

# כשהסטטוס (החברתי-כלכלי) והסטטוס (בפייסבוק) ירדו לרחוב: תקשורת, מעורבות פוליטית ואקלים דעות במחאה החברתית של קיץ 2011 יוסי דוד, יעקב שמיר ואלברטו סימפסר

הסיקור התקשורתי ואקלים הדעות הם בעלי תפקיד משמעותי בתאוריות של דעת קהל ושל מחאות. המחקר בוחן את השינוי שיצרה המחאה באקלים הדעות (J. Shamir & M. Shamir, 2000), את תפקיד התקשורת בעיצוב האקלים ואת הקשר בין צריכת תקשורת ואקלים דעות לבין מעורבות במחאה. סוגיות אלו נבחנו בנוגע למחאה החברתית שהתרחשה בישראל בקיץ 2011, ובחינתן נעשתה בשלושה שלבים באמצעות ניתוח תוכן של הסיקור התקשורתי טרם פרוץ המחאה ולאחריה ובאמצעות שבעה סקרים שנערכו בקרב שלושה קהלים – הציבור הרחב, המעורבים ברשתות החברתיות באינטרנט, והפעילים שדרו במאהלים. ניתוח התוכן של הסיקור התקשורתי מלמד כי המחאה שברה את הבורות הקיבוצית ושינתה את אקלים הדעות כלפי סוגיות חברתיות-כלכליות

\* יוסי דוד, המחלקה לתקשורת ועיתונאות, האוניברסיטה העברית בירושלים.

דואר אלקטרוני: davidyossi4@gmail.com

פרופ' יעקב שמיר, המחלקה לתקשורת ועיתונאות, האוניברסיטה העברית בירושלים.

דואר אלקטרוני: jshamir@mscc.huji.ac.il

פרופ' אלברטו סימפסר, המחלקה למדע המדינה, (ITAM Instituto Tecnológico Autónomo de México), מקסיקו סיטי, מקסיקו.

דואר אלקטרוני: asimpser@gmail.com

המחברים מבקשים להודות למכון אשכול ולמרכז שיין באוניברסיטה העברית בירושלים על תמיכתם בביצוע מחקר זה וכן לד"ר זוהר קמפף, לפרופ' יפעת מעוז, לגב' נעם גל, לד"ר קרן טננבוים-זינבלט ולפרופ' תמיר שפר על הייעוץ, הסיוע וההערות בביצוע המחקר.

בישראל – מתפיסה קפיטליסטית לתפיסה סוציאל-דמוקרטית. מניתוח של סקרי דעת הקהל עולה כי תפיסת התמיכה במחאה הלכה והתרחבה עם התגברות המחאה וסיקורה התקשורתית, אך לא נמצאו הבדלים בתפיסה של דעת הרוב כתומכת במחאה, למעט בין מי שצרכו מידע על המחאה מאחד מאמצעי התקשורת לבין מי שלא ניוונו מאמצעי התקשורת. הממצאים מציגים זווית ייחודית להבנת המחאה החברתית של קיץ 2011 באמצעות חשיפת הקשר בין צריכת תקשורת ואקלים דעות לבין השתתפות במחאה.

מילות מפתח: מחאה חברתית, מחאת האוהלים (2011), פעילות קולקטיבית, דעת קהל, סקר דעת קהל, שינוי עמדות, בורות קיבוצית, תקשורת, תקשורת המונים (השפעות), חדשות (תקשורת המונים), אמצעי מדיה חדשים, פייסבוק

## מבוא

רוח התקופה (zeitgeist) בעולם בשנת 2011 הייתה רוח של מחאה. בשנה זו פרצו מהאות רבות ברשתות החברתיות באינטרנט – במזרח התיכון, באירופה ובאמריקה – וחלקן הצליחו להביא לשינויי מדיניות ואף למהפכות שלטוניות (Castells, 2013). בישראל התחוללה בשנה זו מחאה חברתית-כלכלית רחבת היקף והגדולה מסוגה בתולדות המדינה, שייצגה בזירה הציבורית הגיע לשיאו בתקופת הצבתם של אוהלים ברחבי הארץ.

אירועי המחאה בקיץ 2011 היו ביטוי פיזי של תופעה וירטואלית: הסטטוס בפייסבוק והסטטוס החברתי-כלכלי ירדו לרחוב על מנת לדרוש צדק. שני אלו, נוסף על סיקור תקשורת, מעורבות ציבורית ואקלים דעות חסרי תקדים בהיקפם, יצרו מחאה עוצמתית ורחבה (Tenenboim-Weinblatt, 2014). במילותיה של חברת הכנסת, סתיו שפיר: "מה שקרה במחאה זה שאנשים לקחו את הפייסבוק שלהם והורידו אותו לרחוב" (הרצוג, 2013, עמ' 85).

המחאה של קיץ 2011, המוכרת כ"מחאת האוהלים", הפתיעה את חוגי השלטון, התקשורת והאקדמיה ושינתה את אקלים הדעות כלפי נושאים חברתיים-כלכליים בישראל. במהלך הניסיונות של התקשורת לתייג את המחאה, של האקדמיה להבינה ושל הממשלה לחסלה, נראה כי נעשה ניסיון להכניסה למסגרת של ערכים מוכרים בחברה הישראלית (הרצוג, 2013). תרמה לכך בוודאי העובדה שמחאות משמעותיות, שלא אורגנו על-ידי תנועות מחאה מאורגנות או על-ידי מפלגות פוליטיות, כמעט לא התקיימו בישראל (ליימן-ווילציג, 1992).

מחאות הן חלק בלתי נפרד מחופש הביטוי המהווה בסיס לחברה דמוקרטית. פעולות מחאה היו הבסיס ליצירת החברה המודרנית, לדוגמה באמצעות התנגדות למשטר הכיבוש הבריטי בצפון אמריקה בשנת 1776 ובאמצעות התנגדות למשטר המלוכני

והדכאני בצרפת בשנת 1789. מהפכות אלו היו מעין יריית פתיחה למהפכות שהתרחשו מאוחר יותר, בשנים 1848-1849 - בתקופת אביב העמים - והן היו הבסיס לחברה המודרנית כפי שאנו מכירים אותה כיום.

מחאות הן מוקד למחקר מעצם היותן גורם המערער על הסדר החברתי הקיים ובשל תפקידן החשוב בבסיסה של כל חברה דמוקרטית (Castells, 2013). מחאת קיץ 2011 מעניינת ממגוון סיבות: ראשית, בשל היותה המחאה האזרחית הראשונה הגדולה בישראל. שנית, דעת הקהל על שינוייה לאורך הזמן מעניינת עקב היותה גורם חיוני בחיי היום-יום, המשמר ומעצב את הסדר החברתי וסולל את הדרך לשינויים חברתיים ופוליטיים (J. Shamir & M. Shamir, 2000). לבסוף, הסיקור התקשורתי של מחאת קיץ 2011 בישראל מעניין בשל האהדה הגורפת במרבית כלי התקשורת, בניגוד לעולה מן המחקר בנוגע לאופי הסיקור התקשורתי של מחאות (Garrett, 2006; Gitlin, 1980; McCurdy, 2012).

### דעת קהל ואקלים דעות

דעת קהל היא בעלת תפקיד חיוני בחיי היום-יום, והדינמיקה שלה היא תופעה מסקרנת ומשמעותית להבנת התנאים לקיומה ולאופן התנהלותה של חברה דמוקרטית. הפרשנות המקובלת למושג "דעת קהל" היא "דעת הציבור", ופרשנות זו מתייחסת לעמדות, כפי שהן עולות מסקרי דעת קהל, כמייצגות את דעת הקהל. הסיבות לפרשנות זו מגוונות, ובין השאר הן מבוססות על הקישור המידי המבוצע בין "דעת קהל" לבין "סקרי דעת קהל", המוביל לכך שיש המגדירים דעת קהל כאוסף עמדות של יחידים הבא לידי ביטוי בסקרים (Noelle-Neumann, 1995; J. Shamir & M. Shamir, 2000).

פרשנות זו לוקה בחסר עקב התעלמות מן הפן הציבורי ומממד הפומביות שהמושג "דעת קהל" כולל. פרשנות מורכבת יותר של דעת קהל מתייחסת לדעת הציבור, להבדיל מדעת הפרטים, ורואה בדעת קהל תופעה אגרגטיבית שפומביותה משחקת תפקיד חשוב בחברה ובפוליטיקה. מנקודת מבט זו, הרואה את דעת הקהל כתופעה אגרגטיבית וכפעולה חברתית קולקטיבית, דעת קהל לא תוכל להתקיים ללא ביטויים פומביים. אם כן, הפרסום הוא חלק בלתי נפרד ממנה, מאחר שהוא מאפשר את הפומביות הנדרשת כדי להפוך אותה מדעתם של הפרטים לדעתו של הציבור. הפומביות מיידעת את הפרטים בחברה על קיומם של אחרים החולקים אותן תפיסות, ובכך היא מאפשרת קיום של אקלים דעות בנושאים חברתיים ופוליטיים (Habermas, 1989; J. Shamir & M. Shamir, 2000).

אקלים הדעות (climate of opinion) הוא תופעה חברתית-קולקטיבית, הנובעת מאינטראקציות ומתהליכים תקשורתיים וחברתיים, והוא בא לידי ביטוי במגוון דרכים במרחב הציבורי. תופעה זו ניתנת למדידה באמצעות תפיסות של דעת הרוב בסקרי דעת קהל או מניתוח תוכן של סיקור תקשורתי (J. Shamir & M. Shamir, 2000). אם בוחנים

את "אקלים הדעות" על הציר שבין הספונטני לבין המובנה, תופעה חברתית זו ניצבת קרוב יותר למערכת הערכים המובנית ולסך הדעות של בני החברה (Lazarsfeld, 1972); (J. Shamir & M. Shamir, 2000), והיא משמשת כלי לפיקוח ולמשטור חברתי (Noelle-Neumann, 1995).

אקלים הדעות כלפי סוגיה מסוימת מבטא את מידת הנורמטיביות שלה בדעת הקהל, והוא ממלא תפקיד משמעותי בתהליכי יצירתה של דעת הקהל לשינוי או לשימור של המצב הקיים (Noelle-Neumann, 1993, 1995). אקלים הדעות ממלא תפקיד במתן תמיכה ולגיטימציה להשתתפות בפעילות חברתית ובמחאה פוליטית, והדבר נעשה באמצעות יצירת נורמות חברתיות. ביטויים פומביים של דעת הקהל, כדוגמת הפגנות מחאה, תורמים גם הם ליצירת אקלים דעות (Noelle-Neumann, 1993; Taylor, 1982). דעת קהל היא אפוא מושג רב־ממדי. היא יותר מסך הדעות הפרטיות של האזרחים, והיא ישות חברתית קולקטיבית המחייבת תקשורת ומידה של פומביות. זאת ועוד, היא עוסקת בסוגיות ציבוריות ומתקיימת במרחב הציבורי הן כשיחה והן כרעיונות המסוכמים לדעה קולקטיבית ומוכרת כאקלים הדעות. ישות זו היא מנגנון חברתי המתאם בין תהליכים של יציבות ושינוי חברתי, והיא פועלת בשני המישורים וממוקמת בצומת של החברה, התקשורת והפרט, בין הציבורי לבין הפרטי. כיוון שלמושג זה אין הגדרה כללית מקובלת, אפשר למצוא בספרות הגדרות רבות. במאמר זה נאפיין את דעת הקהל כבעלת ארבע ממדים: הממד הנורמטיבי – המוכר גם בשם "אקלים הדעות" (climate of opinion), הממד האינפורמטיבי – המתבטא ביצירת ציפיות "רציונליות" בהתבסס על המידע הקיים, הממד ההערכתי – המבטא את עמדות הציבור כלפי סוגיה מסוימת בזמן נתון ונבחן לרוב באמצעות התפלגות עמדות הציבור בסקרי דעת קהל, והמדד ההתנהגותי – הכולל ביטויים פיזיים הנראים לעין, כדוגמת דבקות (סטיקרים) ומודעות, בחירות ומשאלי עם, מחאות והפגנות, וכן כל פעילות קולקטיבית הבאה להנכיח עמדה במרחב הציבורי (J. Shamir & M. Shamir, 2000).

בין ארבעת הממדים של דעת הקהל מתקיימת אינטרקציה ויש ביניהם מתאם, אך הם אינם עולים תמיד בקנה אחד. לעתים יש פער בין עמדות הציבור לבין ההערכה של דעת הרוב המבטאת את אקלים הדעות בנוגע לנושא מסוים, ומצב זה מכונה בספרות "בורות קיבוצית" (pluralistic ignorance). בורות קיבוצית היא הפער בין ממד העמדות של דעת הקהל, הנמדד באמצעות שאלות עמדה בנוגע לסוגיה מסוימת, לבין הממד הנורמטיבי של דעת הקהל, הנמדד באמצעות שאלות של תפיסת עמדתו של רוב הציבור בנוגע לאותה סוגיה או באמצעות ניתוח הסיקור והמסגור התקשורתי בנוגע לסוגיה מסוימת (J. Shamir & M. Shamir, 2000). לדוגמה, במשך תקופה ארוכה הראו סקרי דעת קהל כי רוב הציבור הישראלי תמך בפינוי מרבית ההתנחלויות במסגרת הסכם שלום עם הפלסטינים, אם כי הרוב סבר באותה עת שרק מיעוט תומך בכך (Shamir & Shikaki, 2010).

