

מבצע "צוק איתן" – מלחמת הווטסאפ הראשונה?

ורד מלכה, ירון אריאל, רות אבידר ואילת חן לוי

המתעצם עוד יותר כאשר למשולש היחסים נכנסים שחקנים נוספים, כמו צבא וגורמים עוינים המעורבים במשבר (Bennett, Lawrence, & Livingston, 2007; Wolfsfeld, 1997; Zaller & Chiu, 1996). חקר מקומם של אמצעי התקשורת בזמן מלחמה הוא מהותי וקריטי והפוריים במחקרי תקשורת ההמונים. המחקרים עוסקים במגוון רחב של נושאים, ובהם ניתוח מאפייני סיקור אירועי המלחמה ודפוסי ייצוגם של הגורמים המעורבים בה (ברזילי, 1991; Kalb & Saivetz, 2007; Liebes & Kampf, 2009; Nobrstedt et al., 2000), בחינת האופן שבו השפיע סיקור המלחמה על מקבלי החלטות ועל דעת הקהל – מקומית ובין-לאומית גם יחד (Wolfsfeld, 1997, 2004), היבטים מוסדיים, דוגמת יחסי הגומלין בין נציגיו של המשולש צבא-ממשלה-תקשורת, והאופן שבו גייסו ממשלות ושחקנים פוליטיים אחרים את המדיה לקידום מדיניותם (כ"ץ, 1998; נוסק ולימור, 2005; ניגר, זנדברג ומאירס, 2008; Blondheim & Shifman, 2003; Brown, 2003; Bennett, Lawrence, & Livingston, 2007; Zaller & Chiu, 1996), וכן שימושים שונים באמצעי התקשורת בעת מלחמה, לרוב בהשוואה לתקופות רגיעה (Dotan & Peled & Katz, 1974; Cohen, 1976; Lev-On, 2012).

בין השינויים המוכרים והנחקרים ביותר ביחסי הגומלין הנדונים בעתות משבר לאומי מצויה הפיכתם של אמצעי התקשורת לזרוע ממסדית פעילה, לעתים לצדן של מערכות השלטון ולעתים במקומן (וימן, 1997; לב-און, 2010; Blondheim & Shifman, 2009; Dayan & Katz, 1992; Hallin, 1989).

מלחמה ומשבר בעידן המדיה החדשים

כניסתם של המדיה החדשים לחיינו זכתה, ועודה זוכה, לתשומת לב מחקרית ענפה גם בתחום סיקורם של מלחמות ומצבי משבר אחרים (Bennett, 2013; Lev-On, 2012; Meraz, 2006; Schejter & Cohen, 2013; Wall, 2005; Wolfsfeld, Segev & Sheaffer, 2013). הנחת היסוד המקובלת על החוקרים בתחום היא שנוכח מאפייניהם הייחודיים של המדיה החדשים נדרשת הערכה מחדש של יחסי הכוחות בזירת התקשורת הפוליטית-מדינית, ובייחוד לפוטנציאל הנזק הטמון בהם, מחד גיסא, ולאפשרויות החדשות הגלומות בהם,

מבצע "צוק איתן", סבב הלחימה בין חמישים הימים בין ישראל לחמאס שהתנהל במהלך קיץ 2014, חשף מאות אלפי ישראלים לאיום ישיר של ירי טילים (במקרים רבים אף לפגיעה ממשית), והביא לשחיקה נוספת באבחנה בין חזית לעורף בעת מלחמה. בדומה למצבי חירום לאומיים אחרים, תפקודו אמצעי התקשורת גם הפעם כשחקן מרכזי ורב השפעה במערכה. אולם לאמצעי התקשורת המוכרים מאירועים דומים בעבר נוסף הפעם גורם חדש – הווטסאפ.

ה"ווטסאפ" (WhatsApp) הוא אחד מיישומי הטלפון הנייד החכם הפופולריים ביותר בשנים האחרונות בישראל ובעולם כולו. היישום מאפשר לשלוח ולקבל באמצעות הטלפון הנייד החכם מסרונים, קובצי וידאו ושמע ללא עלויות וללא הגבלה. בין מאפייניו הייחודיים (והרלוונטיים במיוחד לדיון הנוכחי) בולטת היכולת לנהל תקשורת קבוצתית, ללא הגבלה (ריאלית) של מספר חברי הקבוצה, מספר הקבוצות שבהן חבר משתמש יחיד, נפח הפעילות ותוכן המסרים המועברים במסגרתן. במהלך מבצע "צוק איתן" עלה השימוש הנרחב בווטסאפ לסדר היום הציבורי, התקשורתי והפוליטי, בעיקר בהקשר של הפצת ידיעות הנוגעות לחימה – ידיעות חדשותיות אמיתיות (טרם פרסומן בכלי התקשורת), לצד שמועות נטולות אחיזה במציאות – וההשלכות הצבאיות, הפוליטיות, החברתיות והאישיות שיוחסו לתופעה!

במחקר זה נבחן המקום שמילא היישום בעת מבצע "צוק איתן" בחייהם של המשתמשים, אילו השפעות אישיות יוחסו לו וכן הקשר בין משתנים אלה לבין מאפייניהם של המשתמשים עצמם. דפוסי השימוש ביישום וההשפעות שיוחסו לו במהלך הלחימה נבדקו באמצעות סקר מייצג של משתמשי ווטסאפ בישראל.

מבוא תאורטי

תקשורת במצבי מלחמה ומשבר

אסונות טבע, פיגועי טרור מרובי נפגעים, התנקשויות במנהיגי האומה ולצדם מלחמות ומצבי חירום אחרים, מדגישים ביתר שאת את מקומם המרכזי של אמצעי התקשורת בחיינו (Molotch & Lester, 1974; Liebes, 1998; Katz & Liebes 2007; Peled & Katz, 1974; Schramm, 1965; Wolfsfeld, 1997). בעתות חירום מקבלים יחסי הגומלין בין התקשורת לממשלה ולציבור נפח חריג בממדיו וברבדיו,

את משמעותו ואת תפקודו של יישום הווסטאפ בחייהם של משתמשי, ראוי לבחון אותו כנמנה עם המדיה החדשים.

מרטין ליסטר ועמיתיו (Lister et al., 2003) טענו כי המושג "מדיה חדשים" מתייחס, למעשה, למגוון רחב של לשינויים באופני ההפקה, ההפצה והשימוש במדיה. לטענתם מדיה חדשים, כפי שאנו מתייחסים אליהם כיום, מאופיינים בדיגיטליות, באינטראקטיביות שמשמעה, בין היתר, הדדיות בין המשתתפים בתהליך התקשורת, ובהיפר־טקסטואליות המציינת את אפשרות המעבר בין תכנים באמצעות קישורים, רישות, וירטואליות וסימולציה. אלה מייצגים את היכולת הגוברת של המרחב המקוון לחיקוי או להדמיה של המציאות. דניס מקוויל (McQuail, 2006) שותף להבחנותיהם ביחס לדיגיטציה, אינטראקטיביות וקישוריות ואף זיהה שלושה אפיונים נוספים: התכנסות (שילוב של מספר רב של תכונות במדיום יחיד), ניידות (מבחינת המיקום המשתנה שבו המסר מופק ונצרך) וטשטוש ההבחנות בין מוענים לנמענים ובין תוכן אישי לתכנים של מוסדות התקשורת.

