

ישראלים בכפר הלוקלי ובכפר הגלובלי

הזהות הלאומית במבחן הגלובליזציה

והרב-תרבותיות בעידן התקשורת הרב-ערוצית

הלל נוסק וחנה אדוני

מבוא

מרשל מקלוהן ייחס לטכנולוגיות התקשורת הדומיננטיות בחברה מסוימת השפעה מכרעת על הארגון החברתי. כך הסביר את היווצרותה של מדינת הלאום כפועל יוצא מהדומיננטיות של טכנולוגיית הדפוס באירופה לקראת שרטוט גבולות הלאומים ובהמשך חזה כי הטלוויזיה תבטל גבולות אלה בשל המאפיינים של טכנולוגיית העברת המידע המחזירים אותנו במידה רבה לעידן התקשורת האוראלית. בתוך הכפר הגלובאלי שאין בו גבולות לאומיים יחזרו העמים לחיות במסגרת שבטית. אימוץ חזון זה וחיזוקו בטכנולוגיית האינטרנט והרשת הגלובלית המעניק עצמה מרבית למשתנה התקשורת כסוכן של שינוי חברתי, במקביל להתפתחויות הכלכליות, הפוליטיות והתרבותיות העוברות על העולם המערבי בעשורים האחרונים מעלה שאלה חשובה למחקר התקשורת והחברה: מהו התפקיד שצריכת אמצעי התקשורת השונים (החדשים) – המחשב והאינטרנט והוויקיס – טלוויזיה, ספרים ועיתונים) ממלאת בתהליך ההבניה של זהויות חברתיות? האם ניתן למצוא תימוכין לתרומתן של טכנולוגיות התקשורת השונות לשינויים החברתיים המתחוללים? ומהו כיוון ההשפעה: חיזוקן של זהויות קיימות, יצירתן של זהויות חדשות או לחילופין – היעלמותן של זהויות כמו מדינת הלאום, כפועל יוצא של הפיכתן של טכנולוגיות התקשורת החדשות לדומיננטיות בחברה.

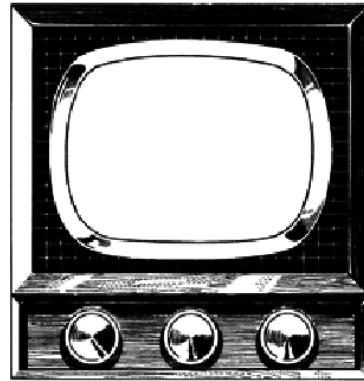
שתי מגמות חברתיות מאפיינות את סופה של המאה שעברה ואת תחילתה של המאה הנוכחית ועשויות להשפיע על תהליכי הבניית הזהויות: מגמת הגלובליזציה, המקדמת הבניה של הזהות הגלובלית באמצעות שטוש גבולות של מדינת הלאום מחד גיסא, ומגמת הרב-תרבותיות, המחזקת את התודעה וההבניה של זהויות של קהילות אתניות המתקיימות בגבולות מדינות הלאום ובעלות קשרים עם קהילות מוצא שמחוץ לגבולות מדינת הלאום, מאידך.

תהליכי הגלובליזציה ניכרים היטב בדמוקרטיה ליברלית בתחומי הכלכלה, התיירות ומעל הכול בתחום התקשורת. הגלובליזציה גורמת לחצייה של גבולות מדינות הלאום או אף התעלמות ממנה. היא מוצאת את ביטויה במסחר הבינלאומי, כאשר אותם מותגים, דוגמת "אדידס", "נייקי", "מקדונלד'ס" ואחרים מוצעים ומשווקים לקהל הצרכנים

בעולם כולו, ותיירות בינלאומית מאפשרת ליותר ויותר אנשים לבקר בארצות שונות. יתר על כן, רעיונות פוסט-מטריאליסטיים מציעים אתוס חדש המתמקד בשמירה על איכות הסביבה של כדור הארץ, ומעל הכול הולכת וגוברת החשיפה לתקשורת שערוציה גלובליים ומתעלמים מן הגבולות של מדינות הלאום של קהלי היעד שלהם (Levitt, 1983; Morley & Robins, 1995; Schlesinger, 1993; Sreberny-Mohammadi, 1996).

מגמת הרב-תרבותיות צמחה בתוך אקלים תרבותי הדוגל במתן הכרה, בביטוי עצמי ובשאיפה למעמד שווה לתרבויות מיעוט ביחס לתרבות הרוב. המושג קהילות מיעוט כולל בתוכו קבוצות מסוגים שונים; חלק מהקהילות מבוססות על מוצא משותף, אחרות מבוססות על שפה ותרבות משותפת ונוספות על דת משותפת. כאשר כל אלה משותפים לאותה קבוצה חברתית היא הופכת לקהילה אתנית מובהקת. יש קהילות המשלימות עם היותן מיעוט ומבקשות להכיר בזהותן הייחודית ולטפח את תרבותן בצד הרוב ההגמוני, ויש המבקשות להיבדל מן הרוב ולהקים מסגרת אוטונומית ואף מדינת לאום נפרדת. התפרקות הגוש המזרחי ותהליכי ליברליזציה במדינות הלאום הקיימות, העלו על פני השטח תביעות ישנות וחדשות. בחלק מן המדינות, כמו בבריה"מ לשעבר וביוגוסלביה, הגיעו תביעות אלה לכלל מימוש תוך פירוקן של המדינות הקיימות למדינות חדשות. במדינות אחרות, כמו ספרד ואיטליה, התחזקו תביעות ישנות לאוטונומיה תרבותית ואף טריטוריאלית. בצד הקהילות האתניות הוותיקות, צמחו, החל ממחצית המאה הקודמת, קהילות מיעוט אתניות חדשות. בעקבות תהליכי הדה-קולוניזציה והגלובליזציה של שוק העבודה הגיעו למדינות לאום הומוגניות מהגרים בעלי זהות אתנית ותרבותית שונה, כמו למשל, ההודים והפקיסטנים בבריטניה והטורקים בגרמניה.

שתי המגמות, גלובליזציה ורב-תרבותיות, עשויות להיות מושפעות מן השימוש במערכות התקשורת הרב-ערוציות. מערכות אלה מאפשרות למשתמשים בהן חופש מן התלות במידע שמפיעה מדינת הלאום וחושפות אותם לתכנים המופצים על-ידי ערוצים הפונים לקהל על-לאומי. הן משחררות את המיעוטים האתניים



עידן התקשורת הרב-ערוצית

ובכך יצר תשתית תרבותית להתהוות מערכות פוליטיות חדשות, הלא הן מדינות הלאום. לדומיננטיות של הטלוויזיה, התנבא מקלוהן, תהיה על כן גם השפעה על המבנה החברתי והפוליטי של העולם המורכב בעיקרו ממדינות לאום. הטלוויזיה תביא לידי טשטוש גבולות הלאום, להפיכתו של העולם למעין כפר גלובלי ולחזרה לשבטיות ולאורליות שאפיינה את המערכת החברתית והפוליטית בתקופה שקדמה להמצאת הדפוס.

המחקר ההיסטורי מלמד כי ספרים וספרות בשפות הלאומים היוו במשך מאות שנים בסיס להבניה של זהויות לאומיות. הקריאה בתכנים אלה הייתה פעולה חברתית הכרחית הן במשך תהליך החיברות של בני הדור הצעיר והן כנכס תרבותי בר־קיימא של כל אדם שביקש להשתייך למדינת הלאום. בספרו "קהילות מדומיינות" בנדיקט אנדרסון (אנדרסון, 2000) מפתח את טיעונו של מקלוהן על הקשר בין הדפוס והספר לבין התפתחותן של מדינות הלאום האירופיות באמצעות מיסודן של שפות הלאום, הפצתן והפיכתן ל"שפות של כוח". כתוצאה מכך טקסטים שנכתבו בשפות אלה הפכו לנכסי צאן ברזל של התרבות הלאומית וסיפקו בסיס לאינטגרציה חברתית ולזהות פוליטית של מי ששייכים למדינת הלאום.

אימוץ הגישה הטכנולוגית כמסגרת תיאורית, יביא להשערות על החלשה של הזיקה של צרכני המדיה החדשים למסגרת הלאומית וחזיון הקשר עם הקהילה הגלובלית מצד אחד ועם הקהילה האתנית מצד אחר. זאת בשל הירידה הפוטנציאלית במעמדו של הדפוס כמדיום המרכזי של תקשורת בחברות המודרניות או הפוסט־מודרניות המערביות ובשל הדומיננטיות של הטלוויזיה וחזירתו המהירה של האינטרנט בארצות המערב.

בניגוד לגישה הטכנולוגית, הגישה הפונקציונאלית מייחסת את העוצמה לחברה ולצרכני תקשורת העושים שימוש באמצעי תקשורת למילוי צרכים חברתיים שונים הן ברמת המאקרו של המערכת החברתית והן ברמת המיקרו של הפרט (כ"ץ ואחרים, 2000; Rosengren & Windahl, 1972; Katz & Adoni, 1973; Blumer & Katz, 1974; Rosengren, Palmgreen & Wenner, 1985; McQuail & Windhal, 1993).