תופעת הבורות הקיבוצית חשובה בתהליכי שינוי של דעת קהל, משום שהיא עלולה להסוות שינויים אמתיים המתרחשים בציבור ולעכב את התרחשותם (J. Shamir, 2000). מכמה מחקרים שנערכו בישראל עולה כי מרבית הציבור תמך בעמדות דומות לאלו שעלו מן המחאה כמה שנים לפני שהיא התרחשה (כהן, מזרחי ויובל, 2010; מזרחי, יובל וכהן, 2011), אף שהממשלות שנבחרו היו בעלות מדיניות ותפיסת עולם כלכלית-חברתית נאו-ליברלית, כלומר בעלות השקפה הפוכה מזו של רוב הציבור (וולטר, 2011; שמיר ואריאן, 2010). לפיכך שיערנו כי אקלים הדעות בנוגע לסוגיות חברתיות-כלכליות בישראל השתנה מאקלים קפיטליסטי טרם פרוץ המחאה לאקלים סוציאלי-דמוקרטי לאחר פרוץ המחאה, וכך הוא הוביל לביטול הבורות הקיבוצית שהתקיימה בסוגיות חברתיות-כלכליות.

### מחאה ותקשורת

העיסוק המחקרי בקשר בין התקשורת לבין תנועות מחאה החל לפני כ-50 שנה בתקופת תנועות המחאה של הסטודנטים באירופה ותנועת המחאה נגד מלחמת וייטנאם בארצות הברית. סיקור תנועת המחאה נגד מלחמת וייטנאם כלל את המאפיינים האלה: זלזול במפגינים ובמטרותיהם, הצגתם כקיצונים או אנרכיסטים, התמקדות במאבקים פנימיים, הסתמכות על מקורות מוסדיים, הדגשתה של אלימות המוחים והתייחסות אליהם כאל מיעוט או קומץ (Gitlin, 1980). חוקרים אחרים טוענים כי מאפיינים אלו נכונים למסגור של תנועות מחאה ככלל (Garrett, 2006; McAdam, McCarthy, & Zald, 1996; McCurdy, 2012).

יש הטוענים כי המרחב הציבורי-תקשורתי משתנה בשנים האחרונות, והוא כבר אינו שייך רק ל אליטות, אלא גם לציבור הרחב (Cook, 2006; Mazzoleni & Schulz, 1999). מאחר שיש מתחרים רבים ומשאבים מוגבלים, נפתחים יותר ויותר ערוצים חדשים הפונים לקבוצות מוגדרות (Cook, 2006) ולדמויות פופולריות (Blumler & Kavanagh, 1999). אמות המידה לקביעת המידה של חדשותיות המידע הן תוצר של אינטרסים של מדרוג (רייטינג) (Mazzoleni & Schulz, 1999), ואמצעי המדיה המסורתיים נעשים בידוריים יותר וחדשותיים פחות (Curran, Iyengar, Lund, & Salovaara-Moring, 2009). לעומתם, יש הטוענים כי השינויים הטכנולוגיים, הבאים לידי ביטוי באמצעי המדיה החדשים, אינם משנים את יחסי הכוחות בחברה, אלא משמרים ואף מעמיקים את השליטה של האליטות ושל קבוצות הכוח בחברה (Morozov, 2011; Shalhoub-Kevorkian, 2012).

אמצעי המדיה החדשים מאופיינים בנגישות, במגוון ובמהירות. הנגישות מתבטאת בעלויות השתתפות נמוכות, ביכולת הגעה ובהעברת מידע בכל אמצעי תקשורת (אודיו, וידאו ודפוס). נגישות לרשת מאפשרת לכל אדם בעל אוריינות דיגיטלית

להיות כתב, עורך ובעל דעה, ובה־בעת מעניקה לו אפשרות לצרוך את סביבת המידע הרצויה לו (McAdam et al., 1996). המהירות מאפשרת להפיץ מידע ולנהל דיאלוג בכל רגע נתון וללא עלויות של ממש בכל רחבי העיר, המדינה או העולם. מאפיינים אלו כוננו את אמצעי המדיה החדשים ככלי תקשורת מרכזי המועדף על גופים רבים, ובהם תנועות חברתיות בעלות משאבים מוגבלים. נהיר כי קיימים הבדלים בנגישות ובצריכת אמצעי התקשורת כיוצרים וכצרכנים המבוססים על גיל, שייכות קבוצתית, אוריינטציה דיגיטלית ונגישות לאינטרנט (איגוד האינטרנט הישראלי, 2014; Castells, 2013; Heinderyckx, 2014), אך מידת ההשפעה ואופן ההשפעה של אמצעי מדיה חדשים על התפתחות מהאות עדיין אינם ברורים והם שנויים במחלוקת (Garrett, 2006).

יש חוקרים הטוענים כי האינטרנט אפשר להפוך את יחסי הכוח בחברה ממצב שבו בעלי ההון והשלטון ממשמעים את הציבור למצב שבו הציבור ממשמע את בעלי ההון והשלטון (Garrett, 2006; Jayyusi, 2011). לטענתם, זהות קולקטיבית יכולה להיווצר על־ידי אמצעי המדיה החדשים, דוגמת הרשתות החברתיות או קבוצות פעולה ופורומים שונים המתמקדים בנושא מסוים. אמצעים אלו מקשרים בדרך כלל לאתרים בעלי סדר יום דומה להם, ובכך הם יוצרים אקלים דעות אחיד בקרב המשתמשים במרחבים אלו. באופן זה אמצעי המדיה החדשים מאפשרים לערער על הפיקוח ועל המשטור החברתי באמצעות דעת הקהל. עם זאת, עדיין לא ברור אם האינטרנט יכול להביא ליצירת קהילות מחוץ למרחב הדיגיטלי (cyberspace). לעומתם, יש הוגים וחוקרים הטוענים כי האינטרנט הוא כלי להחרפת הפיקוח והמשמוע של האזרחים על־ידי השלטונות ובעלי ההון, משום שבאמצעי המדיה החדשים ניתנות למשתמשים אפשרויות מדויקות של מעקב וניטור (Morozov, 2011; Shalhoub-Kevorkian, 2012). במחקר זה בחנו את הקשר בין מקורות המידע להתעדכנות על המחאה לבין עמדות ותפיסות כלפיה, אולם לאור הבדלי הגישות והממצאים בתחום לא שיערנו השערה כיוונית.

### דמוקרטיה, מחאה, תקשורת ואקלים דעות

בשיטת ממשל דמוקרטית אמור להיות לאזרחים מידע על הפוליטיקה ועל הפוליטיקאים. יש קשר ברור בין מידע פוליטי לבין בחירה מושכלת (Delli Carpini & Keeter, 1996) ובין ידע פוליטי לבין פעילות פוליטית (Shehata, 2010). תפקיד התקשורת הוא לספק מידע ופרשנות על מהלכים פוליטיים, כדי שהאזרחים יוכלו להיות פעילים פוליטיים וכדי שבחירתם תהיה מושכלת. ממבט ראשון נראה כי מידת הנגישות של הציבור למידע פוליטי הולכת ומתרחבת בשל הגידול הרב במספר ערוצי הטלוויזיה ובשל התפתחות האינטרנט. ואולם, ממחקרים מתברר כי הנגישות של הציבור למידע פוליטי לא גברה, מאחר שמרבית אמצעי המדיה, הן המסורתיות והן החדשים, אינם ממלאים את תפקידם זה מסיבות מגוונות (Aalberg, van-Aelst, & Curran, 2010; Curran et al., 2009; Iyengar, Kyu, Heinz, & Mirko, 2009; Morozov, 2011).

השפעתה של דעת הקהל בדמוקרטיה פועלת בשני ערוצים מרכזיים: ישיר ועקיף. דרכי פעולה ישירות מבוססות על שימוש בתגמולים או סנקציות של הצבעה, על התנדבות למסעות תעמולה לקראת בחירות של מועמדים ועל צורות שונות של לחץ פוליטי ספונטני, דוגמת עצומות, הפגנות ומחאות (הרמן, 1995). עם זאת, בבחינת השפעותיהן הישירות של הפגנות, נראה כי הן שוליות ומצומצמות (הופנונג, 2006). דרכי פעולה עקיפות מבוצעות באמצעות קבוצות לחץ, קבוצות אינטרס, לובי, חברות בתנועות פוליטיות, תמיכה כספית ואף באמצעות תהליכי חברות בקרב המחוקקים והבאתם להבנה כי תפקידם הוא להיות שליחי ציבור (הרמן, 1995).

אקלים הדעות והנורמטיביות של דעת הקהל תלויים באמצעי תקשורת ההמונים. אמצעי התקשורת הם המקור העיקרי ליצירת אקלים דעות (Noelle-Neumann, 1993), והם עושים זאת באמצעות מתן במה ופומביות הנוצרים ליצירת דעת קהל (Habermas, 1989; Katz, 1995; Tarde, 1898/1969). בבחינת השפעתו של הסיקור התקשורתי על מאבקים כלכליים-חברתיים נמצא כי תקשורת ההמונים ממלאת תפקיד מרכזי ביצירת שינויים באקלים הדעות, ובייחוד בסוגיות חברתיות-כלכליות (Schmidt, 1993). הסיקור באמצעי התקשורת דרוש על מנת לאפשר את קיומן של מחאות (Garrett, 2006; McAdam et al., 1996; McCurdy, 2012), גם אם תקשורת בין-אישית משפיעה אף היא על דעת הקהל הנתפסת בציבור (ראו, למשל, Davison, 1983).

אף שבישראל מתקיימות מחאות רבות, המחאה שהתקיימה בקיץ 2011 הפתיעה את חוגי השלטון, את התקשורת ואת האקדמיה. צעירים וצעירות ממעמד בינוני-גבוה וחילוני ממרכז הארץ קראו לשינוי המדיניות הכלכלית-חברתית הקפיטליסטית (שלו, 2012), לסולידריות חברתית ולשינוי השיח הציבורי (הבר, הלר והרמן, 2011; הרצוג, 2013; רוזנהק ושלו, 2013; רם ופילק, 2013). המחאה זכתה לתמיכה חסרת תקדים בקרב כלל הציבור (הרצוג, 2013; שלו, 2012), בקרב האליטות הפוליטיות (Monterescu & Shaindinger, 2013) ובקרב מרבית העיתונאים והעיתונאים (Tenenboim-Weinblatt, 2014). פומביותם של אירועי המחאה וההמון שפקד אותם הביאו לכך שגם בפני כלי תקשורת שלא תמכו במחאה מראשיתה, לא נותרה ברירה אלא לסקר את המתרחש (Tenenboim-Weinblatt, 2014), וסיקורם תרם ליצירת אקלים דעות התומך במחאה. לפיכך שיערנו כי תפיסת התמיכה במחאה תתרחב עם התגברות המחאה וסיקורה התקשורתית.

### מחאת קיץ 2011

מחאות הן אירוע אחד התחום בזמן ובמקום, ומרביתן מסתיימות בתוך זמן קצר ובמקום מוגבל שהוגדר מראש. מחאת קיץ 2011 החלה בזמן ובמקום ברורים, אך ללא זמן סיום מוגדר ובלא מרחב ברור. המחאה החלה ברשתות החברתיות באירוע וירטואלי שעצם הקמתו היה חלק מן המחאה, אירוע שהיה חסר תאריך יעד לסיום והתקיים במרחב

נוזל – המרחב הדיגיטלי – ובכך אפשר ניידות רבה של המחאה ושל המוחים. פעולות המחאה הפיזיות בדמות מאהלי ענק הופיעו ב־14 ביולי בשדרות רוטשילד בתל אביב והסתיימו שבעה שבועות לאחר מכן בצעדת המיליון שהתקיימה ב־3 בספטמבר. עם זאת, ביטוייה של המחאה נמשכו זמן רב לאחר מכן בגרסאות שונות. מחאה זו הייתה תופעה שלא נראתה כמותה במהלך כל שנות קיומה של מדינת ישראל. המחאה עסקה בנושאים אזרחיים, שהובלו על־ידי אזרחיות ואזרחים במטרה להביא לשינוי חברתי־כלכלי. משך שהותם של הפעילים במאהלים, מספר המשתתפים בהפגנות, היקף המחאה והתמיכה של דעת הקהל בישראל היו גבוהים ונמשכו לאורך זמן (רוזנהק ושלד, 2013; רם ופילק, 2013).

