

דור ה-Y בישראל, פרק 8 שבט אחים - חברות בעידן הניכור

עוז אלמוג, תמר אלמוג

נוצר ב-6/3/2014



פלמ"חניקים
באדיבות דיתה פרוח

אתוס החברות בחברה הציונית

שורשי הסולידריות היהודית ("כל ישראל חברים") נטועים בציווי ההישרדות של עם נרדף, שנאלץ להתמודד עם שנאה אנטישמית ארוכת שנים, שלא ידעה גבולות. לאורך ההיסטוריה ליכדה הסכנה את היהודים, והאבל על הטרגדיות המשותפות נצרב בבשר האומה והידק את השורות.

היהודים היוו תמיד קבוצה מלוכדת גם בשל גאוותם המשותפת. גאוה זו נולדה מהמיתוס התנ"כי של העם הנבחר ("עם סגולה"), והיא נמשכת עד עצם היום הזה כאשר הצלחתם הפנומנלית של יהודים בתחומים המובילים של הציביליזציה המערבית (מדע, משפט, רפואה, אמנות, עסקים ועוד) מחזקת בקרב יהודים רבים את הדחף להשתייך ללאום היהודי ולהרגיש שותפות.

המהפכה הציונית הוסיפה עוד נדבך לסולידריות היהודית. ככל תנועה לאומית, שאפה גם הציונות לרומם את הקולקטיב ולהבליט את עדיפותו וייחודו של הכלל על פני היחיד. הדבר מצא את ביטויו בחשיבות הרבה שהוענקה למשפחה, לחברים, לקהילה ולמדינה בסולם הערכים הישראלי. העובדה שמדינת ישראל קטנה ומבודדת תרמה גם כן להעצמת תחושת הקהילתיות.

קוד הסולידריות והחברות בישראל מבוסס גם על מבנה ריבוני ייחודי - או ליתר דיוק אנטי-ריבוני. החברה הישראלית היתה אמנם כבר מראשיתה חברה משוסעת עם פערים ומתחים קשים על רקע דתי, עדתי, פוליטי וכלכלי, אולם בניגוד לחברות האירופאיות, לא נוצרה בתוכה שכבה אריסטוקרטית, שסגנון חייה ומעגלי האינטראקציה שלה מנותקים לחלוטין משאר החברה (למשל שכונות עם חומות ושומרים ומועדוני חברים סגורים). הטייקונים הכלכליים הם תופעה חדשה יחסית בישראל, ולא בכדי הם סופגים ביקורת עזה מהתקשורת ומכל שדרות האוכלוסייה.

אמנם הקוד החלוצי-סוציאליסטי שהטביע חותם עמוק בתקופת היישוב וקום המדינה נפח את נשמתו, אבל אווירת הקיבוץ, שבו כולם "חברים" ולא "תושבים", לא נעלמה. היא טבועה עמוק בדנ"א התרבותי של החברה הישראלית ומשתקפת במוסכמות ובהרגלים היומיומיים: בביגוד, בשפה, בדיוור, באמנות, בפוליטיקה ובעסקים. אפילו בבית-המשפט הישראלי השפה פחות רשמית ופחות מכופתרת מהנהוג במדינות המערב.

כחלק מהיעדר הטקסיות של החברה הישראלית, המפגשים בין חברים נוטים להיות ספונטניים. בניגוד למדינות רבות, בהן פגישות חברתיות נקבעות זמן רב מראש בהתאם ללוח הזמנים, בישראל אין קושי לקבוע פגישה מהיום למחר ואפילו "מעכשיו לעכשיו".

השירות הצבאי (שעבור רוב הישראלים הוא בגדר חובה אזרחית) תורם אף הוא לחיזוק תחושת הסולידריות משום שהוא פועל ככור היתוך תרבותי, מחזק מיומנויות חברתיות ומייצר אחוות לוחמים ("אחי") ושותפות גורל.

בצבא נפוצה שורה של מסורות וטקסים גלויים וסמויים, המדגישים את חשיבותה של הקבוצה ושל החברות. לדוגמה, השאלון הסוציומטרי שהפך לחלק מהמיתוס הלאומי. הוא נועד במקור להבהיר לחייל מה חושבת עליו הקבוצה, והאם הוא נחשב לחלק פעיל מהצוות.¹ באותה מידה (אף שבאופן סמוי יותר) הוא מסמן את המנהיגים בקבוצה ולעומתם את השוליים החברתיים. מתוך מסורת השאלון הסוציומטרי צמח אחד המושגים השגורים בסלנג העברי, "סוציומט", שפירושו אדם לא חברתי, שאינו מתחשב בחבריו ואינו מסייע להם.

המלחמות, הפיגועים ותחושת האיום והלחץ המתמיד תרמו לתלכיד הישראלי החברי מכיוון נוסף, ויצרו פולקלור של שותפות ותמיכה.

תרבות השכול הישראלית מהווה גם היא אלמנט מחבר ומלכד חשוב, וניכרים בה מאפיינים של חברותיות: אמירת ה"יזכור" מציינת את הציווי הלאומי לזכור ולהזכיר לעד את החברים שמסרו נפשם למען חיי חבריהם. נהוג גם שחברי הנופל שומרים על קשר עם הוריו לאורך שנים, ומהווים חלק ממשפחתו המורחבת.

גם מסורת הוצאת ספר זיכרון לנופל – שאין לה אח ורע בתרבויות אחרות, מבחינת ההיקף והתכנים – תורמת להפצה וחיזוק של אתוס החברות והסולידריות היהודית בישראל. הנצחת הנופל, בה משתתפים מכריו ומוקיריו, מסמלת לא רק את הסולידריות, אלא גם את אחדות האומה השכולה. ריבוי חוברות הזיכרון הקנה לאבל האישי ממד פומבי ויצר אומה המתאבלת כאיש אחד על בניה.² ספרי הזיכרון גם מדגישים את ערך החברות (ספר הזיכרון הידוע מכולם נקרא "חברים מספרים על ג'ימי") וכך גם הפזמונים ("אנחנו שנינו מאותו הכפר", "שיר הרעות" ועוד).³

קוד החברות והזיקה לחברים היו תמיד מרכזיים בתרבות הצברית. הפולקלור הציוני רומם את החברות ואת תחושת ה"ביחד".⁴ השפה העברית המדוברת, כוללת שלל ביטויים עממיים שמסמנים זאת, ובראשם המלים "חבר'ה" ו"חברמן"⁵ הוותיקות, שהוחלפו עם הזמן במלים "אחי" או "אח שלי", "אחוי", "אָחוּק/י", "גָּבֵר", "גיסנו", "מָן".

ללהקות הצבאיות היה תפקיד היסטורי חשוב בהפצה של אתוס החברות וחיזוקו. המערכונים, השירים, הריקודים והפנטומימה הבליטו את הקבוצה, ברוח תנועת הנוער והקיבוץ. עד היום הישראלים מתרפקים על שירי הלהקות, והסרט "הלהקה" (על להקה צבאית) מ-1978 נחשב לאחד מסרטי הפולחן בארץ.

בקולנוע הישראלי הופקו אינספור סרטים, שמטפלים בהוויה החברית בישראל ומשקפים את מושג החבר'ה. כך למשל הסרט "חבורה שכזאת" (1963), שעסק בהוויי הפלמ"ח, וסדרת סרטי "אסקימו לימון", שעסקה באחוות הנעורים בשנות החמישים (הסרט הראשון והידוע מכולם הוקרן ב-1978).

גם בקנן הספרות הישראלית שב וחוזר מוטיב החברות (לעתים גם תוך ביקורת עצמית). דוגמאות מוכרות הן "הוא הלך בשדות" (1947) של משה שמיר, "ימי ציקלג" (1958) של ס.יזהר, "מנוחה נכונה" (1982) של עמוס עוז ו"התגנבות יחידים" (1986) של יהושע קנז.



זקוקים יותר לחברים



צעירים בישראל
שירה אלמוג

אתוס החברות הישראלי לא פסח גם על דור ה-Y. אדרבא, ה-Y ניקים לקחו אותו צעד קדימה (יהיו מי שיגידו "צעד אחורה") והעניקו לו משמעות חדשה, גלובלית יותר. החברים הם אחד היסודות המרכזיים בחייהם של בני הדור, ויש להם השפעה מכרעת על החלטותיהם במגוון תחומים, ובכלל זה בחירת מקום מגורים, מקצוע, מקום עבודה ואפילו בני זוג.

התופעה הזו אינה מיוחדת רק את הצעירים בארץ. מחקרים שנעשו בארה"ב ובאוסטרליה מצאו שוב ושוב כי המשקל שמייחסים ה-Y ניקים באותן מדינות ליחסים עם בני גילם הוא עצום,⁶ ומהווה את אחד המאפיינים הבולטים המייחדים את הדור הזה.⁷

אם בעבר האמירה "שמור על קשר" (Stay in touch) היתה סוג של מחוות נימוס, היום, בעולמם של הצעירים, היא מקבלת ממד מעשי מאד. הם באמת שומרים על קשר עם חבייהם וכל הזמן.⁸ קשרי החברות מקבלים מקום כה מרכזי בחיי הדור הזה, עד שעבור רבים מהצעירים הם שקולים בעוצמתם לקשרי משפחה.⁹

מראיין: מה יותר חשוב לך, חברים או משפחה?

מרואיין (בן 25): כמעט תמיד הסדר אצלנו הוא קודם חברים ואחר כך משפחה ולא להיפך.

מראיין: מה זה החיבור הזה ביניכם?

מרואיין: זה כמו משפחה. אולי כי אנחנו יותר פתוחים. אכפתיים אחד לשני. עוזרים זה לזה. אולי זה גם בגלל שהמשפחה כבר לא הכי יציבה בשבילנו. יש לי שמונה חברים בלב ונפש מהגן. כשהייתי מפקד בסיירת היו לי 9 חיילים עם הורה אחד (חד הוריים) או כאלה שהוריהם התגרשו. וזה מתוך 20 אנשי צוות. אז אתה מבין שהייתי בשבילם כמו אבא.

תשובות טיפוסיות לשאלה "מה המשמעות של חברים בעיניכם?" בקבוצת המיקוד:

"קירבה במובן הכי משפחתי שיש. תחליף להורים ואחים כשאלה רחוקים."

"חברים תומכים ברגעים הקשים ובמקומות שיש שאלות חשובות להמשך החיים..."

"ממש קבוצת תמיכה, במיוחד ברגעים הקשים."

"קבוצת תמיכה בהחלט, אפילו סוג של פסיכולוג."

"אפשר לחשוף בפניהם את הדברים האישיים ביותר ולקבל עצה ממישו שעובר לפעמים אותו דבר ומכיר אותך."

"חלק מהעולם שלי לשיחות ושיתוף חוויות."

"אנשים הקרובים אליי. שותפים לחיים."

החיבור ההדוק במיוחד בין צעירי דור ה-Y והצורך שלהם בחברותא קרובה ומאריכת זמן נובע להערכתנו ממספר גורמים (מקצתם עלו גם בראיונות):

הרווקות המתארכת

בעבר, ככל שהתבגרת, כך החברים נעשו חשובים פחות. אצל בני דור ה-Y קורה בדיוק ההפך: ככל שמתבגרים כך נזקקים יותר לחברים – בין השאר משום שהתחליף (זוגיות) מבושש להגיע או משום שחיי הזוגיות קצרי מועד.

הצורך להיות נאהב

הצורך הפסיכולוגי להיות מקובל ונאהב גם מחוץ למעגל המשפחתי הגרעיני הוא אוניברסלי. אבל דומה שאצל דור ה-Y הוא משחק תפקיד קריטי, הן בשל ההרגל מהבית והן בשל חוסר הביטחון העצמי המאפיין אותם.

רוח מזרחית חמה

אפשר שיש כאן השפעה גוברת של תרבות האוריינט, הפתוחה והחמה, על התרבות הישראלית הפופולרית. את האשכנזיות האצורה והמאופקת החליפו הגילויים הספונטניים של חום, הנאה וחיבה.

ילדים מגודלים

הבגרות המעוכבת שמאפיינת את בני הדור הזה תורמת לחברותא מכיוון נוסף. רבים מהם נשארים בני טיפש-עשרה במהלך שנות העשרים. בדורות הצבריים הקודמים החברות כילדים הסתיימה עם תום תקופת תנועת הנוער או השירות הצבאי. בדור ה-Y הם נשארים "חבורות של ילדים (מגודלים)" לאורך זמן.

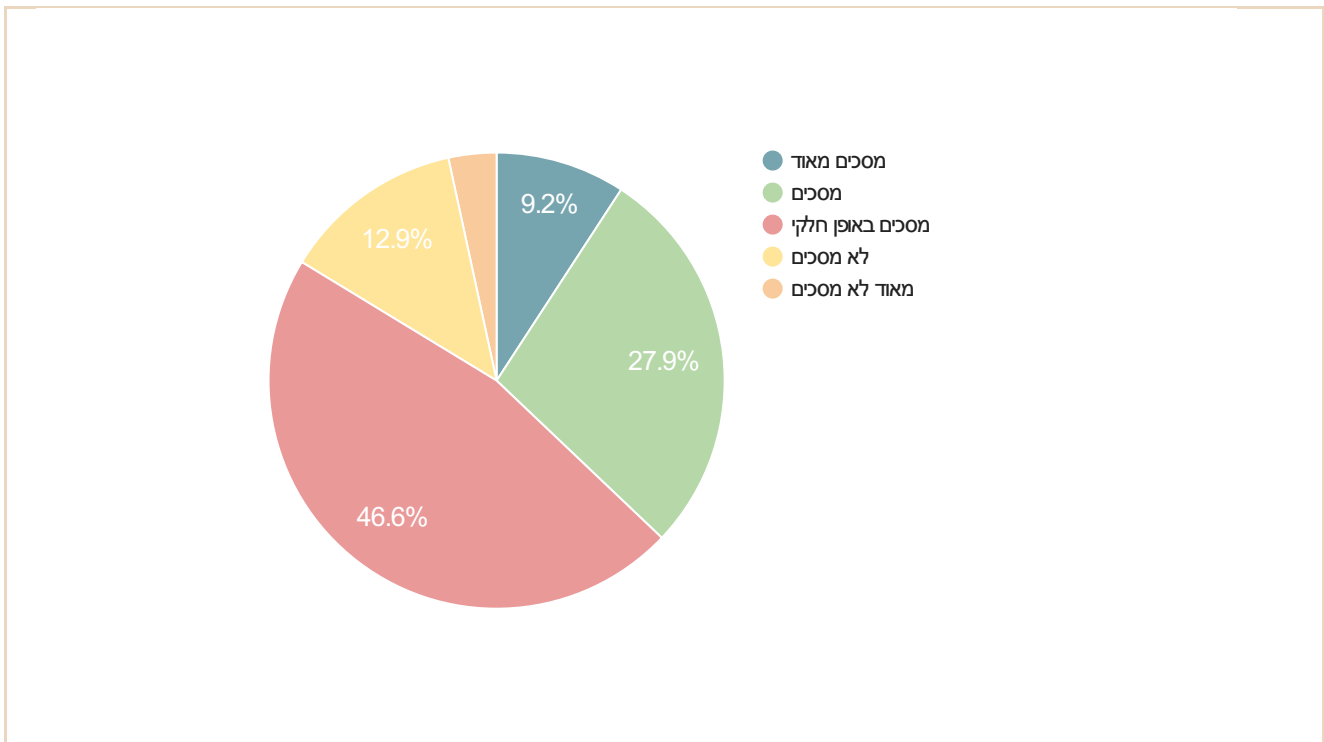
מבלים ביחד

צעירים רבים גרים במרחב גיאוגרפי קרוב (לרוב באזור המרכז) ויוצאים לבילויים בתדירות גבוהה. העובדה שאפשרויות הבילוי, בעיקר בבתי קפה ובברים, נעשו רבות וזמינות יותר מאי פעם מסייעת להם לתחזק את החברות בקלות. גם זריזותם בטכנולוגיה הדיגיטלית משכללת את אפשרויות התקשורת ביניהם.

קוד של שיתוף ופתיחות

תרבות הפתיחות הפסיכולוגיסטית, שלתוכה גדלו ה-Y ניקים, מקלה עליהם לשתף זה את זה. כך נוצר דור עם פחות חסמים רגשיים ועם יכולות אינטראקטיביות משוכללות יותר. השפעתו של הקוד הזה משמעותית במיוחד על הגברים, שהם מטבעם אצורים יותר מנשים. גברים מדור ה-Y פתוחים לדבר על הרגשות והמחשבות האינטימיות שלהם יותר מגברים מדורות קודמים. הדבר משנה את טיב ואופי היחסים לא רק בין הבנים לבין עצמם אלא גם בינם לבין הבנות.

להלן תכונה המשויכת לצעירים בישראל (בגילאי 21-34): "יודעים להיפתח ולחשוף רגשות". עד כמה את/ה מסכים:



מקור: סקר פאנלס דצמבר 2015, נערך לטובת מחקר זה.
נתונים: הסקר נערך בקרב מדגם מייצג של 294 יהודים (לא דתיים) בגילאי 26-35.
הערה: הנשאלים קבלו בסקר רצף של 15 תכונות שאליהן נדרשו להתייחס. זו אחת התכונות שנכללה ברשימה.

קבוצת תמיכה

רבים מבני הדור הזה גדלו במשפחות מפורקות. הבדידות והלחצים המתמשכים חיזקו את הצורך בקבוצת תמיכה של חברים אמפטיים, עם "צרות דומות", כבר מגיל צעיר.¹⁰

צעיר בן 23, מפקד צוות ביחידה מובחרת בצה"ל: "תמיד הסדר הוא: חברים ומשפחה. אצל כולם! חברים בשבילי זה כמו משפחה. יש אכפתיות גדולה לגבי החברים. מאוד פתוחים אחד כלפי השני. אחת הסיבות לקשר החזק עם חברים היא העובדה שרבים מגיעים מבתים מפורקים. יצרו קשרים חזקים עם חברים כתחליף ליציבות שכבר לא קבלו בבית. היו לי בצוות 9 חיילים או חד הוריים או בנים של הורים גרושים."

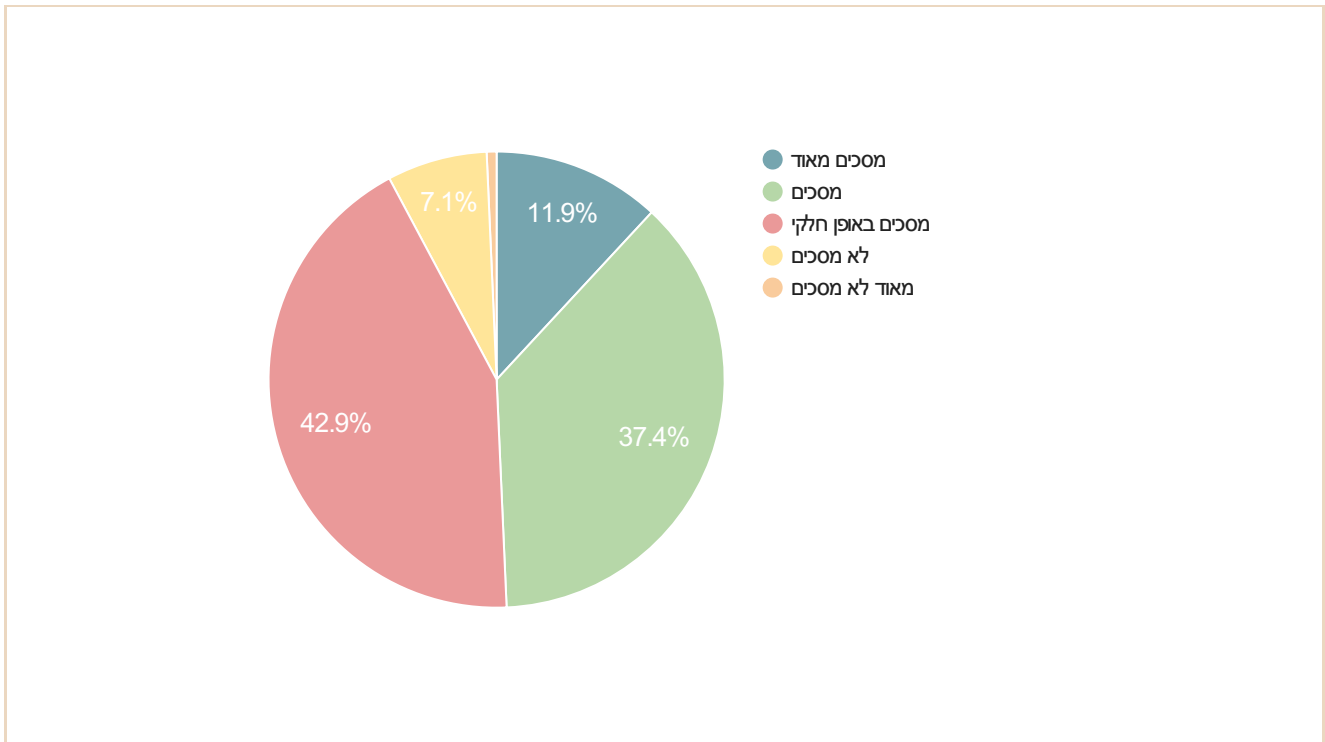
חברים מהטלוויזיה

סדרות הטלוויזיה מז'אנר החברים הצעירים, ששודרו בערוצים הפופולריים בעולם וגם בישראל - החל ב'סיינפלד' ו'חברים' וכלה ב'פלורנטיין', 'רמזור' ו'החברים של נאור' - יצרו מודל חיקוי שהשפיע גם על צעירים בישראל.

עבודת צוות

דור ה-Y גדל לתוך עולם תעשייתי משוכלל, שבו התהוותה ההכרה שהמין האנושי כבר אינו יכול להמציא דברים באופן אינדיבידואלי. זה כבר לא עולם של יחידי סגולה הרואים את הנולד, אלא קבוצות משימה שיוזמות ומפתחות דברים במשותף. יש יותר ויותר צוותי עבודה ושיתופי פעולה לא רק בתעשייה אלא גם בעולם הבידור, האמנות, הרפואה והמדע. אפשר להניח שהמסר שעדיף לעבוד בצוות הופנם גם בדור הצעיר.

להלן תכונה המשויכת לצעירים בישראל (21-34): "חברותיים ואוהבים עבודת צוות". עד כמה את/ה מסכים:



מקור: סקר פאנלס דצמבר 2015, נערך לטובת מחקר זה.
 נתונים: הסקר נערך בקרב מדגם מייצג של 294 יהודים (לא דתיים) בגילאי 26-35.
 הערה: הנשאלים קבלו בסקר רצף של 15 תכונות שאליהן נדרשו להתייחס. זו אחת התכונות שנכללה ברשימה.



משפחת החברים: מוטיבים של חברות בדור ה-Y



צעירים בישראל
 גיא פריבס

החברות הישראלית מתאפיינת בכמה מוטיבים שכיחים, שהשפעתם תקפה עדיין גם בדור ה-Y. מקצתם מסורתיים שנחלשו בדור הזה ומקצתם מוטיבים חדשים, שמאפיינים בעיקר את הצעירים:

לרוץ לספר לחברה

כל ישראלי יהודי-חילוני מכיר את המשפט הצברי הסמלי "לרוץ לספר לחברה", שמשקף את הצורך של רבים להתקבל על ידי הקבוצה ולזכות באהדה שלה. תופעה זו הוקצנה בדור ה-Y. שיתוף החברים הפך לחלק אינטגרלי מחיי היומיום של ה-Yניקים ובמגוון הקשרים. הסמארטפון נשלף כדי לשלוח הודעה או תמונה, גם כשמדובר בחוויות אינטימיות

כגון לידה או פרידה, או בחוויות טריוויאליות, כגון בישול בבית, ריצה בפארק או קניית בגד. השותפות של חברים והתגובה שלהם לאירוע האישי הן חלק בלתי נפרד מהחוויה ויוצרות תלכיד קבוצתי שחווה את העולם יחדיו. מטבע הדברים גם נוצרת תלות הדדית בדעת החבורה וכמובן בסמרטפון שנעשה שלוחה של המוח, הפה, האוזניים והעיניים.

השיתוף ההדדי נעשה לא רק באמצעות משלוח תמונות וסרטונים אלא גם במפגשים המשותפים. שכיח לראות אותם גחונים ביחד על מסך הסמארטפון של אחד החברים, מתפוצצים מצחוק למראה סרטון משעשע.

עיצ'ס גיבר

הפייסבוק והסמארטפון מתלבשים על הנטייה הבסיסית של הישראלים להתייעץ זה עם זה. כיוון שה-Y ניקים פחות עצמאים מטבעם, כיוון שהם מורגלים מילדות להתייעץ וכיוון שהם חברותיים מאוד, הם מרבים לבקש עצה ולשלוח זה לזה מידע שימושי. מספיק לכתוב שאתה מחפש שותפים לדירה או סיכומי הרצאות ומייד יצוצו כמה חברים שיסייעו לך.

אם יש קשרים לא צריך פרוטקציה

"פרוטקציה" (מילה שכל ישראלי מבין את משמעותה התרבותית) שכיחה בישראל. כלומר, הנוהג הנפוטיסטי לסייע לחברים ולבני משפחה בסבך הבירוקרטיה ולקדם אותם "מחוץ לתור". האפליה על בסיס דת, עדה, מגדר וגיל עדיין רוחת בארץ, אבל היא הולכת ונחלשת בקרב דור ה-Y. זה הדור המובילי ביותר בחברה הישראלית, בין השאר משום שחסמי הסלקציה העדתית, שאפיינו את השכבה ההגמונית בישראל (אשכנזים-גברים-משכילים-ותיקים), נחלשו בשנים האחרונות.

מתארחים ומארחים אבל קצת פחות

בישראל מקובל מאוד לארח בבית, להבדיל מאירופה וארצות-הברית שבהן נהוג להיפגש במרחב לא אישי. למעלה מזה, כאשר מגיע אורח בפעם הראשונה לדירה, נהוג להציג לו לא רק את דייריה אלא גם את כל החדרים בבית (בבחינת הכול פתוח בפניך). סוף הפגישה הוא מעין טקס בשלבים שבו מלווים את האורח לדלת, ושם פוצחים בשיחה אחרונה וארוכה לפני הפרידה הסופית. הדפוס הזה אמנם עדיין מקובל אצל דור ה-Y, אבל שכיחותו והיקפו מצטמצמים הן בשל מקומם החשוב של בתי הקפה והברים בעולמם של הצעירים, והן משום שהדירות השכורות קטנות. יתר על כן, כיוון שהצעירים אוהבים לצאת בחבורות, הדירה צרה מלהכיל את החבורה כולה.

חיבוקים ונשיקות, היום וכיום

הישראלים פתוחים, חסרי עכבות, ישירים ("דוגריים") ונטולי גינונים. הם מביטים ישירות בעיניים ולא מהססים לשאול את זולתם שאלות אישיות. אומרים שבישראל אתה תמיד יודע מה הזולת חושב עליך, והידיעה הזאת חשובה למערכת יחסים כנה. זו גם אחת הסיבות לכך שקשה לישראלי להיות בחו"ל. הוא מתגעגע ארצה, משום שהוא מתגעגע לכנות הישראלית, שעומדת בבסיס תחושת האחוה והשותפות.

הדפוס הזה הוא חלק מהדי-אן-איי הישראלי הרחב, אבל אצל ה-Y ניקים הוא התעצם. זאת, בשל פתיחותם הרגשית, החיבור הטבעי שלהם עם תרבות המזרח (גם אשכנזים), ההרגל שלהם להתעטף באהבה והצורך שלהם בחום. הם נוגעים זה בזה, טופחים על שכם, מתחבקים ומתנשקים בתדירות גבוהה (גם בנים עם בנים ובנות עם בנות) ולא מהססים לבטא חיבה באופן מילולי ובפומבי ("אוהב אותך אחי", "מתה עליך").¹¹ אגב, לא פחות מ-440,000 מופעים נמצאו בגוגל לצמד המלים "מחבקים-את".¹²

ב-2006 פרסם העיתונאי יוסי קליין מאמר משעשע בשם "מתי הפסקנו להגיד להת' והתחלנו להתנשק בפגישות". להלן קטעים נבחרים:

"אני שייך לדור שלא הרבו להטריד אותו בענייני נשיקות וחיבוקים. ההורים שלנו לא קיבלו חיבוקים ונשיקות מהוריהם, ולא חשבו שילדיהם זקוקים להם. הם עצמם, פליטים שאיכרו את משפחותיהם, לא ראו בנשיקות חלק ממלאכת ההורות וגם לא ממערכת הזוגיות. אני לא זוכר אם אי פעם ראיתי את הורי מתנשקים ואם ראיתי, הרי שמיהרתי למחוק את המראה מהזיכרון. נשיקה כזאת היתה בעיני הצצה למעשה מגונה. ההורים, כך קיוויתי, עסוקים בדברים אחרים. ובאמת, ההורים היו עסוקים במלחמת ההישרדות שלהם. גילויי רכות מצדם עלולים, כך חשבו, לפגוע בה. [...] קשיחות בבית נראתה להם 'חוזק'. נשיקה היתה בעיניהם 'חלשה'. [...] איך קרה שחברה מחוספסת, קולנית ואלימה מאמצת דפוס התנהגות רך כל כך? פתאום, בשנות ה-90, החליף חיכוך לחיים, שרק קול מצמוץ עדין נלווה לו, את הצ'אפחה הקולנית. [...] הצ'אפחה מבקשת להנציח את החספוס, הנשיקה רוצה להסתיר אותו. שתיהן מכסות על המבוכה שהפגנת תחושות של חיבה ואהבה גורמת לנו. [...] אנחנו יודעים בישירות שלנו, בחוסר האמצעות. אנחנו גאים ביכולת ליצור קרבה מיידית תוך דילוג על כרכורי נימוס מקובלים. אנחנו תובעים קרבה ולא מבקשים אותה. אין לנו גבולות, ונשיקה היא חציית מרחב מוגן וביטול כל מרחק. [...] גם עכשיו אני ובני דורי לא מיומנים כל כך בנשיקות היכרות חביבות. האנושות, מבחינתי, מתחלקת לשלושה: מי שאינני מנשק בוודאות, מי שאסור לי לא לנשק והבעייתית מכולן: מי שאינני יודע אם חובה לנשק. [...] הצ'אפחה משקפת טוב מהנשיקה את התרבות, הנימוס ויחסי האנוש שלנו. הנשיקה עוד לא גמרה את הליכי הגיור וכבר היא מסתבכת. הצ'אפחה, לעומתה, פשוטה, שורשית ואמיתית. היא שלנו, הצ'אפחה היא אנחנו."¹³

ב-2004 קמה בסידני שבאוסטרליה תנועת "חיבוקים בחינם" (Free hugs) שחבריה נוהגים לגשת לאנשים ברחוב ולהציע להם חיבוק במתנה. מאז התפשט הרעיון למדינות רבות ובהן גם לישראל.¹⁴ יתרה מכך, בארץ ובעולם החלו להתקיים גם מסיבות חיבוקים.

חשוב לציין כי הפתיחות לשפת גוף קרובה לא מעידה בהכרח על יחסים אינטימיים. לפעמים אפילו ההיפך. הנה כי כן, יורם בק, היסטוריון, משורר ומורה, פרסם ב"הארץ" מאמר סוציולוגי וביקורתי מעניין ושנון בשם "די להתנשק". במאמר הזה הוא מנסה לבחון את המשמעות וההשלכות של "המנהג שפשה במחוזותינו מזה דור ויותר כצורה חדשה של מפגש וברכת שלום. הכוונה היא לכך שכשאנשים נפגשים בחברה, הם מתחבקים ומתנשקים בפומבי, ידיד וזר כאחד, ונוצר רושם של קירבה יתרה. קירבה יתרה? מנהג החיבוק והנישוק, פרי ה'ניו-אייג', אינו מבדיל בין אוהב לאויב, בין ידיד למכר. מחבקים ומנשקים את כולם, ללא הבחנה".

כתבה בהארץ: "פעם נהגו ללחוץ יד ולהישיר מבט. זה היה הנוהג במדינות המערב מאז ימי הביניים. לחיצת היד סימלה שפני הנפגשים לשלום ואין נשק בידיהם, והמבט הישיר היה אמור להביע כנות וגילוי לב. מתי הוחלפה לחיצת היד בחיבוק? קשה לקבוע. [...] החברה המחבקת והמנשקת, חברת ה'צ'אפחות', אינה טובה מזו של לחיצת היד. אלא מה? זו חברה הרבה יותר צבועה. שהרי הלכביות של טקס הפגישה והפרידה אינה משקפת לכביות אמיתית. למעשה, ההפך הוא הנכון: היא דווקא מסתירה את מה שמתחת. [...] ככל שהטקסים החיצוניים לכביים ורגשניים יותר, וככל שגדל המרחק בין הטקסי לאמיתי, החברה נעשית צבועה ושקרנית במידה שאין לשאתה, מה שמקומם את אלה בינינו שהצביעות קשה להם. אילו היינו חוזרים ללחיצת היד הישנה, ולא היינו מפריזים בהשתפכות רגשית (הכוזבת לעתים), היינו שומרים על מרחק סביר בין העמדת הפנים לאמת הפנימית. [...] הנשיקה אינה נשיקת אמת. האפשרויות של הולכת שולל ובגידה רבות יותר מאשר בלחיצת היד."¹⁵

גם הברכות ההדדיות, המילוליות, נעשו מגוונות יותר בדור הזה ומבטאות חיבה הדדית ופתיחות רבה. "שלום" הוא כבר פאסה ובמקומו נכנסו מלים כגון 'מה ניש?' ו'אל תיש!' ו'היי' ו'ביי' ו'מה קורה' ו'איך?' ובעיקר 'היוש' ו'ביוש'.¹⁶

מודעה של אתר הבלוגים "מה וזה" - MA VEZE MEETUP
 מזמינים אתכם ביום שני ה-30.3 במתחם WeWork דוכנוב 7, תל אביב לערב של תוכן, נטוורקינג והרמת כוס יין
 לפסח.
 בתכנית:
 19:00 - היום
 19:30 - בואו לשמוע
 יצירת חווית תוכן לחצי מיליארד משתמשים - נדב מלניק, מנהל מוצר בכיר, וייבר
 20:30 קוקטייל פארטי על הגג: מוסיקה טובה וכוס יין
 הכניסה חינם אך מותנית בהרשמה מראש.
 *מספר המקומות מוגבל

בלי סודות

השינוי אצל ה-Y ניקים בהשוואה לדורות קודמים מתבטא גם בתרבות השיח. הברכה המסורתית "מה נשמע?" (במקורה בידיש) מדגימה את הגישה הישראלית של שיתוף במידע ("ספר לי מה שמעת"). שיחה ישראלית טיפוסית מתחילה פעמים רבות ברכילות על מכר משותף והדבר יוצר חיבור חברי וחליפין הדדי.¹⁷

אבל אם בדורות קודמים נמנעו מחשיפה אישית ומשיח מצוקה ("לא מכבסים כבידה מלוכלכת מחוץ לבית") בדור ה-Y השיתוף מרחיק לכת והדגש הוא דווקא על האישי. לא רק שהם מספרים על עצמם ועל מצוקתם בגלוי, אלא שזה נעשה במקרים רבים לא בפורום של אחד על אחד אלא במסגרת החבורה.

