

"תכניות המציאות" בישראל:
בין מציאות לדמיון, בין תמימות
למניפולציה, בין ציבורי לפרטי



פרופ' גבי וימן
ד"ר יונתן כהן
גב' מיכל הרשמן שטרית

מרץ 2007

מחקר זה נערך ביוזמתה ומימונה של הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו. ניהול המחקר וביצועו התקיימו בחוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה.

תודות

כותבי המחקר מבקשים להודות לאנשים אשר, יזמו, ליוו ותרמו ליצירתו :

לצוות הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו - גב' נחמה לאור דרורי, סמנכ"ל אסטרטגיה ומחקר, גב' נועה אלפנט לפלר, ראש מחלקת מחקר ומידע וגב' מיכל גרוס, רכזת חוזים, מכרזים והתקשרויות - על התמיכה.
לגב' אלינור זלטין אשרוביץ, רכזת תחום אסטרטגיה ומחקר וגב' אורנה שמואלי (מחליפתה) - על העזרה באיסוף הקלטות ובתיאום זמני הקלטה.

לצוות מכון "מחשוב" - ד"ר רחל ישראלי וגב' מירי זורנזון - על העברת שני שאלוני המחקר ביעילות ובמקצועיות רבה.

למנתחי התוכן מהחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה - גב' מיה מזור טרגרמן, מר חיים חגי, גב' רינה מזאוי וגב' צאלה שמואלי - על עבודה מעולה, רצינית ומאומצת.
לגב' ענת פיזוב על עבודתה בהקלטות התכניות לניתוח התוכן.

תוכן

מבוא - עמ' 4

רקע:

- מהי סוגת הריאליטי? - עמ' 5
- "סודות ההצלחה" של סוגת הריאליטי - עמ' 6
- צרכים וחלומות: מה מביא לצפייה בתכניות ריאליטי? - עמ' 8
- "מציאות" או "מציאות מדומה"? - עמ' 9
- ריאליטי, פרסום וחשיפה - עמ' 11

תכנון המחקר:

- מטרות המחקר - עמ' 13
- תכנית המחקר - עמ' 13

הממצאים:

1. ממצאי סקר ראשון: תפישות הציבור את גבולות המרחב אישי/פרטי ועמדותיו כלפי תכניות המציאות בישראל

- "צופים ובוכים": עמדות הציבור כלפי תכניות המציאות - עמ' 15
- מימדי הביקורת הציבורית - עמ' 17
- גבולות המרחב האישי - עמ' 18

2. ניתוח התוכן של תכניות הריאליטי

- שיטת המחקר - עמ' 22
- איסוף הנתונים - עמ' 24
- תהליך הקידוד ומהימנות בין שופטים - עמ' 24
- ממצאי ניתוח תוכן:**
- מאפייני תכניות המציאות - עמ' 25
- שכיחות הופעת מדדי הפרטיות - עמ' 26
- מיניות, מניפולציות ומצוקות בתכניות מציאות ובתכניות שאינן תכניות מציאות - עמ' 27
- הבדלים בחדירה לפרטיות בתכניות מציאות ובתכניות שאינן תכניות מציאות - עמ' 28
- הבדלים בתוך הממדים בין תכניות מציאות לקבוצת הביקורת - עמ' 31

3. ממצאי סקר שני: האם קיים קשר בין צפייה בתכניות מציאות ובין עמדות כלפי פרטיות

- מערך הסקר השני - עמ' 41
- צפייה בתכניות מציאות - עמ' 41
- ביקורת על תכניות מציאות - עמ' 42
- הדרישה לפיקוח על תכניות מציאות - עמ' 43
- הקשר בין צפייה בתכניות מציאות, ביקורתיות ופיקוח - עמ' 44
- תפיסת ריאליזם בתכניות מציאות - עמ' 45
- תיאוריית האדם השלישי: "זה משפיע עליהם, לא עליי" - עמ' 45
- התמודדות בתכניות מציאות - עמ' 46
- תפיסת המרחב הפרטי - עמ' 47
- הקשר בין צפייה בתכניות מציאות ותפיסת פרטיות - עמ' 47

סיכום הממצאים, לקחים ותרומת המחקר לקביעת מדיניות הרשות - עמ' 49

מקורות - עמ' 53

נספחים - עמ' 54

מבוא

"ברוכים הבאים לתוכנית הריאליטי 'הזירה'", שואג מנחה אנרגטי העומד במרכז של זירת אגרוף אולימפית. שניות ספורות קודם לכן קיבל הקהל היישוב סביב הזירה הנחיות ממפיק התוכנית למחוא כפיים עם הינתן האות המוסכם והוא ממלא את תפקידו בדבקות. "לכל אחד יש את הזכות להיאבק למען האושר ולנו יש את הזכות לראות את זה", צועק המנחה. כך נפתחה לאחרונה הצגה חדשה שהתמודדה בפסטיבל עכו לתיאטרון אחר. ההצגה "הזירה", פרי עטו של העיתונאי והבמאי, דני ווסרמן, אמורה להכניס את הקהל לעולם הריאליטי הטלוויזיוני ותוך כדי לדון בשאלות עקרוניות על מוסריות הז'אנר. על הבמה רני קאושינסקי, אלוף בתי הסוהר באגרוף שייאבק על מקומו בחברה מול משה חן שמבקש לגייס כסף לניתוח השתלת כליה לבתו. במהלך המופע מתבקש הקהל להצביע ולהשפיע בנוגע לעתידם של גיבורי שוליים מוכשרים "הזמיר של שכונות העוני והפצצה הדמוגרפית, ניסרין קדרי". "ניסרין לא מתורגלת באור הזרקורים אחרי הכל היא באה ממגזר שלא רגיל שיש לו חשמל", מצהיר המנחה ושולח אותה לעבור בין הקהל עם "קופת הרייטינג". "אם היא ריגשה אתכם, תשלמו לה! ההפקה בטוח לא תעשה את זה", הוא אומר. אחריה מגיעים דותן ברכה, רקדן ברייקדאנס נכה על קביים והכנר ולרי דרובסקי, המכונה "פגניני של רחוב אלנבי". גם הם בתורם יקבצו נדבות מהצופים שיפתחו את הלב ואת הארנק.

"תוכניות ריאליטי הן כמו גלדיאטורים עכשוויים שמאורגנים על ידי תאגידים ובעלי הון על גבם של אנשים שמנסים באופן נואש להיחלץ ממעגל העוני", טוען המחזאי ווסרמן. "החולשות שלהם מנוצלות על ידי בעלי ההון שמפוררים את השכבות החלשות ומנצלים חולשות לטובת רווח כלכלי. אנשים מתבזים בכדי לשרוד והצופים מריעים". ועל הקהל של מופעים אלה הוא מצהיר: "צריך שיהיה ברור שהקהל שצופה הוא משת'פ. אם אנשים לא ייצפו בתוכניות האלה והרייטינג שלהן יצנח, הן ירדו. ברגע שפתחת והסתכלת אתה שותף מלא להתעללות ולביזוי. אני חושב שמוטלת על הצופים אחריות מוסרית ואני רוצה שיבינו שאם הם צורכים תוכנית שמשפילה אנשים, הם שותפים מלאים להשפלה. זה מה שרציתי להשיג - לתת לקהל תחושה שהוא שותף מלא לאירוע ואז לאט לאט לגרום לו להבין במה הוא שותף".

ביום העיון על "המציאות בראי ה'ריאליטי': איזו מציאות ניבטת מתוכניות המציאות?" שארגנה והפיקה הרשות השנייה (ב 2.3.2004) הציג יו"ר מועצת הרשות השנייה דאז, מר מנשה סמירה, את השאלות הבאות: "הנושא הוא תוכניות המציאות, ריאליטי T.V. כשעוסקים בשאלות שונות סביב התקשורת וסביב הטלוויזיה אז יש שאלה שתמיד נזקקת לחלל האוויר: האם הטלוויזיה היא בבואה של החברה? אני חושב שכאשר דנים בז'אנר המיוחד הזה, אפשר לומר שהחברה הופכת להיות בבואה של הטלוויזיה. מי משפיע על מי, מי מכתוב למי, מי בעצם קובע את המציאות, האם הסצינה שנראית היא כנה, אותנטית, הגונה, אמיתית. חשוב לשאול את מי הז'אנר הזה בא לשרת, על איזה צורך עונה הז'אנר הזה, מאיפה הוא בא. ז'אנר שבעצם מחזיר את העניין של החזק מנצח, המניפולטור, ויש לצערנו דוגמאות לזה לא מעטות, משום שהז'אנר הזה פונה למקומות הללו, למרות שיש מאחוריו גם כוונות יפות וטובות... מה אנחנו מוכרים בז'אנר הזה, לוקחים אנשים אנונימיים ואומרים להם: בוא תהיה בין רגע כוכב, כוכב עליון, ואתה בעצם מחפה על שנים של התמדה, של עבודה, של יסודיות, של עקביות, איזה סוג של מסר בעצם יוצא בסופו של דבר מסוג כזה של דברים?".

הצלחת הסוגה (ז'אנר) של תכניות הריאליטי בעולם כולו עוררה עניין מחקרי: חוקרים רבים ובעיקר בארה"ב ניסו לעמוד על מאפייני סוגה זו, על קהליה, על תכנים ומסרים הצפונים בה, על השפעותיה על הקהלים ועל תרומותיה או נזקה התרבותיים, הנורמטיביים והחברתיים. בישראל תחום זה טרם נחקר דיו, כנראה בגלל החדשנות בשידורי תכניות מסוגה זו. המחקר המוצע להלן בא להניח תשתית אמפירית לבדיקת היבטים שונים של תכניות הריאליטי בישראל תוך שימוש השוואתי במחקרים שנערכו בתחום זה בחברות אחרות ויישום מתודות שפותחו לשם כך במחקרים שכבר נערכו בעולם (תוך התאמתם הנדרשת לקונטקסט הישראלי).

רקע: מהי סוגת הריאליטי?

תוכניות המציאות הן כנראה התופעה הטלוויזיונית הבולטת של העשור האחרון, לפחות בעולם המערבי. לא קל להגדיר מהן תוכניות מציאות. מה משותף לתוכניות כה שונות - הן בסגנון והן ברמה - כמו "הישרדות", "הרווק", "הברבור", "אמריקן איידול", "פרדיז הוטל", "המרץ למיליון" ו"המתמחה". אפשר לנסות להצביע על שני מאפיינים משותפים: בתוכניות רבות משתתפים אנשים אנונימיים, שנבחרו מתוך רשימת מועמדים ארוכה; ורובן מבוססות על תחרות שבסופה מוענק לזוכה פרס - כסף, מכוננית, דירה, חוזה של דוגמנות או מעמד של מסביר בחו"ל, הצעת נישואים או ניתוח פלסטי לשיפור ההופעה. ההגדרה המדעית של סוגת הריאליטי הוצעה ע"י (Nabi, Biely, Morgan & Stitt (2003) והיא מגדירה תכניות אלה כתוכניות המציאות אנשים אמיתיים בעת שהם חווים אירועים מתוכננים או אמיתיים. לתכניות אלה יש את המאפיינים הבאים:

1. אנשים מציגים את עצמם (ולא מגולמים על ידי שחקנים)
 2. לפחות חלק מהתכנים מצולמים מחוץ לאולפן, בסביבות מגורים, עבודה או בילוי של המצולמים
 3. אין תסריט קבוע מראש
 4. האירועים בתכנית מוצגים בהקשר עלילתי
 5. המטרה העיקרית היא לבדר את הצופים
- תוכניות המציאות אינן חדשות: בשנות החמישים שודרו בארה"ב תכניות כמו "מלכה ליום אחד" שבהן המתמודדות ניסו לשכנע קהל צופים במצוקתן הכואבת (בעל נכה, מחלות קשות, עוני וכדומה) - כדי לזכות בכתר המלכה ליום אחד בו הורעפו עליה פרסים ומתנות. ב-1973 שודרה בטלוויזיה האמריקאית הסדרה "משפחה אמריקאית", שעוררה מחלוקת. הסדרה, שנוצרה על ידי אלן וסוזן ריימונד, עקבה אחר משפחת לאוד, משפחה אמריקאית טיפוסית לכאורה. יוצרי הסדרה הציבו מצלמות בבית המשפחה, ולאורך הפרקים קרו כמה דברים לא צפויים: האשה הודיעה לבעלה כי היא מתכוונת להתגרש ממנו (וכך אכן קרה זמן קצר לאחר שידור התוכנית), ואחד מבני המשפחה יצא מהארון מול המצלמות. בעקבות השידור התעורר באמריקה ויכוח ציבורי, שבו נשאלו שאלות כמו באיזו מידה נוכחותן של המצלמות יצרה את האירועים שתועדו בה, ומהי מידת הלגיטימיות המוסרית של הסדרה.
- הסדרה לוותה בהד עצום ורשתות טלוויזיה אחרות ברחבי העולם התחילו אף הן לשדר סדרות דומות. ב-1974 הוקרנה סדרה בשם "המשפחה" בבריטניה, שליוותה משפחה ממעמד הפועלים, שגם היא זכתה להד תקשורתי רחב ולדיון ציבורי ממושך בעקבות הקרנתה. סדרות

דומות שהתפתחו בכיוונים אחרים החלו להופיע בכל העולם, ובתחילת המאה ה-21 כמעט ואין מדינה בעולם שלא מקרינה תוכניות מציאות מקומיות וגם סדרות שנרכשו בחו"ל. סדרת הטלוויזיה של ערוץ MTV האמריקאי "העולם האמיתי" (The Real World) נחשבת לאחת הראשונות שהפכו את ז'אנר תוכניות המציאות למה שהוא היום: היא הייתה עיבוד אמריקאי ל"אח הגדול" הגרמני, כשבכל עונה הוכנסה קבוצת צעירים זרים לבית וחיה בו במשך תקופה של כמה שבועות. הפופולאריות האדירה של הסדרה גרמה לפריחה של סדרות מציאות בארה"ב. העונה הראשונה של "העולם האמיתי" הוקרנה ב-1992, ומאז ועד היום צולמו כבר 16 עונות, כשבכל עונה משתתפת קבוצה חדשה של צעירים. כיום, ארה"ב היא יצרנית סדרות המציאות הבולטת ביותר, אשר הובילה בפיתוח סדרות מציאות חדשות ושיווקן לקהל הרחב, כמו "הישרדות", "הטופ מודל הבאה", "המסע המופלא" ו"אמריקן איידול". תוכניות המציאות כבר הפכו לחלק בלתי נפרד מרצועת הפריים טיים של רוב ערוצי הטלוויזיה - בעולם כולו וגם בישראל. מקור נוסף לתוכניות המציאות הוא תוכניות המצלמה הנסתרת. גם בתוכניות אלה משתתפים לרוב אנשים לא מוכרים, הנופלים בפח הנטמן להם לעיני המצלמה. תוכניות המציאות מפתחות מרכיבים מסוימים של תוכניות המצלמה הנסתרת. בתוכניות האלה המצלמה היא בו-בזמן נסתרת וגלויה, נעדרת ונוכחת; ב"הישרדות", למשל, הצופים אמורים להאמין שחבורת המתמודדים ניטשו לבד בפינה אקזוטית מבודדת של העולם. האמת היא, כמובן, שהמצלמות עוקבות אחריהם 24 שעות ביממה, והמשתתפים לעתים מתעלמים מהן ולעתים מכירים בנוכחותן באופן ישיר וגלוי. כפי שטוען מבקר הטלוויזיה אורי קליין (2004), השילוב בין הכרה בנוכחות המצלמה והתעלמות ממנה יוצר את תחושת ההזרה שמלווה את הצפייה ברבות מהתוכניות האלה.

סוגת הריאליטי כוללת מספר תת-סוגים ובהם שעשועונים שבהם תחרות פרסים ("הישרדות", "אפקט הפחד", Big Brother, "המבצר" ועוד), תחרות כישרונות בחיקוי של מבחני בד ("כוכב נולד", American Idol וכדומה), תוכניות בסגנון תיעוד מציאות (תיעוד של ידוענים כמו The Osbournes, החלפת בני זוג - Wife Swap, תיעוד חיים במציאות היסטורית כמו The 1900 House, תוכניות שידוכים ("דאבל דייט" או "קחי אותי שרון" הישראליות, Blind Date בארה"ב), תוכניות מתיחות ומצלמה נסתרת ותוכניות מהפך והגשמת חלומות ("הברבור" ודומות לה).

"סודות ההצלחה" של סוגת הריאליטי

תוכניות המציאות הן רווחיות במיוחד שכן הן משלבות הפקה זולה יחסית עם הצלחה רייטינגית: אין צורך בתסריט, אין צורך בשחקנים מקצועיים ויקרים והוצאות ההפקה הן מינימאליות. תוכניות מציאות נחשבות לעסק המייצר רווחים אדירים. למרות שמם, ברור שמטרת יוצרי תוכניות המציאות אינה לתעד את המציאות "כמות שהיא", וכי תמונת המציאות שהם יוצרים בתוכניות אלה נועדה לשרת את צרכיהם וצורכי התעשייה שהם עובדים עבורה. ברור כי גם תוכניות המציאות בנויות על פי תסריט כללי ומתנהגות על פי כללים ידועים מראש.

המימד המרכזי של חלק ניכר מתוכניות המציאות הוא התחרות, התחרות האכזרית בין המתמודדים על מנת לזכות במיליון דולר במאבק הישרדות מול חבריהם באי בודד, להיות זה שמבין עשרות הצעירים, שנבחרו בקפידה על ידי צוות ההפקה, שיזכה בליבה של רווקה, או להביס

בתחרות נוקשה את המתמודדים האחרים על מנת לזכות במשרה המכניסה 250 אלף דולר בתאגיד של דונלד טרמפ. יצר המציצנות שלנו בא על סיפוקו כשאנו צופים במה שנראה כגרסה מודרנית המכליאה קרבות גלדיאטורים וקרס. כללי המשחק של התכניות הללו מבוססות על שיסוי המשתתפים זה בזה. אושרו של הזוכה יכול להיות מושג רק באמצעות כישלונם והשפלתם של המשתתפים האחרים. אחד הרגעים האהובים על במאי התכניות מתרחש כאשר המצלמה מלווה בפעם האחרונה את המפסידים ברגעי כישלונם, שבורים ודומעים ברגע סילוקם מהתכנית.

במאמר מעניין ומקורי ב "Harper's Magazine" (1990) מנתחת Francine Prose את תופעת "תכניות המציאות". פרוז מנסה לנסח את הכללים והערכים שבבסיס תכניות המציאות. לדעת פרוז, המסר של התכניות הללו הוא שהמציאות היא שדה קרב דארוויניסטי שרק הטובים והחזקים באמת שורדים בו. בתכנית "הישרדות" שבה המתמודדים המחולקים לשבטים חייבים לשרוד בתנאי הג'ונגל, חברי השבט צריכים לעבוד למען השבט, אולם כל אחד מהם יודע שלבסוף רק אחד מהם יחזור הביתה עם מיליון דולר. זה לא פלא, אומרת פרוז, שהלוגו של התכנית הוא "Outwit, Outplay, Outlast". התפיסה החברתית של תכניות המציאות היא תפיסה של "משחק סכום אפס", אתה לא יכול להפוך למנצח אלא אם כן אתה גורם לאחרים, גם באמצעות רמאות והונאה, להפסיד.

הניסיון להתחקות אחר סוד הצלחתם של תוכניות הריאליטי הובילו לזיהוי של מספר גורמים:

1. **מציאות ובידון:** תכניות טלוויזיה מסוגות שונות זוכות להצלחה בזכות יכולתן לשקף מציאות, לקרב אל מציאות, להסביר מציאות או לנבא ולחזות מציאות עתידית. המציאות חלחלה גם אל תכניות שאינן מציאותיות, אל תוכניות בידור ושעשועים התהליך אותו כינה John Caldwell (1995) כ "Televisuality". בתהליך זה עובר הדגש מתסריט או טקסט טלוויזיוני אל התמונה ואל ייצוג מציאות באמצעות תמונות. כאן נעזרת הטלוויזיה בטכניקות הייחודיות למדיום זה: שחזור של אירועים אמיתיים, "הילוכים חוזרים" של אירועים מצולמים, עיבוד גרפי של תמונות וקטעי סרטים, שימוש בסרטי חובבים, יציאת המצלמות ל"רחוב" תוך שימוש בצילומים תזזיתיים של מצלמות כתף ועוד. בהמשך נדון במידת המניפולטיביות של ייצוג המציאות בסדרת הריאליטי.
2. **חדשנות:** יש בסוגת הריאליטי מרכיבים רבים של חידוש, של הפתעה (או מניפולציות של הפתעה). אמנם זה אינו תוכן טלוויזיוני חדש אך הוא "הסתעף" לכיוונים חדשים (מרוץ לדירה, מרוץ לשרידות, מרוץ לכבוש חתן, מרוץ לתפקיד של "שגריר" או "דוגמנית" וכדומה). סוגת הריאליטי קיימת שנים רבות אך היא לבשה פנים חדשות, מתחדשת מדי פעם בתת-סוגה חדשה או בתכנים חדשניים ולמרות יוצקת רעננות מתחדשת לסוגה ותיקה.
3. **מציצנות:** בספרו "אומה של מציצנות" (Voyeur Nation) משייך Calvert (2000) את תוכניות הריאליטי לתופעה כללית יותר של "מציצנות מתווכת". על פי קלברט, "מציצנות מתווכת" היא צריכת תמונות ומידע על חייהם האמיתיים לכאורה של אחרים, לעיתים קרובות באופן חד-צדדי ותוך חדירה לפרטיותם, בדרך כלל למטרות בידור, באמצעות אמצעי התקשורת. הצצה לפרטיותם של אחרים, המסקרנת רבים

מאיתנו, מלווה בהרגשת אי נעימות אך "מציצנות מתוכת" על ידי התקשורת חוסכת מאיתנו את אי הנעימות וגם מאפשרת גישה קלה לפינות הפרטיות והאינטימיות ביותר.