לאחר הקמת האוהלים הראשונים בשדרות רוטשילד הפכה המחאה לוויז'לית גם במרחב הפיזי וגם במרחב הדיגיטלי, ובתוך ימים מספר היא התפשטה במהירות לכל עבר. מאהלים צצו כפטריות לאחר הגשם, ובכל יום הוקמו עוד ועוד אוהלים ומאהלים. שיאה של תופעת המאהלים היה כחודש לאחר מכן, ואמצעי התקשורת השונים אמדו אותם בהיקפים שונים. עם זאת, הכול הסכימו על עצם קיומם של אלפי אוהלים בעשרות מאהלים. הססמה הנפוצה ביותר במחאה הייתה "העם דורש צדק חברתי" (הבר ועמיתותיה, 2011). לסיסמה זו ניתנו משמעויות רבות, ובהן קריאה לשלטון העם, למדינת רווחה ולהפסקת ההפרטה של המרחבים ושל סמכויות המדינה. הקריאה המרכזית של המוחים הייתה להפוך את המדיניות הכלכלית־חברתית לסוציאלי־דמוקרטית יותר ולהתנגד למדיניות הנאו־ליברלית/קפיטליסטית שהוכתבה באמצעות "התכנית הכלכלית לייצוב המשק" מאמצע שנות ה־80 (רוזנהק ושלד, 2013; שלד, 2012). המחאה תויגה כ"מחאה תל־אביבית", "מחאת מעמד הביניים" ו"מחאת האשכנזים" (הרצוג, 2013; Monterescu & Shaindinger, 2013) וכמחאה שנוצרה על־ידי אמצעי התקשורת ככלל ועל־ידי אמצעי המדיה החדשים בפרט (Tenenboim-Weinblatt, 2014), שללא הסיקור הנרחב בהם היא לא הייתה מגיעה לגודלה ולעוצמתה.

### מטרות המחקר, שאלות המחקר וההשערות

המחקר בוחן את המחאה החברתית שהתקיימה בקיץ 2011 מנקודת המבט של תאוריות של דעת קהל ותקשורת ומתוך התמקדות באקלים הדעות. במרכז המחקר ייבחנו השינויים באקלים הדעות כלפי המחאה וכלפי הסוגיות שעלו ממנה, המשמעות של מקורות המידע להתעדכנות על המחאה והשינויים שהיא חוללה בדעת הקהל באמצעות שבירת הבורות הקיבוצית.

ממטרות המחקר נגזרו שתי השערות ושאלת מחקר אחת.

השערה א: אקלים הדעות בנוגע לסוגיות החברתיות־כלכליות בישראל השתנה מקפיטליסטי טרם פרוץ המחאה לסוציאלי־דמוקרטי לאחר פרוץ המחאה.

השערה זו מתייחסת לפער בין הממד הנורמטיבי של דעת הקהל בנוגע לנושאים החברתיים-כלכליים, שבא לידי ביטוי באקלים הדעות, לבין ממד העמדות של דעת הקהל, כפי שהתקיימו טרם פרוץ המחאה, פער המצביע על בורות קיבוצית. אנו משערים כי המחאה החברתית, שנתנה פומבי לעמדות החברתיות-כלכליות המקובלות על דעת הרוב בישראל, לצד הסיקור התקשורתי הנרחב באמצעי המדיה החדשים והמסורתיים, שינו את אקלים הדעות, וככל הנראה הובילו לשבירת הבורות הקיבוצית בתחום זה.

שאלה: מה הקשר בין מקורות המידע השונים (אמצעי מדיה חדשים, אמצעי מדיה מסורתיים או תקשורת בין-אישית) להתעדכנות על המחאה לבין אקלים הדעות כלפיה, המתבטא בתפיסת דעת הקהל בנוגע למידת התמיכה בה?

שאלה זו נשאלה לאור סיקורה הנרחב של המחאה בכל אמצעי התקשורת בישראל. עם זאת, לאור הבדלי הגישות ולאור ממצאי מחקרים אמפיריים קודמים בתחום שנסקרו למעלה, החלוקים בנוגע לקשר בין מקורות מידע לבין השתתפות במחאות, לא שיערנו השערה כיוונית.

השערה ב: בלא קשר לממצאים של שאלת המחקר שיערנו כי תפיסת התמיכה במחאה תתרחב עם התקדמות המחאה ועם התפתחות סיקורה התקשורתית על ציר הזמן. במילים אחרות, שיערנו שככל שיעבור זמן מתחילת המחאה, אקלים הדעות בתמיכה במחאה יתחזק.

## שיטה

המחקר יתייחס לשתי זירות מרכזיות: ייצוג תקשורתי - באמצעות ניתוח תוכן של סיקור עיתונאי טרם פרוץ המחאה ולאחר פרוץ המחאה, ודעת קהל - באמצעות ניתוח נתונים מסקרי דעת קהל.

## ניתוח תוכן של הייצוג התקשורתי

הבחירה בניתוח תוכן של הייצוג התקשורתי נפלה משום שחיפוש אחר שאלות הבוחנות את אקלים הדעות בסקרי דעת קהל בישראל, העלה כי אין בנמצא שאלות מסקרי עבר הבוחנות את התופעה, אלא רק שאלות על עמדות הציבור. בחירה זו, בניתוח תוכן של הסיקור התקשורתי לבחינת אקלים דעות, היא גישה מתודולוגית מקובלת, מאחר שהתקשורת משקפת אותו אקלים דעות נוסף על תפקידה ביצירתו (J. Shamir, 2000). על מנת לבחון את אקלים הדעות בישראל בסוגיות חברתיות-כלכליות לפני המחאה ולאחריה יש לבחון מדדים באותו שדה בשתי נקודות זמן, ולכן התבקש להקים מערך מחקר יעיל שיאפשר להשוות השוואה ממוקדת ותקפה ככל הניתן בין שתי התקופות. לשם כך נבחר אירוע שהתרחש פעמיים באופן דומה, פעם

טרם המחאה ופעם נוספת לאחריה, כך שההבדל העיקרי בין האירועים וסיקורם הוא פרוץ המחאה. האירוע שנבחר הוא ההודעה על בעיות כלכליות במפעל "פרי הגליל" והאיום בפיטורי עובדיו, שהתרחש בינואר 2009 ובאוגוסט 2011. הבחירה באירוע זה נעשתה לאחר שלא נמצאו אירועים או התפתחויות חברתיים, כלכליים, פוליטיים או תקשורתיים המסבירים את השינוי העצום שחל בסיקור בין האירוע הראשון לבין האירוע השני מלבד פרוץ המחאה. שני האירועים, שאת סיקורם אנו בוחנים באמצעות ניתוח תוכן, דומים במידה רבה, וההבדלים הקיימים ביניהם אינם יכולים לשמש הסבר לשינוי הגדול בסיקורם.

במסגרת המחקר נותחו כל הכתבות בעמודי החדשות ובמוספים שעסקו בשני אירועי האיום בסגירת מפעל "פרי הגליל" ופיטורי עובדיו, בעיתונים היומיים הנפוצים "ישראל היום", "ידיעות אחרונות", "מעריב" ו"הארץ", ובעיתונים הכלכליים שלהם – "דה-מרקר", "כלכליסט" ו"גלובס": האירוע הראשון התרחש ב־15.1.2009, והאירוע השני התרחש ב־9.8.2011. בשני המקרים נותחו כל הכתבות במשך 15 ימים מיום האירוע: באירוע שלפני המחאה נכללו כל הכתבות שפורסמו מ־15.1.2009 ועד 29.1.2009 ( $N=39$ ); באירוע שלאחר המחאה נותחו כל הכתבות שפורסמו מ־9.8.2011 ועד 23.8.2011 ( $N=22$ ).

לצורך ניתוח הכתבות הוגדרו שלושה שחקנים מרכזיים: העובדים, ההנהלה והממשלה. כל אחד מהם נבחן לפי שלוש קטגוריות: הופעה בכתבה, מרכזיות בכתבה ותמיכה מול ביקורת. קטגוריית ההופעה נמדדה לפי אזכור השחקן בכתבה (0 – לא אוזכר, 1 – אוזכר). קטגוריית המרכזיות נמדדה לפי מספר הפעמים בכתבה שבהן השחקן היה השחקן המרכזי: בכותרת הכתבה, בגוף הכתבה ובהיקף תיאור טענתו (0 – לא מרכזי בשום קטגוריה מן השלוש, עד 3 – מרכזי בשלוש הקטגוריות שנמדדו). קטגוריית התמיכה מול הביקורת נבחנה לפי שלושה פרמטרים: 1 – תמיכה – השחקן זכה למחמאות, לשבחים או לאמפתיה כלפיו או כלפי מעשיו; 2 – ניטרליות – הסיקור בכתבה כלל הן תמיכה והן ערעור; 3 – ביקורת – הסיקור כלל קריאת תיגר או ערעור כלפי השחקן או כלפי מעשיו. לבסוף נבחנו ההבדלים במאפייני המטה־טקסט לפי שלוש קטגוריות: שתיים מהן – מספר המופעים של ביטויים מעולם התוכן הסוציאלי־דמוקרטי ומספר המופעים של ביטויים מעולם התוכן הקפיטליסטי – חושבו לפי מילון מושגים שהוכן לצורך המחקר<sup>1</sup> בהתייעצות עם מומחים בתחום ולאחר בחינת מהימנותו

1 ביטויים סוציאלי־דמוקרטיים או קפיטליסטיים נקבעו לפי מילון מושגים ומתוך התבססות על מחקרים קודמים (דוד, 2013). מילון המונחים הסוציאלי־דמוקרטיים כלל את המושגים האלה: צדק חברתי, שוויון, מעורבות ממשלתית, מאבק עובדים, הפגנה, סכסוך, זכויות עובדים, הפרטה, טייקון, רגולציה, רווחה, [כלל הקידומות והסיומות האפשריות של] סוציאלי, תנאי תעסוקה, מדינת רווחה, הורדת מסים עקיפים, העלאת מסים ישירים. מילון המונחים הקפיטליסטיים כלל את המושגים: [כלל הקידומות והסיומות האפשריות של] קפיטל, הפרטה, מאזן, הפסדים, מימון, שוק חופשי, זכות האדם על רכוש, כישלון ניהולי, צמיחה, תחרות, שוק ההון, הורדת המעורבות הממשלתית, הורדת מסים ישירים, העלאת מסים עקיפים.

בידי שני שופטים. כמו כן נקבעה הנטייה הכללית של הכתבה, המבוססת על הערכת המוקדד לפי קידוד כלל הכתבה עד כה (1 - לעמדות סוציאל-דמוקרטיות, 0 - לעמדות קפיטליסטיות).

בבחינת המהימנות הפנימית של ספר הקידוד לניתוח התוכן בוצע מבחן קאפה של כהן (Cohen's Kappa) לבדיקת ההסכמה בין השופטים על כמחצית מכלל הכתבות ( $N = 31$ ). ציון מדד קאפה של כהן עבור שאלות התוכן הצביע על מהימנות גבוהה ( $Cohen's K \leq 1.0 \geq 0.8$ ), וציון המדד עבור שאלות מטה-טקסט הצביע אף הוא על מהימנות גבוהה ( $Cohen's K \leq 0.94 \geq 0.85$ ).

## סקרי דעת קהל

במהלך המחאה בוצעו שבעה סקרי דעת קהל. הסקרים בוצעו בשלושה שלבים ובקרב שלושה קהלים: הציבור הרחב, המעורבים ברשתות החברתיות באינטרנט והפעילים שדרו במאהלים.

שאלון השלב הראשון הופץ כשבועיים לאחר תחילת המחאה, בראשית חודש אוגוסט. השאלון הופץ בקרב הפעילים, בקרב המעורבים במחאה ובקרב כלל הציבור. שאלון השלב השני הופץ ב־22 באוגוסט, כמה ימים לאחר הפיגוע בגבול ישראל-מצרים שבו נהרגו שמונה ישראלים, ועם פרסום הקריאה להפגנת ענק, שכונתה "צעדת המיליון", ב־3 בספטמבר. השאלון הופץ פעם אחת בקרב המעורבים במחאה ופעמיים בקרב כלל הציבור. שאלון השלב השלישי הופץ רק בקרב המעורבים באינטרנט ב־2 באוקטובר, ימים מספר לאחר פרסום מסקנותיה של ועדת טרכטנברג, שהקימה הממשלה כמענה למחאה כדי לבחון את יוקר המחיה בישראל ולמצוא לו פתרונות, ולאחר פרסום מסקנות ועדת ספיבק'יונה שהקימו מובילי המחאה כדי למצוא פתרונות חלופיים לאלו שהציעה ועדת טרכטנברג.<sup>2</sup>

לסקרים בקרב שלושת הקהלים נבחרו שלושה סוגי אתרים, ואלו הם: מאהלי המחאה - המרחבים הפיזיים שבהם לנו ופעלו חברי הגרעין הקשה של פעילי המחאה; אתרי המחאה ברשת - המרחבים הווירטואליים שבהם התפתחה המחאה ושימשו אמצעי התקשורת של המחאה - במערך מחקר פאנל; מדגם מייצג של אוכלוסיית ישראל - במערך מחקר עתי.<sup>3</sup> בסקרים אלו נשאלו שאלות זהות שנועדו למדוד את אקלים הדעות ולברר את סביבת המידע ואת מידת מעורבותם של הנשאלים, וכן שאלות דמוגרפיות.

2 ועדת טרכטנברג, בראשות פרופ' מנואל טרכטנברג, נקראה גם "הוועדה לשינוי חברתי-כלכלי". ועדת ספיבק'יונה, בראשות פרופ' אביה ספיבק ופרופ' יוסי יונה, הוקמה כדי לספק פתרונות חלופיים לאלו שהציעה ועדת טרכטנברג.

