

סולידריות לאומית כשותפות סוד: תוכנות מניתוח תוכנית הריאליטי "האח הגדול" כמועדון חברתי

דני קפלן*

תקציר. הספרות הענפה על הבניית לאומיות מתמקדת ברובה בתפיסה של לאומיות כזהות קולקטיבית, וממעטת לעסוק בשאלת הסולידריות בין חברי הקולקטיב ובאופן שסולידריות ניוונה מקשרים בינאישיים. המאמר מציג שימוש במודל תאורטי חדש לחקר סולידריות אזרחית-לאומית כמועדון חברתי. המודל מודגם באמצעות תוכנות מניתוח שניוני של נתונים ממקרה בוחן של תוכנית האח הגדול בישראל. השתתפות הקהל בתוכנית מנותחת הן כמועדון חברתי והן כמופע חברתי קולקטיבי, במטרה לבחון כיצד חוויה של שותפות סוד הנרקמת בין המשתתפים לצופים ובין הצופים לבין עצמם מזינה רגשות של סולידריות קולקטיבית. פורמט התוכנית מבנה מגוון מנגנונים של אינטימיות פומבית ויוצר דפוסים שונים של הדרה והכללה שבאמצעותם הקהל עובר מהלך כפול – מזר לחבר ומצופה למשתתף. במהלך זה גלום הן ההיבט הרגשי של איש סוד והן ההיבט הפרפומרטיבי של שותף לדבר עברה. מוצע כי שני היבטים אלו תורמים לחוויה של סולידריות קולקטיבית ומכדלים אותה משאלות של זהות קולקטיבית.

מילות מפתח: סולידריות, לאומיות, חברותיות, טלוויזיה, קהל, תקשורת

מבוא

מהם המנגנונים המחברים את חברי קהילת הלאום? באיזה אופן קשרים בינאישיים מבנים חוויה של סולידריות קולקטיבית? בעקבות הצעה למודל תאורטי חדש לניתוח סולידריות לאומית-אזרחית כתוצר של חברותיות כמועדונים חברתיים (Kaplan, 2018a, 2018b), במאמר זה אדגים כיצד תפיסת היחסים בין הקהל למשתתפים בתוכנית האח הגדול בישראל מוכנית כהליך של שותפות סוד ומזינה רגשות של סולידריות קולקטיבית.

ההצעה לבחון לאומיות כמועדון חברתי מתבססת על ההנחה שביטויי חברותיות (sociability) במגוון מוסדות חברתיים מעודדים קרבה בין זרים ומתורגמים בעקיפין לחוויה של סולידריות לאומית-אזרחית. למן ראשית העת החדשה, עם תהליכי ההתמחות

* פרופ' דני קפלן, המחלקה לסוציולוגיה ואנתרופולוגיה והתוכנית ללימודי מגדר, אוניברסיטת בר-אילן אני מבקש להודות לקוראים האנונימיים של סוציולוגיה ישראלית ולעורכת אלכסנדרה קלב על ההערות הבונות שתורמו לגיבוש והידוק המאמר. חלקים מן המאמר הוצגו בכנס ההשקה של המרכז לסוציולוגיה תרבותית באוניברסיטת בר-אילן, ינואר 2019.

והדיפרנציאציה, אנשים מבליים במגוון רחב של מוסדות חברתיים הפועלים במרחב ביניים בין הספרה הפרטית לציבורית – תנועת נוער, קבוצת תחביב, פורומים במדיה חברתית או קהל צופים בתוכנית ריאליטי (Kaplan, 2018b). למרות ההבדלים בדפוסי הפעולה של המוסדות האלה, במבנה הארגוני שלהם, במטרותיהם ובקריטריונים לקבלה, אפשר לומר כי מבחינה אקספרסיבית כולם פועלים כמעין מועדון חברתי שהמשתתפים בו מתרועעים זה עם זה ויוצרים קשרי חברותיות בלתי פורמלית. קשרי החברותיות מתעצמים באמצעות מנגנונים של "אינטימיות פומבית": הפגנה של קשרים בינאישיים מול צד שלישי (שהוא מכר או זר) באופן שיוצר בה בעת הדרה והכללה ומאפשר להגדיל את מעגל המעורבים באינטראקציה (Kaplan, 2018b, 2005). החפיפות החלקיות בין הרשתות החברתיות שנוצרות במועדונים השונים, והנורמות המשותפות של חברותיות שנרכשות בהם, מסייעות למשתתפים להתגבר שוב ושוב על חוויית הזרות ולפתח אמון ביכולתם וביכולת של עמיתיהם להפוך זרים לחברים. ההנחה היא כי ההתנסות המצטברת בתהליכים אלו של "חברותיות מועדונית" מאפשרת לנו לדמיין את החברה הכוללת שאנו חיים בה כאומה, לא רק במובן של קולקטיב בעל זהות משותפת (אנדרסון, 1999) אלא במובן של קבוצת חברים.

אבקש להדגים חלק מטענה תאורטית זו ולהוסיף עליה באמצעות המשגה חדשה של תהליכי שותפות סוד המגשרים בין מבנה תקשורת בינאישית (כמו זה שמתקיים במועדון חברתי) ובין מבנה תקשורת קולקטיבי של מופע חברתי (כגון אירוע מדיה המוני). ההדגמה תיעשה באמצעות ניתוח שניוני של ממצאי מחקר על תוכנית הריאליטי האח הגדול בישראל (Kaplan & Kupper, 2017). שלא כמו רוב תוכניות הריאליטי, בתוכנית זו אין למתמודדים משימה מוגדרת לביצוע והם מבליים את רוב זמנם בניהול חיי יומיום באולפן התוכנית ("בית האח הגדול") ובניהול שיחות עם שאר המתמודדים. לצד העניין בתהליכי ה"וידוי" האישי שהמתמודדים עוברים, התוכנית מונעת על ידי ביטויי החברותיות בין המשתתפים. הפנייה לרגשות הקהל מבנה לא רק הזדהות ואמפתיה אישיים אלא גם חוויה של מעורבות בקשרים הנוצרים בין המשתתפים.

במחקר שערכתי עם יוני קופר על הגרסה הישראלית של התוכנית (Kaplan & Kupper, 2017) בחנו כיצד שורה של מאפיינים מבניים בפורמט של התוכנית משמשים כמנגנונים של אינטימיות פומבית. בדינמיקה שבין הדיירים המשתתפים בתוכנית וצד שלישי – הצופה – מנגנונים אלו פועלים לשינוי מיקומו של הצד השלישי, הצופה בקשרים שבין הדיירים, מעמדה של צופה פסיבי לעמדה של צופה מועדף ועד לחוויה של משתתף פעיל.

במאמר זה אבקש לקשור ממצאים אלו לתאוריה של חברותיות במועדונים חברתיים ולבחון כיצד חברותיות מועדונית מזינה תחושות של סולידריות קולקטיבית דרך העיקרון של שותפות סוד. אראה כיצד המעבר הכפול מזר לחבר ומצופה למשתתף משקפים שני היבטים של שותפות הסוד – הפן הרגשי של איש סוד (confidant) והפן הפרפומרטיבי של משתתף פעולה או שותף לדבר עברה (accomplice). לבסוף אדון באופן שבו שותפות סוד מגלמת תנועה בין שני מבנים של תקשורת – מבנה בינאישי של מועדון חברתי ומבנה קולקטיבי של מופע חברתי, ואבחן כיצד היבטים אלו תורמים לחוויה של סולידריות קולקטיבית ומבדלים אותה משאלות של זהות קולקטיבית.

רקע תאורטי

חקר סולידריות לאומית ואזרחית

הצעתי לסדר יום מחקרי חדש לחקר לאומיות וחברה אזרחית מזווית של מועדונים חברתיים מבוססת על שלושה מהלכים – בהמשגה, במודל הארגוני ובמתודולוגיה. המהלך הראשון הוא שינוי פרדיגמטי בהמשגה של שייכות לאומית ברמת המקרו. רוב ספרות המחקר מתייחסת לשייכות לאומיות כחוויה של זהות קולקטיבית (Eriksen, 2004; Malešević, 2011), אולם אפשר לבחון שייכות זו גם כתהליך מתמשך של כינון קשרים בין חברי הלאום, או במילים אחרות – כחוויה של סולידריות קולקטיבית. אחרי ככלות הכול, שיתוף פעולה בין חברי הלאום הוא רציונל מרכזי באידאולוגיה לאומית (Gellner, 1983; Smith, 1986) והוא גם מה שמבחין בין לאומיות, על היסודות הפוליטיים שבה, ובין שייכות אתנית גרידא. מקובל להגדיר סולידריות קולקטיבית כשיתוף אינטרסים פוליטי מתוך דאגה הדדית, שותפות גורל, ואחריות משותפת שעשויה להביא לחלוקה מחדש של משאבים (Miller, 2017). בהגדרה זו גלום הן היבט חוזי, הממשיג סולידריות כמערכת של הסכמות בין שחקנים, והן היבט אקספריסיבי, המדגיש את קיומו של קשר רגשי בין השחקנים. הספרות על לאומיות נוטה להתמקד בשאלות של זהות קולקטיבית, ורוב החוקרים מנתחים ומסבירים סולידריות קולקטיבית רק כתוצר לוואי של תהליכי גיבוש הזהות (ראו למשל Miller, 1995; Theiss-Morse, 2009). מעטים הסבירו סולידריות במנותק משאלת הזהות, כקשר ישיר בין השחקנים. מבין אלו, גישה אחת רואה בסולידריות קשר בין זרים: בהשפעת כתיבתו של גיאורג זימל (Simmel, 1950), סוציולוגים החלו לייחס למונח "זרות" משמעות פרודוקטיבית ולהמשיג אותה כמערכת של הסכמות על יצירת מרחב של הכרה הדדית מתוך שוויון נפש (Horgan, 2012). גישה חלופית רואה בסולידריות הרחבה של קשרי חברותיות, ואחד מביטוייה הוא באסכולה הניאו-טוקווילית, הבוחנת כיצד השתתפות בהתאגרויות אזרחיות במרחב הביניים בין הספרה הפרטית לציבורית משרתת את טובת הכלל ומקושרת עם דמוקרטיה ופריחה כלכלית (Putnam, 2000). גם הברמאס ראה במאפייני החברותיות שהתפתחה בבתי הקפה ובסלונים באירופה החל מהמאה התשע-עשרה מרחב ציבורי חדש, שאינו תלוי במוסדות המדינה ומאפשר ליבון רציונלי של דעות (Habermas, 1991).

חברותיות מועדונית

בעקבות זאת, המהלך השני בתיאוריה שאני מציע הוא לבחון מבנים ארגוניים של סולידריות ברמת המזו, באמצעות מודל מושגי של מועדון חברתי שחל על מגוון המוסדות החברתיים הפועלים במרחב הביניים. אף שמועדונים חברתיים שונים זה מזה במטרותיהם, בתפיסותיהם המוסריות ובמבנה הארגוני שלהם, הם חולקים לוגיקה משותפת של "חברותיות מועדונית" שאלה מאפייניה:

1. הפעילות במועדון מבוססת על מפגשים בינאישיים סביב עניין משותף והיא מעוגנת בכללי הצטרפות ובנורמות התנהגות.

