

"יחד, אומרים תודה לחיילים": על מוענים ונמענים של שלטי חוצות במבצע צוק איתן

עירית זאבי ודבורה דובינר

מבוא

המחקר המוצג כאן דן בתקשורת שהתנהלה בין מוענים לנמענים שונים באמצעות שלטי חוצות שנתלו במרחב הציבורי הישראלי במהלך מבצע צוק איתן. השלטים נותרו תלויים זמן מה לאחר סיום המבצע ויצרו "נוף לשוני" חדש. שלטי חוצות הם שלטי ענק או שלטים גדולים המוצבים במקומות ציבוריים בולטים, כולל גשרים מעל כבישים מרכזיים, גדרות לאורך דרכים ראשיות וצמתים מרכזיים. עקב מגבלת המקום בשלטים מספר המילים שבהם מצומצם והם מנוסחים כך שהמסר שלהם יהיה קליט ויישמר בזיכרון, בדומה לסיסמאות פוליטיות ומסחריות וגרפיטי (זאבי, 2007).

מחקרים על נוף לשוני מבקשים לתאר את השפה הכתובה כפי שהיא מופיעה במרחב הציבורי (טרומפריהכט, 2005). לגישתם של כל המחקרים, התפקיד של הנוף הלשוני הוא ללמד את הפרטים בחברה על עצמם ולשמש אספקלריה של ערכים, של אמונות ושל יחסי כוח הרווחים בחברה בתקופות מסוימות (Cenoz & Gorter, 2006; Gorter, Aiesteran & Cenoz, 2012; Huebner, 2006). פלוריאן קולמס (Coulmas, 2009) מציע לנתח נוף לשוני כְּתוּב באמצעות בחינת הגורמים שיצרו אותו ומיקומו במרחב הציבורי, שממנו יש להסיק מה תפקידו ומה משמעותו לפרטים בחברה. לשון אחר, חוקר הנוף הלשוני בוחן את נוכחותם של הסימנים הלשוניים והחזותיים ושל חפצים המוצגים במרחב הציבורי, את הגורמים המשתתפים ביצירתם, את מטרותיהם ואת השפעתו של הנוף על החברה. נופים לשוניים נוצרים כתולדה של נסיבות מסוימות; הם מתייחסים להקשר החברתי-תרבותי הרחב, ובמחקר הנוכחי – למבצע צוק איתן.

מבצע צוק איתן בקיץ 2014 נערך בתגובה לירי מסיבי של טילים ששיגר ארגון החמאס מרצועת עזה לדרום ישראל ובהמשך גם למרכז. נוסף על כך הייתה זו תגובה לבניית מנהרות שדרךן תכננו מחבלים לחדור ליישובים בדרום הארץ. המבצע הסתיים לאחר כחודש וחצי של לחימה (כשר, 2014; Inbar & Rapaport, 2014). ירי הטילים על מרכזי אוכלוסייה, החשש מחידרת מחבלים ליישובים דרך מנהרות טרור וכניסת צה"ל לרצועת עזה יצרו מתח רב בקרב אזרחים רבים

ושיבשו את השגרה הישראלית. על רקע זה נתלו במהלך המבצע שלטי חוצות רבים ובהם חיוו דעתם אזרחים על המבצע ועל צה"ל, וגילו דאגה לחיילים. שלטים אלה יצרו נוף לשוני חדש, לא מוכר, שנכח במרחב הציבורי לתקופה מוגבלת, כחודשיים, ונעלם לאחר מכן. מטרת המחקר הייתה לעמוד על טיבן של קבוצות המוענים שהנפיקו את שלטי החוצות הנוגעים למבצע צוק איתן, לבחון היכן מוקמו ולהסיק מי הנמענים שלהם. כמו כן המחקר בחן מה מלמד השיח בין המוענים לנמענים על החברה הישראלית בנסיבות ספציפיות אלה. המחקר הסתמך על גישה שרואה בשלטים אלה כלי ששיקף את הלך הרוח בעת ההיא והאיר אותו באור חדש. חשיבותו של המחקר הנוכחי היא אפוא בתובנות על תפיסת המבצע בציבור מנקודת מבט שטרם מוצתה. יתר על כן, ייתכן שהשלטים שנתלו במרחב הציבורי השפיעו על תפיסות הציבור (Gorter, Cenoz & Gorter, 2006; Huebner, 2006; Aiesteran & Cenoz, 2012), והיצרו שיח מיוחד במינו בחברה הישראלית דרך הנוף הלשוני.

סקירת ספרות

נוף לשוני

ההגדרה הראשונית והבסיסית של המושג "נוף לשוני" עסקה בנוכחותה של שפה כתובה במרחב הציבורי, "שפת שלטי חוצות ותמרורים, פרסומות, שמות רחובות, שלטים מסחריים בחנויות ושלטים ציבוריים בבניינים ממשלתיים. מרכיבים אלה בונים יחדיו את הנוף הלשוני של חבל ארץ, אזור או גוש אורבני מסוים" (Landry & Bourhis, 1997, p. 25). המרחב הציבורי שבו נוכח הנוף הלשוני מוגדר כאזור פתוח ונגיש להמונים (Shohamy, Ben Rafael, 2010; Jaworski & Thurlow, 2010; Barni, 2010). עם הזמן הורחבה הגדרה זו וחוקרים העוסקים בנוף הלשוני החלו להגדירו לא רק כשיח כתוב אלא גם כשיח המורכב מקלט שמיעתי וחזותי וכן מפלט מדבר ("מה שרואים, מה ששומעים ומה שמדובר") (Shohamy & Waksman, 2009, p. 313).

מחקר על נוף לשוני הוא ייחודי מפני שהוא מאפשר לבחון את המחשבות הטמונות בו ואת המסרים המועברים בו על ידי שפה וסמלים

ביקורת. כפועל יוצא מתפיסות אלה הוגדרו, למעשה, שתי קטגוריות חדשות לניתוח של שלטים: זמניים וקבועים, שניהם מוגדרים כחלק מנוף לשוני.

קולמס (Coulmas, 2009) מציג שלוש שאלות שעליהן ראוי לבסס ניתוח של נופים לשוניים של חומר כתוב הממוקם במרחב הציבורי: מי ייצר אותם? היכן הם מוצגים? ומהו תפקידם?

