

ההשפעות של אינסטגרם על לקיחת תפקידים ונכונות לעזור : המקרה של "הסטורי של אווה"

רונית קמפף
אוניברסיטת תל אביב
ronit.kampf@gmail.com

The Effects of Instagram on Role-taking and Willingness to Help: The Case of "Eva.Stories"

Ronit Kampf
Tel Aviv University
ronit.kampf@gmail.com

Abstract

Instagram is a popular social network site among youth, but criticism is also raised regarding its potential to serve as a medium for social change for them. The current study draws upon the case study of "eva.stories" in Instagram which is based on Eva Haymen's diary written during the Holocaust to investigate the influence of presentation mode afforded by different media, differing in the extent of role-taking, on willingness to help in the context of Holocaust remembrance among young people in Israel. The study was conducted among 150 Israeli teens age 13-16 in Jerusalem. The study showed that "eva.stories" elicited greater role taking and resulted in greater willingness to help than reading her diary conveying the same information. In addition, role-taking mediated between presentation mode and willingness to help. This study is important in that it is among the first to provide empirical evidence that visual/social media are more effective than textual media in influencing young people's empathic reactions to the Holocaust, suggesting that Instagram may be used as a new medium for social change.

Keywords: Instagram, Role-Taking, Willingness to Help, Social Change.

תקציר

אינסטגרם היא רשת חברתית פופולרית מאוד על בני נוער, אך גם מעוררת ביקורת לא מעטה על יכולתה לשמש עבורם אמצעי לשינוי חברתי. המחקר הנוכחי משתמש במקרה המבחן של "הסטורי של אווה" באינסטגרם אשר מתבסס על יומנה של אווה היימן שנכתב בזמן השואה כדי לבחון את השפעת סוג המדיום (אינסטגרם לעומת היומן), שאמורים להיבדל בהיקף של לקיחת תפקידים, על הנכונות של צעירים לעזור בשימור זכרון השואה. המחקר נערך בקרב 150 בני נוער ישראלים בגילאי 13-16 בירושלים. המחקר מצא כי "הסטורי של אווה" באינסטגרם עורר יותר הזדהות עם דמותה של אווה (לקיחת תפקידים) שהביאה ליותר נכונות לעזור בשימור זכרון השואה, בהשוואה לקריאת היומן שהעביר את אותו מידע בפורמט שונה. ההזדהות עם אווה גם תיווכה בין סוג המדיום לבין הנכונות לעזור. המחקר חשוב בכך שהוא בין הראשונים שנותן ביסוס אמפירי לכך שסביבה חברתית חזותית כמו אינסטגרם משפיעה יותר מסביבה מילולית כמו יומנה של אווה על תגובות רגשיות של צעירים לנושא משמעותי וחשוב כמו השואה.

מילות מפתח: אינסטגרם, לקיחת תפקידים, נכונות לעזור, שינוי חברתי.

מבוא

אינסטגרם היא רשת חברתית פופולרית מאוד בקרב בני נוער, אך גם מעוררת לא מעט ביקורת לגבי יכולתה לשמש עבורם כלי לשינוי חברתי (boyd, 2014). עם זאת, מחקרים מועטים מאוד בחנו עד כמה היא אכן משפיעה עליהם. המחקר הנוכחי בוחן עד כמה אינסטגרם משפיעה על עמדות בני נוער כלפי זכרון השואה ונכונותם לעזור בשימורו. חשוב אף יותר להבין כיצד אינסטגרם משיגה השפעות אלה תוך התמקדות ביכולתה לאפשר לקיחת תפקידים.

המחקר הנוכחי מתמקד במקרה המבחן של "הסטורי של אווה" אשר נוצר ע"י מתי ומאיה כוכבי, והתפרסם ביום השואה האחרון כדי להגביר את זכרון השואה בקרב צעירים בישראל. הפרויקט מתבסס על יומנה של אווה היימן, נערה יהודיה מהונגריה, שכתבה אותו במשך שלושה חודשים מפלישת הנאצים להונגריה ועד לשליחתה למחנה הריכוז אושוויץ בו נרצחה בגיל 13. הפרויקט מציג את יומנה באמצעות סדרת סרטוני וידאו קצרים באורך כולל של 30 דקות שצולמו כביכול על ידה באמצעות הטלפון הסלולרי. הקטעים מכילים אימוג'י, כותרות, האשטאגים ופילטרים שמדמים את דרך ההצגה המקובלת לסטורי באינסטגרם. כדי לבחון עד כמה אינסטגרם אפקטיבית לשינוי חברתי, המחקר הנוכחי בוחן את ההשפעה של סוג המדיום (אינסטגרם לעומת היומן) שעשויים להיבדל במידת ההזדהות עם דמותה של אווה (לקיחת תפקידים) על הנכונות לעזור בשימור זכרון השואה אצל צעירים בישראל.