תיוגם של מדיה חדשים כדוגמת יישום הווסטאפ והרשתות החברתיות המקוונות (פייסבוק, לינקדין ודומותיהן) כ"מדיה חברתיים" מתבסס על העובדה שהם מאפשרים למשתמשיהם להפיק תכנים עצמאיים ולבחור לבנות קשרים עם משתמשים אחרים (DeNardis, 2014). טכנולוגיות מבוססות "ווב" וניידות יוצרות פלטפורמות אינטראקטיביות שדרכן יכולים המשתמשים ליצור ולשנות תכנים, לשתף ולקיים שיח (Kietzmann et al., 2011). מדיה חברתיים נחשבים אחד המרכיבים המהותיים של מה שזכה לכינוי "ווב 2.0" (Kaplan & Haenlein, 2010), מושג שטבע טים אוריילי (O'Reilly, 2007) כדי להבחין בשינוי שחל ברשת האינטרנט בעשור הראשון של המאה העשרים ואחת. ה"ווב 2.0" מאופיין בתקשורת וביצירת תכנים מבוססת גולשים, בביזור ובחויית המשתמש.

מהפכת הטלפונים הניידים החכמים

ההתפתחות הטכנולוגית המואצת של השנים האחרונות הביאה להפצתם של טלפונים ניידים חכמים בכל העולם וגם ישראלים רבים החלו לשלבם בחיי היום-יום. הופעת הטלפון הנייד החכם שדרגה את חווית השימוש בטלפון הנייד ה"רגיל". הטלפון הנייד החכם אינו רק אמצעי תקשורת המאפשר שימוש קולי והעברת מסרים כתובים (Rice & Katz, 2008) כי אם גם חיבור לאינטרנט, העברה של טקסטים, תמונות, סרטונים וקובצי אודיו (Ling, 2004), משחקים ושימוש ביישומים ייעודיים, שפותחו במיוחד עבורו. אחד הביטויים לפופולריות של היישומים הייעודיים טמון בעובדה שבשנת 2012 לבדה הורדו קרוב ל-46 מיליארד יישומים בקרב משתמשים ברחבי העולם (Portio Research, 2013).

במקביל לתפוצתה של התקשורת הניידת, זוכה חקר משתמשי הטלפון הנייד להתעניינות גוברת משלהי המאה העשרים (Rice & Katz, 2003), עם הקמת פורום בין-לאומי ראשון בשנת 1999 באוניברסיטת ראטגרס (Rutgers) (Ling & Helmersen, 2000; Brown, Green, 2006; Katz, 2006; & Harper, 2001).

סגולותיהם הייחודיות של הטלפונים הניידים החכמים אינם רק שכלול המצאי הסוללרי הקודם. סגולות אלה מקנות לטלפונים החכמים מעמד של טכנולוגיית תקשורת חדשה, המשלבת את מאפייניהם של טלפונים סוללריים באלה של מחשבים אישיים. בעליהם של הטלפונים

מאידך גיסא, מנקודת מבטם של יתר השחקנים בזירה (Kalb & Saivetz, 2007; Lev-On, 2012; Wolfsfeld, Segev & Sheaffer, 2013; Weimann, 2006).

עם היטשטשות האבחנה המסורתית בין המוען לנמען, מסממניו הבולטים של העידן החדש, הולכים ומתרבים המחקרים המתמקדים בנקודת מבטם של שחקני המשנה – ארגונים, קבוצות ויחידים – והאופנים השונים שבהם מגויסים כלי התקשורת החדשים לקידום ענייניהם, לא רק בעתות שגרה, אלא דווקא בעתות חירום. כך למשל, תיארו חנן נווה (2008) ואזי לב און (2010) את הפעילות הענפה ברשת, במגוון רחב של פלטפורמות בזמן מלחמת לבנון השנייה: יוזמות מקומיות ופרטיות להפצת מידע אקטואלי באתרים, בפורומים ובבלוגים ייעודיים, באמצעות מיילים וברשתות החברתיות (בעיקר בפייסבוק), מיזמי גיוס אזרחי, העברת מסרים בעלי אופי הומוריסטי-סאטירי, התעדכנות בשלומם של קרובים וכן העברת ביקורת על מקבלי ההחלטות, לצד ביטויי תמיכה בצבא ובממשלה. שימושים מגוונים אלה במדיה החדשים נועדו, בין יתר הגורמים, למלא את החלל שהותיר תפקודן החסר של הרשויות בזמן המלחמה, בעיקר בכל הנוגע לטיפול בעורף. מחקרים אחרים התמקדו באסונות טבע דוגמת אסון הצונמי והוריקן "קטרינה", שגם במהלכם התגלו המדיה החדשים ככלי עבודה יעילים ביותר לניהול המשבר בשירותן של הרשויות, כמו גם בשירותם של אזרחים וארגונים קטנים (Macias, Hilyard & Freimuth, 2009; Procopio & Procopio, 2007).

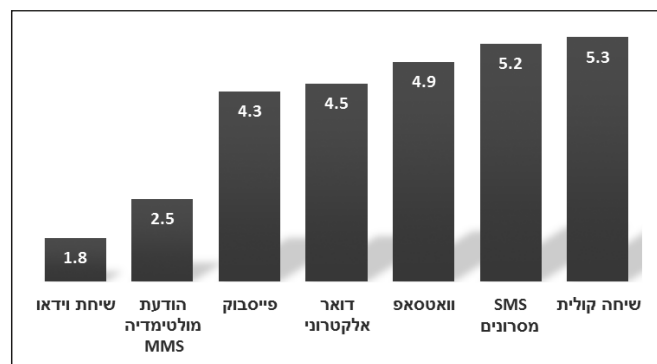
עמית שכטר ועקיבא כהן (Schejter & Cohen, 2013) בחנו את השימוש בטלפונים הניידים בקרב ישראלים בתקופת מלחמת לבנון השנייה (2006) ובמבצע "עמוד ענן" ברצועת עזה בשנת 2009. לטענתם, בתקופות אלה גובר השימוש בטלפונים הניידים, הודות למרכיב האלמנטרי ביותר שלהם – הניידות, המתאפשרת בכל זמן ובכל מקום. גם שריל ברקן ושותפיה (Bracken et al., 2005) הדגישו את חשיבותו של הטלפון הנייד בעת משבר וטענו שרשתות התקשורת האישיות כדוגמת הטלפון הנייד, בשילוב עם הטלוויזיה, היו מקור המידע המרכזי בעת התקפת הטרור בארצות הברית ב-11 בספטמבר 2001. לטענתם, השימוש הרב יחסית בטלפון הנייד הוא בין היתר תוצר של זמן האירוע, שהתרחש בשעות הבוקר – שעות שבהן אנשים נמצאים בניידות בדרך לעבודה או ללא גישה למדיה קבועים ו/או ניידים. ג'יימס כץ ורונלד רייס (Katz & Rice, 2002) ניתחו את מקומו של הטלפון הנייד בעת התקפת הטרור, והציעו כי בעת החירום היה הטלפון אפקטיבי מאחר שאפשר העברת מידע באופן מידי וקישוריות לחברי הקבוצה המרכזית החשובה לאדם (משפחה וחברים קרובים). יתרה מזאת, לדבריהם, שעת משבר מציפה פתרונות יצירתיים החורגים מהשימוש הרגיל בטלפונים ניידים ובמדיה חדשים לצורך משיכת תשומת לב, יצירת אינטראקציות והשגת מידע.

סגולותיהם הייחודיות של המדיה החדשים

השינויים המהירים והתכופים בטכנולוגיות התקשורת ובהתאם לכך גם באופני הקבלה והאימוץ של הציבור, מדגישים את הצורך במחקר מתמשך בנושא השימוש בטלפון הנייד החכם (Joo & Sang, 2013; Park & Chen, 2007). קייטלין מק'קנה וג'ון ברג' (2000 McKenna & Bargh) סבורים כי מדיה חדשים מספקים לחוקרי התקשורת מצבים ייחודיים הנמצאים בהתאמה לצרכים אישיים ולכן כדי לנתח

קבוצתית יעילה לצרכים מגוונים: משפחתיים, חברתיים ומקצועיים, הן למטרות אדי-הוק, הן לצורך ניהול פרויקטים ממושכים והן לשם ניהול ושימור קשרים בין חברים ובני משפחה, ומספק פלטפורמה נוחה וידידותית לשיתוף תכנים מסוגים שונים ובהקשרים מגוונים. עדות נוספת למקומו של הוואטסאפ כיישום מרכזי לצורכי אינטראקציה בשימושי הטלפון הנייד החכם אפשר למצוא בתרשים 1. ממצאים אלה, שנאספו בשנת 2013, מציבים את היישום כאמצעי השלישי בחשיבותו, לאחר ניהול שיחות קוליות ושימוש במסרונים (SMS). יש לשער שבתקופה שחלפה מאז עלו שיעורי השימוש היחסיים בוואטסאפ, עד לדחיקת המסרונים ממעמדם כאמצעי המוביל לשיגור הודעות טקסט (Malka et al., 2014).