2. הקשרים בין החברים מתאפיינים בחברותיות, קרי באינטראקציה אקספרסיבית ובעלת "אופי משחקי" המתקיימת לשם עצמה ולא מתוך צורך אינסטרומנטלי (Simmel, 1950).
3. קיימת ציפייה מפורשת או סמויה שזרים ישתפו פעולה ויהפכו לחברים במועדון. חברי המועדון מצופים לא רק לקדם אינטרסים משותפים אלא גם להפגין נאמנות למועדון ולחברי הקבוצה.
4. הלוגיקה של חברות במועדון דומה ללוגיקה של חברות בינאישית. היא מבוססת על העיקרון האוניברסלי של יכולת בחירה (אני יכול לבחור את חבריי) ועל היבט פרטיקולרי של העדפה (אני מעדיף את החבר על פני אחרים).
5. חברות במועדון מקושרת עם אקסקלוסיביות ועם פריבילגיות בהשוואה למי שאינו חבר בו.

מנגנוני אינטימיות פומבית

המהלך השלישי בתיאוריה, במישור המתודולוגי, מציע אסטרטגיית מחקר לניתוח חברותיות מועדונית ברמת המיקרו דרך ניתוח אינטראקציוני של מופעי אינטימיות פומבית. הכוונה היא לאינטימיות במובן של קשר קרוב בין אנשים (intimacy as a relationship) ולא לאינטימיות במובן של חשיפת מידע פנימי על העצמי (intimacy as disclosure). אינטימיות פומבית היא אינטראקציה בינאישית משולשת, שבה שני שחקנים מקיימים קשר קרוב ומפגינים אותו בפומבי מול צד שלישי. הצד השלישי (יחיד או רבים) יכול להיות חבר נוסף, מכר או זר מוחלט. ההפגנה הפומבית של הקשר האינטימי מתרחשת בין היתר באמצעות הומור ייחודי הכולל שימוש בשפת קוד, ביטויים אידיוסינקרטיים ומחוות פיזיות. אינטראקציות של הומור הן אמביוולנטיות ובפני עצמן אינן מייצרות משמעות מפורשת אלא משהות אותה (Fine, 1984). פעמים רבות התקשורת נותרת סתומה גם למשתתפים עצמם, וחשיבותה היא בעצם הדגשת היחסים ביניהם והאקסקלוסיביות של הקשר. ברוח זו בחנתי לראשונה מופעים של אינטימיות פומבית במחקר נרטיבי על חברות בינאישית בין גברים (Kaplan, 2005) ובמחקר אתנוגרפי על חברות וסולידריות קולקטיבית במסדר הכונים החופשיים (Kaplan, 2014).

שותפות סוד כפיתוי

מנגנוני אינטימיות פומבית יוצרים בה בעת אפקט של הדרה ואפקט של הכללה. במאמר זה אבחן אפקטים אלו כתהליך של שותפות סוד הטמון בזיקה שבין אינטימיות ובין סוד ופיתוי. סוציולוגים ואנתרופולוגים עמדו על ההיבט המטא-קומוניקטיבי של הסוד בתקשורת יומיומית ובטקסים קהילתיים. הסוד מקושר עם המרחב הפרטי, אבל למעשה הוא מכוון ליצור הדרה באמצעות פנייה החוצה ומשמש אמצעי דרמטורגי לייחוס משמעות פומבית למידע או לקשר אישי או קבוצתי (Bellman, 1981; Piot, 1993). הסוד מחבר את חברי הקבוצה לא רק באמצעות הקניית זכויות יתר בגישה למידע אלא גם באמצעות סימון הקשר עצמו כאקסקלוסיבי ולכן אינטימי. זהו מקור הלכידות של חברות סוד, שכל כולה תלויה בהיותה מופצת ברבים ככזאת. לוגיקה דומה הציגו אורי בן-אליעזר ואדריאנה קמפ בהקשר המקרו-חברתי של מדינת הלאום, כשהציעו הסבר אקספרסיבי להתעקשות של ממשלות ישראל לדורותיהן לשמור על סודות הגרעיני: "מדינת סוד איננה מדינה ששומרת סודות [...] מדינת סוד היא מדינה השוקדת על

כינון מתמיד והפגנה מתמשכת של עמימות וסודיות [...] עד שזו נהפכת לפולחן, לערך [...] לחלק מזהותה של המדינה ושל אזרחיה" (בן-אליעזר וקמפ, 2006, עמ' 286).

לצד אפקט ההדרה טמון בשותפות הסוד המופגנת בפומבי גם פוטנציאל של הכללה דרך פיתוי. תקשורת אמביוולנטית וסתומה בין שני שחקנים מקניטה ומעוררת את סקרנות הצופים, ומזמינה את אלו מהם שחווים אותה כנגישה להצטרף כצד שלישי לחבורת הסוד. לאחר שהצטרפו הם יכולים להפגין את אותו סוג של אינטימיות פומבית מקניטה כלפי צופים אחרים וכך להרחיב בהדרגה את מעגל שותפי הסוד. באורח זה תהליכי שותפות סוד מאירים באור חדש את הניתוח הידוע של זימל (Simmel, 1950) על ההבדלים העקרוניים בין קשר דיאדי לקשר של שלושה שחקנים ויותר. זימל הרגיש כי מרגע שמצטרף גורם שלישי, הקשר אינו תלוי עוד רק ברצון האינדיבידואלי של המשתתפים והוא יכול להתקיים גם אם אחד השחקנים פורש. לכן אליבא דזימל הטריאדה היא אבן הבניין לסולידריות של קבוצה רחבה יותר. אחד ההסברים האפשריים למעבר מקשר דיאדי לקשר טריאדי וקבוצתי שלא נדון אצל זימל טמון בדיוק בכוח הפיתוי של אינטימיות פומבית ובפוטנציאל ההתרחבות של מעגל שותפי הסוד.

שותפות סוד כגישור בין מבנה תקשורת בינאישי למבנה קולקטיבי מהאמור לעיל אפשר להסיק כי תהליכים של שותפות סוד עשויים לגשר בין קשר בינאישי ובין חוויית קשר קולקטיבי של סולידריות. בעקבות פרוש (Frosh, 2012) אפשר להסתכל על שותפות הסוד במונחים של שני דפוסים מרכזיים של מבני תקשורת. הראשון הוא מבנה של תקשורת בינאישית האופיינית למועדון חברתי, והוא מבוסס על רשת אופקית של קשרים בינאישיים דיאלוגיים (הדדיים). לכל שחקן יש מעמד שווה כחבר מועדון, והוא יכול לנוע בין מיקום פסיבי יחסית למיקום אקטיבי יותר ולקחת על עצמו תפקידים בקבוצה. לצד זאת, הרשת החברתית היא סגורה ויוצרת הבחנה ברורה בין מי שבתוך המועדון ומי שמחוץ לו. הדפוס השני הוא מבנה תקשורת קולקטיבית, המאפיין מופע חברתי (social performance). לדברי ג'פרי אלכסנדר, למופע החברתי יש פן טקסי שמתמשש ומביא לחוויה של מיזוג (fusion) רק אם נוצר שילוב אותנטי בין כל מרכיבי המופע, ובהם מבצעים, צופים, העמדה ועיצוב אסתטי, ומערכת של ייצוגים תרבותיים משותפים (Alexander, 2004). התקשורת במופע כזה היא היררכית, ריכוזית ומונולוגית (חד-צדדית) והיא יוצרת הבחנה ברורה בין מבצעים ובין צופים. האירוע הקולקטיבי מרכז קשב באופן סימולטני מהמוני הצופים בו (ישירות או באמצעי התקשורת), כך שכל אחד מהם בטוח ששאר הצופים מסתכלים על אותו אובייקט וחווים את אותם רגשות.

דורקהיים הרגיש את החשיבות של אירועים טקסיים קולקטיביים ליצירת סולידריות בקבוצתית. חוקרים שונים אימצו את גישתו והתייחסו למבנה של מופע חברתי כיוצר סולידריות (אנדרסון, 1999; כ"ץ ודיין, 1995; Alexander, 2004), אולם מיעטו להתייחס לסוגיה של קשרים בינאישיים בין השחקנים במופע כבסיס לחוויית הסולידריות. אף שמבנה התקשורת הקולקטיבי אופייני יותר לאירועים המוניים, למעשה גם במועדונים חברתיים מתקיימים לעיתים אירועים בעלי אופי דומה (Kaplan, 2018b). לאור כל זאת אבקש לבחון כיצד תהליכים של שותפות סוד נעים בין קשר דיאדי לטריאדי וקבוצתי וכיצד הם מגשרים בין מבנה תקשורת בינאישית למבנה תקשורת קולקטיבית, דרך מקרה הבוחן של תוכנית האח הגדול בישראל.

דילמות מרכזיות בחקר תוכניות ריאליטי

פריחת תוכניות ריאליטי בשוק הטלוויזיה העולמי בעשור הראשון של המאה העשרים משקפת היטב מגמות של גלובליזציה תרבותית (Tomlinson, 1999), שביסודן תהליכי סטנדרטיזציה ורציונליזציה של מודלים ארגוניים גלובליים שמחלחלים ומוטמעים במבנים מדינתיים ברחבי העולם (Meyer, 2000). סוגת הריאליטי מספקת לערוצי שידור מסחריים הפקה זולה יחסית של פורמטים מצליחים ובכך היא מקצינה מגמות של שכפול ומחזור של נוסחאות הפקה מצליחות, תופעה מופרת מסוגות אחרות בתעשיית הקולנוע והטלוויזיה (Jenner, 2017). בישראל, שבה שידורים בערוצי הטלוויזיה המסחריים נתונים לרגולציה של הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו, פרחו תוכניות הריאליטי בשל הביקוש להפקות מקומיות, אף שלא ענו על הציפייה של קובעי המדיניות לתוכניות איכות וחלקן נתפטו כלא ראויות מבחינה חברתית ומוסרית (Lavie, 2019).