מן התלות בממסד ומאפשרות להם לזכות באוטונומיה יחסית בתחום התקשורת תוך כדי מתן אפשרות לשמירה על קשר שוטף ויום־יומי עם ארצות המוצא או עם ארצות קרובות מבחינת השפה והתרבות. במצב זה יש פוטנציאל רב לקונפליקטים בין הקבוצות האתניות השונות עד כדי סיכון יציבותה של מדינת הלאום וכפי שצוין לעיל, במקרים קיצוניים, כמו אלה של יוגוסלביה ובריה"מ לשעבר, אף התפרקותה המוחלטת (Schudson 1994; Tamir, 1998; Morely and Robins, 1995; Geertz, 2000).

בניגוד לכך, ייתכן תרחיש שונה, שעל פיו המציאות החברתית וסביבת התקשורת החדשה עשויות להגביר את היכולת של פרטים לאמץ זהויות חברתיות מרובות. על־פי סטיוארט הול (Hall, 1989; 1991; 1993) זהויות כפולות או מרובות, מהוות את תמצית קיומו החברתי של המהגר המודרני. כבר בשלב מוקדם יחסית של חדירת טכנולוגיות חדשות של תקשורת, כמו טלוויזיה בכבלים, למדנו כי חשיפה לתכנים של תקשורת גלובלית תורמת ליצירה של תחושת השתייכות לקהילה גלובלית, שלא על חשבון תחושת ההשתייכות למדינת הלאום. הוזהות האינדיווידואלית היא המקשרת בין הזהות הלאומית לבין זו הגלובלית (Nossek & Adoni, 1996; אדוני ונוסק, 1997).

כמקרה בוחן לשאלות כלליות אלה בחרנו לעסוק בחברה הישראלית המתמודדת עם השינויים הנובעים מתהליכי הגלובליזציה והגברת הרב־תרבותיות, במקביל להיחשפות להיצע התקשורת החד – מעין מעבדה של מדינה אחת.

מסגרת תיאורית – התקשורת כסוכנת של שינוי חברתי

המסגרת התיאורית של המאמר משלבת בין שתי גישות מרכזיות בחקר התקשורת: הגישה הטכנולוגית והגישה הפונקציונאלית. הגישה הטכנולוגית לחקר התקשורת – אסכולת טורונטו – המבוססת על הגותם של החוקרים הקנדיים הרולד איניס (Innis, 1951) ותלמידו המפורסם מרשל מקלוהן (McLuhan, 1962), טוענת לקשר בין הטכנולוגיה ללאומיות. אליבא דמקלוהן, הדפוס סייע במיסודן של שפות העממים השונים ובהפצתן,

למציאות החברתית בה הוא חי. הגישה, שמנסהיה הם קבוצה של חוקרים אירופאים, מכונה על-ידי "שימושי מדיה כפעולה חברתית" (Media Use as Social Action – MASA) (Reckstorf & McQuail, 1996; Reckstorf, McQuail & Jankowski, 1996; Reckstorf & Wester, 2001).

לפי גישה זו, הפרט, בעל האפיונים החברתיים והתרבותיים הייחודיים לו, יוצר באמצעות החשיפה למציאות סימבולית את המציאות הסובייקטיבית, המאפשרת לו לפעול במציאות החברתית ולתרום לעיצובה (Adoni & Mane, 1984).

השילוב החדשני בין הגישה הפונקציונאלית הקלאסית של "שימושי וסיפוקים" לבין גישות המדגישות את הפרשנות האישית "תיאורית ההתקבלות" (Press, 1994), בתוך מסגרת חברתית-תרבותית מוגדרת של צריכת תקשורת, הביא גם חידוש מתודולוגי – שילוב של מחקרים המבוססים על סקרים של קהלים ועיבוד סטטיסטי של הנתונים, עם מחקרים הבודקים את המשמעות של הפעולה החברתית של צריכת התקשורת באמצעות שיטות איכותניות בקרב קהלים קטנים יחסית (Renckstorf & Wester, 2001) כמו קבוצות מיקוד וריאיונות עומק.

במאמר זה התמקדנו בבחינת תפקידה של צריכת תקשורת בתהליך ההבניה של זהויות חברתית של הפרט. על אף ריבוי ומגוון ההגדרות של זהות חברתית נסתפק כאן בהגדרה של זהות כתחושה המבוססת על הרגשת השתייכות לקהילה מסוימת, תהיה זו קבוצה מעמדית, מגדרית או אתנית, הרגשה של גורל, אינטרסים וערכים משותפים. במקרה של קהילה אתנית, מתקיימים מרכיבים נוספים של זהות כגון אפיונים פסיים, שפה, מערכת ערכים ונורמות התנהגות (סמוחה 1993; Hall, 1989). העבר הוא מרכיב חיוני של כל זהות מאחר שהזהות לעבר הזמן מתבססת על זיכרון. זהויות של קבוצה, כגון מדינת לאום או קהילה אתנית, מבוססות על זיכרון קולקטיבי המהווה מערכת של ייצוגים ועמדות כלפי העבר המשותף לחברים באותה קבוצה (Halbwachs, 1992).

זהויות החברתית של הפרט היא תוצר של הבניה חברתית ופוליטית (Gillis, 1994) וככזו היא מושא למשא ומתן חברתי מתמיד המתרחש במרחב תחרותי שבו קבוצות שונות מנסות להשליט את דעתן באמצעים שונים, וביניהם כל אמצעי התקשורת הממלאים תפקיד מרכזי בתהליך זה.

ישראל כמקרה בוחן

בישראל, כמו ברבות ממדינות העולם המערבי, נמצאת כיום המסגרת הפוליטית המקובלת של מדינת לאום, המבוססת על קהילה אתנית, תרבות הגמונית, גופים פוליטיים ואזרחיים ומערכת כלכלית, התחומים בתוך גבולות מוכרים, במצב מורכב, ויש כאלה הטוענים כי יש סכנה ממשית לעצם קיומה.

מבקרי הגלובליזציה בישראל (ארנון וחנין, 2004; רם, 2005), הצביעו על ההשלכות החמורות העולות להיגרם לחברה הישראלית ככלל ולפרטים החיים בה כתוצאה מגידול הפערים בין קבוצות שונות בחברה, פגיעה בלכידות החברתית ובעצמאותו של הפרט. בדומה להגותו של אנתוני גידנס (גידנס, 2000) גם הם מציעים דרכים

מחקרים המבוססים על גישה זו מלמדים שכל אמצעי תקשורת מתמחה בסיפוק סוגים מסוימים של צרכים, וכך נוצרת חלוקת עבודה פונקציונאלית ביניהם (Adoni, 1985; Neuman, 1986, 1991). מחקרים אלה גם הדגימו את תופעת התחליפות בין אמצעי התקשורת השונים. כאשר התחליפות הפונקציונאלית בין שני אמצעי תקשורת נמוכה (דהיינו, ממלאים צרכים שונים), יש סיכוי ששניהם ימשכו להתקיים לאורך זמן זה לצד זה (Himmelweit & Swift, 1976; Katz, Gurevitch & Hass, 1973). למסקנות דומות הגיעה גם נוימן באמצעות תיאוריה סינרגטית (synergy), לפיה צרכני תקשורת מפתחים יכולת לבחור בין מדיה שונים, ולנצלם במידה אופטימאלית לסיפוק הצרכים הייחודיים שלהם.

הביקורת על מחקרי "השימושי והסיפוקים" כוונה לכך שרובם ככולם התבססו על גישה פוזיטיביסטית וכמותית. נגד הגישה נטען שהיא "פסיכולוגית" מדי ומתייחסת לצרכיו של הפרט בלבד, ועל כן קשה להסביר באמצעותה סוגיות בעלות אופי חברתי כללי. יתר על כן, רוב רובם של מחקרים אלה התמקדו בהערכות הצרכנים את אמצעי התקשורת השונים והזניחו במידה רבה את תוכני התקשורת המגוונים המועברים באמצעותם. נוסף לכך נטען, שההנחה המתודולוגית המרכזית של הגישה, לפיה הפרטים מסוגלים להעריך את התרומה של אמצעי התקשורת למילוי צרכיהם, איננה משכנעת דיה, ומבקריה מפקפקים אם אכן אפשר להבין באמצעותה מהי המשמעות של צריכת תקשורת עבור קהל הצרכנים.

התיאוריה של ההתקבלות (reception theory) הוצעה כאלטרנטיבה לחקר הקהלים בגישה הפונקציונאלית, בעקבות פריחתן של גישות סמיוטיות ופרשניות אשר התמקדו בחקר הטקסט, השיח והנרטיב הדומיננטי בחברה. זוהי תיאוריה אינטרדיסציפלינרית שהושפעה ממחקרים סמיוטיים ומה"ביקורת המתכוונת לקורא" (reader oriented criticism) כפי שנוסחה על-ידי אלן (Allen, 1987), אך גם על-ידי חקר "השימושי והסיפוקים" (Press, 1994). התיאוריה הציעה לנתח את הטקסט בלי לוותר על הקונטקסט הרחב של צריכת תקשורת והדגישה את יכולתו של הקורא לפענח את התכנים ולהעניק להם משמעות אידיוסיןקרטית. דרכי ההבניה של המציאות על בסיס קריאת טקסטים אלה מותנות ברקע החברתי של צרכני התקשורת, במעמדם בחברה, בדרכי החיברות שחוו ובמערכת הערכים המכוונת את הקורא במתן המשמעות לטקסט.