תרשים 1: שימוש ביישומי אינטראקציות בטלפון הנייד החכם בעת שגרה



השיטה

מחקר זה ביקש לבחון את מקומו של הוואטסאפ בחייהם של בעלי טלפונים ניידים חכמים בישראל במהלך מבצע "צוק איתן". המחקר עסק בשאלת האופנים והמטרות שלשמן נעשה שימוש ביישום במהלך המבצע, בתפקידים שמילא הוואטסאפ בתקופה הנדונה ובאופן תפיסת היישום על ידי ציבור המשתמשים. כדי להשיב על שאלות אלה נערך סקר במהלך השבוע השלישי של המבצע הצבאי (יולי 2014). חמישים שאלות סגורות הוצגו ל-500 משיבים, מדגם מייצג של יהודים דוברי עברית, בגילאי 16 עד 75, בעלי טלפון נייד חכם. טווח טעות הדגימה המרבית היה פלוס מינוס 4.4 אחוז.

השערות המחקר

למרות התפשטותו הגלובלית המהירה של הטלפון הנייד, אין משמעות הדבר אחידות באופן התקבלותו. גם במדינות אירופיות קרובות מבחינה תרבותית נמצאו דפוסי אימוץ ודפוסי שימוש שונים בטלפונים הניידים (Fortunati & Taipale, 2014). בהקשר הישראלי מצאו גוסטבו מש ואילן תלמוד (Mesch & Talmud, 2008) כי צעירים יהודים השתמשו בטלפון הנייד לצורך ניהול קשרים חוקיים, ולעומתם צעירים ערבים עשו בו שימוש לניהול קשרים מקומיים קרובים. ההקשר של השימוש בטלפון הנייד היה מרכיב מרכזי שהשפיע על דפוסי השימוש בו (Karikoski & Soikkeli, 2013): מסרונים היו בשימוש בתדירות

הניידים החכמים יכולים להיות מחוברים לרשת האינטרנט בכל שעה ומכל מקום. משמעות הדבר, לפחות ברמה הפוטנציאלית, היא נגישות כמעט אינסופית לערוצי תקשורת מגוונים, נוסף על התשתית הסלולרית: דוא"ל, מסרונים במגוון אפיקים, רשתות חברתיות ועוד. יישום הוואטסאפ משמש דוגמה מובהקת לרעיונותיו של הנרי ג'נקינס (Jenkins, 2006) על התלכדותה של התרבות והתכנסותם של אמצעי המדיה. לטענתו, בעשורים האחרונים אנו נמצאים בעיצומו של תהליך המאחד טכנולוגיות ומדיה ליצור כלאיים חדש שאינו תואם להבחנות היסוד והדיכוטומיות המקובלות בין תקשורת המונים בין-אישית, מוענים ונמענים. ההתמזגות מתרחשת הן ברמה הטכנולוגית, במעבר תכונות בין מדיה שונים, והן ברמת הז'נרים והתכנים שאינם ייחודיים עוד למדיום מסוים. שבירה כזו של מערכי תפקוד מובנים (הן של המדיה והן של המשתמשים) יוצרת תרבות השתתפותית (Participatory), המעודדת שיח ושיתוף.

סמארטפונים וואטסאפ בישראל

מאז כניסתם לשוק התקשורת הניידת בישראל בשנת 2008, עלה מספר המשתמשים בניידים החכמים בקצב מהיר (Flurry Analytics, 2012; ITU, 2013). סקר שערכה חברת גוגל מצא כי בשנת 2013 הייתה ישראל במקום השני בעולם בשיעורי אימוץ של הנייד החכם ובמקום הראשון בהיקף הפעילות המקוונת המבוססת על מכשירים אלה, לרבות במסגרת הרשתות החברתיות (Our Mobile Planet, Google, 2013). נתונים אלה שבים ומאששים ממצאי מחקרים שבחנו את מקומו המרכזי של הטלפון הנייד בחברה הישראלית (Lev-On, 2012; Schejter & Cohen, 2002, 2013) ובהמשך גם את מעמדו המתעצם של הנייד החכם (Avidar et al., 2013).

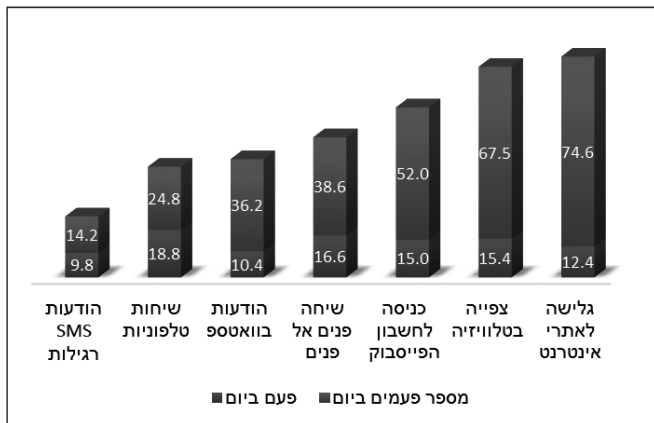
בין ההסברים המקובלים לשיעורי אימוץ המרשימים של הטלפון הנייד החכם בישראל מצויים כמה ממאפייניה של החברה הישראלית, דוגמת קשרים משפחתיים הדוקים, המלווים על פי רוב בהרגלי התעדכנות תדירה בשלום הקרובים (אלמוג, 2001, 2004; יאיר, 2011), מציאות ביטחונית הפכפכה, המעלה מפעם לפעם את סף החרדה האישית והלאומית (יאיר, 2011; Schejter, 2008; Cohen, Lemish & Schejter, 2008) ומשיכתם של הישראלים לחידושים טכנולוגיים (אלמוג, 2001; Avidar et al., 2013; Lev-On, 2012; Schejter & Cohen, 2002, 2013). בשנים האחרונות הפך הוואטסאפ לאחד היישומים הפופולריים ביותר בישראל. מחקר בקרב משתמשי וואטסאפ ישראלים (Malka et al., 2014), חשף את שיעורי אימוץ המרשימים: 67 אחוז מהמשיבים (כולם בעליהם של טלפונים ניידים חכמים) דיווחו כי הם משתמשים בוואטסאפ לשיגור הודעות אישיות בכל יום. דפוסי שימוש גבוהים נמצאו גם בהודעות וואטסאפ קבוצתיות: 52 אחוז מן המשיבים שלחו הודעות קבוצתיות על בסיס יומי, כרבע על בסיס שבועי ואילו 21 אחוז לא עשו זאת מעולם. אין זה מפתיע שהשימוש ביישום קשור למשתנה הגיל: נמצא מתאם שלילי בין הגיל להיקף השימוש, הן להודעות פרטיות והן להודעות קבוצתיות. במסגרת המחקר הנדון נערכו גם ראיונות עומק עם משתמשי וואטסאפ בגילאי 21-30. ממצאי הראיונות מחזקים את העדויות הכמותיות בכל הנוגע למרכזיותו של היישום בחייהם של צעירים. מרבית המרואיינים דיווחו על שינויים בדפוסי יצירתם, ניהולם ושימורם של קשרים רומנטיים, חברתיים, משפחתיים ומקצועיים מאז חדר היישום לחייהם. כאשר הם תיארו את מאפייני היישום, מנקודת מבטם, ציינו המרואיינים, בין היתר, כי הוואטסאפ מאפשר פעילות

כלומר, ככל שיעלו תדירות השימוש ומגוון השימושים בווטסאפ, כך ייחס להם המשתמש תרומה רבה יותר לתחושות של שייכות לקהילה ולמדינה (פטריוטיות וקהילתיות) ולהפגת מתחים (הירגעות) בעקבות האירועים. תחושת השייכות למדינה ולקהילה היא המידה שבה אדם מייחס לשימוש בקבוצות ווטסאפ העוסקות במבצע "צוק איתן" חיזוק לתחושות ביחס למעגלים שונים הקשורים למבצע: הלוחמים, האזרחים הנמצאים תחת איום, המדינה. המשתנה נמדד באמצעות מדד אשר הורכב על בסיס שלושה פריטי תחושות שייכות אלה.⁴ המשתנה הפגת מתחים נמדד על בסיס דיווח המשיב ביחס לתרומת השימוש ביישום להפגת מתחים.