4. **קלות ההפקה והיצוא:** מנקודת הראות של מערכת ההפקה אלה תכניות זולות, קלות להפקה, נוחות מאד להפצה וליצוא לשווקים עולמיים. יש בהן רווחים מובטחים בזכות רייטינג גבוה וגם אפשרות למכור את התוכניות עצמן או למכור את הפורמט או הרעיון - לזכיינים אחרים או במדינות אחרות. כך לדוגמה, הפורמט של "מי רוצה להיות מיליונר" נמכר ל- 103 מדינות נוספות והצלחה שיווקית בינלאומית דומה רשמו תוכניות ריאליטי כמו "הישרדות".

צרכים וחלומות: מה מביא לצפייה בתכניות ריאליטי?

המחקרים שביקשו לבדוק את מניעי הצופים נשענו על תיאוריות מוצא שונות ולכן גזרו השערות שונות והתמקדו בהסברים שונים בבדיקתם האמפירית. אחת התיאוריות המרכזיות, באופן טבעי, הייתה של "גישת השימושים והסיפוקים" (Uses and Gratifications). גישה זו המניחה כי הצופים מונעים על ידי צרכים שונים (קוגניטיביים, ריגושיים, חברתיים, אסקפיסטיים) אומצה גם על ידי חוקרי תכניות הריאליטי. (Nabi, Biely, Morgan & Stitt (2003) הציעו את ארבעת קבוצות הצרכים הבאות ובדקו אותן לגבי צופים בתכניות הריאליטי:

1. הסחה: בריחה מהשגרה, הפגת מתחים, הדחיקת צרות ובעיות
2. יחסים אישיים: צפייה כפעילות של התחברות לאחרים, התערות חברתית, יחסים פארא-חברתיים עם דמויות
3. זהות אישית: פיתוח הכרה עצמית, חיזוק הערכה עצמית
4. מעקב: להיות In, לדעת מה קורה, לדעת על מה מדברים.

הנשאלים נבדקו בסדרת שאלות ("מדוע את/ה צופה בתכנית?", "מה את/ה אוהב/ת בתכנית ומה לא?", "מדוע לדעתך תכניות המציאות הן כה פופולריות?"). 92% מהנשאלים צפו לפחות פעם אחת בתכניות ריאליטי ומחציתם היו צופים קבועים של אחת או יותר מתכניות אלה. מסתבר כי המניע העיקרי שצויין במענה לשאלה הפתוחה מדוע את/ה צופה - בין צופים קבועים - היה הרצון להתבדר. במקום השני צויינה האפשרות להציץ לחייהם של אחרים ולאחריהן יחסים פארא-חברתיים עם הדמויות בתכנית (הזדהות או רגשי דחייה עם דמויות). אצל צופים מזדמנים הסיבה העיקרית הייתה שעמום ובמקום השני רצון להציץ לחיי אחרים. מממצאים אלה מחזקים את הקביעה כי צירוף של מניעים ריגושיים, קוגניטיביים וחברתיים עומדים מאחרי הצפייה: הרצון להתבדר, ללמוד על חיי אחרים ולהיות מעורר "ומחובר". חשוב לציין כי בין הצופים הקבועים היה מארג או מגוון צרכים רחב יותר מאשר בין הצופים המזדמנים (שהרבו יותר לציין צורך בודד ובעיקר בריחה משעמום).

החוקרים השוו בין תכניות ריאליטי שונות מבחינת הצרכים והסיפוקים של צופיהן ומצאו הבדלים בתוך הסוגה עצמה. כך למשל, צופי "הישרדות" שאבו יותר סיפוקים בתחום של יחסים בינאישיים (למשל יצירת קשרים פארא-חברתיים או צפייה בפעילות חברתית של אחרים) ובתחום של זהות אישית בעוד שמניעים אחרים נקשרו לצפייה בתכניות ריאליטי

אחרות. עולה מכך מסקנה חשבה שהועלתה גם על ידי צוות המחקר: יש שונות בתוך הז'אנר של תוכניות ריאליטי והכנסתן למסגרת אחת של "מבוססות מציאות" היא כללית מדי ואינה מוצדקת לאור המחקרים על מניעי הצפייה בהן.

פיתוח מתקדם של גישת השימושים והסיפוקים היא "תיאוריית הרגישות" (Sensitivity Theory) של סטיבן רייס (Reiss, 2000). גישה זו גורסת כי אנשים מונעים על ידי תשוקות ספציפיות (Desires) ולכן רגישים יותר לגירויים הרלוונטיים לסיפוק תשוקות או מאווים אלה. גישה זו מצביעה על 16 סוגי תשוקות שסדר העדיפות שלהם שונה מאדם לאדם ושינויים אלה מסבירים דפוסי התנהגות שנים והנאה מדברים שונים. צפייה בטלוויזיה היא דרך של מציאת מענה למאווים בעיקר על פי הגירויים שכל תכנית מספקת. מגוון המאווים של 16 הסוגים השונים הופעל במחקר שערכו Reiss & Wiltz (2004) על צפייה בתוכניות הריאליטי. הם הניחו שתכניות אלה עונות על מאווים וצרכים אחרות מסוגות אחרות ולכן בדקו השוואתית את המאווים של צופים על פי סוגות בהם צופים. הם מצאו כי לתוכניות הריאליטי היה דפוס מיוחד באופן ניכר: המניע העיקרי לצפייה בתכניות מציאות היה התשוקה למעמד (סטטוס), דהיינו הרצון להרגיש חשוב, חזק ומקובל. צפייה בתכנית מציאות התקשרה למניע זה בשני אופנים: הצופים חשים בעליונות על המשתתפים בתכניות אשר לעיתים קרובות מוצגים בכישלונם, בעליבותם, או במצבים מביכים. שנית, המסר הסמוי בתכניות אלה הוא שגם לאיש "הפשוט", "לאדם הקטן", יש סיכוי להצלחה, יש אפשרות להגיע לחשיפה ופרסום בהיקף מרשים.

המניע השני בחשיבותו היה "נקמה": דווקא צופים קבועים בתכניות אלה הדגישו יותר צורך זה מאשר אלה שאינם צופים קבועים. התשוקה לנקמה נשענת על הנאה מצפייה בהתמודדות, בתחרות וגם בכישלון של מי שרוצים בכישלונם. יש כאן בהחלט ביטוי מסוים לקשר פארא-חברתי בו הצופים מזדהים עם דמויות גם באופן שלילי, ברצון לראותם מובסים, נכשלים, מושפלים. עם זאת, במקום שלישי עלה צורך חברתי "חיובי": הרצון להיות מעורה ומחובר, לדעת על מה מדברים בחברה, לא להיות Out. צורך זה, כצפוי, היה מרכזי יותר אצל נחקרים שסולם הצרכים שלהם מיקם תשוקה לחברה ומעורבות חברתית במקום גבוה יותר. גם במחקר זה מסכמים החוקרים בקביעה כי יש שונות פנימית בין סוגי תוכניות הריאליטי וכי המניעים לצפייה בהם שונים.

"מציאות" או "מציאות מדומה"?

תוכניות הריאליטי נבנות מטשטוש התחומים שבין המציאות לבדיוני. בעבר הייתה הבחנה ברורה לכאורה בין תוכניות עלילתיות לתיעודיות, בין שחקן למי שאינו שחקן, בין דרמה שנכתבה, צולמה ונערכה לבין דרמה שמתרחשת מול עיני הצופים ללא תסריט כתוב מראש, ולפיכך - בין מציאות לבין מציאות מדומה. תוכניות הריאליטי מייצגות תהליך הולך וגובר של טשטוש תחומים וגבולות בין מושגים אלה. הטענה המקובלת שהוזכרה לעיל היא שתוכניות הריאליטי מתייחדות בכך שאינן פועלות על פי תסריט (בארצות הברית מעדיפים לשנות לעיתים את שם הז'אנר מ"ריאליטי" ל"Unscripted" - ללא תסריט). אך האם באמת אין תסריט שקובע את המהלכים העלילתיים? בתוכניות אמורים להשתתף אנשים רגילים, אבל הרי עצם הופעתם בתוכנית כמו "הישרדות" או "המתמחה" הופכת אותם מיד לשחקנים, או אפילו לכוכבים. יתרה

מזאת, ככל שתוכניות הריאליטי הופכות לפופולאריות יותר, כך נוצרות נורמות תרבותיות לגבי הדרך בה הן אמורות להתנהל והדרך בה המשתתפים בהן אמורים להתנהג. התוכניות הללו מתיימרות לתעד את המציאות כפי שהיא. אך ברגע שמציאות מעוצבת ומבויתת, מצולמת וערוכה, היא נעשית גם מלאכותית, מומצאת ומדומה. כוחן של תוכניות המציאות נובע מהעובדה שהן פועלות "בין לבין": בין האמיתי למדומה, בין המציאותי למומצא, ובכך טמון סוד הצלחתן: אנחנו מאמינים ולא מאמינים למתרחש על המרקע; מכירים ולא מכירים בקיומם של תסריט ובימוי; מבינים ולא מבינים שהמשתתפים הינם שחקנים.

תוכניות הריאליטי נקראות "תוכניות מציאות" אך ברור כי הן למעשה מניפולציה של מציאות ולא השתקפותה האמיתית. האם הצופים מזהים את המלאכותיות והמניפולציות? ממצאים של מחקרים שנערכו במדינות אחרות מצביעים על כך שלמרות שתוכניות ריאליטי נחשבות אמיתיות יותר מתוכניות בדיוניות הן אינן נחשבות כאמיתיות כמו חדשות או דוקומנטריה. יתרה מזאת, נמצא כי תפישת מציאותיות היא מרכיב חשוב בהערכה של תוכניות טלוויזיה. במחקר של (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003) הוצגו לפני 112 נחקרים בטוסון, אריזונה, רשימה של 48 תוכניות שונות מכל הסוגות ובהן גם תוכניות ריאליטי. לגבי כל תוכנית הם התבקשו לחוות דעתם בעזרת שורה של היגדים שיאפיינו כל תוכנית לדעתם. נמצא כי באופן כללי, לגבי כל התוכניות, המימד המשמעותי ביותר לאפיון תוכנית היה של ההערכה האם היא "אמיתית" (Real) או "בדיונית" (Fiction), ממצא שיש בו כדי להעיד על מרכזיות ייצוג המציאות בטלוויזיה. לגבי תוכניות הריאליטי: נמצא כי הן כולן התמקמו באותו חלק של ציר המציאות. אולם, במפתיע, התכניות לא התקבצו בקצה אחד (בקצה של "אמיתי" למשל), אלא במרכז הציר. הן דורגו כמציאותיות יותר מקומדיות מצבים ואופרות סבון אך פחות מתכניות אחרות ומגזיני חדשות. תפישה זו הייתה מאד הומוגנית בין הצופים ואחידה גם בין צופים קבועים בסוגת הריאליטי לבין צופים מזדמנים.

קשה לטעון כי צופי תכניות הריאליטי רואים בהן השתקפות מדויקת של המציאות "האמיתית" אך עולה השאלה האם אין לתוכניות אלה השפעה ארוכת טווח על תפישותיהם של הצופים את המציאות בה הם חיים. התיאוריה של הבניית המציאות בתקשורת קובעת כי המציאות המוצגת באמצעי תקשורת ההמונים היא מציאות חדשה, השונה באלמנטים רבים מהמציאות ה"אמיתית" (Gerbner, 1969). מחקרים רבים עסקו בנושא "הבניית המציאות" והפער שבין המציאות הממשית - "העולם שבחוץ" למציאות שעל מסך הטלוויזיה, או זו המשתקפת מעל דפי העיתונות הכתובה (Weimann, 2000). על פי תיאוריית הבניית המציאות, חשיפה מאסיבית לאורך זמן לתכנים המועברים באמצעי תקשורת ההמונים, מבנה תדמיות אשר משפיעות על תפיסת המציאות בקרב צרכני התקשורת. חשוב להדגיש כי תיאוריית הבניית המציאות אינה מניחה מודל ליניארי ופשוט של גירוי - תגובה ביחסים שבין תוכן המדיה לקהל. נהפוך הוא, התיאוריה מדגישה תוצאה ארוכת טווח ומצטברת של חשיפה לעולם תכנים של מסרים בתקשורת החוזרים על עצמם. מדובר בתהליך רב שלבי ממושך ודינאמי, בהבניה של סביבה סימבולית, כאשר הקהל מודע לבדיוניות של הסיפור המוצג לו בתקשורת אך לומד לקבל את ההנחות שביסוד תפישת העולם עליה מבססים המפיקים את יצירתם. כאשר אנשים מנסים לבנות הערכה של מציאות חברתית, הם מאחזרים אינפורמציה רלוונטית על מנת לגבש את שיפוטם ולאחר מכן הם שוקלים את האינפורמציה הזו עם ההערכה לאמיתותה. הדבר כמובן

מתקשר גם לתפיסת מהימנותו של מקור המידע, כמו גם מידת האמון שרוכש הפרט באשר למהימנות התקשורת. ניסיון האדם בעולם האמיתי, נמהל בניסיון המתווך דרך התקשורת, וכך נוצרת תדמית של העולם. עמדות אישיות ואמונות מתגבשות דרך האינטראקציה של הניסיון האישי והמציאות המתווכת (Cohen & Weimann, 2000).

אחד מהתהליכים המרכזיים בהבניית המציאות, הוא תהליך ה"טיפוח" (cultivation effect). גרבנר (1990) טען כי המציאות המוקרנת מאמצעי בתקשורת משפיעה במישרין על אמונותיהם של הצופים ומנחילה דימויים על המציאות, כמו למשל הדימוי של עולם רע ומרושע. בנוסף, מטפחת המציאות התקשורתית אמונות ודימויים על המציאות, המתבררים כמשמעותיים ליציבות הסדר החברתי. שני מושגים נוספים העקרוניים להבנת התיאוריה של הבניית המציאות הם מירכוז (mainstreaming) והדהוד (resonance). המושג מרכז מתייחס להיות אמצעי התקשורת ערוץ שתפקידו העיקרי בחברה המודרנית הוא להעביר מערך דומיננטי אחיד והומוגני ברובו של דעות, עמדות וערכים (Gerbner, 1990). לכן, חשיפה לתקשורת "מיינסטרימית" מביאה להתכנסות של כלל העמדות, זוויות המחשבה והאמונות לזרם אחד, קונסנזואלי והומוגני.

הרזוננס (או הדהוד) מתרחש כאשר התמונה המשתקפת באמצעי התקשורת זהה או דומה ביותר לזו האמיתית (או אפילו לזו הנתפסת כאמיתית). תהליך זה עשוי להוביל ל"מנה כפולה" של המסר התקשורתי ולהעצמת אפקט הטיפוח (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1980). מאות רבות של מחקרים שנערכו ברוח האסכולה בשני העשורים האחרונים, בדקו את הנושא של הבניית המציאות בהקשרים שונים ומגוונים. מחקרי הבניית המציאות, אשר ברובם התמקדו בחשיפה לטלוויזיה, בדקו מגוון רחב של נושאים השאובים מעולמנו החברתי בהקשר של הבניית המציאות, בהם ניתן למנות: תפקידי מגדר, אלימות, פוליטיקה, זיקנה, דת, מלחמה, מיעוטים וגם כמובן מוות, חולי ובריאות.

עם זאת, בבסיסה של התיאוריה מובלעת ההנחה כי השפעת התקשורת על התהליך של הבניית המציאות היא אחידה וקבועה, ללא הבדל בין סוגי מדיה וז'אנר. הנחת יסוד זו זכתה לביקורות רבות, בהן נטען כי המסר התקשורתי אינו אחיד והוא משתנה לפי המדיום ואפילו בין ז'אנרים שונים באותה המדיה (Cohen & Weimann, 2000 ; Rossmann & Brosius, 2004). לכן, ניתן לשער כי תוכניות המציאות "ייבבו" השפעות שונות מבחינת תפישת המציאות שכן הם מעבירות מסרים שונים ומתבססות על הנחות שונות לגבי העולם (למשל, תחרותיות, אינטרסנטיות, שאיפה לפרסום ועוד).

ריאליטי, פרסום וחשיפה

חלק מתוכניות הריאליטי ממשיכות מסורת ארוכה של תכני תקשורת שמציגים בציבור נושאים שנחשבים פרטיים כגון יחסים משפחתיים ואינטימיים. החל מסיפור מריבת האחים בין קין והבל, דרך קורות המשפחה של המלט ועד יוסי סייס שדן מעל גלי האתר בבעיות אישיות ביותר (Katriel, 2004), כלי התקשורת ההמוניים מאז ומתמיד מצאו עניין בהצגה פומבית של המתרחש במרחבים פרטיים. ובכל זאת, בחלק מתוכניות הריאליטי, אלו שבהן משתתפים מקיימים אינטראקציה לעין המצלמה, ישנו חידוש כלשהו. לא עוד הצגה ציבורית של חיים פרטיים מומצעים או דיווח ציבורי על חיים שהתנהלו בפרטיות, אלא חיים פרטיים לכאורה

המתרחשים בעין הציבור. דהיינו, התוכנית עצמה מייצרת אינטראקציות ציבוריות מהסוג שבאופן רגיל אמורות להתרחש בפרטיות. משמעות אחת של שינוי היא שבעוד בסדרת דרמה התנהגות הדמויות אינה אמורה להיתפש כמשקפת את אופיים של השחקנים, בסדרות ריאליטי, כאשר הסדרה מסתיימת, הרושם שהותירה התנהגות המשתתפים על הציבור עשויה להמשיך וללוות אותם.

אך האם חידוש זה אמור ליצור השפעה מיוחדת בכיוון של טשטוש הגבולות הנורמטיביים בין פרטי וציבורי? האם יש משהו ייחודי בסוגה זו, הייחוד טמון בהצגה הריאליסטית שמגדירה את הז'אנר ושעלולה להוביל להגברה של השחיקה של הגבול בין הפרטי לציבורי? מחקרים רבים מראים שלתוכניות הנתפשות כמציאותיות ישנן השפעות חזקות יותר מאשר תכנים שנתפשים כפחות ריאליסטיים. אך מה בדיוק נתפס כריאליסטי בתוכניות הריאליטי? למרות שאנו מניחים שצופים למדו להבחין בהבניה של מציאות מדומה בתוכניות ריאליטי, יש מספר מאפיינים שמייחדים אותן מבחינת תפיסת הריאליזם.

ראשית, לעומת דרמה, הדמויות בתוכניות ריאליטי הן אנשים אמיתיים והאירועים המתוארים אכן מתרחשים. לעומת תוכניות אירוח, הסוגה הנוספת שעוסקת באופן אינטנסיבי בחיי הפרט באופן מציאותי, האירועים בתוכניות ריאליטי אינם מתוארים כחריגים או דורשים עזרה וטיפול. כך, נוצר מצב ייחודי שבו אנשים נחשפים בפני המצלמה באופן נורמטיבי בשם האמיתי ובמצבים (מלאכותיים) שבהם הם מתנהגים בלי תסריט ידוע מראש, לכאורה באופן ספונטאני. בנוסף, המוטיבציה לחשיפה פומבית של הפרט איננה משבר או מצוקה שהחשיפה באה לפתור אלא שאיפה לפרסום או לפרס. יתרה מזאת, בשיח המתקיים סביב התוכניות הללו החשיפה מוצגת לעיתים קרובות לא כמחיר שמשתתפים משלמים עבור הסיכוי לזכות בפרס אלא כמטרה בפני עצמה (לקידום הקריירה או בכדי "להיות מפורסם"). בכך, עצם החשיפה איננה מוצגת באופן שלילי אלא באופן שעשוי לשמש כמודל לחיקוי ולשדר מסר שטשטוש הגבולות שבין פרטי וציבורי היא דבר רצוי.

