young, 1987), מעידות על הצורך הדחוף לתעד ולתווך, עבור אנשים שאינם נוכחים באירועים הטראומטיים, את פרטי האירועים והחוויה האישית שלהם, בזמן שהם נדרשים להתמקד בהישרדות ובשמירה על גופם, ולמרות הידיעה שפעולה זו עלולה להחרף את הסכנה.

עם זאת, עידן המדיאטיזציה העמוקה שינה את משמעות הזמן בכל הנוגע לתיעוד בזמן אמת. החיילים במלחמת העולם הראשונה היו בחזית, אך לא אחזו בעט תחת אש, בתעלה, ממש ברגע שהם מפגיזים או מופגזים. ניצולי השואה כתבו בעודם במחנות, אך לא ממש ברגע שחיילים נאצים עמדו מולם והתעמרו בהם. בניגוד לטכנולוגיות הכתיבה, מזמינויות הטלפונים הניידים ותשתית התקשורת העצמית-המונית יוצרות מצב שבו כל רגע הוא בר תיעוד (Frosh & Pinchevski, 2014), ותיעודים מופקים תוך כדי החוויה הטראומטית וכחלק בלתי נפרד ממנה. על פי פיטרס (Peters, 2001), לעדות יש שני שלבים - פעולת הראייה ופעולת האמירה, אך בעדות מדיה בייצוג עצמי בזמן אמת מהסוג שבו אנו מבקשות לדון, הפער בין שני השלבים נמחק, וההבחנה בין עדות לחוויה קורסת.

ראשקוף טען כי אנו חיים במצב של 'הלם ההווה' - מצב שבו הכול קורה לכאורה 'עכשיו', בזמן אמת. אחת ההשלכות של מצב זה היא שתהליכים ונרטיבים שבעבר דרשו ממדי זמן של 'לפני' ו'אחרי' נדחסים לתוך רגע אחד, כאשר גם אנחנו נדרשים לפצל את עצמנו ולהיות בכמה מקומות בו-זמנית, מפני שיש רק 'עכשיו' (Rushkoff).

(2014). ניתן לראות בהלם ההווה עוד מאפיין של המדיאטיזציה העמוקה, העשוי לדחוף את מי שחווים טראומה להתחיל לעבד את החוויה, לנסות לתווך אותה ולהעיד עליה ברזמנית, כלומר לבחור בפרקטיקות האופייניות ל'אחר' תוך כדי ההתרחשות.

ספרות המחקר העוסקת בביטויים של טראומה ברשת בוחנת את השיחים המתקיימים לאחר האירועים הטראומטיים וכחלק מההתמודדות עימם, כגון השיח ברשת בארצות הברית לאחר פיגועי 11 בספטמבר (Robinson, 2005) או לאחר הוריקן קתרינה (Ostertag & Ortiz, 2013). מחקר יוצא דופן של ביטויי חוויית טראומה בזמן אמת ברשת מתייחס לשיח סביב מותה של הנסיכה דיאנה (Stone & Pennebaker, 2002), אף שבמקרה זה המשתתפים בדיונים בפורומים לא היו נתונים במצב של סכנה. פינצ'בסקי (Pinchevski, 2019) טוען כי טכנולוגיות התקשורת מכוננות את התנאים להתפתחותן של טראומות מסוגים חדשים. למשל, האפשרות וההיכנות של חוויית טראומה מרחוק היא פונקציה של צפייה בערוצי תקשורת בין-לאומיים. בדומה לכך, נראה כי קיומו של שיח בזמן אמת בפורומים באינטרנט, מאפשר להמשיג את ההלם ורגשות אחרים הנחווים בעת קבלת מידע שלילי כחוויית 'טראומה בזמן אמת'.

עם זאת, אנו מבקשות לדון בטראומה במובנה המסורתי - אירוע שבו אדם נמצא בסכנת חיים, כפי שהוגדר במבוא. ברצוננו להשתמש באירועי השבעה באוקטובר 2023 כהזדמנות להפנות את הזרקור לנקודת המבט של הניצולים, אשר מצלמים את עצמם ואת סביבתם בעיצומו של האירוע הטראומטי, ומתפקדים הן כחווים והן כעדים לעצמם ולאחרים.

במאה ה-21, צילום בטלפון החכם והתכתבויות ביישומני מסרים מיידיים הם דבר שבשגרה, וכבר לא נתפסים כצורות של תיעוד, אלא כסוג של דיבור ופרקטיקות גוף ספונטניות, המתרחשות כחלק בלתי נפרד מחוויית היום-יום. בשל תפיסה זו חומרים מעין אלו לא נתפסים כלל כעדות בייצוג עצמי, ולכן לרוב לא זוכים להתייחסות בספרות על עדות מדיה. עם זאת, רידינג (Reading, 2009) מבקשת להתייחס לכל תמונה בטלפון כאל 'עדות ניידת' (mobile witnessing). צילומים מסוגת הסלפי, למשל, עוררו מספר שערוריות תקשורתיות בעשור האחרון, כאשר נעשו על רקע זירות של אירועים חדשותיים, או לחלופין זירות לא שגרתיות הקשורות במוות, זיכרון וקדושה, כגון מחנות ריכוז (Feldman & Musih, 2023) או הלוויות ואזכרות. בהקשר זה נטען כי משמעות הסלפי אינה רק לעזוק 'אני כאן!' נרקסיסטי, אלא לומר 'הייתי עד/ה לזה', ולכן יש לקרוא צילומי סלפי כעדויות לכל דבר (Koliska & Roberts, 2015).

מכיוון ששלילת הטלפון והצילום נעשים באמצעות מחוות גוף זהה, אם בקונצרט ואם בהפגנה אלימה (Frosh & Pinchevski, 2014), איננו סבורות שיש לקרוא בהכרח

כל צילום כעדות. עם זאת, אנו מבקשות להתמקד בתת־סוגה של סרטוני וידיאו שצולמו והופצו בידי מי שחוו את אירועי השבעה באקטור, אשר אינם צילומים גולמיים של התרחשויות שנעשו באמצעות אותה מחוות גוף, אלא ממוסגרים בבירור ובמכוון כעדות, כאמירה שמתרחשת בזמן הראייה, תוך שימוש בקונבנציות של דיווח ופרפורמנס עיתונאי.

פרפורמנס עיתונאי כתסריט תרבותי לאירוע חריג

ספרות המחקר העוסקת בתגובה האנושית למצבי סכנה וטראומה נמצאת בהתפתחות מתמדת בעשורים האחרונים. אם בתחילה התגלה רק המנגנון הבינארי 'לברוח או להילחם', מאז שנות ה־90 של המאה ה־20 הומשג ספקטרום של מצבים, כגון קפיאה, הולכת שולל, ריצוי ועוד (Bracha, 2004; Cantor & Price, 2007; van der Kolk, 1994). גוף מחקר זה מבוסס על תגובות של בעלי חיים למפגשים עם טורפים, אך נראה כי ככל שהוא עוסק במצבים אנושיים מורכבים יותר כך מתגלות עוד תגובות אפשריות, שכן לא ניתן לעשות רדוקציה של בני אדם לרובד הביולוגי בלבד. בעידן של מדיאטיזציה עמוקה, שבו המדיה הדיגיטלית הם זירה של היום־יום ומכשיר הטלפון הוא חלק בלתי נפרד מהגוף (Clark & Lupton, 2023), נראה שגם שלילת הטלפון והשימוש בו הם תגובה אינטואיטיבית במצבים מעין אלה (Blackler et al., 2010).

שלילת הטלפון ותיעוד האירוע היא פעולה אשר הפכה לחלק מהתסריט התרבותי (Katz, 2022) של התנהלות באירוע חריג. תסריט תרבותי הוא המנגנון שמתווך בין המבנה החברתי, הנורמות, הציפיות ותפיסות העצמי לבין ההתנהלות של אנשים בתוך סיטואציות קונקרטיות. התסריט התרבותי מתרגם את המכלול הגדול להיגיון מעשי, שמנחה אנשים איך לפעול בהקשרים מסוימים. קרי, זהו תפריט הפעולות המיידיות המתבקשות, המצופות והלגיטימיות בהתרחשות מעין זו, כאשר שלילת הטלפון ותיעוד המתרחש מסתמנים כאחת הפעולות הללו.

במאי 2009, יסמין פיינגולד בת ה־20, אלופת ישראל בחתירה אקדמית, התהפכה עם סירתה במהלך אימון בנחל הירקון ונחבטה בראשה. היא איבדה את הכרתה, ורק כעבור ארבע דקות חולצה בידי עובר אורח שהציל את חייה. במהלך אותן ארבע דקות עמדו מסביב אנשים רבים שהביטו בסירה ההפוכה, וחלקם צילמו אותה בטלפונים שלהם. המקרה של פיינגולד היה הפעם הראשונה שהתקשורת והציבור בישראל התייחסו בביקורתיות לבחירה של חלק מהנוכחים לצלם את הסיטואציה במקום לפעול. ב־2021 פורסם סרטם של נמרוד שפירא ורועי לב **סינדרום פיינגולד**, המציע חוויית מציאות

מדומה של אותן ארבע דקות, ומלווה בטקסטים מנקודת מבטם של אותם צופים על גדות הירקון (שפירא ולב, 2021).

בעינינו, **סינדרום פיינגולד** אינו עוד מקרה בוחן של אפקט הצופה מהצד (bystander effect), המוכר מהפסיכולוגיה החברתית. חלק מאותם אנשים לא צפו בפסיביות, אלא שלפו את הניידים שלהם וצילמו. האירוע קרה קצת יותר משנה לאחר הגעתו לישראל של האייפון, הטלפון החכם הראשון, ולפני שנוצרו שגרות הצילום היומיות המוכרות לנו כיום, אשר תוארו בראשית המאמר. עם זאת, הימים היו ימי השיא של תרבות הבלוגים והרשתות החברתיות, כאשר אזרחים רבים תפסו את התיעוד והדיווח ברשת כחלק מתפקידו של הבלוגר כאזרח־עיתונאי (citizen journalism), ופרקטיקה תקשורתית זו נתפסה בתרבות הרשת כתגובה לגיטימית לסיטואציה נתונה, ואפילו כצורה של אקטיביזם (Allan, 2015).

חלק מהמשמעות של מדיאטיזציה עמוקה הוא כאמור הטשטוש בין תקשורת לפעולה, כלומר, האמרה העממי 'מעשים מדברים בקול רם יותר ממילים' לא בהכרח תקפה היום: תלונה צרכנית בפני חברינו בפייסבוק עשויה לחולל שינוי גדול ומהיר יותר מפעולה משפטית נגד החברה, וקבוצת מחאה ברשת עשויה להשפיע על קובעי מדיניות לא פחות מאשר הפגנה בצומת (Boulianne & Theocharis, 2020). על רקע זה, שולפי המצלמות עשויים לחוש שהם מקבלים על עצמם תפקיד חברתי ופועלים בצורה אכפתית ובעלת משמעות באותה סיטואציה: מיידעים אחרים, מזהירים, מפצים, מאפשרים זיהוי ויצירת ידע בדיעבד וכיו"ב.

הצגת הבחירה של רבים לא לקפוץ לירקון כצפייה פסיבית מתעלמת מהבחירה האקטיבית שלהם בפעולה אחרת מתוך תפריט האפשרויות בסיטואציה מעין זו. אומנם, אפשרות שהייתה פחות מוכרת באותה תקופה, אך כיום היא הרבה יותר לגיטימית, ואף צפויה, במסגרת התסריט התרבותי של נוכחות באירוע חריג. אנדן־פאפאדופולוס (Andén-Papadopoulos, 2014) קושרת תופעה זו למציאות של תקשורת עצמית־המונית, ומבקשת לראות בשליפת הנייד והצילום צורת עדות אקטיבית ומעורבת, הנעשית לעיתים גם תוך סיכון עצמי, מתוך מניע מוסרי. נראה שכך הדבר לא רק כאשר קורה אסון לנגד עיניי, אלא גם כאשר אני עצמי חווה את האסון, כפי שראינו בשבעה באוקטובר. במקרה כזה, צילום אינו צפייה פסיבית, ואף דורש אומץ רב ודבקות במטרת התיעוד.

למשל, מיכל אוחנה ולירון אבגור, שתיעודיהן מופיעים בסרט #NOVA בהפקת yes, סיפרו בריאיון לישראל היום כי ההחלטה לצלם התקבלה מתוך מודעות לחשיבות התיעוד של האירועים החריגים (שקדי, 2024). אוחנה מספרת כי התיעוד המתמשך

שלה מאותו יום תרם לגילוי מידע על נעדרים, נרצחים וחטופים, ואף לכד רגעים אחרונים של נרצחים, מה שהיה חשוב למשפחותיהם. מתוך מודעות לחשיבות התיעוד היא התמידה בו גם כאשר נורתה ברגלה ונפצעה. אבגזר תיעדה מאותה סיבה מתוך השיח שבו הסתתרה, גם כאשר רמת הטעינה של הטלפון הגיעה ל-2% והיה חשש שמשפחתה לא תוכל ליצור איתה קשר. נחישות זו מעוררת תהייה על האופנים שבהם מדיה וטכנולוגיה נכרכים בבחירותיהם של אזרחים ברגעי סכנה ממשיים.

מדיאטיזציה מוגפת: ניסיה לתפקיד כמדיאטיזציה כמנגנון

התמודדות עם טראומה

טכנולוגיות מקפלות בתוכן מודלים התנהגותיים, כך שכאשר אדם מן השורה מחזיק בכף ידו טכנולוגיה שלפני כן נעשה בה שימוש בערוצי חדשות (כגון טכנולוגיות הקלטה, צילום, תיעוד והפצה), הוא מתחיל לנהוג כערוץ חדשות פרטי, המתעד ומדווח מהשטח דרך תמונות, מלל ווידאו, מפיץ את הדיווחים, מקבל תגובות מצופיו וכן הלאה (Frosh & Pinchevski, 2009; Reading, 2009). יוצרי תוכן במדיה החברתיים אומנם מחקים באופן שוטף פרקטיקות שיווקיות ואסטרטגיות של שדרני תקשורת, אך כאשר מדובר במצבי קיצון וסכנה, מצופה מבני אדם לזנוח את מרחב המדיה ולהתמקד בגופם ובמרחב הפיזי. כשאנשים עושים זאת, מעשיהם סופגים ביקורת חריפה ולעג, ומתפרשים כהתנהגות מטופשת וחסרת מודעות מתוך שאיפה לקידום עצמי ותאוות פרסום שאינה הולמת את הסיטואציה ההירשדותית.

לדוגמה, לאחרונה, בעת השרפות בלוס אנג'לס בינואר 2025, עמוד אינסטגרם המותח ביקורת על משפיענים הפיץ תיעוד מהצד של גבר שרירי ללא חולצה, אשר מצלם ומדווח ברשת על רקע הבערה, לצד הכיתוב הלעגני: No time like the present to show off the gains (Influencers in the Wild, 2025). אותו גבר הגיב לפוסט בהמשך וטען שהוא הסתכן בקרבה ללהבות במטרה להציל בעלי חיים ולסייע לבני אדם, אך למרות זאת תגובות רבות ביטאו לעג לבחירה שלו להצטלם ולדווח באותה סיטואציה.

אנו מציעות פרשנות אחרת, חיובית, לבחירה זו, וטוענות כי היא מבטאת גילום בגוף של מאפייני המדיאטיזציה, ואינה סותרת התנהגות הישרדותית בעידן של מדיאטיזציה עמוקה: כאשר לתגובה הגופנית האינסטינקטיבית נוסף רובד תרבותי-תקשורתי של בחירה לתווך לקהלים את החוויה הקיצונית בזמן אמת, אפשר להבין זאת כלוגיקת מדיה אשר נטמעה ביחיד בצורה עמוקה עד כדי כך שהיא זמינה לו גם במצבי סכנה וטראומה. זהו מצב שנכנה מכאן והלאה 'מדיאטיזציה מוגפת' (embodied).

(mediatization). המונח embodiment, שתורגם כ'הגפנה' בעברית (בתרגום של ולנר לאידיד, 2016/2009), נמצא בשימוש בשדות מחקר מגוונים וזוכה לפרשנויות רבות. מה שמשותף לכולן הוא ההכרה בכך שגוף־סובייקט נמצא בתהליך (או, גוף הוא בעצמו תהליך) שינוי מתמיד ביחס לסביבה החומרית והתרבותית ויחד איתה (Ellingson, 2017).

הפ מתייחס למושג ההגפנה דרך המונח 'פיגורציות' (figurations), ומסביר כי פרקטיקות תקשורתיות הן תמיד גם פעולות גופניות, המושרשות בידע מעשי, תחושתיות ולא מודע, שנרכש בתהליכי חיברות (Hepp, 2019). לדבריו, פיגורציות - תצורות חברתיות דינמיות כמו משפחות, ארגונים או קהילות - נבנות ומתוחזקות באמצעות תקשורת רב־ערוצית, תוך שימוש במדיה מגוונים, אך גם דרך שגרות יום־יומיות המוטמעות בגוף. הפ טוען שפרקטיקות תקשורת אינן רק העברת מידע, אלא עשייה גופנית חיה, המתרחשת תמיד בהקשר חברתי־תקשורתי רחב, וכחלק מתהליכים של יצירת משמעות. במדיאטיזציה עמוקה, שבה המדיה נטמעים בכל רובדי החיים, המדיה עצמם הופכים לכוח מעצב של פיגורציות, כלומר, של המבנים החברתיים שבתוכם הגוף פועל ומגיב. גם חוקרים כמו קלארק ולופטון (Clark & Lupton, 2023) הראו כי יישומים בנייד הופכים לחלק מהשגרות הגופניות ומשתלבים בפרקטיקות היום־יומיות של משתמשיהם.

המושג 'מדיאטיזציה מוגפת' צועד צעד נוסף קדימה, בטענה כי הפנמת לוגיקת המדיה עשויה להנחות לעיתים את הפרט לפעול באופן שמסכן את הגוף הלכה למעשה, מסיבות שיש להן חשיבות פונקציונלית ותרבותית, שהיא רלוונטית ולגיטימית גם במצבים הישרדותיים. זהו מושג תיאורטי־פרשני למצבים שבהם אזרחים מהשורה בוחרים לסכן את עצמם כדי לבצע פעולה תקשורתית, והוא עונה על הלקונה של מחקרי מדיאטיזציה ועדות, אשר התעלמו מההיבטים הפנומנולוגיים של הגוף, באמצעות מיקוד בגוף החווה־פועל דרך התוצר המצולם. המקרה של השבעה באוקטובר מספק הזדמנות לבחון זאת דרך אירוע חריג וטראומטי, שבו לכאורה ההתנהגות ההרגלית אינה רלוונטית.

הדגש שלנו במושג 'מדיאטיזציה מוגפת' הוא על האופן שבו האקט הגופני של הפעלת מצלמת הטלפון וההחלטה התרבותית לשדר בעיצומו של אירוע טראומטי, הופכים ממפתיעים למתבקשים. על אף שהתקשורת הישראלית שמחה לכאורה לקבל ולשדר בלופ את הצילומים הללו מהשטח, העיתונאי אור הלר, למשל, נזף בעיתונאים־מטעם־עצמם בשידור חי, באומרו "אזרחים שמצלמים את המחבלים האלה צריכים באמת להסתגר ולהפסיק לצלם ולהתחבא. אנחנו באירוע אחר" (רשת 13, 2023, דקה

2:17). בדבריו ביטא הלר את הציפייה הרווחת לתגובה גופנית על פי הספרות, והזכיר למי שחווים את הטראומה כי תגובתם לטראומה אינה נורמטיבית. מאזרחים מן השורה מצופה להגן על גופם, בעוד העיסוק בביטוי שמור למי שהוסמכו לתפקיד עיתונאי.

הלר מתעלם, כמובן, מכך שהאזרחים מסתכנים ומצלמים בדיוק בגלל שאנחנו ב'אירוע אחר', החורג מהשגרה. הצילום והדיווח אינם נעשים רק בשגרה, אבל יש להם חשיבות גדולה בהרבה במצבים לא שגרתיים. למשל, גם מי שלא נוהגת לתעד ביום-יום יכולה למצוא את עצמה מתעדת ברגעים אלה, כפי שסיפרה דניאלה גנדי בריאיון:

אני בן אדם שלא מצלם, אבל כאילו... כשנסענו בדרך, בהתחלה, אז נאור אמר לי, "תוציאי את הטלפון, תצלמי את הטיילים". וזה עבר לי בראש אבל לא עשיתי את זה, ואז אמרתי לו "מה, באמת?" ואז הוא אמר לי "כן, צלמי את זה שנצחק על זה אחרי זה" (חדשות 13, 2024).

גנדי המשיכה לתעד עוד זמן רב לאחר מכן, וגם כשהיה ברור שנאור לא ישרוד את המתקפה.

כניסה לתפקיד כמו-עיתונאי במצבי סכנה, ופרפורמנס של גינונים עיתונאיים מצד אזרחים מהשורה, הם בזמנית אינטואיציה וגם אסטרטגיה בעידן שבו החוויה האנושית ממוסגרת כ'תוכן' ברשת. בחברת הרשת המבוססת על תקשורת עצמית המונית (Castells, 2009) דועך כוחם של המתווכים המסורתיים, ובהם מוסד התקשורת, והדבר פותח בפני הפרט אפשרות לתקשר ישירות עם קהלים בין-לאומיים. אך מנקודת המבט של עדות מדיה אפשר לתפוס מצב זה גם כנטל: הפרט הוא שנושא כעת באחריות לדיווח, תיעוד והפצה של החוויה האישית ישירות לציבור הרחב. נטל זה מונח על כתפיהם של קורבנות האירועים במודע או לא במודע, ומניע אותם להסתכן לטובת משימת התיעוד ויידוע הציבור באמצעות העדות האישית שלהם.

זאת ועוד, אנו מבקשות לראות בבחירה לצלם ולדווח חלק ממנגנון התמודדות עם מצב מסכן חיים המוגדר כטראומטי, בעידן של מדיאטיזציה עמוקה. על ציר התגובות הנסקרות בספרות למצב סכנה וטראומה, העמדה הכמו-עיתונאית קרובה למצב של 'להילחם', שכן היא מאפשרת הנכחה ופעולה, שמוציאה את האדם מעמדת הקורבן חסר האונים (Andén-Papadopoulos, 2014). לפעולה התקשורתית עשויה להיות תועלת עתידית, ויש בה מידה של הסתכנות המצריכה אומץ, כפי שהעידה אחת מניצולות פסטיבל נובה, ניצן סינאני, שצילמה תוך כדי ריצת בריחה מהמחבלים וסיוע לחברתה שהתקשתה לרוץ: "פתחתי מצלמה גם, באיזה אומץ, לא יודעת" (חדשות 13, 2023, דקה 13:15).

על אף שהפעולה התקשורתית אינה מופנית ישירות נגד התוקפים, ניתן לראות במצלמה סוג של נשק, שכן היא משנה את יחסי הכוח בסיטואציה. הפצה של תיעוד מגבירה את כוחו של המתעד ועשויה להפוך יחסי כוחות בסיטואציות קיצוניות ויום-יומיות כאחד (Hemy & Meshulam, 2021). על פי שוורץ, אינטראקציות חברתיות ברשת הופכות היום בקלות לחפץ, שאותו ניתן להעביר להקשר אחר וכך לשנות את יחסי הכוח בהן (Schwartz, 2021). הוא הדגים זאת על סיטואציות של הטרדה מינית בפייסבוק: התנהלותן של הנשים המוטרדות באינטראקציה נובעת מהמחשבה על ביוש עתידי של המטריד באמצעות פרסום פומבי של צילומי מסך מתוך השיחה, והן עונות לו באמצעות טקסטים שהוא אינו הנמען העיקרי שלהם. כך, יחסי הכוח בסיטואציה משתנים, ובמקום לחוש מוטרדות הן חוות עוצמה ואף שעשוע. פרוש (Frosh, 2018) ניתח בצורה דומה חשבון אינסטגרם של סטודנטית באמסטרדם, אשר נהגה להעלות צילומי סלפי כשברקע נראו גברים שקראו לעברה והטרידו אותה ברחוב. צילומים אלה היו מנגנון התמודדות וצורת תגובה שמחזירה את הכוח מהתוקפים אל האישה, ומעבירה את הדגש מרגע ההטרדה להגדרה שונה של הסיטואציה.

ניתן לחשוב באופן דומה על תיעוד וצילום בזמן אירועים טראומטיים. קארות' טוענת כי המגע הישיר עם אירוע אלים מלווה בחוסר יכולת נפשית לעבד אותו או לבטא אותו במילים, ובהיעדר שפה, האירוע הטראומטי נשאר מחוץ להישג התודעה, אך פולש שוב ושוב אל מרחב הראייה, למשל בצורת פלשקים וחלומות חוזרים, במקום להשתקע כנרטיב קוהרנטי בזיכרון (Caruth, 2016). פינצ'בסקי מתבסס על הגדרתו של פריד לאירוע טראומטי כמצב שבו קורס מנגנון התיווך התודעתי בין פנים וחוץ, כך שהניסיון לתווך את הטראומה באמצעות השפה הוא למעשה 'תיווך של קריסת התיווך' (Pinchevski, 2019).

לפיכך, ניתן להבין את פעולת התיעוד הנעשית בסגנון עיתונאי כפעולה של הבניית נרטיב לחוויה הטראומטית בזמן אמת, כאשר הצילום העצמי עשוי להתפרש כניסיון להשתמש בטכנולוגיה כאיבר תותב, תווך חדש, המהווה חלופה למנגנון הפנים שקרס. פרשנות ברוח זו היא ביטוי נוסף של 'מדיאטיזציה מוגפת', שכן הדבר נעשה באמצעות פרקטיקה המזוהה עם צלמים מקצועיים, שעדשת המצלמה מאפשרת להם ליצור מרחק ואפילו ניתוק מסוים בינם לבין המצולם, כפי שטענה סונטג (Sontag, 1977).

שאלת האמינות של עדות המדיה

עד כה עסקנו בבחירה, המתבצעת ברמות שונות של מודעות, לשלוף מצלמה ולדווח בפורמט כמריעיתונאי, כביטוי של מדיאטיזציה מוגפנת. כעת נתייחס לסרטונים עצמם, המהווים כאמור עדויות מדיה, ולאסטרטגיות התיווך המתבטאות בהם. לאורך ההיסטוריה ניכר כי המדיום בו נמסרה העדות השפיע על האופן שבו עדויות נתפסות, מופקות ונצרכות (Pinchevski, 2019). לאחר השואה הושם דגש על שימור העדויות, אך עם התפתחות המדיה השתנו הציפיות מעדויות: לא די בשימור למען ההיסטוריה, אלא יש צורך בהנגשה של העדות, והיום גם בהפצה שלה לקהל הרחב (Pinchevski, 2019). זוהי אחת המשמעויות של המושג 'עדות מדיה', שכן עדויות בימינו מתווכות ומופצות כאן ועכשיו, ולא קיימות רק כדי שנוכל לחזור אליהן בעתיד (Frosh & Pinchevski, 2009).

אם כן, בעדות מדיה יש משקל גדול מאד לקהל שנחשף לעדות, ואנו טוענות כי הדבר משפיע בהכרח על אופני הפקת העדות. במקרה של עדות בייצוג עצמי בזמן אמת, החוויה עצמה משתנה כתוצאה מהיותה בריזמנית גם עדות מדיה. מאחר שהמודעות הרפלקטיבית של המתעדים לתפקידם באירוע, כמו גם למשמעויות של הבחירות שלהם - עצם הבחירה להשתמש במדיה, באילו מדיה ואיך - היא מאפיין בסיסי של מדיאטיזציה עמוקה (Hepp, 2019), אנו טוענות כי אסטרטגיות התיווך בסרטוני עדות מדיה ממצבי קיצון מושפעות ממאפייני המדיה העכשוויים.

כאמור, צורת העדות הדומיננטית כיום היא העדות האודיוויזואלית (Thomas, 2009), אך אחד המאפיינים הבולטים של המדיה העכשוויים הוא היכולת לפברק דימויים משכנעים, כך שהצילום מאבד את הזיהוי שלו עם תיעוד ריאליסטי (Ehrlich, 2021). אנו טוענות כי הסכנה לזיוף ועיוות עדויות, בייחוד באירוע מדיה היברידי שבו המדיה עצמה משמשים זירות נוספות של האירוע, היא גורם מחולל המשפיע על צורת ההפקה ומתן עדות המדיה בייצוג עצמי בזמן אמת.

שאלות של אמת מול חוויה והמהימנות של התפיסה הן מהשאלות המרכזיות העולות לגבי עדויות בכלל (Peters, 2001, p. 707). שדה העדות מבוסס על אמון בין הסוכנים השונים במשולש התקשורתי - העד, העדות והקהל - ולכן הוא שדה של מאבק אקטיבי על אמון הקהל (Ashuri & Pinchevski, 2009). אשורי ופינצ'בסקי עוסקים במאבק בין הנרטיבים השונים של עדי ראייה, גורמים מתווכים מוסדיים ועמדות הקהל הצופה בעדות, אך תיעודי השבעה באקטובר נותנים קול, ייצוג וסוכנות לסובייקטים שעוברים בעצמם את החוויה המתועדת. הם לא מסתמכים על עמדתו

של עד חיצוני אלא מפיקים את העדות בעצמם, כחלק מהאירוע, ותופסים בוזמנית את תפקידי האני החווה, עד הראייה לעצמי, וגם המתווך המוסדי העיתונאי. לכן, אנו טוענות כי העיסוק בבסיס האמינות והאותנטיות של התיעוד הוא מוטיבציה חשובה לתיעוד עצמו, וגם מעצב את פעולותיהם של העדים המתעדים, החווים את האירוע.

מכיוון שה'אותנט' הוא תמיד תוצר מלאכותי, מובנה חברתית ותלוי הקשר, המובן בעיקר כהתאמה לייצוג אידאלי של המציאות (Grazian, 2003), משתמשי המדיה החברתיים נוקטים מגוון אסטרטגיות כדי ליצור פרפורמנס של אותנטיות (Marwick & boyd, 2011). במקרה של אירועי קיצון ומצבי סכנה, לוגיקת הדיווח החדשותי של המדיה המסורתית מכתיבה את אופני הייצוג האידאלי. לפיכך, אנו טוענות כי העד החווה המתעד את עצמו בזמן אמת יוצר פרפורמנס כמו-עיתונאי כמצג של אמינות ו'ביצוע' של אותנטיות באופן אינטואיטיבי, וברמות שונות של מודעות למאפייניו.

על פי ברוארסמה (Broersma, 2010), 'יצירת אמינות במדיה אינה תלויה במה שניתן לראות כאותנטיות, התנהגות 'טבעית', אלא בפרפורמנס 'טוב', לפי כללים מוסכמים. במאמרו הוא משתמש בדוגמה של ריאיון הבנוי משאלות ותשובות כדי להסביר כי ריאיון אמנם יוצר תחושה של שיחה אותנטית, אך הוא למעשה פעולה פרפורמטיבית. כמו כן, הוא מציג אסטרטגיה המכונה 'פישוט' (הפיכת דבר מה לפשוט): לפעמים הסיטואציה המדווחת היא מורכבת להבנה עבור מי שאינו נוכח בה, ושימוש בשפה 'פשוטה' בדיווח היא פעולה פרפורמטיבית שמפשטת סיטואציה מורכבת. האסטרטגיות הללו הופכות לתעודות של אמינות מפני שהן חוזרות על עצמן, והחזרה עליהן מייצרת שפה משותפת ועוגן, הגורמים לתחושה כי האירועים החולפים הם יציבים ומוחשיים, אם לא בתוכן לפחות בצורה (Broersma, 2010).

פיטרס טען, למשל, כי הרדיו בראשית דרכו התמודד עם בעיית האותנטיות באמצעות פורמט השידור החי (Peters, 1999), מוסכמה ששועתקה מאוחר יותר גם בטלוויזיה. אך גם ה'חי' הוא מובנה ופרפורמטיבי: מכיוון שעלולות הפקתן של תוכניות בשידור חי הייתה גבוהה, לפעמים היה צורך לצלם את אותה התוכנית בכמה זמנים שונים כדי שהשידור יהיה 'חי' באזורי זמן שונים בעולם (Vianello, 1985).

אחת האסטרטגיות המרכזיות של המדיה לבניית אמינות באמצעות צילום היא 'התמונה מספרת הכול', שבה הדימוי המצולם משמש מקור אותנטי באמצעות היכולות הטכניות של המצלמה, למשל תקריב, כדי להעניק לצופים חוויה מלאה של המתרחש (Grabe et al., 2001), או 'צילום עוקב' - תנועת מצלמה מבוקרת וממוקדת, בניסיון לעקוב אחר ההתרחשויות (Juhlin et al., 2010). קמפף וליבס מציינים כי כדי להפיק דימויים מעין אלו, העיתונות המודרנית במקרים רבים עוברת מעמדה אובייקטיבית

להשתתפות פעילה של העיתונאי בעלילה, במה שמכונה 'עיתונות פרפורמנס', המאופיינת בהצגת דרמות בזמן אמת (Liebes & Kampf, 2009). הם מכנים עיתונאים מסוג זה 'עיתונאים מוטמעים' (embedded journalists) - עיתונאים שמחפשים הזדמנויות לפעול בשטח, ולעיתים לנהוג כגיבורים המסכנים את חייהם, כדי להעביר סיפור 'אותנטי' ואמיץ ישירות מהחזית.

עם זאת, לנוכח ערעור מעמדו של הצילום כמשקף מציאות התפתחו פרקטיקות אחרות לסימון אותנטיות בצילום בטלפון הנייד, כאשר דווקא האיכות הירודה של הדימוי (poor image) היא שמעידה על אמיתות ההתרחשויות (Steyerl, 2009). האותנטיות כאן אינה נמדדת באיכות החזותית, אלא בכוחו של הדימוי לשרוד, לנוע, להפעיל ולהשתנות. בתנאים אלו, האמת היא לא מהות יציבה הקשורה במקור אותנטי, אלא תהליך של הפצה, התנגדות וניכוס מחדש (Steyerl, 2009).

מכיוון שה'אותנטי' הוא מצרך מבוקש אך לא באמת קיים, הניסיון לתווך אותנטיות הוא עקר, בדיוק כמו הניסיון לתווך את קריסת התיווך בתיאור הטראומה לפי פינצ'בסקי (Pinchevski, 2019). הניסיון 'לבצע' אותנטיות באמצעות פרפורמנס כמו-עיתונאי הוא, אפוא, עוד ביטוי של הטמעת לוגיקת המדיה בידי הפרט, קרי, מדיאטיזציה מוגפת.

הדגמת החסגרת הפרשנית באמצעות שני סרטונים מהשבעה באוקטובר

בחלק זה נביא שתי דוגמאות בולטות מסרטוני התיעוד העצמי מהשבעה באוקטובר, אשר עושים שימוש בטכניקות עיתונאיות ופרפורמנס עיתונאי, כלומר, הצגת אירועים באמצעות כלים ומבנים סגנוניים הנהוגים במדיה המסורתית (Broersma, 2010). הסרטונים נותחו בגישת ניתוח תוכן רב-אופני, תוך התייחסות לשישה ממדים עיקריים: תנועות מצלמה (pan, tilt, focus), תנועות גוף (postural/gestural movements), תמוניות (selfie/view), סביבה (חומרית ואנושית), פסקול (צלילים המופיעים ברקע הצילום) ודיבור - אופן ותוכן (pitch, volume, direct/indirect instructions). כל רכיב מספק נקודת מבט שונה על האופן שבו נוצרת משמעות בתוך התיעוד, והחפיפה ביניהם מאפשרת הבנה מעמיקה של יחסי הגומלין בין המרכיבים השונים, היוצרים משמעות (Bateman et al., 2017; Jewitt et al., 2016).

1. דניאל פלמדיאלה, שדרות

סרטון הווידיאו של הטנדר הלבן העמוס מחבלים חמושים שנעצר מחוץ לבית בשדרות, הוא אחד הדימויים הראשונים והידועים שהופצו ברשת ושודרו במהדורות החדשות

בבוקר השבעה באוקטובר. הסרטון הופיע לראשונה בתקשורת באתר האינטרנט של חדשות 12 (mako, 2023). מי שצילם ומיד הפיץ אותו הוא דניאל פלמדיאלה, תושב שדרות. דניאל צילם מחלונו תוך סיכון עצמי, שכן מחבל חמוש מפנה את מבטו ואת נשקו ישירות אל החלון תוך כדי הצילום.

תמוניות (frame): פורמט הצילום הוא אנכי, ומתאים לפורמט שבו מוצגים סרטונים ברשתות החברתיות.

תנועות מצלמה: ניתן לראות כי דניאל עוקב אחר ההתרחשויות שמחוץ לביתו. הצילום מטושטש מעט, כפי שקורה לפעמים כאשר משתמשים בתקריב (זום), והמצלמה נעה בין תקריב בגובה ביניים, בצילום גג תחנת המשטרה, לזווית גבוהה (מלמעלה-למטה, tilt) בצילום המחבלים שמתחת לחלון הבית. במעבר בין שתי הזוויות המצלמה נעה אופקית שמאלה, למעלה ולמטה (תנועת פאן), ומעט בזום אוטו, עד שהיא מתייצבת על הטנדר ובו המחבלים. מצד אחד דניאל משתמש ב'צילום עוקב' למעקב אחר ההתרחשויות, ומצד שני הצילום בתקריב נעשה תוך כדי פאן, הנחשב לתנועת מצלמה בלתי מבוקרת (Juhlin et al., 2010) שמפיקה לעיתים דימוי באיכות ירודה.

פסקול ותנועות מצלמה:

המצלמה מתמקדת בדמויות הנמצאות על גג המשטרה.

קוראל: (שואפת אוויר תוך כדי השמעת קול) "אמא!" (בו־זמנית נשמעת דמות נוספת: "מה קרה?")

דניאל: "מה יש לך מאמי?"

קוראל: "מאמי" (המצלמה של דניאל נעה בקצב מהיר ימינה ומטה, עדיין תוך כדי תקריב מלא).

דניאל: "מה?" (תנועת המצלמה עוברת שמאלה, תוך כדי תקריב מלא).

קוראל: "זוּזוּ..."

דניאל: "הנה" (כנראה כעת, כשדניאל אומר "הנה", הוא רואה את מה שרואה קוראל, ומחפש עם המצלמה את הטנדר).

קוראל: "אמאלה..." (לדמות נוספת שנמצאת בחדר) מה את מפגרת? (המצלמה ממשיכה לנוע קצת שמאלה וקצת זום אוטו). קולות ירי חזקים נשמעים.

דניאל: "תזיהרו, תזיהרו!" (המצלמה מתרחקת מעט בזום אוטו).

קוראל: "אמא! זוּזוּ!"

דניאל: "תזיזו את הראשים שלכם מפה, תזיזו, תזיזו את הראשים" (המצלמה מתמקדת במחבלים, זום אוטו מלא).

קוראל: "גם אתה! גם את! תוריד את התריס! עכשיו!"

דניאל ממשיך לצלם, אחד המחבלים מכוון את הנשק שבידו לכיוון המצלמה.

קוראל: "תוריד את התריס!"

המצלמה יורדת כלפי מטה ב־tilt, בתנועה לא מבוקרת, התמונית נצבעת שחור וקוראל נשמעת: "עכשיו!" בליווי של רעשי התריס יורד.

לדניאל פלמדיאלה ולבת זוגו קוראל היו תגובות אינטואיטיביות שונות למצב. קוראל מגיבה כמצופה לפי הספרות במצבי סכנה, מבקשת לברוח ולהסתתר, בעוד דניאל מסתכן כדי לצלם ולתעד. הפער יוצר בין השניים עימות שנשמע בסרטון, ועליו מפרטת קוראל בכתבה בתוכנית **המקור**: "הייתי בשוק שהוא בכלל פותח מצלמה. מהר הורדתי את התריס ואמרתי להם להתרחק מהחלון וללכת לחדר המוגן יותר, הפנימי יותר" (דקה 1:17 בכתבה). דניאל המשיך לתעד ולהפיץ את כל מה שראה מחלוננו, לרבות קרבות בין מחבלים לשוטרים על הגג של תחנת המשטרה בשדרות, והוא מראה סרטונים אלה לכתב **המקור** בטלפון הנייד שלו. "גם שם אמרתי לו, מה, אתה שדרן חדשות? די, תפסיק," אומרת קוראל (דקה 2:45). על פי קוראל, התיעוד הוא תפקיד מקצועי של שדרן חדשות, ואילו הם, כאזרחים, צריכים להסתתר.

דניאל פלמדיאלה מגיב לסיטואציה החריגה באמצעות פרפורמנס עיתונאי מסוג 'התמונה מספרת הכול', תוך סיכון אישי. הוא מתפקד כ'עיתונאי מוטמע', המתמקד באפשרויות הצילום כדרך להתקרב להתרחשויות ולקרב אליהן את הצופים, תוך כדי ניסיון לראות טוב יותר בעצמו ולהפיץ את הדיווח, על אף הסכנה הכרוכה בהבאת העדויות.

כשכתב **המקור** שואל: "מה בעצם גרם לך לפתוח מצלמה, ולהתחיל לתעד את כל הדבר הזה שאתה רואה מבעד לחלון שלך?" (דקה 1:42), דניאל עונה: "הייתי חייב כאילו להראות לחבר'ה שלי שיש באמת חדירה של מחבלים, כאילו החבר'ה שלנו בשדרות. אני רציתי להגיד להם, תיזהרו, יש פה מחבלים בשדרות, תסגרו את החדרים שלכם, את הבתים, תגידו לכולם להיכנס לבית". דניאל מספר כי הפיץ את הצילומים בשתי קבוצות וואטסאפ בלבד, והתגובות הראשונות שקיבל היו: "די, מה זה הפייק הזה? זה לא הגיוני שזה מתחת לבית שלך. מה, זה רציני? זה אשכרה קורה? יש מחבלים בשדרות? אתה משקר עלינו" (דקה 2:09).