ממצאים

ניתוח ממצאי הסקר מעלה כי במהלך ימי הלחימה תפקד הוטסאפ כמקור מידע חדשותי לכל דבר עבור ישראלים רבים. בעתות חירום עולה הצריכה של תכנים חדשותיים וסבב הלחימה הנדון אינו יוצא דופן בהיבט זה. תרשים 2 מתאר את תדירות צריכת החדשות בתקופת המבצע באמצעות מדיה שונים.

תרשים 2: תדירות צריכת חדשות בתקופת מבצע "צוק איתן" במדיה שונים



מן הסקר עולה כי 74.6 אחוז מהישראלים גלשו לאתרי האינטרנט כמה פעמים ביום כדי להתעדכן; 68 אחוז מהמשיבים דיווחו על התעדכנות בחדשות כמה פעמים ביום באמצעות הטלוויזיה, ו-45 אחוז התעדכנו באופן דומה באמצעות הרדיו. אולם אף שאמצעי התקשורת הוותיקים המשיכו למלא תפקיד חשוב כספקי מידע, בולטת נוכחותו של הוטסאפ כשחקן חדש בזירה החדשותית: קרוב ל-47 אחוז מהישראלים השתמשו בו לפחות פעם ביום כדי להתעדכן בהתרחשויות הקשורות למבצע הצבאי. כאשר בוחנים את השימוש ביישום באופן פרטני, אפשר להצביע על סוגי האינטראקציה שקיימו המשתמשים (הודעות אישיות וקבוצתיות) ועל סוגי התכנים שהעבירו (חדשותיים, שמועות, הומוריסטיים ואחרים). תרשים 3 מתאר את הפער בין משתמשים אשר לא השתמשו כלל באחת מאפשרויות האינטראקציה והעברת התכנים שמאפשר היישום, לעומת אלה אשר השתמשו בו לפחות פעם אחת.

גבוהה יותר בעת שהות במשרד, ואילו שימוש ברשתות חברתיות ותכנות מסרים מידיים נמצאו בשימוש תדיר יותר בזמן חופשי ובמעבר בין סביבות (כלומר, סביבה שאינה המשרד או הבית). לפיכך, השערת המחקר הראשונה מתבססת על ההנחה כי השימוש ביישומי הטלפון הנייד הוא תלוי הקשר. ההקשר הרלוונטי למקרה הבוחר הנוכחי הוא סביבת המגורים וקרבתה היחסית לאזורי הירי. בעת לחימה, דוגמת זו שהתנהלה במבצע 'צוק איתן', כאשר אוכלוסייה אזרחית נחשפת לאיום ולפגיעות ישירות בהיקפים נרחבים, הופכת סוגית מקום המגורים למשתנה קרדינלי, המשליך על כל היבטי החיים ועל עצם היכולת לנהל "שגרה בתנאי לחימה". לפי השערת המחקר הראשונה קיים:

הבדל מובהק ברמת השימוש המבוצע בווטסאפ לפי קרבת מקום המגורים לאזורי ירי

ההנחה המובלעת בהשערת המחקר הראשונה היא שככל שעולה החשיפה לאיום הירי במקום המגורים, עולה גם רמת השימוש ביישום. "רמת השימוש ביישום" היא המידה שבה ביצעו המשתמשים אינטראקציות והעברת תכנים שונים באמצעות היישום (אישיים וקבוצתיים, בנושאים חדשותיים ואחרים). המשתנה נמדד באמצעות מדד, אשר הורכב על בסיס שבעה פריטים שבחנו את השימושים השונים ביישום להודעות אישיות או קבוצתיות של תכנים שונים הקשורים למצב הלחימה.² "מקום המגורים" נחלק לשישה אזורים: דרום הארץ, גוש דן, אזור השפלה, השרון, ירושלים וסביבותיה, צפון הארץ. "אזורי ירי" הוגדרו כאזורים שנחשפו באופן ישיר לירי טילים ולאמצעי לחימה אחרים, שהובילו במרבית המקרים לפגיעה ברכוש ו/או בנפש.

מחקרי תקשורת במצבי משבר מספקים עדויות על תרומתן של מעורבות רגשית (בעיקר דאגה לקרובים, לגורל המדינה וכיוצא באלה), תחושות פטריוטיות חזקות ותמיכה במדיניות הממשלה, לעליית המוטיבציה לשימוש באמצעי התקשורת, בייחוד בכל הנוגע להתעדכנות באירועי השעה (לביאון, 2010; נווה, 2008; Peled & Katz, 2012; Lev-On, 1974). לפיכך אפשר לשער כי:

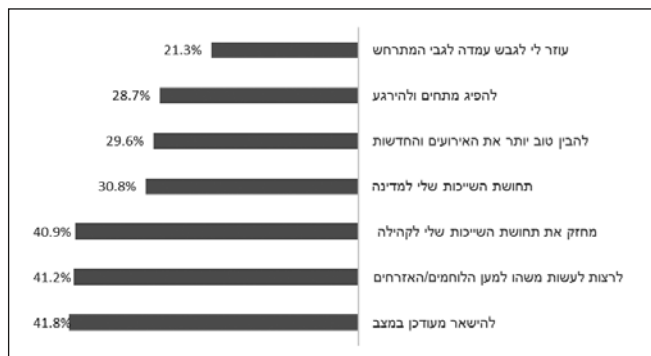
קיים קשר חיובי בין תחושת הדאגה בזמן הלחימה לרמת השימוש ביישום

ככל שתחושת הדאגה בזמן הלחימה רבה יותר, כך עולים תדירות השימוש ומגוון השימושים בווטסאפ. תחושת הדאגה בזמן הלחימה היא המידה שבה אדם מדווח על חששות ביחס למעגלים שונים בחייו: העצמי, בני משפחה וחברים, גורל המדינה. המשתנה נמדד באמצעות מדד המורכב משלושה פריטים המבטאים חששות אלה.³ מחקרים קודמים שבחנו את תפקודם של כלי התקשורת (ותיקים וחדשים גם יחד) בעתות מלחמה, מנקודת מבטם של המשתמשים, הצביעו על תרומת השימוש בהם לחיזוק תחושת הקהילתיות, לשיכוך חרדות ולהפגת מתחים (לביאון, 2010; נווה, 2008; Peled & Katz, 1974). לנוכח מעמדו של הוטסאפ כערוץ תקשורת פופולרי בישראל בעתות שגרה, כמו גם במצבי חירום, יש לשער כי משתתפי המחקר ייחסו לו השפעות דומות בזמן המבצע הצבאי. לפיכך שיערנו כי:

קיים קשר חיובי בין רמת השימוש ביישום לבין ייחוס תרומת השימוש בו ל: (א) תחושת השייכות למדינה ולקהילה, (ב) הפגת מתחים

להבין טוב יותר את החדשות ואילו 21 אחוז הסכימו או הסכימו מאוד שהיישום סייע להם לגבש עמדה ביחס למתרחש.