3 מערך מחקר פאנל - בדיקות חוזרות לאורך זמן בקרב אותם נדגמים. מערך מחקר עתי - בדיקות חוזרות לאורך זמן בקרב מדגמים מייצגים שונים מאותה אוכלוסייה.

## המדגמים

### מדגם הפעילים (במאהלי המחאה)

הפעילים נדגמו מקרב דרי המאהלים – מי שהקימו אוהל או לנו בו. בניסיון להגיע למספר גדול ככל האפשר של מאהלים ומשיבים נבחרו המאהלים הנגישים ביותר. המטרה בהפצת מספר רב של שאלונים הייתה להגיע במהירות האפשרית למגוון הרב ביותר של הפעילים במאהלים, שיהיה מגוון מייצג ככל האפשר. למרות מאמצים אלו ולמרות השאיפה לייצוגיות המדגם נהיר כי לא מדובר במדגם מייצג או בדגימה אקראית (רנדומלית).

מתוך כלל המאהלים בארץ נבחרו 17 מאהלים, שכללו כ-70% מן האוהלים שהוקמו במאהלים, כלומר 1,634 אוהלים מתוך 2,349 (וואלה חדשות, 2011). השאלון הופץ ב-600 עותקים בין התאריכים 2.8.2011–27.8.2011. כאמור, השאלונים למדגם הפעילים חולקו פיזית לאנשים שנכחו במאהל והקימו אוהל או לנו בו. לא בכל המאהלים נכחו הדרים בהם, ומקרב הנוכחים לא כולם השיבו את השאלונים.<sup>4</sup> מן השאלונים הוחזרו 293 שאלונים, כלומר כמעט מחצית (49%). חלק זה של המחקר נערך בשלב הראשון בלבד. אמנם נעשה ניסיון להעביר לפעילים את שאלוני השלב השני והשלב השלישי, אך בשל היענות נמוכה מאוד לא ניתן לדווח על הממצאים.

מן המשיבים לשאלוני מדגם הפעילים – 41% היו גברים ו-59% נשים. טווח הגילים של המשיבים היה 18–57 ( $M = 28.20, SD = 7.24$ ). מרבית המשיבים למדו במוסד אקדמי (60%). באשר למיצב (סטטוס) החברתי-כלכלי של הנדגמים, 37% ציינו כי הוצאה החדשית שלהם היא מעל הממוצע, 29% דיווחו על הוצאה חודשית ממוצעת, ו-34% דיווחו על הוצאה חודשית מתחת לממוצע. 44% הגדירו את עצמם אשכנזים ו-15% מזרחים. בנוגע לרמת הדתיות, 0.4% (משיב אחד) הגדירו את עצמם כחרדים, 3.4% כדתיים, 13.0% כמסורתיים, ו-83.2% כחילונים.

### מדגם המעורבים במחאה: מערך מחקר פאנל

שאלון דיגיטלי הופץ ברשתות החברתיות בקרב פעילי המחאה ברשת, בעיקר במרחבים שפעילי מחאה נכחו בהם: אתרים, קבוצות, דפי פייסבוק וטוויטר.

4 שני מאהלים היו ריקים מאדם – מאהל אריאל ומאהל תקוע. מאהל אריאל היה מעין כפר פוטיומקין, ולא הייתה בו נפש חיה. תושבי העיר שהיו באזור הסבירו כי מייסדי המאהל הם סטודנטים המגיעים אליו לצורכי יחסי ציבור עקב דרישת התאחדות הסטודנטים ואינם לנים בו. מאהל תקוע התגלה גם הוא כחסר נוכחות למעט בערבים מסוימים. אחד הפעילים ביישוב הסביר כי מדובר בהורים לילדים ובאנשים עובדים שאינם יכולים לאפשר לעצמם ללון באוהלים. בשישה מאהלים נוספים לא הוחזרו השאלונים ממגוון סיבות, לדוגמה: במאהל גן סאקר בירושלים לנו מחוסרי דיוור שסירבו למלא את השאלון מחשש מפני "ריגול" (כלשונם) ובטענה כי השאלון לא יקדם את צורכיהם המידיים.

לוח 1: פירוט המאהלים והאוהלים שנדגמו

| שאלונים      |                     | אוהלים |                     | מספר המאהל ושמו | 1  |
|--------------|---------------------|--------|---------------------|-----------------|--|
| % מכלל המדגם | % מדרי המאהל        | n      | % מכלל המאהלים בארץ |                 |  |
| 60.4         | 22.1                | 177    | 34.1                | 800             | תל אביב, רוטשילד                                     |
| 9.2          | 67.5                | 27     | 1.7                 | 40              | תל אביב, לוינסקי                                     |
| 3.1          | 4.5                 | 9      | 8.5                 | 200             | תל אביב, נורדאו                                      |
| 10.9         | 45.7                | 32     | 3.0                 | 70              | ירושלים, גן הסוס                                     |
|              | השאלונים לא הוחזרו  |        | 1.5                 | 36              | ירושלים - מחוסרי דיור (גן העצמאות, גן העיר וגן סאקר) |
| 3.1          | 30.0                | 9      | 1.3                 | 30              | קריית שמונה  |
| 2.0          | 10.0                | 6      | 2.6                 | 60              | באר שבע  |
|              | השאלונים לא הוחזרו  |        | 2.7                 | 63              | רחובות   |
|              | השאלונים לא הוחזרו  |        | 1.3                 | 30              | פתח תקווה  |
|              | השאלונים לא הוחזרו  |        | 1.3                 | 30              | הוד השרון  |
| 4.8          | 70.0                | 14     | 0.9                 | 20              | כפר סבא  |
|              | לא היו דיירים במאהל |        | 1.7                 | 40              | אריאל  |
|              | השאלונים לא הוחזרו  |        | 0.9                 | 20              | ראש העין   |
|              | השאלונים לא הוחזרו  |        | 6.4                 | 150             | חיפה   |
| 4.4          | 52.0                | 13     | 1.1                 | 25              | יפו, גן השניים                                       |
| 2.0          | 75.0                | 6      | 0.3                 | 8               | ירושלים, מעונות רוניק                                |
|              | לא היו דיירים במאהל |        | 0.5                 | 12              | תקוע   |
| 100.0        | 17.9                | 293    | 69.8                | 1,634           | סך כל האוהלים במאהלים שנדגמו                         |

\* מספר האוהלים בכל מאהל מבוסס על נתונים ממפת המאהלים שפורסמה בוואלה חדשות (2011).

שאלון השלב הראשון הופץ במשך חודשיים מ־1.8.2011, כלומר כשבועיים לאחר תחילת המחאה, ועד 1.10.2011. בין התאריכים האלה השיבו עליו 1,436 איש, ונתחו תשובותיהם של מי שהשיבו עד 18.8.2011 ( $N = 866$ ), היום שבו אירע הפיגוע בגבול ישראל-מצרים (ראו למעלה). בשאלון זה התבקשו המשיבים לכתוב את כתובת הדואר

האלקטרוני לצורך משלוח שאלונים נוספים. מבין כלל המשיבים על שאלון השלב הראשון, 864 כתבו את כתובתם, והשאלון השני והשלישי נשלחו אליהם. אופן הפצתו של שאלון זה לא אפשר לנו להעריך את שיעור התגובה אליו.

שאלון השלב השני הופץ מ־22.8.2011 ועד 26.10.2011, כמה ימים לאחר הפיגוע בגבול ישראל־מצרים והקריאה להפגנת ענק ב־3 בספטמבר בכותרת "צעדת המיליון". מתוך 864 איש ששאלון זה נשלח אליהם השיבו 52% ( $N = 437$ ) עד 26.9.2011, יום פרסום מסקנותיה של ועדת טרכטנברג.

שאלון השלב השלישי הופץ ב־2.10.2011, ימים אחדים לאחר פרסומן של מסקנות ועדת טרכטנברג ומסקנות ועדת ספיבק־יונה. מתוך 864 איש ששאלון זה נשלח אליהם השיבו 354 (41%) עד 26.10.2011.

מן המשיבים לשלושת סקרי המעורבים במחאה, 58% היו גברים ו־42% נשים. טווח הגילים של המשיבים היה 18–86 ( $M = 34.41$ ,  $SD = 12.36$ ). מרבית המשיבים למדו במוסד אקדמי (76%). בבחינת המיצב החברתי־כלכלי של המשיבים, 38% ציינו כי ההוצאה החודשית שלהם היא מעל הממוצע, 31% דיווחו על הוצאה חודשית ממוצעת, ו־31% דיווחו על הוצאה חודשית מתחת לממוצע. 68% הגדירו את עצמם כאשכנזים ו־10% כמזרחים. בנוגע לרמת הדתיות, 0.2% (3 משיבים) הגדירו את עצמם כחרדים, 3.8% כדתיים, 10.2% כמסורתיים, ו־85.8% כחילונים (לא נמצאו הבדלים של ממש בין הסקרים).

### מדגם כלל הציבור

בקרב מדגם מייצג של אוכלוסיית ישראל הבוגרת בוצעו שלושה סקרים. במסגרת סקרים אלו הופצו שאלוני השלב הראשון פעם אחת, ושאלוני השלב השני הופצו פעמיים. הסקרים בוצעו על־ידי מכון המחקר "דחף". נתונים אלו נאספו בראיונות טלפוניים בעברית, בערבית וברוסית. הסקר הראשון כלל 436 משיבים, יהודים בלבד, ובוצע ב־2.8.2011. הסקר השני כלל 504 משיבים, יהודים וערבים לפי חלקם היחסי באוכלוסיית ישראל, ובוצע ב־23.8.2011. הסקר השלישי בוצע בין התאריכים 11.9.2011–14.9.2011 בקרב 605 נסקרים, יהודים וערבים לפי חלקם היחסי באוכלוסיית ישראל. טעות הדגימה היא כ־4%. שיעור המשיבים לסקרים אלו הוא 20%–30%, כמקובל בסקרים טלפוניים המבוצעים בקרב מדגם מייצג. בין הסקרים השונים בשלושת המדגמים המייצגים בקרב כלל הציבור לא נמצאו הבדלים של ממש. מבין המשיבים – 49% היו גברים ו־51% נשים. טווח הגילים של המשיבים היה 18–92 ( $M = 48.46$ ,  $SD = 16.27$ ). מקרב המשיבים 45% למדו במוסד אקדמי. באשר למיצב החברתי־כלכלי של המשיבים, 36% ציינו כי ההוצאה החודשית שלהם היא מעל הממוצע, 30% ציינו כי ההוצאה החודשית שלהם היא ממוצעת, ו־4% דיווחו על הוצאה מתחת לממוצע. 46% הגדירו את עצמם כאשכנזים ו־21% כמזרחים. בנוגע לרמת הדתיות, 6.8% הגדירו את עצמם כחרדים, 8.2% כדתיים, 27.1% כמסורתיים, ו־57.8% כחילונים.

## מדדים

המעורבות במחאה נקבעה לפי משתנה המשלב בין חמש שאלות על ההשתתפות במחאה. על כל אחת מהן ניתן היה להשיב כן או לא. השאלות היו אלו: האם השתתפתי באופן אישי במחאת הדיור; הבעתי את דעתי באינטרנט; חתמתי על עצומה; השתתפתי בהפגנה; הקמתי אוהל או גרתי באוהל.

משתנה המעורבות במחאה קודד אפוא כך: 0 – לא השתתף במחאה; 1 – השתתף במחאה ולא פירט את דרך המעורבות או ציין כי הביע את דעתו באינטרנט; 2 – חתם על עצומה; 3 – השתתף בהפגנה; 4 – הקים אוהל או לן באוהל לילה אחד לפחות. הציון ניתן לפי רמת המעורבות הגבוהה ביותר, כך שמי שהשתתף במחאה ביותר מדרך אחת קיבל את הציון הגבוה מביניהן. לדוגמה: מי שחתם על עצומה והקים אוהל קיבל את הציון 4. שאלות אלו נשאלו בסקרי הפעילים באינטרנט ובסקרים שהופצו בקרב כלל הציבור, אך לא נשאלו בשאלון שהופץ במאהלים (כאמור, בקרב אלו שהקימו אוהל או לנו בו).

מקורות המידע להתעדכנות במחאה נקבעו לפי השאלה הזאת: "מהו האמצעי העיקרי שדרכו אתה מתעדכן על התפתחות המחאה הנוכחית?". התשובות לשאלה זו כללו אמצעי תקשורת שונים, מסורתיים וחדשים. בשאלון הראשון קטגוריות התשובה היו אלו: 1. טלוויזיה 2. רדיו 3. אינטרנט (פייסבוק, טוויטר, ערוצי אינטרנט אחרים) 4. עיתונות מקוונת 5. עיתונות כתובה 6. אחר (בתשובה יכלו המשיבים לפרט מדיום נוסף). בשל מתן האפשרות לפרט מדיום נוסף בשאלון הראשון, שהופץ בקרב פעילי המאהלים, התגלה כי 12.9% מקרב משיבי שאלון זה לא התעדכנו אף באחד מאמצעי המדיה החדשים או המסורתיים, אלא באמצעות רשתות חברתיות פיזיות, ובהן חברים, אנשי המאהל ומפגשי המליאה במאהל. לפיכך נכללה בשאלונים הבאים אפשרות נוספת לתשובה: "רשתות חברתיות פיזיות (חברים, מפגשי מליאה במאהל, אנשי המאהל)", וניתן היה למצוא את קיומן במרחבים נוספים, גם אם בשיעורים נמוכים יותר. משתנה מקורות המידע להתעדכנות על המחאה קודד אפוא כך: 1 – תקשורת מסורתית (טלוויזיה, רדיו, עיתונות כתובה); 2 – תקשורת מסורתית במדיום חדש (עיתונות מקוונת); 3 – רשתות חברתיות וירטואליות (פייסבוק, טוויטר, ערוצי אינטרנט אחרים); 4 – רשתות חברתיות פיזיות (חברים, מפגשי מליאה במאהל, אנשי המאהל).

