

# "השלט אמר את דברו!"

(להב הלוי)

שלטי מחאה ביצירה עצמית והדינמיקה החברתית-פוליטית  
המבוטאת בנוף הלשוני של הפגנות

**מילות מפתח:** תקשורת חזותית, יחסי כוח, אקטיביזם, שלטי מחאה, נוף לשוני, ייצוג  
קבוצות מיעוט, מרחב ציבורי

## תקציר

המחקר נערך במהלך מחאת 2023 בישראל, ובדק את הנוף הלשוני (Linguistic Landscape) במרחב הציבורי באמצעות בחינתם של 200 שלטי מחאה ביצירה עצמית, במהלך החודשים פברואר-אפריל. המחקר איכותני, בעל מרכיב כמותי בבדיקת השכיחויות. שלטי מחאה הם כלי תקשורתי רב-עוצמה בשירות אקטיביזם המסוגל להעביר מסרים מורכבים באופן תמציתי ובלתי-נשכח. שלטים ביצירה עצמית מרכיבים את המרחב החברתי-פוליטי הגלוי ומשקפים חזותית עמדות מחאה. מטרת המחקר הייתה לבחון את מאפייני השלטים באמצעות ניתוח סמינטי תקשורתי חזותי. המחקר מתבסס על תחום הנוף הלשוני ותיאוריית הסמינטיקה. הממצאים הראו שלוש תמות עיקריות; תכנים ממוקדי אדם, קבוצה או ציבור. ניתוח האמצעים הלשוניים חשף כי השלטים מעבירים מסרים

באמצעות הומור, רגשות שליליים וביקורת. מרביתם הסתמכו על אזכורים (Reference) המצריכים ידע קודם לפרשנות. מסקנות המחקר הן שהשלטים מבטאים מעט מסרים קולקטיביים, ובעיקר עמדות אישיות אינדיבידואליות. ניתוח מאפייני השלטים מדגיש סולידריות בין משתתפי המחאה לצד קיום ידע קודם משותף. שלטים ביצירה עצמית אינם מייצגים את מגוון הקבוצות בחברה הישראלית, ונעדרות מהם, למשל, קבוצות מוחלשות. המחקר תורם להבנת מאפייני שלטי מחאה, המדגישים את הדינמיקה ואת האסטרטגיות שבהן מתארגנים מסרים חברתיים-פוליטיים, ושופך אור על יחסי הכוח הדומיננטיים בין קבוצות בחברה הישראלית, בנוף הלשוני של התארגנות מחאה במרחב הציבורי.

## מבוא

**ב**ינואר 2023 התקיימה מחאה נגד שינוי שיטת החקיקה הפוגעת ביסודות הדמוקרטיים בישראל. ההפגנות ברחבי הארץ כללו שלטי מחאה ביצירה עצמית, המבטאים את קולם של המפגינים. לפי רוזנבלום ודה ליאו (2023), השלטים הם "רסיסי תקווה" המספרים את סיפור המחאה. ביטוי "קולם" של המוחים באמצעות לשון השלט מהווה אמצעי תקשורת במרחב הציבורי, היוצר נוף לשוני המלמד על יחסי הכוחות בחברה. ניתוח סמיוטי של השלטים ביצירה עצמית יכול לשפוך אור על דינמיקה ייחודית חברתית-תרבותית-כלכלית בנוף הלשוני. לפי בקר (Bekar, 2015), שלטי מחאה משמשים אמצעי כוח המשקף את החברה ומרכיביה לקידום מטרות המחאה, ולכן חשוב לחקור את האמצעים הסמנטיים הבאים לידי ביטוי בנוף הלשוני בהפגנות כתופעה תיאורטית, ואף להסיק מסקנות מעשיות.

המחאה בישראל החלה בינואר 2023, לאחר ששר המשפטים יריב לוין הציע רפורמה במערכת המשפט. לטענת נשיאת בית המשפט העליון אסתר חיות, הרפורמה שהציע תפגע באיזונים ובבלמים של המשטר הדמוקרטי (שפיר, 2023). לאור זאת החלה מחאה גדולה וממושכת ברחבי הארץ, שהתעצמה וביטאה אי-שביעות רצון גם מסוגיות נוספות שהציעה הקואליציה ונקשרו לתוכנית השינוי המשפטית. לפי קסנגה (Kasanga, 2014), בשלטים ביצירה עצמית במרחב המחאה הציבורי ניתן לזהות רגשות ורצונות של המפגינים. המחאה נמשכה שמונה חודשים, ובעת כתיבת המאמר עדיין התקיימה, אך ככל הידוע לנו, טרם נחקר השיח התקשורתי בשלטים ביצירה עצמית. מחקר שלטי המחאה

ביצירה עצמית עשוי לתרום להבנת מבני הכוח החברתיים-פוליטיים וללמד על מאפיינים וערכים של יחידים ושל קהילות.

ניתוח שלטי המחאה ביצירה עצמית יכול ללמד גם על זהויות המוחים האקטיביסטיים ועל מאפייניהם. ברנס (Berns, 2009) טען כי שפה משרתת מגוון רחב של מטרות תקשורתיות. המחקר הנוכחי יתמקד בניתוח סמנטי, וישפוך אור על המסגור החזותי-פוליטי הלא-קונבנציונאלי המאפיין את המחאה למען הדמוקרטיה הליברלית בישראל. תוצאותיו יכולות לספק תובנות תיאורטיות שיתרמו למחקר, כמו גם המלצות מעשיות למובילי מחאות בארץ ובעולם.

## רקע תיאורטי

מחאות חברתיות הן אמצעי להביע אי־שביעות רצון. ישנם סוגים שונים של מחאות, ספונטניות או ממושכות, שעורכות קבוצות מחאה שונות (Weber et al., 2018). מחאות כוללות פעולות פוליטיות כגון שביתות, עצומות, הפגנות, ועוד (Bahrudin & Bakar, 2022). לפי מאטוני וטוין (Mattoni & Teune, 2014), מחאות רחוב הן תופעות ויזואליות אשר מביאות סוגיות של התנגדות לביטוי גלוי במרחב הציבורי. לפי טילי (Tilly, 2004), מחאות מאפשרות מעורבות פוליטית למגוון משתתפים. לרוב מכוונת המחאה כלפי גורם בעל כוח בדרישה לשינוי חברתי-פוליטי רצוי (Tilly, 2004 ; Diani, 1992).

משמעותה של המחאה נגזרת ממסגורה (Benford & Snow, 2000). המסגור מעלה מידע מובן ומאורגן המשרת את המוחים (Dillard et al., 1996). בעבר הוגדר מסגור המחאות בידי ארגוני הסברה מאורגנים, והיווה כלי לגיוס ציבור רחב לפעילות לשינוי (Gamson & Meyer, 1996). המסגור סיפק דרך לגיוס משאבים ולתמיכה לוגיסטית של התנועות החברתיות המוחות (Benford & Snow, 2000). בנפורד וסנאו השתמשו במונח "מסגרות פעולה קולקטיביות" (Collective Action Frames) כדי לתאר כיצד יוצרות מסגרות משמעות משותפת למשתתפים. הם הגדירו מסגרות כביטויים המובילים לפעולה, ומבטאים אמונות ומשמעויות המעניקות לגיטימציה והשראה לפעילות המחאה.

בנפורד וסנאו (Benford & Snow, 2000) מצאו ארבעה יתרונות עיקריים למסגור אחיד של מחאות המוניות: (1) הגדרת הבעיה; (2) זיהוי האשם; (3) מציאת פתרונות; (4) קריאה לפעולה. מסגור אחיד בידי ארגוני הסברה מאורגנים יוצר אחדות במסרים, ולרוב קידם

את הצלחת המחאה (Benford & Snow, 2000; Gamson, 1975; McCarthy & Zald, 1977; Zald & Ash, 1966). נשאלת השאלה: מה קורה כאשר ההתארגנות ספונטנית, ללא גוף רשמי אחד ואחיד הממסגר את המחאה?

עם התפתחות המדיה בעשורים האחרונים חל שינוי באופי המחאות. בנט (Bennett, 2012) טען שחל מעבר ממסגור קולקטיבי להשתתפות פוליטית מותאמת אישית. ובר ועמיתים טוענים שהדבר מגביר את ההשתתפות הפוליטית (Weber et al., 2018). אנשים שונים, המייצגים את עצמם או מגוון קבוצות, מבטאים קולות רבים ושונים למען השינוי (Bennett, 2012). עם המעבר מהקולקטיבי לאישי, גורדון ומיהילידיס (Gordon & Mihailidis, 2022) טוענים שהקולות במדיה מבטאים תקוות וטענות אישיות, ואנשים יכולים להזדהות איתן יותר בהשוואה למסרים האחידים ולמסגור שאפיין את מחאות העבר, לפני עידן המדיה.

## התופעה החזותית במחאות חברתיות

בהרודין ובאקר (Bahrudin & Bakar, 2022) טוענים שכדי ליצור כוח לקבוצות המדוכאות ולקדם שינוי, מחאות נדרשות לנראות ויזואלית, אם בעצרת, בשביתה, בהפגנת רחוב או במיצג אומנותי. הנראות מבטיחה תשומת לב למסר ולדרישות ומעודדת אנשים להצטרף. שפת ההתנגדות של המוחים מחייבת נראות. מאבק מוצלח הוא מאבק שצבר די כוח כדי לצמצם את כוחם של האדם, הגוף או הפעולה שנגדם מוחים לרמה שתימנע מהם לבצע את מה שתוכנן. לפי בנט (Bennett, 2012), כאשר משתתפים רבים מביעים עצמם באופן אותנטי במחאה, נוצר כוח מלמטה שיכול להוביל לשינוי. כוח זה מוצא ביטוי בשלטי המחאה.

