

לקראת תרבות ה"אמצע": "קהלי טעם" ו"תרבויות טעם" בישובי הפריפריה בישראל

חנה אדוני, נעמי קסלר-פינשטיין, שלמה בוסידן

קרובות הפיפה מסוימת.

קריין (Crane, 1992) מבחינה בין שלושה סוגי הפקה בתחום התרבות והתקשורת. הקבוצה הראשונה היא הפקה במישור הכללי ארצי הכוללת מוסדות המפיקים מוצרי תרבות המיועדים לתפוצה נרחבת, הן במרכז והן בפריפריה. קבוצה זו כוללת מספר אמצעי תקשורת מרכזיים: הטלוויזיה, הקולנוע והעתונים הגדולים. הקבוצה השנייה כוללת הפקה של ספרים, כתבי עת, טלוויזיה בכבלים, רדיו ומוסיקה מוקלטת. אף כי תעשיות אלה מייצרות מוצרי תרבות בקנה מידה ארצי, הן משרתות גם קהלים קטנים וספציפיים יותר. לכן הן נקראות "פריפריאליות", לא מבחינה גיאוגרפית אלא בהשוואה לארגוני תקשורת המשרתים אוכלוסיות נרחבות יותר. תכניה של התקשורת הכלל ארצית חד ממדיים יותר בהשוואה לתכנים המגוונים של מה שקריין מגדירה כתרבות "פריפריאלית". הקבוצה השלישית של מוצרי תרבות היא זו של התרבות העירונית הכוללת מופעי תיאטרון, מחול ומוסיקה, האמנויות החזותיות, וכן אירועי תרבות מיוחדים כמו פסטיבלים ותהלוכות. אלה מופקים על ידי ארגוני תרבות ממוקדים יותר, ומשווקים למגוון של קהלים, שכל אחד מהם הוא בעל הרכב הומוגני, מבחינת גיל, מעמד חברתי, רקע עדתי או רמת השכלה.

כל אחד משלושה סוגי ההפקה מייצר מוצרי תרבות הן אליטיסטיים והן עממיים. ואולם, הם שונים זה מזה מבחינת מרכז ופריפריה. מוצרי התרבות של שתי הקבוצות הראשונות, דהיינו, קבוצת המישור הארצי וקבוצת המישור ה"פריפריאלי", מופצים הן במרכז החברתי והגיאוגרפי והן בפריפריה. מוצרי הקבוצה השלישית, לעומת זאת, המוקדשים בעיקרם לתרבות אליטיסטית, מופקים במרכזים עירוניים ונצרכים על ידי קהלים עירוניים ועל ידי מי שמגיעים למרכזים אלה מבחוץ (Share-1 Whitt, 1988). אם קיימת מדיניות בתחום התרבות אשר על פיה כדאי להציע מוצרים אלה לתושבי הפריפריה, הרי שיש ליישם אותה באופן פעיל.

בעבר, השליטה במוסדות התרבות שימשה את האליטות כמכשיר לביטוס מעמדן החברתי (Crane, 1992). הן הדגישו את ההבדל בין התרבות האליטיסטית לבין תרבות פופולרית המיועדת לשכבות הגמוכות בחברה או למיעוטים אתניים. השכבות הגבוהות היו בעלות מוסדות שמטרתם היתה ליצור ולהפיץ תרבות "גבוהה" על מנת לחזק את יוצריה, בעוד שלתרבות

קשר הגומלין בין המרכז התרבותי לבין הפריפריה הוא סוגיה תיאורטית חשובה, בעלת השלכות מיידיות לגבי הבנתנו, הן את הדינמיקה של תחום התרבות והתקשורת והן את עיצוב המדיניות בתחום זה. ההנחה הטמונה בבסיס המדיניות המיועדת לעודד צריכת תרבות היא, שבפריפריה היצע התרבות דליל, וכי הרחבת ההיצע תביא גם להגברת הצריכה. כאשר נדרשים למחקר אמפירי על מנת לבדוק הנחה זאת, כמו במחקר שערכנו אנו, הנחת העבודה היא, שכל שכמות ההיצע בתחום התרבות תהיה גדולה יותר, כן תגבר תכיפות השתתפותם של התושבים בפעילויות תרבות. כפי שמעידים בבירור מחקרים קודמים שנערכו בישראל ובמקומות אחרים (כץ, 1992, 1999; בלאו, 1992), היצע התרבות הוא פונקציה של גודל היישוב. הערים הגדולות מצויות בראש הרשימה, במקום השני הערים הבינוניות בגודלן, ולבסוף היישובים הכפריים לסוגיהם. ממצא זה תקף בעיקר לגבי תרבות אליטיסטית ובמידה פחותה לגבי תרבות פופולרית.

מחקרנו התמקד בדפוסי צריכה של תרבות ותקשורת ביישובי הפריפריה בישראל. המחקר הקיף קרוב לאלף יישובים מסוגים ומגדלים שונים: ערים יהודיות וערביות, בינוניות בגודלן; עיירות וכפרים, קיבוצים ומושבים. את היצע התרבות בכל היישובים הללו, ובייחוד את היצע התרבות ה"אליטיסטית" המחייבת יציאה מהבית, כגון תיאטרון, הרצאות, תערוכות אמנות ובלט, מארגן, מקדם ומסבסד מוסד "אמנות לעם"¹, גוף המקביל ל-American National Endowment for the Arts הפועל בארצות הברית. מטרתו של גוף זה להרחיב את מעגל צרכני התרבות בישראל, להגיע אל מגוון רחב יותר של שכבות באוכלוסייה, וכן להפיץ תרבות באזורי הארץ המרוחקים מן המרכז.²

מחקר זה מעוגן בשתי מסגרות תיאורטיות שונות, אשר למרות השוני מתקיימים ביניהן קשרי גומלין, מחד, הרעיון של מרכז ופריפריה (Shils, 1975; Strassoldo, 1980), ומאידך, הוויכוח המתמשך על הקשר שבין מוצרי תרבות אליטיסטיים לעומת מוצרי תרבות עממיים. לסוגיית המרכז לעומת הפריפריה יש שתי משמעויות שונות. הראשונה, המרכז מייצג עוצמה, פעולה ולגיטימציה של ערכים חברתיים, לרבות ההבחנה בין תרבות "גבוהה" לעומת תרבות "עממית". המשמעות השנייה נוגעת למיקום הגיאוגרפי של המרכזים, שהם על פי רוב ערים או ערי בירה. בין שתי המשמעויות יש לעתים



פעילות של "אמנות לעם" – "גלגלריה", מוזיאון נייד. כאן בפתחת מרכז ערבי-יהודי ביפו



"אמנות לעם" – בכפר יונה שבשרון – פרויקט אמנות לעולים מאתיופיה

תרבויות טעם וקהלי טעם

ההיצע של מוצרי תרבות הוא אכן אחד הגורמים העיקריים המשפיעים על מידת הצריכה, אך המאפיינים של קהלי הצרכנים השונים, והטעמים המועדפים עליהם משפיעים אף הם על הביקוש. לפיכך, חשוב להצביע על תהליכי התעצבותם של טעמים והעדפות בתחום התרבות והתקשורת. Bourdieu (1984) גורס, ש"צרכני תרבות הם תוצר של החינוך וההשכלה שהוענקו להם". לשיטתו, קיימת היררכיה חברתית בין סוגי התרבות השונים, וזו מקבילה להיררכיה החברתית של הצרכנים. לשיטתו של בורדייה החן התרבותי של האדם מתפתח במהלך תהליך החברות בתוך המשפחה ובמסגרת בית הגידול (habitat) של קבוצת סטטוס ספציפית, וצריכת אמנות ותרבות משרתת אותו כאמצעי לשימור ולקידום התכונה בין מעמדות ואי השוויון החברתי.

DiMaggio ו-Usecm (1978) מאמינים אף הם שהטעם התרבותי ודפוסי הצריכה שאדם מאמץ לעצמו, נובעים משיוטו המעמדי ואף מחזקים אותו. הם מצאו שיש מתאם בין ההשתייכות לאלויות החברתיות לבין צריכה של אמנות חזותית ואמנויות הבמה. הקודים התרבותיים הדרושים כדי להבין ולהעריך תרבות "גבוהה" זוכים לטיפול בייחוד בקרב השכבות הגבוהות והבינוניות-גבוהות, ומושרשים בתרבות האליטיסטית באמצעות תהליך החברות המשפחתי. יתרה מזאת, הערכת תרבות שלובה בהקשר של הצגתה, והקשר זה, על-פי-רוב, מוכר יותר לשכבות הגבוהות. אף כי זהו נושא שנוי במחלוקת, זולברג (1990) טוענת במפורש שאפילו בעידן הפוסט מודרני קיימת הבחנה בין תרבות "גבוהה" לתרבות "נמוכה".