מבצע צוק איתן

מבצע צוק איתן החל ב־8 ביולי 2014 והסתיים ב־26 באוגוסט 2014. הוא ארך 49 ימים, ובמהלכו היו כמה הפסקות קצרות (רובין, 2015). המבצע החל בתגובה של צה"ל לירי טילים של ארגון החמאס על ישראל. בשלב הראשון של המבצע הטילים נורו בעיקר לאזור הדרום, והאוכלוסייה המקומית הייתה תחת איום קיומי ממושך; בהמשך הם שוגרו גם למרכז הארץ. לכך נוסף איום המנהרות בתקיפת אזרחים ישראלים, בעיקר בדרום ישראל (Inbar & Rapaport, 2014; Schori-etal., 2015). מטרתו של המבצע הייתה להשיב את השקט והביטחון לאזרחי המדינה. גם רבים מאוכלוסיית האזרחים הישראלים חשו שלא היה מנוס אלא לצאת לפעולה צבאית (רובין, 2015).

כדי להגן על האזרחים מפני מתקפת הטילים יירט צה"ל כתשעים אחוז מן הטילים שנורו מהרצועה באמצעות מערכת כיפת ברזל. נוסף על כך הוא פעל לנטרל את מקורות הירי לישראל טרם הפעלתם. לכן בתחילת המבצע היה פעיל בעיקר חיל האוויר. בשלב השני הצטרפו חילות הרגלים למבצע וחדרו לרצועת עזה כדי לאתר מחבלים ולהרוס מנהרות טרור (רובין, 2015). התפתחויות אלה, והידיעה שאין ביכולתה של מערכת כיפת ברזל לספק הגנה מלאה לתושבים נוסף על החשש של חדירת מחבלים דרך מנהרות טרור ליישובים, גרמו מתח וחרדה גבוהים מאוד בקרב אזרחי ישראל (כשר, 2014). עקב הסכנה ששקפה לחלק מתושבי הדרום הם פונו מבתיהם ועברו למגורים זמניים במרכז הארץ ובצפונה. אף על פי כן נשארו תושבים רבים בבתיהם בדרום כל תקופת המבצע (Inbar & Rapaport, 2014). העורף גילה עמידות, וזו נחשבה גורם מרכזי שהשפיע על השגת היעדים של המבצע ועל תחושת הביטחון של חיילי צה"ל (רובין, 2015).

מאז קום המדינה צה"ל אחראי לשמירה על ביטחון המדינה ולהגנה על תושביה. התפיסה הביטחונית וגיוס החובה טשטשו במידה רבה את ההבחנה בין הצבא לאוכלוסייה, והתפיסה ש"כל העם צבא" רווחה שנים רבות בחברה הישראלית (דהאן-כלב, 2005; זאבי, 2012א; ליסק, 2001; ששון-לוי, 2006; Bar-Tal, Jacobson & Kleiman, 1998). בנסיבות אלה נחשף הציבור הישראלי במשך השנים למסרים צבאיים מילוליים וחזותיים במרחב הציבורי ובשיח הישראלי במגוון דרכים, אם כי לעתים הם אגביים ולא מתוכננים (גור, 2005). המיתוסים המכוננים של הצבא מוחדרים גם דרך אמצעי התקשורת ומוצרי תרבות כמו פרסומות (זאבי, 2009, 2012ב; למיש, 2004), ובמקרה הנדון – שלטי חוצות.

הרקע שתואר היה הבסיס למחקר. המחקר התמקד במאפייני המוענים והנמענים של שלטי החוצות. המוענים יצרו נוף לשוני ייחודי שנכח במרחב הציבורי במהלך המבצע וזמן מה אחריו.

השוהים במרחב הציבורי או נעדרים ממנו. הנוף הלשוני יכול, אם כן, ללמד דברים רבים על החברה ולשקף קשרים הדדיים בין קבוצות של הפרטים בחברה לערכים הרווחים בה (Cenoz & Gorter, 2006; Gorter, Aiesteran & Cenoz, 2012; Huebner, 2006). קולטת החברה ומטמיעה מסרים שמועברים באמצעות הנוף הלשוני (Coupland & Garrett, 2010; Jaworski & Thurlow, 2010). מכאן אפשר להסיק על השפעתו של הנוף הלשוני על החברה.

מלבד השפה הנראית לעין בוחנים חוקרי הנוף הלשוני גם חפצים (artifacts) שיש להם תפקיד בשיקוף מחשבות ותרגומן לסמלים. בעניין זה הציעו אדם ג'ורסקי וקריספין תרלואו ממד נוסף בבחינת הנוף הלשוני. הנוף מורכב מ"אינטראקציה בין שפה, שיח חזותי, פרקטיות המתקיימות במרחב וביטויים של תרבות [...] המשמשים כמשאב סמיוטי העומד בפני עצמו" (Jaworski & Thurlow, 2010, p. 1). הם הדגישו שלאדם או לגוף שיוצרים נוף לשוני יש כוונה מפורשת להעביר משמעות כלשהי. זאת ועוד, נוף לשוני מסוג זה אינו מוגבל אך ורק לשפה ככלי להעברת מידע ומשמעות אלא אפשר לזהות בו סימנים פיזיים ואידאולוגיים כאחד, הנובעים ממניעים שונים כמו מדר חברתי ומחאה ציבורית (Abdelhay, Ahmed & Mohamed, 2016).

שלטי חוצות כנוף לשוני

שלטי חוצות הם אחד הביטויים של נוף לשוני. המחקרים על נוף לשוני מבחינים בין שני סוגים של שלטי חוצות: עם הקטגוריה הראשונה נמנים שלטים הנתלים בידי אנשים או גופים פרטיים – אלה מכונים שלטי bottom-up (להלן: BU). הכוונה לשלטים שמנפיקים, למשל, בעלי חנויות וארגונים חברתיים שונים. עם הקטגוריה השנייה נמנים שלטים רשמיים שהם באחריות גופים שלטוניים כגון עיריות, משרדי ממשלה ובתי חולים, ואלה מוגדרים כשלטי top-down (להלן: TD) (Ben Rafael, Shohamy, Amara & Trumper-Hecht, 2006). בקטגוריית BU ממוקמים במרחב הציבורי ומטרתם להפגין נוכחות, להעניק משמעות ומסרים ל"דברים" כחלק מהאקולוגיה החברתית-לשונית של אזור כלשהו (Shohamy & Waksman, 2009). שלטים מסוג זה משקפים החלטות של פרטים שהם חלק מקהילה. בשונה מכך שלטים בקטגוריית TD משקפים את החלטות של הגופים המייצגים את השלטון המקומי. אפשר לומר, אפוא, שהשפה הכתובה בשלטים אינה נמצאת במרחב הציבורי באורח אקראי אלא משקפת מציאות ומביעה את עמדת יוצרי השלטים.