רקע תאורטי

לקיחת תפקידים הוא מונח שנטבע ע"י ג'ורג' הרברט מיד (Mead, 1934; 1982), ומתייחס לתהליך קוגניטיבי בו אדם מדמה באופן זמני שהוא מישו אחר כדי להיכנס למחשבותיו, עמדותיו, כוונותיו והתנהגותו במצב נתון. המחקר הנוכחי משתמש במונח דומה שנקרא הזדהות (Cohen, 2001) משני שיקולים עיקריים. ראשית, המונח נדון בתכיפות בהקשרים מתווכים כמו אינסטגרם. שנית, המונח נמצא בשימוש בעבר כדי למדוד לקיחת תפקידים אצל בני נוער שהם קהל היעד של המחקר הנוכחי (Kampf, 2015; Kampf, 2019). המונח מוגדר כתהליך מדומיין של הזדהות שמתעורר בתגובה לדמויות שמופיעות בטקסט מתווך. לטענת כהן (2001), ההזדהות מביאה לכך שהצופים מדמיינים עצמם בתור הדמות בה הם צופים וזמנית מחליפים את זהותם הפיזית עימה. מבחינה תפיסתית, הם נשאבים לתוך הסביבה בה פועלת הדמות. מבחינה קוגניטיבית הם מבינים את מחשבות הדמות. מבחינה רגשית הם חשים אמפטיה כלפיה ושותפים לרגשותיה. מבחינה מוטיבציונית הם חולקים את מטרות הדמות. לכן המונח יכול להתאים לסיטואציה של לקיחת תפקידים עם דמויות מתווכות כמו ב"סטורי של אווה".

כל מדיום תקשורתי כולל מערכת סמלים ייחודית שיכולה להשפיע על היכולת הקוגניטיבית שנחוצה כדי להפיק משמעות מהמסרים שהוא מעביר (McLuhan, 1964). למשל, סביבות מתווכות טקסט כמו יומנה של אווה דורשות יכולת קוגניטיבית גבוהה יותר ללקיחת תפקידים בהשוואה לסביבות מתווכות ויזואליות כמו "הסטורי של אווה" שמקטינות את הדרישות הקוגניטיביות (למשל, Peng et al., 2010). לכן המחקר הנוכחי טוען שהאחרונות מספקות בהכרח תנאים טובים יותר ללקיחת תפקידים בהשוואה לראשונות.

לקיחת תפקידים נחקרה רבות בהקשר של אמפטיה, במיוחד נכונות לעזור. המחקר הנוכחי משתמש בגישה פסיכולוגית להגדרת אמפטיה שמתייחסת לשני היבטים: אמפטיה מקבילה (כשאדם חווה מצב רגשי שתואם את רגשות האחר) ואמפטיה תגובתית (כשאדם מגיב רגשית בפועל לתחושות האחר) (למשל, Davis, 1983; 1994). דיוויס (1983; 1994) טען כי לקיחת תפקידים הוא תנאי מקדים לאמפטיה כפי שהראו גם מחקרים רבים אחרים (למשל, Levy et al., 2002). בנוסף, מחקרים רבים גם הצביעו כי אמפטיה מובילה לנכונות לעזור (למשל, Fisher et al., 2008). הם גם הראו באופן ספיציפי כי לקיחת תפקידים הביאה להתנהגות עזרה ואלטרואיזם (למשל, Schroder et al., 1995). אם כן, המחקר הנוכחי טוען שלקיחת תפקידים הוא מכניזם שיכול להביא לאמפטיה ולנכונות לעזור.

השערות המחקר

- השערה 1 – צופי "הסטורי של אווה" יגלו נכונות רבה יותר לעזור בשימור זכרון השואה מקוראי היומן.
- השערה 2 – צופי "הסטורי של אווה" יטו להיות מעורבים יותר בלקיחת תפקידים מקוראי היומן.
- השערה 3 – לקיחת תפקידים תתווך את ההשפעה של סוג המדיום על נכונות לעזור בשימור זכרון השואה.