כיום, בפרספקטיבה ארוכת טווח, מסתמנת הערכה מחודשת של הגישה הפונקציונאלית לחקר התקשורת. בסקירה מקיפה, דוחה מקוויל (McQuail, 2001) חלק מן הביקורת, וטוען שעל בסיס גישת השימושי והסיפוקים נערכו מחקרים רבים שתרמו להבנת השימושי שצרכני התקשורת עושים בתקשורת כאשר לרשותם עומדים אמצעי תקשורת רבים ושונים. כתוצאה מאימוצן המהיר של טכנולוגיות תקשורת חדשות, ניכרת לאחרונה התחדשות העניין בגישה זו, הנראית כמתאימה במיוחד לחקר הסביבה התקשורתית הרב-ערוצית.

מקוויל גם שותף בעשור האחרון לפיתוחה של גישה הרואה בכל סוג של צריכת תקשורת פעולה חברתית, ששותפים לה שחקנים אנושיים אחרים והיא מאפשרת לפרט להעניק משמעות סובייקטיבית



ראשית עידן המחשב

אתניות וגיאוגרפיות מגוונות. זאת בנוסף לגלישה לאתרים באינטרנט המציעים תכנים טקסטואליים, אודיאליים ואודיו ויזואליים מגוונים (Nossek & Adoni, 1996; Adoni & Nossek, 2001). על רקע זה נבחן במאמר הנוכחי את התרומה של השימוש באמצעי תקשורת ותיקים וחדשים: הקריאה בספרים ובעיתונים, הצפייה בטלוויזיה והגלישה באינטרנט, להבניה של זהויות חברתיות הרלוונטיות לישראלים: הזהות הגלובלית, הזהות היהודית, הזהות הישראלית וזהויות אתנו-תרבותיות.

אוכלוסיות המחקר ושיטות המחקר

במטרה לבחון את שאלות המחקר ערכנו סקר טלפוני בספטמבר 2001 בקרב 520 מרואיינים שהיו מדגם מייצג של האוכלוסייה היהודית העירונית הבוגרת מגיל 21. בנוסף לכך, התקיימו דיונים בתשע קבוצות מיקוד שכל אחת מהן כללה 10-12 משתתפים: גברים ונשים, בגילאים שבין 20 ל-60+, מקבוצות אתנו-תרבותיות שונות, מאזורים גיאוגרפיים שונים, מרמות השכלה שונות ומדרגות שונות של דתיות. הדיונים התנהלו על פי שאלון מובנה למחצה אשר נגע בשאלת הזהויות וכן בתכיפות ובאופני השימוש באמצעי תקשורת. הדיונים הוקלטו, תומללו ושימשו בסיס לניתוח תגובות הנבדקים. ממצאי הסקר המוצגים להלן מבוססים על התשובות ל-4-5 שאלות ביחס לכל מדיום, שלגביו השיבו המרואיינים לשאלות באיזו מידה עוזר להם השימוש לחזק קשר לקבוצה חברתית מוגדרת המשמשת בסיס להבניה של זהות (החברה הישראלית, העם היהודי, הקהילה הגלובלית והקהילה האתנו-תרבותית) באופן קוגניטיבי, אפקטיבי ואינסטרומנטלי (פירוט השאלות מפורט בהערה ביחס לכל אחת מן הקבוצות הנחקרות: הזהות הישראלית, הזהות היהודית, הזהות

לתיקון ומציאת "דרך שלישית" של קפיטליזם המרוכך בחמלה אנושית ובמודעות חברתית.

התגברותה של המגמה לרב-תרבותיות בחברה הישראלית מתרחשת על רקע ערעור העקרונות של "קיבוץ גלויות" ו"כור ההיתוך" שהיו מרכיבי מרכזי באידיאולוגיה הציונית ומדיניות תרבות מוצהרת במשך מרבית שנות קיומה של המדינה. כל אמצעי התקשורת נטלו חלק חשוב ומודע בתהליך זה, כאשר ספרים, עיתונים, תכניות רדיו ותכניות טלוויזיה כווננו במיוחד לסיוע בתהליך האימוץ של הזהות הישראלית. בשנות השמונים של המאה הקודמת, עברה ישראל, כמו ארצות הגירה אחרות, שינוי חברתי-תרבותי כאשר המגמות של הגלובליזציה והרב-תרבותיות לא פסחו גם עליה וסייעו בקידום ובטיפוח התפיסות החדשות של "קערת הסלט" שהחליפו את התפיסה של כור ההיתוך (קימרינג, 1998; נוסק, 2002). מגמת הרב-תרבותיות בולטת בישראל במיוחד ביחס לשתי קהילות: המיעוט הערבי, שהוא מיעוט אתני, דתי ותרבותי והעולים מבריה"מ, שהם חלק מהרוב היהודי אך מתבדלים בשפתם ובשאיפתם לשמר את תרבות ארץ המוצא שלהם. במחקר על תרומת התקשורת לגיבושן של קהילות אלה נמצא שהתקשורת ממלאה תפקיד מרכזי במשא ומתן בין המיעוט לרוב ובגיבוש הזהות הישראלית המשותפת (Adoni, Caspi, & Cohen, 2002).

במקביל, בתחילת שנות התשעים של המאה העשרים, אחרי עשרות שנים של מערכת תקשורת מונופוליסטית, התפתחה בישראל מערכת תקשורתית רבי-ערוצית המציעה לקהלי הצרכנים מגוון של תכנים בשפות שונות וממקורות תרבותיים רבים ושונים. כיום, מערכת התקשורת החדשה מאפשרת לישראלים צפייה בערוצי לוויין גלובליים ושל מדינות אחרות בשפות המקור, במבחר של ערוצים ארציים בשפה העברית, כמו גם בשידורים לוקליים הפונים לקהילות

רוב רובם של הנחקרים ציינו שהצפייה בטלוויזיה מסייעת להם להתעדכן במה שקורה בחברה הישראלית. כשני שלישים מן הנחקרים העריכו שהצפייה בטלוויזיה מסייעת להם בהרגשת ההשתייכות לחברה הישראלית, במידע על תפקוד הממשלה ובהבנת האירועים השוטפים. קרוב למחצית מהמרוויינים אמרו שהצפייה עוזרת להם להחליט בעד מי להצביע בבחירות. מסתבר שהצפייה בטלוויזיה תורמת לפיתוח כישורים החשובים להשתתפות בתהליך הדמוקרטי, כמו גם אפשרות של פיקוח ובקרה על פעולות השלטון.

הצפייה בשלוש סוגות טלוויזיוניות מרכזיות צוינה על-ידי משתתפי קבוצות המיקוד כתורמות לחיזוק הזהות הישראלית. הסוגה הראשונה כוללת סדרות ישראליות וסרטים ישראלים, ללא קשר לאיכותם. תרומתם מנומקת בכך שהם מחברים את הצופה לחוויות שלו בעבר או בהווה, חוויות ישראליות במהותן ולא בהכרח אוניברסאליות. לסוגה זו שייכות סדרות כמו "טירונות", "שבתות וחגים" ועוד. הסוגה השנייה היא שידורי ספורט שבהם מתמודדת ישראל עם קבוצות זרות וכן תכניות של טיולים בארץ וכדומה. הסוגה הטלוויזיונית השלישית כוללת חדשות ברשתות ישראליות וחדשות ברשתות זרות. בעת מתח ביטחוני ומצבי חירום צופים בתכניות אלו כדי לדעת מה חושבים עלינו או לעתים כדי לדעת יותר טוב מה קורה אצלנו. בשני המקרים המניע איננו חיבור לעולם אלא חיבור לישראל ממקורות חיצוניים.

על אף שהקריאה בספרים מדורגת במקום השלישי כעוזרת להבניית הזהות הישראלית, ניתן להפיק מדברי המשתתפים תובנות מעניינות ביחס לתרומתה. כאשר הספרים הנקראים עוסקים בהיסטוריה, באישים ובנופים הפיזיים והאנושיים של החברה הישראלית, הקריאה תורמת לזהות הישראלית. זה קורה באמצעות שרשרת האסוציאציות המייחדת את מי שגדל בישראל ומחובר להוויה הישראלית. כפי שהתבטאה אחת המשתתפות (אורנה, בשנות ה-40, אקדמית): "יש לי העדפה לספרות המקורית, עברית מקורית, זה החיים שלנו פה וזה מדבר אליי יותר מאשר כל סופר ממקום אחר שעבר תרגום".

הקריאה בספרים של סופרים ישראלים תורמת, על-פי משתתפי קבוצות המיקוד, לחיזוק הזהות הישראלית. כפי שאמרה אותה משתתפת בהמשך: "באופן כללי אני מעדיפה סופרים ישראלים. א.ב. יהושע למשל... הם מדברים בשפתנו ומצליחים לגעת".