אף שברוב תוכניות הריאליטי אין עיסוק מפורש בשאלות של לאומיות, חוקרים הראו כיצד תוכניות ריאליטי מבנות את התכנים והגבולות של זהות לאומית, למשל באמצעות עיצוב מנהגים או ייצוג של יחסי הכוח בין מגזרים בחברה (להקשר הישראלי ראו Elias et al., 2009; Livio, 2010; Neiger, 2011; Shoshana, 2016). מתוך כוונה להתמקד בשאלות של סולידריות ולא של זהות, הניתוח הנוכחי בוחן כיצד נוצרת תחושת שייכות לאומית בתוכנית לאו דווקא מתוך עיסוק בתכנים לאומיים או בגבולות הלאום אלא מתוך יחסי החברותיות שמוצגים על המרקע והקשרים שנקמים בין מכלול השחקנים במופע החברתי, ובכלל זה הקהל. החוויה של קשר בינאישי חר-צדדי בין הצופה לדמות בתוכנית טלוויזיה זכתה לניתוח נרחב ושיטתי בפסיכולוגיה של תקשורת, תחת הפרדיגמה של יחסים פרא-חברתיים (parasocial interactions) (Horton & Wohl, 1956). רבים הקבילו קשר זה לקשר של חברות (Giles, 2002) והוא נבחן גם בתוכניות ריאליטי (Gray, 2018). עם זאת, רוב המחקר בתחום מתמקד בסגנונות הפנייה של הדמויות על המרקע אל הצופים (Hartmann & Goldhoorn, 2011) או במוטיבציות ותכונות אישיות של הצופים כאינדיבידואלים (Eyal & Rubin, 2003; Schiappa et al., 2007), והוא אינו עוסק בהיבטים מבניים רחבים יותר של חברותיות, כגון מיקומה של הצופה במשולש של אינטימיות פומבית וההשלכות על קשרים בין צופים וסולידריות קולקטיבית. היבטים אלו נידונים להלן.

מתודה

מקרה הבוחן של תוכנית האח הגדול

תוכנית האח הגדול עלתה לאוויר לראשונה ב-1999 בהולנד, ועד כה היא שודרה בכ-80 מדינות. הגרסה הישראלית שלה הופקה על ידי שידורי קשת משנת 2008 עד 2018, ומאז היא מופקת על ידי חברת רשת. בעונות השידור הראשונות התוכנית עמדה בראש טבלת אחוזי הצפייה בטלוויזיה וגם כעבור עשור היא שמרה על אחוזי צפייה גבוהים (טוקר, 2018). בתוכנית כ-15 מתמודדים מוכנסים לאולפן המעוצב כבית מגורים ועליהם לחיות בו בצוותא במשך כשלושה חודשים, מנותקים כליל מן העולם החיצון. הבית מרושת במצלמות המשדרות לצופים את כל פעולות הדיירים 24 שעות ביממה. בכל שבוע הדיירים מעמידים להדחה אחדים

מביניהם, והקהל מצביע למועמדים שהוא מעוניין להשאיר בבית. הדייר האחרון שנותר בבית מוכרו כמנצח וזוכה בפרס כספי.

מעצם היותה תוכנית ריאליטי, האח הגדול נעדרת עלילה מפורשת. ובכל זאת שני צירים מקדמים את מהלך התוכנית ומעוררים את עניין הצופים. הציר האחד הוא פסיכולוגי. הדיירים מרבים לקיים דיאלוגים ומונולוגים של "וידוי" ובהם חשיפה "אותנטית" של רגשותיהם כלפי דיירים אחרים ולגבי נסיבות חייהם מחוץ לתוכנית. הם מגלים יכולת לרפלקציה עצמית על מצוקות העבר וציפייה לתהליך של שינוי עצמי חיובי ברוח ה"שיח הטיפולי", שהפך לדומיננטי במרחב הציבורי ובתקשורת (Illouz, 2007; John, 2013). מחקרים רבים על תוכניות ריאליטי התייחסו לסוגיית חשיפה הפומבית של העצמי (Corner, 2002; Couldry, 2008; Hill, 2002). נוסף על הציר הפסיכולוגי-אינדיבידואלי, התוכנית מונעת על ידי היחסים בין הדיירים וביטויי החברותיות ביניהם. ציר זה הוא ההופך את תוכנית הריאליטי למעין מועדון חברתי. בניגוד לעיסוק המחקרי הרב בחשיפה הפומבית האינדיבידואלית של משתתפים בתוכנית ריאליטי, ההפגנה הפומבית של יחסי החברותיות בין המשתתפים והשלכותיה על סולידריות קולקטיבית לא נחקרה כמעט. הדיירים בבית האח הגדול פועלים מתוך נקודת פתיחה של אנשים הזרים זה לזה ומתנהלים מול עינם הפקוחה של מיליוני זרים נוספים. בהדרגה נוצרות בין הדיירים חברויות (ולעיתים גם יחסים רומנטיים או מיניים), יריבויות אישיות וקבוצתיות וכן קליקות על רקע עמדות פוליטיות-חברתיות וזהויות אתניות ודתיות. יחסי החברות והיריבויות מוצגים בפומבי מול כלל הדיירים ומול הצופים בתוכנית והופכים נושא לשיחה ולליבון בקרב הקהל.

ממצאי מחקר קודם

מאמר זה מציג ניתוח שניוני של ממצאים שפורסמו במחקר קודם על תוכנית "האח הגדול" בישראל (Kaplan & Kupper, 2017), ואשר התבסס על נתונים מעבודת הדוקטור של יוני קופר (2015). מסד הנתונים נבנה באמצעות ניתוח תוכן של ארבע העונות הראשונות של התוכנית בישראל וכן מחקר קהל שכלל 10 קבוצות מיקוד ו-41 ראיונות עומק עם צופים. נושא המחקר הוצג למשתתפים כ"מחקר על חוויית הצפייה בתוכנית האח הגדול ומשמעות התוכנית עבור צופיה". המשתתפים בקבוצות המיקוד והראיונות נדגמו בשיטת כדור שלג, באמצעות פנייה לעוקבים בדף הרשמי של האח הגדול בפייסבוק ובאמצעות מודעות שנתלו בקמפוס אוניברסיטת בר-אילן. פרופיל הנדגמים שיקף מגוון יחסי של הציבור היהודי בישראל מבחינת הכנסה, השכלה וגיל, אך היה בו ייצוג יתר לנשים וייצוג חסר לחרדים. נוסף על אלה נערכו גם תצפיות משתתפות עם קהלים נבחרים ונותחו דיונים נבחרים באתרי מדיה חברתית (קופר, 2015).

במחקר הקודם נקטנו גישה מתודולוגית ייחודית: ניתוח אינטראקציוני של הקשרים בין המתמודדים בתוכנית, של הקשר בינם ובין קהל הצופים ושל הקשרים שנרקמים בקרב הצופים עצמם. ניתוח זה העלה שורה של מאפיינים מבניים בפורמט של התוכנית שיוצרים מנגנונים של אינטימיות פומבית ומשמשים מעין קפלים המסיטים כמעט את הווילון החוצץ לכאורה בין המשתתפים בתוכנית ובין הצופים. הקפלים בוילון מאפשרים לקהל הצופים להיות מעורב באורח קונקרטי או סמלי באינטראקציות המתרחשות על המרקע (Kaplan & Kupper, 2017).

הניתוח הנוכחי

במאמר זה אבקש לקשור את הממצאים הללו לתאוריה של חברותיות מועדונית, ובפרט לשאלה של שותפות סוד. לצורך זה אערוך ניתוח שניוני של דוגמאות אחדות של קפלים מבניים בוילון האינטימיות הפומבית. אראה כיצד גלומים בקפלים אלו שני מעברים, מזר לחבר ומצופה למשתתף, וכי הדבר משקף את שני ההיבטים של שותפות הסוד: הפן הרגשי של איש סוד והפן הפרפורטיבי של משתף פעולה או שותף לדבר עברה. באמצעות העיקרון של שותפות סוד אנסה להסביר כיצד החברותיות המועדונית מזינה תחושות של שותפות גורל וסולידריות קולקטיבית.

הדוגמאות שיוצגו כעת לקוחות הן מניתוח אירועים ששודרו בתוכנית עצמה והן מראיונות עם קהל הצופים ותצפיות משתתפות על מפגשים בין צופים. הניתוח יוצא מתוך גישה אינדוקטיבית פרשנית הנשענת על דוגמאות ואנקדוטות כדי להתחקות אחר הלוגיקה הפנימית העולה מן השדה. מתוך פרספקטיבה אתנוגרפית לחקר קהל הוא מתמקד בפרשנות של הצופים לטקסט התקשורתי (Morley, 2006; Rothenbuhler & Coman, 2005).

ממצאים: מאפיינים של שותפות סוד בתוכנית האח הגדול

לתוכנית האח הגדול יש מאפיינים מבניים המעודדים את מעורבות הקהל באמצעות שותפות סוד. מעורבות הצופים מתבטאת הן במיקום שלהם – משתתפים חלקיים ולא רק צופים פסיביים – והן במערכת היחסים שנרקמת בינם ובין השחקנים, יחסים שאפשר להשוותם לקשרי חברות. לשם המחשה, בעונה השלישית של התוכנית התפתחה מערכת יחסים קרובה בין הדייר ג'קי מנחם, שלימים הפך לזוכה של העונה, ובין הדייר לי עוז כהן. על אף יחסי החברות ביניהם, בשלב מסוים לי עוז העמיד להדחה את ג'קי. הדבר עורר סערה בקרב הקהל, והיו צופים שנקטו יוזמה פעילה להזהיר את ג'קי. כדי להתגבר על כללי הבידוד החלים על דיירי הבית הם הגיעו לגבעה סמוכה וקראו לג'קי במגאפונים קריאות בדבר "בגידתו" של לי עוז, דבר שהוביל כמובן לעימות חריף בין השניים. התערבותם של הצופים בקשר הדיאדי בין הדיירים מראה שכל אינטראקציה בין המשתתפים על המרקע מורכבת מטריאדה שבה לקהל יש חלק כצד נוכח-נפקד במשוואת האינטימיות הפומבית. הצופים חשו שלי עוז פגע לא רק באמון של חברו אלא גם באמונם שלהם. תגובתם החריגה, שהיא כשלעצמה שבירה של כללי המשחק בתוכנית, שינתה את מיקומם הן כצופים והן כשותפים במערכת היחסים, עד כדי שותפות לדבר עברה.