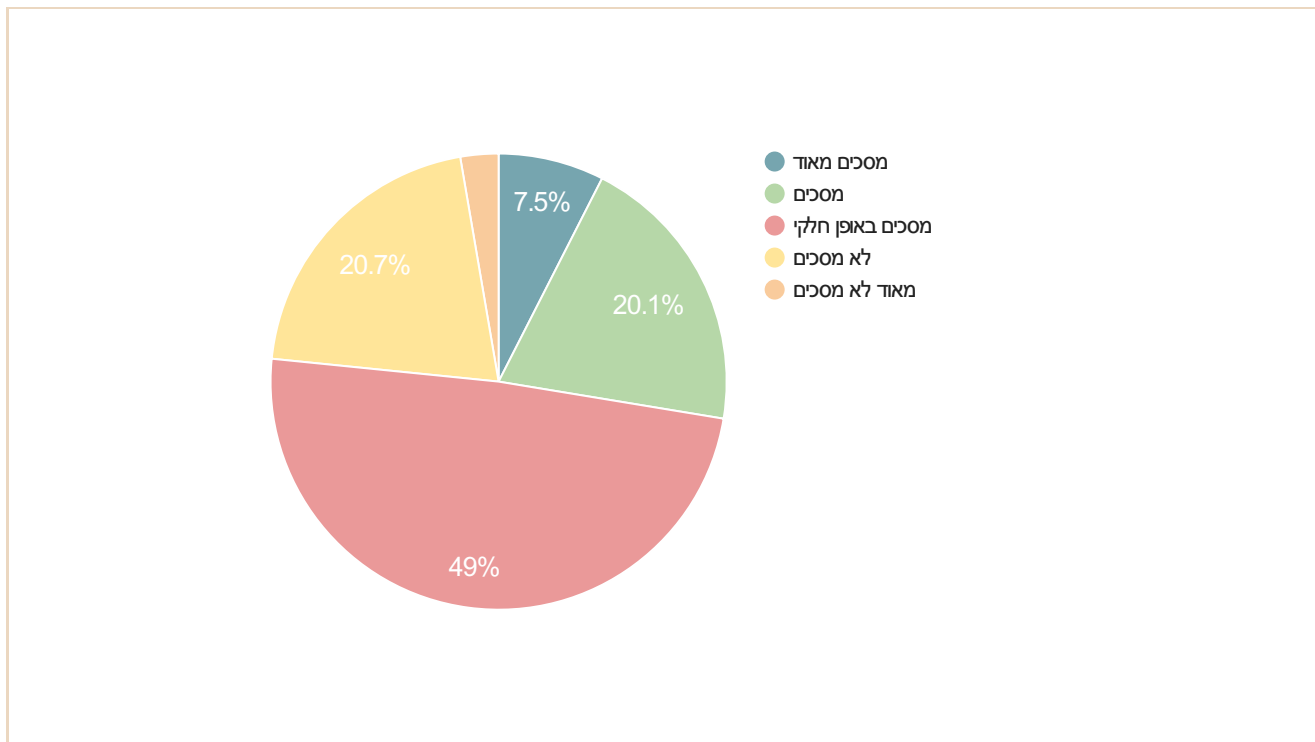
חברות ללא עומק וקורבן

הפתיחות הבינאישית אינה מעידה בהכרח על עומק היחסים ואיכותם. יש הגורסים כי דווקא מחוות החיבה המוגזמות מעידות על צביעות ולמצער על יחסים חסרי עומק נפשי ומוסרי.¹⁸ בראיונות שמענו לא מעט סיפורים על חברות שאינה עומדת במבחן הקשיים, ועל תחושה שלמרות החיוכים, הפרגונים והפתיחות ההדדית, כאשר מגיעה שעת אמת רבים נעלמים.

כלומר, במקרים רבים זו חברות בעיקר בטוב ופחות ברע. זוהי כמובן הכללה דורית רחבה, שכן יש צעירים בני דור ה-Y שחברותם עומדת גם במבחנים קשים, כגון שדה הקרב, מצבי סכנה, מחלה קשה וכדומה.

באחד הסקרים שהעברנו שאלנו את ה-Y ניקים עד כמה הם מסכימים עם הטענה שבני הדור שלהם אוהבים לפרגן. לכאורה אפשר היה לצפות שדור ה"לייקים" יסכים עם הטענה באופן גורף. בפועל רק מיעוט של פחות מ-30 אחוזים הסכימו ללא סייג עם הטענה. כרבע לא הסכימו כלל ועוד כמחצית הסכימו באופן חלקי בלבד. אנחנו מסיקים מכך שרבים מהנשאלים חשו שהפרגון של חבריהם אינו בהכרח משקף משהו אותנטי או למצער משמעותי. הדבר עולה בקנה אחד עם מה שבוטא על יד ה-Y ניקים בראיונות.

להלן תכונה המשויכת לצעירים בישראל (בגילאי 21-34): "אוהבים לפרגן". עד כמה את/ה מסכים:



מקור: סקר פאנלס דצמבר 2015, נערך לטובת מחקר זה.

נתונים: הסקר נערך בקרב מדגם מייצג של 294 יהודים (לא דתיים) בגילאי 26-35.

הערה: הנשאלים קבלו בסקר רצף של 15 תכונות שאליהן נדרשו להתייחס. זו אחת התכונות שנכללה ברשימה.

יתכן שחוסר היכולת של ה-Yניקים לסמוך על חברים בעת צרה היא אחת הסיבות לקשר ההדוק שיש להם עם הוריהם. הם במידה רבה "חברי האמת" שלהם.

סטודנטית בת 24: "בגדול לאנשים לא אכפת. אני לא מעניינת אותם. אף אחד לא מעניין אותם. רוב החברויות הן חברויות אינטרסנטיות. לא אינטרס גלוי ומודע אבל אינטרס. יש כאן גם עניין של השטחיות. לא מצפים ליותר מדי מהחברויות. נבלה ביחד נזרום ביחד נזיין אחד לשני את השכל. לכן גם לא רבים. אין שום מבחן חברות, כי החברות מאד בסיסית ללא ציפיות. החברים לא ממש משמעותיים בשבילך. יש איזה הסכם שבשתיקה שנבלה ביחד ולא נתעמק אחד בשני כדי להתעמת. אדם מעצבן אותך רק אם יש לך ציפיות. ולדור שלנו כבר אין ציפיות."

צעיר בן 27: "המוטו הכללי, זה שלא צריך לעמוד במחויבות. נהיה נחמדים אחד אל השני כל עוד זה מתאים לנו. תראו את המושג 'קשר רציני'. זה מגוחך. הרי קשר אמור להיות מלכתחילה רציני. זה מושג שרומז שרוב הקשרים הרגילים אינם רציניים."

החברויות החדשות מתחילות חם מאוד, מנקודת פתיחה גבוהה. הן לא נבנות לאט לאט, בהדרגה. ואז מפרקים אותן ברגע. אתה על ההתחלה חבר חם, גם בקשרים מקצועיים, ואחר כך כשלא מתאים מנתקים. ההתחלות טובות. קשר אינטימי מידי. נשיקה על הלחי בפגישה הראשונה, כאילו חברים מזמן. גם המכתבים המקצועיים לא רשמיים על ההתחלה. הכל אישי וחם. אין דיבור רשמי. אין כתיבה רשמית. אבל אחרי החום מגיע תמיד גל קור מפתיע ומידי. קל היום לפרק בלי נקיפות מצפון. אם אתה לא מפרק דבר שלא בא לך בטוב, אז 'אתה כבר'....."

אחד הדפוסים שמשקפים את החברות השטחית היא הנטייה של צעירי דור ה-Y להימנע מהשמעת דברי תוכחה באוזני חברים, גם כאשר האחרונים עשו להם עוול (להרחבה בנושא זה ראו בעד עצמנו - האנוכיות כטרנד).

מראיין: על מה אתה רב עם החברים?
 צעיר (בן 25): אני לא אעלב מחבר ולא רבתי עם חבר. ביקשתי מחבר שלי כמה פעמים שיביא לי גלשן. הוא הגיע ולא הביא. שכח. לא האמנתי. ביקשתי פעמים.
 מראיין: אז מה עשית עם זה?
 צעיר: כשהגיע דברנו כרגיל, כאילו כלום. לא אמרתי לו דבר.
 מראיין: למה?
 צעיר: היה לי קשה. יותר קל להתעלם.
 מראיין: אולי גם כי אתם סולחים גם לעצמכם?
 צעיר: אולי. תמיד סלחו גם לי. לא תבעו ממני.
 מראיין: החברות שלכם לא קצת שטחית?
 צעיר: יכול להיות, אבל אנחנו זורמים.
 מראיין: זה מן אחוזה כזאת, ללא ציפיות הדדיות.
 צעיר: נכון. אנחנו משתפים המון אחד את השני. שואלים "איך היה לך בצבא, איך היה לך עם חברה".
 מראיין: אתם גברים שמתנהגים כמו נשים?
 צעיר: יכול להיות, לא חשכתי על זה כך, אבל עכשיו שאתה אומר את זה, אני חושב שזה נכון. אפילו אנשים בסיירת היו כאלה.

חברות מתודלקת

ה-Y ניקים מרכיבים לבלות ביחד ומיומנים יותר מכל דור שקדם להם ביצירת אווירה שמחה וחברותית. המסעדה, בית הקפה, הבר והמועדון - שנעשו כה שכיחים בתקופתם - מספקים להם אפשרות זמינה ונעימה להיפגש.¹⁹ כיוון שהם יודעים ואוהבים לשתות אלכוהול, לעשן סיגריות וסמים חברתיים, לרקוד ולשוחח שיחות חולין - החברותא שלהם זורמת בקלות ובטבעיות. הביחד גם מקושר בתודעתם לחוויה מרוממת.

צעיר בן 28: "יוצא הרבה לפאבים ומועדונים בת"א, בעיקר רוקדים, שותים ורואים הרבה אנשים שמכירים: גם מהלימודים, גם מהצבא וגם מהבית - תחת קורת גג אחת."

כמה שאני מגניב/ה

הומור מהווה מרכיב מרכזי ביחסים הבינאישיים של הדור הזה, הן משום שהוא מפיג לחצים ומשפר מצב רוח ירוד והן משום שהוא נעשה מרכיב מרכזי בתרבות הבידור המערבית. הומור קבוצתי הוא גם דבק חברתי ומקדם אווירה טובה, ונגישותו עלתה פלאים עם התפתחות האינטרנט, שמלא וגרוש בקטעים משעשעים.

ל-Y ניקים חשוב להרשים זה את זה ולהיראות זורמים ו"מגניבים" בסגנון הסטנד-אפ שכה אהוב עליהם. ההומור שלהם לרוב ילדותי - "דאחקות" והתבדחויות של מתבגרים. בדורות הקודמים נטו בעיקר לצחוק ופחות להצחיק. בדור ה-Y השונות בתחום הזה הצטמצמה מאוד והדבר מתבטא גם בסרקזם נשי ו"בבדיחות ביצים" שבעבר אפיינו בעיקר גברים.

דוגמאות מסטטוסים בפייסבוק:

"וואו. פתאום קלטתי שכבר 7 בערב ולא עשיתי כלום עם עצמי 24 שנה."²⁰

"יש! המעלית נסגרה לפני שעוד מישהו נכנס!"²¹

"הפחד הכי גדול שלי בלהביא ילד לעולם הוא מהרגע הזה שאצטרך לבדוק לו שיעורים במתמטיקה."²²

”אין אין אין חגיגה בלי עוגה”

מסיבת יום-ההולדת ('ימולדת' בפי הילדים) אינה חדשה בנוף הישראלי. מנהגי יום-הולדת, הרווחים כיום בחברה הישראלית החילונית, התפתחו במאות השנים האחרונות באירופה, ובמיוחד בגרמניה. מנהגים אלה אומצו על-ידי ההנהגה הציונית בארץ-ישראל, כדי ליצור עץ ציוני חדש במולדתו המתחדשת, עם מערך חגיגות וטקסים משלו.²³ אולם, עד שנות התשעים חגיגות יום ההולדת בחברה הישראלית היו בדרך כלל צנועות ושיקפו את העדיפות שניתנה לקולקטיב על פני היחיד (לילדים רבים כלל לא חגגו יום הולדת).

המגמה השתנתה בשנות השמונים, כאשר דור ההורים החדש הפך את ימי ההולדת לילדיו (ה-Yניקים) לאירוע מושקע וגרנדיוזי. עד כדי כך שהאירוע נחגג במקרים רבים פעמיים: פעם אחת במסגרת החינוכית אליה הילד השתייך (פעוטון, גן טרום-חובה, גן חובה, בית-ספר) ופעם נוספת במסגרת המשפחה והחברים²⁴ (לעיתים גם מחוץ לבית - בכריכות, מסעדות מזון מהיר או לונה פארק).

הפקת ימי-הולדת הפכה במהירות לתעשייה ישראלית ענפה המגלגלת מיליונים. ההורים החלו להוציא מאות ואלפי שקלים על "הפעלות" (כולל תשלומים לחברות הפקה ואנשי בידור - קוסמים, ליצנים, מנחים ועוד) וכיבוד - לא עוד שקיות ימי הולדת צנועות, במכה ומיץ פטל, אלא מזון מהיר ודוכני תקרובת אפילו להורים. גם המתנות עברו אינפלציה, עד כדי הבאת צ'ק כספי. ימי-הולדת בתקופה הזו הפכו זירה לתחרות סמויה בין ההורים ("אני אפנק את ילדי יותר ממך").

להתפתחות חגיגת יום-ההולדת לכדי אירוע מרכזי ומשמעותי חברו מספר גורמים היסטוריים וסוציולוגיים:

האדם במרכז. אם בעבר האירועים הלאומיים עמדו במרכז - יום-ההולדת למדינה (חגיגות יום העצמאות), יום הולדת לעצים (ט"ו בשבט) וחגים אחרים - עם הזמן השמחה התכנסה בעיקר אל תוך התא המשפחתי. המעבר מפולחן הלאום לפולחן המשפחה והיחיד נתן את אותותיו בהשקעה הרבה בימי הולדת.

חג ההורות. האתוס הפיידוצנטרי ("הילד במרכז"), שהלך והתחזק במרוצת השנים, בין השאר במקביל להתחזקות הפלורליזם בתרבות המערבית. יום-הולדת לילד הוא, במידה רבה, החג של הוריו. המסר שלהם לסביבה: "תראו איזה הורה נהדר אני, כמה אני רגיש לילד שלי, אוהב אותו ולא חוסך מאמצים ומשאבים כדי לשמחו".

תעשיית הילדות. התפתחות חגיגת ההולדת קשורה בעקיפין להתפתחות תעשיית בידור ו"היכלות ילדות" המבוססת על ההכרה שכולנו "ילדים מגודלים" ולכן נהנים (קטינים ומבוגרים כאחד) מאותם דברים: פארקי שעשועים, סרטי אנימציה והרפתקאות (רובם מבית היוצר האמריקאי),²⁵ סדרות טלוויזיה, הצגות, הופעות בידור ופסטיבלים המיועדים לילדים,²⁶ חנויות צעצועים ענקיות, ומשחקי מחשב ולייזר. דור ה-Y הוא דור הילדים הראשון שנהנה ברובו מכל המנעמים הללו. גם רשתות המזון המהיר, החביב במיוחד על ילדים, הן חלק מתעשיית הילדות שלקוחותיה הראשונים היו ה-Yניקים. הן הציעו מנות מיוחדות לילדים ("קיד בורגר", "איטלקיד" וכדומה), ארוחות ילדים, ספסלי ילדים ומתנות לרוב.

מיכל ינאי מחלקת מתנות. גם לתוכניות ערוץ הילדים, הייתה השפעה גדולה על התפתחות חגיגת יום ההולדת. כך למשל בתוכנית "קצפת" של מיכל ינאי (דמות שהייתה נערצת על דור ה-Y בילדותם), ששודרה בערוץ הילדים בסוף שנות התשעים, נכללה "פינת יום-הולדת", שבה המטירו על חתן השמחה או כלת השמחה עשרות מתנות חלומיות.

פיצוי על רגשי אשמה. רבים מההורים של ילדי דור ה-Y - גברים ונשים כאחד - פיתחו קריירה מקצועית תובענית, שאילצה אותם להיפרד מילדיהם לשעות הארוכות (ילדים רבים בילו חצי יום או יותר במעונות יום וצהרונים). חגיגת יום ההולדת הגרנדיוזית נועדה בין השאר לפצות את הילדים על החסר ולהשקיט את מצפון

פיצוי עצמי על ילדות עשוקה. הורים וסבים וסבתות רבים גדלו בתנאי צנע ומחסור. משעה שהתבססו כלכלית, הם חשו צורך עז לפצות את עצמם על מה שנמנע מהם בילדותם. הם אמרו לעצמם (במודע ושלא במודע): "לי לא היה, אבל לילדים ולנכדים שלי יהיה הכל".

המשפחה המורחבת צריכה להיפגש. בניגוד לחברה הכפרית-מסורתית, בעידן המודרני המשפחה הגרעינית חיה בניתוק מהמשפחה המורחבת (רוב הזוגות צעירים נשואים אינם מתגוררים בצמוד להורים).²⁷ יום ההולדת לילדים הפך איפוא לסוג של מפגש משפחתי מורחב, שמאפשר לסבים ולסבתות, לדודים ולבני דודים להיפגש.

חגיגה שלא נגמרת

כיוון שדור ה-Y גדל בילדותו על ימי הולדת מושקעים, האירוע הזה הפך מרכזי בחייו. הם מייחסים חשיבות עצומה ליום הזה, ורבים חוגגים אותו במשך מספר ימים. למעשה, החגיגה מתחילה ברשת החברתית. ביום החג יופיע על הקיר של חתן/כלת יום ההולדת מבול ברכות חמות ומפוגנות מהחברים הקרובים והרחוקים. ואל דאגה, מי ששכח - פייסבוק וואטסאפ יזכירו לו.

צעירה מברכת בפייסבוק את חברתה ליום ההולדת: "דידה עדידההה שלייי מזלל טובבככבכב!!!
עד 120!!! מאחלת לך את כ-ל הטוב שבעולם!!!
יםם של אושר, בריאות והצלחות!!! שתמיד תמיד יסבכו סביכך האנשים הנכונים לך!
שהחיוך מפנייך לא ירד לעולם!!! תמשיכי להיות מי שאת ומה שאת! את מדהימה!!!
אוהבת אותך מלאאאאאאאאאא!!!
תהני מהיומולדתתת כובית (-):"

כיוון שמדובר בדור של בליינים ו"תפרנים", וכיוון ששתייה היא דרך הבילוי החביבה עליהם, יום ההולדת קיבל בשנים האחרונות אופי של מסיבת אלכוהול. הברים מודעים לכך ומעניקים לצעירים ביום זה פינוקים מיוחדים. צעירות רבות מתרפקות על זיכרון הילדות המתוק ומגיעות לבר עם זר פרחים או כתר על הראש. לא נהוג להביא לאירוע מתנות, אלא להזמין את בעל השמחה למשקה. רק החברות הקרובות והחברים הקרובים, ההורים ובני או בנות הזוג קונים מתנות "תשומת לב", ולרוב מעניקים אותן באירוע אינטימי נפרד.

מראינת: "איך היה יום ההולדת אתמול"?
צעירה בת 29: "היה נהדר אבל לא נגמר. יש היום חלק שני בעוד יומיים חלק שלישי ובסופ"ש גראנד פינאלה רב משתתפים."

מתוך הסקירה "איפה כדאי לחגוג יום הולדת" של עכבר העיר תל אביב:
איפה? הארבעה 16
כמה ייכנסו וכמה נשלם? עד חמישים איש נכנסים בחדר הפרטי ועבור אירוע של שלושים איש ייגבו השלמה ל- 2000 שקלים.
מדד העשן: אפשר לצרוך ניקוטין.
מדד החברותא: יש בר קטן עם מקומות ישיבה, ספות ושולחנות קטנים, ברמן יעמוד לשירותכם.
איפה נחנה? חניון הארבעה, נו מה?
מוזיקה: מועדון התרבות כיאה לשמו אוהב מוזיקה ולכן מאפשרים לכם פרט לאפשרות של השמעת המוזיקה שמנוגנת במקום להוסיף די. ג'יי פרטי תמורת 500 שקלים או להביא את החבר הדי. ג'יי (למי אין?) שישתלט עם הציור שלו על העמדה.
אקסטרות: "קודם כל, אנחנו נפנק אתכם, כי אנחנו אנשים מפנקים עם מקום מפנק".
בשורה התחתונה: "כל מה שתרצה אפשר" נאמר לי. ככה מתנהגים לילדי יום הולדת!²⁸

תרבות העדר

אנחנו זקוקים לקשר עם הזולת לא רק כדי לקבל גב רגשי, אלא גם כדי לקבל החלטות מושכלות. אבל בעוד הדורות הקודמים קיבלו החלטות על סמך סמכות-ידע או גיל או על סמך עובדות ונתונים, הצעירים היום מקבלים החלטות בעיקר על סמך הדעות של חבריהם.²⁹

גם בעבר לקבוצה היתה השפעה גדולה על הפרט, אבל השימוש ברשתות החברתיות העצים את ההשפעה הזאת.³⁰ כך, "מקדם העדר" בדור ה-Y גבוה במיוחד. ההחלטה של אחד מחברי הקבוצה לקנות דבר מה, לנסוע ליעד מסוים ואפילו להתחתן משפיעות באופן מידבק על חבריו. המרזה הראשון, המעשן הראשון, המתחתן והמתגרש הראשון מהווים במקרים רבים זרזי שינוי אצל החברים.

חברי ילדות

אין חברה שלא נוצרים בה תלכידים חברתיים מגיל צעיר, אבל אפשר לשער שבישראל הקטנטונת והמשפחתית ככלל, ובקרב ה-Y ניקים בפרט, החיבורים שכיחים במיוחד. מדובר בסוג של חברות שבו החברים מלווים זה את זה לאורך החיים ונתפסים כקרובי משפחה.

רבים מבני דור ה-Y שומרים על קשר אמיץ עם חברים מתקופת הילדות ואפילו מהילדות המוקדמת. לרשתות החברתיות נודע מקום חשוב בשמירה על קשרים כאלה, שכן הן מאפשרות תקשורת רציפה וקלה (אפילו על "אש קטנה") עם אנשים רבים שליוו את מהלך חייהם.

צעיר בן 28: "יש לי שמונה חברים בלב ונפש. אנחנו ביחד עוד מהגן. מתקדמים את כל השלבים ביחד. אנחנו נפגשים לפחות פעם בשבוע. השתדלנו גם בזמן הצבא. אפילו סידרנו פעם להיפגש בקוסקו (פרו) לליל הסדר. אני לא יכול לחשוב על החיים שלי בלעדיהם. הם גם צריכים לחבב את החברה שלי. אם לא, אז אני לא נשאר איתה יותר. וזה כבר קרה לי פעם:"

החבר שהוא חברה והחברה שהיא חבר

לבנים רבים מדור ה-Y יש חברת נפש אפלטונית (לרוב מתקופת בית-הספר) ולבנות רבות יש חבר נפש אפלטוני. הם משתפים זה את זה בבעיות אינטימיות ומשיאים עצות. זאת חברות השונה במקצת מהחברות שבין בנים לבנות ובין בנות לבנות.

חבורת בנים, חבורת בנות וחבורה מעורבת

הפמיניזם חדר ללב התרבות הישראלית החילונית באיחור מה (בשלהי שנות השבעים), אבל שותפות מגדרית בחברת הצעירים התקיימה במסורת הציונית כבר בראשית המאה הקודמת: במושבות החדשות, בקיבוץ, במושב, בתנועות הנוער ובגימנסיות. בצילומים ובציורים מאותה תקופה מופיעות הבנות במקרים רבים שכם אל שכם עם הבנים. אפילו במיתוס המכונן של "מגש הכסף" מוצגת הנערה לצד הנער. דור ה-Y במובן זה ממשיך מסורת ציונית פוסט-גלותית של חברות מעורבת, שמנוגדת במכוון להפרדה היהודית המסורתית בין עזרת נשים לעזרת גברים.

דור ה-Y הוא הדור שצימצם את הפערים בין גברים לנשים יותר מכל דור שקדם לו. הדבר מתבטא בתפיסות עולם, בשפה, בסגנון חיים ובהון תרבותי (השכלה, הכנסה וכו'). אבל באופן מעניין, נוצרה אצל צעירי דור ה-Y תפיסה פוסט-פמיניסטית, שמשתקפת בתרבות חברות דיפרנציאלית: הגברים מלהקים לעצמם קבוצת תמיכה, שיתוף ובילוי משל עצמם (קבוצה סגורה, שברוב המקרים כוללת חברים מהתיכון, מהצבא ומהאוניברסיטה), והנשים יוצרות אחווה משלהן. יש לכך כמה סיבות:

החשש שהבנות מחפשות למסד מהר את הקשר לתוך מסגרת של זוגיות יציבה, מרתיעה בנים רבים ומקבצת אותם ל"קבוצת תמיכה" שדוחה ביחד את הקץ. הבחירה להיאחז בחבורת הגברים-ילדים היא אפוא גם מעין בריחה ממחויבות והתמסדות.

אינטימיות גברית בלי הפרעות

צעירים רבים חשים שתחומי העניין שלהם שונים משל נשים ושנוכחות אישה מפריעה לפתיחות ולאינטימיות שבניהם (בעיקר קיטורים ורכילות על נשים ושיח על סקס או על כדורגל). אף אחד לא "יושב להם על הראש" ולא לוקח דברים קשה. הסדרה הפופולרית 'מזור' מבוססת על המוטיב הזה. רבים משמרים את אוירת הנעורים של בית-הספר והשכונה באמצעות מסגרות גבריות של משחקי כדור (בעיקר כדורגל וכדורסל) וחברה (ברידג', פוקר, הימורי ספורט ועוד).

צעיר בן 25: "לפני חודשיים היינו בתאילנד לחדש ארבעה חברה סך הכל. בעיקר בטן גב, מסיכות, אוכל ופינוקים. להיות בין בנים זה מצוין - תמיד יש את המפלט של החברים במקרה ומשהו לא הלך עם מישהי, או שפוגשים חבורה אחרת של בנות. היתרונות רבים - אף אחד לא יושב לך על הראש, עושים מה שרוצים, מתפנקים כאילו אין מחר, אף אחד לא לוקח דברים קשה (כמו שבנות בדרך כלל עושות)".

שיח חברי נשי

בעבר נשים נזקקו להזמנה ולליווי של גברים כדי לצאת לבילוי. היום הן יכולות לעשות זאת לבד. הן אפילו רוקדות לבד ויוצאות למסע בדרום אמריקה ובמזרח הרחוק לבד או בחבורה של בנות עצמאיות. הדבר יוצר מעין "כוח נשי" שמחזק את קשרי החברות בין הנשים הצעירות.

צעירה בת 37 כותבת: "שלבנו את כל התיאוריות יחד ותקבלו את שמחת בית השואבה. [...] חגיגה של שיחות בית קפה עם חברות: ניתוחים דקים מן הדק של כל פרט בחיינו, הרגשת אחווה נשית אמיצה, ושוב שנינויות מפה ועד הודעה חדשה. יואו, כמה דיברנו. דיברנו ודיברנו, וההרגשה היתה שאנחנו יכולות לשבת ככה מיליון שנה בבתי קפה מגניבים ולא ייגמר לנו על מה לדבר."³¹

מנגד, סגנון האינטראקציה בין הגברים בדור הזה הוא "נשי" יותר מבעבר ולכן גם חברותי יותר. הם מרבים לגעת זה בזה, להתחבק בפרהסיה ולהיפתח זה לזה.

יתר על כן, אם בעבר גברים היו יותר ממוקדי מטרה ונהגו לנהל שיחות קצרות בעלות אופי משימתי, היררכי ותחרותי ("מי צודק"), הרי הגברים מדור ה-Y פיתחו כישורי שיח "רך" ולמדו לפטפט גם לצורכי קרבה ותמיכה. בניגוד לאבותיהם שידעו להחליף דעות בעיקר על פוליטיקה, צבא וספורט, הצעירים היום נהנים גם מ"שיחה נשית", שהיא חברותית יותר מטבעה. עולים בה נושאים אישיים כמו לכוש, בילוי, אהבות, אוכל וחלומות. אחד המרואיינים הגדיר זאת כך: "כולנו היום כוסיות".

צעיר בן 32: "אנחנו הבנים לא נבוכים לדבר על החיים הפרטיים והבעיות האישיות אחד עם השני."

לצד החברויות המגדריות הנפרדות מתקיימים כל הזמן גם מוקדי מפגש מעורבים, בעיקר בבתי קפה, בברים ובמועדונים. שכיח לראות שולחנות שסביבם מסתופפת חבורה של בנים ובנות צוהלת על בירה או משקה אחר. הזרימה ביניהם טבעית, ובניגוד לדורות קודמים, שאצלם בדרך כלל נוצרת הפרדה בין עזרת הנשים לעזרת הגברים, כאן הכול מעורבב והשיחה מעניינת את כולם.

צעיר בן 31: "אכלנו במסעדת אוונגרד ברמת החייל בורגר נהדר ואחר כך נסענו לים פלנט בקניון איילון וראינו את 'החבובות'. היינו ארבעה, שלושה בנים ובת. היה כיף, חוויתי, מרענן. כשיש עם מי לחלוק חוויה היא הרבה יותר מהנה. לדבר על כמה טעים האוכל וכמה מצחיק הסרט".

אחים לנשק

צה"ל היווה תמיד מסגרת חברתית מיוחדת לישראלים, והשפעתו על קוד היחסים הבין-אישיים בארץ היא עצומה. הידידות האמיצה עם חברים לשירות הצבאי מאפיינת בעיקר את לוחמי היחידות הקרביות, שצוברים חוויות משמעותיות גם במסגרת שירות המילואים.

חברות מתקופת הצבא שכיחה ומאריכת חיים במיוחד בקרב דור ה-Y, בעיקר משום שחויית השירות היא טראומטית יותר עבורם והם זקוקים יותר לתמיכת החברים. רבים מהם גם חוו חוויות קשות בזמן השירות בסדיר ובמילואים, במסגרת פעולות השיטור באיו"ש והקרבות בעזה. העובדה שכולם נמצאים בפייסבוק, באינסטגרם ובוואטסאפ מסייעת לתחזוק הקשר.

צעיר כותב בפייסבוק לאחר השירות בעזה: "מוזר היום שאחרי. אני מוצא את עצמי מתגעגע. לא לעבודה במפקדה, לא לצבע אדום וגם לא לאוכל. אלא לאנשים. לאנשים ולתחושה של הביחד שיש בצבא, והפעם הורגשה באזור המפקדה שלנו יותר מתמיד.

דיברנו על כך בנסיעה אתמול בדרך חזרה, שבאופן כללי וגורף קורה משהו מיוחד בצבא כשמלבישים את כולם באותם בגדים וכולם נמצאים באותה מסגרת - פתאום יש לך מלא אנשים לדבר איתם, פתאום כולם עוזרים לכולם, אפשר פשוט להתנישב ליד מישהו בחדר אוכל ולהתחיל לדבר. [...]

הברלי הדרגות שיוצרים נתק בין אנשים בזמן הסדיר מתפוגגים ברובם כשמדובר באנשי מילואים. [...] אתמול הצטרפתי לשיירה של סמלים עד סגני אלופים שנרתמו יחד לפרוק משאית שהגיעה לשלישות, כל אחד תפס ארגז ובתוך חמש דקות הסתיימה העבודה. [...]

ביחד אכלנו, ביחד רצנו לאזור המוגן, דאגנו אחד לשני שיהיה לכולם איפה לישון, עבדנו יחד, דאגנו ביחד שמה היום שיהיה - גם פגע. כמובן שגם התווכחנו ולפעמים אף צעקנו, אך מעבר להכל אני יוצא משם עם תחושה חזקה שלאחרונה אנחנו הולכים ומשתפרים ביכולת שלנו להיות מאוחדים.

יש לנו אנשים נפלאים וחיבור ביניהם, חיבור נעים, דואג ובגובה העיניים. להיות מוקף כל הזמן בהרבה אנשים חדשים גם ותיקים שכולם גם חברים - לזה אני מתגעגע."

לטיול הגדול יצאנו

מקור חשוב וייחודי לאחוה הישראלית הוא מסורת "הטיול הגדול" לאחר השירות הצבאי. בעבר רק שכבה זעירה של צעירים יצאה לטיול. היום מדובר בדפוס רווח במיוחד, ויש לכך השפעה מרחיקת לכת על קוד החברות.

היעדים המועדפים לטיול הם הודו, תאילנד, נפאל, ארצות-הברית, מרכז אמריקה, דרום אמריקה, אוסטרליה וניו-זילנד. רבים נוסעים ליעדים אלו לבדם ומכירים בחו"ל ישראלים נוספים. כך נרקמות חברויות בין יחידים ובין קבוצות. רבים גם מחפשים פרטנרים לתחילת הטיול כדי לייצר לעצמם "נחיתה רכה" ביעד. הם מוצאים אותם באמצעות הפייסבוק או באמצעות מודעות ומפגשים בחנויות התרמילאים. לרוב מדובר בחברות "אד הוק" של אינטרס משותף, ואין מחייבת נאמנות מאריכת ימים. הם נשארים יחד בטיול כל זמן שזה משרת אותם. הטיול אורך כמה חודשים, ולאורכו רבים מתחברים לקבוצות חדשות ומתנתקים מקבוצות ישנות, לפי "מה שמתאים להם" באותה עת. רשת הפייסבוק מסייעת להם בכך רבות, כיוון שהיא מאפשרת לעקוב אחר אנשים בכל זמן נתון (רובם גם מדווחים על מיקומם המשתנה ועל תוכניותיהם להמשך). עם חזרתם לארץ נמשכות חלק מהחברויות, בעיקר בתל-אביב, ואחרות נמוגות כלא היו.

קיבוצניק כותב באתר במקום: "כדאי גם ללמוד משהו ממה שקורה בטיול ברמה הבין ארצית: נוצרת שם שותפות שלא יוצא כבר לחוות אותה בימינו, משהו בסגנון קומונה, הקיבוץ של פעם. האמת - לדעתי זה מה שעושה את הטיול כל כך מיוחד ומדהים - החוויה השיתופית, שנידונה להתקיים רק בקצה השני של העולם, ומתפרקת עם שובה לארץ. אם היה קיבוץ למטיילים חוזרים, שבו מתרגמים חוויות ורשמים לחיי יום-יום בישראל, מעין מכינה קדם אזרחית (האם הסוכנות תשים על זה כסף?) - היה זה ממנף את התופעה החברתית הזו למשהו מועיל מאד."³²

שותפים לדירה

דפוס המגורים בדירות שכורות עם שותפים הוליד צורת חברות חדשה, הקרויה "חבר-שותף". המגורים המשותפים היומיים מקרבים בין שניים-שלושה זרים (בנים ובנות כאחד), שהופכים לעיתים לחברים קרובים החולקים זה עם זה את עולמם. חלק מהחברויות הללו נמשכות גם כשהמגורים המשותפים מסתיימים.

דפוס זה נעשה שכיח במיוחד בדור ה-Y בשל רווקותם המאריכה ובשל העובדה שהם נאלצים לחלוק דירה עם שותפים בשל עלות השכירות הגבוהה.

חברות חוצה עדות

דור ה-Y, יותר מקודמיו, הוא דור שבו לעדתיות אין בדרך כלל משמעות ביצירת קשרים חברתיים. ניתן למצוא בו יותר מכל דור אחר קשרים בין חברים וחברות מעדות שונות, החל בקשרי ידידות וגילים וכלה בקשרים רומנטיים ונישואים.

כוכבי התוכנית הפופולרית "כוכב נולד" (ובראשם "הסינדרלה הישראלית" נינט טייב) וקהל אוהדיה הם מראה נאמנה לדור חדש של צעירים, שהתבגר לתוך העידן האולטרה תקשורתי, ופיתח מאפיינים תרבותיים פוסט עדתיים. זה דור שמעצב עידן חדש, שבו גיבורי התרבות אינם צומחים עוד רק מתוך אצולת "הפנקס האדום" והשכונות המבוססות בערים הגדולות, אלא גם מנתניה, קריית-גת, קריית-עקרון ומעלה אדומים.

השורשים הדתיים והעדתיים של דור זה, רובו צברים ובני צברים, אינם מוסתרים ומודחקים. אדרבא, הצעירים גאים בהם. אולם באותה עת אין הם תופסים את המוצא העדתי, וגם לא את מקום המגורים, את מידת הדתיות ואת הזהות הפוליטית, כתו השתייכות מרכזי בזהותם. המקצוע שבו יעסקו לפרנסתם ותחביבי הפנאי שיפתחו במהלך חייהם מהווים מוקד זהות הרבה יותר משמעותי. הם אינם "אשכנזים" או "מזרחיים", "ערסים" או "חננים", "צפוניים" או "דרומיים". הם פשוט ישראלים, ללא ערעור וללא סימני שאלה. שמותיהם הפרטיים, כמו גם המבטא, הלבוש, הרגלי הצריכה והרקע הביוגרפי (רובם לא נאבקו על קיומם החומרי ורובם מסיימים בית-ספר תיכון, משרתים בצבא ונכנסים במרץ לפיתוח קריירה מקצועית) אינם צבועים בצבעי השתייכות מעמדית ועדתית. ואף שהם ישראלים בנשמתם, הדמיון בינם לבין בני דורם בעולם המערבי גדול מזה של כל הדורות שקדמו להם.

זהו דור של סושי בפיתה, שלמה ארצי וברוס ספרינגסטין, מדונה ומאיה בוסקילה, המהרישי והרב עובדיה, גולני וגואה, שירי ארץ ישראל וראפ שחור, מעצר מבוקשים בשטחים ומסיבות טרנס במועדוני הלילה. זו מעין יאפיות גלובלית עם אופק מסורתי מקומי - מתכון תרבותי, מעניין ואופטימי, של מעמד מובילי המפלס את דרכו בעזרת הנחישות ו"בעזרת השם".

