

אוניברסיטת בר-אילן

בין ניכור ותועלתנות לקרבה ואינטימיות:

משמעותן של אינטראקציות בין גולשים באתר אינטרנט המאפשר השכרת חברים

עבודה זו מוגשת כחלק מהדרישות לשם קבלת תואר מוסמך
במחלקה לסוציולוגיה ואנתרופולוגיה של אוניברסיטת בר אילן

James Taylor - You've got a friend (1971)

You just call out my name
And you know wherever I am
I'll come running to see you again
Winter, spring, summer or fall
All you got to do is call
And I'll be there
Yes I will
You've got a friend

"I only have like a hand full of friends that I can call if I really needed something, if I really needed someone to talk to, or someone to do something with"

Jackie, a friend for rent

תקציר

בעבודת מחקר זו נעשה ניסיון לבדוק באיזה אופן משפיע השימוש הממוסחר ברשתות חברתיות באינטרנט על האופנים שבהם בני אדם מפרשים את משמעותן של האינטראקציות החברתיות ביניהם, תוך השמת דגש מיוחד על האופן שבו פרשנות זו עשויה לתרום לעיצוב מחודש של מושג החברות. על מנת לבחון סוגיה זו, העבודה מתמקדת באינטראקציות חברתיות בין גולשים באתר אינטרנט המציע שירותי השכרה מקוונת של "חברים" לפי שעה.

שאלת המחקר המרכזית שנדונה בעבודה הייתה: כיצד מפרשים גולשי האתר המציעים עצמם להשכרה, את משמעותן של האינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם? על מנת לתת מענה לשאלה זו, בוצע במסגרת העבודה ניתוח פרשני משולב, אשר כלל התייחסות להיבטים תרבותיים והיבטים טכנולוגיים המעצבים את העצמי האינטרנטי בעת השימוש באתר. שיטת המחקר שעליה התבסס הניתוח הינה שיטה איכותנית, שהתבססה הן על ניתוח שיח פרשני של דפי האתר, והן על ראיונות עם גולשי האתר. הראיונות נותחו באמצעות המסגרת התיאורטית של האינטראקציוניזם הסימבולי, והמסגרת המתודולוגית של תיאוריה מעוגנת שדה (grounded theory).

במסגרת העבודה בוצעו ראיונות עם אנשים המשווקים את עצמם כ – "חברים" להשכרה אונליין בארצות הברית. זאת מכיוון שבארצות הברית נמצא כי מספר המרואיינים הפוטנציאליים היה הגדול ביותר, והנגישות לדגימתם הייתה נוחה יותר. במהלך המחקר רואיינו בסך הכול עשרים מרואיינים ומרואיינות, עשר נשים ועשרה גברים, שפגשו לפחות אדם אחד או יותר במסגרת התנהלותם באתר. הראיונות בוצעו באמצעות תוכנת "סקייפ" (Skype), המאפשרת לנהל שיחות ארוכות לחו"ל באמצעות המחשב בעלות נמוכה, תוך שימוש באוזניות ומיקרופון. בנוסף, כל מרואיין קיבל תשלום של עשרים דולר בעבור ההשתתפות במחקר, באמצעות שימוש בשירות התשלומים של PayPal.

על מנת לשפוך אור על שאלת המחקר, הותוו לעבודה זו שלוש מטרות מרכזיות: המטרה הראשונה הייתה לבחון את ההשפעה של טכנולוגיית האינטרנט על מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר, וכפי שהוא מתואר על ידי הגולשים המשכירים את עצמם כחברים במסגרתו. המטרה השנייה התמקדה בבחינתם של הדיווחים הפנומנולוגיים אודות מושג העצמי, בעקבות החשיפה של החברים המושכרים באתר לאינטראקציות עם גולשים ששכרו את שירותיהם. המטרה

השלישית הייתה לבחון את החיבור בין שני תסריטים תרבותיים שונים מושג החברות כפי שהם מתקיימים בבסיס האתר: השיח הקפיטליסטי המסחרי, והשיח האינטימי אישי.

הפרק הראשון כלל ניתוח טקסטואלי של מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר ומשווק לגולשים. ממצאי פרק זה העידו על כך שהשיווק של החברות כמוצר דרך האתר, מגלם בתוכו אפשרות להעניק גם חוויה מהנה ובלתי מחייבת, וגם יחסי קרבה אינטימיים. בפרק זה נטען כי השימוש בחברות כמוצר, אינו מעודד את היווצרותם יחסי חברות באופן שיחסים אלו נתפסים בחברה המערבית. זאת משום שהוא מכתוב דינאמיקה בלתי שוויונית, אשר מצמצמת את מחויבויותיו של השוכר כלפי המשכיר לכדי דבקות בפרקטיקת התשלום בלבד, ופוטרת אותו מהצורך להשקיע זמן ממושך ומשאבים רגשיים רבים הדרושים לפיתוחה של אינטימיות.

ממצאי הפרק השני של העבודה שיקפו את האופן שבו חוו גולשי האתר את ההתמודדות עם המגבלות שהציבה בפניהם הדינאמיקה הממוסחרת באתר, בבואם לכוון אינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם. ממצאי פרק זה חיזקו את הטענה כי האתר אינו מעודד את יצירתם של יחסי חברות אינטימיים. מניתוח הממצאים עלה כי מגבלות אפיסטמולוגיות, מגבלות טכנולוגיות, מגבלות כלכליות ומגבלות הקשורות במסגרת הזמן, לא אפשרו למרואיינים לכוון מערכת יחסים אינטימית.

ממצאי הפרק השלישי של העבודה חולקו לשני חלקים עיקריים: תחילה הוצג תת פרק שבחן את התייחסותם של המרואיינים למושג החברות כפי שהם תיארו אותו ביחסיהם מחוץ לאתר, ולאחר מכן הוצגו התייחסותיהם של הגולשים למושג החברות לאור חוויותיהם מאינטראקציות עם גולשים ששכרו את שירותיהם במסגרתו. בתת הפרק העוסק בתפיסתם של המרואיינים את מושג החברות מחוץ לאתר, נמצא כי הגדרותיהם של המרואיינים את מושג החברות בחייהם האישיים, כללה לרוב זיקה משמעותית לאספקט של אינטימיות, ועל כן הצריכה השקעה של זמן ומשאבים רגשיים במערכת היחסים. מאידך, בחינת התייחסותיהם של המרואיינים למושג החברות לאור חוויותיהם מאינטראקציות עם גולשים ששכרו את שירותיהם במסגרתו, העלתה כי במהלך האינטראקציות ביניהם, ביצעו גולשי האתר חיבור בין שני תסריטים תרבותיים שונים: תסריט תרבותי המייצג את התפיסה המסורתית של חברות כמערכת יחסים אינטימית ותובענית, ותסריט תרבותי המייצג את מאפייניה של החברות הקפיטליסטית החדשה, המוגדרת כמערכת יחסים אינסטרומנטלית ובלתי מחייבת.

במסגרת הפרק הרביעי של העבודה, נבחנו ההבדלים המגדריים בהתייחסותם המרואיינים למושג החברות לאור האינטראקציות שחוו במסגרתו. בפרק זה תוארו תפיסותיהם של הנשים והגברים שרואינו במסגרת עבודה זו את משמעותן של האינטראקציות שניהלו דרך האתר, בהתייחס להיבטים שזוהו כייחודיים למגדר הנשי והגברי. ממצאי פרק זה הראו כי בבואם לכוון אינטראקציות דרך האתר, נדרשו המרואיינים והמרואיינות להתמודד עם אימוצם של שלושה תסריטים תרבותיים חזקים מצדם של האנשים ששכרו את שירותיהם: התסריט התרבותי המכתיב את אופיין של האינטראקציות בתחום הזנות והליווי, התסריט המכתיב את אופיין של האינטראקציות המתרחשות באתרי הכרויות רומנטיים, וכן התסריט המכתיב את מאפייניו של טיפוס הגבריות ההגמוני. אימוצם של תסריטים תרבותיים חזקים אלו על ידי האנשים ששכרו את שירותיהם של המרואיינים, השפיע בצורה שונה על תפיסתם של מרואיינות נשים, ומרואיינים גברים את מושג החברות.

ממצאי עבודה זו חשפו את האופן שבו נדבך נוסף במארג היחסים החברתיים האנושיים נוכס על ידי הקפיטליזם, לטובת הדינאמיקה המארגנת את כלכלת השוק החופשי במרחב הוירטואלי. צמיחתם של אתרים חברתיים אשר משלבים בין היבטים שונים של טכנולוגית האינטרנט לשיח הקפיטליסטי, מעודדת תהליך אשר ניתן לכנותו "הפרטה של היחסים החברתיים" בתרבות המערבית המודרנית. במסגרת תהליך זה, הולכת ומופשטת הילת הקדושה העוטפת מושגים כגון "אהבה", "אינטימיות" ו- "חברות", כאשר הם מקבלים לגיטימציה להטמעות במערכת הכלכלית.

יישובה של הסתירה התרבותית המובנית בשילובם של התסריטים התרבותיים השונים אשר באו לידי ביטוי בראיונות עם גולשי האתר, באה לידי ביטוי בעבודה זו בהתייחסותם של המרואיינים אל החברות כמקצוע בעל דרישות ייחודיות. ההתייחסות אל החברות כמקצוע הכתיבה עבור המרואיינים מערכת יחסים אינסטרומנטלית ותובענית מחד, אך ארעית מאידך. ממצאי העבודה העידו על כך שחברות מקצועית זו מכתיבה יחסים שיש בהם מימד של ניכור רגשי, והם אינם מסוגלים ואף אינם מתיימרים, לענות על הצורך של הגובר והולך של העצמי המערבי ביחסי חברות אינטימיים. מאידך, יחסים אלו כן עשויים להעניק חוויה חברתית מהנה ומרוכזת במסגרת הזמן הקצוב של האינטראקציה, כל עוד הם לא מוכפפים בצורה חזקה מדי לתסריטים תרבותיים המעצבים סטריאוטיפים דכאניים של מגדר נשי וגברי.

תוכן העניינים

7-8.....	<u>מבוא</u>
9-20.....	<u>סקירת ספרות</u>
9-10.....	<u>תיאוריית האינטראקציוניזם הסימבולי</u>
11-12.....	<u>תיאוריית החליפין החברתי</u>
13-16.....	<u>מושג העצמי, מושג החברות ומושג האינטימיות בתרבות המערבית</u>
16-17.....	<u>אופיין של אינטראקציות בין גולשים ברשת האינטרנט</u>
17-20.....	<u>השפעת האינטרנט על היחסים החברתיים בחברה המערבית</u>
21-24.....	<u>מערך המחקר</u>
21-22.....	<u>שיטה</u>
22-24.....	<u>אוכלוסיה</u>
24.....	<u>כלי מחקר</u>
26-85.....	<u>ממצאים</u>
27.....	<u>1. ניתוח מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר</u>
27-29.....	<u>1.1 שיווק החברים כמוצרי צריכה</u>
29-31.....	<u>1.2 שיווק החברות כמקצוע</u>
31-32.....	<u>1.3 הקסם שבפרסום המקוון</u>
32-33.....	<u>1.4 סיכום</u>
33-49.....	<u>2. מגבלות האינטראקציות באתר ודרכי ההתמודדות של הגולשים עמן</u>
33.....	<u>2.1 מגבלות האינטראקציות באתר</u>
33-38.....	<u>2.1.1 מגבלות אפיסטמולוגיות</u>
38-42.....	<u>2.1.2 מגבלות טכנולוגיות</u>
42-46.....	<u>2.1.3 מגבלות כלכליות</u>
46-49.....	<u>2.1.4 מגבלות הקשורות במסגרת הזמן</u>
49-73.....	<u>3. התייחסותם של הגולשים למושג החברות בעקבות החשיפה לאתר</u>
49-54.....	<u>3.1 תפיסת הגולשים את מושג החברות בחייהם האישיים</u>
54.....	<u>3.2 תפיסת הגולשים את מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר</u>
54-66.....	<u>3.2.1 תפיסת החברות באתר כמקצוע</u>
67-73.....	<u>3.2.2 תפיסת החברות באתר כמערכת יחסים א-סימטרית</u>
73-85.....	<u>4. הבדלים מגדריים בהתייחסות למושג החברות באתר</u>
75-81.....	<u>4.1 תפיסת החברות באתר בקרב נשים</u>

81-85.....	4.2 תפיסת החברות באתר בקרב גברים
86-108.....	דיון
109-110.....	הערות שוליים
111-115.....	ביבליוגרפיה
116.....	נספחים

עניינה של עבודת מחקר זו הינו באופן שבו משפיע השימוש ברשת האינטרנט על האופנים שבהם בני אדם מפרשים את משמעותן של האינטראקציות החברתיות ביניהם, תוך השמת דגש מיוחד על האופן שבו פרשנות זו עשויה לתרום לעיצוב מחודש של מושג החברות. העבודה מתמקדת באינטראקציות חברתיות בין גולשים באתר אינטרנט המציע שירותי השכרה מקוונת של "חברים" לפי שעה. באתר מתקיימת דינאמיקה ייחודית של שיווק ומכירה אשר מעניקה משמעות חדשה לאופן שבו תופסים בני אדם את מושג החברות.