חדר האח הגדול: הזמנה למעורבות דרך סוד

המקרה שתואר לעיל אמנם חרג מכללי התוכנית, אך בעצם הפורמט של התוכנית קיימים מאפיינים מובנים שיוצרים קפלים של אינטימיות פומבית ומעודדים בשיטתיות תהליכי שותפות סוד. דוגמה בולטת לכך היא חדר האח הגדול. החדר מדמה שיחת וידוי בתא הכנסייה או בחדר הטיפול המודרני. הוא מבודד משאר חלקי הבית והתפאורה בו מינימלית: ספה, מצלמת וידאו ומסך טלוויזיה. הדייר המתוודה יושב על הספה ומשוחח עם במאי ההפקה, המכונה "האח הגדול". הבמאי אינו נוכח פיזית ורק קולו נשמע; הדייר מסתכל דרך המצלמה

ישירות אל הקהל בבית. רוב השיחות בחדר נסובות סביב יחסיו של המתוודה עם יתר הדיירים בבית וכן על מערכות היחסים בחייו הפרטיים מחוץ לתוכנית. האח הגדול שואל, מתעניין ולעיתים מכוון את השיחה, אך כמו פסיכולוג או כומר הוא אינו אומר דבר על עצמו. שיחת הווידוי יוצרת שני תהליכים רגשיים משלימים. האחד הוא חשיפה רגשית של מידע אינטימי ברוח השיחה הטיפולי, המעודדת את הצופים לחוש אמפתיה כלפי הדייר המתוודה, כפי שמטפל חש כלפי המטופל שלו. אלא שבניגוד מוחלט לאופי הפרטי של חדר הטיפול, כאן הווידוי הוא פומבי ונוגע בפן המטא-קומוניקטיבי של ניהול סוד. טמון כאן מהלך רגשי של ניהול קשר ולא רק של חשיפת מידע. הפנייה של המתוודה נעשית ישירות לצופים, אגב הדרה מופגנת וטקסית של שאר הדיירים. כפי שציין רון, פקיד קבלה וצופה ארוך בתוכנית:

זה כמו פסיכולוג שהם באים, מדברים, שופכים את הלב. ומראים לקהל בבית בעצם, רק לקהל בבית ולא לדיירים עצמם, באמת מה הם מרגישים... דווקא שם אתה מתחבר אליהם יותר, כי כמו שאמרתי הם הכי אמיתיים שם וגם מדברים על אחרים מה שהם חושבים. כי לפעמים בבית האח הגדול אתה רואה אותם במצלמות, כאילו, אולי קצת צבועים, לא קצת, הרבה צבועים, ואתה לא יודע ממש מה הם חושבים על הרבה אחרים, אבל שם הם יכולים לפתוח את הפה ולהגיד את מה שהם חושבים ושם אתה מכיר אותם יותר טוב.

לכאורה, שיחות בעלות אופי של וידוי תוך חשיפה של מידע אינטימי מתקיימות בין הדיירים ומוקרנות לקהל הצופים כל הזמן ובכל חלקי הבית, ולא רק בחדר האח. ההבדל טמון בכך שבחדר האח הצופה הופכת לנמענת המועדפת של המידע, ולמעשה היא נבחרת להיות שותפת סוד של הדייר המתוודה. הצופה רון הדגיש שדווקא בחדר האח הוא "מתחבר אליהם יותר". לא מדובר רק בחוויה של אמפתיה והיכרות עם הדייר בגלל החשיפה של מידע אינטימי – "אני מכיר אותו טוב יותר מאחרים כי אני יודע יותר על חייו הפרטיים" – אלא בחוויה של קרבה והזמנה למעורבות דרך אקט של שותפות אקסקלוסיבית: "אני חבר אישי שלו יותר מאחרים, למרות שהם מבליים זה עם זה בקרבה רבה ואני רק זכוכ על הקיר; כי הוא בחר לשתף אותי ולא אותם". זהו ההבדל בין חשיפה אישית שמתרחשת בכל תוכנית טלוויזיה ובין הזמנה לחברות; זהו לב הדינמיקה של אינטימיות פומבית שכוללת הדרה ושיתוף כאחד ומזמינה, בנסיבות המתאימות, צד שלישי להרגיש כחלק ממערכת היחסים דווקא משום שהיא מוצגת כסוד. שיתוף הקהל בקשרים הבינאישיים וההזמנה לקחת בהם חלק מאפשרת להרחיב את הקשר הבינאישי למעגלים רחבים יותר. דינמיקה כזאת שונה מהזדהות אינדיבידואלית עם הפרט הנושא וידוי אישי – תופעה שאינה מספקת הסבר לסולידריות.

הנכחת בני המשפחה כמקרה פרטי של הנכחת הקהל

הדיירים מרבים לשוחח במהלך התוכנית על רגשותיהם כלפי בני משפחותיהם, בני זוג וחברים שהותירו מאחור, אשר הקשר עימם מנותק בכל משך שהותם בבית האח הגדול. גם כאן מדובר באינטראקציות בינאישיות המופגנות בפומבי, אלא שהאינטראקציות הן בין הדיירים לדמויות שמחוץ לתוכנית. בשיחת וידוי משותפת בחדר האח הגדול ביקשו בתחינה שתי משתתפות מהעונה הראשונה, רנין בולוס וג'ני טוקרב, לשמוע אות חיים מבני זוגן:

האח הגדול: שלום ג'ני ורנין. איך אתן מרגישות?

ג'ני: זו הסיבה בדיוק שהגענו לכאן, אנחנו מאוד מתגעגעות ונורא מטריד אותנו מה שלום החברים שלנו, אם הם בסדר, האם הם כועסים?... רק רצינו ידיעה אחת אולי, רק לשאול, אם הכול בסדר איתם... שמישהו ימסור לנו משהו...

רנין: אם הם עדיין אוהבים אותנו. אם תייסיר לא כועס ונפרד ממני בלי שאני אדע.

ג'ני: אני רוצה לדעת אולי אני עושה משהו לא נכון שלדעתו [של בן זוגה] לא בסדר. אולי משהו מפריע לו ואני לא רוצה לפגוע, כי הוא הבן אדם הכי יקר לי [רנין בוכה ברקע].

הדיירים צמאים לדעת מה יקיריהם חושבים עליהם ועל התנהלותם בתוכנית. לעיתים תכופות הם מציגים בפני הקהל טפח מאופי היחסים שלהם עם בני הזוג ובני המשפחה. נוכחותם הסמלית משפיעה על התנהלות הדיירים ומקרינה גם על הקשר בין הדיירים לקהל. ראשית, משום שעצם הפגנת היחסים האישיים של הדיירים עם בני משפחותיהם שנותרו מחוץ לבית משנה את נקודת ההתבוננות על דיירי בית האח הגדול – מזרים הפועלים בכועה מלאכותית לאנשים מן היישוב, שנקרעו מתוך קשריהם האישיים וקודם לתוכנית פעלו במעגלים חברתיים שדומים לאלה של הצופים. שנית, הנכחת קרובי המשפחה היא למעשה מקרה פרטי של הנכחת הקהל: בני המשפחה הם גם חלק מקהל הצופים הכללי וגם בחזקת נוכחים-נפקדים במערכת היחסים של הדיירים. כאשר הזרקור מופנה כלפי אנשים מן הקהל הקרובים לדיירים והמשפיעים על מהלך התוכנית נוצרת הקבלה עם כלל הקהל, ופוטנציאלית יש לו מעמד שותפות דומה: אף ששאר הצופים הם אלמונים, גם הם נוכחים-נפקדים שציפיותיהם מעסיקות את המתמודדים ומשפיעות על התנהלותם בתוכנית. יש לזכור שהדיירים מכלכלים את צעדיהם לפי מה שהם סבורים שהקהל מצפה מהם וכמהים לקבל משוב מן הצופים לא פחות מאשר מבני משפחתם, שהרי בסופו של דבר התרשמות הצופים היא שתכריע את גורלם בתוכנית. העיסוק בבני המשפחה הוא אפוא היבט מבני נוסף שמסמן את הקהל לא רק כקבוצת צופים יודעי כול אלא גם כשותפי סוד מעורבים ומשפיעים.

ההפקה מצידה מנכיחה את בני המשפחה ישירות בדרכים שונות, ובהן טקסי קבלת פנים שבועיים שקרובי הדיירים המודחים עורכים ליקיריהם. אף שהטקס מתקיים ברחבה שמחוץ לכותלי בית האח הגדול, גם הוא משודר בשידור חי. האיחוד הפיזי בין הדיירים למשפחותיהם כורך בין הקשרים המתרחשים בתוך תוכנית המציאות ובין הקשרים החברתיים במציאות עצמה, והמסר הוא שמה שמתרחש בבית האח הגדול אינו מנותק מהחיים החברתיים האמיתיים של ישראלים מן השורה.

מהלך זה מעצים ומרחיב את חוויית שותפות הסוד. אם רגע קודם לכן הדיירים שיתפו את הצופים בתחושות אינטימיות לגבי יקיריהם אך דמויות אלו נפקדו מהתוכנית עצמה, עם הופעתן הפיזית של דמויות אלו והנכחת הקשר עימן הצופים מקבלים אשרור להיותם צד שלישי יודע כול ומעורב. יתרה מזו, הביטוי הטקסי של אשרור זה במופע קולקטיבי בשידור חי הופך את הצופים לחבורת סוד משותפת.

שותפות בין הצופים בבית ובחיי היומיום

שותפות הסוד שיוצרים הצופים עם דיירי האח הגדול משליכה גם על היחסים בין הצופים לבין עצמם. בסעיפים הבאים אשרטט מהלך שמראה כיצד מגננוני האינטימיות הפומבית מתורגמים לאינטימיות קולקטיבית; הקשר שנוצר בין משתתפי התוכנית לצופים (כנוכחים־נפקדים) מתרחב ומועתק לקשרים שנוצרים בין הצופים עצמם, והדיירים הם אלו שהופכים מבחינה סמלית לדמויות ברקע, נוכחים־נפקדים.

תחושת הקרבה בין הצופים למתמודדים בתוכנית מושפעת מהרגלי צפייה שהופכים את שידורי התוכנית לחלק מחיי היומיום של הצופים. כפי שציינה המרואיינת שיר, רכות פיננסית בעיסוקה: "בגלל שאתה מרגיש חלק, אתה מרגיש שהם חברים שלך, הם בסלון שלך, הם איתך כל הזמן, אתה מרגיש חבר שלהם". כלומר, התוצר הסופי של חוויית הצפייה אינו רק תחושה שהצופים הוכנסו בסוד חיי היומיום של דיירי בית האח הגדול, אלא גם תחושה שהדיירים הופכים ל"בני בית" מובנים מאליהם בבתיהם של הצופים. כך תיארה זאת המרואיינת דינה, עקרת בית: "אצלי הם פשוט עוד אנשים בבית. זו טלוויזיה פתוחה, כשאני למטה הם איתי בבית, אני לא חייבת לשבת מולם ולמעלה כשאני מקפלת כביסה אני רואה אותם, הם ברקע". מלבד חוויית הנוכחות היומיומית תיארו הצופים טקסי צפייה קבועים עם חברים או בני משפחה. שאול, סטודנט, תיאר כיצד חוויית הצפייה המשותפת עם חבריו משמשת טריגר לתחזוק היחסים ביניהם:

זו מין חוויה כזו, שכולם מתכנסים ביחד, אפשר להגיד שזה מקרב אותנו שכולם צופים ביחד. אחרי זה אנחנו יוצאים לבלות או משהו כזה, כולם ביחד [...] זה מקרב ללמוד מהטעויות שאנשים עושים באח הגדול. יש לי חברים למשל שעברו תהליכים [דומים] שנגיד כמו הדיירים, אז הם מרגישים שהם איתם בתוכנית, איכשהו התוכנית מקרבת. אני אומר לך, כל החברים ביחד על הספה, כולם ביחד, נמצאים כל פעם אצל משפחה אחרת בשבת, פעם פה, פעם אצלה, פעם אצלו, כל מיני חברים, ואיכשהו זה משהו שזה כיף, ביחד לשבת לדבר בזמן הפרסומות, לדבר על איך בעבודה, איך פה, איך שם. זה מין תהליך כזה, אפשר להגיד.