התופעה הזאת אינה מייחדת את ישראל, שכן ברוב ארצות העולם הפריפריה הרב תרבותית נעה למרכז הבמה (בכל השטחים, לא רק בבירור). לא בכדי, אפשר למצוא דמיון דמוגרפי ותרבותי (ברקע הסוציו-אקונומי, בתפישה הפוליטית והדתית ואפילו במראה ובסגנון המוסיקלי) בין כוכבי תוכנית "כוכב נולד" והדומות לה לבין כוכבי הז'אנר הזה במדינות אחרות.

אחוות הנשואים וההורים

מחקר שנערך במחלקה לסוציולוגיה של אוניברסיטת בר-אילן השווה בין רווקים לנשואים בישראל מבחינת האינטראקציות שהם מקיימים, כמטרה לבדוק באיזו מידה משנה מוסד הנישואין את החיים החברתיים של בני הזוג.³³ נמצא כי הרכב הרשתות החברתיות של רווקים ונשואים שונה באופן משמעותי. הקשר בין הזוגות הנשואים לבין חבריהם הרווקים נחלש ובמקומו מתחזק הקשר עם בני המשפחה ועם זוגות נשואים אחרים.³⁴

הורים צעירים רבים יוצרים קשרי חברות עם ההורים של חברי-ילדיהם. הם מתחברים סביב פעילויות של הילדים, בגן, בבית-הספר, בחוג וכדומה. בחברות מסוג זה השיח נוטה להיות מרוכז סביב גידול הילדים. בדור ה-Y, בניגוד לדורות קודמים, גם האבות יוצרים קשר חברי עם אבות ואמהות אחרים, וזאת בשל מעורבותם ההולכת וגוברת בגידול הילדים ובחינוכם. (להרחבה בנושא זה ראו: הורים וקורסים - דור ה-Y מגדל ילדים).

אבא ואמא כאחים בוגרים

בדורות קודמים היתה מקובלת הבחנה ברורה בין יחסי ילדים-הורים לבין מערכת היחסים בתוך שכבת הגיל. פערי הדורות ונוהגי ה"דיסטאנס" שירטטו גבולות ברורים, יצרו חציצה ולא אחת גם ניכור הדדי. דור ה-Y לעומת זאת, גדל מגיל צעיר באווירה סמכותנית פחות ובלתי פורמאלית, ופיתח יחסים חבריים עם הוריו. הדבר משתקף בשיח פתוח, בערכונים יומיומיים, בהתייעצויות ובדפוסים בילוי משותפים. חשוב לזכור כי ה-Y ניקים בילו עם הוריהם לכל אורך ילדותם, ואפילו הצפייה בתוכניות הטלוויזיה נעשתה בחברותא משפחתית משותפת כבין חברים (להרחבה בנושא זה ראו: סכבה לי - הבילוי כמהות הקיום).

הורים רבים מנהלים מערכת יחסים חברית ארוכת שנים גם עם חברי הילדים שלהם, ולא נדיר לראות הורים שמצטרפים לבילוי עם ילדיהם ואפילו לטיול הארוך בדרום אמריקה או במזרח הרחוק. לא נעשה מחקר משווה, אבל אפשר לשער ששיעור ההורים בישראל שרשומים כחברים של ילדיהם בפייסבוק או בקבוצות וואטסאפ הוא בין הגבוהים בעולם.

תשובות טיפוסיות לשאלה "האם אתם מחשיבים את ההורים כחברים" בקבוצת המיקוד:

"כן, ברגע שעוברים את "שגעת" גיל ההתבגרות מכינים שההורים הם החברים הכי טובים, רוצים תמיד את טובתי בלי הטיות אינטרסנטיות נסתרות."

"בוודאי, ההורים הם חברים נצחיים. הם יהיו שם תמיד כשכל השאר יאכזבו וסביר שזה יקרה."
 "לדעת שהוא שם כשצריך אותו, שאפשר לסמוך עליו, שאפשר לדבר איתו על הכל, שאפשר לצחוק איתו, לשתות איתו ולבלות איתו."

"כן, בגיל מבוגר יותר מכינים גם את הצד של ההורים ואז יותר מתחברים אליהם ומרגישים פתוחים איתם יותר."

"ככל שאתה גדל, אז ההורה מרגיש פחות צורך להיות סמכותי ויותר מתנהג כחבר והוא עצמו משתף אותך בלכטים שלו בחוויות שהוא עובר מה שגורם לך להיפתח יותר."

"הקשר עם ההורים מתחזק אחרי שעוברים את גיל ההתבגרות ובמיוחד כשעוזבים את הבית."

בעבר התביישו צעירים בקשר חם עם האם או האב. הדבר נחשב לגלותי וילדותי. במיתולוגיה היהודית והישראלית מוכרת דמות "האם היהודייה" - "היידישע מאמע", אותה נודניקית שדבר לא נעלם מעיניה, קולנית, וולגרית, מגוננת, אלימה ומניפולטיבית, שלא יכולה להתקיים אלא דרך חייו של בנה. היא מקריבה עבורו את חייה, מחדירה בו רגשי אשמה ודוחפת אותו להצלחה חומרית בכל מחיר ולנישואים עם הכפילה שלה.

החרדות של האמהות הישראליות של דור ה-Y לא פחתו, ואולי אפילו התעצמו בהשוואה לאותה "אם יהודייה". גם

הקושי להתנתק מהילד לא פחת. אבל את הניכור והאיבה בין האם לבין החליפה חברות אמיצה.

בדורות קודמים נטו גברים בוגרים להתנער מאמהותיהן במופגן. הכינוי "ילד של אמא" נחשב לסוג של עלבון. גברים התגאו באחוזה המאצ'ואיסטית שפיתחו עם אביהם ודחקו הצידה את מערכת היחסים המורכבת והמשמעותית בינם לבין אמם. היום הקשר הזה הפך למעין סמל סטאטוס.³⁵ לא רק שלא מסתירים אותו, אלא מתגאים בו.

להלן קטעים נבחרים מכתבה ב"ידיעות אחרונות", על הקשרים החבריים ההדוקים של סלבס עם האימהות שלהם: "כתמיד, היו אלה הסלבז שפרצו את הדרך. טום קרוז נתן את האות לשינוי בהוליווד כשפסע עם אמא על השטיח האדום מבלי שייחשד כרכרוכי, ובכך שימש השראה לעוד כוכבים, בהם ליאונרדו דיקפרי, להתהדר בגלוי באמהות שהביאו אותם עד הלום. בזירה המקומית, רן דנקר לא מתבייש להביא את אמא לאירועים, איל גולן הצטלם עם אמא לפרסומת ואדיר מילר עשה מאמא קריירה. בכלל, יותר ויותר גברים מפורסמים מדברים על ומתגאים בקשר ההדוק שיש להם עם אמותיהם, שמחזק את תדמיתם והופך אותם לאנושיים, המים ונחשקים יותר. תופעה שמשיקה ככל הנראה לעובדה שיותר ויותר צעירים מתקשים לעזוב את הקן החמים של בית ההורים. אז איך הפכו הילדים של אמא מטיפוסים נשיים ונלעגים לגברים שבגברים?"³⁶

ה-Y ניקים מתגדרים בקשר שלהם עם ההורים - אימהות ואבות כאחד - ומתארים אותם כחברים הכי טובים או כמעין אחים בוגרים. הדבר מתבטא בין השאר בשיחות רבות בין הילדים להוריהם במהלך היום (לרוב לעידכונים, שיתופים והתייעצויות).

סטודנטית בת 25: "כבר שתיים וחצי בצהריים ועוד לא דיברתי עם אמא שלי היום בכלל."

הצעירים גאים ב"הורי המחמד" ומרבים לשוחח ביניהם על ההורים ("אבא שלי עשה כך", "אמא שלי אוהבת את זה"). על פי רוב, ההורים אינם נתפסים באופן ביקורתי, אלא כידודי נפש.

ביטוי לכך אפשר למצוא בסוג האסוציאציות שהמרוויינים שלנו (בראיונות ובקבוצות המיקוד) סיפקו למילים "אבא" ו"אמא":

"אבא": דמות יציבה, מרכזית מאוד, חוזק, עמוד התווך של הבית, מלך, תמיכה, גב, יעוץ, הכי קרוב שיש, אי אפשר בלעדיו, יעשה בשבילי הכל... משענת.

"אמא": דמות מאוד מרכזית, אכפתיות, קשב, דמות מחבקת מאוד, אשת שיחה..תומכת, תמיד שם שצריך אותה, יקרה לי, יקרה... הכי קרוב שיש, מתייעצת איתה בהכל, חולקת סיפורים, ואי אפשר בלי האוכל שלה... דואגת אוהבת מחנכת, האדם הכי קרוב אליי. חברה, אשת שיחה, תמיד שמחה בשבילי, אוהבת אותי ללא תנאים, חברה טובה, אשת סוד דמות מחנכת שדואגת תמיד, כי אין בעולם אהבה כמו אהבה של אמא!!".

גם בפייסבוק הצעירים מרבים לכתוב על הוריהם כעל חברים קרובים או אחים בוגרים. רבים מצרפים לקיר של ההורים ברכות משתפכות לימי הולדתם.

צעירה בת 32 לאביה: "אבא אוהב ונערץ שלי!! אין כמוך ואתה מספר אחד היית ותהיה. מאושרים תלמידך, חבריך, העובדים אתך ובעיקר משפחתנו האוהבת אותך בלי הרף."

"היום יום הולדת לאדם הכי מדהים, הכי חשוב והכי משמעותי בחיים שלי... האבא היקר שלי, הוא בהחלט הבחור של חיי וחיכיתי כל כך הרבה זמן ליום הולדת הזה שלו רק בשביל להקדיש לו את השיר הזה!! אז אפילו שהוא כמעט ואף פעם לא בפייסבוק, אתם/ן מוזמנות/ים לאחל לו מזל טוב ויום הולדת שמח, גם כי זה נחמד וגם כי הוא באמת האבא הכי טוב שיש!! אוהבת אותך מלא פפיטו!!"

רבים גם כותבים על קיר הפייסבוק הפרטי שלהם ברכות לאמא או לאבא לכבוד יום ההולדת, גם אם לאמא או אבא אין כלל דף פייסבוק.

גם ההורים תופסים את מערכת היחסים עם ילדיהם כסוג מסוים של חברות ומתגאים בזה. למעשה נוצרת מין חברות מסוג חדש של יציאות לבילויים ולטיולים משותפים. ההורים מספקים את המימון והצעירים מספקים את החברותא.

טשטוש הקו המפריד בין הורות לחברות בעידן שלנו זכה כבר לכינוי מיוחד:³⁷ "חבהורות" (Pearenting). אפשר לייחס את התופעה הזאת למספר גורמים: פירוק הדיסטנס (בהשראת הפסיכולוגיה ההומנית ובעידוד התקשורת); הלגיטימציה להישאר צעיר (שבולטת במיוחד בארץ); השיעור הגבוה של גירושים שיוצרים אחרות מצוקה בין הורים לילדיהם; והמתח הביטחוני שיוצר תחושה כאילו כל יום יכול להיות האחרון בחייך או בחיי ילדיך. ויש ברקע גם את הילדותיות וחוסר העצמאות של דור ה-Y.



חיות מחמד לילדי מחמד



צעירים בישראל
גיא פריבס

חיית המחמד הולכת ומבססת את מעמדה החברתי החדש כידידה הטובה של הצעיר/ה הישראלית/ה המצוי/ה. הדבר בולט בעיקר בתל-אביב - עיר הצעירים, שבה הכלבים הפכו לחלק משמעותי מהנוף העירוני. קשה לצאת לרחוב מבלי להיתקל בכלב או בכלבה מטיילים בשדרה קשורים ברצועה, רצים לצד בעליהם או לצד זוג אופניים, רוכצים לצידם בבית הקפה והבר, או ממתנינים בסבלנות מחוץ לחנויות.

המספרים מספרים את כל הסיפור: האוכלוסייה בתל אביב צמחה בעשרים השנים האחרונות ככעשרה אחוזים בעוד שאוכלוסיית בעלי הכלבים צמחה ביותר משלוש מאות אחוזית.³⁸ את מספר חתולי הבית שקיימים בעיר אין לנו דרך לספור, אבל ההשערה שמדובר בכמות זהה.³⁹

מספר החתולים שחיים היום ברחובות תל-אביב נאמד ב-40 אלף. מי שדואגים לרובם הם ה"חתולאים", שמקפידים להאכיל אותם בשעות קבועות, להניח כלי עם מים ולעיתים גם לסרס או לעקר אותם בעירייה, שמעניקה את השירות הזה בחינם. כחמשת-אלפים "חתולאים" כאלה רשומים בעירייה.⁴⁰

בשנים 2010-2013 נרשמה באגודת צער בעלי חיים תל אביב עליה של 18 אחוזים באימוץ חתולים לצד עליה של 16 אחוזים באימוץ כלבים (בשנת 2013 אומצו 185 חתולים ו-700 כלבים).

במקביל גדל מספר המרפאות הווטרינריות בעיר בעשרים השנים האחרונות מ-6 לכ-100 ומספר החנויות המיועדות לחיות מחמד עלה מ-10 ל-80. החנויות הללו מוכרות היום לא רק מזון לבעלי חיים אלא גם אביזרים וקישוטים מסוגים שונים. גם מספרן של מספרות הכלבים עלה פלאים, והשירות שהן מציעות השתכלל. למעלה מארבעים גינות מגודרות מפוזרות ברחבי תל-אביב - מרחבים מוצלים שבהם הכלב יכול לרוץ כאוות נפשו, ובעליו יכול לנוח על הספסל. בפארקים העירוניים בתל-אביב נצפה טרנד חדש: חגיגות יום הולדת להולכים על ארבע. החברים מתכנסים, שרים מיטב שירי יום-הולדת, והכלבים שותים ומקבלים ממתקים ושקית הפתעה.⁴¹

נוכחותם של הכלבים בולטת יותר מזו של החתולים, שכן את החתול אין צורך לקחת לטיול ברחוב.⁴² אבל סקרנים שנערכו בעולם המערבי מראים שהחתולים עקפו את הכלבים כחיית המחמד הפופולרית ביותר, וכי בעשור האחרון הפער ממשיך לגדול לטובת החתולים.⁴³ אפשר שהדבר קשור לצרכים המועטים יותר של החתול (הוא דורש פחות השקעה כספית וטיפול שוטף). יש הטוענים שהחתול משקף את הדור החדש: מתפנק, אגואיסט ונתון למצבי רוח.

התופעה בתל אביב נעשתה כה בולטת ונרחבת, שמגזין הפנאי והבידור התל אביב Time Out תל אביב יזם גיליון שלם על הנושא. כתבת המגזין לי פלר כתבה על כך: "התחושה שסצנת החתולים משתלטת על העולם, או לפחות על תל אביב, מורגשת היטב גם ברחוב. בעוד שעד לפני כעשור מאכילי החתולים ("חתולאים") נהגו לצאת מהמיטה בשעות הקטנות של הלילה כדי להאכיל בסתר את חתולי הסביבה, היום הם עושים זאת בגאון בפניות האכלה

מוסדרות, ולפעמים גם מקבלים עזרה מהשכנים. אפילו הטרמינולוגיה על חתולים השתנתה והיום כבר לא נהוג לקרוא להם חתולי רחוב. עם כל הכבוד, אנחנו מדברים על חתולים 'מחוסרי בית'.⁴⁴

החיבה לחיות מחמד מוצאת את ביטויה גם בתרבות הדיגיטלית הבינלאומית, שמרתקת בעיקר צעירים. כלבים, ועוד יותר חתולים, מככבים באינטרנט עם מאות אלפי מצגות וסרטונים שמועברים ממסך למסך. אנשים מעלים תמונות של חיות המחמד שלהם ומפיצים קטעי וידאו משעשעים ומתקתקים, שמתחרים עם תמונות התינוקות והילדים שהורים מפרסמים.⁴⁵

מה יש בחיית המחמד שגורם לצעירים רבים, בעלי דירות קטנות והכנסות מועטות, לקחת על עצמם את האחריות על גידולה? השאלה הזו מתחדדת על רקע העובדה שמדובר בדור המרוכז בעצמו, שאינו ממחר להיכנס למחויבות זוגית ורוחה את ההתמסדות. לתופעה זו יש כמה הסברים:

ילדות במשפחות יאפיות

ה-Y ניקים גדלו במשפחות יאפיות שבהן שני ההורים הקדישו זמן רב לקריירה והילדים בילו שעות רבות לבד בבית. במשפחות כאלה נוטים לאמץ כלב שישמש חברה לילד ויקנה לו תחושת ביטחון. כך התרגלו הצעירים מילדותם לגור עם חיית מחמד והם ממשיכים בדפוס הזה גם כאשר הם עוברים למגורים עצמאיים.

תחושת יציבות משפחתית

חיית המחמד מהווה אתגרת מרגיעה בסדר היום הקדחתי. גם המכורים לעבודה צריכים לחזור הביתה, במוקדם או במאוחר, כדי לטפל בכלב או בחתול. בדרך זו נוצרת רוטינה בעולם הכאוטי, והריטואל היומי של טיפול בחיית המחמד מתקשר לתחושת ארגון ויציבות - לפעמים יותר מזוגיות.

צעירה בת 27 מתל אביב לוואלה: "החתול שלי הוא כל אושרי. הכל הוא עבר איתי. אהבות נכזבות, הצלחות עסקיות, משברים, נסיעות לחו"ל וכו'. אני לא אוותר עליו בעד שום דבר שבעולם. עוד לא ציץ הגבר שיפריד בינינו". לשאלה - האם קרה כבר שלבן הזוג הפריעה מערכת היחסים האוהבת שלה עם החתול, היא עונה: "כנראה שלא. הם יודעים שאנחנו עסקת חבילה."⁴⁶

צעיר בן 32 מחיפה לוואלה: "הכלבה שלי היא חלק מהמשפחה. כשקיבלתי את דיטה, בוקסרית בת חמש, היה לי ברור שאני מחויב אליה כמו לאחות. למזלי בת הזוג שלי משוגעת עליה כמעט כמוני. במידה והן לא היו מסתדרות, הייתי עושה כל מה שניתן לגשר על הבעיה, לפני שהייתי נפרד לשלום מחברתי."⁴⁷

תגובה לכתבה בוואלה: "אין על הכלב המדהים שלי!.. כמה שלפעמים הוא יכול להביא את הסעיף אין סיכוי בחייםססססס שאני יוציא אותו מהחיים שלי! הוא חלק ממני וברגע שבחור ניכנס לי לחיים הוא יודע מצויין שבחיים אני לא יותר על הנסיך שלי!:"⁴⁸

חבר על ארבע בעיר הגדולה

בעולם תחרותי, המקדש את האינדיבידואליזם כערך עליון, חיית המחמד משמשת כמעין פיצוי על תחושת הקור והניכור. כיוון שהחיים לבד בכרך הסואן (רווקות או סינגליות) הופכים לארוכים ושכיחים יותר, תפקידן של חיות המחמד עבור הרור הזה נעשה משמעותי יותר והן הופכות לשותף חשוב לחיים.⁴⁹ יתרה מזאת, בעולם של חוסר אמן ובגידות, הנאמנות, בעיקר של כלבים, היא עוגן חשוב.⁵⁰

רווקה בת 28 מתל אביב nrg: "הבדידות הגיעה אליי. במידה מסוימת הכלב שלי הוא תחליף זמני לבן זוג ואימון מסוים לחיי זוגיות. על הכלב אני מתאמנת בליותר למישהו אחר, להתפשר, להתגמש, לטפל במישהו, להעניק אהבה. דברים שלא הייתי כל כך חזקה בהם ובגלל זה לא ממש הצלחתי להחזיק מערכות יחסים."⁵¹

כלבים הם כלי לאינטראקציה חברתית ולהיכרות זוגית: רבים מבעלי הכלבים יוצרים היכרות עם אנשים חדשים במהלך הטיוול היומי בשכונה או בפארק. לעיתים אלו היכרות חטופות וחד-פעמיות, אך יש לא מעט דיווחים על שיחות נימוסים בין בעלי כלבים שהתפתחו לקשר רומנטי.⁵²

מפיקת אירועים הקשורים בבעלי-חיים: "בשנים האחרונות ניתן להבחין ברווקים ורווקות המסתובבים עם כלביהם בשעות הערב בגינות הציבוריות בארץ. תופעה זאת הביאה לתרבות הפיק-אפ באמצעות הכלב."

לפעמים חיית המחמד מהווה גם סוג של מבחן עבור בן או בת הזוג הפוטנציאליים. אחת המרואיינות אמרה לנו "אם הכלב שלי אוהב את הבחור, סימן שהוא מתאים לי. אני קוראת לזה 'מבחן סינגה' (שם הכלב)." מרואיינת אחרת אמרה שאם בחור מוכן לגור איתה יחד עם החתול, סימן שהוא באמת אוהב אותה.⁵³

אופנה ומעמד

כלב נתפש בחוגים מסוימים כ"פריט" אסתטי וסמל למעמד כלכלי. יש הבוחרים את סוג הכלב על-פי צו האופנה האחרון וזאת, כדי להצהיר שהם "in" ולבדל את עצמם מבעלי כלבים אחרים. יש המשקיעים סכומים לא מבוטלים בתספורות ייחודיות, בביגוד ובתכשיטים לחיית-המחמד שלהם, כהמחשה חיה לייחוסו, כמו גם למעמדם הכלכלי.

הפך ההומאני

המודעות לזכויות בעלי החיים העמיקה בשנים האחרונות ורבים רואים בגידול חיית מחמד - בעיקר אחת שהצילו ממכלאת החיות או מהרחוב - סוג של אמירה אידיאולוגית ופוליטית. הזיקה לחיות מחמד מצהירה על רגישות לזכויות והומאניות, כמו גם על רגישות סביבתית.⁵⁴

שותף למשחק

צעירי דור ה-Y אוהבים חיות מחמד גם משום שהם אוהבים לשחק ולהשתעשע. רבים משחקים עם חיות המחמד שלהם בבית, בפארקים ואפילו בבית הקפה, במסעדה ובמקום העבודה. עד כדי כך זה נעשה שכיח, שמקומות עבודה מאפשרים יותר ויותר להביא כלב, וחלק גדול מהמסעדות ובתי הקפה בתל-אביב הם "ידידותיים לבעלי חיים" (pets friendly). אחד המרואיינים, שחי בתל אביב שיתף אותנו: "הכלבה לא מפריעה לי בכלל. ההיפך. אני לוקח אותה איתי לכל מקום: לסידורים, לקניות ואפילו לפאב בערב. היא לא מכבידה בכלל. אני נהנה בחברתה וגם אנשים אחרים נהנים ממנה. זה שובר לי קרח עם המון אנשים שאני נתקל בהם."

הכלב הזוגי כפרומו לתינוק

חיית המחמד מספקת לעיתים תחליף (בדרך כלל זמני) לילד. כך נוצר דפוס חדש ומעניין, שבו זוג צעיר שעובר לגור יחד ממסד את מערכת היחסים שלו באמצעות רכישה או אימוץ משותף של חיית מחמד. הדייר החדש מסייע להם ליצירת זהות משותפת ועצמאות משותפת ולבחון את שיתוף הפעולה לפני "שנופל התיק" העיקרי. לעיתים הכלב או החתול מהווה גם תירוץ לדחות את הולדת הילד המשותף.



האטרקציה התל אביבית

בירת הצעירים



צעירים בישראל
עוז אלמוג

נהוג לחשוב על הציונות כעל תנועה חלוצית, שביקשה לשוב אל האדמה. במיתולוגיה הלאומית נתפסה העיר כנחותה מהכפר ונעדרה מהפולקלור הצברי. בפועל העירוניות פרחו ושגשגו גם בעידן החאקי, ותל אביב הייתה למוקד ולסמל של בורגנות יהודית תוססת ומחדשת.⁵⁵ כבר מראשיתה שימשה "העיר העברית הראשונה" כמרכז הכלכלה, האמנות, התקשורת, המסחר והבידור של החברה הישראלית, והיא נשארה כזאת עד היום.⁵⁶ אופייה המיוחד הוענק לה גם בשל ריכוז חסר תקדים של בתי בהאוס חינוניים (כ- 1,400 מבנים בני 3-4 קומות), אשר בזכותם זכתה לכינוי "העיר הלכנה" (תל אביב הוכרה בשנת 2003 כאתר מורשת עולמית). אבל על

אף היותה הכרך המוביל בישראל, השתייכה תל אביב ברוב שנותיה לדרג השני והשלישי ברשימת ערי העולם המודרניות. היא הייתה קטנה מדי, צפופה ומרופטת מדי, ענייה ונטולת הדר אריסטוקראטי והיסטורי. היא דמתה יותר לערי שדה סובייטיות מאשר לערים במערב אירופה, ארה"ב ואוסטרליה. כל זה השתנה בשנים האחרונות.

תל אביב עברה התפתחות הדרגתית לאורך למעלה ממאה שנות קיומה, שהושפעה ממגמות עולמיות, ארציות ופנים עירוניות.⁵⁷ אולם רק בראשית המילניום החדש התרחשה בה קפיצת מדרגה מוניציפאלית, שהופכת אותה למה שהמומחים מכנים "עיר עולם בהתהוות" (בעירייה אף הוקמה לאחרונה "מנהלת עיר עולם").⁵⁸ מגמת השינוי המואץ החלה כאשר המשק הישראלי נפתח לעולם, וישראל שיכללה כלכלת שוק יזמית. תל אביב עמדה בחזית התמורה הזאת, ולמעשה, הובילה אותה. השינוי היה ועודנו כה מהיר, שתל אביב "בורחת" לשאר ערי ישראל. לא בכדי דבק בה הכינוי "מדינת תל אביב" שמבטא סלידה וקנאה בעת ובעונה אחת.⁵⁹

1964 הייתה השנה שבה תל אביב הגיעה לשיא גודלה הדמוגרפי, לאחר ארבעים וחמש שנות גידול. מכאן היא החלה להתדלדל עם השנים ובמקביל גם לאבד גובה תרבותי. התושבים הוותיקים נפטרו בהדרגה, וצאצאיהם העדיפו לעבור לדירות מרווחות יותר מחוץ לעיר. הסיבה העיקרית לתהליך הזה הייתה אווירת הדכדוך אחרי מלחמת ים כיפור, מלחמת לבנון הראשונה ובמקביל צמיחת הפרברים בראשון לציון, כפר סבא, רמת השרון, הרצליה, רעננה, גבעתיים ועוד. בשנות השמונים החל המרוץ אחר צמודי קרקע, ותל אביב המשיכה להתדלדל מבחינה דמוגרפית.

אבל בה בעת, בשל התפתחות הכלכלה היזמית הפתוחה, חלה בה צמיחה כלכלית. עסקים בעיר התפתחו בקצב מהיר ומשרדים, גלריות וחנויות החליפו דירות מגורים וותיקות. בשלהי 1988 עמד מספר תושבי תל אביב על כ-320 אלף נפש - המספר הנמוך ביותר מאז שנות השישים, ופרנסי העיר החלו לדאוג. ב-1994 התייצבה אוכלוסיית תל אביב על כ-350 אלף נפש ובשנת 1998 נרשם מאזן הגירה שלילי של קרוב ל-20 אלף איש.

מנקודת הזמן הזו החל תהליך התפתחות עירונית בכל הממדים. עד שנת 2004 נעלם מאזן ההגירה השלילי כלא

היה, ובשנה שלאחר מכן, אפילו נרשם בתל אביב מאזן הגירה חיובי. בשנים האחרונות קיים אמנם בתל אביב מאזן הגירה שלילי (ככל הנראה בשל העדפת בעלי הבתים לעבור למקום זול יותר ולהשכיר את דירתם), אך הוא התייצב על רמה זניחה - נמוכה בהרבה מזו שנמדדה בשנות ה-90 של המאה הקודמת.⁶⁰ הביקושים במרכז תל-אביב הם בדרך כלל בשכירות. זו עיר של צעירים וזקנים, אנשים גרים בה עד לרגע שהם מקימים משפחה, ועוברים אליה מהרגע שהילדים עוזבים את הבית.⁶¹

שילוב של החלטות אסטרטגיות, יוזמות אמיצות, תהליכים דמוגרפים והשפעות תרבותיות עשו את תל אביב לכרך מודרני מתקדם הקוסם לרבים. כיצד ומדוע זה קרה?⁶²

במחצית שנות השמונים הבחינה העירייה, בראשות שלמה להט ז"ל (כיהן בשנים 1974-1993), שמרכז העיר הולך ומתדרדר.⁶³ היא יזמה מהלך התנעה מוצלח שנקרא "התוכנית להחייאת לב תל אביב". הוכנה תוכנית עירונית חדשה, שאפשרה תוספת קומות מעל בניינים קיימים (היתר לבנות עוד שתי קומות עם דירות רחבות, מעל בניין בן שלוש קומות). ההיתר הגדיל את פוטנציאל המגורים של אזורים רבים ברחבי העיר, והעלה את שווי הדירות. כחלק מההסכם החדש דרשה העירייה מהיזמים לשפץ את הבניין כולו, והדבר תרם לשיפור ניכר בחזות הרחוב. במקביל הודקה האכיפה והענישה של יזמים פיראטיים, שהסבו דירות מגורים למשרדים וחנויות. הכוונה הייתה להקטין את השימוש המסחרי לטובת הגדלת נפח המגורים. כמו כן הוצעה תוכנית הלוואות לשכר דירה עבור זוגות צעירים.

הפעולות הללו, לצד פקקי התנועה באזור המרכז, שהלכו וגדלו, החלו למשוך אוכלוסיה חדשה לתל אביב. לאנשים נמאס לשלם את מחיר הדלק ולבלות שעות על הכביש. החזרה לעיר השפיעה גם על ערי הלוויין של תל אביב - גבעתיים, רמת גן, הרצליה ורמת השרון.

בשנות התשעים זיהתה העירייה ברחוב שיינקין פוטנציאל בווהמיני, והקימה בתוכו משרד של החברה העירונית. זו הייתה זרוע יעילה, שפישטה וייעלה תהליכי רישוי ובקשות להיתרי שכירות או חריגות בניה. היא גם שימשה כמתווך עירוני בין מלאי הדירות לבין הצעירים שהחלו לזרום אל העיר. במקביל הורחבו השירותים הציבוריים במקום. העירייה קנתה בניין והפכה אותו למרכז קהילתי ("בית תמי"), הרחיבה בית ספר, פתחה אשכול גנים, ובנתה אולם ספורט. העיתונאי והסופר, רוביק רוזנטל' טען בצדק כי "השיינקינאות הגדירה דור כפי שההזדננות הגדירה את הדור שלפניה. זהו מותג ניינטיז לכל דבר. לא נהוג לשייך אותו לאדם ספציפי, הוא מושג שצמח מלמטה יחד עם האופנתיות של הרחוב. שיינקין שילב בתחילת דרכו שיק צעיר ולא מנקר עיניים, עם מקום מפגש קליל והאפשרות לרכוש מוצרים במחירים סבירים". זו תמציתה של תל אביב עד ימינו אלה. כך למשל, "קפה כזה", שנפתח ברחוב לקראת סוף שנות ה-80, וממנו התפתח כנראה מטבע הלשון "כאילו כזה", שהגדיר, ספק בהערצה ספק בזלזול, את שפתו של השיינקינאי הממוצע. "ה'כאילו כזה' הלא מתחייב סימל שפה חדשה", אומר רוזנטל, "המאצ'ואיות הישראלית-גברית, שאיפיינה את הסלנג הישראלי עד אז, התחלפה בסלנג יותר רך וקוסמופוליטי. השיינקינאות מיתגה את הרחוב, ובעקבותיו את התל אביביות כולה, כפחות מחויבים לערכי המפעל הצינוני ויותר מסורים לנהנתנות לגיטימית. אותה נהנתנות, קוסמופוליטית ככל שתהיה, לא היתה מנותקת מההקשר המקומי: היא היוותה תגובת נגד למיליטריזם הישראלי בשנים שקדמו לה. הצעירים של העשורים הקודמים היו מעורבים פוליטית, גם אם בעל כורחם", הסביר רוזנטל, "הדור של שיינקין הפנה לכך עורף, בבחינת 'עזבו אותנו מהפוליטיקאים, ראינו מה הם יודעים לעשות'".⁶⁴

יש שראו במותג שיינקין לא יותר מחיקוי ופזוזה, אבל הניסיון מלמד שגם לפזוזה יש כוח השפעה תרבותית. ההתפתחות של אזור שיינקין, שהסתייעה ביחסי ציבור תקשורתיים (בעיקר המקומונים, שנכתבו ברוח צעירה) ואומנותיים, יצרו את המיתוס הבוהמיני-אופנתי סביב הרחוב, והתניעה שינוי לא רק ברחוב וסביבותיו, אלא גם בששת הצירים המרכזיים של תל אביב: דיזינגוף, אלנבי, קינג ג'ורג', בן יהודה, הירקון ונחלת בנימין, וכן ברשת הרחובות המסונפים להם. השפעה מיוחדת הייתה למודל בשכונות צעירות ובוהמיניות נוספות, כמו: פלורנטין, נווה צדק וכרם התימנים. אפשר לומר שמודל שיינקין הוטמע ברחבי תל אביב כולה, ומהווה חלק בלתי נפרד מהאווירה הצעירה של העיר הזאת עד היום.

האלמנטים שהפכו את שיינקין למה שהיה - וילג' במרכזה של העיר (שילוב בין אוכלוסייה מעורבת, אסתטיקת וינטג', ארכיטקטורה ישנה עם שיק כפרי, צעירים, מחירים זולים ואווירה אתנית) השפיע על עיצוב יישובים ושכונות בוהמינים גם מחוץ לתל אביב. למשל, רחוב עמק רפאים בירושלים, אזורים בשכונת הדר בחיפה ואפילו בראש פינה או פרדס חנה.

תל אביב הפכה להיות הניו יורק הישראלית של האופנה, האלקטרוניקה, המוסיקה והאמנות. גם התפתחות מוקדי היי-טק ותקשורת מתקדמת (שסביבם מתהווה גם תעשיית הסעדה ובילוי) - בעיקר ברמת החייל ובהרצלייה פיתוח השכנה - תרמה לשינוי בתדמית ובקסם של העיר, ומשכה אליה עוד ועוד צעירים.

אבל לא רק לכוהמה ולתקשורת היה תפקיד חשוב בעיצוב דמותה הצעירה והתוססת של העיר בשנים האחרונות. עיר היא כמו שרשרת מזון שמתחילה מהחוליה הכלכלית. בראשית שנות התשעים התעורר בעירייה חשש של בריחת עסקים, בעיקר מהמרכז הפיננסי. זאת כיוון שלבנקים, לבורסה ולגורמים פיננסיים נוספים באזור רוטשילד, אלנבי ויהודה הלוי לא היה לאן לגדול. כתוצאה מכך נקטה העירייה מהלך תכנוני של הכנת היתרים, שיאפשרו תוספת בנייה משמעותית בלב העיר. ההחלטה הזאת, שעוררה ויכוח נוקב, השאירה בסופו של דבר את קהילת העסקים הגדולים בלב תל אביב, ויצרה מומנטום של בנייה לגובה (גם למגורים), שקרב את חזותה של תל אביב למטרופולינים אחרים, והגדיל את הונה העצמי באופן ניכר (באמצעות גביית ארנונה ומסים אחרים).⁶⁵

רוני מילוא שם דגש בעת כהונתו כראש העיר (1993-1998) על ניקיון הגנים והרחובות. הוא טיפל בשדרות המרכזיות, ריצף מדרכות וטיפח את צמחיית הנוי והקיוסקים השכונתיים. אבל מה שהתחיל בזמנו כניסיונות מהוססים עבר שדרוג משמעותי כאשר יורשו, רוני חולדאי, נכנס לתפקיד ראש העיר. מייד אחרי שנבחר ב-1998 שם חולדאי דגש באג'נדה שלו על טיפוח המרחב הציבורי. בתפקידו הקודם כמפקד בסיס בחיל האוויר הוא ידע לעשות סדר ולמנף תהליכים. מרצו, נחישותו וקסמו האישי סייעו לו במאבקים העירוניים ובגיוס משקיעים.