תרשים 4: הערכות המשתמשים ("מסכים" ו"מסכים מאוד") את תרומת השימוש בווטסאפ



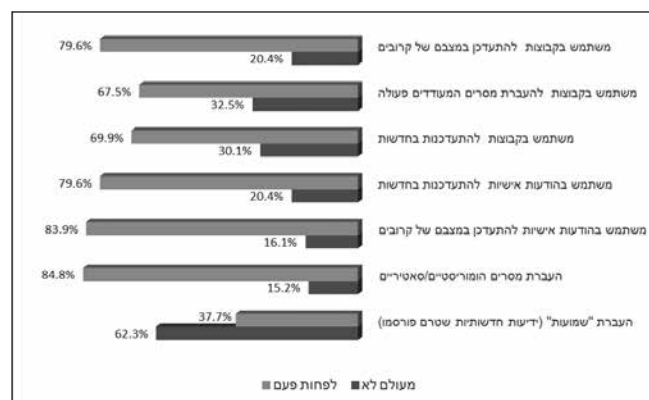
לצד תפקודו של היישום כמקור למידע חדשותי על הלחימה, יוחסו לשימוש בווטסאפ השלכות שאינן עולות בקנה אחד, לכאורה, עם ידיעות מהחזית: מניתוח ממצאי השאלון עולה כי 28 אחוז מהמשיבים הסכימו או הסכימו מאוד עם הקביעה שהווטסאפ עזר להם להירגע ולהפיג מתחים. ממצאים דומים התגלו גם בעתות חירום קודמות. למשל, במאמר שעסק בתפקודן של פלטפורמות מקוונות במהלך מלחמת לבנון השנייה, תיאר חנן נווה (2008) כיצד מסרים המוריסטיים שהועברו ברשת סייעו להפגת מתחים ולהקלה על ההתמודדות עם ימי הלחימה. יש לשער שבין יתר הגורמים, תרם גם תפקודו של היישום לבדיקת שלומם של בני משפחה וחברים להשפעות הללו. ייתכן שגם חיזוק ההתמצאות בנעשה בשטח, שאותו קשרו המשיבים עם השימוש בווטסאפ, הוביל לתרומת היישום לתחושת ההירגעות, למרות טיבן הקשה של רבות מהידיעות החדשותיות באותה עת.

השפעות משמעותיות נוספות שיוחסו לשימוש בווטסאפ בימי "צוק איתן" היו "השפעות אינטגרטיביות": 31 אחוז מהמשיבים הסכימו או הסכימו מאוד לכך שהשימוש ביישום חיזק את תחושת השייכות שלהם למדינה, ואילו 41 אחוז מהם הסכימו או הסכימו מאוד שהיישום חיזק את תחושת שייכותם לקהילה. מספר זהה של משיבים (41 אחוז) הסכימו או הסכימו מאוד שהשימוש בווטסאפ בזמן הלחימה גרם להם לרצות לעשות "משהו" למען הלוחמים ו/או האזרחים. הבדלים מגדריים קיבלו ביטוי בהקשר זה: בממוצע, נשים ייחסו רמה גבוהה יותר של תרומה לתחושת הקהילתיות והמגויסות שלהן בהשוואה לגברים.

בדיקת השערות המחקר

כדי לבחון את השערת המחקר הראשונה, שקיים הבדל בתדירות השימוש ובמגוון השימושים המבוצעים ביישום הווטסאפ (מדד רמת השימוש) לפי קרבת מקום המגורים לאזורי הירי, בוצע ניתוח שונות חד כיווני (One way ANOVA) ונמצא הבדל מובהק ($F_{(5, 317)} = 3.96$, $p < .01$). לפיכך, השערת המחקר הראשונה אוששה. רמת השימוש הגבוהה ביותר נמצאה בדרום הארץ ($M = 3.99$, $SD = 1.25$), מוקד הפעילות המרכזי במבצע, ואחריי אזור השפלה ($M = 3.94$, $SD =$

תרשים 3: תדירות שימושים שונים בווטסאפ בתקופת מבצע "צוק איתן"



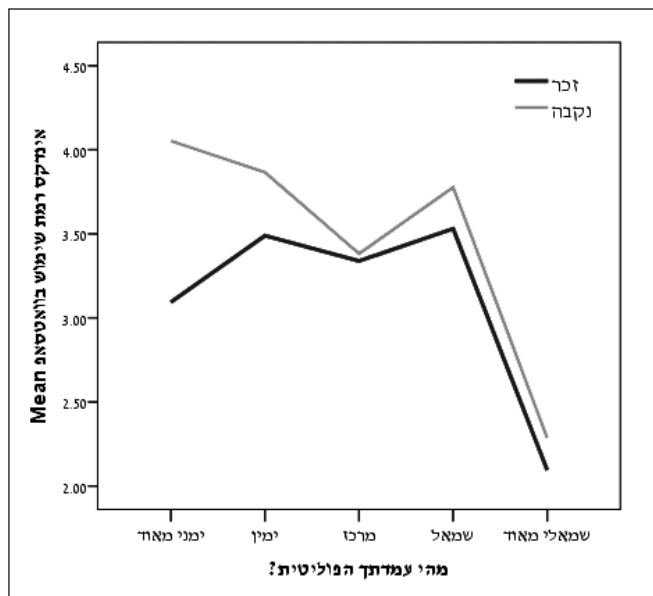
מן הממצאים עולה כי 50.5 אחוז מהישראלים נעזרו בהודעות ווטסאפ אישיות כדי להתעדכן בחדשות הקשורות למבצע לפחות פעם ביום, וארבעים אחוז בקירוב עשו זאת באמצעות הודעות קבוצתיות. סוג אחר של מידע שהופץ באמצעות הווטסאפ היה "שמועות" – ידיעות בעלות ערך חדשותי טרם פרסומן בכלי התקשורת וכן ידיעות חדשותיות כוזבות, כולן עוסקות בהיבטים שונים של המבצע. הפצתן של השמועות במהלך "צוק איתן" סוקרה בהרחבה באמצעי התקשורת, עוררה ביקורת ציבורית על עצם קיומה ועל השלכותיה הפוטנציאליות ואף חלחלה לסדר היום הפוליטי בכמה הזדמנויות. כאשר נשאלו משתתפי המחקר על מעורבותם בהפצתן של שמועות מעין אלה ו/או בצריכתן, ציינו 38 אחוז מהמשיבים כי היו מעורבים בהעברת שמועות לפחות פעם אחת במהלך ימי הלחימה. מסרים בעלי אופי המוריסטי/סאטירי זכו אף הם לפופולריות מרשימה: 85 אחוז מהמשיבים היו מעורבים בהעברת הודעות הומור/סאטירה הקשורות ללחימה, לפחות פעם אחת, מהם עשו זאת חמישים אחוז לפחות פעם ביום.

תפקיד מרכזי נוסף מילא הווטסאפ בהתעדכנות בשלומם של בני משפחה וחברים: 49.2 אחוז מהישראלים השתמשו בהודעות אישיות לצורך התעדכנות בשלום קרוביהם לפחות פעם ביום, בעוד 43.5 אחוז עשו זאת באמצעות הודעות קבוצתיות. נוכחותו של היישום בימי מבצע "צוק איתן" בלטה מאוד גם כפלטפורמה לקידום מיזמים שונים של מעורבות אזרחית, התנדבות והתגייסות: 44.6 אחוז מהמשיבים היו מעורבים בהעברת ידיעות שעודדו פעולה (התנדבות/תרומה/מחאה) לפחות כמה פעמים בשבוע, בעוד 67.5 אחוז עשו זאת לפחות פעם אחת במהלך המבצע.