גאנס (1974) מחלק את התרבות לחמש תרבויות טעם. הפרוסות בין הקטבים של "גבוה" ו"נמוך". לכל תרבות טעם מתלווים סוגי אמנות מסוימים (ז'אנרים של ציור, מוסיקה, דראמה, ספרות, וכו'), וכן נוהלים ומוסדות משלה. יחד עם זאת, גאנס אינו דן בהיררכיה של תרבויות אלא מציין ששורשי השוני בין תרבויות טעם טמונים ביחס שרוחשים לתרבות הקנונית, יחס הכולל גם את הביקורת המקצועית. לכל תרבות טעם יש גם קהל טעם משלה, והאנשים המרכיבים קהל זה שותפים בדרך כלל לאותם ערכים אסתטיים, ונוטים לבחור באותם "מוצרים" מתוך ההיצע התרבותי. ההבדלים בין קהלי הטעם נעוצים ברמה הסוציו-אקונומית וברמת ההשכלה של כל קהל. משתנים דמוגרפיים אחרים, כגון גיל, דת וזיקה עדתית אף הם גורמים אפשריים המגדירים את קהלי הטעם, אך חשיבותה של רמת ההשכלה כגורם המכריע עומדת בעינה.

ואולם, מספר מחקרים שנערכו לאחרונה לא הצליחו לאתר קשר חד משמעי בין תרבויות טעם לבין השתייכות לאלויות החברתיות. Halle (1989, 1991, 1992, 1994)³ מראה שבאמצעות הברית, הקשר בין תרבות וכוה איננו בהכרח רלוונטי. מסקנה זו מקבלת חיזוק בממצאיו של Lamont (1992)⁴, הגורס כי בארגונים אמריקניים התעניינות מופרזת בתרבות גבוהה עלולה לעתים להתפרש לשלילה, וכי בקיאות בתחומי התרבות הפופולרית עשויה להוות בסיס נאות לרכישת מעמד בחברה. את הלגיטימציה המוענקת למגוון רחב של סוגי תרבות ניתן אולי לייחס לדעיכת התפישה ההיררכית בין מוצרי התרבות השונים.

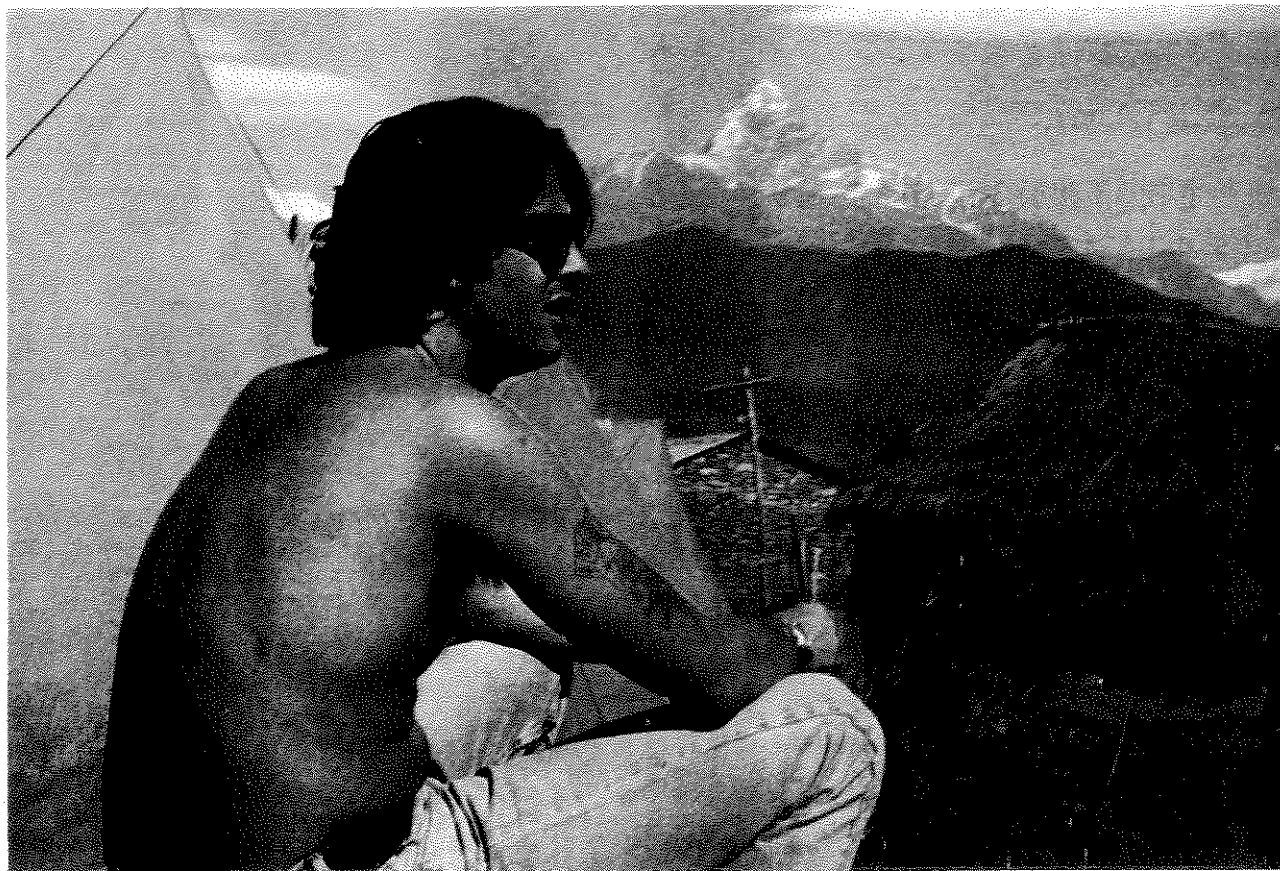
כתוצאה מכך, גורס גאנס (1985), התפתחה תרבות נוספת, והיא "תרבות

ה"נמוכה" לא היתה כל דרך הפצה מאורגנת (DiMaggio, 1982). כיום, חלה תמורה מסוימת במצב כתוצאה משינויי מגמות בחברה. האליטות מתקשות לממן את הארגונים שלהן, ונאלצות להפש מקורות מימון אחרים, כגון תמיכה ממשלתית. יתר על כן, העלייה הכללית ברמת ההשכלה באוכלוסיה הביאה למידה מסוימת של דמוקרטיזציה בדפוסי הצריכה של תרבות. האמנויות היפות שוב אינן נחלתן הבלעדית של האליטות אלא נחשפות להערכתם של קהלים הטרונגניים יותר. יתרה מזאת, כתוצאה מהלגיטימציה שזכו בה קבוצות חברתיות ואתניות שונות ועמן האמנויות שלהן, וכן כתוצאה מהיחלשות ההיררכיה הממוסדת בין האומנויות השונות בעידן הפוסט מודרני, מתחזקת כיום הנטייה לפלורליזם תרבותי ולהרחבת השורות של קהל צרכני האמנות (Press, 1994). כדי להצדיק תמיכה מקרנות ציבוריות, יש למשוך קהל הטרונגני יותר, המייצג את הציבור הרחב. לשם כך דרושה הערכה מחדש של הגדרת המושג תרבות, כמו גם של דרך הפצת התרבות.

כאמצע שנות ה-60 נוסדה בארצות הברית "הקרן האמריקנית הלאומית לתמיכה באמנויות" The National Endowment for the Arts - NEA, במטרה להעצים את הפלורליזם התרבותי ולהרחיב את קשת התרבויות וסוגי האמנות. הקרן התבססה על מכלול רחב של קרנות ציבוריות וזימה ניסיונות לבזר את פעילויות התרבות, ולהעביר אותן מהמרכז לפריפריה כדי לאפשר לאנשים באזורים שונים להיחשף אליהן. לדעת Crane (1992) מאז נוסדה הקרן האמורה, חל גידול ניכר בקהל צרכני התרבות, וזאת כתוצאה מהגברת ההיצע של מוצרי תרבות, וכן מהעלייה הכללית ברמת ההשכלה. בישראל, כן ואחרים (1992, 1999) תיעדו מבחר של 1,099 פעילויות תרבות שבועיות בשישה תחומי אמנות: קולנוע, תיאטרון, מוסיקת פופ, מוסיקה קלאסית, מחול ומופעי בידור. בדומה ל-Crane, הם הצביעו על הייחוד של מרכזי התרבות העירוניים:

ניכר הבדל ברור בין מידת ההיצע ומהות הפעילויות בסוגי היישובים השונים. המספר הממוצע של פעילויות לנפש העומדות לרשות קהל הצרכנים בערים הגדולות גבוה פי כמה מהמבחר המוצע לצרכן ביישובים אחרים. (כך ואח', 1992, עמ' 27).