הרחובות בתל אביב תוכננו במקור כרחובות מסחריים רצופי חנויות, וחולדאי יישם זאת מחדש היטב. לאורך השדרות והרחובות צצו בזה אחר זה בתי קפה, מסעדות, פאבים וחנויות בוטיק עם ויטרינות מעוצבות. כמו כן נפרסה ברחבי העיר רשת של עשרות חנויות עירוניות (רובם תת קרקעיים), ששדרגה את התחבורה העירונית לרמה חדשה ואפשרה לתושבי העיר חניה מוזלת.⁶⁶

תל אביב הייתה מאז ומעולם עיר בליינית, אבל לא בהיקפים של השנים האחרונות. העירייה יזמה הסדרה של תהליך קבלת רישיון לעסק, פישטה תהליכים בירוקרטים ועודדה יזמים, מעצבים ושפים לפתוח עסקים חדשים. אזורי הבילוי הורחבו באמצעות אגף רישוי העסקים ושורטטה מפה המתחמת את אזורי הבילוי, שבהם מותר לפתוח מקומות גם בלילה. נסללו שבילי אופניים, הגינון טופח ותוחזק, ותל אביב הפכה בהדרגה למטרופולין עם שיק קוסמופוליטי צעיר.

מספר עוגני בילוי עממים, שפותחו על ידי קברניטי העיר בהשקעות כספיות ניכרות, שדרגו את העיר באופן משמעותי והעצימו את האטרקטיביות והייחודיות שלה במרחב הישראלי: פארק הירקון, נמל תל אביב, העיר העתיקה ביפו (כולל הנמל ושוק הפשפשים), נחלת בנימין, נווה צדק, מתחם התחנה, כיכר היכל התרבות המשופץ, מגדלי עזריאלי והטיילת לאורך חוף הים.⁶⁷

המשק הישראלי הצומח יצר תרבות נדל"נית חדשה, ותל אביב הפכה לליבה שלה. קבלנים, משפצים, מתווכים וספקולנטים זיהו את הפוטנציאל הנדל"ן, ובתים ודירות מדורדרים ניקנו, שופצו והפכו לנכסים אטרקטיביים ומניבים. מרכזים מסחריים אפורים, רחובות ושכונות עממיות מתבלות הפכו להשקעות נדל"ן, ושינו את חזותן בהדרגה. במקביל התחולל תהליך של חילופי אוכלוסייה: הזקנים עזבו וצעירים נכנסו במקומם, בעיקר כשוכרים. צעירים שבילו חודשים ארוכים במזרח הרחוק, דרום אמריקה, אירופה וארה"ב, ייבאו ארצה רעיונות, והקימו מאות בתי קפה, פאבים ומסעדות ברמה בינלאומית. בישראל גם צמח דור של ארכיטקטים ומעצבים, שייבאו חומרים ותפיסות, ויישם אותם בכועה התל-אביבית הצומחת.

חשוב להדגיש שתל אביב רחוקה עדיין מאד מערים מובילות בעולם בכל הנוגע לתחזוק ואכיפת הסדר והניקיון במרחב הציבורי. הקירות החיצוניים והאחוריים של רוב המבנים עדיין בלויים ומתפוררים, המזגנים מטפטפים, החלודה פושה בכל פינה, והגינות מטונפות באשפה ובקבוקים. אבל בתוך שדות הבור העירוניים צומחים עוד ועוד בתים ועסקים חדשים, שנראים הרבה יותר טוב (למרבה הצער, בישראל תרבות הבנייה, ובעיקר הגימור, עדיין לא הדביקה את הפער ביחס למדינות המערב).

גל העלייה הגדול מברה"מ יצר ביקוש עצום לשכירות (העולים העדיפו להתגורר באזורים אורבאניים ליד הים), ותרם מכיוון נוסף להתפתחות של תל אביב.⁶⁸ בתל אביב מרוכזים גם כמה ממוקדי הבילוי החביבים על דוברי הרוסית - אזרחי ישראל ותיירים כאחד.

גם למהגרי העבודה, שהתרכזו בדרום העיר, היה תפקיד בהתפתחותה של העיר. העירייה הקימה ב-1999 את ארגון מסיל"ה - מרכז סיוע ומידע לקהילה הזרה, והעסקים בעיר (בעיקר מסעדות ובארים) קיבלו ידיים עובדות במחירים זולים (במקרים רבים תוך ניצול הנזקקות של העובדים הללו).⁶⁹

סיבה נוספת להתפתחותה המהירה של תל אביב היא הקמתן של מספר שכונות חדשות בשולי העיר. שכונות כמו: אפקה, צהלה, רמת החייל ורמת אביב החדשה, הפכו לגושים של מגורי איכות, עם מגדלי מגורים מהודרים, פארקים ומרכזים מסחריים צמודים.

השינוי העירוני של תל אביב מסתכם בשני תהליכים משלימים: א. סגירת הפערים בינה לבין מרכזיים אורבאניים מובילים בעולם (בתחומים מסוימים, כגון טיפוח הקהילה הלהט"בית, תל אביב אף נחשבת כאחת המובילות בעולם). כתוצאה מכך גדלה האטרקטיביות שלה, והיא מושכת מהגרים ותיירים מהארץ ומחול"ל.⁷⁰ ב. הפיכתה לעיר צעירה באופייה הן בהיבט הדמוגרפי והן בהיבט התרבותי. תל אביב היא ללא ספק בירת דור ה-Y הישראלי, ובני דור זה הם אלה שתורמים יותר מכל שכבה אחרת לאופייה המיוחד. מקצתם גרים בה (לרוב בשכירות), ומקצתם מגיעים אליה מדי יום לעבוד, ללמוד, לפגוש חברים ולבלות. למעשה, שיעור הצעירים המתגורר בעיר גבוה בהרבה מהנתונים הרשמיים, משום שרובם גרים בשכירות ורשומים במרשם האוכלוסין כתושבים של יישוב אחר, לרוב של הוריהם.

נתונים כלליים על צעירים בתל אביב

מאמצע שנות ה-90 נמצאת אוכלוסיית תל אביב במגמת גידול עקבית, כאשר העיר מהווה גורם משיכה לא רק לצעירים, אלא גם למשפחות עם ילדים. בסוף 2013 הגיעה אוכלוסיית העיר לשיא מאז הקמתה - כ-418,600 נפש, גידול של 1% מהשנה הקודמת לה.
כ-30% מתושבי תל אביב הם בגיל 18-35.
כ-23% מתושבי תל אביב הם בגיל 25-34 (בהשוואה ל-14% בישראל).
50,000 צעירים גרים במרכז תל אביב ומהווים 40% מתושבי האזור (מהירקון עד פלורנטין)
במאזן ההגירה (ניידות בין יישובים) קלטה תל אביב ב-2012 בעיקר צעירים בני 25-30, רובם הגדול רווקים. כלומר, לעיר נכנסים יותר צעירים מאלה שיוצאים ממנה.
בתל אביב קיים שיעור גבוה של רווקים ורווקות ומספרם נמצא בעלייה משנה לשנה. הרבר בא לידי ביטוי במיוחד בקרב האוכלוסייה הצעירה בגילאי 25-35. ב-2012 עמד שיעור הרווקים בעיר על כ-43% מקרב הגברים, ועל כ-36% מקרב הנשים, בעוד השיעור המקביל בישראל היה כ-35% וכ-28% בהתאמה.
שיעור המשפחות החד-הוריות בעיר גבוה יחסית ונמצא בעלייה מתמדת משנה לשנה. בסוף 2013 הגיע שיעורן לכ-21% מכלל המשפחות עם ילדים בעיר בהשוואה ל-12% בישראל.
שיעור המתגוררים בדירות שכורות בתל אביב הוא הגבוה ביותר בישראל (46% ב-2012) והוא דומה לשיעור המתגוררים בדירה בבעלותם (46%).

מקורות:

המחלקה לנוער ולצעירים - עיריית תל-אביב-יפו, פברואר 2014. אסטרטגיה ופעילות. עיריית תל אביב. 2014. שנתון סטטיסטי 53. שלזינגר, יהודה. 2015. יש להם סימפטיה: אוכלוסיית ת"א - לשיא. ישראל היום.

מבחינת הצביון העירוני וסגנון החיים הדומיננטי, משקלם של הצעירים בתל-אביב גדול בהרבה ממספרם. זאת משום שרוב בלייני המועדונים, הולכי הרגל ויושבי בתי הקפה, המסעדות והברים (כולל המלצרים) הם צעירים. יש להם רוב גם בקרב הדיירים בשכונות שבלב המרכזים המסחריים, כיוון שהם מעדיפים לשכור דירות קרוב למוקדים הללו. רבים גם עובדים בקרבת מקום כנותני שירותים שונים. צעירים מהווים רוב גם בתעשיית ההיי-טק ובתחומי האמנות, התקשורת והבידור המרוכזים בעיר ובסביבותיה.

לא נעשתה בדיקה, אבל מקובל לשער שכמעט אין צעיר חילוני בישראל שלא התנסה במגורים, לפחות לתקופה מוגבלת, בתל אביב או בסביבותיה. המגורים באזור הפכו למעין שלב בחייהם של רבים בדומה לטיול הגדול למזרח הרחוק או לדרום אמריקה. בעבר שימש ההיריון הראשון סימן שהגיע הזמן לעזוב את העיר, ואילו בעשור האחרון יותר ויותר זוגות בוחרים לגדל את ילדיהם בעיר. גם תהליך זה תורם לפרופיל הצעיר של העיר.

צעיר כותב ב"חי-פה" - אתר החדשות של חיפה: "בסוף הלימודים אמרתי להורים: אמא ואבא אני עוזב דרומה, לעיר שאולי זה ממש בנאלי כבר לעזוב אליה אבל היא עושה לי את זה כמו שחיפה לא עושה. [...] נחתתי בדירה עם עוד שותף ושותפה ברחוב רענן בפלורנטין. יש לי חדר שמסדר לי את החיים וכל מה שאני רוצה מהעיר הזו נמצא ליד הבית שלי: מועדונים, שדרות רוטשילד עם הקיוסק הקבוע ללגימה של אספרסו, בתי קפה ומסעדות, חבר'ה מגניבים, השכרת אופניים, ומרחק של כלום מהים אליו אני יכול גם להגיע בהליכה ברגל. [...] אחותי לומדת יחסים בינלאומיים ותקשורת באוניברסיטה בחיפה ועדיין גרה אצל ההורים מטעמי נוחיות אבל כבר הודיעה שבשנה ד היא עפה משם ומצידה תמשיך ללמוד מתל אביב כי נשבר לה לגמרי. גם היא רוצה לחיות. [...] יש לעיר הזו קצב חיים שהוא כולו של כל מי שגר בה, אני מרגיש קיים אני מרגיש שהיא לוקחת אותי קדימה."⁷¹

עיריית תל אביב-יפו הייתה העירייה הראשונה בישראל, שגיבשה מדיניות מקיפה בנושא הצעירים. כהוקרה לצעירים החיים בעיר ומעצבים אותה וכחלק מהתוכנית האסטרטגית של תל אביב יזמה העירייה את הקמתה של

יחידת הצעירים (הצוות המייסד כלל את מיכאל וולה, נדב אבנרי, שרית סלע ודפנה בוטנר). תפקידה של יחידת הצעירים הוא לקדם בעירייה פרויקטים בשביל צעירים. הפרויקט הראשון של היחידה היה ליצור, בפעם הראשונה ברשות ציבורית בישראל, מדיניות סדורה לצעירים. התהליך המחקרי לקראת התכנית החל בשנת 2010 וכלל מחקר דמוגרפי, מחקר צרכים ומחקר משווה על ערים בעולם,⁷² הוא סייע לאפיין את האתגרים של הצעירים וכן להציע להם פתרונות אפשריים. לאחר תהליך פיתוח המדיניות הוגשה התכנית האסטרטגית בסוף 2011, שמתווה דרך לעירייה.

היחידה גם הקימה רשת מרכזים וניהול פרויקטים עירוניים, שמיישמים את המדיניות העירונית לצעירים. המרכזים שמפעילה יחידת הצעירים כוללים את: בית הצעירים מזא"ה 9, "הספרייה" במגדל שלום, מרכז הצעירים החדש ביפו (יפת 83) ומרחב העבודה בקריית עתידים. כולם מציעים שירותים ומענים מותאמים לצעירים בתחומי ההשכלה גבוהה, התעסוקה, יוקר המחיה ומצוקת הדיור. במסגרת המרכזים הגו, גיבשו והחלו ביישומם של כמה פרויקטים ניסיוניים וראשונים דוגמת "מרכז הדיור", "מודל שכירות הוגנת" ודיור בר השגה. היחידה פועלת רק שנים ספורות וכבר מנהלת עשרות פרויקטים חדשניים בהיקפים גדולים לצורכי צעירים בעיר.⁷³

כיצד ומדוע הפכה תל אביב לבירת הצעירים בארץ - מעין "כפר נוער" רחב ידיים? להלן נמנה מספר ציוני דרך וסיבות:

מיתוס העיר הגדולה

המטרופולין הניו-יורקי, שערים רבות מחקות, הפך למיתוס בינלאומי באמצעות סדרות טלוויזיה פופולריות שבמרכזן חברות צעירות (כמו 'חופשי על הבר', 'פרייזר', 'חברים', 'סיינפלד' ואחרים) הצעירים בכל העולם, ובכללם גם הישראלים, נמשכים לעיר הגדולה גם משום שהם חיים את המיתוס הזה. סדרות ישראליות כמו 'פלורנטיין', 'אהבה זה כואב', 'עשרים פלוס', 'שבתות וחגים', 'אולי הפעם', 'לא הבטחתי לך', 'רמזור' או 'החברים של נאור' גיירו את החוויה הבינלאומית לחוויה יותר מקומית - תל-אביבית, והגדילו את המשיכה של "העיר הגדולה" בישראל.

להצליח במרכז העניינים

התקשורת תמיד אהבה את הקסם התל-אביבי, בין השאר משום שרוב עובדיה גרים בעיר או בסביבתה. המיתוס התל-אביבי פותח והועצם במקומונים השונים, במגזיני הפנאי והבידור, בקולנוע ובתוכניות השונות בטלוויזיה. גם תרבות הסלבס, שפותחה ומונפה בתקשורת הכתובה והאלקטרונית תידלקה את המיתוס והקסם התל-אביבי. עבור צעירים ברחבי העולם, המגורים במטרופולין הגדול הוא המפתח להגשמת חלומות גלובליים. מי שחולם להיות אמן, דוגמן, איש תקשורת או בעל עסק ו"להצליח בגדול", צריך לחיות בכרך הגדול, שהוא מרכז העניינים, להכיר אנשים, לרקום קשרים, לראות ולהיראות.

הצצה במדור "האנשים שעושים את העיר" באתר הישראלי "טיים-אאוט" מספקת המחשה משעשעת או מצערת (תלוי בגישה) לתופעה התל אביבית. ב-2014 הופיעה בו רשימת כרטיסי ביקור תמציתיים של תושבים - רובם מהגרי-פנים בגילאי העשרים והשלושים: ניצן, משוררת ואמנית רחוב; מור, בזוגיות, 69 אלף עוקבים באינסטגרם; ניר, אמן, עף על ארכיטקטורה של מסגדים ביפו; רותי, אמנית, אוספת אבני רחוב; אדם, שותף במועדון קולנוע זמיר; אביב, תסריטאי ומורה לקולנוע, מפנטז על מגלשת ענק בשדרות בן ציון; אלישע, מוזיקאי; חן, שחקנית, דוגמנית, די.ג'יי וסולנית; יהונתן-ג'ון, ארט דירקטור בתחום הקולנוע; שחר, מייסד ומנכ"ל חברת אנימציה; גלית, תסריטאית, תחקירנית וסטנדאפיסטית; בשמת, גרה עם צ'יקו הכלב, מתגעגעת לקולנוע ערן.

כמובן שלא כולם כאלה בוהמיינים בכרך המרכזי, אבל צורת החיים הבוהמיינית בהחלט הפכה לסגנון חיים ותפישת עולם של דור שלם.

האתר מפנה לכל אחת מהדמויות הללו מספר שאלות מנחות, שאחת מהן היא: "מה הסטארט אפ שלך?" השאלה הזאת מתמצתת את רוח הזמן גם בתשובות שהיא מפיקה מהמרוויינים הצעירים. זה עידן שבו אנשים חיים עם

האשליה האישית שלהם במשך תקופה ארוכה, הנמשכת לעתים למעלה מעשור. אחד חולם על "הקמת לייבל שמתמחה באמנים אלקטרוניים שמופיעים לייב", שניה מפנטזת על "בר קטן בתוך כל סניף של טיב טעם, עם ברמנית רוסייה לוהטת" ושלישית עפה על "ליין בובות לכלבים וחתולים". לא כולם משיבים ברצינות על שאלת החלום, ומקצתם אף מתחכמים בתשובתם. הנה כי כן, הציניות ועיצוב התדמית חלחלו גם לחלומות, וגם זה מסימני הזמן והמקום.

על מעמדה של תל אביב כמפתח להצלחה בעולם הזוהר בעיני הצעירים ניתן ללמוד מסדרת הדוקו-ריאליטי TLV עושים את תל אביב.⁷⁴ התוכנית מציגה את עלילותיהם של ארבעה צעירים, שמגיעים ממקומות שונים בארץ לגור בתל אביב בדירה משותפת, ועושים בה את צעדיהם הראשונים, במטרה להשתלב בעולם הבידור. החלום של כל אחד מהם זה "לעשות את זה" בתל אביב, להשתלב בחיים בה ולהשתלב במקצועות נוצצים בעולם התקשורת.

אין רגע דל

צעירי דור ה-Y הורגלו מגיל צעיר לצריכת גירויים חזקים ומתחלפים. החיים באזורים הכפריים פריפריאליים משעממים אותם. עם כל הכבוד לנופים, לטבע ולעסקים מקומיים, הצעירים זקוקים ל"אקשן", לחוויות מתחלפות, לסביבה עמוסה, אסתטית וויזואלית. לכן הם נמשכים לעיר הגדולה והעשירה, שבה הכול צפוף, תזזיתי ומשתנה חליפות.

יש היכן לבלות

תרבות הביילויים והדייטים המפותחת כל כך בדור ה-Y מחייבת ריכוזיות בכרך הגדול. זו הסיבה שערים רבות באירופה מרכזות אליהן צעירים. עבור ה-Y ניקים תל-אביב היא האופציה הישראלית היחידה, כיוון ששם מתרכזת סצנת המוזיקה, הריקודים, הקולינריה, המועדונים, הברים והמופעים.

שופינג בכל פינה

דור ה-Y הוא דור אולטרה-צרכני, שעבורו הקנייה היא גם בילוי. בתל-אביב ובפרבריה נמצא מספר החנויות ומגוון המוצרים והמותגים הגדול בישראל, ובכלל זה בוטיקים, חנויות אופנה וקניונים גדולים. נתח לא מבוטל מהחנויות ומהשווקים מוקדש למוצרי וינטג' ויד שנייה, האהובים במיוחד על צעירים.

חנויות ללא הפסקה

אחד מהיתרונות של תל-אביב הוא חנויות הנוחות והמינימרקטים השכונתיים הרבים שפועלים כל שעות היממה.⁷⁵ חשיבותם גדולה במיוחד בעולםם של הצעירים, שמבלים עד שעות מאוחרות של הלילה וששעות הלימודים והעבודה שלהם גמישות יותר.⁷⁶

גם מזללות האוכל העממי (חלקן בבעלות פרטית וחלקן במסגרת רשתות כמו BBB או מוזס) והמכולות הפזורות בכל רחבי העיר שפועלות כל שעות היממה או ברובן, תורמות להפיכתה של תל אביב ל"עיר ללא הפסקה". חשיבותן גדולה במיוחד בעולםם של הצעירים, שמבלים עד שעות מאוחרות של הלילה וששעות הלימודים והעבודה שלהם גמישות יותר.

הכפר העירוני

הארכיטקטורה הלבנה, הצנועה והנעימה לעין, אופיים האינטימי והווינטג'י של הרחובות והבתים, חוף הים הידידותי והצמחייה העבותה משווים לתל-אביב אופי שלו וכפרי. רבים מדייריה של העיר הם צעירים שחזרו מהטיול הגדול במזרח הרחוק ודרום אמריקה ורצו להמשיך את חגיגת הנעורים. השילוב המיוחד בין עיר גדולה לאווירת כפר חשוב להם גם בשל הדירות הצרות והצורך להוציא את הכלבים לטיול.

התניידות קלה

בתל-אביב - כמו בערים אחרות בישראל - אין בינתיים רכבת תחתית, שמאפשרת להתנייד מקצה אל קצה במהירות

וביעילות. גם לא רכבת עילית. על המחסור הזה מחפה תל-אביב בממדיה. היא גדולה מספיק כדי להיחשב למטרופוליין וקטנה מספיק כדי לאפשר ניידות באמצעות אופניים, קטנועים והליכה רגלית. תורמים לכך גם שבילי האופניים הרבים ופרויקט 'תל-אופן' להשכרת אופניים בעיר.⁷⁷

קהילת להט"ב גדולה

תל-אביב מושכת אליה אלפי להט"בים צעירים, המוצאים בה "עיר מקלט" סובלנית ומחבקת. הקהילה הלהט"בית המקומית, שמקבלת חיזוק מתיירים מחו"ל, תורמת לאופי הצעיר, התוסס והדינמי של העיר. (להרחבה בנושא זה ראו: צעירים בוורוד - נשיות וגבריות גמישים).

שפע עבודות זמניות

תל-אביב היא מרכז עסקים ארצי ומספר המועסקים בתחומה גדול.⁷⁸ כמו כן פועלים בעיר תאגידים בינלאומיים ומאות חברות היי-טק.⁷⁹ העיר גם מספקת שפע עבודות גמישות וזמניות שמתאימות לצעירים: מלצרות, בייבי סיטר, ניקיון, שליחויות, מכירות, תחקירים ועוד.⁸⁰

ללמוד וגם לבלות

בתל-אביב וסביבותיה נמצא הריכוז הגדול ביותר של המוסדות להשכלה גבוהה - אוניברסיטת תל-אביב, סמינר הקיבוצים, המכללה למנהל, מכללת שנקר, בית צבי לאמנות הבמה, מכללת תל-אביב-יפו ועוד. עבור הצעירים היתרון טמון לא רק בריכוז המוסדות (מה שמייצר סביבה סטודנטיאליט) אלא גם בקרבתם למוקדי הבילוי.

שבטים אורבניים

הצורך של הצעירים במרחב עירוני מביא צעירים רבים לגור בתל אביב וזאת למרות יוקר הדיור⁸¹ והמחייב.⁸² צורך זה הוא כל כך גדול שלמרות המחירים הגבוהים ממשיכים הצעירים להציף את תל אביב ופרכריה.

שוק הדירות התל אביביות מתאפיין בעיקר בדירות קטנות ומתחזקות גרוע. מחירי הדירות עלו החל ממחצית העשור הראשון של המילניום בפראות,⁸³ ואנשי נדל"ן מדברים על מתאם ברור שמתקיים בין גיל האנשים ומצבם המשפחתי, לבין הנכונות לשכור דירה. צעירים בשנות ה-20 שלהם, בעיקר רווקים או זוגות צעירים ללא ילדים, הם השוכרים העיקריים. לקראת אמצע-סוף שנות השלושים הנכונות לשכור דירה או להישאר בשכירות פוחתת במידה ניכרת, ואז מגיע זמן רכישת הדירה. אצל גרושים קיימת התפלגות בין כאלה שמוכנים להתגורר בשכירות לבין כאלה שלא מוותרים על רכישת הדירה.

כשהם רווקים, הצעירים גרים בשכירות בתוך העיר עצמה או בשוליה (בכל שנה נוספים לתל אביב כ-5000 צעירים בגילאי 15-29) וכאשר הם מתחתנים, הם עוברים לגור ביישובים סמוכים למטרופולינים הגדולים, שהם זולים יותר מבחינת יוקר המחיה והדיור, ומציעים שירותים קהילתיים ברמה גבוהה (חינוך וכדומה), אך עדיין מאפשרים להם לעבוד ולבלות במרחב העירוני הגדול (כאמור, בעשור האחרון יותר ויותר זוגות בוחרים להישאר בעיר אחרי נישואיהם ולגדל בה את ילדיהם).

רינה דגני, מנכ"ל גיאוקרטוגרפיה, להארץ: "הצעירים רוצים להיות ב'צנטרום של הפיילה' ומוכנים לשלם מחיר גבוה מאוד בשביל זה, הן בצורה של דמי שכירות חודשיים והן בצורה של מגורים בדירות לא מתחזקות. מצד שני, רבים מהם חשים שמכיוון שהם גרים במרכז העניינים, הם לא נזקקים למכוניות ומסבירים שהם אפילו חוסכים במגורים בתל אביב. עם התבררות האוכלוסייה, השיקולים הללו מאבדים הרבה מהרלוונטיות שלהם. האוכלוסייה של בני ה-30 פלוס, זו שרוצה לרכוש דירה, נזקקת למכונית גם אם מקומות העבודה והבילוי סמוכים למקום המגורים. אוכלוסייה זו אינה מתפשרת על איכות הדירות, והיא דורשת מקומות חנייה צמודים ומעליות לבתים, ואף מוכנה לשלם בעבורם. בשלב הזה רבים עוברים לערים סמוכות לתל אביב."⁸⁴

צעירים אהבו להיות ביחד ולהתחכך זה בזה מאז ומעולם, אולם הצורך הזה גדל בעידן של רווקות ארוכת ימים.

המטרופולין הרחב מגדיל את פוטנציאל המפגשים, מפיג את הבדידות באמצעות שוטטות בקהלים גדולים ומאפשר תחליפי משפחה באמצעות קבוצות חברים. רוברט פטנאם, פרופסור למדיניות בבית-הספר לממשל על-שם קנדי באוניברסיטת הרווארד, פרסם בשנת 1995 בכתב העת Democracy מאמר בשם "לשחק כדורת לבד: ירידת ההון החברתי של אמריקה".⁸⁵ פטנאם הרחיב את המאמר לספר שיצא לאור בשנת 2000 תחת הכותרת "לשחק כדורת לבד: קריסתה ותחייתה של הקהילה האמריקנית".⁸⁶ המאמר והספר עוסקים בהתפוררות החברה האמריקאית. פטנאם הראה כיצד קשרי המשפחה, החברות והקשרים השכונתיים והקהילתיים התרופפו, וחלה ירידה במעורבות החברתית של האנשים. ארה"ב הפכה לאומה של אנשים בודדים ולבדידות השפעות רחבות: החל בחוסר אכפתיות פוליטית, עלייה בפשיעה ואיבוד האמון בבני אדם ועד להתדרדרות בריאותית.

פטנאם מנה מספר גורמים מרכזיים שהביאו להיחלשות הקשרים, כגון התמכרות לעבודה, עליה בשיעור הגירושין, שינוי תכופ של מקום מגורים (שלא מאפשר יצירת קהילה), חילון, אינדיווידואליזם טכנולוגי (מחשב אישי, סלולרי אישי וכו') ועליה בשיעורי הרווקות. אבל מה שפטנאם לא חזה הוא היווצרות הדרגתית של רשתות תמיכה אורבאניות - תהליך שהתפתח בעיקר עם הבשלתו של דור ה-Y. תל אביב היא בעצם עיר של להקות - להקות צעירים שחיות באחוזות אורבאניות וממשיכות במידה מסוימת את האווירה והחוויה של התרמילאיות.

התופעה הזאת מאפיינת את רוב המטרופולינים ברחבי העולם וזכתה לכינוי "שבטים אורבאניים". מי שטבע את מטבע הלשון הזה היה סוציולוג צרפתי בשם מישל מפסולי (Michel Maffesoli) בספר שפרסם ב-1985 (הספר הופיע בצרפת ב-1985 וכעבור כעשור הופיע בתרגום לאנגלית).⁸⁷ למפסולי היה בעצם רק גרעין של רעיון אודות התפתחות קבוצות של צעירים במרחב העירוני. מי שפיתח את המושג והתאים אותו להתפתחויות העדכניות בעולם - בעיקר במטרופולינים הגדולים - היה הסופר והעיתונאי איתן וטרס (Ethan Watters). וטרס טען כי צעירים בני 25-45 בכרך המודרני יוצרים קהילה משמעותית, שמחליפה מבחינה פונקציונאלית את המסגרת המשפחתית המסורתית. הם מגדירים מחדש חברות, משפחה ומחויבות. באחד הראיונות סיפר וטרס, שהוא גילה את היקף התופעה לגמרי במקרה. לאחר שפרסם מאמר קצר ב"ניו יורק מגזין", הוא הוזמן לראיון בטלוויזיה כדי לדבר על זה. בשבועות שלאחר מכן הוצפה תיבת הדואר האלקטרוני שלו על ידי מאות בני "עשרים ומשהו" מרחבי ארה"ב שחשו שהוא מבטא משהו מאד אמיתי הרלוונטי לחייהם. הם מצאו קהילתיות במגוון שדות: בין חברים במכללה, בחוגי פנאי, בחדרי כושר, במקומות הבילוי וכדומה. נוצרו קבוצות תמיכה וביילוי משותפים, שיצרו מסגרת השתייכות ורשת בטחון עבור אותם רווקים ופיתחו סגנון חיים אורבאני תוסס, הדוניסטי ואסקפיסטי ברוח סדרות החברים הפופולריות בטלוויזיה (סיינפלד, חברים, סקס והעיר הגדולה, וויל וגרייס ועוד).⁸⁸

זה היה עוד לפני פריצת רשת הפייסבוק שלקחה את התופעה צעד קדימה. המאמר הורחב לספר בשם "שבטים אורבאניים: דור שמגדיר מחדש חברות, משפחה ומחויבות" (2003). הספר זכה להדים רבים במדע ובתקשורת, משום שהוא שם את האצבע על תופעה הולכת ומתרחבת לא רק בארה"ב, אלא במקומות אחרים בעולם - תופעה שהמשמעות שלה לא פחות מדרמטית. היא אולי מברשת את התנוונותה של המשפחה המסורתית ואיתה גם את התנוונות הכפר והכנסייה.⁸⁹

תופעה זו לא פסחה על ישראל, וניתן למצוא אותה בעיקר בתל אביב אבל גם במקומות אחרים.

בלוגר צעיר: "לפני כמה חודשים הוקמה קבוצת וואטסאפ בשכונה שלנו, בה חברים קרוב לארבעים שכנים שמדווחים ומסייעים זה לזה כאשר הם מפנים את החנייה שלהם או מחפשים אחת כזו. אותה קבוצת וואטסאפ שולית לכאורה התחילה כפתרון מגניב וגימיק ייחודי לנו לבעיית החנייה החמורה בתל אביב, אבל לאט לאט היא התפתחה ובעקבותיה נוצרו חברויות חדשות. פעם בכמה שבתות אנחנו נפגשים ל"ערב שכנים" על אחד הגגות בשכונה, שם יש מקום לכולנו עם ספות ואוויר פסגות ששמור רק לגגות העיר, ובקרוב מתוכננים גם מפגשי קריאה, בהם נחליט מראש על ספר אותו נקרא כולם באותו הזמן ולאחר מכן ניפגש כדי לדון בו."⁹⁰

מה שמעניין, מוזר ומטריד באורח החיים מהסוג הזה, הוא העובדה שחבורות הצעירים הללו הם קצת כמו חבורות של

נוודים. חיים בבועה העירונית, גם התל אביבית, מהיד לפה, מסטוץ לסטוץ, ממסיבה למסיבה, מעבודה זמנית לאבטלה זמנית, מדירה מושכרת לדירה מסובלסת. שורפים את כספיהם על סיגריות, בירה וג'נק פוד, בלי מחר. החברות ביניהם, שמתחזקת בפייסבוק ובוואטסאפ, היא כמעט העוגן היחיד בחייהם הלא יציבים. רואים אותם מסתובבים באופניים, יושבים בבתי קפה, על הבר ובפארקים. משוטטים עם כלב, נפגשים, מתחבקים ומתנשקים, משנוררים זה מזה ומההורים, קונים, מוכרים ומתעדכנים. התופעה הנפוצה הזו מתועדת ומחוזקת כאחד בשנים האחרונות בטלוויזיה, בקולנוע, בספרות, בשירה ובפזמון. כך למשל, בסרט "הבועה" שעוקב אחר סיפורם של חבורת צעירים המתגוררים בלב תל אביב, ובסדרות "רמזור", "החברים של נאור", "בשורות טובות", "הכל דבש", "אמאלה", "בלתי הפיך" ועוד.

"בוקר תל אביב, השמש כבר עלתה / שברים שלו שנכנסו גירשו ת'עלטה / בשקט שסביב איברנו את הזמן / ורק עכשיו אני רואה שאת עדיין כאן / בוקר תל אביב הרעש מדבר / נהג צועק למטה לרמזור שימהר / תביטי בחלון הרחובות ערים כולם / אז בואי ונברח לשנקין נשכח מהעולם [...] בוקר תל אביב, אלוהים השקים מוקדם / תכיני איזה ראש נדפוק אותו בים [...] בוקר תל אביב, אחרי לילה של שיכרות / רק אל תגידי לי שזאת לא הייתה טעות [...] זה כמו מלון זה כמו עונות / האנשים באים הולכים / ורק אנחנו נשארים בתל אביב / [...] זה כמו מלון זה כמו עונות / האנשים באים הולכים / ורק אנחנו נשארים בתל אביב / זאת תל אביב."⁹¹

דלדול הפריפריה

בישראל מתרחש תהליך המאפיין את רוב מדינות המערב: התרכזות האוכלוסייה במטרופולינים הגדולים תוך דלדול וניוון הפריפריה.⁹² לאחרונה יותר ויותר חלקים באירופה מתחילים לסבול מהסימפטומים של ערי רפאים - נטושות. המצב כה חמור, עד שגם אם ניתנים הכתים בחינם, עדיין אין אנשים המוכנים להשקיע בשיפוץ הכתים כדי לחיות בהם.⁹³ האנושות כולה הולכת ומתכנסת בערים הגדולות, ומומחים צופים כי עד אמצע המאה שלושה רבעים מאוכלוסיית העולם יגורו בהן.⁹⁴

הנה כי כן, מחקר שפורסם ב"גלובס" ב-2013 ומבוסס על נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה בדק את השינויים בפזיור האוכלוסייה בישראל בשנים 2002-2011. המחקר מגלה בין השאר כי רוב ערי הפריפריה מאבדות אוכלוסייה לטובת ערי המרכז, במיוחד ערים חדשות או כאלה שיש בהן תוכניות בניה נרחבות. למעשה שוק הנדל"ן נחלק לשתי מדינות - הראשונה, "מדינת המרכז" שבמרכזה תל אביב והשנייה "מדינת הפריפריה". יישובי המרכז, בין גדרה לחדרה, ממשיכים לגדול ולצמוח בעוד שיישובי הפריפריה סובלים מהגירה שלילית חריפה. בתוך יישובי המרכז בולטת העדפה הולכת וגדלה ליישובים בשולי המרכז, מן הסתם בשל התייקרות המחירים בתל אביב ובערים הסמוכות לה.⁹⁵



הרשת החברתית החדשה

מחברים און ליין



צעירים בישראל
אורן לזר

דור ה-Y הוא הדור הראשון שנולד לתוך עולם ממוחשב והתפתח יחד איתו. ה-Y ניקים הם החלוצים והמובילים בין משתמשי הכלים הדיגיטליים: מחשבים, תוכנות, שדרוגים, טלפונים סלולריים חכמים, אפליקציות וגדג'טים. לעובדה זו היו השלכות רבות על מגוון תחומי החיים, אולם ההשפעה הגדולה ביותר הייתה בתחום קשרי החברות. אפשר לומר שבתחום הזה מתרחשת ממש מהפכה חברתית, שחלוציה הם בני דור ה-Y.

אנשים נוטים לחשוב בטעות שהשיבה מול מסך יוצרת התבודדות. בפועל קורה בדיוק ההיפך. האינטרנט היא רשת שמקשרת לא רק בין מחשבים

אלא גם בין אנשים, ומהווה זירה תוססת ודינמית של מגוון פעילויות חברתיות. גולשים משתפים זה את זה ברשתות חברתיות, בבלוגים ובפורומים, מחליפים תמונות וטקסטים, מייעצים, משחקים, מדווחים, מביעים עמדה ועוד. מחקרים מראים כי בני דור ה-Y מבלים יותר זמן עם חברים באינטרנט מאשר במפגשים אישיים.⁹⁶

הרשתות החברתיות הפכו עם הזמן לתופעה שכיחה, והובילו לכך שגם אתרים של תוכן גולשים ומדיה חברתית, דוגמת פליקר ויוטיוב, אימצו חלק ממאפייני הרשתות חברתיות. כולם כוללים אפשרות להגדיר חברים או מנויים, לעצב עמוד אישי, לחלוק מידע, להגיב למידע ועוד.