לבחינת האינטראקציות החברתיות המקוונות דרך האתר ישנה חשיבות רבה לאור העלייה המתמדת בהיקף השימוש במדיום האינטרנטי כפי שמציינים ליינר ועמיתיו (Leiner et. al, 2012), וכן לאור הדומיננטיות של האידיאולוגיה הקפיטליסטית בחברה המערבית (Cushman, 1990; אילוז, 2007). השפעותיהם של המדיום האינטרנטי והאידיאולוגיה הקפיטליסטית על מושג העצמי, מייצרות דינאמיקה ייחודית המעודדת צמיחה של אתרים חברתיים אשר משלבים בין היבטים שונים של הטכנולוגיה החדשה, לשיח הקפיטליסטי. בעבודתי, ניסיתי לשלב בין היבטים תרבותיים להיבטים טכנולוגיים אלו בניסיון לתת מענה לשאלה: כיצד מפרשים גולשי האתר המציעים עצמם להשכרה, את משמעותן של האינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם? כדי לתת מענה מספק לשאלה זו, ביצעתי מחקר איכותני שהתבסס הן על ניתוח שיח פרשני של דפי האתר, והן על ראיונות עם גולשי האתר, אותם ניתחתי באמצעות המסגרת התיאורטית של האינטראקציוניזם הסימבולי והמסגרת המתודולוגית של תיאוריה מעוגנת שדה (grounded theory).

על מנת לעמוד על מלוא המורכבות העומדת מאחורי פרשנותם של הגולשים את האינטראקציות שחוו במסגרת האתר, עבודת המחקר התמקדה בשלוש מטרות מרכזיות. המטרה הראשונה הייתה לבחון את ההשפעה של טכנולוגיית האינטרנט על מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר, וכפי שהוא מתואר על ידי הגולשים המשכירים את עצמם כחברים במסגרתו. בחנתי את ההבדלים בין שתי ההגדרות של מושג החברות באמצעות ניתוח שיח פרשני של הטקסטים אודות מושג החברות באתר, אשר השווייתי לדיווח שקיבלתי מהחברים באתר בראיונות שביצעתי. המטרה השנייה התמקדה בבחינתם של הדיווחים הפנומנולוגיים אודות מושג העצמי, בעקבות החשיפה של החברים המושכרים באתר לאינטראקציות חברתיות עם גולשים ששכרו את שירותיהם. על מנת לבחון מטרה זו, ביצעתי ראיונות עומק עם החברים המשכירים את שירותיהם

באתר, וניתחתי את האופן שבו הם מתייחסים לעצמם בעקבות השימוש בו. המטרה השלישית הייתה לבחון את החיבור בין שני תסריטים תרבותיים שונים מושג החברות כפי שהם מתקיימים בבסיס האתר: השיח הקפיטליסטי המסחרי, והשיח האינטימי אישי. במסגרת הראיונות עם החברים המשכירים את עצמם באתר, בחנתי חיבור זה על ידי שאלות שהתייחסו למסחור של רגשות במהלך המפגש ביניהם.

כדי להעמיד את מטרות המחקר בפרספקטיבה ראויה, העבודה פותחת בסקירת ספרות המחולקת לחמישה פרקים שונים. הפרק הראשון מתאר את מאפייניה של תיאוריית האינטראקציוניזם הסימבולי, שעליה מתבסס מרבית המחקר שביצעתי במסגרת עבודתי. הפרק השני מתמקד בתיאוריית החליפין החברתי, שנעשה בה שימוש על מנת לנסות לרדת לפרשם של ממצאים מסוימים שנתחו במסגרת העבודה. הפרק השלישי דן בהגדרות מרכזיות של מושג העצמי ושל מושג החברות בתרבות המערבית, וכן בחשיבותו של מושג האינטימיות בהקשר זה. בפרק הרביעי נדונים אופיין הייחודי של אינטראקציות בין גולשים ברשת האינטרנט, ובפרק החמישי נדונה השפעתו של האינטרנט על חברות ועל יחסים חברתיים בחברה המערבית כתוצאה מאופיין הייחודי של ההתקשרויות הוירטואליות. לאחר סקירת הספרות מוצגים פרק שיטת המחקר, פרק התוצאות, ופרק הדין.

סקירת ספרות

תיאוריית האינטראקציוניזם הסימבולי

המחקר שבוצע בעבודה זו מבוסס בעיקר על תיאוריית האינטראקציוניזם הסימבולי. על כן, פרק זה מוקדש להבהרת מאפייניה של מסגרת תיאורתית זו ולהדגשת חשיבותה בהקשר של נושא המחקר. שני המקורות האינטלקטואליים העיקריים לגישת האינטראקציוניזם הסימבולי היו הפרגמטיזם הפילוסופי והביהביוריזם הפסיכולוגי (ריצר, 2006). בלומר, שטבע את המונח ב-1937, גרס כי התיאוריות הפסיכולוגיות והתיאוריות המאקרו-סוציולוגיות לוקות בחסר: הוא התנגד לתיאוריה הפרוידיאנית, הרואה את היחיד כנשלט על ידי דחפים עצמאיים שאין לו שליטה עליהם, ומתעלמת מן התהליך האינטראקציוני שבאמצעותו יחידים בונים משמעויות ומבנים את העצמי שלהם. בנוסף, בלומר התנגד גם לתיאוריות מאקרו, הרואות את התנהגות היחיד כמוכתבת על ידי כוחות חיצוניים ומתמקדות בגורמים מבניים ותרבותיים (Blumer, 1969). ג'ורג' הרברט מיד, אשר כתביו מהווים את הבסיס לתיאוריית האינטראקציוניזם הסימבולי, עמד על אופיו הסתגלני והדינאמי של העצמי, אשר בא לידי ביטוי במספר היחסים החברתיים שהיחיד מנהל. עבור מיד, תחושת העצמי מורכבת ממכלול של זהויות ואינה יכולה להתקיים בנפרד מיחסינו עם אחרים. העצמי על פי הגדרתו של מיד, עוסק במפגש עם העולם היומיומי והוא אף מעורב אקטיבית בהפקת צורתו ומהותו במטרה להתמודד עם דרישות פרקטיות של היומיום. על פי מיד, קיום העצמי מותנה בתהליך חברתי של אינטראקציה בין בני אדם והוא מתפתח בהדרגה כתוצאה מפעילות חברתית ומיחסים חברתיים (Mead, 1934). מדובר בתהליך נפשי-חברתי, שמתפתח באמצעות מנגנון הרפלקסיביות, קרי היכולת להציב את עצמינו במקומם של אחרים ולבחון את עצמינו בעיני אנשים אחרים (Cooley, 1902). באסכולת האינטראקציוניזם הסימבולי קיימים שני זרמים מרכזיים, המדגישים אספקטים שונים של מבנה הזהות החברתית ותהליכי בנייתה: אחד מהם הוא זרם האינטראקציוניזם התהליכי, והשני הוא זרם האינטראקציוניזם המבני (Gecas, 1982). בעוד שהזרם הראשון מייחס חשיבות רבה יותר לבניית הזהות כפונקציה של אינטראקציה המתרחשת בין מספר משתתפים וניתנת למשא ומתן חברתי (Mead, 1934; Blumer, 1969), הזרם השני מייחס חשיבות רבה יותר לבניית הזהות כפונקציה של התפקידים החברתיים שאנשים ממלאים במסגרת סיטואציות שונות בחייהם (Stryker, 1980).

בספרו "הצגת העצמי בחיי היומיום" (1959), מיישם ארווין גופמן אופי פרקטי יותר של העצמי, ומציע כיצד באמצעות פעילות אקטיבית יכול העצמי לנהל סיטואציות חברתיות. גופמן טוען כי ישנה דיאלקטיקה בסיסית המונחת ביסודה של כל פעילות גומלין חברתית. על מנת לפענח דיאלקטיקה זו, הוא מציע את המודל הדרמטורגי המדמה את האינטראקציות החברתיות למשחק על בימת תיאטרון כאשר הגדרת המצב החברתי מתבצעת בהתאם למיקומם של השחקנים - על הבמה או מאחורי הקלעים. כדי להגדיר במלואו את המצב החברתי ולבצע הופעה מוצלחת של תפקידים שונים במהלך החיים החברתיים, על האדם לדעת את כל הפרטים הרלוונטיים על האחרים שאיתם הוא מתקשר (גופמן, 1959). היכולת להגדרה מדויקת של המצב החברתי תלויה ביכולתם של בני אדם לראות את הסיטואציה דרך עיני האחר. יכולת רפלקסיבית זו מאפשרת פרשנות טובה של המחוות הטקסיות שדרךן מתבצעת תקשורת בין אישית.

בנוסף, על פי ארלי ראסל הוכציילד (Arlie Russell Hochschild), גם האופן שבו בני אדם חווים ומנהלים את רגשותיהם מושפע במידה רבה מאופיין של האינטראקציות החברתיות שהם מנהלים. הוכציילד טוענת כי אופיין של אינטראקציות אנושיות נקבע על ידי כללי ניהול הרגש שאנשים כפופים להם במצבים משתנים, אסטרטגיות ניהול הרגש שהם בוחרים להשתמש בהם, וכן מערכי התרבות הרגשית שהם חיים בתוכם. כך, על פי הוכציילד, גם האופן שבו מנהלים רגשות כגון חיבה ואינטימיות הינו תוצר של פעילות רפלקסיבית המנותבת כלפי העצמי המערבי (Hochschild, 1982)¹.

בעבודתי אבקש לחקור את משמעותו המשתנה של מושג החברות במרחב האינטרנטי, המעמיד את הפרט במצב של חסך קוגניטיבי ויזואלי אשר אינו מאפשר יכולת רפלקסיבית מלאה. ההתקשרות דרך מחשב מתבססת על כינויים אינטרנטיים, ביוגרפיות כתובות, או שורות סטטוס. העצמי האינטרנטי צריך להיות מודע למאפיינים הספציפיים של האתר והקהילה האינטרנטית שאיתה הוא בא במגע כאשר הוא מקבל עליהם אינפורמציה חלקית בלבד (Robinson, 2000). אילוצים אלו, מביאים ליצירתן של סיטואציות חברתיות ייחודיות, הן במרחב הוירטואלי והן מחוצה לו. סיטואציות אלו מצריכות ביצוע עבודת רגש ייחודית, והן מעמידות באור חדש את היחסים החברתיים בין בני אדם בכלל ואת מושג החברות בפרט.