למצאי הסקר, שעל-פיהם חלק נכבד מהמרוויינים המחוברים לאינטרנט עושים בו שימוש להבניה של הזהות הישראלית, ניתן למצוא חיזוק בקבוצות המיקוד. ההסבר מתייחס לשימוש בשפה העברית וכן לסוג המידע הנדרש שניתן למצוא באתרים ישראלים. ובשפתם של המשתתפים: בצלאל (34, אקדמית): "יותר קל לקרוא בעברית. רוב האתרים אליהם אני נכנס הם ישראלים" וגם: "רוב האתרים שאני נכנס הם IL. בחרתי אתרים שהייתי שם – ברובם אלה אתרים בארץ. בשביל האינפורמציה שאני צריך מספיקים לי אתרים ישראלים" (גדעון, 45, אקדמית).

לסיכום, השפה והתכנים הישראלים בכל אחד מכלי התקשורת מבנים ומחזקים את הזהות הישראלית. הקריאה בעיתונים והצפייה בטלוויזיה הוערכו כתורמים יותר מכל הפעילויות האחרות להבניית זהות זו. הקריאה בספרים היא במקום השלישי, כאשר גם לגביה

הגלובלית והזהות האתנו-תרבותית). תשובות המשתתפים בקבוצות המיקוד ביחס לכל אחת מן הזהויות, מובאות גם הן בהתייחס לכל אחת מן הקבוצות כאמצעי להעמקת ההבנה של סוג הסיוע שכל אחד מאמצעי התקשורת תורם למשתמשים בו בעניין זה.

ממצאים

צריכת תקשורת והבניית הזהות הישראלית¹

הקריאה בעיתונים צוינה על-ידי שיעור גבוה ביותר של מרוויינים כתורמת להבניה ולחיזוק הזהות הישראלית. הצפייה בטלוויזיה והקריאה בספרים תופסים את המקומות השני והשלישי. באופן מפתיע, אולי, נמצא שכ-43% מעריכים שהגלישה באינטרנט עוזרת להם להבניית הזהות הישראלית (ראו לוח 1).

לוח 1: ממוצע של אחוז המשיבים שהעריכו שפעולות של צריכת תקשורת תורמות להם להבניה של זהויות חברתיות

פעולה של צריכת תקשורת	קריאה ספרים (N=430)	קריאה עיתונים (N=276)	צפייה בטלוויזיה (N=376)	גלישה באינטרנט (N=156)
החברה הישראלית	49	72	60	43
העם היהודי	61	47	54	24
הקהילה הגלובלית	43	48	52	52
הקהילה האתנית	32	28	32	24
ממוצע כללי	46	49	50	36

הניתוח של תוכני השיחה בקבוצות המיקוד מעלה תובנות מעניינות באשר למניעים ולמשמעויות של פעולות אלה להבניה של זהויות חברתיות. המאפיין הבולט ביותר המלמד על הקשר שבין הקריאה לחברה הישראלית הוא השפה. משתתפים בקבוצות המיקוד אמרו כי העובדה שהם קוראים בשפה העברית היא המקור להרגשה שהקריאה מחברת אותם לזהותם הישראלית. כפי שהתבטאה אחת המשתתפות: "בעברית זה הסגנון שלנו, אתה נכנס לדמות. בשפה אחרת – אני לא אשחה בחומר. לקרוא בעברית – אני מרגישה ישראלית" (איריס, 38, על-יתכונת). משתתפים בקבוצות המיקוד ציינו כי הם קוראים עיתונים כדי להתחבר למציאות היום-יומית ובכך לדעת, להרגיש ולהתנהג כישראלים ואף לקבל מידע שיעזור להם לגבש את עמדתם כיצד להצביע בבחירות. כפי שהתבטאה איריס: "אני מנויה לידעיות". קוראת כדי להיות שייכת".

גם הצפייה בטלוויזיה, על-אף האפשרויות הטמונות בה לפיתוח הזהות הגלובלית, הוערכה על-ידי שיעור גבוה ביותר של נחקרים כתורמת להבניית הזהות הישראלית. הצפייה מעניקה לצופיה רגשות של השתייכות והשתתפות בחברה הישראלית. ובמילותיה של אחת המשתתפות בקבוצות המיקוד (רחל, 54, אקדמית): "פטריוטיזם, גאווה יחידה. טלוויזיה מעוררת יותר רגשות כאלה".

השפה והתוכן הם המסבירים המרכזיים למשמעותה של התרומה לחיזוק הזהות הישראלית.

צריכת התקשורת והבניית הזהות היהודית²

הקריאה בספרים מסייעת יותר מכל פעילות אחרת של צריכת תקשורת להבניית הזהות היהודית והזיקה למורשתו של העם היהודי. זאת הערכתם של מעל שני-שלישים מן הנחקרים הן לגבי המרכיבים הקוגניטיביים של זהות זו (ללמוד על ההיסטוריה ועל השואה של העם היהודי) והן לגבי הרגשת ההשתייכות ושמירה על מסורת יהודית. הצפייה בטלוויזיה גם היא הוערכה על-ידי יותר ממחצית המרואיינים כמסייעת בהבניית של זהות זו, וכמחצית העריכו כי גם הקריאה בעיתונים מסייעת להם בכך. האינטרנט נמצא כמסייע לחיזוק זהות זו רק על-ידי פחות מרבע מהאוכלוסייה (ראו לוח מס' 1), אם כי ייתכן מאוד שהשימוש בו למטרה זו יגדל באופן משמעותי בעתיד.

השיחות עם משתתפי קבוצות המיקוד מלמדות כי קריאת ספרים על השואה היא אחת הדרכים להבניה ולחיזוק הזהות היהודית של חילוניים ודתיים מכל עדות ישראל. כך, למשל, מתארת זאת אחת המשתתפות ירדנה, (40, על-יתכונות): "ספרות שואה – בגיל 20 (באתי מבית ספרדי, עיראקי) השואה לא דיברה אלינו. נישאתי לקיבוצניק אשכנזי שהוריו ניצולים. פתאום ראיתי אנשים שעברו את זה, חמותי שאוספת לחם. ואז – קצטניק באובססיביות. זה היה להכאיב לעצמך. עשיתי כמה מפגשים ביד ושם. זה מחבר אותי לכאב, אולי". ומשתתפת אחרת, עליזה, (50, אקדמית): "קראתי מתוך הזדהות. גרתי בשכונה שרוב תושביה היו ניצולי שואה. המשפחה של הורי נספו בשואה. גם היום חושבת שמאוד חשוב לקרוא כדי לא לשכוח".

מן השיחות בקבוצות עולה תופעה נוספת, לחלק מן הקוראים קל יותר להתחבר לנושא השואה באמצעות סיפורים מאשר באמצעות תיעוד היסטורי. כתוצאה מכך תורמת דווקא הקריאה בספרות יפה על השואה לחיזוק הזהות היהודית. כך מתארת זאת משתתפת נוספת, עליזה, (52, אקדמית): "הגעתי לזה דווקא הפוך. גדלתי בסביבה בלי שום קשר לשואה ונורא רציתי לפענח את התעלומה הזו – איך זה בעצם קרה. חשבתי המון מה היה קורה לי אם הייתי שם. בלעתי כל ספר של קצטניק, זילברמן, קיכלי. שותפה לזה שאסור לשכוח את זה. אני לא אוהבת לקרוא היסטוריה או ביוגרפיות אלא סיפורים שמשלבים". וגם צילה (55, אקדמית): "מתי התחלתי לקרוא בנושא השואה? כשהתחלתי להיות מורה. היה לי קשה לקרוא חומר תיעודי אז התחלתי לקרוא. מאוד קשה לי לראות סרטים בנושא שואה. תשלח אותי לספר – לא תהיה לי בעיה".

לסיכום, קריאת ספרים תורמת יותר מכל פעילות אחרת להבניית הזהות היהודית ולחיזוקה, כאשר ספרות השואה תורמת יותר מכל סוגה ספרותית אחרת. דווקא הספרות היפה על נושא קשה זה נתפסת כנגישה יותר לחלק מן הקוראים מאשר ספרות העיון הקשה יותר לעיכול. הטלוויזיה והעיתונים נמצאו בסקר כתורמים אף הם לזהות היהודית. נראה שתורמתה של הטלוויזיה היא בסדרות וסרטים שעסקו בנושא השואה באופן בדיוני או דוקומנטארי כמו "שואה" של לנצמן וסדרת הטלוויזיה "שואה". האינטרנט מוערך כנמוך ביותר בתרומה לזהות זו וכן לא נמצא לכך כל ביטוי בקבוצות המיקוד.

צריכת תקשורת והבניית הזהות הגלובלית³

השערותנו כי הגלישה באינטרנט תתרום באופן מיוחד להבניית הזהות הגלובלית אוששה באופן ברור בממצאינו. מעל מחצית מהנחקרים ציינו את האינטרנט כמדיום המסייע להם לחיזוק זהות זו. יחד עם זאת, יש לציין שהצפייה בטלוויזיה הרב-ערוצית עדיין תורמת תרומה זהה לפחות לזהות הגלובלית. קיום הקשר עם אנשים בארצות אחרות באמצעות האינטרנט הוא המרכיב היחיד של הזהות הגלובלית שצוין על-ידי אחוז גבוה ביותר של הנחקרים. את הזיקה שבין השימוש באינטרנט והבניית הזהות הגלובלית ביטאה משתתפת בקבוצות המיקוד במילים האלו (אורנה, 40, אקדמית): "בעבודה, העמוד שהיה נפתח היה ה"ניו יורק טיימס". זוכרת את העמוד הראשון ב"11 בספטמבר. הייתה כתבה שקראתי והפצתי לחברים. קוראת אנגלית חופשי. ועכשיו כשלומדת ספרדית נכנסת לעיתון בספרדית. כמעט ולא רואה טלוויזיה".