בהקשר זה מוסיף לואנגה קסנגה שיש להתייחס גם להיותם של השלטים קבועים או זמניים. הוא דן בשפת המחאה על גבי שלטים זמניים ששימשו בהפגנות בתקופת האביב הערבי (Kasanga, 2014). אילנה שוהמי ושושי וקסמן מציינות שיש לכלול גם "פוסטרים ניידים" כשלטים זמניים (Shohamy & Waksman, 2009). ההתייחסות לממד נוסף בנוף הלשוני, דהיינו לשלטים קבועים וזמניים, הרחיבה את התפיסה של ניתוח הנוף הלשוני והוסיפה נדבך להבנה שהייתה מקובלת עד אז על רוב החוקרים. בכך נפרצו הגבולות הגאוגרפיים ומגבלות הטריטוריה כאשר מתבוננים בשפה במרחב הציבורי באופן

שאלות המחקר

1. מי היו המוענים של שלטי החוצות במבצע צוק איתן ומה היו המניעים שלהם?
2. היכן נתלו השלטים ומי היו הנמענים המשוערים שלהם?
3. מה אפשר ללמוד מהנוף הלשוני הנדון על הקשר בין המוענים לנמענים ולמיקום השלטים בעת המבצע?

שיטות המחקר והמתודולוגיה

השיטה ששימשה את המחקר הייתה ניתוח תוכן כמותי ואיכותני. הניתוח הכמותי מתייחס למיון ולסיווג כמותי של קבוצות מוענים שיצרו שלטי חוצות, ומסווג וממייין כמותית את מיקומם של השלטים ולפיהם את קבוצות הנמענים.

קורפוס המחקר כלל 300 שלטי חוצות שנתלו במהלך מבצע צוק איתן ונשארו תלויים במרחב הציבורי במקומות שונים במשך כשבועיים לאחר תום המבצע ושלטים שהתייחסו בדרך זו או אחרת למבצע. לבניית הקורפוס צילמו שלטים כאלה שישה מתנדבים העוסקים בדיסציפלינות בתחומי שפה, תרבות וחברה. השלטים נדגמו במגוון רחב של צורות התיישבות, כגון ערים גדולות וערים קטנות, מושבים, יישובים קהילתיים, כפריים וכדומה מהצפון ועד הדרום (להוציא מקומות שהוגדרו "מסוכנים"). השלטים צולמו במרחבים ציבוריים מגוונים כגון כבישים, גשרים, גדרות, בנייני ציבור, תחנות אוטובוס, ובהפגנות תמיכה בתושבי הדרום (הפגנות אלה נערכו כיוון שתושבי הדרום היו בסכנה בהשוואה לאזורים אחרים בארץ). המדגם כלל גם שלטי חוצות מודפסים, כאלה שנכתבו באופן ידני וכאלה שנכתבו על ידי גורמים רשמיים ופרטיים. מדגם כזה מוגדר "מדגם נוחות" (Bauer & Arts, 2000).

מטרתו של הניתוח האיכותני הייתה לאפיין את המוענים שיצרו את השלטים, את המקומות שבהם נתלו השלטים, את הנמענים המשוערים שלהם, ולהסיק מסקנות מאפיונים אלה (שקדי, 2003; Bauer, 2000). נוסף על כך נערכו שלושה ראיונות עומק מובנים למחצה עם שלושה יוצרי שלטים "מזדמנים" המייצגים קבוצות שונות של מוענים: אדם פרטי, חבר בארגון אזרחי ונציג של חברה מסחרית (המרואיינים ביקשו לא לציין את שמותיהם). הראיונות הוקלטו, שוקלטו, נותחו ושימשו לחיזוק ניתוח הנתונים. כל ראיון ארך כשלושים דקות.

ממצאים ודיון

המוענים של שלטי החוצות ומניעיהם

לפי אליעזר בן רפאל ועמיתיו (Ben Rafael et al., 2006), ראוי למיין שלטים המרכיבים את הנוף הלשוני של אזור לפי שתי קטגוריות על של המוענים. חלוקה זו עשויה לרמוז על מעמדם של המוענים, טיבם ומניעיהם. הקטגוריה הראשונה, קטגוריה BU, מתייחסת לסוכנים חברתיים פרטיים שעיצבו שלטים, והשנייה, קטגוריה TD, מתייחסת לגופים ממשלתיים או ציבוריים שיצרו שלטים. לפי חלוקה זו המספר הרב ביותר של יוצרי השלטים בקורפוס הנוכחי משתייך לקטגוריה BU (59 אחוז), ושאר יוצרי השלטים משתייכים לקטגוריה TD (41 אחוז). להלן הפירוט.

סוכנים חברתיים פרטיים (קטגוריה BU) יוצרי שלטים

המחקר איתר ארבע קבוצות עיקריות של מוענים המשתייכים לקטגוריה BU, שאפשר לכתותם גם קבוצות של גופים פרטיים שיצרו שלטים. עם אלה נמנים ארגונים חברתיים, חברות מסחריות, אזרחים פרטיים ומפגינים.

ארגונים חברתיים

הקבוצה הגדולה ביותר של המוענים הפרטיים בקרב יוצרי השלטים מקטגוריה BU היא ארגונים חברתיים (23 אחוז). רוב הארגונים האלה חתמו על שלטיהם: "אזרחים למען צה"ל", "אזרחים למען חיילי צה"ל", "אזרחי ישראל" ועוד. הם לא הזדהו כשייכים לגוף פוליטי כלשהו ולא רמזו על הזדהותם עם עמדה חברתית-פוליטית. בריאיון עם אחד ממייסדיו של ארגון "אזרחי ישראל" הוא תיאר את חברי הקבוצה כאנשים משכילים ככני ארבעים, העובדים במשרות בכירות בתחומי ההנדסה והטכנולוגיה העילית. לדבריו, המניע שלהם ליצירת השלטים היה רצון לתרום לחברה הישראלית בכל דרך שהיא בעת המבצע. הוא הוסיף שפרט לחברים בודדים הם לא נקראו הפעם לשירות מילואים, ומכאן רצונם להפיק שלטים שיעודדו את הציבור ובדרך זו לתרום לחברה. הם הכינו מאתיים עותקים לשישה דגמים מקוריים. המרואיין הדגיש שחברי הקבוצה מימנו את ייצור השלטים מכספם והנחו את בעלי המקצוע ליצור שלטים מחומרים עמידים. כל השלטים שיצרו מועני קבוצה זו היו עשויים מחומרים איכותיים והופקו ברמה טכנית גבוהה. סביר להניח ששלטים אלה דרשו תכנון, השקעת זמן וחשיבה והיערכות מראש. להלן דוגמה לשלט שיצרו מוענים מקבוצה זו בשם "אזרחים למען חיילי צה"ל":