¹ בעבודתי, השתמשתי בין היתר במסגרת תיאורטית זו, על מנת להראות כיצד חברי האתר מנהלים את רגשותיהם במסגרת התכתיבים החברתיים והתרבותיים שנדרשו להם במסגרת האינטראקציות ביניהם.

תיאוריית החליפין החברתי

בנוסף לתיאוריית האינטראקציוניזם הסימבולי שעליה נשענת מרבית הפרספקטיבה של הניתוח הפרשני במסגרת המחקר, בעבודה זו נעשה שימוש גם בתיאוריית החליפין החברתי. תיאוריית החליפין החברתי גורסת כי תהליכים של שינוי או יציבות בחיים החברתיים הינם תוצר של משא ומתן חברתי בין אנשים. הגישות הפילוסופיות העומדות מאחורי תיאוריה זו משלבות בין תועלתנות כלכלית וביהיוריזם פסיכולוגי (Cook and Rice, 2013).

תיאוריית החליפין החברתי הוצגה לראשונה בשנת 1958 על ידי ג'ורג' הומנס (George Homans), במסגרת הפרסום של עבודתו "Social Behavior as Exchange" (Homans, 1958). הומנס מציין כי הוא נשען בניסוח התיאוריה על כתביו הקלאסיים של גאורג זימל (George Simmel), אשר הבחין בעבודתו בהקשר החברתי המגולם במאפייניהן של אינטראקציות מצומצמות בין אנשים. בהקשר זה, הוא עמד לראשונה על טיבם של יחסים הנרקמים בין שני אינדוידואלים בלבד, אותו כינה בשם "דיאדה". זימל טוען כי היחסים הדיאדים נבדלים במהותם מיחסים הנרקמים בקבוצה גדולה, בעיקר מכיוון שבמסגרתם העצמי מתמודד רק עם אחר חברתי אחד. לכן, הוא טוען כי ביחסים אלו כל צד שומר על מאפייניו הייחודיים, והתלות ההדדית בין הצדדים הינה גדולה במיוחד (Simmel, 1950[1908]).

הומנס מתייחס בכתיבתו למאפייניהן של אינטראקציות בין אינדוידואלים במסגרת דיאדית, ומנסה לתאר את מאפייניהם הפסיכולוגיים הייחודיים של אינטראקציות אלו דרך הפרספקטיבה של תיאוריית החליפין החברתי. הוא טוען כי קיים דמיון בין האופן שבו אנשים מתנהלים במסגרת כלכלת השוק, לבין האופן שבו הם מנהלים את יחסיהם הבינאישיים. לדבריו "אינטראקציה בין אנשים הינה חליפין של סחורות, חומריות או שאינן חומריות, כגון סמלים של אישור חברתי או יוקרה חברתית" (Homans, 1958, p. 597). על מנת להמחיש טיעון זה הוא שואל את המשוואה הבאה מעולם הכלכלה: רווח=תועלת-עלות (Homans, 1958).

הומנס מסביר כי בבסיסם של יחסים חברתיים מאוזנים, עומד הצורך בהשגת שוויון בחלוקת המשאבים המושקעים באינטראקציה החברתית. לדידו של הומנס, יחסים שצד אחד בהם מרוויח יותר מהאחר במסגרת החליפין החברתי, יהיו בלתי מספקים עבור הצד השני. צד שנותן הרבה לאחר, ינסה בהכרח גם לקחת הרבה על מנת לא להימצא במצב של תגמול חסר

במסגרת מערכת היחסים. תהליך זה של השפעה הדדית, נוטה להניע את שני הצדדים לנסות להשיג שוויון על מנת לאזן את חלוקת המשאבים המושקעים באינטראקציה (שם, שם).

החוקר פיטר בלאו (Peter M. Blau), המשיך לפתח את המסגרת התיאורטית שהציג הומנס בפרספקטיבה רחבה יותר. בעוד שהומנס התמקד באספקטים פסיכולוגיים של חליפין חברתי במסגרת דיאדית ואינדיווידואלית יותר, בלאו ניסה להכיל את העקרונות של התיאוריה גם על יחסים בין קבוצות גדולות. בלאו טוען כי בכל מערכת יחסים ינסה כל צד למקסם את הרווח שלו. משום כך, על פי בלאו, תהליכי חליפין חברתי תורמים להיבדלות של קבוצות ומעמדות. היבדלויות אלו נוצרות לדבריו כתוצאה מניסיונם של שחקנים חברתיים לשמר סטאטוס חברתי וכוח הנובעים מתלות של אחרים במשאבים הנגישים להם (Blau, 1964).

בנוסף, בלאו טוען כי הרווח המגולם במסגרת חליפין חברתיים אינו ניתן לכימות אחיד כמו רווח כספי. לדברי בלאו, המשאבים החברתיים המושקעים ביחסים בין בני אדם הם מגוונים, ולא ניתן לצמצמם לכדי ערך כמותי הומוגני. לכן, בניגוד לחליפין כלכליים, חליפין חברתיים הינם גמישים יותר, ורק לעיתים רחוקות מעורב בהם מיקוח באופן מפורש (שם, שם). כפי שמציין גיאורג זימל (George Simmel) במאמרו על כסף בתרבות המודרנית, תקפותו של הכסף איננה תלויה באישיות שממנה קיבלנו אותה, אלא באמונה החברתית בתקפותה של המערכת הכלכלית. משום כך תורם הכסף ליצירתה של אחדות אימפרסונאלית בין בני אדם (Simmel, 1912).

פואה ופואה (Foa and Foa), טוענים בהקשר זה כי ככל שלמשאב מסוים יש מימד אישי יותר או פחות, כך עולה הסבירות שאותו משאב יוחלף במשאב בעל אופי דומה. משום כך, הסבירות לביצוע חליפין של אהבה תמורת כסף הינה נמוכה ביותר. על פי פואה ופואה, גם למימד הזמן ישנה חשיבות רבה בהקשר זה. חליפין של אהבה תובעים מפגשים חוזרים הדרושים לבניית אמון, בעוד שהכסף ניתן לחליפין מידיים (Foa and Foa, 2012).

מאפייניה של תיאוריית החליפין החברתי כפי שהוצגו לעיל, רלוונטיים במיוחד לעיסוק בנייתו של האינטראקציות בין הגולשים באתר המאפשר השכרת חברים. זאת מכיוון שיחסייהם של הגולשים באתר מתבססים על חליפין של ערך כלכלי תמורת ערך חברתי במסגרת יחסים דיאדים. מאפייניהם הדיאדים הייחודיים של היחסים, וכן העובדה שביחסים אלו מעורבים סוגים שונים של משאבים, הובילו במקרים מסוימים להיווצרותם של יחסי כוח ותלות במערכות היחסים שנקמו בין גולשי האתר, והשפיעו גם על תפיסתם העצמית של המרוואיינים. משום כך,

סוגיות אלו נבחנו באמצעות תיאוריית החליפין החברתי בנוסף על תיאוריית האינטראקציוניזם הסימבולי.

מושג העצמי, מושג החברות, ומושג האינטימיות בתרבות המערבית

מהותו של המושג "חברות" נדונה על ידי פסיכולוגים, פילוסופים, אנתרופולוגים וסוציולוגים. בעשרות השנים האחרונות הולכת ומתגבשת בספרות המחקרית הסוציולוגית הכרה בכך שהאופן שבו מתגבשים דפוסי חברות הינו במידה רבה תוצר של המסגרות הכלכליות והחברתיות הרחבות שבמסגרתם פועלים יחידים (Allan, 1998). מהספרות בנושא חברות ניתן ללמוד כי קיימות הגדרות שונות למושג, אשר משתנות בהתאם לתרבות ולמגדר בכל חברה נתונה. בתרבות המערבית המודרנית, חברות מוגדרת על ידי סוציולוגים כמערכת יחסים אינטימית, וולנטרית וספונטנית המזוהה בעיקר עם המרחב הפרטי (Smart, 1999; Silver, 1990). מערכת יחסים זו מבוססת על שוויוניות ועל חיבה הדדית, אשר מעורב בה גם פן מסוים של תמיכה רגשית (Walker, 1993). אופייה של החברות מושפע מגורמים שונים כגון: הימצאותה או היעדרה של תמיכה רגשית במערכת היחסים, מספר האנשים המעורבים במערכת היחסים, מינם של אנשים אלו, מעמדם החברתי והכלכלי, משך הזמן של היחסים, מידת השוויוניות המתקיימת בין הצדדים ומידת האינטימיות ביניהם (De Buis, 1973; Walker, 1993; Fehr, 2004).

על אף שהספרות בנושא חברות עשירה ומגוונת, נראה כי קיימים מעט מאוד מחקרים השוואתיים אודות תפיסת מושג החברות בתרבויות ובחברות שונות. עם זאת, ראוי לציין את מחקרו של קלאוד פישר (Claude Fischer) אודות תפיסת מושג החברות בארצות הברית. על פי פישר, ניתן לומר כי משמעותו של מושג החברות הינה רב משמעית, מורכבת, ומעורפלת עבור אמריקאים. פישר טוען כי אמריקאים נוטים להשתמש במושג החברות בחופשיות רבה, על מנת לתאר מכלול רחב של קשרים במסגרות שונות, וברמות שונות של אינטימיות וקרבה. ממצאיו של פישר מראים כי גברים ונשים בארצות הברית הגדירו בממוצע 83% מסך הקשרים החברתיים שלהם כ- "חברים" (Fischer, 1982).²

על כך יש להוסיף כי על פי בלייסזנר ואדאמס (Blieszner and Adams), מבין שלל מערכות היחסים שאנשים מנהלים במסגרת החיים החברתיים שלהם, חברות נחשבת למערכת היחסים

² יש להתייחס לממצאיו של מחקר זה בעירבון מוגבל מאחר ופורסם בשנת 1982. עם זאת, מצאתי לנכון להתייחס לממצאים אלו מאחר והספרות המחקרית בנושא משמעותו של מושג החברות בתרבויות שונות בכלל, ובארצות הברית בפרט, לוקה בחסר באופן משמעותי.

הכי וולנטרית, והכי פחות ממוסדת (Blieszner and Adams, 1992). כלומר, ביחס למערכות יחסים רומנטיות למשל, החברות הרבה פחות מוכפפת לתסריטים תרבותיים חזקים, ומחויבויות ממוסדות. סקירת אורך של מחקרים בתחום עולם הדייטינג המתפרסת על טווח של 35 שנה, מראה כי התחלתן, תחזוקן וניהולן של מערכות יחסים רומנטיות עודנו מוכפף בצורה חזקה לתסריטים תרבותיים הגמוניים, המעצבים סטריאוטיפים חזקים של מגדר נשי וגברי (Eaton and Rose, 2011).

אולם, בהקשר זה יש לציין כי למרות שהחברות נחשבת למערכת יחסים בלתי ממוסדת באופן יחסי, מהספרות עולה כי גם יחסי חברות מוכפפים לנורמות חברתיות, ויש להם גבולות מסוימים בכל תרבות וחברה נתונה. הנורמות ביחסי חברות מתייחסות לאופן שבו אנו בוחרים חברים, איך אנו מתייחסים אליהם, ולמה אנו מצפים מהם. נראה כי משום כך, אנשים נוטים לבחור חברים הדומים להם מבחינת מאפיינים כגון: גיל, מין, מוצא אתני, זיקה לדת, מיקום גאוגרפי, וסטטוס כלכלי-חברתי (Blieszner and Adams, 1992).