מאטוני וטוין (Mattoni & Teune, 2014) טוענים כי לשפת המחאה כוח להעלות שיח ויזואלי המאפיין אותה ואת דרישותיה לשינוי. שפת מחאה של תנועות חברתיות היא תופעה חזותית, הכוללת בגדים, פוסטרים, הופעות רחוב צבעוניות וסרטונים במדיה. דרך הסמלים החזותיים נוצר מגוון רחב של ביטויי התנגדות. בשנים האחרונות גובר המחקר בתופעה זו, וחוקרי תקשורת, לדוגמה, בוחנים כיצד משתמשים פעילים של מחאות בעולם במסגור ויזואלי.

מחקר תקשורת חזותית הראה שתמונות וטקסטים חזותיים יעילים במשיכת תשומת לב תקשורתית ובהטמעת טענותיהן של תנועות חברתיות בציבור (Doerr et al., 2015); להעביר את מסריהם המורכבים (Fung, 2020). לפי מסריס (Messaris, 1996), מוצגים חזותיים מעוררים רגש אצל הקהל. רוביסקו (Rovisco, 2017) טען כי הופעה חזותית גדולה אחת יכולה למשוך את תשומת הלב ולהשפיע על סדר היום הציבורי. לכן, המרכיב החזותי מרכזי לקידום השינוי המיוחל שעליו נאבקים. גופמן (Goffman, 1959) הגדיר ביצוע חזותי (Visual Performance) כפעילות המשפיעה רבות על המשתתפים בה. לפיכך, לשלטים בהפגנה השפעה משמעותית על המשתתפים בה, והשאלה הנשאלת היא מי הם אותם משתתפים.

## שלטי מחאה ביצירה עצמית

בשלטי מחאה מקובל להבחין בין פוסטרים מודפסים לשלטים ביצירה עצמית. עזיס (Azis, 2015) ניתח פוסטרים מודפסים, וחילק אותם לחמש קטגוריות: (1) משמעות פשוטה ותמציתית; (2) הצגת הרעיון המרכזי; (3) מסר קצר, חד ומובן במהירות; (4) כתיבה ברורה ותקשורתית; (5) כתיבת המטרה. לעומתם, שלטי מחאה ביצירה עצמית כוללים מסרים אישיים יותר. לפי ובר ועמיתים (Weber et al., 2018), וכן לפי בנט (Bennett, 2012), שלטי היצירה העצמית מותאמים אישית ומייצגים מגוון מסרים, רעיונות מרכזיים, אמונות ואידיאולוגיות של אנשים פרטיים. מניתוח עבודותיהם עולה כי מאפיינים אלו אינם עומדים בקטגוריות שהציע עזיס (Azis, 2015) עבור שלטי מחאה.

ככלל, שלטים מהווים כלי תקשורת חזותי רב-עוצמה להעברת מסרים פוליטיים באופן תמציתי (Kasanga, 2014). בהקשר של מחאות חברתיות, שלטים משקפים את יחסי הכוח הלא-שוויוניים בין המפגינים לקבוצות השלטון, ומאפשרים למפגינים להפגין כוח פוליטי מתנגד. קסנגה מראה שהטקסטים והסמלים בשלטים יכולים לייצג קהלים שונים המשתתפים במחאה. בחירת הסיסמאות והסמלים בשלטים חושפת משמעויות סמליות עמוקות יותר של אקט המחאה עצמו, בהקשר התרבותי-פוליטי הבא בהם לידי ביטוי (Scollon, 2001).

הציבור הרחב מתרגם את המידע ואת הבנתו האישיים אשר למציאות החברתית-פוליטית למשפטים קצרים ותמציתיים הכתובים על גבי השלט. לפי ג'י (Gee, 1990), שלטי מחאה

משקפים שפה תקשורתית כביטוי לזהות חברתית הפועלת למען מטרה משותפת בהקשר תרבותי-פוליטי נתון. סקולון (Scollon, 2001) טוען כי שפת השלטים מתווכת את דרישות המפגינים ואת האידיאולוגיה שלהם, המערערות על הלגיטימיות של השלטון. שפה זו כוללת מילים, ערכים, אמונות וזהויות חברתיות. לפיכך, שלטים הנושאים סמלים ומסרים הופכים לאמצעי תקשורת חזותי רב-עוצמה המלמד רבות על החברה המוחה, ומחייבים תשומת לב מחקרית.

חוקרים דוגמת שארפ (Sharp, 1984) חקרו שימוש בסיסמאות בשיח פוליטי, ובחנו כיצד מוטמעות בסיסמאות אידיאולוגיות חברתיות, תרבותיות ופוליטיות. סיסמאות הן חלק מדיאלוג אנושי המשקף מטרות של קבוצות (Bahrudin & Bakar, 2022). המחקר הדגיש את אופיין ואת השפעתן על קידום פעולות לשינוי, שכן סיסמאות הן כלי תקשורת יעיל להעלאת תודעה פוליטית ולשכנוע. הסיסמאות נתפסות כ"תודעה שולטת" (McGee, 1980), ובאמצעות בולטותן החזותית במרחב הציבורי הן יוצרות הרגשה שהכתוב בהן הוא המציאות.

אחד התפקידים של הסיסמאות בשלטים הוא להסביר את המציאות ולהשפיע על אמונות פוליטיות ואידיאולוגיות (Bahrudin & Bakar, 2022). שארפ (Sharp, 1984) ציין גם את יכולתן לעורר ולהניע לפעולה להגנה על אינטרסים ועל התודעה לקיום של קבוצות, לעיתים חסרות קול, בחברה. שלטים מבטאים ידע, רגשות ודרישות של מוחים, ומהווים תרגום של ידע לכוח (Kasanga, 2014). איניס (Innis, 2022) טבע את המושג "מונופול של ידע", ודן בהרחבה בתפקידה של התקשורת במעבר מ"ידע" – המייצג ידע אישי, ל"מידע" חיצוני, המעובד ממקורות חיצוניים וקשור לפענוח ולפרשנות אישית של עובדות שנאספו מהחוף ומחוג פנימה ל"ידע".

כיום ישנה חשיבות רבה למידע וליחס של המידע לכוח, כפי שמדגיש במחקרו שגב (Segev, 2019). איניס מראה כי קבוצות דומיננטיות של אנשים שמקבלים גישה לסוגים אחרים של משאבים כלכליים, פוליטיים וחינוכיים הן בעלות יתרון והזדמנות להשתמש במידע ולתרגם אותו לכוח (Innis, 2022). לפי שגב (Segev, 2019), ניתן לראות כי לקבוצות מסוימות מצבור כוח רב יותר משל קבוצות אחרות בחברה, בשל "מונופול על הידע".

מחקר על שפת שלטי מחאה באיראן, בסרביה, באוקראינה ובמקדוניה הראה שאפשר לבחון את יחסי הכוחות החברתיים דרך שפת השלטים (Bekar, 2015). השימוש בשפת המקום משמר את הלוקליות של המחאה, בעוד המעבר לשפה בין-לאומית הופך אותה

גלובלית. שימוש בשפה האנגלית בארצות שאינן דוברות אותה מלמד שהפנייה היא של חסרי כוח לבעלי כוח. קריסטל (Crystal, 2012) חיזק טענה זו – השימוש בשפה גלובלית קורא לתקשורת הבין-לאומית להיות עדה לשחיתות ולחוסר שביעות הרצון של המוחים בארצותיהם.

מחקר בנוף הלשוני בהפגנות במצרים (Murfianti & Sugihartono, 2020), בנושא הסיסמאות בשלטי מחאה, מצא שתרבות הפופ והמדיה החברתית השפיעו על בחירת המילים בהם. השלטים תרגמו מידע פופולארי שהסטודנטים הכירו למילים בהקשר תרבותי-חברתי. השימוש בסלנג דרש ידע קודם בתרבות פופולארית. למרות השפעת תרבות הפופ, השלטים נשאו מסרים עמוקים באמצעות מטפורות מתוחכמות. היה צורך להבין את תרבות הפופ כדי לפענח את המסר ולהרגיש שייכות.

## שלטי המחאה כהבניה סמלית של המציאות – הגישה הסמיוטית

הבלשן פרדינן דה סוסיר והפילוסוף צ'ארלס סנדרס פירס נחשבו אבות הסמיוטיקה שעסקה בחקר השפה כמערכת של סימנים וסמלים ובשימושים שלהם בתקשורת. דה סוסיר התמקד בחקר השפה כמערכת של סימנים שמשמעותם תלויה ביחסיהם, ופירס עסק בלוגיקה של הסמיוטיקה ובייצוג של הסימנים כסמלים, אייקונים ואינדקסים. סמלים משמעותם נלמדת חברתית, לעומת אייקונים הדומים למה שהם מייצגים ואינדקסים המצביעים על קשר סיבתי למושאים (kendon et al., 2010). לכל סימן יש דנוטציה – משמעות מילונית, וקונוטציה – משמעות בהקשר החברתי-תרבותי (בארט, 2003; ניר, 1989; דה סוסיר, 1916).

מחקרי סמיוטיקה שונים בתקשורת חושפים יחסי כוחות בין קבוצות בחברות שונות. ניתוח סמיוטי של שלטי חוצות ופרסומים בניגריה חשף השפעות משמעותיות על הכנעת נשים ועל חיזוק התנהגות כוחנית של גברים נגדן. מחקר סמיוטי של גרפר ועמיתים (Graefer et al., 2019) ניתח שלטי מחאה נגד טראמפ במצעד הנשים בינואר 2018 בארצות הברית. שלטים רבים הציגו בדיחות פוגעניות וולגריות על גופו והתנהגותו של טראמפ. לפי סטאם (Stamm, 1982), וולגריות של חסרי כוח משמשת נשק נגד צביעות בעלי הכוח. עוד נמצא שבדיחות פוגעניות (Offensive Joking) מציעות הקלה זמנית מהנורמות המדכאות (Graefer et al., 2019). לפי פיקרינג וליטלווד (Pickering & Littlewood, 1998) יש לבדוק אם התוקפנות ההומוריסטית מכוונת לאלו שנמצאים בעמדת כוח וסמכות או

כלפי אנשים חסרי אונים הכפופים לסמכויות. הדימויים השליליים בשלטים מעוררים רגשות המייצרים תהודה וסולידריות של המוחים כנגד "הנבלים" (Fung, 2020).