שיטת המחקר

משתתפים

150 בני נוער בגילאי 13-16 (ממוצע=15, סטית תקן=1.81) (72 בנים) מבתי ספר באיזור ירושלים השתתפו במחקר תמורת תלושי קנייה לארומה. 90% מהם השתמשו באינסטגרם על בסיס יומי ו-50% קראו ספר בחצי שנה האחרונה. 78 מהמשתתפים (38 בנים) צפו ב"סטורי של אווה" ו-72 (34 בנים) קראו את יומנה.

גרויים

המחקר התמקד בסרטונים שהתייחסו לארבעה היבטי מפתח בחיי יהודים בשואה לפי מוסד יד ושם בירושלים: החלת חוקי הגזע, ענידת טלאי צהוב, מעבר לגטו ושילוח למחנות ריכוז. הסרטונים שנבחרו הראו מה אווה חושבת על כל אחד מההיבטים הללו וכיצד הם השפיעו על חייה. הגרסה הטקסטואלית בחרה קטעים מיומנה של אווה עם מידע זהה לזה שהוצג בסרטונים. לכן שני סוגי המדיה העבירו מידע זהה רק בפורמט שונה.

הליך המחקר

ההשערות נבחנו באמצעות מערך ניסוי חד גורמי בין נבדקים (סוג מדיום: אינסטגרם לעומת יומן). המשתתפים קיבלו מייל ובו קישור למחקר. עם פתיחת הקישור, הוצג להם שאלון מקדים שמדד אמפטיה, מעורבות בנושא, ידע על השואה והיכרות מוקדמת עם "הסטורי של אווה".

לאחר השלמת השאלון, התלמידים שוייכו אקראית לאחד משני המדיה. משך הזמן בכל מדיום חושב לפי הבדלי הזמן בין סיום השאלון המקדים להתחלת השאלון לאחר צפייה/קריאה שבחן הזדהות עם דמותה של אווה, נכונות לעזור בשימור זכרון השואה ומידע דמוגרפי. בממוצע המשתתפים צפו ב"סטורי של אווה" במשך 9 דקות וקראו את יומנה במשך 11 דקות.

מדדים

נכונות לעזור בשימור זיכרון השואה נמדדה באמצעות סקלה בת 7 דרגות שבחנה עד כמה ייטו המשתתפים (1) לתרום כסף כדי לממן תכנית להגברת מודעות לזכרון השואה בקרב צעירים (2) לחתום על עצומה להגדלת הסיוע שניתן למימון תוכניות לשימור זכרון השואה בקרב צעירים בישראל (3) לדון ב"סטורי של אווה" (יומנה של אווה) עם חברים או משפחה (4) לשלוח את הקישור ל"סטורי של אווה" (יומנה של אווה) לחברים כדי להפיץ את זכרון השואה. המדד מתבסס על מדד קודם שנמצא בשימוש ע"י מחבר (Kampf, 2019).

הזדהות עם דמותה של אווה (לקיחת תפקידים) נמדדה באמצעות דירוג של 6 הצהרות ע"י סולם ליקרט בן 7 דרגות (1=לא מסכים בכלל 7=מסכים מאוד): "יכולתי להבין את האירועים באופן דומה לזה של אווה", "חשתי כי אכן נכנסתי לראשה של אווה", "ברגעי מפתח חשתי כי יכולתי לדעת במדוייק מה עובר על אווה", "רציתי כי אווה תצליח בהשגה מטרותיה", "יכולתי להרגיש את תחושותיה של אווה", "כשאווה נכשלה חשתי עצב, וכשהיא הצליחה חשתי שמחה". לגבי כל הצהרה הוסף "בזמן הצפייה" או "בזמן הקריאה" לגבי כל אחד משני סוגי המדיה. המדד מתבסס על מדד שפיתח כהן (Cohen, 2001) ומחקרים שהתאימו אותו לחקר הזדהות עם טקסטים מתווכים אצל צעירים (ראו למשל, Kampf, 2015; Kampf, 2019).