על פי גישת האינטראקציוניזם הסימבולי, ניתן לומר כי מושג החברות הינו אמצעי שדרכו בני אדם מדברים על היחסים החברתיים שלהם, וחווים את האני שלהם ביחס לחברה ולסביבה שבה הם חיים. תסריטים תרבותיים שונים אודות מושג החברות בחברה נתונה, משפיעים על האופן שבו תופסים בני אדם את מושג העצמי שלהם, ועל האופן שבו הם מנהלים את היחסים החברתיים שלהם בהתאם (Kaplan, 2007).

בהקשר זה, פיליפ קושמן (Philip Cushman), טוען כי מכיוון שהתרבות המערבית כיום מאופיינת בזיקה חזקה לאידיאולוגיה הקפיטליסטית, העצמי שתרבות זו מעודדת מובנה על ידי הפרקטיקות התרבותיות וסוגי השיח אשר מכתובה אידיאולוגיה זו. האידיאולוגיה הקפיטליסטית מתאפיינת בשיח פסיכולוגי המדגיש ערכים כגון מימוש עצמי, חירות, אוטונומיה, ובחירה אישית. כתוצאה מכך, העצמי המערבי המודרני הינו אינדיווידואליסטי, מרוכז בעצמו ומנותק מקבוצות שייכות קהילתיות (Cushman, 1990).

על כך מוסיפה אווה אילוז (2002) את הטענה כי השיטה הקפיטליסטית מעודדת התנתקות של הפרט מיחסים רגשיים-מהותיים עם פרטים אחרים, בכך שהיא דוחפת אותו לפעול על פי האינטרסים שלו - האישיים, ובעיקר הכלכליים. זאת מכיוון שהיא מעמידה במרכז רצונותיו, רגשותיו ושאיופיותיו של הפרט הבודד. בכך מעניקה שיטה זו לגיטימציה לאנוכיות, ובעיקר אנוכיות כלכלית (אילוז, 2002).

כתוצאה מדינאמיקה זו, ניתן לומר כי גם הגדרת המושג "חברות" בתרבות המערבית מתבססת על המאפיינים האינדיבידואליסטים של העצמי המערבי האוטונומי. אלן סמארט (Ellen Smart) טוען כי החברות המערבית מבוססת על חיבה ספונטנית בין בני אדם המנותקת מהקשר חברתי ותרבותי ספציפי. בניגוד לתרבויות אחרות בעלות זיקה למערכת ערכים קולקטיבית יותר, חברים בתרבות המערבית אינם נתפסים כחלק אינטגרלי מהמערכת החברתית הכלכלית או הפוליטית, אלא כפרטים אינדיבידואליים המתפקדים כאחרים משמעותיים בעולמם המיקרו סוציאלי של יחידים (Smart, 1999). האנתרופולוג מייקל סטריקלנד (Michael Strickland) מצא כי בתרבות הסינית למשל, אינסטרומנטאליות ויחסי חיבה לא רק שמתקיימים יחד ברמה מסוימת, אלא אף מושרשים עמוק ביחסי חברות הנקשרים בין גברים סיניים צעירים במסגרת המוסדות הכלכליים, החברתיים והפוליטיים שהם פועלים בתוכם (Strickland, 2010).

אלן סמארט מוסיף כי הפרדת מערכות היחסים האינטימיות של הפרט מהשדות החברתיים, הכלכליים והפוליטיים המעצבים את החיים החברתיים נעשית בצורה מלאכותית על מנת להתאים את מציאות החיים לאתוס הקפיטליסטי (Smart, 1999). טענה דומה מופיעה גם אצל אלן סילוור (Allan Silver), אשר טוענת בעבודתה כי רגש האינטימיות הנרקם במסגרת ההקשר של יחסי חברות, התהווה על רקע יצירת החברה הביורוקרטית וחלוקת עבודה המודרנית. על פי סילוור, חברות המזוהה עם אינטימיות הנעדרת מרכיבים אינסטרומנטליים ותועלתניים, התאפשרה הודות לכך שכלכלת השוק המודרנית התעשייתית החלה לספק מענה הולם דיו לצרכים החומריים שהכתיבו במידה רבה את אופיין של מערכות היחסים החברתיות עד תחילת המאה השמונה עשרה (Silver, 1990).

אם כן, חברים מאפשרים לבני אדם בתרבות המערבית כיום לחלוק מחשבות ורגשות אינטימיים, ואף לזכות בתמיכה חברתית אך הם אינם נתפסים כחלק אינטגרלי מהמערכת החברתית הכלכלית והפוליטית (Spencer and Phal, 2006). הניתוק של יחסי החברות מן המערכות המאקרו סוציאליות שבני אדם פועלים בתוכן למעשה סוגר לכאורה בפני הפרט המערבי אפשרויות לפתח קשרים אינטימיים במסגרות רחבות ומגוונות יותר.

בהקשר זה יש לציין כי באופן כללי, מרבית התיאורטיקנים והחוקרים מסכימים כי אינטימיות מהווה מרכיב חשוב במערכות יחסים רבות, לרבות במערכות יחסים של חברות. ג'יין פיליפ לאורנסו ועמיתיה (Jane Philip Laurenceau et al) מגדירים את רגש האינטימיות כרגש של

עמוק של קרבה הדדית, המתפתח במהלך תקשורת בין בני אדם (Laurenceau et al, 2005). על פי ג'וד קאסידי (Jude Cassidy) ישנן ארבע תכונות הכרחיות הנדרשות על מנת להשיג רגש של אינטימיות במערכת יחסים: היכולת לחפש אחר אכפתיות של הזולת, היכולת לדאוג לזולת, היכולת להרגיש נוח עם העצמי האוטונומי, והיכולת לנהל משא ומתן חברתי (Cassidy, 2001).

בהינתן מצב שבו התכונות המדוברות נוכחות במידה מספקת אצל שני הצדדים המעורבים במערכת היחסים, ניתן להגיע לאינטימיות על ידי תהליך תקשורתי הדרגתי של חשיפת מידע אישי אודות העצמי ואודות האחר. רייס ושייבר (Ries and Shaver) מציעים מודל יישומי של התהליך התקשורתי הנדרש כדי להגיע לאינטימיות. המודל מורכב מחשיפה הדדית של מידע אודות העצמי והאחר, וכן מהיכולת של הצדדים להגיב בהבנה באכפתיות וברגישות למידע שסופק באינטראקציה (Ries and Shaver, 1988).

נראה כי פרקטיקת ה- "חשיפה" (discloser) ההדדית היא הכרחית ליצירתן ותחזוקן של מערכות יחסים אינטימיות בין בני זוג ובין חברים. היעדר יכולת או רצון לחשוף פרטים אישיים אודות העצמי מרדדת את מערכות היחסים החברתיות של הפרט. מחקרים מראים כי יישומה של פרקטיקה זו משתנה בקרב גברים ונשים. חברויות בקרב גברים מתבססות יותר על פעילויות משותפות ותחומי עניין משותפים וקיימת בהן רמה פחותה של חשיפה רגשית ואינטימיות. מאידך, בקרב נשים, מרכיב האינטימיות ביחסים נחשב דומיננטי יותר (Kaplan, 2006; Fehr,) (2004).

אופיין של אינטראקציות בין גולשים ברשת האינטרנט

בשנים האחרונות חלה עליה משמעותית בפופולאריות של רשת האינטרנט בעולם כולו כתוצאה מהעלייה בנגישות של טכנולוגיית המחשב הן מבחינת הממשק הידידותי והן מבחינת המחירים אשר נמצאים במגמת ירידה מתמדת. הנגישות הטכנולוגית מובילה לעליה תלולה בלגיטימציה של האינטרנט ככלי תקשורת אשר משמש כיום כאחד הערוצים המרכזיים אשר דרכם מתבצעות הן תקשורת ההמונים והן התקשורת הבין אישית (Leiner et. al, 2012).

השימוש ברשת האינטרנט יוצר פרשנות שונה של מצבים חברתיים. זאת מכיוון שבסביבה המקוונת ישנו קושי גדול במסגור הסיטואציה החברתית. בהשוואה למלאות היחסית של מידע חושי שמספקת המציאות, האינטרנט הוא סביבה חברתית שהיא טקסטואלית בעיקרה,

המעמידה את הפרט במצב של חסך קוגניטיבי מבחינה ויזואלית. על כן, הגדרת המצב של העצמי האינטרנטי מעוצבת בצורה שונה מזו של העצמי בעולם שמחוץ למחשב (אילו, 2007). ההתקשרות דרך מחשב מתבססת על כינויים אינטרנטיים, ביוגרפיות כתובות, או שורות סטטוס. על מנת לנהל אינטראקציות חברתיות במסגרת זו, העצמי האינטרנטי צריך להיות מודע למאפיינים הספציפיים של האתר והקהילה האינטרנטית שאיתה הוא בא במגע כאשר הוא מקבל עליהם אינפורמציה חלקית בלבד (Robinson, 2000).

על פי טניה בוכר (Tanya Bucher), בכדי לעמוד על האופן שבו משנה טכנולוגיית המחשב את היחסים החברתיים, יש להתייחס לאופיין של האינטראקציות האינטרנטיות, ולאופיו של האינטרנט כמדיום תקשורתי (Bucher, 2012). גילברט גרזה (Gilbert Garza), מתייחס להשפעתו של האינטרנט על האופן שבו אנחנו תופסים את עצמינו ביחס לסביבתנו. גרזה עושה שימוש במונחיו של חוקר התקשורת מרשל מקלוהן, בתארו את האינטרנט כמדיום "קר" הפועל על חושים אנושיים רבים בעצימות נמוכה. כמדיום קר, האינטרנט מהווה מדיה הדורשת מהנמען התקשורתי השתתפות ואקטיביות מרובה בתהליך התקשורת, ממש כמו בדיבור פנים אל פנים. עם זאת, בשונה מדינאמיקת הדיבור הפיזית, התקשורת האינטרנטית מכסה רק את הרובד הויזואלי והשמיעתי, ואינה מסוגלת לייצר מלאות חושית שלמה התלויה בהימצאות פיזית בזמן ובמקום ספציפיים (Garza, 2002).

חסכים קוגניטיביים ויזואליים מעין אלו עשויים להביא לכישלון בלקיחת הפרספקטיבה של האחר. קארול סמארט ועמיתיה (Carol Smart et al.) טוענים כי יחסים חברתיים, ובפרט יחסי חברות בין בני אדם, מהווים מעין מראה שדרכה אנו לומדים לפתח מודעות עצמית כלפי עצמינו וכלפי הסביבה. כאשר מראה זו מתעוותת כתוצאה מקושי שנוצר בהבנת הפרספקטיבה של האחרים המשמעותיים בחיינו, עשויה להיפגם יכולתנו להבין ולפרש את המציאות החברתית שסביבנו. (Smart et. al, 2012).

השפעת האינטרנט על יחסים חברתיים ויחסי חברות בחברה המערבית

האינטרנט שינה באופן דרמטי את התנאים הלוגיסטיים שבהם מתנהלים יחסי חברות, אולם נכון להיום עדיין לא ברור האם הוא שינה משמעותית את האופן שבו אנו תופסים את

מהותם (Amichai-Hamburger et. al, 2013). יחסים חברתיים בין בני אדם מתהווים באתרים שונים ומגוונים, ומושפעים משלל גורמים כגון מעמד חברתי, מגדר, מיניות ומוצא אתני (Amichai-Hamburger and Ben-Artzi, 2003; Walker, 1995).