שימוש בשירים כאקט של הומור בשלטי מחאה ביצירה עצמית הפך לאמצעי נפוץ. כך למשל, גרפר ועמיתים (Graefer et al., 2019) מצאו ששימוש בשינוי המילים בשירים להעברת מסרים ביקורתיים דרשו הבנת ההקשר בין השיר למסר החדש בשלט. זוהי טכניקה פופולארית שבה משתמשים במילים של שיר והופכים אותו לשלט כדי להראות את האכזבה מנבחרי הציבור, באופן שיוצר גם הומור ויצירתיות בזמן הפענוח.

אמצעי לשוני נוסף שמצאו גרפר ועמיתים (שם) הוא שימוש באנלוגיה שלילית (Use of Negative Analogy) בשלטי המחאה, כדי לקשור בין נבחר ציבור למשהו שלילי. רגשות שליליים הם מניע עוצמתי לגיוס משתתפים, והם מושכים את תשומת הלב לנושאי המחאה. עם זאת, הם אינם מתמקדים בפתרון, אלא בהתרעה ובהבלטת הדחיפות לטיפול במצב. מחקר של אנוור ועמיתים (Anwar et al., 2020) ביצע ניתוח סמיוטי בשלטי מחאה של סטודנטים באינדונזיה ב-2019. הסטודנטים השתמשו במספר טכניקות, כגון הומור, שימוש בשירים, וולגריות, אנלוגיה שלילית, ציניות, הקשר, השפלה, הנמכה, לעג, חדירה לפרטיות, איום והפחדה. הם הציגו את נבחרי הציבור כבוגדים המשרתים אינטרסים אישיים.

## הנוף הלשוני כמשקף חברה, והקשר לשלטי מחאה

לפי שוהמי, רפאל וברני (Shohamy, Rafael & Barni, 2010), המונח "נוף לשוני" (Linguistic Landscape) הוא מושג חשוב בחקר תהליכים חברתיים, כיוון שהוא משקף את החברה. המרחב הציבורי מלא בתמונות, בגרפיטי, בשמות עסקים, בשלטי רחובות, בשלטי חוצות ובפרסומות שמלמדים על התרבות ועל החברה. לטענת החוקרים, אין דרך טובה יותר ללמוד על החברה ועל יחסי הכוח בה מלהתבונן בנוף הלשוני הבולט במרחב הציבורי.

נושאים הנקשרים למונח נוף לשוני בתחום המחקר של תכנון שפה הופיעו לראשונה אצל החלוצים לנדרי ובורהיס (Landry & Bourhis, 1997). תחילה התמקד המחקר בשפתם של שלטי דרך, פרסומות בשלטי החוצות, שמות רחובות, שמות מקומות, חנויות ושלטים ציבוריים של בנייני ממשלה (Kasanga, 2014). מאוחר יותר התרחב החקר לתחומים נוספים,



כגון מכלי פסולת (Kallen, 2010) ומכסי בויב (Tufi & Blackwood, 2010), המלמדים על העניין בחקר אובייקטים לשוניים המסמנים את המרחב הציבורי (Kasanga, 2014).

הנוף הלשוני כולל מילים, שלטי אזהרה ותמונות במרחב ובסביבה לשימוש פרקטי, מסחרי וכללי (Shohamy & Gorter, 2008). הגישה הסמיוטית מדגישה שלסימנים יש משמעות בהבניית המציאות (Scollon & Scollon, 2003). כלומר, המשמעות נגזרת מפרשנות המילים ומניתוחם הסמיוטי ("האיך"), וכן ממועדם, ממוקומם, ומן הקשר החברתי-תרבותי-גאוגרפי שבו מופיעים הסימנים ("המה") (Kasanga, 2014). מחקרי הנוף הלשוני התמקדו אפוא בייצוגים החזותיים כדי ללמוד מהם על תופעות חברתיות-פוליטיות-תרבותיות-כלכליות.

מיקוד חוקרי הנוף הלשוני התרחב מעבר לביטויים ציבוריים מסורתיים, ובדק את הטשטוש וההפרדה בין התחום הציבורי לפרטי (למשל, Troyer, 2012). החוקרים החלו לבחון משמעות ותפקוד של ייצוגים חזותיים לא-קבועים כשילוט רחוב, אלא מלאים בהקשר ובמשמעות (Leeman & Modan, 2009). כך למשל נחקרו עלונים, פליירים, תפריטים, שטרות ורקמות (Scollon, 1997).

מחקרים בתחום הנוף הלשוני הרלוונטיים לישראל מלמדים על בחינת ההקשר התרבותי והחברתי. כך למשל במחקרה של סלמון (2001), שחקרה דבקות (סטיקרים) פוליטיים המדבקים על מכוניות, ובפרט את הדבקות "ואהבת", שקיבל משמעות אחרת בנוף הלשוני הלוקלי והגלובלי. במקום הקשר יהודי מקומי קיבל הדבקות משמעות הומניסטית אוניברסלית. מחקר נוסף של שלינגר ולבנת (2001) בחן בנוף הלשוני בישראל כ-350 דבקות לרכב. נמצא כי הדבקות משמשות לביטוי עמדות פוליטיות וחברתיות, מעבר להצבעה בבחירות, ומהוות דרך נוספת להשתתפות בשיח הציבורי בקרב שכבות מסוימות. הדבקות נגישות ופשוטות להדבקה על הרכב, וכך הופכות נוכחות במרחב הציבורי. כמו כן, לעיתים הן מכילות מסרים סמויים שלא ניתנים לפענוח על-ידי כל אדם, ובכך מועצמת השפעתם על הצופים בהם.

נמצא שהשימוש בדבקות שכיח בעיקר בקרב קבוצות שחשות כי אינן מיוצגות מספיק בשיח הציבורי הממוסד. כלומר, הסטיקרים משמשים עבורן אמצעי להבעת עמדה חלופית ובלתי-ממוסדת. מחקר בנוף לשוני של מחאות מספק הבניה של זהויות ואידיאולוגיות פוליטיות, ומבטא מסרי התנגדות חזותית אותנטית של המוחים. שלטים נותנים קול חזותי לנרטיבים ולזהויות מדוכאות המוחות נגד המדכאים, ומגדירים מחדש משמעות

סמליות (Shiri, 2015). שלטי המחאה הם סוג של אקטיביזם עממי המשקף דאגות וערכים של יחידים ושל קבוצות. ניתוח שלטים ביצירה עצמית יכול לספק תובנות לגבי סוגיות חברתיות-פוליטיות במחאת 2023. בחינה מעמיקה של שפת השלטים יכולה לספק הבנה של יחסי כוחות והקשר תרבותי. במחקר הנוכחי נבדקו מאפייניהם של שלטי המחאה ביצירה עצמית בישראל בשנת 2023.

## מהלך המחקר

### מטרת המחקר

לחשוף, להבהיר ולשרטט את המאפיינים של שלטי המחאה בישראל בשנת 2023 בעזרת תיאוריות מתחום הסמיוטיקה והנוף הלשוני.

### שאלות המחקר

שאלת המחקר היא מהם המאפיינים של שלטי המחאה בשנת 2023, וממנה נגזרות תת-השאלות הבאות:

- 1) אילו אמצעים לשוניים באים לידי לביטוי בשלטים לצורך העברת מסרי המחאה בנוף הלשוני?
- 2) מהם יחסי הכוחות המודגשים בסימנים הסמיוטיים ובנוף הלשוני בשלטי המחאה?

### מתודולוגיה

שיטת המחקר איכותנית, בגישת התיאוריה המעוגנת בשדה (The Grounded Theory Approach, Glaser & Strauss, 2017).

### איסוף הנתונים וניתוחם

המחקר מנתח נתונים מ-200 שלטי מחאה ביצירה עצמית שהניפו המפגינים במחאת 2023. השלטים נלקחו ממאגר תמונות ניטרלי בעמוד האינסטגרם @creativity for democracy.

עמוד אינסטגרם זה אסף תמונות של שלטים ביצירה עצמית מכל ההפגנות ברחבי הארץ. הנתונים נאספו מתוך המאגר החל מהשבת השמינית למחאה, בתאריך 25.02.2023, ועד לתאריך 4.3.2023 (השבת התשיעית למחאה), ומקבץ אחד מחודש אפריל. כך שהמחקר מנתח 200 שלטים משלושה חודשי מחאה – פברואר, מרץ ואפריל.

---

## מערך המחקר

1. נבנתה טבלת בעלת חמש עמודות לניתוח 200 השלטים.
2. בעמודה הראשונה הודבקו תמונות השלטים עצמם.
3. בעמודה השנייה נכתב הטקסט מהשלט.
4. העמודה השלישית כללה את קידוד שלוש התמונות המתקשרות ליחסי כוחות, מידע וכוח: שלטים ממוקדי אדם, שלטים ממוקדי קבוצה, או שלטים ממוקדי ציבור (Segev, 2019).
5. העמודה הרביעית התייחסה לצורך בהכרת הרפרנס התרבותי לטובת הבנת משמעותו של המופע הלשוני בשלט. הכוונה לציטוטים משיר, מספר, מסרט או למידע היסטורי.
6. העמודה החמישית התייחסה לאופן העברת המסרים על-ידי ניתוח סמיוטי של השלטים לפי ממצאי האלמנטים הלשוניים ובעזרת הסקירה הספרותית (האלמנטים הלשוניים מונו לארבעה אשכולות, ראו בהמשך).
7. בשלב האחרון של המחקר נמנו שכיחויותיהם של אשכולות האלמנטים הלשוניים, מופעי הממדים והתמונות שקודדו.