ה"מטיילים בעולם" באמצעות הצפייה בטלוויזיה מתארים כך את ההבניה של הזהות הגלובלית. ניסים, (36, אקדמית): "כדי לשמוע באנגלית. מטייל בעולם עם השלט". וחדווה, (52, אקדמית): "רואה CNN. זה באנגלית אז לומדים שפה... אקטואליה באנגלית. מעשיר את הידע על מה שקורה בעולם". וגרשון, (41, אקדמית): "משלט הרבה בין הערוצים הזרים. מאוד אוהב תחרויות ידע. מאוד מעניין לראות אותן בערוצים הזרים. אתה לומד על תחומי ידע של אנשים בארצות אחרות. מעניין אותי ההבדל בין ה"מיליונר" הישראלי למרוקאי. מעניין אותי מה יודעים, מה שואלים". ונסכם בדבריה התמציתיים של רותי, (50, אקדמית): "מביא את העולם אלינו הביתה".

מעניין לציין כי גם בעידן הרב-ערוצית והשימוש הנרחב באינטרנט, עדיין תורמת הקריאה בעיתונים ובספרים להבניה ולחיזוק של הזהות הגלובלית. כפי שביטאה זאת באופן קולע אחת המשתתפות בקבוצות המיקוד (עליזה, 52, אקדמית): "ספרות מתורגמת לוקחת למקומות אחרים אבל מאוד אוהבת לקרוא על מקומות שמכירה – ארה"ב, אנגליה". או כפי שהתבטא משתתף אחר (אלכס, 27, אקדמית, עלה לפני 12 שנה מבריה"מ לשעבר): "לספר אין מולדת. סופר לא משנה מאיזה מדינה, מתרגמים את הספר ואנשים נהנים מן הספר בכל מיני מקומות".

ומשתתף נוסף ביטא אותו הרעיון באופן מיוחד (עדו, 27, אקדמית): "... אוהב לשקוע במין עולם אחר ולכן נמשך לספרים שמתארים אווירה אחרת, תרבות אחרת, מקומות אחרים בעולם".

לסיכום, הממצא הבולט ביחס לשימוש בתקשורת להבניית הזהות הגלובלית הוא השוויון בין הגלישה באינטרנט לצפייה בטלוויזיה. על אף עוצמתן של פעילויות אלה, הקריאה בעיתונים ובספרים גם היא תורמת לחיזוקה של זהות זו. הקריאה בספרים מתחברת לצורך האישי של המשתתפים להכיר מקומות רחוקים ולפתח קשרים עם אנשים ברחבי העולם, כפי שמצאנו במחקרים מוקדמים יותר (אדוני וגוסק, 1997).

צריכת התקשורת והבניית הזהות האתנו-תרבותית⁴

כמו ביחס להבניית הזהות הישראלית, כך גם ביחס למסגרת האתנו-תרבותית נמצא שהשימוש בשפה המשותפת של הקבוצה האתנית מהווה גורם מרכזי בהבנייתה ובחיזוקה של זהות זו, בעיקר באמצעות

אמצעי התקשורת העיקריים לשמירת קשר עם השפה והתרבות הערבית הם הטלוויזיה והרדיו. קיימת העדפה לתחנות זרות ובמיוחד ל"אל-ג'זירה", כי לדבריהם השפה הערבית בערוצים הישראליים ירודה. צופים בחדשות ובתכניות של ערוץ 2 בשפה העברית וכן צופים בחדשות מהארצות השכנות וגם בסרטים.

אחד המשתתפים, ראהד (35, אקדמית), ביטא באופן קולע כיצד צריכה של תקשורת מסייעת לו בחיזוק הזהות האתנו-תרבותית שלו: "חדשות – נכנס לאל ג'זירה או עיתונים שלא נמצאים כאן ושמופיעים באינטרנט – עיתונות מלונדון שאי-אפשר להשיג כאן. אתה קורא על אנשים שרואה רק בטלוויזיה – בכבלים. כאשר קורא עליו אתה מרגיש יותר (מחובר). חדשות באירופה על הקהילה הערבית שם. מה שמתרחש בדובאי ובכווית. אתה חייב לדעת". והמשיך – "הסורים מייצגים את התרבות הערבית הכי טובה... גם מבחינת הטקסט והאיכות. יש להם רמה מאוד (גבוהה). אני בתור ערבי יכול להתגאות בהם".

התקשורת והזהות הקהילתית של העולים מבריה"מ לשעבר

העולים מחבר העמים הנמצאים בארץ יותר מעשר שנים, ממשיכים לקרוא בשפה הרוסית מאחר שקל להם יותר וגם כדי להתחבר באופן עמוק יותר לתכנים, אם כי חלקם אומרים שמה שקורה עתה בבריה"מ לשעבר כבר לא מעניין אותם. וכך הם אומרים זאת:

נטלי (25, אקדמית, עלתה לפני 12 שנה): "יש ספרים ברוסית שזה מנטליות אחרת. ספר שמתורגם לשפה אחרת – מבינים אחרת לגמרי... זה קשר של שפה. כל ספר שמתרגמים מפסיד בגלל התרגום. העלילה אותה עלילה אבל ההרגשה קצת אחרת". נלי (40, אקדמית, עלתה לפני 11 שנה), מוסיפה: "אני חושבת שגם אני לא מבינה הכל עכשיו מה שקורה שם. זה כבר לא כל כך קרוב. יותר קרוב מה שכאן. הקשר לרוסיה – היסטוריה".

העיתונים בשפה הרוסית, רדיו רק"ע וגם קריאת ספרים משמשים לחיזוק והבניה של הזהות הפנים-קהילתית יותר מאשר לקשר עם החברה הישראלית.

האינטרנט משמש גם הוא אמצעי להתחבר לקהילה האתנית-תרבותית כפי שהעידו מספר משתתפים בקבוצות כמו אלכס (27, אקדמית, עלה לפני 12 שנה מבריה"מ לשעבר): "אני גולש שם לא בגלל הלימודים. בעיקר לאתרי בידור. גולש בעיקר לאתרים בעברית וברוסית". וגם נלי (40, אקדמית, עלתה לפני 11 שנה מבריה"מ לשעבר): "אם צריך משהו מיוחד נכנסת – למשל לטייל. עדיף ברוסית אבל גם בעברית. חיפוש אחר אינפורמציה. יש ספרייה גדולה ברוסית. הבן עוזר".

לסיכום, התרומה של צריכת תקשורת להבניית הזהות האתנו-תרבותית מועטה יחסית בהשוואה לתרומתה לזהויות אחרות. הקריאה בספרים והצפייה בטלוויזיה תורמים יותר מאשר פעילויות אחרות לחיזוק הזהות עם הקבוצות האתנו-תרבותיות. זהות זו מובנית, ככל הנראה, גם באמצעות השימוש בתקשורת הבינ-אישית באמצעות האינטרנט.

הצפייה בטלוויזיה והקריאה בספרים. גם הקריאה בעיתונים ואף השימוש באינטרנט נמצאו כמסייעים לרבע מכלל אוכלוסיית המחקר.

בקבוצות המיקוד בלטה תופעה חדשה יחסית. בשנים האחרונות בני גיל העמידה שנולדו בארץ או באו בגיל צעיר מאוד קוראים ספרים שנכתבו על הקבוצה האתנית-תרבותית של הוריהם ומתחברים מחדש למוצאם העדתי באמצעות הקריאה בספרים אלה. כמה משתתפים תיארו זאת באופן קולע במיוחד. אורה (50, אקדמית), ביטאה זאת כך: "לאחרונה ספר שמאוד דיבר אליי היה "בואי, דודה לרקוד". זה ספר שמאוד מדבר, מבחינתי מאוד נוסטלגי. מזכיר את הבית, ההורים, השפה". והצטרפה אליה ליאורה (50, על-תיכונית), "זה על ילדות ביפו, על הבולגרים ביפו".

אילנה (50, על-תיכונית), מתייחסת לאותו עניין בהקשר של קבוצה אתנית תרבותית אחרת: "אזהבת לקרוא ספרים שדודי כתב והוא כתב הרבה – ספרים על יהדות תימן – הרב שלמה גמליאל (שמו של הדוד). מאוד מעניין אותי לקרוא את הספרים – מספר על תימן, על צנעא. כל הספרות שלו הייתה על תלאות תימן. זה הסיפורים של ההורים שלי, לכן מדי פעם יושבת וקוראת". גרשון (41, אקדמית), אומר בחיס לאותה תופעה: "... קורא ספרים שכותבים סופרים יוצאי עיראק – סמי מיכאל, אלי עמיר – שמדברים אליי – אמנם האב פולני אבל האמא עיראקית. גם הסיפורים על שם וגם הסיפורים על ההתחלה פה מאוד מדברים אליי".

