

תחושת הקהילתיות בקרב בני הנוער במייספייס ופייסבוק: גישה של מחקר משולב

תקציר

למונח קהילה יש מגוון רחב של הגדרות בדיסציפלינות שונות, כשמרביתן מתארות את המאפיינים של תלות הדדית, תקשורת, קשר פנימי וארגון חברתי. אחד האתגרים בהגדרת הקהילה הוא השפעת המיקום הפיסי על קהילתיות. בתחילה, קהילות נתפסו כקבוצות שהתארגנו על בסיס הסמיכות במיקום הגיאוגרפי. מאוחר יותר עלה הצורך בקיום של קהילות המבוססות על אינטרסים או על יעדים משותפים, אך גם על קהילות המבוססות על אינטראקציה פיזית בין חבריהן. מנגד, פיתוח האינטרנט גרם ליצירת קבוצות וירטואליות שאינן מצריכות כל אינטראקציה פנים-אל-פנים ונעדרות כל מגע במרחב הלא מקוון. ניתן לומר, שהמיקום הפיסי של הקהילות איבד כל משמעות עבור משתמשי אתרי אינטרנט או רשתות חברתיות.

מחקרים על קהילתיות ווירטואלית מצביעים על מספר תכונות המשותפות להם ולקהילות שקיימות מחוץ לאינטרנט. חברי הקהילות מפיקים תועלות חברתיות, התנהגותיות ורגשיות דומות. בנוסף לכך, נמצא כי קהילות מקוונות מפתחות גם נורמות וקשרים חברתיים, כשחלק מהקשרים מחזיקים מעמד לאורך זמן. כמו כן, נטען כי הקהילות המקוונות מתאפיינות במערכת ערכים ונורמות משותפות ובתחושת זהות, מחויבות ותקשורת שמאפיינות גם קהילות גיאוגרפיות וקהילות אינטרס. יחד עם זאת, מחקרים שנערכו לאחרונה ניסו לזהות את התכונות שהופכות קבוצות וירטואליות לקהילות נוכחות ונשמעות. מסתבר, שחלק מהאינטראקציות המקוונות ברשתות החברתיות מקדמות לא רק את הקהילתיות, אלא גם את האינדיבידואליזם. הפרט הפועל ברשת מאפשר לאנשים לשמור על ערוצי תקשורת מבלי לבנות מכנה קהילתי משותף עם גולשים אחרים ולכן רשתות חברתיות שכאלה אינן יוצרות מחויבות, ומשתמשים נוטים להחליפן בקלות יחסית.

המונח המתייחס לתחושה הפסיכולוגית של קהילה (Psychological Sense of Community, PSC) מציע דרכים יעילות לזיהוי באמצעות החשיבות, התחושות והקשרים הבין-אישיים בין חבריה. תחושת הקהילתיות מבטאת גם את תחושת השייכות ולכן חברי הקהילה מאמינים כי הצרכים שלהם יענו כי הם מרגישים מחויבות משותפת הנובעת מהדדיות.

במחקר נמצא שקיימים ארבעה מרכיבים עיקריים המאפיינים תחושה של קהילתיות:

1. חברות - הצבת קו ברור בין אלה המהווים חלק מהקהילה לאלה שנמצאים מחוצה לה.
2. השפעה - מתארת את נושאי הכוח, כשחברי הקהילה משפיעים וגם מושפעים בתוכה.
3. אינטגרציה והיענות לצרכים - ממד זה בא לידי ביטוי באמצעות מערכת הערכים המשותפת, חלוקה במשאבים, ומילוי הצרכים הפיסיים והרגשיים של חברי הקהילה.
4. קשר רגשי משותף - המעניק מגע חיובי בין חברי הקהילה.

התקציר מבוסס על המאמר:

Stephanie M. Reich, S. M (2010). Adolescents' Sense of Community on Myspace and Facebook: A Mixed-Methods Approach, *Journal of Community Psychology*, 38, (6), 688 – 705.

לאחרונה, מספר מחקרים ניסו להבנות את המונח "תחושת הקהילתיות הווירטואלית" (sense of virtual community, SVC) ולהשוות אותה לתחושת הקהילתיות הרגילה. ממצאי המחקרים מאששים שתחושת מחויבות ומאפיינים אחרים של רגשות בקרב חברי קהילות ווירטואליות דומים לאלה שחשים חברי הקהילה הרגילה. באחד המחקרים נטען כי תחושת הקהילתיות הווירטואלית יכולה להיות מצומצמת לשלושה מרכיבים: חברות, השפעה והיטמעות. לעומת זאת, מחקר אחר מזהה את מרכיבי התמיכה והזיהוי כמאפיינים עיקריים בקהילות הווירטואליות.