---

## מהימנות

לצורך המהימנות הוחלט על ניתוח השלטים שנוצרו ללא קשר למחקר, ללא התערבותנו וללא סינון, והבחירה נעשתה באופן טבעי (Naturally Occurring). ניתחנו שלט אחר שלט בתקופת זמן מייצגת של שלושה חודשים. נתונים כאלו נחשבים תקפים מראש. כמו כן, נערך ריאיון עומק עם מקימי עמוד האינסטגרם Creativity for Democracy לשם הרחבת הידע ובדיקת מהימנות והטיה לגבי הנתונים שנאספו. לדוגמה, השאלות מתאריך 13.04.2023: מהי החוקיות שלפיה אתם מפרסמים בעמוד את תמונות השלטים? האם אתם מסננים שלטים מסוימים? האם אתם בוחרים רק שלטים שמייצגים עמדות

מסוימות? האם יש שלטים שאינכם מסכימים לפרסם? מי צילם ומי העלה את תמונות השלטים? התשובות של מנהלי העמוד באותו ריאיון מעלות שהשלטים הועלו ללא סינון: "החוקיות שלנו היא שלטים שאנשים עושים בעצמם בבית, לא שלטים שמעוצבים על ידי מעצבים גרפיים; "אנחנו מעלים כל שלט ששולחים לנו שהוא חד-פעמי ולא מודפס בעותקים רבים. וזה צריך להיות משהו שלא העלינו, ככל שזה יותר מבריק נשמח לעלות, העלינו גם דברים שלא בהכרח אנחנו מסכימים איתם. באנו לשקף את המציאות ולא לייצר נישה של שלטים. אנחנו לא מעלים רק שלטים שנוגעים למחאה כזו או אחרת. יש המון רבדים ואנחנו רוצים לשקף כמה שיותר את המציאות של ההפגנות".

## שיקולים אתיים

היות שאנשים יוצאים עם השלטים למרחב הציבורי מתוך רצון להראות את השלטים, והשלטים צולמו והועלו לרשת החברתית ולעמוד האינסטגרם, ומשם לקחנו את תמונותיהם - לכן אין בעיה אתית בנייתוחם.

## ממצאים

כדי להציג את המאפיינים של שלטי המחאה 2023 ולענות על תת-שאלות המחקר אספנו תחילה את המשפטים שעל השלטים וקידדנו אותם באופן כללי כדי לאתר את הנושאים המרכזיים. לאחר מכן יצרנו טבלה, ובה קודדנו באופן מכוון לשלוש תמות: שלטים ממוקדי אדם, שלטים ממוקדי קבוצה, או שלטים ממוקדי ציבור.

בשלב הבא קידדנו את השלטים לפי שני ממדים: האם דרוש ידע קודם להבנת השלט או שאין בו צורך.

בשלב האחרון ניתחנו את האלמנטים הלשוניים ואיגדנו אותם לחמישה אשכולות בזיקה לספרות המחקר הסמיוטי: **אשכול הומור** - הכולל אירוניה-סרקזם, הקשר (reference), שימוש בשירים, כפל לשון ומטפורות מגוחכות; **אשכול רגשות שליליים** - הכולל זעקה, הפחדה ואיום; **אשכול ביקורת** - הכולל לעג, כעס, הנמכה וולגריות; **אשכול שפת הכיתוב** - עברית, אנגלית, ערבית או שפה אחרת; **ואשכול תקווה** - עתיד טוב, שפה אופטימית ותקווה.

לבסוף השתמשנו במרכיב כמותי בתוך המחקר האיכותני כדי לבדוק שכיחויות של מופעי שני הממדים, שלוש התמות וחמשת האשכולות הלשוניים.

הממצאים הראו את התוצאות הבאות:

## שלוש התמות שנמצאו

**תמה 1.** שלטים ממוקדי אדם (34%) - תמה זו התמקדה בסיסמאות המבטאות רגשות או דעות של המוחים כלפי אדם ספציפי, פוליטיקאי, איש ציבור או אישיות היסטורית, כך לדוגמה:

"ביבי לא! תגידו לו... ביבי רק תסע מפה טודודו... טודודו... טודו..."

"ORBIBI"

"ביבי אתה איבדת את הצפון"

"ממה אתה מפחד?!"

"איך מזהים שביבי משקר ומסית? השפתיים שלו זזות"

"יריב באתי לריב"

"מה יש לך גברת לויך שרק רוטמן מביך"

"העיקר התסרוקת ושתשרף המדינה"

**תמה 2.** שלטים ממוקדי קבוצה (51%) - שלטים אלו כוללים סיסמאות הקשורות לזהות של קבוצה או של קהילה מסוימת. לדוגמה, קבוצה שלרוב מופיעה על גבי השלטים היא הממשלה, ומלבדה הופיעו גם נשים, להט"ב, ניצולי שואה, משפחות שכולות, תיכוניסטים, דתיים, מתנגדי הרפורמה, היי־טק, ויהודים.

לדוגמה, שלטים שכתוב עליהם:

"#בייטק - כסף והם יבינו"

"סבא וסבתא לא באו ממרוקו בשביל עוד מלך"

"נפלתם על הנשים הלא נכונות"

"מלוכה יש רק בדראג"

"אנחנו הילדים של חורף שנת 23... בבקשה מכם עצרו את הקרע, אל תובילו אותנו לשבר פנימי כי הוא יחריב את כולנו! עם אחד אנחנו, אין לנו ארץ אחרת"

"אנחנו האנרכיסטים של חורף 2023"

"אם היא לא תהיה דמוקרטית גם יהודית היא לא תהיה"

"האבנט דה ג'ואיש פיפל סאפרד אינף?"

**תמה 3.** שלטים ממוקדי ציבור (15%) – התמה מתמקדת בסוגיות ובדאגות חברתיות רחבות יותר. שלטים אלו מכילים סיסמאות המושכות תשומת לב לנושאים המתקשרים לציבור הרחב. לדוגמה:

"ISRAEL, WE HAVE A PROBLEM"

"ביחד נציל את הדמוקרטיה"

"כאן חינוכית חשובה! לדמוקרטיה"

"הופכים לדיקטטורה!! אסור לשתוק!"

"מדינת ישראל תשקוד על פיתוח הארץ לכל תושביה, תהא מושתת על יסודות החירות הצדק והשלום... תקיים שוויון זכויות חברתי ומדיני גמור לכל אזרחיה ללא הבדל דת גזע ומין"

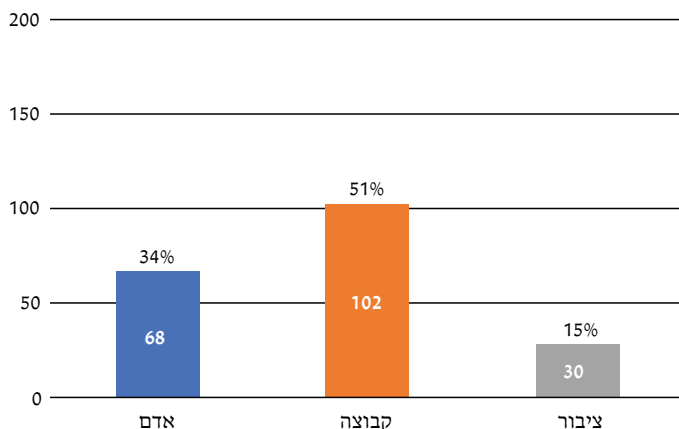
"ירדנו מהפסים?"

"יוחזר המנדט הבריטי" עם תמונה של המלכה אליזבת

"ישראל מתפרקת"

בתרשים 1 אפשר לראות את החלוקה של השלטים שלוש התמות במספרים ובאחוזים.

### תרשים 1. שלוש התמות



### ממצאי האלמנטים הלשוניים

**אשכול הומור** (77%), הכולל אירוניה, סרקזם, הקשר (reference), שימוש בשירים, כפל לשון ומטאפורות מגוחכות, לדוגמה:

"מעדיפה כל פורום בתפוז מאשר פורום קהלת"

"קידוש אשם"

"יש'תי בלעדייך יש'תי ברמות"

"OMG BB WTF??"

"בנימין על המרפסת - מצא את ההבדלים"

"אנחנו המשמר הלאומי"

"The only democracy in the middle east NOT"

"אין דבר כזה חצי דמוק"

"עליתי מהונגריה כדי לגור בהונגריה?"

"קונים אותנו עם קצת כפרה קצת חביבי, לא מאמינים לביבי"

**אשכול וגשות שלילים** (39%), הכולל זעקה, הפחדה ואיום.

לדוגמה:

"Scared of the future"

"אמא! קורא לי בני אודי, צאי להילחם על המדינה הדמוקרטית שלמענה נלחמתי ועבורה נפלתי"

"זהירות! תהום לפניך"

"תמו שידורינו"

"2023 דמוקרטיה עזב/ה את הקבוצה"

"A 2000 YEAR DREAM CRUSHED BY A FASCIST REGIME"

"פ"נ – דמוקרטיה 1948–2023 נזכור אותך לעד"

"לא נשתף פעולה נפר שבועה נעמוד מנגד!"

"לבכות"

**אשכול ביקורת** (49.5%), הכולל לעג, כעס, הנמכה ווולגריות.

לדוגמה:

"תאסרו גופיות? נבוא ערומות!!"

"מול קואליציה פשיסטית אני גאה להיות "אנרכיסטית""

"יובצר הקיסר מקיסריה"

"איתמרי, אתה לא יכול כל מה שבאלך"

"סמוצ'מוץ' תירגע כפרה"

"עליביבי ו-400 הפוגרומיסטים שפלו!"