גלישה ברשתות החברתיות היתה לאחת הפעילויות הנפוצות ביותר באינטרנט בישראל.⁹⁷ נכון לשנה זו, קבוצת הגיל שנוהגת להשתמש בשירותי רשתות חברתיות באינטנסיביות הגדולה ביותר, היא הקבוצה של הילדים בגילים 14-12. כ-98% מהם משתמשים בשירותים אלו לעתים קרובות: כ-46% משתמשים בשירותים אלו שימוש פעיל מדי יום, וכ-52% משתמשים בהם פעם עד מספר פעמים בשבוע. ככל שעולה הגיל, כך פוחתת האינטנסיביות היומיומית ובמקביל שיעור הגולשים שלא משתמשים כלל ברשתות החברתיות עולה.⁹⁸

מרבית המשתמשים הכבדים בשירותי הרשתות החברתיות (אלו שנכנסים משתמשים בהם לפחות פעם בשבוע), עושים זאת על מנת לשמור על קשרי חברות.⁹⁹

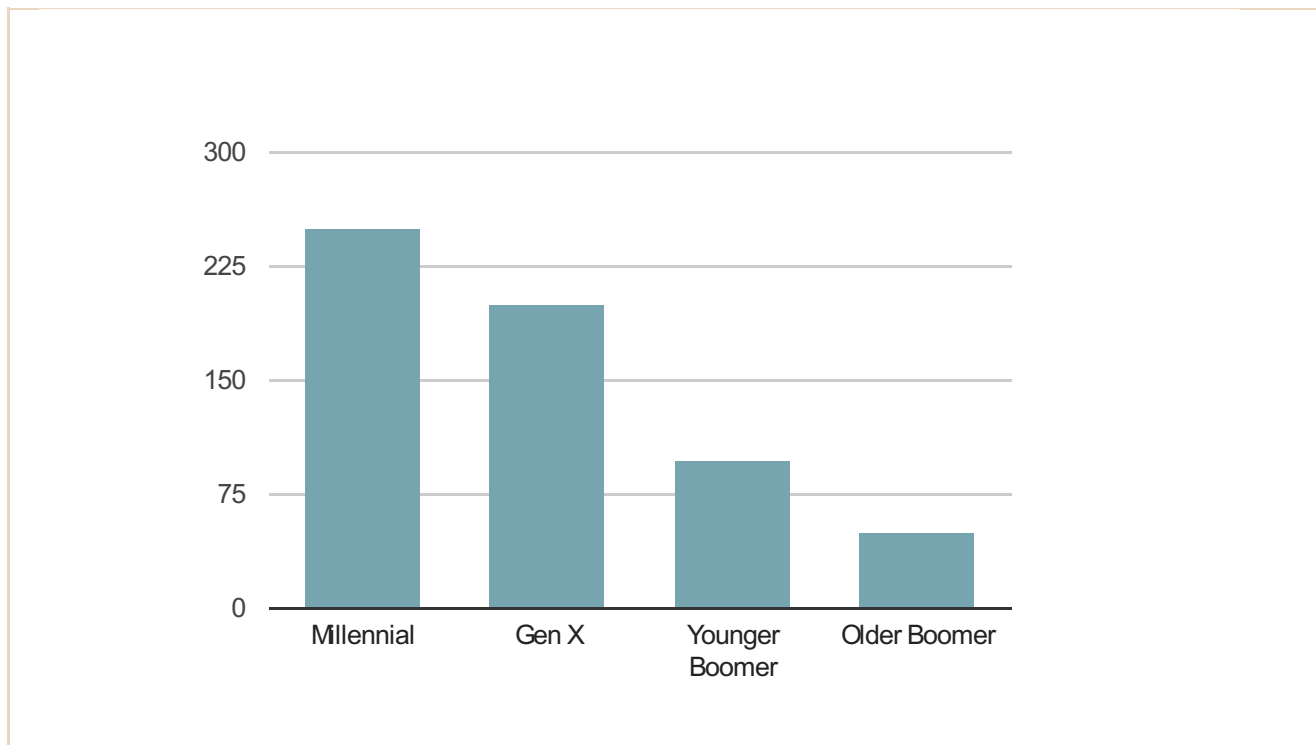
החברות המקוונת עלתה מדרגה עם התפתחות רשת הפייסבוק. כשהעלה מארק צוקרברג בן ה-23 את הרשת לאוויר, בפברואר 2004, שנת לימודיו האחרונה בהרווארד, הוא לא העלה בדעתו שהוא בדרך למהפכה בסדר גודל היסטורי. הרעיון היה פשוט, אפילו לא ממש חדש.¹⁰⁰ דף אישי, רשימת חברים ואפשרות לשלוח מסרים, להשתתף בדיונים ולנהל אלבום תמונות.

ובכל זאת, עבר זמן קצר מאד עד שהתברר שמדובר בהצלחה מטאורית.¹⁰¹ בסקר שנערך ב-2006 בין תלמידי קולג'ים אמריקאיים דורגה פייסבוק במקום השני ברשימת הדברים "הכי אינניים" בעולם. במקום הראשון זכה נגן

המוסיקה הדיגיטאלית.¹⁰² הגידול היה כל כך ויראלי שכבר בשלהי 2009 הגיע השימוש בפייסבוק לשיעור של 54.7% מאוכלוסיית ארה"ב בגילאי 12-17, לעומת 28.3% שנה קודם לכן.¹⁰³

בשנת 2011 כבר היתה פייסבוק במעמד של הרשת החברתית הגדולה ביותר באינטרנט עם יותר מ-500 מיליון משתמשים פעילים. מחצית מן המשתמשים הפעילים נכנסים, נכון לשנה זו, לפייסבוק מדי יום. כ-70% ממשתמשי פייסבוק פועלים ממדינות שאינן ארצות הברית והיא מתורגמת ליותר מ-70 שפות. למשתמש ממוצע יש כ-130 חברים. כ-200 מיליון מהמשתמשים גולשים לפייסבוק באמצעות מכשיר נייד (סלולרי).¹⁰⁴

Generation, Facebook and Friends - Median number of friends (USA)



Reference: Pew Research Center. 7.3.2014. Millennials in Adulthood: Detached from Institutions, Networked with Friends.

Note: Based on Facebook users, n=960. In 2013, "Younger Boomers" were ages 68 to 85.

גם בישראל הפכה רשת הפייסבוק לאחד מאתרי האינטרנט הפופולריים ביותר.¹⁰⁵ ב-2011 נמצא ש-3.4 מיליון ישראלים, המהווים 45% מהאוכלוסייה, כבר היו משתמשי פייסבוק רשומים. אמנם מדובר גם בחברות וארגונים בעלי דפים ברשת, אך עדיין המספר עצום. חברת המדידה הגלובלית קומסקור דרגה את ישראל בראשית 2011 כשנייה בעולם בשיעור החדירה של פייסבוק, ומאז היא שומרת על מקום גבוה בדרוג העולמי.¹⁰⁶

הישראלים נחשבים למשתמשי פייסבוק "כבדים". נכון לראשית שנת 2011, הישראלי הקדיש לפייסבוק לא פחות מ-11 שעות בממוצע בחודש.¹⁰⁷ היום המספר הזה נראה מגוחך.

לכאורה רשת הפייסבוק מזכירה אולי במקצת את סדרת הטלוויזיה סיינפלד: היא עוסקת ב"כלום". היא מספקת לחבריה סוג חדש של בידור, שמלווה לעיתים באווירה נעימה של חברה, לפעמים מזמנת היכרות רומנטיות או מתגלגלת לפעילות ממשית בעולם שבחוף, אבל בדרך-כלל היא פשוט בילוי חסר תוחלת. וזה בדיוק מה שכבש את צעירי דור ה-Y.

את הכרוניקה האבולוציונית של ההתמכרות לפייסבוק תימצת בכישרון העיתונאי יצחק גרבוז:

"אתם מבינים, זה מה שכל כך נהדר בפייסבוק. כל מה שאתה רוצה להיות בחיים - הפייסבוק יכול להגשים. שם אתה תמיד שמח, שם אתה תמיד במיטבך. הפדיחות נמחקות מיד, תמונת הפרופיל שלך אף פעם לא תהיה עייפה או מוטרדת. גם כשאתה במצב רוח רע אתה פשוט יכול למצוא בשנייה שיר טוב ביוטיוב ולסכול בסטייל מול כולם. התשובות שלך חדות כתער כי ניסחת אותן היטב לפני ההקלדה, וכל דבר שמייצג אותך נבחר בקפידה. כמה מחברי הטובים ביותר קיבלו אצלי שרותי פוטושופ לשרדוג המראה לתמונת הפרופיל, ואני לא מתכוון לאוונזיים של ספוק. 2009 הייתה שנת מהפך. החיבור של הפייסבוק לחיי היום יום הפך להיות מאוד אינטנסיבי הודות לסמארטפונים שנכנסו לחיינו. האנדרואיד, ועוד מערכת הפעלה שבדיקו שכתתי את שמה כרגע, הפכו אותנו למחוברים. פתאום כל חוויה הפכה למשותפת. אתה כבר לא יכול לשבת בסוף טיול על הר נידח בנגב וליהנות מהנוף בלי לחלוק את החוויה עם העולם. לספר יום אחרי לחבר בטלפון זה כבר לא מספיק. מצד שני, אולי אתה בכלל כבר לא צריך את החבר? הרי כל החברים כבר בכיס שלך. בתנאי שיש אינטרנט ולא שכחת להטעין את הטלפון. ב-2010 גילינו שפייסבוק הוא גם כוח. אפשר להתלונן ולקלל ועל הדרך גם להוציא דיבה ולהעליב בפומבי. בכלל, הרשת הפכה לצינור הפליטה הרגשי. רע לי? קשה לי? עצבנו אותי? חכו, חכו מה אני אעשה לכם בפייסבוק שלי. מי צריך פסיכולוג כשיש פייסבוק? מי צריך פסיכולוג כשאפשר להפוך לעת ערב לקלינגון זועם ולצאת אל מרחבי הסייבר לקרבות של כבוד ותהילה. בקיץ 2011 הפייסבוק נתן חיים למחאה החברתית. בקיץ 2012 הוא הרג אותה. יותר מדי פיצולי דפים, יותר מדי הזמנות ליותר מדי תתי זרמים של המחאות השונות ובעיקר יותר מדי רעש בפיד. בקיץ 2012 מצאתי את עצמי עסוק יותר מתמיד בתחזוקת התדמית הדיגיטלית שלי. הפיד זו יותר מהר ואתה רוצה לבלוט. הכל מתפרסם מהר, ואם הוא שווה משהו אז הוא זוכה לשיתוף מאוד מהר ואז גם נגמר מאוד מהר. זה מעגל קסמים המזין את עצמו ודורש עוד ועוד תוכן להמון המשועמם. הפייסבוק מספק לנו צורך רגשי בסיסי - להיות שייך. הידיעה שתמיד נמצא לפחות כמה אנשים שיבינו אותנו. תמיד נמצא כאלה שישמחו על השיר הנדיר שמצאנו. תמיד יהיה משהו שיצחק מהבדיחה הטיפשית שסיפרנו. ותמיד מישוהו יחשוב שהתמונה שהעלנו באינסטגרם ממש גאונית."¹⁰⁸

מדוע "הזקנים" לא בפייסבוק?

רשת הפייסבוק לא היתה מצליחה כל כך, בעיקר בקרב צעירים, אלמלא ענתה על צרכים אנושיים עמוקים ואלמלא הציעה מממד חברתי שלא היה בדורות קודמים. בפייסבוק אפשר תמיד להופיע במיטבך, להציג חזות שמחה ולהגיב בצורה מנוסחת היטב. אפשר לחלוק כל חוויה, כבר ברגע התהוותה, עם כל החברים, ותמיד ימצא ביניהם מי שיצחק, יבין לליבך ויפרגן. אבל דומה כי הצורך הבסיסי ביותר שהפייסבוק ממלא הוא הצורך להשתייך. בפייסבוק אתה תמיד חלק מקבוצת חברים, ופחות חשוב מה דרגת הקשר ביניכם.

ידוע שכל מדיום טכנולוגי חדש חודר קודם כל ולפני הכל לשכבה הצעירה. המבוגרים (הכוונה בעיקר לדור הבייבי-בומרס) נוטים להיות חשדנים והססנים ולפגר מאחור. ובכל זאת עולה התמיהה מדוע רוב משתמשי הרשת החברתית הם מתחת לגיל 34 (70% נכון ל-2013, לפי אתר Facebakers - שמרכז נתונים על רשת הפייסבוק).¹⁰⁹ מדוע עם התקדמות הגיל נוצרת רתיעה מהשימוש ברשת החברתית, שתפעולה כה פשוט ויתרונותיה כה ברורים? מדוע השימוש בפייסבוק יצר פער דורי כה בולט - עד כדי כך שהוא הפך את השימוש בו לאחד המאפיינים והמותגים התרבותיים של דור ה-Y? להלן כמה סיבות אפשריות:

עיסוק ילדותי וריקני

הדימוי של הדור המבוגר (בעיקר בני 60 ומעלה) על הפייסבוק ניוון מנכדיהם הצעירים. חילופי המסרים הסתמיים בסגנון "חחח שיואו באמת שהיה כיף" נראים להם בזבוז זמן משווע. הם אינם מודעים לעובדה שהפייסבוק הוא רק פלטפורמה טכנולוגית, שכוללת קשת רחבה של פרסומים - מהנמוך ועד לגבוה ביותר.

התיחזוק דורש יותר מדי זמן

ה"זקנים" מביטים סביב ורואים צעירים שעסוקים מבוקר עד ערב בשליחה וקבלה של מסרים. מזה הם מסיקים שפייסבוק מצריכה תחזוקה יומית אינטנסיבית. כיוון שרובם אנשים עסוקים, וכיוון שכולם כבר למדו להשתמש במיילים, הם אומרים לעצמם: "איך לי זמן לזה."

השליטה של הדור ה"זקן" בטכנולוגיות עדכניות מוגבלת יותר מזו של הצעירים. הם פחות מתעניינים בשדרוגי הגדג'טים, פחות זריזים, פחות הרפתקנים (נזהרים לא ללכת לאיבוד בחלל הווירטואלי) ובעלי מיומנויות דיגיטליות מוגבלות יותר. הפעלת הפייסבוק באמצעות הסלולר מצריכה בעיניהם כישורים של טייס קרבי, ולימוד ההבדל בין like ל-share חייב קורס הדרכה. למעלה מזה, המסך הדינמי של הפייסבוק, שמחליף טקסטים ותמונות ללא הרף, מזכיר להם את הקליפים של MTV. וזה עושה להם סחרחורת. הם גם דור ורבלי והמדיום הוירואלי לא טבעי להם. הם שמחים לצפות בתמונות משפחתיות, אבל אפילו להכנת מצגת PowerPoint הם זקוקים לאסיסטנט או לנכד.

אין להם את הסבלנות

אתה מתחיל ליהנות מהפייסבוק רק לאחר שצברת מספיק חברים וניסיון קומוניקטיבי במדיום. רק אז אתה מביין את התועלת של רשת החברים ונזהר ממוקשים. אבל זה דורש זמן וסבלנות. וכשם שהדור ה"זקן" לא למד ליהנות משתיית בירה (כפי שדור ה-Y נהנה ממנה) באמצעות הסתגלות לטעם המריר, כך הוא מתקשה להתגבר על קליפות הפייסבוק בדרך להנאה מטעמיה המשכרים.

אין להם את הפתיחות

השימוש הפייסבוק מצריך מידה מסוימת של פתיחות נפשית. אנשים מספרים על עצמם, כותבים על תחושותיהם ובעיקר משתפים את חבריהם במחשבות ודעות אישיות (למעשה מתרחש גם התהליך ההפוך - הרשת פותחת אנשים).¹¹⁰ הבעיה ה"זקנים" גדלו בעידן שבו לא היה מקובל ואף לא יאה "להיפתח". ההיחשפות בפומבי עדיין נתפסת אצלם כוולגריזם וכאקט מחליש. רבים נרתעים אפילו מלפרסם תמונה אישית או לחשוף פרטים טריוויאליים, כמו מקום עבודה או מגורים. קשה לשכנע אותם שמידת החשיפה תלויה בבעל/ת הדף וש אפשר לתקשר נהדר גם בלי לגלות דבר על חייך האישיים.

יתר על כן, ל"זקנים" רבים יש תחושה שבפייסבוק מאבדים את הפרטיות. לפתע גם אנשים זרים יכולים לדעת מי האישה/בעל שלך ומי הם חבריך הקרובים. בניגוד לדור ה-Y שזורם עם זה בקלות, זה מטיל על "הזקנים" אימה. פייסבוק אכן מאפשרת הצצה חודרנית יותר מבעבר לעולמם הפרטי של האנשים, אפילו באמצעות הצצה לתמונות שהם אוהבים. אבל זה גם יופייה של הרשת, כי החשיפה ההדרגתית מקרבת בין גולשים ומזמנת חידוש קשרים ישנים ויצירת קשרים חדשים ומפתיעים.

לא ששים להבליט את עצמם

אין ספק שהפייסבוק מעודדת את המשתמשים בה לשים את עצמם בחזית הבמה, להבליט את דעותיהם ולשדר "הנני כאן". התופעה הזאת מרתיעה "זקנים" רבים. לא אחת שומעים מהם אמירות בסגנון: "מדוע זה כל כך חשוב שישמעו את דעותיי?" או "את הדעות שלי אני שומר למשפחה ולחברים הקרובים."

איך אני אשיב לכל החברים?

"הזקנים" גדלו בעידן הנימוס והסולידריות. לכן הם, בניגוד לילדים ולנכדים שלהם, מתקשים להבין שמדובר בבחימת שיח ולא בשיחה רגילה, ושלא חייבים לענות לכל אחד מהמגיבים על הפוסט שהעלית לאוויר. רבים מהם מבינים את המושג "חבר" כפשוטו. לכן הם בטוחים שצריך להעניק תשומת לב שווה וראויה לכל אחד מהחברים לדף הפייסבוק. וזה באמת קצת מוגזם בעיניהם.....

החשש מפני חשיפה פומבית

אנשים רבים בעמדות בכירות חוששים לחשוף את מעשיהם ובעיקר את עמדותיהם האמיתיות לציבור הרחב. רבים חרדים להיתפס "לא מוכנים", אחרים פשוט פוחדים לטעות ולהיות מובכים בפומבי. ומעל לכל, פרסום בפייסבוק חושף אותך לכיקורת בלתי צפויה, אולי אפילו קנטרנית ופוגענית - בסגנון הטוקבקיטיים. לרבים פשוט אין עצבים, אומץ ויכולת רגשית ורטורית להתמודד עם זה. אצל דור ה-Y המצב שונה. הם התרגלו לחשיפה וחוששים הרבה

פחות מלפתוח את הקלפים. אמנם הדור הצעיר הוא דור רגשן וילדותי שנוטה להיעלב בקלות, אולם בה בעת הוא יודע להסתייע בעזרה חיצונית ולתחזק את העלבונות שלו באמצעות רשת התמיכה הוירטואלית. רבים משתפים את חבריהם באמירות הפוגעניות שהופנו אליהם ומבקשים גינוי "התוקפן" והזדהות עם עלבונם. החברים לרוב יביעו אמפטיה ויסייעו בשיקום הרגשות. הדור המבוגר שמחוץ לפייסבוק, מתקשה לנהל עימותים רבי משתתפים וחסר מיומנות בניהולם הוירטואלי (במה פומבית). הם מעדיפים מכתבים אישיים או סגירת חשבונות מאחורי הקלעים.

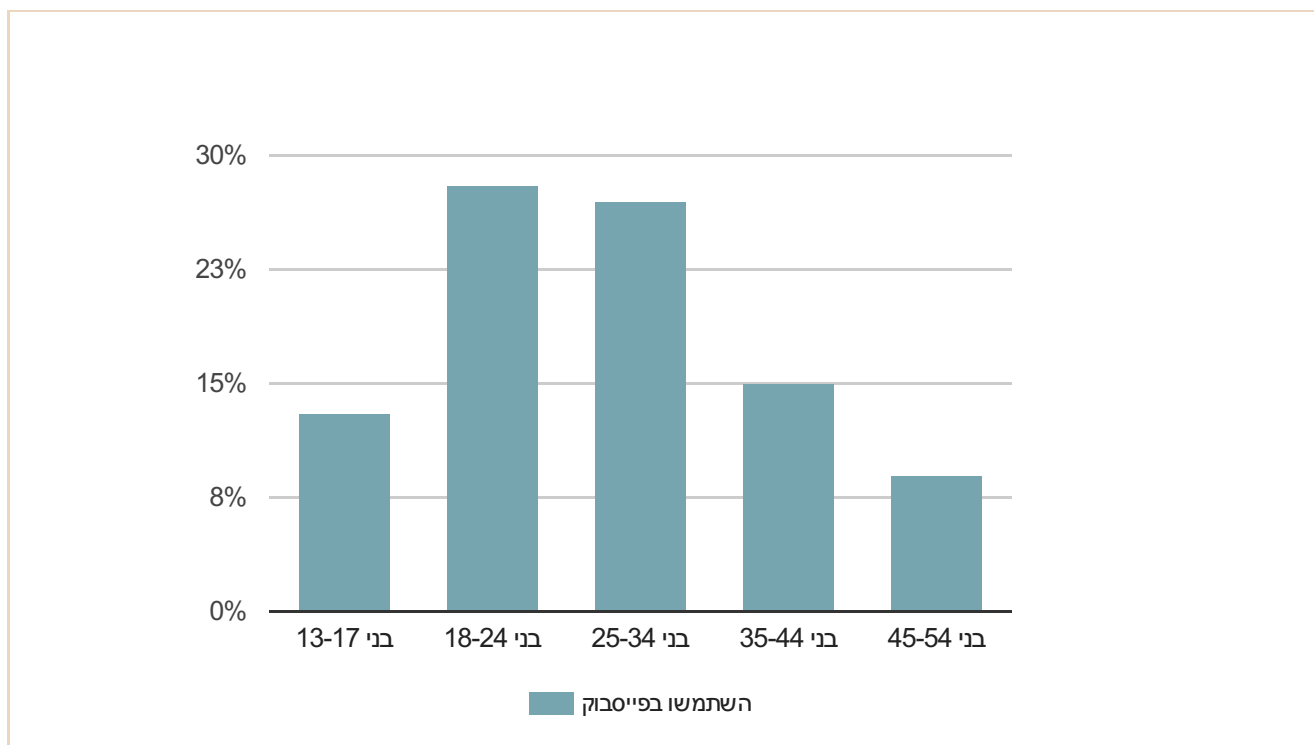
ערכוב העולמות

מה שאולי הכי מרתיע את "הזקנים" הוא ערכוב העולמות. הרשת החברתית הדיגיטלית יוצרת תהליך חברתי מעניין ובעל משמעות הרת גורל: היא פותחת מעגלים חברתיים ומרפפת גבולות ומחסומים מסורתיים. פתאום מעגל העבודה והמקצוע מתערבב עם מעגל המשפחה, החברים, תרבות הפנאי ועוד. ל-Yניקים התהליך הזה טבעי יותר מאשר לדורות המבוגרים.

תגובה בפייסבוק של בייבי-בומר: "הסיבה העיקרית ש'זקנים' כמוני וכמו מתושלח מעדיפים חברים אמיתיים היא שיש לנו כאלה. הדור שגדל עם ICQ ועם פיפא 2000, לא יודע איך ההרגשה להזיע בשמש על מגרש הכדורגל, ולא יודע איך ההרגשה של הדיגרוג באוזן כשחבר לוחש לך בסוד ש'מירי רוצה להיפגש אתך ליד הברזיה אחרי הלימודים'. בקשר ישיר אתה פולט הרבה פעמים מילים שאחר כך צריך להחליק. אי-אפשר לקרוא לפני שלוחצים 'send'. בקשר ישיר יש מנעד של טונים ושפת גוף שאין בעולם הוירטואלי. בקשר ישיר אי-אפשר להגיד 'ביוש' ולנתק... צריך להיפרד. זה לוקח זמן...."

עם זאת, בשנים האחרונות חלה עלייה עקבית ומשמעותית בגיל המשתמשים ברשת החברתית, עד כדי כך שהדבר הביא (בעיקר בארצות-הברית ופחות בישראל) לגל של עזיבת הרשת של צעירים (בשל התחושה שהפייסבוק כבר "זקן")¹¹¹ לטובת זרועותיהן הפתוחות של טוויטר, אינסטגרם או טמבלר.

היקף הפעילות של ישראלים בפייסבוק



מקור: מן, רפי, לב-און, אזי. אפריל 2014. דוח שנתי: התקשורת בישראל 2013 - סדרי יום, שימושים ומגמות. המכון לחקר מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה בשיתוף יפעת מחקרי מדיה וקנטאר מדיה מחקרי TGI, בית הספר לתקשורת, אוניברסיטת אריאל בשומרון.

נתונים: אינם מבוססים על סקרים והערכות, אלא על חשיפת הנהלת פייסבוק במאי 2013. הערה: הנתונים מתייחסים לתקופה שבין ה-20 לאפריל ל-20 במאי. בתאריכים אלו גלשו בפייסבוק כ-4 מיליון משתמשים ישראלים, 2.4 מיליון מהם נכנסו לרשת מדי יום.

השינויים שמחוללת הרשת החברתית

מי שסבור שהפייסבוק היא רק טרנד, שיגעון זמני, או צעצוע תקשורתי חדש, טועה בגדול. פייסבוק, כמו גוגל, ג'ימייל, יו-טיוב, ויקיפדיה או פיקסה, היא הרבה יותר משירות אינטרנטי, רשת קשר או במת שיח. כשם שהתפתחויות בתחום הספרות, העיתונות-המודפסת, הרדיו והטלוויזיה שינו את המין האנושי, גם התפתחויות שמתרחשות בתחום האינטרנט מטביעות חותם עמוק על סוג הקשר בין בני אדם וטיבו, ומשנות דפוסים ומוסכמות עתיקים.¹¹² להלן נסקור כמה מהשינויים שהרשת החברתית יצרה, שהשפיעו באופן משמעותי בעיקר על צרכניה הצעירים:

החברות אינה כבולה למקום

פייסבוק ממלאת צורך אנושי אוניברסאלי: הצורך להתאגד, לייצר קבוצה ולייצר שיח שוטף בין חברים. בזכות הרשת הצורך נעשה פחות כבול למקום ולזמן ספציפי. הפייסבוק ושאר הרשתות החברתיות הפכו את רשת הקשרים בין בני אדם לתופעה גלובאלית, שמשנה את כל דפוסי הקשרים בחברה האנושית. מטבע הדברים אצל הצעירים זה קורה מהר יותר וסוחף יותר.

הפייסבוק גם מפשטת תהליכים של היכרות חדשות. בחיים שמחוץ לרשת, כדי להצטרף לרשת חברים אתה צריך לבקש רשות ולעשות היכרות עם כל אחד מחברי הקבוצה. בפייסבוק במקרים רבים אתה פשוט מצטרף לקבוצת השיח. גם בדיקות ההתאמה הבינאישית פשוטות יותר בבמה הזאת, כי אפשר להציץ בפרופיל, ב-Wall וכמובן גם

ברשימת החברים - בבחינת "הגד לי מי חברך ואומר לך מי אתה" (ובלבד שאתה לא איזה סלב שמחזיק רשימת חברים רק בשביל הדאווין).

אגב, פייסבוק מגבילה אותך ל-5000 חברים, וכך דואגת בעקיפין שלא תיהפך ל"חמדן חברויות" ולא תנפנף בהן שלא לצורך. זו אחת הרגולציות הראשונות ברשת האינטרנט והיא מבשרת תהליך מעניין וחשוב של היווצרות אומת אינטרנט גלובלית, שפועלת על פי חוקים מוגדרים ומוסכמים.

חברות על פס צר

בראשית דרכן של הרשתות החברתיות נשמעו קולות שטענו שהחברות הוירטואלית באה על חשבון החברות הממשית (פנים אל פנים), והיו אף שהרחיקו לכת וטענו שהרשת החברתית פוגעת באתוס החברות האמיתית, היינו מה שווירטואלי הוא לא רק פחות יציב ואמין אלא גם שטחי. בפועל החברות ברשתות אינה סותרת את החברות הפיזית, אלא מתקיימת במקביל - חלק מהזמן באינטרנט וחלק פנים אל פנים. למעשה נוצר מנעד רחב יותר של קשרים חברתיים שמפגשי הפנים אל פנים הוא רק אחד מהם או חלק מהם. החברות בפייסבוק מאפשרת לנו פס נוסף של קשרים אישיים ולא אישיים. יתרה מזאת, הפייסבוק מאפשרת לנו לנהל קשרים עם חברים מדרגות ומסוגי-קשר מגוונים - כל חבר וקבוצת השיח הספציפית שלו. מבחינה זו רשת חברתית היא קצת כמו ספר טלפונים משוכלל, המחולק להרבה מדורים.

צעיר בן 32: "אני שומר על קשר (עם חברים) ביום יום בעיקר בפייסבוק, בסופי שבוע בערך פעם בשבועיים מדברים בטלפון, לפעמים אפילו שיחות ארוכות. מפגש פיזי פעם בכמה חודשים."

צעיר בן 25: "שומר על קשר עם חברים בפייסבוק, אסמסים, אפליקציית ווטסאפ, שיחות בטלפון, מיילים, נפגשים. כל מה שאלקטרוני - כמעט על בסיס יומי, מבחינת פגישות שזה יותר קשה - פעם בשבוע לפחות."

אחד הדברים הכי מרתקים וחשובים בשיח הפייסבוקי - שהוא מתבצע גם בין אנשים שלא מכירים זה את זה.

פוסט בפייסבוק על פייסבוק: "אני כותב משהו, חבר מגיב, חבר שלו מגיב (את החבר הזה אני לא מכיר), ואז אני מגיב. כך פתאום יצרתי שיחה עם בנאדם שאני לא מכיר, וכשאני אראה אותו פנים מול פנים לא יהיה לי את הקטע של 'נעים מאד אני ארז' אלא אני פשוט אוכל להגיד לו שלום. גם אם ספציפית זה לא תמיד קורה אז כשאציג את עצמי שנינו נדע שאנחנו כבר מכירים. זה מאפשר לבנים ובנות להתחיל אחד עם השני בצורה הרבה יותר קלילה ולא מפחידה. הרי אני הגבתי לידידה שלי, זה שעוד שתי חברות שלה גם הגיבו לה לא אומר שהתחלתי איתן, אך עדיין נוצרה האפשרות לדבר בלי המחסום של 'להתחיל עם מישהי'."

למעשה, רשת הפייסבוק מאפשרת לנו לקיים קשרי ידידות או ידידות חלקית עם אינספור אנשים מבלי להכיר אותם ולשוחח איתם על דברים שלא מעניינים אותנו. זה משחרר מדאגות, מפחית נקיפות מצפון, ובוודאי חוסך זמן יקר של "תיחזוק הקשר". לנו הישראלים זה ממש תפור, כי הרבה לפני עידן הפייסבוק נהגנו לפצוח בשיחות אינטימיות עם אנשים לא מוכרים ולתקשר עם זרים ללא עכבות.

צעיר בן 28: "הפייסבוק מאפשר לנו לשמור על קשר עם חברים בלי להתאמץ. אני כותב להם הודעה פעם בכמה זמן, הם עונים, וה'תיחזוק' נשמר. הרי לא הייתי מרים את הטלפון ומתקשר כי אין לי זמן לדבר עכשיו."

האדם הוא יצור חברתי השואף להימצא בקשר מתמיד עם סביבתו ולשתף אחרים בחוויותיו. הרשת החברתית הדיגיטלית מסייעת לו להגשים את הדחף הזה יותר מאי פעם. היכולת להתעדכן באופן רציף אודות מה עובר על הזולת בחיי היומיום, ולשתף את האחר¹¹³ בחוויות, בשמחות וביגונות יוצרת איזו שותפות חיים מסוג חדש, לעיתים סביב עניין משותף, כמו אהדה לקבוצת כדורגל או תמיכה ביוזמה חברתית.

יש שיאמרו שהדפוס הזה מחנך לקשרים שטחיים, לא מחייבים ובעליל גם מאד תועלתניים ואגואיסטים. הוא מייצר דור שגם כך לא סופר את הזולת ממטר ומחליף חברים ואהבות כמו גרביים. יש בזה משהו. אפילו קשר רומנטי נעשה לאחרונה לקשר עד "הודעה חדשה" - תרתי משמע. מצד שני, אולי עדיף הרבה חברים "חד-פעמיים" מאשר להיות בודד ומנותק מהעולם. יש לסייג כי קיימות לא מעט עדויות על תחושות ביודד וניכור המתלוות לשימוש בפייסבוק. בסופו של יום ה"חברות" שהרשת מציעה היא וירטואלית, על כל המשתמע מכך. סטטוס מפרגן בפייסבוק או שליחת המילה "חיבוק" אינם תחליף מלא לחיבוק האמיתי ולתמיכה חברית מעשית בשעה קשה (שלו רוב גם תובעת קורבן). יתר על כן, היד הקלה על ההדק שבאמצעותה אפשר להעליב אדם או להדיר אותו מהחבורה הופכת את הרשת החברתית לעתים גם לכלי אנטי חברתי. הצפייה האינסופית של גולשים בתמונות של חבריהם (שבהן הם תמיד נראים מאושרים) יוצרת תחושה של "הדשא של השכן תמיד ירוק יותר", כלומר שהחיים של החברים טובים יותר משלך. לא אחת זה יוצר תסכול וקנאה.

הצפייה בתמונת של חברים (באירועים שבהם לא השתתפת) עלולה גם להעביר את המסר שאינך חלק מהאירוע המצולם, לא הוזמנת, לא השתתפת, ובמילים אחרות: אתה לא חלק מהקבוצה.

מנעד רחב של סוגי חברים

רשת הפייסבוק יצרה מצב שהצעירים, שהם משתמשיה הכבדים, כבר אינם כבולים ל"חבורה שכזאת" אחת של חברים, כפי שהיה מקובל בתרבות תנועות הנוער. למעשה, נוצרה רשת מסועפת של קשרים עם מספר רחב של אנשים, שנחלשת ומתחזקת לסירוגין, בהתאם לצרכים ובהתאם לסיטואציה. הפייסבוק היא סוג של מוניטור שמאפשר תמרון מאוד גמיש בתוך הקשרים. כך למשל, קשר רדום עם חבר/ה מהצבא יכול להתעורר בבת אחת בגלל מפגש אקראי או צורך אד-הוק. זה עולם תוסס של חברויות שלמעשה המילה "חבר" לא ממצה את מנעד היחסים.

אנשים שאינם מכירים היטב את המדיום האלקטרוני נוטים לכלכל בין המושג "חבר" בפייסבוק לבין המושג "חבר" בעברית הישנה. יש שאפילו מלינים על כך שפייסבוק מקלקלת את מושג החברות. זו כמובן תפיסה מאד שמרנית ואנכרוניסטית של האינטרנט. הפייסבוק, כמו כלי תקשורת אחרים, רק מגדיל את מנעד האפשרויות לקשר. כשם ששליחת SMS אינה מחליפה שיחת טלפון, אלא מאפשרת חליפין תקשורת מסוג נוסף (החלפת מסרים קצרים, ללא צורך "לשוחח"), כך השימוש בפייסבוק מאפשר תקשורת מסוג חדש.

כתבה בוואלה: "חברים" בניגוד למשמעות המושג הזה בחיים האמיתיים, החבר הפייסבוקים הוא כינוי לכל דביל שעשית לו קונפירם בהיסח הדעת. מזל טוב, מעכשיו הוא עלוקה על המוח שלך.¹¹⁴

ב-1973 טבע הסוציולוג הידוע מארק גרנובטר¹¹⁵ את המונח "עוצמתם של קשרים חלשים". דווקא אנשים שהיכרות עמם שטחית ושאינן איתם בסיס חברי עזי יכולים לתת נקודת מבט חדשה על בעיה ולפתוח דלתות רחוקות. חברים רחוקים כאלה גם משוחררים מדעות קדומות ומרגשות קנאה ותחרותיות, שמאפיינים לעתים חברים קרובים.

ד"ר מג ג'יי (42), פסיכולוגית מאוניברסיטת וירג'יניה, לכלכליסט: "אחת הצרות של בני ה-20 היא ההיצמדות לאנשים שעמדותיהם דומות לשלהם. זה מגביל את מעגל ההיכרויות ואת רוחב המחשבה, ואפילו את הדרך שבה אנחנו מדברים. חברים טובים לכיוליים, עזרה וככתף לבכות עליה. אבל בני 20 ומשהו שמבינים עניין מסתכלים מעבר לכתף של החברים, ומחפשים גם אנשים שיכולים לקדם אותם. מי שנשאר רק במעגל חבריו הקרובים, סופו שהם יתקדמו והוא יישאר מאחור."¹¹⁶

פרגון אינטרנטי

הישראלים אינם ידועים כמומחים בפרגון הדדי. אפילו מילה ראויה בעברית לא מצאנו לפעולה המבורכת הזאת. ה"סחתיין" שאימצנו מהשפה הערבית, ושבו אנו משתמשים היום די במשורה, הוא לא בדיוק המקבילה הישראלית לביטוי האמריקאי Good for You. בביקורת ושמחה לאיד, לעומת זאת, אנחנו מלכי המלכים.