נמדדו גם כמה משתנים מתערבים אפשריים: 1. מעורבות כללית באירועים הומניטריים בינלאומיים וזכויות אדם, 2. אמפטיה שבחנה נטיה אישית לחוות רגשות, סימפטיה ואהדה כלפי אחרים במצבים קשים (ראו למשל, Davis, 1983), 3. מגדר, 4. ידע קודם על השואה שנבחן באמצעות 10 שאלות ידע היסטורי ופוליטי שלקוחות ממדד שפיתח מוסד יד ושם בירושלים, 5. היכרות עם "הסטורי של אווה" קודם למחקר.

ממצאים

ההשערה הראשונה – צופי "הסטורי של אווה" יגלו נכונות רבה יותר לעזור בשימור זכרון השואה מקוראי היומן – אוששה באמצעות ניתוח שונות חד כיווני רב משתני שכלל את כל המשתנים המתערבים (ראו טבלה 1). כצפוי, צופי "הסטורי של אווה" נטו לתרום יותר מקוראי היומן; צופי "הסטורי של אווה" נטו יותר לחתום על עצומה מקוראי היומן; צופי "הסטורי של אווה" נטו לדון יותר בנושא מקוראי היומן וצופי "הסטורי של אווה" נטו יותר להפיץ את המידע מקוראי היומן. מעורבות בנושא היתה משתנה מתערב מובהק לגבי כל המשתנים התלויים. אמפטיה היתה משתנה מובהק לגבי כל המשתנים התלויים פרט להפצת מידע. מגדר, ידע

על השואה והיכרות מוקדמת עם "הסטורי של אווה" לא היו משתנים מתערבים מובהקים לגבי המשתנים התלויים.

טבלה 1. ניתוח שונות של סוג המדיום ונכונות לעזור

נכונות לעזור	α	צופי הסטורי M(SD)	קוראי היומן M(SD)	
תרומה	.90	4.43(1.40)	3.69(1.78)	$F(1, 144)=6.81, p<.01, \eta^2=.05$
עצומה	.95	5.43(1.35)	4.43(1.80)	$F(1,144)=12.11, p<.001, \eta^2=.09$
דיון	.93	4.92(1.47)	4.20(1.70)	$F(1, 144)=6.98, p<.01, \eta^2=.05$
שליחת קישור	.94	3.97(1.71)	3.25(1.58)	$F(1, 144)=7.69, p<.01, \eta^2=.06$

Wilk's = .86, $F(1, 140)=3.91, p<.01$

ההשערה השנייה – צופי "הסטורי של אווה" יטו להיות מעורבים יותר בלקיחת תפקידים מקוראי היומן – אוששה באמצעות ניתוח שונות שהראה כי צופי "הסטורי של אווה" הזדהו יותר עם אווה מקוראי היומן (ראו טבלה 2).

טבלה 2. ניתוח שונות של סוג המדיום ולקיחת תפקידים

קוראי היומן M(SD)	צופי הסטורי M(SD)	
3.71(1.00)	4.29(1.09)	לקיחת תפקידים $\alpha = .72$

$F(1, 148)=10.56, p<.001, \eta^2=.08$.

ההשערה השלישית – לקיחת תפקידים תתווך את ההשפעה של סוג המדיום על הנכונות לעזור בשימור זכרון השואה – נבחנה באמצעות המודל של בארון וקני (Baron and Kenny, 1986) (ראו טבלה 3). הרגרסיה הראשונה בחנה קשר מובהק בין המנבא (סוג המדיום) לבין התוצאה (נכונות לעזור). הרגרסיה השנייה בחנה קשר מובהק בין המנבא למתווך הפוטנציאלי (לקיחת תפקידים). ברגרסיה המרובה השלישית, נכונות לעזור עברה רגרסיה על סוג המדיום ולקיחת תפקידים. תיווך מלא יושג אם השפעת סוג המדיום על נכונות לעזור תוך שליטה בלקיחת תפקידים תהיה אפס ותיווך חלקי יושג אם השפעת הרגרסיה של נכונות לעזור על סוג המדיום ולקיחת תפקידים תהיה קטנה יותר מההשפעה של הרגרסיה הראשונה שבחנה קשר מובהק בין סוג המדיום לנכונות לעזור. הממצאים הראו כי סוג המדיום קשור במובהק לנכונות לעזור; סוג המדיום גם קשור במובהק ללקיחת תפקידים ולקיחת תפקידים השפיעה במובהק על הנכונות לעזור. המקדמים שקשורים לקשר בין סוג המדיום לנכונות לעזור קטנו כשהשניים הוכנסו למודל הרגרסיה. משמע ההשערה השלישית אוששה כי לקיחת תפקידים תיווכה חלקית בין סוג המדיום לנכונות לעזור.