המחקרים המתייחסים לקהילות וירטואליות נערכו בקרב משתמשי קבוצות הבנויות על בסיס אינטרס וזהות. עד כה לא נחקרה תחושת הקהילתיות ברשתות החברתיות כמו פייסבוק או מייספייס. גם בשיח הציבורי וגם בשיח האקדמי ניתן למצוא התייחסויות רבות לרשתות אלה בתור קהילות, אך בפועל לא ברור האם הן אכן מכוננות קהילה או מקדמות אינדיבידואליזם מרושת.

מטרת המחקר הנוכחי היא אם כן, לבחון האם בני נוער מפתחים את תחושת הקהילתיות כשהם נמצאים ברשתות פייסבוק ומייספייס. המחקר נערך באמצעות מתודות של מחקר משולב (מחקר כמותי ומחקר איכותני). קבוצות המיקוד כללו בני נוער בגילאים 14-18, וגם 18-23. במהלך המחקר נבדק, האם ניתן לייחס לתחושת הקהילה הווירטואלית את המאפיינים של תחושת הקהילה הממשית?

טבלה מספר 1 : מאפייני תחושת הקהילתיות בקרב בני נוער במייספייס ובפייסבוק

מאפייני תחושת הקהילתיות	רמה גבוהה	רמה בינונית	רמה נמוכה
השתייכות:			X
גבולות			X
ביטחון רגשי			X
השקעה אישית	X		
תחושת שייכות והזדהות			X
השפעה:		X	
מושפע על ידי הקהילה			X
משפיע על הקהילה	X		
אינטגרציה ומילוי צרכים:		X	
ערכים משותפים		X	
מילוי צרכים		X	
החלפת משאבים	X		
קשר רגשי משותף:		X	
קשר חיובי עם חברים אחרים		X	
שותפות בחוויות חשובות	X		
השקעה על ידי חברי הקהילה			X
הערכה גבוהה כלפי חברי קהילה אחרים		X	
היטמעות	X		

ממצאי המחקר מצביעים על כך, שבניגוד לדימוי הרווח לגבי רשתות חברתיות כקהילות מקוונות, הן אינן מעוררות תחושת קהילתיות חזקה. לעומת זאת, קהילה פיזית מבוססת על שותפות אינטרסים ויעדים ולכן היא נוטה לשמור על ערכיה, היא מציעה אפשרויות פנאי, נגישות להזדמנויות ושומרת על הביטחון של השכונה או הקהילה. בקהילות האינטרס קיים מכנה משותף אשר מחזק גם את הקשרים הבין-אישיים ותורם ליצירת תחושת הקהילתיות. בנוסף, הכוח של הקהילות הפיסיות בדרך כלל מבוזר, כך שחבר קהילה אינו יכול לשלול מאחר את חברותו בקהילה או לחסום בפניו את הגישה למשאבים הקהילתיים על סמך דעתו האישית בלבד.

בניגוד לקהילה הפיזית, השימוש של בני נוער ברשתות החברתיות נעדר יעד משותף או תכונות משותפות בעלות משמעות. הכוח של ניהול האתר מצוי באופן בלעדי בידי מי שמנהל אותו ולכן האינטראקציה ברשתות החברתיות, למשל, בפייסבוק, מתאפיינת בריכוז של כוח והיעדר שוויוניות. לאור האמור לעיל, המאפיינים של הקהילה הפיזית: קיומו של אינטרס ו/או יעדים משותפים, וביזור הכוח מהדקים את הקשר בין חבריה ומייצרים אינטראקציה הדדית, המעניקה את תחושת הקהילתיות, תחושה שאינה מתרחשת ברשתות חברתיות מקוונות.

לסיכום, בני הנוער המשתמשים בפייסבוק או מייספייס אינם מפתחים את תחושת הקהילתיות ולכן הם אינם תופסים את הרשתות החברתיות כקהילות. ולכן הרשתות החברתיות אינן מעוררות את תחושת השייכות ואינן מייצרות השפעה משותפת (מעצבת את אופי פעולתן לגבי ביזור הכוח בהן). לרוב, מטרתן היא לקדם את האינדיבידואליזם המרושת. יחד עם זאת, לשימוש ברשתות חברתיות יש תועלת רבה, למשל, שמירה על הקשר עם בני נוער מאזורים מרחוקים והחלפת חוויות מידע ומשאבים. ממצאי המחקר הנוכחי מצביעים על כך, שקהילות של רשתות מקוונות אינן יכולות להוות תחליף לקהילות הפיסיות, אולם הן עשויות להוות כלי מועיל ביותר עבור הידוק הקשר והעשרת האינטראקציה בין חברי הקבוצות הקיימות, ואף לתרום להגברת תחושת הקהילתיות.