עמדות הציבור ותפיסת אקלים הדעות בתמיכה במחאה: בכל הסקרים במחקר זה נשאלה שאלה על מידת התמיכה במחאה. השאלה על עמדת הנסקר הייתה זאת: "האם אתה תומך או לא תומך במחאה?", וניתן היה להשיב, כן (1) או לא (0). השאלה על התפיסות של דעת הרוב הופצה בשני נוסחים שונים. בשאלוני הגל הראשון נשאלה השאלה: "כמה אחוזים בציבור הישראלי תומכים לדעתך במחאה?", והמשיב היה צריך לציין אחוז מסוים. בשאלוני הגל השני נשאלה השאלה: "ומה לדעתך חושב רוב הציבור הישראלי, האם הוא תומך או מתנגד למחאה?". לפי מסורת המחקר של בורות קיבוצית, התשובות האפשריות היו דיכוטומיות: רוב הציבור תומך (1) או רוב

הציבור מתנגד (0). כדי לאפשר מדד אחיד הותאמו התשובות לשאלה בשלב הראשון לשאלה בשלב השני, ל"רוב הציבור תומך" כאשר לפי תפיסת המשיב אחוז התומכים במחאה היה 50% או יותר, או "רוב הציבור מתנגד" כאשר לפי תפיסת המשיב אחוז התומכים היה נמוך מ-50%. שאלות אלו נועדו לבחון כיצד הנשאלים רואים את התמיכה במחאה בקרב כלל הציבור (J. Shamir & M. Shamir, 2000).

## ממצאים

### המחאה ואקלים הדעות: ערעור הבורות הקיבוצית

לפי השערת המחקר הראשונה, אקלים הדעות באשר לסוגיות חברתיות-כלכליות בישראל השתנה מאקלים קפיטליסטי טרם פרוץ המחאה לאקלים סוציאלי-דמוקרטי לאחר פרוץ המחאה. כיום, כשש שנים לאחר פרוץ המחאה, נהיר כי רוב הציבור בישראל נוטה לעמדות כלכליות סוציאלי-דמוקרטיות, אף על פי שהמדיניות והמדינאים דוגלים במדיניות כלכלית נאו-ליברלית (שמיר ואריאן, 2010). לפני שניגש לבחון את אקלים הדעות באופן שיטתי בשני מקרים דומים, טרם פרוץ המחאה ולאחריה, נסקור כמה מחקרים נוספים המלמדים כי העמדות של רוב הציבור לפני פרוץ המחאה היו סוציאלי-דמוקרטיות.

ניתוח נתוני התמיכה במדיניות כלכלית סוציאלי-דמוקרטית לעומת מדיניות קפיטליסטית, כפי שעולה מסקרי דעת קהל שבוצעו לאורך השנים טרם הבחירות במונח הישראלי לדמוקרטיה על-ידי אריאן ושמיר (וולטר, 2011), מאפשר לסרטט את נתוני התמיכה בשתי שיטות הממשל לאורך 40 שנה, משנת 1969 ועד שנת 2009. הממצא הבולט העולה מנתונים אלו הוא כי רוב הציבור תומך למעשה בשיטה כלכלית סוציאלי-דמוקרטית זה כמעט שני עשורים. עד שנת 1984 ולאחר שנת 1998 תמך רוב הציבור בשיטה סוציאלי-דמוקרטית (וולטר, 2011). ממצאים דומים עלו בסדרת מחקרים שנערכו בשנים האחרונות לבחינת הנטייה הכלכלית של הציבור בישראל (כהן ועמיתיו, 2010; מזרחי ועמיתיו, 2011).

כאמור, על מנת לבחון את השינויים שחלו באקלים הדעות נבחר הסיקור של אירוע חברתי-כלכלי, הקשור בסוגיות שעלו מן המחאה, וחזר פעמיים: טרם פרוץ המחאה, בינואר 2009, ולאחר פרוץ המחאה, ביולי 2011. האירוע שנבחר הוא הודעה על בעיות כלכליות ואיום בפיטורי עובדים במפעל "פרי הגליל". ההבדלים בין שתי התקופות בתוכן הדיווח בכתבות נבחנו מתוך זיקה לשלושה שחקנים מרכזיים – העובדים, ההנהלה והממשלה – לפי שלושה תבחינים: הופעה – האם היה אזכור של השחקן בכתבה; מרכזיות – האם השחקן היה השחקן המרכזי בכתבה; ותמיכה – האם הובעה תמיכה בשחקן במהלך הכתבה. עוד נבחנו ההבדלים במאפיינים מטה-טקסטואליים – שימוש בביטויים מעולם התוכן הסוציאלי-דמוקרטי והקפיטליסטי, וכן נבחנה הנטייה הכללית של הכתבה לעמדות סוציאלי-דמוקרטיות או לעמדות קפיטליסטיות.

בלוח 2 מוצגים ההבדלים בסיקור בין שני האירועים.

לוח 2: סיקור שני האירועים במפעל "פרי הגליל"

| Cramer's V                            | t        | $\chi^2$ | שיעור השינוי | ממוצע   |         |                                    |
|---------------------------------------|----------|----------|--------------|---------|---------|------------------------------------|
|                                       |          |          |              | אירוע 2 | אירוע 1 |                                    |
| (1-0) אזכור השחקן בכתבה               |          |          |              |         |         |                                    |
| 0.18                                  | -1.36    | 1.86     | 0.14         | 0.91    | 0.77    | עובדים                             |
| -0.15                                 | 1.03     | 1.35     | -0.09        | 0.86    | 0.95    | הנהלה                              |
| 0.49***                               | -5.71*** | 14.40*** | 0.46         | 1.00    | 0.54    | ממשלה                              |
| (3-0) מרכזיות השחקן בכתבה             |          |          |              |         |         |                                    |
| 0.55***                               | -4.05*** | 18.39*** | 1.38         | 2.00    | 0.62    | עובדים                             |
| 0.51***                               | 3.22**   | 15.54*** | -0.96        | 0.45    | 1.41    | הנהלה                              |
| 0.25                                  | 0.13     | 3.81     | -0.02        | 0.14    | 0.15    | ממשלה                              |
| תמיכה לעומת ביקורת כלפי כל שחקן (3-1) |          |          |              |         |         |                                    |
| 0.40**                                | -2.86**  | 9.76**   | 0.36         | 0.77    | 0.41    | עובדים                             |
| 0.14                                  | -0.85    | 1.16     | 0.28         | 2.00    | 1.72    | הנהלה                              |
| 0.76***                               | 9.18***  | 34.98*** | 1.99         | 2.82    | 0.83    | ממשלה                              |
| מטה-טקסט בכתבה                        |          |          |              |         |         |                                    |
| 0.64***                               | -5.31*** | 24.82*** | 1.19         | 1.95    | 0.77    | מספר הביטויים הסוציאלי-דמוקרטיים   |
| 0.52***                               | 3.91***  | 16.75*** | -0.80        | 0.64    | 1.44    | מספר הביטויים הקפיטליסטיים         |
| -0.65***                              | 8.61***  | 22.56*** | -0.69        | 1.00    | 0.31    | נטייה כללית סוציאלי-דמוקרטית (1-0) |

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

מלוח 2 עולים הבדלים ברורים ומובהקים סטטיסטית בסיקור בין שני האירועים במרבית קטגוריות הניתוח. בקטגוריית האזכור בכתבה, לדוגמה, העובדים הופיעו כשחקנים בסיקור האירוע השני (91%) יותר מאשר בסיקור האירוע הראשון (77%), ואילו הנהלה הופיעה כשחקן באירוע השני פחות מאשר באירוע הראשון, אך הבדלים אלו אינם מובהקים סטטיסטית. לעומת זאת, מידת הופעתה של הממשלה, השחקן השלישי,

גדלה במידה ניכרת מן האירוע הראשון (54%) לשני (100%), והבדל זה נמצא מובהק סטטיסטית.

עוד עולה מלוח 2 כי מרכזיות העובדים גדלה בסיקור האירוע השני ( $M = 2.00$ ) לעומת האירוע הראשון ( $M = 0.62$ ), ובמקביל נרשם פיצוח במרכזיות ההנהלה בסיקור האירוע השני ( $M = 0.45$ ) לעומת האירוע הראשון ( $M = 1.41$ ). הבדלים אלו מובהקים סטטיסטית. לא נמצאו הבדלים של ממש במידת המרכזיות של הממשלה, השחקן השלישי, בין שני האירועים, ובשניהם מידת המרכזיות של הממשלה הייתה נמוכה. בבחינת סיקור העובדים נראה בלוח 2 כי כמעט לא התקיימה ביקורת כלפיהם בשני האירועים, מאחר שהנתונים כולם קרובים לציון 1 המבטא תמיכה. באירוע הראשון לרוב לא התייחסו לעובדים בביקורת או בתמיכה, ואילו באירוע השני הופיעה תמיכה רבה יותר, והבדל זה נמצא מובהק סטטיסטית. עם זאת, לא נמצא הבדל מובהק במידת הביקורת שהנהלה קיבלה באירוע השני לעומת האירוע הראשון. לעומת זאת, סיקור הממשלה השתנה במידה ניכרת בין שני האירועים: באירוע הראשון אזכורי הממשלה היו תומכים, ואילו באירוע השני היא אוזכרה לרוב בהקשרים ביקורתיים, והבדל זה נמצא מובהק סטטיסטית.

אם כן, בבחינת השינויים בתוכן הדיווח אפשר לומר כי חל שינוי של ממש בסיקור בין האירוע הראשון, שהתקיים קודם למחאה, לבין האירוע השני, שהתקיים לאחר שהיא פרצה. בכל העיתונים זכתה דמות העובדים לנוכחות, למרכזיות ולתמיכה בשיעור גבוה יותר לאחר פרוץ המחאה לעומת התקופה שקדמה לה. נוסף על כך נמצאה ירידה בהיקף ההופעה ובמידת מרכזיותה של דמות ההנהלה בסיקור, אך לא נמצא הבדל מובהק בהיקף הביקורת כלפיה. לעומת העובדים והנהלה זכתה הממשלה לסיקור רב יותר ולביקורת רבה יותר על חוסר התערבותה בעקבות המחאה.

ממצא נוסף העולה מלוח 2 הוא כי בסיקור האירוע השני יש נטייה כללית לתפיסה סוציאלי-דמוקרטית, ואילו בסיקור האירוע הראשון יש נטייה כללית לתפיסה קפיטליסטית. בבחינת הנטייה הכללית של הכתבה נמצא כי מרבית הכתבות (69%) באירוע הראשון היו בעלות נטייה קפיטליסטית, ואילו באירוע השני היו כולן (100%) בעלות נטייה סוציאלי-דמוקרטית. כל ההבדלים נמצאו מובהקים סטטיסטית.

נוסף על הניתוח הסטטיסטי, ניתוח פרשני של תוכן הכתבות מלמד כי התגובות והסיקור של אותם אישים וכתבים באותו עיתון שונה בתכלית השינוי בין שני האירועים. בבחינת הסיקור ב"דה-מרקר" עולה כי לסיקור האירוע הראשון ניתנה הכותרת "עיני: כל עובד יותר על יום חופשה כדי למנוע פיטורים במפעלים בקשיים" (ביאור, 2009), ובסיקור האירוע השני ניתנה הכותרת: "עיני לא מכיר בפיטורי העובדים בפרי גליל; הורה להתזרזז המכתבים להנהלה" (ביאור, 2011). ההבדל נמצא בסיקור של אותו אירוע באותו עיתון ועל-ידי אותו כתב. בבחינת הסיקור במוסף "ממון" של "ידיעות אחרונות" עולה ממצא דומה באשר לפער בסיקור של שני האירועים. האירוע הראשון סוקר בכותרת "רוצים לעזור לעסקים בדרום? תנו יום חופש" (פלתר ורגב, 2009), ובאירוע

השני הכותרת הייתה "ההסתדרות לעובדי פרי גליל: 'החזירו את מכתבי הפיטורים'" (רגב ובנו, 2011). גם במקרה זה נמצא הבדל בסיקור של אותו אירוע באותו עיתון ועל-ידי אותו כתב. נראה כי בעוד שבסיקור האירוע הראשון הדרישה לוותר מופנית כלפי העובדים ונועדה לשפר את מצבם, באירוע השני הדרישה לוותר מופנית כלפי ההנהלה, והיא נועדה לשפר את מצבם של העובדים. לאחר פרוץ המחאה אין דרישה מן העובדים לוותר, אלא דרישה מן ההנהלה להימנע מפיטוריהם. ההבדלים הם במוקד השיח ובשאלה בדבר מוקד האחריות כלפי העובדים: מי נדרש לוותר ומה אופי הדרישות על מנת להציל את מקומות העבודה של העובדים. הבדלים אלו מבטאים את השינוי שהתרחש באקלים הדעות, הבא לידי ביטוי באופן התגובה של רשויות, גופים ואנשי ציבור, בסיקור העיתונאי ובמדיניות הפרסום של העיתונים.