שאול מתאר שני מעגלים של יחסי קרבה שנוצרים תוך כדי הצפייה בתוכנית. המעגל האחד הוא האינטימיות הפומבית שנוקמת באורח סמלי בין כל אחד מהצופים ובין הדיירים, כפי שנדון בסעיפים הקודמים. המעגל השני הוא בקבוצת החברים עצמה: ההתכנסות לטקס הצפייה המשותף מחזקת את תחושת הקרבה בין החברים. החוויה האינדיבידואלית של אינטימיות פומבית נחלקת כעת בין חברי הקבוצה והתנסות זו מגדירה מחדש את הקשר ביניהם כקבוצה של שותפי סוד.

חוויה זו של שותפות סוד מתעצמת כאשר היא לידי ביטוי באינטראקציות חברתיות שלא בזמן הצפייה בתוכנית, כאלה שמתרחשות בשיחות חולין בחיי היומיום, גם מחוץ למרחב הביתי. כך תיאר שלומי, אף הוא סטודנט:

מראיין: יוצא לך לדבר עם אנשים על התכנית?

שלומי: חברים... כן.

מראיין: באיזה סיטואציות?

שלומי: כל סיטואציה, כל שיחת טלפון זה תמיד עולה לאוויר.

מראיין: איזה נושאים יותר נפוצים לשיחה?

שלומי: מי יעוף, [ל]איזה דמות אני יותר מתחבר, למה אתה יותר מתחבר אליו, ראית מה קרה, מה הוא עשה...

צופים המעורים בהתרחשויות בתוכנית מרבים לשוחח בשיחות חולין על מעללי הדיירים ועל החיבור האישי שלהם לדיירים. החשיבות שבאינטראקציות אלו גלומה לא רק בתכנים המלובנים בהן אלא בעצם ההיווצרות של מעין מועדון חברתי של שותפי סוד, כפי שממחישה הדוגמה הבאה. במהלך שידורי העונה השלישית של התוכנית נהגה קבוצת עובדות בחברת ביטוח להתכנס בכל בוקר במטבחון של משרדי החברה, לשותות קפה של בוקר ולדון בהתרחשויות בלילה שחלף. באחד מאותם מפגשים שוחחו העובדות בלהט על רומן שהתפתח בין דיירת פופולרית - ליהיא גרינר - ובין עתי שולברג, אף שליהיא כבר הייתה מאורסת לגבר אחר. ההפקה מצידה הוסיפה לדרמה והודיעה כי הארוס עתיד להצטרף לבית האח הגדול כאחד הדיירים החדשים באמצע העונה. בקרב קהל הצופים הרחב זכו גם התנהגותה של ליהיא וגם המהלך של ההפקה לתגובות עזות ונתפסו כחציית גבולות מוסריים (וואלה! News, 2011). העובדות במפגש הבוקר עסקו בהתנהגות של ליהיא והפרטנר החדש שלה וניהלו אף הן דיון ער על התנהלותם. אחת מהן אמרה כי "עם ישראל לא יסלח להם" ועמיתותיה תמכו בעמדתה וראו בכך התנהגות לא ראויה.

מעניין לא פחות כיצד באותו מפגש ליבנו העובדות ביניהן ושפטו ככובד ראש התנהלות של שתי דיירות בולטות נוספות, דנה רון ופרידה הכט, לכאורה סביב עניין פחות דרמטי ועסיסי. אחת העובדות שמה לב שפרידה אינה טורחת להעיר את דנה בבוקר כאשר היא מעירה את כלל הדיירים. העובדת התלוננה על כך בפני עמיתותיה. שתי הדיירות היו קרובות בעבר אך עם הזמן הפכו ליריבות מושבעות. גם בעניין זה הגיעו המשתתפות בשיחה להסכמה כי על אף הסכסוך בין הדיירות התנהגותה של פרידה אינה ראויה.

בשני המקרים הללו ניכר כי העובדות היו נרגשות מהצפייה בפרק מליל אמש וניהלו במטבחון דיון קבוצתי על התנהלותם המוסרית הבינאישית של הדיירים, הן בפן הרומנטי והן בפן החברי. דוגמה זו ממחישה כיצד כל אחת מהמשתתפות במעגל קפה הבוקר שולטת ברזי התוכנית ושותפת סוד לאינטראקציות שבין הדיירים, כיצד שותפות הסוד מקרבת בין חברות הקבוצה, וכיצד היא תורמת לחוויה של סולידריות קולקטיבית תוך כדי משא ומתן ואשרור נורמות חברתיות של החברות כקבוצה ושל החברה הישראלית כולה. על כך ארחיב כעת.

אינטראקציות במדיה החברתית: טשטוש ההבחנה בין צופה למשתתף צופי האח הגדול מקיימים אינטראקציות בינאישיות לא רק פנים אל פנים, בקרב בני משפחה, חברים או עמיתים לעבודה, אלא גם במעגלים רחבים יותר ופומביים למחצה - ברשתות החברתיות ובפורומים באינטרנט. מחקרים בתקשורת כבר עמדו על ההקבלות בין צפייה בסוגת הריאליטי, שבה אנשים מן השורה הופכים לידוענים, ובין פעילות ברשתות החברתיות, המציבות את המשתמשים במרכז תשומת הלב. הם הראו כי שתי הזירות מעוררות מציצנות

לחיי היומיום של אחרים ("mediated voyeurism") (Calvert, 2000) ומקדמות תרבות של ידוענות, קרי הצגת העצמי וטיפוח גילויי הערצה מהקהל (Stefanone et al., 2010). אך בהקשר של הניתוח הנוכחי מה שכולט הוא האופן שבו המדיה החברתית, מעצם המבנה שלה, מטשטשת את ההבחנה בין צופים למשתתפים ומדגימה באופן מוחשי ביותר כיצד הצופים הופכים למעורבים בנעשה בתוכנית.

חלק מהפעילות במדיה החברתית מאורגנת ישירות על ידי זכייני תוכניות הריאליטי בטלוויזיה. אלה מנסים להגיע לקהל צופים רחב יותר באמצעות פלטפורמות ייעודיות לתוכנית בטוויטר או בפייסבוק, המאפשרות לחברים בקהל הצופים להגיב ולתקשר זה עם זה (Van Es, 2016). גם הפקת האח הגדול בישראל ניהלה דף פייסבוק רשמי (שבחלק מהעונות היו בו יותר מחצי מליון עוקבים) ובו הופצו במשך כל שעות היממה עדכונים על המתרחש בבית האח הגדול. התרחשויות בולטות זכו לאלפי תגובות בתוך זמן קצר מרגע שידורן. נוסף על כך פתחה ההפקה דף פייסבוק לכל דייר ודיירת ובו מידע אישי ועדכונים שוטפים עליהם. דפי הפייסבוק האלה שימשו במה לאינטראקציות ערות בין צופים, בפרט בקרב המעריצים של הדייר או הדיירת.

הצופים מצידם יזמו וניהלו מלמטה אתרי אינטרנט המוקדשים לתוכנית ויזמו פעילות במדיה החברתית. הבולט והוותיק שבאתרים אלו היה פורום האח הגדול באתר הפורומים תפוז, ששימש במה להבעת דעות של מעריצי התוכנית. צופים פתחו באורח עצמאי דפי פייסבוק העוסקים בתוכנית, וחלקם מנו עשרות אלפי עוקבים. שיח ער על התוכנית התקיים גם בפייסבוק. כמעט כל המרואינים שהיו פעילים בפייסבוק העידו כי כתבו או הגיבו למתרחש בתוכנית בדף הפייסבוק האישי שלהם או של חבריהם כך שגם מי שאינם צופים נחשפו לשיח הזה. בדרך זו, התרחשויות דרמטיות בתוכנית הפכו לשיחת היום בקרב הציבור הרחב. כאמור, המדיה החברתית מאפשרת לצופה להפוך באופן חלקי למשתתף. כך סיפר שי, העובר כפרילנסר:

[חשוב לי] להביע את הקול שלי. מבחינתי זה כמו שאני דייר. אם אני לא יכול לדבר בטלוויזיה אני אדבר בפייסבוק... מה שמאחד את כולם ביחד זה הפייסבוק, זה הקבוצה הזאת... יש את הדעות של כולם, או יש לי כמה אנשים שאני ממש קבוע איתם, אנחנו נקראים הוותיקים, מהעונה השנייה, יש לנו ויכוחים אבל בסוף אנחנו מוצאים את השווה בינינו.

לתפיסתו של שי, המדיה החברתית נותנת לו קול ממש כאילו היה הוא עצמו מתמודד בתוכנית. לצד זאת, הפעילות בקבוצת הפייסבוק גם מחזקת את הקשר בין הצופים לבין עצמם ומחדדת את תחושת השייכות הקבוצתית שלהם ("אנחנו נקראים הוותיקים"). ההיכרות עם מגוון הדעות סביב האירועים והכלת המחלוקות ביניהן יוצרות תודעה של סולידריות קהילתית ("בסוף אנחנו מוצאים את השווה בינינו").

דוגמה נוספת לקהילה וירטואלית היא זו שנוצרה סביב איילה רשף, דיירת בולטת בעונה השנייה. העניין המשותף בתוכנית לצד ההערצה לדיירת איילה יצרו קהילה וירטואלית של אלפי אנשים המקיימים זה עם זה אינטראקציה יומיומית במדיה החברתית. פורום המעריצים של איילה המשיך להיות פעיל גם בתום העונה, ואחת הפעילות מרכזיות בו הייתה לילך, עקרת בית, שסיפרה:

אנחנו חמש אלף מעריצים. של איילה והחבר שלה תומי, (הם) נכנסים בכל יום, מברכים אותנו, אומרים תודה. אנחנו בפורום, זה גם פורום חברתי, זה לאו דווקא איילה. איילה נכנסת, מפרגנת לנו, אומרת תודה רבה על זה שאתם מפרגנים... אנחנו כותבים ומברכים בחגים. תאמין לי שהכרתי, הרחבתי את החברים. זה רק וירטואלי ואני מרגישה כאילו זה לא וירטואלי. אני מרגישה כאילו אני מכירה אותם שנים ואני קרובה אליהם. זה משהו מדהים... ואנחנו פה משפחה, אנחנו חוגגים ביחד ימי הולדת, שבתות, אחד מחמיא לשני... ויש לנו מפגשים... היה יום הולדת לאחת מהפורום ונסענו ונפגשנו.