אילו השלכות ייחסו המשתמשים לשימוש ביישום הווטסאפ? כפי שאפשר ללמוד מהנתונים המוצגים בתרשים 4, העריכו משתתפי המחקר את השימוש בווטסאפ בעת מבצע "צוק איתן" כתרומה משמית לחייהם וייחסו לו השלכות מגוונות ומשמעותיות. ראשית, לשימוש התדיר ביישום בימי הלחימה יוחסו השפעות קוגניטיביות המזוהות, על פי רוב, עם צריכת חדשות במדיה השונים: 42 אחוז מהישראלים הסכימו או הסכימו מאוד שהווטסאפ עזר להם להישאר מעודכנים במצב, שלושים אחוז הסכימו או הסכימו מאוד שהיישום סייע להם

לבין הגיוון בשימוש בווטסאפ ותדירותו. לממצא זה ישנו חריג בולט: בקרב רבים מהצעירים עד גיל 35 משמשת צריכת החדשות באמצעות הווטסאפ תחליף לאמצעי תקשורת המונים, בעוד בקרב קבוצות גיל מבוגרות יותר צריכת המדיה המסורתית גבוהה לצד השימוש בווטסאפ. בניחות הקשר בין גיל המשיב למידת התעדכנות בחדשות באמצעות הטלוויזיה והרדיו, נמצאו מתאמים חיוביים מובהקים ($r = .22, p < .001$). כלומר, קיימת נטייה להתעדכנות רבה יותר באמצעות אמצעי תקשורת ותיקים בקרב המבוגרים יותר. גם משתנים סוציו-דמוגרפיים אחרים, דוגמת השכלה והכנסה, לא נמצאו קשורים לדפוסי השימוש ביישום הווטסאפ. לעומתם נמצא משתנה המגדר משמעותי מאוד בהקשר הנדון: רמת השימוש הממוצעת ביישום בקרב נשים הייתה גבוהה מזו של גברים באופן מובהק ($t_{(327)} = 2.62, p < .01$). תרשים 5 מציג את פילוח האבחנה המגדרית לפי אוריינטציה פוליטית וממצאים מעניינים נוספים: הפער בין גברים ונשים נשאר, ורמת השימוש ביישום גבוהה ככל שהאוריינטציה הפוליטית מינית יותר. ממצא דומה עלה גם ביחס לרמת דתיות, כך שרמת השימוש ביישום גבוהה יותר בקרב בעלי אורח חיים דתי.

תרשים 5: רמת השימוש בווטסאפ לפי עמדה פוליטית וחלוקה מגדרית



דיון

ווטסאפ אינו מדיום של תקשורת המונים, ולמעשה אינו מדיום כלל ועיקר כי אם יישום המותקן בטלפונים הניידים החכמים. עם זאת, כאשר בוחנים את תפקודו של היישום במהלך מבצע "צוק איתן", קשה להימנע מניתוח הממצאים לאורה של האבחנה הקלאסית שערך הרולד לסוול (Lasswell, 1948) בין תפקידיה של תקשורת המונים: סיקור, תיאום, המשכיות, ביזור וגיוס. מניתוח התפקידים שמילא הווטסאפ

(1.45), שהיה שני לו ברמת חשיפתם של התושבים לסיכון, ואזור גוש דן ($M = 3.73, SD = 1.35$). בהלימה ליתר הממצאים נמצא כי בקרב משתמשים מירושלים וסביבותיה, אזור שנותר מחוץ למעגל הירי במשך רוב ימי הלחימה, נמצאה רמת שימוש נמוכה, יחסית ($M = 3.14, SD = 1.34$). רמת השימוש הנמוכה ביותר נמצאה דווקא בקרב משתמשי ווטסאפ מאזור השרון, אזור שהיה גם הוא חשוף לירי טילים במהלך הלחימה ($M = 3.01, SD = 1.38$).

ממצא מעניין נוסף התגלה ביחס לאזור הצפון. בקרב תושביו של אזור זה, המצוי בריחוק הגאוגרפי הגדול ביותר ממוקד המבצע וממפת האיום של ירי הטילים, דווח על רמת שימוש גבוהה למדי ביישום ($M = 3.41, SD = 1.37$). הסבר אפשרי לממצא זה יכול להיות טמון בחשש מפני התלקחות חזית נוספת בגבולה הצפוני של המדינה, כפי שעלה בהערכות צבאיות ומדיניות שונות שהושמעו בימי המבצע. לבדיקת השערת המחקר השנייה, לפיה ככל שאדם חש עצמו מודאג יותר (לגורלו, לגורלו יקירו ו/או לגורל המדינה) כך יעלו תדירות השימוש ומגוון השימושים שיעשה בווטסאפ (רמת השימוש), חושב מבחן פירסון ונמצא קשר חיובי מובהק בין המשתנים ($r = .18, p < .001$). לפיכך השערת המחקר השנייה אוששה. הממצאים מעידים כי קיימת נטייה לרמת שימוש גבוהה יותר בתכנים ובאינטראקציות שמציע היישום לאור רמות דאגה גבוהות יותר.

השערת המחקר השלישית הורכבה משתי השערות משנה. לבחינת השערת המשנה הראשונה, על קשר חיובי בין תדירות השימוש ומגוון השימושים המבוצעים ביישום לבין מידת התרומה ותחושת השייכות למדינה ולקהילה, נערך מבחן פירסון. ההשערה אוששה ($r = .54, p < .001$), כלומר, רמת שימוש גבוהה ביישום בעת המבצע נקשרה בעיני המשתמשים עם תחושת שייכות למדינה ולקהילה. השערת המשנה השנייה, לפיה קיים קשר חיובי בין תדירות השימוש ומגוון השימושים המבוצעים ביישום לבין מידת התרומה שייחסו לו המשתמשים להפגת מתחים, נבחנה באמצעות מבחן ספירמן. גם השערה זו אוששה ($r = .44, p < .001$). תאוריית השימושים והסיפוקים, לפיה צרכים מובילים לעיצוב דפוסי השימוש, אך גם סיפוקים שהופקו בעקבותיו ייתרמו בתורם לעיצוב דפוסי אלה, מסייעת לנו להבין את משמעותם המעגלית של הממצאים: בהתבסס על דיווחי המשתמשים אפשר להעריך כי ככל שעלתה אינטנסיביות השימוש ביישום, גברו ההשפעות שיוחסו לו. במקביל, ייתכן שככל שהווטסאפ נמצא יעיל בתרומתו לצורכיהם של המשתמשים, כך עלתה תדירות השימוש בו. חיזוק להנחה זו, הקושרת בין הערכת תפקודו של היישום בנסיבות מסוימות לנטייה לשוב ולהשתמש בו בנסיבות אלה, אפשר למצוא גם בהשערת המחקר השנייה. ביטוי נוסף להשפעות המעגליות הכרוכות בשימוש בווטסאפ אפשר למצוא גם בקשר החיובי שנמצא בין עוצמות התמיכה במדיניות הממשלה ותחושת הפטריוטיות במהלך המבצע לתדירות השימושים שבוצעו בווטסאפ.