ככלל, בתוכניות ריאליטי רבות הפרסום לו זוכים המשתתפים האנונימיים מלווה ונקשרת בחשיפה ציבורית. להבדיל משחקנים או מופיעים מקצועיים שלכאורה נבחרים בגלל כישורונם וכישרוניהם, הרי בתוכניות הריאליטי, הבחירה במשתתפים נעשית על בסיס היותם "כאחד האדם". הכישור הבסיסי שמזכה אותם בפרסום הוא כאריזמה מולדת והתוכנית מהווה עבור המשתתפים קיצור דרך לתהילה, תחליף להכשרה ולמאבק של שנים שאותו שחקנים אמורים לעבור בכדי לזכות בתהילה. כך, מסר משותף לתוכניות ריאליטי רבות הוא כריכה של התהילה והפרסום בצורך להיחשף.

בנוסף, מעשה ההצצה עצמו עבר שינוי בסוגת הריאליטי. בתוכניות דרמה הצופה ממוקם כמציף אל החיים של הדמויות אל אירועים שמתרחשים בין לבין עצמן, וכמי שאין לו מקום לגיטימי בתוך העלילה. מיקום זה של הצופים למול תוכניות עלילתיות עשוי לשמר את הנורמטיביות של ההבחנה בין הפרטי והציבורי גם תוך שאנו מפירים אותה כצופים, מפני שאין לגיטימציה להצצה זו. בתוכניות אירוח ההצצה לחיים הפרטיים היא אומנם לגיטימית ומודעת אך הייצוג של חשיפה ציבורית של מה שהוא פרטי בעליל אינו נורמטיבי אלא ביזארי. לעומת זאת, בתוכניות ריאליטי, המתמודדים אינם מוצגים כחריגים אלא ככוכבים ואילו ההצצה לחיים הפרטיים שלהם היא רשמית ולגיטימית עד כדי כך שהמשתתפים עצמם לעיתים קרובות פונים

לצופים ישירות ובכך מחזקים את הקשר הפרא-חברתי עם הצופים (Auter, 1992). בגלל הנורמטיביות של חשיפת הפרטי בציבור ובגלל הסטאטוס גבוה שניתן למי שחושף את עצמו, יש מקום להניח שתוכניות הריאליטי משמשות כמאיץ לתהליך הטשטוש שבין הפרטי לציבורי, גם אם התהליך הוא ישן הרבה יותר.

חידוש שלישי שעשוי להגביר את השפעת הסוגה הוא מעורבות הקהל. סביר מאוד שהמעורבות הפעילה שיש לקהל בחלק מתוכניות הריאליטי בצורת הצבעות של הצופים יוצרת מעורבות גבוהה יותר מאשר הצפייה הפסיבית יותר בדרמה או בתוכניות אירוח. מעורבות זאת, שאצל צופים נאמנים עשויה להיות מלווה במעורבות רגשית (רצון שמתחרה מסוים ינצח ואחר יודח) עשויה להוביל לתהליכים קוגניטיביים ורגשיים שיגבירו תשומת לב, זיכרון ואימוץ של עמדות.

מטרות המחקר

לאור מורכבות הנושא, המחקר המוצע אינו מציע השערה ספציפית ואינו מתמקד בפן אחד של תופעת תוכניות הריאליטי. אנו מבקשים להציע מחקר מקיף, רב-מימדי ועשיר בנושאו כדי לבדוק את מכלול ההיבטים של סוגת הריאליטי, תכניה, סוגיה, קהליה והשפעותיה. אנו מבקשים להפעיל מערך מחקר בו ישולבו שלבים שונים, מתודות שונות ונתונים שונים – וזאת כדי להקיף מגוון עשיר של היבטים ושאלות. שלבי המחקר מזינים זה את זה ולכן הם למעשה מכלול אחד. המחקר מיועד לבדוק את התחומים הבאים:

- א. תפישות הציבור את המרחב הפרטי והציבורי ואת מה שמבחין בינם.
- ב. מיפוי סוגת הריאליטי בישראל לפי מגוון מאפיינים (ראו להלן בתוכנית המחקר) תוך איפיון של תוכניות הריאליטי על רצף הפרטי-ציבורי (שהורכב על פי תפישות הציבור).
- ג. דפוסי צריכה, קבלה וקריאה של סוגת הריאליטי על ידי צופיה (בהבחנה בין סוגי קהלים, סוגי תוכניות ומדדי צריכה/קבלה/קריאה).

תכנית המחקר

בהינתן הבעייתיות של הגדרת הגבול שבין פרטי וציבורי השלב המקדים של המחקר וההכרה בכך שהבחנה זו היא הבנייה חברתית שמשתנה לאורך ציר היסטורי-תרבותי השלב הראשון של המחקר יועד למפות באמצעות סקר את הנורמות הקיימות בחברה הישראלית העכשווית לגבי תחומי החיים שנתפשים כשייכים למרחב הפרטי ולעומתם תחומים שנתפשים כנמצאים במרחב הציבורי. כהגדרה של המושג מרחב פרטי נשאלו הנסקרים האם הם מרגישים בנוח לדבר על נושאים שונים עם אנשים שהם פוגשים בפעם הראשונה. מטרת שלב זה היא ליצור תשתית לבחינת התוכן והמידה שבו הוא אכן מציג דברים שנתפשים כפרטיים בנורמות הקיימות כיום במדינת ישראל.

בשלב השני, נבדקו תוכניות הריאליטי השונות ששודרו בשנים האחרונות בערוצים 2 ו-10 בניתוח תוכן בכדי לדרג אותן לפי מידת המעורבות שלהן בתחומים שנמצאו בשלב 1 להיות פרטיים. כל תוכנית דורגה לפי המידה בה התוכנית נוגעת בנושאים שנחשבים ע"י הציבור לפרטיים. ניתוח זה כלל, לשם ההשוואה, גם מדגם של תוכניות מז'אנרים אחרים ובהן תוכניות תחקיר, קומדיה ובידור.

בשלב השלישי נערך סקר שני והפעם לגבי צפייה בתכניות הטלוויזיה, שבו נמדדו המשתנים הבאים: צפייה, נאמנות לז'אנר, נאמנות לתוכנית, יחסים פרא-חברתיים עם מתמודדים ותפישת ריאליזם. נעשה שימוש במשתנים אלה בתור מנבאים של מידת הנורמטיביות הנתפשת של טשטוש בין פרטי וציבורי שהוגדר כמידה בה אנשים מאמינים שיש לשמור על פרטיות של מידע בנושאים שונים.

חשוב לנו להבהיר כי שלבי המחקר הזינו זה את זה ולכן הם מכלול אינטגרטיבי: בשלב הראשון למדנו על תפישות הציבור לגבי מרחב פרטי/ציבורי. לפי מאפייני התפישות, ביצענו ניתוח תוכן בשלב השני כדי לבדוק את תוכניות הטלוויזיה (ריאליטי ואחרות לשם השוואה). ניתוח התוכן מיפה את שכיחות המאפיינים של מרחב פרטי/ציבורי וטשטוש תחומים בינם - תוך זיהוי התכניות ומאפייניהן, זיהוי תת-סוגות אם יש, מימדי הבחנה מתוכניות מסוגות אחרות. לאור ממצאי ניתוח התוכן ניגשנו לסקר, בשלב השלישי, בו נבדקו הצופים לגבי תכניות אלה מבחינת עמדות, נוהגי צפייה, מימדים בעייתיים, עמדות ועוד.

הממצאים מאפשרים לנו למפות את סוגת הריאליטי בישראל לתת-סוגיה, בין השאר על מיקומן של התוכניות השונות על רצף הפרטי-ציבורי. הם ישמשו להכרת נוהגי החשיפה של קהלים שונים (מבחינת מאפייניהם, יכולתם לייחס מציאותיות לתוכניות ועוד) ואת הגורמים הקשורים לתפישות של פרטיות/ציבוריות, הוגנות/מניפולטיביות ומציאותיות/פיקטיביות של התכניות על ידי צרכניהן.

דו"ח הממצאים

1. תמצית ממצאי סקר ראשון: תפישות הציבור את גבולות המרחב

אישי/פרטי ועמדותיו כלפי תכניות המציאות בישראל

בחודש ספטמבר 2006 ערכנו סקר ראשוני (מדגם מייצג של אוכלוסייה ישראלית בוגרת, 606 נחקרים) שמטרתו העיקרית הייתה לזהות את תפישות הציבור לגבי תחומי מרחב אישי ופרטי. זאת כדי לשרת את שלבי המחקר הבאים: כך נוכל לזהות מימדים של פרטיות/ציבוריות לבדיקה בניתוח התוכן של תכניות המציאות). בנוסף, בדקנו בסקר ראשוני זה נוהגי חשיפה לתכניות מציאות ועמדות כלפיהן. השאלות על תוכניות הריאליטי נשאלו רק אחרי השאלות הכלליות על תפישת מרחב פרטי כך שהמשיבים ענו עליהם באופן חופשי מהקונטקסט של תכניות טלוויזיה בכלל ותכניות ריאליטי בפרט.

"צופים ובוכים": עמדות הציבור כלפי תכניות המציאות

תכניות המציאות הן מאד פופולאריות בישראל (כמו בעולם כולו). על כך מעידים נתוני המדרוג וגם ממצאי הסקר שלנו. יש הלימה גבוהה בין מדדי הרייטינג של תוכניות אלה ומידת הצפייה בהן לפי תשובות הנחקרים בסקר שלנו.

לוח 1: צפייה בתכניות מציאות

התכנית	% הצופים "באופן קבוע" ו"לעיתים קרובות"
כוכב נולד	41.1
רוקדים עם כוכבים	36.9
נולד לרקוד	34.4
השגריר	30.5
רצים לדירה	25.4
סוף הדרך	22.9
קחי אותי שרון	21.5
מהפך	16.8
לרדת בגדול	16.1
דוגמניות	15.9
אמא מחליפה	14.8
הכרישים	10.9
48 שעות	7.1

אולם למרות הפופולאריות הרבה של תוכניות אלה, ואולי במידה מסוימת בגלל זאת, יש ביקורת ציבורית לא מועטה על תכניות אלה. בשאלה ישירה בסקר נשאלו הנחקרים על הערכתם את תוכניות המציאות ומרביתם לא חשבו שהן טובות, כמוצג בלוח 2:

לוח 2: הערכת תכניות מציאות

ההערכה	% המשיבים
"טובות"	27.9
"טובות באופן כללי אבל יש איתן בעיות"	18.2
"יש לי ביקורת"	23.1
"חלק טובות וחלק לא"	5.6
"לא יודע/אין דיעה"	25.2

ל 46.9% מהנשאלים יש ביקורת מסוימת על התוכניות או על חלקן. אם נחשב אחוז זה מתוך אלה שיש להם דעה הרי שאחוז המבקרים גבוה: 284 מתוך 453 (62.7%) שחיוו דעתם הביעו בקורת זו אחרת על תוכניות המציאות. לגבי ביקורת על תוכניות שונות, שאלנו את הנחקרים איזו תכנית הכי בעייתית בעיניך והתשובות על פי סדר יורד של שכיחותן היו: "הדוגמניות" (33.5%), "לרדת בגדול" (11.8%), "קחי אותי שרון" (10.8%), ו"אמא מחליפה" (10.4%).

מהמרואיינים אשר השיבו לשאלה "מי התכנית הבעייתית ביותר בעיניהם" ביקשנו באמצעות שאלה נוספת פתוחה שיפרטו מהי הביקורת שלהם לגבי התכנית שבחרו. להלן התשובות שהתקבלו (לוח 3):

לוח 3: ביקורת על תכניות מציאות

סוג הביקורת	% המשיבים
דיעה שלילית כללית (טיפשי, מטומטם, רמה נמוכה, מאוס, לא שווה צפייה, יותר ועוד)	27.1
חדירה לפרטיות, פולשני, חושפני	10.9
לא מוסרי, גס, מעליב	10.4
לא אוהב, לא לטעמי	10.4
מפוברק, לא אמין, לא קשור למציאות, מעוות מציאות	7.7
תכניות ריקניות ללא ערך יצירתי	7.2
ביקורת על אופן הפקת התכנית (שיפוט מוטה, שופטים לא טובים, הלחצת המתחרים, משתתפים לא מוכשרים, לא מחייכים מספיק ועוד)	7.2
יחס לנשים	6.8
משעמם	4.1
ההשתתפות עלולה ליצור בעיות בחייהם האמיתיים של המשתתפים (פגיעה בזוגיות, מערער משפחות, לא בריא ועוד)	4.1
בעייתי מבחינת נוער וחינוכו (יוצר שאיפות מעוותות, גורם לבני הנוער לעשות שטויות)	2.3

מימדי הביקורת הציבורית

עוד בדקנו את מידת הביקורתיות כלפי תוכניות אלה על פי מימדים שונים (סגורים). נמצא כי הביקורתיות, למרות שכיחותה הגבוהה במרבית המימדים שבדקנו, אינה אחידה. יש תחומים בהם תוכניות אלה יוצרות אי נוחות ציבורית גבוהה יותר וזאת על פי הסדר המוצג בלוח 4:

לוח 4: מימדי הביקורת על תכניות המציאות

מימד	ממוצע (1-7)	% המסכימים (5-7 בסולם 1-7)
הרבה מציצנות	5.01	64.4
רדיפה אחר רווחים קלים	4.85	62.4
מנצלות חולשות אנושיות	4.86	61.8
מפרות את הפרטיות של המשתתפים	4.70	59.1
תכניות מאוד מבוזות	4.65	58.9
תכניות מאוד טיפשיות	4.19	45.4
יחס מבזה לנשים	3.78	40.6
יש בהן הרבה מין ואלימות	3.93	38.9

ניכר כי בקורת ציבורית על תוכניות הריאליטי מתפרשת על מישורים שונים אולם היא גבוהה עוד יותר במימדים של מציצנות, חומרות (רווחים קלים), מניפולטיביות והפרת צנעת הפרט. חישבנו ממוצע של שמונת הפריטים הנ"ל שמדדו ביקורתיות כלפי הז'אנר בכלל. בממוצע רמת הביקורתיות היתה גבוהה יחסית (4.48 מתוך 7) - ככל שהציון גבוה יותר הביקורתיות גבוהה יותר. מצאנו כי מידת הביקורתיות קשורה למידת הצפייה: יש קשר ישר ומובהק ($p < 0.001$), 0.163 בין מידת הביקורתיות למידת הצפייה, כך שמי שצופה יותר, ביקורתי יותר. כמו כן, בחלוקה חציונית לצופים כבדים וקלים ולצופים ביקורתיים יותר וביקורתיים פחות נמצא כי כרבע מהצופים (122 מתוך 471 נחקרים) הם גם צופים כבדים יחסית וגם ביקורתיים יותר יחסית, בחזקת "צופים ובוכים" (לוח 5).

לוח 5: הקשר בין צפייה לביקורתיות (N=471)

סה"כ	צופים 'קלים'	צופים 'כבדים'	סה"כ
פחות ביקורתי	148	93	241
יותר ביקורתי	108	122	230
סה"כ	256	215	471

יתר על כן, רבים מהנשאלים מייחסים השפעות שליליות לתוכניות אלה. בתשובה לשאלה "באיזו מידה אתה/מוטרד/ת מההשפעות של תכניות המציאות בטלוויזיה על החברה הישראלית?" על סולם של 7 דרגות מ 1 (במידה מועטת) עד 7 (במידה רבה מאוד) הייתה התשובה "מוטרד במידה

רבה מאד" השכיחה ביותר (בחרו בה 22.6% מהנשאלים). 265 מתוך 517 בחרו בדרגות 5 ומעלה : כלומר 51% הרגישו שהם מוטרדים ברמות שמעל לבינונית. מעניין לציין כי לא רק שהנחקרים מוטרדים מההשפעות של תכניות המציאות על החברה הישראלית (ממוצע 4.25 מסולם של 7) הם גם מעריכים שאחרים מוטרדים כמותם (ממוצע 4.26). לעומת זאת, כצפוי על פי תאוריית האדם השלישי, הנשאלים האמינו שהם מושפעים מתכניות המציאות (ממוצע 2.43) הרבה פחות מאחרים (ממוצע 4.23). בהקשר של דאגה, להבדיל כנראה מהקשר של השפעה, קל יותר למרואיינים לחשוב ולדווח שהם מוטרדים לא פחות מאחרים.

גבולות המרחב האישי

תפישת הציבור את גבולות המרחב האישי נבדקה בסדרת שאלות על מימדים שונים של פרטיות. השאלה המרכזית הייתה :

לפניך רשימת נושאים ואירועים שאנשים חושבים ומדברים עליהם. על חלק מן הנושאים קל לדבר עם כולם ועל חלק נעדיף לשמור בפרטיות. לגבי כל אחד מן הנושאים, באיזו מידה היית מרגישה נוח אם מישו שפגשת זה עתה היה מספר לך או משוחח איתך עליו. אנא תן ציון בין 1 ל- 7 כש-1 פירושו "מאד לא נוח לי" ו- 7 פירושו "נוח לי מאד".

המימדים הם (בסוגריים אחוז המשיבים שבחרו בתשובות 1-3, כלומר הצביעו על אי נוחות) :

- 1.1 כמה היא או הוא מרוויחים (39.4%)
- 1.2 סיפור על מקרה שבו הוא או היא סידרו מישו בכדי להתקדם (63.0%)
- 1.3 בעיות רפואיות שיש לה או לו (50.7%)
- 1.4 איך היא או הוא מרגישים לגבי המשקל שלו (38.8%)
- 1.5 כישלונות ביחסים שלה או שלו עם בני המין השני (53.3%)
- 1.6 מקרה שבו היא או הוא רימו מישו (71.2%)
- 1.7 רגשות חזקים שיש לו או לה כלפי מישו או משהו (39.9%)
- 1.8 הרגלי האכילה ושתייה שלו או שלה (36.3%)
- 1.9 ההעדפות שלו או שלה בנושאי לבוש (28.0%)
- 1.10 מקרה שבו היא או הוא נכשלו כישלון משמעותי בתחום רציני (38.8%)
- 1.11 מקרה שבו התגלה שהיא או הוא לא ידעו משהו פשוט שכולם יודעים (44.0%)
- 1.12 על הנטיות המיניות שלה או שלו (64.9%)
- 1.13 מצוקות נפשיות שמהן היא או הוא סובלים (51.3%)
- 1.14 מריבות משפחתיות שיש לה או לו (62.8%)
- 1.15 איך היא או הוא מרגישים לגבי איך שהם נראים (42.5%)
- 2.1 טיול שהוא או היא ערכו לאחרונה (13.5%)
- 2.2 בעיות כלכליות שיש לו או לה (46.2%)
- 2.3 הרגלים מיניים שלו או שלה (65.3%)
- 2.4 על מריבות שהיו לו או לה עם חברים או שותפים (58.9%)
- 2.5 על העדפות המיניות שלו או שלה (65.8%)
- 2.6 על דעות קדומות או סטריאוטיפים שיש לו או לה כלפי מישו (52.5%)
- 2.7 דברים שהוא או היא מאוד שונאים (45.1%)
- 2.8 דברים שבהם הוא או היא מאוד מתביישים (50.3%)

- 2.9 על הדעות הפוליטיות שלו או שלה (26.3%)
- 2.10 על האמונה הדתית שלו או שלה (24.8%)
- 2.11 על התייחסות אליו או אליה כחלק ממיעוט (34.1%)
- 2.12 על הוצאות כספיות חריגות שביצע או ביצעה (48.1%)

מתוך תשובות הנחקרים עולה כי יש שונות גבוהה בין תחומי הפרטיות והמרחב האישי. יש תחומים להם חלק ניכר מהציבור מייחס שייכות למרחב האישי באופן שחשיפתם מעוררת אי נוחות. מעניין להיווכח כי יש תחומים שונים שאינם מעוררים אי נוחות בחשיפתם הציבורית, בהם, למשל, הכנסה כספית; דעות פוליטיות; אמונות דתיות; תחום הלבוש וההופעה החיצונית; הרגלי אכילה ושתייה. תחומי המרחב האישי שחשיפתם מעוררת אי נוחות מוצגים בסדר יורד בלוח 6:

לוח 6: תחומי מרחב אישי - מה נחשב כחשיפה מטרידה

- מקרה שבו היא או הוא רימו מישהו (71.2%)
- העדפות המיניות שלו או שלה (65.8%)
- הרגלים מיניים שלו או שלה (65.3%)
- הנטיות המיניות שלה או שלו (64.9%)
- סיפור על מקרה שבו הוא או היא סידרו מישהו בכדי להתקדם (63.0%)
- מריבות משפחתיות שיש לה או לו (62.8%)
- מריבות שהיו לו או לה עם חברים או שותפים (58.9%)
- כישלונות ביחסים שלה או שלו עם בני המין השני (53.3%)
- על דעות קדומות או סטריאוטיפים שיש לו או לה כלפי מישהו (52.5%)
- מצוקות נפשיות שמהן היא או הוא סובלים (51.3%)
- בעיות רפואיות שיש לה או לו (50.7%)
- דברים שבהם הוא או היא מאוד מתביישים (50.3%)

כדאי לשים לב שהתחומים שיש אי נוחות רבה מחשיפתם דומים לאלה שנוטים לכבב בתכניות מציאות: אינטריגות, כשלים ביחסים בינאישיים, מצוקות וקשיים, יחסים מיניים ועוד. מכאן גם מובנת המרכזיות שנתנו הנחקרים לביקורת לגבי מציצנות, ניצול והפרת פרטיות. בין המימדים המשמעותיים בעיני הציבור (לוח 6) עולים כמה תחומים קרובים זה לזה ולכן בדקנו את "עולמות התוכן" של המרחב האישי באמצעות ניתוח גורמים (Factor Analysis). בשלב הראשון הופעל הניתוח על כל השאלות שנשאלו לגבי אי נוחות בחשיפה ציבורית. הניתוח העלה כי בעזרת 3 מימדים ניתן להסביר 52% מהשונות (יכולת הסבר בינונית שמעידה כי חלק מהשאלות אינו משתייך לעולמות תוכן משותפים) ובעזרת 5 מימדים יש 61% שונות מוסברת. מניתוח ראשוני זה עולים בבירור חמישה מימדים (או עולמות תוכן) ברורים. הראשון (עמודה ימנית בלוח 7) הוא של "מיניות" ואילו מתקשרות כל השאלות על הרגלים מיניים, העדפות מיניות וכדומה (מקדמים מודגשים בלוח). המימד השני (עמודה שנייה) הוא של "מצוקות אישיות" (בעיות רפואיות, בעיות משקל, מצוקות נפשיות, ריבות משפחתיות). המימד השלישי הוא של "דעות

ואמונות אישיות (פוליטיות, דתיות), הרביעי הוא של **"הרגלי אכילה ושתייה"** ולבסוף המימד החמישי הוא של **"מניפולטיביות"** (לסדר מישור, לרמות מישור).