שלט של ארגון חברתי

עם הארגונים החברתיים נמנו גם תנועות נוער, קבוצות נוער שונות, יישובים קהילתיים ושכונות. רוב השלטים – שהאזרחים הפרטיים

את האתגרים שניצבו בפניהם ולהגיש את התמודדותם עם נפילת הטילים ואיום המנהרות. מוענים אלה רצו לציין שהם חיים בסכנה קיומית. חלק אחר מקבוצת מוענים אלה היו מפגינים מאזורים אחרים בארץ, ולפי השלטים אפשר להניח שמטרתם הייתה להביע סולידריות עם תושבי הדרום והזדהות עם מצבם. בעצם השתתפותם בהפגנות וכיצור שלטים נראה שהם ביקשו לעודד את תושבי הדרום. זאת ועוד, הם רצו להפנות את תשומת לב הציבור הרחב בארץ למצוקתם של תושבי האזור. דוגמה לשלט בקטגוריה זו: "לא שותקים באדום! הפגנת סולידריות עם תושבי עוטף עזה". המלל נכתב בצבע שחור על רקע לבן, והמילה "באדום" נצבעה בצבע אדום. בדומה לקבוצת האזרחים הפרטיים, גם השלטים שיצרו המפגינים נכתבו בכתב יד ויוצרו מחומרים זמינים שיכולים להעיד על הכנתם הספונטנית.



שלט של אזרחים פרטיים

גופים רשמיים (קטגוריית TD)

הקטגוריה השנייה של יוצרי השלטים מוגדרת כקבוצת TD. היא מנתה 41 אחוז מכלל מועני השלטים ויוצרה משתייכים למסד. לשון אחר, הם נבחרים של גופים ציבוריים וממשלתיים או ממונים מטעמם. מוענים אלה היו נוכחים וזוהו בשלטים באזכור תפקידם ומעמדם הציבורי. עם אלה נמנו ראשי ערים, סגני ראשי ערים, חברי מועצת העיר, ראשי מועצות מקומיות וסגניהם, ראשי יישובים קהילתיים וגופים ציבוריים אחרים. נראה שהמניע של נבחר הציבור ראשי הערים, ראשי היישובים וכדומה היה ליצור מעין "מדורת שבט" של היישוב. בעצם הצגת שמם יחד עם כלל תושבי המקום הם ביקשו להכליל את התושבים ביישוביהם בגוף התומך בחיילים, דואג לביטחונם ומייחל לשלום. במקרים מסוימים הם שאפו למקד את התמיכה בחיילים תושבי המקום.

השלטים של גופים מקבוצת TD היו באיכות גבוהה, כיאה לשלטים שהנפיק גוף ציבורי וכמצופה משלטים ששליחי ציבור שונים היו

הפיקו היו מאולתרים, וניכר שנעשו באופן לא מקצועי. הציבור נחשף לשלטים במקומות שונים במרחב הציבורי. השלטים של הקבוצות "אזרחים למען חיילי צה"ל" ו"אזרחי ישראל" נראו ברחבי הארץ והתפוצה שלהם הייתה רחבה יותר משל הגופים האחרים.

חברות מסחריות

מחקרי נוף לשוני מציינים שלטים מסחריים שייכים לקבוצת שלטים לא רשמיים ויש להגדירם כחלק מקבוצת BU (Bogatto & Hélot, 2010; Du Plessis, 2010). בהישען על גישה זו זיהה המחקר גופים מסחריים, חברות מסחריות כמו טמבור, מיליון כיסאות, באדג'ט ואגד כקבוצת מוענים נוספת שעיצבו שלטים בקטגוריה BU (18 אחוז). בדומה לארגונים החברתיים גם החברות המסחריות הפיקו את השלטים באופן מקצועי וברמה גבוהה מבחינה טכנית-גרפית. הן השתמשו בחומרים עמידים כנהוג בהפקת שלטי חוצות בתחום הפרסום. כפי שמשקף מהשלטים ומראיון עם אחד המוענים הנמנה עם קבוצה זו, נראה שהחברות המסחריות רצו להביע בפומבי את תמיכתן בלוחמים ובצה"ל. הן השתמשו בסיטואציה המיוחדת שנוצרה ובמרחב הציבורי גם כדי להעצים את המותג שהן מייצרות ולהציג אותו לפני הכול באור חיובי ופטריוטי (Bar-Tal, 1993). ראוי לציין שבכל מלחמות ישראל ובעת מבצעים צבאיים היו חברות מסחריות שפעלו באופן דומה כדי להגדיל את מכירת מוצריהן ולבטא הזדהות ותמיכה בצה"ל ובחייליו ולעתים גם עם העורף (זאבי, 2009, 2012); למיש, 2004). שלט מסוג זה היה שלט גדול שעליו נכתב: "באדג'ט מחזקת את החיילים ואת העורף" על רקע דגל ישראל וצבעי כחול-לבן.

אזרחים פרטיים

מוענים אחרים שיצרו שלטים המוגדרים כ-BU הם אזרחים מן השורה (עשרה אחוזים). רוב האזרחים בקבוצה זו היו הורים לחיילים ולחיילות שהשתתפו במבצע צוק איתן, משפחותיהם הרחבות, שכניהם ואנשים שהיו בעלי קירבה כזו או אחרת למשרתים בצה"ל בעת המבצע. מראיון שנערך עם נציג משפחה שתלתה שלט מסוג זה עלה שבנם השתתף במבצע הצבאי והם סברו שברוך זו יעמדו על תרומת החיילים ויפגינו דאגה להם. יתר על כן, לדברי מרואיין וכפי שהשתקף מהשלטים מטרתה של תלייתם האלה הייתה להביע סולידריות עם החיילים הלוחמים בכלל ועם הבן הלוחם וחבריו ליחידה בפרט. רוב השלטים שיצרו אזרחים פרטיים מקבוצת BU הופקו ידנית, נכתבו בדרך כלל בכתב יד והיו עשויים מחומרים זמינים כמו קרטון, בד ופלסטיק. הם יכולים להעיד על ייצור ביתי-אישי וספונטני. הנה דוגמה לשלט שנתלה בחזית בית במעלות.