לילך מדגישה כיצד הפורום הפך עבורה לזירה משמעותית של חברותיות והרחיב את מעגל הקשרים האישיים שלה. האינטראקציה בין המשתתפים הבולטים בפורום אף גלשה לעיתים אל מחוץ למרחב הווירטואלי, במפגשים בשבתות ובימי הולדת. כמו הלוגיקה הבסיסית של התוכנית עצמה, שמפגישה בין זרים והופכת אותם בתוך זמן קצר לחברים (או ליריבים), גם הקשרים הריטואליים בין הצופים משעתקים חוויה של זרים שהפכו לחברים, וכדבריה של לילך, הם יוצרים תחושה של "משפחה" והרגשה "כאילו אני מכירה אותם שנים ואני קרובה אליהם". בחוויה של לילך לא זו בלבד שהזר הפך לחבר, אלא שהחבר נתפס כמי שהיה שם מאז ומתמיד והקשר עימו נדמה כקשר פרימורדיאלי. זוהי דוגמה לכך שהתנסות מתמשכת בחברותיות מועדונית מזינה מטא-נרטיב שהופך זרים לחברים ומלהק חברים שזה עתה הכירו כאחים פרימורדיאליים, כפי שתודעה לאומית מייחסת לחברי הלאום מוצא משותף מיתולוגי (Kaplan, 2018b).

יתר על כן, בסיפורה של לילך בולטת העובדה שהקהילה שנוצרה בפורום המעריצים חורגת למעשה מהעיסוק בתוכנית ובדיירת איילה ("זה לאו דווקא איילה") וממשיכה לפעול באורח קבוע גם לאחר תום העונה שאיילה השתתפה בה, והיא הופכת למעשה לנוכחת-נפקדת. התנהלות זו מראה כי בשלב מסוים הצופים פועלים כקהילה המתקיימת בזכות עצמה גם ללא ה"טוטם", קרי הידוענים שהיו מושא ההערכה שלהם, או תוכנית הטלוויזיה שבראה את הידוענים. הקשר בין הצופים מקבל מעמד אונתולוגי שאינו תלוי בדמות הטוטם כדי לייצג את מקור הסולידריות שלו (Durkheim, 2008).

השיח הציבורי סביב התוכנית כביטוי לקשר קולקטיבי

תחת ההנגדה המקובלת בין האישי לקולקטיבי, חוויית הצפייה בתוכנית הריאליטי יוצרת רצף בין ארבעה מעגלים: האינטראקציות הבינאישיות של דיירי בית האח הגדול, חוויית המעורבות של הצופים באינטראקציות האלה, האינטראקציות הישירות בין הצופים במרחב הפרטי או הפומבי במדיה החברתית, ולבסוף הקשר הקולקטיבי בין כלל צופי התוכנית. ביטוי למעגל האחרון אפשר לראות בשיח הציבורי שמתפתח סביב התוכנית ובמשמעויות שמייחסים לה מבחינת מעורבות הציבור וסולידריות.

ממחקרים על מניעי צפייה עולה כי אחד המניעים המרכזיים לצפייה בתוכניות ריאליטי הוא עצם העניין הציבורי בהן (Gray, 2010; Hill, 2002). ראם, מורה במקצועו, תיאר כיצד כמו מרואיינים רבים אחרים החל לצפות בתוכנית בעקבות השיח הציבורי שהיא עוררה. "בהתחלה אמרתי לעצמי שאני לא רואה את זה", סיפר, "ורק אחר כך התחלתי לראות. כנראה שהיה בזה

משהו חברתי כי גם הייתי סטודנט אז, בלימודים כל הזמן דיברו על זה. זה היה משהו שמאוד דיברו עליו בארץ". במהלך העונות הראשונות לשידור התוכנית לא היה אפשר להימלט מהעיסוק בה בשיחות חולין. מכרים ואף זרים החליפו דעות על הדמויות ושיתפו בהזדהות האישית עימן. כך עולה מדבריה של רונית, מזכירה בכירה:

אם יש אנשים שמתעניינים בתוכנית אז אתה יכול לדבר איתם על זה, גם בעבודה וגם בכל מיני מקומות שאתה נפגש עם כל מיני אנשים. זה שיח. זה ממש הופך להיות שיח כזה חברתי. כל אחד מביע את הדעה שלו, אז יש מי שיביע דעה מנוגדת לשלך, למשל מישהי שאני מכירה מהפייסבוק שהיא מאוד אוהבת את נופר, ואני לא מתחברת לנופר. אז נוצר איזשהו דיאלוג כזה, "תראי מהצד ההוא" ו"תראי מהצד הזה", וזה הופך להיות שיח חברתי שהוא מאוד נעים, אני חייבת לציין. זאת אומרת, הוא לא כזה מחכים ואתה יודע, עושה לנו "וואו". מצד שני הוא מאוד נעים לעומת שיחות על איך הדלק עלה ואיזה בעיות יש לנו. כי אני חושבת שפה בארץ בעיקר, התוכנית הזו עושה לנו טוב כי יש פה משהו שהוא לא מדאיג. אני לא צריכה להיות מוטרדת יותר מדי. הם בטח לא יהרגו אחד את השני בסופו של דבר, כן... אף אחד לא יתפוצץ שם בסופו של דבר.

רונית מצביעה בדבריה על תפקיד חשוב נוסף שיש לשיח החברתי על אירועי התוכנית בהשוואה לשיח על אירועים חדשותיים "אמיתיים" שמתרחשים במדינה. במובן אחד, היא מתארת כיצד הצפייה בתוכנית ש"עושה לנו טוב" מספקת מעין אסקפזים קולקטיבי. במובן נוסף, עצם הבחירה שלה להשוות בין שיחות על המצב הכלכלי והביטחוני ובין שיח חברתי על הנעשה בבית האח הגדול מעמידה את החדשות הנעימות באותו מישור של החדשות המטריות ויוצרת הקבלה בין המרכזיות של חדשות פוליטיות בחיי האומה (Schudson, 1995) ובין המרכזיות של שיח חברתי על תוכנית ריאליטי בתודעה הקולקטיבית.

לצד הפן האקספרסיבי של סולידריות קולקטיבית שניכר בדוגמאות אלו, מדברי המרואינים על הצפייה בתוכנית עולה גם ביטוי לפן החוזי של סולידריות כמשא ומתן על מערכת הסכמות משותפת. ראשית, כמו ברבות מתוכניות הריאליטי גם תוכנית האח הגדול מספקת אשליה של מעורבות דמוקרטית (Neiger, 2011). הצופים לוקחים חלק בטקס מובנה של הצבעה למתמודדים המועדפים עליהם וחשים כי יש להם השפעה מיידית על גורל הדיירים, ולמעשה על גורל התוכנית, כפי שקובע העיקרון הדמוקרטי שלפיו הציבור משפיע על גורל החברה. בתוכנית האח הגדול אין קריטריונים ברורים לשיפוט המועמדים להדחה (בניגוד לתוכניות כמו "כוכב נולד", שבהן המשתתף נשפט לפי כישוריו האמנותי). אולי דווקא משום כך יש הטוענים כי שיקולי ההצבעה מדמים מעורבות אזרחית: הצופים נדרשים לשיפוט מבחינה מוסרית את יכולתם של המתמודדים לייצג אותם, והם פועלים על סמך שיפוט זה (Cardo, 2011).

שנית, תוצאות ההצבעות השבועיות מאפשרות לצופים ללמוד על העדפותיהם של צופים אחרים ועל עמדותיהם כלפי המשתתפים וכלפי סוגיות העולות בתוכנית. מרואינים התייחסו לתוצאות ההצבעה כאל ביטוי של דעת קהל או רצון העם ותיארו את השלכות ההצבעה על חוויית הסולידריות הקולקטיבית שלהם. שני, צופה קבועה באח הגדול ופעילה מאוד בדפי הפייסבוק העוסקים בתוכנית, ציינה למשל שבפרקים האחרונים העם "מפתיע אותה לטובה דרך ההצבעות שלו בריאליטי". היא אמרה:

[התוכנית] מראה שכאילו עוד לא נהרסנו לגמרי, כאילו הצדק בדרך כלל מנצח בה. אני תמיד מצפה שהעם לא יעשה את מה שאני חושבת שצריך לעשות ואז הוא כאילו מוכיח לי אחרת וכשזה קורה זה מאוד מאוד כיפי. זה כאילו נותן לי תחושה שאולי עוד יש לנו צ'אנס כמדינה. זה קצת פטריטי, אולי יש כאן סדר עדיפויות שנכונים לכלל, אני רואה את האנשים שמצביעים בתור הרוב, הכלל.

עצם העובדה שהצופים כורכים בין תוצאות משחק ריאליטי פופולרי ובין שאלת הטוב המשותף של החברה בכללותה – או כדבריה של שני, האפשרות ש"אולי עוד יש לנו צ'אנס כמדינה" – מלמד עד כמה הצופים נדרשים ומתגייסים גם לסוגיות של סולידריות אזרחית-לאומית דרך האינטראקציות שלהם סביב התוכנית והשיח הציבורי שנוצר סביבה. מובן שמרואיינים רבים, ודאי כאלה שלא אהבו את בחירות הקהל, עשויים שלא להרגיש תחושות סולידריות והסכמה על הטוב המשותף. אך השאלה איננה באיזו מידה התוכנית מצליחה להשיג סולידריות אלא אילו דפוסי סולידריות היא מעודדת מלכתחילה, וכיצד הפנייה לרגשות הקהל מבנה לא רק הזדהות ואמפתיה אישיים אלא גם חוויה של קשר קולקטיבי.

דיון מסכם: שותפות סוד – ממועדון חברתי למופע קולקטיבי

ספרות המחקר על לאומיות ממעטת לעסוק ישירות במנגנוני הסולידריות שמחברים חלקים בקהילת הלאום ומניחה כי הם תוצר לוואי של תהליכי ההבניה של זהות קולקטיבית משותפת. במאמר זה ביקשתי דווקא להתמקד בסולידריות לאומית ולבחון אותה במונחים של קשרים חברתיים ושותפות סוד. יצאתי מתוך מודל תאורטי שברמת המקרו הוא מציב את הסולידריות כחלופה של זהות, ברמת המזו הוא רואה אינטראקציות בינאישיות המתרחשות במוסדות חברתיים כזירות של חברותיות מועדונית, וברמת המיקרו הוא מציג אסטרטגיית מחקר לניתוח חברותיות זו דרך מנגנונים של אינטימיות פומבית (Kaplan, 2018b). במהלך החיים אנו מבליים בשלל מוסדות חברתיים שבהם זרים הופכים למכרים ולחברים. תחושת הקומפלטיות שאנו מפתחים בניהול חברותיות מועדונית, שאנו מייחסים אותה גם לאחרים – גם למי שלא נפגוש לעולם – מאפשרת לנו לדמיין את כלל החברה כקבוצת זרים שעברה סלקציה מועדונית והפכה לקבוצת חברים.