לוח 7: ממצאי ניתוח גורמים ראשוני (Rotated Component Matrix)

	Component				
	5	4	3	2	1
Q1_1	.316	.268	.251	.382	.125
Q1_2	.814	.097	.136	.102	.160
Q1_3	.153	.004	.145	.763	.205
Q1_4	.090	.278	.180	.669	.140
Q1_5	.202	.233	.029	.462	.512
Q1_6	.744	.110	.125	.158	.331
Q1_7	.051	.451	.141	.393	.389
Q1_8	.153	.752	.201	.181	.250
Q1_9	.151	.803	.261	.151	.076
Q1_10	.387	.359	.173	.460	.153
Q1_11	.408	.258	.170	.510	.061
Q1_12	.149	.281	.088	.214	.711
Q1_13	-.057	.145	.049	.611	.470
Q1_14	.129	.081	.168	.608	.476
Q1_15	.072	.456	.221	.509	.242
Q2_1	-.046	.284	.413	.357	-.167
Q2_2	.208	.026	.506	.481	.171
Q2_3	.142	.040	.157	.141	.819
Q2_4	.219	.097	.372	.308	.576
Q2_5	.159	.075	.176	.127	.840
Q2_6	.254	.127	.518	.125	.441
Q2_7	.246	.218	.573	.113	.379
Q2_8	.188	.107	.407	.292	.424
Q2_9	.064	.166	.766	.109	.027
Q2_10	-.028	.192	.796	.067	.126
Q2_11	.169	.056	.713	.155	.210
Q2_12	.208	.210	.471	.289	.392

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

חמשת עולמות התוכן שזוהו בשלב זה כוללים גם מימדים שאמנם הם עולם תוכן קוהרנטי אך אינו נחשב חשוב בעיני הציבור (כלומר לא רבים ציינו אותו כפגיעה במרחב האיש, ראו לוח 6). לכן, בשלב הבא הכנסנו לניתוח רק גורמים שנמצאו כמעוררים אי נוחות בחשיפה ציבורית (דהיינו, את הגורמים בלוח 6) וגם נמצאו כמשתייכים לעולמות התוכן בלוח 7.

לוח 8: ממצאי ניתוח גורמים משני (Rotated Component Matrix) של הגורמים השכיחים

כפוגעים במרחב אישי

	Component		
	3	2	1
Q1_2	.163	.118	.876
Q1_3	.110	.757	.179
Q1_6	.328	.224	.756
Q1_12	.819	.236	.149
Q1_13	.349	.730	-.098
Q1_14	.358	.742	.118
Q2_5	.851	.201	.226
Q1_5	.471	.534	.210
Q2_2	.035	.667	.317
Q2_3	.837	.201	.204

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

בלוח 8 מופיע ניתוח הגורמים המתקדם מסביר 68% מהשונות בעזרת 3 פקטורים (או עולמות תוכן) שזוהו כבר בשלב הקודם. כיוון שמדובר הפעם רק במימדים שנחשבו כחשובים בעיני הציבור יש חשיבות רבה למימדים שנחשפו כאן והם:

מימד 1: מיניות: הרגלים מיניים, העדפות מיניות וכדומה (מודגש בעמודה ימנית)

מימד 2: מצוקות: בעיות רפואיות, בעיות נפשיות, בעיות כלכליות, בעיות ביחסים עם אחרים (מודגש בעמודה שנייה)

מימד 3: מניפולטיביות: לרמות מישוה, לסדר מישוה (מודגש בעמודה שלישית)

שני מימדים שנמצאו בניתוח הקודם "נשרו" מניתוח זה (המימדים של עמדות אישיות ושל הרגלי אכילה/שתייה, משקל) כיוון שלמרות היותם עולמות תוכן, הרי חשיבותם בעיני הציבור כשייכים למרחב פרטי אינה גבוהה (ראו לוח 6).

שלושת מימדים אלה הם החשובים לנו למחקר ההמשך: הם אלה שנחשבים בעיני הציבור כפוגעים במרחב האישי ואלה שיוצרים את עולמות התוכן המרכיבים בתפישת הציבור את המרחב האישי והפרטי. אלה המימדים שהדריכו את ניתוח התוכן של תכני הטלוויזיה. ביקשנו לבדוק באיזו מידה התחומים שיש אי נוחות רבה מחשיפתם, כגון, אינטריגות, כשלים ביחסים בינאישיים, מצוקות וקשיים, יחסים מיניים ועוד, נוטים לכבד בתכניות מציאות?

2. ניתוח התוכן של תכניות הריאליטי

שיטת המחקר

אוכלוסיית המחקר

אוכלוסיית המחקר שהוגדרה במחקר הנוכחי כוללת מדגם מייצג ואקראי של 31 פרקים שנדגמו מתוך 10 תכניות מציאות שונות אשר שודרו בשנים האחרונות (2003-2006) בערוצים 2 ו 10. וכן 9 פרקים שנדגמו מתוך 3 תכניות שאינן תכניות מציאות, אשר שימשו כקבוצת ביקורת. סוגת הריאליטי כוללת מספר תת סוגות ובהן תחרויות (תחרויות אקסטרים וכישרונות במה) (competition); תכניות שידוכים (dating); שיפור עצמי והגשמת חלומות (self improvement); תכניות העוסקות בסביבת חיים (special living environment) תכניות לחיפוש עבודה (job search) ותכניות המציגות מפורסמים (celebrity reality). המדגם למחקר זה נבנה לפי מיון זה וכך שיכלול תכניות פופולאריות כפי שנתגלו על סמך הסקר הראשון בו בדקנו אחוזי צפייה (לוח 9):

לוח 9: מיון תכניות ריאליטי שנבחרו למחקר

שידוכים רומנטיקה	סביבות חיים	חיפוש עבודה	שיפור עצמי	מפורסמים	תחרויות
1. 48 שעות 2. קחי אותי שרון	3. אמא מחליפה	4. דוגמניות 5. השגריר	6. לרדת בגדול 7. המראה	8. רוקדים עם כוכבים	9. רצים לדירה 10. כוכב נולד

התכניות אשר נבחרו לשמש כקבוצת ביקורת הן: "עובדה" (תכנית תחקירים), "מי רוצה להיות מיליונר" (שעשועון) ו"החיים זה לא הכל" (קומדיה).

הפרקים נבחרו במדגם אקראי באמצעות הגרלה, מתוך כל פרקי התכניות שפורטו לעיל, מיום שידורן הראשון ועד תאריך תחילת המחקר (נובמבר 2006, או מיום שידורן הראשון ועד סיום עונת השידורים). את הקלטות הוצאנו מארכיון הרשות השנייה ובשל אילוצים (הנובעים בעיקר מאי מציאת קלטות בארכיון) שינינו את המדגם המקורי, כך שפרק שלא אותר הוחלף בפרק הבא אחריו. בלוח 10 מפורטת רשימת הפרקים שנבחרו:

לוח 10: אוכלוסיית המחקר

שם התכנית	תאריך השידור	
קחי אותי שרון	19/7/03	1
השגריר	6/5/06	2
לרדת בגדול	24/5/06	3
אמא מחליפה	9/11/05	4
48 שעות	7/4/06	5
החיים זה לא הכל	15/10/06	6
עובדה	25/1/03	7
רוקדים עם כוכבים	3/1/06	8
כוכב נולד 3	4/7/05	9
רצים לדירה	12/7/04	10
48 שעות	18/5/06	11
48 שעות	24/8/06	12
כוכב נולד 4	23/6/06	13
רוקדים עם כוכבים	24/9/06	14
עובדה	8/2/03	15
הדוגמניות	29/5/05	16
השגריר	5/1/05	17
המראה	21/9/06	18
רצים לדירה	23/7/05	19
החיים זה לא הכל	22/1/03	20
אמא מחליפה	7/12/05	21
הדוגמניות	17/4/05	22
קחי אותי שרון	6/9/03	23
החיים זה לא הכל	5/2/03	24
כוכב נולד 4	31/8/06	25
עובדה	31/3/04	26
מי רוצה להיות מיליונר	9/10/06	27
רצים לדירה	19/7/04	28
רוקדים עם כוכבים	3/9/06	29
לרדת בגדול	16/8/06	30
הדוגמניות 2	29/3/06	31
אמא מחליפה	8/3/06	32
הדוגמניות	22/2/06	33
מי רוצה להיות מיליונר	4/9/06	34
המראה	12/10/06	35
מי רוצה להיות מיליונר	11/09/06	36
אמא מחליפה	8/3/06	37
רצים לדירה 2	30/7/05	38
רוקדים עם כוכבים	27/8/06	39
קחי אותי שרון	30/8/03	40

איסוף הנתונים

לאחר בחירת המשתנים לניתוח: מיניות, מניפולטיביות ומצוקות (הבחירה נסמכה כאמור על ממצאי הדוח הראשון) היה צורך לתת להם הגדרה שתאפשר לבחון את הימצאותם בתכניות המציאות. לצורך כך, פרטנו את שלושת הממדים שנמצאו כפרטיים בעיני הציבור למרכיבים פשוטים שנוסחו כשאלות בדף הקודים לניתוח תוכן (נספח 1). במחקר זה השתדלנו ליצור מדדים דיכוטומיים, פשוטים, קרי, המציאות (קידוד הספרה 2) או אי המציאות אלמנט תוכן מסוים (קידוד הספרה 1). עם זאת, בחלק מן המדדים, אפשרויות הסימון רבות יותר. המטרה בקידודם של המדדים באופן מספרי היא לבדוק את הימצאותם של אלמנטים פרטיים ביחידות התוכן, במקרה הנוכחי, בפרקי תכניות המציאות שנבחרו. המדדים במחקר הנוכחי בודקים למשל האם היה או לא היה בכל פרק דיבור על יחסי מין, האם הופיעו משתתפים בלבוש חושפני, האם נעשה שימוש בצעקות, קללות או מילים גסות, האם נעשה או לא נעשה שימוש בהעלבות ובביקורת שלילית, האם אוזכרו בעיות רפואיות, כלכליות או מצוקות נפשיות של המשתתפים. מכאן, שניתוח התוכן לא בוחן את האינטנסיביות של העיסוק בנושאים פרטיים (שכן אין מדידה של מספר הפעמים בכל פרק שבו הופיע כל אלמנט) אלא בחן את אופן הטיפול בכל אחד משלושת הנושאים הפרטיים (מיניות, מניפולציות ומצוקות) מבחינת הדרכים בהן כל נושא בא לידי ביטוי. למשל: הטיפול בנושאים מיניים נמדד ע"י המציאות של דיבור על אברי מין, דיבור על יחסי מין, אזכור נטיות או הרגלים מיניים והצגת ערום או לבוש חושפני. ככל שבפרק היו יותר אלמנטים כאלו התוכנית נחשבה כעוסקת יותר במיניות ללא קשר למספר ההופעות של כל אלמנט.

עוד בחרנו לבחון תכונות של תכניות ריאליטי שהוזכרו בשיח הציבורי לגביהן או שמצאנו בספרות המקצועית אזכור שלהן. למשל, בחנו את הערכים המרכזיים שבהם עסקה התוכנית, את הייצוג של דמויות מקבוצות מוצא שונות ושאלנו שאלות כגון, "האם המתמודדים היו אנשים מוכרים?", "האם התקיימה תחרות?" "האם הוזכר או הודגש מוצאו של אחד המשתתפים?".

תהליך הקידוד ומהימנות בין שופטים

קידוד פרקי תכניות המציאות שאותו לצורך המחקר בוצע על ידי חמישה מקודדים: ארבעה סטודנטים מהחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה (שתיים לומדות לתואר ראשון ושניים לומדים לתואר שני) ובוגרת החוג.

תהליך הקידוד התבצע בחודשים נובמבר-ינואר 2006 וערך כחודשיים.

בשלב ראשון, שלב ההסבר: קיבלו המקודדים הסברים על המחקר הנדון (מטרות כלליות, משתנים, פיתוח כלי המחקר ורעיון זיכרון לגבי ניתוח תוכן), על משתני המחקר המופיעים כמדדים בדף הקודים ועל אופן קידוד התכניות.

בשלב שני, שלב האימון: קבוצת המקודדים אומנה יחדיו על שישה פרקים שנלקחו מארבע תכניות מציאות שונות (פרקים שלא נכללו במדגם): 2 פרקים של "אמא מחליפה", פרק 1 של: "כוכב נולד" וה "השגריר" ו 2 פרקים של "המראה". המקודדים נפגשו 4 פעמים, כל פגישה ארכה כ 4 שעות (סה"כ 16 שעות אימון) בשלב זה למדו המקודדים להבין ולזהות את 37 המדדים המופיעים בדף הקידוד (מדדים 2-38, ראו נספח 1). מדדים שהתעוררו לגביהם שאלות ונוצרה אי הסכמה בנוגע לאופן הקידוד, הובהרו. במידת הצורך שונו ניסוחי השאלות באופן שהמדדים יהיו ברורים יותר. כמו כן, נכתב "דף הערות לקודבוק" אשר ליווה את המקודדים לאורך שלבי ניתוח התוכן (נספח 2).

שלב שלישי, שלב בדיקת המהימנות: בשלב זה קודדו 8 פרקים של תכניות מציאות מתוך 40 הפרקים שאותו לאוכלוסיית המחקר (20% מאוכלוסיית המחקר, כמות הפרקים הנדרשת לבדיקת המהימנות) בכדי לבחון את הצלחת תהליך הכשרת המקודדים. חמשת המקודדים קודדו את אותם 8 פרקים, כל אחד בנפרד, (כ 20 שעות עבודה לכל מקודד). במידה ועלתה בעיה בתהליך הקידוד יצרו המקודדים קשר עם מרכזת המחקר ופתרו את הבעיה באופן מיידי. בסיום הקידוד בוצעה בדיקת מהימנות בין שופטים על מדדים 2-38 בדף הקודים (פריטים 1 ו 39 אינם מצריכים אימון). פרקי תכניות אלו נכללו בקובץ הנתונים הסופי של המחקר.

בדיקת המהימנות שנערכה מבוססת על מקדם ההסכמה של Krippendorff (1980) המועדף לשימוש על פני מקדמי מהימנות אחרים: הן בשל יכולתו לתקן הסכמה אקראית בין שופטים והן בשל יעילותו במצבים בהם ישנם יותר משני מקודדים, כפי שמתקיים במחקר הנוכחי. טווח אחוז ההסכמה בין שופטים נע בין 69% ל 100%. ממוצע אחוזי ההסכמה הוא 81%.

בשלב האחרון קודדה יתרת פרקי התכניות מאוכלוסיית המחקר. לאחר קידוד 8 פרקי תכניות בבדיקת המהימנות, נותרו 32 פרקים שחולקו בין המקודדים השונים. משך הקידוד ערך כ- 12 ימים, כאשר זמן קידוד של כל מקודד עמד בממוצע על 15 שעות.

ממצאים

מאפייני תכניות המציאות

מהפרקים שנבדקו 80.6% הן מתכניות מבוססות תחרות ורק ב 19.4% מהפרקים לא נערכה תחרות בין המתמודדים. בתכניות מבוססות התחרות **ההכרעה** ניתנה ברוב המקרים למפיקי התכנית והמשתתפים בה (כולל שופטים וקהל באולפן) (61.3%), בעוד שרק 19.4% מהתכניות מוכרעות על ידי הצופים בבית. ב 41.9% מפרקי התכניות השתתף צוות שופטים שברוב המקרים היה מורכב משופטים גברים יותר משופטות.

ב 26 פרקים מתוך 31 (83.9%) פרקי תכניות המציאות שנבדקו השתתפו אנשים אנונימיים (שאינם מוכרים, שאינם שחקנים או סלבריטאים), ב 5 פרקים (16.1%) התמודדו גם אנשים מוכרים וגם כאלה שאינם מוכרים. ב 61.3% מהתכניות, השתתפות בתכנית דרשה כישרונות או כישורים כלשהם (ריקוד, שירה, ידיעת הארץ, כושר גופני, ידע כללי, פוטוגניות ועוד).

ב 38.7% מהפרקים נעו המשתתפים בין מספר אתרי צילום; 25.8% מהפרקים צולמו באולפן ו 9.7% מהפרקים צולמו בביתם הפרטי של המשתתפים. מבין תכניות המציאות כולן, ב 25.8% מהפרקים צולמו המשתתפים גם בביתם הפרטי וב 77.4% נראו או הוזכרו בני משפחתם של המשתתפים בתכנית.

ב 45.2% מהפרקים נראו מתמודדים יוצאי חבר העמים; ב 19.4% נראו מתמודדים יוצאי אתיופיה וב 9.7% נראו מתמודדים ערבים (סה"כ ב 3 פרקים).

בבדיקת השאלה "מה היו הערכים העיקריים אשר הודגשו בכל תכנית" נתבקשו המקודדים לבחור מתוך רשימה של ערכים מהם שלשת הערכים החשובים ביותר בתוכנית. הערכים ברשימת הקודים נבחרו על סמך הספרות העוסקת בתכני הריאליטי ומנסה להבין מהם המסרים הערכיים שהתוכניות מציגות. הרשימה הותאמה למציאות הישראלית על סמך מבט ראשוני בתוכניות שנכללו במחקר (למשל: הוסף הערך של ידיעת הארץ). מטרת ניתוח זה הייתה לעזור בזיהוי תת-הסוגות. באופן צפוי, נמצא כי הערך השכיח ביותר אשר בלט בתכניות המציאות היה תחרות

וקונפליקטים בינאישיים (14 פעמים), אחריו יופי ואסתטיקה וזוגיות ומערכות יחסים (4 פעמים כל אחד) ומשפחתיות (3 פעמים).

שכיחות הופעת מדדי הפרטיות

התחומים שהציבור הביע אי נוחות מחשיפתם בסקר המקדים, קובצו כאמור, ל 3 עולמות תוכן: מיניות, מניפולטיביות ומצוקות, כל עולם תוכן כזה נפרט למדדים פשוטים (קטגוריות, שאלות) בדף הקודים לניתוח תוכן (נספח 1). בדף זה הוגדרו שלושת ממדי הפרטיות, כל אחד באמצעות מספר קטגוריות (מיניות - 6 קטגוריות, ראה לוח 11; מניפולטיביות - 4 קטגוריות, ראה לוח 12; מצוקות - 10 קטגוריות, ראה לוח 13). בתהליך הקידוד נתבקשו המקודדים לציין בפשטות הימצאותן או אי הימצאותן של כל אחת מהקטגוריות בכל פרק (שכיחות הופעתה של הקטגוריה לא נספרה, אלא רק סומנה הימצאותה, "לא" - 1, "כן" - 2, בין אם הופיעה פעם אחת ובין אם יותר).