משתנים מסבירים נוספים

מיהם הישראלים שהשתמשו בווטסאפ במגוון רחב כל כך של תפקידים בעת מבצע "צוק איתן"? בניגוד לסברה הרווחת, לפיה צעירים נוטים להיות לא רק בין הראשונים לאמץ חידושים טכנולוגיים אלא גם בין המשתמשים "כבדים" יותר, ממצאי הסקר הנוכחי מעלים כי לפחות בכל הנוגע לימי המבצע לא התקיים קשר מובהק בין גיל המשתמשים

- ירושלים: מכון ון ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד.
- יאיר, ג' (2011). *צופן הישראליות: עשרת הדיברות של שנות האלפיים*. ירושלים: כתר.
- כ"ץ, א' (1998). *קיץ העיתונות? הערות על צפיה במלחמה*. בתוך: ד' כספי וי' לימור (עורכים), *אמצעי תקשורת המונים בישראל (עמ' 679-688)*. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- לב-און, א' (2010). *תפקודי מדיה חדשים בשעת חירום: המקרה של מלחמת לבנון השנייה* (בית ספר רוטשילד-קיסריה לתקשורת, חוברת מס' 7). תל-אביב: אוניברסיטת תל-אביב.
- נווה, ח' (2008). *האינטרנט כסביבה לעידוד ולהתלכדות אזרחית במהלך מלחמת לבנון השנייה* (בית ספר רוטשילד-קיסריה לתקשורת, חוברת מס' 6). תל-אביב: אוניברסיטת תל-אביב.
- נוסק, ה' וי' לימור (2005). *צבא ותקשורת במאה העשרים ואחת: לקראת דגם חדש של יחסים*. בתוך: א' לבל (עורך), *ביטחון ותקשורת: דינמיקה של יחסים (עמ' 69-100)*. קריית שדה בוקר: מכון בן-גוריון לחקר ישראל.
- נייגר, מ', א' זנדברג וא' מאירס (2008). *רטרוריקה של ביקורתיות: ביקורת מאשרת, בקורת מאתגרת והעיתונות הישראלית במלחמת לבנון השנייה* (בית ספר רוטשילד-קיסריה לתקשורת, חוברת מס' 5). תל-אביב: אוניברסיטת תל-אביב.
- Avidar, R., Y. Ariel, V. Malka & E.C. Levy (2013). "Smartphones and Young Publics: A New Challenge for Public Relations Practice and Relationship Building", *Public Relations Review*, 39(5), pp. 603-605.
- Bracken, C., L. Jeffers, K. Neuendorf, J. Kopfinan & F. Moulla (2005). How Cosmopolites React to Messages: America under Attack, *Communication Research Reports*, 22(1), pp. 47-58.
- Bennett, D. (2013). "Exploring the Impact of an Evolving War and Terror Blogosphere on Traditional Media Coverage of Conflict", *Media, War & Conflict*, 6(1), pp. 37-53.
- Bennett, W.L., R.G. Lawrence & S. Livingston (2007). *When the Press Fails*. Chicago: Chicago University Press.
- Blondheim, M. & L. Shifman (2009). "What Officials Say, What Media Show, and What Publics Gets: Gaza, January, 2009", *The Communication Review*, 12(3), pp. 205-214.
- Brown, B., N. Green & R. Harper (eds.) (2001). *Wireless World: Social and Interactional Implications of Wireless Technology*. London: Springer
- Brown, R. (2003). "Clausewitz in the Age of CNN: Rethinking the Military-Media Relationship". In: P. Norris, M. Kern & M. Just (eds.). *Framing Terrorism: The News Media, the Government, and the Public* (pp. 43-58). New York: Routledge.
- Cohen, A.A, D. Lemish & A.M. Schejter (2008). *The Wonder Phone in the Land of Miracles: Mobile Telephony in Israel*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Creswell, J.W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. London and Thousand Oaks: Sage Publications.
- Dayan, D. & E. Katz (1992). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- DeNardis, L. (2014). "The Social Media Challenge to Internet Governance", in M. Graham & W.H. Dutton (eds.), *Society and the Internet: How Information and Social Networks are Changing our Lives*. Oxford: Oxford University Press.

בחיי המשתמשים בו, ועוד יותר מכך מניתוח התפקודים וההשפעות שייחסו לו המשתמשים עצמם, עולה כי היישום הציב חלופות ייחודיות לכלי התקשורת ה"מסורתיים" במילוי כל חמשת התפקידים: מקור למידע חדשותי עבור ישראלים רבים (סיקור), גורם שסייע בהבנת האירועים וההתרחשויות (תיאום), חיזוק תחושות הפטריוטיות, השייכות למדינה והקהילתיות בקרב המשתמשים בו (חברות), פלטפורמה לגיוס ולקידום מיזמי התנדבות בעת הלחימה (גיוס) כבמה להפצת מסרים הומוריסטיים-סאטיריים, והפגת מתחים והרגעה (בידור). לצד תפקודיו אלה מילא הווטסאפ תפקידים המזוהים, על פי רוב, עם תקשורת בין-אישית מתוכת (שיחות טלפון, מסרונים SMS ואחרים), בעיקר לצורך התעדנות בשלומם של חברים וקרובים.

ניתוח מקומו של הווטסאפ בחייהם של אזרחים במהלך מבצע "צוק איתן" מעלה כי היישום הסולולרי הפך לגורם משמעותי במיוחד עבור ציבור המשתמשים בו. מעבר לתפקודו כערוץ תקשורת מרכזי בימי שגרה, התגלה הווטסאפ כבעל תרומה ממשית לניהול "שגרה בתנאי לחימה". בדומה לתיאוריהם של לב-און (2010) ונווה (2008), על השימושים האזרחיים שנעשו בשלל פלטפורמות מקוונות במהלך מלחמת לבנון השנייה, הפך הווטסאפ לאמצעי ראשון במעלה להפצת עדכונים חדשותיים, מסרים הומוריסטיים, סאטיריים וביקורתיים, לבדיקת שלומם של קרובים, לגיוס מתנדבים ולארגון פעולות נדרשות בשעת חירום. על מידת התרומה והרלוונטיות של היישום, דווקא בשעת חירום זו, יכולה להעיד גם העובדה כי נמצא הבדל מובהק בתדירות השימוש ובמגוון השימושים שנעשו בו בהתאם לקרבת מקום המגורים לאזורי הירי: ככל שהיו האזרחים חשופים יותר לפגיעה (ובכל האמור בתושבי עוטף עזה וסביבותיו ניהלו את חייהם בחזית הקרב ממש), כך היה הווטסאפ מרכזי יותר בחייהם. בהתבסס על ממצאי המחקר אפשר להעריך כי השיח הציבורי-תקשורתי על מרכזיותו של יישום הווטסאפ בימי מבצע "צוק איתן" קרוב מאד למציאות. מבוא זה ייתכן שמבצע "צוק איתן" היה מלחמת הווטסאפ הראשונה.

הערות

- 1 התקשורת סיקרה בהרחבה את הפצת השמועות בווטסאפ על שמותיהם של חיילים אשר נהרגו בראשיתו של המהלך הקרקעי במבצע וכמה חיילים אף הועמדו לדין משמעתי. נוסף על כך הוצגו ההתכתבויות האחרונות של חיילים ביישום טרם פציעתם/נפילתם בקרב עם בני משפחתם וחברים.
- 2 העקיבות הפנימית של מדד "רמת השימוש ביישום" לפי אלפא של קרונבאך היא $\alpha = .85$ והממוצע הוא 3.55 (ס.ט = 1.39).
- 3 העקיבות הפנימית של מדד תחושת הדאגה לפי אלפא של קרונבאך היא $\alpha = .70$ וממוצע האינדקס הוא 3.88 (SD = .81).
- 4 העקיבות הפנימית של אינדקס 'תחושת השייכות' לפי אלפא של קרונבאך היא $\alpha = .89$ וממוצע האינדקס הוא 2.88 (SD = 1.25).

מקורות

- אלמוג, ע' (2004). *פרידה משרוליק: שינוי ערכים באלטיה הישראלית*. אור יהודה: זמורה-ביתן.
- אלמוג, ע' (2001). *הצבר: דיוקן. תל-אביב: עם עובד*.
- ברזילי, ג' (1991). *תקשורת המונים ומלחמות*. קשר, 10, עמ' 25-32.
- וימן, ג' (1997). *שעת החסד: תפקוד התקשורת הישראלית לאחר רצח רבין*, בתוך: ד' כספי (עורך), *תקשורת ודמוקרטיה בישראל (עמ' 223-236)*.