אולם, על פי בונל ועמיתיו (Bunnel et al.), התבוננות ביחסים החברתיים דרך פרספקטיבה זו בלבד, אינה מספקת. בונל ועמיתיו טוענים כי להיבטים גיאוגרפיים של זמן ומקום ישנה חשיבות מכרעת בהתהוותם ובתחזוקם של יחסי חברות. נכון להיום, בתי ספר, מקומות עבודה, פאבים ואפילו בתי כלא עדיין מהווים את המסגרות העיקריות אשר דרכם נרקמים יחסי חברות חדשים בין בני אדם מבוגרים (Bunnel et al, 2012). אולם, נראה כי מגמה זו הולכת להשתנות בעתיד הקרוב. על פי אמנדה לנהרט (Amanda Lenhart), 57% מהמתבגרים האמריקנים בין גילאי 13-17 מעידים על עצמם שהכירו לפחות חבר חדש אחד דרך האינטרנט (Lenhart, 2015). קיימת אמביוולנטיות בספרות המחקרית ביחס לתרומתו של האינטרנט לשיפור היחסים החברתיים. מקפירסון ועמיתיו (McPherson et. al), מתארים במאמרם העוסק בבידוד חברתי באמריקה, מגמת ירידה חדה במהלך תשע עשרה השנים האחרונות בממוצע הקשרים החזקים בין בני אדם בארצות הברית. אחת הסיבות המשמעותיות ביותר לירידה הזו, נעוצה על פי המחברים בשינויים המואצים בטכנולוגיית המחשב והאינטרנט. לטענתם של החוקרים, בממצאי המחקר יש בכדי להעיד על שינוי באופן שבו בני אדם מבצעים אינטראקציות חברתיות ביניהם כתוצאה משינויים טכנולוגיים אלו (McPherson et. al, 2010).

עם זאת, יש להוסיף כי האינטרנט כן מסייע לאנשים רבים להפיג את תחושת הבדידות בעולם המערבי המודרני. מחקרם של המבורגר ובן ארצי (2003) מראה כי הנגישות למדיום האינטרנטי אכן מעניקה לבני אדם רבים הסובלים מבדידות, את האפשרות לחוות חיים חברתיים גם אם הם חיים לבד (Amichai-Hamburger, Ben-Artzi, 2003).

מחקרים מראים כי טכנולוגיית האינטרנט כן מעודדת ריבוי של קשרים חלשים ומרוחקים יותר, ופחות קשרים חזקים מקומיים. במונחים של הון חברתי, מתוארים קשרים אלו כבעלי אופי חלש אשר עשויים לספק משאבים חברתיים "מגשרים" כגון תחזוק של קשרים חזקים ברי קיימא, ואספקה של מידע על האחר והקשרים החברתיים שלו. ברשת החברתית הפופולארית פייסבוק למשל, מתקיים תהליך המרה של קשרים פוטנציאלים לא ממומשים, לכדי קשרים

חלשים המהווים הון חברתי מגשר. עם זאת, פייסבוק הרבה פחות יעילה בתחזוקה וביצירה של קשרים בעלי אופי חזק, אשר מספקים משאבים חברתיים "מקשרים" כגון תמיכה חברתית, ומבוססים על אינטראקציות אינטימיות וקרובות יותר (Ellison et. al, 2007).

במאמרו המפורסם – "כוחם של קשרים חלשים", טוען מארק גרנוברטר (Mark Granovetter) כי בניגוד לקשרים חזקים המעודדים הסתגרות יחסית של הפרט בתוך המסגרות החברתיות המוכרות לו, קשרים חלשים הינם משאב חשוב ליצירת הזדמנויות להרחבת המעגלים החברתיים של יחידים, תוך קישורם למסגרות קהילתיות רחבות יותר (Granovetter, 1973). ההתקשרות האינטרנטית הרופפת עם מספר רב של שחקנים חברתיים מתיישבת במידה רבה עם מאפייני האינדיווידואליזם הקפיטליסטי. בארי וולמן (Bary Wellman), מכנה תופעה זו בשם "אינדיווידואליזם מרושת". וולמן טוען כי השימוש באינטרנט מאיץ את המעבר מסולדאריות מקומית או קבוצתית לסולידאריות המבוססת על רשתות חברתיות מפוזרות בקנה מידה גלובאלי. האינדיבידואל האינטרנטי מחפש מגוון חברים שיתאימו לו ומשאבים חברתיים שונים לסיטואציות שונות (Wellman, 2008).

למרות המגבלות שמציבות האינטראקציות האינטרנטיות הממוסחרות בפני העצמי המודרני, קיימת פלטפורמה אינטרנטית בולטת אשר באמצעותה מצליחים בני אדם ליצור גם קשרים חזקים ואינטימיים דווקא בתחום הרומנטי. הדינאמיקה הייחודית המתקיימת באתרי ההיכרויות הרומנטיים, שינתה את האופן שבו אנו חווים את החיפוש אחר בני זוג ואף את ההתייחסות לזוגיות עצמה (אילוז, 2008).

החיפוש אחר בני זוג באמצעות אתרי הכרויות באינטרנט הפך לפרקטיקה רווחת בשנים האחרונות עם העלייה בפופולאריות של השימוש ברשת. אתרי ההיכרויות הם בעלי אוריינטציה מסחרית, והשיח הרווח בהם הוא שיח פסיכולוגי. כך, אנשים המיומנים בהצגה פומבית טקסטואלית של רגשותיהם הם אלו המנצלים בצורה מיטבית את אתרי ההיכרויות ומצליחים לייצר דרכם אינטימיות גם מחוץ למסך המחשב (שם, 2008).

בהקשר זה יש לציין כי מושג האינטימיות, נתפס בתרבות המערבית כפונקציה של קשר בין אישי קרוב המבטא ערכים של ייחודיות, אוטונומיה ובחירה אישית. כרגש המבטא בצורה עמוקה את ערכי האינדיווידואליזם המערבי, מוצגת האינטימיות לראווה בשנים האחרונות בצורה אינטנסיבית בספרה האינטרנטית. במאמרו - "ההגיון החברתי של השיתוף" (The Social

Logics of Sharing) מראה ניקולס ג'ון (Nicholas John) כיצד פרקטיקת החשיפה הנחשבת לעיקרון המזוהה ביותר עם מושג האינטימיות, מיושמת ברשתות חברתיות, בעולם הכלכלה, וביחסים בין אישיים. כתוצאה מכך, טוען ג'ון, נשחקת התפיסה המקובלת של אינטימיות, כפונקציה של יחסים הנרקמים במרחב הפרטי (John, 2013).

דני קפלן (2005), מכנה את הצורה שבה אנשים מבטאים אינטימיות במרחב הציבורי בשם "אינטימיות פומבית". קפלן טוען כי במרחב הציבורי, אינטימיות עשויה להתבטא לאו דווקא דרך חשיפה של רגשות, אלא דרך דינאמיקה ייחודית של פיתוי והזמנה לאינטראקציה קרובה יותר (Kaplan, 2005). באתרי הכריות, דינאמיקה זו באה לידי ביטוי כהצגה עצמית של ידע, תכונות וכישורים אשר מזוהים בתרבות נתונה כאטרקטיביים על ידי בני המין השני. גולשים באתרים אלו, נוטים לאמץ טקטיקה של הצגת "עצמי אידיאלי", תוך הדגשת תכונותיהם החיוביות וטשטוש תכונותיהם השליליות על מנת למשוך בני זוג פוטנציאליים. דינאמיקה זו גורמת למבוכה ותחושת דיסוננס כאשר מתקיים המפגש הרומנטי בפועל (Ellison et. al, 2006).

באתר השכרת החברים שהאינטראקציות בין הגולשים בו נבחנו בעבודה זו, קיימים קווי דמיון מסוימים לאתרי ההיכרות הרומנטיים הקונבנציונאליים. בדומה לדינאמיקה המתקיימת באתרי הכריות, משולב באתר תסריט תרבותי המבוסס על שיח פסיכולוגי המכתיב התייחסות לחברות כקשר אינטימי-אישי. מאידך, משולב באתר תסריט תרבותי אינסטרומנטאלי הנשען על שיח קפיטליסטי המעודד התייחסות אל החברות כקשר תועלתני, וקצר טווח. באמצעות שימוש בעקרונותיה של תיאוריית האינטראקציוניזם הסימבולי, נותחו מאפייניו הייחודיים של האתר בהקשר זה בפרק הראשון של עבודה זו.

מערך המחקר

שיטה

המחקר הנוכחי משלב הן בין היבטים טכנולוגיים, היבטים תרבותיים והיבטים כלכליים המעצבים את העצמי המערבי. על מנת להתמודד עם מורכבות זו, נבחרה שיטת המחקר האיכותנית. הבחירה בהתבססות על ניתוח איכותני של האופן שבו תופסים גולשי האתר את משמעותן של האינטראקציות ביניהם, באה מתוך הבנה כי המחקר האיכותני מביא להכרה בייחודיות של מקרי המחקר ובתפקיד של ההקשרים בהבניית המציאות של האירועים הנחקרים. המחקר האיכותני מעלה את הרגישות להקשר ויוצר דגש נרחב על הקשר הסיטואציוני והמבני (שקדי, 2003).

הגישה הפנומנולוגית שעליה אתבסס במחקר זה, מתמקדת באופן שבו חווה הפרט את מיקומו החברתי בחיי היומיום, ובאופן שבו הוא מעניק משמעות למחשבותיו, רגשותיו ופעולותיו. זאת מתוך הישענות על מסגרת של התיאוריה המעוגנת בשדה (grounded theory). מסגרת התייחסות זו מעודדת הקשבה מדוקדקת להסבריהם של המרואינים, מתוך תפיסה שהסברים אלו מהווים בסיס לבניית תיאוריה על בסיס הידע הסמוי של המרואינים על שדה המחקר (Charmaz, 2006). אם כן, במחקר זה שאפתי לרכז את חוויית האינפורמנטים לאופן שבו הם תופסים את חוויותיהם האישיות. זאת מתוך ההנחה העומדת בבסיס הגישה הפנומנולוגית כי עולמו הפנימי וסביבתו החברתית של הפרט שזורים זה בזה ולא ניתן להפריד ביניהם (שקדי, 2003).

אם כן, בעבודה זו, תהליך איסוף המידע המחקרי ובניית המסגרת התיאורטית היו שזורים זה בזה. משום שהתבססתי על הפרספקטיבה של התיאוריה המעוגנת בשדה, ביצעתי מחקר אינדוקטיבי שנשען על תהליך הדרגתי, אשר כלל דיאלוג מתמיד בין ניתוח החומר שנאסף בראיונות לבין בחינת הספרות המחקרית בהקשר זה. בהתאם לכך, בשלב הראשון, נעזרתי בתובנות שנאספו במסגרת ניתוח הראיונות לבניית מסגרת תיאורטית שאותה הרחבתי וחיידתי במסגרת התכתבות מתמדת עם הספרות. נעזרתי בדינאמיקה זו על מנת לחדד את שאלותיי למרואינים, תוך התאמתן לנושאים ולתמות שעלו במסגרתה.

בשלב הבא של העבודה, ביצעתי ניתוח מסדר ראשון שבמסגרתו קראתי את כל הראיונות שוב מתחילתם ועד סופם, תוך סימון נושאים ותובנות חוזרות וריכוזם בטבלה. לאחר מכן, ביצעתי ניתוח מסדר שני, אשר במסגרתו עיבדתי נושאים אלו לכדי תמות מחקריות, תוך בניית עץ

תמות. בשלב הסופי, ריכזתי קטעי ראיונות בהתאם לתמות הנבחרות בקבצים שרוכזו בתיקיות נפרדות במחשב, שבהן השתמשתי כאשר כתבתי את פרק הממצאים.