מיניות -

לוח 11: אחוז הפרקים בהן הופיעו תכנים מיניים לעומת הופעתם בפרקים מתכניות שאינן תכניות מציאות (קבוצת הביקורת)

קבוצת ביקורת	תכניות המציאות	מדדי המיניות
N = 9	N = 31	
22.2%	41.9%	1. דיבור על יחסי מין
22.2%	45.2%	2. אזכור גודל איברי המין וצורתם
22.2%	58.1%	3. יחסים אינטימיים
11.1%	87.1%	4. לבוש חושפני
*	58.1%	5. הורדת בגדים
—		6. נטיות מיניות
11.1%	12.9%	הומו/לסבית
44.4%	67.7%	סטרייט

מניפולטיביות -

לוח 12: אחוז הפרקים בהן הופיעו תכנים מניפולטיביים לעומת הופעתם בפרקים מתכניות שאינן תכניות מציאות (קבוצת הביקורת)

קבוצת ביקורת	תכניות המציאות	מדדי מניפולטיביות
N = 9	N = 31	
*	25.8%	1. יצירת קואליציות וקומבינות
—		
55.6%	58.1%	2. צעקות, קללות ומילים גסות
55.6%	90.3%	3. העלבה, האשמה, התגרות
22.2%	48.4%	4. הפעלת כוח פיזי או איום בהפעלתו

* לא היתה הופעה של המדד

מצוקות -

לוח 13: אחוז הפרקים בהן הופיעו מצוקות לעומת הופעתם בפרקים מתכניות שאינן תכניות מציאות (קבוצת הביקורת)

קבוצת ביקורת N = 9	תכניות המציאות N = 31	מדדי מצוקות
22.2%	38.7%	1. בעיות רפואיות
22.2%	29%	2. מצב כלכלי
* —	12.9%	3. בעיות קליטה
55.6%	71%	4. מצוקה נפשית
22.2%	19.4%	5. שכול
* —	12.9%	6. אזכור מקום מגורים בהקשר שלילי
22.2%	38.7%	7. תחושת נרדפות או נידוי
44.4%	64.5%	8. בכי
33.3%	51.6%	9. סירוב לבצע משימה או לדבר
22.2%	71%	10. דיבור על זוגיות
44.4%	48.4%	דיבור על קשרים משפחתיים**

מיניות, מניפולציות ומצוקות בתכניות מציאות ובתכניות שאינן תכניות מציאות

על מנת לבדוק את ההבדלים בין תכניות המציאות לקבוצת הביקורת, בהופעת שלושת הממדים אשר נתפסים כפרטיים בעיני הציבור, קיבצנו כאמור את השאלות שנשאלו בדף הקודים (לוחות 11, 12 ו 13) ויצרנו שלושה משתנים חדשים: מיניות, מניפולציות ומצוקות. המשתנים החדשים חושבו כממוצע של כל הפריטים השייכים לאותו מימד. ערכנו מבחני t למדגמים בלתי תלויים בין מדגם תכניות המציאות לבין מדגם קבוצת הביקורת על אחוז התכניות שבהן היתה התייחסות לכל אחד משלושת הממדים: מיניות, מניפולציות ומצוקות.

הבדלים בשימוש במיניות בתכניות מציאות ובתכניות שאינן תכניות מציאות

ערכנו מבחן t למדגמים בלתי תלויים ומצאנו הבדל מובהק ($t(18) = 4.391$; $p < 0.001$) כך שמספר האלמנטים המיניים בהם נעשה שימוש בתכניות מציאות ($M=3.023$, $SD = 1.64$) גבוה ממספר האלמנטים המיניים המופיעים בפרקים מקבוצת הביקורת (תכניות שאינן תכניות מציאות) ($M=0.88$, $SD=1.16$).

* לא היתה הופעה של המדד

** המדד נבחן גם בהקשר שלילי וגם בהקשר חיובי ולכן לא נכנס בקיבוץ המדדים למשתנה "מצוקות".

הבדלים בשימוש במניפולציות בתכניות מציאות ובתכניות שאינן תכניות מציאות

ערכנו מבחן t למדגמים בלתי תלויים ומצאנו הבדל מובהק גבולי [$t(14)=2.060$; $p < 0.058$] כך שמספר האלמנטים המניפולטיביים בהם נעשה שימוש בתכניות מציאות ($M=2.22$, $SD=1.23$) גבוה ממספר האלמנטים המניפולטיביים המופיעים בפרקים מקבוצת הביקורת (תכניות שאינן תכניות מציאות) ($M=1.33$, $SD=1.11$).

הבדלים בשימוש במצוקות בתכניות מציאות ובתכניות שאינן תכניות מציאות

ערכנו מבחן t למדגמים בלתי תלויים ומצאנו הבדל מובהק [$t(14)=2.686$; $p < 0.018$] כך שמספר האלמנטים העוסקים במצוקות בהם נעשה שימוש בתכניות מציאות ($M=4.09$, $SD=1.73$) גבוה ממספר האלמנטים העוסקים במצוקות בפרקים מקבוצת הביקורת (תכניות שאינן תכניות מציאות) ($M=2.44$, $SD=1.58$).

הבדלים בחדירה לפרטיות בתכניות מציאות ובתכניות שאינן תכניות מציאות

על מנת לקבל תמונה כללית יותר לגבי ההבדלים במידה שבה תכניות מציאות עוסקות בנושאים הנחשבים כנושאים בתחום הפרטי לעומת המידה בה תכניות אחרות עוסקות בנושאים אלה, קיבצנו את שלושת המשתנים: מיניות, מניפולציות ומצוקות למשתנה אחד – פרטיות, שחושב כממוצע שלושת המשתנים. ערכנו מבחן t למדגמים בלתי תלויים ומצאנו הבדל מובהק [$t(14)=3.865$; $p < 0.001$] כך שמספר האלמנטים העוסקים בתכנים פרטיים בתכניות מציאות ($M=3.11$, $SD=1.11$) גבוה פי שניים ממספר האלמנטים העוסקים בתכנים פרטיים בקבוצת הביקורת (תכניות שאינן תכניות מציאות) ($M=1.55$, $SD=1.05$).

השוואת ממוצעים (Compare Means)

אם בשלב הראשון נסכמו מספר האלמנטים מכל סוג (מיניות, מניפולציות ומצוקות) אשר נמצאו בכל פרק. בשלב הנוכחי, על מנת לעבור לרמת ניתוח של תכנית במקום פרק, חושב ממוצע של מספר האזכורים לאורך הפרקים שנדגמו מכל אחת מהתכניות. ממוצע זה, המופיע לגבי כל תכנית בלוח 14, מאפשר להשוות את התכניות על שלושת הממדים מבחינת מספר סוגי ההופעה (ולא שכיחות ההופעות עצמן) של ממדי הפרטיות. בלוח 14 ניתן לראות באיזו מידה כל אחת מהתכניות עסקה במיניות, מניפולציות ובמצוקות של המשתתפים.

**לוח 14: ממוצעים וסטיות תקן של הופעת ממדי הפרטיות: מיניות, מניפולציות ומצוקות
לפי תכנית**

שם התכנית (N=40)	מיניות M (SD)	מניפולציות M (SD)	מצוקות M (SD)
קחי אותי שרון (n=3)	3.66 (0.55)	1 (1)	3.33 (1.15)
השגריר (n=3)	0.33 (0.57)	2 (0.00)	3 (2.64)
דוגמניות (n=4)	4.25 (1.5)	3 (0.816)	5 (0.816)
לרדת בגדול (n=2)	3 (1.41)	2.5 (2.12)	5.5 (3.53)
רוקדים עם כוכבים (n=4)	3.5 (1.73)	2 (1.41)	3 (0.81)
רצים לדירה (n=4)	4.5 (1.29)	3.75 (0.50)	5 (1.82)
כוכב נולד (n=3)	2 (1)	2.33 (1.15)	4 (1)
אמא מחליפה (n=3)	1.33 (0.57)	2 (1)	5
48 שעות (n = 3)	3.33 (1.15)	2 (1)	2
המראה (n=3)	3.5 (0.71)	0.5 (0.71)	6 (1.41)
החיים זה לא הכל*** (n=3)	2.33 (0.58)	2	2.66 (1.15)
מי רוצה להיות מיליונר*** (n=3)	—	—	0.66 (0.57)
עובדה*** (n=3)	0.33 (0.57)	2 (1)	4

הערה: מכיוון שכל משתנה חושב על בסיס מספר אלמנטים שונה, ההשוואה הרלוונטית היא רק לאורך הטורים (בין תוכניות מציאות לבין תוכניות הביקורת) ולא בין המשתנים השונים.

מלוח 14 ניתן ללמוד כי התכנית בה מספר האלמנטים המיניים הוא הגבוה ביותר היא התכנית "רצים לדירה" ($M=4.5$), אחריה התכניות "הדוגמניות" ($M=4.24$) ו"קחי אותי שרון" ($M=3.66$). מבין תכניות המציאות מספר האלמנטים המיניים הנמוך ביותר נמצא בתכנית "השגריר" ($M=0.33$). מבין התכניות כולן, לא נעשה כלל שימוש באלמנטים מיניים בתכנית "מי רוצה להיות מיליונר".

מספר האלמנטים המניפולטיביים נמצא כגבוה ביותר בתכנית "רצים לדירה" ($M=3.75$) ובתכנית "הדוגמניות" ($M=3$). מבין תכניות המציאות, ממוצע השימוש באלמנטים המניפולטיביים הנמוך ביותר נמצא בתכנית "המראה" ($M=0.5$) ומבין התכניות כולן, ב"מי רוצה להיות מיליונר" - שם לא נראה כל שימוש במניפולציות.

*** תכניות שאינן תכניות מציאות (קבוצת הביקורת)

עוד אנו לומדים מלוח 14 כי בתכניות "המראה" ו"לרדת הגדול", מספר האלמנטים של **מצוקות** הוא הגבוה ביותר ($M=5.5$ $M=6$ בהתאמה) ולאחריהן מופיעות 3 תכניות אשר קיבלו ממוצע שימוש זהה וגבוה ($M=5$) באלמנטים כאלו: "הדוגמניות", "רצים לדירה" אמא מחליפה". מבין תכניות המציאות, התכנית בה השימוש באלמנטים של מצוקות הוא הנמוך ביותר היא "48 שעות" ($M=2$). מבין התכניות כולן, מדד המצוקות בתכנית "מי רוצה להיות מיליונר" הוא הנמוך ביותר ($M=0.66$). התכנית "עובדה" (השייכת לקבוצת הביקורת) 'זכתה' לציון גבוה יחסי בשימוש במצוקות ($M=4$), יותר מ"קחי אותי שרון", "השגריר", "רוקדים עם כוכבים" ו"48 שעות" וכמו כוכב נולד ($M=4$).

בלוח 15 ניתן לראות בבירור את הבדלי הממוצעים בשלושת הממדים השונים, בין תכניות המציאות לקבוצת הביקורת: תכניות המציאות גבוהות בשלושת הממדים, מיניות, מניפולציות ומצוקות מקבוצת הביקורת:

לוח 15: ממוצעים וסטיות תקן של הופעת ממדי הפרטיות: מיניות, מניפולציות ומצוקות בתכניות המציאות לעומת קבוצת ביקורת

סוג התכנית (N=40)	מיניות M (SD)	מניפולציות M (SD)	מצוקות M (SD)	פרטיות M (SD)
תכניות מציאות (n=31)	3.03 (1.64)	2.22 (1.23)	4.09 (1.73)	3.11 (1.11)
קבוצת הביקורת (n=9)	0.88 (1.16)	1.33 (1.11)	2.44 (1.59)	1.55 (1.05)

עוד מלמד לוח 15 כי ממוצע העיסוק ב**פרטיות** (סך האלמנטים שנחשבים כפרטיים) בתכניות המציאות גבוה פי שניים ($M = 3.11$) בהשוואה לעיסוק באלמנטים אלה בתכניות שאינן תכניות מציאות (קבוצת הביקורת; $M=1.55$).

בשלב הבא (לוח 16) חושב ציון **פרטיות** לכל תכנית כממוצע של שלושת הממדים יחדיו. מדד זה מבטא את המידה בה כל תכנית עסקה בתכנים נחשבים לפרטיים.

לוח 16: דירוג תכניות המציאות לפי המצאות אלמנטים פרטיים

פרטיות M	שם התכנית (N=31)
4.41	רצים לדירה
4.08	דוגמניות
3.66	לרדת בגדול
3.33	המראה
2.83	רוקדים עם כוכבים
2.77	כוכב נולד
2.77	אמא מחליפה
2.66	קחי אותי שרון
2.44	48 שעות
1.77	השגריר

בלוח 16 ניתן לראות את ממוצע השימוש בפרטיות בתכניות המציאות מהממוצע הגבוה ביותר לנמוך ביותר.

התכנית "רצים לדירה" מדורגת ראשונה כתכנית המציאות העוסקת במידה הרבה ביותר בתכנים פרטיים ($M=4.41$), אחריה התכנית "הדוגמניות" ($M=4.08$) ו"לרדת בגדול" ($M=3.66$). תכנית המציאות המתעסקת באופן המועט ביותר ב'פרטי' היא "השגריר".

הבדלים בתוך הממדים בין תכניות מציאות לקבוצת הביקורת

לאחר שקיבלנו תמונה כללית על מימדי השימוש שעושות תכניות המציאות, במה שנתפס בעיני הציבור כפרטי, ובחנו את ההבדלים בין קבוצת הניסוי לקבוצת הביקורת, תחת שלושה ממדים עיקריים: מיניות, מניפולטיביות ומצוקות, נבקש כעת לבחון את ההבדלים בין קבוצות אלה (תכניות המציאות לקבוצת הביקורת) על כל קטגוריה בנפרד. בשל העובדה כי מדגם קבוצת הביקורת היה קטן יחסית ($n=9$) והשוני בין התכניות בכל קבוצה גדול יחסית, רוב ההבדלים בתוך הממדים נמצאו כלא מובהקים. עם זאת, ניתן להבחין בהבדלים הקיימים בין הקבוצות, בחלק מהשאלות, כפי שהם מופיעים באחוזים (שכיחויות).

מדדי מיניות

דיבור על יחסי מין

דיבור על יחסי מין		סוג התכנית
לא	כן	
18 58.1%	13 41.9%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.170 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין דיבור על יחסי מין ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין הדיבור על יחסי מין ובין סוג התכנית. עם זאת ניתן לראות כי ב 41.9% מתכניות המציאות מופיע דיבור על יחסי מין, בעוד שרק ב 22.2% מתכניות קבוצת הביקורת יש דיבור על יחסי מין.

אזכור גודל איברי המין וצורתם

אזכור גודל איברי המין וצורתם		סוג התכנית
לא	כן	
17 54.8%	14 45.2%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.196 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין אזכור גודל איברי המין וצורתם ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין אזכור גודל איברי המין וצורתם לבין סוג התכנית. ניתן לראות מהטבלה (3.6.1.2) כי כמעט במחצית מתכניות המציאות (45.2%) יש אזכור של איברי המין וצורתם בעוד שבקבוצת הביקורת איזכור כזה מופיע רק ב 22.2% מהתכניות.

יחסים אינטימיים

יחסים אינטימיים		סוג התכנית
לא	כן	
13 41.9%	18 58.1%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.299 ; p < 0.058$$

על מנת למצוא קשר בין הופעת יחסים אינטימיים ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ונמצא קשר חלש בין הופעת יחסים אינטימיים לבין סוג התכנית. ניתן ללמוד כי בלמעלה ממחצית תכניות המציאות נראו יחסים אינטימיים (58.1%), בעוד שבקבוצת הביקורת ההופעה הייתה נמוכה באופן משמעותי (22.2%).

לבוש חושפני

לבוש חושפני		סוג התכנית
לא	כן	
4 12.9%	27 87.1%	תכניות מציאות (n=31) 100%
8 88.9%	1 11.1%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.692 ; p < 0.001$$

על מנת למצוא קשר בין לבוש חושפני ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ונמצא קשר חזק ומובהק בין הופעת לבוש חושפני לבין סוג התכנית. ברוב תכניות המציאות אנו נחשפים ללבוש חושפני (87.1%) של המשתתפים, בעוד שבתכניות שאינן תכניות מציאות ההופעה של משתנה זה זניחה כמעט (11.1%).

הורדת בגדים

הורדת בגדים		סוג התכנית
לא	כן	
13 41.9%	18 58.1%	תכניות מציאות (n=31) 100%
9 100%	0 —	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.487 ; p < 0.002$$

על מנת למצוא קשר בין הורדת בגדים ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ונמצא קשר חזק ומובהק בין הורדת בגדים לבין סוג התכנית. ב 58.1% מתכניות המציאות התבקשו המשתתפים להוריד, במהלך שידור התכנית, חלק מבגדיהם ונשארו בבגדים תחתונים (כולל בגד ים) או ערומים למחצה.

נטיות מיניות

נטיות מיניות			סוג התכנית
לא	כן, הומו/לסבית	כן, סטרייט	
6 19.4%	4 12.9%	21 67.7%	תכניות מציאות (n=31) 100%
4 44.4%	1 11.1%	4 44.4%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = 0.244 ; n.s$$

על מנת למצוא אזכור נטיות מיניות ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין אזכור נטיות לבין סוג התכנית.

מדדי מניפולטיביות יצירת קואליציות וקומבינות

יצירת קואליציות וקומבינות		סוג התכנית
לא	כן	
23 74.2%	8 25.8%	תכניות מציאות (n=31) 100%
9 100%	0	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.269 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין הופעת יצירת קואליציות וקומבינות ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין הופעת יצירת קואליציות וקומבינות ובין סוג התכנית. עם זאת, ניתן לראות מטבלה 3.6.2.1 כי בעוד שב 25.8% מתכניות המציאות מתמודד בודד או חבורה של מתמודדים דיברו על האפשרות להתאחד על מנת לקדם עצמם או לפגוע באחרים, בקבוצת הביקורת לא הייתה כלל הופעה של משתנה זה.

צעקות, קללות ומילים גסות

צעקות, קללות ומילים גסות		סוג התכנית
לא	כן	
13 41.9%	18 58.1%	תכניות מציאות (n=31) 100%
4 44.4%	5 55.6%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.021 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין הופעת צעקות, קללות ומילים גסות ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין הופעת צעקות, קללות ומילים גסות ובין סוג התכנית. עוד הממצאים מלמדים כי **בלמעלה ממחצית** מתכניות המציאות (58.1%) ומתכניות שאינן תכניות מציאות (55.6%) **מישהו מהמשתתפים צעק, קילל, השתמש במילים גסות או בתנועות מגוונות**.

העלבה, אשמה והתגרות

העלבה, אשמה והתגרות		סוג התכנית
לא	כן	
3 9.7%	28 90.3%	תכניות מציאות (n=31) 100%
4 44.4%	5 55.6%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.382 ; p < 0.016$$

על מנת למצוא קשר בין הופעת העלבה, אשמה והתגרות ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ו**נמצא קשר חזק ומובהק** בין הופעת העלבה, אשמה והתגרות ובין סוג התכנית. ברובן המכריע של תכניות המציאות (90.3%) הותקף משתתף מסוים או משתתפים באמצעות העלבה, האשמה, התגרות או הכפשה.

הפעלת כוח פיזי או איום בהפעלתו

הפעלת כוח פיזי או איום בהפעלתו		סוג התכנית
לא	כן	
16 51.6%	15 48.4%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.221 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין הפעלת כוח פיזי או איום בהפעלתו ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין הפעלת כוח פיזי או איום בהפעלתו ובין סוג התכנית. כמעט במחצית מתכניות המציאות (48.4%) נראתה או הוזכרה הפעלת כוח פיזי של משתתף אחד על משתתף אחר או נשמע איום בהפעלת כוח. רק ב 22.2% מקבוצת הניסוי הופיע משתנה זה.

מדדי מצוקות

התייחסות לבעיות רפואיות

התייחסות לבעיות רפואיות		סוג התכנית
לא	כן	
19 61.3%	12 38.7%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.144 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין התייחסות לבעיות רפואיות ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין התייחסות לבעיות רפואיות ובין סוג התכנית. ב 38.7% מתכניות המציאות היתה בהתייחסות לבעיות רפואיות לעומת 22.2% בקבוצת הביקורת.

התייחסות למצב כלכלי

התייחסות למצב כלכלי		סוג התכנית
לא	כן	
22 71%	9 29%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.064 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין התייחסות למצב כלכלי ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין התייחסות למצב כלכלי ובין סוג התכנית. ברוב תכניות המציאות לא היתה בהתייחסות למצב כלכלי (71%) וכך גם בקבוצת הביקורת (77.8%).

התייחסות לבעיות קליטה בארץ

התייחסות לבעיות קליטה בארץ		סוג התכנית
לא	כן	
27 87.1%	4 12.9%	תכניות מציאות (n=31) 100%
9 100%	0	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.180 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין התייחסות לבעיות קליטה בארץ ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין התייחסות לבעיות קליטה בארץ ובין סוג התכנית.

רק ב 12.9% מתכניות המציאות היתה התייחסות לבעיות קליטה או לתחושה של אי שייכות.

התייחסות למצוקה נפשית

התייחסות למצוקה נפשית		סוג התכנית
לא	כן	
9 29%	22 71%	תכניות מציאות (n=31) 100%
4 44.4%	5 55.6%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.137 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין התייחסות למצוקה נפשית ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין התייחסות למצוקה נפשית ובין סוג התכנית. ב 71% מתכניות המציאות היתה בהתייחסות למצוקה נפשית (כולל מצוקה שנבעה מהתכנית) לעומת 55.6% בתכניות קבוצת הביקורת.