הסיבה לפקפוק באמינות הצילום של דניאל קשורה לזמינות הגבוהה של האפשרויות הטכניות ליצור סיטואציות שלא התרחשו, ולתרבות שבה נפוצות יצירות שכאלה. הקהל מתקשה לסמוך על האותנטיות של הצילום, אך לדניאל אין מתווך אחר בנמצא. כדי לפצות על כך, נראה כי דניאל בוחר בריבוי, ברציפות ובמיידייות של הפרפורמנס החדשותי בו 'המצלמה רואה הכול' כדרך לייצר תחושה של 'כמעט בשידור חי', בניסיון

לבסס אמינות ולשקם את הקשר בין צילום לתיעוד אותנטי של המציאות. לשם כך, צורת הצילום שלו מזוגת בין פרקטיקות מקצועיות של צלם עיתונות ובין דימויים באיכות ירודה ותנועות מצלמה בלתי מבוקרות המזוהות עם הצילום בטלפון הנייד. אם כן, המוטיבציה של דניאל לתיעוד משפיעה גם על צורת התיעוד.

2. ירדן וקנין, פסטיבל נובה

בקטע קצר מתוך הסרט התיעודי *Nova#* (פאר, 2023), המבוסס על תיעודים בטלפונים הניידים שמסרו ניצולי פסטיבל נובה, נראית ירדן וקנין יושבת לצד שני אנשים מתחת לעץ, כשהם מסתתרים מפני המחבלים בשטח פתוח.

תמוניות (frame): פורמט הצילום הוא אנכי במתכונת צילום עצמי (selfie), ומתאים לפורמט שבו מוצגים סרטונים ברשתות החברתיות.

פסקול ותנועות מצלמה: הפסקול מורכב משלוש שכבות: צלילית (רעשי רקע), מילולית (משמעות המילים ואופן הגייתן) וקולית (טון, עוצמה ורעשי רקע). שתי השכבות האחרונות יוצרות דיסוננס, שכן המילים הנאמרות כוללות אמירות קלילות וצחקוק (דקה 39:16):

ירדן: "טוב חברים. אני פה הכרתי בטבע כל מיני אנשים (הפסקה). זאת אופק (המצלמה נעה בתנועת pan לעבר דמותה של אופק), וזה אופיר... (המצלמה נעה לעבר דמותו של אופיר, המנופף לשלום ומחייך. הפסקה). אופק, מה יש לך להגיד על המצב?" (הפסקה). לאחר ההפסקה הקצרה, ירדן מחזירה את המצלמה לפניה שלה בתנועת פאן ואומרת: "אופק לא במצב להגיב על המצב. (הפסקה) (צחקוק)".

תוכן המשפטים לא מסגיר את התרחשותו של אירוע חריג, אך הם נאמרים בלחישה וברקע נשמעות צעקות ויריות. מכיוון שזו שעת יום והדמויות יושבות מתחת לעץ כשהן ערות לחלוטין, אפשר להסיק שהלחישה אינה מתוך ניסיון להימנע מלהעיר מישוהו ישן, אלא היא מבטאת זהירות במצב שמחייב חשאייות. למרות שהטון של וקנין מתאים להקשר היום-יומי שבו סרטונים כאלו נוצרים, ושומעים בקולה שהיא מחייכת ולרגעים אף מצחקקת בלחש, הלחישות ורעשי הרקע - צעקות בערבית הנשמעות מרחוק וקולות ירי - מסגירים את חריגות הסיטואציה שבה היא נמצאת. תחושת הדיסוננס בין התאורה, הסביבה, הבעות הפנים החייכניות והלבוש, ובין עוצמת הקול, קולות הרקע ועצם הנייחות של הדמויות, מתעצמת כאשר וקנין מפנה שאלה למרואיינת שלה: "אופק, מה יש לך להגיד על המצב?"

ירדן מראיינת בלחש את שותפיה למחבוא ביער, על אף הסכנה שהדיבורים יגרמו לחשיפתם. הפעולה ה"יעילה" במצב סכנה מעין זה היא הסתתרות ושמירה על שקט. עם זאת, נראה שבמקרים רבים קיים צורך לבטא את חוויית ההתמודדות עם המצב. במקרים רבים נוצר מתח בין יעילות וביטוי (function/expression), אך כאן ההפרדה בין השניים (Studd & Cox, 2019) אינה מתקיימת בהכרח. ככל הנראה, הביטוי מסייע בהתמודדות האישית עם הסכנה, אף שבמבט מבחוץ נדמה שהפעולות הכרוכות בביטוי זה אינן יעילות, ואף מגדילות את הסכנה.

כאשר ירדן בוחרת לדבר למצלמה, היא מייצרת נרטיב לחוויה תוך כדי החוויה, ומנסה להציע לאופק את אותה ההזדמנות. בסרטון ניכרים ההבדלים בין ירדן המצלמת לאופק המצלמת. כאשר ירדן מנסה לראיין את אופק, אופק לא עונה לירדן, ולכן ירדן חוזרת וממקדת את המצלמה בפניה שלה ואומרת: "אופק לא במצב להגיב על המצב". הביטוי הכללי "לא במצב" משמש כדי לומר שהיא חווה רגש שלילי - היעדר יכולת, רצון או מצב רוח. אך התיאורים הללו אינם מצליחים להעביר את המורכבות של הרגשות והתחושות הפיזיות והנפשיות אצל מי שמסתתרות ונמלטות על חייהן בזמן שמחבלים בסביבתן מבצעים טבח. ריאיון זה הוא ייצוג מימטי של שיחה שלא הייתה מתקיימת באותו האופן, או לא הייתה מתקיימת כלל, לולא נוכחות המצלמה והרשתות החברתיות. אך אופק אינה משתפת פעולה, ודווקא כך הסרטון מתווך את חוסר היכולת למצוא מילים כמאפיין בולט של החוויה הטראומטית (Caruth, 2016).

מאוחר יותר, בריאיון ל-Ynet, אמרה ירדן: "הבנתי שאם לא אתעד, לא אאמין לעצמי אחר כך. רציתי לראות בעיניים שאשכרה חוויתי את זה" (איזק, 2024). ירדן מתקשה לסמוך על חושיה שלה, על 'חומת המגן' הקורסת ברגע הטראומה, ולכן מגייסת לעזרתה את הטכנולוגיה, שתלכוד את הסיטואציה באופן הנתפס כאובייקטיבי. האמינות היא מוטיבציה מרכזית, שמניעה אותה לא להסתפק בצילום בלבד אלא לבצע פרפורמנס עיתונאי כחלק בלתי נפרד מאותה חוויה.

ירדן יוצרת אינטראקציה דמוית ריאיון, הנותנת תחושה של אינטראקציה טבעית ואוטנטית עם הסביבה (Broersma, 2010). המרואיינת שלה, אופק, אינה מגיבה מילולית, אלא מביטה במצלמה לרגע, מחייכת ומפנה את ראשה כלפי מטה, לעבר הקרקע (דקה 39:29 בסרט). תגובתה חורגת מהפרוצדורה המקובלת של שאלה ותשובה בפרפורמנס חדשותי רגיל, אך דווקא הרגע הזה הוא מפתח להבנת הסיטואציה שבה הדמויות נמצאות, והוא מעניק תחושת אמינות מוגברת, שכן אין מילים היכולות לתאר את 'המצב', והתגובה האוטנטית מחזקת את הקשר עם הצופים. כאשר אופק אינה עונה, ירדן משנה אסטרטגיה. אם פרפורמנס הריאיון לא מתנהל כצפוי ואופק

לא יכולה/רוצה להגיב, ירדן יכולה להציל את הפרפורמנס באמצעות המשפט "אופק לא במצב להגיב על המצב". הבחירה במילה 'מצב' היא פשוט (Broersma, 2010) - מצד אחד היא מאפשרת תיווך מסוים של האירוע, ומצד שני היא אינה מתארת את מורכבותו.

סיכום

מאמר זה הציע שני חידושים מרכזיים. ראשית, הצלבה בין שלושה שדות מחקריים - מדיאטיזציה, טראומה ועדות - מתוך הבנה כי הן הגדרות הטרומה והן סוגת העדות התפתחו בצמוד למדיה חדשים, כלומר מצויים כבר בתהליכי מדיאטיזציה. המאמר מצביע על התפתחויות נוספות בעדות מדיה ובקשרים בין טראומה למדיה בעידן של מדיאטיזציה עמוקה, אשר מודגמות באמצעות סרטוני תיעוד עצמי מהשבעה באוקטובר.

שנית, מכיוון שתחומי החקר המוזכרים עוסקים בעיקר בקהלי ובגופי המדיה, תרומתו הייחודית של המאמר היא בהעברת המוקד לתהליכי ההפקה וההפצה של סרטונים בעת מצבי קיצון, כפעולות גופניות של יחידים אשר בחרו לתווך ולתעד את האירועים שחוו באמצעות פרפורמנס עיתונאי, על אף הסכנה שבכך. מחקרי מדיאטיזציה הכירו בפער מחקרי זה, ומאמרנו הציע לנקוט גישה פנומנולוגית כלפי הסרטונים כמענה לכך. באמצעות המושג 'מדיאטיזציה מוגפת' ביקשנו לעמוד על משמעותן של הבחירות התקשורתיות ועל המוטיבציות של המתעדים במצבים אלו.

ירדן וקנין ודניאל פלמדיאלה אינם עיתונאים מקצועיים, אך בסרטונים הם השתמשו בפורמטים עיתונאיים וגיוונים פרפורמטיביים שהפנימו מהמדיה. ביצוע פרפורמנס עיתונאי במצב קיצון דורש בחירה ואומץ, הוא לא נחשב 'אינסטינקטיבי' ואינו תואם לספרות הקיימת על מנגנוני תגובה לטרומה. עם זאת, מדובר בצורת תגובה שאינה חריגה, והופכת יותר ויותר נפוצה תרבותית. אולם, היא סופגת ביקורת ציבורית, בשל הציפייה כי במצבים אלו הפרט ידאג לשרידות הגופנית שלו ושל אחרים במציאות הפיזית. מאמרנו מציע כי בעידן של מדיאטיזציה עמוקה לא ניתן להפריד בין הגוף למדיה, ובין תגובות גופניות לאירועים במרחב לבין פרקטיקות תיווך במדיה, כך שפרקטיקות של מדיה קשורות אף הן לרבדים מסוימים של שרידות הפרט.

המושג 'מדיאטיזציה מוגפת' משמש גשר בין פעולות גופניות ופרקטיקות מדיה תרבותיות במצב זה. עצם זמינותה של צורת התגובה התקשורתית במצב טראומטי מעיד על חלחול תהליכי המדיאטיזציה העמוקה לרמת הפרט. במצב של תקשורת

עצמית-המונית, כאשר כל אדם משמש גוף מדיה, היחיד מפנים לוגיקה של מוסד תקשורת. מקרה הבוחן של מצב מסכן חיים מלמד שלא מדובר כאן בבחירה תרבותית לחקות את המדיה, הנפוצה בקרב יוצרי תוכן דיגיטלי, אלא הטמעה עמוקה של לוגיקת המדיה כך שהיא מהווה אינטואיציה גופנית במצב קיצון, בו הפרט נדרש לפעול באופן מיידי ויעיל. מסיבה זו אנו סבורות כי צורת פעולה זו, שנתפסה בעבר כמשונה ונלעגת, הופכת יותר ויותר לגיטימית כחלק מהתסריט התרבותי באירועים חריגים.

לפיכך, ברובד הראשוני של הפרשנות, ניסינו לעמוד על משמעותו של התיעוד העצמי באמצעות פרפורמנס עיתונאי כמנגנון התמודדות עם טראומה, כפעולה אקטיבית המשיבה שליטה וסוכנות לסובייקט המתעד, כאשר הפרפורמנס העיתונאי מסייע לייצר נרטיב לטראומה בזמן אמת. הצענו לראות בפרפורמנס העיתונאי ניסיון להקים מחדש באמצעות המדיה את חומת התיווך בין הפנים לחוץ, הקורסת בזמן טראומה. אף שבמחקר זה אין אפשרות לקבוע בוודאות כי המתעדים חוו טראומה, אנו מציעות להתבונן בפעולת הצילום כמנגנון התמודדות עם חוויות מסכנות חיים, העונות להגדרה של 'טראומה' בספרות המחקר, ולכן המחקר יכול לתרום גם בהצעת כיוונים חדשים בחקר הטראומה. יש כאן הזדמנות לבחון האם נתינת עדות מדיה בייצוג עצמי בזמן אמת באמצעות פרפורמנס עיתונאי תרמה לחוסן ולמסוגלות של המתעדים להתמודד עם התפתחות של פוסט-טראומה בהמשך.

ברובד השני של הפרשנות, התבוננו בתוצרי התיעוד כעדויות מדיה, סוגת עדות המושפעת מלוגיקת המדיה ומעוצבת באמצעותה. בעידן חברת הרשת, המאופיינת בהסרת המתווכים המוסדיים לטובת תקשורת עצמית-המונית, הדגשנו את המצב שבו יחידים נושאים באחריות לתיעוד החוויה שלהם ונדרשים להיות עדים לעצמם, כמוטיבציה לתיעוד עצמי בזמן סכנה. זאת ועוד, דניאל פלמדיאלה העיד כי שלח את סרטוניו לקבוצות מקומיות בשדרות, כדי להזהיר את חבריו. עובדה זו מסמנת שינוי נוסף מעדות מדיה מסורתית לעדות מדיה בייצוג עצמי בזמן אמת בעידן של מדיאטיזציה עמוקה: עדות מדיה ממוענת לקהלי מדיה גלובליים, בעוד עדויות מהסוג שנידון במאמר זה ממוענות לעיתים לקהלים מפולחים ומצומצמים יותר, והופכות לעדויות מדיה בזכות מנגנונים של שיתוף ויראלי. לכן, במחקרי המשך כדאי לתת את הדעת על השינויים הפוטנציאליים גם בנמענות של העדות בעידן הנוכחי.

כאמור, התשתית הטכנולוגית המאפשרת את המדיאטיזציה - מכשיר הטלפון שבידי כל אדם - מייצרת ריבוי ומגוון של יצרני מידע. בין השאר, יש לכך השלכות על אופני ידיעה ועל מושג האמת. במאמר הנוכחי עמדנו על אחת ההשלכות הללו דרך התפתחותה של עדות המדיה. העלינו את האפשרות כי בעידן של ריבוי מקורות וערעור

מושג האמת, עדות המדיה נדרשת להתמודד לא רק עם אתגרי הנגשה והפצה, אלא גם עם שאלת האמת. הצורך לתקף את העדות תוך כדי הפקתה מעצב את אופני מתן העדות, גם במצב מסכן חיים, כאשר היחיד נדרש לפעול במיידיות. הדאגה לאמינות העדות היא מוטיבציה המחלחלת לרבדים של פעולה מיידית ואינטואיטיבית, משפיעה בזמן אמת על חווית הסכנה ומעצבת את דרכי הפעולה שבוחרים יחידים במסגרת חוויה זו. עדויותיהם של ירדן ודניאל לתקשורת הדגימו וחזקו טענה זו, והסרטונים שלהם הדגימו שימוש במגוון אסטרטגיות מדיה המזוהות עם פרפורמנס של אמינות ואותנטיות.

הקושיה הפילוסופית 'אם עץ נופל ביער ואף אחד לא שומע, האם הוא השמיע צליל?' מעלה שאלות על הקשר בין קיום לתפיסה, אך אחד ממובני קשור גם לעדות: האם דבר בכלל מתרחש, אם אין עד שיבחין בו? מהסיפורים של דניאל וירדן עולה כי לא ניתן לסמוך באופן מלא על הטכנולוגיה וגם לא על החושים. בעידן המדיאטיזציה העמוקה, אין לאף אחד מאלה קדימות על פני השני, ונראה כי הרף האפיסטמולוגי עולה, שכן כדי שמשוהו ייתפס כאמיתי או ממשי, עליו להתרחש בכל הרבדים: הגוף, המרחב הפיזי והמדיה השונים. ניתן אפוא לעדכן את הקושיה לזמננו באופן הבא: 'אם עץ נפל ביער ומישהו שמע, אבל לא צילם ולא העלה לרשת, האם הוא נפל?'

רשימת המקורות

- mako (2023, 7) באוקטובר). תיעוד חריג: מחבלים חדרו ליישובי העוטף ומבצעים ירי. <https://www.mako.co.il/pzm-soldiers/Article-af01eb8bf780b81026.htm?Partner=interlink>.
- איזיק, ר' (2024, 9 בינואר). "הבנתי שאם לא אתעד, לא אאמין לעצמי אחר כך": המצולמות בדוקו "#נובה" מדברות. *Ynet*. <https://www.ynet.co.il/entertainment/article/yokra13741683>.
- אידי, ד' (2016). פוסטפנומולוגיה וטכנומדיע: סדרת הרצאות באוניברסיטת פקינג (תרגום: ג' ולנר). רסלינג (המקור פורסם ב־2009).
- וינרב, ג' (2023, 25 בנובמבר). מצלמים ושוורדים: מה גרם לאנשים לשלוף את הטלפון גם תחת אש? *גלובס*. <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001463032>.
- חדשות 13 (2023, 1 בנובמבר). תיעוד מלא של מסע הבריחה המדהים של אפק מהמסיבה, בו הציל 10 אנשים ברכב אחד [סרטון וידאו]. Youtube.
- חדשות 13 (2024, 4 במרץ). "הם באו להרוג": הניצולה מכביש הדמים - שתיעדה את רגעי האימה [סרטון וידאו]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=RU24Tl5AWsg>.

לב-און, א' וגו'נסקי, י' (2024). מדיאטיזציה ומלחמה: דבר העורכים לגיליון הנושא "תקשורת: דמוקרטיה, מחאה, מלחמה". **מסגרות מדיה**, 26, 9-26. <https://doi.org/10.57583/MF.2024.26.10071>

נוסק, ה' (2018). האם יש צורך בשינוי/חידוש התיאוריות הנלמדות בקורסי המבוא לחקר התקשורת -האם המדיום הוא המסר? בתוך: גבולות הדיסציפלינה ותכני קורסי "מבוא לתקשורת": האם הגיעה כבר התקופה החמישית - דיון. **מסגרות מדיה**, 17, 9-12.

סימון, ע"מ (2025). **להילחם, לברוח, לקפוא... לתעד? התמודדות עם מצב מסכן-חיים באמצעות תיעוד ותיווך ב'מך'אמת'** [עבודה לשם קבלת תואר מוסמך]. אוניברסיטת בר-אילן.

פאר, ד' (בימוי) (2023). *NOVA#* [סרט תיעודי]. Yes. <https://www.youtube.com/watch?v=VHOiLANpses>

רשת 13 (2023, 16 בנובמבר). האדם שעומד מאחורי הסרטון הוויראלי של המלחמה: "רציתי להראות שיש חדירה של מחבלים" [סרטון וידיאו מתוך **המקור**, עונה 22, פרק 18]. **המקור - חדשות 13**. <https://13tv.co.il/item/news/hamakor/season-22/clips/tyzlu-903806330/?pid=1027884&cid=903778604>

שפירא, נ' ולב, ר' (בימוי) (2021). **סינדרום פיינגולד** [סרט תיעודי]. כאן 11. <https://www.kan.org.il/content/dig/digital/p-12495>

שקדי, ר' (2024, 8 באוקטובר). "חטפתי כדור ברגל והמשכתי לצלם": הצעירים שתיעדו עצמם בטבח מסבירים מדוע עשו זאת. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/culture/internet-culture/article/16424301#j8jqmxaoks>

Allan, S. (2015). 'Iphone-wielding amateurs': The rise of citizen photojournalism. In C. Atton (Ed.), *The Routledge companion to alternative and community media* (pp. 357–366). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315717241>

Andén-Papadopoulos, K. (2014). Citizen camera-witnessing: Embodied political dissent in the age of 'mediated mass self-communication'. *New Media & Society*, 16(5), 753–769. <https://doi.org/10.1177/1461444813489863>

Ashuri, T., & Pinchevski, A. (2009). Witnessing as a Field. In P. Frosh & A. Pinchevski (Eds.), *Media witnessing: Testimony in the age of mass communication* (pp. 133–157). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230235762_7

Ataria, Y. (2016). The witness's death: Primo Levi and Georges Perec. In Y. Ataria, D. Gurevitz, H. Pedaya & Y. Neria (Eds.), *Interdisciplinary handbook of trauma and culture* (pp. 195–216). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-29404-9_13

- Bateman, J., Wildfeuer, J., & Hiippala, T. (2017). *Multimodality: Foundations, research and analysis—A problem-oriented introduction*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110479898>
- Blackler, A. L., Popovic, V., & Mahar, D. P. (2010). Investigating users' intuitive interaction with complex artefacts. *Applied Ergonomics*, 41(1), 72–92. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2009.04.010>
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young People, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
- Bracha, H. S. (2004). Freeze, flight, fight, fright, faint: Adaptationist perspectives on the acute stress response spectrum. *CNS Spectrums*, 9(9), 679–685. <https://doi.org/10.1017/S1092852900001954>
- Broersma, M. (2010). Journalism as performative discourse. In V. Rupa (Ed.), *Journalism and meaning-making: Reading the newspaper* (pp. 15–35). Hampton Press.
- Cantor, C., & Price, J. (2007). Traumatic entrapment, appeasement and complex post-traumatic stress disorder: Evolutionary perspectives of hostage reactions, domestic abuse and the Stockholm syndrome. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 41(5), 377–384. <https://doi.org/10.1080/00048670701261178>
- Caruth, C. (2016). *Unclaimed experience: Trauma, narrative, and history*. Johns Hopkins University Press. <https://doi.org/10.56021/9781421421650>
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Chouliaraki, L. (Ed.). (2012). *Self-mediation: New media, citizenship and civil selves*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203722701>
- Chouliaraki, L., & Al-Ghazzi, O. (2022). Beyond verification: Flesh witnessing and the significance of embodiment in conflict news. *Journalism*, 23(3), 649–667. <https://doi.org/10.1177/14648849211060628>
- Christensen, M., & Jansson, A. (2014). Complicit surveillance, interveillance, and the question of cosmopolitanism: Toward a phenomenological understanding of mediatization. *New Media & Society*, 17(9), 1473–1491. <https://doi.org/10.1177/1461444814528678>
- Clark, M., & Lupton, D. (2023). The materialities and embodiments of mundane software: Exploring how apps come to matter in everyday life. *Online Information Review*, 47(2), 398–413. <https://doi.org/10.1108/oir-12-2020-0565>

- Couldry, N. (2014). Mediatization and the future of field theory. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication* (227–245). De Gruyter Mouton.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191–202. <https://doi.org/10.1111/comt.12019>
- Crinquand, S. (2020). First World War diaries: Making the private public. *Revue Belge de Philologie et d'Histoire–Belgisch Tijdschrift voor Filologie en Geschiedenis*, 98(3), 715–732. <https://doi.org/10.3406/rbph.2020.9432>
- Cumiskey, K. M., & Hjorth, L. (2017). *Haunting hands: Mobile media practices and loss*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1080/10714421.2020.1802675>
- Divon, T., & Eriksson Krutrök, M. (2024). Playful trauma: TikTok creators and the use of the platformed body in times of war. *Social Media + Society*, 10(3), 1–14. <https://doi.org/10.1177/20563051241269281>
- Ehrlich, N. (2021). *Animating truth: Documentary and visual culture in the 21st century*. Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1515/9781474463386>
- Ellingson, L. L. (2017). *Embodiment in qualitative research*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315105277>
- Feldman, J., & Musih, N. (2023). Selfies in Auschwitz: Popular and contested representations in a digital generation. *Memory Studies*, 16(2), 403–420. <https://doi.org/10.1177/1750698022110111>
- Frosh, P. (2018). *The poetics of digital media*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1093/screen/hjac015>
- Frosh, P., & Pinchevski, A. (2009). Introduction: Why media witnessing? Why now? In *Media witnessing: Testimony in the age of mass communication* (pp. 1–19). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230235762_1
- Frosh, P., & Pinchevski, A. (2014). Media witnessing and the ripeness of time. *Cultural Studies*, 28(4), 594–610. <https://doi.org/10.1080/09502386.2014.891304>
- Georgiou, M., & Leurs, K. (2022). Smartphones as personal digital archives? Recentring migrant authority as curating and storytelling subjects. *Journalism*, 23(3), 668–689. <https://doi.org/10.1177/14648849211060629>
- Grabe, M. E., Zhou, S., & Barnett, B. (2001). Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(4), 635–655. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4504_6

- Grazian, D. (2003). *Blue Chicago: The search for authenticity in urban blues clubs*. University of Chicago Press.
- Hammelburg, E. (2021). Being there live: An ethnographic approach for studying social media use in mediatized live events. *Social Media + Society*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/2056305120984454>
- Hemy, A. D., & Meshulam, A. (2021). 'Is that okay, teacher?' The camera as a tool to challenge power relations in a participatory action research classroom. *Qualitative Research*, 21(5), 750–767. <https://doi.org/10.1177/1468794120952008>
- Hepp, A. (2019). *Deep mediatization*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351064903>
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2010). Mediatization – Empirical perspectives: An introduction to a special issue. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 35(3), 223–228. <https://doi.org/10.1515/COMM.2010.012>
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. *Nordicom Review*, 29(2), 102–131. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>
- Horbyk, R. (2022). "The war phone": Mobile communication on the frontline in Eastern Ukraine. *Digital War*, 3(1), 9–24. <https://doi.org/10.1057/s42984-022-00049-2>
- Influencers in the Wild [@influencersinthewild]. (2025, January 9). *No time like the present to show off the gains* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DEnS28ApRa5/>
- Ingle, L. C. (2019). *Witness and complicity: The scrolls of Auschwitz and the Sonderkommando* [Master's Thesis]. Liberty University, Virginia. <https://digitalcommons.liberty.edu/masters/573>
- Jewitt, C., Bezemer, J., & O'Halloran, K. (2016). *Introducing multimodality*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315638027>
- Juhlin, O., Engström, A., & Reponen, E. (2010, September). Mobile broadcasting: The what's and how's of live video as a social medium. In *Proceedings of the 12th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services* (pp. 35–44). <https://doi.org/10.1145/1851600.1851610>
- Katz, E., & Liebes, T. (2010). 'No more peace!' How disaster, terror and war have upstaged media events. In N. Couldry, A. Hepp, & F. Krotz (Eds.), *Media events in a global age* (pp. 32–42). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203872604>

- Katz, O. (2022). "My mother is not newsworthy": Framing missingness in Israel. *Journalism*, 24(7), 1554–1571. <https://doi.org/10.1177/14648849211064081>
- Koliska, M., & Roberts, J. (2015). Selfies: Witnessing and participatory journalism with a point of view. *International Journal of Communication*, 9, 1672–1685.
- Liebes, T., & Kampf, Z. (2009). Performance journalism: The case of media's coverage of war and terror. *The Communication Review*, 12(3), 239–249. <https://doi.org/10.1080/10714420903124135>
- Marwick, A. E., & boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Ostertag, S. F., & Ortiz, D. G. (2013). The battle over meaning: Digitally mediated processes of cultural trauma and repair in the wake of Hurricane Katrina. *American Journal of Cultural Sociology*, 1(2), 186–220. <https://doi.org/10.1057/ajcs.2013.4>
- Ozkul, D., & Humphreys, L. (2015). Record and remember: Memory and meaning-making practices through mobile media. *Mobile Media & Communication*, 3(3), 351–365. <https://doi.org/10.1177/2050157914565846>
- Pai, A., Suris, A. M., & North, C. S. (2017). Posttraumatic stress disorder in the DSM-5: Controversy, change, and conceptual considerations. *Behavioral Sciences*, 7(1), 7. <https://doi.org/10.1177/1354856516678395>
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air: A history of the idea of communication*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226922638.001.0001>
- Peters, J. D. (2001). Witnessing. *Media, Culture & Society*, 23(6), 707–723. <https://doi.org/10.1177/016344301023006002>
- Pinchevski, A. (2019). *Transmitted wounds: Media and the mediation of trauma*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190625580.001.0001>
- Rae, M., Holman, R., & Nethery, A. (2018). Self-represented witnessing: The use of social media by asylum seekers in Australia's offshore immigration detention centers. *Media, Culture & Society*, 40(4), 479–495. <https://doi.org/10.1177/0163443717746229>

- Reading, A. (2009). Mobile witnessing: Ethics and the camera phone in the "war on terror." *Globalizations*, 6(1), 61–76. <https://doi.org/10.1080/14747730802692435>
- Redwine, G. (2015). *Personal digital archiving* (DPC Technology Watch Report 15–01 December 2015). Digital Preservation Coalition. <http://dx.doi.org/10.7207/twr15-01>
- Robinson, L. (2005). Debating the events of September 11th: Discursive and interactional dynamics in three online fora. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00267.x>
- Rushkoff, D. (2014). *Present shock: When everything happens now*. Penguin.
- Schwartz, O. (2021). *Sociological theory for digital society: The codes that bind us together*. Polity.
- Snow, R., & Altheide, D. (1979). Media logic. *Beverly Hills*, 8, 1094–1096.
- Sontag, S. (1977). *On photography*. Delta Books.
- Steyerl, H. (2009). In defense of the poor image. *E-Flux Journal*, 10(11), 1–9. <https://doi.org/10.5040/9781501354120.0067>
- Stone, L. D., & Pennebaker, J. W. (2002). Trauma in real time: Talking and avoiding online conversations about the death of Princess Diana. *Basic and Applied Social Psychology*, 24(3), 173–183. https://doi.org/10.1207/S15324834BASP2403_1
- Studd, K., & Cox, L. (2019). *Everybody is a body*. Dog Ear Publishing.
- Sumiala, J., Valaskivi, K., Tikka, M., & Huhtamäki, J. (2018). *Hybrid media events: The Charlie Hebdo attacks and the global circulation of terrorist violence*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/9781787148512>
- Thomas, G. (2009). Witness as a cultural form of communication: Historical roots, structural dynamics, and current appearances. In P. Frosh & A. Pinchevski (Eds.), *Media witnessing: Testimony in the age of mass communication* (pp. 89–111). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230235762_5
- van der Kolk, B. A. (1994). The body keeps the score: Memory and the evolving psychobiology of posttraumatic stress. *Harvard Review of Psychiatry*, 1(5), 253–265. <https://doi.org/10.3109/10673229409017088>
- Vianello, R. (1985). The power politics of "live" television. *Journal of Film and Video*, 37(3), 26–40.

White, M. A. (2014). Archives of intimacy and trauma: Queer migration documents as technologies of affect. *Radical History Review*, 2014(120), 75–93. <https://doi.org/10.1215/01636545-2703733>

Wieviorka, A. (1998). *The era of the witness*. Cornell University Press.

Young, J. E. (1987). Interpreting literary testimony: A preface to rereading holocaust diaries and memoirs. *New Literary History*, 18(2), 403–423. <https://doi.org/10.2307/468737>

Zaporozhets, O. (2023). *Navigating the smartphone era in times of war: Ukrainian civilians' smartphone usage in the aftermath of the Russian invasion into Ukraine in 2022* [Master's Thesis]. Lunds Universitet. <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=9114533&fileId=9114534>

על המדיאטיזציה של העדות: תגובה לווייסמן וסימון

עמית פינצ'בסקי*

עוד יגיע הזמן לחקור את כל זה - זו הייתה תחושתי לאורך השנתיים האחרונות. אני מלא הערכה לכרמל ווייסמן ועלמה מריה סימון על כך שלא היו שותפות לתחושה הזו, ולמרות השבר והכאב הצליחו לספק התייחסות מחקרית ראשונית לאירועי השבעה באוקטובר במסגרת של חקר המדיה. מעבר לעיתוי, המאמר מציע מסגרת מושגית חשובה, המחברת בין עדות, מדיה וטראומה. אני מסכים עם רוב הטענות במאמר ולכן, בתגובה קצרה זו, אבקש להציע הקשרים נוספים ופרשנויות משלימות ביחס לשלוש נקודות עיקריות.

שליפת הטלפון הנייד לתיעוד אירוע מסכן חיים אכן נראית פרדוקסלית במונחים של הסבר ביולוגי-הישרדותי: במקום להילחם או לברוח (או תגובה אחרת, כמו קפיאה או העמדת פני מת), דומה שצצה תגובה מסוג חדש: תיעוד. אך כפי שווייסמן וסימון טוענות, זהו פרדוקס רק לכאורה, שכן הבעיה נעוצה בעצם ההעמדה הדיכטומית של הביולוגי מול הטכנולוגי. שליפת הטלפון נהפכה לטבע שני, פעולה אינסטינקטיבית לא פחות מפעולות הישרדות "בסיסיות" יותר. זוהי, לטענתן, תוצאה של הטמעה עמוקה של לוגיקת המדיה המקיפה אותנו - מה שהן מכנות מדיאטיזציה מוגפנת - ולפיכך תגובה שאיננה מפליאה כי אם מתבקשת. אלא שאם ננקוט קו זה, אין סיבה לייחד דווקא את הטלפון הנייד מכלל סביבת החיים הטכנולוגית. הרי שליפה של חרב או אקדח עשויה להיות אינסטינקטיבית באותה המידה (וזה בדיוק מטרתה של ההכשרה הקרבית), וכך גם שימוש בכל אמצעי נגיש לבריחה או הסתתרות. אנו מוקפים בכל רגע במערך אמצעים וכלים שהם בבחינת מובן־מאליו עמוק עבורנו. בכל הקשור לעולם האנושי, הטכנולוגי אינו תוספת מאוחרת לביולוגי, אלא תמיד כבר־שם. אם כן, לא זו בלבד ששליפת הטלפון הנייד איננה מפתיעה, אלא יש לראותה כחלק מרפרטואר רחב של תגובות ופעולות טכניות (techné במובנה המקורי: מיומנות נרכשת) המרכיבות את חיי היום־יום בשגרה כמו גם בעת סכנה. ואם תיעוד זה מה שאנו עושים כל הזמן, אין פלא שעושים זאת גם במצבי קיצון.

* פרופ' עמית פינצ'בסקי, המחלקה לתקשורת, האוניברסיטה העברית בירושלים
(amitpi@mail.huji.ac.il).

המאמר מתמקד בשני מקרים של תיעוד מאירועי השבעה באוקטובר, ומתחקה אחר ראיונות שבהם העדות ניסו להסביר בדיעבד מה גרם להן לתעד בזמן האירוע. גם כאן יש מקום לבחינה בהקשר רחב יותר. דומה שבמהלך השנתיים האחרונות, תופעות של עדות מדיה קיבלו ממדים נוספים ותצורות חדשות. תיעודים רבים בזמן אמת הופצו ברשתות חברתיות, שותפו ותויגו; לכך הצטרפו גם ערוצי תקשורת מוסדיים ששידרו ושיתפו את התיעודים, ובהמשך ביקשו לראיין את העדים המתעדים. אלה בתורם הפיצו את הדיווחים והראיונות עימם, העלו שוב את התיעודים המקוריים, וכך עשו גם העוקבים ברשתות החברתיות. נוסף על כך, הוקמו מיזמי עדות אזרחיים, כמו "עדות 710", "זיכרון 710", מרכזי תיעוד בקיבוצי עוטף עזה ואין-ספור אתרי זיכרון. גופים ממסדיים נרתמו אף הם למאמצים אלה: יד ושם, יד בן צבי, תאגיד השידור הישראלי, הספרייה הלאומית, משרדים ממשלתיים ואוניברסיטאות - כולם עסקו ועוסקים באופנים שונים באיסוף עדויות, הפקתן, הנגשתן וקטלוגן. במצב עניינים זה, יש להתייחס לספקטרום עדותי - רצף מצבי צבירה שונים של עדות - ולעדות מדיה כתופעה רב-ממדית הנפרשת לרוחב על פני פלטפורמות דיגיטליות שונות. העדות החיה היא לפיכך מופע אחד של רב-ממדיות זו, כאשר לצידה ניצבים עדות מצולמת (שמטבע הדברים נוצרה לאחר זמן), ראיונות, סרטונים, שיתופים - ולא פחות מכך הקישוריות בתוך ובין הפלטפורמות.

לבסוף, ווייסמן וסיומן עומדות באופן משכנע על מעמדו של האותנטי בעדות ועל היותו אקט פרפורמטיבי. האותנטי הוא ביטוי המבקש לייצר אמינות באמצעות מיידיות, לממש אפקט של כאן-ועכשיו, של "כך זה קרה" ו"כך זה הרגיש". זהו תיווך המבקש לאיין עצמו, לגרום לקצץ בין שם לכאן. אלא שזהו פרפורמנס מתווך לעילא, ואפשרי לביצוע רק בהינתן הזמניויות של תיווך אודיוויזואלי. כאן טמון הדמיון המבני בין המבע האותנטי והמבע הטראומטי: בשני המקרים מדובר בהיפעלות, בעודפות של הבלתי-ניתן-לייצוג מבעד לייצוג. המדיאטיזציה של העדות קשורה אם כן למדיאטיזציה של הטראומה. תנועת מצלמה תזזיתית, קולות רקע ורחשי הנשימות תוך כדי בריחה או הסתתרות הם בין המופעים הבולטים של תיעוד המעיד על האינטנסיביות של האירוע יותר מאשר על המתרחש בו. זהו תיווך של קריסת התיווך, אשר מייצר עודפות אפקטיבית דרך המסך. תופעה משלימה לכך, בצד של הנמענים, היא אזהרת טריגר: האינפלציה באזהרות אלה מניחה כי לדימויים או ביטויים מסוימים - לרבות מתווכים - יש פוטנציאל פגיעה שעלול להביא להתלקחות של רגשיות קודמות. הרגש הגולמי המתפרץ אצל המוען מצריך אפוא הגנה בצד של הנמען. אין זה המקום לעמוד על הגורמים שהביאו להתבססות של תפיסות מעין אלה, אך ראוי לציין שהן תוצאה של תהליכים תרבותיים, טכנולוגיים וחברתיים. עם זאת, חשוב לעמוד על ההשלכות של

המעמד המיוחד לו זוכים מבעים אותנטיים-טראומטיים בשיח העכשווי. ניתן לזהות את חלחול התופעה אל האופן שבו מתנהלים ראיונות משודרים. ניסוח השאלות במקרים רבים יהיה בסגנון של "איך זה הרגיש?" "איפה זה פגש אותך?" תחזיר/י אותי לרגע שבו..." המצלמה תתמקד בהבעות הפנים, בעיניים; מדי פעם תהיה שתיקה. זהו שיח המתנהל ברובו ברגיסטר רגשי, שיח אשר נתפס לא רק כאותנטי אלא כבסיס להזדהות כלל-אנושית, מעבר לכל פרשנות. אך פה בדיוק טמונה הבעיה: התמקדות ברגשות ובתחושות עלולה למנוע התפתחות של שיח המבקש להציב את האירועים בהקשר רחב של סיבות, תוצאות, מניעים, כוח ואינטרסים. לאותנטי כמו גם לטראומטי עלול להיות אפקט משתק, שכן, מה יש עוד לומר אחרי ששומעים סיפורים כאלה? לעומת זאת, התמודדות אמיתית עם אירועי השבעה באוקטובר מחייבת שיח שהוא מעבר לתחושות ולהרגשות, שיח שבמרכזו תוצב השאלה: למה זה קרה?

מדיאטיזציה חוגפנת: תגובה לעמית פינצ'בסקי

כרמל וייסמן ועלמה מריה סימון

מכיוון שעבודותיו המקוריות והחשובות של פרופ' עמית פינצ'בסקי בנושאי טראומה ומדיה ועדות מדיה שימשו נקודת מוצא לחשיבה שלנו, אנו מברכות על תגובתו למאמר, ורואות בה הזדמנות להמשיך ולעסוק בנושאים אלה. פינצ'בסקי חושף את הנחת היסוד הפוסט-הומניסטית בבסיס המאמר שלנו, שהאדם אינו רק יצור ביולוגי, אלא סייבורג, בלשונה של דונה הראווי (2006/1985): שעטנו של ביולוגיה, טכנולוגיה וסמלים, כשהמרכיב השלישי זכה להתייחסות המועטה ביותר בהגות שלה. כאשר הרובד הביולוגי מאוים, הטכנולוגיה מסוגלת "להעביר" אותו למרחב של סמליות ונצחיות. בעידן שבו "אני" מתפרש כ"אינפורמציה", הפקת אינפורמציה והעלאתה לרשת היא לא רק פעולת תיווך, אלא גם פעולה הישרדותית של חלק מה"אני".

במובן זה, הטלפון הנייד שונה מאקדח או סכין, שכן הוא אינו רק תותבת המרחיבה את יכולת הפעולה של האדם במציאות הפיזית, אלא יוצר, כמו השפה, עולם של מציאות סימבולית. למעשה, הנייד הוא אקדח או סכין מטפורי בדיוק בגלל מציאות המדיה שאותה הוא נושא, והשפעתו של המרחב התקשורתי-סימבולי על הסביבה הפיזית והגוף. לשם המחשה, זמן מה לפני השבעה באוקטובר, הותקפה עלמה בדי זר ששלף מצ'טה ואיים על הכלב שלה. התגובה האינסטינקטיבית שלה הייתה שלילת הטלפון ואיום שהיא תצלם אותו, והזר נבהל וברח. בממד החומרי, המצ'טה נמצאת בעמדת יתרון, ושלילת הטלפון היא תגובה מוזרה ולא הולמת, שלא אמורה להיות אפקטיבית. אבל במציאות של מדיאטיזציה עמוקה, הצילום מרחיב את ההקשר ואת תפיסת המציאות, והאיום שנושא התיעוד הוא איום בשינוי יחסי הכוחות, כפי שהצענו במאמר. זה מה שהבהיל את התוקף של עלמה, וזו המשמעות הייחודית, בעינינו, של המדיאטיזציה המוגפנת.

לבסוף, דבריו של פינצ'בסקי גרמו לנו להרהר בסדרות הטלוויזיה המבוססות על אירועי השבעה באוקטובר, **שחר אדום ואור ראשון**, שצולמו זמן קצר לאחר האירועים ועלו לשידור עוד לפני ששבו כל החטופים. לדעתנו, ראוי לכלול בספקטרום העדות החדש שפינצ'בסקי מציע גם את העיבוד הדרמטי של האירועים, בייחוד כאשר הוא נעשה לפני שהאירוע הסתיים לגמרי. במובן זה, סדרות הדרמה הן חלק מאותו "הלם

הווה" נרטיבי שעליו כתבנו, והדבר מתבטא בטענות הציבור שהן מופיעות "מוקדם מדי" ומהוות טריגר לחלק מהצופים, למשפחות החטופים והחללים ולשורדי האירוע. לשם השוואה, ייצוג אסון התאומים היה טאבו בתקשורת האמריקאית במשך למעלה מעשור.