מודל זה הודגם דרך המקרה של תוכנית הריאליטי האח הגדול בישראל. אין בכונתי לטעון כי תוכנית ריאליטי בהכרח יוצרת סולידריות בקרב קהל הצופים. לא כל הצופים חשים "חלק מהמועדון", והתרחשויות שונות על המרקע עשויות לעורר בהם תחושת ניכור ולהביאם להדרה מרצון. אך בהנחה ששייכות לאומית מושתתת לא רק על הבניית זהות משותפת אלא גם על חוויה של קשר וחברותיות משותפת, השאלה היא כיצד נוצר קשר כזה; מהם המנגנונים שקושרים אינטראקציות בינאישיות לכדי סולידריות קולקטיבית?

בניתוח שלעיל הראיתי שאחד הגורמים שעשויים לגשר בין קשר בינאישי לקשר קולקטיבי הוא שותפות סוד. למעשה, אפשר לומר שחווית הסולידריות הקולקטיבית משולה לכך שכל צופה מדמינת את קיומם של רבבות ומיליוני צופות וצופים השותפים לסוד, שותפים לא רק במובן שהם חולקים ידע ייחודי אלא במובן שמתקיים ביניהם קשר של שותפות סוד.

אסכם סוגיה זו בדיון בקשר שבין אינטימיות, שותפות סוד ושותפות לדבר עברה כפי שהוא בא לידי ביטוי בתוכנית הריאליטי המתפקדת הן כמועדון חברתי והן כמופע קולקטיבי. על פי רוב, ביטויי אינטימיות מנותבים לתחום הפרטי משום שגלומה בהם לא רק הכללה של אנשים קרובים אלא גם הדרה של אחרים. הפגנת קשרים אינטימיים בפומבי כופה תחושת זרות על הצופה מן החוץ שאיננו חלק מהם (Weitman, 1970). מכאן בדיוק החשיבות של הפגנת חברות בפומבי: מופע כזה מייצר אצל הצופים בו תחושת זרות ובה בעת מזמין אותם להתגבר עליה באמצעות הקשר שבין אינטימיות, סוד ופיתוי. במילים אחרות, המופע האינטימי מאפשר לצד שלישי לקחת חלק בסוד.

בחיי היומיום אפשר להצביע על שלושה סוגי נמענים שאדם עשוי לשתף אותם באורח בלעדי במידע אינטימי. האחד הוא הזר המוחלט, אדם מזדמן ולא מוכר שדווקא ארעיות הקשר עימו מדרבנת את המתוודה לחשוף בפניו את סגור ליבו. השני הוא זר מומחה בתחום הטיפולי, שהמידע שהוא מקבל אמור לסייע לו להבין את שורש בעיותיו של המתוודה. הסוג השלישי, וכמובן השכיח יותר, הוא בן משפחה או חבר טוב שהמתוודה בוחר לספר לו ורק לו על סוגיה חשובה שמטרידה אותו. קהל הצופים בתוכנית האח הגדול, ולהלכה – קהל המשתתפים במועדונים חברתיים באשר הם, ממלא במידה זו או אחרת את כל הפונקציות הללו ועשוי לנוע ממיקום ראשוני של זר מזדמן ועד לתפקיד של חבר נבחר. בצפייה בתוכנית טמון מהלך כפול של מעבר מזר לחבר ומצופה למשתתף, מהלך המשקף את שני ההיבטים של שותפות סוד: המעבר מזר לחבר נוגע בהיבט של איש סוד אינטימי במערכת יחסים (confidant), ואילו המעבר מצופה למשתתף נוגע לפן הפרפורמטיבי של משתף פעולה או שותף לדבר עברה (accomplice). ההיבט הראשון ברור ומפורש יותר. כאשר דייר בוחר בצופה להיות הנמען המועדף לסודותיו מתרחש שינוי רגשי במערכת היחסים ביניהם. מחקרים על יחסים פרא-חברתיים תומכים בטענה זו. אף שאינם עוסקים בשאלה של נמען מועדף הם מראים כי פנייה ישירה של השחקן לצופה, מילולית ופזוית, מחזקת את החוויה הפרא-חברתית (Hartmann & Goldhoorn, 2011). אבל היכולת של כל צופה שותף סוד ליצור אינטראקציה ישירה עם צופים נוספים (פנים אל פנים או במדיה החברתית), ולדמיין אינספור אינטראקציות נוספות עם רבבות הצופים השותפים לאותו הסוד ממש, מעידה על הממד הנוסף, הפרפורמטיבי, משום שהצופה הפסיבי משנה את מיקומו במופע החברתי והופך לשותף מעורב. במובן זה, שטרם זכה להתייחסות במחקרי תקשורת ובספרות על סולידריות, הצופה חולק את סודו עם חברות סוד; חברי הקבוצה מקבלים משמעות אקטיבית יותר של משתפי פעולה והופכים למעין שותפים לדבר עברה.

שני ההיבטים, הרגשי והפרפורמטיבי, באו לידי ביטוי בניתוח של תוכנית האח הגדול שהוצג כאן. הווידיאו שנערך בחדר האח תוך הדרת הדיירים האחרים מעורר בקרב הצופה לא רק אמפתיה אלא גם תחושת קרבה ושותפות סוד, כי הדייר בחר לשתף אותה ולא אותם. מיצוב בני המשפחה של הדיירים כמקרה פרטי של צופים שדעתם מעסיקה מאוד את הדיירים מאיר גם הוא על החשיבות שהדיירים מייחסים לכלל הצופים כשותפי סוד בעלי השפעה.

שותפות הסוד שנרקמת בין הצופים לדיירים מקרינה על הקשר בין הצופים לבין עצמם, קשר שיש לו פן פרפורמטיבי של קריאה לפעולה. ביטוי קונקרטי לכך ראינו במקרה של קבוצת האוהדים של המתמודד ג'קי מנחם, ששברו את כללי הבידוד של מתחם האח הגדול וקראו לו במגאפונים כדי להתריע בפניו על בגידתו של חברו לתוכנית. כלומר, שותפות סוד אינה רק

היותם של הצופים אנשי סוד; הם גם יוצרים שיתופי פעולה ביניהם והופכים לעיתים לשותפים לדבר עברה, כפי שהדגים המקרה הזה. אף שמדובר באירוע חריג, אפשר להקיש ממנו על משמעות העומק של המעבר הפרפורמטיבי מצופה למשתתף גם בהקשרים כלליים (ולגיטימיים יותר) של שיתוף פעולה בין הצופים, למשל כאשר מכרים חולקים חוויות על הצפייה בתוכנית בשיחות חולין וכאשר זרים מחליפים דעות על המתרחש בה במדיה החברתית ובפורומים באינטרנט. שיתוף הפעולה הזה בשיח הציבורי משנה את המשמעות של הליך ההצבעה השבועי על גורל הדיירים – מאקט אינדיבידואלי שכל צופה נוקט בנפרד הוא הופך להחלטה שמושפעת מהלכי רוח קולקטיביים. הצבעות הקהל על המועמדים להדחה בתוכניות ריאליטי משקפות לא רק את העובדה שהצופה נעשה סוכן אקטיבי אלא גם את העובדה שהוא פועל כחלק מחבורת סוד אקטיבית שמנסה להשפיע על גורל התוכנית, תפקיד שסוגות טלוויזיה אחרות אינן מאפשרות.

קשרי החברותיות שנוצרים סביב הצפייה בתוכנית הפופולרית מתרחבים גם לאנשים שאינם צופים בה. בד בבד השיח נעשה מופשט יותר, מתנהל ללא תלות בהתרחשויות שבתוכנית וחורג מתכניה ומגיבוריה, כפי שהודגם במקרה של פורום מעריצי איילה רשף. לא זו בלבד שהמוני הצופים פעלו כשותפי סוד המעורבים באינטראקציות שבין הדיירים-הגיבורים, אלא שגיבורים אלו הפכו בהדרגה לגורם מובן מאליו בשיח שנוצר בין הצופים, מעין נוכחים-נפקדים. החיבור בין מיליוני הצופים מקבל מעמד אונתולוגי כקשר קולקטיבי העומד בפני עצמו ואינו תלוי עוד בדמות הטוטם שתייצג את מקור הסולידריות שלו (Durkheim, 2008). ניתוחים ברוח זו הודגמו במועדונים חברתיים נוספים, למשל במחקר אתנוגרפי על אוהדי קבוצת בייסבול שמריעים באצטדיון לא רק לשם הצלחת השחקנים שעל המגרש אלא גם לציון חוויית הסולידריות של קהילת האוהדים. הקבוצה על המגרש שימשה כטוטם לקשרים החברתיים בין האוהדים (Serazio, 2012).

כמו במועדון ספורט, גם בתוכנית הריאליטי הצפייה משלבת בין מועדון חברתי למופע קולקטיבי המרכז קשב סימולטני: כל צופה יודע שרבים אחרים, שאותם איננו מכיר, צופים באירוע באותה העת. המופע הטקסי מאשרר את תחושת הסולידריות של חברי הקהילה ואת ערכיהם המשותפים (Durkheim, 2008). מה המשמעות של שותפות לדבר עברה במופע סולידריות כזה? ארי ארוט, שהתייחס למודעות הקולקטיבית שמתעוררת במופע החברתי בהקשר של סקנדל ציבורי, היטיב לתאר את הסיטואציה הזאת כ"מצב שבו כולם יודעים שכולם יודעים שכולם יודעים" (Adut, 2012, p. 245). אבל מהו בעצם הידע שלפתע מתחוויר או מתגלה במופע החברתי? מהו למעשה הדבר שהפך לחלק מההבנה המשותפת של הקולקטיב? במישור אחד, הצופים הם שותפי סוד למידע הספציפי שנתגלה באירוע, סקנדל שמקבל את משמעותו הדרמטית בטקס הקולקטיבי רק מתוקף היותו חלק מידע תרבותי רחב יותר, מערכת אמנות ייחודית שמשותפת לכלל הקהל (Reed, 2006). מייקל הרצפלד בספרו על אינטימיות תרבותית הצביע על זיקה דומה בין ידע תרבותי ייחודי, שותפות לדבר עברה ופיתוח תודעה לאומית (Herzfeld, 1997). לטענתו, מנהגים משותפים שעשויים להיתפס כמבישים כלפי חוץ נשמרים כסוד ובה בעת משמשים מקור לגאווה של התושבים המקומיים ומאשררים את תפיסת הזהות הלאומית שלהם.

במישור שני, המופע החברתי הקולקטיבי מקבץ ומזמן לאירוע המשותף רבים מחברי הקהילה שביומיום הם זרים זה לזה וכך הוא מאשש באורח מידי את עצם הקיום האונתולוגי

של הקהילה הלאומית המדומיינת. חזקי שוהם, למשל, ניתח את פסטיבל פורים ההמוני שהתקיים בתל אביב לפני קום המדינה, אשר בשיאו קיבץ כמעט מחצית מתושבי היישוב היהודי באותה עת ויצר ביטוי טקסי שממחיש את קיומה של קהילת הלאום החדשה כישות קונקרטיית (Shoham, 2009).