תושבי הערים הקטנות יותר אכן מביעים את התמרמרותם לנוכח המצב. יתר על כן, נמצא כי רמת הצריכה של מוצרי תרבות גבוהה יותר בערים הגדולות לעומת הצריכה בערים הקטנות יותר. יחד עם זאת, מן הראוי לציין כי אין מתאם שלילי חד משמעי בין גודל היישוב לבין תכיפות ההשתתפות של תושביו בפעילויות תרבות. הרמה הנמוכה ביותר של השתתפות בפעילויות של תרבות "גבוהה" נמצאה ביישובים בינוניים בגודלם, וממצא זה תקף כמעט לגבי כל מגוון פעילויות התרבות, למעט תיאטרון (כך ואח', 1992). נמצא כי צפייה בהצגות תיאטרון גבוהה יותר בעיירות, במושבים ובקיבוצים לעומת ערים בינוניות בגודלן. מספרם היחסי של חברי קיבוצים המבקרים בתיאטרון כמעט זהה לנתון המקביל בתל אביב. ואולם, ביישובים הכפריים ובעיירות הקטנות נמצאה תכיפות גבוהה יותר של ביקור בקולנוע ובמוזיאונים מאשר בתיאטרון. המחקר הנוכחי, כפי שצוין, התמקד בהבדלים בדפוסי הצריכה של תקשורת ותרבות בקרב תושבים יהודים וערבים כאחד, בערים בינוניות, בעיירות, בכפרים, בקיבוצים ובמושבים.



צפייה בטלוויזיה – כאן מתוך הסידרה הישראלית "הפוך"

קלסי וחדשני, פרוזה בעלת רמת מורכבות גבוהה, שירה וכתבי עת בעלי רמה המיועדים לקבוצות אליטה.

הקבוצה של מופעים פופולריים כוללת קונצרטים של מוסיקה פופולרית או עממית, קומדיות מוסיקליות, מלודרמות וקומדיות קלות. הז'אנרים המשוכפלים ברמה הפופולרית כוללים תכניות בידור וסדרות בטלוויזיה, סרטי מתח ובידור, פרוזה של רבי מכר וכתבי עת בעלי תפוצה המונית. חלוקה זו של זולברג משלבת בין קבוצות טעם, דהיינו הקהלים, ותרבויות טעם, כלומר מוצרי תרבות ודרגת ההון התרבותי הנדרש מן הקהלים הצורכים מוצרים אלה.

שאלות המחקר

מחקר זה מהווה ניסיון להשיב על מספר שאלות הנוגעות לקשרי הגומלין בין קהלי טעם, תרבויות טעם וגודל היישוב אליו מגיעים מוצרי תרבות באמצעות גופים ממשלתיים; ואלה הן:

1. מה הם המאפיינים של קהלי הטעם? האם הפוסי הצריכה של תרבות ותקשורת בקרב קהל טעם מסוים נקבעים בעיקר על פי רמת ההשכלה או משתנים סוציו-דמוגרפיים אחרים (כגון גיל, מין, עדה ומידת הזיקה לדת), ובאיזו מידה הם מושפעים מגודל וסוג היישוב?
2. האם ניתן להבחין בתרבויות טעם שונות מהם קשרי הגומלין בין הפוסי

האמצע", היונקת הן מהתרבות הגבוהה והן מן התרבות הנמוכה. כיום, התרבות הפופולרית נצרכת הן על ידי חברי האליטה החברתית והן על ידי מי שאינם נמנים עם קבוצה זאת, ובד בבד פוחת הביקוש לתרבות גבוהה בקרב האליטות (Peterson, 1994). במקביל, העלייה הכללית ברמת ההשכלה תרמה גם לטיפוח התעניינות ולטיפוח ביקוש לתרבות גבוהה בקרב שכבות הביניים (Crane, 1992). לפיכך, המחיצות ההיסטוריות בין תרבות "גבוהה" לבין תרבות "פופולרית" ניטשטשו במידת מה.

ואף על פי כן, טוענת Zolberg (1990), החלוקה ההיררכית בין הפעילויות השונות שהיתה מקובלת במשך תקופה ארוכה, עדיין מתקיימת, אם כי תוקפה נחלש. על פי חלוקה זו, שאומצה בחלקה גם במחקר הנוכחי, את הז'אנרים השונים של האמנויות ושל התקשורת ניתן לסווג על-פי שני קריטריונים מרכזיים:

- א. רמת המורכבות – נמוכה או גבוהה (fine vs. popular arts).
- ב. סוג הביצוע מופע בפני קהל או מוצר משוכפל כמו סרט, ספר או תקליטור.

על פי חלוקה זו, בקבוצת המופעים בעלי רמת מורכבות גבוהה נכללים קונצרטים סימפוניים וקאמריים, אופרה, בלט, יצירות אמנות המוצגות במוזיאונים ובגלריות, תיאטרון ותיאטרון ניסויי. החומר המשוכפל ברמת המורכבות הגבוהה כולל תוכניות חינוכיות ומדעיות בטלוויזיה, קולנוע

האוכלוסייה, אשר 85% מתוכה מטיילים לפחות פעם בשנה. יש לציין שהטיולים משולבים בדרך כלל בפעילות חברתית, בחוג המשפחה או החברים.

כצפוי, אנשים מבלי חלק ניכר מזמנם הפנוי בבתיהם, וזמן זה מוקדש בעיקר לצריכת תקשורת. בדומה לכלל האוכלוסייה, 60% מאוינים למוסיקה כמעט מדי יום, ו-34% צופים בטלוויזיה במשך שעות עד שלוש שעות כל יום. עיסוק נוסף של פלחים נרחבים באוכלוסייה הוא קריאת ספרים וכתבי עת. למעלה ממחצית המדגם (55%) קוראים לפחות עתון אחד ביום, 41% השיבו שהם קוראים מקומון שבועי כמעט בכל סוף שבוע; 35% קוראים בין אחד לחמישה ספרים בשנה, ו-29% קוראים עשרה ספרים בשנה. גם ממצאים אלה קרובים לנתונים המתייחסים לכלל האוכלוסייה. נראה שהבולטות של קריאת עתונים מבטאת את רמת המעורבות הפוליטית המאפיינת את החברה הישראלית. גם את העובדה ש-20% מהמשיבים חברים בארגונים התנדבותיים ניתן לראות כביטוי מעשי למעורבות זו.

אשר להעדפת פעילויות חוץ ביתיות, ניכרת מגמה מעורבת. מחד גיסא, מידת ההשתתפות בחלק מפעילויות התרבות האליטיסטיות נמוכה: רק 16% מהמשיבים יוצאים לקונצרטים של מוסיקה קלסית ולו גם פעם בשנה, ורק 13% מהם צופים בהופעות מחול. מאידך גיסא, אחוז גבוה באוכלוסייה משתתף בפעילויות תרבות אחרות המוגדרות כ"גבוהות". למשל, 47% מהמשיבים מבקרים במוזיאונים ו-39% מבקרים בתיאטרון. אשר לתרבות "פופולרית", 44% מהאוכלוסייה יוצאים לפחות פעם בשנה להופעות של זמרים ולהקות, ו-37% צופים במופעים של בידור קל. ראוי לציין כי 56% מאוכלוסיית יישובי הפריפריה מרבים לצאת לקולנוע, לעומת 50% בכלל האוכלוסייה. ממצאים אלה מצביעים על כך שהמוזיאונים, התיאטרון והקולנוע מהווים מקום מפגש פוטנציאלי לתושבי הפריפריה.