טבלה 3. ניתוח לקיחת תפקידים כמשתנה מתווך

β	SE B	B		
				רגסיה 1
.23**	.28	.74	מנבא : סוג המדיום	תרומה
.28***	.28	.92	מנבא : סוג המדיום	עצומה
.22**	.28	.72	מנבא : סוג המדיום	דיון
.22*	.29	.72	מנבא : סוג המדיום	שליחת קישור
				רגסיה 2
.32***	.18	.69	מנבא : סוג המדיום	לקיחת תפקידים
				רגסיה 3
.25**	.13	.38	מתווך : לקיחת תפקידים	תרומה
.16	.28	.52	מנבא : סוג המדיום	
.26**	.13	.40	מתווך : לקיחת תפקידים	עצומה
.21*	.21	.69	מנבא : סוג המדיום	
.19*	.13	.28	מתווך : לקיחת תפקידים	דיון
.16	.28	.56	מנבא : סוג המדיום	
.28***	.13	.44	מתווך : לקיחת תפקידים	שליחת קישור
.14	.29	.46	מנבא : סוג המדיום	

* $p < .05$. ** $P < .01$. *** $P < .001$

סיכום ודיון

המחקר חשוב בכך שהוא בין הראשונים שנותן ביסוס אמפירי לכך שסביבה מתווכת ויזואלית כמו "הסטורי של אווה" באינסטגרם משפיעה יותר מסביבה מתווכת מילולית כמו יומנה של אווה על תגובות רגשיות של צעירים לגבי נושא משמעותי וחשוב כמו השואה.

בנוסף, המחקר הראה כי עצם נוכחות דמותה של אווה משמשת גורם משמעותי להזדהות ולקיחת תפקידים גם מתווכת בין סוג המדיום לנכונות לעזור בשימור זכרון השואה.

המחקר גם הצביע על ממד המולטימודליות של המשתנה סוג המדיום כגורם משמעותי לגבי השפעת סביבה מתווכת ויזואלית כמו אינסטגרם על הנכונות לעזור בשימור זכרון השואה.

עם זאת, יש לגלות זהירות בפירוש והכללת הממצאים. ראשית, מאחר ואינסטגרם הוא מדיום חדש יחסית, צעירים אינם רגילים, בהכרח, ללמוד באמצעותו על אירוע אמיתי ולכן יהיו יותר קשובים ובעלי מוטיבציה גבוהה יותר ללמוד באמצעותו. שנית, המשתנה התלוי היה כוונת התנהגות שאמנם נמצא קשור באופן הדוק להתנהגות בפועל (למשל, Peng et al., 2010), אבל עדיין יש לגלות זהירות בהכללת הממצאים לגביו.

מקורות

- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The moderator – mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social life of networked teens*. New Haven: Yale University Press.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4, 245-264.

- Davis, M.H. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 113-126.
- Davis, M.H. (1994). *Empathy: A social psychological approach*. Madison, WI: Brown & Benchmark.
- Fisher, R.J., Vandenbosch, M., & Antia, K.D. (2008). An empathy-helping perspective on consumers' responses to fund-raising appeals. *Journal of consumer Research*, 35(3), 519-531.
- Kampf, R. (2015). The effects of Darfur is Dying on role-taking and willingness to help of Israeli and Palestinian teens. A paper submitted to Persuasive Technologies Conference.
- Kampf, R. (2019). The effects of PeaceMaker on role-taking and willingness to help the "other" in the Israeli-Palestinian conflict – A cross-cultural perspective. A manuscript under review.
- Levy, S.R., Freitas, A.L., & Salovey, P. (2002). Constructing action abstractly and blurring social distinctions: Implications for perceiving homogeneity among, but also empathizing with and helping others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1224-1238.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: the extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- Mead, G.H. (1934). *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mead, G.H. (1982). *The individual and the social self*. Chicago: University of Chicago Press.
- Peng, W., Lee, M., & Heeter, C. (2010). The effects of a serious game on role-taking and willingness to help. *Journal of communication*, 60, 723-742.
- Schroeder, D.A., Penner, L.A., Dovidio, J.F., & Piliavin, J.A. (1995). *The psychology of helping and altruism: Problems and puzzles*. New York: McGraw-Hill.