- Liebes, T. & Z. Kampf (2009). "Performance Journalism: The Case of Media's Coverage of War and Terror", *The Communication Review*, 12(3), pp. 239-249.
- Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco: Morgan Kaufmann.
- Ling, R. & P. Helmersen (2000). "It Must be Necessary; It Has to Cover a Need: The Adoption of Mobile Telephony among Pre-adolescents and Adolescents". Paper Presented at the Social Consequences of Mobile Telephony, Oslo.
- Lister, M., J. Dovey, S. Giddings, I. Grant & K. Kelly (2003). *New Media: A Critical Introduction*. London and New York: Routledge
- Macias, W., K. Hilyard & V. Freimuth (2009). "Blog Functions as Risk and Crisis Communication during Hurricane Katrina", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), pp. 1-31.
- Malka, V., Y. Ariel, R. Avidar & E.C. Levy (2014). "What's Up in Whatsapp World? The Role of a Popular Smartphone Application in the Lives of Israeli Users". The 16th International Conference of General Online Research, Cologne University of Applied Sciences, Cologne, Germany, March 5-7 2014.
- McKenna, K.Y. & J.A. Bargh (2000). "Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for Personality and Social Psychology"., *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), pp. 57-75.
- McQuail, D. (2006). *Media Roles in Society: Researching Media Democracy and Participation*. Tartu, Estonia: Tartu University Press
- Meraz, S. (2006). "Citizen Journalism, Citizen Activism, and Technology: Positioning Technology as a 'Second Superpower' in Times of Disasters and Terrorism". International Symposium on Online Journalism. April 8, 2006. Retrieved on 10.12.2013 from <http://online.journalism.utexas.edu/2006/papers/Sharon.pdf>
- Mesch, G. & I. Talmud (2008). "Cultural Differences in Communication Technology Use: Adolescent Jews and Arabs in Israel", in J. Katz (ed.), *Handbook of Mobile Communication Studies*, Cambridge, MA: MIT Press, pp. 313-324.
- Molotch, H. & M. Lester (1974). "News as Purposive Behavior: On the Strategic Uses of Routine Events, Accidents, and Scandals", *American Sociological Review*, 39, pp. 101-112.
- Nobrstedt, S.A., S. Kaitatzi-Whitlock., R. Ottosen & K. Riegert (2000). "From the Persian Gulf to Kosovo: War Journalism and Propaganda", *European Journal of Communication*, 15(3), pp. 383-404.
- Our Mobile Planets (2013). "Google and Ipsos MediaCT report May 2013". Retrieved from <http://think.withgoogle.com/mobileplanet/en>.
- O'reilly, T. (2007). "What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software", *Communications and Strategies*, 65(1), pp. 17-37.
- Park, Y. & J.V. Chen (2007). "Acceptance and adoption of the innovative use of smartphone", *Industrial Management & Data Systems*, 107(9), pp. 1349-1365.
- Dotan, J. & A.A. Cohen (1976). "Mass Media Use in the Family during War and Peace Israel 1973-1974", *Communication Research*, 3(4), pp. 393-402.
- Flurry Analytics. (2012). Retrieved from <http://www.flurry.com>.
- Fortunati, L. & S. Taipale (2014). The Advanced Use of Mobile Phones in Five European Countries, *The British Journal of Sociology*, 65(2), pp. 317-337.
- Hallin, D.C. (1989). *"Uncensored Ear": The Media and Vietnam*. Berkley, CA: University of California Press.
- ITU [International Telecommunication Union] (2013). *ITU World Telecommunication (ICT) Indicators Database*. Retrieved on 10.12.2013 from <http://www.itu.int/ict/statistics>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press
- Joo, J. & Y. Sang (2013). "Exploring Koreans' Smartphone Usage: An Integrated Model of the Technology Acceptance Model and Uses and Gratifications Theory". *Computers in Human Behavior*, 29(6), pp. 2512-2518.
- Kalb, M. & C. Saivetz (2007). The Israeli—Hezbollah war of 2006: The media as a weapon in asymmetrical conflict. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(3), 43-66.
- Kaplan, A.M. & M. Haenlein (2010). "Users of the World, Unite!: The Challenges and Opportunities of Social Media", *Business Horizons*, 53(1), pp. 59-68.
- Katz, J.E. (2006). *Magic in the Air: Mobile Communication and the Transformation of Social Life*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Katz, J.E. & M. Aakhus (eds.) (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, J.E. & R.E. Rice (2002). "The Telephone as a Medium of Faith, Hope, Terror, and Redemption: America, September 11", *Prometheus*, 20(3), pp. 247-253.
- Katz, E. & T. Liebes (2007). "No More Peace: How Disaster, Terror and War Upstaged Media Events", *International Journal of Communication*, 1, pp. 156-177.
- Karikoski, J. & T. Soikkeli (2013). "Contextual Usage Patterns in Smartphone Communication Services", *Personal and Ubiquitous Computing*, 17(3), pp. 491-502.
- Kietzmann, J.H., K. Hermkens, I.P. McCarthy & B.S. Silvestre (2011). "Social Media? Get Serious!: Understanding the Functional Building Blocks of Social Media", *Business Horizons*, 54(3), pp. 241-251.
- Lasswell, H.D. (1948). "The Structure and the Function of Communication in Society", in L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies, pp. 37-51.
- Lev-On, A. (2012). "Communication, Community, Crisis: Mapping Uses and Gratifications in the Contemporary Media Environment", *New Media & Society*, 14(1), pp. 98-116.
- Liebes, T. (1998). "Television's Disaster Marathons: A Danger to Democratic Processes?", In T. Liebes & J. Curran (eds.), *Media, Ritual and Identity*. London and New York: Routledge.

- Performance* (pp. 30-41). New York: Oxford University Press
- Schejter, A. & A.A. Cohen (2013). "Mobile Phone Usage as an Indicator of Solidarity: Israelis at War in 2006 and 2009". *Mobile Media & Communication*, 1(2), pp. 174-195.
- Schramm, W. (1965). "Communication in Crisis". In: B.S. Greenberg & E.B. Parker (eds.), *The Kennedy Assassination and the American Public* (pp. 1-25). Stanford, CA: University Press.
- Wall, M. (2005). "Blogs of War: Weblogs as News". *Journalism*, 6(2), pp. 153-172.
- Weimann, G. (2006). "Terror on the Internet: The New Arena, the New Challenges". Washington, DC: United States Institute of Peace Press
- Wolfsfeld, G. (1997). *Media and Political Conflict: News from the Middle East*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wolfsfeld, G. (2004). *Media and the Path to Peace*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wolfsfeld, G., E. Segev & T. Sheaffer (2013). "The Social Media and the Arab Spring: Politics Always Comes First". *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), pp. 115-137.
- Zaller, J. & D. Chiu (1996). "Government's Little Helper: U.S. Press Coverage of Foreign Policy Crises, 1945-1991". *Political Communication*, 13(4), pp. 395-405.
- Peled, T. & E. Katz (1974). "Media Functions in Wartime: The Israel Home Front in October 1973", in: J. Blumler & E. Katz (eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. 49-69). Beverly Hills, CA: Sage.
- Portio Research (2013). *Mobile Factbook*. Retrieved on 10.12.2014 from: <http://www.portioresearch.com>
- Procopio, C. & S. Procopio, (2007). "Do You Know What it Means to Miss New Orleans?: Internet Communication, Geographic Community, and Social Capital in Crisis", *Journal of Applied Communication Research*, 35(1), pp. 67-87.
- Rice, R. & J.E. Katz (2003). "Comparing Internet and Mobile Phone Usage: Digital Divides of Usage, Adoption and Dropouts", *Telecommunications Policy*, 27, pp. 597-623.
- Rice, R.E. & J.E. Katz (2008). "Assessing New Cell Phone Text and Video Services", *Telecommunications Policy*, 32(7), pp. 455-467.
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations* (5th Ed.). New York: The Free Press
- Schejter, A. & A.A. Cohen (2002). "Israel: Chutzpah and chatter in the Holy Land". In J. Katz & M. Aakhus (eds.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk and Public*