דיבור על שכול

דיבור על שכול דיבור על שכול		סוג התכנית
לא	כן	
25 80.6%	6 19.4%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = 0.030 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין דיבור על שכול ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין דיבור על שכול ובין סוג התכנית. בקבוצת הביקורת היתה התייחסות רבה יותר לשכול (22.2%) מבקבוצת הניסוי (19.8%).

אזכור מגורים בהקשר שלילי

אזכור מגורים בהקשר שלילי		סוג התכנית
לא	כן	
27 87.1%	4 12.9%	תכניות מציאות (n=31) 100%
9 100%	0	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.180 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין אזכור מגורים בהקשר שלילי ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין אזכור מגורים בהקשר שלילי ובין סוג התכנית. ב 12.9% מתכניות המציאות הוזכר בתכנית מקום מגוריו של אחד המתמודדים בהקשר שלילי.

תחושת נרדפות ונידוי

תחושת נרדפות ונידוי		סוג התכנית
לא	כן	
19 61.3%	12 38.7%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.144 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין תחושת נרדפות ונידוי ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין תחושת נרדפות ונידוי ובין סוג התכנית. ב 38.7% מתכניות המציאות הרגיש אחד מהמשתתפים (או יותר) כי הוא נרדף ומנודה על ידי המשתתפים אחרים, לעומת 22.2% מקבוצת הביקורת.

בכי

בכי		סוג התכנית
לא	כן	
11 35.5%	20 64.5%	תכניות מציאות (n=31) 100%
5 55.6%	4 44.4%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.171 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין בכי ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין בכי ובין סוג התכנית. ב 64.5% מתכניות המציאות נראה משתתף או משתתפים מזילים או מוחים דמעה, לעומת 44.4% שבקבוצת הביקורת.

סירוב לבצע משימה או לדבר

סירוב לבצע משימה או לדבר		סוג התכנית
לא	כן	
15 48.4%	16 51.6%	תכניות מציאות (n=31) 100%
6 66.7%	3 33.3%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.153 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין סירוב לבצע משימה או לדבר ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין סירוב לבצע משימה או לדבר ובין סוג התכנית. ב 51.6% מתכניות המציאות נראו משתתפים אשר סירבו לדבר או לבצע משימה, לעומת 33.3% בקבוצת הביקורת.

דיבור על זוגיות

דיבור על זוגיות		סוג התכנית
לא	כן	
9 29%	22 71%	תכניות מציאות (n=31) 100%
7 77.8%	2 22.2%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2(1) = -0.416 ; p < 0.009$$

על מנת למצוא קשר בין דיבור על זוגיות ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ונמצא קשר מובהק וחזק בין דיבור על זוגיות ובין סוג התכנית. ב 71% מתכניות המציאות סיפר אחד המשתתפים על זוגיותו, על קושי ביצירת זוגיות או על קשיים שיש לו במערכת זוגית קיימת.

דיבור על קשרים משפחתיים (בהקשר חיובי ושלילי)

דיבור על קשרים משפחתיים		סוג התכנית
לא	כן	
16 51.6%	15 48.4%	תכניות מציאות (n=31) 100%
5 55.6%	4 44.4%	קבוצת ביקורת (n=9) 100%

$$\chi^2 (1) = -0.033 ; n.s$$

על מנת למצוא קשר בין דיבור על קשרים משפחתיים ובין סוג התכנית, נערך מבחן χ^2 ולא נמצא קשר בין דיבור על קשרים משפחתיים ובין סוג התכנית.
בשתי הקבוצות היה דיבור דומה על קשרים משפחתיים, 48.4% בקבוצת הניסוי ו 44.4% בקבוצת הביקורת.

3. תמצית ממצאי סקר שני: האם קיים קשר בין צפייה בתכניות

מציאות ובין עמדות כלפי פרטיות

מעריך הסקר השני

בחדש ינואר 2007 ערכנו סקר שני (מדגם מייצג של אוכלוסיה ישראלית בוגרת, 603 נחקרים) שמטרתו היתה לבחון את הקשר בין צפייה בתכניות מציאות ובין עמדות כלפי פרטיות. בנוסף בדקנו בסקר זה נוהגי חשיפה לתכניות המציאות ועמדות כלפיהן (ביקורת, פיקוח וריאליזם). רוב המשיבים נולדו בארץ (65.9%), 19.2% ברוסיה והשאר בארצות אחרות. גברים היוו 47.9% מהמדגם ונשים 52.1%. הגיל הממוצע היה 39.2 שנים. 43.6% מהמדגם היו בעלי 12 שנות השכלה או פחות והשאר (56.4%) היו בעלי יותר מ 12 שנות לימוד (ממוצע של 13.3 שנים). 49.9% הגדירו עצמם כחילוניים, 34% הגדירו עצמם מסורתיים, 13.2% כדתיים ו 1.8% הגדירו עצמם כחרדים. לוח 17 מציג את התפלגות אוכלוסיית המחקר (סקר ראשון ושני).

לוח 17: התפלגות אוכלוסיות המחקר (סקר ראשון ושני)

משתנים דמוגרפיים	סקר שני, ינואר 2007 (N=603)	סקר ראשון, ספטמבר 2007 (N=606)
מין		
נשים	52.1%	50.2%
גברים	47.9%	49.8%
גיל ממוצע	39.2 שנים	42.59 שנים
ממוצע שנות השכלה	13.34 שנים	14.22 שנים
מידת דתיות		
חילוניים	49.9%	60.1%
מסורתיים	34%	24.1%
דתיים	13.2%	11.6%
חרדים	1.8%	4.3%
ארץ לידה		
ישראל	55.2%	65.4%
חבר העמים	16.1%	19.5%
ארץ אחרת	12.5%	15.1%

צפייה בתכניות מציאות

לשאלת ממוצע שעות הצפייה של המרואיינים ביחס לזמן שבו הישראלים נוטים לצפות בטלוויזיה (3 שעות), ענו 47.5% כי הם צופים בערך במידה שווה בממוצע (3 שעות) ומעלה. בסקר זה בדקנו את מידת הצפייה של הנחקרים באותן תכניות מציאות אשר בוצע עליהן ניתוח תוכן. מצאנו כי

מדדי הצפייה גבוהים (אפילו יותר ממצאי הסקר הראשון) ובהתאם לפופולאריות של תכניות אלו בישראל ובעולם כולו (לוח 18).

לוח 18: צפייה בתכניות מציאות

התכנית	% הצופים "באופן קבוע" או "לעיתים קרובות" (סקר שני, ינואר 2007)	% הצופים "באופן קבוע" או "לעיתים קרובות" (סקר ראשון, ספטמבר 2006)
48 שעות	9.1	7.1
אמא מחליפה	20.1	14.8
דוגמניות	18.4	15.9
לרדת בגדול	22.4	16.1
רוקדים עם כוכבים	38.6	36.9
קחי אותי שרון	21.4	21.5
השגריר	28.2	30.5
המראה	8.3	—*
רצים לדירה	25.4	25.4
כוכב נולד	45.6	41.1

ביקורת על תכניות מציאות

גם הפעם בדקנו מה חושבים המרואיינים על תכניות המציאות (מידת ביקורתיות כלפי תכניות אלה) על פני מימדים שונים. נמצא כי הביקורת הציבורית עדיין גבוהה (כממצאי הסקר הראשון) כפי שניתן לראות בלוח 19:

לוח 19: מימדי הביקורת על תכניות המציאות

מימד	סקר שני, ינואר 2007		סקר ראשון, ספטמבר 2006	
	ממוצע (1-7)	% מסכימים (5-7 בסולם 1-7)	ממוצע (1-7)	% מסכימים (5-7 בסולם 1-7)
תוכניות מציאות הן מאוד מבוזות	4.84	50.6%	4.65	58.9%
בתוכניות מציאות יש רדיפה אחרי רווחים קלים	4.84	49%	4.85	62.5%
בתוכניות מציאות יש הרבה מציצנות	4.88	48.6%	5.01	64.4%
תוכניות מציאות מנצלות חולשות אנושיות	4.63	46.4%	4.86	61.8%
תוכניות מציאות מפרות את הפרטיות של מתמודדים/ות	4.51	42.1%	4.70	59.1%
תוכניות מציאות הן מאוד טיפשיות	4.33	40.4%	4.19	45.4%
בתוכניות מציאות יש הרבה מין או אלימות	4.41	40%	3.93	38.9%
היחס לנשים בתוכניות מציאות הוא מבזה	3.93	27.9%	3.78	40.6%

הדרישה לפיקוח על תכניות מציאות

בתשובה לשאלה "באיזו מידה לדעתך יש מקום לפקח על הפקת תכניות המציאות?" על סולם של 7 דרגות, מ 1 (במידה מועטה מאוד) עד 7 (במידה רבה מאוד) היתה התשובה "יש לפקח במידה רבה מאוד" השכיחה ביותר (בחרו בה 19.1% מהנשאלים). 268 נשאלים מכלל המדגם בחרו בדרגות 5 ומעלה: כלומר 44.5% מהנשאלים חושבים שיש מקום לפקח על תכניות המציאות ברמות שמעל לבינונית. עם זאת, בתשובה לשאלה "האם יש מקום להגביל את מספר תכניות המציאות המשודרות?" הייתה התשובה "יש להגביל במידה מועטה מאוד" השכיחה ביותר (20.9%).

גם לגבי השאלה "האם יש מקום להגביל את שעות השידור שבהן תכניות המציאות משודרות?" נטו רוב המרואיינים לחשוב (52.6% מהמרואיינים) כי התערבות כזאת נחוצה במידה מועטה מאוד עד מידה בינונית.

על השאלה "באיזו מידה לדעתך יש מקום שיהיה גוף אחראי למנוע התנהגות לא אתית בתכניות המציאות" ענו 24.5% מהנחקרים "במידה רבה מאוד" (התשובה השכיחה ביותר). כמעט מחצית מהנשאלים (49.7%) חושבים כי יש מקום להקמת גוף אחראי למנוע התנהגות לא אתית בתכניות מציאות ברמות שמעל לבינונית.

לוח 20: פיקוח על תכניות מציאות

ממוצע M	מימדי פיקוח
4.29	באיזו מידה לדעתך יש מקום לפקח על הפקת תכניות המציאות
3.80	באיזו מידה לדעתך יש מקום להגביל את שעות השידור שבהן תכניות המציאות משודרות
3.68	באיזו מידה לדעתך יש מקום להגביל את מספר תכניות המציאות שמשודרות
4.51	באיזו מידה לדעתך יש מקום שיהיה גוף אחראי למנוע התנהגות לא אתית בתכניות מציאות

גם מלוח 20 ניתן ללמוד כי המרואיינים פחות חושבים שיש להגביל את מספר תכניות המציאות המשודרות (ממוצע 3.68) או את זמני שידורן (3.80) אך מצד שני, טוענים כי יש להטיל עליהן פיקוח (4.29) ולהקים גוף שיהיה אחראי למניעת התנהגות לא אתיות בתכניות אלה (4.51).

הקשר בין צפייה בתכניות מציאות, ביקורתיות ופיקוח

על מנת לבדוק את הקשר בין צפייה בתכניות מציאות ובין ביקורתיות כלפי תכניות אלה ופיקוח עליהן, יצרנו שני משתנים חדשים: ביקורתיות (המכיל את הקטגוריות המוצגות בלוח 19) ופיקוח (המכיל את ארבעת השאלות העוסקות בפיקוח המוצגות בלוח 20). חושב מודל רגרסיה ליניארית בכדי לבחון את תרומת מידת הצפייה בריאליטי לביקורתיות על הז'אנר בשליטה על מין הנחקרים, גילם, השכלתם, מידת דתיותם ומידת הצפייה שלהם בטלוויזיה בכלל. נמצא קשר מובהק שלילי וחלש בין צפייה בטלוויזיה בכלל ומידת הביקורתיות כלפי ריאליטי כך שמי שצופה יותר בטלוויזיה הוא מעט ביקורתי פחות כלפי תוכניות ריאליטי. באופן מפתיע ושלא כמו בסקר הראשון, לא נמצא קשר בין צפייה בתוכניות הריאליטי עצמן לבין הביקורתיות כלפיהן (לוח 21). רגרסיה דומה חושבה למציאת הקשר של צפייה בריאליטי למידת הרצון לפיקוח על תוכניות ריאליטי בפיקוח על משתני הבקרה. ברגרסיה זו נמצא שככל שהנחקר דתי יותר וצופה פחות בטלוויזיה כך הוא תומך יותר בפיקוח. לעומת זאת, נמצא קשר חיובי בין צפייה בריאליטי לבין התמיכה בפיקוח על הז'אנר כך שמי שמדווח על יותר צפייה חושב שיש מקום לפקח על הפקת התוכניות ושדורן.

לוח 21: הקשר בין צפייה בתכניות מציאות, ביקורת ופיקוח

פיקוח β (SD)	ביקורתיות β (SD)	משתנים בלתי תלויים
.07 (.14)	.03 (.10)	מין
-.00 (.00)	.06 (.00)	גיל
-.16** (.09)	-.08 (.07)	מידת דתיות
-.02 (.02)	.05 (.02)	שנות לימוד
-.13** (.06)	-.01* (.0.5)	צפייה בטלוויזיה
.18** (.14)	-.03 (.10)	צפייה בריאליטי
528	531	N
.07	.01	Adjusted R Square

$p < .01^{**}$; $p < 0.5^{*}$

תפיסת ריאליזם בתכניות מציאות

בדקנו את תפיסות הציבור לגבי 'המציאותיות' של תכניות המציאות. על השאלה "תכניות במציאות מייצגות מצבים אמיתיים מחיי היום יום" ענו 61.9% מהנחקרים כי אינם מסכימים במידה זו או אחרת. [תשובות 1-4 בסולם 1-7 כאשר 1 פירושו "בכלל לא מסכים" ו-7 פירושו "מסכים מאוד"]. 62.7% מהנחקרים לא הסכימו במידה זו או אחרת עם השאלה "מעשי ודברי המתמודדים/ות בתוכניות המציאות הם תוצאה של רצונם האישי ושל אישיותם ולא של תכתיבי ההפקה" (לוח 22).

לוח 22: תפיסת ריאליזם בתכניות מציאות

מימד	ממוצע (1-7)	% הלא מסכימים (1-4 בסולם 1-7)
תכניות המציאות מייצגות מצבים אמיתיים מחיי היום יום	3.66	61.9%
מעשי ודברי המתמודדים/ות בתוכניות המציאות הם תוצאה של רצונם האישי ושל אישיותם ולא של תכתיבי ההפקה.	3.67	62.7%
התוצאות של תכניות המציאות ידועות מראש ומכוונות על ידי ההפקה	4.31	48.2%
העריכה של הקטעים הסופיים אשר מופיעים בתכניות המציאות לא משקפת באמת את מה שקרה למתמודדים אלא משמשת בכדי ליצור דרמה קיצונית יותר.	4.64	41.4%

תיאורית האדם השלישי: "זה משפיע עליהם, לא עלי"

בתשובה לשאלה "באיזו מידה את/ה מוטרד/ת מההשפעות של תכניות המציאות בטלוויזיה על החברה הישראלית?" על סולם של 7 דרגות מ-1 (במידה מועטת) עד 7 (במידה רבה מאד) הייתה התשובה "מוטרד במידה מועטה מאד" השכיחה ביותר (בחרו בה 26.2% מהנשאלים). ממוצע של 3.52 (מסולם של 7).

לגבי השאלה "באיזו מידה לדעתך אנשים אחרים מוטרדים מההשפעות של תכניות המציאות בטלוויזיה על החברה הישראלית" ענו רק 14.9% מהנחקרים כי האחרים מוטרדים "במידה מועטה מאוד". עם זאת בחישוב ממוצעים נראה כי הרמה בה הנחקרים מוטרדים מההשפעות של תכניות המציאות על החברה הישראלית (ממוצע 3.72 מסולם של 7) רק במעט נמוכה מהערכתם את הרמה בה אחרים מוטרדים מתכניות אלה.

לעומת זאת, כצפוי על פי תיאורית האדם השלישי, הנשאלים האמינו שהם מושפעים מתכניות המציאות (ממוצע 2.32) הרבה פחות מאחרים (ממוצע 4.18). בעוד שלמעלה ממחצית מהמראיינים (52.9%) טוענים כי הם מושפעים מתכניות המציאות בטלוויזיה ב"מידה מועטה מאוד", רק 11.1% מהם חושבים כי האחרים מושפעים במידה מועטה מאוד.

התמודדות בתכניות מציאות

לשאלה "באיזו מידה היית מוכן להתמודד בתכניות מציאות" (1 מידה מועטה מאוד 7 מידה רבה מאוד) ענו למעלה ממחצית מהנחקרים (52.9%) כי היו מעוניינים להתמודד בתכניות מציאות "במידה מועטה מאוד", רק 9.3% מהנחקרים אמרו כי היו רוצים להשתתף בתכניות מסוג אלה "במידה רבה מאוד" (ממוצע נמוך: 2.60). 35% מהנחקרים הצהירו כי היו שמחים במידה מועטה מאוד אם אחד מבני משפחתם היה מתמודד בתכניות מציאות (ממוצע 3.40) ו 27% אמרו כי היו שמחים במידה מועטה מאוד אם אחד מחבריהם היו מתמודד בתכניות אלה, 19.7% מהנחקרים היו שמחים במידה רבה מאוד אם אחד מחבריהם היה מתמודד בתכנית מציאות (3.89). ניתן לשים לב, שגם בכל הקשור להתמודדות בתכנית, המרואיינים מרחיקים את ההשתתפות מעצמם וממשפחתם ו'מאחלים' אותה לחבריהם. השתתפות בתכנית מתקבלת (לגיטימית) עבור האחר אבל פחות מתקבלת עבור הנשאל ובני משפחתו. עם זאת, עדיין יש לאנשים רתיעה מהשתתפות בתכניות מציאות כי גם כאשר הם מעידים על חבריהם, הם עדיין נותנים ציון ממוצע נמוך יחסית (3.89).

רוב הנחקרים העידו (שכח, 21.2%) כי הם אוהבים תכניות מציאות במידה מועטה מאוד בהשוואה לסוגות אחרות (חדשות, ספורט, קומדיות או דרמות).

תפיסת המרחב הפרטי

לבסוף הצגנו למרואיינים את אותם נושאים שנמצאו פרטיים בשאלון הראשון ואשר זוהו כבולטים בניתוח תוכן ושאלנו אותם, לגבי כל אחד מהנושאים, באיזו מידה, לדעתם, ראוי שהם יישארו בתחום הפרטי. המרואיינים היו צריכים לתת ציון בין 1 ל - 7, כאשר 1 פירושו "הנושא חייב להיות פרטי" ו - 7 "הנושא יכול להיות מאוד ציבורי" (לוח 23).

לוח 23: מה נחשב כחשיפה מטרידה

מימדי הפרטיות	אחוז המשיבים שבחרו בתשובות 1-3 כלומר טענו שהנושא צריך להיות פרטי
סיפור על מקרה שבו סידרת מישהו בכדי להתקדם ¹	70.5%
פרטים לגבי הזוגיות שלך ²	85.7%
איך את/ה מרגיש/ה לגבי המשקל שלך	59%
כישלונות ביחסים שלך עם בני המין השני ²	80.4%
מקרה שבו את/ה רימית מישהו ¹	75.6%
הנטיות המיניות שלך ³	81.4%
מצוקות נפשיות שמהן את/ה סובל/ת ²	80.9%
מריבות משפחתיות שיש לך ²	84.2%
ההרגלים המיניים שלך ³	85.4%
מריבות שהיו לך עם חברים או שותפים ²	71.8%
דברים או אירועים שגורמים לך לבכות ²	69.8%
מקרה שבו התעמתת עם מישהו באופן מילולי (קללות, העלבות, צעקות) ¹	65.7%
מקרה שבו התעמתת עם מישהו באופן פיסי (איומים, דחיפות, מכות) ¹ .	68.2%

הקשר בין צפייה בתכניות מציאות ותפיסת פרטיות

על סמך תדירות הצפייה בכל תוכנית אשר נמדדה בשאלון זה (לוח 18). יצרנו לכל נחקר משתנה כללי של חשיפה לפרטיות ועוד שלשה משתנים: חשיפה למיניות בתכניות מציאות, חשיפה למניפולציות בתכניות מציאות וחשיפה למצוקות בתכניות מציאות. משתנים אלו חושבו ע"י מכפלה של תדירות הצפייה בכל תוכנית ברמת העיסוק של התוכנית בפרטיות ובכל אחד מן הממדים לחוד (מניפולציות, מצוקות ומיניות).