באופן כללי, ממצאי המחקר מורים על כך שדפוסי הצריכה של תרבות ותקשורת בקרב תושבי הפריפריה שונים רק במידה מעטה מאלה של כלל האוכלוסייה, אף כי אחוזי המבקרים בקולנוע ובתיאטרון גבוהים במקצת ביישובי הפריפריה לעומת כלל האוכלוסייה. יחד עם זאת, יש לציין כי השוואה זו מעמתת את אוכלוסיית יישובי הפריפריה עם האוכלוסייה הכללית, בה כלולים גם תושבי פריפריה. השאלה המרכזית היא, איפוא, האם יש הבדלים בין סוגים שונים של יישובי הפריפריה.

מאפיינים של קהלי טעם

ממצאי המחקר תומכים בהשערה שעם העלייה ברמת ההשכלה עולה גם תדירות בפעילויות חוץ ביתיות שהוגדרו כ"גבוהות": ביקורים בקולנוע בליווי הרצאה, בתיאטרון, במוזיאונים ובתערוכות, וכן בקונצרטים של מוסיקה קלסית. יחס דומה נמצא גם לגבי פעילויות ביתיות: ככל שרמת ההשכלה של המשיבים גבוהה יותר, כן עולה התדירות שבה הם קוראים ספרים, מאוינים למוסיקה ומשחקים משחקי מחשב.

כפי שמעידה טבלה מס' 1, משתנה נוסף בעל השפעה מכרעת הוא הגיל. כללית, נמצא מתאם גבוה בין גיל לבין השתתפות בפעילויות מחוץ לבית. הפעילויות השכיחות ביותר בקרב צעירים הן פופולריות באופיין – יציאה לקולנוע, למופעי בידור קל ולקונצרטים של מוסיקת פופ. מפגשים חברתיים

הצריכה של תרבות ותקשורת? האם ישנם אשכולות של פעילויות אותם ניתן להגדיר כ"אליטיסטיים" או כ"פופולריים", והאם ניתן להבחין בין פעילויות המתקיימות מחוץ לבית לעומת פעילויות ביתיות? נבחן האם ביישובי הפריפריה בישראל ניתן להבחין בבירור בין תרבות "אליטיסטית" לבין תרבות "פופולרית" או שמא הקו המפריד ביניהן הולך ומיטשטש.

3. מהו הקשר בין קהלי טעם לבין תרבויות הטעם שלהם, ומה חלקם של משתני הרקע, ושל גודל היישוב וסוגו במערכת קשרי הגומלין הזאת?

שיטת המחקר

הסקר הקיף 964 יישובים יהודיים וערביים. היישובים נחלקו לשמונה שכבות:

ערים יהודיות, ערים ערביות, עיירות יהודיות, עיירות ערביות, קיבוצים, מושבים, כפרים יהודיים וכפרים ערביים. על פי הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, יישובים המונים 50,000 עד 99,000 תושבים מוגדרים כערים, ויישובים המונים 20,000 עד 49,000 תושבים מוגדרים כעיירות. ערי המטרופולין הגדולות (ירושלים, תל-אביב וחיפה) לא נכללו בסקר. מתוך כל שכבה נבחר מדגם מקרי של מבוגרים מעל גיל עשרים, תוך שמירה על הפרופורציה של השכבות ביחס לאוכלוסייה כולה.

מדגם השכבות כלל 1,247 מבוגרים על פי החלוקה הבאה:

422	משיבים מ-26 ערים יהודיות
96	משיבים מ-5 ערים ערביות
150	משיבים מ-45 עיירות יהודיות
129	משיבים מ-59 עיירות ערביות
103	משיבים מ-385 מושבים
110	משיבים מ-286 קיבוצים
122	משיבים מ-146 כפרים יהודיים
115	משיבים מ-12 כפרים ערביים.

המידע נאסף באמצעות סקר טלפוני שנערך על ידי מכון גאלוף בחודש יוני 1996. השאלון כלל 45 שאלות הנוגעות לצריכה של סוגים שונים של פעילויות תרבות ותקשורת, וכן שאלות הנוגעות למשתנים דמוגרפיים: מין, גיל, השכלה, מידת הזיקה לדת (חרדים, אורתודוקסים, מסורתיים וחילוניים), השתייכות אתנית (יהודים או ערבים), ארץ המוצא (ישראלים בני דור שני בארץ, ילידי הארץ שהוריהם יוצאי אפריקה ואסיה, ילידי ארצות המערב).

ממצאים – דפוסי צריכה של תקשורת ותרבות

הפעילויות המקובלות ביותר הן מפגשים בלתי פורמליים עם חברים ומשפחה. כל המשיבים, יהודים וערבים כאחד, נפגשים עם חברים ו/או בני משפחה לפחות פעם בשנה, וכמעט מחצית מהם לוקחים חלק במפגשים כאלה מדי יום. ממצא זה כמעט וזה לנתון המקביל בכלל האוכלוסייה (95% מהמשיבים פוגשים חברים באופן קבוע).⁵ טיולים בארץ מהווים אף הם פעילות שכיחה: 92% מהמשיבים יוצאים לטיולים לפחות פעם בשנה, ו-27% עושים זאת אחת לחודש. נתון זה גבוה במידת מה מהנתון המקביל בכלל

ויציאה לטוילים שכיחים בקרב כלל האוכלוסיה, אך תדירותם גבוהה יותר בקרב הצעירים.

ישנם גם מקרים שבהם קשרי הגומלין בין השכלה וגיל הם הקובעים את דפוסי צריכת התרבות. ככל שרמת ההשכלה גבוהה יותר, כן עולה מספר המשיבים הקוראים למעלה מ-11 ספרים בשנה, אך הקוראים הפעילים ביותר נימנים עם קבוצת הגיל הצעירה ביותר. לעומת זאת, את המקומונים השבועיים קוראים אהווים גבוהים יותר מבין המשיבים בני שכבת הגיל המבוגרת יותר (בני 40+ ו-50).

טבלה מס' 1

מתאמי פירסון בין תדירות ההשתתפות בפעילויות תרבות ובין משתני רקע

המשתנה (מגובה עד נמוך)	גיל	השכלה	משתני רקע	דתיות
כמה פעמים בשבוע אונה/את יוצא/ת לבילוי קולנוע	.22	.13	מיין	מחילוני
תיאטרון	-.13	.25	1. זכר	עד הרדי
בידור קל	.19	-.10	2. נקבה	
מוזיאונים ותערוכות	.19			
זמרים ולהקות	.15			
האזנה לתקליטורים	.28	.11		
קריאה ספרים בחודש האחרון	.10	-.12		
מספר הספרים שקראת	.19	.10		
צפייה בטלוויזיה	.11			
קריאת עיתונים		.10		
קריאת מקומונים	-.11			
משחקי מחשב	.17	.17		
מפגשים חברתיים	.20	.12		
טוילים	.16			
קונצרטים קלטיים	-.12	.10		

* טבלה מס' 1 מציגה רק את הפעילויות שיש ביניהן לבין משתני הרקע מתאם מובהק בדרגה $p < .001$.

קשרי גומלין בין גיל והשכלה ניכרים גם לגבי קונצרטים של מוסיקה קלסית: מידת ההשתתפות באלה עולה ביחס ישר לעלייה הן בגיל והן ברמת ההשכלה. מכאן, שהקהל שבא לקונצרטים כאלה בתדירות הגבוהה ביותר מורכב מבעלי ההשכלה הגבוהה יותר הנימנים עם שתי קבוצות הגיל המבוגרות ביותר. דפוס שונה מסתמן ביחס להשתתפות בפעילויות המאורגנות על ידי "אמנות לעם". גילאי הביניים (מתחת לגיל 49), בעלי השכלה העולה על 13 שנות לימוד הם הצורכים פעילויות אלה בתדירות הגבוהה ביותר. לעומת זאת, בקרב בני החמישים פלוס, רמת ההשתתפות גבוהה גם בין המשיבים בעלי ההשכלה הנמוכה יותר (9-12 שנות לימוד).

כפי שעולה מדברינו עד כאן, המשתנה המכריע בקביעת קהל הטעם הוא לעתים הגיל, לעתים רמת ההשכלה, ולעתים יחסי הגומלין בין השניים. מסקנותינו לגבי ההשפעה של רמת ההשכלה והגיל על דפוסי הצריכה של מוצרי תרבות, מאמתות את התוצאות של מחקרים קודמים, בהם נכללו

מדגמים מייצגים של כלל האוכלוסיה (Adoni, 1995).