מפגינים

קבוצה מצומצמת של מוענים ששלטיהם משתייכים לקטגוריה BU (שמונה אחוזים) הם אזרחים שהניפו שלטים כאשר השתתפו בהפגנות המוניות מאורגנות או ספונטניות מצומצמות למען תושבי הדרום; חלקם היו תושבים ביישובי הדרום. המניע שלהם היה להזכיר לשאר תושבי המדינה את המציאות הקשה והמיוחדת שבה חיו תושבי האזור,

של השלטים אפשר לשער שהם יועדו לכלל. ממצא זה חוזק בריאיון עם אחד מיוצרי השלטים מסוג זה. המרואיין הדגיש שמיקום השלטים נבחר כדי לחשוף אותם למספר רב של אזרחים ולאוכלוסייה מגוונת. שלטים נוספים שהוצבו במרחב הציבורי הכללי מוקמו סמוך לערים וליישובים בגשרים ובצמתים המובילים אליהם. על שלטים אלה היו חתומים ראשי ערים, סגניהם, ראשי המועצות של היישובים, החברים במועצות היישובים ועוד (11 אחוז). אפשר להעריך שבבחירת המיקום הספציפי הייתה פנייה של ראשי היישובים לתושבים הנכנסים אליהם ויוצאים מהם ולכלל האזרחים הנוסעים בכבישים אלה. הסבר אפשרי לכך הוא רצונם של ראש העיר ושל נציגי ציבור אחרים להעצים את המסר של השלטים שנתלו במרחב המוניציפלי שבאחריותם. הפנייה לתושבים מחוץ ליישובים יכולה להצביע על כוונתם של יוצרי השלטים למצב את היישוב כלפי חוץ כמגלה דאגה לחיילים ומבקש לחזקם ואף ללמד את כלל אזרחי ישראל הנוסעים בכבישים על מעורבותו של היישוב במתרחש במדינה. הנה דוגמה לשלט מסוג זה.

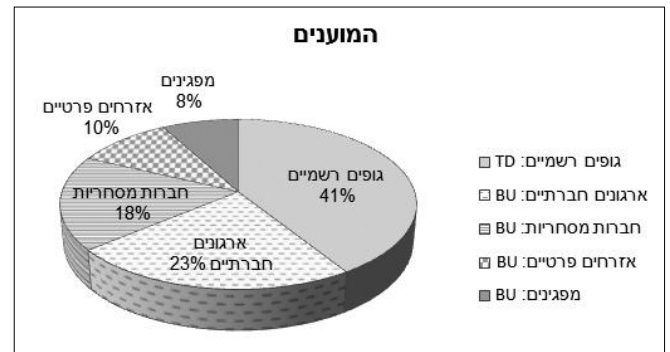
שלטים אחרים הוצבו במקומות קבועים שבהם מוצגים שלטי חוצות פרסומיים, עמודי פרסום, לוחות מודעות, וכן בצמתים ובדרכים ציבוריות ויוצרו בידי חברות מסחריות (18 אחוז). שלטי פרסום שכללו אזכור סמוי או גלוי של מבצע צוק איתן והוצבו במיקום של שלטים פרסומיים מסחריים הם בעלי השפעה רבה עקב הנראות הגבוהה שלהם והשם המסחרי שהם נושאים. קשה להתעלם משלטי ענק צבעוניים לצד הכביש תוך כדי נהיגה, בעצירה ברמזור או בעת הליכה. בדומה לקבוצה הקודמת הנמען המשוער של שלטים אלה היה הציבור הרחב.



שלט קבוע במרחב ציבורי-כללי

שלטים קבועים במרחב המוניציפלי 39 אחוז מהשלטים הקבועים שנתלו במרחב המוניציפלי היו מטעם ראשי היישוב (שלושים אחוז) ומטעם אזרחים פרטיים, תושבי המקום (תשעה אחוזים). על השלטים הללו היו חתומים ראשי ערים ראשי מועצות מקומיות ויישובים (שלטי TD). אישי ציבור נבחרים הציבו שלטים במרחב הציבורי שתחת אחריותם, כגון במרכזי הערים או

חתומים עליהם, ונראו למרחקים. דוגמה מייצגת של מוענים אלה היא שלט שנתלה בציר מרכזי של קריית טבעון: "רשת מתנסים, מועצה מקומית קריית-טבעון 'ושבו בנים לגבולם' קריית-טבעון מברכת את חייליה החוזרים הביתה". בתחתית השלט הופיעו דימויים של דגלי ישראל. להלן תרשים 1 המציג את חלוקת המוענים של שלטי החוצות.



חלוקת המוענים לפי קבוצות TD-BU

שלטים קבועים וזמניים, מיקומם ונמעניהם המשוערים
נוסף על ניתוח מועני השלטים ובהתאם לגישות הרווחות בניתוח נוף לשוני (Kasanga, 2014; Shohamy & Waksman, 2009) יש להתייחס להיותם של השלטים קבועים או זמניים. תפיסה זאת נכללת במסגרת מגוון האופנויות (modalities) של השלטים, נמעניהם ומיקומם. עיון בשלטים שנתלו בצוק איתן מלמד שרובם הגדול (91 אחוז) היו שלטים קבועים שנתלו במהלך המבצע ונשארו תלויים באותו מקום עוד לפחות שבועיים לאחר תום המבצע. רק חלקם הקטן היו שלטים זמניים – אלה הופיעו לפרק זמן קצר ומוגבל (בעיקר בעת הפגנות) (שמונה אחוזים). בהרנו לכנות שלטים אחרים שעלו במחקר שלטים היברידיים (אחוז אחד) בשל היותם זמניים וקבועים בו זמנית (וראו הסבר רחב יותר בהמשך).

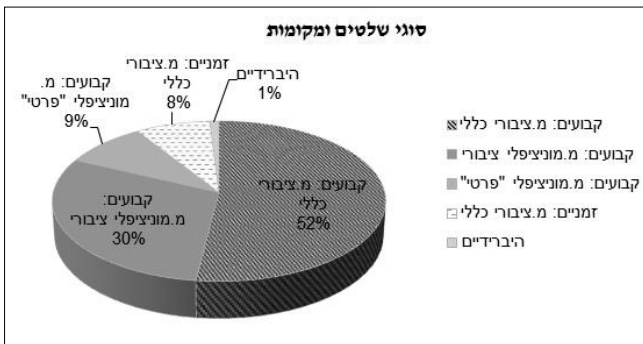
שלטים קבועים ומאפייניהם
השלטים הקבועים (91 אחוז) נתלו בחלקם במרחב הציבורי הכללי (52 אחוז), חלקם במרחב המוניציפלי (39 אחוז) והיו גם שלטים היברידיים (אחוז אחד). מיקום השלטים במרחב הציבורי הכללי או המוניציפלי יכול לשקף את כוונות המוענים ואת הזהות הכללית של הנמענים.