הצפייה בטלוויזיה גם היא מהווה לעתים אמצעי לחיבור למקורות, דבר שמצא את ביטוי גם בדבריהם של משתתפים בקבוצות כמו מרים (59, על-תיכונית) שאמרה: "אני צופה בתוכניות בשפה הערבית, סרטים בערבית. תחנות של מצרים וירדן". וגם נורית (38, על-תיכונית): "אני גם כן רואה קצת כי אני מבינה ערבית. אני רואה בערוץ 1 חדשות בערבית".

צריכת תקשורת והזהות של הקהילה הערבית בישראל

רוב משתתפי קבוצות המיקוד הערבים העידו על עצמם שהם קוראים עיתונות ישראלית כדי להתחבר לחברה ולפוליטיקה הישראלית וגם בשל ההערכה כי העיתונות הערבית היא "מטעם". הם העידו על עצמם שהם קוראים מקומונים בערבית המחברים אותם לקהילה שלהם באזור מגוריהם. לערביי יפו, על פי עניין זה, חיבור לערביי רמלה ולוד והם מרגישים פחות קשר או זיקה למשולש או לצפון, אם כי, להערכתם, התרבות הערבית נשמרת יותר במשולש ושם גם, לדבריהם, יש היצע רב יותר של ספרות מקור בערבית.

משתתף אחר הצביע על קשר מעניין בין הזיקה לקהילה באמצעות התעניינות במיסטיקה ובדת המוסלמית. וכך זה נשמע מפיו (מוחמד, 44, תיכונית): "... קורא ספרי מיסטיקה ודת בערבית – מגיעים מירדן בעיקר אבל גם ממצרים. פאתי ואחמד אל שורטי "הרוח של הצדק", "האור שבצדק". עוסקים באיסלאם ובמיסטיקה, נותנים מרחב ראייה לפירושים של הדת. מרחיבים את אפיק האהבה לזולת ולדת עצמה. הכותבים הם גם אנשי דת. עכשיו זה מה שמעניין אותי – דת, קוראן. אני בן של אחד שכל הזמן היה קורא קוראן. לקחתי את המסורת הזו מאבא. לי יש ידיד סופר, מחמוד עבסי, שמוציא כל מיני ספרונים שקראתי".

לוח 2: תחליפיות פונקציונאליות בין אופנים שונים של צריכת תקשורת (מתאמי פירסון)*

קבוצה חברתית	פועלות של צריכת תקשורת	קריאת ספרים – קריאת עיתונים	קריאת ספרים – צפייה בטלוויזיה	קריאת ספרים – גלישה באינטרנט	קריאת עיתונים – צפייה בטלוויזיה	קריאת עיתונים – גלישה באינטרנט	גלישה באינטרנט – צפייה בטלוויזיה
תחליפיות כללית	42	32	48	58	43	50	
החברה הישראלית	44	25	31	47	15	32	
העם היהודי	58	26	57	58	47	56	
הקהילה הגלובלית	44	30	50	54	35	51	
הקהילה האתנו-תרבותית	60	49	53	70	70	62	

* התשובות של כל מראיין לשאלות הללו חושבו למדד משותף של תרומת השימוש במדיום לגבי הסיפוק בכל אחת מהקטגוריות של צרכים, דהיינו ממוצע של מתאמי פירסון לעבר כל השאלות בכל קטגוריה של צרכים. שיטת ניתוח הנתונים על התחליפיות בין השימושים באמצעי התקשורת השונים זהה לזו שננקטה במחקרים שלהלן: Katz, E., & Gurevitch, M. (1973) וכן בספרם של Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1976: 230-235).

מובהקות המתאמים בין כל זוג של אמצעי תקשורת ביחס לצורך ספציפי הייתה לפחות ברמה של 0.5, אך לגבי הממוצעים לא חושבה המובהקות בדומה למחקרים שהוזכרו לעיל.

התמונה מורכבת יותר כאשר מתייחסים לרמת התחליפיות של השימוש במדיה ביחס לקבוצות החברתיות השונות. ביחס לזהות הישראלית נמצאה רמת התחליפיות הגבוהה ביותר בין צפייה בטלוויזיה לבין שני אמצעי התקשורת המודפסים: קריאת ספרים וקריאת עיתונים. יחסי גומלין אלה הושפעו ככל הנראה מהדומיננטיות של השימוש בשפה העברית בכחירת הספרים ותכניות הטלוויזיה שאליהם נחשפים וכן התוכן האינפורמטיבי של העיתונים והטלוויזיה. העובדה שלאמצעי התקשורת יש מאפיינים טכנולוגיים שונים לחלוטין לא השפיעה על ההערכה של המשתמשים באשר לפונקציות שהם ממלאים עבורם. יתר על כן, רמת התחליפיות בין השימוש בשני אמצעי התקשורת המודפסים הייתה הרבה יותר נמוכה. רמת התחליפיות הנמוכה ביותר לגבי החברה הישראלית הייתה בין השימוש באינטרנט והקריאה בספרים ובעיתונים.

כאשר לזהות היהודית, רמת התחליפיות בין הקריאה בספרים ובעיתונים לבין הצפייה בטלוויזיה הייתה גבוהה. לעומת זאת, גם כאן, הקורלציה הנמוכה ביותר הייתה בין קריאת ספרים לבין השימוש באינטרנט.

ביחס לזהות הגלובלית, הרמה הגבוהה ביותר של תחליפיות הייתה בין הצפייה בטלוויזיה והקריאה בעיתונים, ככל הנראה, מאחר ששני האמצעים משמשים בראש ובראשונה לקבלת מידע על הקהילה הגלובלית. תחליפיות גבוהה מתקיימת גם בין הקריאה בספרים והקריאה בעיתונים, כאשר רמת התחליפיות הנמוכה ביותר ביחס לזהות הגלובלית הייתה שוב בין קריאת ספרים ועיתונים, לבין השימוש באינטרנט.

ביחס לזהות האתנו-תרבותית נמצאו מאפיינים שונים של תחליפיות, כאשר בין כל הזוגות האפשריים של השימוש במדיה נמצאה רמת תחליפיות גבוהה. רמת התחליפיות הגבוהה ביותר נמצאה בין קריאת עיתונים לבין הצפייה בטלוויזיה ובין קריאת עיתונים לבין השימוש באינטרנט. מניתוח ממצאים אלה עולה כי לגבי הקשרים עם הקהילה האתנו-תרבותית רמת התחליפיות בשימוש במדיה היא הגבוהה ביותר.

תחליפיות פונקציונאליות בין פעילויות של צריכת תקשורת להבניה ולחיזוק זהויות חברתיות

הממצאים שהוצגו עד כה מלמדים שכל ארבעת אמצעי התקשורת שנבדקו תורמים להבניה ולחיזוק של זהויות חברתיות. לאור זאת, עניינה אותנו השאלה, באיזו מידה ניתן לקבוע בין אילו אמצעי תקשורת מתקיימת תחליפיות פונקציונאלית, ואילו אמצעי תקשורת ממלאים פונקציות ייחודיות ולכן אינם בני תחליפיות גבוהה.

הבדיקה האמפירית של התחליפיות נעשתה באמצעות חישוב המתאם שבין הערכת תרומתם של דפוסי שימוש בזוגות של אמצעי תקשורת ביחס להבניית הזהויות השונות. כך למשל, חושב מתאם בין הערכת התרומה של קריאת עיתונים להבניה של הקשרים עם החברה הישראלית לבין הערכת התרומה של הצפייה בטלוויזיה להבניה של אותם הקשרים. בסה"כ חושבו 24 מתאמים בין הערכות הנחקרים לגבי התרומה של כל הזוגות האפשריים של ארבעת אמצעי התקשורת (ספרים, עיתונים, טלוויזיה ואינטרנט) ביחס להבניה של זהויות המתייחסות לארבע הקבוצות החברתיות (החברה הישראלית, העם היהודי, הקהילה הגלובלית והקהילה התרבותית). מן הדיון התיאורטי משתמע כי ככל שהמתאם בין השימוש המדווח על-ידי הנחקר בצריכת מדיום מסוים לחיזוק זהות מסוימת לבין השימוש במדיום אחר לחיזוק הקשר עם אותה קבוצה חברתית גבוה יותר התחליפיות ביניהם גבוהה יותר, וככל שהמתאם בין שני זוגות של אמצעי תקשורת לחיזוק הקשר לאותה קבוצה חברתית נמוך יותר הייחודיות הפונקציונאלית גבוהה יותר.

המתאמים בין הערכות הנחקרים לגבי התרומה של השימוש באמצעי התקשורת להבניה ולחיזוק זהויות חברתיות (לוח מס' 2) מלמדים שרמת התחליפיות הגבוהה ביותר היא בין קריאת עיתונים לצפייה בטלוויזיה. במקום השני רמת התחליפיות בין הגלישה באינטרנט והצפייה בטלוויזיה ובמקום השלישי התחליפיות בין הקריאה בספרים והקריאה בעיתונים. בין הגלישה באינטרנט והקריאה בספרים נמצאה התחליפיות הנמוכה ביותר. לעומת זאת השימוש בטלוויזיה הוא תחליפי לשימוש במדיה המודפסים, והן לגלישה באינטרנט.

בטלוויזיה, אך גם מתברר כי למרות זאת, שני אמצעי התקשורת אינם דוחקים זה את רגליו של זה כי אם מתקיימים זה לצד זה.