קשרי גומלין מובהקים בין מינו של האדם לבין השתתפות בפעילויות תרבות נמצאו במקרים ספורים בלבד. כללית, גברים יוצאים לבלות יותר מנשים, אך ככל שרמת ההשכלה עולה מתהפכת המגמה. גברים יוצאים בתדירות גבוהה יותר למפגשים חברתיים, והתדירות הגבוהה ביותר, בקרב גברים ונשים כאחד, נמצאה אצל בעלי השכלה של 9-11 שנות לימוד. נשים, לעומת זאת, מבקרות בתיאטרון לעתים קרובות יותר מגברים, וקוראות יותר ספרים. בקרב שני המינים עולה תדירות העיסוק בפעילויות אלה ככל שרמת ההשכלה עולה. לעומת זאת, אחוז קוראי העיתונים גבוה במקצת בקרב גברים בכל רמות ההשכלה. בקרב הנשים, אחוז קוראות העיתונים עולה מ-47% בקרב בעלות ההשכלה הנמוכה ביותר לכ-60% בקרב נשים בעלות כל רמות ההשכלה האחרות.

קיים מתאם שלילי בין מידת הויקה לדת לבין תדירות ההשתתפות בפעילויות התרבות השונות.⁶ ראוי לציין כי בקרב האוכלוסיה המסורתית והחילונית, מסתמנת מגמת עלייה בצריכת תיאטרון ככל שרמת ההשכלה עולה. לעומת זאת, בקרב החרדים, ככל שרמת השכלתם עולה, כן יורדת השכיחות של קריאת עיתונים, ביקורים בקולנוע ובתיאטרון, ובראש וראשונה יורדת שכיחות הצפייה בטלוויזיה, עיסוק שכמעט אינו קיים כלל בקרב קבוצה זו. כללית, ניתן לומר שבקרב והחרדים קיימת דחייה של התרבות החילונית, הן האליטיסטית והן הפופולרית.

מוצא אתני/עדתי הנו משתנה רקע נוסף העשוי להשפיע על שונות בדפוסי הצריכה של תרבות ותקשורת. בדקנו את ההבדלים בין יהודים וערבים, וכן את ההבדלים בין יהודים מעדות שונות. ישראלים שהם דור שני לילידי הארץ מבקרים בבתי קולנוע, במוזיאונים, בהופעות מחול ובקונצרטים של מוסיקת פופ.⁷ בקרב קבוצה זו גם נרשם המספר הגבוה ביותר של משתמשי מחשב, והם נמצאים במקום הראשון בהאזנה למוסיקה בבית, בקיום מפגשים חברתיים ומשפחתיים וביציאה לטוילים. לילידי הארץ שמוצאם בארצות אסיה ואפריקה, דפוסי בילוי דומים. אנשים שנולדו בארצות אסיה ואפריקה משתתפים בפעילויות המתקיימות בחסות "אמנות לעם" יותר מכל קבוצה אחרת באוכלוסיה. רובם בוחרים מופעים של ריקודי עם וקונצרטים של מוסיקת פופ, בעוד שאנשים שנולדו בארצות המערב מבקרים בתדירות גבוהה יותר במופעי הבלט והקונצרטים הקלטיים.

ישנם גם מספר הבדלים בדפוסי הצריכה של מוצרי תרבות בין האוכלוסיה היהודית לאוכלוסיה הערבית. ואולם, כאשר בודקים אנשים בעלי אותה רמת ההשכלה, ההבדלים אינם גדולים. הערבים יוצאים יותר מהיהודים, בעיקר למפגשים עם משפחה או חברים, וכן לטוילים. מספרים דומים של יהודים וערבים (בוגרי אותו מספר שנות לימוד) מבקרים במוזיאונים ויוצאים להופעות של מוסיקת פופ. האוכלוסייה היהודית נוטה יותר לצאת לסרטים, להצגות ולמופעי בידור קל. גם שיעור קוראי הספרים והמקומונים השבועיים ומספר המאזינים למוסיקה על גבי תקליטורים בקרב היהודים גבוה במקצת לעומת שיעורם באוכלוסיה הערבית. שכיחות הצפייה בטלוויזיה, לעומת זאת, גבוהה במקצת בקרב הערבים.

אחד ההסברים לחלק מן ההבדלים הללו טמון אולי במהות הפעילויות. למשל, מפגשים תכופים עם בני המשפחה אופייניים לחברה שמרנית בעלת

אופי קהילתי. הבדלים אחרים נובעים לפחות באופן חלקי מהעובדה שההיצע של מוצרי תרבות בישובים הערביים מוגבל יותר (כץ ואח', 1992).

דפוסי צריכה לפי גודל וסוג היישוב

מבדיקת האוכלוסיות היהודית והערבית ביישובים שונים עולה שדפוסי צריכת התרבות מושפעים מהשתייכות אתנית/עדתית, סוג היישוב ורמת השכלה.⁸

בדומה לממצאים של כץ ואח' (1992), מצאנו שתכיפות ההשתתפות בפעילויות תרבות, כולל אלה המתקיימות בחסות "אמנות לעם", גבוהה יותר ביישובים הקטנים וביישובים הכפריים.

כפעילויות מסוימות קיים הבדל מובהק בין יהודים וערבים המתגוררים בישובים בעלי צביון דומה ובעלי רמת השכלה דומה. המשיבים היהודיים מבקרים בקולנוע ובתיאטרון וקוראים בתדירות גבוהה במקצת לעומת הערבים. הערבים מבליים יותר זמן במשחקי מחשב ויוצאים בתדירות גבוהה יותר למופעים של ריקודי פולקלור. היהודים נוטים יותר מהערבים לפעול במסגרת ארגונים והנדבותיים, אף כי ביישובים הכפריים המגמה הפוכה. בשתי הקבוצות רמת ההשכלה מהווה גורם משפיע יותר מאשר ההשתייכות האתנית/עדתית והמיקום גם יחד, בקביעת דפוסי הצריכה של מוצרי תרבות, אך ההבדלים בין שתי רמות ההשכלה ברורים למדי.

יהודים בעלי רמת השכלה גבוהה יותר בעיריות וביישובים כפריים, מרבים יותר לצאת לקונצרטים, למוזיאונים, לתיאטרון, לערבי ספרות, למופעי בלט ולקונצרטים של מוסיקת פופ לעומת התושבים המקבילים להם בערים הבינוניות. באותה מידה, ערבים בוגרי מספר גבוה יותר של שנות לימוד צופים בהצגות, בסרטים, משתתפים בערבי ספרות, קוראים יותר ספרים ועתונים ומשתמשים במחשב לעתים קרובות יותר מאשר אנשים שהשכלתם פחותה מ-12 שנות לימוד. אלה מעדיפים פעילויות פופולריות יותר כגון מופעי בידור קל וטיולים.

היצע התקשורת הנצרכת בבית, כגון טלוויזיה, עתונים וספרים, אינו תלוי בגופים הייצוגיים, אלא זמין ושווה לכל נפש בכל סוגי היישובים. כתוצאה מכך, אין הבדלים מובהקים בדפוסי הצריכה בין תושבים של יישובים שונים.

יחסי הגומלין בין דפוסי הצריכה של תקשורת ותרבות – ניתוח המרחב הקטן ביותר (SSA)

לאחר שבתנו את תרומתם של משתני הרקע לדפוסים של השתתפות בפעילויות שונות, ניסינו לזהות את "תרבויות הטעם", כלומר, אשכולות של פעילויות תרבות ותקשורת.

כדי להיטיב להבין את הקשרים בין הפעילויות השונות, ולזהות את מבנה תרבויות הטעם, בדקנו האם קיימת זיקה בין הפעילויות שונות.

בהסתמך על ספרות העוסקת בגישות שונות למושג תרבות (Zolberg, 1974; Gans DiMaggio, 1985; 1990), על מחקרים שעסקו בצריכה של תרבות ותקשורת (Csikszentmihalyi, 1972; 1986; Robinson ו-Csikszentmihalyi, 1986) וכן על מחקרים קודמים שנערכו בישראל (כץ וגורביץ, 1976; אדוני, 1992), העלינו את ההשערה כי ההיבטים העיקריים הרלוונטיים למבנה של פעילויות תרבות הם:

1. מיקום הפעילות (בבית, בחוץ, בשניהם); ו-

2. מידת ההון התרבותי הנדרש (רבה, מעטה) ובמילים אחרות, האם הפעילות היא "אליטיסטית" או "פופולרית". פעילויות המתקיימות בתוך הבית כוללות קריאת ספרים באופן כללי ומספר הספרים הנקראים; האזנה לתקליטורים/תקליטים/קלטות, מפגשים עם בני משפחה וחברים, שימוש במחשב לצורך משחק, צפייה בטלוויזיה, קריאת עתונים ומקומונים שבועיים. פעילויות המתקיימות מחוץ לבית כוללות סרטי קולנוע, הקרנת סרטים בליווי הרצאות, ערבי ספרות, יציאה לטיולים, קונצרטים של מוסיקה קלאסית, מוזיאונים, קונצרטים של מוסיקת פופ, בידור קל, תיאטרון והופעות מחול.