שלטים קבועים במרחב הציבורי-הכללי כאמור, 52 אחוז מן השלטים נתלו במרחב הציבורי של מדינת ישראל במגוון מקומות בעלי נראות גבוהה במיוחד, כגון כביש החוף (כביש מס' 2) החוצה את מדינת ישראל מהצפון עד המרכז, נתיבי איילון, כביש גהה וכביש עכו-חיפה. שלטים הנמנים עם קטגוריה זו נתלו גם במרחבים ציבוריים אחרים: על גדרות בדרך למוסדות ציבוריים כמו בתי חולים, או המקיפים גנים ציבוריים, מדשאות ציבוריות וכדומה. חלק מהשלטים נתלו בידי ארגונים חברתיים (23 אחוז), ולפי מיקומם

שלטים היברידיים

בין כלל השלטים הקבועים במרחב הציבורי הכללי הייתה קבוצה ייחודית בעלת מרכיבים היברידיים, כלומר שלטים שהם גם קבועים וגם ניידים (אחוז אחד). הכוונה לשלטים שמוקמו על אוטובוסים של חברות ציבוריות ועל מכוניות פרטיות. כל שלט נחשב יחידת ניתוח, אולם אותו פריט שעל כל אחד מכלי הרכב, בעיקר אלה שעל האוטובוסים הציבוריים, נראה באזורים גאוגרפים מגוונים ברחבי ישראל במהלך המבצע ואחריו. המיקום בכלי הרכב יצר מופע חוזר של השלטים במרחב הציבורי ועל כן נראותם הייתה גבוהה וקהל רב נחשף אליהם.

תרשים 2 מציג את השלטים הקבועים והזמניים במרחבים שונים.



חלוקת לשלטים קבועים וזמניים במרחב כללי ומוניציפלי הקיצור מ' בתרשים = מרחב.

היישובים, במקומות מרכזיים שהתושבים פוקדים אותם יום-יום, בכיכרות מרכזיים, במעגלי תנועה ובכניסה ליישובים (שלושים אחוז). בימים כתיקונם מפרסמים בלוחות אלה מידע חשוב לתושבים המקומיים, חברי הקהילה, וכן אירועי תרבות ואירועים מיוחדים של הקהילה המקומית, כמו סרטים, הצגות והרצאות. אפשר לשער שמיקום השלטים נבחר כפנייה בראש ובראשונה לתושבי המקום, כדי להסב את תשומת לבם לשלטים ולחתומים עליהם. שלטים מסוג זה משקפים את ההחלטות של הגופים המייצגים את השלטון המקומי (Ben Rafael et al., 2006). ייתכן שמטרתם הייתה לייצר מעין "מדורת שבט" של היישוב, לנסות לעצב את תפיסת האוכלוסייה המקומית ולמצב אותה כלפי פנים, כפי שעלה במחקרים קודמים (Cenoz & Gorter, 2006; Gorter, Aiesteran & Cenoz, 2012; Huebner, 2006). בכל השלטים בקבוצה זו צוין בשלט שם היישוב.



שלט קבוע במרחב מוניציפלי



שלט היברידי

שלטים קבועים במרחב המוניציפלי הם שלטים שנתלו על ידי אזרחים פרטיים (תשעה אחוזים). האזרחים מיקמו שלטים בחזיתות בתיהם, מתחת לחלון דירתם או על הגדר המקיפה את ביתם כך שהם נראו רק במרחב המצומצם והאינטימי שבו גרו. הנמענים המשוערים במקרים אלה היו תושבי השכונה, השכנים ובני משפחותיהם, משפחות החיילים המשרתים הגרים בשכנות ועוברי אורח. נמען מיוחד של האזרחים הפרטיים הוא, בוודאי, בן המשפחה המשרת בצה"ל וחבריו.

שלטים זמניים במרחב הציבורי-כללי

נוסף על השלטים הקבועים נמצאו במחקר גם שלטים זמניים. השלטים הזמניים הופיעו לרוב במרחב הציבורי-הכללי (שמונה אחוזים). שלטים אלה הונפו בעת ההפגנות שהתקיימו במרחבים פתוחים, בעיקר במרכז הארץ, ובהם למשל כיכר רבין. הם מוקמו גם במרחבים סגורים, שבהם התקיימו ירידי מכירות ואיסוף תרומות ומתנות כאקט של מפגני תמיכה בתושבי הדרום ובחיילים. מאחר שההפגנות הגדולות או חלקן סוקרו במהדורות החדשות, קהל היעד שלהם כלל למעשה צופי חדשות ברחבי הארץ וגם מחוץ לה. נמענים משוערים אחרים של המפגינים היו פוליטיקאים ואישים בתפקידים ציבוריים אחרים. מצב דומה תיאר לואנגה קסנגה (Kasanga, 2014).

מגבלות המחקר

מחקרים רבים על נופים לשוניים נותנים דעתם לנושאים הקשורים לרב לשוניות, כלומר לייצוג של שפות המשמשות את תושבי של אזור כלשהו, או להיעדרן. מחקרים אלה בוחנים את היחסים החברתיים בין קבוצות תרבותיות שונות באותו אזור כפי שהם משתקפים בנוף הלשוני של מקום נתון. ישראל היא מדינה שקיימות בה שתי שפות

להניח אפוא שהשלטים פנו לציבור הרחב ולמגוון רחב של תושבים מקבוצות חברתיות-תרבותיות שונות (McQuail, 2010). יתר על כן, לפי תאוריית השפה של באחטין לא חשוב מאיזו נקודת מבט מסתכלים על מבע כלשהו ועל הנסיבות והסיטואציות החברתית שבגינה הוא נוצר. גם בהיעדר נמען ממשי, כל אדם המייצג את הקבוצה החברתית שאליה שייך המוען הוא נמען אפשרי (Carroll, 1983). בדומה לכך ציין קולמס שמאחורי כל שלט שמתנוסס במרחב הציבורי יש מסר שיוצר השלט התכוון להעביר לנמען "שמסוגל לקרוא אותו" ולנמען "שאכן קורא אותו כשהוא נחשף אליו" (Coulmas, 2009, p. 22).