אין ספק שלפרגון יש ערך פסיכולוגי חשוב הן ברמה האישית והן החברתית. האדם זקוק מעצם טבעו למוטבים חיוביים. הפייסבוק גם מאפשרת זאת וגם מחזקת את הנורמה לפרגן. מבחינה זו, הפייסבוק היא כלי חינוכי חשוב, שכן האווירה הכללית בחלל הזה היא חיובית. זה מעורר אופטימיות בכל הנוגע לריכוך החספוס והציניות הישראליים המוכרים.

עכשיו הישראלים החלו לשמוח גם בשמחתו של הזולת, והם מברכים כמעט באותה עוצמה שבה הם מקללים. זה התחיל בסיחובוקים ולייקים תמציתיים, והתנפח עם הזמן לנישוקים, חיבוקים עזים ובעיקר דברי חיבה מתקתקים. כולם הפכו לנופת צופצופים, עפים על פרגונים, משתפכים, מברכים ונמרחים. "אוהב אותך נשמה", "מהממת, את אחת ויחידה", "תודה אחי, אתה גדול מהחיים".

יחד עם זאת, הטרנספורמציה תיקח עוד זמן. האגרסיביות הישראלית מגיעה גם לפייסבוק, לעיתים בדרך עקיפה, כמו למשל בסגנון הבא (ציטוט): "געגעתי אלייך יא זבלללללללללל מלא זמן לא ראיתי אותך מה צריך שמשו ימות כדי שנראה אחת את השנייה".

אין ספק שהאיקון like מסמל יותר מכל כפתור אחר את אקלים הפרגון של הפייסבוק. הוא שולח מסר קצר וענייני של אהדה והזדהות. אם הסמיילי של הדואר האלקטרוני וה-SMS היה סימן מוסכם חביב, שמסמן בעיקר סיום שיח, בפייסבוק ה-Like מבטא עולם תרבותי שלם. איננו יודעים אם הביטויים הישראליים החדשים "אהבתי" ו"ברכות" אכן מתרגמים בדיוק את ה-Like אבל הם בוודאי מתכתבים איתו ומעידים על השפעתו.

מספר הלייקים לסטאטוס מהווה מדד לרייטינג של פרסומיו של בעל הדף, והדבר יוצר תחושת ריגוש ומשחק שיש בה אלמנט ממכר.¹¹⁷ נוצרת גם תרבות חילופין. אם אני נתתי לייק לסטאטוס שלך אני מצפה שאתה בתמורה תחזיר לי לייק לסטאטוס שלי.

העיתונאי רוגל אלפר בדה הפייסבוק שלו: "מנגנון הלייקים הוא פרדוקסלי. לכאורה הוא נורא חיובי, רק מפרגן ומחזק ומעודד. אין אופציה למוטב שלילי על פוסט. אין Dislike אבל זה מנגנון שמייצר רייטינג. היררכיה של פופולריות של פוסטים, כי הוא השוואתי. קשה לא לעסוק בהשוואת מספר הלייקים לפוסט שלך למספר הלייקים של פוסטים אחרים בפיד. זה טבע אנושי.

וכי המניע העיקרי לכתובת הפוסט הוא קבלת כמה שיותר לייקים. זה מה שמאוד מטעה ואפילו מפלצתי במנגנון הלייקים. הלייקים אינם התוצאה של כתיבת הפוסט. להיפך: הם הסיבה היחידה לכתבתו. שהרי אחרת היה האדם כותב לעצמו ושולח לחבריו במייל, אם רצונו בכך. המניע לכתובת פוסטים בפייס הוא קבלת לייקים. והלייקים קובעים, פשוטו כמשמעו, כמה פוסט שווה, מה הערך שלו. אין לפוסט בפייס שום ערך שחיצוני למנגנון הלייקים, במנותק ממנו.

וכאן מתרחש הדבר הבאמת מסוכן במנגנון הלייקים: כמה לייקים זה מספיק? התשובה היא: תמיד רוצים עוד לייקים. לא משנה אם קיבלתם 12 או 120. תמיד רוצים עוד. מנגנון הלייקים מותיר את כותב הפוסט בתחושת חסך מתמדת, כרונית. הוא מרגיש שהוא חייב עוד - כי בהשוואה לכמות הלייקים שאפשר לקבל (אלפים), כל כמות שמקבלים בפועל נראית זעומה. זה מנגנון תחרותי - גם מול פוסטים אחרים וגם מול נקודת ההתייחסות של מספר הלייקים האפשריים.

יתרה מזאת, לפני שהיה פייסבוק, התוכן של המון פוסטים לא היה מהסוג שאנשים חשו צורך לשתף בו את העולם. הם לגמרי הסתפקו בלשתף את קומץ האנשים הקרובים אליהם. כעת הם חשים צורך, דחף של ממש, בלתי נשלט כמעט, לשתף בפייסבוק באמצעות העלאת פוסט. כי התוכן איבד את ערכו בפני עצמו. התוכן (חוויה, התנסות, אירוע, תובנה וכו') הוא רק אמצעי לקבלת לייקים. אם הוא לא היה רק אמצעי לקבלת לייקים, לא היה שום צורך, הרי, להעלות אותו כפוסט בפייס. זה אפילו היה חסר הגיון, סוג של טירחה מיותרת, להעלות אותו בפייס.¹¹⁸

חוקי הפייסבוק בעצם מתרגמים את חוקי התקשורת האמריקניים והאירופאים לאמור: מחמאות נותנים בפרהסיה, ביקורת בפרטיות. משוב שלילי פומבי נחשב לא מנומס ואפילו פוגעני.

צעירה בת 29: "כשלמדתי בארה"ב נדהמתי מהעובדה שהמרצים כולם נתנו רק משובים חיוביים לסטודנטים. גם כאשר זה ממש לא הגיע. אפילו במקרים שהסטודנטים היו ממש גרועים. בהתחלה זה נראה לי נחמד, אחרי כל הציניות הישראלית. אבל עם הזמן, זה נראה לי ממש מוגזם והעמדת פנים. בסוף זה גם לא יעיל כי המחמאה לא נראית אמינה והסטודנטים לא מנסים להשתפר. זה למעשה מעורר לשטחיות."

הרשת החברתית גם יוצרת מקדם הדבקה גבוה. כאשר רבים מפרגנים, זה משפיע לטובה גם על קמפני הברכות. זמינות ושיתופיות השיח ברשת מאפשרות לפזר מחמאות בנדיבות, ומעודדות את כולם להצטרף למקהלה.

הצעירים התרגלו למחמאות ויש הטוענים שאף נעשו מכורים להן, כמי שנעשה מכור לדברי מתיקה. באופן כללי ה-Yניקים נוטים לייצר אווירה ידידותית לסביבה (להיות "חיוביים") ומדחיקים את השלילה. לכן הם גם מרבים לברך זה את זה ב"יום קסום", "יום נפלא" וכדומה, וכן להגזים במחמאות: "מדהימהההההה", "איזה יפה!!!", "יוווווו איזו הורסת", "איזה מאממת", "יפה לך", "חולה עלייך", "תיסלם אח שלי", "אין דברים כאלה" ועוד ועוד. "בפרגון הפזרני" יש יופי רב, אף שבמקרים רבים מקורו בעדריות, שטחיות, צביעות וסגידה לקליפה. במידה מסוימת הוא גם סוג של התהדרות עצמית - "ראו כמה טוב לב אני".

יש לציין כי רשת הפייסבוק מעודדת בעיקר פרסום של דברים חיוביים. מעט מפרסמים דברים שליליים כמו "אני עצוב", "נכשלת" או כל דבר אחר שהוא לא "סבבה". מסיבה זו הפוסטים שאנשים מפרסמים הם בדרך כלל כאלה ש"מזמינים" פרגון.

צעירה בת 30: "אנחנו משתפים המון בדברים הטובים והיפים שקורים לנו. תמונות של טיולים, ארוחות, מסיבות. אנחנו תמיד מצפים לפרגון. אנחנו מפרסמים דברים שאנחנו רוצים לחלוק עם אחרים. כי הם נגעו בנו או כי חוינו משהו מיוחד בעצמנו. אין כאן מקום לביקורת. אנשים לא נוטים לקלקל לנו. רק פרגון. למה לא?"

הכול פתוח

רשת הפייסבוק היא במה ומנגנון ענקי של משיכת תשומת לב הדדית, בין השאר, ובעצם בעיקר, משום שהיא מאפשרת התערטלות רגשית ווידויים פומביים בסדר גודל חסר תקדים. במידה מסוימת הפרסומים בפייסבוק דומים לתוכניות הריאליטי, ומחזקים את הפסיכולוגים התקשורתי שהפך לפסיכוזזה המונית. למעשה, כמעט בלי ששמנו לב, חיינו האישיים הופכים לנכס ציבורי, והאינטימיות מופקרת בראש חוצות בהסכמתנו המלאה.

כאמור, לצעירים יש פחות עכבות ולכן ההשתלבות שלהם בסביבה הזאת מהירה וקלה יותר. הם נוטים לעודד זה את זה לשתף במועקות ובדברים אינטימיים, ומקפידים על נתינת כתף (לרוב מילולית בלבד) והזדהות. הם מעריכים פתיחות וכנות ומגלים אמפטיה לאדם שנפתח מולם וחושף את חולשותיו ומועקותיו.¹¹⁹

להלן דוגמא של בחורה שפרסמה סטאטוס חושפני על אירוע טראומטי שחוותה בילדותה (חבר היכה אותה). חבריה מגיבים באמפטיה ויוצרים מעין קבוצת תמיכה דיגיטלית:

חברה: זוועה. אולי אפשר "לתרץ" את זה שבגיל 19 את/אני/אנחנו לא ידענו כלום מהחיים שלנו.
 חבר: את אמיצה מאוד בעיני. רק מעצם כך שאת אומרת זאת עכשיו.
 חברה: לעשות לייק לכוה סטטוס מהגיש קצת הזוי, אבל אין בעצם דרך אחרת להעביר הזדהות. יש אירועים בחיים שכמה שהם קשים נועדו לבחון אותנו. כנראה שלמרות שהיית נערה בת 19 היו לך כוחות ויכולות שלהרבה נשים אין. סוג של פוסט טראומה... לייק !!!
 חברה: אויב יקרה. ליבי איתך a
 חברה: תודה שחלקת. חשוב לראות שאפשר לשלף את הדברים האלה אחרי שנים כבודעם ולאוויר ולקבל את כל האהבה והתמיכה וההכרה שמה שנעשה שם לא היה תקין. וגם: שאפו, על היכולת להקשיב לעצמך ולדעת שמהו לא בסדר וללכת. זה בכלל לא מובן מאליו, לא בגיל ההוא ולא בזמן ההוא. בכלל, ניחנת בעמוד שדרה מפלדה, את. תודה שאת כאן להשמיע את הקול הזה.
 חברה: סטטוס כל כך אמיץ. וכנות מרגשת. תודה!
 חברה: בא לי רק לצאת לרגע מהווירטואליה ולחבק אותך.
 חבר: אמיץ מצדך לזכור, ולשתף, ולנסות להבין.
 חברה: מסוג הדברים שנשארים גם אחרי שהזמן עובר... תודה ששיתפת.
 חברה: אמיצה את שעזבת. כולנו רוצות לחשוב שזה מה שהיינו עושות במקרה כזה ובכל זאת כל כך הרבה נשים נפלאות נשארות. בכלל לא מובן מאליו שהצלחת לקום וללכת בהיותך בת 19, כשהבית שלו הוא הבית שלך. תודה ששיתפת.
 חבר: עצוב. זה מקל קצת, לחלוק את זה איתנו? ואת אמיצה וחזקה מאוד.
 חברה: יקירתי, את היית מספיק חזקה ללכת, מקווה שבעקבות השיתוף שלך יהיו עוד כמה שיסמנו את הקו האדום שלהן ויחליטו לכבוד השנה החדשה שלאף אחד אין זכות להשפיל, להכאיב או לרמוס את האחר. תודה על הכנות.

תרבות הניו-אייג', המעורדת "לפתוח" ו"לשחרר", ממריצה מכיוון נוסף את הצעירים להתערטל מבחינה רגשית בפומבי. במקרים רבים החשיפה הזו יכולה להותיר את השומע והקורא פעור פה.

בחור צעיר, "יועץ ומלווה אישי באמצעות סדנאות וקבוצות": "יש משהו חדש בתוכי, שהולך ומתהווה ומתבהר לי ככל שאני מתמיד בדרך האישית שלי, ואני רוצה לשתף אותכם בו [...] מה שאני חווה הוא שממפגש למפגש האושר שאני מפיק מזה נהיה יותר ויותר עמוק ושקט[...] זה כאילו שזה הולך ונרגע, או שבעצם אני הולך ונרגע אל תוך האמת שלי, האמת שאני[...] הדבר המדהים הוא שאני באמת מתחיל להרגיש שאני, בדיוק בדיוק כמו שאני, זה מספיק[...] הגיע הזמן להביא את עצמי לחלוטין, ככה, כמו שאני, ולדעת ולסמוך שיש שם משהו מדהים בפנים ושהוא יצא בדיוק ברגע הנכון אם רק אתן לו מקום, אם רק אבטח[...]".
 ומה אני הכי הכי מפחד בעולם להרגיש? ממה ברחתי כל חיי? מן התחושה שאני אפס, שאני כלומניק, עלוב, לא שווה, מיותר וחסר ערך לחלוטין. [...] אבל הסכמתי.. בסופו של דבר, אחרי שנים רבות כל כך, הסכמתי לפתוח את הדלת שהייתה סגורה רוב חיי... [...] הסכמתי להתמסר ללב[...] כי בסופו של דבר, זוהי ההתמסרות היחידה - אני קורא לה "להקשיב ללב".

חברה מגיבה: "XXX היקר, נגעת לליבי. איך אפשר שלא לאהוב אותך? אתה הרי כזה מקסים וכזה אמיץ! אתה מהווה דוגמא נפלאה לכל אותם גברים שלא מחוברים לרגשותיהם והלואי ותעזור להם להפתח להתחבר ללב שלהם. הגברים הישראליים זקוקים לזה מאוד. אני מאוד מעריכה את הפתיחות והכנות בכתיבה שלך."

דור ה-Y גדל על ברכי תרבות חשיפת הנפש, ולכן הם גלויים זה לזה גם כחבורה. הצעירים אינם חוששים "לפתוח" עניינים שבעבר איש לא היה מעז להעלות בפומבי, מתוך ידיעה שחברים יתייחסו לכך בכבוד. את תופעת שיתוף הרגשות אפשר לייחס מצד אחד להשפעת הפסיכולוגיה, התקשורת, והחינוך ההומני שעל ברכיו גדלו, ומצד שני לחוסר הביטחון ולחוסר הבגרות הטבעיים בהם ולהזדקקותם המתמדת לקבוצת תמיכה בכל נושא.

לשיתוף האינטימי בחוויות האישיות בפייסבוק יש רובד נוסף. לא מדובר רק בדיווח בדעיבר על החוויה ועל התחושות שנלוו לה, אלא בהפיכת החברים בפייסבוק לשותפים מלאים ופעילים לחוויה עצמה בזמן אמת. כך למשל, רבים מפרסמים על הקיר של עצמם פוסטים שהם בעצם מכתבי אהבה לבני או בנות זוגם. הם מנוסחים בגוף שני (כלומר מופנים אל בן או בת הזוג) אבל מיועדים מראש גם לעיני החברים. במקרים רבים גם תוכן הפוסט מכיל פרטים אינטימיים שמקובל לחלוק רק בין שני בני הזוג. באמצעות הפרסום הם הופכים את החברים למעין צופים בשידור ישיר - ובכך קרובים לסיטואציה האינטימית או לעולמו הפנימי של החבר.

דוגמא: "ממישלי. היום לפני עשור בדיוק עמדנו מתחת לחופה. לקחת את ידי בידך ואמרת לי שאתה רוצה אותי לתמיד. מאז, הספקנו להביא לעולם את [שמות שני הילדים], היהלומים שלנו, תמצית האושר שלנו. חווינו יחד מליוני חוויות, קפצנו יחד יחפים ממטוס בקובה (כן, אני יודעת שרצית לרצוח אותי על זה), ראינו עולם, צברנו חברים משותפים וגם ידענו ליהנות מהתא המשפחתי החדש שנוצר. עולם ומלואו. גם בתקופות הפחות 'סקסיות', אני גאה לומר שתמיד ידענו שנצלה אותן יחד, מתוך ידיעה ברורה שיש משהו שיצרנו והוא הרבה יותר גדול מאיתנו, שהוא רק שלנו, והוא שומר עלינו יחד. מאחלת לנו להמשיך לדבוק בהנאות החיים, כי רכאק החיים שבירים, לגדל את ילדינו מתוך ערכי אהבה וצניעות ולתת להם את נקודת הפתיחה הכי אופטימלית שאפשר לחיים, ובעיקר, רוצה להזדקן איתך (נשתדל להסתנכרן עם הזמנים...)

אוהבת אותך המון."

עצות לכל דורש

בעבר, כדי להתחבר אל העולם הגדול, נדרשת לפתוח את הרדיו והטלוויזיה ולהתיישב מולם. היום, כולם מקוונים. הישראלים סקרנים מטבעם, ואוהבים לעדכן זה את זה ולהחליף עצות וטיפים. לכן אין פלא שהם התאהבו בפייסבוק. מספיק לכתוב שאתה מחפש שותפים לדירה או סיכומי הרצאות וכבר יצוצו כמה חברים שיסייעו לך.

תרמילאית צעירה: "כשהייתי תקועה בצ'ילה עם שותפה שעלתה לי על העצבים, ראיתי דרך הפייסבוק שבחורה מהשכבה שלי שלא הייתה חברה טובה שלי נמצאת בדיוק באותו מקום. שלחתי לה הודעה וזה הציל אותי. קבעתי איתה פגישה והתחברנו להמשך הטיול."

הבדלים מגדריים

קיימת טענה שקיימים הבדלים מגדריים באופן השימוש ברשתות חברתיות. הדבר דומה מאוד למה שנמצא בעבר בדפוסי השיח פנים אל פנים. עבור הנשים השיחה עצמה היא המטרה, כלומר האינטרקציה החברתית, השיתוף והתמיכה (bonding) ואילו אצל הגברים לשיחה יש תפקיד פונקציונאלי, כלומר לפתור בעיה ולאשרר מעמד. הגברים גם אוהבים להשתתף בפולמוס שיש בו מימד תחרותי של "מי צודק".¹²⁰

המחקר מראה שהדבר מתבטא גם בשיח המתקיים ברשתות החברתיות.¹²¹ אבל להערכתנו ההבדלים המגדריים מצטמצמים עם הירידה בגיל. הצעירים היום (גם הבנים) נוטים יותר לחשוף חולשות, לשותף ברגשות, להתייעץ וכדו' - תכונות שבעבר נחשבו לנשיות. לכן, כנראה, יותר גולשים זכרים מ דור ה-Y דומים בדפוסי השיתוף שלהם לנשים, מאשר גולשים מבוגרים.

חברות שטחית

יש הגורסים כי הרשתות החברתיות אמנם הגדילו את מנעד האפשרויות לקשר והרחיבו את סוגי החברויות, אבל באופן בלתי נמנע הן מייצרות הרגל ליחסים לא משמעותיים.

הפסיכולוגית אורלי כץ: "אותם משחקי שכונה ומפגשים הקנו לנו, הילדים של פעם, יכולות וכישורים חברתיים של עבודת צוות, שיתוף פעולה, שפת גוף, כריזמה. ועכשיו, אם נחזור לימינו אנו, נגלה שהמצב שונה לחלוטין. רוב הסיכויים שהילד שלכם לא ממש נלהב להיפגש. בשביל מה, אם אפשר לנהל מפגש דרך הפייסבוק. ואם כבר בכל זאת קרה הנס ויש רצון לא לתקיים שום שיחת טלפון: הוא פשוט ישלח הודעת אס.אס.אס קצרצרה (הם הפכו לאלופי הקצרנות), גג שלוש מלים: נפגשים? מתאים לך? מזהים את ההבדל בין אז לבין היום? אז התנהלה שיחה, הייתה הקשבה, היה קשר, הבעת רגשות, שפת גוף ובקיצור, תקשורת ישירה. ואילו היום זהו דור 'המסכים והאוזניות' והם גדלים לעולם שונה ממה שאנו הורגלנו אליו. כל מה שקשור בתרבות שיחה (ולא רק בהתכתבות דרך המסך), בשפת גוף (ולא רק שפת הגוף של האיפון), קשר עין, הבעות פנים, יכולת הקשבה (ולא רק באמצעות קריאה של טקסטים), חברות אמת (ולא רק על פי כמות החברים שיש לי בפייסבוק) - הם דברים בגדר 'עולם הולך ונעלם' עבורם."¹²²

בקבוצת הפייסבוק "חוכמת הפרפר" נכתב פוסט המתייחס, בין היתר, להבדלים בין החברויות של הצעירים

"כשהיינו ילדים, ישבנו ברכב לא חגורים, ולא היו כריות אוויר. היה כיף לטייל בטנדר ולשבת מאחור. [...] שתינו מים לרוויה מהברז בגינה, או איפה שרק מצאנו. לא היה לנו בקבוק מים מינרליים. בילינו שעות על גבי שעות בבניית מכונות מארגזים וצינורות, ולא בדיוק על פי התקן. לאחר כמה התנגשויות למדנו לפתור את הבעיות. עצרנו מול עץ או פשוט קפצנו על הארץ... לא הזעיקו שירותי רפואה דחופה אחרי כל נפילה... הרשו לנו לצאת לשחק בחוץ ובלבד שנחזור בזמן לארוחה... הלכנו לבית הספר כדי לעבוד וללמוד ולא כדי לפתח את הפוטנציאל היצירתי שלנו... כשלא עבדנו, המורה נתנה לנו עונש ולפעמים אפילו הרביצה. ההורים שלנו מעולם לא הגישו תלונה. ידענו שזה הגיע לנו. [...] התחלקנו בבקבוק קולה אחד בין 4 חברים (כשיכולנו, כי זה היה בקבוק זכוכית של ליטר)... כולנו שתינו מהפיה ואף אחד לא מת מזה. לא היה לנו פליי-סטישן, ולא MP3 לא נינטנדו, לא משחקי וידאו, לא הייתה טלוויזיה בכבלים, לא היו צורבים, ולא קולנוע ביתי, לא ניידים, לא צ'אטים, לא אינטרנט וכו'. לעומת זאת: היו לנו חברים אמיתיים. יצאנו, לקחנו את האופניים, או פשוט הלכנו ברגל לחברים. צלצלנו בפעמון, או סתם נכנסנו בלי לצלצל והלכנו לשחק... לא שלחנו אס אם אסים [...] חווינו את החופש, למדנו מההצלחות ומהכישלונות שלנו, לקחנו אחריות. ולמדנו להסתדר לבד."¹²³

חברות גמישה

דור ה-Y מתאפיין בסגנון חיים דינמי עם נייודות גבוהה. הדבר מקרין גם על צורת ההתחברות ביניהם, שנקמת ונפרמת במהירות ובקלות. לדוגמא, ניתן לראות אנשים המתחברים במקומות לימודים או עבודה, ומסיימים את הקשר החברי עם סיום הלימודים או עזיבתם את מקום העבודה.¹²⁴

למעשה הם כמעט לא מנתקים לחלוטין קשרים אלא מעבירים אותם ל"אש קטנה" או לפאזזה. זאת הן כדי לשמור לעצמם אופציה של הידוק היחסים, והן מתוך ידיעה שהעולם היום קטן ואי אפשר באמת להתנתק.

רשת הפייסבוק מאפשרת למצוא בקלות חברים ישנים מתקופות אחרות (בית ספר, צבא, לימודים וכדו') ולחדש איתם את הקשר. גם התחזוק של החברות הוא קל, ומחייב רק התייחסות (אפשר להסתפק בלייק או לכתוב מספר מילים) מדי פעם.

הפייסבוק הוא מעין "מגבר זרם" שמאפשר שליטה על ווליום היחסים. מצד אחד הוא מאפשר לחדש קשרים מתקופות קודמות (בית-ספר, צבא, לימודים וכדומה) ומצד שני הוא מאפשר לצמצם את הקשר באמצעות פונקציות "התעלם" (Ignore), "החבא" (Hide) ו"הסר מרשימת החברים" (Unfriend).

את תהליך האינפורנד מתארים במילון הפייסבוק המלא, שפורסם בוואלה לכבוד חגיגות העשור לפייסבוק: "בדרך כלל האינפורנד מתרחש כשהחבר מעיק, מציף את הפיד או סתם כבר לא רלוונטי, אבל הוא משמש גם ככלי לאיום או לאיבה הפגנתית. דוגמא: 'הבא שחופר פה על הסרט 'Her' חוטף ממני אנפרנד לפנים'. מומלץ לערוך אינפורנד כללי לחברים לפחות פעם בשנה."¹²⁵

צעירה בת 28: "מעולם לא ניתקתי יחסים בפייסבוק - זה אקט קיצוני. זה אומר אין תקווה, אין עתיד. כל זמן שאתה עדיין חבר בפייסבוק נמשיך ביחסים. למרות שאמרתי לך לא להתקשר, לא לבוא, לא ליצור קשר."

מחקרים באוניברסיטת קולורדו שבדנוור מצאו שהאנשים שהסבירות לביטול חברות הפייסבוק איתם היא הגבוהה ביותר הם מכרים מבית הספר התיכון בשל פוסטים מעוררי מחלוקת בנושאים, כמו דת או פוליטיקה או שפשוט כיוון שהפוסטים לא מעניינים. אחרים הם חברים של חברים או חברים לעבודה. התגובה הרגשית שעליה דיווחו הנשאלים שעשו להם "אנפרנד" היתה הפתעה, לחלקם זה הפריע בעוד שאחרים שועשעו מכך.¹²⁶

סטאטוס של צעירה בפייסבוק: "בשבועות האחרונים, כשהקיר שלי הפך להיות יותר פוליטי, אינפרדרו אותי כעשרה חברי פייסבוק. לא נורא. היום שמתי לב, שאינפרדר אותי אחד מחבריי הראשונים בפייסבוק, אדם שדווקא הערכתי וחיבבתי, אפילו נפגשנו פעם. האכזבה שלי היא לא רק מזה שהוא לא חבר פייסבוק שלי יותר ולא אקרא את הפוסטים שלו, שדווקא מאוד נהניתי מהם. האכזבה הגדולה שלי היא מזה שהוא התגלה כאדם קטן וקטנוני, חסר סובלנות וחסר סבלנות, למרות כל הרברים והאידיאולוגיות והרעות שהוא מצדד בהן וכותב עליהן כל כך יפה."

בהקשר זה כתב הרמן קוך - סופר, פובליציסט ואיש טלוויזיה הולנדי - מאמר משעשע בשם "חברים - איך נפטרים מהם". במאמר זה הוא מציג את ה"אנפרנד" של הפייסבוק כפעולה שלצערנו לא קיימת במערכות חברים בשר ודם:

"למה זה טוב בכלל, כל החברים האלה? זאת שאלה ששואלים מעט מדי. [...] זאת היתה יכולה להיות הקלה עצומה - פחות חברים. [...] חברים מתקשרים ומזמינים אותך לארוחה בשבוע הבא. אתה מדפדף ביומן המיוני ואומר שבשבוע הבא ובשבוע שאחריו היומן שלך מלא לגמרי; בסוף החודש אתה נוסע לשבועיים לאי הקנרי ההוא. 'ההכי קטן', אתה אומר כדי להישמע אמין. 'זה עם הכי הרבה פעילות וולקנית'. 'אנחנו צריכים להיפגש יותר', אומר אותו חבר ותיק מאוד שעוד הרבצת לו על הראש עם כף בארגז החול של הגן - אבל כנראה שלא מספיק חזק, אתה חושב עכשיו בצער." ¹²⁷

יש הטוענים כי העובדה שפייסבוק מקל להיפטר מחברים (אפשר להוציא אדם מהמעגל בקליק אחד) תורמת מן הסתם להיווצרות חברה אנוכית שמתבוננת על הכול, כולל על רגשות, כעל מוצרים לשימוש חד-פעמי.

מצד שני, דווקא המוסכמה הרווחת בקרב ה-Y ניקים גורסת שה"אינפרנד" הוא צעד תוקפני מדי - מעין הכרזת מלחמה מיותרת. כיוון שהיחסים ביניהם גמישים ושטחיים, וכיוון שהם נרתעים מעימות, הם נמנעים מלהסיר מהרשימה גם כאלה שעלו להם על העצבים.



מה נשמע בסלולרי



צעירים בישראל

עוז אלמוג

וואטסאפ היא אפליקציה (יישום) לטלפונים חכמים, המשמשת להעברת מסרי טקסט מידיים, תמונות, קטעי וידאו וקול. לאחרונה היא מאפשרת גם שיתוף מיקום. היישום תומך בכל פלטפורמות הסלולר ובשפות רבות, כולל בעברית. הוואטסאפ החלה כאפליקציה חביבה להודעות טקסט בחינם, ללא הגבלה (ולכן כונתה סמס על ספידים), אבל האפשרות להתכתבות בין קבוצות משתמשים היא זו שהפכה אותה לרשת החברתית החלופית הצומחת ביותר בעולם. פונקציית הקבוצות של וואטסאפ כובשת חברים, משפחות, כיתות, קורסים באקדמיה, קולגות לעבודה ועוד.

הוואטסאפ (WhatsApp) החלה כאפליקציה חביבה להודעות טקסט בחינם, ללא הגבלה (ולכן כונתה

אס-אם-אס על ספידים), אבל האפשרות להתכתבות בין קבוצות משתמשים היא שהפכה אותה בשנים האחרונות לרשת החברתית החלופית הצומחת ביותר בעולם. פונקציית הקבוצות של וואטסאפ כובשת חברים, משפחות, כיתות, קורסים באקדמיה, קולגות לעבודה ועוד.

האפליקציה דומה קצת לשיתוף ברשת חברתית, אך כאן אתה יודע בדיוק מי נחשף למסרים שאתה משתף, והסיכוי שהם ידלפו ויגיעו לעיניים הלא-נכונות נמוך כמו הסיכוי שמיל שנסלח לכמה מכותבים יהפוך לסטאטוס ויראלי. הוואטסאפ גם נקיה לחלוטין מפרסומות וקלה לתפעול.¹²⁸

בדומה לפייסבוק, הראשונים שאימצו את האפליקציה היו הצעירים. רבים העבירו חלקים מהפעילות מהרשת החברתית לוואטסאפ ורבים עוד יותר מחזיקים את שני הכלים במקביל. למעשה הם משלימים זה את זה. הוואטסאפ נועד יותר לעדכונים ולקשרים אישיים (וגם דיסקרטיים) לאורך שעות היממה והפייסבוק הופך יותר לכמה להבעת דעת פומבית והעברת אינפורמציה מורכבת יותר של טקסט ותמונות.

סטודנטית בת 23: "יותר נוח לי בוואטסאפ. גם לחברים שלי. זה מידי יותר. כייף. פעם הכל היה בפייסבוק אבל לאט לאט אנחנו עוברים יותר לוואטסאפ. עדיין משתמשים בפייס אבל פחות."

אין ספק שההתמכרות לקשר החברתי עלתה מדרגה עם הופעת הוואטסאפ משום שהסלולרי הוא מכשיר קטן שנישא בכיס. הקשר בוואטסאפ גם יותר אינטימי, משום שהוא מצריך לרוב היכרות מוקדמת (אם אינך יודע את מספר הטלפון של בן אדם, אתה לא יכול להתחבר אליו). הוואטסאפ נבנה מסביב לקבוצות קטנות וככל שהקבוצה מתרחבת, האפקטיביות יורדת.¹²⁹

האפליקציה מאפשרת גם לפצל את קבוצת החברים וההשתייכות למספר תתי קבוצות, כאשר כל אחת מתאפיינת בסוג קשר אחר: משפחה, חברים לעבודה, חברים לבילוי, חברים קרובים וכדומה. מספרן של קבוצות השיח יכול להגיע ל-10 ויותר (מקצתן קיימות זמן קצר) ואפשר לשער שקיים מתאם הפוך בין מספר הקבוצות לבין גיל

בגדול אפשר למיין את הקבוצות בוואטסאפ לקטגוריות הבאות: קבוצות אד הוקיות - לקראת מטרה מסוימת כמו מסיבת רווקות או נסיעה משותפת. זה מאפשר לקבוע דברים בין הרבה אנשים, שלא מכירים זה את זה, ללא צורך להתקשר לכולם; קבוצות פונקציונאליות, כמו קבוצת למידה באוניברסיטה או קבוצת הורים של חוג של ילד, שמאפשרת איסוף או הסעה מאורגנת; קבוצות מקצועיות של קולגות מהעבודה, להתארגנות ולשיתוף סביב נושאים שרלוונטיים לעבודה; קבוצות קבועות של חברים - לכל אחד יש כמה קבוצות לפי המעגלים החברתיים השונים; קבוצות משפחתיות - גם כאן לכל אחד יש כמה קבוצות לפי חוזק הקשרים המשפחתיים. למשל קבוצת המשפחה הגרעינית, קבוצת בני-הדודים, קבוצת המשפחה המורחבת וכו'.

אצל צעירים רבים הוואטסאפ החליף לא רק את המיילים ואת הסטאטוסים בפייסבוק אלא אפילו את השיחה.¹³⁰ יש להם לעיתים יותר מעשרים קבוצות ואפשר לשער שקיים מתאם הפוך בין מספר הקבוצות לבין גיל המשתמשים. לחברות המקוונת הזו יש כמובן מחיר. איכותו של המפגש פנים אל פנים יורדת כאשר ברקע מתקיימות תמיד הסחות דעת של חברים מקוונים, שלעיתים עלולים לכתוב דברים הדורשים תגובה מיידית.

צעירה בת 27: "יש לי יותר מעשר קבוצות. אני מתקשרת כל הזמן עם אנשים שרחוקים ממני כי זה לא מנומס לא להתייחס למשהו חשוב שכתבו. אבל אז אני לא תמיד מתייחסת למי שלידי. זה פשוט שואב לי את הזמן ושואב אותי."

קלות התפעול והקבוצות הרבות שבהן כל אחד משתתף, העלו את תרבות העדכונים ההדדיים למדרגה חדשה, והחשש לפספס נעשה מעיק מתמיד. "אני לא יודעת אם אני אוהבת או שונאת את קבוצות הוואטסאפ," אמרה לנו אחת המרואיינות. "אני לא יכולה איתן - הן מטורד וגוזלות זמן אינסופי. אני לא יכולה גם בלעדיהן - הן מאוד שימושיות, לפעמים גם מצחיקות. אני בחיים לא אסגור אותן כי אני בטח אפחד שמהו קורה ואני לא אהיה חלק ממנו. לא רוצה להישאר מחוץ לעניינים. אז למעשה אין לי ברירה..."

חשוב לציין כי השימוש בוואטסאפ נעשה גם לצורך תקשורת אחד על אחד ולא רק לצורכי תקשורת קבוצתית. האפליקציה הזאת החליפה במידה רבה את הודעות האס-אס-אס בשל שני יתרונות ברורים: היתרון הראשון הוא החינמיות - האפליקציה רוכבת על רשת האינטרנט ולא על פעימות המונה, דבר המאפשר שימוש בלתי מוגבל במספר ההודעות (לתכונה זו יש חשיבות עצומה כאשר חברים נוסעים לחו"ל ומבקשים לשמור על קשר ביניהם או על קשר עם חבריהם שנשארו בארץ). היתרון השני הוא מידע בזמן אמת - בוואטסאפ ניתן לדעת בכל עת ובזמן אמת אם החבר "מחובר" או "מקליד" (כלומר משיב להודעה ולא מתעלם ממנה). גם ניתן לדעת מתי הפעם האחרונה שהחבר היה "מחובר" ולהסיק מכך אם בחר להתעלם מההודעה שנשלחה אליו או לא. לכאורה זה פוגע בפרטיות, אבל במשקפי ה-Y ניקים השקיפות ויכולת המעקב הרציף הן יתרון ברור.