הלכי רוח מסוג זה, המבטאים שינוי במדיניות הסיקור של העיתונאים, נמצאו גם במבט-על על תפיסת הסיקור של נושאים חברתיים-כלכליים בעיתונות הישראלית לאחר פרוץ המחאה: "הארץ" החל לפרסם טור קבוע שעסק בסוגיות חברתיות-כלכליות במוסף לשבת. הכתב שסיקר את המחאה והיה מזוהה עמה הוא אור קשתי. אתר Ynet החל לסקר נושאים חברתיים-כלכליים בטור ייחודי שכונה בתקופה שלאחר המחאה "סדק חברתי". יומיים לאחר הפגנת המיליון, ב-5 בספטמבר 2011, החל "ישראל היום" לפרסם מדי כמה ימים טור כלכלי שכתבה היאלי יעקבי והשווה את מחיריהם של מוצרים שונים בין ישראל לבין ארצות הברית ובריטניה. אם כן, ניתן לטעון כי התחולל שינוי שבא לידי ביטוי בשינוי השיח על-ידי אישי ציבור, פוליטיקאים, עיתונאים ועיתונים, בלא קשר לתפיסת עולמם הכלכלית-חברתית, משום שהשינוי באקלים הדעות הוצה תפיסות עולם, גישות פוליטיות וכלכליות, תחומי דעת ואישים.

מבחינת ההשערה הראשונה עולה אפוא כי המחאה שינתה את אקלים הדעות בנוגע לסוגיות חברתיות-כלכליות מאקלים קפיטליסטי טרם פרוץ המחאה לאקלים סוציאלי-דמוקרטי לאחר פרוץ המחאה. אם נחבר את הממצאים האלה לממצאים של מחקרים קודמים שהצגנו, שעולה מהם כי עמדות רוב הציבור היו סוציאלי-דמוקרטיות שנים מספר לפני המחאה, ניתן לטעון כי ממצאינו מעידים בסבירות גבוהה שטרם פרוץ המחאה התקיימה בורות קיבוצית בתחום החברתי-כלכלי. נראה שהמחאה פוגגה את הבורות הקיבוצית והובילה ליצירת אקלים דעות סוציאלי-דמוקרטי התואם את עמדות הציבור. בנוגע לשני האירועים של האיום לסגור את מפעל "פרי הגליל" ולפטור את עובדיו, נמצאו ביניהם הבדלים מעטים ודמיון רב. ברקע לא התרחשו אירועים או התפתחויות חברתיות, כלכליות, פוליטיות או תקשורתיות שיש בהן כדי להסביר את השינוי שחל בסיקור, מלבד פרוץ המחאה. נוסף על כך, העובדה שהמדידה של אקלים הדעות בנקודת הזמן השנייה בוצעה במהלך המחאה, באוגוסט 2011, מחזקת את הטענה כי המחאה היא אכן הגורם לשינוי, וכי השינוי היה מִיָּדִי.

תופעת הבורות הקיבוצית חשובה בתהליכים של שינוי דעת קהל מאחר שהיא עלולה להסוות שינויים המתרחשים בציבור ואף לעכבם. הקביעה כי בורות קיבוצית מונעת

יציאה לפעילות פוליטית ובכללה מחאה, מקבלת משנה תוקף במחקרי מחאות שבהם נטען כי הבסיס לפרוץ מחאה הוא תחושה של הזדמנות לשינויי תודעה המניעה לפעולה. בממצאי מחקר זה יש אפוא משום סימן לכך שאקלים דעות ההפוך לעמדות הציבור מנע את התפתחות המחאה קודם לכן. במילים אחרות, הממצאים בפרק זה בדבר קיומה של בורות קיבוצית בנושאי כלכלה וחברה לפני קיץ 2011 יכולים להסביר באופן חלקי מדוע המחאה לא פרצה עד אז. אמנם אין בהם כדי לתרום להסבר מדוע היא פרצה בדיוק בנקודת הזמן המסוימת שפרצה בה, אך יש ביכולתם להסביר את הצלחתה ואת התרחבותה של המחאה בתוך זמן קצר לממדים יוצאי דופן – עקב שבירת הבורות הקיבוצית.

### מקורות מידע, תמיכה במחאה ותפיסת התמיכה במחאה על פני זמן

שאלת המחקר עוסקת בקשר בין מקורות המידע להתעדכנות על המחאה לבין תפיסת דעת הקהל בנוגע אליה. כפי שכבר נאמר, אמצעי התקשורת הם מקור עיקרי ליצירת אקלים דעות, ולכן הסיקור בהם חיוני לקיום מחאות. לוח 3 מציג את התפלגות מקורות המידע העיקריים להתעדכנות על המחאה לפי ארבעה מקורות מידע מרכזיים: תקשורת מסורתית, תקשורת מסורתית במדיום חדש, רשתות חברתיות וירטואליות ורשתות חברתיות פיזיות. בשורות הלוח מפורטים נתוניהם של חמישה סקרים מן השבעה שבוצעו במסגרת מחקר זה, ובהם נשאלה השאלה "מהו האמצעי העיקרי שדרכו אתה מתעדכן על התפתחות המחאה הנוכחית?".

לוח 3: התפלגות מקורות המידע להתעדכנות על המחאה, בקרב כל מדגם

| רשתות חברתיות פיזיות | רשתות חברתיות וירטואליות | תקשורת מסורתית במדיום חדש | תקשורת מסורתית | N   | תאריך הסקר       |            |
|----------------------|--------------------------|---------------------------|----------------|-----|------------------|------------|
| %                    | %                        | %                         | %              |     |                  |            |
| 13                   | 8                        | 57                        | 22             | 293 | 27.8.11-2.8.11   | פעילים     |
| 3                    | 11                       | 60                        | 26             | 866 | 18.8.11-2.8.11   | מעורבים    |
| 3                    | 10                       | 71                        | 16             | 437 | 26.9.11-22.8.11  |            |
| ---                  | 14                       | 61                        | 24             | 354 | 26.10.11-2.10.11 |            |
| ---                  | 4                        | 24                        | 72             | 695 | 14.9.11-11.9.11  | כלל הציבור |

מלוח 3 עולה כי כלל הציבור צרך בעיקר אמצעי מדיה מסורתיים (טלוויזיה, רדיו, עיתונים), וכך גם הפעילים והמעורבים, אך הם השתמשו בתקשורת מסורתית בעיקר דרך מדיום חדש, האינטרנט. בבחינת משתנים דמוגרפיים לא נמצאו הבדלים של ממש

בצריכת אמצעי המדיה המסורתיים בין הקבוצות לפי גיל או לפי השכלה. עוד נמצא כי רק 4% מכלל הציבור השתמשו ברשתות חברתיות וירטואליות (כדוגמת פייסבוק וטוויטר) כאמצעי עיקרי להתעדכנות על המחאה. מפתיע יותר הממצא כי רק 8% מקרב דרי המאהלים ומעט יותר מ-10% במדגם האינטרנטי השתמשו ברשתות חברתיות וירטואליות כאמצעי עיקרי להתעדכן על המחאה. במילים אחרות, בשתי אוכלוסיות הפעילים, דרי המאהלים ופעילי המחאה ברשת, מקור המידע העיקרי על המחאה היה אמצעי התקשורת המסורתיים, שנצפו במדיה החדשים. ממצא מעניין נוסף שעלה משאלה זו מצביע על כך שמקור המידע העיקרי על המחאה בקרב יותר מ-10% מדרי המאהלים היה רשתות חברתיות פיזיות, באמצעות תקשורת פנים אל פנים, בתוך המאהלים – דרך חברים, אנשי מאהל ומפגשי מליאה במאהל.

כדי לבחון את אקלים הדעות בקרב המשתמשים באמצעי תקשורת שונים נבחו את תפיסות התמיכה במחאה בכל אחת מן הקבוצות. בלוח 4 מוצג שיעור המעריכים את דעת הרוב כתומכים במחאה עבור כל סקר, לפי אמצעי התקשורת שהם התעדכנו באמצעותם על המחאה.

לוח 4: התפלגות המעריכים את דעת הרוב כתומכים במחאה לפי מקורות מידע, בקרב כל מדגם

|            |            | רשתות חברתיות פיזיות | רשתות חברתיות וירטואליות | תקשורת מסורתית במדיום חדש | תקשורת מסורתית | N     | תאריך הסקר       |            |
|------------|------------|----------------------|--------------------------|---------------------------|----------------|-------|------------------|------------|
| $\chi^2$ * | Cramer's V | %                    | %                        | %                         | %              |       |                  |            |
| 2.77       | 0.13       | 61                   | 80                       | 72                        | 79             | 256   | 27.8.11–2.8.11   | פעילים     |
| 0.60       | 0.03       | 72                   | 77                       | 79                        | 79             | 847   | 18.8.11–2.8.11   | מעורבים    |
| 0.89       | 0.07       | 91                   | 98                       | 96                        | 99             | 427   | 26.9.11–22.8.11  |            |
| ---        | 0.16*      | ---                  | 92                       | 98                        | 100            | 345   | 26.10.11–2.10.11 |            |
| ---        | 0.08       | ---                  | 82                       | 89                        | 88             | 574   | 14.9.11–11.9.11  | כלל הציבור |
| 4.52***    | 0.08**     | 71                   | 85                       | 86                        | 87             | 2,449 |                  | כלל הסקרים |

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

\* ערכי מבחן  $\chi^2$  המוצגים בלוח מבטאים את ההבדל בין צריכת תקשורת לסוגיה (מסורתית, מסורתית במדיום חדש ורשתות חברתיות וירטואליות) לבין אי-צריכתה, כלומר התעדכנות באמצעות רשת חברתית פיזית.

מלוח 4 עולה כי אין הבדלים ניכרים ועקיבים בין תפיסת הנסקרים את דעת הרוב לבין השימוש במקורות תקשורת שונים – חדשים או מסורתיים – להתעדכנות על המחאה. עם זאת, הבדל אחד עקיב נמצא בכל הסקרים: בין מי שהתעדכנו בעיקר באמצעות רשתות חברתיות פיזיות לבין מי שהסתמכו על אמצעי המדיה השונים (חדשים, מסורתיים ורשתות חברתיות וירטואליות). הנסקרים שהתעדכנו באמצעות רשתות חברתיות פיזיות העריכו את שיעורי התמיכה במחאה במידה פחותה ממי שהתעדכנו באמצעות אמצעי המדיה לסוגיהם. עם זאת, יש לציין כי ההבדל בין הקבוצות נמצא מובהק סטטיסטית רק כאשר נבחנו יחד השאלונים של כל הסקרים (ראו את השורה התחתונה בלוח 4).

לפיכך, באשר לשאלת הקשר בין מקורות המידע להתעדכנות על המחאה לבין תפיסת דעת הקהל בנוגע אליה, לא נמצאו הבדלים של ממש בתפיסת דעת הקהל בין מקורות המידע התקשורתיים השונים להתעדכנות על המחאה. כלומר, לא נמצא הבדל מובהק בהערכת אקלים הדעות כתומך במחאה בין אנשים שצרכו מידע מאמצעי המדיה החדשים לבין מי שצרכו מידע באמצעות כלי תקשורת אחרים. במילים אחרות, אקלים הדעות הנוגע לתמיכה במחאה לא הושפע מסוג אמצעי התקשורת ששימש את הנסקרים בכל שלוש האוכלוסיות שאנו בוחנים (דרי מאהלים, מעורבים וכלל הציבור) ובכלל המדגמים. תוצאות אלו נתמכות בניתוח רב־משתני שבו נבחנו משתנים דמוגרפיים וחברתיים־כלכליים על מנת לשלול הסברים חלופיים לתפיסת דעת הקהל. ההשפעה של מקור התקשורת להתעדכנות על המחאה הייתה חלשה וחסרת מובהקות סטטיסטית בכלל הסקרים פרט לאחד, וגם ההבדל שנמצא בו היה קטן. ממצא זה מחזק את המסקנה כי בתפיסת הנסקרים את דעת הרוב לא היו הבדלים ניכרים ועקיבים בין מקורות ההתעדכנות בתקשורת בנוגע למחאה.

עם זאת, ההערכה של מידת התמיכה במחאה בציבור בקרב מי שמקור המידע העיקרי שלהם על המחאה היה תקשורת פנים אל פנים או חברים, שהייתה פחותה מן ההערכה של מי שמקור המידע העיקרי שלהם היה אמצעי תקשורת אחד או יותר, מחזקת את הטענה בדבר השפעתה הרבה של התקשורת על תפיסות המחאה. כלל הממצאים מעיד כי הסיקור הרב שניתן למחאה בכל כלי התקשורת יצר אקלים דעות חיובי כלפי עמדות העולות מן המחאה.