הזהות הלאומית, שהקריאה בספרים ובעיתונים תורמת להבנייתה, מורכבת גם ממרכיבים של השתתפות בחברה האזרחית. מרכיבים אלה כוללים את הרצון לבקר את מוסדות השלטון, להתעניין ולהיות מעורב בפוליטיקה ואת הרצון לתרום לחברה ולהשתתף בהליך הדמוקרטי, כמו גם היכולת לגבש עמדות בענייני פוליטיקה וחברה ולהשתתף בשיח האזרחי. חשיבותם של כלים אלה, הנרכשים באמצעות השימוש במדיה המודפסים, עולה דווקא בעידן של תקשורת רבי-ערוצית המאופיינת בדומיננטיות של אמצעי תקשורת אלקטרוניים.

בניגוד לאמונה הרווחת שבסביבה התקשורתית החדשה יטושטשו הגבולות של תרבויות לאומיות, מצאנו שהשימוש באמצעי תקשורת תורם להבניה של זהויות מורכבות הכוללות זהות לאומית, אתנית וגלובלית. בהמשך למה שהסתמן בממצאי מחקרנו הקודם (אדוני ונוסק, 1997) מתברר כי הפרט יכול להיות בעת ובעונה אחת גם "אזרח העולם" וגם חבר פעיל בקהילה אתנו-תרבותית מבלי לוותר על זהותו הלאומית. היכולת הזו לחוות זהויות מרובות ולנהל משא ומתן ביניהן, עשויה להיות פתרון, ולו חלקי בלבד, לאיומים הקיימים כיום על מדינת הלאום ותרבותה הן כתוצאה של תהליכי הגלובליזציה והן כתוצאה של מגמות הרבי-תרבותיות.

בהקשר זה חשוב לציין דווקא את העובדה שמתקיים שימוש בכל אמצעי התקשורת לחיזוק הזהויות השונות ואין בלעדיות לאף אחד מאמצעי התקשורת בסיפוק צורך זה. למרות התחליפיות הגבוהה בין אמצעי התקשורת בתרומתם לחיזוק הזהויות השונות הם ממשיכים להתקיים זה לצד זה. נראה כי שימושים אלה תורמים גם לאי-דחיקתם של אמצעי תקשורת מן המפה כמו שהם תורמים לאי-דחיקתן של זהויות חברתיות.

הערות

1. ההערכה של הקוראים על מידת התרומה של השימוש באמצעים להבניית הזהות הישראלית נבדקה באמצעות מספר שאלות. ביחס למרכיב הרגשי של הזהות הישראלית נתבקשו המרואיינים לענות לשאלה: באיזו מידה עוזרים לך קריאת ספרים/ קריאת עיתונים/ צפייה בטלוויזיה/ גלישה באינטרנט, להרגיש חלק מהחברה הישראלית? התרומה של אמצעי התקשורת לחיזוק המרכיב הקוגניטיבי נבדקה באמצעות השאלות הבאות: באיזו מידה עוזר לך השימוש באמצעי התקשורת לדעת מה קורה בארץ? באיזו מידה עוזרים לך אמצעי התקשורת לדעת איך מתפקדת הממשלה? באיזו מידה עוזרת לך קריאת ספרים להתעדכן במה שקורה בתרבות הישראלית (ספרות, תיאטרון, אמנות, מוסיקה): והמרכיב האינסטרומנטלי של הזהות נבדק באמצעות השאלה: באיזו מידה עוזרת לך קריאת עיתונים להחליט עבור מי להצביע בבחירות? התשובות לשאלות קובצו למדד המבטא את ההערכה של המרואיינים למידת התרומה של המדיום לזהות הישראלית.
2. ההערכה של הקוראים על מידת התרומה של שימוש באמצעי תקשורת להבניה של הזהות היהודית נבדקה באמצעות מספר שאלות. ביחס למרכיב הרגשי לעם היהודי נתבקשו המרואיינים לענות לשאלה: באיזו מידה עוזר לך השימוש באמצעי תקשורת (קריאת ספרים/ קריאת עיתונים/ צפייה בטלוויזיה/ גלישה באינטרנט) להרגיש חלק מהעם היהודי? התרומה של אמצעי התקשורת למרכיב הקוגניטיבי נבדקה באמצעות השאלות הבאות: באיזו מידה עוזרת לך קריאת ספרים ללמוד את ההיסטוריה של העם היהודי? באיזו מידה עוזר לך השימוש באמצעי התקשורת ללמוד על השואה של העם היהודי? המרכיב

מניתוח הממצאים מסתמן דפוס שונה של תחליפיות בין השימוש במדיה לגבי הזהות האתנו-תרבותית בהשוואה לזהויות האחרות. בעוד שביחס לזהויות האחרות מסתמן דפוס של תחליפיות נמוכה בין השימוש באינטרנט לבין השימוש במדיה המודפסים, הרי שבמקרה של הזהות האתנו-תרבותית התחליפיות ביניהם גבוהה. מכאן ניתן להסיק כי לגבי רוב הקבוצות המדיה המודפסים ממלאים תפקיד ייחודי, כאשר לגבי הקהילה האתנו-תרבותית אין מדיום התורם באופן ייחודי לחיזוקה ולהבנייתה של זהות זו.

סיכום ודיון

באופן כללי ממצאינו תומכים באבחנה הבסיסית של מקלוהן שלפיה השימוש במדיה מודפסים בשפה הלאומית תורם עדיין לקיום ולשימור של זהות לאומית שהיא המהות של מדינת הלאום. כאשר לתרומתה של הטלוויזיה להבניה או לפירוק של זהויות לאומיות, ממצאינו עמומים מעט. מצד אחד, הצפייה בטלוויזיה, במיוחד בכבלים ובלווין, תורמת להבניית הזהות הגלובלית ומצד אחר, היא ממשיכה לשמש להבניה של הזהות הלאומית והזהות האתנו-תרבותית גם יחד. מעניין לציין, כי השימוש באינטרנט, שכפוי תורם להבניה של הזהות הגלובלית, תורם, באופן מפתיע, גם להבניה של הזהות הישראלית. זאת, ככל הנראה, בשל האפשרות לגלוש באינטרנט בשפה ובתכנים בעלי זיקה למדינת הלאום. האינטרנט, תורם פחות לזהות היהודית ולזהות האתנו-תרבותית, אך ייתכן שבעתיד גם שימושים אלה יגברו.

הקריאה מסייעת להבנייתן של הזהות הלאומית-הישראלית והיהודית כאחת ולחיזוקן. הקריאה בספרים, יותר מכל פעולה אחרת של צריכת תקשורת, מעניקה הרגשת שייכות לעם היהודי ומסייעת בטיפוחו של הזיכרון הקולקטיבי. הקריאה מסייעת בלימוד קורותיו של העם היהודי לאורך הדורות, ועל פי עדותם של הקוראים, הקריאה מהווה גורם מרכזי בהבניה ובשימור של זיכרון השואה.

הצפייה בטלוויזיה אמנם תורמת עדיין, יותר משימוש בכל אמצעי תקשורת אחר, להבניית מרביתן של הזהויות החברתיות, אך המרחק בין תרומתה לבין תרומתם של אמצעי התקשורת האחרים להבנייתן של הזהויות החברתיות קטן. ההשוואה לאורך זמן מלמדת שתורמתה של הצפייה בטלוויזיה להבניית הזהויות השונות בישראל השתנתה מאז 1990 עם כניסת הטלוויזיה הרבי-ערוצית מצד אחד, וכניסתו של האינטרנט, מצד אחר. הצפייה בטלוויזיה אינה יותר האמצעי הראשון במעלה להבניית הזהות הישראלית וזאת כנראה כפועל יוצא מריבוי הערוצים ופיצול הצפייה. מאותה סיבה עולה תרומתה של הטלוויזיה להבניית הזהות הגלובלית והאתנו-תרבותית. כאשר לקהילה הגלובלית, הצפייה בטלוויזיה מתחרה בשימושי השונים של האינטרנט, ובאשר לחברה הישראלית היא מתחרה, כאמור, עם קריאה בעיתונים. כאשר לזהות היהודית ולזהות האתנו-תרבותית, אך האינטרנט תורם, כאמור, פחות מאמצעי התקשורת האחרים, אך ייתכן שתורמה זו תגבר בעתיד. רמזים לתרומה העתידית ניתן היה למצוא כבר בדבריהם של המשתתפים בקבוצות המיקוד וכן במגוון האפשרויות שהאמצעי מציע ובמיוחד בשל העלייה המתמדת בשימוש בו.