אשר להון התרבותי, פעילויות הדורשות הון תרבותי גבוה כוללות יציאה לקונצרטים של מוסיקה קלאסית, ביקור בתיאטרון ומוזיאונים, קריאת ספרים באופן כללי, מספר הספרים הנקראים, האזנה לתקליטורים/תקליטים/קלטות. קבוצת הפעילויות הדורשות הון תרבותי נמוך כוללת מפגשים עם בני משפחה וחברים, משחקי מחשב, צפייה בטלוויזיה, קריאת עתונים ומקומונים שבועיים.

על פי משפט המיפוי, ניתן לנסח השערה לפי קשרי הגומלין שיווצרו בין הפעילויות יהיו בשני ממדים: מיקום הפעילות (בבית, בחוץ) ומידת ההון התרבותי הנדרש (רבה, מעטה).

משפט מיפוי

נחקר (X) עוסק בפעילויות המתקיימות ב-[א - מקום הפעילות]

והדורשות הון תרבותי ב-[ב - דרגת ההון] בתכיפות גבוהה

1 - בית 1 - רב

2 - מחוץ לבית 2 - מועט

3 - בשניהם נמוכה

ניתוח המרחב הקטן ביותר (SAA) מציג את הזיקה בין הפעילויות בצורה גראפית. המרחק בין כל פעילות לכל אתה משאר הפעילויות מראה את עוצמת הזיקה ביניהן. ככל שהקשר בין צמד משתנים חזק יותר, כן המרחק ביניהם קטן יותר. חלוקת המפה על-פי הממדים מתבצעת על ידי התוקרים בהסתמך על משפט המיפוי המציג את ההשערות (גוטמן, 1968; שי, 1978).

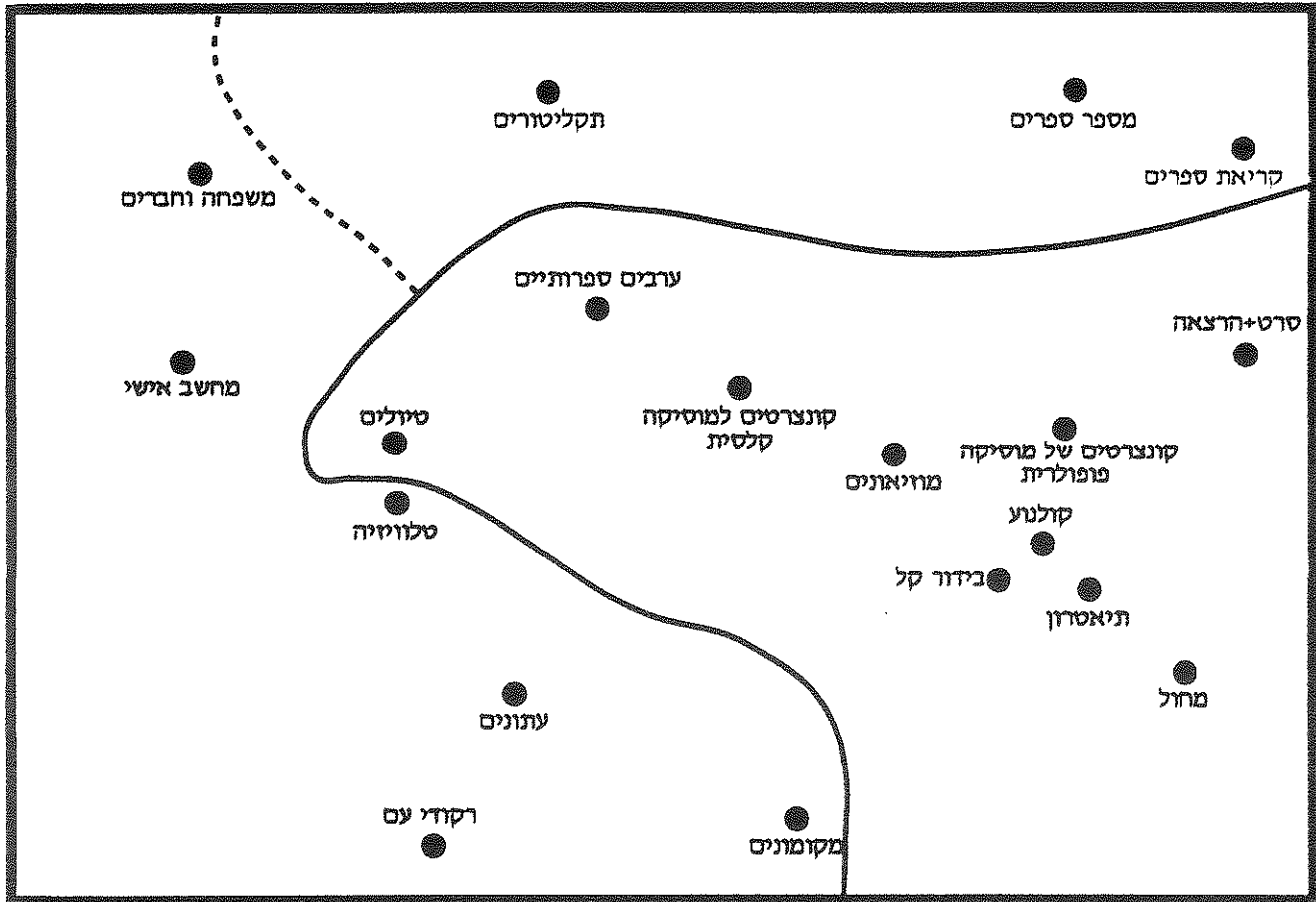
המפה מציגה הפרדה ברורה בצורת קשת בין פעילויות המתרחשות בבית לבין כאלה הדורשות יציאה החוצה. פעילויות ביתיות כגון קריאה, האזנה למוסיקה, מפגשים משפחתיים וחברתיים, שימוש במחשב, צפייה בטלוויזיה וקריאת עתונים ומקומונים שבועיים – כל אלה ממוקמות בפנינה השמאלית העליונה של המפה, מחוץ לקשת. בצד ימין של המפה, בתוך הקשת, אנו מוצאים פעילויות המתרחשות בחוץ: יציאה לטיולים, יציאה לקונצרטים, ביקור במוזיאונים, השתתפות בערבי ספרות, יציאה לתיאטרון, מופעי בידור קל, קונצרטים של מוסיקת פופ, סרטי קולנוע והופעות מחול.

במסגרת קבוצת הפעילויות המתרחשות בחוץ ניתן לזהות קבוצה של פעילויות הדורשות הון תרבותי רב. פעילויות אלה, הממוקמות במרכז המפה, כוללות ערבי ספרות, קונצרטים של מוסיקה קלאסית, צפייה בסרטים בליווי הרצאות וביקורים במוזיאונים. בפנינה הימנית בתחתית המפה נראה ריכוז של פעילויות המתרחשות בחוץ הדורשות הון תרבותי מועט: קונצרטים של מוסיקת פופ, סרטי קולנוע ובידור קל. ואולם, מן הראוי לציין כי פעילויות