"האריה שאהב שחיתות"

"Dick Tatura"



**אשכול תקווה (5%)** – עתיד טוב, שפה אופטימית ותקווה.

לדוגמה:

"ביחד נציל את הדמוקרטיה"

"רוצות לגדול בדמוקרטיה"

"זה שיעור באזרחות"

"GIRL POWER"

"דמוקרטיה"

"I'm here 4 my 7 Grandchildren"

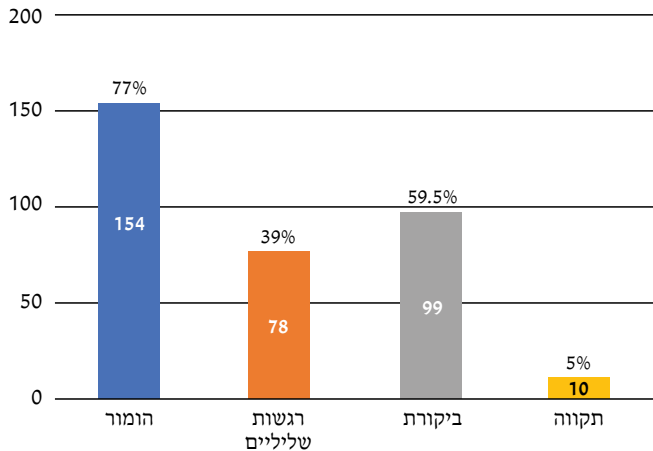
"אנחנו צועדים למען נרצחי הפיגועים כדי לשבור את מעגל הדמים שלום מלא"

דגל פלסטין, ישראל והגאווה

"טל, תהני בניזילנד אבא נלחם על הדמוקרטיה בשבילך"

בתרשים 2 ניתן לראות את ארבעת האשכולות.

## תרשים 2. ארבעת האשכולות של אלמנטים לשוניים

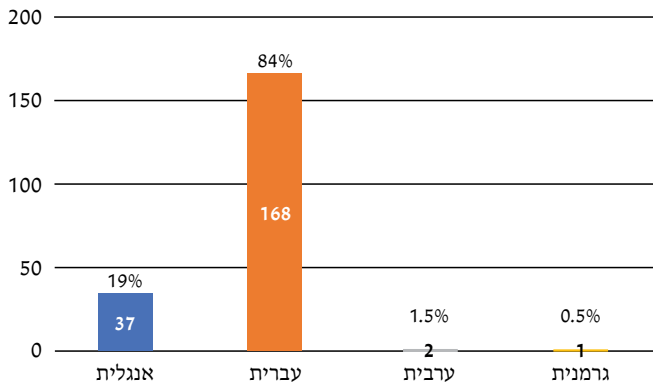


### אשכול שפת הכיתוב – עברית, אנגלית, ערבית או שפה אחרת.

מבחינת שפת הכיתוב בשלטים עלה שבמרביתם נכתב הטקסט בעברית, במיעוטם – באנגלית, ובשלטים ספורים – בערבית או בגרמנית.

בתרשים 3 ניתן לראות את מספר ושיעור השלטים בחלוקה לשפות.

תרשים 3. אשכול שפת השלט



### חלוקת השלטים לשני ממדים

נדרש ידע קודם (78.5%)

לדוגמה:

IMPOSTOR SUS "THEY ARE AMONG US"

"THE IRON LADY"

"טרנטינו מציג:

1. כלבי נתניהו

2. Kill IL volume 1

3. ממזרים חסרי כבוד

4. לוינ ללא מעצורים

5. שמונת השונאים

6. היו זמנים בישראל"

"חקיקה בסנוקר"

"תמות נפשי עם פלשתים שופטים טז ל"

"זאת דרך ארוכה"

"גם אני עם אהוד ברק: 'חייל צריך לסרב לפקודה שמתנוסס מעליה דגל שחור"

"מְהַרְסִיךָ וּמְחַרְבֵיךָ"

"תמיד אותו חלום, חלום בשם מרי לו"

**אין צורך בידע קודם (21.5%)**

לדוגמה:

"דמוקרטי"

"קיבלתי 52 בבגרות באזרחות, אבל זה המבחן האמיתי"

"ביבקטור"

"ממשלה כנופיה"

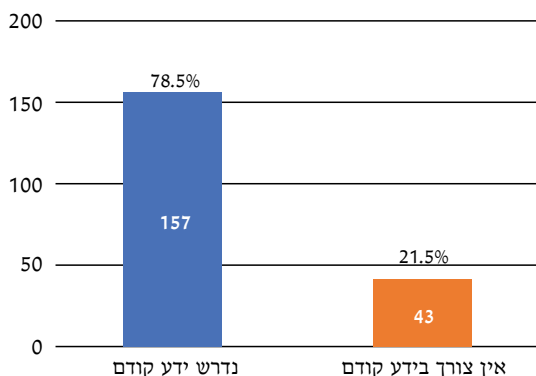
"דיקטטורה – לא!!! בארצנו"

"Democracy is hot Dictatorship is not"

"אנו על המשמר לא ניתן שימרחו אותנו!!!"

בתרשים 4 ניתן לראות את החלוקה למספר השלטים המצריכים ידע קודם לפענוח לעומת השלטים שלא נדרש בהם ידע קודם.

תרשים 4. שני הממדים



## דיון ומסקנות

שלטי מחאה הם כלי רב-עוצמה בנוף הלשוני להעברת מסרים וחוסר שביעות רצון. שלטי מחאה ביצירה עצמית מעבירים דעות, הצעות לשינוי וערכים פוליטיים (Kasanga, 2014). מטרת המחקר הייתה לבחון מאפיינים של שלטי המחאה האזרחית ביצירה עצמית בישראל ב-2023. המחקר ביקש לענות על השאלות הבאות: אילו אמצעים לשוניים משמשים בשלטים להעברת המסרים של המחאה בנוף הלשוני? מהם יחסי הכוחות המודגשים בסימנים הסמיוטיים בשלטי המחאה ביצירה עצמית? המחקר איכותני, ומשתמש במרכיב כמותי לבדיקת שכיחויות, המתבסס על תיאוריית הנוף הלשוני ותיאוריית הסמיוטיקה.

ניתוח הממצאים העלה חמישה אשכולות: **אשכול הומור** (77%), הכולל אירוניה, סרקזם, הקשר (reference), שימוש בשירים, כפל לשון ומטפורות מגוחכות; **אשכול רגשות שליליים** (39%), הכולל זעקה, הפחדה ואיום; **אשכול ביקורת** (49.5%), הכולל לעג, כעס, הנמכה ווולגריות; **אשכול שפת הכיתוב** – 84% בעברית, 19% באנגלית, 1.5% בערבית, ו-0.5% אחר (גרמנית); **אשכול תקווה** (5%) – עתיד טוב, שפה אופטימית ותקווה. ארבעת

האשכולות הראשונים עולים בקנה אחד עם ממצאים קודמים בספרות המחקר, בעיקר אצל אנוואר ועמיתים (Anwar et al., 2020), ומחזקים אותם.

במחקרים קודמים, ככל הידוע לנו, לא נמצא אשכול התקווה על שלטי מחאות, שכן אלו נוטים להתמקד בהתנגדויות ובלשון שלילית (Doerr et al., 2015; Halfmann & Young, 2010). עם זאת, במחקר הנוכחי 5% מן השלטים נשאו מסר של תקווה, ובלטו בשונותם ובשפתם האופטימית, כמו למשל, "ביחד נציל את הדמוקרטיה". ייתכן, כפי שטען קסנגה (Kasanga, 2014), שתפקידם של השלטים להביע רגשות, וממצא זה מציג גם מעט רגשות חיוביים. גורדון ומיהילידיס (Gordon & Mihailidis, 2022) חיצו זאת באומרם כי ביטוי מגוון קולות פוליטיים מאפשר מקום גם לתקוות אישיות. סימני תקווה עשויים לעודד פעולה ליצירת עתיד טוב יותר, וליצור סולידריות קהילתית חיובית.

הספרות (למשל Murfianti, & Sugihartono, 2020) מחזקת את הממצא הסמיוטי שלפיו 77% מהשלטים ביצירה עצמית השתמשו בהומור הכולל אירוניה, סרקזם, הקשר (reference), שירים, כפל לשון ומטפורות מתוחכמות ומגוחכות. גרפר ועמיתים (Graefer et al., 2019) טענו שהשימוש בהומור ובסרקזם בשלטי המחאה יוצר הפוגה זמנית מהתהליך המדכא. מחקרים מדגישים שהומור הוא אמצעי חברתי חזק ואסטרטגיה יעילה להעברת מסרים פוליטיים (Bivens & Cole, 2018; Thorogood, 2016), ולכן אין פלא שנמצא שימוש רב בהומור בשלטי המחאה ביצירה עצמית בישראל.

המסקנה היא שרוב השלטים ביצירה עצמית היו הומוריסטיים. ההומור יוצר הפוגה מהמתח ויכול לשבור מחסומים וליצור מרחב מכיל יותר לדיאלוג. בה בעת, פרשנות ההומור המתוחכם דורשת הקשר תרבותי-חברתי לפענוח המסרים. סביר להניח שמוחים המשתייכים לאותם מבני כוח יפענחו את ההומור. גופמן (Goffman, 1959, 26), טען שפעולה משפיעה על כל המשתתפים באותו מרחב, ולכן שפת השלטים משפיעה על כל מי שנחשף אליה בנוף הלשוני.

הנוף הלשוני מלמד על שפה הומוריסטית משותפת, המובנת לקבוצת השווים בעלי הידע והרקע הדומה, שלהם כוח תרבותי ואולי גם פוליטי וכלכלי דומה, המאפשר הבנה של ה"בדיחות" המתוחכמות. המושג "מונופול הידע" של איניס (Innis, 2008; 2022), ומודל המידע והכוח של סגב (Segev, 2019), מלמדים שלקבוצות דומיננטיות יש גישה למשאבים כלכליים, פוליטיים וחינוכיים המאפשרים להפוך ידע לכוח.