פינצ'בסקי ופרוש כתבו כבר ב־2014 על ממד הזמן של העדות (Frosh & Pinchevski, 2014), ולטעמנו זה נושא שראוי להמשיך ולחשוב עליו גם היום, שכן השימוש הגובר והתכוף באסתטיקה של הטראומה עשוי ליצור אפקט הפוך: אף אם בהתחלה היא משתקת ומשמשת מסך עשן, כפי שתיאר פינצ'בסקי, הרי ריבוי ומגוון עדויות בזמן אמת, והדהודן בסמיכות גדולה מדי, עלולים להביא לטריוויאליזציה ושחיקה; להקהות את חושי הקהל כך שמרוב הלם אף אחד כבר לא בהלם, וככל שהמדיה מנסים לעורר אמפתיה בקרב הציבור, הציבור דווקא נעשה מנוכר ומנותק מרגשות אלה. בתופעות אלה דן מרשל מקלוהן (2000/1964) כבר בשנות ה־60, מתוך הבנת האפקט הנרקוטי של המדיה. אולי הגיע הזמן לחזור ולהתבונן בתובנותיו במבט רענן.

רשימת המקורות

הראווי, ד' (2006). מניפסט לסייבורג: מדע, טכנולוגיה ופמיניזם סוציאליסטי בשלהי המאה העשרים (תרגום: מ' בר). בתוך ד' באום ואחרות (עורכות), **ללמוד פמיניזם: מקראה - מאמרים ומסמכי יסוד במחשבה פמיניסטית** (עמ' 276-327). הקיבוץ המאוחד. (המקור פורסם ב־1985)

מקלוהן, מ' (2000). **להבין את המדיה** (תרגום: ע' שורר). בבל. (המקור פורסם ב־1964)

Frosh, P., & Pinchevski, A. (2014). Media witnessing and the ripeness of time. *Cultural Studies*, 28(4), 594–610. <https://doi.org/10.1080/09502386.2014.891304>

מעבר למסגרת: מסות בתחום התקשורת

מוזיקה מזרחית והפסקול המוזיקלי ברדיו בשנות ה־50 וה־60

שלומי רוזנפלד*

תקציר

מסה זו מגיבה למסה של פרץ וגיי (2024), "יוסף בן ישראל והיווצרות 'המוזיקה המזרחית' ברדיו הישראלי", הדן בהדרת "המוזיקה המזרחית" משידורי הרדיו בשנות ה־50 וה־60. המסה הנוכחית מציגה ניתוח ביקורתי של טענותיהם, תוך בחינת הרקע ההיסטורי, תפקידו של קול ישראל ופעילותו של יוסף בן ישראל, עורך רדיו ומוזיקאי שפעל לקידום מוזיקה מזרחית. בניגוד לטענת פרץ וגיי, המסה הנוכחית מציגה עובדות המעידות על כך שקול ישראל שיקף את טעמי הקהל המגוונים וקידם יוצרים מזרחיים. סקר האזנה משנת 1956, ששיקף את הגיוון בקרב מאזיני הרדיו, הראה ש"מוזיקה מזרחית" לא הייתה פופולרית במיוחד בקרב המאזינים, כולל עולים ממדינות ערב. בו בזמן, אירועים מרכזיים באותה תקופה, כמו "פסטיבל הזמר והפזמון הישראלי", מדגימים את הבולטות של אומנים מזרחיים. המסה גם בוחנת היבטים מתודולוגיים במסה של פרץ וגיי, ומסבירה מדוע העובדות שהם מציגים אינן תקפות בהקשר של התקופה. מנהלי קול ישראל לא נקטו מדיניות של הדרה מכוונת, אלא פעלו לקידום מוזיקה מגוונת בהתאם לטעמי הקהל.

דויד פרץ ומוטי גיי פרסמו לאחרונה **במסגרות מדיה** מסה שכותרתה "יוסף בן ישראל והיווצרות 'המוזיקה המזרחית' ברדיו הישראלי" (2024). עיקר עניינה הוא הסגנון המוזיקלי שהם מכנים "מזרחי", שהודר לכאורה משידורי הרדיו בשנות ה־50 וה־60, כחלק מההדרה גורפת של עולים מארצות האסלאם בחברה הישראלית. זאת, בהכוונתם ובעידודם של גורמי השלטון והממסד. יוסף בן ישראל מוצג בה כבורג במערכת

* שלומי רוזנפלד, חוקר עצמאי, כותב ועורך ספרים וביגרפיות, חוקר ומתעד היסטוריה של אנשים ומקומות. חבר באגודת הסופרים העבריים בישראל. אתר: "חיים שהולכים לעיבוד" (shlomirosenfeld.co.il)

משומנת היטב, שכל מעייניה נתונים להכנעת ולרמיסת תרבויותיהם של העולים בני עדות המזרח.

המסה הנוכחית היא תגובה לזו של פרץ וגיי. אתחיל בהתייחסות לרקע ההיסטורי של התקופה שבה עוסקת המסה, שהוא הכרחי להבנת תהליכים שהתרחשו בחברה הישראלית בשנות ה־50 וה־60, ואסביר על תחנת קול ישראל והדי־אן־איי של פעילותה בשנים המדוברות. לאחר מכן אתייחס ליוסף בן ישראל ופועלו. לבסוף אעמיד כמה מהטיעונים הבולטים של פרץ וגיי אל מול עובדות היסטוריות סותרות.

עובדות ולוחטיות ורקע היסטורי

עד להקמת מדינת ישראל ב־1948, התבסס בה "היישוב העברי", אשר הורכב ברובו המוחלט מיהודים אשכנזים שהיגרו מארצות באירופה. מגילת העצמאות, שנכתבה והוקראה באותה שנה, הייתה רק כותרת שניתנה למציאות הקיימת בארץ ישראל. בשטחי הארץ כבר התפתחה מעין מיני־מדינה, שכונתה "המדינה שבדרך". התגוררו בה כ־600 אלף יהודים - בערים, בקיבוצים ובמושבים (קימרלינג, 2004). היו בה מפלגות פוליטיות, מנהיגות נבחרת במוסדות נבחרים, וגם ארגוני עובדים, בתי חולים ומרפאות של קופת חולים. במגן דוד אדום ניתנה עזרה ראשונה, תנובה סיפקה חלב, ואגד ודן הסיעו נוסעים באוטובוסים. תלמידים למדו בבתי ספר, וסטודנטים במוסדות אקדמיים. גם תרבות הייתה, כולל אומנות, שבה ליד ביטוי בעיקר בתחומי הספרות והתיאטרון.

למוזיקה הייתה נוכחות שולית למדי בחברה הישראלית בשנים ההן (רגב, 2023). שירים במתכונת המוכרת לנו כיום, בני 3-5 דקות עם בית ופזמון, נחשבו "עממיים" או "מוזיקה קלה". רק מעטים החזיקו מקלטי רדיו (נאור, 2022, עמ' 110) ויכלו להאזין לשירים נבחרים ששודרו באחת מהתוכניות הבודדות שהוקדשו לכך מדי יום בשני ערוצי שידור - קול ישראל וגלי צה"ל. שירים אלה היו חלק מרשימת ההשמעה המוגבלת שנרקמה ביישוב העברי, וליוותה את אזרחי המדינה החדשה בשנותיה הראשונות, עד אמצע שנות ה־50.

ב־1950 החלה "העלייה ההמונית" של יהודים מכל תפוצות ישראל, ובמיוחד מאירופה ומארצות האסלאם. רק כשליש מיהודי צפון אפריקה עלו בה. רוב יהודי מרוקו הנותרים עלו לישראל מ־1955 ואילך, ובעיקר בשנות ה־60. העלייה ההמונית הכפילה את מספר תושבי המדינה והשפיעה בדרמטיות על תחומי חיים רבים, אבל השפעתה פחות הורגשה בתחומי התרבות והאומנות.

ברחבי העולם כבר התפתחה באותה תקופה תעשייה של מוזיקה קלה ובידור להמונים, עם תחנות רדיו מרובות, חברות תקליטים גדולות וסגנונות מוזיקליים חדשים. אולם בישראל תעשיית המוזיקה הייתה מצומצמת מאד - ערוץ רדיו ממלכתי אחד, עוד חצי ערוץ (גלי צה"ל), ושלוש חברות תקליטים שהפיקו תקליטי בקליט כבדים. התקליטים נמכרו בכמויות שהתאימו לשוק מצומצם, של מי שיכלו להרשות לעצמם לרכוש פטיפון. אבל הצרכנים העדיפו תקליטים תוצרת חו"ל על פני תקליטים תוצרת הארץ ("תרופת פלא", 1954).

רשימת הזמרים והזמורות הפופולריים, ה"כוכבים" של שנות ה-50 בישראל, קצרה יחסית. יש בה רוב גדול לנשים ממוצא מזרחי, כמו לילית נגר, חנה אהרוני ויפה ירקוני. בין הגברים בולט צדוק סביר, יליד עיראק. בראש הרשימה ניצבת שושנה דמארי, ילידת תימן, המלכה הבלתי מעורערת של הזמר העברי וכלת פרס ישראל. דמארי החצינה את מזרחיותה - לבשה בגדים ססגוניים שהזכירו את ארץ הולדתה, ושרה בחי"ת ועי"ן גרוניות. למעלה ממחצית משיריה בתקופה היא נכתבו והולחנו במתכונת ששילבה בין מערב למזרח, וברפרטואר שביצעה במופעים נכללו עשרות שירים שמקורם בקהילות יהודיות באסיה, חלקם אף הוקלטו בהקלטות מסחריות.

שושנה דמארי, בת לעדות המזרח, יכולה לשמש דוגמה טובה לדבריהם של פרץ יוגי (2024) כי המוזיקה מייצגת את הישראליות. דמארי ייצגה ישראליות זו באישיותה ובמעמדה. עובדה: מעריציה וחובבי זמרתה השתייכו לכל קצוות הקשת החברתית בישראל. דמארי אף ייצגה את התרבות הישראלית במופעים ברחבי העולם באולמות גדולים ומכובדים ("שושנה דמארי", ללא תאריך).



שושנה דמארי, האלבום **פניני המזרח** (1956)
(לשמיעת השיר לחצו על התמונה)

לאורך כל שנות ה-50, תחום הבידור הישראלי נשאר מצומצם יחסית לארצות מערביות באירופה או אמריקה. הופעות מוזיקליות, כמו גם הצגות תיאטרון וסרטי קולנוע,

התאימו באופיין ובמחיריהן למי שכבר התבססו בארץ, והיו בעלי עבודה והכנסה קבועה, שעות פנאי שיכלו להקדיש לבילויים, ואפשרות לממן כרטיס להופעה או הצגה. לעומתם, המהגרים החדשים, שכבר היוו את רוב האוכלוסייה, לא הכירו את ההווה של המדינה שקמה זה עתה, דיברו בבליל של שפות, והתמודדו עם קשיי קליטה, פרנסה והשתלבות. ביניהם היו העולים מארצות האסלאם, שכונו "עדות המזרח".

כל העולים, לא רק בני עדות המזרח, באו למדינה עם תשתית תרבותית קיימת, ואיתה נאלצו להתמודד. לא קל להיות מהגרים, גם למי שהגיעו מעיירה נידחת ברומניה או הונגריה, כי תרבותו של הרומני אינה דומה לתרבותו של ה"יקה" מגרמניה או הליטאי מריגה. למשל, העולים מאירופה, שרובם ניצולי שואה, נאלצו בין השאר להתמודד עם איסור ממסדי על קיום מופעים בידיש, השפה העיקרית של הקהילות שמנה הגיעו, אשר הודרה מהתרבות הישראלית (ארכיון המדינה, ללא תאריך).

גם לממשלת ישראל, ובראשה דוד בן-גוריון, לא היה קל. העלייה ההמונית הכפילה את אוכלוסיית המדינה בתוך שנים ספורות, וצריך היה לספק לתושבים החדשים פתרונות מהירים, לפני שתרחש קטסטרופה, ולדאוג למגורים, אוכל ופרנסה עבורם. המדינה עוד לא התאוששה ממשטר "הצנע הכלכלי" שנכפה על האזרחים, אבל העולים המשיכו לזרום והאוכלוסייה גדלה בקצב מהיר. אפשר להמחיש את האתגרים שניצבו לפני הממסד הקולט באמצעות מחשבה על מה שהיה קורה אם עכשיו, ב-2025, היו מגיעים לישראל שמונה מיליון יהודים מתרבויות שונות ומעמים שונים מכל רחבי העולם. ראוי לבחון את תהליך קליטת העולים וחזון כור ההיתוך כשלעצמו גם על הרקע הזה. אבל ענייננו במוזיקה וברדיו, ובהם אתמקד.

קול ישראל

בין אתגרי השנים ההן, ערוץ רדיו לא היה האתגר החשוב ביותר של הממשלה. המילים הנמלצות על תפקידי החשובים של הערוץ לא באו לידי ביטוי בעבודה השוטפת של קול ישראל. התחנה פעלה כיחידה קטנה במשרד ראש הממשלה, בשני בנייני שידור בירושלים ובתל אביב. לכל אורך העשור הראשון של המדינה סבלה התחנה מקשיים תקציביים, ציוד מיושן במצב ירוד, שנדרשו סכומים גדולים כדי לחדשו, משכורות נמוכות לעובדים, מוטיבציה ירודה וחוסר יכולת לספק שירותי רדיו ברמה של תחנה אירופית (עברון, 1959).

ואם לא די בכל אלה, חלק ממשאבי התחנה בעברית הועברו לשתי מחלקות נוספות: קול ישראל בערבית - שידורי תעמולה לארצות ערב, וקול ציון לגולה - שידורים שיועודו לקהילות יהודיות ברחבי העולם. שידורי קצ"ג מילאו תפקיד חשוב בהפצת הבשורה על

הקמת מדינת ישראל ועל הנעשה בה ליהודים באשר הם (זייד-רומנלי, 1999). תחנת קול ישראל הייתה ירושה מהמנדט הבריטי, וכך גם רבים מעובדיה ומנהליה, שהכירו וצרכו בעיקר תרבות מהסוג שהיה מקובל בתקופת היישוב ובשנים הראשונות של המדינה (מן, 2008). התקליטייה של התחנה הייתה עמוסה במוזיקה קלאסית ו"בידור קל" בסגנונות המקובלים באמריקה ואירופה, וזה היה גם סגנונם של רוב התקליטים שהופצו בחנויות התקליטים המועטות ("תרופת פלא", 1954). כאמור, היקף התקליטים והשירים העבריים היה מצומצם. מנהלי הרדיו ועורכי התוכניות התמודדו לא רק עם קשיים תקציביים, אלא גם עם ציבור מאזינים שהשתנה במהירות לנגד עיניהם, שנה אחר שנה, גל עלייה אחרי גל עלייה, בלי שהיה להם מושג איזו מוזיקה מתאימה לכל קבוצת עולים, ובלי תקציבי רכש לתקליטים מרומניה, ממרוקו, מפולין או מעיראק.

כדי להתמודד עם המציאות המשתנה, הזמינה רשות השידור סקר האזנה לרדיו מהמכון למחקר חברתי שימושי (1956). היה זה סקר מקיף, ראשון מסוגו, בתנאים שהיו אז בארץ. הוא נערך במשך שבועות רבים, וכלל ביקורים בבתי נשאים וראיונות אישיים. השתתפו בו 2,764 אנשים, מכל שכבות החברה הישראלית ברחבי הארץ, והוא שימש כלי חשוב בהכנת התוכניות לעתיד. הסקר מפלח את העדפותיהם של המאזינים ואת הרגלי האזנה שלהם לתוכניות השונות לפי מעמד חברתי, השכלה, גיל, מקום מגורים ועוד. הסקר עורר עניין רב בעיתונות, ולאורך שבועות כתבות שונות ניתחו את ממצאיו והעלו תובנות והצעות למנהלי הרדיו (למשל: עברון, 1956). במסיבת העיתונאים שבה הוצג הסקר אמרו מנהלי הרדיו: "לכל משאלה שהובעה ע"י גוף מאזינים, הועלתה משאלה שכנגד. אם היינו חפצים לפעול בהתאם לסקר היינו חייבים לשדר משדרים פרטים לכל אזור ואזור..." (קשיב, 1956).



המכון למחקר חברתי שימושי, "קול ישראל" ומאזיניו: סקר ארצי על נוהג ההאזנה לקול ישראל ועל ההתעניינות בו (1956)

מבין כל הממצאים, שניים חשובים לעניינינו. ראשית, בשנה שבה נערך הסקר, **שליש מאזרחי ישראל לא היה מקלט רדיו**. רק שני שלישי מהאזרחים החזיקו בבינם מכשיר רדיו, ורבים מהם לא האזינו לשום תוכנית כמעט, למעט שידורי חדשות ואקטואליה (המכון למחקר חברתי שימושי, 1956, עמ' 15). הסיבה לכך ברורה. באותה תקופה, רבים התגוררו במגורים ארעיים, למשל מעברות, לשם שידורי קול ישראל לא הגיעו כמעט. רבים היו מהגרים קשי יום במלחמת קיום יום-יומית, ושידורי הרדיו לא עניינו אותם ביותר, מה גם שמחירו של מכשיר רדיו היה גבוה יחסית.

שנית, על פי הסקר, רק אחוז קטן מהמאזינים האזינו למוזיקה המזרחית. גם בקרב העולים ממדינות ערביות לא רבים האזינו לתוכניות ששידרו אותה (בן-שחר, 1956; המכון למחקר חברתי שימושי, 1956, עמ' 28). שני ממצאים אלה מחזקים את ההערכה כי **למוזיקה ברדיו לא הייתה השפעה ממשית על התרבות והחברה בישראל** בעשור הראשון לקיום המדינה.

הסקר היה הצעד הראשון בדרך לשינוי מתכונת השידורים, הרחבתה וגיוונה. ממצאי נלמדו היטב, והשפיעו על לוח השידורים - לא באופן מידי, אלא בתהליך שנמשך כמה שנים (קול ישראל, 1961). השפעתו ניכרת כבר בתחילת שנות ה-60, בעיקר בצמצום של שידורי המוזיקה הקלאסית, שיכול ללמד על כך שמנהלי הרדיו הבינו כי **מוזיקה קלאסית מעניינת רק אחוז קטן מהאוכלוסייה**. רוב האזרחים, מכל מוצא שהוא,

מעדיפים בידור, מוזיקה קלה, שכוללת יוצרים מזרחים, וצליליה ערבים לאוזניהם של עולים מארצות האסלאם ומארצות אירופה כאחד.

מוזיקה מזרחית ברדיו

המסה של פרץ וגיגי מעוררת את השאלה: מהי מוזיקה מזרחית? האם מדובר ב"מוזיקת קסטות"? מוזיקה יוונית, מוזיקה אנדלוסית, או שירים של אום כולתום ופריד אל אטרש? האם זו מוזיקה שכוללת רבעי טון ומקאמים, או צלילי עוד וקאנון? ואולי הכוונה ליוצרים ישראלים ממוצא מזרחי, לזמרים ששרים בחי"ת ועי"ן גרוניות, או לזמרים בעלי גוון עור מסוים? האם "שיר הפלאפל" של רביעיית איילון (1958) או "זכריה בן עזרא" של שושנה דמארי (1955) עומדים בסטנדרטים של מוזיקה מזרחית?



שיר הפלאפל - להקת איילון, מתוך האלבום **ניו יורק - תלאביב** (1959)
(לשמיעת השיר לחצו על התמונה)

בתעשיית הבידור המצומצמת שהתקיימה בשני העשורים הראשונים של המדינה, הכול השתלב בכול. תחילה, הזמרות המזרחיות שהוזכרו לעיל עמדו בראש רשימת ההשמעה המצומצמת של הימים ההם. לאחר מכן, בשלהי שנות ה-50, החלה להתפתח תעשיית המוזיקה, ולשוק הבידור נכנסו שני כוכבים שעיצבו פסקול מזרחי ייחודי: ג'ו עמר ואריס סאן (רוזנפלד, 2023). שניהם טופחו בידי יוסף בן ישראל, ושיריהם התחבבו על קהלים ישראלים מכל הזרמים והעדויות, אשכנזים ומזרחים כאחד, והושמעו ברצועות שידור רבות ברדיו (לכיש, 1965; מבורך ודותן, 2007).¹ לצד זה התפתחה הקריירה של אומנים מזרחים נוספים, כמו יוסי בנאי, גברי בנאי, שייקה לוי, עליזה עזיקרי, אהובה צדוק ועוד.

קול ישראל השתלבה במגמה זו. ראו למשל שני אירועים חשובים הקשורים לרדיו שהתרחשו בעולם התרבות הישראלית. ראשית, ב־1959, במסגרת חגיגות העשור למדינת ישראל, נערך 'מצעד פזמוני העשור' - מופע שהוקדש לשירים הפופולריים במדינה עד שנת 1958. המופע, בהפקה משותפת של קול ישראל והוועדה הממשלתית לחגיגות העשור, שודר ברדיו, ותקליט המופע היה רב־מכר. השתתפו בו זמרים וזמרות מכל העדות, ובלטו ביניהם בני עדות המזרח: איתמר כהן, צדוק סביר, יונה עטרי ויפה ירקוני. ברשימת השירים של התקליט והמופע מופיעים, לדוגמה, "רומיה ויואל", שיר בסגנון מזרחי מובהק,² ו"סימונה מדימונה", שיר המספר על אהבתו וערגתו של הדובר לנערה ממרוקו שראה בדימונה, ועוד שירים עם מקצבים מזרחיים.



כיתוב: המופע והתקליט "היו זמנים - מצעד פזמוני העשור" (1959)³
(לשמיעת השיר לחצו על התמונה)

שנה לאחר מכן, ב־1960, נערך המופע הראשון של 'פסטיבל הזמר והפזמון הישראלי', שהועלה מאז בכל שנה, במשך כ־20 שנים. מפיק הפסטיבל היה חנוך חסון, עורך ומפיק תוכניות זמר בקול ישראל, נכדו של "חנוך רבנו" - אב בית הדין של עדת הספרדים בחברון. בפסטיבל התחרו 12 שירים שנבחרו בידי ועדה ציבורית, בהתאם לקריטריונים שנקבעו בתקנון, שבו נכתב בין היתר כי "תכלית הפסטיבל היא להפגין את הישגי הזמר הישראלי כדי לעודד מלחינים ליצירה מקורית ולעורר בציבור הערכה, אף חיבה והתעניינות בזמר הישראלי המקורי" (ניב, 2015).

התחרות נערכה בחסות ממשלתית בהיכל התרבות בתל אביב, והייתה אירוע תרבותי בולט, שעורר עניין ציבורי ושודר בשידור ישיר בקול ישראל (נאור, 2022, עמ' 172). השתתפו בה זמרים שנולדו למשפחות עולים מארצות שונות באירופה, אסיה ואפריקה. במקום הראשון זכה דואט שביצעו שמעון בר מרומניה ועליזה קאשי, בת להורים ילידי איראן. במקום השלישי זכו ג'ו עמר ממרוקו ולילית נגר ממצרים, עם השיר "ליל

החג" (במקור: לילת אלעיד), שכתב בערבית המשורר שלמה (סלים) שעשוע, שעלה מעיראק, ותורגם לעברית. שיר נוסף בביצוע עמר ונגר הגיע למקום החמישי. שירי הפסטיבל, ובעיקר אלו שזכו במקומות הראשונים, שודרו ללא הרף בקול ישראל ובגלי צה"ל (עמ' 172).

למעשה, עד שלהי שנות ה־60 כלל הזמר העברי שירים מגוונים, בלי התייחסות למוצאם של הזמרים או לסגנון שירתם. אך אחרי מלחמת ששת הימים השתנה לגמרי שוק המוזיקה בישראל ובעולם, וכחלק משינוי עמוק שהתרחש בחברה הישראלית, החל מאבק תודעתי על חלוקת המוזיקה ל"מערבית" ו"מזרחית" (סרוסי ורגב, 2013). את אות הפתיחה נתן יוסף בן ישראל.

יוסף בן ישראל

בן ישראל, שעבד בקול ישראל כמעט מאז ימיו הראשונים, נמנה על העורכים הוותיקים ברדיו. במשך כ־40 שנה הוא ערך והגיש אלפי תוכניות רדיו והפיק מופעי בידור ומורשת ברדיו ומחוץ לו. ב־1958 הקים את 'מקהלת מזמור שיר', בחסות קול ישראל, שעליה גם ניצח. המקהלה הורכבה מעולים מארצות האסלאם, והתמחתה בשרים ישראליים ובמוזיקה עדתית "שתפקידה להציג לפני המאזין את המורשת הפולקלוריסטית של העדות" (קול ישראל, 1961). במסגרת עבודתו ליקט ושימר מוזיקה של עדות המזרח מתקופות שונות, וקיבל גיבוי מלא ותמיכה ממנהלת מחלקת הבידור בקול ישראל, דרורה בן אב"י. בקרב עמיתיו היו לו שותפים וגם מתנגדים. ההתנגדות נבעה, לפחות בחלקה, מחוסר הערכה למילים ולמנגינות של השירים שבהם עסק. חלק מההתנגדות נבע מקנאה, וחלקה התייחס לכך שהוא נאבק ללא פשרות על זמני שידור (רפל, 2021).

מפעלו הנודע והחשוב ביותר של בן ישראל היה ללא ספק 'פסטיבל הזמר בסגנון עדות המזרח', שנערך בשנים 1971–1982. הפסטיבל מילא את הריק המוזיקלי שנותר כאשר אריס סאן וג'ו עמר עזבו את הארץ בשנות ה־60 לטובת עסקים בארצות הברית. בני עדות המזרח מילאו בהמוניהם את אולמות המופעים של הפסטיבל שנה אחר שנה, וכך הוכיחו את נחת הרוח ושביעות הרצון ששאבו מהשירים.

דברים שאמר בן ישראל בעניין האיסור לשדר את שיריהם של אהובה עוזרי ולהקת צלילי העוד, מצוטטים בהקדמה למסה (פרץ וג'י, 2024, עמ' 159), ומשמשים עוגן מרכזי בה. אבל הקריירה של דמויות אלה החלה להתפתח בשנות ה־70, ולכן אי אפשר להסיק מהציטוט לגבי השנים הנדונות במסה. הדבר נכון גם בנוגע לביקורת על בן

ישראל (עמ' 169) המצוטטת מפיו של האמרן אשר ראובני, שפעל בשוק הבידור בעיקר בשנות ה־80 וה־90.

טענות חול עובדות

מקבלי ההחלטות בקול ישראל נמנעו כמיטב יכולתם מלשדר מוזיקה מזרחית, מתוך החלטה ממסדית (פרץ וגיי, 2024, עמ' 160).

האשמה זו לא מתיישבת עם העובדות שהוצגו כאן, המראות כי מנהלי קול ישראל עשו כמיטב יכולתם כדי למלא את רצון הצרכנים - מאזיני רדיו מכל העדות והמגזרים. רצינות כוונותיהם באה לידי ביטוי ב־1960, על רקע עימותים עם בן־גוריון על תוכני שידור, אמר מנהל קול ישראל חנוך גבתון כי הרדיו הוא מכשיר ציבורי שפועל בגובה העיניים והאוזניים של המאזינים, ולא מכשיר ממלכתי שנועד להשיג את מטרות המדינה (נאור, 2022, עמ' 176-179).

הרדיו בישראל ממלא תפקיד מרכזי בשיקוף ועיצוב זהויות אתניות וערכים חברתיים (פרץ וגיי, 2024, עמ' 161).

קביעה זו הייתה נכונה לשידורי הרדיו של מדינות באמריקה ובאירופה, כפי שמציניים המחברים. בתקופת מלחמת העולם השנייה, מדינות השקיעו משאבים רבים ברדיו וראו בו ערוץ תקשורת חשוב לעיצוב ערכים תרבותיים. לא כך בישראל של שנות ה־50, שבה היה הרדיו ערוץ תקשורת לא מפותח, דל תקציב וחסר השפעה בתחום המוזיקה, שתכניו התמקדו בעיקר באקטואליה. חשוב לזכור כי ב־1960 החל לפעול "הגל הקל" (רשת ב') ובו דגש על שירים עבריים ולועזיים מכל הז'אנרים, כולל מעט מוזיקה קלאסית.

בדקנו את לוח השידורים החל משנת 1950 [...] דגמנו יום אחד מכל חודש [...] עד שנת 1969 (פרץ וגיי, 2024, עמ' 163).

להבנתי, אי אפשר לחקור לעומק שני עשורים של פעילות יום־יומית, הכוללת מאות אנשים ועשרות אלפי שעות שידור, ולייצג אותם בדוגמה אחת, כפי שעושים פרץ וגיי. דוגמת לוח השידורים של "היום הטיפוסי" לכאורה שהם מציגים, מחודש נובמבר 1959, מתייחסת לכותרות התוכניות ביום זה. הצגת הלוח מעוררת שאלות שאין עליהן תשובות במסה: האם נבדקו רשימות ההשמעה בתוכנית "פזמונים ומחולות כבקשתך"? מה היחס בין הפזמונים והמחולות ב"סגנון מזרחי" לאלה ב"סגנון מערבי"? האם התוכנית "הערב עם רן ונעמה" כללה גם את שירם "דבקה רפיח"? ואילו שירים

הושמעו בתוכנית "עת הפזמון הגיעה"? יכול להיות שהושמעו בה, למשל, השירים "ישמח משה" או "שלום לבן דודי" של ג'ו עמר.

יתר על כן, בלוח השידורים בשנה שלאחר מכן, ביום רביעי 7 בדצמבר 1960, ניתן לראות שב-21:30 שודרה ברשת ב' תוכנית שבועית פופולרית במיוחד: "בידור 60" - כותרת סתמית וחסרת משמעות לחוקרי תקשורת בימינו. למעשה, בתוכנית התארחו בכל שבוע זמרים מתחום הבידור הקל, ובאותו הערב האורח המרכזי היה אריס סאן, עם תזמורת בניצוחו של אלכס וייס מהונגריה, שניגנו ושרו שירים יווניים. לצידם, על אותה הבמה, הופיעו הזמרת הישראלית גאולה גיל, בת למשפחה שעלתה מאוזבקיסטן, ויונה עטרי, שהגיעה לארץ מתימן ("בידור 60", 1960).

זמר מזרחי - אין. חשוב להזכיר שזו מוזיקה בעברית לכל דבר, שתויגה כמוזיקה מזרחית או ים תיכונית, ונשארה בגטו [...] הבחנה זו יצרה את "המוזיקה המזרחית" כמנוגדת ל"מוזיקה ישראלית". כך הפכה המוזיקה המזרחית לנוכחת נפקדת בתרבות הישראלית - מוזיקה שנשמעת ברחובות ובאירועים עממיים [...] אך לא זוכה לחשיפה ציבורית ממלכתית ועקבית (פרץ וגיי, 2024, עמ' 165-168).

כאמור, בתקופה הנדונה במסה, קול ישראל יזמה והפיקה אירועים ממלכתיים ששילבו סגנונות מגוונים. בשעות השידור הרגילות הושמעו ברדיו השירים שהוזכרו למעלה, ועוד רבים אחרים, למשל: "שיר הפלאפל" של רביעיית איילון (1958), "ברצלונה" ו"שיר השיכור" של ג'ו עמר (1960), "משיח הזקן" (1964), "נערה ממש אוצר" ו"סיגל" של אריס סאן (1966), "הכל בגלל האהבה" של שלישיית גשר הירקון (1966), ועוד ועוד. רבים מהם נכללים בשירונים (למשל: פזמונים, 1957) ובתקליטי אוסף ותקליטורים, שנושאים כותרות כמו **ארצנו הקטנטונת** (התקליט חיפה, 2013) או **גדלנו יחד** (הד ארצי, 1998), באוספים פופולריים בקרב חובבי הזמר הים תיכוני בימינו (למשל: מירו את עדן הפקות, 2013), וברשימות השמעה באינטרנט.

לסיום, אצטט את דבריו של הזמר ג'ו עמר, שעלה ממרוקו ב-1956 והצליח תוך שנים ספורות לכבוש את פסגות הזמר העברי. כך הוא כותב באוטוביוגרפיה שלו:

ההשקפה שלי היום לגבי אותן שנים איננה יבבנית או בכיינית. אני יודע שגם עולים מבני עדות אחרות ומזרח אירופה סבלו ולא קיבלו תנאים טובים מאחיי המרוקאים. באופן אישי לא יכולתי להתלונן על קיפוח. שיריי הפכו נכס צאן ברזל בכל בית (מייזליש, 2002, עמ' 43).

סיכום

המסה של דויד פרץ ומוטי גיגי עוסקת בשנות ה־50 וה־60, תקופה חשובה ומכוננת בהיסטוריה של מדינת ישראל. אולם המחברים מתעלמים מהרקע התקופתי, נשענים על בסיס עובדתי צר ומסיקים ממנו שמנהלי קול ישראל ועובדיה באותן שנים פעלו מתוך תפיסות שעשויות להתפרש כהתנשאות ואף גזענות ביחס לעולים מארצות האסלאם ולמוזיקה שלהם. המחברים מרחיבים את היריעה באמצעות עובדות ותובנות ממדינות אחרות ומתקופות שונות, ועם ההתעמקות בפרטים מתעוררות שאלות ותהיות לגבי היריעה כולה.

מסת תגובה זו מערערת על תקפותן של העובדות והמסקנות המובאות אצל פרץ וגיגי, ומציגה עובדות מנוגדות, שממן עולה כי מנהלי קול ישראל היו מודעים לחשיבותה של התקופה ולאחריות המוטלת עליהם, ופעלו בהתאם - קידמו יוצרים בני עדות המזרח ושילבו בלוח השידורים מוזיקה שהתאימה לטעמים של עולים מכל תפוצות ישראל, גם מארצות האסלאם.

רשימת המקורות

- אלמגור, ד' [6, 2012] Dan Almagor (במרץ). **רומיה ויואל - להקת איילון**. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kUXs1xv0mLw>
- ארכיון המדינה (ללא תאריך). **איסור על העלאת מחזות ביידיש בתיאטרון הישראלי, 1949-1951**. <https://catalog.archives.gov.il/site/chapter/yidish-theatre>
- בן־שחר, מ' (1956, 8 במאי). מבכרים חדשות על מוסיקה, ומוסיקה על בידור. **חרות**, 2.
- הד ארצי (1998). **גדלנו יחד - אוסף היובל של ישראל, 1948-1960**. **השנים הראשונות - שירי הווי וריקודים סלוניים** [תקליטור].
- זייד־רומנלי, א' (1999). **קול ישראל: חמישים שנה לחטיבת השידורים לחו"ל ולעולים: 1948-1998**. קול ישראל.
- תרופת פלא להרגעת עצבים!...המוסיקה (1954, 9 ביולי). **ידיעות אחרונות, המוסף לשבת**, 4.
- לכיש, כ' (1965, 11 באוגוסט). **ישמח יוסף. על המשמר**, 2.
- מבורך, ד' ודותן, ד' (תסריט ובימוי) (2007). **תעלומת אריס סאן**. אליל תקשורת. זמין לצפייה ביטיוב: <https://www.youtube.com/watch?v=Llm91uFYZN8>
- מייזליש, ש' (2002). **ג'ו עמר - אני ושירי**. דני ספרים.
- מירו את עדן הפקות (2013). **הזמר הים תיכוני, המשולש: השירים הגדולים של שנות ה־50, 60, 70** [תקליטור].

המכון למחקר חברתי שימושי (1956). "קול ישראל" ומאזיניו: סקר ארצי על נוהג ההאזנה לקול ישראל ועל ההתעניינות בו: בוצע עבור שרות השידור.

מן, א' (2008). קול ישראל מירושלים... 1948-2008 / מדינה מאחורי המיקרופון. רשות השידור.

נאור, מ' (2022). ימי הרדיו שלנו: 40 השנים הראשונות, 1932-1972. ספריית יהודה דקל - המועצה לשימור אתרי מורשת בישראל.

ניב, י' (2015). פסטיבל הזמר והפזמון הישראלי בין מלחמת ששת הימים למלחמת יום כיפור: פופ בשירות המדינה [עבודה לשם קבלת תואר מוסמך]. אוניברסיטת תל אביב.

ניניו, א' [Avry אברי Avry Ninio ניניו 12, 2016] (Ниньо ביוני). **העשור - 1959 חלק ב' - ההקלטה המקורית של קול ישראל 1959**. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hDQKBc4GfhE>

סרוסי, א' ורגב, מ' (2013). מוסיקה פופולרית ותרבות בישראל. האוניברסיטה הפתוחה.

עברון, ב' (1956, 4 במאי). סקר האזנה. הארץ, 5.

עברון, ב' (1959). ספר השנה של העיתונאים - תש"ך. אגודת העיתונאים בתל אביב.

פזמונים (1957). 28 שירים ופזמונים פופולריים [שירון]. פזמונים.

פרץ, ד' וגייג, מ' (2024). יוסף בן ישראל והיווצרות "המוזיקה המזרחית" ברדיו הישראלי. **מסגרות מדיה**, 25, 159-173.

קול ישראל (1961). **משרד ראש הממשלה - שרות השידור - דין וחשבון על פעולות שרות השידור**. מס' מערכת בספריה הלאומית: 990019585450205171.

קימרלינג, ב' (2004). מהגרים, מתיישבים, ילידים: המדינה והחברה בישראל. עם עובד.

קשיב, מ' (1956, 4 במאי). תוצאות הסקר - שום שינוי. חרות, 6.

רגב, מ' (2023). כשהגיטרה מנסרת שיר געגועים: גיטות חשמליות ומזרחיות בפופ-רוק הישראלי. האוניברסיטה הפתוחה.

בידור 60 (1960, 8 בדצמבר). רדיו - שבועון קול ישראל, 6, 14-15.

רוזנפלד, ש' (2023). אריס סאן וג'ו עמר - ההורים של המוזיקה המזרחית. חיים שהולכים לעיבוד. <https://www.shlomirosenfeld.co.il/mizrahi/jo-amar-aris-san/1>

רפל, י' [Bar-Ilan University - אוניברסיטת בראילן] (2021, 5 באוגוסט). 'למי, למי, יש יותר כבוד'. יוסף בן ישראל והמאבק למען הזמר המזרחי - ד"ר יואל רפל. YouTube. <https://youtu.be/1hvTSIyG1ec>

שושנה דמארי (ללא תאריך). זמרשת. <https://www.zemreshet.co.il/m/artist.asp?id=406>

התקליט חיפה (2013). ארצנו הקטנטונת - שירי שנות החמישים [תקליטור].

הערות

- 1 תעלומת אריס סאן, סרטם של דליה מבורך ודני דותן, זמין לצפייה בכתובת: <https://www.youtube.com/watch?v=Llm91uFYZN8>
- 2 השיר "רומיה ויואל" זמין להאזנה בכתובת: <https://www.youtube.com/watch?v=kUXs1xv0mLw> (אלמגור, 2012).
- 3 הקלטת המופע מארכיון קול ישראל זמינה להאזנה בכתובת: <https://www.youtube.com/watch?v=hDQKBc4GfhE> (ניניו, 2016).

תגובה למסה "מוזיקה מזרחית והפסקול המוזיקלי ברדיו בשנות ה־50 וה־60" מאת שלומי רוזנפלד

מוטי גיגי ודויד פרץ*

תקציר

מסה זו נועדה להעמיק ולהרחיב את הדיון שהצענו במסה "יוסף בן ישראל והיווצרות 'המוזיקה המזרחית' ברדיו הישראלי" (2024), ולהגיב לטענות שהעלה שלומי רוזנפלד במסתו "מוזיקה מזרחית והפסקול המוזיקלי ברדיו בשנות ה־50 וה־60" (2025). נבקש להבהיר את הנחות היסוד והמתודולוגיה שבבסיס מחקרנו, לבחון את הביקורת שעלתה, ולהציג ממצאים חדשים שתומכים בטענותינו המקוריות ומעמיקים אותן. בכך, אנו שואפים לתרום תרומה נוספת לשיח הביקורתי על מקומה של המוזיקה המזרחית בתהליכי עיצובה של התרבות הישראלית המוקדמת.

מבוא

מסה זו נועדה להעמיק ולהרחיב את הדיון שהצענו במסה "יוסף בן ישראל והיווצרות 'המוזיקה המזרחית' ברדיו הישראלי" (פרץ וגיגי, 2024), ולהגיב לטענות שהעלה שלומי רוזנפלד במסתו "מוזיקה מזרחית והפסקול המוזיקלי ברדיו בשנות ה־50 וה־60" (2025). נבקש להבהיר את הנחות היסוד והמתודולוגיה שבבסיס מחקרנו, לבחון את הביקורת שעלתה, ולהציג ממצאים חדשים שתומכים בטענותינו המקוריות ומעמיקים אותן. בכך, אנו שואפים לתרום תרומה נוספת לשיח הביקורתי על מקומה של המוזיקה המזרחית בתהליכי עיצובה של התרבות הישראלית המוקדמת.

* ד"ר מוטי גיגי, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר
(motig@mail.sapir.ac.il).

דויד פרץ, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר (habuah@gmail.com).

יסודות המחקר המקורי

מחקרנו בדק כיצד התקבלה המוזיקה של יהודי ארצות האסלאם בישראל ברדיו הממלכתי, תוך התמקדות בדמותו המורכבת של יוסף בן ישראל. הצבענו על המתח שבין תפקידו כקטליזטור לשינוי תרבותי ובין תפקודו כסוכן של הדרה ושליטה. מחקרנו נשען על מגוון מקורות, ובהם ארכיונים, ראיונות ולוחות שידור, במטרה לשחזר את הדינמיקות התרבותיות והפוליטיות שקבעו את מעמדה של המוזיקה המזרחית.