ממצאינו מלמדים כי רמת התחליפיות בין השימוש במדיה המודפסים לבין השימוש באינטרנט היא נמוכה יחסית. לעומת זאת נמצא כי מתקיימת תחליפיות גבוהה בין הקריאה לבין הצפייה

- Adoni, H., Caspi, D., & Cohen, A. A. (2002). "The consumer's choice: Language, media consumption and hybrid identities of minorities". *Communications. The European Journal of Communication Research*, 27, 411-436.
- Adoni, H., & Mane, S. (1984). "Media and the social construction of reality: Towards an integration of theory and research". *Communication Research*, 11, 323-340.
- Adoni, H. & Nossek, H. (2001). "The new media consumers: Media convergence and the displacement effect". *Communication*, 26(1), 59-83.
- Allen, R. C. (1987). *Channels of discourse: Television and contemporary criticism*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Blumler, J., & Katz, E. (Eds.) (1974). *The uses of mass communications*. London: Sage.
- Geertz, C. (2000). *Available Light: Anthropological Reflections on Philosophical Topics*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Gillis, J. (Ed.). (1994). *Commemorations. The politics of national identity*. Princeton: Princeton University Press.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Hall, S. (1989). "Cultural Studies: Two Paradigms". In T. Bennett, G. Martin, C. Mercer & J. Woolacott (Eds.), *Culture, Ideology and Social Process*. London: B.T. Batsford in association with The Open University Press.
- Hall, S. (1991). "Ethnicity, identity and difference". *Radical America*, 23, 4.
- Hall, S. (1993). "Culture, community, nation". *Cultural Studies*, 7 (3), 349-363.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Himmelweit, H. T., & Swift, B. (1976). "Continuities and discontinuities in media usage and taste: A longitudinal study". *Journal of Social Issues*, 32, 133-156.
- Innis, H. (1951). *The bias of communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Katz, E., & Adoni, H. (1973). "Functions of the book for society and self". *Diogenes*, 81, 106-118.
- Katz, E., & Gurevitch, M. (1976). *The secularization of leisure*. London: Faber & Faber.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). "On the use of the mass media for important things". *American Sociological Review*, 36, 164-181.
- Levitt, T. (1983). "The globalization of markets". *Harvard Business Review*, May/June
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy*. Toronto: University of Toronto Press.
- McQuail, D. (2001). *With more hindsight: Conceptual problems and some ways forward for media use research*. Paper presented at the 2nd International EJCR Colloquium, October 18-20, 2001, University of Nijmegen, The Netherlands.
- Morley, D. & Robins, K. (1995). *Spaces of Identity*. London: Routledge.
- Neuman, S. B. (1986). "Television, reading and the home environment". *Reading Research and Instruction*, 25, 173-183.
- Neuman, S. B. (1991). *Literacy in the television age: The myth of TV effect*. Norwood, NJ: Ablex.
- Nossek, H., & Adoni, H. (1996). "The social implications of cable television: restructuring connections with self and social groups". *International Journal of Public Opinion Research*, 8(1), 51-69.

- האינסטרומנטאלי של הזהות נבדק באמצעות השאלה: באיזו מידה עוזר לך השימוש באמצעי תקשורת לחגוג את החגים היהודיים? התשובות לשאלות קובצו למדד המבטא את ההערכה של המרוויינים למידת התרומה של המדיום להבניה של הזהות היהודית.
3. ההערכה של הקוראים על מידת התרומה של השימוש באמצעי תקשורת להבנייה של הזהות הגלובלית נבדקה באמצעות מספר שאלות. ביחס למרכיב הרגשי של הזהות נתבקשו המרוויינים לענות לשאלה: באיזו מידה עוזר לך השימוש באמצעי תקשורת (קריאת ספרים/ קריאת עיתונים/ צפייה בטלוויזיה/ גלישה באינטרנט) להרגיש שאני אזרח העולם? התרומה של אמצעי התקשורת למרכיב הקוגניטיבי של הזהות נבדקה באמצעות השאלה: באיזו מידה עוזרת לך קריאת עיתונים לדעת מה קורה בעולם? המרכיב האינסטרומנטלי של הזהות נבדק באמצעות השאלות: באיזו מידה עוזר לך השימוש באמצעי תקשורת להיות בקשר עם אנשים מארצות אחרות? ובאיזו מידה עוזרת לך קריאת ספרים להרגיש שאתה משתתף באירועים שמתרחשים במקומות שונים בעולם? התשובות לשאלות קובצו למדד המבטא את ההערכה של המרוויינים למידת התרומה של המדיום להבניה של הזהות הגלובלית.
4. ההערכה של הקוראים על מידת התרומה של השימוש באמצעי תקשורת להבנייה של הזהות האנתרופית נבדקה באמצעות מספר שאלות. השאלות באשר למרכיב האינסטרומנטלי של הזהות היו: באיזו מידה עוזרת לך (קריאת ספרים/ קריאת עיתונים/ צפייה בטלוויזיה/ גלישה באינטרנט) להשתמש בשפה של ארץ המוצא שלך או של הוריך? וכן, באיזו מידה עוזרת לך קריאת ספרים לחגוג את החגים המיוחדים לעדה או לארץ המוצא שלך או של הוריך? המרכיב הקוגניטיבי של הזהות נבדק באמצעות השאלה: באיזו מידה עוזר לך השימוש באמצעי התקשורת לדעת מה קורה בארץ המוצא שלך או של הוריך? והמרכיב הרגשי של תרומת המדיום להבנית הזהות נבדק בשאלה: באיזו מידה עוזר לך שימוש באמצעי תקשורת להרגיש קשר עם אנשים מארץ המוצא שלך או של הוריך החיים בישראל? גם ביחס לזהות האנתרופית קובצו התשובות לשאלות למדד המבטא את ההערכה של המרוויינים למידת התרומה של המדיום להבניה של הזהות האנתרופית.

מקורות

- אדוני, ח. ונוסק, ה. (1997). "אני, 'ישראל' ו'אזרח העולם': הטלוויזיה כבבלים והשלכותיה על קשרים חברתיים". בתוך ד. כספי (עורך), *תקשורת ודמוקרטיה בישראל* (עמ' 115-97). ירושלים: הקיבוץ המאוחד ומכון ון-לייר.
- אנדרסון, ב. (2000). *קהילות מדומיינות. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.*
- ארנון, א. וחנין, ד. (2005). *מקום לתיקון, שיחות על כלכלה, חברה וסביבה. תל-אביב: הוצאת בבל.*
- גידנס, א. (2000). *הדרך השלישית: תחייתה של הסוציאליזם דמוקרטיה. ת"א: ידיעות אחרונות.*
- כ"ץ, א., האז, ה., ויץ, ש., אדוני, ח., גורביץ', מ., ושיף, מ. (2000). *תרבות הפנאי בישראל: תמורות בדפוסי הפעילות התרבותית 1970-1990. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.*
- נוסק, ה. (2002). "החברה הישראלית – דמוקרטיה במבחן הליברליזציה". בתוך ה. נוסק (עורך), *ישראל בתחילת המאה ה-21: חברה, משפט, כלכלה ותקשורת* (עמ' 11-23). תל-אביב: גומא צ'ריקובר.
- סמוחה, ס. (1993). "שסעים מעמדים, עדתיים ולאומיים ודמוקרטיה בישראל". בתוך א. רם (עורך). *החברה הישראלית: היבטים ביקורתיים* (עמ' 202-172). תל-אביב: ברירות.
- קימלר, ג. ב. (1998). "הישראלים החדשים: ריבוי תרבויות ללא רב-תרבותיות", *אלפיים*, 16, 264-308.
- רם, א. (2005). *הגלובליזציה של ישראל: מק'וורלד בתל-אביב, ג'יהד בירושלים. ת"א: רסלינג.*
- Adoni, H. (1985). "Media interchangeability and co-existence: Trends and changes in production distribution and consumption patterns of the print media in the television era". *Libri*, 3, 202-217.

- Rosengren, K.E., Palmgreen, P. and Wenner, L. (Eds.), (1985). **Media gratification research: Current perspectives**. Beverly Hills CA.: Sage.
- Schudson, M.(1994). "Culture and Integration of National Societies". In D.C. Crane (ed.), **The Sociology of Culture**. Oxford, UK: Blackwell, pp.21-45 .
- Schlesinger, P. (1993). "Wishful thinking: Cultural politics, media and collective identities in Europe". **Journal of Communication**, 43(2), 6-17.
- Sreberny-Mohammadi, A. (1996). "The global and the local in international communication". In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), **Mass media and society** (2nd ed., pp. 177-203). London: Edward Arnold.
- Tamir, Y. (1998). "Two Concepts of Multiculturalism". In M. Mautner, A. Sagi and R. Shamir (eds.), **Multiculturalism in a Democratic and Jewish State** (pp.79-92). Tel Aviv: Ramot.
- Press, A.L. (1994). "The sociology of cultural reception: Notes toward an emerging paradigm". In D. Crane (Ed.), **The sociology of culture** (pp. 221-247). Oxford, UK: Blackwell.
- Renckstorf, K. & McQuail, D. (1996). "Social action perspectives in mass communication research: an introduction". In K. Renckstorf, D. McQuail, & N. Jankowski (eds.), **Media Use as Social Action** (pp. 1-18). London: John Libbey.
- Renckstorf, K., McQuail, D., & Janowski, N. (1996). **Media Use as Social Action**. London: John Libbey.
- Renckstorf, K. & Wester, F. (2001). "An action theoretical frame of reference for the study of television news use". In K. Renckstorf, D. McQuail, & N. Jankowski (eds.), **Television news research: Recent European approaches and findings**. Berlin: Quintessenz Books.
- Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1972). "Mass media consumption as a functional alternative". In D. McQuail (ed.), **Sociology of Mass Communications** (pp. 166-194). Harmondworth, Middlesex: Penguin.