ממצא השימוש בשירים, שהתקשר לאשכול ההומור, הוא כלי רב-עוצמה להבעת רגשות ורעיונות מורכבים באופן מושך ויצירתי. לפי גראפר ועמיתים (Graefer et al., 2019), שירים יכולים לעורר רגשות וליצור סולידריות עם מוחים דרך מסרים משותפים. עם זאת, הבנת המסרים בשירים בשלטי המחאה בישראל דרשה הקשר תרבותי והיכרות מוקדמת עם השירים. במחקר שנערך במצרים (Murfianti, & Sugihartono, 2020) היה הממצא זה והמסקנה הייתה דומה. שימוש כזה עלול להגביל ולהדיר קבוצות שאינן מכירות את השירים. לדוגמה, השלט "what a scummy man just give him half a chance I bet he'll rob you if he can", שהוא ציטוט משיר של להקת הרוק הבריטית Arctic Monkeys, דורש היכרות מוקדמת וידע באנגלית להבנתו. דוגמה נוספת עולה מהשלט "זאת דרך ארוכה", שמאזכר את שירו של שלומי שבן "כנען (12 מרגלים)". גם כאן אין משמעות לשלט ללא היכרות עם השיר, שמאפיין קבוצה תרבותית מסוימת.

השימוש בשירים בשלטים עלול ליצור פרשנות שגויה, בלבול ואף תגובה נגדית מצד מי שאינו מכיר את השירים. הוא גם עלול להוביל להדרה של קבוצות מן השוליים, שאינן מרגישות שייכות לאותו מבנה כוח תרבותי. הסיכון הוא שקבוצות אלה לא יימשכו למקום שאינו מייצר עבורן שייכות בנוף הלשוני, ולכן לא יצטרפו למחאה שאינה מייצגת אותן.

נוסף לכך, אחד המאפיינים שבלטו בשלטי המחאה ביצירה עצמית שהשתמשו בייצוגים הומוריסטיים הוא הקשר שלהם לאקטואליה ולחדשות טריות. ניתוח השלטים הראה שרבים מהם התייחסו לאירועים שקרו בשבוע שבו נכתב השלט. לדוגמה, הכיתוב "כאן חינוכית חשובה! לדמוקרטיה", המתייחס להצעת החוק לביטול הערוץ הציבורי "כאן". או "האריה שאהב שוחד", בהקשר לאישור "חוק דרעי 2" בקריאה ראשונה באמצע חודש מרץ, חוק שיאפשר ליו"ר מפלגת ש"ס, אריה דרעי, להתמנות לשר אחרי שמינויו נפסל בבג"ץ וחרף הרשעתו בעבירת מס. הכיתוב "העיקר התסרוקת, שתירץ המדינה", למשל, מתייחס לתספורת של אשת ראש הממשלה בתחילת חודש מרץ בתל-אביב, שיצרה כאוס באותו היום. בניגוד לשלטי מחאה המודפסים, שהמסר בהם מוגדר מראש, שלטי המחאה ביצירה עצמית משקפים מציאות דינמית ומשתנה, ומבטאים ביקורת מיידית על אירועי היום-יום. תכונה זו מלמדת שהשיח המחאתי בנוף הלשוני אינו סטטי, אלא מגיב בזמן אמת ובאותנטיות להתרחשויות.

נמצא כי ב-39% מן השלטים נעשה שימוש ברגשות שליליים דוגמת זעקה, הפחדה ואיום, וביטוי לתסכול, לכעס ולחוסר שביעות רצון מהמצב הקיים. השלטים מציגים אנלוגיות שליליות, מבטאים פחד ואיומים של המוחים, וקוראים לשינוי דחוף. כך למשל: "זה קרה

בארץ של מוצרט ובטהובן זה יכול לקרות בארץ של ביאליק ואלתרמן, או "הממשלה מפחידה אותי יותר מהגשם". מחקרים מחזקים ממצא זה של שימוש ברגשות שליליים בשלטי מחאה (Graefer et al., 2019; Anwar et al., 2020). לא נמצאו הצעות לשינוי הרגשות השליליים פרט ל-5% שלטי התקווה לשינוי.

שלטי רגשות שליליים משתמשים בידע ובמידע כדי לתאר נושאים מודחקים, דוגמת "ממשלה כנופיה", או כדי להעלות לקדמת הבמה נושאים כגון "בייטק – כסף והם יבינו", ולאתגר את השלטון. השימוש ברגשות שליליים מועט יחסית – 39% – בהשוואה לשימוש בהומור (77%) ובביקורת (49.5%). ייתכן שרוב המוחים לא רצו להפיץ רגשות שליליים בנוף הלשוני עקב אי-נוחות, או כדי לא להיראות חלשים, אף שלפי פונג (Fung, 2020), רגשות שליליים יוצרים סולידריות ואחדות של המוחים כנגד "הנבלים".

שימוש בביקורת, כגון לעג, כעס, הנמכה ווולגריות נמצא ב-49.5% מהשלטים. סטאם (Stamm, 1982) טוען שוולגריות של חסרי הכוח היא נשק נגד צביעות בעלי הכוח. כך למשל בשלט: "שרה, אחותי, 80 אלף שקל הוצאות איפור לא יעלימו את הכיעור". במחאה יש לגיטימציה להביע ביקורת המערערת על הנרטיבים הדומיננטיים על-ידי שבירת טאבו בשפה. לדוגמה, "עליביבי ו-400 הפוגרומיסטים – שפל", או השלט שמראה את בן גביר, אוחנה, סמוטריץ' ואורית סטרוק בלבוש "דראג קווין", בתוספת הכיתוב "ממה אתה מפחד?!". שבירת מחסומי השפה על-ידי שימוש בשפה ישירה, ביקורתית ופרובוקטיבית היא בעלת פוטנציאל לאתגר את מבני הכוח הקיימים. מנגד, לא היה שימוש בגסויות, וגם הביקורת הוולגרית "מנומסת" יחסית בהשוואה לממצאים מהמחאות נגד טראמפ בארצות הברית (Graefer et al., 2019).

נמצא ש-84% מהשלטים היו בעברית כשפה הרשמית, ורק 19% באנגלית. לפי בקר וקריסטל (Bekar, 2015; Crystal, 2012), שלטים באנגלית קוראים לעולם המערבי, המייצג כוח פוליטי-כלכלי, להביט במתרחש. שיעורם הנמוך של שלטים באנגלית ביצירה עצמית מלמד שלא היה רצון לתקשר באופן ישיר עם מקור הכוח הבין-לאומי. בניגוד למדינות אחרות, כגון איראן, אוקראינה, סרביה ומקדוניה, שלהן מתייחס בקר במאמרו (Bekar, 2015), ייתכן שהמוחים בישראל לא חשו חסרי כוח יחסית, וראו בעצמם בעלי זהות המקושרת למבנה חברתי איתן עם כוח כלכלי-חברתי ופוליטי.

ערבית, השפה של 21.1% מאזרחי ישראל (על-פי נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, 12/2022), הופיעה רק ב-1.5% מהשלטים (בשלושה שלטים מתוך 200). נתון זה מבטא חוסר הלימה בין מספר השלטים בערבית לשיעור דוברי הערבית באוכלוסייה, ומלמד

שלכחמישית מאזרחי ישראל אין ייצוג הולם בנוף הלשוני של שלטי מחאת 2023 ביצירה עצמית. ניתן להסיק שערכים אזרחי ישראל אינם מיוצגים במחאה. לפי שוהמי ועמיתים (Shohamy et al., 2010), הנוף הלשוני בהפגנות מלמד על מצב החברה ועל חוסר הלכידות בה.

אשר לשאלת המחקר "מהם יחסי הכוחות המודגשים בסימנים הסמיוטיים ובנוף הלשוני בשלטי מחאת 2023 ביצירה עצמית בישראל", הממצאים הראו שהשלטים שימשו לזיהוי עצמי וקבוצתי ולביטוי נקודות מבט אישיות בהקשר המחאה. על-ידי יצירת שלטים יכלו המוחים לתרום למסר הכללי ואף להראות מסרים אישיים שונים. נמצאו שלוש תמות ליחסי הכוחות – שלטי מחאה ביצירה עצמית ממוקדי אדם (34%); שלטים ממוקדי קבוצה (51%), ושלטים ממוקדי ציבור (15%). את הממצא שלפיו כשליש מהשלטים ממוקדי אדם מחזקים קסגנה ובנט (Kasanga, 2014; Bennett, 2012), הטוענים כי שלטי מחאה המבטאים בעיקר קולות אישיים מגוונים מעודדים השתתפות נרחבת יותר.

חלק מהשלטים ממוקדי קבוצה שיקפו נושאים רלוונטיים לקבוצה או לקהילה מסוימת, כגון "גם אני רוצה להיות סבא חוקי בישראל" (לקבוצה הלהט"בית); GIRLS POWER – לקבוצת הנשים; "גם כשנולדתי הייתה דמוקרטיה – אוסטריה 1933" (לקבוצת שורדי השואה). שלטים אחרים, שיצרו קול קולקטיבי לתחושת זהות משותפת כחלק מהמחאה, היו מעטים יחסית, 15% בלבד, למשל, "דמוקרטיה או מרד"; "כאן חינוכית חשובה! לדמוקרטיה". היעדר שלטים ממוקדי קולקטיב מלמדים על חוסר פנייה לציבור הרחב בנוף הלשוני.