לפי השערת המחקר השנייה, תפיסת התמיכה במחאה התרחבה עם התגברות המחאה וסיקורה התקשורתית. לוח 5 מציג את אקלים הדעות באשר למחאה והבעת התמיכה בה במהלכה, כפי שעולה מסקרי המעורבים שבוצעו באינטרנט ומסקרי כלל הציבור שבוצעו בקרב מדגם מייצג של אוכלוסיית ישראל.

לוח 5: אחוז המביעים תמיכה במחאה ואחוז המעריכים כי רוב הציבור תומך במחאה, על פני זמן

| מועד הסקר       | המביעים תמיכה במחאה % | המעריכים כי רוב הציבור תומך במחאה % |
|-----------------|-----------------------|-------------------------------------|
| מערבים          | 86                    | 78                                  |
| סקרי אוגוסט     | 86                    | 78                                  |
| סקרי ספטמבר     | 81                    | 95                                  |
| סקרי אוקטובר    | *78                   | 98                                  |
| כלל הציבור      | 86                    | 67                                  |
|                 | 82                    | 85                                  |
|                 | 81                    | 87                                  |
| 2.8.11          |                       |                                     |
| 14.9.11-11.9.11 |                       |                                     |

\* אחוז התמיכה במחאה בחודש אוקטובר מבוסס על סקר מדד השלום לחודש ספטמבר (מדד השלום, 2011) שבוצע בקרב מדגם מייצג של אוכלוסיית ישראל.

מלוח 5 עולה כי לאורך זמן יש גידול בשיעור האנשים התופסים את אקלים הדעות כלפי המחאה כאוהד, הן בציבור הכללי והן בקרב המעורבים במחאה. התפיסה של דעת הרוב כתומכת במחאה מבטאת אקלים דעות תומך, והיא מתרחשת במקביל הן בקרב המעורבים והן בקרב כלל הציבור. יתר על כן, אף על פי שאקלים הדעות באשר לתמיכה במחאה מתחזק, שיעור המביעים תמיכה במחאה בכלל הציבור (בטור אחוז התמיכה במחאה) מצטמצם קמעה מסקר לסקר. אם כך, בסקר שנערך בקרב כלל הציבור ב־2 באוגוסט שיעור ההערכה של דעת הרוב היה קטן משיעור המביעים תמיכה. לעומת זאת, בסקר שנערך בימים 11.9.2011-14.9.2011 התהפכה התמונה: שיעור ההערכה של דעת הרוב היה גדול משיעור המביעים תמיכה. בחודש אוקטובר ירד אחוז המביעים תמיכה בקרב כלל הציבור ל־78% (אין נתונים בתקופה זו על שיעור ההערכה בקרב כלל הציבור את דעת הרוב כתומך במחאה).

אחד הביטויים לאקלים דעות של תמיכה במחאה הוא רצונם של רבים להיות שותפים לו ולהשיב כי השתתפו, גם אם בפועל לא עשו זאת. אקלים דעות של תמיכה במחאה עשוי אפוא להוביל לאומדן יתר של המעורבות בה.

לוח 6 מתאר את דיווחי הנסקרים על מעורבותם במחאה. בשורות ניתן למצוא שישה מתוך שבעת הסקרים שבוצעו במסגרת מחקר זה, בארבעה מהם נשאלו כל השאלות על מידת המעורבות במחאה. בסקר כלל הציבור הראשון, ב־2.8.2011, נשאלה רק שאלה אחת לבחינת מעורבות או אי־מעורבות במחאה. בסקר הפעילים הופיע בשורה הראשונה, לא נשאלה שאלה זו, אך מאחר שנכללו בו רק מי שהקימו אוהל או לנו בו, כל המדגם הוא בעל רמת המעורבות הגבוהה ביותר, ולפיכך כולם הוגדרו במחקר כמעורבים במחאה.

לוח 6: מדד לאקלים הדעות: אחוז המדווחים על מעורבות במחאה, לפי אוכלוסייה ועל פני זמן

| תאריך הסקר       | לא השתתף % | הביע דעה באינטרנט % | חתם על עצומה % | השתתף בהפגנה % | הקים אוהל או לן באוהל % |              |
|------------------|------------|---------------------|----------------|----------------|-------------------------|--------------|
| 27.8.11-2.8.11   | ---        | ---                 | ---            | ---            | 100                     | פעילים*      |
| 18.8.11-2.8.11   | 32         | 6                   | 5              | 45             | 12                      | מעורבים      |
| 26.9.11-22.8.11  | 15         | 1                   | 6              | 62             | 17                      |              |
| 26.10.11-2.10.11 | 14         | 2                   | 4              | 63             | 17                      |              |
| 2.8.11           | 87         | 13                  |                |                |                         | כלל הציבור** |
| 14.9.11-11.9.11  | 83         | 1                   | ---            | 14             | 2                       |              |

\* בסקר הפעילים נדגמו רק מי שהקימו אוהל או לנו בו.  
 \*\* בסקר כלל הציבור (2.8.11) נשאלה רק שאלה אחת - האם השתתפת במחאה או לא השתתפת בה - לפיכך לא ניתן להבחין בין רמות שונות של השתתפות.

מלוח 6 עולה כי בסקרי המעורבים שהופצו באינטרנט, חל גידול לאורך זמן בשיעור הדיווח על השתתפות במחאה. ניתן לראות כי יש ירידה בשיעור המצהירים כי לא השתתפו במחאה מסקר השלב הראשון (2.8.2011-18.8.2011) לסקר השלב השני (26.9.2011-22.8.2011) וממנו לסקר השלב השלישי (2.10.2011-26.10.2011). בד בבד ניתן לראות גידול בשיעור המדווחים כי השתתפו בהפגנה מסקר השלב הראשון לסקר השלב השני וממנו לסקר השלב השלישי. כמו כן אפשר לראות עלייה בשיעור המדווחים כי הקימו אוהל או לנו בו מסקר השלב הראשון לשלב השני והשלישי.

כצפוי, משיבי סקרי המעורבים, שהופצו באתרי המחאה, היו מעורבים יותר במחאה מכלל הציבור. בקרב משיבים אלו נמצא שיעור גבוה משמעותית של משתתפים במחאה בכל הצורות לעומת שיעור ההשתתפות בכלל הציבור. יותר ממחציתם דיווחו כי השתתפו בהפגנות, ויותר מ-10% הקימו אוהל או לנו באוהל פעם אחת לפחות.

בסקר שבוצע ב-2 באוגוסט בקרב כלל הציבור ציינו 13% כי היו מעורבים במחאה. בסקר שבוצע באמצע ספטמבר (11-14) ציינו 17% מכלל הציבור כי השתתפו במחאה לפחות באחת הדרכים שהצגנו בפניהם. מתוך המשיבים בסקר זה, 16% השתתפו בהפגנות (14% + 2%). למיטב הערכתנו, מדובר באומדן יתר של מי שהשתתפו בפועל. לפי נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (2012, לוח 2.19, עמ' 142), בשנת 2011 היו בישראל כ-5.2 מיליון אזרחים בוגרים (בני 18 ומעלה). אם רואים בממצאים המופיעים בלוח 6 בסיס לחישוב, 16% מאוכלוסיית ישראל הבוגרת בני 18 ומעלה שהשתתפו בהפגנות הם כ-830 אלף איש ואישה, אף על פי שאפשר להעריך כי בהפגנות השתתפו

כ־350 אלף (לפי רוזנהק ושליו, 2013) עד 400 אלף (לפי רם ופילק, 2013). נוסף על כך, ניתן לראות כי 2% ציינו כי הקימו אוהל או לנו באוהל, ובחישוב לפי החלק היחסי מאוכלוסיית ישראל הבוגרת, משמעות הנתון היא כ־100 אלף איש בני 18 ומעלה גרו במאהלים. בפועל, דרי המאהלים מנו כמה עשרות אלפים, ובוודאי לא כולם היו בוגרים בני 18 ומעלה.

בהנחה שהאומדן שהתקבל במחקר לשיעור המשתתפים במחאה הוא אכן אומדן יתר, ניתן לראות בו סימן נוסף לאקלים דעות חיובי חזק של תמיכה במחאה, הגורם לרבים לשייך את עצמם למעשה גם אם לא עשו אותו בפועל.

מבחינת ההשערה השנייה עולה אפוא שתפיסת התמיכה במחאה גדלה עם התגברות המחאה וסיקורה התקשורתי, כלומר אקלים הדעות בתמיכה במחאה הלך והתחזק לאורך זמן הן בקרב המעורבים במחאה והן בקרב כלל הציבור. אקלים הדעות נבנה והתבסס עם המחאה וסיקורה התקשורתי העצום והאוהד. ממצאים אלו תואמים את ממצאיהם של מחקרים אחרים בדבר הקשר בין אקלים דעות לבין סיקור תקשורתי וצריכתו. חשוב לציין עוד כי לא נמצאו הבדלים בתפיסת אקלים הדעות לפי מאפיינים דמוגרפיים או חברתיים-כלכליים, וממצא זה מחזק עוד יותר את המסקנה בדבר אקלים גורף של תמיכה במחאה החברתית בקיץ 2011. נהיר כי לא ניתן להתייחס לסיקור תקשורתי במנותק מסוגיות חברתיות, כלכליות ופוליטיות. עם זאת, ניתן לומר כי השערתנו זוכה לתמיכה מוצקים לאור העובדה שבמחקר הופעלה בקרה על משתנים חלופיים רבים הן במערך פאנל בקרב המעורבים במחאה והן במערך עתי בקרב מדגם מייצג של כלל הציבור בישראל.

## דיון וסיכום

בחינת המחאה החברתית של קיץ 2011 מנקודת מבטה של התאוריה של דעת קהל מספקת כמה תובנות להבנת אירוע מרתק זה בהיסטוריה הישראלית. בהתאם להשערות המחקר נמצא כי אקלים הדעות לפני המחאה היה נאו-ליברלי וקפיטליסטי, ובעקבות המחאה הוא השתנה והפך לסוציאלי-דמוקרטי. זאת ועוד, על סמך מחקרים אחרים אנו יודעים כי תקופה ארוכה לפני המחאה נטו העמדות הפרטיות של רוב הציבור לכיוון הסוציאלי-דמוקרטי. כלומר, יש ראיות רבות לכך שקודם למחאה הייתה בורות קיבוצית באשר להעדפות הציבור בנושאים כלכליים-חברתיים, והמחאה פוגגה את הבורות הזאת והביאה להתאמה בין עמדות הציבור לבין אקלים הדעות בסוגיות אלו. ניתוח זה עוזר להבין מדוע לא הייתה בעבר מחאה משמעותית על רקע כלכלי-חברתי, מדוע המחאה התקבלה בהפתעה רבתי וגם מדוע היא הצליחה והתרחבה בתוך זמן כה קצר – עקב שבירת הבורות הקיבוצית.

אקלים הדעות בתמיכה במחאה הלך והתחזק במהלכה, עם התגברות המחאה וסיקורה התקשורתי, הן בקרב המעורבים והן בקרב כלל הציבור. כפי שטענו יגור

וקינדר (Iyengar & Kinder, 1987), הסיקור הנרחב והמסגור התמטי והחיובי של המחאה הובילו ליצירת אקלים דעות חיובי בתמיכה במחאה ולשיח שעסק בהשפעות המדיניות הכלכלית. אקלים הדעות האוהד כלפי המחאה תרם לתמיכה הרבה בה וגרם גם לאומדן יתר של שיעור המעורבים במחאה ושל מידת מעורבותם בסקרי כלל הציבור.

לתקשורת היה תפקיד חשוב בהגדרת אקלים הדעות בקיץ 2011, כפי שטענו הוגים בתחום התקשורת (Habermas, 1989; Katz, 1995; Noelle-Neumann, 1993; Tarde, 1898/1969). ואולם, שיעור האנשים שזיהו את אקלים הדעות הגורף התומך במחאה מבין מי שהמידע שלהם על המחאה לא בא מאמצעי תקשורת ההמונים אלא מתקשורת פנים אל פנים, היה נמוך משיעורם של מי שהשתמשו בכל אחד מאמצעי התקשורת. ממצא זה מאשש את תפקיד התקשורת ביצירת אקלים דעות התומך במחאה. נוסף על כך, יש מקום להדגיש כי לא נמצאו הבדלים בין המשתמשים באמצעי המדיה החדשים לבין המשתמשים באמצעי המדיה המסורתיים. זאת ועוד, הסתמכות על רשתות חברתיות וירטואליות בקרב המעורבים במחאה הייתה שולית הרבה יותר מן המקובל לחשוב, והאמצעי העיקרי להתעדכנות היה התקשורת המסורתית באינטרנט. ממצאים אלו חשובים להבנת תפקידה של התקשורת בעיצוב אקלים דעות, והם מזמנים מחקר וחשיבה תאורטית מחודשת על התפיסות בדבר קיומם של הבדלים בין אמצעי מדיה מסורתיים וחדשים, לרבות הרשתות החברתיות הווירטואליות פייסבוק וטוויטר, שהן תנאי לקיום ההבדלים האלה, ועל תפקידן במחאה חברתית.