¹ המדדים שקובצו למשתנה - מניפולציות

² המדדים שקובצו למשתנה - מצוקות

³ המדדים שקובצו למשתנה - מיניות

בשאלון כאמור נבחנו עמדות של גישות לפרטיות בנושאי מיניות, מצוקות ומניפולציות (לוח 23). לכל נחקר חושב ממוצע התשובות על הפריטים שנכללו בכל ממד של פרטיות, כמו גם יחס לפרטיות בכלל. משוואות רגרסיה נבנו לניבוי עמדות כלפי פרטיות וכלפי כל אחד מהממדים כפונקציה של צפייה. בשליטה על מין הנחקרים, גילם השכלתם, מידת דתיותם ומידת הצפייה שלהם בטלוויזיה. מלוח 24 אנו לומדים כי חשיפה למיניות, מניפולציות ומצוקות בתכניות מציאות איננה קשורה לעמדות של הצופים כלפי נושאים אלה. עם זאת, נמצא, באופן עקבי, כי צפייה מרובה בטלוויזיה (ולאו דווקא בתכניות מציאות) גורמת לצופים להיות פחות רגישים לשיחות על כל שלושת האלמנטים של פרטיות שנבחנו במחקר: מיניות, מניפולציות ומצוקות (וכן לפרטיות כסכום שלושת האלמנטים). מכאן שככל שאנשים צופים יותר בטלוויזיה כך הם מאמינים פחות שעל נושאים אלה להישאר פרטיים והם רגישים פחות לעיסוק ציבורי במיניות, מצוקות ומניפולציות.

לוח 24: ניבוי עמדות כלפי פרטיות, מיניות, מניפולציות ומצוקות

משתנים בלתי תלויים	עמדות כלפי פרטיות Beta (SD)	עמדות כלפי מיניות Beta (SD)	עמדות כלפי מניפולציות Beta (SD)	עמדות כלפי מצוקות Beta (SD)
מין (1 - גבר; 2 - אישה)	.074 (.098)	.144** (.124)	.079 (.125)	.017 (.104)
גיל	.135** (.003)	.146** (.004)	.101* (.004)	.122** (.003)
מידת דתיות (1 - חרדי; 2 - דתי; 3 - מסורתי; 4 - חילוני)	-.027 (.064)	-.056* (.082)	.095* (.083)	.017 (.069)
השכלה	.050 (.016)	.049 (.020)	.003 (.020)	.063 (.017)
צפייה בטלוויזיה	-.132** (.041)	-.119** (.051)	-.129** (.052)	-.103* (.043)
צפייה בתכניות מציאות	.005 (.032)	.034 (.037)	-.040 (.051)	-.055 (.022)
N	545	543	544	547
Adjusted R Square	.034	.050	.037	.021

$p < .01^{**}$; $p < 0.5^{*}$

סיכום הממצאים, לקחים ותרומת המחקר לקביעת מדיניות הרשות

הצלחת הסוגה (ז'אנר) של תכניות הריאליטי בעולם כולו עוררה עניין מחקרי: חוקרים רבים ובעיקר בארה"ב ניסו לעמוד על מאפייני סוגה זו, על קהליה, על תכנים ומסרים הצפונים בה, על השפעותיה על הקהלים ועל תרומותיה או נזקה התרבותיים, הנורמטיביים והחברתיים. למרות המחקר הרב בתחום מעט יחסית ידוע לגבי ההשלכות החברתיות של תוכניות המציאות. גם בישראל תחום זה טרם נחקר דיו, כנראה בגלל החדשנות בשידורי תכניות מסוגה זו. המחקר המתואר לעיל בא להניח תשתית אמפירית לבדיקת היבטים שונים של תכניות הריאליטי בישראל תוך שימוש השוואתי במחקרים שנערכו בתחום זה בחברות אחרות ויישום מתודות שפותחו לשם כך במחקרים שכבר נערכו בעולם (תוך התאמתם הנדרשת לקונטקסט הישראלי). המחקר המוצע מציע השערה ספציפית לגבי ההשלכות של צפייה בריאליטי על תפיסות של פרטיות אך ואינו מתמקד רק בפן זה של תופעת תוכניות הריאליטי.

מטרתו של מחקר זה הוא בדיקת תכניות הריאליטי מבחינת טשטוש התחומים שבין הפרטי לציבורי. הטענה הייתה שלעומת תוכניות בדיוניות שעסקו בפרטי אך נתפסו כבדיוניות או תוכניות מציאותיות שהתמקדו בעיקר בנושאים ציבוריים, תכניות הריאליטי מייצגות זן חדש של תוכן טלוויזיוני. השילוב של תוכניות שמנסות לייצג מציאות אך עוסקות בנושאים פרטיים הוא המצדיק את הצורך לבדוק את השפעתן של תוכניות אלה. בשלב הראשון ערכנו בדיקה כללית של עמדות ותפישות הציבור לגבי גבולות המרחב הפרטי בכדי שהחלוקה תתבסס על תשתית אמפירית מוצקה. מניתוח ראשוני זה עולים בבירור חמישה מימדים (או עולמות תוכן) ברורים. הראשון הוא של "מיניות" ואליו מתקשרים כל ההיבטים של הרגלים מיניים, העדפות מיניות וכדומה. המימד השני הוא של "מצוקות אישיות" (בעיות רפואיות, בעיות משקל, מצוקות נפשיות, מריבות משפחתיות). המימד השלישי הוא של "דעות ואמונות אישיות" (פוליטיות, דתיות), הרביעי הוא של "הרגלי אכילה ושתיה" ולבסוף המימד החמישי הוא של "מניפולטיביות" (לסדר מישו, לרמות מישו). בניתוח הגורמים המתקדם שערכנו (מסביר 68% מהשונות בעזרת 3 פקטורים או עולמות תוכן) זוהו שלושת מימדים שנחשבו כחשובים בעיני הציבור וגם מהווים עולמות תוכן קוהרנטיים של המרחב הפרטי:

מימד 1: מיניות: הרגלים מיניים, העדפות מיניות וכדומה

מימד 2: מצוקות: בעיות רפואיות, בעיות נפשיות, בעיות כלכליות, בעיות ביחסים עם אחרים

מימד 3: מניפולטיביות: לרמות מישו, לסדר מישו.

שלושת מימדים אלה הנחו אותנו בהמשך המחקר כהגדרה מוצקה של תחומים שנתפשים כפרטיים בישראל של ימינו. הסקנו שעיסוק ציבורי (דהיינו: טלוויזיוני) בתחומים אלה נחשבים בעיני הציבור כפוגעים במרחב ולכן אלה המימדים שהדריכו את ניתוח התוכן של תכני הטלוויזיה שערכנו בשלב השני.

חשוב לציין כי כבר בסקר הראשון מצאנו פופולאריות רבה לתכניות המציאות אולם למרות הפופולאריות הרבה, ואולי במידה מסוימת בגלל זאת, יש ביקורת ציבורית לא מועטה על תכניות אלה. ל 46.9% מהנשאלים יש ביקורת מסוימת על התוכניות או על חלקן. אם נחשב אחוז זה מתוך אלה שיש להם דעה הרי שאחוז המבקרים גבוה: 284 מתוך 453 (62.7%) שחיוו דעתם הביעו בקורת זו אחרת על תוכניות הריאליטי. יתר על כן, רבים מהנשאלים מייחסים השפעות שליליות לתוכניות אלה על החברה הישראלית. מצאנו כבר בסקר הראשון כי בקורת ציבורית על

תוכניות ריאליטי נמצאה במישורים שונים אולם היא גבוהה יותר בתחומים של מציצנות, חומרנות (רווחים קלים), מניפולטיביות והפרת צנעת הפרט.

בשלב השני ביקשנו לבדוק באיזו מידה התחומים שיש אי נוחות רבה מחשיפתם, כגון, אינטריגות, כשלים ביחסים בינאישיים, מצוקות וקשיים, יחסים מיניים ועוד, נוטים להופיע בתכניות מציאות. בדקנו מדגם מייצג ואקראי של 31 פרקים שנדגמו מתוך 10 תכניות מציאות שונות אשר שודרו בשנים האחרונות (2003-2006) בערוצים 2 ו 10. וכן 9 פרקים שנדגמו מתוך 3 תכניות שאינן תכניות מציאות, אשר שימשו כקבוצת ביקורת. התחומים שהציבור הביע אי נוחות מחשיפתם בסקר המקדים, קובצו כאמור, לשלושה עולמות תוכן: מיניות, מניפולטיביות ומצוקות, כל עולם תוכן כזה נפרט למדדים פשוטים (קטגוריות, שאלות) בדף הקודים לניתוח תוכן.

מצאנו בתכניות הריאליטי שכיחות גבוהה של כל שלושת מרכיבי החדירה למרחב הפרטי וזאת בהשוואה לתכניות שאינן ריאליטי. על מנת לקבל תמונה כללית יותר לגבי ההבדלים במידה שבה תכניות מציאות עוסקות בנושאים הנחשבים כנושאים בתחום הפרטי לעומת המידה בה תכניות אחרות עוסקות בנושאים אלה, קיבצנו את שלושת המשתנים: מיניות, מניפולציות ומצוקות למשתנה אחד – פרטיות, שחושב כממוצע שלושת המשתנים. ערכנו מבחן t למדגמים בלתי תלויים ומצאנו הבדלים מובהקים כך שמספר האלמנטים שמייצגים תכנים פרטיים בתכניות מציאות ($M=3.11$, $SD = 1.11$) גבוה פי שניים מהופעת אלמנטים אלה בקבוצת הביקורת (תכניות שאינן תכניות מציאות) ($M=1.55$, $SD= 1.05$). השווינו תכניות שונות ואת כל הסוגה יחד ותמיד נמצאו הבדלים גבוהים וברובם משמעותיים סטטיסטית. ניתן לסכם כי תכניות המציאות גבוהות בשלושת הממדים, מיניות, מניפולציות ומצוקות אישיות - מקבוצת הביקורת.

על בסיס ניתוח התוכן ניגשנו לסקר נוסף שנועד לבחון את ההשפעות של צפייה בתוכניות ריאליטי. גם הפעם בדקנו את הפופולאריות של תכניות הריאליטי ועמדות הציבור. כמו בסקר הראשון נמצא כי הביקורת הציבורית על סוגה זו גבוהה ומתמקדת במימדים שונים הקשורים לפרטיות. בסקר השני בדקנו גם את המידה בה הביקורתיות מיתרגמת לדרישה ציבורית לפיקוח. בתשובה לשאלה "באיזו מידה לדעתך יש מקום לפקח על הפקת תכניות המציאות?" על סולם של 7 דרגות, מ 1 (במידה מועטה מאוד) עד 7 (במידה רבה מאוד) הייתה התשובה "יש לפקח במידה רבה מאוד" השכיחה ביותר (בחרו בה 19.1% מהנשאלים). 268 נשאלים מכלל המדגם בחרו בדרגות 5 ומעלה: כלומר 44.5% מהנשאלים חושבים שיש מקום לפקח על תכניות המציאות ברמות שמעל לבינונית. עוד נמצא קשר מובהק וחיובי בין צפייה לפיקוח: ככל שצופים יותר בתכניות מציאות כך דורשים יותר פיקוח. עם זאת, הדרישה לפיקוח אינה כוללת הפחתה בכמות התוכניות אלא התמקדות במרכיבי תוכן מסוימים. ניתן ללמוד כי המרואיינים חושבים פחות שיש להגביל את מספר תכניות המציאות המשודרות (ממוצע 3.68) או את זמני שידורן (3.80) אך יותר שיש להטיל עליהן פיקוח (4.29) ולהקים גוף שיהיה אחראי למניעת התנהגות לא אתיות בתכניות אלה (4.51). נראה כי ההבחנה היא שאין שאיפה לפקח על השידור אלא ההפקה ומכאן שהציבור אינו רואה את הבעיה בעצם קיומן ושידורן של התוכניות אלא בחלק מן התכנים ודרכי ההפקה.

לבסוף, למרות העמדות השליליות של הציבור כלפי תוכניות המציאות והדאגה מהשפעותיהן, לא נמצא הוכחה ברורה לקיומה של השפעה כזאת במחקר. למרות המאמץ לבנות מודל שישקלל גם את כמות הצפייה בכל תוכנית וגם את מידת העיסוק של כל תוכנית בתכנים

הבעייתיים, וינבא את תפיסות הפרטיות של כל צופה, לא נמצאה הוכחה שאכן יש קשר בין כמות הצפייה לבין נורמות של פרטיות.

כמובן שחשוב לציין שיש קושי עצום בזיהוי השפעות תקשורת במחקר מסוג זה (שנערך בנקודת זמן סטטית), שכן השפעותיה של התקשורת הן מורכבות מאוד ופועלות בתוך חברה ותרבות ולכן קשה לבדוד השפעה של צפייה בתוכנית או מספר תוכניות על ערכים בסיסיים. המחקר הנוכחי שעשה שימוש במספר אלמנטים מתודולוגיים מתקדמים למדי (כגון שילוב של סקרים וניתוח תוכן), סובל כמו שאר המחקרים בתחום זה של השפעות התקשורת ממספר בעיות שמגבילות את יכולתו לזהות אפקטים גם כאשר הם קיימים. ראשית, במחקר זה כמו ברוב המחקרים רחבי ההיקף, מידת הצפייה בתכני ריאליטי שהיא המשתנה המרכזי אותו חוקרים, נמדדה באמצעות דיווח עצמי ולמרות כל המאמצים הדיוק של המדידה מוטל בספק. פשוט, צפייה בטלוויזיה היא התנהגות רוטינית ואנשים מתקשים לזכור בדיוק כמה צפו בתוכנית מסוימת לאורך זמן, ולכן המדידה של צפייה בטלוויזיה היא ברזולוציה נמוכה (4 דרגות). זהו הכרח בכדי שהמחקר יהיה תקף, אך מדידה זאת אינה מאפשרת דיוק מספיק בכדי לזהות אפקטים שאינם גדולים מאוד. מדידה טובה יותר של צפייה (בעזרת תצפיות או יומנים) הייתה משפרת את הסיכוי למצוא אפקטים, אך היא יקרה ומסובכת מאוד. כמו-כן, המחקר הנוכחי לא לקח בחשבון את אינטנסיביות העיסוק בפרטיות בתוך כל תכנית. לבסוף, המחקר הקיף רק את התוכניות שהרשות השנייה אחראית להן ולא את מה ששודר בכבלים ובלוויין ואת הסדרות המיובאות הרבות המשודרות בארץ. לסיכום, עקב כל הבעיות הנ"ל אין להסיק ממחקר זה שאין השפעות של תוכניות ריאליטי על נורמות של פרטיות אלא רק שלא נמצאה עדות לאפקט כזה במחקר הנוכחי. יש בהחלט מקום למחקרים אחרים שימשיכו לבחון האם וכיצד יש לתוכניות המציאות השפעה על המרחב הפרטי בישראל.

השלכות: ממצאי המחקר מגלים כי מידת הפופולאריות של תוכניות הריאליטי כרוכה גם בביקורתיות של הצופים. עיקרה של הביקורת מתמקד במימדים ספציפיים של טשטוש תחומים בין פרטי לציבורי ובעיקר באלה של מיניות, מניפולציות ומצוקות אישיות. הימצאותם השכיחה של מימדי תוכן אלה בתוכניות ריאליטי רבות, כפי שנמצא בניתוח תוכן, מעלה את השאלה על מידת הצורך בהתערבות או פיקוח שיפחית פגיעה זו בפרטיות. הצופים עצמם מעדיפים פיקוח ברמת התוכן אך לא בפגיעה בסוגת הריאליטי, לא בהפחתת תוכניות או שעות שידור. יש בכך איתות ברור לרשות השנייה כי מעורבות של הרגולטור צריכה להתמקד ביצירת מודעות לביקורת הציבורית בין המפיקים, הזכיינים והיוצרים. מודעות זו, בליווי נאות של הרגולטור עשויה להניב שינוי תכנים שלא יפגע בתוכניות הריאליטי ועם זאת ימזער את המימדים הלא נאותים (אף לדעת הצופים הקבועים בתוכניות אלה). עצם העובדה כי יש תוכניות ריאליטי שזוכות לפופולאריות גבוהה בשני הסקרים שערכנו אך אינן "מצטיינות" בפגיעה במימדי החדירה לפרטיות – מעידה כי ניתן ליצור, להפיק ולהצליח בסוגת הריאליטי גם ללא חדירה מצינית ומניפולטיבית למרחבים הפרטיים. ניתן להערכתנו להשתמש בממצאי מחקר זה כבסיס להשוואה עתידית וללמוד מכך על שינוי בתכני סוגה זו, על עמדות הציבור כלפיה ועל הצלחת המלצותינו לגבי פיקוח ציבורי בסוגיות הפרטיות והתכניות הריאליטי.

לסיכום, למחקר זה יש השלכות רבות על מדיניות הרשות השנייה במישורים שונים :

1. "הכרת השטח" : מיהם הקהלים הצופים, מהן סוגי התכניות, מיון התכניות בסוגה לפי מימדים שונים, מניעי צפייה, עמדות הצופים ועוד.
2. בחינה אמפירית של מימדים בעייתיים של סוגת הריאליטי : אפיון תכניות על רצפים של פרטי/ציבורי, של מציאותי/מבוים, של הוגן/מניפולטיבי. הכרת עמדות הציבור כלפי מימדים בעייתיים.
3. בסיס השוואתי : המחקר יספק לרשות מסד נתונים מישראל ומחברות אחרות לגבי סוגת הריאליטי, תכניה, סוגי התכניות, קהלים ותפישותיהם.

מקורות

קליין, אורי (2004). "מסמך אנושי מזעזע", הארץ, 6.11.2004, ע' 23.

Auter, P. J. (1992). TV that talks back: an experimental validation of a parasocial interaction scale. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 36, 173-81 .

Caldwell, J. (1995). *Televisuality: Style, crisis and authority in American television*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Calvert, C. (2000). *Voyeur nation*. Boulder, Colorado: Westview Press .

Cohen, J. & Gabriel W, (2000). Cultivation Revisited: Some Genres Have Some Effects on Some Viewers, *Communication Reports* 13: 99-114.

Gerbner, George. (1969). "Toward 'Cultural Indicators': The Analysis of Mass Mediated Message Systems." *AV Communication Review*, 17(2), 137-148 .

Gerbner, G. (1990). Epilogue: Advancing on the path of righteousness (maybe). In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 249-262). Newbury Park, CA: Sage.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America: Violence profile no.11, *Journal of Communication*, 30, 10-29.

Katriel, T. (2004) *Dialogic Moments: From Soul Talks to Talk Radio in Israeli Culture*. Detroit: Wayne State University Press (Raphael Patai series on Jewish Folklore and Ethnography .)

Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis*. Beverly Hills: SAGE

Nabi, R.L., Biely, E.N., Morgan, S.J. & Stitt C.R. (2003). Reality-based television programming and the psychology of its appeal, *Media Psychology*, 5, 303-330.

Prose, F. (2004). Voting democracy off the island: Reality TV and the republican ethos, *Harper's Magazine*, March 2004.

Reiss, S. (2000). *Who am I; The 16 basic desires that motivate our actions and define our personalities*. New York: Tarcher/Putnam.

Reiss S. & Wiltz, J. (2004). Why people watch reality TV, *Media Psychology* 6, 363-378.

Rossmann, Constanze & Brosius, Hans-Bernd (2004). The problem of causality in cultivation research. *Communications*, 29, 379-397.

Weimann, G., (2000). *Communicating Unreality: Mass Media and Reconstruction of Realities*, Thousand Oaks, CA: Sage.

נספחים

נספח 1: דף קודים לניתוח תוכן של תכניות ריאליטי (CODEBOOK)

מיקום המשתנה ושמו	קטגוריות המשתנה	המשתנה
1-2 program	1. קחי אותי שרון 2. השגריר 3. דוגמניות 4. לרדת בגדול 5. רוקדים עם כוכבים 6. רצים לדירה 7. כוכב נולד 8. אמא מחליפה 9. 48 שעות 10. המראה 11. החיים זה לא הכל 12. מי רוצה להיות מיליונר 13. עובדה	1. שם התכנית
3-4 Value1 5-6 Value2 7-8 Value3	1. הצלחה כלכלית 2. שורשיות, ידיעת הארץ ונופיה 3. חכמה ואינטליגנציה 4. קבוצתיות ועזרה לזולת 5. משפחתיות 6. קריירה מוצלחת 7. מין ומיניות 8. תחרות, קונפליקטים בינאישיים ניצחון 9. כושר גופני 10. יופי ואסטיטיקה 11. זוגיות ומערכות יחסים רומנטיות 12. כישרון 13. אחר	2. מה היו הערכים העיקריים שהודגשו בתכנית? (לסדר כתיבת הערכים אין משמעות)
9 celeb	1. לא 2. כן 3. גם אנשים מוכרים וגם אנשים לא מוכרים	3. האם המתמודדים היו אנשים מוכרים (מוכרים = שחקנים, סלבריטאים בתחומים שונים)?
10 skills	1. לא 2. כן	4. האם על מנת להצליח בתכנית נדרשו המתמודדים לכישרונות או לכישורים כלשהם (ריקוד, שירה, כושר גופני, ידע כללי, ידיעת הארץ, פוטוגניות או אחר)?
11 Judges	1. לא 2. כן	5. האם השתתף בתכנית צוות שופטים?
12 mix	1. לא 2. כן, מספר זהה של גברים ונשים 3. כן, יותר גברים מנשים 4. כן, יותר נשים מגברים	6. אם התשובה לשאלה 5 היא "כן", האם בצוות היו גם גברים וגם נשים?
13 compet	1. לא 2. כן, מהות התכנית היא תחרות בין המתמודדים (בעיקר לשם קבלת פרס כלשהו והכרזה על מנצח) 3. כן, לעיתים נערכו תחרויות שלא היו מרכזיות לתכנית	7. האם בתכנית נערכה תחרות בין המתמודדים?
14 wi	1. מפיקי התכנית והמשתתפים בה (כולל שופטים וקהל באולפן) 2. הצופים בבית	8. אם התשובה בשאלה 7 היא "כן", מי הכריע את התחרויות?
15 Location	1. מתחם שהוקצה במיוחד (וילה, בית מלון, חדר ישיבות) 2. אולפן 3. ביתם הפרטי של המשתתפים 4. נעו בין מספר אתרי צילום	9. היכן בעיקר צולמה התכנית?
16 Home	1. לא 2. כן	10. האם צולמו המתמודדים גם בביתם הפרטי?