בחינת טענותיו של רוזנפלד

1. ההקשר ההיסטורי והחברתי: רוזנפלד טוען כי מחקרנו מתעלם מהקשרים היסטוריים רחבים יותר. בפועל, עבודתנו ביקשה למקם את המוזיקה המזרחית בתוך מארג הדינמיקות האתניות והחברתיות של אותה תקופה. אף שרוזנפלד מזכיר את האתגרים החברתיים שניצבו בפני המדינה הצעירה, הוא ממעיט בחשיבותן של פעולות ממסדיות שהביאו להדרה שיטתית של תרבויות העולים. מחקרנו הדגיש את התהליכים הללו כהיבטים מרכזיים להבנת המיצוב של המוזיקה המזרחית.
2. סוגיית ההדרה והגטואיזציה: ביקורתנו של רוזנפלד מתעלמת מההבחנה המהותית בין הדרה מוחלטת לבין גטואיזציה תרבותית. טענתנו המרכזית - שלא הופרכה - היא שהמוזיקה המזרחית שולבה בתרבות הישראלית תחת תנאים מגבילים, במינון מבוקר ובמשבצות ייעודיות, שהתוו לה גבולות נוקשים. אין מדובר בפתיחות אמיתית, אלא בהכלה מפוקחת ומוגבלת. למעשה, היא לא הפכה לחלק אורגני מהתרבות הישראלית, אלא נותרה תחת הסיווג 'מזרחית' או 'ים תיכונית'. כלומר, היא זכתה להיכנס לקנון התרבותי, אך באופן מותנה ובזהות נפרדת, מקוטלגת ומסומנת.
3. נוכחות אומנים מזרחים באירועים מרכזיים: העובדה שאומנים מזרחים הופיעו באירועים ממלכתיים אינה מפריכה את טענתנו. מחקרנו הראה כי נוכחות זו הייתה מבוקרת ומסוגננת בהתאם לקודים ההגמוניים. המקרה של שושנה דמארי, לדוגמה, ממחיש כיצד הצלחה מזרחית התאפשרה רק במחיר טשטוש מאפיינים 'מקומיים' מדי והתאמה לאסתטיקה מערבית. בפועל, דמארי הגשימה את החזון הממסדי של זמרת 'מזרחית' אינסטרומנטלית, אשר שרה שירים אוריינטליסטיים שכתבו למשל נתן אלתרמן ומשה וילנסקי. ההצלחה שלה הייתה עלה התאנה שבאמצעותו ביקש הממסד להרחיק מהזרם המרכזי ומתחנות הרדיו הממלכתיות את הצליל האותנטי של יוצאי ארצות האסלאם. העובדה ששמותיהן של זמרות כמו גאולה ברדא, רשל אלמגריבה וזוהרה אלפסייה, שפעלו באותן שנים, עדיין אינם מוכרים לציבור הרחב, מראה כי המקרה של דמארי הוא יוצא מן הכלל המעיד על הכלל, ואינו מלמד דבר וחצי דבר על אפשרות ההתקבלות של זמרות מזרחיות לקנון העברי. אין זו הוכחה לייצוג, אלא סימפטום לאופן שבו המזרחיות נדרשה לעבור תהליך של סירוס תרבותי.

אך במקום לזהות את האוריינטליזם הסמוי שבשילוב של דמארי בקנון, רוזנפלד רואה בו הוכחה להיעדר אפליה. זהו מהלך שמחטיא את העיקר: לא כל נוכחות היא הכרה.

4. מתודולוגיה ושימוש בלוחות שידור: רוזנפלד טוען כי הסתמכנו על דוגמה יחידה של לוח שידור. למעשה, ניתוחנו כלל מדגם רחב של עשרות לוחות שידור, לצד מקורות מגוונים נוספים. יתרה מכך, מעולם לא טענו להעלמה מוחלטת של המוזיקה המזרחית, אלא לגטואיזציה שלה, כלומר השמעתה במשבצות זמן מצומצמות ומוגדרות היטב.

5. סקר ההאזנה של 1956 - קריאה ביקורתית: רוזנפלד מסתמך על סקר האזנה משנת 1956, אולם יש להפעיל על סקר זה קריאה ביקורתית. הסקר נערך בתקופה שבה שליש מהאוכלוסייה - בעיקר עולים חדשים - לא החזיקו במקלטי רדיו, והמוזיקה המזרחית כמעט לא הושמעה כלל.

עדות חדשות לחיזוק הטענות המקוריות

עדויות מארכיוני קול ישראל

מסמכים שהתגלו לאחרונה מעידים על קיומה של מדיניות מפורשת להגבלת שידורי המוזיקה המזרחית ל"לא יותר מ־25 דקות ביום" בשנים 1957-1963. המחקר שערך דויד פרץ במסגרת הדוקטורט שלו (טרם פורסם), מראה כיצד מדיניות זו ממחישה את ממדי ההדרה ואת שליטת הממסד בתכנים המושמעים.

ראיונות עם אומנים בני התקופה

אומנים מזרחים שפעלו בשנות ה־50 וה־60 תיארו כיצד יצירותיהם נדחו על בסיס קריטריונים אתניים ואסתטיים, כיוון שהיו "מזרחיות מדי" או "לא מספיק ישראליות". עדויות אלה מצטרפות למחקר, כמו גם לראיונות שנערכו עם אומנים לאורך השנים, המשרטטים תמונה רחבה של הדרה (פרץ וגייג, 2024).

ניתוח נכוחות של שעות שידור

כפי שצוין, הנתונים הכמותיים שבידינו מחזקים את ממצאינו שאכן בשנים 1958-1967 הוקדש למוזיקה מזרחית פחות מ־5% מזמן השידור המוזיקלי, חרף העובדה שמזרחים היוו יותר מחצי מהאוכלוסייה. פער זה ממחיש הדרה שיטתית ולא מקרית. סקירה של אלפי לוחות שידור מהשנים 1950 עד 1967 העלתה כי לא חל כמעט כל שינוי בהקצאת זמן אוויר למוזיקה מזרחית. כל השאר השתנה - זמני השידור של מוזיקה קלאסית הצטמצמו וההשמעות של זמר עברי ומוזיקה קלה התרבו, אבל בלי לכלול מוזיקה מזרחית (פרץ, טרם פורסם).

רדיו

קול ישראל

בגלים בינוניים: 4407.06 מטר (797 ק"ס) - ירושלים.
בגלים בינוניים: 522 מטר (574 ק"ס) - תל אביב, קצרים: 43 מטר (6830 ק"ס) - תל אביב, בינוני: 249 מטר (1205 ק"ס) - תיסה.

חדשות

עברית: 7, 1.30, 1.30, 10.25.
אנגלית: 2, 10.15 בערב.
ערבית: 8.45, 2.15, 7.15.
ערבית: 2.45.
7.15 צ.ח.7.
1304 מטר - 2.80 ק"ס
44.6 מטר - 6725 ט"פ

יום רביעי

6:30: מה טובו: 6.35: התעמלות בוקר: 6.45: שיעון מוזיקלי: 7.15: בער מות בוקר: 7.45: מוזיקה מרחיקת: 10: קונצרט בוקר ועיר: 10.30: וזוהי מוזיקליות: 11: מאולס הקונצרטים: (א) גילנסה, חמישה גרוסלאן ולודמילה. (ב) גריג, קונצרט בלהימור לסמטר ולחמורה. אופ' 16, 3) שוברס, סימפוניה מס' 2 בסימטול-מורן: 12: צלילים: צהר: ריסון: 12.20: חכנית לבחי חולים: במק צב הבין: 1: "חלילי". מוזיקת הארץ, בהתחממות חושנה רמארי, מרדכי ריי ודוד זהבי: 1.45: סינת הבית: 4: חכנית לעולי תימן: 4.15: מוזיקה לשעת נר שני: 4.30: מוזיקה לירוקים: 5: פרקי גנינה לכנור, בכצוע אלי גורן, ליד המסג תר: אביגדור ריסן: 5.30: סינת השחמט: 5.45: עת למסחיות, בלצו אברהם גיאת: 6.15: בארצות ערב: 6.30: לנוערי: צלילים מסלילים, סידרת חכנית כחובה ומוגשת ביד סרג סלני: 7: השכלה לעם: ביולוגיה של המים: 7.45: פרקי היום בתנ"ך: שמואל ב: י"א: 8: "חלילי": חכנית "חבת בני": 8.40: תב נות מוזיקת: 8.54: "האורח והחיליל, תב נית ערובה ביד יצחק יוראב ומוגשת בשיוף האגף ליחס צבור שלד מושד בהחשון: 9: מוזיקה קאמרית: דבזא, שלישה בסימור, אופ' 90 (רומקית) בכצוע אלישע צ'פאציקה (סמור): אמון סבר (כנור) יוצחק בלסמור (צ'לו): 9.30: המדור לחקלאים, מסע משר החליל: אות: 9.45: פרקי זמרה מפי יורה גורן: שמיט (אלסן): 10.30: פנת השומה, בערי כת צוגניה שמחוני. שרות המזרח - מחזקה ערבת: 6.30: חמשת: 6.40: שיה על חרשות היום: 6.45: הרים: 6.45: העולם.

זיפה

תורנות כתי מרקחת
מסור, מסר 1.

החור מאדן

אל כל חברי "מס"

מאז הביתה לחג חיד, כיום ששי הקרוב 7.8

המספרים מתבקשים לשחרר את חיליו לפרב זה.

קיבוע להב



חודשנת נמברית: 6.35 / 7.58
17.19, 21, 23: שבחנת
ובמקרים: 13.30, 8.30, 21, 19, 21
אנגלית: 14: בתלכית
21.4: צרפתית: 14.15: בתלכית
ב: 19. בתלכית ב: אס
אנגלית: 20.30: תרומת
21. תלכית - 21.30: תרומת
21.15: ידית - 19.30

6.30: מוזיקה מרחיקת: 7.15: בער מות בוקר: 7.45: מוזיקה מרחיקת: 10: קונצרט בוקר ועיר: 10.30: וזוהי מוזיקליות: 11: מאולס הקונצרטים: (א) גילנסה, חמישה גרוסלאן ולודמילה. (ב) גריג, קונצרט בלהימור לסמטר ולחמורה. אופ' 16, 3) שוברס, סימפוניה מס' 2 בסימטול-מורן: 12: צלילים: צהר: ריסון: 12.20: חכנית לבחי חולים: במק צב הבין: 1: "חלילי". מוזיקת הארץ, בהתחממות חושנה רמארי, מרדכי ריי ודוד זהבי: 1.45: סינת הבית: 4: חכנית לעולי תימן: 4.15: מוזיקה לשעת נר שני: 4.30: מוזיקה לירוקים: 5: פרקי גנינה לכנור, בכצוע אלי גורן, ליד המסג תר: אביגדור ריסן: 5.30: סינת השחמט: 5.45: עת למסחיות, בלצו אברהם גיאת: 6.15: בארצות ערב: 6.30: לנוערי: צלילים מסלילים, סידרת חכנית כחובה ומוגשת ביד סרג סלני: 7: השכלה לעם: ביולוגיה של המים: 7.45: פרקי היום בתנ"ך: שמואל ב: י"א: 8: "חלילי": חכנית "חבת בני": 8.40: תב נות מוזיקת: 8.54: "האורח והחיליל, תב נית ערובה ביד יצחק יוראב ומוגשת בשיוף האגף ליחס צבור שלד מושד בהחשון: 9: מוזיקה קאמרית: דבזא, שלישה בסימור, אופ' 90 (רומקית) בכצוע אלישע צ'פאציקה (סמור): אמון סבר (כנור) יוצחק בלסמור (צ'לו): 9.30: המדור לחקלאים, מסע משר החליל: אות: 9.45: פרקי זמרה מפי יורה גורן: שמיט (אלסן): 10.30: פנת השומה, בערי כת צוגניה שמחוני. שרות המזרח - מחזקה ערבת: 6.30: חמשת: 6.40: שיה על חרשות היום: 6.45: הרים: 6.45: העולם.

חוכנית ב'

18.15: לעלי חיה: 18.30: חרשות בערית
18.45: חרשות: 19.00: חרשות: 19.15: חרשות: 19.30: חרשות: 19.45: חרשות: 20.00: חרשות: 20.15: חרשות: 20.30: חרשות: 20.45: חרשות: 21.00: חרשות: 21.15: חרשות: 21.30: חרשות: 21.45: חרשות: 22.00: חרשות: 22.15: חרשות: 22.30: חרשות: 22.45: חרשות: 23.00: חרשות: 23.15: חרשות: 23.30: חרשות: 23.45: חרשות: 24.00: חרשות: 24.15: חרשות: 24.30: חרשות: 24.45: חרשות: 25.00: חרשות: 25.15: חרשות: 25.30: חרשות: 25.45: חרשות: 26.00: חרשות: 26.15: חרשות: 26.30: חרשות: 26.45: חרשות: 27.00: חרשות: 27.15: חרשות: 27.30: חרשות: 27.45: חרשות: 28.00: חרשות: 28.15: חרשות: 28.30: חרשות: 28.45: חרשות: 29.00: חרשות: 29.15: חרשות: 29.30: חרשות: 29.45: חרשות: 30.00: חרשות: 30.15: חרשות: 30.30: חרשות: 30.45: חרשות: 31.00: חרשות: 31.15: חרשות: 31.30: חרשות: 31.45: חרשות: 32.00: חרשות: 32.15: חרשות: 32.30: חרשות: 32.45: חרשות: 33.00: חרשות: 33.15: חרשות: 33.30: חרשות: 33.45: חרשות: 34.00: חרשות: 34.15: חרשות: 34.30: חרשות: 34.45: חרשות: 35.00: חרשות: 35.15: חרשות: 35.30: חרשות: 35.45: חרשות: 36.00: חרשות: 36.15: חרשות: 36.30: חרשות: 36.45: חרשות: 37.00: חרשות: 37.15: חרשות: 37.30: חרשות: 37.45: חרשות: 38.00: חרשות: 38.15: חרשות: 38.30: חרשות: 38.45: חרשות: 39.00: חרשות: 39.15: חרשות: 39.30: חרשות: 39.45: חרשות: 40.00: חרשות: 40.15: חרשות: 40.30: חרשות: 40.45: חרשות: 41.00: חרשות: 41.15: חרשות: 41.30: חרשות: 41.45: חרשות: 42.00: חרשות: 42.15: חרשות: 42.30: חרשות: 42.45: חרשות: 43.00: חרשות: 43.15: חרשות: 43.30: חרשות: 43.45: חרשות: 44.00: חרשות: 44.15: חרשות: 44.30: חרשות: 44.45: חרשות: 45.00: חרשות: 45.15: חרשות: 45.30: חרשות: 45.45: חרשות: 46.00: חרשות: 46.15: חרשות: 46.30: חרשות: 46.45: חרשות: 47.00: חרשות: 47.15: חרשות: 47.30: חרשות: 47.45: חרשות: 48.00: חרשות: 48.15: חרשות: 48.30: חרשות: 48.45: חרשות: 49.00: חרשות: 49.15: חרשות: 49.30: חרשות: 49.45: חרשות: 50.00: חרשות: 50.15: חרשות: 50.30: חרשות: 50.45: חרשות: 51.00: חרשות: 51.15: חרשות: 51.30: חרשות: 51.45: חרשות: 52.00: חרשות: 52.15: חרשות: 52.30: חרשות: 52.45: חרשות: 53.00: חרשות: 53.15: חרשות: 53.30: חרשות: 53.45: חרשות: 54.00: חרשות: 54.15: חרשות: 54.30: חרשות: 54.45: חרשות: 55.00: חרשות: 55.15: חרשות: 55.30: חרשות: 55.45: חרשות: 56.00: חרשות: 56.15: חרשות: 56.30: חרשות: 56.45: חרשות: 57.00: חרשות: 57.15: חרשות: 57.30: חרשות: 57.45: חרשות: 58.00: חרשות: 58.15: חרשות: 58.30: חרשות: 58.45: חרשות: 59.00: חרשות: 59.15: חרשות: 59.30: חרשות: 59.45: חרשות: 60.00: חרשות: 60.15: חרשות: 60.30: חרשות: 60.45: חרשות: 61.00: חרשות: 61.15: חרשות: 61.30: חרשות: 61.45: חרשות: 62.00: חרשות: 62.15: חרשות: 62.30: חרשות: 62.45: חרשות: 63.00: חרשות: 63.15: חרשות: 63.30: חרשות: 63.45: חרשות: 64.00: חרשות: 64.15: חרשות: 64.30: חרשות: 64.45: חרשות: 65.00: חרשות: 65.15: חרשות: 65.30: חרשות: 65.45: חרשות: 66.00: חרשות: 66.15: חרשות: 66.30: חרשות: 66.45: חרשות: 67.00: חרשות: 67.15: חרשות: 67.30: חרשות: 67.45: חרשות: 68.00: חרשות: 68.15: חרשות: 68.30: חרשות: 68.45: חרשות: 69.00: חרשות: 69.15: חרשות: 69.30: חרשות: 69.45: חרשות: 70.00: חרשות: 70.15: חרשות: 70.30: חרשות: 70.45: חרשות: 71.00: חרשות: 71.15: חרשות: 71.30: חרשות: 71.45: חרשות: 72.00: חרשות: 72.15: חרשות: 72.30: חרשות: 72.45: חרשות: 73.00: חרשות: 73.15: חרשות: 73.30: חרשות: 73.45: חרשות: 74.00: חרשות: 74.15: חרשות: 74.30: חרשות: 74.45: חרשות: 75.00: חרשות: 75.15: חרשות: 75.30: חרשות: 75.45: חרשות: 76.00: חרשות: 76.15: חרשות: 76.30: חרשות: 76.45: חרשות: 77.00: חרשות: 77.15: חרשות: 77.30: חרשות: 77.45: חרשות: 78.00: חרשות: 78.15: חרשות: 78.30: חרשות: 78.45: חרשות: 79.00: חרשות: 79.15: חרשות: 79.30: חרשות: 79.45: חרשות: 80.00: חרשות: 80.15: חרשות: 80.30: חרשות: 80.45: חרשות: 81.00: חרשות: 81.15: חרשות: 81.30: חרשות: 81.45: חרשות: 82.00: חרשות: 82.15: חרשות: 82.30: חרשות: 82.45: חרשות: 83.00: חרשות: 83.15: חרשות: 83.30: חרשות: 83.45: חרשות: 84.00: חרשות: 84.15: חרשות: 84.30: חרשות: 84.45: חרשות: 85.00: חרשות: 85.15: חרשות: 85.30: חרשות: 85.45: חרשות: 86.00: חרשות: 86.15: חרשות: 86.30: חרשות: 86.45: חרשות: 87.00: חרשות: 87.15: חרשות: 87.30: חרשות: 87.45: חרשות: 88.00: חרשות: 88.15: חרשות: 88.30: חרשות: 88.45: חרשות: 89.00: חרשות: 89.15: חרשות: 89.30: חרשות: 89.45: חרשות: 90.00: חרשות: 90.15: חרשות: 90.30: חרשות: 90.45: חרשות: 91.00: חרשות: 91.15: חרשות: 91.30: חרשות: 91.45: חרשות: 92.00: חרשות: 92.15: חרשות: 92.30: חרשות: 92.45: חרשות: 93.00: חרשות: 93.15: חרשות: 93.30: חרשות: 93.45: חרשות: 94.00: חרשות: 94.15: חרשות: 94.30: חרשות: 94.45: חרשות: 95.00: חרשות: 95.15: חרשות: 95.30: חרשות: 95.45: חרשות: 96.00: חרשות: 96.15: חרשות: 96.30: חרשות: 96.45: חרשות: 97.00: חרשות: 97.15: חרשות: 97.30: חרשות: 97.45: חרשות: 98.00: חרשות: 98.15: חרשות: 98.30: חרשות: 98.45: חרשות: 99.00: חרשות: 99.15: חרשות: 99.30: חרשות: 99.45: חרשות: 100.00: חרשות: 100.15: חרשות: 100.30: חרשות: 100.45: חרשות: 101.00: חרשות: 101.15: חרשות: 101.30: חרשות: 101.45: חרשות: 102.00: חרשות: 102.15: חרשות: 102.30: חרשות: 102.45: חרשות: 103.00: חרשות: 103.15: חרשות: 103.30: חרשות: 103.45: חרשות: 104.00: חרשות: 104.15: חרשות: 104.30: חרשות: 104.45: חרשות: 105.00: חרשות: 105.15: חרשות: 105.30: חרשות: 105.45: חרשות: 106.00: חרשות: 106.15: חרשות: 106.30: חרשות: 106.45: חרשות: 107.00: חרשות: 107.15: חרשות: 107.30: חרשות: 107.45: חרשות: 108.00: חרשות: 108.15: חרשות: 108.30: חרשות: 108.45: חרשות: 109.00: חרשות: 109.15: חרשות: 109.30: חרשות: 109.45: חרשות: 110.00: חרשות: 110.15: חרשות: 110.30: חרשות: 110.45: חרשות: 111.00: חרשות: 111.15: חרשות: 111.30: חרשות: 111.45: חרשות: 112.00: חרשות: 112.15: חרשות: 112.30: חרשות: 112.45: חרשות: 113.00: חרשות: 113.15: חרשות: 113.30: חרשות: 113.45: חרשות: 114.00: חרשות: 114.15: חרשות: 114.30: חרשות: 114.45: חרשות: 115.00: חרשות: 115.15: חרשות: 115.30: חרשות: 115.45: חרשות: 116.00: חרשות: 116.15: חרשות: 116.30: חרשות: 116.45: חרשות: 117.00: חרשות: 117.15: חרשות: 117.30: חרשות: 117.45: חרשות: 118.00: חרשות: 118.15: חרשות: 118.30: חרשות: 118.45: חרשות: 119.00: חרשות: 119.15: חרשות: 119.30: חרשות: 119.45: חרשות: 120.00: חרשות: 120.15: חרשות: 120.30: חרשות: 120.45: חרשות: 121.00: חרשות: 121.15: חרשות: 121.30: חרשות: 121.45: חרשות: 122.00: חרשות: 122.15: חרשות: 122.30: חרשות: 122.45: חרשות: 123.00: חרשות: 123.15: חרשות: 123.30: חרשות: 123.45: חרשות: 124.00: חרשות: 124.15: חרשות: 124.30: חרשות: 124.45: חרשות: 125.00: חרשות: 125.15: חרשות: 125.30: חרשות: 125.45: חרשות: 126.00: חרשות: 126.15: חרשות: 126.30: חרשות: 126.45: חרשות: 127.00: חרשות: 127.15: חרשות: 127.30: חרשות: 127.45: חרשות: 128.00: חרשות: 128.15: חרשות: 128.30: חרשות: 128.45: חרשות: 129.00: חרשות: 129.15: חרשות: 129.30: חרשות: 129.45: חרשות: 130.00: חרשות: 130.15: חרשות: 130.30: חרשות: 130.45: חרשות: 131.00: חרשות: 131.15: חרשות: 131.30: חרשות: 131.45: חרשות: 132.00: חרשות: 132.15: חרשות: 132.30: חרשות: 132.45: חרשות: 133.00: חרשות: 133.15: חרשות: 133.30: חרשות: 133.45: חרשות: 134.00: חרשות: 134.15: חרשות: 134.30: חרשות: 134.45: חרשות: 135.00: חרשות: 135.15: חרשות: 135.30: חרשות: 135.45: חרשות: 136.00: חרשות: 136.15: חרשות: 136.30: חרשות: 136.45: חרשות: 137.00: חרשות: 137.15: חרשות: 137.30: חרשות: 137.45: חרשות: 138.00: חרשות: 138.15: חרשות: 138.30: חרשות: 138.45: חרשות: 139.00: חרשות: 139.15: חרשות: 139.30: חרשות: 139.45: חרשות: 140.00: חרשות: 140.15: חרשות: 140.30: חרשות: 140.45: חרשות: 141.00: חרשות: 141.15: חרשות: 141.30: חרשות: 141.45: חרשות: 142.00: חרשות: 142.15: חרשות: 142.30: חרשות: 142.45: חרשות: 143.00: חרשות: 143.15: חרשות: 143.30: חרשות: 143.45: חרשות: 144.00: חרשות: 144.15: חרשות: 144.30: חרשות: 144.45: חרשות: 145.00: חרשות: 145.15: חרשות: 145.30: חרשות: 145.45: חרשות: 146.00: חרשות: 146.15: חרשות: 146.30: חרשות: 146.45: חרשות: 147.00: חרשות: 147.15: חרשות: 147.30: חרשות: 147.45: חרשות: 148.00: חרשות: 148.15: חרשות: 148.30: חרשות: 148.45: חרשות: 149.00: חרשות: 149.15: חרשות: 149.30: חרשות: 149.45: חרשות: 150.00: חרשות: 150.15: חרשות: 150.30: חרשות: 150.45: חרשות: 151.00: חרשות: 151.15: חרשות: 151.30: חרשות: 151.45: חרשות: 152.00: חרשות: 152.15: חרשות: 152.30: חרשות: 152.45: חרשות: 153.00: חרשות: 153.15: חרשות: 153.30: חרשות: 153.45: חרשות: 154.00: חרשות: 154.15: חרשות: 154.30: חרשות: 154.45: חרשות: 155.00: חרשות: 155.15: חרשות: 155.30: חרשות: 155.45: חרשות: 156.00: חרשות: 156.15: חרשות: 156.30: חרשות: 156.45: חרשות: 157.00: חרשות: 157.15: חרשות: 157.30: חרשות: 157.45: חרשות: 158.00: חרשות: 158.15: חרשות: 158.30: חרשות: 158.45: חרשות: 159.00: חרשות: 159.15: חרשות: 159.30: חרשות: 159.45: חרשות: 160.00: חרשות: 160.15: חרשות: 160.30: חרשות: 160.45: חרשות: 161.00: חרשות: 161.15: חרשות: 161.30: חרשות: 161.45: חרשות: 162.00: חרשות: 162.15: חרשות: 162.30: חרשות: 162.45: חרשות: 163.00: חרשות: 163.15: חרשות: 163.30: חרשות: 163.45: חרשות: 164.00: חרשות: 164.15: חרשות: 164.30: חרשות: 164.45: חרשות: 165.00: חרשות: 165.15: חרשות: 165.30: חרשות: 165.45: חרשות: 166.00: חרשות: 166.15: חרשות: 166.30: חרשות: 166.45: חרשות: 167.00: חרשות: 167.15: חרשות: 167.30: חרשות: 167.45: חרשות: 168.00: חרשות: 168.15: חרשות: 168.30: חרשות: 168.45: חרשות: 169.00: חרשות: 169.15: חרשות: 169.30: חרשות: 169.45: חרשות: 170.00: חרשות: 170.15: חרשות: 170.30: חרשות: 170.45: חרשות: 171.00: חרשות: 171.15: חרשות: 171.30: חרשות: 171.45: חרשות: 172.00: חרשות: 172.15: חרשות: 172.30: חרשות: 172.45: חרשות: 173.00: חרשות: 173.15: חרשות: 173.30: חרשות: 173.45: חרשות: 174.00: חרשות: 174.15: חרשות: 174.30: חרשות: 174.45: חרשות: 175.00: חרשות: 175.15: חרשות: 175.30: חרשות: 175.45: חרשות: 176.00: חרשות: 176.15: חרשות: 176.30: חרשות: 176.45: חרשות: 177.00: חרשות: 177.15: חרשות: 177.30: חרשות: 177.45: חרשות: 178.00: חרשות: 178.15: חרשות: 178.30: חרשות: 178.45: חרשות: 179.00: חרשות: 179.15: חרשות: 179.30: חרשות: 179.45: חרשות: 180.00: חרשות: 180.15: חרשות: 180.30: חרשות: 180.45: חרשות: 181.00: חרשות: 181.15: חרשות: 181.30: חרשות: 181.45: חרשות: 182.00: חרשות: 182.15: חרשות: 182.30: חרשות: 182.45: חרשות: 183.00: חרשות: 183.15: חרשות: 183.30: חרשות: 183.45: חרשות: 184.00: חרשות: 184.15: חרשות: 184.30: חרשות: 184.45: חרשות: 185.00: חרשות: 185.15: חרשות: 185.30: חרשות: 185.45: חרשות: 186.00: חרשות: 186.15: חרשות: 186.30: חרשות: 186.45: חרשות: 187.00: חרשות: 187.15: חרשות: 187.30: חרשות: 187.45: חרשות: 188.00: חרשות: 188.15: חרשות: 188.30: חרשות: 188.45: חרשות: 189.00: חרשות: 189.15: חרשות: 189.30: חרשות: 189.45: חרשות: 190.00: חרשות: 190.15: חרשות: 190.30: חרשות: 190.45: חרשות: 191.00: חרשות: 191.15: חרשות: 191.30: חרשות: 191.45: חרשות: 192.00: חרשות: 192.15: חרשות: 192.30: חרשות: 192.45: חרשות: 193.00: חרשות: 193.15: חרשות: 193.30: חרשות: 193.45: חרשות: 194.00: חרשות: 194.15: חרשות: 194.30: חרשות: 194.45: חרשות: 195.00: חרשות: 195.15: חרשות: 195.30: חרשות: 195.45: חרשות: 196.00: חרשות: 196.15: חרשות: 196.30: חרשות: 196.45: חרשות: 197.00: חרשות: 197.15: חרשות: 197.30: חרשות: 197.45: חרשות: 198.00: חרשות: 198.15: חרשות: 198.30: חרשות: 198.45: חרשות: 199.00: חרשות: 199.15: חרשות: 199.30: חרשות: 199.45: חרשות: 200.00: חרשות: 200.15: חרשות: 200.30: חרשות: 200.45: חרשות: 201.00: חרשות: 201.15: חרשות: 201.30: חרשות: 201.45: חרשות: 202.00: חרשות: 202.15: חרשות: 202.30: חרשות: 202.45: חרשות: 203.00: חרשות: 203.15: חרשות: 203.30: חרשות: 203.45: חרשות: 204.00: חרשות: 204.15: חרשות: 204.30: חרשות: 204.45: חרשות: 205.00: חרשות: 205.15: חרשות: 205.30: חרשות: 205.45: חרשות: 206.00: חרשות: 206.15: חרשות: 206.30: חרשות: 206.45: חרשות: 207.00: חרשות: 207.15: חרשות: 207.30: חרשות: 207.45: חרשות: 208.00: חרשות: 208.15: חרשות: 208.30: חרשות: 208.45: חרשות: 209.00: חרשות: 209.15: חרשות: 209.30: חרשות: 209.45: חרשות: 210.00: חרשות: 210.15: חרשות: 210.30: חרשות: 210.45: חרשות: 211.00: חרשות: 211.15: חרשות: 211.30: חרשות: 211.45: חרשות: 212.00: חרשות: 212.15: חרשות: 212.30: חרשות: 212.45: חרשות: 213.00: חרשות: 213.15: חרשות: 213.30: חרשות: 213.45: חרשות: 214.00: חרשות: 214.15: חרשות: 214.30: חרשות: 214.45: חרשות: 215.00: חרשות: 215.15: חרשות: 215.30: חרשות: 215.45: חרשות: 216.00: חרשות: 216.15: חרשות: 216.30: חרשות: 216.45: חרשות: 217.00: חרשות: 217.15: חרשות: 217.30: חרשות: 217.45: חרשות: 218.00: חרשות: 218.15: חרשות: 218.30: חרשות: 218.45: חרשות: 219.00: חרשות: 219.15: חרשות: 219.30: חרשות: 219.45: חרשות: 220.00: חרשות: 220.15: חרשות: 220.30: חרשות: 220.45: חרשות: 221.00: חרשות: 221.15: חרשות: 221.30: חרשות: 221.45: חרשות: 222.00: חרשות: 222.15: חרשות: 222.30: חרשות: 222.45: חרשות: 223.00: חרשות: 223.15: חרשות: 223.30: חרשות: 223.45: ח

בן ישראל והפרדוקס התרבותי

רוזנפלד מציין כי יוסף בן ישראל יזם את פסטיבל הזמר המזרחי, אך מתעלם מהאמביוולנטיות שביזומה זו. כפי שהראינו במסה שלנו, בן ישראל ניסה ליצור תרבות מזרחית "גבוהה" באמצעות שימוש בסממנים מערביים (תזמורת, מנצחים, מעבדים וכותבים), אך בו בזמן חסם את כניסת המוזיקה העממית המזרחית אל הרדיו, כולל יצירות של צלילי הכרם והעוד, אהובה עוזרי ואחרים. ראיות חדשות מראיונות שערכנו מבהירות כי הפסטיבל שימש כלי ל"תירבות" המוזיקה המזרחית והתאמתה לאסתטיקה מערבית. בן ישראל עצמו הודה כי פסל סגנונות "פרימיטיביים" בעיניו, והעדיף להציג רק את "יהלומי התרבות הראויים" (ראיונות אישיים של דויד פרץ עם אשר ראובני, 13 באפריל 2023; ועם יוסף בן ישראל, 26 במרץ 2018). בדומה לכך, בהתכתבות פנימית של קול ישראל משנת 1978 נאמר מפורשות: "למרות התעוררות 'המוזיקה התימנית' ודרישה הולכת וגוברת מהקהל להשמיע את שירי אהובה עוזרי ודקלון - אין רשות לשדרם, עקב רמתם הנמוכה של הטקסטים, העיבודים והליווי המוזיקלי" (פרץ, 2025).

סיכום וחוקרי החשך

מסת תגובה זו מבקשת לערער על ההצגה הפשטנית של ההיסטוריה התרבותית של מדינת ישראל. הראינו כי ההדרה התרבותית של המוזיקה המזרחית הייתה חלק ממדיניות ברורה. השידור הציבורי שימש כלי להנדסת תודעה קולקטיבית בנוגע למה שנחשב 'טוב', 'ישראלי' ו'מתקדם'. פעילותו של בן ישראל מדגימה כיצד שותפות מזרחית במנגנוני תרבות יכולה להתקיים רק תוך הסתגלות לאידיאלים של המרכז. הניסיון להציג את קול ישראל כגוף נאור ומכיל חוטא להבנת תפקידו כזרוע ממשלתית של כוח רך.

הדיון הציבורי והאקדמי בנוגע למקומה של המוזיקה המזרחית בתרבות הישראלית עדיין רחוק ממיצוי. להבנתנו, רוזנפלד מפרש את העבר מתוך תפיסה רומנטית שאינה משקפת את המציאות ההיסטורית, המוכרת לנו ממחקרים רבים על הדרתם של יהודי ארצות האסלאם. סוגיה זו משקפת את ההזנחה המתמשכת, ואת נקודת המבט המחקרית שעודנה שלטת במדעי החברה בכלל ובמחקרי תרבות בפרט. מחקרי התרבות המרכזיים התמקדו ומתמקדים בעיקר בשיח ההגמוני, תוך השתקה של תרבויות שנחשבו חיצוניות לנרטיב הישראלי, ובכלל זה המוזיקה המזרחית. עם זאת, ניכרת מגמה חיובית של שינוי, כדוגמת מסה זו.

על האקדמיה לבחון לא רק את מה ששודר, אלא גם את מה שלא. לא רק את מי שנכחו, אלא את מי שהשתקו והוחרגו מהשיח התרבותי - יוצאי ארצות האסלאם, על המוזיקה שלהם, שפתם, זיכרונותיהם וחוויותיהם. הפערים הללו אינם מצטמצמים לרדיו בלבד. הם ניכרים בהיעדר ייצוג הולם בתוכניות הלימוד, בהיסטוריוגרפיה הרשמית, ובסיפורי הזהות שמועברים מדור לדור. לכן, יש להרחיב את העיון למרחבים תקשורתיים נוספים - טלוויזיה, עיתונות, מרחבים דיגיטליים - ולבחון כיצד אידיאולוגיות תרבותיות שולטות גם היום, באמצעים מעודנים יותר: אסתטיקה 'מקצועית' ו'ניטרלית' לכאורה, שעודנה מציבה סף כניסה שכמעט ואינו מאפשר לאחר להיכלל.

האקדמיה יכולה - וצריכה - לשמש זירה מתקנת. לא רק אתר של חשיפה, אלא גם של תיקון, הכרה והנכחה. להבנתנו, על המחקר האקדמי לנסות ולתקן עיוות של זיכרון היסטורי, לשחזר קול מושקע, ולהתעקש שלא נסתפק עוד בשברי הכרה. המוזיקה המזרחית לא נדחקה לפינות מתוך שכחה - אלא הוצבה שם במכוון. על כן, כשאנחנו כותבים, אנחנו לא רק מנתחים את העבר. אנחנו משמיעים את הקולות שמאז ומתמיד נעשו ניסיונות להשתיק. כי המאבק איננו עוסק בעבר בלבד, אלא גם בזכות השידור בהווה.

רשימת המקורות

פרץ, ד' (2025, 20 באפריל). ישמח חתננו: מיטב המוזיקאים עושים כבוד לחתן פרס ישראל דקלון. **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/magazine/shishabat/article/13955951>

פרץ, ד' [טרם פורסם]. **לפני הקסטה - הפואטיקה של יוצאי ארצות האסלאם, בפזמונים ישראלים 1948-1978** [עבודה שלא פורסמה לשם קבלת תואר דוקטור]. אוניברסיטת בן גוריון בנגב.

פרץ, ד' וגייג, מ' (2024). יוסף בן ישראל והיווצרות "המוזיקה המזרחית" ברדיו הישראלי. **מסגרות מדיה**, 25, 173-159. <https://doi.org/10.57583/MF.2024.25.10058>

רוזנפלד, ש' (2025). מוזיקה מזרחית והפסקול המוזיקלי ברדיו בשנות ה־50 וה־60. **מסגרות מדיה**, 27. <https://mediaframes.sapir.ac.il/mizrahi-music>

מאמרים באנגלית

Politicization of Soft News in Times of Crisis: Media Coverage of the Eurovision Song Contests, 2023–2025

Gilad Greenwald*

Abstract

This article examines the politicization of soft news in Israel, through an analysis of the Eurovision Song Contest coverage during the years 2023–2025, against the backdrop of the Gaza war. Adopting a perspective of the media as a hybrid arena, where the boundaries between hard and soft news are often blurred, the study explores how an event commonly perceived as cultural and entertaining is covered during times of tension and crisis. The research is based on a combined quantitative and qualitative analysis of 328 news items from three major Israeli digital news outlets: *Haaretz*, *Israel Hayom*, and *Ynet*. The quantitative findings indicate a sharp increase in the political framing of Eurovision as the military conflict escalated, alongside a continued presence of sensational, gossip-oriented, and escapist framings. The qualitative analysis sharpens the dynamic between entertainment-driven drama and the symbolic processing of collective anxiety, highlighting the transformation of soft news topics into a space in which national tensions and political identities are shaped and interpreted. The article contributes to the understanding of the media's shifting role in times of crisis and offers a renewed perspective on soft news as a significant arena for “serious” public and political engagement, particularly during such periods.

* Gilad Greenwald, School of Communication | Bar-Ilan University,
gilad.greenwald@biu.ac.il

Introduction

The Gaza war broke out in October 2023, following Hamas's terrorist attack on Israeli civilians and soldiers. The October 7 assault is widely regarded as the most devastating and traumatic event in Israel's history, due to its unprecedented toll – 1,163 murdered and killed, many of them civilians, including infants, children, women, and the elderly – alongside the abduction of 251 Israelis to the Gaza Strip. The event was marked by complete surprise and a profound systemic failure, both at the security and governmental levels (Weimann-Saks et al., 2024).

In the war that ensued, tens of thousands of Palestinians and thousands of Lebanese were reportedly killed, and hundreds of thousands were wounded (Lev-On & Gozansky, 2024). The war's persistence and its humanitarian toll provoked harsh international criticism of Israel and intense anger toward its policies, even from countries traditionally viewed as allies. Among other repercussions were efforts to prosecute senior Israeli officials at the International Criminal Court in The Hague. According to public opinion surveys conducted in various countries, Israel's global image in 2024–2025 ranked among the worst in its history (World Population Review, 2025).

It appears that the day of the massacre, the war that erupted in its aftermath, the ongoing struggle to bring the hostages home, and the sharp international criticism directed at Israel—in global diplomacy as well as in international media—have shaken Israeli society with exceptional force and depth. One of the most notable effects of these events, at least during the initial period following the outbreak of the war, was a dramatic surge in news consumption among the Israeli public. This trend, noted as well in previous wartime contexts (Malka et al., 2015), manifested with even greater intensity in the present case. News broadcasts became significantly longer, and coverage of “hard news,” particularly foreign affairs, politics, and security, increased substantially (Weimann-Saks et al., 2024).

The central aim of the present article is to identify and analyze **the phenomenon by which even "soft news" – particularly entertainment events such as the Eurovision Song Contest – have become increasingly politicized in their presentation and framing under the shadow of war.** Traditionally, soft news includes areas such as leisure, culture, and entertainment, and is generally positioned at the periphery of the news agenda, given its classification as content less central to the essential functioning of society (Meeks, 2012). However, previous studies have shown that journalists covering entertainment and celebrity news may also draw upon political or security-related themes as a means of attracting public attention to their fields of coverage. This practice is especially relevant in countries like Israel, where public opinion is politically engaged to a large degree, and political participation is regarded as a civic duty (Greenwald, 2020).

In 2024 and 2025, the Eurovision Song Contests were marked by an unusually high level of politicization. This stands in clear contrast to more "normative" years in the contest and its media coverage—such as 2023—which were not politically charged, either in the Israeli context or more broadly. The heightened politicization of Eurovision during these two years, compared with 2023, manifested in calls by several participating countries to boycott or suspend Israel in response to the war in Gaza. These calls translated into overt hostility toward the Israeli delegations and performers: from parts of the live audience—some of whom, at an unprecedented scale, accompanied Israel's performance with sustained and thunderous booing; from other delegations, artists, European broadcasters, and national jury members; and from vast audiences outside the arena, who generated tens of thousands of negative social media responses to Israel's participation, staged mass protests waving Palestinian flags, and even prompted security incidents that required the involvement of Israel's General Security Service in the host cities (Malmö, Sweden in 2024, and Basel, Switzerland in 2025) (Öberg, 2025).