אוכלוסייה

קורפוס המחקר התמקד באתר rentafriend.com, שאת משמעותן של האינטראקציות

בין הגולשים בו חקרתי במסגרת עבודה זו. האתר מציע שירותי השכרה מקוונת של חברים, המתומחרת לפי שעה. על פי המוצהר בדף הבית של האתר, נכון לתאריך 10.9.2015, פעילים בו 526,873 חברים הפנויים להשכרה ברחבי העולם. ניתן להירשם לאתר בתור "Friend" אופציה המאפשרת לאדם להשכיר את עצמו כחבר באתר, או בתור "Member", אופציה המאפשרת השכרת חברים בלבד. אופציית ה – "Member" כרוכה בתשלום של עשרים וחמישה דולר לחודש או שבעים דולר לשנה. החברים באתר מתמחרים את עצמם בסכומים הנעים בין עשרה עד חמישים דולר בהתאם לקריטריונים שונים שאת משמעותם חקרתי בעבודתי. כמו כן, האתר מציע לגולשים למקד את המפגשים החברתיים בפעילויות שונות הכוללות למשל הליכה משותפת לסרט, משחק גולף, או ישיבה בבית קפה.

על אף שהאתר הינו בינלאומי, העבודה מתמקדת בביצוע ראיונות עם אנשים המשווקים את עצמם כ – "חברים" להשכרה אונליין בארצות הברית. זאת מכיוון שארצות הברית נחשבת למדינה מערבית, וגם ניתן למצוא בה זיקה מובהקת לאידיאולוגיה הקפיטליסטית. מתוך ראייה פרגמטית, הרציונל לבחירה בארצות הברית נשען גם על שיקולים של היעדר הנגישות, לאחר שנעשה ניסיון לא מוצלח לדגום מרואיינים מהאתר במדינת ישראל³.

תחילה נעשה ניסיון לדגום את המרואיינים למחקר בשיטה של דגימה רנדומאלית (Berg,

1998). במסגרת ניסיון זה, ובתאום עם המנחה שלי, נרשמתי כחבר (Member) לאתר, וביצעתי התקשרויות טלפוניות למספר נשים וגברים במספר ערים גדולות ברחבי ארצות הברית שפרטיהם היו גלויים בפני, באמצעות תוכנת Skype. במסגרת התקשרויות אלו הצגתי את עצמי כסטודנט לתואר שני בסוציולוגיה באוניברסיטת בר אילן, ושאלתי את חברי האתר אם הם מעוניינים

³ ניתן לשער כי היעדר הנגישות של המרואיינים בישראל נבע משילוב של גורמים. ראשית, ישראל מדינה קטנה יחסית, ולכן הגיוני שההסתברות למצוא מרואיינים תהיה נמוכה יותר מאשר בארצות הברית. שנית, ישראל מוגדרת בספרות המחקרית כמדינה המשלבת בין אלמנטים תרבותיים הנחשבים אינדיווידואליסטים, וקולקטיביסטים גם יחד. זאת בניגוד לארצות הברית שנחשבת למדינה אינדיווידואליסטית הרבה יותר (Hofstede et. al, 2010).

להשתתף במחקר שלי. עם מרואיינים שהסכימו להתראיין נקבע מועד מסודר לראיון, ובוצעה התקשרות נוספת למטרת ביצועו. לאחר מספר התקשרויות וביצוע מספר ראיונות, התקבלה פניה ממנהל האתר, אשר הביע בפני את חששותיו לגבי פגיעה אפשרית בהכנסותיו מהאתר עקב מה שהגדיר כהטרדה ופגיעה בפרטיות של משתמשי האתר מצדי ומשום כך ההתקשרויות הופסקו באופן זמני.

לאחר התכתבות ממושכת דרך המייל, שכללה דיאלוג משולב עמי ועם המנחה שלי, הוחלט לבסוף לאפשר למנהל האתר לספק את המרואיינים למחקר על פי ראות עיניו. אספקת המרואיינים מצדו של מנהל האתר, נעשתה בכפוף לקריטריונים שהוגדרו על ידי ועל ידי המנחה שלי כמפורט להלן: ביקשנו להשלים מכסה של עשר נשים ועשרה גברים, בטווח גילאים של בין 20-40, שפגשו לפחות אדם אחד או יותר במסגרת התנהלותם באתר, ושמוצאם יהיה ממספר מקומות שונים במערב ובמזרח ארצות הברית.

בפועל, במסגרת המחקר רואיינו בסך הכול עשרים מרואיינים ומרואיינות, עשר נשים ועשרה גברים, שפגשו לפחות אדם אחד או יותר במסגרת התנהלותם באתר. המרואיינים הגיעו ממדינות שונות במערב ובמזרח ארצות הברית, וטווח הגילאים שלהם נע לרוב בין 20-40. בנוסף, כל המרואיינים והמרואיינות ללא יוצא מן הכלל העידו על עצמם שהם רווקים ורווקות בעת ביצוע הראיונות.

כל מרואיין קיבל תשלום של עשרים דולר בעבור ההשתתפות במחקר. התשלום בוצע באמצעות שימוש בשירות התשלומים האלקטרוני PayPal בהסכמת המרואיינים. פרטי המרואיינים נשלחו לדואר האלקטרוני שלי, ונוצר איתם קשר בתיאום של לוח זמנים מראש. לאחר ביצוע הראיון, התבצעה העברה של עשרים דולר לחשבון ה-PayPal של המרואיינים, בכפוף לפרטי החשבון שסופקו על ידם.

הראיונות בוצעו באמצעות תוכנת "סקייפ" (Skype), המאפשרת לנהל שיחות ארוכות לחו"ל באמצעות המחשב בעלות נמוכה, תוך שימוש באוזניות ומיקרופון. יש לציין כי על אף שתוכנת סקייפ מאפשרת גם שיחות וידאו, כמעט כל השיחות נערכו על בסיס שמע בלבד. זאת על מנת להבטיח מידה מספקת של ריכוז מצדי בדבריהם של המרואיינים, תוך צמצום הצורך לעסוק בקשיים טכניים ובהסחות דעת מיותרות. כל השיחות הוקלטו ותומללו בהסכמתם המלאה של המרואיינים מראש, אשר ניתנה בעל פה או בכתב במסגרת התכתבות בדואר אלקטרוני. קושי

שהתעורר בהקשר זה נבע מאיכותן של ההקלטות שלא הייתה אחידה. על אף שאיכותן של מרבית ההקלטות הייתה טובה, מספר פעמים התעורר קושי בתמלול הראיונות עקב בעיות טכניות אשר נבעו מאיכות שמע ירודה. פתרתי את הבעיה על ידי שימוש בתוכנה המגבירה את עוצמת השמע, וכן על ידי האזנה חוזרת ונשנית לקטעים שהיו פחות ברורים.

כלי מחקר

מחקר זה משלב שני כלי מחקר עיקריים: האחד הינו ניתוח שיח טקסטואלי של התכנים המוצגים באתר, והשני הינו הראיון המובנה למחצה, שבאמצעותו ערכתי ראיונות עם גולשים פעילים באתר על מנת לבחון את משמעותן של האינטראקציות החברתיות ביניהם. הבחירה באסטרטגיה של ניתוח שיח טקסטואלי באה מתוך הסתמכות על פרדיגמת הניתוח האיכותני כפי שהיא מתוארת על ידי אשר שקדי (2003). שקדי טוען כי בני אדם ומערכות פעולה של בני אדם הינם מורכבים מכדי לתארם על ידי מכשיר סטטי וחד מימדי. על כן ישנו יתרון משמעותי בשימוש בכלי האנושי, שהוא בעל יכולת לחבר בין רעיונות ומושגים רב תחומיים ויכול לחבר בין החלקים עד כדי תופעה הוליסטית אחת (שקדי, 2003). מכיוון שמחקר זה מחבר בין מספר זרמים ורעיונות מורכבים הנוגעים לטיבם של היחסים החברתיים בין בני אדם, נראה כי ההסתמכות על החוקר ככלי המחקר לניתוח הנה המתאימה ביותר.

במקביל לניתוח הטקסטואלי, כלי המחקר שנבחר לראיונות שיתבצעו במחקר זה הנו הראיון המובנה למחצה. כלי זה מתאים ביותר למחקר הנוכחי, משום שהוא מאפשר להבין את הפרספקטיבה האישית של המרואיין. שאלות הנשאלות בראיון מסוג זה משקפות את התובנה שבני אדם שונים מבינים את העולם בצורות שונות (Berg, 1998). השאלות שהוצגו במסגרת הראיון היו מצד אחד לא סגורות על מנת לאפשר למרואיין מרחב לתיאור מלא וגדוש של החוויות שלו, ומצד שני לא כלליות ופתוחות מדי על מנת לאפשר התמקדות בנושאים הרלוונטיים למחקר (שקדי, 2003). בנוסף, על פי צ'ארמאז (Charmaz), הן ראיון חצי מובנה והן השימוש בספרות תיאורטית הוא גמיש, ומשתנה בהתאם להתפתחות המחקר (Charmaz, 2006). הבחירה להשתמש בראיון מובנה למחצה על מנת לבדוק את האופן שבו מפרשים המרואיינים את משמעותן של האינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם במסגרת האתר, אפשרה לי כחוקר לכסות את עולמות התוכן שנראו לי משמעותיים מהספרות בנושא של יחסי חברות, אינטימיות, אידיאולוגיה קפיטליסטית וכן היבטים הנוגעים לשימוש בטכנולוגיה, תוך שילובם בתשובות שנדלו בצורה אינדוקטיבית מהשדה כממצא אמפירי שישתלב עם הידע מהספרות.

ממצאים :

1. ניתוח מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר

- 1.1 שיווק החברים כמוצרי צריכה – מילוי העצמי הריק דרך יחסים חברתיים מתכלים
- 1.2 שיווק החברות כמקצוע - הפרדת הפעילות החברתית מפונקצית האינטימיות
- 1.3 הקסם שבפרסום - חיבור הוויזואליזציה של האינטימיות עם הניכור טקסטואלי
- 1.4 סיכום

2. מגבלות האינטראקציות באתר ודרכי ההתמודדות של הגולשים עמן

- 2.1 מגבלות אפיסטמולוגיות
- 2.2 מגבלות טכנולוגיות
- 2.3 מגבלות כלכליות
- 2.4 מגבלות הקשורות במסגרת הזמן

3. התייחסותם של הגולשים למושג החברות בעקבות החשיפה לאתר

- 3.1 תפיסת הגולשים את מושג החברות בחייהם האישיים
- 3.2 תפיסת הגולשים את מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר
 - 3.2.1 תפיסת החברות באתר כמקצוע
פיתוח מוסר עבודה
התייחסות לכישורים חברתיים
 - 3.2.2 תפיסת החברות באתר כמערכת יחסים א-סימטרית
התייחסות לכישורים בתחום הפעילות המתבצעת

4. הבדלים מגדריים בהתייחסות למושג החברות באתר

- 4.1 תפיסת החברות באתר בקרב גברים
- 4.2 תפיסת החברות באתר בקרב נשים

ממצאים

ממצאי המחקר מחולקים לארבעה פרקים עיקריים: הפרק הראשון כולל ניתוח טקסטואלי של מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר ומשווק לגולשים. הפרק השני מציג את מגבלות האינטראקציות באתר כפי שתיארו אותם המרואיינים. הפרק השלישי בוחן את התייחסותם של המרואיינים למושג החברות כפי שהם תיארו אותו ביחסיהם מחוץ לאתר, וכן לאור חוויותיהם

מאינטראקציות עם גולשים ששכרו את שירותיהם במסגרתו. הפרק הרביעי בוחן את ההבדלים המגדריים בהתייחסותם המרואיינים למושג החברות לאור האינטראקציות שחוו במסגרתו.