נראה אפוא כי פעילות המחאה, שהיא ביטוי התנהגותי לדעת הקהל, השפיעה על אקלים הדעות והגדירה אותו מחדש, מנאו-ליברלי לסוציאל-דמוקרטי, ולתקשורת היה תפקיד חשוב ומרכזי בתהליך זה. השינוי באקלים הדעות, בד בבד עם ערעור הבורות הקיבוצית שהייתה קיימת זמן רב, עודדו את ההשתתפות הרחבה במחאה, והשתתפות זו התפתחה לכדי המחאה החברתית הגדולה ביותר בתולדות ישראל.

בנקודת הזמן הזאת, כשש שנים לאחר מחאת קיץ 2011, ברור כי ערעור הבורות הקיבוצית אינו מבטיח קיום של מחאה. מן המחקר עולה כי נוצר בישראל אקלים דעות הנוטה לכיוון הסוציאל-דמוקרטי המתווסף לעמדות פרטיות כאלה שהתקיימו זה זמן רב. למרות זאת, אין כיום מחאה חברתית-כלכלית רחבת היקף, והמחאות חזרו להיות מנת חלקן של קבוצות שוליים, כפי שהיו קודם למחאה בקיץ 2011 (Monterescu & Tenenboim-Weinblatt, 2014; Shaindinger, 2013). עם זאת, נראה כי התחולל שינוי חברתי ופוליטי שניתן לראותו בעיקר בשיח הציבורי, אך תוצאותיו עדיין אינן נהירות דיין.

אחת ממגבלות המחקר קשורה לכך שהוא נערך בעת המחאה, ולכן הוא אינו מאפשר להתבונן בה מנקודת מבט מרוחקת ולבחון את השפעותיה לטווח ארוך. בתקופה שחלפה מאז המחאה ועד היום חלו שינויים בשיח התקשורתי, הפוליטי והאקדמי, הבאים לידי ביטוי ברבדים שונים הקשורים בסוגיות חברתיות-כלכליות. אירועים שלא זכו בעבר לסיקור וסדר היום התקשורתי והציבורי התעלם מהם, אינם יכולים להתרחש כיום ללא

מחאה, שלעיתים אף מצליחה לשנות מדיניות. הדוגמאות לכך רבות: הניסיון הכושל לבטל את החוב של נוחי דנקנר שטרופד במחאה ציבורית (גולן, 2013), בחירתה של דפני ליף לאשת השנה של גלובס (רמון-ריבלין, 2011), בחירתו של המפגין לאיש השנה של מגזין טיים לשנת 2011 (הארץ, 2011), ושינוי השיח הפוליטי<sup>5</sup> שכלל עיסוק בסוגיות חברתיות-כלכליות במערכות הבחירות האחרונות (בשנת 2013 ובשנת 2015). בכנסת שנבחרה בבחירות 2013 חל שינוי באופיין ובאופן פעולתן של ועדות מקצועיות כוועדת הכספים, וכמו כן הוקמו ועדות ציבוריות אחרות העוסקות בסוגיות חברתיות-כלכליות, כדוגמת ועדת הריכוזיות (רולניק, 2013). למרות השינוי בשיח הציבורי והפוליטי, ובייחוד בשיח הציבורי והפוליטי סביב מערכות הבחירות בשנת 2013 ובשנת 2015, שכללו עיסוק רב בסוגיות חברתיות-כלכליות לעומת מערכות בחירות קודמות, עדיין לא התרחש שינוי של ממש באופן פעולתה של הממשלה. הממשלה שהורכבה לאחר המחאה (2013-2015), כמו הממשלה שהורכבה בשנת 2015 (ועדיין מכהנת), פעלה כבעלת תפיסת עולם נאו-ליברלית למרות השיח על "צדק חברתי" ועל שינוי כלכלי-חברתי. כדי לבחון את תוצאות המחאה ואת השפעותיה על הפוליטיקה ועל חיי היום-יום נודקק לפרספקטיבה רחבה, ומחקר בעתיד יידרש לשאלות אלו ולשאלת הפער בין השיח הפוליטי לבין תפיסת העולם של ממשלות ישראל, ובייחוד זו שהורכבה מיד לאחר המחאה ופעלה בשנים 2013-2015.

## מקורות

- איגוד האינטרנט הישראלי (2014, 27 במרס). סקר כנס DIGIT 2014 (מאגר נתונים על האינטרנט בישראל). אוחזר מתוך <http://data.isoc.org.il/data/550>
- ביאור, ח' (2009, 22 בינואר). עיני: כל עובד יוותר על יום חופשה כדי למנוע פיטורים במפעלים בקשיים. דה-מרקר, עמ' 21.
- ביאור, ח' (2011, 11 באוגוסט). עיני לא מכיר בפיטורי העובדים בפרי גליל; הורה להחזיר המכתבים להנהלה. דה-מרקר, עמ' 14.
- גולן, מ' (2013, 21 באפריל). ראו מה דפני עשתה לנוחי. אוחזר מתוך <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000837713>
- דוד, י' (2013). תקשורת מעורבות ואקלים דעות במחאה החברתית: קיץ 2011 (עבודת מ"א). ירושלים: האוניברסיטה העברית, המחלקה לתקשורת ועיתונאות.
- הארץ (2011, 14 בדצמבר). איש השנה של מזגין טיים: המפגין. אוחזר מתוך <http://www.haaretz.co.il/news/world/1.1591562>

5 יש לציין כי הפעילות של משרדי הממשלה ושל חברי הכנסת היא עדיין בעלת מאפיינים נאו-ליברליים למרות שינוי השיח.

הבר, כ', הלר, א' והרמן, ת' (2011). סולידריות במחאה קיץ 2011: בין דימוי למציאות? ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה. אוחזר מתוך <http://www.idi.org.il/BreakingNews/Pages/499.aspx>

הופנונג, מ' (2006). מחאה וחמאה: השפעת הפגנות הפנתרים השחורים על הקצאות לצורכי חברה ורווחה. שריגים ליאון: נבו.

הרמן, ת' (1995). מלמטה למעלה: תנועות חברתיות ומחאה פוליטית. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

הרצוג, ח' (2013). מבט דורי ומגדרי על מחאה האוהלים. תיאוריה וביקורת, 41, 69-96. וואלה חדשות (2011, 16 באוגוסט). מפת המחאה: 2,349 אוהלים בישראל. אוחזר מתוך <http://news.walla.co.il/?w=90/1851173>

וולטר, ד' (2011, 28 בינואר). מדינה או שוק? על [חוסר] המשמעות של עמדות הציבור הישראלי היהודי כלפי הקפיטליזם והסוציאליזם. ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה. אוחזר מתוך <https://www.idi.org.il/articles/8543>

כהן, נ', מזרחי, ש' ויובל, פ' (2010). מדינת הרווחה, מדיניות ציבורית ודעת קהל: ישראל 2008. ביטחון סוציאלי, 82, 47-77.

ליימן-ווילציג, ש' (1992). מחאה ציבורית בישראל 1949-1992. רמת גן: אוניברסיטת בר-אילן.

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (2012). שנתון סטטיסטי לישראל (מס' 63). ירושלים: המחבר. אוחזר מתוך [http://www.cbs.gov.il/reader/shnaton/templ\\_shnaton.html?num\\_tab=st02\\_19&CYear=2012](http://www.cbs.gov.il/reader/shnaton/templ_shnaton.html?num_tab=st02_19&CYear=2012)

מדד השלום (2011, 3 באוקטובר). מדד השלום לחודש ספטמבר שנת 2011. אוחזר מתוך <http://www.peaceindex.org/indexYears.aspx?num=18>

מזרחי, ש', יובל, פ' וכהן, נ' (2011). מדינת הרווחה, פוליטיקה אלטרנטיבית ודעת קהל: ישראל 2011. באר שבע: אוניברסיטת בן-גוריון בנגב, המחלקה למנהל ומדיניות ציבורית.

פלתר, נ' ורגב, ד' (2009, 22 בינואר). רוצים לעזור לעסקים בדרום? תנו יום חופש. ידיעות אחרונות, מוסף ממון, עמ' 6.

רגב, ד' ובנו, ג' (2011, 11 באוגוסט). ההסתדרות לעובדי פרי גליל: "החזירו את מכתבי הפיטורים". ידיעות אחרונות, מוסף ממון, עמ' 4.

רוזנקה, ז' ושלו, מ' (2013). הכלכלה הפוליטית של מחאת 2011: ניתוח דורי מעמדי. תיאוריה וביקורת, 41, 141-164.

רולניק, ג' (2013, 22 במאי). מדריך הריכוזיות לחברי הכנסת החדשים. אוחזר מתוך <http://www.themarket.com/news/rikuziot/1.2026434>

רם, א' ופליק, ד' (2013). ה-14 ביולי של דפני ליף: עלייתה ונפילת של המחאה החברתית. תיאוריה וביקורת, 41, 17-43.

רמון-ריבלין, ו' (2011, 14 בספטמבר). דפני ליף: "עברתי את כל המהפכה הזו עם לב שבור". אוהזר מתוך <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000681323> שלו, מ' (2012). הרקע הכלכלי למחאה החברתית של קיץ 2011. בתוך ד' בן-דוד (עורך), דוח מצב המדינה: חברה, כלכלה ומדיניות 2011-2012 (עמ' 141-191). ירושלים: מרכז טאוב לחקר המדיניות החברתית בישראל.  
שמיר, מ' ואריאן, א' (2010). מבוא. בתוך א' אריאן ומ' שמיר (עורכים), הבחירות בישראל 2009 (עמ' 15-34). ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.

- Aalberg, T., van-Aelst, P., & Curran, J. (2010). Media systems and the political information environment: A cross-national comparison. *International Journal of Press/Politics*, 15(3), 255-271.
- Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: Influences and features. *Political Communication*, 16(3), 209-230.
- Castells, M. (2013). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Cambridge, MA: Polity.
- Cook, T. E. (2006). The news media as a political institution: Looking backward and looking forward. *Political Communication*, 23(2), 159-171.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A. B., & Salovaara-Moring, I. (2009). Media system, public knowledge and democracy: A comparative study. *European Journal of Communication*, 24(1), 5-26.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Garrett, R. K. (2006). Protest in information society: A review of literature on social movements and new ICTs. *Information, Communication and Society*, 1(2), 202-224.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (Trans. by T. Burger with the assistance of F. Lawrence). Oxford, England: Polity.
- Heinderyckx, F. (2014). Reclaiming the high ground in the age of onlinement. *Journal of Communication*, 64(6), 999-1014.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that matters: Television and american opinion*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

- Iyengar, S., Kyu S. H., Heinz B., & Mirko M. (2009). Dark areas of ignorance' revisited: Comparing international affairs knowledge in Switzerland and California. *Communication Research*, 36(3), 341-358.
- Jayyusi, L. (2011). The power of technology and the technologies of power. *Arab Center for Research & Policy Studies*. Retrieved from <http://english.dohainstitute.org/release/6b034830-433c-4ba2-9ed5-66ccf9ede776>
- Katz, E. (1995). Introduction: The state of the art. In T. L. Glasser & C. T. Salmon (Eds.), *Public opinion and the communication of consent* (pp. xxi-xxxiv). New York, NY: Guilford.
- Lazarsfeld, P. F. (1972). Public opinion research and the classical tradition. In P. F. Lazarsfeld (Ed.), *Qualitative analysis* (pp. 300-317). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). 'Mediatization' of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, 16(3), 247-262.
- McAdam, D., McCarthy, J. D., & Zald, M. N. (1996). *Comparative perspectives on social movements: Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*. New York, NY: Cambridge University Press.
- McCurdy, P. (2012). Social movements, protest and mainstream media. *Sociology Compass*, 6(3), 244-255.
- Monterescu, D., & Shaindinger, N. (2013). Situational radicalism: The Israeli "Arab Spring" and the (un)making of the rebel city. *Constellations*, 20(2), 1-25.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of internet freedom*. Jackson, TN: Public Affairs.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion - our social skin* (2nd ed.). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Noelle-Neumann, E. (1995). Public opinion and rationality. In T. L. Glasser & C. T. Salmon (Eds.), *Public opinion and the communication of consent* (pp. 33-54). New York, NY: Guilford.
- Schmidt, D. E. (1993). Public opinion and media coverage of labor unions. *Journal of Labor Research*, 14(2), 151-164.
- Shalhoub-Kevorkian, N. (2012). E-resistance and technological in/security in everyday life: The Palestinian case. *British Journal of Criminology*, 52(1), 55-72.
- Shamir, J., & Shamir, M. (2000). *The anatomy of public opinion*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.

- Shamir, J., & Shikaki, K. (2010). *Palestinian and Israeli public opinion: The public imperative in the second Intifada*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Shehata, A. (2010). Pathways to politics: How media system characteristics can influence socioeconomic gaps in political participation. *International Journal of Press/Politics*, 15(3), 295-318.
- Tarde, G. (1898/1969). Opinion and conversation. In T. N. Clark (Ed.), *Gabriel Tarde: On communication and social influence* (pp. 297-319). Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Taylor, D. G. (1982). Pluralistic ignorance and the spiral of silence: A formal analysis. *Public Opinion Quarterly*, 46, 311-335.
- Tenenboim-Weinblatt, K. (2014). Producing protest news: An inquiry into journalists' narratives. *The International Journal of Press/Politics*, 19(4), 410-429.