As will be discussed in detail in the literature review, it is important to underscore that Israel has historically exhibited an unusually high level

of public engagement with the Eurovision Song Contest. The contest has long been framed through a political lens and understood as a cultural platform that contributes to the construction of Israeli national identity. Consequently, political involvement in Israel's Eurovision participation has been both consistent and enduring. Previous research has shown, for example, that Israel has used the Eurovision stage to project a Western cultural image, despite its far more complex cultural identity in practice (Mahla, 2022; Press-Barnathan & Lutz, 2020); that it has leveraged boycott threats surrounding the contest as a means of bolstering internal national cohesion (Rosler & Press-Barnathan, 2021); and that it views the event as an opportunity to amplify national and patriotic sentiment (Ariely & Zahavi, 2022).

Nonetheless, this study contends that even within the context of Israel's longstanding political engagement with Eurovision, there are meaningful differences between the media framing of the contest during ordinary years and during periods in which Israel confronts significant political or security crises.

Through a **mixed-method content analysis**—combining quantitative and qualitative approaches—of journalistic framing in three major Israeli mainstream online newspapers with print counterparts (*Haaretz*, *Israel Hayom*, and *Ynet*) covering the 2024 and 2025 contests, and **by comparing** this coverage with that of the 2023 contest (the last held before the outbreak of the war), this article seeks to highlight broader cultural spheres often considered “marginal,” yet which underwent significant transformation in the wake of the ongoing conflict.

The significance of such an analysis lies in the growing recognition that the boundaries between political, social, and cultural spheres have become increasingly blurred. This phenomenon reflects what is often referred to as the *mediatization of politics*—the penetration of media logic, discourse, and practices into the processes of public decision-making and the shaping of political discourse (see also Gozansky & Lev-On, 2024). In this reality, the public agenda is no longer structured by clear topical

hierarchies, such as the traditional division between “hard” and “soft” news, but rather by logics of visibility, emotional discourse, and visual representation.

Social media, of course, plays a central role in this process as well, serving as a key arena through which cultural events acquire political dimensions—and vice versa (Blasco-Duatis et al., 2019). Thus, a topic such as “Israel’s participation in Eurovision” can become relevant, and even crucial, to broader issues such as Israel’s international standing or the dynamics of the Middle East conflict. Ultimately, this study aims to join a growing body of research that examines the news framing and cultural impact of media events over time, and not merely at the moment of their broadcast (see, for example, Greenwald, 2023; Tamir & Lehman-Wilzig, 2023).

Literature Review

Eurovision Song Contest

The Eurovision Song Contest (henceforth “Eurovision”), established in 1955 and first held in Lugano, Switzerland, the following year, is one of the largest cultural and television enterprises in Europe and the world (Ginsburgh & Noury, 2008). The initiative, conceived by Marcel Bezençon—the first director of the European Broadcasting Union (EBU)—was inspired by Italy’s Sanremo Music Festival. Today, the contest is broadcast to an audience of between 200 million and half a billion viewers annually, reflecting both the power of the global television entertainment market and the continued ability of public broadcasting to serve as a mechanism for constructing collective cultural identity. This persists despite the growing dominance of internet-based communication (social networks, artificial intelligence, and various digital communication platforms) (Greenwald, 2020; Greenwald, 2023).

Although Eurovision is officially presented as an apolitical event, its history in practice mirrors profound political processes within Europe and beyond. Ideological and political worldviews have consistently influenced

decision-making within the EBU (Yair & Ozeri, 2022). From its inception, Eurovision served as a symbol of postwar Western cultural unity, and during the Cold War it represented the capitalist West in contrast to the communist bloc, which was traditionally absent from the contest (except for Yugoslavia). Following the collapse of the Eastern bloc, the contest expanded to include Central and Eastern European countries, among them former Soviet states such as Russia and Ukraine (Singleton et al., 2007). In addition, the contest's voting structure—its system of distributing points among countries—has, over the years, revealed clear patterns of regional alliances, political voting, and distinct voting blocs (Yair, 2019).

Eurovision has repeatedly become a stage for “political incidents.” One notable example is Ukraine's 2016 victory with a song addressing the persecution of Tatars in Crimea by Russia—a reflection of the sharp geopolitical tensions between the two nations that challenged the “fantasy” of a conflict-free European cultural brotherhood. It is worth noting that this victory occurred after Russia's annexation of Crimea, thus carrying an explicitly political message. More broadly, Ukraine has a long chronicle of politically charged representations and participation in the Eurovision (Bohlman, 2011; Meizel, 2013)—a trajectory that reached its peak with the Russian invasion of Ukraine in 2022, when Russia was immediately suspended from the contest (Greenwald, 2023).

Israel began participating in Eurovision in 1973, becoming the first non-European country to do so. Its inclusion in the contest must be understood within broader cultural and political contexts, as it occurred during the 1970s expansion of the competition to include countries of the Mediterranean basin—Malta, Greece, Turkey, and later Cyprus—challenging the previously homogeneous Western European identity of the event. Israel's participation has often been interpreted as a cultural and geopolitical act, expressing its desire to be perceived as part of the Western cultural sphere (Mahla, 2022; Press-Barnathan & Lutz, 2020; Panea, 2018).

Belkind (2010) argues that Eurovision has served Israel as a mechanism of national imagination, reinforcing its citizens' sense of belonging to the West and, more specifically, to Europe. Accordingly, Israel's participation—and at times, its success—in the contest has historically generated feelings of national pride (Ariely & Zahavi, 2022; Lemish, 2004; Rosler & Press-Barnathan, 2021). Over the years, Israel has won the competition four times (1978, 1979, 1998, 2018), placed second three times (1982, 1983, 2025), and placed third twice (1991, 2023). Among the most culturally significant moments in Israel's Eurovision history was the 1998 victory of the transgender singer Dana International, a watershed in legitimizing LGBTQ representation within Israeli culture (Greenwald, 2020).

In this context, it is noteworthy that in Israel there is often an artificial epistemic distinction between the "political" and the "social," whereas in other cultural settings this distinction is much weaker or even nonexistent (Morgenthau, 2012). Thus, issues such as national security and foreign affairs are typically categorized as "political," while matters related to women's status and LGBTQ rights are framed as "social." By contrast, countries that have participated in the Eurovision—such as Russia and Hungary—have expressed negative attitudes toward the contest's prominent LGBTQ identification, reflecting their perception of the event as inherently political, largely because of its association with the liberal values championed by Western European states (Baker, 2017). In other words, even examples such as Dana International's victory and the contest's increasing identification with LGBTQ culture are understood as explicitly political acts in other arenas.

Academic research on Eurovision is divided into several theoretical focal points. Yair (2019) identifies four main research directions. The first deals with the concept of "the imagined Europe" and cosmopolitanism, including the use of the contest for purposes of *nation branding* (Jordan, 2011). The second focuses on Eurovision as an LGBTQ phenomenon, particularly as an expression of popular gay culture (see, for example, Baker, 2017; Cassidy, 2014; Lemish, 2004; Miazhevich, 2017). The third examines the political dimensions of the contest, especially the

phenomenon of “bloc voting” (Öberg, 2025; Yair, 1995; Yair & Maman, 1996). The fourth uses Eurovision as a tool for understanding broader social phenomena, such as political economy, regional conflicts, international criticism, and communicative or visual dynamics (Highfield et al., 2013; Panea, 2025).

It may be argued that this classification reflects an overly dichotomous distinction between what is considered political and what is perceived as social—a distinction that, as mentioned, is artificial or even foreign to other geopolitical spheres.

The present study primarily aligns with the fourth theoretical focus, as its main objective is to examine how external political, security-related, and diplomatic events have shaped the media framing of Eurovision in recent years. In this sense, the study draws upon critical thought concerning the interrelations between media, culture, and society, and particularly on the *communication-as-culture* approach, formulated in part through the Birmingham School of Cultural Studies (Regev, 2008; Carey, 1989). The study also introduces a slightly different, and perhaps unique, empirical perspective, as it seeks to broadly analyze how the Eurovision Song Contest is framed in the news media as an ongoing event rather than a single media occurrence. In doing so, it allows for the exploration of the contest's political, cultural, and social implications beyond the mere occurrence of the event and its televised broadcast.

Framing Theory in Communication

Framing theory is widely regarded as one of the foundational pillars of mass communication research. Its distinctiveness lies in its shift away from a purely quantitative examination of exposure or representation and toward an exploration of the deeper processes through which events, social phenomena, and public figures are constructed within the media sphere. The theory's core question is not *what* the media reports, but *how* it reports—what perspectives, interpretations, and cognitive templates it offers the public as part of the mediation of reality (Borah, 2011; Scheufele, 1999).

The term *frame* refers to a process of interpretive construction through which the media organizes information into coherent and abstract cognitive templates that help audiences make sense of reality, categorize events, and store them in long-term memory. Each media frame thus creates a kind of “cultural-social packaging” of the news story, transforming episodic reports into structured thematic perceptions—sometimes even habitual ones. The power of framing lies in its ability to define the boundaries of public discourse: to highlight certain elements, downplay others, and guide audiences toward particular interpretations of reality—often without their explicit awareness (Greenwald, 2020; Dayan-Gabay, 2024).

Framing theory draws, among other sources, upon concepts from social psychology, particularly the notion of cognitive schemas—stable thought patterns that facilitate the processing of new information. Similarly, the public responds intuitively to media frames; audiences recognize cues such as tone, terminology, and embedded cultural references within modes of reporting, and may even act in accordance with them, often unconsciously (Entman, 2004; Gamson, 1992).

Beyond the cognitive and interpretive dimension, scholars associated with cultural and critical approaches to communication studies view framing as a mechanism that preserves social and cultural order. According to this perspective, the media does not merely reflect reality; it also contributes to the enforcement, reinforcement, and refinement of existing norms, values, and ideological structures. James Carey, one of the founding figures of the *Communication-as-Culture* school of thought, argued that communication functions as a ritual—a cultural process that continuously constructs and sustains collective meanings rather than merely transmitting information. Accordingly, media framing draws upon collective meanings and shared symbols to reinforce the ways in which a society perceives itself and its world (Carey, 1989).

The convergence around media representations that emerge from such framing processes is not merely a consumer act but also a communal and cultural practice. Framing, therefore, assists in shaping a sense of identity

and belonging, operating within a web of cultural, political, and social consensuses. In this context, several studies have highlighted the role of framing in constructing national perceptions and collective memory, in positioning social groups, and in reinforcing the distinction between “us” and “them” (see Kama, 2004; Greenwald et al., 2024; Nossek, 2004).

Methodology

Research Aim and Context

The central research question of this study is **whether, how, and to what extent news coverage of the Eurovision Song Contest became more politicized from 2023 (prior to the Gaza War) to 2024–2025 (following the outbreak of the war)**. This question emerges from a broader theoretical and normative aim: to examine whether even soft news genres—such as leisure, culture, entertainment, and celebrity journalism—are susceptible to rapid processes of politicization during periods of war, conflict, or prolonged crisis.

It is important to clarify that the focus here is on the *intensification* of politicization, which has always been present within Eurovision as a politically charged contest (as highlighted in the literature review). Moreover, the 2024–2025 contests may not be entirely exceptional in this respect. Russia, for example, was suspended from participation in 2022, and its fraught relationship with Ukraine has long constituted one of the defining political dynamics of the competition since the early twenty-first century. Accordingly, this article aims to compare the political framing of Eurovision coverage in a “routine” year with that of years marked by heightened political tension.

Research Methods

The study employed a combined quantitative and qualitative content analysis of the media framing of three Eurovision contests—2023 (Liverpool, UK), 2024 (Malmö, Sweden), and 2025 (Basel, Switzerland)—in three major Israeli electronic mainstream newspapers with printed counterparts: *Haaretz*, *Israel Hayom*, and *Ynet*.

News items were collected from the first day of Eurovision week in each of the three contests until the day after the final (inclusive), resulting in a total of 24 days of news coverage. Items were gathered by searching the exact terms "Eurovision"] "erovizion" in Hebrew] or "the Eurovision" "]ha'erovizion"] within the internal search engines of the three news websites. To ensure data consistency, the results were cross-verified using Google's advanced search function to standardize the database and confirm completeness.

The final corpus included 328 news items (news briefs, reports, feature stories, opinion columns, photographs, and caricatures): *Haaretz* – 35 items; *Israel Hayom* – 151 items; *Ynet* – 142 items. It should be noted that this was not a sampling procedure but a comprehensive analysis of all relevant news items published by these outlets during the selected timeframes. As indicated in Table 1 (see Findings section), the distribution of items by year was relatively consistent, with the exception of a slight "spike" in *Israel Hayom's* coverage in 2025. The complete database is available in the [following link](#).

The research included two stages of content analysis: first quantitative, then qualitative.

1. Quantitative content analysis serves to identify recurring patterns of predefined characteristics of messages and cognitive frames. It enables comparisons and statistical distribution analyses based on consistently applied predetermined criteria (Bloch-Elkon, 2003).

Within this framework, all collected items were organized into a data table with the following variables:

- Serial number (ID)
- Year (2023 / 2024 / 2025)
- Source (*Haaretz* / *Israel Hayom* / *Ynet*)
- Source's ideological orientation (1 = right / 2 = center / 3 = left)
- Journalistic style (1 = popular / 2 = elite)
- URL
- Headline

- Author's name (if provided)
- Presence of a dominant political framing (0 = no / 1 = yes)

The determination of whether an item contained a dominant political framing was based on a binary categorization derived from the primary emphasis of the headline and sub-headline. This binary coding allowed for systematic comparison across the Eurovision contests with respect to the extent of political dominance in their coverage.

The coding itself was conducted by two independent coders, and inter-coder reliability, assessed using Cohen's Kappa, demonstrated a high level of agreement ($\kappa = 0.93$).

2. Qualitative content analysis involves a critical reading of texts to identify patterns of thought, recurring themes, and conceptual categories, accompanied by the researcher's interpretive perspective on their normative meaning (Ponterotto, 2006). This approach generally unfolds in two stages:

- First, identifying and classifying recurring themes by drawing on examples, ideas, and guiding principles, thereby revealing systematic patterns and enabling conceptual generalization.
- Second, constructing an interpretive discussion that extends beyond objective textual description to uncover latent meanings, linking these insights to theoretical literature and the broader epistemological context (Geertz, 2008).

In this part of the study, two additional columns were added to the data table: one specifying the main theme emerging from each item and another providing a representative quotation illustrating that theme. Notably, items that lacked a dominant political dimension were still assigned to a thematic category. As shown in the Findings section, some themes were political in nature, while others were "soft"—that is, oriented toward entertainment or gossip.

The Rationale for Choosing the Corpus

Three key considerations guided the selection of the electronic newspapers used in this study:

1. **Ideological and professional diversity:** To ensure a comprehensive and reliable examination of media coverage, the three newspapers selected represent a diverse range both ideologically and professionally. *Israel Hayom* and *Ynet* are popular outlets (tending toward sensationalism both visually and substantively), with the former associated with a right-wing conservative standpoint and the latter representing a centrist orientation. *Haaretz*, by contrast, is an elite/quality newspaper (characterized by a more restrained and rational approach) with a clear left-wing political orientation (Greenwald, 2020; Kama, 2005).

Specifically with regard to *Israel Hayom*, which for years was perceived as a paper closely aligned with Benjamin Netanyahu and his government, it is important to note that following the death of its former publisher, Sheldon Adelson, in January 2021, it has often been claimed that the paper has adopted a more centrist and even more critical position toward the Israeli government and its policies. Consequently, it can be said that *Israel Hayom* currently bears greater resemblance to *Yedioth Ahronoth* than it did in the past (Cohen, 2023).

2. **Popularity and mainstream positioning:** These three established news websites are among the most popular in Israel, attracting large annual readerships (*SimilarWeb*, 2025). Furthermore, all three are unquestionably considered mainstream journalistic sources. In the case of *Haaretz*, as with other elite newspapers worldwide, its cultural and intellectual influence extends far beyond its numerical circulation.
3. **Connection to traditional journalism and broader media discourse:** Each of these outlets functions as the digital extension of a traditional print newspaper—two long-established papers and one that is relatively newer yet now firmly established. Consequently, their editorial lines, employed journalists, published articles, and journalistic sources

reflect the broader media and political discourse in Israel, extending well beyond the online sphere alone.

Findings

Quantitative Content Analysis

Table 1

Table 1 presents data regarding the number of items published about the Eurovision Song Contest in each year and in each newspaper, as well as the number and percentage of items in each year and outlet that contained any political framing. The bottom row of the table summarizes the share of political discourse within the coverage of each contest across the three examined years (the underlined figure below).

Newspaper/Year	2023		2024		2025		Total	
	N	Political Framing	N	Political Framing	N	Political Framing	N	Political Framing
Haaretz	8	0% (0)	14	57.1% (8)	13	46.1% (6)	35	<u>40.0% (14)</u>
Israel Hayom	31	9.7% (3)	34	50.0% (17)	86	45.3% (39)	151	<u>39.0% (59)</u>
Ynet	41	19.5% (8)	48	70.8% (34)	53	54.7% (29)	142	<u>50.0% (71)</u>
Total	80	13.7% (11)	96	61.4% (59)	152	48.6% (74)	328	<u>43.9% (144)</u>

As shown in the table, media coverage of the Eurovision Song Contest between 2023 and 2025 experienced a substantial overall increase, rising from only 80 items published in 2023 to 96 in 2024 and as many as 152 in 2025. This indicates that the competition became increasingly dominant in the media agenda over these three years. This finding is somewhat surprising, as in times of prolonged crises one would expect news coverage to focus primarily on hard news topics such as defense, security, and foreign affairs, while soft news items—such as those concerning Eurovision—would be marginalized or receive very limited attention. However, as previously suggested, it appears that even during crises, room remains for soft news, provided that they can be thematically linked to the central issue dominating the public agenda—in this case, the war.

In examining differences among the newspapers, it is noteworthy that *Haaretz*, the elite outlet, diverged sharply from its popular counterparts, *Israel Hayom* and *Ynet*, in the volume of its Eurovision coverage. Across the three years studied, *Haaretz* published only 35 items during Eurovision week, compared with 151 in *Israel Hayom* (4.3 times as many) and 142 in *Ynet* (4 times as many). This finding is consistent with the well-documented tendency of popular journalism to devote greater attention to entertainment, leisure, and gossip—topics with heightened potential to elicit emotional responses, such as excitement or drama, among media consumers. Nonetheless, when examining the proportion of politically framed items, the differences among newspapers were less pronounced. In fact, *Haaretz* (40.0%) and *Israel Hayom* (39.0%) displayed nearly identical rates of political framing, whereas *Ynet* stood out to some extent, with 50.0% of its items characterized by political framing.

The most striking disparities presented in the table concern the political framing of the competition in 2023 compared with 2024 and 2025. Across all newspapers, Eurovision underwent a marked process of politicization in both its coverage and its framing within Israeli media discourse over these three years. While in 2023 only 13.7% of the items contained any political dimension—somewhat surprising given that, as shown in the literature review, Eurovision is, by its very nature, politically charged—by 2024 the share of politically framed items had risen dramatically to 61.4%. In 2025 this figure declined to 48.6%, yet it remained far above the pre-war level, indicating that full normalization had not yet occurred. It should be emphasized once again that this conclusion applies specifically to the comparison between 2023 and 2024–2025, and that in other years marked by wars or major military operations (which was not the case in 2023), it is possible that a pattern similar to that seen in 2024–2025 might also have emerged.

It is important to recognize that the 2024 Eurovision took place closest in time to the national trauma of the October 7 massacre and was “political” for additional reasons. That year’s contest was held in Malmö, Sweden, a city with a large Muslim and pro-Palestinian population, where

extensive protests took place—both outside and inside the venue—against Israel's participation. Consequently, the vast majority of media items in the examined newspapers focused not on the various elements of the competition itself (such as music, artistic performance, voting procedures, the history of the competition, gossip, or behind-the-scenes accounts), but rather on the surrounding political controversies. The 2025 Eurovision, held roughly a year and a half after the traumatic events, presented a more balanced framing: fewer than half of the items were political, although the political dimension remained prominent. In other words, based on the present case studies, a prolonged military, political, and diplomatic crisis can indeed generate the politicization of soft news; however, the passage of time appears to moderate this tendency, gradually restoring a degree of normalcy in later stages of coverage.

Table 2

Table 2 presents a detailed breakdown of the five central themes identified in the study, the distribution of each theme according to a binary factor of political versus non-political framing, and the quantitative prominence of each theme **within each newspaper individually as well as across all newspapers combined**.

No.	Theme	Political Framing	Prominence (by newspaper and overall)			
			Haaretz	Israel Hayom	Ynet	Total
1	Gossip/Soft news	No	54.3% (19)	56.3% (85)	47.2% (67)	52.1% (171)
2	Eurovision History	No	5.7% (2)	4.6% (7)	2.8% (4)	4.0% (13)
3	Political Opposition to Israel	Yes	31.4% (11)	23.8% (36)	32.4% (46)	28.4% (93)
4	Military and Security	Yes	5.7% (2)	8.0% (12)	12.0% (17)	9.5% (31)
5	Political/Bloc Voting	Yes	2.9% (1)	7.3% (11)	5.6% (8)	6.0% (20)
	Total		100% (35)	100% (151)	100% (142)	100% (328)

As seen from the data in Table 2, the most prominent theme across all years is gossip/soft news, which accounted for slightly more than half of all items. This finding indicates that, despite the broader context, the Eurovision Song Contest remains primarily a popular entertainment and cultural event, even in years and situations in which the surrounding environment is highly political. This claim is reinforced by the fact that even in 2024—the most politically charged year in the sample—soft news remained highly prominent (34.3% of the items), and even more so in 2025 (48.0% of the items).

Regarding political framing, it is unsurprising that the theme of political opposition to Israel emerged as the most prominent political theme (28.4% of coverage). Themes related to military and security issues or to political/bloc voting also appeared, though to a lesser extent (9.5% and 6%, respectively). In other words, discourse centering on opposition to Israel's participation in the contest—including calls for boycotts, suspension, and ongoing protests, both on social media and in physical demonstrations outside and inside the venue—constituted the primary components shaping the political framing of Eurovision coverage in the newspapers analyzed.

Finally, consistent with the findings presented in Table 1, Table 2 indicates that there are no substantial differences among the three newspapers with respect to the distribution of the main themes in Eurovision coverage. Just as they displayed relatively similar levels of political framing, here too *Haaretz*, *Israel Hayom*, and *Ynet* exhibit a comparable editorial orientation—a rather surprising finding given the well-established differences in their ideological profiles and the type of journalism each represents.

Qualitative Content Analysis

This section provides a qualitative overview, offering an in-depth description and illustration of each theme identified in the study; the quantitative distribution of these themes appears in Table 2.

Gossip / Soft News

As noted, this theme was overall the most prominent, covering over half of the news items collected and analyzed in the study. Only items characterized as “soft” content in various contexts were classified under this theme, including: coverage of the contestants in the competition; references to the ranking of different countries (primarily Israel) in online betting tables; fashion and costumes of contestants and hosts; placement of songs throughout the semi-finals and finals and the connection of this placement to chances of winning; coverage of interim results (qualifiers for the final in each semi-final); interviews with family or friends of the Israeli contestants; reporting on fan clubs; leaks of photos or videos from rehearsals; technical issues during broadcasts; references to the LGBTQ+ community and queer symbols in the contest; various non-political incidents; commentary on the hosts or hosting; and congratulations to the Israeli contestants from notable figures.

The narrative underlying the soft news and gossip theme derives from the widespread perception of Eurovision as an entertaining and fundamentally “light” cultural event. In terms of the social functions it serves, the emphasis here lies far less on national or political contexts—such as appeals to national pride, patriotism, or shared cultural symbols—and far more on escapism and amusement. This orientation naturally creates space for sensationalism, heightened drama, and, at times, portrayals of Eurovision as an exaggerated, eccentric, and somewhat detached spectacle. Such coverage often weaves together both critical and celebratory elements, consistent with the logic of a cultural “guilty pleasure.”

For example, *Ynet* published an article under the headline, “It’s So Bad We Love It: The Best and Worst Outfits of Eurovision” (Yoav Meir, May 14, 2023):

“The singer Käärijä, representing Finland and finishing second in the competition, left a strong impression on viewers and dominated social media with a groundbreaking stage look. He wore black pants with

oversized spikes around the thighs, black-and-green shoes, and what secured him first place was a neon green puffed sleeve revealing his body, paired with a studded collar. His look was iconic, striking, innovative, and original.”

A different example of this dynamic was the clear emphasis placed on elite figures within the coverage of the contest. A recurring story—featured in both the 2024 and 2025 Eurovision—was the “traditional phone call” made by the Hollywood actress Gal Gadot (arguably the most internationally renowned Israeli today) to the Israeli contestants. This type of framing may be described as “borderline” along the soft–hard spectrum: although the focus was decidedly gossip-oriented and sensational, the very act of Gadot reaching out to the Israeli performers undoubtedly stemmed from a sense of national solidarity.

“Even Gal Gadot surprised Yuval Raphael with a video call, which the excited representative shared on her Instagram page. ‘Thank you so much, Gal!’ Yuval wrote. ‘This call gave me strength; they call you Wonder Woman for a reason.’” (*Israel Hayom*, Eran Swisa, May 17, 2025)

In 2024, Gadot’s remarks to Israel’s representative, Eden Golan, hinted even more clearly at the political context (albeit without stating it outright): “It’s amazing that you’re standing strong and steady and no one can shake you. You should be so proud of yourself!’ Gadot told Golan. ‘The best way to fight hatred is with love.’” (*Israel Hayom*, Eran Swisa, May 11, 2025)

The History of Eurovision

Although relatively limited in scope, this theme appeared consistently across all three years examined—four publications in both 2023 and 2024, and five in 2025. It was most prominent in the extensive, richly detailed historical retrospectives published in the days leading up to the broadcast, which functioned as a form of narrative buildup aimed at generating anticipation, heightening dramatic tension, and preparing the public for the event.

References to the past—both broadly and within the specific Israeli context—served two primary functions. First, they provided readers with a sweeping historical framework for understanding the media event prior to its airing, functioning as a kind of orientation or “viewer’s guide.” Second, they evoked and nurtured a sense of nostalgia for “the Eurovision that once was,” a contest that has undergone extensive transformation over the years: shifts in musical style, dramatic expansions in scale and spectacle, and cultural changes such as the predominance of English over contestants’ native languages. For example, *Haaretz* reported:

“Israel did not yet participate in Eurovision 1963 but it did have two representatives. Carmela Corren took the stage in London on behalf of Austria with the song “*Vielleicht geschieht ein Wunder*,” hoping a miracle would happen. Esther Ofarim was sent by Switzerland, which will host Eurovision this year. She sang “*T’en vas pas*” and almost won. In the end, she settled for second place.” (Itamar Zohar, May 12, 2025)

In a May 7, 2024 opinion column in *Haaretz*, Yigal Ravid—the host of Eurovision 1999 in Jerusalem—offered a characteristically nostalgic reflection on that year’s most iconic moments:

“What actually happened at the 1999 Eurovision? Everyone remembers Dana International’s dazzling performance on the walls of Jerusalem, directed by the brilliant Tzedi Tzarfati, but no one will forget her spectacular fall while holding the winner’s trophy designed by Yaacov Agam, which she was meant to present to the Swedish winner. I do not know in what state the diva was, but even as I helped her rise from the floor in the most iconic moment in the history of the contest, I was not sure she could remain standing. And so we ended Eurovision with Dana fluttering in my arms, then pulling away and fleeing the stage.”

Political Opposition to Israel

As noted earlier, among the themes characterized by political framing, this was by far the most dominant. Items classified under this theme

addressed multiple forms of protest against Israel—for example: online opposition (negative reactions on social media); demonstrations in the host city (large-scale protests featuring Palestinian flags); protests outside the venue or at pre-events (such as the traditional “Turquoise Carpet” gathering of all contestants); and protests inside the arena, including extensive—almost obsessive—coverage of booing and protest chants directed at the Israeli singers during rehearsals and live broadcasts.

This theme also encompassed reports on political calls to boycott or suspend Israel from the competition—initiatives attributed to official bodies such as various governments or European public broadcasters—as well as incidents repeatedly framed by the Israeli press as “antisemitism,” whether such framing was justified, overstated, or misplaced.

At the heart of this theme lies a focus on hatred, persecution, and intra-national consolidation. Its social function stands in almost direct contrast to entertainment or escapism, drawing on sentiments that can be described as ethnocentric, foregrounding national and political symbols and markers. These sentiments, in turn, fulfill social needs related to communal cohesion, collective identity, while reinforcing a sense of belonging among media consumers. This sense of belonging may, by its very nature, rely on a dichotomous division between “us” and “them.”

Within this framework, media messages often operated visually. For instance, coverage of Eden Golan’s dress at Eurovision 2024 noted that its neckline—whether by intention or design—evoked the number 7, referencing the traumatic events of October 7. Messages were also verbal. After Yuval Raphael’s Eurovision 2025 performance, she declared “*Am Yisrael Chai!*”) “The nation of Israel lives on!”), a statement widely reported as a response to “antisemitism.” *Israel Hayom* cited activist Yosef Hadad, who posted on social media:

“Forget the moving performance, forget the amazing voice. Her shout of ‘*Am Yisrael Chai*’ at the end of the performance, in front of all of Europe, the haters, and the antisemites, is her greatest victory.” (May 18, 2025)

At the level of visual symbolism, another recurring framing strategy contrasted Israeli and Palestinian imagery. On the Israeli side, coverage frequently emphasized the “Israeli flag” at the Eurovision. For example, *Ynet* reported:

“It is important that our presence is felt and that **Israeli flags** are in the arena, because we must not succumb to bullying and terror.”
(Ze’ev Avrahami, *May 12, 2024*)

On the Palestinian side, coverage highlighted Palestinian flags and keffiyehs. For instance:

“Thousands marched through the streets of the Swedish city claiming ‘Eurovision celebrates genocide’... even one dog wore a **keffiyeh**: ‘Yalla, Yalla Israel – out with you!’”
(*Ynet*, Ze’ev Avrahami, *May 11, 2024*)

Another incident that received wide coverage was the performance of Swedish-Palestinian singer Eric Saade during the first semi-final of Eurovision 2024, in which he appeared onstage with a black-and-white keffiyeh tied around his arm in solidarity with Palestinians. After the European Broadcasting Union condemned the political gesture, *Ynet* quoted Saade’s sharply worded response on social media (Raz Shechnik, *May 8, 2024*):

“A former Swedish representative, who contrary to the competition rules went on stage at the first semi-final with a keffiyeh on his arm, posted a sharp response on social media against the EBU. ‘I received this “scarf” from my father as a child. I just wanted to wear something authentic for me—but the EBU thinks my ethnic background is “controversial.” That says it all about them.’”

Military and Security

This theme focuses on the interplay between military operations and wars, on the one hand, and the Eurovision competition on the other—specifically

in contexts that do not necessarily involve criticism of Israel or protests against it. In this sense, the coverage explicitly links Eurovision to 'hard news,' particularly issues of national security. As previous studies suggest, this is not a new phenomenon. It may be assumed that by drawing such connections, journalists and reporters who typically cover entertainment, leisure, and celebrity culture heighten public interest in their subjects, thereby shifting them from the periphery toward the center of the news agenda.

It is important to note that this shift involves more than a simple reallocation of attention; it also operates as a mechanism of mutual legitimization. When an entertainment competition such as Eurovision is referenced in security-related contexts, it acquires an air of "seriousness" or depth. Similarly, security matters are perceived as more closely intertwined with the public's daily life precisely through the medium of popular culture. This linkage between domains enables the media to blur the boundaries between 'soft' and 'hard' news and to function as a cultural intermediary between spheres that are often regarded as unrelated. Although these examples come from "traditional" media, the blurring of such boundaries closely mirrors the eclectic discourse characteristic of social media. In this respect, the coverage not only increases public engagement but also conveys a vision of reality in which no topic is truly "peripheral"; rather, anything may become political—even when "wrapped in glitter."

A clear instance of this dynamic appeared in the coverage of Israel's 2023 Eurovision representative, Noa Kirel, in connection with a ceasefire between Israel and Hamas—a round of fighting that preceded the events of October 7:

"Noa wanted to dedicate her qualification to the final to the residents of the South... 'I hope, through my performance and representation at Eurovision, to give them some peace and calm. And of course, security is the most important thing, and only afterward comes everything else...'" (*Ynet*, Ran Boker, May 10, 2023).

Kirel's statement is particularly notable in that it presents, on the one hand, an almost seamless fusion of the two realms—entertainment and security—while on the other, maintaining a clear and explicit hierarchy between them ("security is the most important thing, and only afterward comes everything else").

Another example emerged just moments before the Eurovision 2025 final results were announced: with the winner potentially being either Israel or Austria, a ballistic missile was launched from Yemen toward Israel. This incident prompted significant media attention that explicitly linked the two events, as reflected in *Israel Hayom's* headline:

"Missile launched from Yemen intercepted—just as second place in Eurovision announced" (Lilach Shoval & Avi Cohen, May 18, 2025).

Political/Bloc Voting

This is the only political theme that does not directly concern Israel, although Israel does occasionally appear within its scope. Items included under this theme addressed questions of how bloc voting shapes the competition and the ways political considerations influence voting patterns (including biases for or against Israel). Coverage at times also examined discrepancies between public voting and jury voting across different countries.

Compared with the other political themes, this one pertains to political dynamics **embedded within the competition itself**, rather than **political forces external to it** (although these inevitably exert influence). Historically, bloc voting has always played a significant role in shaping Eurovision and the public's perception thereof, and media coverage reflected this familiar and longstanding phenomenon.

For instance, *Israel Hayom* observed—possibly with a critical undertone:

"Calls to boycott Israel are only a symptom. Agendas are imposed on songs and performances, singers express personal opinions, **protest voting has become legitimate**, and countries that disagreed

with prevailing attitudes—such as LGBTQ+ acceptance and calls for peace—were excluded or withdrew (Russia, Turkey, Hungary, and Belarus).” (Nir Wolf, May 8, 2024)

During Eurovision 2023, Israel’s representative Noa Kirel addressed both political and bloc voting through the lens of Jewish history and the Holocaust:

“Victory, for me, is receiving *douze points* from Poland, after all the history of my family and the people of Israel, with the Holocaust... These are the moments that truly feel like a victory...” (*Haaretz*, Shira Naot, May 14, 2023)

In the two “more political” competitions of 2024 and 2025, media coverage devoted considerable attention to the pronounced disparities between jury votes (which generally awarded Israel relatively few points) and public votes (which granted Israel especially high scores):

“In fact, since the introduction of the current point system in 2016, what happened tonight represents the largest discrepancy between the jury score, which gave Israel 52 points, and the public vote—bombarding Israel with 323 points, second only to Croatia with 337 points from viewers. As usual, in recent times, we were ‘a step away from victory.’” (*Israel Hayom*, Nir Wolf, May 12, 2024)

Discussion and Conclusions

The findings of this study demonstrate how a national security crisis catalyzed the significant politicization of soft news. As the quantitative analysis shows, the degree of political framing in Eurovision coverage surged from a relatively modest 13.7% in 2023 (prior to the outbreak of the Gaza War) to a peak of 61.4% in 2024—the year in which Eurovision coincided with the October 7 events—and remained relatively high in 2025 (48.6%) amid the continued conflict. This finding aligns with theories positing that crises and dramatic events have the capacity to

reshape the media agenda and the operational logic of news outlets during “media storms” (Boydston et al., 2014). Under such circumstances, even entertainment events become fertile ground for the articulation of conflicts, tensions, and identity constructions (Greenwald, 2020).

Notably, despite the pronounced rise in political framing, the coverage remained primarily (52.1%) oriented toward soft content—gossip, escapism, spectacle, fashion, on-stage mishaps, and the highlighting of sensational or nostalgic elements. This underscores the complexity of Eurovision as a media phenomenon that is both entertaining and political (Yair, 1995). It also reinforces the argument that even in moments of existential strain, audiences continue to seek “islands of disengagement” and content that is not inherently political, provided it draws on familiar cultural symbols or emotional resonance (Carey, 1989).

A comparison among the three newspapers examined reveals substantial quantitative differences in the volume of coverage, yet striking similarity in the degree of politicization. Although *Haaretz*—commonly associated with elite journalism (Kama, 2005)—offered much more limited coverage (35 items across three years), the proportion of politically framed content was nearly identical to that of the popular *Israel Hayom* (40.0% versus 39.0%). This supports the notion that even quality journalism, which typically upholds a clearer boundary between “hard” and “soft” news (favoring the former) (Lehman-Wilzig & Seletzky, 2010), may rely on political framing in cultural reporting—particularly when contextual justification exists, such as during a protracted war.

It is important to note that the finding that all three newspapers framed Eurovision in a relatively similar manner is, in fact, surprising, given the well-documented ideological and stylistic differences between them (elite versus popular press). As Table 2 demonstrates, the thematic distribution was nearly identical, especially in terms of political framing. This indicates a relatively uniform editorial approach regarding both content type (gossip versus political) and the central topics highlighted (e.g., protests against Israel, national symbols, bloc voting). These findings

challenge certain assumptions in the literature suggesting that major Israeli media outlets diverge significantly in their coverage of political and social issues (see, for example, Shultziner & Stukalin, 2021). It is possible that within the context of cultural reporting during a national crisis—such as the Gaza War—a more unified discourse or “narrative consensus” emerges, transcending traditional political divides. Future research may further explore this phenomenon and the potential unifying role of popular culture in moments of national emergency.

The boundaries between “hard” and “soft” news were clearly blurred, as evidenced both by the qualitative thematic analysis and by the symbolic mechanisms identified within the texts. For example, stories such as Gal Gadot’s phone calls with the Israeli contestants simultaneously conveyed emotional support and national solidarity, while still incorporating gossip-oriented reporting about celebrities and public figures (Galtung & Ruge, 1965). Similarly, references to security events—such as missile launches during the competition—illustrate the trend of blending discourse domains and the growing prevalence of hybrid representations in social and new media (Blasco-Duatis et al., 2019). This trend appears to have permeated even more ‘traditional’ forms of journalistic coverage.

Qualitative analysis reveals an interesting distinction between the two types of framing. Non-political framing primarily generated interest through drama, spectacle, glamour, and nostalgia (Greenwald, 2020). In contrast, political framing emphasized ethnocentric, identity-based, and adversarial elements (Roeh & Cohen, 1992), including calls to boycott Israel, protests involving Palestinian flags, booing in the arena, allegations of “antisemitism” in the contest, and the highlighting of national symbols (Israeli flags, Palestinian keffiyehs, and more). As observed, political framing not only reports hostility toward Israel but also functions as a cultural mechanism for national consolidation (and sometimes seclusion) in the face of a perceived antagonistic international environment. It does so through a binary “us versus them” division—a stance particularly pronounced in ethnocentric societies (Yamaguchi, 2013). Importantly,

as indicated in Table 2, this framing was consistent across all three newspapers, including *Haaretz*.

Another prominent theme concerned the media's engagement with the history of the competition, which appears to have served as a mechanism of continuity and nostalgization, particularly in politically charged years. This linkage between past and present constructs a mobilizing—and at times even softening—media narrative in the face of contemporary tensions. It does so by invoking Israel's historical continuity and success in the contest, while using retrospective items as a mechanism for building anticipation ahead of the media event (Katz & Dayan, 1985), in the positive sense of the term.

Finally, an additional theme centered on political and bloc voting. On one level, it addressed bloc voting as a general and well-established Eurovision phenomenon (Yair, 1995). On another level, it revealed the depth of public distrust within Israel regarding Eurovision's voting mechanisms, particularly when discrepancies emerged between jury decisions and public votes. The coverage reflected a dual experience: on the one hand, a sense of alienation felt by both the Israeli media and the Israeli public; and on the other, a simultaneous sense of connection with the global audience. This reflects a distinctive Israeli vantage point vis-à-vis Europe—one that may warrant deeper investigation in future research. It is also closely connected to what scholars have described as the imagined affinity between Israel and European culture, an affinity that Eurovision both fosters and enables (Lemish, 2004; Rosler & Press-Barnathan, 2021).

In conclusion, this study demonstrates that even soft news—traditionally regarded as distant from political discourse—can become a site of politicization when unfolding against the backdrop of a deep and ongoing national crisis. The case of Eurovision between 2023 and 2025 illustrates that political framing can permeate cultural and entertainment reporting while retaining a distinctly “multi-layered” character: elements of entertainment and escapism coexist with those of identity, protest,

and politics. Hence, the study contributes to a deeper understanding of the interplay between media, culture, and society in an era defined by a hybrid media arena, and demonstrates that even frameworks typically regarded as “soft” are not immune to profound political influences. On the contrary, they may become central arenas for the social processing of crises, thereby reshaping their nature, function, and cultural significance.

Acknowledgments

My sincere thanks to the journal editor, Prof. Doron Shultziner, and to the two anonymous reviewers for their helpful comments and significant contributions to improving, focusing, and refining both the article and its theoretical arguments. Special thanks are also due to Shlomit Ehrlich for her outstanding translation work.