אך במישור נוסף, טענתי היא כי מה שהופך לפתע למוחשי במופע הקולקטיבי – גם בתוכנית האח הגדול – איננו רק הידע התרבותי המשותף או ההכרה בקיומם של רבבות אינדיבידואלים שמזדהים כקולקטיב, אלא ההכרה בקיומם של קשרים חברתיים המלכדים את אותם אינדיבידואלים ומאפשרים להם לפעול יחדיו. במילים אחרות, המופע החברתי מגלם עבור כל משתתף ומשתתפת את ההכרה שגם כל שאר המשתתפים הם אנשי סוד שנחשפו למנגנוני האינטימיות הפומבית ופותרו לקחת בהם חלק, ועל כן הם יכולים להצטרף למהלכים של שותפות לדבר עברה בעתיד. ספרות המחקר על לאומיות דנה בהכרה בידע ובמנהגים תרבותיים משותפים וגם במודעות לעצם קיומה של הקהילה ולתיחומה, ואלה מספקות הסבר לחוויה ולמושג של זהות לאומית; אבל רק האפשרות השלישית – דמיון הקהילה כרשת פעילה של חברים שותפי סוד – עניינה חוויה של סולידריות לאומית. לעומת התנסויות במועדונים שונים בחיי היומיום, שיוצרות מעבר הדרגתי וממושך מזרות לחברות, במופע הקולקטיבי נוצר כבמטה קסם מפגש מידי בין המוני זרים-שהפכו לחברים וצופים-שהפכו למבצעים. טקס הצפייה בתוכנית לא רק מאשר את ההבנה כי כל המשתתפים והמשתתפות התנסו בחברותיות מועדונית, אלא גם נוטע בהם את ההבטחה לשותפות גורל – הבטחה המתרחשת כאשר שותפות סוד מתמזגת עם שותפות לדבר עברה.

מקורות

- אנדרסון, בנדיקט. (1999). קהילות מדומיינות: הגיגים על מקורות הלאומיות ועל התפשטותה. האוניברסיטה הפתוחה.
- בן-אליעזר, אורי, ואדריאנה קמפ. (2006). סודיות ועמימות גרעינית כצורה של אינטימיות תרבותית: חברת הסיכון העולמית ופרשת ואנונו במודרניות הרפלקסיבית. *סוציולוגיה ישראלית*, ז(2), 281–315.
- וואלה! News. (2011, 26 בינואר). "האח הגדול": הארוס נכנס, ליהיא נכנסה להיסטוריה. *וואלה! News*.
- טוקר, נתי. (2018, 29 באפריל). "האח הגדול": פצצת הרייטינג שתכריע את עתיד הטלוויזיה. *TheMarker*.
- כ"ץ, אליהו, ודניאל דיין. (1995). אירועים של אמצעי תקשורת: על חווית "לא להיות שם". בתוך דן כספי (עורך), *תקשורת המונים: זרמים ואסכולות מחקר* (עמ' 132–141). האוניברסיטה הפתוחה.
- קופר, יוני. (2015). הבניית סולידריות לאומית באמצעי תקשורת ההמונים בעידן של גלובליזציה: מקרה הבוחן של תוכנית הטלוויזיה "האח הגדול" בישראל [חיבור לקבלת תואר דוקטור, אוניברסיטת בראילן].
- Adut, Ari. (2012). A theory of the public sphere. *Sociological Theory*, 30(4), 238–262.

- Alexander, Jeffrey C. (2004). Cultural pragmatics: Social performance between ritual and strategy. *Sociological Theory*, 22(4), 527–573.
- Bellman, Beryl L. (1981). The paradox of secrecy. *Human Studies*, 4, 1–24.
- Calvert, Clay. (2000). *Voyeur nation: Media, privacy and peering in modern culture*. Westview Press.
- Cardo, Valentina. (2011). “Voting is easy, just press the red button”: Communicating politics in the age of Big Brother. In Kees Brants & Katrin Voltmer (Eds.), *Political communication in postmodern democracy* (pp. 231–247). Palgrave Macmillan.
- Corner, John. (2002). Performing the real. *Television & New Media*, 3(3), 255–270.
- Couldry, Nick. (2008). Reality TV, or the secret theater of neoliberalism. *The Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 30(1), 3–13.
- Durkheim, Emile. (2008). *The elementary forms of the religious life*. Dover.
- Elias, Nelly, Amal Jamal, & Orly Soker. (2009). Illusive pluralism and hegemonic identity in popular reality shows in Israel. *Television & New Media*, 10(5), 375–391.
- Eriksen, Thomas Hylland. (2004). Place, kinship and the case for non-ethnic nations. *Nations and Nationalism*, 10(1–2), 49–62.
- Eyal, Keren, and Alan M. Rubin. (2003). Viewer aggression and homophily, identification, and parasocial relationships with television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(1), 77–98.
- Fine, Gary Alan. (1984). Humorous interaction and the social construction of meaning: Making sense in a jocular vein. *Studies in Symbolic Interaction*, 5, 83–101.
- Frosh, Paul. (2012). The showing of sharedness: Monstration, media and social life. *Divinatio*, 35, 123–138.
- Gellner, Ernst. (1983). *Nations and Nationalism*. Blackwell.
- Giles, David C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4(3), 279–305.
- Gray, Jonathan. (2010). *Show sold separately: Promos, spoilers and other media paratexts*. New York University Press.
- Gray, Kaila Paloma. (2018). *Parasocial relationships: Examining viewers' connections with characters in television series* [Unpublished master thesis, Texas State University].
- Habermas, Jürgen. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
- Hartmann, Tilo, & Charlotte Goldhoorn. (2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 1104–1121.

- Herzfeld, Michael. (1997). *Cultural intimacy: Social poetics in the nation-state*. Routledge.
- Hill, Annette. (2002). Big Brother: The real audience. *Television & New Media*, 3(3), 323–340.
- Horgan, Mervyn. (2012). Strangers and Strangership. *Journal of Intercultural Studies*, 33(6), 607–622.
- Horton, Donald, & R. Richard Wohl. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, 19(3), 215–229.
- Illouz, Eva. (2007). *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. Polity Press.
- Jenner, Mareike. (2017). Genre, cycles and sunshine noir television. *The Journal of Popular Television*, 5(2), 177–193.
- John, Nicholas A. (2013). The social logics of sharing. *Communication Review*, 16(3), 113–131.
- Kaplan, Danny. (2005). Public intimacy: Dynamics of seduction in male homosocial interactions. *Symbolic Interaction*, 28(4), 571–595.
- Kaplan, Danny. (2014). The architecture of collective intimacy: Masonic friendships as a model for collective attachments. *American Anthropologist*, 116(1), 81–93.
- Kaplan, Danny. (2018a). Social club sociability as a model for national solidarity. *American Journal of Cultural Sociology*, 6(1), 1–36.
- Kaplan, Danny. (2018b). *The nation and the promise of friendship: Building solidarity through sociability*. Palgrave Macmillan.
- Kaplan, Danny, & Yoni Kupper. (2017). Toward an interaction-centered approach to media events: Mediated public intimacy on the reality TV show Big Brother. *Journal of Communication*, 67(5), 758–780.
- Lavie, Noa. (2019). Justifying trash: Regulating reality TV in Israel. *Television & New Media*, 20(3), 219–240.
- Livio, Oren. (2010). Performing the nation: A cross-cultural comparison of idol show in four countries. In Amir Hetsroni (Ed.), *Reality television: Merging the global and the local* (pp.165–187). Nova Science.
- Malešević, Siniša. (2011). The chimera of national identity. *Nations and Nationalism*, 17(2), 272–290.
- Meyer, John W. (2000). Globalization: sources and effects on national states and societies. *International Sociology*, 15(2), 233–248.
- Miller, David. (1995). *On nationality*. Oxford University Press.
- Miller, David. (2017). Solidarity and its sources. In Keith Banting & Will Kymlicka (Eds.), *The Strains of commitment: The political sources of solidarity in diverse societies* (pp. 61–79). Oxford University Press.

- Morley, David. (2006). Unanswered questions in audience research. *The Communication Review*, 9(2), 101–121.
- Neiger, Motti. (2011). Cultural oxymora: The Israeli idol negotiates meanings and readings. *Television & New Media*, 13(6), 535–550.
- Piot, Charles D. (1993). Secrecy, ambiguity, and the everyday in Kabre culture. *American Anthropologist*, 95(2), 353–370.
- Putnam, Robert. (2000). *Bowling alone*. Simon and Schuster.
- Reed, Isaac. (2006). Social dramas, shipwrecks, and cockfights: Conflict and complicity in social performance. In Jeffrey C. Alexander, Bernhard Giesen, & Jason Mast (Eds.), *Social performance: Symbolic action, cultural pragmatics, and ritual* (pp. 146–168). Cambridge University Press.
- Rothenbuhler, W. Eric, & Mihai Coman. (2005). *Media anthropology*. Sage.
- Schiappa, Edward, Mike Allen, & Peter B. Gregg. (2007). Parasocial relationships and television: A meta-analysis of the effects. In Raymond W. Preiss, Barbara Mae Gayle, Nancy Burrell, & Mike Allen (Eds.), *Mass media effects research: Advances through meta-analysis* (pp. 301–314). Routledge.
- Schudson, Michael. (1995). *The Power of News*. Harvard University Press.
- Serazio, Michael. (2012). The elementary forms of sports fandom: A Durkheimian exploration of team myths, kinship, and totemic rituals. *Communication & Sport*, 1(4), 303–325.
- Shoham, Hizky. (2009). “A huge national assemblage”: Tel Aviv as a pilgrimage site in Purim celebrations (1920–1935). *Journal of Israeli History*, 28(1), 1–20.
- Simmel, Georg. (1950). *The sociology of Georg Simmel*. Free Press.
- Shoshana, Avihu. (2016). Ethno-class distinctions and reality (TV). *Sociological Forum*, 31(1), 53–71.
- Smith, Anthony D. (1986). *The ethnic origins of nations*. Blackwell.
- Stefanone, Michael A., Derek Lackaff, & Devan Rosen. (2010). The relationship between traditional mass media and “social media”: Reality television as a model for social network site behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(3), 508–525.
- Theiss-Morse, Elizabeth. (2009). *Who counts as an American? The boundaries of national identity*. Cambridge University Press.
- Tomlinson, John. (1999). *Globalization and culture*. Polity Press.
- Van Es, Karin. (2016). Social TV and the participation dilemma in NBC’s The Voice. *Television & New Media*, 17(2), 108–123.
- Weitman, Sasha R. (1970). Intimacies: Notes toward a theory of social inclusion and exclusion. *European Journal of Sociology*, 11(2), 348–367.