ממצא מעניין הוא שנמצאו שני שלטים בלבד המייצגים את קבוצת המזרחים מתוך 200 שלטים: "מרוקאית בלי דמוקרטיה זה כמו חריימה בלי חריף", ו"סבא וסבתא לא באו ממרוקו בשביל עוד מלך". החברה הישראלית מחולקת לתת-קבוצות, שחלקן קשורות לארץ מוצאם. בדומה לממצא לגבי דוברי ערבית, גם קבוצת האזרחים המזרחים אינה מיוצגת בשלטי המחאה. כמו כן, לא נמצא אף שלט ביצירה עצמית המתייחס לקהילת יוצאי אתיופיה. מכאן ניתן ללמוד שקבוצות מסוימות בחברה הישראלית אינן מיוצגות בנוף הלשוני של המחאה.

רוב השלטים דרשו ידע קודם כדי להבינם (78.5%). נוסף לכך נמצא מיעוט ייצוג של קבוצות מודרות בחברה הישראלית. הדבר מלמד על "מונופול הידע" (Innis, 2022) ועל מודל מידע ככוח של שגב (Segev, 2019). המוחים הפגינו כוח על-ידי תרגום מידע



לשלטים, אך נוצרה היררכיה פנימית שלא אפשרה השתתפות קולקטיבית בנוף הלשוני למי שאינו מסוגל לפענח את המסרים.

בלי הבנת הסמלים והקשרם ההיסטורי-חברתי-תרבותי עלולים המסרים "להתפספס" וליצור אי-שייכות למחאה. לדוגמה, שלטים שבהם כתוב "1984", או השלט באנגלית שכתוב בו: *the only democracy in the middle east – NOT*, עם תמונה גדולה של סשה ברון כהן כדמותו של בוראט, שקשור לסרטי ביקורת על דיקטטורה, שללא היכרות עם הקונטקסט שבו נוצרו מוחמץ המסר שבשלט. במקרים אלה לא נוצרת תחושת שייכות רחבה, ורק קבוצה מסוימת בעלת מכנה משותף של ידע תבין את המסרים. אי-הבנה מייצרת ניכור ומרחק מהמחאה. מעניין לבחון זאת לאור מחקרם של שלזינגר ולבנת (2001), שבחן דבקיות לרכב, ומצא שחלק מהסיסמאות מכילות רמזים ורבדים שהבנתם מחייבת היכרות עם ההקשר החברתי-תרבותי של קבוצות שחשות כי אינן מיוצגות מספיק בשיח הציבורי הממוסד. כלומר, הדבקיות שימשו עבורם אמצעי להבעת עמדה חלופית ואנשים מקבוצת הזהות הרלוונטית פענחו את המסרים.

במחקר הנוכחי נצפתה התאמה קבוצתית של שלטים המבטאים צרכים ודאגות של קהילה או של קבוצת שייכות, כמו למשל נשים, הקהילה הלהט"בית, משפחות שכולות, יהודים, תיכוניסטים, דתיים ואנשי היי-טק. ממחקר על הפגנות בפולין (Koroleczuk, 2016) עולה שגם שם נצפו הפגנות ללא מסר אחיד ויחיד לכל המוחים, ודווקא ההימנעות מאחידות היא שיצרה חיזוק ולגיטימציה לקולו האותנטי של העם על מסריו המגוונים. באותו מחקר לא תואר אם גם בפולין היו קבוצות מוחות כפי שנצפה בישראל, אך יש לציין כי יתרונותיהם של מסרים קבוצתיים בהגברת תחושת השייכות של קבוצות במחאה. ייתכן ששלטים בעלי מסרים קולקטיביים יכולים לייצר תחושה של אחידות, ובכך לצרף מוחים רבים ממגוון קבוצות השתייכות. אך מכאן הסכנה שבדרך זו תוגבל האפשרות לביטוי עצמי, כפי שנצפה ב-15% מהשלטים ביצירה עצמית. ממצא זה אינו תואם את טענת החוקרים (Tilly, 2004; Diani, 1992; Benford & Snow, 2000), שמראים כי פעולות מחאה נגד ישויות בעלות כוח, דוגמת השלטון, מתקיימות כפעולה קולקטיבית משותפת של המוחים.

הצורך בידע קודם להבנת שלטי המחאה משקף את הזהות התרבותית והמעמד החברתי-כלכלי של המוחים, ומדיר קבוצות בחברה בנוף הלשוני. מלבד זאת, ההתייחסויות והחוויות התרבותיות המשותפות המשתקפות בסיסמאות על השלטים עלולות להיות לא רלוונטיות למי שאינו חולק רקע תרבותי-מעמדי-חברתי-כלכלי זהה. קורולקזק

(Korolczuk, 2016) תיאר שמסרים כאלה בין יחידים או בין קבוצות שונות, בשל הדגשת מסרים אינדיבידואליים, יכולים ליצור פילוג ומחלוקת בין המוחים ולהוביל לכך שהמחאות שחקר קורולקזק התקיימו באקלים חברתי מקוטב.

הלשון המתוחכמת בשלטים יכולה לחזק מבני כוח והיררכיות קיימות, ובעקבות כך קיים סיכוי שמחאה כזאת לא תקדם שינוי של הסדר החברתי הקיים. זאת בניגוד לספרות שמדגישה צורך בשלטים בעלי מסרים ישירים, בהירים, עממיים ונגישים (Murfianti, & Sugihartono, 2020; Anwar et al., 2020). על כן, שלטים מתוחכמים מדי עלולים ליצור ניכור בין המוחים לשאר החברה, שלטים אינדיבידואליים המייצגים דעות שונות ולעיתים מקוטבות יכולים לייצר פיצול פנימי בין קבוצות המפגינים, ואלו יכולים להשפיע על שמירת הסדר הקיים במקום שהמחאה תגרום לשינויו.

## מגבלות המחקר והצעה למחקרים נוספים

למחקר זה מספר מגבלות. ראשית, ישנו פער בין ייצוג המציאות דרך שלטי המחאה לבין האופן שבו הם מפוענחים בידי הציבור. לכן מעניין יהיה לערוך בעתיד מחקר נוסף, אולי פמותי, על פענוח ופרשנות שלטי המחאה בידי אנשים מהחברה הישראלית המשתתפים בנוף הלשוני וגם בקרב אלה שאינם משתתפים בו. במחקר המשך חשוב יהיה לבחון את השפעתם של שלטי מחאה ביצירה עצמית על קבוצת המוחים המשתתפים בהפגנות, לעומת השפעתם על קבוצות שאינן נוכחות בהפגנות. המחקר הנוכחי בחן 200 שלטי מחאה ביצירה עצמית בלבד, ומעניין יהיה לערוך מחקר השוואתי בינם לבין שלטים מודפסים באותה מחאה. לבסוף, מומלץ לבדוק את הקשר בין השלטים בנוף הלשוני לבין הצגתם ותפוצתם ברשתות החברתיות, וכן לבדוק את המשך השימוש בהם כממים (meme).

## סיכום

מחקר זה של שלטים ביצירה עצמית במחאת 2023 בישראל חושף כיצד הנוף הלשוני והסמנטי של השלטים משקף ומשמר מבני כוח חברתיים-תרבותיים מסורתיים. ללא הצעה למודל חברתי חדש, השלטים מסמלים הנצחה של אי-השוויון החברתי. רוב השלטים היו בעברית, הומוריסטיים ומתוחכמים, ודרשו ידע קודם לפענוחם. ניתוחם מלמד שאף

כי לשיח המחאתי יסוד דינמי וספונטני המתקשר לאקטואליה, השלטים אינם מייצגים את מגוון הקולות והקבוצות בחברה הישראלית, אלא בעיקר יוצרים סולידריות בקרב קבוצת המוחים. המחקר תורם להבנה תיאורטית של מנגנוני הכוח וההזרה המובעים בנוף הלשוני של מחאות חברתיות. מעשית, הוא מספק כלי לניתוח ואבחון אסטרטגיות יעילות יותר להעברת מסרים ולגיוס תמיכה רחבה יותר בקרב כל שדרות החברה במאבק לשינוי המיוחל.

## רשימת המקורות

בארת, רולאן (2003). הרטוריקה של הדימוי. בתוך תמר ליבס, ומירי טלמון (עורכות). **תקשורת ותרבות: מקראה, כרך א**, תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה, 259–271.

דה סוסיר, פרדינן [1916] (2005). **קורס בבלשנות כללית**. תרגום: אבנר להב. רסלינג.

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (31 בדצמבר 2022). **אוכלוסיית ישראל בפתחה של שנת 2023. הודעה לתקשורת**.

ניר, רפאל (1989). סמאנטיקה עברית. הסמיוטיקה והסימן. בתוך סמנטיקה עברית – **משמעות ותקשורת 18**. רמת אביב: האוניברסיטה הפתוחה. יחידות 1-2-3-1 (הסמיוטיקה והסימן), עמ' 18–30.

סלמון, הגר (2001). סטיקרים פוליטיים בישראל, הכביש כזירה עממית טעונת רגשות. **מחקרי ירושלים בפולקלור יהודי כ"א**, 113–144.

רוזנבלום, כנרת ואייל דה לואו (2023, 23 במרץ). קפלן עכשיו: השלטים הכי טובים של ההתנגדות להפיכה המשטרית. **טיים אאוט תל אביב**. [/קריאייטיב-פור-דמוקרטי](https://timeout.co.il/קריאייטיב-פור-דמוקרטי). <https://timeout.co.il/>

שפיר, ניצן (2023, 12 בינואר). נשיאת העליון אסתר חיות מגיבה על המהפכה המשפטית: "תוכנית לריסוק מערכת המשפט". **גלובס**. <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001435435>.

שלזינגר, יצחק, ולבנת זהר (2001). "לשונן של דבקות הרכב (סטיקרים) – עיון מילוני, תחבירי וסגנוני", **ספר בן-ציון פישלר: מחקרים בלשון העברית ובהוראתה**. עורכים: אורה (רוודריג) שורצולד ורפאל ניר. אבן-יהודה: רכס, 277–292.