שאלת המחקר השלישית התייחסה לקשר שבין המוענים, הנמענים, מיקום השלטים בעת מבצע צוק איתן והתובנות העולות משילוב גורמים אלה בסוגיה הנדונה. הדיון נשען על הגישה הדיאלוגית של באחטין. באחטין (Carroll, 1983) מתבונן בשפה כמנגנון המקיים דו-שיח בין סימנים (השפה הכתובה), דוברים (המוענים), וההקשר שבו השפה מופיעה (הסביבה, המרחב). הוא סבור שיש קשר בין מבעים להקשרים היסטוריים, תרבותיים, חברתיים או אידאולוגיים. לדבריו תמיד קיים דו-שיח בין מבעים להקשרים מסוג זה. ההקשר במחקר הנוכחי הוא המציאות של מבצע צוק איתן, שבה שזורים היסטוריה, תרבות, חברה ואידאולוגיה, ובה צמח והתהווה נוף לשוני מסוים ובלתי שגרתי שנדון במחקר.

לסיכום, ממצאי המחקר העיקריים מצביעים על שלוש מסקנות מרכזיות: (1) במהלך המבצע היו נוכחים בנוף הלשוני הישראלי שני סוגים עיקריים של שלטים: פרטיים ורשמיים, שסווגו גם לשלטים קבועים וזמניים. נוסף על כך נמצאה קבוצה קטנה של שלטים היברידיים. (2) השלטים נתלו במגוון מקומות במרחב הציבורי באופן מתוכנן ולא אקראי. (3) היה קשר בין המוענים, הנמענים ומיקום השלטים. שילוב מרכיבים אלה במציאות שתוארה משקף קשרים הדדיים בין הנוף הלשוני לערכים שרווחו בחברה בעת מבצע צוק איתן ויכולים לשמש מעין מראה לפרטים בחברה על עצמם.

מקורות

- גור, ח' (עורכת). (2005). מיליטריזם בחינוך. תל-אביב: ידיעות אחרונות וספרי חמד.
ההאן-כלב, ה' (2005). "גנרלים" בחינוך: אנשי צבא כמנהלים של בתי ספר", בתוך: ח' גור (עורכת), מיליטריזם בחינוך (עמ' 109-129). תל-אביב: ידיעות אחרונות וספרי חמד.
זאבי, ע' (2007). "אל תתיאש... עשן כנסת שש – הרטוריקה של ססמת הפרסומת בעיתונות היומית 1948-1960", חלקת לשון: כתב עת לבלשנות עיונית ושימושית, 39, עמ' 57-82.
זאבי, ע' (2009). "מחבקים את הצפון": פרסומת ופטריוטיזם במלחמת לבנון השנייה", קשר, 38, עמ' 66-76.
זאבי, ע' (2012). "דרך ארץ ושמיים": מיום חינוכי משותף של צה"ל ומערכת החינוך לשנת השישים למדינה ותרומתו לדעת תלמידים ומורים" עיונים בחינוך, עיונים בחינוך 5, עמ' 12-36.
זאבי, ע' (2012). "זהות ישראלית במלחמה: על הרטוריקה של פרסומות במלחמת המפרץ ובמלחמת לבנון השנייה", סוגיות חברתיות בישראל, 13, עמ' 60-85.
טרומפר-הכט, נ' (2005). "רב תרבותיות ורב לשונית בראי הנוף הלשוני בישראל: סיפורם של חמישה אזורים במטרופולין תל אביב", הד האולפן החדש: להנחלת העברית ותרבותה, 88, עמ' 118-134.

רשמיות: עברית וערבית. דו-לשוניות זו לא נכללה במחקר ולכן לא נדגמו יישובים שבהם עיקר האוכלוסייה דוברת ערבית. במחקרים עתידיים יש מקום לבדוק את הנוף הלשוני של שלטים מזווית רב לשונית.

מגבלה נוספת היא שאין במחקר ביטוי לקולות אחרים שעלו באמצעי תקשורת נוספים (למשל, רשתות חברתיות). ייתכן שבאמצעים אלה התקיים שיח בעל אופי שונה מזה המתואר במחקר על תחושות הציבור בצוק איתן.

סיכום ומסקנות

המחקר כחן מוענים, נמענים ומיקומם של שלטי חוצות ששימשו סוג ייחודי של נוף לשוני שעלה בנסיבות יוצאות דופן במהלך מבצע צוק איתן בקיץ 2014. נוף לשוני זה נכח במרחב הציבורי כחודש וחצי ונעלם שבועיים לאחר תום המבצע. בחינת המוענים, הנמענים והמקומות שבהם נתלו השלטים עשויה לתרום להבנת השיח בין יוצרי השלטים לקהל שנחשף אליהם וקרא אותם. גורמים אלה וניתוחם שופכים אור אחר, חדש, על המציאות הישראלית בסיטואציה מיוחדת זו. במענה על שאלת המחקר הראשונה, על המוענים של שלטי החוצות במבצע צוק איתן, המחקר הסתמך על גישה שמסוגלת אותם לקטגוריות שהציעו בן-רפאל ועמיתיו (Ben Rafael et al., 2006). בהתאם לכך הוגדרו השלטים לפי יוצריהם כשלטים פרטיים (BU) או רשמיים (TD). הקבוצה הגדולה של השלטים במחקר היו אלה שעוצבו בידי סוכנים פרטיים והוצבו במרחב הציבורי. השלטים הללו היו כלי למוענים שונים להביע עמדות ורגשות באופן פומבי במצב חברתי קיצוני וחריג. חוקרים שדנו בהבעת רגשות בפומבי בחברה המודרנית מציינים שהבעת רגשות מסוג זה היא תגובה לגירוי – התגובה יכולה להיות פרטית פנימית או כזו המופנית כלפי חוץ, לעולם החיצוני (Tourinho et al., 2011). המחקר לימד שקבוצת המוענים הפרטיים בחרה להגיב בפומבי.

קבוצה קטנה יותר של מוענים מנתה גופים רשמיים שיזמו שלטים ומיקמו אותם בעיקר במרחב הציבורי המוניציפלי. בהקשר זה, קולמס סבר שהנוף הלשוני משקף סיטואציות חברתיות ועשוי במקרים מסוימים להעביר מידע של סוכנים אלה לנמעניהם. הסוכנים מציגים את המסרים שלהם באמצעות אלמנטים חזותיים-לשוניים, והמסרים שלהם מקפלים בתוכם משמעות סמלית בהתאם לתפיסת המוענים (Coulmas, 2009).