צעיר בן 25: "כשאני שולח הודעה למישהו בוואטסאפ, והוא לא חוזר אלי עם תשובה, אני ישר בודק מתי הפעם האחרונה שהוא היה בוואטסאפ. כך אני יכול לדעת אם הוא קיבל את ההודעה (אם לא, ייתכן שכדאי שאשלח לו גם מייל או SMS) ולפי זה גם לפרש את השתיקה שלו (אם זו שתיקה מכוונת בסגנון 'קיבלתי', 'אוקי' וכו', או שתיקה שנובעת מכך שטרם הספיק לקרוא את ההודעה)."



הקהילה שבאופק

מגיפת הבדידות



צעירים בישראל

גיא פריבס

יש הטוענים שהבדידות היא המגיפה הקטלנית ביותר של המאה העשרים. זאת למרות הרשתות החברתיות, ואולי דווקא בגללן. הן מייצרות קשר אבל פחות יחסים חברתיים עמוקים ופחות משמעות.

אלה הנתונים: 40 אחוזים מהאמריקאים הצהירו כי הם בודדים, פי שניים מאשר לפני 35 שנה. 16 אחוזים מהאוסטרלים דיווחו על בדידות, והבודדים ביותר היו בני 30 ומטה. בניו זילנד נמצא ש-40 אחוזים מהצעירים (בני 15-29) במדינה חשו בדידות, יותר מכל קבוצת גיל אחרת. 60 אחוזים מהצעירים הבריטים בני ה-18-34 מרגישים בודדים.¹³¹

גם בלי מחקרים, כל מי שהתקין את אפליקציית "סיקרטי" ראה אותה עולה על גדותיה מוידויים על בדידות. באנגליה הבדידות כבר זכתה לשם "המגפה השקטה". מחקרים מראים כי בדידות לא רק מעלה את שיעורי הדיכאון אלא מכפילה את הסיכוי למוות מוקדם.¹³²

27 אחוזים מהישראלים מבני 20 ומעלה חשו בדידות לעתים קרובות או מדי פעם. 10 אחוזים דיווחו כי אין להם למי לפנות בשעת משבר או מצוקה.¹³³ דוד קורן, מנכ"ל עמותת ער"ן לעזרה ראשונה נפשית, אמר בראיון: "אנחנו פוגשים אותה בכמויות מטורפות ומכל שכבות הגיל, גם מאנשים כמוני וכמוך. הם מספרים שלאף אחד לא אכפת מהם ושאינן להם עם מי לדבר, שואלים אם זה בסדר שיתקשרו גם מחר."¹³⁴

סופן מארש במאמר מקיף על התופעה: "אין ספק שפייסבוק ושאר הרשתות החברתיות מחברות אותנו לאנשים, עוזרות לרכוש חברים ולתקשר עם העולם. אבל עדיין יש מחלוקת איזה סוג של קשרים הם הקשרים הוירטואליים. לאחרונה נשמעת שוב ושוב הטענה שהם פחות איכותיים, פחות עמוקים, פחות מחייבים. שדווקא בעולם שבו אפשר ליצור חברויות אינטרנטיות בקלות אנשים נעשו בודדים יותר, שהם מאבדים את החברה האמיתית.

מחקר גדול שנערך בארה"ב גילה שכ-20 אחוזים מהאמריקנים - 60 מיליון איש - אינם מאושרים בחייהם בשל בדידות. בעולם המערבי כולו, רופאים ואחיות התחילו לדבר בגלוי על מגפת הבדידות. אנחנו פוגשים היום פחות ופחות אנשים, והקשרים שלנו עם אחרים משמעותיים פחות ופחות; מספר הקשרים החברתיים שלנו עם אנשים שאנחנו סומכים עליהם ירד, על פי אחד הסקרים, מ-2.94 בשנת 1985 ל-2.08 ב-2004. אם לפני 25 שנים דיווחו רק עשרה אחוזים מהאמריקנים שאין להם מישהו שאיתו הם יכולים לדבר על עניינים חשובים - בשנות האלפיים זינק המספר ל-25 אחוזים.

מול ההתפוררות החברתית הזאת, גייסנו למעשה צבא של תחליפים לאנשי סוד. ב-2010 פעלו בארה"ב 77 אלף פסיכולוגים קליניים, 192 אלף עובדים סוציאליים קליניים, 400 אלף עובדים סוציאליים לא קליניים, 50 אלף יועצי משפחה ונישואים, 105 אלף יועצים לבריאות הנפש, 220 אלף יועצים לגמילה מסמים, 17 אלף אחיות פסיכותרפיסטיות ו-30 אלף קואוצ'רים. כל המטפלים האלו מייצעים לנו כמה שנראה פעם כבעיות רגילות. איום ההתפרקות החברתית הפך לחלק מבריאות הציבור.

אם אתה בודד, סביר להניח שתגיע למוסד גריאטרי בגיל מוקדם יותר ממי שאינו בודד. סביר פחות שתתעמל. סביר יותר שתסבול מהשמנת יתר. סביר פחות שתשרוד ניתוח קשה, וסביר יותר שתסבול מחוסר איזון הורמונלי. אתה נמצא בסיכון גבוה יותר לדלקות. ייתכן שהזיכרון שלך יהיה גרוע יותר. סביר יותר שתהיה מדוכא, שלא תישן טוב בלילה ושתסבול מירידה ביכולת הקוגניטיבית. אולי הבדידות היא לא זו שהרגה את איווט ויקרס, אבל יש סבירות גבוהה מאוד שהיא היתה קשורה למחלת הלב שהרגה אותה.

יש כאן גם ביצה ותרנגולות: זה בעצם פרדוקס האינטרנט. מצד אחד הוא מחבר אותך בקלות לאנשים ומרחיב בקלות את המגע, ללא צורך בקרבה פיזית. מצד שני הוא דוחף אותך להיות עם עצמך.

השאלה כאן היא גם האם האינטרנט הופך אנשים לבודדים, או שאנשים בודדים נמשכים יותר לאינטרנט?

שימוש לא חברתי בפייסבוק, למשל התעדכנות בסטטוסים של חברים (מה שבורקה מכנה 'צריכה פסיבית') ועדכון העולם ב'וול' על דברים שאתה עושה ('שידור'), מתקשר עם תחושות של ניתוק. 'אנחנו מתהלכים במבוכי הזהויות של החברים והכאלו-חברים שלנו, וחושבים כל הזמן מה אנחנו רוצים לחשוף, מי יאזין ומה הוא ישמע', אומרת מורה בורקה, שביצעה מחקר מקיף בקרב 1,200 משתמשי פייסבוק.

ג'ון קסופו, מנהל המרכז לחקר קוגניטיבי וחברתי של המוח באוניברסיטת שיקגו, הוא המומחה המוביל בעולם בנושא הבדידות. לדעתו [...] הטכנולוגיות שקיימות היום בכל תחומי החיים שלנו מפתות אותנו לייצר קשרים שטחיים יותר ויותר, וכן להימנע מהבלאגן הכרוך בקשר עם אנשים בצורה פשוטה יותר. היופי בפייסבוק ומקור כוחה הם שהיא מאפשרת לנו להיות חברתיים, ובה בעת לחסוך מאיתנו את המציאות המביכה של החברה: גילויים מביכים במסיבות, שתיקות, ריח רע מהפה, משקה שנשפך על הבגד - כל הסרכול הכללי שמתלווה למפגש פנים אל פנים. במקום זה, אנחנו יכולים להתמודד בצורה חלקה ונעימה עם מכונה חברתית לכאורה. הכל כה פשוט: עדכוני סטטוס, תמונות, ה'וול' שלך.

המחיר של החברתיות הנעימה הזו הוא הדחף המתמיד להתור לאושר, להגשמה עצמית. לא די בכך שאנחנו צריכים להתמודד עם השפעה חברתית של אחרים, אלא שעלינו גם לשפר את מראה השפעה החברתית שלנו: להעמיד פנים שאנחנו שמחים כל הזמן. זה מתיש.¹³⁵

"השבטים האורבאניים" אינם נותנים מענה מלא לחסרונות של העיר, ובמקרים רבים רק ממתיקים את הגלולה המרה של הבדידות, הניכור וחוסר הביטחון הכלכלי.

האם סגנון החיים האינדיבידואלי עומד להשתלט לחלוטין על חיינו ולדחוק לשוליים את הקהילה? האם זה מה שמצפה לדור ה-Y עם הזדקנותו? לא בהכרח. נדמה שמהו חדש מתחיל להסתמן מעבר לאופק, והוא בא לידי ביטוי בדרכים שונות ומפתיעות.

הקיבוץ החדש

אף שתהליך ההפרטה של הקיבוצים נמצא עדיין בעיצומו, חוקרים מתארים לאחרונה מגמה בכיוון ההפוך. ביישובים שבהם מוצה תהליך הפיצול והשיוך, עולה השאלה: ומה עכשיו? הנה כי כן, בתום המאבק התנועתי המוצלח לשחרור הפרט והמשפחה, מתחזקת הכמיהה למודלים רעננים של חיי שיתוף (מעין כיוול מחוגים).

בשנים האחרונות ניכרת עלייה מתמדת במספר הפניות מצד אנשים מבחוץ שמבקשים להפוך לחברי קיבוץ. גם

הביקוש למגורים בשכונות ההרחבה של קיבוצים רבים נוסק (בעיקר באזור המרכז).¹³⁶ הפונים הם לרוב אנשים שהבינו שחשוב להם לחיות בקהילה. לפחות חלק מהצעירים המצטרפים מגיעים לא רק בגלל הנוחות, אלא מכיוון שצורת החיים הזו באמת מעניינת אותם, ברמה הערכית.

בוגרי קיבוץ שעשו שנים רבות בעיר מגלים מחדש את יתרונותיו וחוזרים הביתה. הם אינם מבקשים לחיות במודל הישן, שבו הקיפה הקהילה את כל תחומי החיים וחנקה את היחיד, אלא לייצר חוויה מתקנת ומודל משופר שמשלב בין סוציאליזם, קהילתיות וחופש אישי. אפשר שמכאן תבוא בשורת התיקון החברתי לחברה הישראלית כולה.

הקמבק של קהילות שיתוף וקואופרטיבים

צמיחתן של עשרות קהילות שיתוף, במגוון אידיאולוגיות וסגנונות חיים, היא ביטוי נוסף של הכמיהה המתעצמת בישראל ל"ביחד". החל בקומונות וינטג' בסגנון החלוצי של פעם,¹³⁷ דרך קהילות שכונתיות¹³⁸ וקהילות סטודנטים ובוגרי תנועות נוער,¹³⁹ וכלה בקבוצות רכישה שמייצרות לעצמן מרחב מוגן.¹⁴⁰ המשותף למסגרות הללו הוא החתירה לאיזון שבין ה"יחד" ל"לחוד" ולחיים בעלי תוכן ומשמעות רוחנית ואלטרואיסטית.¹⁴¹ כל הקהילות הללו מייצרות לעצמן מנגנוני תמיכה וסיוע הדדי (כולם התנדבותיים) וכן מסגרות לבילוי וליצירת חווי משותף: שירה, שיחה, ספורט, טיול, ריקוד ולימוד. אפילו תופעות זעירות לכאורה, כגון "קהילות הורים" (התאגדות לצורכי חינוך), "קהילות שכנים"¹⁴² או "גינות קהילתיות" בשכונות עירוניות (שכנים מרקעים שונים נפגשים סביב עבודת האדמה), משקפות את המגמה הזאת.

אחרי הדעיכה של הרעיון הקואופרטיבי במהלך שנות השבעים והשמונים של המאה העשרים החלה לאחורונה התעוררות הדרגתית. בארבעת העשורים האחרונים גדל מספר הקואופרטיבים בעולם ביותר מחמישים אחוזים ומספר החברים המאוגדים בהם גדל פי למעלה משלוש.¹⁴³ ישראל עדיין רחוקה מרחק רב מהתנועה הקואופרטיבית העולמית, אך ההתעוררות כבר מורגשת בתחומים רבים.¹⁴⁴

בשנים האחרונות צצים בזה אחר זה קואופרטיבים (בעיקר של צעירים), העוסקים בשלל תחומים - החל בכריאות ורווחה, ועד למזון, אמנות ועסקי בילוי. הם מוקמים הן במטרה להתמודד עם יוקר המחיה ולצמצם פערי תיווך והן ממניעים כלכליים (שותפות עסקית), חברתית (להיות ביחד) ואידיאולוגית (צדק והוגנות בשיווק וברווחים).¹⁴⁵

העולם הדיגיטלי הוא בעל פוטנציאל גדול לקידום הקוד הקהילתי, לא רק בשל התפתחות הרשתות החברתיות, אלא גם בשל התפתחות האפליקציות.¹⁴⁶ הן מקלות על אנשים לחבור זה לזה (למשל להסעות משותפות), לסייע זה לזה (למשל בחיפוש עבודה ומקום בילוי) ולהחליף מידע שימושי. אפשר לשער שהמגמה הזו, המחברת למעשה בין הטכנולוגיה הדיגיטלית, אוריינטציית השיתוף של דור ה-Y והכמיהה לקהילתיות ולעזרה הדדית, תלך ותתחזק.

בחזרה לשפיות

האם אנחנו בפתחו של עידן פוסט-אינדיבידואלי? בינתיים מדובר בניצנים ראשונים שאולי לא מסמנים פניית פרסה אבל בהחלט שאיפה לעדכון ומיתון. צעירים רבים מחפשים אורח חיים יותר רגוע ושפוי שכרוך גם בערבות הדדית.

יוקר המחיה ומחירי הנדל"ן מחייבים חשיבה חדשה. אנשים מבינים יותר שכדי לשרוד כדאי לשתף פעולה. רבים מתוסכלים מהחיים, גם ברמה הרגשית. הם חוו פיטורין, גירושים, מוות של קרובים ו"מרוץ עכברים" בעולם חומרני ומנוכר ולא נמצאה להם נחמה בדמות איזו אידיאה גדולה. המיצוי והשעמום הורסים כל חלקה טובה של התרגשות. הציונות התמימה גוועת ונוצר ואקום גדול.

כיוון שעידן המנהיגות עובר מהעולם, אין כבר איזה אב או אבות שאליהם המחנה נושא עיניים. האדם נעשה אחראי לגורלו והמשא כבד.

תוחלת החיים עולה והצעירים מבינים שבערוב ימיהם מחכה להם גלות. הם רואים מה קורה לסבים ולסבתות וזה מבהיל אותם. הם רוצים להזדקן במרחב הקהילתי ולא להיזרק מהחיים כחפץ שאין בו תועלת.

אבל מעל לכול, צעירי דור ה-Y מתנהלים על קרקע רעועה. אין להם עבודה קבועה, אין להם הכנסה יציבה ולרבים גם אין עוגנים של זוגיות ומשפחה מאריכי חיים. הם סמוכים על שולחן ההורים ויודעים שזה לא יכול להימשך לנצח. לכן טבעי שיחפשו לתמוך זה בזה. רבים כבר יצרו לעצמם קבוצת תמיכה והם רוצים להרחיב ולהעמיק זאת.

יתרה מזאת, זה דור שלא מוצא משמעות וטעם בעבודה אלא בפנאי. הם לא רוצים להיות עבדים של הבוסים שלהם, כמו הוריהם, משועבדים לעבודה ללא גבול. הם רוצים אוויר. הם רוצים להיות ביחד, לכלות ביחד, לשנות ביחד. לכן טבעי שהם יבנו בהדרגה מסגרות קהילתיות לפני מידתם.

ביבליוגרפיה

לרשימה הביבליוגרפית של המחקר כולו.

מילות מפתח

רשת-חברתית | חברות | חברים | משפחה | קיבוץ | פייסבוק | קואופרטיב | קבוצת-רכישה | חיות-מחמד | חתולאים | תל-אביב | שיתוף | הפרטה | בדידות | ווטסאפ | SMS | סלולרי | סמארטפון

הערות שוליים

1. השאלון מועבר לראשונה במסגרת הטירונות וכן הוא מועבר בקורסים וביחידות שונות, כאשר חשיבותו היא גם בתחום בדיקת תפקוד הקצינים.
2. המדינה מעודדת פעולות הנצחה, כגון: הוצאת ספרי זיכרון או חוברות הנצחה (אישיות וקבוצתיות), בין השאר באמצעות מענקי הנצחה המשולמים באמצעות המוסד לביטוח לאומי.
3. אלמוג, 1997.
4. ראו: אלמוג, 1997; בן-זאב ובן-זאב, 1993; שמיר, 2003; עזריהו, 1995; בן יהודה, 1981; בן יהודה, 1985; שמיר, 1947; סמילנסקי, 1958; עוז, 1982; קנז, 1986; שמיר, 2007.
5. המציינת אדם הנכון תמיד לקבל עליו משימות למען הקבוצה, ניתן לסמוך עליו, והוא מהווה את ה'רוח החיה' בין חברי הקבוצה.
6. העיתון הבריטי "דיילי מייל", דיווח ב-2015 שהצי המלכותי הבריטי מתקשה לגייס חיילים חדשים לשורותיו משום שצעירי הממלכה לא מוכנים לחיות בבידוד מוחלט במעמקי הים - אם הם משרתים בצוללת - ללא חיבור לפייסבוק. במחקר שערכה חברת יעוץ עבור הצי הבריטי, עלה כי הניתוק מהאינטרנט, מהפייסבוק ומהטוויטר מהווה מכשול משמעותי בפני גיוס של צעירים לחיל הים (העובדה שהצעירים הבריטים לא ששים להתגייס לצי המלכותי איננה מפתיעה. חיילים שמשרתים בצוללות מבלים קרוב ל-90 ימים בשנה במעמקי הים). Dunn, 23.8.2015.
7. Huntley, 2006. רבקה הנטלי (Rebecca Huntley) היא מנהלת מכון המחקר Ipsos Mackay.
8. Santillano, January 2010; No Author 11.8.2012.
9. סקר מקיף שערכו בשנת 2008 חברת פרומרקט, מכון שילוב ו-ICQ-TV כלל שאלון אינטרנט באמצעות ערוץ הטלוויזיה של ICQ, צוותים של חוקרי שטח שעברו במקומות בילוי, בתי-ספר, קניונים וכדומה וקבוצות מיקוד. קהל הבדיקה היה בני-נוער בגילאים 13-18 (דור ה-Y בצעירותם). מהמחקר עולה כי החברים הם הדבר החשוב ביותר בחייהם של בני-הנוער. כשהם מתבקשים להשלים את המשפט 'אני הכי נהנה כשאני...' יש רק דבר אחד שעולה על התשובה 'עם חברים' אותה ענו 81% וזאת התשובה 'בנופש או טיול עם חברים'. 67% הכי נהנים במסיבה, 68% הכי נהנים בהופעה או באירוע, 57% בקניון ובקניות, 58% נהנים כשהם יוצאים לרקוד. גם כשהם נשאלים מה הם מעדיפים לעשות בזמן החופשי התשובה 'ללכת עם חברים' מנצחת בגדול עם 78%. 71% מעדיפים להקשיב למוסיקה, 66% לעבוד ולעשות כסף, 61%

ללכת לקניון ו-60% ללכת להופעות.

כשהם נשאלים מה הפעילות הכי שווה בקיץ, עונים 76% שהם מעדיפים לנסוע לאילת או לכינרת או לחופש אחר עם חברים. 50% שאפתניים קצת יותר וחושבים שהפעילות הכי שווה היא לנסוע עם החברים לחו"ל. 34% יסתפקו בנסיעה עם המשפחה לחו"ל, 34% חושבים שהפעילות השווה היא ללכת לפסטיבלים, ו-25% חושבים שלטייל בארץ.

עדי ברונר, סמנכ"ל לקוחות בפרומרקט, שעמד מאחורי עריכת המחקר אמר: 'משיחות עם בני-נוער עולה כי הם רוצים לעשות כף - ומבחינתם, זה קודם כל יחד עם חברים, רצוי בהופעה או במסיבה, רצוי שזה יהיה בים ואם זה משלב אלמנט של קניות - זה בכלל נפלא'. בתוך: בייץ-לובוביץ' 6.2.2008.

10. Makiewicz, Doyle & Brendgen, 2001; Mendelson & Aboud, 1999; Bukowski, Hoza, & Boivin, 1994

11. קורן, 10.3.2009.

12. באחד ממערכוני 'החמישייה הקאמרית', ששודר בשנות התשעים, מתוארת מעין סצנה בין יצאנית ללקוח. כשהוא שואל 'כמה?', היא עונה: '50 שקל במלון ו-20 שקל פה בחצר'. הם ניגשים לחצר האחורית של בניין מגורים, פושטים מעליהם את המעילים (נשארים עם שאר הבגדים) ואז היא מעניקה לו חיבוק חזק וארוך של כמה שניות. לאחר מכן הוא לובש את המעיל ועוזב את המקום. בשלב הזה צועק לה אחד השכנים בבניין 'תעופי מפה, יא מחבקת', והיא בתגובה עונה לו 'אמא שלך מחבקת'. www.youtube.com/watch?v=1G25WjrTsZs

13. קליין, 1.10.2006.

14. האתר הרשמי של היוזמה: www.freehugscampaign.org

15. בק, 17.9.2012.

16. לעניין זה ראו: רז, 22.8.2012.

17. האחים בן-זאב מציינים בספרם 'רכילות', כי 'רכלנים הם לרוב אנשים בעלי צורך עז להערכה חוזרת ונשנית של חייהם האישיים והאינטימיים, או ליצירת קשרים חברתיים חדשים'. עוד הם מוסיפים כי לרכלנים צורך יותר מאשר לאחרים להשתייך לקבוצה חברתית מסוימת. פרופיל הרכלן הינו 'אינטליגנטי, בעל זיכרון טוב ויכולת לקשר בין אירועים שונים. עם זאת, כישורים אלה מנוצלים לצורך נושאים שטחיים. רכלנים הם לעתים קרובות רגישים, סקרנים, חברותיים ומעורבים'. בן זאב ובן זאב, 1993.

18. יש הגורסים שהרשת החברתית מחזקת את תרבות הצביעות. בסקר עולמי של צעירים ברחבי העולם בגילאי 18-30, נבדקה הזהות המקוונת של החברים. על השאלה 'עד כמה אתה יכול לסמוך על מה שקראת באינטרנט?' ענו רוב הנסקרים (81%) כי הם מאמינים שהזהויות המקוונות של אנשים שונות מאלו שבמציאות. כשליש (33%) מהמשיבים הרגישו שלרוב האנשים יש זהויות מקוונות שונות למדי מאלה שבמציאות. כשנשאלו לגבי עצמם, פחות מחצי (44%) אמרו כי הזהות המקוונת שלהם הייתה זהה לזהותם האמיתית. המחקר נערך על ידי Insight Express עבור סיסקו, בקרב 1,800 סטודנטים ואנשי מקצוע צעירים בגילאי 18-30 מ-18 מדינות. The 2012 Cisco Connected World Technology Report.

19. כחלק מיחסי הציבור, מציעים הפאבים לצעירים לבלות יחד גם בשעות המוקדמות של 'אחרי העבודה' עם מבצעים בסגנון של 'אחד + אחד' (after-work happy-hours), או בשעות הקטנות עם מבצעים ייחודיים לשעות הלילה.

20. קיבלה 2432 לייקים, 12.7.2012.

21. קיבל למעלה 6,000 לייקים, 31.10.2014.

22. קיבל למעלה 9,000 לייקים, 31.10.2014.

23. ילדי הגן בחגיגות יום ההולדת היו משלשלים ל'קופסה הכחולה' מספר מטבעות הזהה לגילם. עוד בנושא זה ראו: אלמוג, 2004.

24. הרכב המשתתפים בחגיגת יומולדת לגיל הרך מצומצם וכולל את המשפחה הגרעינית. לחגיגה בגן מגיעים רק ההורים, האחים והאחיות ולעתים גם הסבא והסבתא. למסיבה בבית מזמינים גם קרובי-משפחה מהמעגל השני. ככל שהילד מתבגר, כך הולך ומשתנה בהדרגה הרכב המשתתפים: יותר חברים מהכיתה ופחות בני-משפחה מהמעגל השני. גם התכנים של השמחה משתנים בהתאם לגיל.

25. מפיץ ובמאי קולנוע אמריקני, שיצר סרטי ההרפתקאות שוברי קופות ובהם אי.טי., אינדיאנה ג'ונס, פארק היורה ואחרים. נחשב, במידה רבה, נביא עידן ה'מבוגר-ילד' בקולנוע. רבים מסרטיו משקפים את הלגיטימציה להישאר ילד, את הכבוד לעולם הילדות ואת ההתרפקות על תקופת התום.

26. תופעה זו החלה להתפתח בישראל עם הופעת פסטיבל הזמר לילדים בתחילת שנות ה-70, ששוכלל מבחינה מסחרית ואמנותית בשנות ה-80 וה-90, עם התמסדות הפסטיבל שהפך מהפקה מקומית בחיפה שמופקת לרגל חג החנוכה להפקה כלל ארצית המתפרשת על פני מספר שבועות ורחק את פסטיבל הילדים ממקומו כהפקה המרכזית של הילדים בחנוכה. תופעה דומה הייתה העלייה במספר ההצגות ומופעי הבידור לילדים בארץ. באוקטובר 2000 דיווח עיתון 'הארץ' שמיליון ילדים וחצי צופים לפחות פעם אחת בשנה בהצגה במסגרת בית-הספר או גן הילדים או במסגרת בילוי עם ההורים. יותר מ-500 הצגות ילדים שונות הוצגו באותה שנה, כ-100 מהן חדשות. 'שוק הילדים', דווח בכתבה, 'מקיף כיום עשרות מפיקים ואנשי מועסקים. במשך שנת הלימודים מועלות בכל יום 40-50 הפקות ברחבי הארץ - באולמות ספורט, בבת-י-

- ספר, במתנ"סים, ב-150 אולמות התאטרון בישראל ובפסטיבלים ואירועים לילדים'. בכתבה מודגש שאיכותן של ההצגות אינה אחידה: מקצתן טובות מבחינה אמנותית ופדגוגית, מקצתן ברמה ירודה, אך הביקוש רק גדל.
27. במחקר שערכה חברת כספי גרופ (חברה העוסקת במתן שירותים לחברות בנייה ויזמים) במשך 3 שנים בקרב ישראלים המתגוררים ב-78 פרויקטים למגורים בערים מרכזיות בין חדרה לאשקלון, נמצאו הנתונים הבאים: 34% מהישראלים (הכוונה כאן ליהודים בלבד) ממשיכים לגור או חזרו לגור בעיר שבה נולדו; ל-11.5% מהישראלים יש בן משפחה המתגורר באותה השכונה; ל-5% מהישראלים יש שכן שהוא בן משפחה באותו פרויקט מגורים; ול-2.5% מהישראלים יש שכן שהוא בן משפחה באותו הבניין. אלפי שאול. 13.4.1014, לגור ליד אמא: הישראלים מעדיפים 'חמולות', Ynet.
28. אברמוביץ', 25.6.2008.
29. המחקר מראה שמה שהכי משפיע על ההחלטה שלהם הוא הניסיון של קבוצת השלושה עד שמונה מחבריהם. במקום לשפוט לפי ערכי ליבה, הם שופטים לפי ערכי קהילה ונוטים להגיע לקונצנזוס ולא לצאת כנגד הקבוצה, McCrindle, No date.
30. בספרם של ניקולס כריסטאקיס וג'יימס פולר 'מחברים' מתוארות הדרכים בהן אנשים נוטים לקבל החלטות. נמצא שההחלטות המשמעותיות ביותר שבני אדם עושים - החלטות על חתונה, שינוי קריירה וסדרי עדיפויות בחיים, מתבצעות בעיקר משום שחברים ביצעו לאחרונה החלטה דומה. הטענה המרכזית שלהם, המבוססת על ממצאי מחקר אמפירי ארוך טווח, היא שבני אדם אינם שונים מלהקת ציפורים או מעדר של בופלו שעפים, רצים ופונים יחד כעדר. אבל מה שהיה תמיד טבעי בחברה האנושית עבר לסקלה חדשה בעקבות הטכנולוגיה הדיגיטלית. לפי הנתונים בספר, כל חבר שמצהיר על עצמו כמאושר מעלה את סיכויי חבריו להיות מאושרים ב-9%, וכל חבר שמצהיר על עצמו כאומלל מוריד את האושר של חבריו ב-7%. Christakis & Fowler, 2011. ניסוי שנערך בשנת 2012 ובדק כ-700 אלף גולשי פייסבוק, הראה שגולשים שנחשפים לתכנים חיוביים הם בעלי הסתברות גבוהה לפרסם תכנים (סטטוסים) חיוביים משל עצמם ולהפך. במסגרת המחקר תמרנו החוקרים את דפי הפיד של המשתמשים, ללא ידיעתם: למחציתם הוצגו פחות תכנים חיוביים ולמחציתם הוצגו פחות תכנים שליליים. במקביל, בחנו החוקרים את הסטטוסים שפרסמו הנבדקים. החוקרים הצביעו על מתאם בין התכנים שאליהם נחשפו הגולשים לאלה שהם מפרסמים בעצמם. "אצל האנשים שהתוכן החיובי בפיד שלהם הופחת, שיעור גדול יותר מהמילים בסטטוסים שלהם היה שלילי ושיעור קטן יותר חיובי...כשהשליליות הופחתה, התגלה דפוס הפוך. התוצאות מצביעות על כך שהרגשות שמביעים חברים, באמצעות רשתות חברתיות, משפיעים על מצב הרוח שלנו. מדובר, לידיעתנו, בראיה הראשונה להידבקות רגשית בקנה מידה גדול באמצעות רשתות חברתיות". כביר, 29.6.2014.
31. גלית 007, 22.02.07.
32. ללא שם כותב וללא תאריך. תרמילאות, אבא-אמא והפרטה. אתר במקום.
33. באר, 2012.
34. בתוך: בנוש, 19.12.2013.
35. בסדרת הטלוויזיה הפופולרית 'החברים של נאור' האמא היא חלק מהחברה. היא לא צריכה להידחק אלא מוזמנת לאירועים המשותפים, מביעה דעה כאחד החברים ומחפשת בקדחתנות לנאור בנה כלה ראויה, לצהלת חבריו.
36. לוי, 25.1.2008.
37. Amanda, 23.9.2013.
38. בשנת 1993 היו בעיר כ-7,000 כלבים רשומים ובשנת 2014 עמד מספרם על למעלה מ-25 אלף.
39. על פי נתונים שנמסרו למגזין Time Out, פלר, 15.5.2014.
40. על פי נתונים שמסר וטרניר העיר תל אביב למגזין Time Out, פלר, 15.5.2014, עמ' 31.
41. בלומנטל, 25.1.2013, עמ' 42.
42. על פי נתוני המרכז הארצי לרישום כלבים של משרד החקלאות, זו השנה הרביעית שתל אביב עומדת בראש טבלת הערים עם מספר הכלבים הגדול ביותר: 24,581 כלבים (6% מתושבי העיר הם בעלי כלבים). זאת בהשוואה לערי צעירים אחרות כמו מנהטן - 4% וברלין - 3%. בתוך: טורס, 9.11.2011.
43. בצמרת עשר המדינות אוהבות החתולים נמצאת ארה"ב.
44. פלר, 15.5.2014.
45. [44] יש היום אפילו פסטיבל סרטים שמוקדש רק לסרטוני חתולים שייסד סקוט סולטן. המטרה שלו הייתה להפוך את חוויית הצפייה הביתית בחתולים למשהו חברתי שאנשים יוכלו לחלוק זה עם זה. החתולה המפורסמת מכולן היא גראמפי קאט הזועפת, שחתומה על עסקת מיליונים לסרט הוליוודי בכיכובה. החתולה גם מופיעה בפרסומות, יש לה ספר שנמצא עשרה שבועות ברשימת רבי המכר של הניו יורק טיימס והיא אפילו השיקה לייז של קפה. כריות, צעצועים, חולצות וכוסות של גראמפי קאט נמכרים בהמוניהם רינגל, 8.5.2014.
46. מצוטטת בתוך: עוזיאל, 21.2.2011.
47. מצוטטת בתוך: עוזיאל, 21.2.2011.

48. תגובה לכתבה: עוזיאל, 21.2.2011.
49. על פי נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה נרשם בתל אביב אחוז הרווקים והרווקות הגבוה ביותר בארץ (53% מהנשים בכלל ו-72% מהנשים בגילאי 25-34) וממוצע הנפשות למשק בית עומד בסך הכל על 2.1. לא מפליא שרבים בעיר בוחרים לגדל כלבים.
50. לדברי הפסיכולוג החברתי עוזי לוי 'כבר בתחילת המאה הקודמת הבינו שבערים גדולות יש תופעה של ניכור. אדם מרגיש מצד אחד מוקף אנשים ומצד שני בדידות מאוד גדולה. תל אביב היא דוגמה נהדרת לעיר שיש בה הרבה הגירה כי רוב הצעירים שמגיעים לעיר לא נולדו בה ולכן הם מרגישים עוד יותר את תופעת הבדידות. אחת הדרכים לצאת ממנה היא לאמץ בעל חיים כמו כלב. מחקרים לא מעטים מראים שאימוץ כלב מעלה את החום האנושי'. ד"ר עוזי לוי, הוא פסיכולוג חברתי מהמרכז האקדמי פרס. מצוטט בתוך: טורס, 9.11.2011. אורן עדיקא, מומחה להתנהגות כלבים וכוכב סרטוני יוטיוב להדרכה וטיפול בכלבים: 'יצא לי להכיר המון אנשים בודדים בתל אביב, שעד שנהיה להם כלב לא החליפו מילה עם איש, ועכשיו הם בפירוש חלק מקהילה. פלר, 2014, עמ' 41.
51. הצעירה מתגוררת במרכז תל אביב זה כשלוש שנים, אימצה כלב לפני כשנה. מצוטטת בתוך: טורס, 9.11.2011.
52. כתבה על כך העיתונאית והשדכנית האמריקנית הידועה מרילין האמל, בספרה ההומוריסטי מינימוסים (1989): 'בין בעלי כלבים נוצרת כימיה מיידית, הניזונה מהשוואות וממתן עצות, כמו אימהות המדברות על סוגי החיתולים השונים. למרות האלרגיה שלה ליצורים שעירים, נוהגת בחורה אחת להתנדב להוציא לטיול את הסאן-ברנארד של דודתה, כל אימת שחיי המין שלה מתחילים להידרדר... האמל, 1989.
53. משאל של סוכנות הידיעות איי פי, הציב שאלה קשה לבעלי חיות מחמד ברחבי אמריקה. מעל 1,500 איש (מתוכם 1,000 איש הם בעלי חיות מחמד), נשאלו 'במידה ובן/בת הזוג לא היו מסתדרים עם חיית המחמד, על מי הייתם מוותרים?' התוצאות מעניינות: 84% מהנשאלים השיבו כי הם היו מוותרים בצער רב על חיית המחמד. לעומתם, 14% השיבו כי במקרה קשה כזה, בני הזוג יצטרכו ללכת. נתון מעניין מתגלה בשוני בין הנשואים לרווקים - כאשר רווקים נשאלו לגבי בחירתם, 25% מתוכם השיבו כי יעדיפו את בעל החיים. לעומתם, רק 8% מהנשואים השיבו באופן דומה. חלוקה מעניינת נוספת היא בין גברים לנשים. בנוגע לקושי ההחלטה - 40% מהנשים טוענות כי הבחירה קשה, לעומת 26% מהגברים. עוזיאל, 21.2.2011.
54. אין זה מקרה ששיעור מחזיקי חיות המחמד הגדול בעולם הוא במדינות דמוקרטיות, ובראשן אנגליה. רוב החברות המסורתיות והדתיות (בארץ החברה החרדית והמוסלמית) נמנעות מהחזקת חיות מחמד.
55. ראו: הלמן, 2008.
56. נכון ל-2011 חיים בגוש דן כ-45% מתושבי ישראל, והעצמה הכלכלית והתרבותית של האזור חורגת בהרבה ממשקלו באוכלוסייה. הנהלות הבנקים, משרדי עורכי הדין, חברות ההיי-טק והתקשורת ומשרדי הפרסום - רובם נמצאים בתל אביב ובערי הלוויין שלה. הבורסה לניירות ערך נמצאת בעיר, וכך גם המתקנים המרכזיים של צה"ל. מחקרים מצאו כי 60% מאנשי האקדמיה והמדע חיים בתל אביב רבתי, לצד 80% מהרופאים המומחים המובילים ו-90% מאמני הבמה. 50% מבני ה-25-34 בישראל חיים בתל אביב. נחשתאי, 12.11.2011.
57. שחורי, 2009; שילר וברקאי, תשע"ב; עזריהו, 2005.
58. גונן, 2009.
59. כבר בשנות השלושים של המאה העשרים, הרבה לפני שנולדו ביטויים כמו 'הבועה' ו'מדינת תל אביב', היו שהתריעו על הניתוק של תל אביב ממדינת ישראל ובעיקר מאזורי הספר. תל אביב נתפשה כמייצגת דקדנס, נהנתנות, ניוון ואנוכיות, אבל במקביל גם כמקום תוסס, יצירתי ומבטא את הצלחת הציונות. פרופ' ארנון סופר פרסם כבר ב-2006 (עם יבגניה ביסטרוב) נייר עמדה בשם 'מדינת תל אביב', שעורר גלי דאגה בקרב חוקרים ופוליטיקאים - וגם במשרד של ראש עיריית המדינה התל-אביבית. 'רון חולדאי התקשר אלי, כמעט מבוהל, אחרי שקרא שכתבתי כי תל אביב היא איום על ישראל', מספר סופר. 'שאלתי, אתה מדבר אתי כראש עיר או כטייס?' הוא ענה שהוא חרד לנכדתו. הוא הזמין אותי להציג את הדברים למועצת העיר. סופר הוא אמנם זה שהכניס לקאנון את הביטוי 'מדינת תל אביב', אבל כמה שנים לפניו טבעו ארבעה תל-אביבים כעוסים את הביטוי 'מדינת גוש דן', וקראו להיפרדותה ממדינת ישראל - בצחוק, כמובן, אבל בכל צחוק יש קצת אמת. מובא בתוך: נחשתאי, 12.11.2011.
60. בשנת 2011 מספר התושבים שעזבו את תל-אביב היה גבוה בפחות מ-5,000 ממספר התושבים שעברו לגור בה.
61. להב, 18.4.2014.
62. נעזרנו בראיון עם תמי גבריאלי, שניהלה במשך 24 שנים את היחידה לתכנון אסטרטגי של תל אביב.
63. לדעת ערן אלדר, מי שיצר את קפיצת המדרגה המשמעותית הראשונה של העיר, לקראת הפיכתה למטרופולין מערבי התרחשה בתקופתו של שלמה להט (צ"ץ). 'כל ראשי העיר תל אביב לפניו תרמו משהו להתפתחותה האורבנית המואצת של העיר. מאיר דיזנגוף ייסד, ישראל רוקח הרחיב וסיפח שטחים, חיים לבנון בנה אוניברסיטה, מרדכי נמיר טיהר את חוף הים והקים חברות משותפות עם הממשלה לקידום העיר, יהושע רבינוביץ' דאג לריאה הירוקה בפארק הירקון. שלמה להט, לעומתם, ותרומת כולם הייתה חשובה ללא ספק, הקפיץ את העיר מדרגה. הוא פעל לשכלול הטיילת ושיפץ אותה לכל אורכה, הוא עודד את שיפוץ השכונות הדרומיות והמזרחיות המוזנחות של העיר, כולל שכונת התקווה שלא הייתה בה עד

אז שום תקווה ונווה צדק המתקלפת שלא בצדק. בתקופת כהונתו נחנך בתל אביב הסינמטק, הוקמו פסלי חוצות והופקו אירועי תרבות רבים ומגוונים. אבל יותר מכל יצר להט את התל אביביות החדשה. הוא העביר את תל אביב לפאזה עירונית אחרת. להט רצה לראות את ניו יורק בתל אביב, במובן מסוים להגשים את חזונו של עקיבא אריה וייס, מייסד שכונת אחוזת בית שהפכה לתל אביב, שכבר בשנת 1906 קבע כי תל אביב של העתיד תהיה 'ניו יורק הארץ ישראלית'. העירייה בראשותו אימצה את הסיסמה 'עיר ללא הפסקה' והיא שימשה כותרת למדיניות עירונית חדשה שצבעה את העיר מחדש. אלדר, 2.10.2014.