Anwar, Miftahulhairah, Murtadho Fathiatty & Razi Amir Fachrur Razi (2020). DOI: 10.5220/0008998303180326 In Proceedings of the International Conference on Education, Language and Society (ICELS 2019), pp. 318–332.

- Azis, Abdul (2012). Menulis poster dan slogan melalui penerapan metode pembelajaran berbasis masalah (problem based learning): Suatu alternatif peningkatan keterampilan menulis. *Semantik* 1(1).
- Bahrudin, Huda & Kesumawati A. Bakar (2022). Us vs. them: Representation of social actors in women's March MY protest signs. *Journal of Language and Linguistic Studies* 18.
- Bekar, Mira (2015). Space, language and power: The rhetoric of street protests. *Социолошки преглед* 49(3), 337–348.
- Benford, Robert D. & David A. Snow (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology* 26(1), 611–639.
- Bennett, W. Lance (2012). The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 644(1), 20–39.
- Berns, Margie (2009). English as lingua franca and English in Europe. *World Englishes* 28(2), 192–199.
- Bivens, Kristin Marie & Kirsti Cole (2018). The grotesque protest in social media as embodied, political rhetoric. *Journal of Communication Inquiry* 42(1), 5–25.
- Crystal, David (2013). A global language. *English in the World*. Routledge, 163–208.
- Delicath, John W. a& Kevin Michael DeLuca (2003). Image events, the public sphere, and argumentative practice: The case of radical environmental groups. *Argumentation* 17, 315–333.
- Diani, Mario (1992). The concept of social movement. *The Sociological Review* 40(1), 1–25.
- Diani, Mario & Ivano Bison (2004). Organizations, coalitions, and movements. *Theory and Society* 33, 281–309.
- Dillard, James Price, Denise Haunani Solomon, & Jennifer Anne Samp (1996). Framing social reality: The relevance of relational judgments." *Communication Research* 23(6), 703–723.
- Doerr, Nicole, Alice Mattoni, & Simon Teune (2014). Visuals in social movements. *The Oxford Handbook of Social Movements*, 557–566. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199678402.013.48>.
- Fung, Wing Lam Cheryl (2020). Canvas of dissent: A study of visuals and its significance in group formations and communications during the 2019 Hong Kong Anti-ELAB movement. Lunds Universitet, (Master's Thesis in Media and Communication Studies).
- Gamson, William A. "Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience." (1975): 603-607.

- Gamson William. A. & David. S.Meyer (1996). The framing of political opportunity. In Doug McAdam, John. D. McCarthy, & Mayer N. Zald (eds.). *Comparative perspectives on social movements opportunities, mobilizing structures, and framing*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 275–290.
- Gee, James & James Paul Gee (2007). *Social linguistics and literacies: Ideology in discourses*. Routledge.
- Glaser, Barney & Anselm Strauss (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.
- Goffman, Erving (1959). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth (Penguin).
- Gordon, Eric & Paul Mihailidis (eds.) (2022). *Civic media: Technology, design, practice*. MIT Press.
- Graeber, Anne, Allaina Kilby, & Inger-Lise Kalviknes Bore (2019). Unruly women and carnivalesque countercontrol: Offensive humor in mediated social protest. *Journal of Communication Inquiry* 43(2), 171–193.
- Halfmann, Drew & Michael Young (2010). War pictures: The grotesque as a mobilizing tactic. *Mobilization: An International Quarterly* 15(1), 1–24.
- Innis, Harold A. (2022). *Empire and communications*. University of Toronto Press.
- Kallen, Jeffrey L. (2010). Changing landscapes: Language, space, and policy in the Dublin linguistic landscape. In Adam Jaworski & Crispin Thurlow (eds.). *Semiotic landscapes: Language, image, space*, London: Continuum, 41–58.
- Kasanga, Luanga A. (2014). The linguistic landscape: Mobile signs, code choice, symbolic meaning and territoriality in the discourse of protest. *International Journal of the Sociology of Language* 230.230, 19–44.
- Kendon, Adam, Thomas A. Sebeok, & Jean Umiker-Sebeok (eds). (2010). *Nonverbal communication, interaction, and gesture: Selections from Semiotica*. Vol. 41. Walter de Gruyter.
- Korolczuk, Elzbieta (2016). Explaining mass protests against abortion ban in Poland: the power of connective action. *Zoon Politikon* 7(7), 91–113.
- Landry, Rodrigue, & Richard Y. Bourhis (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology* 16(1), 23–49.
- Leeman, Jennifer & Gabriella Modan (2009). Commodified language in Chinatown: A contextualized approach to linguistic landscape 1. *Journal of Sociolinguistics* 13(3), 332–362.

- Littlewood, Jane & Michael Pickerin (1998). Heard the one about the white middle-class heterosexual father-in-law. In Stephen Wagg (ed.). *Because I tell a joke or two. Comedy, politics and social difference*. London & New York: Routledge, 291–312.
- Mattoni, Alice (2008). Serpica Naro and the others. The social media experience in the Italian precarious workers struggles." *Portal* 5(2), np.
- Mattoni, Alice & Simon Teune (2014). "Visions of protest. A media-historic perspective on images in social movements. *Sociology Compass* 8(6), 876–887.
- McCarthy, John D. and Mayer N. Zald (1977). Resource mobilization and social movements: A partial theory. *American Journal of Sociology* 82(6), 1212–1241.
- McGee, Michael Calvin (1980). The "ideograph": A link between rhetoric and ideology." *Quarterly journal of speech* 66(1), 1–16.
- Messaris, Paul (1996). *Visual persuasion: The role of images in advertising*. sage publications.
- Murfianti Fitri, & Ranang Agung Sugihartono (2020). Revolution of poster protest language styles Z generation in Indonesia. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology* 17(8), 75–89.
- Ogbonna, Gift Amara (2022). The linguistic and pictorial representation of women in advertisement labels and symbols in Anambra state. *Nigerian Journal of Arts and Humanities (NJAH)* 2(1).
- Rovisco, Maria (2017). The indignados social movement and the image of the occupied square: The making of a global icon. *Visual Communication* 16(3), 337–359.
- Scollon, Ron (1997). Handbills, tissues, and condoms: A site of engagement for the construction of identity in public discourse. *Journal of Sociolinguistics* 1(1), 39–61.
- Scollon, Ron (2001). *Mediated discourse*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203420065>.
- Scollon, Ron & Suzie Wong Scollon (2003). *Discourses in place: Language in the material world*. Routledge.
- Segev, Elad (2019). Volume and control: The transition from information to power. *Journal of Multicultural Discourses* 14(3), 240–257.
- Sharp, Harold (1984). *Advertising slogans of America*. Metuchen, NJ: The Scarecrow Press.
- Shiri, Sonia (2015). Co-constructing dissent in the transient linguistic landscape: Multilingual protest signs of the Tunisian revolution. *Conflict, exclusion and dissent in the linguistic landscape*. London: Palgrave Macmillan UK, 239–259.

Shohamy, Elana & Durk Gorter (2008). Linguistic landscape. *Expanding the scenery. New York and London: Routledge.*

Shohamy, Elana, Goldberg, Eliezer Ben Rafael, & Monica Barni (eds.) (2010). *Linguistic landscape in the city.* Multilingual Matters.

Snow, David A., Sarah A. Soule, & Hanspeter Kriesi (eds.) (2008). *The blackwell companion to social movements.* John Wiley & Sons.

Stamm, Robert (1982). On the carnivalesque. *Wedge* 1, 47–55.

Thorogood, Joe (2016). Satire and geopolitics: Vulgarity, ambiguity and the body grotesque in South Park. *Geopolitics* 21(1), 215–235.

Tilly, Charles (2004). *Social movements, 1768–2004.* Routledge.

Troyer, Robert A (2012). "English in the Thai linguistic netscape. *World Englishes* 31(1), 93–112.

Tufi, Stefania & Robert Blackwood (2010). Trademarks in the linguistic landscape: Methodological and theoretical challenges in qualifying brand names in the public space. *International Journal of Multilingualism* 7(3), 197–210.

Urdang, Laurence & Ceila Dame Robbins (eds.) (1984). *Slogans.* Detroit: Gale Research Company.

Weber, Kirsten M., Tisha Dejmanee, & Flemming Rhode (2018). The 2017 Women's March on Washington: An analysis of protest-sign messages. *International Journal of Communication.*

Zald, Mayer N. & Roberta Ash (1996). Social movement organizations: Growth, decay and change. *Social Forces* 44(3), 327–341.



**ליאור איילי**, סטודנטית לתואר שני בתקשורת באוניברסיטת תל אביב. נמצאת בשלבי סיום של כתיבת עבודת התזה העוסקת במשמעותם של סמלי מחאה - מקרה בוחן סמלי המחאה להחזרת החטופות והחטופים ממתקפת הטרור ב-7 באוקטובר 2023. פלנרית אסטרטגיה בחברת פרסום.

**דוא"ל:** [ayali.lior@gmail.com](mailto:ayali.lior@gmail.com)

**ד"ר קרן קטקו איילי**, בעלת תואר דוקטור במדעי החינוך, מומחית בפדגוגיה אקטיביסטית לקידום אזרחות פעילה, מרצה במרכז האקדמי אורנים בחוג לחינוך ובחוג לתקשורת ומדיה. מובילת סגל הדידקטיקה. עוסקת בפיתוח והובלת השתלמויות בחינוך פוליטי אקטיביסטי ובפיתוח מיומנויות לחשיבה ביקורתית. מייסדת האתר "חיים משותפים" המיועד לקידום שוויון וסובלנות בחברה בישראל, מתנדבת בקהילה וחברה בגופים ציבוריים.

**דוא"ל:** [kerenketko@gmail.com](mailto:kerenketko@gmail.com)