1. ניתוח של מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר

בפרק זה נעשה שימוש במתודולוגיה של ניתוח שיח פרשני, על מנת לנסות לענות על השאלה – כיצד משולבים שני תסריטים תרבותיים שונים אודות מושג החברות באתר אינטרנט המאפשר השכרת חברים? מחד, בדומה לדינאמיקה המתקיימת באתרי הכרויות, משולב באתר תסריט תרבותי המבוסס על שיח פסיכולוגי המכתיב התייחסות לחברות כקשר אינטימי-אישי תוך הצגת דימויים של יחסי קרבה וביטוי של רגשות, והתייחסות אל האחר החברתי כאינדיבידואל בעל מאפיינים ייחודיים. מאידך, משולב באתר תסריט תרבותי אינסטרומנטאלי הנשען על שיח קפיטליסטי המעודד התייחסות אל החברות כקשר תועלתני, תוך התייחסות אל האחר החברתי ככלי גנרי המיועד למימוש צורך חברתי. הטענה המרכזית בניתוח זה הינה כי האתר משלב בצורה ייחודית בין התסריט התרבותי המתייחס לחברות כמערכת יחסים אינטימית וקרובה לבין התסריט המתייחס אליה כאל מערכת יחסים תועלתנית וקצרת טווח על ידי שיווק החברות באינטרנט כמוצר צריכה מתכלה המכיל בתוכו תמהיל פרדוקסאלי של שני המרכיבים.

1.1 שיווק החברים כמוצרי צריכה – מילוי העצמי הריק דרך יחסים חברתיים מתכלים

כפי שמציין פיליפ קושמן (Cushman, 1990), הקפיטליזם הצרכני מכתוב התנתקות של הפרט ממסגרות חברתיות ומחיי קהילה, ובכך מותיר את העצמי מרוקן חברתית, כאשר הוא סובל מרעב רגשי כרוני אשר ניתן למילוי רגעי בעזרת רכישת מוצרי צריכה מתכלים. נראה כי דינאמיקה זו הולכת ומחלחלת גם אל היבטים שונים של החיים החברתיים, והיא גם משתלבת בצורה הרמונית עם מאפייניה של ההתקשרות ברשת האינטרנט כפי שאפשר לראות בבירור ברשתות חברתיות ובאתרי הכרויות.

באתר השכרת החברים קיים ייצוג בולט של הקפיטליזם הצרכני בצורה מובהקת ביותר, בדומה לאתרי ההיכרויות הרומנטיים. בספרה "עלייתו של הקפיטליזם הרגשי" טוענת אווה אילוז

(2007) כי באתרי הכרויות רומנטיים מתקיימת דינאמיקה של חיפוש בני זוג למטרות רומנטיות בדרך רציונאלית תוך שימוש בטכניקות השאובות מעולם הכלכלה והעסקים במצב מקוון.

דינאמיקה זו מתקיימת באופן דומה גם באתר השכרת החברים. פרקטיקת הבחירה בחבר להשכיר מתבצעת במתכונת של שוק, כאשר ניתנת לשוכר הפוטנציאלי האפשרות להשוות בין "חברים" שונים על פי קריטריונים המובנים במנוע החיפוש של האתר. בעמוד חיפוש החברים ניתן לבחור את סוג החבר המבוקש על פי חתך הגיל שלו, נטייתו המינית, וסוג הפעילות החברתית שאותה הוא מוכן לבצע. על ידי חיבור בין ארבעת המרכיבים הללו ניתן להרכיב מעין עסקת חבילה המותאמת לצרכיו של השוכר הפוטנציאלי.

ניכר שלבחירת הפעילות המוצעת מבין שלל האפשרויות שהאתר מציע ישנה חשיבות מיוחדת. באתר ישנו דף מיוחד המוקדש להסבר אודות מגוון הפעילויות השונות אשר ניתן לבצע עם החבר הפוטנציאלי, תוך פירוט המאפיינים של כל אחת מהפעילויות. פרקטיקה זו הולמת את החזון הליברלי נהנתני אשר מכתובה תרבות הצריכה הקפיטליסטית המבוסס על רכישה מתמדת של מוצרי צריכה מתכלים מתוך מגוון רחב של אפשרויות. לפעילות החברתית המוצעת מוקצב זמן מוגדר של שעה ולכן נראה כי היא מבוססת על הנאה רגעית מחוויה אשר מסתיימת ברגע שבו מתבצע התשלום.

כאמור, ההתקשרות האינטרנטית הרופפת עם מספר רב של שחקנים חברתיים מתיישבת במידה רבה עם מאפייני האינדיווידואליזם הקפיטליסטי. המשתמשים בטכנולוגיית האינטרנט קשורים פחות לקבוצות מקומיות ובכך יוצרים בסיס חדש לקהילותיהם. במקום להסתמך על קהילה אחת מקומית לצורך תמיכה חברתית, האינדיבידואל האינטרנטי מחפש מגוון חברים שיתאימו לו ומשאבים חברתיים שונים לסיטואציות שונות (Wellman, 2008). אולם, על פניו נראה כי "האינדיווידואליזם המרושת" אינו מאפשר את בנייתם ותחזוקם של יחסי חברות אינטימיים וברי קיימא אלא מעודד את יצירתם של קשרים חלשים ומתכלים.

נראה כי הפרקטיקה הקפיטליסטית והאינסטרומנטלית המשולבת באתר, מעודדת התייחסות אל האחר החברתי כאל פונקציה של אינטרס כלכלי המנותקת ממערכות החיים החברתיות, ובכך מקשה על כינונם של יחסים אינטימיים ארוכי טווח. זאת מכיוון שהיא מעודדת הישענות על ריבוי של קשרים קצרים ושטחיים יותר אשר ניתנים לתחלופה מתמדת בדיוק כמו

מוצרי צריכה מתכלים. בכך קשרים אלו עשויים להוסיף לתחזק את הרעב הרגשי המערבי הכרוני על ידי מתן סיפוקים מידיים רגועים בדמות מערכות יחסים חולפות ומתכלות (Cushman, 1990).

השכרת "חברים" חדשים לפרק זמן של שעה בכל פעם, קוטעת את הדיאלוג החברתי העומד בבסיסם של מערכות יחסים אינטימיות באיבו. כפי שטוענים רייס ושיבר (Ries and Shaver), על מנת לבסס יחסי חברות אינטימיים דרושה נכונות של שני הצדדים לחשיפה הדדית של מידע אישי אודות העצמי ואודות האחר, וכן יכולת של הצדדים להגיב בצורה אכפתית, מבינה ומתחשבת למידע זה (Ries and Shaver, 1988). בפרק זמן כה קצר, ניכר שיהיה קשה לצדדים המעורבים להגיע להגדרה מדויקת של המצב החברתי ולכן לא תתאפשר כינונה של מערכת יחסים אינטימית. זאת מכיוון שבהיכרות כה קצרה, אין ספק ששני הצדדים ימנעו מחשיפה של פרטים אינטימיים מחייהם האישיים על מנת לא לערער את המצב החברתי וליצור מבוכה. במונחי של ארווינג גופמן, סביר להניח ששני הצדדים יאלצו להישאר "בקדמת הבמה", ולא יוכלו לאפשר לעצמם לעבור אל "מאחורי הקלעים" (גופמן, 1990).

1.2 שיווק החברות כמקצוע - הפרדת הפעילות החברתית מפונקצית האינטימיות

ייצוג נוסף בולט של הפרקטיקה הקפיטליסטית דרך דפי האתר מתבטא בשיווק החברות כמקצוע משתלם במיוחד, שלעוסקים בו מובטחת הכנסה משמעותית, המשולבת בתנאים והטבות מרובים המוצגים כחלק אינטגרלי מ – "מקום העבודה". בעמוד ההרשמה לחברים המשכירים עצמם באתר מופיעה הכותרת – "קבלו תשלום כדי להיות חברים!". תחת כותרת זו מופיע הכיתוב - "אנו שוכרים עכשיו מועמדים לתפקידי חברות מרחבי העולם! הרוויחו עד 50 דולר לשעה! ובנוסף ארוחות חינם, הופעות חינם, אירועי ספורט חינם ועוד!".

בנוסף, נעשה ניסיון לשווק את החברות כמקצוע חופשי ודינאמי המתנהל בשעות גמישות. בעמוד ההרשמה לחברים מתוארים תנאי עבודה אטרקטיביים במיוחד המותאמים למאפייניו של העצמי המערבי - "היה הבוס של עצמך. קבע את המחיר, את השעות ושמוך לעצמך 100% מהכסף. זוהי העבודה האולטימטיבית!". בכך קולע הכיתוב באתר במדויק למאפייניו של השיח התרבותי הקפיטליסטי המדגיש ערכים כגון מימוש עצמי, חירות, אוטונומיה ובחירה אישית (Cushman, 1990).

אלמנט שיווקי בולט אחר שנועד למשוך גולשים פוטנציאלים להפוך לחברים מקצועיים הינו טבלת השכר המוצגת בדף ההרשמה. הטבלה מציגה נתונים המראים שבעבודה "במשרה חלקית" בתעריף המקסימום של 50 דולר לשעה, כאשר עובדים שמונה שעות ביום ושלושה ימים בשבוע, ניתן להרוויח 57,600 דולר בשנה. חברים "במשרה מלאה" העובדים שמונה שעות וחמישה ימים בשבוע, יכולים להגיע לפי הטבלה גם ל-96,000 דולר לשנה.

עם זאת, למרות ההתייחסות לחברות כמקצוע וכעבודה לכל דבר, ההרשמה כחבר לאתר היא בחינם, ואינה מציבה בפני העוסקים הגולשים דרישות מקצועיות קונקרטיות כלשהן בבואם לבצע את הרישום. למעשה, הדרישה "המקצועית" היחידה היא ההימנעות ממגע פיזי כלשהו במהלך האינטראקציה. זאת על מנת למנוע מצב שבו היחסים האפלטוניים ילבושו אופי מיני. יוצא מכך שחבר מקצועי הינו חבר אשר יודע לשמור על ריחוק פיזי ורגשי מהאדם שהשכיר את שירותיו, אך בו בזמן לגרום לו הנאה מהפעילות החברתית המשותפת.

דינאמיקה זו מכתיבה מצב אשר בו הפעילות החברתית מוצגת במרכזה של האינטראקציה כמטרה לעצמה במנותק מההקשר החברתי. דוגמא טובה לכך ניתן למצוא באופן שבו מוצגת באתר ההתמקחות על ערכם של החברים. החברים באתר רשאים לקבוע את המחיר לשעת השכרה שלהם בצורה שרירותית כאשר הוא יכול לנוע בין עשרה דולר ועד חמישים דולר לשעה. עם זאת, המחיר לשעת השכרה נתון למיקוח. בעמוד העיתונות (press) של האתר נכתב כי המחיר לשעת השכרה תלוי בסוג הפעילות המתבצעת במהלך האינטראקציה החברתית. על פי היגיון זה יש להניח כי פעילות חברתית המצריכה משאבים מנטאליים, כלכליים או אחרים מצד השוכר תתומחר בצורה גבוהה יותר ולהיפך. העובדה שהמיקוח על ערכם של החברים תלוי בסוג הפעילות המתבצעת ולא בתכונות האישיות שלהם כבני אדם אשר יכולות להעיד על יכולתם ליצור קשר רגשי משמעותי עם השוכר הפוטנציאלי, מעלה את הרושם כי האתר מעודד יצירה של קשרים חלשים ושטחיים יותר, אשר נועדו לספק הנאה רגעית מביצוע פעילות מסוימת אשר אינה דורשת מהצדדים מעורבות רגשית גבוהה.

בנוסף, בעת ההרשמה לאתר, מובטחים לשוכר 100% הצלחה. נכתב בעמוד ההרשמה כי האתר מתחייב לתת החזר כספי במידה ותהיה אי שביעות רצון ממערכת היחסים שנוצרה. זאת מתוך תפיסה שמערכת היחסים המתהווה בין שני הצדדים תלויה במידת ההנאה מהפעילות האקראית אותה יחליטו לבצע ביחד, ולא בטיבה של האינטראקציה הבינאישית ביניהם. בדף

ההרשמה מצוין כי "ישנן אלפי דרכים שבהן אנשים נהנים ממפגש עם חברים באתר, ואנו בטוחים שתהנה מהזמן שתבלה עם החבר". נראה כי למעשה, החברים המשווקים באתר לא נועדו לענות על הצורך באינטימיות, אלא להוות שותפים לפעילות חברתית המספקת הנאה רגעית מהליכה משותפת למשחק כדורגל, לסרט, או להצגה.