64. בתוך: הלפרין, 20.11.2011.

65. הארנונה ממגורים בתל אביב מהווה רק כרבע מסך ההכנסות של העירייה מתשלומי ארנונה. עיקר התשלומים מגיע מעסקים, מתעשייה ומלאכה, מבנקים, מבתי מלון ממוסדות וממבנים וחניונים ומיתר סוגי הנכסים ל'מ'ס, 2011, פרסום 1531.

בהתאם, ההכנסה לנפש ולמשק בית בעיר גבוהה מהמוצע בישראל. עיריית תל אביב, שמתפרנסת מהפעילות הכלכלית הערה בעיר, עשירה וחזקה - ומשקיעה בתושביה משאבים רבים מהמוצע. נחושטאי, 12.11.2011.

66. חברת אחוזות החוף בע"מ היא חברה עירונית בבעלות עיריית תל אביב-יפו, העוסקת מאז שנת 1997 בניהול ובתפעול החניונים העירוניים ברחבי העיר תל אביב-יפו.

67. קו החוף של תל אביב נמתח לאורך כ-13 ק"מ, ויש בו - מבלי לספור את הפעילות בנמל תל אביב - בתי עסק רבים לממכר אוכל ומשקאות. ב-2007 הסדירה העירייה את פעילות העסקים הללו גם בערבים. יזמים קיבלו היתרי בניה והעיר חוברה לים לכל אורכה, כולל השטח שמדרום לדולפינריום, שעבר שיפוץ והפך למעין פארק של מנגלים הצופה אל הים.

68. 12.3% מתושבי תל אביב הם מהגרים שעלו אחרי 1990. ל'מ'ס, 2011 פרסום 1531.

69. 'בעיר תל-אביב-יפו מתגוררת קהילת זרים גדולה המונה כ-70,000 איש, המורכבת ממהגרי עבודה ומבקשי מקלט. בשנת 1999, עיריית תל-אביב-יפו נטלה על עצמה, משיקולים מוסריים, ערכיים ופרקטיים את היוזמה להקמת שירות שיהווה 'דלת' למצוקות קהילת הזרים'. דף מסיל'ה באתר של העיר.

70. תל אביב, לצד ירושלים, הן שתי הערים המתוירות בישראל. בעיר פועלים למעלה מ-50 בתי מלון, וכ-70% מהלקוחות שלהם הם תיירים מחו"ל. בעיר מספר מוקדי תיירות, אך חלק ניכר מן התיירים באים לשם פעילות עסקית או ככסיס לתיור בכל רחבי הארץ. מוקד התיירות החשוב ביותר הוא חוף הים, המושך אליו את מרבית התיירות ולאורכו גם בנויים מרבית המלונות של העיר. מוקדי תיירות נוספים הם יפו העתיקה, נווה צדק וסיורי 'העיר הלבנה' אותם מנסים העירייה ועסקי תיירות שונים למנף מאז הכרתה כאתר מורשת עולמית. לרגל חגיגות המאה לתל אביב נחנכו שלושה מסלולי הליכה בעיר: 'השביל הלבן' המתמקד בעיר הלבנה, 'השביל הכחול' לאורך חופי תל אביב, ו'השביל הירוק' העובר לאורך הירקון.

71. גלילי, 27.3.2013.

72. בתהליך נטלו חלק היחידה לתכנון אסטרטגי, המכון למחקר כלכלי-דמוגרפי, התכנית העירונית לשיתוף הציבור ומאות צעירים בעיר.

73. מתוך: המחלקה לנוער ולצעירים עיריית תל אביב יפו, פברואר 2014.

74. הסדרה, שמופקת על ידי חברת ההפקות אבוט רייפ המאירי, משודרת בהוט החל מיוני 2010. העונה השנייה שודרה במקביל גם בערוץ 10. עד 2014 שודרו 4 עונות.

75. AM:PM הייתה רשת המרכולים הראשונה שהחליפה את הפיצוציות בעיר, כרשת שפועלת בכל ימות השבוע 24 שעות ביממה. הרשת הוקמה ב-2001 על ידי גיא אדרי והאחים גל ורון בלינקס. הסניף הראשון היה ברחוב בן יהודה בתל אביב. נכון ל-2014 מונה הרשת 45 סניפים, רובם בתל אביב וסביבותיה (ב-2006 נמכרה הרשת לרודי וייסמן, שבבעלותו רשת המרכולים ריבוע כחול). אחריה התבססו בעיר גם סניפים של טיב טעם (12 בתל אביב), של סופר באבא (6 בתל אביב) ואחרים.

76. ביוני 2014 הודיע שר הפנים, גדעון סער, כי החליט שלא לאשר את חוק העזר העירוני של עיריית תל אביב, המבקש לאפשר להפעיל מרכולים ופיצוציות בשבת, ברחובות שייקבעו מראש (מועצת העיר ת'א העבירה באוגוסט 2014 תיקון להצעת חוק העזר לפתיחת מרכולים בשבתות ובחגים, לפיו צפויים לאשר ל-165 מרכולים וקיוסקים לפעול בשבת, לעומת כ-300 הפועלים כיום). הודעה זו באה בעקבות ניסיון של העירייה לעגן חוקית את המצב הקיים בעיר, לאחר שבג'ץ קבע כי על העירייה לאכוף את חוק העזר העירוני, שאוסר על פתיחת חנויות בשבת, באופן יותר אפקטיבי (ולא באמצעות הטלת קנסות ארעיים שלא גורמים בפועל לסגירת המרכולים הפועלים בשבת בניגוד לחוק) או לשנות את חוק העזר באופן שיאשר את פתיחת המרכולים. החלטת בג'ץ ניתנה במסגרת עתירה שהגישו מספר בעלי חנויות מכולת בתל אביב, שטענו כי קיימת אכיפה לא שוויונית של החוק. בעוד הם נאלצים לסגור את מכולותיהם בשבתות, כדי להימנע מקנסות שאין הם יכולים לעמוד בהם, הרשתות הגדולות אינן נפגעות מהקנסות ולכן נהנות מיתרון משמעותי. השופטת מרים נאור ציינה בפסק הדין כי מטרת חוק העזר העירוני היא שבת עסק אכן יהיו סגורים ביום המנוחה, ולא כי בתי עסק הרוצים לפתוח את דלתותיהם ביום השבת יוכלו לעשות זאת בתנאי שיהיו מוכנים לשלם את הקנס הכרוך בכך. היא הוסיפה כי התנהלות העירייה גורמת לחוסר נעימות, מכיוון שהיא מרוויחה מהמצב הקיים לאור הקנסות שהיא מטילה על הרשתות, ולכן יש תחושה שהמצב הקיים נוח לה. היא הבהירה כי העירייה יכולה לפנות לבית המשפט בבקשה להוציא צו

- סגירה לחנויות הפתוחות בשבתות, אם הטלת קנסות אינה עובדת. ומן הצד השני העירה כי 'אם אופייה של העיר תל-אביב-יפו מחייב, לדעת פרנסיה, המייצגים את האוכלוסייה, שלא לסגור עסקים כמו של המשיבות (המרכולים הפתוחים בשבת) בשבת, ניתן לשנות את חוק העזר בדרך הקבועה לכך בדין. אולם, כל עוד לא שונה חוק העזר, נקודת המוצא היא שיש לקיימו.' (ע"ע/2469/12 מוריס ברמר ואח' נ' עירית תל אביב ואח' 25.6.2013). בעקבות זאת ביקשה עיריית תל אביב לשנות את חוק העזר העירוני באופן שיאפשר פתיחת חנויות באזורים שייקבעו מראש. כניסתו לתוקף של חוק העזר העירוני החדש כפוף לאישור שר הפנים, וכאמור, שר הפנים אישר רק את חלקו ופסל את החלק הנוגע לפתיחת המרכולים בשבת. ראש העיר, רון חולדאי, ביקר בחריפות את ההחלטה וטען כי ימשיך להיאבק על שמירת צביונה של העיר.
77. הפרויקט נפתח בשנת 2010 בהשראת ערים אחרות באירופה.
78. המועסקים בעיר בענף הבנקאות, ביטוח ופיננסים מהווים כ-38% מסה"כ המועסקים בענף זה בישראל; המועסקים בעיר בענף שירותים עסקיים מהווים כ-22% מסה"כ המועסקים בענף זה בישראל; מספר המשרות במשרדי וסניפי בנקים בעיר מהווה כ-57% מסה"כ המשרות במשרדי וסניפי הבנקים בישראל. ת"א - יפו: מבט על הכלכלה התוססת של העיר לשנת 2013, האתר של עיריית תל אביב-יפו.
79. נכון ל-2013, כ-14% מכלל העסקים בארץ, פועלים בתל אביב-יפו. כלל העסקים בעיר מעסיקים 13% מכלל המועסקים בישראל, פער גדול מול ירושלים בה מועסקים 9 אחוזים מהמועסקים וחיפה עם 6 אחוזים. בעיר פועלות למעלה מ-1,000 חברות היי-טק, מתוכן כ-700 חברות הזנק (סטארט-אפ). ת"א - יפו: מבט על הכלכלה התוססת של העיר לשנת 2013, האתר של עיריית תל אביב-יפו.
80. שיעור האבטלה בעיר נמוך בהרבה מזה של כלל ישראל. לפי הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, ב-2009 הועסקו במחוז המרכז 1.3 מיליון עובדים, מהם 547 אלף בתל אביב עצמה. בכל ישראל הועסקו באותה התקופה 2.8 מיליון אנשים. כלומר, המרכז סיפק 47% מהמשרות בישראל. תל אביב לכדה הייתה אחראית ל-20% מהתוצר הלאומי - תוך שהיא מסכסדת אזורים יצרניים פחות. בתוך: נחשתאי, 12.11.2011.
81. לתל אביב יש מקום מיוחד במשבר הדיור שמתחולל בישראל בשנים האחרונות. עליות המחירים החריפות של השנים 2008-2011 הורגשו לראשונה בתל-אביב, ולא לחינם היא הייתה המוקד לפרוץ המחאה החברתית של קיץ 2011. תל אביב היא בירת הביקושים של שוק הדיור ומצב הדיור בה מתפשט לערי הלווין, לערים אחרות ולפריפריה.
82. לפי דו"ח שערכה חטיבת ניהול העושר של בנק UBS השווייצרי, תל אביב נחשבת לאחת הערים היקרות בעולם. היא מדורגת במקום ה-25 ברשימת הערים הכי יקרות לשנת 2010. לשם השוואה, ניו יורק דורגה במקום ה-6 ואוסלו במקום הראשון. סוכנויות הידועות, 18.09.2010.
83. מרמות של 2,700-3,200 דולר למ"ר עבור דירת 2-4 חדרים בשכונות הוותיקות בתל אביב, לרמות מחירים של 3,500 דולר למ"ר עבור דירות שמיועדות בדרך כלל לשיפוץ, או עם מדרגות וללא מקומות חניה. דירות ברמות גבוהות, עם מקומות חניה ומעלית, יכולות להגיע לרמות של 4,500 דולר למ"ר ויותר.
- על-פי סקרי מחירי דירות בבעלות, הנערכים על ידי הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (למ"ס), נמצא כי מחירי הדירות גבוהים בתל-אביב-יפו בהשוואה לירושלים ולכל הארץ. ברבע הראשון של שנת 2012 היה המחיר הממוצע לדירה בתל-אביב-יפו גבוה ב-64% ממחיר דירה ממוצע בארץ, ב-18% יותר ממחיר בירושלים וב-124% גבוה יותר מאשר בחיפה. בתוך: ת"א - יפו: מבט על הכלכלה התוססת של העיר לשנת 2013, האתר של תל אביב-יפו.
84. מצוטטת בתוך: מירובסקי, 17.8.2007.
85. "Bowling Alone: America's Declining Social Capital"
86. Putnam, 1995; 2000; 2010.
87. Maffesoli, 1996.
88. Watters, 2003.
89. Watters, 2003.
90. אורן, 1.6.2014.
91. פינקלשטיין ברק, בוקר תל אביב (פזמון המושר על ידי יפה הרן).
92. כבר ב-2005 הסתמן התהליך הזה. כמעט רבע מתושבי גבעתיים וחמישית מתושבי חיפה היו באותה שנה קשישים. הצעירים נהרו החוצה משתי הערים הללו, כמו גם מרוב הערים הגובלות בתל אביב ובחיפה, ונותרה האוכלוסייה הבוגרת יותר. שוק הנדל"ן הגיב לשינויים הדמוגרפיים האלה בשינויים בדפוסי ביקוש ולעתים גם בתנודות מחירים. ראו: קרן ומירובסקי, 26.10.2005.
93. וורסטול, 10.8.2014.
94. בישראל, שבה יותר מ-90% מהאוכלוסייה גרה ביישובים עירוניים, זה נשמע מובן מאליו, אבל עבור העולם זה שינוי דרמטי. בגרמניה, שוויץ, ספרד, דנמרק, איטליה ורוסיה כרבע מהאוכלוסייה עדיין גרה בעיירות וכפרים. בסין מדובר בכמחצית מהאוכלוסייה, ובהודו ורוב מדינות אפריקה שיעור הגרים מחוץ לערים מגיע ל-70%. חייהם של אלה עומדים לעבור טלטלה, ואולי לשנות את מסלולם.
95. בגזרת המחוזות - מחוז הצפון איבד כ-3,000 איש. מחוז הדרום איבד כ-3,500 איש. אזור ירושלים סבל מנטישה של

- למעלה מ-7,000 בני אדם. מחוז תל אביב איבד כ-4,000 איש. ומי גדל? מחוז המרכז (שאינו כולל את תל אביב) שצמח בכ-6,500 איש ומחוז יהודה ושומרון שגדל בכ-1,000 איש. הפורטל לצרכנות פיננסית, 6.10.2013.
96. 40% מבני דור ה-Y מבליים יותר זמן עם חברים באינטרנט מאשר במפגשים אישיים (66% מבליים אותו זמן או זמן רב יותר) - כך עולה מדו"ח של Connected World Technology השנתי שפרסמה ב-2012 ענקית התקשורת סיסקו (Cisco). נתון מעניין הוא ההבדל בין המינים: 38% מהגברים הצעירים בעולם מבליים יותר זמן בפגישות אישיות מאשר באינטרנט, לעומת 29% בלבד מהנשים. The 2012 Cisco Connected World Technology Report.
97. על פי סקר TIM, 89% מ הגולשים בגילאי 18-29 ציינו כי יש להם פרופיל ברשת חברתית אחת לפחות. דוד, 9.1.2013. בראשית 2012 העלה סקר אחר כי כמעט 73% מהגולשים בני 15-17 השתמשו בשירות רשת חברתית כלשהו מדי יום. מאידך, בקרב בני 65 ומעלה רק כ-10% עשו זאת מדי יום. בתוך מן ולב און, 2013. יותר ממחצית מהגולשים בישראל לוקחים חלק פעיל ברשת חברתית כלשהי לפחות פעם בשבוע. כמעט 73% מהגולשים בגילאי 11-75 משתמשים בשירות רשת חברתית כלשהו מדי יום. מאידך, אחד מתוך עשרה גולשים בני 56 ומעלה משתמשים ברשתות החברתיות מדי יום.
- מסקר שנערך ב-2012 על ידי בית הספר לתקשורת במכללה למנהל עולה כי 64.4% מגולשי האינטרנט בישראל משתתפים באופן פעיל ברשת חברתית כלשהי פעם בשבוע עד מספר פעמים בשבוע. זהו שיעור השתתפות יומי פעיל נרחב שכמעט ואין לו מקבילה באף לא אחת מהפעילויות האחרות שנבדקו. שיעור השימוש ברשתות חברתיות בקרב בוגרים ישראלים בגילאי 18 ומעלה עומד על 66.7%. נתון זה כמעט זהה לנתון המקביל בקרב הגולשים בארה"ב (65%). דרוו, 2012.
98. כך לדוגמה, אם בגילאי 15-17 רק 4% לא משתמשים כלל בשירות שכזה, בגילאי 56 ומעלה 70% אינם משתמשים כלל. דרוו, 2012.
99. בסקר של כלל הגולשים בישראל נשאלו המרואיינים מהו הצורך העיקרי ששירותי הרשתות החברתיות מספקים, ומהו הגורם העיקרי שבגיננו הם מבליים בשירותי הרשתות החברתיות זמן רב כל כך. השאלה הוגדרה כשאלה פתוחה והנשאלים לא הוגבלו לתשובות ספציפיות. מניתוח הצורך העיקרי אותו ציינו הגולשים עולה ש-55% סיפקו את אותה התשובה פעם אחר פעם: 'לשמור על קשר עם חברים'. הרחק מאחור היו אלו שענו 'שעמום/זה מעביר לי את הזמן' (כ-6%), 'כדי לקבל עדכונים על חדשות או נושאים אחרים' (5.3%) ו'עניין' (5.1%). דרוו, 2012.
100. קדמו לפייסבוק רשתות פחת מצליחות כמו SixDegrees, Friendster או Myspace, וכן חבר'ה ומקושרים הישראליות.
101. בתחילת הדרך הגביל צוקרברג את השימוש לתלמידי הרווארד בלבד, אחר-כך התרחב לכל הקולג'ים באזור בוסטון, לכל מוסדות ה-Ivy League (האוניברסיטאות המובילות בארה"ב), ואז לכל היבשת, לאירופה ולשאר מדינות העולם. פייסבוק התפשטה כש בשדה קוצים והפכה לאחת התופעות המגדירות של המילניום החדש. Kirkpatrick, 2011; Wittkower, 2010.
102. גלילי, 25.11.2007.
103. לפי חברת מחקרי השוק נילסן קומפני.
104. נתונים באתר פייסבוק.
105. אוקטובר 2007 ייזכר כחודש שבו נכבשה גם ישראל. באותה שנה פייסבוק הייתה עדיין הרשת החברתית השנייה בגודלה בעולם, עם כ-54 מיליון משתמשים וכ-250 אלף מצטרפים חדשים מדי יום (MySpace המתחרה, גייסה כ-60 מיליון משתמשים). במהלך אותו החודש (אוקטובר 2007), לא כמעט בזכות הכיסוי התקשורתי הכבד, גדל מספר הישראלים המחוברים לפייסבוק פי שלושה, מ-45 לכ-130 אלף. אבל חרף הגידול המהיר ההנחה שרווחה בשלב הזה בישראל הייתה שמדובר בעוד טרנד שכוכש את הישראלים הצעירים בסגנון ה-ICQ. רק מקץ שלוש שנים נוספות קלטה התקשורת בארץ שמדובר בתופעה המשפיעה ביותר על סגנון החיים בארץ - תופעה שלמעשה מאיימת על המדיה הישנה באופן ממשי.
106. 90% מהגולשים בישראל השתמשו ב-2011 בפייסבוק לפחות פעם אחת בחודש. קומסקור מודדת את היקפי הגלישה במדינות השונות ובאתרים השונים בעולם. הפיליפינים מקדימים את ישראל עם 93%, ואחרי ישראל נמצאות טורקיה, צ'ילה, ארגנטינה, מלזיה, אינדונזיה, קולומביה, קנדה ווונצואלה עם 85-89.5%. צורף, 25.3.2013.
107. דרוו, 14.7.2012.
108. גרבוז, 9.12.2012.
109. יתר על כן, במעלה מדרגות הגיל אחוזי המשתמשים בפייסבוק ממש צונחים: 14% ממשמשי הפייסבוק הם בגילאי 44-35, 8% בגילאי 45-54 ו-8% בגילאי 55+ (יש מקום לסייג ולציין שככל שהאדם מבוגר יותר, כך הוא נוטה פחות לחשוף את הגיל שלו). נכון ל-2013, לפי אתר Facebakers.
- תופעה מוכרת נוספת היא שגולשים מזויפים את גילם מסיבות שונות. סיבה נפוצה היא של גולשים צעירים שעושים זאת כדי להיכנס לרשתות חברתיות שמגבילות את הגישה לפי קריטריון הגיל. 39% מהגולשים הצעירים הודו בכך. Duggan & Smith, 16.9.2013.
110. אתר MySpace עשה סקר על חברים ברשת בגילאי 14-21 כולם בני דור ה-Y. הוא שאל על האינטראקציה שלהם

- באופן פיזי ודרך האינטרנט. כ-36% מהמשיבים אמרו שזה קל להם יותר לדבר על עצמם אוןליין מאשר בחיים האמיתיים. זה הוביל אותם גם ליותר שיתוף על עצמם. הרשת ללא ספק פותחת אותך. אנשים בקטגוריה הזאת גם חשו שחבריהם לרשת יודעים יותר עליהם מאשר חבריהם offline. זה משום שהם ידעו על החיים שלהם. Perez, 10.8.2009.
111. גולדברג, 22.5.2013.
112. Rice, 2009.
113. מחקר של אוניברסיטת הרווארד מ-2012 גילה שפעולת השיתוף או הסגרה של מידע אישי משחררת דופמין במוח, אשר גורם לתחושת הנאה בדומה למה שקורה כשאנו אוכלים או עושים סקס. Tamir & Mitchell, 22.5.2012.
114. רוטנר, 5.2.2014.
115. Granovetter, 1973.
116. מחברת הספר 'The Defining Decade' (העשור המכונן), שמציע דיאגנוזה וטיפול למה שהיא מגדירה כאסון של דור שלם. בראיון ל: אספרייל, 5.7.2012.
117. רשף, 6.6.2010.
118. www.facebook.com/roge.alpher
119. על פי וינט סרף, האונג'ליסט הראשי של גוגל, פרטיות היא תוצר של העשורים האחרונים. בעיירות קטנות וקהילות שמחבקות את חבריהן לאנשים לא הייתה ציפייה לפרטיות. מבחינת סרף, הפרטיות נולדה רק כשבית המשפט העליון בארה"ב החל לתפוס אותה כזכות. Kastrenakes, 20.11.2013.
120. Locke, 2011.
121. כך למשל, במחקר שפורסם בפורבס ושנעשה באמצעות BrianSolis.com וכלי ה-Ad Planner של גוגל, נמצאו הבדלים בין גברים ונשים בשימוש ברשתות החברתיות. בתוך: מור, 28.4.2010.
122. כץ, 21.6.2012.
123. דף 'חוכמת הפרפר' בפייסבוק, 26.12.2013.
124. הדגמה משעשעת לחברות הפונקציונאלית אפשר לראות באחד מפרקי הסדרה 'רמזור'. הוטבע שם המושג 'חבר כלב', שמשמעותו - חבר שאיתו משוחחים כדי להעביר את זמן הטויל עם הכלב.
125. רוטנר, 5.2.2014.
126. סוכנויות הידיעות, 23.4.2014.
127. קוך, 9.5.2012.
128. היישום פותח על ידי חברת WhatsApp, שהוקמה ב-24 בפברואר 2009 על ידי יאן קום ובריאן אקטון - שניהם יוצאי Yahoo. הפעילות ביישום ברחבי העולם גדלה במהירות לא רק בשל הנגישות אלא גם בשל יתרונות נוספים שהציעה האפליקציה על פייסבוק: יכולת ההעברה של מסרים, תמונות וסרטי וידאו באמצעות הטלפון וללא תשלום (היא פועלת בכל סמרטפון, ללא קשר לסוג ויצרן) - היא גם משתמשת ברשת האינטרנט ולא בפעילות המונה של הטלפון, דבר המאפשר שימוש באינטרנט אלחוטי WIFI שקיים במרחב הציבורי, ובאופן הזה שליחת הודעה אינה עולה כסף למשתמש ואינה מחסירה מסך חבילת הגלישה שרכש ברשת הסלולר). האפשרות ליצור קבוצות של אנשי קשר ולשתף אותם במסרים היא הסיפור האמיתי של וואטסאפ. זה דומה קצת לשיתוף ברשת חברתית, אך כאן אתה יודע בדיוק מי נחשף למסרים שאתה משתף, והסיכוי שהם ידלפו ויגיעו לעיניים הלא נכונות נמוך כמו הסיכוי שמייל שנשלח לכמה מכותבים יהפוך לסטטוס ויראלי. הוואטסאפ גם נקיייה לחלוטין מפרסומות, וקלה לתפעול.
129. פרופ' עמיחי המבורגר הוא מחבר הספר: הטוב, הרע והמכוער באינטרנט (2013); פישר, 16.9.2013.
130. כך למשל, בסקר רחב היקף שנערך בהודו ביוני 2013, שבו השתתפו 17.5 אלף בני נוער, אמרו 75% כי הם מעדיפים לשלוח הודעת טקסט מאשר לנהל שיחת טלפון. ליותר מ-90% מבני הנוער יש ווטסאפ ופייסבוק. בתוך: פישר, 16.9.2013.
131. בתוך: רוזן, 12.8.2014.
132. רוזן, 12.8.2014.
133. נכון ל-2012. הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, אוקטובר 2014.
134. בתוך: רוזן, 12.8.2014.
135. מארש, 4.5.2012.
136. על התופעה ראו: סמוכה שחר, הדשא שוב ירוק: האם הקיבוצים עושים קאמבק אמיתי?
137. כך למשל במושג נוב פועלת קבוצה של 70 צעירים המכנה עצמה 'הפלמ'ח החדש'. הם אמנם הגיעו כדי לעבוד ב'עבודה מועדפת' אבל רואים בחיים האלה חידוש של החיים החקלאיים השיתופיים ברוח החלוץ. יום העבודה שלהם מתחיל לפנות בוקר ועד שלוש-ארבע הם עוסקים בעבודת כפיים נמרצת. אחר כך במסגרת קהילתית הם אוכלים יחדיו וגם לומדים יחדיו, בעיקר את ספר הפלמ'ח, שמשמש עבורם כמעין גמרא של ערכים. בראיון לעיתונאית, סיוון רהב מאיר, שביקרה במקום, אומר יואב אלקין, ממקימי 'הפלמ'ח החדש': 'הרוח לא פורקה מעולם. המטרה היתה להקים צבא עברי, ועכשיו המטרה היא לחבר צעירים לאדמה וליצור כוח עבודה עברי' (רהב מאיר, 22.8.2014). מה שאולי אלקין לא יודע, זה

שישנם חוקרים הטוענים בתוקף שהקבוצות החלוציות הראשונות קמו במטרה לחבר בין רווקים שעזבו את מולדתם למען חיים עצמאיים. האידיאולוגיה הסוציאליסטית והציונית רק הולבשה על המוטיבציה האנושית הבסיסית להיות ביחד (בנים ובנות).

138. כך למשל 'קהילת אלומה' בקרית יובל. 15 אנשים מתגוררים בשכנות זה לזה ומקיימים אורחות חיים פנימיים משותפים: ערבי קהילה, ערבי שירה, חגים משותפים, סמינרים וטיולים. הפעילות הקהילתית באה לידי ביטוי גם בעשייה למען תושבי השכונה הירושלמית ובשיתופם, כמו ליווי תושבי השכונה בהקמת מיזמים חברתיים שונים. בראיון לכתבה אומרת אחת החברות: 'רובנו בוגרים של מכינות קדם צבאיות. ואחרי המכינה והשירות הצבאי, הרגשנו שאנחנו רוצים להמשיך את תחושת ה'יחד' שהייתה לנו במכינה. כשהגענו לירושלים בתור סטודנטים הרגשנו שאנחנו לא רוצים להעביר את שנות הלימודים בתוך הרוטינה הרגילה של חיים סטודנטיאליים, חיפשנו משהו קצת אחר.'

למרות שכל אחד מחברי הקהילה מנהל חיים עצמאיים, ללא מסגרת כלכלית או תקנונים נוקשים שקושרים את החברים זה לזה, חברי הקהילה מדגישים שלא מדובר ב'סתם' קבוצת חברים. 'קהילה היא חברות רב-מימדית, כזו שמקיפה כמה אספקטים בחייו של אדם. יש לי גם חברים מחוץ לקהילה, אבל ההבדל הוא שלחברות בקהילה יש כמה מימדים: אלה אנשים שאפשר לשתות איתם בירה, אבל גם ללמוד טקסט ברצינות. אפשר לארגן איתם ערב משירי שלמה ארצי, אבל גם לדבר ולחלום על שינוי בחברה הישראלית. הקהילה מקיפה את כל מרחבי חייו של הפרט.'

139. בשנים האחרונות קמו קבוצות שיתופיות חדשות בתנועות הנוער, כפועל יוצא של תהליכי שינוי נרחבים שהתחוללו ביעדי ההגשמה של התנועות ובמסלוליה. תנועת הנוער העובד והלומד היא החלוצה בתהליך שינוי זה, בעקבותיה התחוללו תהליכי שינוי גם בתנועות האחרות: המחנות העולים, הבונים-דרור והשומר הצעיר. תנועות בוגרים שיתופיות אלה מבקשות להוכיח כי רוח ההתנדבות והקהילתיות לא פסה (מיכאלי, 2007). זו של הנוער העובד מונה מספר מאות חברים, החיים בכ-60 קבוצות כרחבי הארץ. בתנועות הבוגרים של התנועות האחרות, חברים ככל אחת עשרות בודדות.

140. קבוצת רכישה נדל'נית היא קבוצת אנשים המתאגדת יחד על מנת לבנות מכנה מגורים, במטרה להוזיל עלויות ולעתים אף במטרה לבחור את השכנים. מחיר דירה הנכנית באמצעות קבוצת רכישה זול יותר לעתים מאשר דירה דומה הנרכשת מיזם בנייה. בנוסף לחיסכון בתשלומי מס (פטור ממס ערך מוסף על הקרקע ועל האגרות, מס רכישה נמוך יותר) אין צורך להשקיע בשיווק או בפרסום כי כל הדירות כבר נמכרו לחברי הקבוצה. קבוצת רכישה מתארגנות באופן עצמאי (קבוצה הומוגנית הרוצה להתגורר ביחד בשל מכנה משותף) או באמצעות חברה מנהלת המארגנת את כל שלבי הרכישה והבנייה. סיקולר, 13.04.07.

141. על קהילות רוחניות של צעירים בתל אביב ראו: Selengurt, 11.12.2013.

142. אומרים שגם מוסד השכנות הישנה, שנראה היה כי יצא מהאופנה עושה קאמבק. בעבר היה ממי לבקש כוס סוכר והיכן לשים מפתח נוסף לדירה. היום כשנכנסים למעלית אנשים בקושי אומרים שלום. אבל ליותר ויותר אנשים זה מפריע ורבים יוזמים מחדש תקשורת שכנים משפחתית וחמה.

143. אם ב-1971 היו קיימים כ-561 אלף קואופרטיבים שבהם היו מאוגדים כ-268 מיליון חברים, ב-2005 מנתה התנועה הקואופרטיבית כבר יותר מ-749 אלף אגודות שיתופיות עם 800 מיליון חברים. נתונים עדכניים יותר שפורסמו על ידי פרופ' האגן הנרי, לשעבר ראש ענף קואופרטיבים בארגון העבודה העולמי, גורסים כי מספר חברי הקואופרטיבים הוא כמיליארד איש. אפרתי, 8.6.2012.

144. [142] 'אין לנו נתונים לגבי השנה האחרונה, אבל באופן כללי אני יכולה לומר שיש תחושה של התעוררות שמאופיינת בעיקר בהתאגדויות בעלות נופך חברתי, אמרה בריאיון סגנית רשם האגודות השיתופיות, מארי קושניר-הררי. עבור עו"ד יפעת סולל, שעוסקת כבר שנים במחקר של קואופרטיבים וחברה בקבוצת המחקר של ארגון הקואופרציה העולמי, זו תקופה מרגשת במיוחד. 'קיימת תנועה אדירה. מאז הקיץ האחרון אני מלווה עשרות התארגנויות שנמצאות כרגע בשלבים שונים של הקמה. אני מקבלת כממוצע שלוש פניות מדי שבוע ליוזמות חדשות'. אפרתי, 8.6.2012.

145. חרותי סובר, 14.4.2006. המגוון בשטח גדול, כך למשל שני קואופרטיבים של נשים באזור הגליל העליון. האחד שייך לקבוצת אומניות שלא רצו לעבוד ולמכור את יצירותיהן כל-אחת בנפרד, והקבוצה השנייה משווקת תוצרת של ריבות, מיצים ומוצרים טבעיים אחרים בחווה חקלאית ניסיונית.

146. לאחרונה הושקה אפליקציה חדשה בשם Mapped2ACT, שממפה את קהילת היוזמות בישראל, לצורך קידום מעורבות אזרחית וביסוס פלטפורמת נטוורקינג בקרב אנשי המגזר הרביעי (עסקי-חברתי). האפליקציה, שפותחה בידי דני ענבר ויונתן קאופמן, סטודנטים בעלי רקע יזמי-טכנולוגי, ובשיתוף אשוקה, היא ללא מטרת רווח. האפליקציה מאפשרת לגופים בעלי אוריינטציה חברתית להציג עצמם על המפה, מתוך מטרה לייצר 'תו תקן חברתי' לעסקים חברתיים. בשלב הבא, היוזמים מקווים לפתח כלים נוספים, כמו לוח דרושים לחיפוש מקומות עבודה ולוח אירועים וביוליים משותפים.