Bibliography

- Ariely, G., & Zahavi, H. (2022). The influence of the 2019 Eurovision Song Contest on national identity: evidence from Israel. *National Identities*, 24(4), 359-376.
- Baker, C. (2017). The 'gay Olympics'? The Eurovision song contest and the politics of LGBT/European belonging. *European Journal of International Relations*, 23(1), 97-121.
- Belkind, N. (2010). A Message for peace or a tool for oppression? Israeli Jewish-Arab duo Achinoam Nini and Mira Awad's Representation of Israel at Eurovision 2009.
- Blasco-Duatis, M., Coenders, G., Saez, M., García, N. F., & Cunha, I. F. (2019). Mapping the agenda-setting theory, priming and the spiral of silence in Twitter accounts of political parties. *International Journal of Web Based Communities*, 15(1), 4-24.
- Bloch-Elkon, Y. (2003). *Press, public-opinion and foreign policy during an international crisis: U.S. policy in Bosnia (1992–1995)*. Ramat Gan: Bar-Ilan University.
- Bohlman, P. V. (2010). *Focus: Music, nationalism, and the making of the new Europe*. Routledge.
- Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of communication*, 61(2), 246-263.
- Boydston, A. E., Hardy, A., & Walgrave, S. (2014). Two faces of media attention: Media storm versus non-storm coverage. *Political Communication*, 31(4), 509-531.
- Carey, J. (1989). *Communication as culture: Essay on media and society*. London: Routledge.
- Cassiday, J. A. (2014). Post-Soviet pop goes gay: Russia's trajectory to Eurovision victory. *The Russian Review*, 73(1), 1-23.
- Cohen, I.D. (2023, May 9). Yisrael Hayom is no longer Bibiton, but what it is remains unclear. *Ha'aretz*. <https://www.haaretz.co.il/gallery/media/2023-05-09/ty-article-magazine/.premium/00000187-ffcf-d510-ad8f-ffcf5e420000>

- Dayan-Gabay, O. (2024). Rape during wartime: The sexual violence on 7 October 2023 through the Israeli media. *Media Frames*, 26, 28–66.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64–90.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. Cambridge university press.
- Geertz, C. (2008). Thick description: Toward an interpretive theory of culture. In T. Oakes & P. L. Price (Eds.), *The cultural geography reader* (pp. 29–40). London: Routledge.
- Ginsburgh, V., & Noury, A. G. (2008). The Eurovision song contest. Is voting political or cultural. *European Journal of Political Economy*, 24(1), 41–52.
- Greenwald, G. (2020). "Eurovision in danger!": Media framing of the Eurovision Song Contest in Tel Aviv as a reflection of social rifts and national anxiety. *Media Frames*, 19, 67–96.
- Greenwald, G. (2023). The historical coverage of televised media events in print media: The case of the Eurovision Song Contest. *Communication & Society*, 36(4), 35–50.
- Greenwald, G., Haleva-Amir, S., & Kama, A. (2024). "An out gay man in the parliament": New aspects in the study of LGBTQ politicians' media coverage. *Media, Culture & Society*, 46(1), 3–20.
- Entman, R. M. (2004). Projections of power: Framing news. *Public Opinion, and US Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press, 240.
- Highfield, T., Harrington, S., & Bruns, A. (2013). Twitter as a technology for audiencing and fandom: The# Eurovision phenomenon. *Information, communication & society*, 16(3), 315–339.
- Jordan, P. T. (2011). *The Eurovision song contest: Nation branding and nation building in Estonia and Ukraine* (Doctoral dissertation, University of Glasgow).
- Kama, A. (2004). Active reading: multiculturalism and the constraints of the hegemonic discourse. In Liebes, T., Kama, A., & Talmon, M. (Eds.), *Communication as Culture: The Making of Meaning as an Encounter Between Text and Reader* (pp. 441–470). Tel Aviv: Open University Press.
- Kama, A. (2005). *Letters-to-the-Editor as a site for group identities formation*. Tel Aviv: Tel Aviv University.

- Katz, E., & Dayan, D. (1985). Media events: On the experience of not being there. *Religion*, 15(3), 305-314.
- Lehman-Wilzig, S. N., & Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news,'general'news: The necessity and utility of an intermediate classification. *Journalism*, 11(1), 37-56.
- Lemish, D. (2004). "My Kind of Campfire": The Eurovision Song Contest and Israeli Gay Men. *Popular Communication*, 2(1), 41-63.
- Lev-On, A., & Gozansky, Y. (2024). Mediatization and war: Introduction to the special issue on new media, protest, and war. *Media Frames*, 26, 9–26.
- Mahla, D. (2022). Distinguished member of the Euro(trash) family? Israeli self-representation in the Eurovision Song Contest. *Israel Studies*, 27(2), 171-194.
- Malka, V., Ariel, Y., & Avidar, R. (2015). Fighting, worrying and sharing: Operation 'Protective Edge' as the first WhatsApp war. *Media, war & conflict*, 8(3), 329-344.
- Meeks, L. (2012). Is she "man enough"? Women candidates, executive political offices, and news coverage. *Journal of communication*, 62(1), 175-193.
- Meizel, K. (2015). Empire of song: Europe and nation in the Eurovision Song Contest. In *Ethnomusicology Forum*, 24(1), 137-139.
- Miazhevich, G. (2017). Paradoxes of new media: Digital discourses on Eurovision 2014, media flows and post-Soviet nation-building. *New media & society*, 19(2), 199-216.
- Morgenthau, H. J. (2012). The concept of the political. In *The concept of the political* (pp. 96-120). London: Palgrave Macmillan UK.
- Nossek, H. (2004). Our news and their news: The role of national identity in the coverage of foreign news. *Journalism*, 5(3), 343-368.
- Öberg, C. (2025). Eurovision Song Contest: From Apolitical to Mega-Political. *Politics & Policy*, 53(3), e70051.
- Panea, J. L. (2018). Identity, spectacle and representation: Israeli entries at the Eurovision Song Contest. *Doxa Comunicación*, 27.
- Panea, J. L. (2025). Audiovisual narratives of the Sami people at the beginnings of the Eurovision Song Contest (1960–1980). *Cogent Arts & Humanities*, 12(1), 2464370.

- Ponterotto, J. G. (2006). Brief note on the origins, evolution, and meaning of the qualitative research concept thick description. *The qualitative report*, 11(3), 538-549.
- Press-Barnathan, G., & Lutz, N. (2020). The multilevel identity politics of the 2019 Eurovision Song Contest. *International Affairs*, 96(3), 729-748.
- Regev, M. (2008). The Birmingham School and cultural studies as a field of thought and research: Key moments and major direction. *Society, Culture and Representation* (Volume 1, pp. 9–30). Tel Aviv: Open University Press.
- Roeh, I., & Cohen, A. A. (1992). One of the bloodiest days: A comparative analysis of open and closed television news. *Journal of Communication*, 42(2), 42-55.
- Rosler, N., & Press-Barnathan, G. (2023). Cultural sanctions and ontological (in) security: Operationalization in the context of mega-events. *Cambridge Review of International Affairs*, 36(5), 720-744.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of communication*, 49(1), 103-122.
- Shultziner, D., & Stukalin, Y. (2021). Politicizing what's news: How partisan media bias occurs in news production. *Mass Communication and Society*, 24(3), 372-393.
- SimilarWeb. (2025). *Top news and media websites Ranking: Israel*. <https://www.similarweb.com/top-websites/israel/news-and-media/>
- Singleton, B., Fricker, K., & Moreo, E. (2007). Performing the queer network. Fans and families at the Eurovision Song Contest, 12–24. *SQS–Suomen Queer-Tutkimuksen Seuran Lehti*, 2(2).
- Tamir, I., & Lehman-Wilzig, S. (2023). The routinization of media events: televised sports in the era of mega-TV. *Television & New Media*, 24(1), 106-120.
- Weimann-Saks, D., Ariel, Y., & Elishar, V. (2024). The iron swords of the soul: Psychological variables and news consumption patterns and their relation to rumor spreading during Swords of Iron war. *MEDIA Frames*, 26, 67-96.
- World Population Review. (2025). *Most hated country*. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-hated-country>

- Yair, G. (1995). "Unite Unite Europe": The political and cultural structures of Europe as reflected in the Eurovision Song Contest. *Social Networks*, 17(2), 147-161.
- Yair, G. (2019). Douze point: Eurovisions and Euro-Divisions in the Eurovision Song Contest—Review of two decades of research. *European Journal of Cultural Studies*, 22(5-6), 1013-1029.
- Yair, G., & Maman, D. (1996). The persistent structure of hegemony in the Eurovision Song Contest. *Acta sociologica*, 39(3), 309-325.
- Yair, G., & Ozeri, C. (2022). A march for power: the variety of political programmes on the Eurovision Song Contest stage. *The Eurovision Song Contest as a Cultural Phenomenon*, 83-95.
- Yamaguchi, T. (2013). Xenophobia in action: Ultrnationalism, hate speech, and the internet in Japan. *Radical History Review*, 2013(117), 98-118.

סקירת ספרים

Rabbis, Reporters and the Public in the Digital Holyland

Yoel Cohen, Routledge, 2023. 290 pages

אינס גבל*

ספרו של פרופסור יואל כהן עוסק ביחסי הגומלין בין שני מוסדות מרכזיים בחברה הישראלית: מוסד הדת היהודית והקהילה הדתית מחד גיסא, והתקשורת מאידך גיסא. הממשק בין הדת לתקשורת הוא מורכב ומתוח, אף על פי שיש כמה מאפיינים משותפים לשני מוסדות אלה: שניהם מתווכים מידע שנועד לסייע לקהל להבנות את זהותו ולהבין את החברה הסובבת; השיח הדתי והשיח התקשורתי תורמים לריבוד חברתי ומעצימים פערים בין קבוצות; שני המוסדות יוצרים נרטיבים, טקסים ופרקטיקות חברתיות, ובכך משמשים כלי מרכזי להבניית זהות קהילתית וסימון ה"אחר" כמסוכן או נחות. כמו כן, הדת והתקשורת מספקות תמיכה רגשית לקהל, במיוחד בתקופות של משבר. עם זאת, אלה שני מוסדות שונים ואף סותרים במובנים רבים. בעוד המידע המועבר בדת מתבסס על מקורות כמו כתבי קודש או סמכות רבנית שמפרשת כתבים אלה, המידע המועבר בתקשורת אמור להתבסס על עובדות או על מומחיות שעיתונאים או אנשי מקצוע מפתחים בתחומים שונים. יתר על כן, התקשורת מזוהה עם ערכים דמוקרטיים וליברליים שאינם תואמים את הערכים הדתיים. המתח בין שני המוסדות ניכר היטב בספרו של כהן.

כל אחד ממוסדות אלה זכה לתשומת לב מחקרית ענפה. מעמדם של הדת ושל המגזר הדתי והחרדי במרחב הציבורי והשפעתם על החברה הישראלית על כל רבדיה נידון לעומק בספרות המחקרית והפובליציסטית. נערכו גם מחקרים רבים על התפקיד המשמעותי שממלאת התקשורת בעיצוב השיח הציבורי והפצת רעיונות וערכים, ונדמה שאין מחלוקת על כך שהיא סוכן מרכזי בהבניה של זהויות, אידאולוגיות ופרקטיקות חברתיות. בעשורים האחרונים פורסמו מחקרים שונים על הממשק בין דת לתקשורת. בין המחקרים היו כאלה שבדקו את התנהלותם של עיתונאים דתיים והמתח בין פרקטיקות מקצועיות של עיתונאים לבין ערכים דתיים (Golan & Mishol

* ד"ר אינס גבל, האוניברסיטה הפתוחה (inesga@openu.ac.il)

אחרים התחקו אחר ייצוגים של דת או של קבוצות דתיות בז'אנרים תקשורתיים שונים (Aharoni, 2023). גם הקשר בין התקשורת הדיגיטלית לדת זכה לעניין מחקרי (Blondheim, 2015; Tsuria & Campbell, 2018), במיוחד לאחר פרסום מאמר על המדיאטיזציה של הדת (Hjarvard, 2011).

עם זאת, הספרות האקדמית עסקה בעבר ועוסקת גם בהווה בהיבטים נבחרים של הקשרים בין דת לתקשורת, והמחקר בתחום עדיין לוקה בחסר. בספר זה, כהן מנסה לחקור את הסוגיה מזווית ראייה שונות, ובניגוד למרבית המחקרים הקודמים, הוא אינו מסתפק בבחינה של היבט אחד בלבד של התחום. כהן מבקש להתחקות אחר יחסי הגומלין בין שלושה שחקנים עיקריים: העיתונאים, הרבנים והקהל. לשם כך הוא ערך סקרים הן בקרב רבנים מזרמים שונים, הן בקרב עיתונאים ועיתונאיות יהודים, וגם במדגם אקראי של האוכלוסייה היהודית הישראלית. כמו כן, נערך ניתוח שיח של תכנים הקשורים בדת שהופיעו בארבעה אתרי חדשות - שניים מהם חילוניים (הארץ *ynet*) ושניים מזוהים עם זרמים שונים בציבור הדתי (ערץ 7 ובחדרי חרדים). ממצאי המחקר מובאים באחד-עשר פרקים.

שני הפרקים הראשונים מציגים את דיוקנם של השחקנים העיקריים - התקשורת וההנהגה הדתית. בפרק הראשון מתאר כהן את התפתחות אמצעי התקשורת בישראל ובודק מה הם מקורות המידע העיקריים של הישראלים. במקביל משורטט דיוקן מפורט של העיתונאים הישראלים, כולל מאפיינים דמוגרפיים ותפיסות לגבי תפקיד התקשורת בהקשר של תיווך הדת לקהל. הפרק השני מתאר את מעמדם של הרבנים בישראל ואת עמדותיהם לגבי אופייה של התקשורת והשפעתה על ייצוג הערכים הדתיים בשיח הציבורי. מצד אחד, התקשורת נתפסת בקרב הרבנים ככלי שמשקף ערכים מערביים וחילוניים, ולפיכך מסכן את ההווה הדתית וגם אחראי להעמקת הפער בין דתיים לחילונים. מצד שני, המחקר של כהן מראה שרבנים מזרמים שונים נחשפים לתקשורת, כולל הדיגיטלית, ואף עושים בה שימוש, משום שהם מבינים את כוחה בהבניית ערכים וסדר יום ציבורי.

בפרק השלישי עוסק כהן בערך החדשותי של הדת. בעזרת קריטריונים שנידונו במחקרים קודמים, כהן מנסה לבדוק באיזו מידה דת עשויה להיחשב סוגיה חשובה ומעניינת שראויה לסיקור. הפרק מתבסס על ניתוח תפיסות של עיתונאים ועיתונאיות בנוגע לחשיבות ולחדשותיות שהם מייחסים לדת כפי שבאו לידי ביטוי בסקר. במקביל נערך ניתוח שיח באתרי חדשות, במטרה להראות אילו נושאים נידונו בפועל בתקשורת המקוונת. אחת המסקנות של המחקר היא שקיימים פערים ניכרים בין משיבים

דתיים לחילונים מבחינת רמת החדשותיות שהם מייחסים לדת. כמו כן, קיים פער בין אתרים דתיים (בחדרי חרדים וערוץ 7) לאתרים חילוניים (הארץ וynet) בעיסוק בסוגיות שנושקות לדת. תחום הדת נבחן הן בנושאים הקשורים באמונה, כמו קיום האל או מצוות, הן במעמד של רבנים והממסד דתי והן בסוגיות אקטואליות כמו גיוס חרדים ומפלגות דתיות. האם עיסוק במפלגות דתיות הוא ביטוי לסיקור תחום הדת? האם הוויכוח על גיוס חרדים הוא נושא דתי גרידא או שמא מאבק פוליטי? קשה לתת תשובה חד-משמעית לשאלות אלה, ובפרק זה מתברר שכהן בחר להציב כל סוגיה הקשורה בדת או בדתיים תחת הכותרת "דת". בכך הוא תורם לטשטוש בין נושאים דתיים במהותם, כמו אמונה באל או שמירת שבת, ובין סוגיות שמשקפות מאבקים פוליטיים בין דתיים לחילונים.

הפרק הרביעי דן בפרקטיקות המקצועיות של עיתונאים, בדרכים שבהן נאסף מידע על דת וביחסים המתפתחים בין מקורות המידע בתחום הדת לבין כתבים. הממסד הרבני, הכולל את הרבנות הראשית, בתי דין רבניים ורבנים מזרמים שונים, משמש לעיתים מקור שמטרתו להעביר מסרים לציבור הרחב לגבי פועלו או מדיניותו. כאן מוצג גם יחסם האמביוולנטי של הרבנים לתקשורת. מצד אחד, ברור למרביתם שהתקשורת עשויה לסייע בתיווך המידע על החשיבות של פעילותם. מצד שני, קיים קושי אינהרנטי בייצוג הדת בפני העולם החילוני, משום שהממסד הדתי איננו דמוקרטי במהותו ואינו מציית לכללי המשחק הדמוקרטי. רוב הרבנים תופסים את התקשורת כמסוד חילוני שמבטא ערכים של דמוקרטיה וחילוניות, ולפיכך חלקם מתייחסים אליה כאל גוף עוין.

מרבית הרבנים שהשתתפו במחקר חשים שייצוג הדת בתקשורת הוא שלילי ומוטה. לדעתם, הדימוי השלילי של היהדות בשיח הציבורי נובע מכך שהעיתונאים הם חילונים, המתנגדים לערכים דתיים או אף עוינים אותם. זאת מתוך הנחה שמערכת הערכים והאמונות של עיתונאים מעצבת את הפרקטיקות המקצועיות שלהם. בהתאם להנחה זו מוקדש הפרק החמישי לדיון באמונות ובחוויות הדתיות של עיתונאים. בכך כהן מבקש להגיע לתובנות מעמיקות יותר לגבי מערכת הערכים ואורח החיים של אנשי המקצוע שמסקרים את תחום הדת. בניגוד לתפיסה הרווחת בקהילות הדתיות והחרדיות, תשובות העיתונאים לשאלות הנוגעות לאמונות שלהם ויחסם לדת מראות שהם אינם משקפים תפיסות אנטי-דתיות. יתר על כן, מתברר שלא קיים פער משמעותי בין עיתונאים לבין הציבור הרחב בכל הנוגע לאמונות ופרקטיקות דתיות.

צריכת מידע בתחום הדת ותפיסות הקהל לגבי היקף הסיקור התקשורתי של הדת היהודית ואיכותו הן סוגיות שנידונות בפרק השישי. תפיסות הקהל מעניינות את כהן בשל ההנחה שהן הרבנים והן העיתונאים מודעים לרחשי הלב של הציבור ואף מגיבים

להם. לפיכך, חשיבות הדיון בתפיסות הציבור נובעת משני מקורות עיקריים: (א) הקהל איננו סביל, אלא יוצר שיח שמחלחל לפרקטיקות המקצועיות של עיתונאים ועורכים, במיוחד בסביבת התקשורת הדיגיטלית; (ב) הציבור מנהל שיח עם ההנהגה הרבנית, בין היתר סביב תחושות ודעות לגבי "יצוג היהדות, ולכן רבנים לא יכולים להתעלם מהסיקור התקשורתי של הדת. התשובות שהתקבלו בסקר מראות שמרבית המשיבים מתעניינים בסוגיות הקשורות ביחסים בין דת ומדינה, נחשפים למידע על הקהילה שלהם ולא מעוניינים בחדשות על תנועות אחרות ביהדות או בדתות אחרות. כמו כן, הציבור מביע כעס כלפי טעויות של עיתונאים או סיקור מוטא. אחת הטענות העיקריות שעלו בסקר היא שישנה התנגשות בין תכנים תקשורתיים לערכים דתיים, המתבטאת למשל בשידורי הטלוויזיה והרדיו בשבת.

הפרק השביעי דן בשימוש שעושים רבנים בתקשורת. כאן מובאת הבחנה בין האינטרנט, שמשמש מקור מידע תורני וכלי להכנת שיעורי דת ולניהול דיאלוג של שאלות ותשובות עם קהל המאמינים, לבין אמצעי תקשורת מסורתיים, כמו העיתונות המודפסת, הרדיו ואתרי החדשות. כהן מראה שלמרות ההסתייגות מהאינטרנט, הדימוי שלו ככלי המאיים על ערכי הדת והניסיון למנוע או להגביל את הגישה אליו של אנשים שמגדירים את עצמם כדתיים או חרדים מאמינים, שיעור לא מבוטל של רבנים עושה שימוש באינטרנט.

מהמחקר של כהן עולה שעבור חלק מהרבנים התקשורת פותחת צוהר להלכי רוח בחברה ומשמשת כלי לבחינת הדימוי של מוסדות דתיים בשיח הציבורי. רבנים אלה לא רק נחשפים לתקשורת אלא גם מנסים לעיתים להיעזר בה כדי להעביר מסרים לציבור הרחב. מנגד, לדעת רבנים אחרים התקשורת מאיימת על הערכים הבסיסיים שלהם, ולכן הם נמנעים מחשיפה אליה או מהשתתפות בשיח התקשורתי.

בפרק השמיני בוחן כהן את העמדות התיאולוגיות והפילוסופיות של רבנים בהקשר של התקשורת, ומראה שרבנים מזהים את המתח בין היהדות לתקשורת. העקרונות המנחים את התנהלות אמצעי התקשורת, כמו חופש הביטוי וזכות הציבור לדעת, עלולים להתנגש עם ערכים דתיים שמרניים, כמו צניעות או איסור הלבנת פנים. כמו כן, ההלכה היהודית לא מקדשת את חופש המידע באופן מוחלט, אלא תומכת בו רק במקרים שבהם מידע עשוי למנוע נזק או עוול. לכן, לא כל מידע חדשותי ראוי לפרסום לפי ההלכה. רבנים מזרמים שונים מסתייגים מהתנהלות התקשורת, שכן לדעתם היא פוגעת בפרטיות ועוסקת ברכילות, ולעיתים בנושאים שפוגעים בצניעות.

הדיון בשימוש ברשתות החברתיות ובתקשורת הדיגיטלית מופיע בפרק התשיעי. השאלה במרכז הפרק היא - איזה תפקיד משחקת התקשורת הדיגיטלית בהבניית

הזהות היהודית, הן בעיני רבנים והן בעיני הציבור הרחב? בשנים האחרונות מתחזקת ההכרה שאמצעי התקשורת בכלל, והרשתות החברתיות בפרט, הם במה להפצת מידע דתי, ולפיכך מוסדות כמו ישיבות או בתי כנסת מפעילים אתרי אינטרנט לשירות הקהילה שלהם. רבנים רבים מכירים ביתרונות התקשורת ככלי להעברת מסרים לקהל שלהם ואף לקהלים רחבים יותר, כמו הציבור המסורתי או אוכלוסייה שאינה שומרת מצוות.

יתר על כן, אומנם הרשתות החברתיות נתפסות כמרחב המאפשר לקבוצות שונות לבטא את זהותן התרבותית, אולם מרבית הרבנים שהשתתפו במחקר לא רואים ברשת במה לקידום ערכים דתיים. עם זאת, למרות יחסם השלילי של הרבנים לרשת, רבים מהם מעידים שהם מעלים תכנים דתיים לאינטרנט. המסקנה של כהן היא שיחסם של רבנים לתקשורת בכלל ולתקשורת הדיגיטלית בפרט היא אמביוולנטית ולא חד־משמעית.

הפרק העשירי בוחן את ההשפעות של החשיפה לתקשורת על קהילה סגורה ושמרנית כמו הקהילה הדתית, ושואל: באיזו מידה הצליחה התקשורת לסדוק את החומות שמגינות על הקהילה ומבודדות אותה מהסביבה החילונית? כהן מציג את התפתחות העיתונות החרדית ואת יחסם של עיתונאים דתיים ולא דתיים כלפיה. כמו כן הוא מסביר את הסתייגויות של ההנהגה החרדית מהשימוש בתקשורת הדיגיטלית. למרות המאבק נגד האינטרנט, המחקר מראה שגם הקהילה החרדית איננה נמנעת לחלוטין מחשיפה לרשת. כהן מראה את השונות בדפוסי החשיפה לרשת ומציין משתנים שונים המשפיעים על היקף החשיפה (לדוגמה, נשים נחשפות לרשת יותר מגברים). עם זאת, על אף חדירת האינטרנט לקהילות סגורות ושמרניות, החשיפה שלהן אליו עדיין מצומצמת יחסית לציבור הרחב.

בפרק האחרון בודק כהן כיצד עיתונאים, רבנים והציבור הרחב מתייחסים לתפקיד שממלאת התקשורת בכל הנוגע לתיווך בין הקבוצות השונות בציבור היהודי ולהבניית הדימוי של כל קבוצה. התקשורת, שמאופיינת כחילונית ומערבית, נתפסת כאחד הגורמים שתורמים לדימוי השלילי של הדת ולהעמקת השסע בין דתיים לחילונים בחברה הישראלית. כהן מסתייג מתפיסה זו, ומציע הסבר אחר לדימוי השלילי של הדת שנוצר בשיח התקשורתי. לדבריו, התקשורת מטבעה עוסקת בעימותים, שערוריות, מתחים ואי־סדר, והסיקור של דת בהקשרים אלה מוביל לדימוי שלילי.

הספר אינו חף מבעיות. לדוגמה, כהן מנסה לבחון את הנושא מכל זווית אפשרית, ויש כמה סוגיות שחוזרות ומופיעות בכמה פרקים שונים. עם זאת, הספר מציג מחקר מעמיק, המתבסס על נתונים סטטיסטיים מפורטים מתוך תשובות של רבנים, אנשי

תקשורת והציבור הרחב, כמו גם על ניתוח שיח באתרי חדשות. בהקשר זה הוא מהווה מאגר מידע מקיף, שעשוי לסייע לכל מי שמתעניין בממשק בין דת לתקשורת. זאת ועוד, פרופסור יואל כהן מכיר לעומק את החברה הדתית על גווניה, והמחקר שלו משקף היטב את הפערים בין זרמים דתיים שונים, הן ביחסם לתקשורת והן ביחסם למעמדם בחברה הישראלית. אם כן, הספר משרטט דיוקן עשיר של חברה דתית רבגונית, המתלבטת אילו דרכים מתאימות עבורה להתמודדות עם הנוכחות של התקשורת במרחב הציבורי.

רשימת המקורות

- Aharoni, M. (2023). The stranger within: Israeli religious women lead social change in community web-series. *Feminist Media Studies*, 23(6), 2629–2645..
- Blondheim, M. (2015). The Jewish communication tradition and its encounters with (the) new media. In H. A. Campbell (Ed.), *Digital Judaism: Jewish negotiations with digital media and culture* (pp. 16–39). Routledge.
- Golan, O., & Mishol-Shauli, N. (2024). Religious journalists' ethics on communicating science: The case of ultra-Orthodox reportage in Israel. *Religions*, 15(3), 296.
- Hjarvard, S. (2011). The mediatisation of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12(2), 119–135.
- Shahar, R. N. B., Marciano, A., & Schejter, A. M. (2023). "There are only a few things that you cannot manage without internet": Realization of capabilities through internet (non)use by ultra-Orthodox Jewish women. *The Information Society*, 39(5), 296–305.
- Tsuria, R., & Campbell, H. A. (2018). Understanding Jewish digital media in Israel: Between technological affordances and religious-cultural uses. In K. Radde-Antweiler & X. Zeiler (Eds.), *Mediatized religion in Asia: Studies on digital media and religion* (pp. 190–207). Routledge.

Women's Activism Online and the Global Struggle for Social Change

Garmit Wiesslitz (Editor). Palgrave Macmillan, 2023. 310 pages

עינת לחובר*

במבוא לאסופת המאמרים בעריכתה, ד"ר כרמית ויסליץ - חוקרת בתחומי המדיה האלטרנטיביים, החברה האזרחית והדמוקרטיה מהמרכז האקדמי הרב תחומי ירושלים - מעגנת את הספר בהקשר אקטואלי. היא מתייחסת לשני אירועי מחאה נשית עולמיים - מחאת החי'אב באיראן ופעילות נשים במחאה נגד השינויים השלטוניים בישראל (ככל הנראה, הכוונה לארגון "בונות אלטרנטיבה"). מאז פרסום הספר ב־2023, ניכרת התרחבות בהתנגדות למשטרים מדכאים ברחבי העולם, כאשר מאבקים פמיניסטיים הם חלק בלתי נפרד ממאבקים חברתיים-פוליטיים רחבים יותר. המחאות העכשוויות מדגימות את הזיקות ההדוקות בין אקטיביזם דיגיטלי למחאה במרחב הפיזי, כאשר המרחבים השונים מזינים ומעצימים זה את זה באופן סינרגטי.

המאבקים הפמיניסטיים העכשוויים משקפים את האופי הטרונס־לאומי של המחאה, כאשר נשים ממדינות, תרבויות ורקעים מגוונים מקבלות השראה זו מזו, חולקות טקטיקות ומפתחות סולידריות חוצת גבולות באמצעות הרשתות החברתיות. במקביל, אנו עדות גם לתגובות נגד למחאות אלה, כאשר כוחות ריאקציוניים משתמשים באותם כלים דיגיטליים כדי להתנגד לשינוי ולשמר את הסדר החברתי הקיים. התפתחויות אלה מחזקות את הרלוונטיות של אסופת המאמרים להבנת הדינמיקות המורכבות של אקטיביזם פמיניסטי דיגיטלי בעידן הנוכחי.

פרקי המבוא והסיכום מאת ויסליץ מציגים דיון מושגי בסוגיות העקרוניות הללו, בעוד שאר פרקי הספר מציגים מגוון דוגמאות אמפיריות לאקטיביזם דיגיטלי של נשים מרחבי העולם: התארגנויות אד־הוק והתארגנויות ארוכות טווח, בעלות מטרות רחבות היקף, התארגנויות רשמיות והתארגנויות בלתי פורמליות.

ויסליץ, כמו חלק ניכר מהכותבות באסופה, מזהה את עליית תנועת #MeToo ב־2017 כנקודת מפנה בהתפתחות האקטיביזם הדיגיטלי של נשים, תנועה שהשפעתה

* פרופ' עינת לחובר, המחלקה לתקשורת, מכללת ספיר (einatl@mail.sapir.ac.il)

מהדהדת גם היום במאבקים פמיניסטיים ברחבי העולם. בכך הספר מצטרף לשיח אקדמי ער בנוגע להשלכות #MeToo על השימוש של נשים וארגונים פמיניסטיים ברשתות החברתיות כזירה לפעולה קולקטיבית (ראו למשל: Chen et al., 2018; Mendes et al., 2019).

הזיקה בין אקטיביזם פמיניסטי למדיה נמצאת על רצף היסטורי מובהק, החל מימי הסופרג'יסטיות של הגל הפמיניסטי הראשון במאה ה-19, אשר ייסדו מגזינים שבאמצעותם הביעו את עמדותיהן, גיבשו זהות פמיניסטית, הפיצו את משנתן וגייסו תומכות. פעילות אלה הפיצו את פרסומיהן ברחובות, מבית לבית, וגם באמצעות הדואר והרכבות. בהמשך, פעילות הגל השני, בשנות ה-60 עד שנות ה-80 של המאה הקודמת, היו מעורבות בהקמת עיתונים ומגזינים ושידור תוכניות אקטואליה (Steiner et al., 2020).

הספר הנוכחי מתמקד בגל השלישי ובמיוחד בגל הרביעי של הפמיניזם, שבו הפעילות הפמיניסטית התקשורתית מתרכזת בפלטפורמות חדשות: בלוגים, פודקאסטים, X (לשעבר טוויטר) ואינסטגרם. אלו פלטפורמות שלכאורה מציעות אופני השתתפות שוויוניים ודמוקרטיים יותר מהפלטפורמות שבהן השתמשו פעילות פמיניסטיות בעבר. הספר מציג את הפוטנציאל של האינטרנט, שעשוי לאפשר לנשים לגבש זהות קולקטיבית, לאתגר את השיח ההגמוני ולחולל שינוי חברתי, אך מציע עמדה מורכבת ביחס לפריחה של האקטיביזם הפמיניסטי הדיגיטלי.

לאורך כל פרקי הספר מהדהדת השאלה סביב הרחבתו של המרחב הציבורי הפמיניסטי באמצעות המדיה הדיגיטליים. ויסליץ בוחנת שאלה זו, בין היתר, דרך עבודתה התיאורטית של ננסי פרייזר (Nancy Fraser). פרייזר מציעה תפיסה של רשת מרחבי שיח הטרופי, אשר כוללת מרחבים אלטרנטיביים, אותם יוצרות קבוצות מדוכאות או קבוצות המודרות מהמרחב הציבורי הדומיננטי. מרחבים אלה מאפשרים את ביטוי האינטרסים והצרכים של נשים מקבוצות מודרות, לצד פיתוח זהות קולקטיבית ואסטרטגיות התנגדות, ומציעים שיח אלטרנטיבי של התנגדות, המאתגר את ההגמוניה התרבותית והפוליטית של המרחב הציבורי הדומיננטי.

הפרקים השונים חושפים גם ביקורת על תנועת הנשים הדיגיטלית, ומדגישים כי המרחב הדיגיטלי לא תמיד משמש מרחב בטוח ומעצים עבור נשים. ביקורת זו מתחדדת על רקע תגובות הנגד האלימות לפמיניזם המקוון, ניכוס של הפעילות האקטיביסטית, והשפעתם של קולות הגמוניים בתוך תנועת הנשים עצמה.

הספר כולל 13 מקרי בוחן אמפיריים, המשקפים את התפוצה הגיאוגרפית הנרחבת של פעילות פמיניסטית דיגיטלית: אוסטרליה, אוסטריה, טורקיה, דרום אפריקה, ספרד, איראן, גרמניה, צרפת, אמריקה הלטינית והודו. הפרקים מדגימים את הזיקות בין רעיונות פמיניסטיים ובין תנועות חברתיות פוליטיות מגוונות. מקרי הבוחן מתבססים על גישה של הצטלבותיות (intersectional), המתאחדת להצטלבותיות בין דיכוי מגדרי לדיכויים על בסיס צבע עור, גיל, מוצא אתני והשתייכות לאומית. זאת, בניגוד למדיה פמיניסטית מסורתית, בפרט אלה של הגל הראשון, שהתעלמו מהצרכים ומסדר היום של נשים שאינן משתייכות לקבוצות ההגמוניות.

הספר מורכב משלושה חלקים מרכזיים. החלק הראשון עוסק בפרקטיקות אקטיביסטיות, כמו קמפיינים ומחאות מקוונות ולא מקוונות. החלק השני מתמקד באופן שבו האינטרנט משמש מרחב ציבורי דמוקרטי ומרחב בטוח לאקטיביזם ושיח אלטרנטיבי המתאגרים את תרבות ההשתקה. החלק השלישי דן בסוגיית ההכללה, ומציג מחקרים על יחסי כוח ושליטה בתוך תנועות הנשים האקטיביסטיות במרחב המקוון. חלוקה זו, אף שהיא במידה רבה שרירותית נוכח השזירה האורגנית בין שלושת ההיבטים, מספקת מסגרת אנליטית המסייעת להבנת התופעה המורכבת.

חלק ניכר מהפרקים מתמקדים בפעילות פמיניסטית נגד אלימות מינית, המשקפת מגמה עולמית של התנגדות לתרבות האונס. קמפיינים אקטיביסטיים בהקשרים אלה זכו לנראות ציבורית גבוהה, והשפיעו גם על סדר היום של התקשורת הממוסדת. פרקים אחרים מרחיבים את היריעה למאבקים פוליטיים וסביבתיים, כגון המאבק נגד קבוצות ימין קיצוניות באוסטריה או המאבק הסביבתי נגד חברות הגז באוסטרליה, וכן למאבקים קטנים ופחות ידועים.

הספר מדגים את המורכבות והמגוון של אקטיביזם פמיניסטי דיגיטלי, הכולל מגוון פלטפורמות המשמשות למטרות שונות. כמו כן, הפרקים מתעדים ומנכיחים את הנשים העוסקות בפעילות זו, שלעיתים קרובות יש לה השפעה אישית עמוקה, והיא מעניקה סיפוק ותורמת לתחושת הערך העצמי, אך אינה מתגמלת מבחינה חומרית. הפרקים חושפים את מגוון הנשים המשתתפות באקטיביזם הפמיניסטי המקוון: מגוון בין־דורי, הנע בין צעירות, "ילידות דיגיטליות", ובין נשים מבוגרות שלכאורה הנגישות שלהן למרחב המקוון נמוכה יותר; ומגוון בהקשר של הגדרות הזהות הפמיניסטית - מפעילות בעלות משנה פמיניסטית מגובשת ועד פעילות חסרות המשגה פורמלית של תיאוריה פמיניסטית, אך שותפות לערכים פמיניסטיים.

הקריאה בפרקים השונים מעלה כיווני מחקר פוטנציאליים ומציפה שאלות תיאורטיות מהותיות: אילו תכונות (affordances) של המרחב המקוון מסייעות לנשים

במאבקה? האם ניתן להבחין בין תכונות של פלטפורמות שונות? כיצד ניתן להגדיר ולמדוד הצלחה או אפקטיביות של מאבק פמיניסטי במרחב המקוון - באמצעות מספר המשתתפות והמשתתפים בשיח, שינויי עמדות, או פעילות במרחב הפיזי? ומה לגבי התפיסות וההערכה האישית של הפעילות ביחס למעורבותן? איזו התנגדות מתפתחת בתגובה לאקטיביזם הפמיניסטי? וכיצד הפעילות המקוונת משתלבת במכלול הרחב של פעילות פמיניסטית?

סוגיה מרכזית נוספת הראויה לבחינה היא שאלת המימון של הפעילות הפמיניסטית: האם המרחב המקוון מקל על מימון הפעילות? האם נשים שבות ומשקיעות ממשאביהן באקטיביזם למרות היעדר תמורה חומרית? הפרקים השונים מדגימים כי אקטיביזם ברשת מצריך משאבי זמן, ובמקביל נשים נדרשות לפרנס ולשאת בעול הטיפול במשפחה. כיצד הן עומדות במשימות המרובות לאורך זמן? כיצד משפיעים אילוצים אלה על הפעילות האקטיביסטית ועל תכניה? סוגיית המימון מעלה גם שאלות של דה־פוליטיזציה, מסחור וקואופטציה. ולבסוף, כיצד מתפתח אקטיביזם פמיניסטי מקוון בהקשרים גיאוגרפיים, תרבותיים ופוליטיים שונים?

הספר בעריכתה של ויסליץ מציע מבט מקיף על האקטיביזם הדיגיטלי הפמיניסטי העכשווי, ותורם להבנת האופנים שבהם הדיגיטציה מאתגרת את המאבק הפמיניסטי בעידן הגלובלי, מרחיבה אותו ומעצבת אותו מחדש. תרומתה הרבה של האסופה טמונה לא רק בהצגת הפוטנציאל של הפעילות המקוונת, אלא גם בהצבעה על המתחים, האתגרים והמורכבויות שהיא מעלה, הן בתוך התנועה הפמיניסטית והן ביחס למבנים החברתיים שהיא מבקשת לשנות.

רשימת המקורות

- Chen, G. M., Pain, P., & Barner, B. (2018). "Hashtag feminism": Activism or slacktivism? In D. Hurp, J. Loke & I. Bachmann (Eds.), *Feminist approaches to media and research* (pp. 197–218). Palgrave Macmillan.
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2019). *Digital feminist activism girls and women fight back against rape culture*. Oxford Academics.
- Steiner, L., Kitch., C. & Kroeger, B. (2020). *Front pages, front lines: Media and the fight for women's suffrage*. University of Illinois Press.

מתן אהרונ* *

ספרי מחקר אקדמיים שעוסקים בטלוויזיה בשפה העברית הם אוצר אמיתי לחוקרים ולסטודנטים בתחום, אולם עם הזמן הם הופכים ליותר ויותר נדירים. זה קורה בשל דרישת האוניברסיטאות לתכנים בין-לאומיים, שיובילו לציטוטים רבים, ובשל דרישת של הוצאות לאור בישראל שהכותב יממן את פרסום הספר, בניגוד לנעשה בהוצאות ספרים אקדמיות בין-לאומיות מוכרות. כיום גם קשה לאתר ספרים אלה בים הספרים והתכנים הרבים שרואים אור, ובוודאי בתקופה הנוכחית, המתאפיינת בשימוש אינטנסיבי בבינה מלאכותית יוצרת (GenAI), שאיתה מתייעצים חוקרים וסטודנטים לגבי תכנים תקשורתיים וניתוחם. הבעיה במקרה זה היא שהספרים בעברית, לפי מיטב הבנתי, אינם נגישים עבור טכנולוגיה זו, מכיוון שלרוב הם רואים אור בדפוס בלבד, ואם הם מופצים גם בפלטפורמות דיגיטליות, הרי הם נמצאים מאחורי חומות תשלום שמונעות גישה מהרובוטים של כלי הבינה המלאכותית היוצרת ססורים את הרשת. במצב זה אובד ידע חשוב למחקר. לכן, כשיוצא לאור ספר בתחום ידע מסוים, כמו **ללכת אל, ללכת ח...: דרמה ישראלית בטלוויזיה 1968-1998**, ספרה של אורנה לביא-פלינט בתחום לימודי הטלוויזיה, זו חגיגה אמיתית. אם כן, יש להפיץ את הבשורה ברבים, בתקווה שבזכות מאמר סקירה בפלטפורמה הנוכחית הרובוטים יצליחו להתייחס גם לספר חשוב זה, יביאו לחשיפה שלו ויפנו אליו. הדבר נחוץ, בין היתר, בשל איכויות הניתוח המעמיקות של הכותבת, שאלהן אתייחס בקצרה בסקירה זו.

כשיוצא לאור ספר מחקר בתחום התמחותי ושקרב לליבי, אני מקווה שהוא יוסיף לתחום המחקר ויתרום לו רבות. ספר צריך להיות כלי שרת בידי חוקרים, סטודנטים והקהל הרחב האינטלקטואלי, כך שמעבר למידע החדש שהוא מציג על הנושא, עליו לספק גם כלים מתודולוגיים, תיאורטיים, קונספטואליים או מחשבתיים שמפתחים את התחום ומספקים עוד נקודות מבט למחשבה ולמחקר. וכפי שכבר רמזתי, ספרה

* ד"ר מתן אהרונ, בית הספר לתקשורת, אוניברסיטת אריאל (matanah@ariel.ac.il)

של לביא־פלינט מספק זאת לפחות בשני רבדים מרכזיים, ועל כן חשיבותו הגדולה ותרומתו הרבה ללימודי טלוויזיה.

ברובד אחד הספר מראה כיצד ארבע סדרות דרמה ישראליות מקוריות, משנות ה־70 ועד סוף שנות ה־90 של המאה ה־20, מבטאות הלכי רוח חברתיים ותרבותיים של התקופות שבהן נוצרו. הן מעלות לדיון ברמה הגלויה והסמויה נושאים הקשורים לזהות, אתניות, מקום ואידיאולוגיה בחברה הישראלית. הסדרות הן **חדוה ושלומיק** (שמואל אימברמן, 1971), **מישל עזרא ספרא ובניו** (נסים דיין, 1983), **מר מאני** (רם לוי, 1996) ו**בת ים-ניו יורק** (דוד אופק ויוסי מדמוני, 1995-1997).

ברובד השני הספר מציג דרכי ניתוח מקוריות ומעוררות השראה, שמבטאות את המתודולוגיה הלא סדורה שלעיתים משמשת את לימודי הטלוויזיה. לביא־פלינט משלבת בין ניתוח תמטי לניתוח נרטיבי־מבני וניתוח צפנים טלוויזיוניים, ומדגישה את החשיבות של בחינת המבט הטלוויזיוני/קולנועי, הסאונד ומבנה העלילה, ואף את חשיבות הניתוח של פתיח הסדרה. לא בכדי זכה הספר זכה בפרס הספר המצטיין על שם דן כספי ז"ל מטעם האגודה הישראלית לתקשורת לשנת 2025.