17 Monolog	1. לא 2. כן	11. האם ניתנה הזדמנות למתמודדי התכנית לחשוף את עצמם ולדבר על תחושותיהם ורגשותיהם?
18 family	1. לא 2. כן	12. האם נראו או הוזכרו בני משפחה (הורים, אחים, ילדים, סבים, דודים, אחיינים) של המשתתפים בתכנית?
19 famlocation	1. בביתם הפרטי 2. באולפן / במקום התרחשות התכנית 3. גם בבית וגם באולפן 4. לא ידוע	13. אם <u>נראו</u> בני משפחה בתכנית, היכן צולמו?
20 Origin1 21 Origin2 22 Origin3	1. יוצאי חבר העמים 2. יוצאי אתיופיה 3. ערבים	14. מבין המתמודדים בתכנית, האם הופיעו
23 motza	1. לא 2. כן 3. כן, יותר ממוצא אחד	15. האם הוזכר או הודגש מוצאו של אחד מהמשתתפים?

24 sex	1. לא 2. כן	16. האם דיברו המשתתפים בתכנית על יחסי מין (במרומו או במפורש)?
25 Sexorgan	1. לא 2. כן	17. האם דיברו או הזכירו המשתתפים בתכנית את גודל איברי המין וצורתם, כולל התייחסות לחזיונות ותחתונים המכסים אברים גוף אלה?
26 intim	1. לא 2. כן	18. האם נראו בתכנית יחסים אינטימיים בין המשתתפים (נשיקה, חיבוק, התגפפויות, אין הכוונה לחבוקים חבריים או חיבוקי תמיכה)?
27 provo	1. לא 2. כן	19. האם לבשו המשתתפים בתכנית בגדים חשופים החושפים או מבליט איברים אינטימיים?
28 Sexexpose	1. לא 2. כן	20. האם התבקשו המשתתפים להוריד, במהלך שידור התכנית, חלק מבגדיהם (ונשאו עירומים למחצה / בבגדים תחתונים / בגדים)?
29 Sextend	1. לא 2. כן, הומו / לסבית 3. כן, סטרייט	21. האם הוזכרו בתכנית (במפורש) הנטיות המיניות של אחד/ת מהמשתתפים?
30 Famlystat	1. לא 2. כן	22. האם הוזכר או הודגש מצבו המשפחתי של אחד מהמשתתפים (רווק/ גרוש/ נשוי/ אלמן)?
31 negmanip	1. לא 2. כן	23. האם מתמודד בודד או חבורה של מתמודדים דיברו על האפשרות להתאחד ולשתף פעולה עם משתתפים מסוימים (יצירת קואליציות וקומבינות) על מנת לקדם את עצמם או לפגוע באחרים?
32 scream	1. לא 2. כן	24. האם מישו מהמשתתפים בתכנית, צעק, קילל, השתמש במילים גסות או בתנועות מגוונות?
33 attack	1. לא 2. כן	25. האם בתכנית הותקף משתתף מסוים (או משתתפים) באמצעות העלבה, האשמה, התגרות או הכפשה (בפניו או שלא בפניו)? ביקורת שלילית
34 force	1. לא 2. כן	26. האם בתכנית נראתה או הוזכרה הפעלת כוח פיזי של משתתף אחד על משתתף אחר או נשמע איום בהפעלת כוח (<u>לא כולל סגנון דיבור כוחני</u>)?

35 problem	1. לא 2. כן	27. האם הייתה בתכנית התייחסות לבעיות רפואיות של אחד או יותר מהמשתתפים ו/או של בני משפחתו?
36 econprob	1. לא 2. כן	28. האם הייתה בתכנית התייחסות למצב כלכלי של אחד או יותר מהמשתתפים?
37 klita	1. לא 2. כן	29. האם הייתה בתכנית התייחסות לבעיות קליטה בארץ, לקושי בהשתלבות חברתית, לתחושה של אי שייכות של אחד או יותר מהמשתתפים?
38 soul	1. לא 2. כן	30. האם הייתה בתכנית התייחסות למצוקה נפשית כולל אירוע שגרם לסבל נפשי (כולל מצוקה שנבעה מהתכנית)?
39 loss	1. לא 2. כן	31. האם אחד המשתתפים דיבר על שכול שחווה בחייו (או הזכירו בפניו או שלא בפניו אובדן שחווה)?
40 socio	1. לא 2. כן	32. האם הוזכר בתכנית מקום מגוריו של אחד המתמודדים בהקשר שלילי?
41 chase	1. לא 2. כן	33. האם אחד המשתתפים הרגיש כי הוא 'נרדף' או מנודה על ידי האחרים?
42 famconnection	1. לא 2. כן	34. האם אחד המשתתפים סיפר על קשריו המשפחתיים, יחסים עם הורים, אחים, דודים, סבים או ילדים?
43 partner	1. לא 2. כן	35. האם אחד המשתתפים סיפר על זוגיותו, על כמיהתו לזוגיות, על קושי שיש לו ביצירת מערכת זוגית או על קשיים שיש לו במערכת זוגית קיימת?
44 cry	1. לא 2. כן	36. האם נראו בתכנית משתתפים בוכים או מוחים/נחנקים מדמעה?
45 refusesay	1. לא 2. כן	37. האם היו משתתפים אשר סירבו לדבר על נושא כלשהו או לבצע משימה כלשהי אשר הוטלה עליהם (כולל הבעת סירוב ראשונית ולאחר מכן התרצות וביצוע המשימה)?
46 advertising	1. לא 2. כן	38. האם מופיע פרסום סמוי למוצר אחד או יותר או לשירותים שונים (מוצר שיכול להתפרש כפרסומת)?
47 coder	מספר סידורי של מנתח/ת תוכן	39. מנתח/ת תוכן

נספח 2: דף הערות ל codebook

1. הגדרת מושגים חשובים:

"**מתמודדים**" - לרוב, המתחרים, האנשים אשר לקחו חלק פעיל מבחינת משימות התכנית.
"**משתתפים**" - כולל מתמודדים, שופטים, קהל, כל מי שנראה על המסך במהלך שידור התכנית.
ב"החיים זה לא הכל" - מתמודדים ומשתתפים = **שחקנים**
ב"עובדה" יהיה צוות התכנית ונושאי התחקיר, אם בהם יהיו משתתפים אנונימיים, אז נתייחס אליהם כאל מתמודדים.
ל"מי רוצה להיות מיליונר" נתייחס כמו תכניות הריאליטי

2. יחידת הניתוח היא תכנית: אנו מנתחים את התכנית עצמה כולל את התזכורות של פרק לפני ופרק אחרי המופיעות בתחילת ובסוף כל פרק

• עלינו להניח כי אנו רוצים לקבל את התמונה הכללית של התכנית, את העיקר, את התנהגות הרוב ולזכור שיחידת הניתוח שלנו היא **תכנית** ולא סצנות ספציפיות: אם פעם אחת מוזכרים יחסי מין, אז יש התעסקות ביחסי מין.

3. הערות לפי שאלות:

שאלה 2. אם יש פחות משלוש, לסמן פחות. הסדר אינו חשוב.
לשים לב מה הכי בלט בתכנית, מהו המסר הדומיננטי
לגבי תשובה 3 "שורשיות, ידיעת הארץ ונופיה", הכוונה לאהבת הארץ, עיסוק בתכנים שונים הקשורים בה, לאומיות.

שאלה 3.
ב"רוקדים עם כוכבים" – הרקדנים נחשבים ללא מוכרים וסלבריטאים כמוכרים. תשובה "3".
ב"החיים זה לא הכל" כולם שחקנים וזה נכלל בתשובה "2".
אם מתמודד מוכר משתתף בתכנית ואינו מוצג ככזה, ז"א שה"ידוענות" שלו אינה מודגשת, אז נרשום שהוא אינו מוכר (כמו איתן שוורץ בשגריר).
ב"עובדה" אם יש גם תחקירים על אנשים אנונימיים (לא מוכרים) אז התשובה תהיה "3"

שאלה 10. נדע אם מדובר בביתו הפרטי של המתמודד רק אם הדבר מודגש במפורש בטקסט (הקריין או המנחה מציינים זאת, מצולם השלט על הדלת, המתמודד מציין שזהו חדרו או חלק אחר מביתו). גם אם השחקנים כמו ב"חיים זה לא הכל" משחקנים בביתם הפרטי (לכאורה) התשובה תהיה "2" (כן).

שאלה 11. מתייחסת לממדים בהם יש למתמודדים הזדמנות לדבר על עצמם ולחשוף את תחושותיהם הפנימיות ותכונות אישיות (בכל פרמט - מונולוג, ראיון או שיחה). אם מתמודד אחד בתכנית קיבל או לקח הזדמנות לדבר על עצמו, אזי התשובה תהיה "כן". שימו לב לעיתים יש התרחשויות שוליות בתוך ה"עלילה" הכללית. כמו ב"כוכב נולד" כאשר בין המתמודדים הרגילים משולב מסלול המבוגרים, אם שם קיימים מונולוגים/ראיונות/שיחות, חייבים לקחת אותם בחשבון.

שאלה 12. צריך לשים לב טוב לאזכור בני המשפחה, לרוב המראיין/שופט/מנחה שואל על בני המשפחה. הילה נחשון ב"רוקדים עם כוכבים" שואלת את סמי הורי האם **אשתו** נמצאת בקהל, האם היא קנתה לו מתנה וכו' - זהו אזכור בני משפחה. חברים לא נחשבים ל"בני משפחה". זאת אומרת אם ב"דוגמניות" הגיעו החברים של הבנות, זה לא נחשב לבני משפחה. אבל דודים, אחיינים, ילדים, הורים, סבים ובעלים/נשים נחשבים בני משפחה.

שאלה 13. הכוונה בבני משפחה, להורים, אחים, סבים וסבתות וגם לדודים ואחיינים (קשר דם). ב"רצים לדירה" מוזכר בפירוש דודו של רואי (הכבאי), הוא מצולם ולוקח חלק בסצנה המשודרת. אם בכוכב נולד מצלמים את אחיה של הדר עוזרי בחו"ל בביתו והוריה נמצאים באולפן, התשובה הנכונה תהיה "3" - גם בביתם הפרטי וגם באולפן

שאלה 14. השאלה רוצה לבדוק "חיצוניות", אין שיפוט. אם יש מתמודד אתיופי רואים זאת בשל צבע עורו, גם אם זה לא מוזכר בתכנית. אם יש מתמודד רוסי, שומעים מבטא ומתייחסים לשם, כנ"ל לגבי המתמודדים הערבים. מסמנים "1" (לא) לאין מתמודדים יוצאי חבר העמים/אתיופיה/ערבים ו"2" (כן) ליש מתמודדים כאלה.

שאלה 15. עליכם, במהלך הצפייה בתכנית, לכתוב את כל המוצאים המוזכרים על מנת שלא תפספסו אזכורים, לבסוף תוכלו לענות על השאלה: למשל, בפרק של "48 שעות" מזכירה המנחה את ה"קשת האשכנזית" ולאחת המתמודדות יש "לוק ברזילאי" ולכן התשובה תהיה "3" (כן, יותר ממוצא אחד).

ב"דוגמניות" שואלת אחת המתמודדות "האם הוא רוסי או אוקראיני" (תשובה "3"). ב"רוקדים עם כוכבים" לאחת המתמודדות הריקוד מתאים ל"מוצאה הארגנטינאי", ולסמי הורי היה "אלמנט מרוקאי" בתוך הריקוד האנגלי" והוא, לפי אחד השופטים "מרוקאי רקדן" (תשובה "3"). כאשר אומרים "לא ישראלי" - זהו לא ציון מוצא. ציון המוצא צריך להיות מפורש

שאלה 16. דיבור על יחסי מין כולל גם אזכור של דברים מרומזים: "סרט כחול" (יגאל ב"קחי אותי שרון"), "הייתי מוכנה גם בשירותים" (ריקי ב "48 שעות"). איזכור של סיטואציות המזכירות סקס ויחסי מין.

שאלה 17. התייחסות לאיברים אינטימיים, בגדים תחתונים (החוטני של אנה "רוקדים עם כוכבים") כולל דימויים שונים, ה"חבילה" של רועי מ"כוכב נולד". שימו לב, אם יש דיבור 'סלנג' שמאזכר איברי מין, זוהי לא כוונת השאלה. למשל, כשרונן אומר על שרון ש"יש לו ביצים..." - זוהי לא כוונה מינית אלא ביטוי, כמו "תפס תחת".

שאלה 19. לבוש חושפני הוא בגד ים (זה לא ברור מאליו שבכל תכניות הריאליטי מוצאים תמיד סיבה להלביש את המשתתפים בבגדי ים), הלבשה תחתונה, בגד ריקוד חשוף, חולצה עם מחשוף או חצאית קצרה = כל לבוש החושף איברים אינטימיים.

שימו לב, מדובר בלבוש חושפני של כל המשתתפים, אם המנחה ב"48 שעות" עומדת עם חולצה חשופה, זה לבוש חושפני. צריך לראות את התמונה כולה.

שאלה 20. להבדיל משאלה 19, זוהי סיטואציה בה המתמודדים מורידים את הבגדים ונשארים ללא חלק עליון (למשל, בשקילות ב 'לרדת בגדול') או בבגדים תחתונים/בגד ים. כמו האשה לקראת מדידות ניתוח שאיבת שומן המתפשטת מול הרופא או הבנות ב'דוגמניות' המצטלמות בהלבשה תחתונה. לא חייבים לראות את הורדת הבגדים אלא ההבנה שהמתמודדים, תוך כדי התכנית, מגיעים למצב של ללא בגדים, מניחה שהם התפשטו..

שאלה 21. מדובר באיזכור מפורש של המשתתף או של משתתפים אחרים אודות המשתתף. לא מספיק שאנו יודעים שגל אוהבסקי או מיקי בוגנים הם הומואים, צריכה להיות התייחסות מפורשת לכך בתכנית (אם הוא מדבר בלשון נקבה, זה גם איזכור מפורש, כי הוא רוצה שידעו מהי נטייתו). אם יש איזכור להומואים/לסביות ולסטריויטים, לסמן רק את "2", כן, הומו או לסבית.

שאלה 23. מתייחסת לכל האפשרויות בהן מתמודדים התאחדו והצהירו שהם מתאחדים מסיבות שונות: על מנת לקדם את עצמם, על מנת לעזור למשתתף חלש, על מנת לפגוע במתמודדים/אחרים. בכל מקרה, כל התאחדות מניחה שהמשתתף/ים דואגים לעצמם.

שאלה 25. העברת הביקורת נעשית לרוב בצורה מעליבה, גם אם לא בקרב כל המתמודדים, אז לפחות אצל חלקם ומשמעות הדבר שיש העלבה בתכנית (או השפלה). לדוגמא, ב'אמא מחליפה' גרסת האבות, כאשר האבא המחליף אומר לאמא שהיא לא עושה מספיק בבית, הוא מעליב אותה ובעצם גם מאשים אותה. היא מגיבה בדמעות ומאוד נעלבת מדבריו. ב"קחי אותי שרון" אחת החברות אומרת כי אחד הבחורים "אינו בליגה של שרון" הוא לא שומע זאת, אבל זוהי העלבה. כשריקי גל ב"כוכב נולד" אומרת להדר "חבל שאת לא שרה כמו שאת יפה" ו"תשני מקצוע" - היא מעליבה ומשפילה. כשתמי מ"48 שעות" אומרת למתמודדת השניה ש"יש לה עיני עגל", זאת העלבה.

שאלה 26. מדובר בהפעלת כוח הנראית לעין או תיאור של מעשה אלימות שהתרחש במהלך צילומי התכנית (כמו ב"דוגמניות") ולא שודר. ב"דוגמניות" הבנות מתארות בפירוט רב את הריב שלהם שכלל הרמת ידיים (זה "הוזכרה הפעלת כוח") כאשר מוריה (ב"שגריר") תופסת את אליאס בצוואר ומשתיקה אותו (על אף שהיא בחורה) - זו הפעלת כוח.

שאלה 28. מצב כלכלי = התייחסות להכנסה הכספית של אחד המשתתפים הן בהקשר חיובי והן בהקשר שלילי. עצם העיסוק בכסף. זה לא חייב להיות עוני אלא מצוקה כספית ספציפית שמעיד עליה משתתף ביחס לעצמו. מפת לחם ועד משכורת גבוהה שאינה מספיקה (סתם לדוגמא, כמו משפחה חורגת).

כאשר שרון ב"קחי אותי שרון" שואלת את אחד המועמדים מדוע הוא גר בבית, הוא אמר שזה בגלל ש"אין לו מיליון דולר..". ושהוא מתארגן ועובד לפרנסתו - זאת אומרת שיש התייחסות למצב כלכלי.

שאלה 29. מתייחסת רק לבעיות של **קליטה בארץ, קשיי שפה, השתלבות חברתית** (לדוגמא, כאשר כריסטין מ'הדוגמניות' אומרת שאחרי 6 שנים בארץ קשה לה עם השפה), השאלה תתייחס גם לבעלי המוצאים השונים, כגון תחושת אי שייכות של ניראל, המתמודדת הערבית מ'הדוגמניות'.

שאלה 30. מתייחסת גם למצוקות הנובעות מהתכנית עצמה. מספיק שהתכנית מעלה על פני השטח התנהגויות אישיות הנובעות מלחץ ומצוקה. זאת אומרת יש ביטוי למצוקה ולחץ ולא משנה מה מקורו.

שאלה 32. אם מדגישים שמות של עיירות פיתוח או שכונות אחרות ושואלים את המתמודדים: "כיצד קיבלו אותך בשכונה (דימונה)!", (שאלה שאינה מופנית לאלה שגדלים בשכונות מבוססות בתל אביב, למשל). לדוגמא, כאשר אבי קושניר שואל את אורון אם רוקדים בשכונה שלו ואורון משיב "בשכונה לא רוקדים". הצגת שאלה מצד המנחה, למשל, בקונוטציה שלילית ומלגלת סביב מקום מגוריו של משתתף. "אצלך בשכונה".

שאלה 33. להרגיש נרדף או מנודה, הכוונה שאחד המשתתפים מרגיש שאינו שייך למסגרת כלשהי שנוצרה בתכנית. כאשר ב'אמא מחליפה' גרסת האבות האמא (שקיבלה את הכבאי) אמרה "אני מרגישה שרון והילדים הם משפחה ואני משפחה".

שאלה 34. מתייחסת למשתתפים. כאשר בני משפחה של לימור מ'לרדת בגדול' מספרים על הקשר בין האחיות, על מה דיברו בבית; כאשר בתו של האב המחליף מספרת על הקשרים איתו - זוהי כמוזן התייחסות לקשרים משפחתיים, יחסים עם הורים, אחים או ילדים (כאן לא נכללת זוגיות).

שאלה 37. מתייחסת לכל המשימות שניתנו בתכנית, כולל משימות שניתנו על ידי המתמודדים/המשתתפים האחרים ולא דווקא השופטים או המפיקים. לדוגמא, ב'אמא מחליפה' גרסת האבות, האב המחליף מציע לאם לצאת ולצייר בטבע, היא מוכנה רק בתנאי שגם הילדים ישתתפו (ומנמקת), אם לא היא אינה מצטרפת. וכך היה, במקרה זה, היא סירבה לבצע את המשימה.

כאשר מוציאים כרטיס אדום ב"48 שעות" אז זוהי משימה שיש לעמוד בה, ואם נטלי לא יוצאת בזמן אזי, היא סירבה משימה. אם משתתף מסרב לבצע משימה, אך לבסוף מתרצה (התלבטות), אזי התשובה תהיה "כן", היו משתתפים שסירבו לבצע משימה.

שאלה 38. בתוכן שיווקי מעניין אותנו רק תוכן סמוי שאינו פרסומות או חסויות. ורק אם רואים סימון למוצר. אם רואים מרק עוף, למשל, ולא רואים "אסם"/"ויטה" - זהו אינו תוכן שיווקי.