סוג היישוב	ישובים ספריים		יהודים		קטבנים		מוישיבים		עניירות		ערים		יהודים	
	ערבים	ג	ג	נ	ג	נ	ג	נ	ג	נ	ג	נ	ג	נ
רמת השכלה *	ג	נ	ג	נ	ג	נ	ג	נ	ג	נ	ג	נ	ג	נ
סוג הפעילות														
פעילויות של "אמנות לעם"	44	14	40	33	42	50	37	19	32	15	39	38	37	24
קולנוע	45	36	71	29	82	50	53	27	69	56	48	23	75	46
תיאטרון	48	20	60	29	68	62	40	11	57	15	27	17	54	36
בידור קל	40	31	47	44	61	50	31	16	55	41	26	11	40	47
מוזיאון	63	54	73	63	66	62	68	46	62	37	64	49	63	46
ריקודי עם	55	67	44	31	41	100	54	80	62	33	64	49	56	76
זמרים ולהקות	58	54	55	60	55	62	58	40	59	41	49	33	61	60
האזנה לתקליטורים	89	95	96	94	87	100	86	81	89	78	92	80	92	79
קריאת ספרים	58	33	72	61	55	38	53	19	58	33	49	26	54	31
צפייה בטלוויזיה	74	87	57	80	59	75	74	92	70	85	79	83	75	86
קריאת עיתונים	96	92	92	97	93	87	97	80	95	100	98	97	94	92
קריאת מקומונים	54	54	61	48	57	62	43	43	65	52	42	49	75	62
משתתף מחשב	60	33	43	33	36	29	55	48	48	32	57	50	45	23
פעילות התנדבותית	17	21	13	16	25	25	24	19	25	7	11	6	22	13
מפגשים חברתיים	100	100	99	99	99	100	100	100	99	100	100	100	100	100
טוילים	99	97	92	88	92	87	87	97	92	89	95	94	94	76

טבלה מס' 2: שיעור הצרכנים של תרבות ותקשורת, לפי סוג היישוב ורמת ההשכלה (באחוזים).
 * השכלה נמוכה (נ); עד 10 שנות לימוד. השכלה גבוהה (ג): מעל 10 שנות לימוד.

מפת SSA (המרחב הקטן ביותר) של קשרי הגומלין בין דפוסי הצריכה של תקשורת ותרבות



מפת ה-SSA חושפת מגמה של טשטוש גבולות בין פעילויות חוץ, הדורשות דרגות שונות של הון תרבותי. כלומר, האוכלוסיה שיוצאת החוצה למטרת פעילות תרבותית מוכנה לעסוק במגוון של פעילויות הן פעילויות הנתפשות כאליטיסטיות והן אלה הנתפשות כפופולריות. זוהי ראייה לכך כי קיים "צמא" מסוים למוצרי תרבות בפריפריה, בייחוד למוצרים מבית היוצר של "התרבות העירונית", שלשם הבאתה ליושבים מרוחקים דרושה תמיכה ציבורית.

ואולם, ההבחנות בין פעילויות תרבות "גבוהות" ו"נמוכות" מתבטאות בפעילויות המתרחשות בבית. בתחום זה אנו מוצאים ראיות חותכות לנטייה לעסוק בפעילויות הדורשות מידה רבה או מועטה של הון תרבותי. במחקרים קודמים נמצאו גבולות ברורים בין פעילויות הדורשות מידה רבה של הון תרבותי לעומת כאלה הדורשות מידה מועטה של הון תרבותי, הן בבית והן מחוצה לו (Adoni, 1995; כץ וגורביץ, 1976). ממצאי המחקר הנוכחי מעידים על מגמה חדשה, לפיה הגבולות בין תרבות אליטיסטית לפופולרית בולטים יותר בתחום דפוסי הצריכה של תקשורת פנים-ביתית, ומיטשטשים כאשר מדובר בפעילויות תרבות המהיבנות יציאה מהבית.

כגון תיאטרון והופעות מחול, הנחשבות כפעילויות הדורשות מידה רבה של הון תרבותי, ממוקמות באזור ההון התרבותי המועט. יתרה מזאת, המפה מציגה קונצרטים של מוסיקה קלאסית וביקורים במוזיאונים פעילויות הדורשות מידה רבה של הון תרבותי בקירבה רבה לקונצרטים של מוסיקת פופ, סרטי קולנוע ומופעי בידור קל, הממוקמים באזור ההון התרבותי המועט, ובמרחק רב יחסית משאר פעילויות התרבות הגבוהה המופיעות במפה.

בנוסף לכך, בין הפעילויות הדורשות מידה מעטה של הון תרבותי, הממוקמות בחלק התחתון של המפה, ניתן להבחין בסמיכות בין מספר פעילויות המתרחשות בבית לבין מספר פעילויות המהיבנות יציאה החוצה. יציאה לטיולים, שהיא כמובן פעילות חוץ, ממוקמת על גבי המפה בסמוך לצפייה בטלוויזיה, ובסמיכות מסוימת למפגשים משפחתיים וחברתיים, שתיהן פעילויות המתבצעות בבתים. הסיבה לכך היא, כנראה, שלעתים קרובות אנשים עוסקים בשתיים משלוש הפעילויות האלה בו זמנית. הן צפייה בטלוויזיה והן יציאה לטיולים הנן פעילויות המתבצעות בדרך כלל בחברותה בקרב בני משפחה או חברים.

לקראת "תרבות האמצע"?

מחקר זה התמקד בתרבויות טעם ובקהלי טעם בפריפריה. מתוך ההשוואה בין הסוגים השונים של יישובי פריפריה עולה כי רמות הצריכה הגבוהות ביותר של פעילויות רבות המסווגות כפעילויות תרבות אליטיסטיות הן בקרב הציבור המשכיל יותר המתגורר ביישובים קטנים. בקרב האוכלוסייה היהודית והערבית כאחד, בעיירות וביישובים הכפריים, הביקוש לפעילויות כאלה גבוה ביותר, וקהלים אלה מנצלים עד תום את פעילויות התרבות המוצעות להם בחסות "אמנות לעם". יחד עם זאת, אין באפשרותם של קהלים אלה לגלות בררנות יתרה הם לוקחים כל מה שנמצא בהישג ידם, בין אם מדובר במוצרים של תרבות טעם אליטיסטית ובין אם מדובר במוצרים של תרבות טעם פופולרית יותר. מן הראוי לציין כי מגמות אלה נותרו בעינן גם כאשר מספר שנות הלימוד של המשיבים נשמר כגורם קבוע. כלומר, לסוג היישוב היתה השפעה מובהקת על תדירות הצריכה של מוצרי תרבות.

כל סוגי פעילויות התרבות מושפעים מאוד ממשנתו רקע דמוגרפיים. צריכת "תרבות גבוהה" מושפעת מהגיל, המין ורמת ההשכלה. נמצא כי נשים צעירות בעלות השכלה גבוהה יותר, פעילות במיוחד באשכול זה של פעילויות, הכולל ביקורים בתיאטרון ובמופעי מחול. ההשתתפות בפעילויות בידור שכיחה בקרב גברים צעירים, חילוניים, החילוניים מרבים יותר מאחרים להשתמש בטלוויזיה ובמחשב, וצריכת "תרבות גבוהה מוקלטת" כוללת במיוחד בקרב צעירים משכילים, חילוניים.

כללית, אנשים בעלי השכלה נמוכה יותר, מגלים נכונות רבה יותר להסתפק במפגשים בלתי פורמליים ובצריכה של תקשורת באמצעות טלוויזיה, רדיו ועיתונים בעוד שמי שהשכלתם גבוהה יותר חשים צורך לצאת מהבית כדי לספק את מגוון הצרכים התרבותיים שלהם. ממצא זה תואם ממצאים של מחקרים קודמים שעסקו בנושא של דפוסי הצריכה של תרבות ותקשורת (כץ וגורביץ', 1976; כץ ואח', 1999). אשר לפעילויות תרבות המתרחשות בבית, רמת ההשכלה והרקע האתני הינם גורמים בעלי השפעה לא מבוטלת על עיצוב קהלי הטעם. האנשים הפחות משכילים, בקרב האוכלוסייה היהודית והערבית כאחד, בכל סוגי היישובים צופים בטלוויזיה. בין אלה שהם בעלי מספר שנות לימוד גבוה יותר (12 ומעלה) קיימים הבדלים קלים בין יהודים וערבים. המשיבים היהודיים קוראים יותר ספרים ועיתונים בעוד שעמיתיהם הערבים עוסקים יותר במשחקי מחשב.