הקשר בין לימודי תקשורת - שהכירו בתרומתו החשובה של הספר - ללימודי טלוויזיה בישראל, דורש הבהרה כהקדמה להתייחסות לתוכן הספר. התחום של לימודי טלוויזיה בישראל נחשב יצור כלאיים, ואנשיו עדיין נדרשים להילחם על הכרה בייחודיותו כדיסציפלינה נפרדת מלימודי תקשורת ולימודי קולנוע, חרף הקושי בהבחנה. לביא־פלינט מנסה להציג זאת בקצרה בפתיח. בישראל לימודי טלוויזיה נמנים עם מדעי הרוח, ומקושרים ללימודי קולנוע. על כן תחום זה נעדר מתודולוגיות ברורות, מוכרות וסדורות של מחקר אמפירי, כמו אלה שישנן בלימודי תקשורת, המשויכים למדעי החברה. בישראל, לימודי טלוויזיה עוסקים ברובם בתכנים הטלוויזיוניים כמעין נייר לקמוס המעיד ומלמד על התרבות, החברה, האידיאולוגיה ורוח התקופה של היוצרים ושל הצופים. זאת, בניגוד ללימודי תקשורת, שמבקשים לבדוק איך מתנהלים אמצעי התקשורת השונים, אילו סיפורים מסופרים בהם ומה הצופים עושים עם אותם סיפורים. מסורת זו של לימודי טלוויזיה המתרכזים בבחינת ההיבטים החברתיים של תכנים טלוויזיוניים, ובעיקר קולנועיים, מאפיינת במיוחד את בית הספר לקולנוע וטלוויזיה של הפקולטה לאמנויות באוניברסיטת תל אביב, שבו נלמד תחום דעת זה וממנו מגיעה הכותבת.

מחקרים המתבססים על גישה זו מופיעים בספרים העוסקים בניתוח סרטים, שנלמדו, וחלקם עדיין נלמדים, בבית ספר זה, כגון ספריהן של נורית גרץ (1993, 2006; גרץ ויוסף, 2017; מונק וגרץ, 2015) ואלה שוחט (2001, 2005). ספרים אלה בוחנים

סרטים לפי נושאים חברתיים וביחס לתקופות זמן, בעיקר על פי עשורים. אליהם נוספו ספרים שפרסמו מרצים וחברי סגל מבית הספר לאורך השנים, העוסקים במרחבים, טראומות ומצבים חברתיים שונים של הגירה וחיפוש אחר זהות (כגון: אלססר וחגין, 2012; טלמון, 2001; מונק, 2012). מתוך גישה זו לבחינת תכנים מגיעה לביא־פלינט, ועם קורפוס זה ספרה משתלב היטב, אף שהוא עוסק בסדרות טלוויזיה.

ספרה של לביא־פלינט, שהוא עיבוד של מחקר הדוקטורט שלה, מציג ארבע סדרות דרמה טלוויזיוניות כזירת התגוששות אידיאולוגית, שבה נבחנת תקפותם של ערכים ואתוסים ציוניים מול ביקורת, נרטיבים אלטרנטיביים, דרכי מבע ייחודיות וזהויות מאתגרות. המחברת מציגה סדרות אלה כ"סיסמוגרפים תרבותיים הרגישים לתזוזות הטקטוניות ולטלטלות המתרחשות בחברה ובתרבות בישראל" (עמ' 3). כלומר, לתפיסתה הסדרות משקפות ברמה הסמויה (בסאבטקסט) את השברים והסדקים של המציאות החברתית ואת הכשלים ביצירת סולידריות ותחושת אחדות גורל, ומציעות מענה או דרכים לריפוי. הניתוח של הסדרות, גם אלה שנוצרו בשנות ה־70, מלמד כי תחושות של שסע ופילוג בעם, שפוליטיקאים בישראל של ימינו מקדמים בתקשורת דרך ערוצים, עיתונאים, פרשנים ותכנים מסוימים, אינן ייחודיות לתקופה הנוכחית, וכי האתוס של עם ישראל אחד ומאוחד היה חסר בסיס יציב מלכתחילה. הניתוח של הסדרות בספר מתמקד במיוחד בנרטיב הציוני, במרחב, בזמן ובזהות המזרחית. זהות זו באה לידי ביטוי בשלוש מתוך ארבע הסדרות, והיא אחד משלושת הפרמטרים העיקריים הנבחנים בכל ארבע הסדרות כתמות בסיסיות - זמן, מרחב וזהות.

הספר בנוי משבעה פרקים עיקריים, ולפניהם מבוא קצר ומידע על הסדרות. אחרי שבעת הפרקים מופיעים רשימת מקורות, שלושה נספחים ומפתח שמות. הנספחים כוללים מידע על היוצרים, לצד תשובה קצרה של יוסי מדמוני לשאלה על הדתיות של שלמה, דמות מהסדרה **בת ים-ניו יורק**. הנספח השלישי הוא טבלה המספקת מידע בסיסי על כל סדרות הדרמה הישראליות ששודרו בטלוויזיה הציבורית בין 1968 ל־1993, ועל מיני־סדרות מ־1994 עד 1999.

המבוא הקצר והחשוב מציג את הנחות היסוד של הכותבת, את מטרות הספר ואת הסיבות לבחירה בארבע סדרות אלו. בפרק הראשון מוצגת סקירה היסטורית קצרה (קצרה מדי, לטעמי) של הדרמה בטלוויזיה בישראל. סקירה זו מבססת את ההקשר הרחב של סדרות הדרמה שבמרכז הספר, ובבסיסה מתבטאת הגישה המסורתית של הדיסציפלינה בישראל, שבה נהוג לייחס תכנים מסוימים לתקופות זמן. במקרה זה מוצגות סדרות דרמה ישראליות לפי חלוקה לשלוש תקופות ולפי מאפיינים בסיסיים שמיוחסים למפת הטלוויזיה המשתנה: סדרות מ־1968 עד 1993, כאשר היה בישראל

ערוץ ציבורי אחד ויחיד; סדרות מ־1993 עד 2005, בתקופה שבה ערוץ 2 המסחרי היה הדומיננטי מבין הערוצים שהיו זמינים בטלוויזיה; והתקופה השלישית, שהחלה ב־2005 ונמשכת עד ימינו, המאופיינת בריבוי פלטפורמות שידור. אני לא מוצא בחלוקה זו ביסוס מספק להגדרה ולאפיון של סדרות דרמה, אולם חשיבותה של הסקירה טמונה באזכור של סדרות דרמה ישראליות רבות שהופקו לאורך השנים והמחקר האקדמי בתחום התעלה מהן כמעט לחלוטין. סדרות אלה ראויות לאזכור ולארכוב, ופרק זה עושה עימן חסד בעצם הזכרתן וקיבוען בהיסטוריוגרפיה הטלוויזיונית הישראלית שבכתב.

הפרק השני הוא הפרק התיאורטי של הספר. הוא מציג מאפיינים של דרמה טלוויזיונית על סוגיה, המבנה שלה, ייחודה ואיכותה. זהו פרק חשוב במיוחד עבור חוקרים וסטודנטים המעוניינים לעסוק בסדרות דרמה. הוא מספק תשתית מושגית חשובה, כמו ההבדלים בין series, שהן סדרות שבועיות בפורמט של סיפור סגור, שמתחיל ומסתיים באותו פרק ללא המשכיות עלילתית, לבין serial, סדרות המשכיות בעלות סיפור פתוח, עם עלילה מתמשכת וכמה קווי עלילה - קטגוריה שכוללת שלוש מארבע הסדרות שבמרכז הספר. הסקירה שבפרק לא מרחיבה בנוגע למורכבות שהתפתחה מבסיס הגדרתי זה, כלומר סדרות שמציגות סיפור סגור בשילוב מאפיינים של סדרות המשכיות, כחלק מתהליך התפתחות הסוגה וחידושה. התפתחות כזו מתבטאת בסדרה הרביעית שנבחנת בספר, **בת ים-ניו יורק**, אשר מוגדרת כאן כיצור כלאיים המערב בין שני הפורמטים, ומוסבר כי היא כזו בשל היעדר ניסיון וידע בהפקת סדרות דרמה מקוריות. במקרה זה אני לא מסכים עם הטענה, וסבור שיש כאן בעיקר רצון של היוצרים ליצור תוכן חדשני וייחודי בסביבה משוחררת שמאפשרת זאת, אך מקרה זה בהחלט דורש מחקר נפרד, שבפועל הספר מעודד לערוך.

הפרק השני גם מגדיר את ייחודה של סדרת הדרמה על פי הספרות המחקרית הקיימת ומקשר אותה, מבנית ואסתטית, לעשייה קולנועית שאינה מתרחשת באולפנים. על פי גישה זו הדרמה כוללת עולם קבוע, שבו מופיעים דמויות ומקומות חדשים. אולם בשונה מתפיסת הקולנוע, הדרמה הטלוויזיונית היא תוצר של עבודת צוות של יוצרים, שמתפתח ומשתנה על רצף של זמן, ומבטא רגישות גם למתרחש במציאות. סדרות הדרמה גם מוגדרות כטלוויזיית איכות של שעות צפיית השיא - בימים שבהם מושג זה עוד היה רלוונטי - והן נבחנות ביחס לאופרות סבון ולסיטקומים, כסוגה היברידית שמשלבת מאפיינים של סוגות אלה.

לאחר סקירת ספרות חשובה זו, המציגה הגדרה של טלוויזיית איכות, מובאים המאפיינים של טלוויזיית איכות ישראלית, תוך מיקום ארבע הסדרות הנבחנות בספר

ביחס להגדרה זו וביחס לגישה ביקורתית-אידיאולוגית. בפרק זה מוסיפה ומציגה לביא-פלינט בחינה קצרה של הטלוויזיה הישראלית בראשיתה בעזרת תיאוריית הרב-מערכת, שמיוחסת לאיתמר אבן זוהר (Even-Zohar, 1990) ומיושמת גם במחקרי תקשורת, ביניהם של כותב שורות אלה (Aharoni, 2022). באופן כללי, תיאוריה זו גורסת כי מערכות תרבות מסוימות מתקיימות לצד מערכות אחרות, ומנהלות איתן מערכות יחסים - משאלות, מייבאות ומתאימות מהן תכנים כדי לשמור על רלוונטיות, וכך גם משפיעות זו על זו ומושפעות זו מזו. לביא-פלינט משתמשת בתיאוריית הרב-מערכת כדי להציג את השילוב של מאפיינים ממערכות תרבות של הספרות והתיאטרון במערכת של סדרות הטלוויזיה ותכניה הדרמטיים. כאן נדרשה גם התייחסות נרחבת יותר למערכת הקולנועית ולחיסים עימה, ובכמה פרקים בהמשך הספר יחסים אלה אכן מוזכרים. תיאוריה זו רלוונטית במיוחד להסברת ההקשרים שבהם הופקו הסדרות, אך בפועל היא מיושמת לאורך הספר באופן חלקי ולא עקבי.

בסוף הפרק השני מובאת גישה נוספת, הפעם יותר שמרנית ומסורתית בתחום דעת זה, הרואה בסדרות סוכנות אידיאולוגיה. הדבר נעשה בעזרת אזכורים של גישות ניאור-מרקסיסטיות ומיתולוגיות. יש שיטענו כי בפרק זה נדחסים גישות, מושגים ותיאוריות רבים מדי, אולם אני מוצא שהוא מועיל, בעיקר בזכות היותו ארגז כלים תיאורטי עבור חוקרים. הוא מספק נקודות מבט שונות שניתן לאמץ וליישם - לצד הכלים המתודולוגיים המוצגים לאורך הפרקים הבאים - במחקרים נוספים ונדרשים של סדרות טלוויזיה ישראליות, בעיקר סדרות מתחילת שנות אלפיים ועד ימינו, שנותרו מחוץ לספר.

בפרק השלישי מתחיל ניתוח הסדרות, כאשר הוא עוסק בסדרת הדרמה העברית הראשונה, ששודרה בטלוויזיה הישראלית באפריל 1971, **חדוה ושלומיק**. טענת הכותבת, כי סדרה זו משמשת זירת מאבק סימבולית בין אידיאולוגיות סותרות, אידיאלים ואורחות חיים שונים ומנוגדים, מוכחת היטב. תחילה היא מראה זאת ביחס להקשר העלילתי וההקשר ההיסטורי החברתי, התרבותי והפוליטי של אותן שנים באופן כללי. לאחר מכן מובא כדוגמה ניתוח פרשני מורכב ומוצלח, המשלב בין ניתוח סמיוטי לניתוח נרטיבי-מבני וניתוח קולנועי, של פרק מייצג מהסדרה. ניתוח זה חושף בעזרת הטקסטים, המיונסצנות ואופני הצילום, את הפערים והסתירות בין הגלוי בפרק לבין הסמוי, וכך מבטא את מבנה העומק של הפרק. בהמשך מוצגות ארבע תמות מרכזיות שעולות מניתוח פרקי הסדרה כולה: מסע חניכה כושל, סיפור מעגלי כפתרון סימבולי לחרדות, הוויה ניהיליסטית, ופוסטמודרניזם ומלנכוליה. זהו עושר ניתוחי משובב נפש עבור חוקרים וחוקרות בתחום. הוא מראה כיצד ניתן להוכיח טענה מרכזית על מהות הסדרה ולחשוף את הסאבטקסט, השונה מהסיפור הגלוי, בעזרת ניתוחים איכותניים

מגוונים. ניתוח מקיף זה מתאפשר כאשר מוסרות המגבלות הקפדניות על מספר מילים מרבי המקובלות במאמרים אקדמיים, מה שמעורר הערכה לפלטפורמה זו של ספר מחקרי, המאפשרת להציג ניתוח מעמיק ומלמדת על חשיבותו של המדיום הטלוויזיוני ועל הרלוונטיות שלו.

בפרק הרביעי מנותחת סדרת הדרמה **מישל עזרא ספרא ובניו**. בסדרה זו, ששידורה החל ביוני 1983, נוספה התייחסות לרובד החברתי של השסע העדתי, ועולות שאלות על הקשר של היהודי ללאום תוך שילוב של אלמנט הזמן. כלומר, הכותבת מראה כיצד הסדרה עוסקת בנושא של ישראל והגולה כחלק משאלת יחסו של היהודי למקום. היא עושה זאת דרך מושג הכרונוטופ שטבע בכטין, מושג תיאורטי המשלב בין הזמן למרחב בסוגת הרומן, במסגרת התת-סוגה של הסאגה המשפחתית.

אם בפרק הקודם הוצג ניתוח מורכב של המסע המעגלי של חדוה ושלומיק מהקיבוץ לעיר וחזרה לקיבוץ, בפרק זה מנותח מסעם של הפרוטגוניסט אלבר-אברום ומשפחתו בין ישראל לגולה, תוך חיפוש אחר זהות בתהליכי חניכה סמליים. בעזרת כתביהם של חוקרים ופילוסופים, ותוך שימוש במושגים תיאורטיים, לביא-פלינט מציגה את המשמעויות שעולות מהסדרה בקשר לזהויות. מוצגות זהויות לבנטיניות, מזרחיות, יהודיות-ערביות וציוניות-צבריות, תוך התייחסות לקשרים ביניהן ולקשר שלהן למקום. גם כאן הקיבוץ נוכח באופן מסוים, כמייצג אידיאולוגיה וזהות שאינן בהכרח יציבות או מושא להערצה, אלא להפך. באמצעות התמקדות בשני פריטים סמליים שמלווים את הסדרה מבחינה נרטיבית ומבנית - שרשרת החרוזים (מסבחה) שמופיעה בפתח ובסגיר הסדרה, וסיפור כתנא ארם צובא (כתב היד העתיק של התנ"ך) שמלווה את המשפחה - הכותבת מנתחת בצורה מושכלת את הסדרה ואת המסרים שעולים ממנה.

הפרק החמישי מתמקד בניתוח הסדרה **מר מאני**, ששידורה החל באוקטובר 1996. הניתוח נעשה תוך השוואת הסדרה לרומן מאת א"ב יהושע באותו השם, שעליו היא מבוססת. גם כאן ישנה התמקדות בזמן, במקום ובזהות מרובדת. הניתוח של אלמנטים אלה נעשה כחלק מתהליך חשיפה של ביקורת סמויה וחתרנית שמעלה הסדרה כלפי שני מושגים בסיסיים בנרטיב הציוני - מולדת וגלות. סדרה זו שונה בצורתה ובמבנה שלה מסדרות דרמה אחרות, גם מאלה שמנותחות בספר. השוני מתבטא באופי הסיפור ובדרכי העברתו: **מר מאני** כוללת חמש דמויות מחמש תקופות זמן שונות שמספרות את סיפורן תוך התבוננות ישירה במצלמה, דבר שגורם לשבירת אשליית הריאליזם ולתחושת חוסר נוחות אצל צופים שלא מורגלים בכך. סיפוריהן הרפלקטיביים עוסקים בזהויות לאומיות ועדתיות במרחבים וזמנים שונים, המבטאים ריבוי או סוגים שונים של עבר ומקום.

הפרק השישי מתמקד בניתוח הסדרה המצוינת והמיוחדת **בת ים-ניו יורק**, שהפציעה בערוץ 2 והפתיעה את צופי הערוץ המסחרי החדש דאז. הסדרה עלתה לשידור בנובמבר 1995, ושידור עונתה השנייה החל בינואר 1997. בהמשך לפרק הקודם בספר, שבו הייתה פנייה למרחב גדול יותר מהמרחב הישראלי המצומצם, ולקשר ביניהם, גם **בבת ים-ניו יורק** יש להיבט המקומי והשולי קשר סימבולי עם העולמי, המבטא ומהדהד הלכי רוח חברתיים. הכותבת קושרת זאת למתח בין מודרניות לפוסטמודרניות ולרעיונות פוסטמודרניים של ריבוי, פירוק והרכבה מחדש של טלאים בצורה רפלקטיבית ומעוררת מחשבה. לזה נוספת גם התייחסות לזהות המזרחית, שמקבלת ביטוי משתמע בסדרה כזהות לא יציבה, ספק מסורתית ספק ציונית.

בפרק השביעי והמסכם מובאים עיקרי הממצאים מניתוח ארבע הסדרות, שכולן סדרות דרמה משפחתית. הדיון מתמקד בהצגת הדרכים בהן הסדרות מאתגרות דרך הסיפור המשפחתי את הנרטיב הציוני, שמושגת על תפיסות של מרחב, זמן וזהות. בסיכום זה חוזרת לביא-פלינט בצנעה מסוימת לגישה תיאורטית בסיסית המלווה את הדיסציפלינה של לימודי טלוויזיה כפי שהתעצבה בארץ - הרצון להכליל ולהחיל תובנות מניתוחי ארבע הסדרות על תהליכים מקרו-חברתיים. חשוב לציין כאן כי גישה זו היא מושא לביקורת מתודולוגית, מכיוון שהבחירה בסדרות אלה דווקא, מתוך מגוון דרמות בודדות או סדרות אחרות שהופקו והוקרנו לאורך השנים, אינה מאפשרת, לפחות ממה שהוצג, לעשות כן.

כמו כן, לטעמי, אין צורך במאמץ להציג הכללות אלה. הספר מצטיין במיוחד בהוכחת קיומם של ייצוגים שונים ומאתגרים הסובבים סביב הנושאים של זהות, מרחב וזמן. לכן אני רואה בו ספר חובה ללימודי קולנוע וטלוויזיה, וגם ללימודי תקשורת, בזכות יכולת הניתוח המעמיקה של הכותבת, שהופכת אותו לדוגמה מצוינת לניתוח טקסטים. אם כן, הספר יכול היה להיתרם מפרק מתודולוגי מסודר, שמציג ומסביר בהרחבה את שיטות הניתוח שמופעלות על הסדרות. אלו הן שיטות מוכרות בלימודי תקשורת, אשר מיושמות כאן היטב, כמו ניתוח נרטיבי-מבני, ניתוח תמטי וניתוח צפנים טלוויזיוניים. הכותבת מיטיבה לשלב לאורך הפרקים בין ניתוח המבע הטלוויזיוני לניתוח הנרטיב, הדמויות ומבני העלילה, ניתוח הסאונד של הסדרות ואף ניתוח הפתיחים שלהן. כל זאת תוך שימוש בתיאוריות ומושגים רלוונטיים, שמעניקים לניתוח מסגרות רעיוניות שונות ומסבירים את הנעשה בסדרות.

הזכרתי בתחילת הסקירה את העידן הדיגיטלי, שכובש גם את עולם האקדמיה. בהקשר זה אני מציע לשלב בין המדיום המסורתי של ספר מודפס לעולם הדיגיטלי, כך שהניתוחים המצוינים של לביא-פלינט יצמדו לקטעים הרלוונטיים מתוך הסדרות.

השילוב יתאפשר למשל באמצעות הוספת ברקוד שיוביל לסרטונים המתאימים ב־YouTube, או לדף נחיתה מסודר, שמרכז את הקטעים שנותרו, אשר ההוצאה לאור מקימה במיוחד עבור הספר.

ולסיום, מקריאת הספר עולה תחושה שהחשיפה של רבדים סמויים והצגת פרשנויות מעניינות לארבע סדרות דרמה ישראליות מעודדות את הרחבת המחקר בתחום. לביא־פלינט מספקת כלים יעילים לחוקרים וחוקרות אחרים להמשיך ולבחון את הסדרות והדרמות הישראליות הרבות והטובות שנוצרו מאז תחילת שנות האלפיים. מדובר, לתפיסתי, בעיקר בסדרות מהעשור הראשון של שנות האלפיים, תור הזהב של הדרמות בישראל, כשנראה שהן ממשיכות באותן תמות בסיסיות שאליהן התייחסה לביא־פלינט בספרה - התמקדות בזהויות ובמשפחות לא מתפקדות, החצויות והמצויות שבמצוקה.

רשימת המקורות

אלססר, ת' וחגיג, ב' (2012). זיכרון טראומה ופנטזיה בקולנוע האמריקני. האוניברסיטה הפתוחה.

גרץ, נ' (1993). סיפור מהסרטים: סיפורת ישראלית ועבודיה לקולנוע. האוניברסיטה הפתוחה.

גרץ, נ' וח'לייפ, ג' (2006). נוף בערפל: המרחב והזיכרון ההיסטורי בקולנוע הפלסטיני. עם עובד והאוניברסיטה הפתוחה.

גרץ, נ' ויוסף, ר' (2017). עקבות ימים שעוד יבואו: טראומה ואתיקה בקולנוע הישראלי העכשווי. עם עובד.

טלמון, מ' (2001). בלוז לצבר האבוד: חבורות נוסטלגיה בקולנוע הישראלי. האוניברסיטה הפתוחה.

מונק, י' (2012). גולים בגבולם - הקולנוע הישראלי במפנה האלף. האוניברסיטה הפתוחה

מונק, י' וגרץ, נ' (2015). במבט לאחור: קריאה חוזרת בקולנוע הישראלי 1990-1948. האוניברסיטה הפתוחה.

שוחט, א' (2001). זכרונות אסורים - לקראת מחשבה רבת־תרבותית: אסופת מאמרים. בימת קדם.

שוחט, א' (2005). הקולנוע הישראלי: מזרח/מערב והפוליטיקה של הייצוג. האוניברסיטה הפתוחה.

Aharoni, M. (2022). When mainstream and alternative media integrate: A polysystem approach to media system interactions. *Television & New Media*, 24(6), 691–711. <https://doi.org/10.1177/15274764221123036>.

Even-Zohar, I. (1990). Polysystem theory. *Poetics Today*, 11, 9–26.

מסע הפרסום: פרקים בחיי הפרסום הישראלי

עמיר עירון. הוצאה עצמית, 2025. 306 עמודים.

דורית צימנד־שיינר*

"הרבה ממה שנראה היום חדש, מבריק או פורץ דרך - כבר נעשה בעבר"
(עמ' 276)

עולם הפרסום בארץ ובעולם מתפתח במהירות, עם כלים ושיטות חדשים, אתגרים בלתי צפויים והישגים יצירתיים רבים. על רקע זה מומלץ לכל מי שמלמד, חוקר או חובב פרסום לקרוא את הסקירה ההיסטורית המרתקת והייחודית של עמיר עירון על אודות הפרסום העבריישראלי (גילוי נאות: מר עירון הוא עמית וחבר ואף פרסמנו יחד מאמר).

הספר התחיל כעבודת דוקטורט של המחבר, שבמשך יותר מארבעים שנה עסק בתחום השיווק והפרסום, ושימש מרצה בכיר במכללה למנהל וראש מסלול תקשורת שיווקית במכללה האקדמית ספיר. הוא מציע סקירה היסטורית רחבה של הפרסום העבריישראלי, ומבוסס על היקף מרשים של מקורות ראשוניים, ובהם ראיונות וארכיונים. התרומה העיקרית של הספר היא בהעמדת תשתית אמפירית רחבה ומסודרת לתולדות הפרסום העבריישראלי, בתיחום תקופתי מנומק ובחשיפה שיטתית של מקורות ראשוניים המאפשרים מחקר המשך.

נקודת ההתחלה של תולדות הפרסום הישראלי, לפי עירון, היא הופעת הפרסומת העברית הראשונה בארץ ישראל בשנת 1863, והמשך לאורך כ־125 שנים שבמרוצתן קמה ונבנתה מדינת ישראל. חלק מההנאה בקריאת הספר נובע משזירת תולדות הפרסום הישראלי בתולדות המדינה מנקודות מבט מגוונות, כמו הגידול באוכלוסייה, גלי העלייה השונים, התפתחות הכלכלה, התקשורת והטכנולוגיה, התרבות ואורחות החיים בה. הספר משלב בין סיפורים, עובדות והסברים הקשורים לתעשיית הפרסום בעולם ובין סיפורים הנוגעים בהיבטים הייחודיים של הפרסום הישראלי. בין כל אלו

* ד"ר דורית צימנד־שיינר, בית הספר לתקשורת, אוניברסיטת אריאל (dorit@ariel.ac.il)

משובצות דוגמאות של פרסומות, תכתובות ועדויות ממקור ראשון. המקורות שעליהם מתבסס עירון הם מגוונים וייחודיים: 49 ראיונות עם פרסומאים, בני משפחותיהם ובעלי מקצוע אחרים הקשורים לתחום; ארכיונים שונים כמו גנזך המדינה, ארכיון עיריית תל אביב, והארכיונים של איש הפרסום בנימין לבינסון ושל הסופר והמשורר עמנואל הרוסי, שכתב גם טקסטים לפרסומות; מאגרי עיתונות בספריית יד טבנקין, בבית הספרים הלאומי ובאתר האינטרנט עיתונות יהודית היסטורית; ספרים ומאמרים בעברית ובאנגלית; כתבי עת שונים של איגודי הפרסום ואיגודי המפרסמים בישראל; ופרסומים בעיתונות הכלכלית העסקית. המקורות המשובצים לאורך רוב הספר מעניקים הצצה יוצאת דופן אל העבר.

פרק המבוא, או פתח הדבר, מתחיל בהגדרות: מהו פרסום? ומהן התיאוריות לגבי ראשית הפרסום בעולם? עירון, בהשראת היסטוריוני פרסום אחרים, קובע באופן מעניין ומגובש מתי החל עידן הפרסום הישראלי, ובאופן מרתק לא פחות, מתי הוא הסתיים. את נקודת הפתיחה אניח לכם למצוא בספר, אולם חשוב לציין שלדברי עירון, עידן הפרסום הישראלי הסתיים בשנות ה־90 של המאה הקודמת. לדעתו, כניסתן של חברות הפרסום הרב־לאומיות למדינה, כחלק מתהליך הגלובליזציה, הפקיעה את הישראליות מהפרסום הישראלי. אף שאני רואה בנקודת הסיום של הספר גם נקודת התחלה של תהליך מרתק לא פחות מהעשורים הראשונים של הפרסום הישראלי, הקביעה הנחרצת ראויה וטובה, שכן מצד אחד היא קובעת גבולות גזרה לספר הנוכחי, ומצד שני פותחת פתח לחוקרים נוספים להמשיך מהמקום שבו עירון מסיים.

אחרי המבוא תמצאו **שלושה שערים תמטיים** המתארים את ההיסטוריה של הפרסום הישראלי מנקודות מבט שונות. אף שנאמר בפתח הדבר "הספר אינו כתוב באופן כרונולוגי. כך שאין סיבה לקרוא בו מתחילתו ועד סופו על פי סדר הופעת הפרקים" (עמ' 13), אני ממליצה לעקוב אחר הפרקים לפי הסדר, כי יש בו היגיון פנימי.

השער הראשון, "פרסום בפעולה: 'מן הרעיון עד לחשבון'", עוסק בהתפתחות משרדי הפרסום, בפרסומאים עצמם, בטקסטים ובכותביהם, ובמאבק על ההכרה בחשיבותו של מקצוע הפרסום. לצד שרטוט שיטתי של התפתחות הפרסום הישראלי מופיעים סיפורים ופרטים המקימים לתחייה בדמיונו של הקורא את התקופות השונות, למשל: הפרסומאי שלמד פרסום בהתכתבות, משרד הפרסום שהקים סניף נייד בשנות ה־60, או הפרסומאי הראשון שהגה את מבנה משרד הפרסום המבוסס על תהליך יצירת קמפיין.

השער השני, "מפיצי המסר: מגיליונות הנייר המשחירים ועד המסך הקטן", עוסק במערכת היחסים בין אמצעי התקשורת (עיתונות, שילוט חוצות, רדיו, קולנוע, טלוויזיה וקלטות וידאו) להתפתחות הפרסום הישראלי. גם בשער הזה משולבים סיפורים מרתקים ששופכים אור על התרבות הישראלית לאורך השנים. האם ידעתם, למשל, שבפרסומות בקול ישראל, בראשית הפרסום ברדיו, נאסר להשתמש בחרוזים? וכי חל איסור על השמעת סיסמת פרסומת ברדיו יותר משש פעמים ברצף, ולאחר שש השמעות נדרשו המפרסמים להמתין שישה שבועות? ומעניין ללמוד גם מהסיפור על גלגולו של תשדיר שירות ממלכתי לעידוד צריכת גלידה בערוץ של רשות השידור, אשר מצדו אסר שידורים של גורמים מסחריים (עמ' 230-231). באמצעות סיפורים אלו המחבר מדגים כי הפרסום לא היה רק כלי מסחרי, אלא גם זירה פוליטית, תרבותית וחברתית, ומראה כיצד הוא ליווה את בניית האומה והחברה בישראל.

השער השלישי והאחרון, "פרסום ואקטואליה", פותח במלחמה בשפות הזרות, שהייתה חלק מבניית הזהות הלאומית היהודית בארץ ישראל דרך מאבק למען צרכנות לאומית ודרך פרסומות שהופקו בזמן מלחמות ישראל והסכם השלום עם מצרים. זהו שער אקטואלי ביותר בימים אלו, ומי שחוקרים תקשורת בזמן המלחמה ימצאו כאן מידע בשפע על הפרסום בישראל בראי המלחמות: החל במלחמת העולם הראשונה - שלא באה לידי ביטוי בפרסומות, מאחר שהשלטונות העות'מאניים אסרו על הדפסת עיתונים - דרך מלחמת העולם השנייה, מלחמת השחרור, מלחמת ששת הימים, מלחמת יום כיפור ומלחמת לבנון הראשונה, וכלה במלחמת המפרץ. תת־הפרק "מלחמה ושלום" נפתח באופן מרשים, בציטוט מתוך פרסומת שהופיעה בעיתון **הארץ** ב־18 ביוני 1943, ואביא כאן את חלקו, כדי להמחיש את עוצמת הפרספקטיבה שנותן הספר: "כשהשלום יבוא תצטערי על אשר הזנחת את מראה הטוב, כיון שתוצאות הזנחה ממושכת אינן ניתנות לתיקון בין לילה [...]". (עמ' 250). כבר זמן רב לא נתקלתי בפרסומת שמעזיזה להזכיר את בוא השלום.

במבט על ניתן לראות שעירון לא רק משרטט עובדות היסטוריות, אלא גם מביע דעה על האירועים השונים, למשל ביקורת כלפי תהליכי קבלת החלטות. לדוגמה, הוא מציין את תחרות הפרסום שיזם איגוד המפרסמים בשנת 1970, אשר הפרס העיקרי בו, "אות נייד של מערכת אותות", שיועד למבצע הפרסום הטוב ביותר בכל שנה, הוענק פעם אחר פעם למוצרים כושלים. כמו כן, נקודת המבט שלו בנוגע לשאלה מהו פרסום ישראלי (ומה לא) היא כאמור חשובה לקביעת גבולות הגזרה של הספר, אולם לעיתים היא נדמית מלאכותית, מאחר שהיא גורמת מדי פעם לגדיעה של סיפור לפני שהגיע לשיאו. כך, לדוגמה, תיאור התפתחותם של העיתונים המקומיים בישראל נקטע לפני תקופת

פריחתן של רשתות העיתונים המקומיים בשנות ה־90. גם השקת הטלוויזיה המסחרית, וכתוצאה מכך שינוי מערך הכוחות של משרדי הפרסום, לא נכללת בספר. כמו כן, מאותה הסיבה נעדרים מהספר המשך התהליך של כניסת החברות הרב־לאומיות לשוק הפרסום הישראלי, והשינויים בשיטות העבודה כתוצאה מכך, עד להפיכת תעשיית הפרסום בישראל למיקרוקוסמוס של תעשיית הפרסום העולמית. השאלה האם הגלובליזציה מבטלת את הישראליות, או דווקא מחדשת אותה בהיברידיזציה תרבותית ומוסדית, נותרת פתוחה.

כאמור, המקורות עליהם מתבסס הספר הם רבים, וכדי למצוא כל אחד מהם הקוראים נדרשים "לקפוץ" שוב ושוב להערות הנמצאות בסוף הספר. מי שמתעניינים בנושא מבחינה אקדמית ימצאו ערך רב במקורות אלו. הבחירה במיקום ההפניית בסוף הספר, כמו גם הבחירה לחלק אותו לנושאים במקום לכתוב סקירה כרונולוגית, מבליטות את כוונת הסופר לפנות לקהל רחב. אלה בחירות נכונות, שכן מספר חוקרי הפרסום בישראל אינו גדול. עם זאת, מי שיגיעו לאפילוג יגלו כר נרחב של נושאים למחקרי המשך, ומי שירימו את הכפפה - יבורכו.

לסיכום, ספרו של עירון הוא אבן דרך חשובה במחקר התקשורת הישראלית. הוא מציע סינתזה היסטורית רחבה הנשענת על מקורות ראשוניים ייחודיים, ומספק תשתית אמפירית ומושגית להמשך העיון בפרסום בישראל. לצד חוזקות אלה, טרם נידונו במלואם העידן הגלובלי שלאחר שנות ה־90, ההיברידיזציה של "ישראליות" בפרסום וזירות מחקר נוספות (מגדר, שפה, רגולציה), ויש מקום לספר המשך. הספר מומלץ במיוחד לחוקרות וחוקרים של תקשורת ושיווק, לסטודנטיות וסטודנטים לתארים מתקדמים, ולפרסומאים המבקשים פרספקטיבה היסטורית מבוססת.

מקירת ספרות

מסע הפרסום: פרקים בחיי הפרסום הישראלי

עמיר עירון. הוצאה עצמית, 2025. 306 עמודים.

אורלי סוקר*

פרסומות מלוות אותנו בכל תחומי החיים. הן אינן רק טקסטים או תמונות חולפות, אלא תוצרי עבודתם של מאות אנשי ונשות מקצוע, ובהם קופירייטרים, גרפיקאים, במאים, מפיקים, אנשי מכירות ועוד. ראוי להכיר את סיפוריהם, דרכי עבודתם והקשרים שנרקמו ביניהם, שכן דרכם ניתן להבין את התפתחותו של התחום כולו.

בספרו מסע הפרסום: פרקים בחיי הפרסום הישראלי מציע עמיר עירון לראות בפרסום לא רק אמצעי שכנוע מסחרי, אלא שדה תרבותי וחברתי המשקף את תהליכי התגבשותה של החברה הישראלית ואת דרכי עבודתם של אנשי המקצוע בה.

עירון מסמן את מחצית המאה ה־19 כנקודת הראשית של הפרסום העברי־ישראלי, ואת שנת 1993 כנקודת הסיום של עידן הפרסום המקומי המסורתי. הוא מתאר תהליכים שהובילו לכך, ובהם העברת תקציבי פרסום מן הדפוס למסך, הפיכתם של הרייטינג ותחרות הזכינות למנגנונים מארגנים, היחלשות המקומיות הלשוניות והתרבותיות, התחזקותם של קודים מערביים וחדירת האנגלית. ממצאיו מתיישבים עם מגמות הגלובליזציה והליברליזציה שאפיינו את ישראל בראשית שנות ה־90 (רם, 2003; Avraham & First, 2003).

הספר מחולק לשלושה שערים המתארים את התפתחות הפרסום ומוסדותיו, דרך ערוצי ההפצה ועד לקשרים הציבוריים והלאומיים. בכך מאפשר עירון קריאה רב־ממדית בהיסטוריה של הפרסום, לא רק כסיפור כרונולוגי, אלא כמארג שבו מצטלבים ממדים מקצועיים, מוסדיים ותרבותיים המשלימים זה את זה.

חקר ההיסטוריה של הפרסום הלך והתבסס בעשורים האחרונים כתת־שדה במחקרי התקשורת, התרבות והכלכלה הפוליטית. הוא משלב בין בחינה מוסדית של התפתחות הענף להתמקדות בהיבטים לשוניים ותרבותיים. הפרסום מוצג בו

* ד"ר אורלי סוקר, המכללה האקדמית ספיר (orly.soker@gmail.com)

לא רק ככלי שכנוע, אלא כזירה לעיצוב זהויות. למרות הגידול המרשים בגוף ידע זה בזירה הבין-לאומית, בישראל טרם התפתחה מסורת מחקרית מקבילה. העיסוק המחקרי בהיבטים ההיסטוריים נשא עד כה אופי נקודתי - ניתוחים ממוקדי תקופה או אוכלוסייה, שהציעו תובנות חשובות אך לא מפת תהליכים כוללת של התחום. כך למשל נחקרה השפעת העלייה החמישית על גיבוש תשתיות מקצועיות בפרסום המקומי (Roth-Cohen & Limor, 2017), ונדונו ייצוגים תרבותיים בפרסומות, דוגמת השימוש במיתוס יציאת מצרים (Zimand-Sheiner & Limor, 2017), בעוד עבודות אחרות ביקשו להציע סקירה היסטורית אינטגרטיבית של פרסום ויחסי ציבור (Roth-Cohen & Magen, 2017), אולם אינן מתמקדות במוסדות הפרסום עצמם או בהמשגה של השפה הפרסומית כתחום מחקר מובחן.

על רקע זה מבקש עירון למלא את הפער ולשחזר לראשונה את ההיסטוריה של הפרסום בישראל כתחום תרבותי-חברתי פעיל. תרומתו כפולה: מתודולוגית, בבניית היסטוריה מתוך ראיונות עומק וחומרי ארכיון חלקיים; ותיאורטית, בהצבת הפרסום כחלק בלתי נפרד מתהליכים תרבותיים וחברתיים רחבים.

האתגרים בכתיבת ההיסטוריה של הפרסום בישראל

האתגרים בכתיבת ההיסטוריה של הפרסום בישראל נובעים במידה רבה מהיעדר תיעוד עקבי נרחב, הן במשרדי הפרסום והן בערוצי השידור הציבורי.

עירון מתאר את הקושי הכרוך בחקר ההיסטוריה של משרדי הפרסום עקב היעדר חומרים. לדבריו, משרדי הפרסום הוותיקים לא הותירו אחריהם תיעוד שיטתי: לא סקיצות או טיוטות, לא תיעוד של תהליכי עבודה ולא מסמכים מוסדיים, וברוב המקרים השליכו את החומרים שנאגרו. גם איגוד חברות הפרסום לא פיתח מדיניות שימור, ולפיכך הארכיונים הציבוריים כוללים רק שרידים, כאשר חלק מהחומרים נשמרו באופן פרטי בידי בני משפחותיהם של פרסומאים שכבר אינם בין החיים.

ברדיו, מחיקת פרסומות נבעה בראש ובראשונה משימוש חוזר בסלילי הקלטה רב-פעמיים, שגרם לכך שרוב התוכניות, ובכללן פרסומות, לא נשמרו. לכך התווספו מגבלות מוסדיות ותרבותיות: פרסומות הרדיו לא זכו למעמד רשמי, ונתפסו בעיני אנשי קול ישראל כגורם זר ואף פוגעני מבחינה מקצועית ותרבותית. מגבלות נוקשות על תוכן, סגנון ושפה, לצד עריכות חוזרות מצד מנהלים ולעיתים הפקה רשלנית, כמו גם משכן הקצר, מגבלות הסגנון והדרישות הלשוניות, חיזקה את התחושה שהן אינן נכס תרבותי שיש לשמר. בתוך אווירה פוליטית של התנגדות לפרסום מסחרי, נמנעה

מהן הכרה כבעלות לגיטימיות תרבותית, ומכאן ההיעדר המוחלט כמעט של תיעודן בארכיונים.

בטלוויזיה, הקושי בתיעוד נבע בעיקר מהמעמד המשפטי האפור של פרסום מסחרי. החוק אסר על שידור פרסומות, ולכן הן הוסוו כ"משדרי שירות", כפי שיפורט בהמשך. מאחר שתשדירים אלו לא הוגדרו רשמית כפרסומות אלא כפעילות ציבורית, הם לא נתפסו כבעלי ערך תרבותי שיש לשמר, ולכן לא נותר תיעוד ארכיוני נגיש שלהם.

היעדרם של תיעודים וארכיונים מסודרים, כמו גם בעיות של נגישות לחומרים שהשתמרו, יצר קושי מהותי בחקר ההיסטוריה של הפרסום. מצב זה לא רק מגביל את היכולת להישען על מקורות כתובים, אלא גם מחדד את חשיבותה של בחירתו המתודולוגית של המחקר.