מיכאיל באחטין דן במקומו של הטקסט בדו-שיח בין מוענים לנמענים (ראו אצל Carroll, 1983). תורתו גורסת כי נוכחותו של טקסט במרחב מחייבת שיח בינו לקורא פוטנציאלי. במחקר נמצא דו שיח מסוג זה מפני שהשלטים כללו טקסטים כתובים שמוקמו בבולטות רבה במרחב הציבורי, וכך נמענים רבים נחשפו אליהם, והקריאה בהם הייתה בלתי נמנעת. תפיסתו של באחטין מסייעת לענות גם על שאלת המחקר השנייה, היכן נתלו השלטים ומי היו הנמענים המשוערים שלהם. במבצע צוק איתן הוצבו שלטי החוצות במקומות מרכזיים ציבוריים כלליים ומוניציפליים. כתוצאה מכך נחשף מספר רב של אזרחי ישראל לנוף הלשוני החדש שנוצר. אפשר

- Coupland, N. & P. Garrett, (2010). "Linguistic Landscapes, Discursive Frames and Metacultural Performance: The Case of Welsh Patagonia", *International Journal of the Sociology of Language*, 205, pp. 7-36.
- Du Plessis, T. (2010). "Bloemfontein/Mangaung, 'City on the Move'. Language Management and Transformation of a Non-representative Linguistic Landscape", in: E. Shohamy & D. Gorter (eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery* (pp. 74-95). New York: Routledge.
- Gorter, D. (2006). *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Gorter, D., J. Aiestera & J. Cenoz (2012). "The Revitalization of Basque and the Linguistic Landscape of Donostia-San Sebastián", in: D. Gorter, H. F. Marten & L. Van Mensel (eds.), *Minority Languages in the Linguistic Landscape* (pp. 148-163). New York: Palgrave Macmillan.
- Huebner, T. (2006). "Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change", *International Journal of Multilingualism*, 3(1), pp. 31-51.
- Inbar, E. & A. Rapaport (2014). "The Gaza War Initial Summary", The Begin-Sadat Center for Strategic Research, Bar Ilan University, Retrieved from: <http://besacenter.org>.
- Jaworski, A. & C. Thurlow (2010). "Introducing Semiotic Landscapes", in: A. Jaworski & C. Thurlow (eds.), *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space* (pp. 1-39). London: Continuum.
- Kasanga, L.A. (2014). "The Linguistic Landscape: Mobile Signs, Code Choice, Symbolic Meaning and Territoriality in the Discourse of Protest", *International Journal of the Sociology of Language*, 230, pp. 19-44.
- Landry, R. & R. Y. Bourhis (1997). "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study", *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), pp. 23-49.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Schori-Eyal, N., M. R. Tagar, T. Saguy & E. Halperin (2015). "The Benefits of Group-based Pride: Pride can Motivate Guilt in Intergroup Conflicts among High Glorifiers", *Journal of Experimental Social Psychology*, 61, pp. 79-83.
- Shohamy, E., E. Ben-Rafael & M. Barni (2010). *Linguistic Landscape in the City*. North York: Multilingual Matters.
- Shohamy, E. & S. Waksman (2009). "Linguistic Landscape as an Ecological Arena", in: E. Shohamy & D. Gorter (eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery* (pp. 313-331). New York: Routledge.
- Tourinho, E.Z., A. Borba, C. Vichi & F.L. Leite (2011). "Contributions of Contingencies in Modern Societies to 'Privacy' in the Behavioral Relations of Cognition and Emotion", *The Behavior Analyst*, 34(2), pp. 171-180.
- כשר, א' (2014). "היבטי מוסר ואתיקה של תורת הלחימה הישראלית ומבצע צוק איתן", *כיוונים חדשים*, 31, עמ' 14-46.
- ליסק, מ' (2001). "האתוס הביטחוני והמיתוס של ישראל כחברה מיליטריסטית", *תרבות דמוקרטית*, 5-4, 187-211.
- למיש, ד' (2004). "ל'טוס כחול לבן': גילויי פטריוטיות בפרסומת הישראלית", *בתוך: א' בן-עמוס וד' ברטל (עורכים), פטריוטיזם: אוהבים אותך מולדת (עמ' 317-337)*. תל-אביב: דיונון.
- רובין, ע' (2015). "ההגנה האקטיבית של ישראל במבצע צוק איתן", *מרכז בס"א למחקרים אסטרטגיים, אוניברסיטת בר-אילן*. נדלה מן האתר <http://besacenter.org>
- שקרי, א' (2003). *מילים המנסות לגעת: מחקר איכותני – תיאוריה ויישום*. תל-אביב: רמות.
- שון-לוי, א' (2006). *זהויות במדיום: גבריות ונשיות בצבא הישראלי*. ירושלים: מאגנס.
- Abdelhay, A., M. Ahmed & E. Mohamed (2016). "The Semiotic Landscaping of Heritage: Al-Mantiqa al-Tarikhyya in Jeddah", *Linguistic Landscape: An International Journal*, 2(1), pp. 52-79.
- Bar-Tal, D. (1993). "Patriotism as Fundamental Beliefs of Group Members", *Politics and the Individual*, 3(2), pp. 45-62.
- Bar-Tal, D., D. Jacobson & A.S. Kleiman (1998). *Security Concerns: Insights from the Israeli Experience*. Connecticut: JAI Press.
- Bauer, M. (2000). "Classical Content Analysis: A Review", in: M.W. Bauer & G. Gaskell (eds.), *Qualitative Researching with Text, Image and Sound: A Practical Handbook for Social Research* (pp. 131-151). London: Sage.
- Bauer, M. & B. Aarts (2000). "Corpus Construction: A Principle for Qualitative Data Collection", in: Bauer, M.W. & G. Gaskell (eds.), *Qualitative Researching with Text, Image and Sound: A Practical Handbook for Social Research*, (pp. 19-37). London: Sage.
- Ben Rafael, E., E. Shohamy, M. Amara & N. Hecht Trumper (2006). "Linguistic Landscape as a Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel", *International Journal of Multilingualism*, 3(1), pp. 7-31.
- Bogatto, F. & C. Hélot (2010). "Linguistic Landscape and Language Diversity in Strasbourg: The 'Quartier Gare'", in: E. Shohamy (ed.), *Linguistic Landscape in the City*, (pp. 275-291). Bristol, UK: Multilingual Matters.
- Carroll, D. (1983). "The Alterity of Discourse: Form, History, and the Question of the Political in MM Bakhtin", *Diacritics*, 13(2), pp. 65-83.
- Cenoz, J. & D. Gorter (2006). "Linguistic Landscape and Minority Languages", *International Journal of Multilingualism*, 3(1), pp. 67-80.
- Coulmas, F. (2009). "Linguistic Landscaping and the Seed of the Public Sphere", in: E. Shohamy & D. Gorter (eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery* (pp. 13-24). New York: Routledge.