יש מספר פעילויות שהתגלו כשכיחות בקרב אנשים בעלי רקע שונה המתגוררים ביישובים מסוגים שונים. פעילויות אלה כוללות הן כאלה המתרחשות בתוך הבית, כגון מפגשים עם משפחה וחברים וקריאת עיתונים, והן פעילויות הכרוכות ביציאה מן הבית כגון טיולים, ביקורים במוזיאונים ויציאה לקונצרטים של מוסיקת פופ. במידה מסוימת, בדיקת המבנה של יחסי הגומלין בין פעילויות תרבות מאששת את הטענה הפוסט מודרנית בדבר שטטוש הגבולות בין תרבויות טעם אליטיסטיות לבין תרבויות טעם פופולריות. תופעה זו באה לידי ביטוי בקירבה היתרה על גבי מפת ניתוח המרחב הקטן ביותר, בין פעילויות שנחשבו מאז ומתמיד כפעילויות המחויבות הן תרבותי גבוה, לבין פעילויות המחויבות הן תרבותי נמוך, כגון קונצרטים של מוסיקת פופ ומופעי בידור קל. יש להדגיש כי תופעה זו חלה רק על דפוסי צריכה של פעילויות המתרחשות מחוץ לבית, במסגרת מופעים

שונים. בתחום הפעילויות הביתיות, שבמהלכן נעשה שימוש ב"מוצרים" משוכפלים, שעיקרם תקשורת המונים, נמצאו הבדלים ברורים בין הפעילויות ה"אליטיסטיות" לבין אלה ה"פופולריות". זה מאשש את המסקנה הראשונית, שקהלי הטעם של הפריפריה, התלויים בגופים חיצוניים המספקים להם פעילויות תרבות המתרחשות מחוץ לבית, מרוויים את צימאונם לתכנים תרבותיים באמצעות פעילויות הנימנות עם מגוון רחב של תרבויות טעם, בעוד שבבית הם יותר ברגניים, כי שם יש להם יותר שליטה אישית על היצע מוצרי התקשורת. תיתכן פרשנות נוספת והיא, שנתונים אלה מעידים על תהליך התפתחותי שאננס מכנה אותו "תרבות האמצע". זוהי תרבות טעם אשר בה הגבולות בין הרכיבים ה"גבוהים" וה"נמוכים" מיטשטשים, ופעילויות המקובלות בשתי תרבויות הטעם, זו הגבוהה וזו הפופולרית, משמשות כנקודת מפגש בין אנשים משכבות שונות בחברה. העובדה שרמת ההשכלה של כל רבדי האוכלוסייה עלתה מאפשרת מפגש זה לא על ידי פניה למכנה המשותף הנמוך ביותר כי אם על ידי יצירת תרבות האמצע שבה כולם יכולים להרגיש בנוח.

יש לציין כי במחקר זה בדקנו השתתפות בפעילויות באופן כללי, אך לא ערכנו הבחנה בין הסוגים (הואנרים) השונות הכלולות בכל קבוצת פעילויות. תועלת רבה תצמח להמשך המחקר אם ייבדק נושא זה, במטרה להבין האם כאן הגבולות בין תרבות "אליטיסטית" ו"פופולרית" עומדים בעינם, או שמא, גם במישור הזה, הגבולות הולכים ומיטשטשים.

* * *

1. "אמנות לעם" הוא מוסד ללא כוונות רווח (מלכ"ר) שנוסד על ידי משרד החינוך והתרבות.
2. קהלי היעד של "אמנות לעם" נמצאים בערים קטנות, עיירות, כפרים, מושבים וקיבוצים.
3. מצוטט אצל D. Crane (1994) Press, A. בתוך: (עורכת), בספר *The Sociology of Culture: Emerging Theoretical Perspectives*, Blackwell, אוקספורד.
4. מצוטט אצל A. Press (1994), שם.
5. הנתונים בקשר לאוכלוסייה הכללית לקוחים בחלקם מאדוני ונוסק, 1996, ובחלקם מכ"ץ ואחרים, 1992, 1999.
6. ההשוואה בין קבוצות על פי מידת זיקתן לדת תתמקד בעיקר במסורתיות לעומת החילוניים. יש להתייחס בהירות לתוצאות לגבי אלה שהגדירו עצמם אורתודוקסים או חרדים, שכן המדגם כלל משיבים ספורים הנמנים עם קבוצות אלה.
7. האוכלוסייה חולקה לקבוצות העדתיות הבאות: ילידי הארץ בני הדור השני (או יותר), ילידי הארץ ממוצא אפרו-אסיאני, ילידי הארץ ממוצא מערבי, ישראלים ילידי אפריקה ואסיה, ישראלים ילידי ארצות המערב. יש להתייחס במידת הזהירות לתוצאות הנוגעות לבעלי ההשכלה הנמוכה ביותר (0-8 שנות לימוד) בכל הקבוצות הנ"ל, כי המדגם כלל רק נבדקים מעטים הנמנים עם קטגוריה זו.
8. האוכלוסיות בסוגים השונים של יישובים מוינו בחלוקת משנה על פי רמת ההשכלה של הנבדקים: קבוצה של בוגרי 0-11 שנות לימוד וקבוצה של בוגרי 12 שנות לימוד ויותר. ההשתתפות בפעילויות תרבות נבנתה על פי אמת מידה דיכוטומית של השתתפות כנגד אי השתתפות. יש להתייחס במידת הזהירות לתוצאות הנוגעות לתושבי קיבוצים ומושבים בוגרי 0-11 שנות לימוד בשל מיעוט הנבדקים במדגם הנמנים עם שתי קבוצות אלה.

ביבליוגרפיה

- אברהם, א. (1993), התקשורת בישראל. מרכז ופריפריה: סיקורן של עיירות הפיתוח, תל-אביב, ברירות.
- כ"ץ ואחרים (1992), תרבות הפנאי בישראל: תמורות בדפוסי הפעילות התרבותית 1970-1990. דו"ח מחקר. ירושלים, מכון גוטמן למחקר חברתי שימושי.

- culture in a changing class structure. In J. H. Balfe and M. J. Wyszomirski (Eds.) *Art, Ideology and Politics*. New York: Praeger, pp. 40-57.
- Guttman, L. (1968). *A general non-metric technique for finding the smallest coordinated space for configuration of points*. *Pyschometria*, 33, 469-506.
- Katz, E. and Gurevitch, M. (1976). *The Secularization of Leisure*. New York: Faber and Faber.
- Peterson, R. (1994). Culture Studies through the production perspective: Progress and prospects. In Diana Crane (Ed.) *The Sociology of Culture: Emerging Theoretical Perspectives*. Oxford: Blackwell.
- Press, A. (1994). The sociology of cultural reception: Notes on an emerging paradigm. In D. Crane (Ed.) *The Sociology of Culture: Emerging Theoretical Perspectives*. Oxford Blackwell.
- Shils, E. (1975). *Center and Periphery*. Chicago: University of Chicago Press.
- Shye, S. (1978). *Theory Construction and Data Analysis in the Behavioral Sciences*. San Francisco: Jossey Bass.
- Strassoldo, R. (1980). Center-periphery system boundary: Culturological perspectives. In J. Guttman (Ed.) *Center and Periphery: Spatial Variation in Politics*. Beverley Hills, CA: Sage Publications.
- Whitt, J. A. and Share, A. J. (1988). The performing arts as an urban development strategy: *Transforming the central city*. *Research in Politics and Society*, 3, 155-177.
- Zolberg, V. (1990). *Constructing a Sociology of the Arts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- כ"ץ ואחרים (1999). תרבות הפנאי בישראל: תמורות בדפוסי הפעילות התרבותית 1970-1990. תל-אביב, האוניברסיטה הפתוחה (בדפוס).
- נוסק, ת. ואדוני, ת. (1997). "אני", "ישראלי" ו"אזרח העולם": הטלוויזיה בכבלים והשלכותיה על קשרים חברתיים", ב-ד. כספי, עורך, תקשורת ודמוקרטיה בישראל. הוצאת הקיבוץ המאוחד ומכון ון
- Adoni, H. (1995). Literacy and Reading in a Multimedia Environment. *Journal of Communication*, 45:2, 152-174.
- Blau, J. R. (1992). *The Shape of Culture: A Study of Contemporary Cultural Patterns in the United States*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Tastes*. Cambridge, Ma: Harvard University Press.
- Crane, D. (1992). *The Production of Culture: Media and the Urban Arts*. London: Sage.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond Anxiety and Boredom: The Experience of Play and Work and Games*. San Francisco: Jossey Bass.
- Csikszentmihalyi, M. and Robinson, R. (1986). *Culture, time and the development of talent*. In Stenberg and Davidson (Eds.), *Conceptions of Giftedness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DiMaggio, P. J. (1982). *Cultural entrepreneurship in 19th century Boston*. *Media, Culture and Society*, 4, 33-50.
- DiMaggio, P. J. and Useem, M. (1978). *Social class and art consumption*. *Theory and Society*, 5, pp. 141-161.
- Gans, H. (1974). *Popular Culture and High Culture*. New York: Basic Books.
- Gans, H. (1985). *American popular culture and high*