בספרו התבסס עירון בעיקר על ראיונות עם 49 אנשי ונשות פרסום, בני משפחותיהם של חלוצי הענף שכבר אינם בין החיים, וכן מנהלים ובכירים במשרדי פרסום ותיקים ואנשי מדיה. בחירת המרואיינים נועדה להקיף פרקי זמן שונים מאז שנות ה־20, ולהביא עדויות ממקור ראשון של דמויות ואירועים מרכזיים. כדי להתמודד עם מגבלות ההיסטוריה שבעל פה, בדק עירון אילו נרטיבים ניתן לחזק באמצעות עדויות נוספות ומקורות כתובים, ולצד הראיונות הסתמך גם על ארכיונים ציבוריים, מאגרי עיתונות, זיכרונות אישיים של פרסומאים וכתבי עת מקצועיים. שילוב זה מאפשר להעלות על הכתב פרק שלא זכה עד כה לסקירה מקיפה בהיסטוריוגרפיה התרבותית המקומית.

מבחינה מתודולוגית, השימוש במקורות מגוונים אלה מציב את ההיסטוריה שבעל פה כציר מרכזי, אך מחייב את שילובה עם מקורות כתובים לצורך הצלבה ובקרה. בדרך זו מעמיד עירון תשתית מחקרית ראשונית לתחום שלא נחקר קודם, המשלבת זיכרון אישי עם תיעוד היסטורי, ומאפשרת לא רק להבין את התהליכים, אלא גם כיצד אנשי המקצוע תפסו את עצמם ואת עולמם. בכך מוצעת פרספקטיבה ייחודית על התפתחותו של ענף הפרסום בישראל.

שער ראשון – פרסום בפעולה: "מן הרעיון עד לחשבון"

שער זה מציב את היסודות להבנת דמותו של הפרסומאי הישראלי והמבנה הראשוני של הענף. בשנות ה־30 וה־40 התנהל עולם הפרסום כמקצוע ריכוזי ולא ממוסד, כאשר בעל המשרד ניהל את כל התהליך, מהגיית הרעיון ועד לגביית התשלום, מודל שזכה לכינוי הלגלגני "מן הרעיון עד לחשבון".

בשנות ה־60 החלו תהליכי שינוי, ובעלי משרדים גדולים האצילו סמכויות לשכירים בכירים, אך עדיין לא הייתה חלוקת עבודה מסודרת. רק בשנות ה־70 ניתן לזהות שינוי ממשי: הדור החדש של הצברים נכנס לענף במקום אנשי העלייה החמישית, שפעלו בעיקר בגרמנית, והביא עימו שימוש בעברית יום־יומית וניצני חלוקת עבודה.

במקביל, התרחבות הכלכלה המקומית והעלייה בצריכה חייבו את משרדי הפרסום להעסיק שכירים, "קציני קשר", שניהלו תיקי לקוחות, פיקחו על ההפקה ותיווכו בין המשרד ללקוחות. השינויים במבנה כוח האדם והמעבר למבנה מקצועי יותר לא ערערו את הניהול הריכוזי; להפך, המבנה הניהולי הריכוזי הועתק גם לדרגים הנמוכים יותר, כאשר השכירים הבכירים הונחו לאמץ את דפוסי הריכוזיות של בעלי המשרדים ופעלו באופן דומה כלפי הכפופים להם. עם זאת, השינוי איפשר טיפול במספר גדל והולך של לקוחות ויצר היררכיה מוסדית בסיסית. ניתן לראות, אפוא, כי הבידול התפקידי הפך לתנאי עיקרי בהתרחבות הענף.

שער שני – חפיצי החסד: מגילונות הנייר המשחירים ועד החסך הקטן

שער זה עוסק בערוצי ההפצה של הפרסום ומראה כיצד המדיה עיצבה את תרבות הצריכה בישראל, כאשר תל אביב הייתה העיר המסחרית היחידה ובה התפתח גם הפרסום.

האופי הייחודי של פרסום החוצות בתל אביב משנות ה־20 ועד סוף שנות ה־70 אינו טמון בהסדרה אלא דווקא במתח המתמיד בין יוזמות בלתי מוסדרות, שנשענו בעיקר על נימוקים פרקטיים וכלכליים, לבין ניסיונות, לדוגמה במקרה של העיר תל אביב, לבלום את חדירת המסחר למרחב הציבורי. תקופה זו התאפיינה בשוק מבוזר, שבו עולים מאירופה ניסו לייבא מודלים של פרסום חוצות מארצות מוצאם, אך נתקלו לרוב בהתנגדות. דוגמה מובהקת לכך היא הדיון על פרסום על אוטובוסים בשנות ה־30. אף שהיה ביקוש למרחבי פרסום בעיר, כאשר פרסום על אוטובוסים היה אחד הפתרונות המוצעים, התנגדותו הנחרצת של ראש העיר ישראל רוקח, שחש מהפיכת הרחובות למסחריים, מנעה פרסום חיצוני על אוטובוסים עירוניים למשך כשלושים שנה.

במקביל, צמחו יוזמות יצירתיות "מלמטה", כמו מיזם הקרנת פרסומות ויומני חדשות על מסך ענק בכיכר מגן דוד בתל אביב - במפגש הרחובות שניקין, אלנבי, נחלת בנימין והכרמל. מיזם זה של איש הקולנוע ירושלים סגל משך אלפי צופים, אך בסופו של דבר חוסל בדרך מסתורית, ככל הנראה בשל לחץ הרשויות, לאחר שצויד ההקרנה נעלם

מהגג באישון לילה. שתי דוגמאות אלו ממחישות כיצד שוק פרסום החוצות, עד תחילת שנות ה־70, נותר סטטי ומבוזר בעיקרו, בטרם עבר את המהפך להסדרה מרכזית.

הרדיו הפך לזירה רשמית לפרסום מסחרי ב־3 באפריל 1960, אז הוחלט לשדר פרסומות באופן ניסיוני במשך שעותיים ביום. הכנסת הפרסומות לשידורי קול ישראל נבעה בראש ובראשונה ממצוקה תקציבית. השידור הציבורי אמור היה להיות יחידה לכלילת עצמאית, אך התברר במהרה כי אגרת הרדיו, שנועדה להיות מקור ההכנסה המרכזי, לא הספיקה לכיסוי צרכיו. הפער התקציבי הוביל כבר בשנות ה־50 לשידור בתשלום של "הודעות שירות לציבור", אך לא ניתן לראות בהן פרסום.

תקדים חשוב נוצר ב"תערוכת העשור" שנערכה ב־1958 לציון עשור למדינה, והציגה את הישגי המשק הישראלי. במסגרת התערוכה הוקם אולפן שידורים של קול ישראל, שממנו שודרו תוכניות יומיות. כדי לממן את פעילות האולפן, שולבו בשידורים פרסומות מסחריות בתשלום מטעם החברות שהציגו בתערוכה, מהלך שהיווה תקדים חשוב בתולדות הפרסום ברדיו הישראלי. תקופת הניסיון עליה הוחלט בשנת 1960 הוכרזה במהרה כהצלחה, ושידור הפרסומות הפך קבוע תוך ארבעה חודשים.

הטלוויזיה הישראלית, שהחלה לשדר בסוף שנות ה־60, פעלה במתכונת ציבורית ומומנה באמצעות אגרת טלוויזיה. בניגוד לרדיו, שבו הותר פרסום מסחרי מצומצם, בטלוויזיה נאסר הדבר בשל התנגדות אידאולוגית ומשפטית: גולדה מאיר ראתה בפרסום גורם המעודד צריכה, והיועץ המשפטי לממשלה קבע כי החוק הקיים אינו מסמך את הרשות לשדר פרסומות ללא חקיקה חדשה.

לנוכח האיסור על פרסום והמצוקה התקציבית, פיתחה רשות השידור מנגנון שאיפשר שידור תכנים במימון גופים חיצוניים, בתנאי שיוגדרו בעלי "עניין ציבורי" בתחומי כלכלה, חברה או חינוך. בהדרגה הפכו תשדירי השירות לכלי לקידום מסחרי במסווה, כשהוועדה המאשרת הקלה בפרשנות הכללים ואפשרה גם לגופים פרטיים להשתתף. כך שימשו תשדירי השירות מעבדה מוקדמת לפרסום הטלוויזיוני המסחרי שהחל כעבור שני עשורים.

שער שלישי – פרסום ואקטואליה

שער זה מדגיש את הקשר ההדוק בין פרסום לאירועי הזמן, ומראה את כוחו לא רק ככלי כלכלי אלא גם כסוכן תרבותי ופוליטי. למשל, בשנות ה־40 וה־50 הופקו קמפיינים שנקשרו למציאות החברתית באותה עת. לדוגמה, באותם עשורים, בתקופת גלי ההגירה הגדולים מארצות אירופה וארצות ערב, המפרסמים לקחו על עצמם תפקיד

של הקניית אוריינות צרכנית מודרנית. הטקסטים הפרסומיים נוסחו כהנחיות לשימוש נכון במוצרי ניקוי, ולמעשה קידמו את חברת יצהר, או כחינוך להתנהלות כספית מול בנקים, תוך קידום של בנק לאומי.

בתקופות מלחמה, הפרסום שיקף את ההתגייסות הלאומית והרוח הקולקטיבית. במלחמת העצמאות - אף שהפרסום המסחרי היה מצומצם ביותר עקב המצב הכלכלי הקשה והגיוס הנרחב - במודעות המעטות שהתפרסמו ניכר ניסיון לקשור בין המאבק הנוכחי לגבורה היסטורית; ובמלחמת ששת הימים, הניצחון המהיר עורר גל של אופוריה וגאווה לאומית שהשתקפו בפרסומות, תוך שימוש נרחב בדימויים צבאיים. לדוגמה, פרסומות לסיגריות "טיים" של דובק הציגו חייל במדים נח בכורסה לאחר המלחמה, לצד הסיסמה "את שלך עשיתי!". מלחמת יום הכיפורים הביאה לעצירה כמעט מוחלטת של הפרסום המסחרי, והמסרים הפרסומיים הראשונים לאחר הפסקת האש התמקדו במאמץ הלאומי, בעיקר סביב "מלווה מלחמה"; ומלחמת המפרץ, שהתאפיינה באיום על העורף, הולידה פרסומות ששילבו אלמנטים מהמציאות החדשה, ודימויים של מסכות אב"כ, חדרים אטומים וטילי פטריוט, לדוגמה, הפכו לחלק מהשפה הוויזואלית הפרסומית.

דוגמאות אלו מבהירות את מהותו השונה של השער השלישי: בעוד השערים הקודמים התמקדו בהיבטים מקצועיים או טכנולוגיים של הענף, כאן מוצג הפרסום כזירה ציבורית שבה נפגשים ומתערבבים ערכים לאומיים ואינטרסים מסחריים, ולעיתים נוצרים מתחים ביניהם. זו חשיבותן של הפרסומות כחלק מהיסטוריה תרבותית: הן מאפשרות להבין כיצד חברה מגדירה את עצמה, את ערכיה ואת יחסיה עם הלאומי והמסחרי. בכך מראה עירון שהפרסום בישראל אינו רק מערכת מקצועית או תקשורתית, אלא גם כלי פעיל בעיצוב הזהות הישראלית ובניהול השיח סביב חירום, מלחמה ושלום, אך הוא פועל בהקשרים אלה תוך ניצול השיח למטרות מסחריות.

נקודת מבט זו פותחת פתח לקריאה אחרת בספר - לא רק צעידה בעקבות השערים, כל אחד בנפרד, אלא קריאה רוחבית שמאפשרת לזהות מוטיבים חוזרים, ובמיוחד להבין את מקומה של השפה העברית במתח שבין המקומי-לאומי לגלובלי.

שינויים בשפה - מהמקומי-לאומי לגלובלי

קריאה רוחבית של הספר מראה כי התפתחות הלשון הפרסומית אינה רצף של טקסטים, אלא שינוי מובנה במערכת של אתוס, מדיום, מוסדות ופרקטיקות לשוניות. קריאה זו

מציעה מסלול היסטורי בן ארבע שלבים של התפתחות לשונית - מן המקומי לאומי אל הגלובלי:

בשנות ה־30 מתגבשת לשון אזרחית ציונית שממסגרת צרכנות כחובה לאומית ומטעינה את העברית בלקסיקון של "ציונות ישראלית".

בשנות ה־50-60 נוצר מתח בין אותנטיות דיבורית לתקנון מוסדי: המדיום הרדיופוני מחייב קצב, קליטות וחרוזה, בעוד קול ישראל אוכף "רמה א'" כתקן לשוני מחייב; לפיכך מתמסדת "הסיסמה הסוגרת הקבועה" כטכנולוגיה לשונית של זיהוי מותג וזיכרון קצר, המשמשת גם ציר מעבר מן המקומי לאומי לגלובלי.

בהיבט המוסדי, רג'י ישראל ושפ"ב פועלים, החל מראשית שנות ה־60, כשערי שמירה לשוניים ומייצרים יישור קו בפועל, כך שהאחידות אינה תוצר לוואי אלא תכלית תעשייתית המעצבת זהות לשונית תרבותית של הענף. מראשית שנות ה־90, עם ראשית הטלוויזיה המסחרית והזכיינות, חלה גלובליזציה לשונית עסקית: חיקוי וייבוא של מודלים אמריקאיים, חדירת האנגלית כמטא־קוד מקצועי ואחידות אסתטית קצבית לפי סטנדרטים בין־לאומיים, עד כדי הגדרת "סוף עידן" של מקומיות לשונית. תרומתו האנליטית של עירון היא בהצבעה על זיקת הגומלין בין המוטיבים הללו: אידאולוגיה, מדיום, מוסדות וכלים לשוניים פועלים יחד ומכוונים את העברית הפרסומית. בכך הוא מראה שהמעבר מן המקומי לאומי אל הגלובלי אינו שחיקה טקסטואלית מקרית, אלא שינוי פרדיגמטי, שבו השפה נעשית בעת ובעונה אחת תוצר של סדרי כוח ומתווך פעיל שלהם. כפי שעירון מבהיר בפתח דבר, החלוקה לתקופות אינה כרונולוגיה טהורה אלא הצטלבות של תשתיות מדיה, רגולציה והתמסדות מקצועית, כאשר 1993 מסומנת כקו חיתוך אנליטי המסביר את מעבר השדה למסגרת גלובלית.

אחת התרומות המרכזיות של עירון טמונה ביכולתו לשרטט את ההיסטוריה של הפרסום בישראל גם בהיעדר תיעוד ארכיוני מסודר. במקום להישען על תיעוד מוסדי חלקי - בשל השמדה, מחיקת סלילים ברדיו, או המעמד המשפטי האפור של "תשדירי השירות" בטלוויזיה - הוא בונה תמונה מקיפה באמצעות הפיכת ההיסטוריה שבעל פה לכלי מחקרי מרכזי. בדרך זו הוא לא רק מציל תחום שלם משכחה, אלא גם מציע מתודולוגיה חלופית. מעבר לתרומתו להבנת ההיסטוריה של הפרסום בישראל, מהלך זה מציב מודל מחקרי רחב יותר עבור חוקרים בתחומים אחרים, המלמד כיצד ניתן להתגבר על מחסור בארכיונים ולפתח כלים חדשים לשחזור ולפרשנות של תהליכים תרבותיים וחברתיים.

על רקע זה, ספרו של עירון מהווה תרומה ייחודית: הוא מציע קריאה היסטורית, מוסדית ותרבותית מקיפה בפרסום הישראלי. תרומתו אינה רק תיעודית, אלא גם תיאורטית. ראשית, הוא תוחם את גבולות "הפרסום הישראלי" כתופעה מקומית ייחודית, בעלת מאפיינים לשוניים ואידאולוגיים, ומציב את כניסת הגלובליזציה ב-1993 כסוף עידן המקומיות. שנית, עירון מציג את הפרסום לא רק כמראה המשקפת את החברה, אלא גם כסוכן חברתי פעיל המעצב אותה. הוא מראה כיצד הפרסום לקח על עצמו תפקיד של "מחנך" וסוכן מודרניזציה, למשל בהקניית אוריינות צרכנית לעולים חדשים, וכיצד גייס רגשות לאומיים ורוח לחימה לטובת קידום אינטרסים מסחריים. במקביל, זוהי גם "ביוגרפיה" של המקצוע, ועוקבת אחר התפתחות דמותו של הפרסומאי הישראלי - ממודל "האיש האחד" של "מן הרעיון עד לחשבון" ועד להתמסדותו המקצועית.

מעבר לערכו התיעודי, הספר מציע נקודת מוצא לקריאה מחקרית רחבה, המשלבת בין שלושת המוקדים שצינו לעיל: היסטוריה מוסדית, ניתוח לשוני-תרבותי, ובחינה של פרסום כמנגנון חברתי-תקשורתי רב עוצמה.

הערות

- 1 רג'י ישראל, הגוף המפקח על רישום ואישור פרסומות, ושפ"ב - שירות הפרסום של רשות השידור - קובעים בפועל את גבולות השפה והסגנון, ומייצרים סטנדרט ממוסד של תקשורת פרסומית.

רשימת המקורות

- רם, א' (2003). ה-M הגדולה: מקדונלד'ס והאמריקניזציה של המולדת. תיאוריה וביקורת, 23, 212–179.
- Avraham, E., & First, A. (2003). "I buy American": The American image as reflected in Israeli advertising. *Journal of Communication*, 53(2), 282–299.
- Roth-Cohen, O., & Limor, Y. (2017). The German (Fifth) aliyah and the development of Israel's advertising industry. *Israel Studies Review*, 32(2), 126–145.
- Roth-Cohen, O., & Magen, C. (2017). Advertising and public relations in Israel: An integrated historiography approach. *Israel Affairs*, 23(4), 690–714.
- Zimand-Sheiner, D., & Limor, Y. (2017). The exodus myth in commercial advertisements in Israeli secular and religious printed press 1948–2008. *Israel Affairs*, 23(5), 808–827.

תקצירים בערבית

معضلات ديجيتالية لجمعيات الأولاد وشبيبة تحت الخطر في تفعيل مبادئ حوارية

روني ألوش غيلم، روت أفيدار، كليلا مغين

الملخص

إلى جانب الأفضليات/الإيجابيات البارزة الكامنة في شبكات التواصل الاجتماعي، كالإتاحة العالية، الحضور الدائم والقدرة على الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع، إلا أنّ استعمالها يضع أمامنا تحديات غاية في التركيب والتعقيد، خاصة في سياقات خاصة عندما يجري الحديث عن الجمعيات. يتناول هذا المقال هذه القضايا من خلال التركيز على وظيفة شبكات التواصل الاجتماعي في منظمات القطاع الثالث، خاصة الجمعيات التي يجب عليها أن توازن بين الحاجة إلى زيادة الانكشاف الجماهيري وبين المحافظة على الأخلاقيات والقيم.

يتناول هذا البحث مدى تطبيق المبادئ الحوارية لدى الجمعيات في إسرائيل. يتركز البحث في ١١ جمعية من أجل الأولاد والشبيبة تحت الخطر، ويتأسس على ٢٦ مقابلة متعمقة نصف مبنية مع مسؤولات ومسؤولين كبار في تلك المنظمات، إلى جانب تحليل مضمون نُشر في مواقع الإنترنت وصفحات الفيسبوك الخاصة بتلك المنظمات. تمّ تحليل النتائج بواسطة موديل SADA - وهو موديل ثلاثي الجانب (מודל תלת-גוני) لتحليل الحوار، مع التشديد على الجانب الثالث الذي يفحص التوجّه الأساسي للمنظمة لإجراء ولتشجيع الحوار. هذا التحليل يكشف معالم تبقى في غالب الأحيان مخفية عن الأعين، فيما يخصّ معضلات مُركّبة ومعقدة تقف أمامها الجهات المهنية في كلّ ما يخصّ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من أجل إنتاج حوار مع جمهور الهدف لهذه المنظمات. إنّ تحليل الجانب الثالث ألقى الضوء على صراع رائع بين الرغبة في استغلال شبكات التواصل الاجتماعي لتطوير أهداف المنظمة وبين الالتزام بالمحافظة على سلامة العملية العلاجية-التأهيلية (הטיפול-שיקומי). النتائج تؤكد الحاجة إلى تبني التوجّه مُتعدّد المجالات (בגישא אינטרדיסציפלינרית (قاطع-المجالات))، الذي يجعل من الفهم المُتبادل أمراً مُمكنًا وتعميق التعارف بين مجالات العلاج وبين الحلقات الإعلامية والعلاقات العامة.

أسكوت أم إسكات؟ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى المجتمع العربي أثناء حرب السابع من أكتوبر

هامة أبو كشك

الملخص

يتناول البحث أنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المجتمع العربي في إسرائيل خلال حرب السابع من تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٢٣، ويفحص المخاوف المرتبطة بالتعبير عن الرأي في الفضاء الرقمي. يعتمد البحث على منهجية كمية، إذ جمعت البيانات من خلال استبيان إلكتروني وُزِعَ باستخدام تقنية "كرة الثلج". بلغ عدد المشاركين ١٥٠ مشاركًا، وحُللت البيانات باستخدام برنامج SPSS. تشير النتائج إلى أن نحو ٧٠ في المئة من المشاركين قد غيَّروا سلوكهم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي منذ اندلاع الحرب، لا سيما من خلال الامتناع عن نشر المحتوى أو التعبير عن الرأي، نتيجة الخوف من التعرض لعقوبات مثل الاعتقال أو الملاحقة القانونية. تُظهر النتائج أيضًا أن هذا الامتناع يتجلى بشكل أكبر في مجموعات (غروبات) تضم أشخاصًا من خلفيات قوميات مختلفة (تضم يهودًا وعربًا) عبر شبكات التواصل الاجتماعي. كما تشير المعطيات إلى أن تعديل قانون مكافحة الإرهاب، "استهلاك مضامين إرهابية"، في إسرائيل قد أثر بشكل ملحوظ على اعتبارات وقرارات المستخدمين بشأن استهلاك المحتوى في شبكات التواصل الاجتماعي. تُظهر النتائج مسارًا واضحًا من آليات التضييق، الرقابة الذاتية والإسكات داخل الفضاء الرقمي في فترة الحرب، ما أدى إلى تقويض وظيفة هذا الحيز بصفته حيزًا بديلًا للتعبير الحرّ لدى أفراد المجتمع العربي، وبعد أن كان يُنظر إليه على كونه بديلًا عن الإعلام التقليدي الرسمي، وأنه حيز أكثر مصداقية وأصاله في التعبير عن الذات. كل هذا يطرح تساؤلات جوهرية بشأن حرية التعبير، المشاركة المدنية، وإمكانية الحفاظ على نقاش مفتوح، نقدي وتعددي في إسرائيل.

آدا إيتجار، هامة أبو كشك، غابريلا يونس أهاروني، يوفال غوجانسكي

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ربرتوار الوسائط (ذخيرة الوسائط) لدى الأطفال اليهود والعرب في إسرائيل، الذين تتراوح أعمارهم بين ٩ و١٣ عامًا، وذلك من منظور الأطفال أنفسهم. حيث تم فحص أنماط الاستخدام، أشكال الممارسة، والتصورات المرتبطة بالوسائط بالاعتماد على إجراء ٢١ مقابلة شبه مُنظمة. كشف التحليل عن ثلاثة محاور رئيسية: (١) منالية الوصول، البنى التحتية التكنولوجية، والفجوات الرقمية بوصفها محددات لتشكّل الربرتوار؛ (٢) ذخيرة الوسائط كفضاء دينامي للتأليف الشخصي، وتشكيل الأسلوب، وبناء الهوية الاجتماعية، واكتساب مهارات الثقافة الإعلامية والدراية بوسائل الاتصال؛ (٣) ربرتوار (ذخيرة الوسائط) باعتباره مجالًا للعلاقات الاجتماعية وعلاقات ما بين الأجيال.

أظهرت النتائج أن غالبية الأطفال يتمتعون بإمكانية الوصول إلى الأجهزة رقميّة والاتصال بالإنترنت، غير أن امتلاك الهاتف الذكي الشخصي يرتبط ارتباطًا وثيقًا بتطوير المهارات الرقميّة. كما يعكس البرتوار هويات فردية وجماعية (إثنية، جنس، وعمرية)، ويكشف عن مستويات متفاوتة من التفكير النقدي والوعي الإعلامي. وفي الوقت ذاته، يشكّل البرتوار قاعدةً للتفاعل الاجتماعي، والدعم العاطفي، والاندماج في المحيط الاجتماعي.

تتجسد إسهامات الدراسة في بُعدين أساسيين: على الصعيد المعرفي، تُسهم في توسيع نطاق البحث المتعلق بفئة عمرية لم تحظَ بتمثيل كافٍ في الدراسات السابقة، من خلال إفساح المجال للأطفال ومشاركة تجاربهم المباشرة؛ وعلى الصعيد التطبيقي، تُبرز الحاجة إلى حوار مفتوح قائم على الاحترام المتبادل بين الآباء والأبناء بشأن استخدام الوسائط، فضلاً عن أهمية تقليص الفجوات الرقمية القائمة.

تأسيس الأخبار الخفيفة في أوقات الأزمات: التغطية الإعلامية لمسابقات الأورفيزيون، 2023-2025

جيلعاد جرينفالد

الملخص

يتناول هذا المقال تأسيس الأخبار الخفيفة في إسرائيل، وذلك بواسطة تحليل التأطير الإعلامي لمسابقات الأورفيزيون في السنوات 2023-2025، على خلفية حرب السيوف الحديدية. انطلاقاً من فهم الإعلام على أنه حلبة هجينة (هبريدية)، التي تختفي فيها أحياناً الحدود بين الأخبار القاسية والأخبار الخفيفة، سنفحص كيف تتم تغطية مُسابقة، يُنظر إليها كحدث ثقافي وترفيهي، في الفترات التي تسود فيها التوترات والأزمات. يتأسس البحث على الدمج بين تحليل كمي وكيفي لـ 328 مضامين صحفية من ثلاثة مواقع أخبار إسرائيلية مركزية: "هآرتس"، "يسرائيل هيوم" و "Ynet". نتائج التحليل الكمي تشير إلى ارتفاع حاد في التأطير السياسي لمسابقة الأورفيزيون كلما اشتد الصراع الأمني، إلى جانب تواصل حضور أطر تغطية مثيرة، فضائحية وهروبية. التحليل الكيفي يوضح الديناميكية التي بين الدراما الترفيحية وبين المعالجة الرمزية للقلق الجماعي، ويشير إلى تحويل مواضيع خفيفة إلى مساحة يتم فيها تصميم وتفسير أيضاً توترات قومية وهويات سياسية. يساهم المقال في فهم الدور المتغير الذي يلعبه الإعلام خلال الأزمات، ويقترح مُعَاينة مُجدّدة للأخبار الخفيفة كموقع بارز للانشغال الجماهيري في مواضيع "جديّة" بالذات في أوقات كهذه.

"صدمت حينما شغل الكاميرا": التوثيق الذاتي من السابع من أكتوبر كوساطة مجسّدة

كرمل فايسمان، علما ماريا سيمون

الملخص

تتقاطع في المقالة ثلاثة ميادين بحثية: الوساطة، الشهادات الإعلامية وأبحاث الصدمات والإعلام. تعنى هذه الصدمات غالباً بتوثيق أثر الأحداث على جمهور المشاهدين، بدون إيلاء اهتمام لوجهة نظر الفرد الذي عايش هذه الأحداث، وذلك خلال توثيقها ونشرها في الوقت الحقيقي- ويدور الحديث هنا حول ظاهرة ثقافية جديدة نسبياً، والتي أصبحت أكثر انتشاراً في عصر يحمل فيه كلّ فرد جهازاً ذكياً في أي وقت. يكمن تميّز هذه المقالة في تسليطها الضوء على سيرورات إنتاج وتعميم المقاطع المصوّرة التي توثّق أحداثاً صعبة، باعتبارها أفعال جسدية لأفراد اختاروا التوسّط وتوثيق الأحداث بواسطة "عرض أدائيّ صحفيّ"، رغم الخطورة المترتبة على ذلك.

مصطلح 'الوساطة المجسّدة' مطروح هنا كجسر يربط بين أفعال جسدية وممارسات إعلامية ثقافية في هذا السياق، حيث يدلّ شكل الاستجابة الإعلامية في حالات الصدمة على تغلغل سيرورات الوساطة المجسّدة ووصولها إلى المستوى الفرديّ. يتمثّل هذا الادعاء بواسطة التوثيقات الذاتية التلقائية للناجين من هجمة السابع من أكتوبر، والتي تشكّل شهادة إعلامية في الوقت الحقيقيّ في عصر الوساطة العميقة.

تنعكس الوساطة المجسّدة في تأدية دور أقرب إلى دور الصحفيّ، كما لو كانت عملية مشروعة، بل وحتمية أيضاً، في سياق أحداث صعبة في عصر الوساطة العميقة، والمدفوعة أيضاً بالحاجة لإيجاد إجابة للسؤال عن حقيقة ومصادقية الشهادة الإعلامية، وفي الوقت نفسه، تشكّل آلية للتعامل مع الصدمات. في عصر الوساطة العميقة، لا يمكن الفصل بين الجسد والوسيط الإعلاميّ، أو بين أشكال الاستجابة الجسدية للأحداث الحاصلة في الحيز وممارسات الوساطة الإعلامية، بحيث تقتزن الممارسات الإعلامية هي أيضاً بمستويات بقائية الفرد. بالإضافة إلى ذلك، فإنّ الحاجة لتأكيد مصداقية الشهادات أثناء تصويرها تحدد شكل الشهادة أثناء صياغتها والإدلاء بها. الاهتمام بمصادقية الشهادة هو قوة دافعة تتغلغل إلى مستويات الاستجابة الفورية والحسّية، يؤثّر في الوقت الحقيقيّ على معاشة التجربة الخطرة ويحدّد طرق تعامل الأفراد في إطار هذه التجربة.

الموسيقى الشرقية والموسيقى المرافقة في الراديو في سنوات الـ 50 والـ 60

شلومي روزنفلد

الملخص

يردّ هذا المقال على مقال بيرتس وجيجي (٢٠٢٤)، "يوسف بن إسرائيل وتكوّن "الموسيقى الشرقية" في الراديو الإسرائيلي"، الذي يتناول إقصاء "الموسيقى الشرقية" من بثّ الراديو في سنوات الـ ٥٠ والـ ٦٠. يعرض هذا المقال تحليلاً نقدياً لادّعاءاتهما، من خلال فحص الخلفيّة التاريخيّة، ووظيفة صوت إسرائيل وعمل يوسف بن إسرائيل، وهو محرّر موسيقى وموسيقيّ عمِل من أجل رعاية الموسيقى الشرقية. وخلافاً لادّعاء بيرتس وجيجي، يعرض هذا المقال حقائق تدلّ على أنّ صوت إسرائيل عكس الأذواق المتنوّعة وعمِل على رعاية المُنتجين الشرقيّين. استطلاع إصغاء أُجري في العام ١٩٥٦، الذي عكس التنوّع بين مستمعي الراديو، أظهر أنّ "الموسيقى الشرقية" لم تحظْ بشعبيّة كبيرة لدى المستمعين، بما في ذلك قادمون من دول عربيّة. وبموازاة ذلك، احتفالات مركزيّة في تلك الفترة، مثل "مهرجان الغناء والأغنية الإسرائيليّة"، هي خير مثال على بروز فنّانين شرقيّين. كما يعاين المقال جوانب ميتودولوجيّة في مقال بيرتس وجيجي، ويشرح لماذا الحقائق التي يعرضونها ليست سارية المفعول في سياق تلك الفترة. مديرو صوت إسرائيل لم يتخذوا سياسة الإقصاء المتعمّد، إنّما عملوا على رعاية موسيقى متنوّعة بما يلائم أذواق الجمهور.

رد على مقالة "الموسيقى الشرقية والموسيقى المرافقة في الراديو في سنوات الـ 50 والـ 60" لشلومي روزنفلد

موطي جيجي، دفيد بيرتس

الملخص

تهدف هذه المقالة إلى تعميق وتوسيع النقاش الذي طرحناه في مقال "يوسف بن يسرائيل وتشكيل 'الموسيقى الشرقية' في الراديو الإسرائيلي" (٢٠٢٤)، والرد على ادعاءات شلومي روزنفلد في مقاله "الموسيقى الشرقية والموسيقى المرافقة في الراديو في سنوات الـ ٥٠ والـ ٦٠" (٢٠٢٥). سنسعى إلى توضيح الافتراضات الأساسية والمنهجية التي يقوم عليها بحثنا، ودراسة الانتقادات التي وُجّهت، وتقديم نتائج جديدة تدعم وتعمّق ادعاءاتنا الأصلية. وبذلك، نهدف إلى تقديم مساهمة إضافية في الخطاب النقدي حول مكانة الموسيقى الشرقية في عمليات تشكيل الثقافة الإسرائيلية المبكرة.

תקצירים באנגלית

Dialogical Aspects in the Social Media Arena of Nonprofit Organizations for Children and Youth at Risk

Roni Alush Glam, Ruth Avidar, Clila Magen

Alongside the significant advantages inherent in the use of social networks, such as high accessibility, availability, and the ability to reach a broad and diverse audience, their use presents complex challenges, particularly in unique contexts such as nonprofit organizations. This article examines these issues, focusing on the role of social networks within third-sector organizations, particularly nonprofits, which must balance the need to enhance public visibility with the imperative to maintain ethical and moral sensitivities. This study examines the extent to which the dialogic principles of Kent and Taylor (1998; 2002) are implemented by NPOs in Israel. It focuses on eleven NPOs dedicated to supporting at-risk children and adolescents and is based on twenty-six semi-structured in-depth interviews with senior officials from these organizations, alongside a content analysis of their websites and Facebook pages.

The findings were analyzed using the **SADA model**, a three-tier framework for assessing dialogue, with particular emphasis on its third tier, which examines the organization's fundamental approach to fostering and sustaining dialogue. This level revealed complex dilemmas faced by professionals regarding the use of social media to engage with their target audiences. A central tension emerged in the work of these NPOs: on the one hand, they aim to optimize social media use to advance their goals and strengthen connections with stakeholders, while on the other, they must uphold the integrity of the therapeutic process.

The study underscores the necessity of an **interdisciplinary approach** that promotes mutual understanding between the fields of social work and communication, fostering a more integrated and effective use of digital platforms.

Silence or Silencing? The Use of Social Media within the Arab Society During the October 7 War

Hama Abu-Kishk

This study examines patterns of social media use among Arab society in Israel during the October 7 War. Employing a quantitative research design, data were collected through an online questionnaire distributed via the snowball sampling method, with 150 participants responding. The data were analyzed using SPSS.

Findings reveal that approximately 70% of respondents reported altering their social media practices since the outbreak of the war, with many refraining from sharing content or expressing opinions due to concerns about potential sanctions, including arrests and legal proceedings. This tendency toward avoidance was particularly pronounced in mixed social media groups composed of both Jewish and Arab members. Moreover, the majority of participants who were aware of Israel's Counterterrorism Law indicated that it influenced their decisions regarding digital content consumption.

The results point to an alarming process of diminished freedom of expression and restricted online agency in the digital sphere – a space that, for years, served as a vital refuge and alternative space for Arab society in the face of exclusion from mainstream media. Social media had functioned as a venue for authentic expression and as a source of information perceived as highly reliable. Today, however, this space is undergoing a process of cumulative silencing, characterized by self-censorship, silence, and constraints, undermining its role as a legitimate arena for public discourse. These findings raise fundamental questions concerning freedom of expression, civic participation, and the capacity to sustain an open, critical, and pluralistic dialogue in Israel.

The Media Repertoire of Jewish and Arab Children aged 9–13 in Israel: Composition, Uses, and Perceptions

Ada Etgar, Hama Abu-Kishk, Gabriela Jonas Aharoni, Yuval Gozansky

This article examines the media repertoires of Jewish and Arab children aged 9–13 in Israel, from the children's own perspectives. Based on 21 semi-structured interviews conducted in the children's native languages, the study explores the composition of media repertoires, media usage patterns, and perceptions of media. Thematic analysis identified three central themes: (a) material accessibility, technological infrastructures, and digital divides as shaping factors of media repertoires; (b) media repertoires as a dynamic space of personal composition, style, social identity, and media literacy; and (c) media repertoires as a space for social and intergenerational relationships.

Findings indicate that while most children have access to digital devices and stable internet connection, ownership of a personal smartphone is strongly associated with the development of digital skills. Different repertoires reflect both individual and group identities (ethnic, gender, and age-related), while also revealing varying levels of critical engagement and media literacy. At the same time, media repertoires serve as a basis for social interaction, emotional support, and social integration.

The study makes a dual contribution: at the theoretical level, it expands research on a relatively underexplored age group by foregrounding children's own voices; at the practical level, it highlights the need for open and respectful dialogue between parents and children regarding media use, as well as the importance of reducing digital divides.

Politicization of Soft News in Times of Crisis: Media Coverage of the Eurovision Song Contests, 2023–2025

Gilad Greenwald

This article examines the politicization of soft news in Israel, through an analysis of the Eurovision Song Contest coverage during the years 2023–2025, against the backdrop of the Gaza war. Adopting a perspective of the media as a hybrid arena, where the boundaries between hard and soft news are often blurred, the study explores how an event commonly perceived as cultural and entertaining is covered during times of tension and crisis. The research is based on a combined quantitative and qualitative analysis of 328 news items from three major Israeli digital news outlets: *Haaretz*, *Israel Hayom*, and *Ynet*. The quantitative findings indicate a sharp increase in the political framing of Eurovision as the military conflict escalated, alongside a continued presence of sensational, gossip-oriented, and escapist framings. The qualitative analysis sharpens the dynamic between entertainment-driven drama and the symbolic processing of collective anxiety, highlighting the transformation of soft news topics into a space in which national tensions and political identities are shaped and interpreted. The article contributes to the understanding of the media's shifting role in times of crisis and offers a renewed perspective on soft news as a significant arena for “serious” public and political engagement, particularly during such periods.

'I Was Shocked He Even Turned On The Camera': Self Documentation on October 7th as Embodied Mediatization

Carmel Vaisman, Alma Maria Simon

This article integrates three domains of inquiry: mediatization, media witnessing, and media and trauma studies. While these fields have traditionally focused on how documented events affect public audiences, they have paid little attention to the perspective of individuals who experience, document, and disseminate such events in real time. This relatively new, yet increasingly prevalent phenomenon, is shaped by a cultural landscape in which nearly everyone carries a smart device, rendering immediate documentation possible, even in life-threatening situations.

The article's unique contribution lies in a suggested shift in focus: rather than analyzing how video footage is received by audiences, it examines the embodied act of filming and sharing videos, in the form of improvised journalistic performance amidst danger.

The argument is grounded in the spontaneous self-documentation by survivors of the October 7th attack, proposing that these recordings function as real-time media witnessing in an era of deep mediatization. To frame this phenomenon, we introduce the concept of embodied mediatization, which highlights the entanglement of corporeal and media practices within such contexts. The very existence of these communicative acts amid trauma reflects the deep influence of media logic on the individual phenomenological level.

Embodied mediatization involves individuals adopting a quasi-journalistic stance, which becomes an increasingly normalized and even expected reaction to extreme events. This mode of action encompasses individual concerns

about the credibility and authenticity of media witnessing, but also functions as a crucial coping mechanism in moments of crisis. In this mediatized age, one cannot clearly distinguish between bodily reactions and media practices, thus media choices form part of individual survival strategies. The act of producing testimony is influenced by an internalized demand for credibility, which becomes a motivating force operating at intuitive, pre-reflective levels, guiding perception, and shaping individual choices and experience in real time.

Mizrahi Music and the Musical Soundtrack on Radio in the 1950s and 1960s

Shlomi Rosenfeld

This essay responds to the essay by Peretz and Gigi (2024), “Yosef Ben Yisrael and the Formation of ‘Mizrahi Music’ on Israeli Radio,” which discusses the exclusion of “Mizrahi music” from radio broadcasts in the 1950s and 1960s. The present essay offers a critical analysis of their claims by examining the historical background, the role of Kol Yisrael (Israel’s national radio), and the activities of Yosef Ben Yisrael, a radio editor and musician who worked to promote Mizrahi music. Contrary to Peretz and Gigi’s argument, this essay presents evidence demonstrating that Kol Yisrael reflected the diverse tastes of the audience and actively promoted Mizrahi artists. A 1956 survey, which captured the diversity of radio listeners, indicates that Mizrahi music was not particularly popular among listeners, including immigrants from Arab countries. Additionally, key cultural events of the time, such as the Israel Song Festival, highlight the prominence of Mizrahi artists. The essay also examines methodological aspects of Peretz and Gigi’s work, explaining why the facts they present are not valid within the historical context. Kol Yisrael did not implement a deliberate exclusion policy but rather worked to promote a diverse musical repertoire in accordance with audience preferences.

A Response to the Essay 'Mizrahi Music and the Musical Soundtrack on Radio in the 1950s and 1960s' by Shlomi Rosenfeld

Moti Gigi, David Peretz

This essay responds to the essay by Peretz and Gigi (2024), “Yosef Ben Yisrael and the Formation of ‘Mizrahi Music’ on Israeli Radio,” which discusses the exclusion of “Mizrahi music” from radio broadcasts in the 1950s and 1960s. The present essay offers a critical analysis of their claims by examining the historical background, the role of Kol Yisrael (Israel’s national radio), and the activities of Yosef Ben Yisrael, a radio editor and musician who worked to promote Mizrahi music. Contrary to Peretz and Gigi’s argument, this essay presents evidence demonstrating that Kol Yisrael reflected the diverse tastes of the audience and actively promoted Mizrahi artists. A 1956 survey, which captured the diversity of radio listeners, indicates that Mizrahi music was not particularly popular among listeners, including immigrants from Arab countries. Additionally, key cultural events of the time, such as the Israel Song Festival, highlight the prominence of Mizrahi artists. The essay also examines methodological aspects of Peretz and Gigi’s work, explaining why the facts they present are not valid within the historical context. Kol Yisrael did not implement a deliberate exclusion policy but rather worked to promote a diverse musical repertoire in accordance with audience preferences.