1.3 הקסם שבפרסום המקוון – חיבור הויזואליזציה של האינטימיות עם הניכור טקסטואלי

למרבה הפליאה, למרות כל האמור באתר אודות חשיבותו של הריחוק הפיזי תוך שמירה על נורמות "מקצועיות" של חברות בין הצדדים, מספרות התמונות המתחלפות בדף הבית של האתר סיפור אחר לחלוטין. בתמונות המתחלפות נראות דמויות מחויכות ומאושרות של נשים וגברים במצבים חברתיים שונים⁴, כאשר כמעט בכלן נראה מגע פיזי מפורש ביניהן. מגע זה כולל למשל חיבוקים, אחיזת ידיים, שקשוק של כוסות וטפיחה על השכם.

בדף המוקדש להסבר אודות האתר, נאמר כי אתר השכרת החברים איננו אתר למטרות דייטים או סוכנות ליווי. השירותים באתר מיועדים אך ורק למטרות חברות". כאמור, מסיבה זו מגע פיזי אינו רצוי ואינו מורשה במהלך המפגשים. גם הטקסטים באתר המתייחסים לסוגיית המפגשים מותאמים לפרקטיקה זו, ולכן הם מתארים בעיקר את הפעילויות השונות שאותן ניתן לבצע במהלך האינטראקציה. בשום מקום לא נכתב שעל החבר להפגין רגש של חיבה או קרבה כלפי האדם ששכר את שירותיו בעת הפעילויות השונות.

על כך יש להוסיף כי היעדרותו הפיזית של הגוף, והיעדרן של מחוות גופניות מהאינטראקציות האינטרנטיות בין גולשים מעודד שימוש מוגבר בשפה מילולית כתובה, ומקשה על מסגור הסיטואציה החברתית של העצמי האינטרנטי. בשונה מדינאמיקת הדיבור הפיזית, התקשורת האינטרנטית מכסה רק את הרובד הויזואלי והשמיעתי, ואינה מסוגלת לייצר מלאות חושית שלמה התלויה בהימצאות פיזית בזמן ובמקום ספציפיים (Garza, 2002; אילוז, 2007).

על ידי הצגת דוגמא חיה לאופן שבו ניתן לקיים אינטראקציות חברתיות מוצלחות, ייתכן שניתן לצמצם במידת מה את הפער שנוצר בין הצדדים בעת המפגש מחוץ למסך המחשב. עם

⁴ מצבים חברתיים אלו כללו למשל משחק גולף, צפייה משותפת בסרט בקולנוע, עזרה לקשישים ובילוי במסיבה. ניתן לומר במידה רבה של ביטחון כי כל הפעילויות צולמו באווירה אפלטונית לחלוטין וללא הקשר מיני. התמונות המדוברות צורפו לפרק הנספחים המוצג בסוף עבודה זו.

זאת, המחשת מערכת היחסים בעזרת תמונות המתארות יחסי קרבה אינטימיים, לרבות מגע פיזי בין משתתפי האינטראקציה אינה עומדת בקנה אחד עם הפעילות החברתית כפי שהיא משתקפת דרך הטקסטים שבאתר. הסתירה בין ההצגה הטקסטואלית ובין ההצגה הויזואלית של החברות עשויה להעמיד את הצדדים במצב של דיסוננס קוגניטיבי בעת המפגש החברתי הפיזי, אשר נראה כי עלול להקשות על מסגור הסיטואציה החברתית, במקום להקל עליה (גופמן, 1990).

נראה כי האינטגרציה בין התפיסה האינסטרומנטלית של החברות כפונקציה של פעילויות מהנות המצריכות מעורבות רגשית נמוכה, לבין תפיסה של החברות כפונקציה של יחסי קרבה אינטימיים המצריכים מעורבות רגשית גבוהה מתאפשרת באמצעות מיתוג של החברות כמוצר צריכה. באמצעות שימוש מודגש במוטיבים של טבע פסטורלי ושל יחסים אינטימיים הדוקים ודרך מגוון דימויים של אושר והנאה הנובעים מהשימוש בחברות כמוצר, מטשטשת הפרסומת את המורכבות הנדרשת על מנת להשיג הלכה למעשה את היחסים האינטימיים. כפי שטוענת אווה אילו (2007) בעידן הקפיטליסטי מתפצלות הספרות השונות של הקיום האנושי ולא מתאפשר תיאום קוהרנטי ביניהן. כוחם של המוצרים נובע מן ההבטחה הגלומה בהם לגשר ולקשר בין ההיבטים השונים של חיינו ולהעניק לנו תחושה של יציבות ורציפות. כך הפרסומת לחברות כפי שהיא משווקת דרך האתר מתיימרת להעניק לשוכר הפוטנציאלי גם חוויה מהנה ובלתי מחייבת, וגם יחסי קרבה אינטימיים. הצגה זו, מצמצמת למעשה את מחויבויותיו של השוכר כלפי המשכיר לכדי דבקות בפרקטיקת התשלום, ואינה תובעת מהשוכר השקעה של זמן ממושך ומשאבים רגשיים רבים הדרושים לפיתוחה של מערכת יחסים אינטימית.

1.4 סיכום ניתוח מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר

בניתוח זה ניסיתי לשלב בין היבטים תרבותיים להיבטים טכנולוגיים על מנת לעמוד על טיבה של הדינאמיקה הייחודית המתקיימת באתר השכרת החברים, המשלבת בין שני תסריטים תרבותיים שונים אודות מושג החברות. טענתי המרכזית הייתה כי האתר משלב בצורה ייחודית בין התסריט התרבותי המתייחס לחברות כמערכת יחסים אינטימית וקרובה לבין התסריט המתייחס אליה כאל מערכת יחסים תועלתנית וקצרת טווח על ידי שיווק החברות באינטרנט כמוצר צריכה מתכלה אשר מגלם בתוכו אפשרות להעניק גם חוויה מהנה ובלתי מחייבת, וגם יחסי קרבה אינטימיים. בכך מצמצם האתר את מחויבויותיו של השוכר כלפי המשכיר לכדי דבקות בפרקטיקת התשלום בלבד, ופוטר אותו מהצורך להשקיע זמן ממושך ומשאבים רגשיים רבים הדרושים לפיתוחה של מערכת יחסים אינטימית. טענה זו התבססה על הממצאים

שהתקבלו לאחר ניתוח תוכן של דפי האתר השונים באמצעות תיאוריות ומודלים של חברות ואינטימימות, וכן באמצעות הסתמכות על מאפייניו של העצמי המערבי כפי שהוא מתואר בעבודותיהם של פיליפ קושמן ואווה אילו.

ממצאי הניתוח מעידים על כך שהדינאמיקה המתקיימת באתר השכרת החברים מקשה על כינונם ותחזוקם של יחסי חברות אינטימיים, באופן שיחסים אלו נתפסים בחברה המערבית. השילוב בין אינטראקציות ויראוטליות לאינטראקציות מציאותיות קצרות, כאשר האחרונות מותנות ברצונם של הצדדים לדבוק בפרקטיקת התשלום עבורן, מכתוב שלל מגבלות עבור גולשי האתר בבואם לכוון יחסים חברתיים. בפרק הבא, יפורטו היבטים שונים של מגבלות אלו בהסתמך על דיווחיהם של גולשי האתר בראיונות עמם.

2. מגבלות האינטראקציות דרך האתר כפי שנחו על ידי הגולשים

בפרק זה מוצגות מגבלות האינטראקציות באתר כפי שתוארו ונחו על ידי הגולשים. מגבלות אלו היו משותפות הן לנשים והן לגברים שרואיינו, והן כללו מספר היבטים עיקריים: מגבלות אפיסטמולוגיות, מגבלות טכנולוגיות, מגבלות כלכליות ומגבלות הקשורות במסגרת הזמן. לכל אחד מהיבטים אלו הוקדש תת פרק נפרד על מנת להסביר את חשיבותו בהקשר של בניה ותחזוק של יחסי חברות.

2.1 מגבלות אפיסטמולוגיות

לפני שיפורטו כל יתר המגבלות המקשות על כינון אינטראקציה דרך האתר, נמצא בעיני לנכון להתייחס לאופן שבו מגדיר האתר את עצמו, ולאופן שבו הגדרה זו השפיעה על הגולשים המציעים עצמם כחברים להשכרה באתר. זאת מכיוון שבמספר רב של ראיונות דווח על קושי של שני הצדדים למסגר את הסיטואציה החברתית בעת המפגש, עקב מה שהוגדר על ידם כפרשנות "שגויה" לקונספט של השכרת חברות דרך האינטרנט.

מחלק מן הראיונות עלה כי עצם הרעיון של השכרת חברים נתפס על ידי מרבית הגולשים כחדשני ועקב כך גם כזר, מוזר ומסקרן. ביטויי הזרה והרחקה כאלו ואחרים עלו בראיונות מספר

פעמים בהקשרים שונים. דוגמא בולטת לכך ניתן לראות בהתייחס לדבריו של המרואיין אוקלי: "I

thought - what kind of person would actually rent a friend. I find it rather strange

דברים ברוח דומה עלו גם אצל המרואיין רון, שציין שתי סיבות להרשמתו לאתר - סיבה אחת

הייתה הרצון להרוויח כסף, והסיבה השנייה - הרצון להבין "סביב מה כל זה בכלל" כלשונו:

I joined the website just to kind of make some extra income, and to see what was that all about.

נראה כי הסיבה לביטויי ההרחקה וההזרה הינה שכפי שטוען אלן סמארט (Ellen Smart,

1999) חברים בתרבות המערבית אינם נתפסים כחלק אינטגרלי מהמערכת החברתית הכלכלית

או הפוליטית, אלא כפרטים אינדיווידואליים המתפקדים כאחרים משמעותיים בעולמם המיקרו

סוציאלי של יחידים (Smart, 1999). אם כן, הניסיון המלאכותי של האתר לשלב בין שני היבטים

של החיים החברתיים אשר אינם דרים בכפיפה אחת בחברה המערבית, העמיד את המרואיינים

בפני פרדוקס שיצר אצלם דיסוננס קוגניטיבי. דיסוננס זה אילץ אותם להתמודד עם הפער בין

עמדתם כלפי מושג החברות כפי שהוא נתפס בחברה המערבית, לבין הצורך ליישם את המאפיינים

של מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר במהלך האינטראקציות עם גולשים ששכרו את

שירותיהם.

הניסיונות ליישב סתירה תרבותית פנימית זו בדינאמיקה של האתר, הובילו את הגולשים

לעיתים לאמץ עמדות שליליות מקדימות כלפי היחסים הנרקמים דרכו. ניתן לראות זאת בבירור

בדבריה של לזי כאשר עומתה במהלך הראיון עם תפיסה שחברות לא ניתנת לקניה בכסף:

I still believe that you can't buy true friendship with money. I think it's only temporary unless, say the friendship, say him [the renter] and I, we met and he stopped paying me really and we became friends for a while.

כאן טוענת לזי כי לדעתה לא ניתן לקיים יחסי חברות משמעותיים דרך האתר, אלא אם ינוטרל

המרכיב הכספי ביחסים הנרקמים דרכו. בכך שוללת המרואינית את האפשרות לכינונם של

יחסים ארוכי טווח דרך האתר. משתמע מדבריה כי כל עוד קיים מרכיב כלכלי ביחסים, הקשר

שייווצר בין הצדדים יהיה בהכרח זמני, בכפוף לפרק הזמן שעליו משלם השוכר.

על כך יש להוסיף כי האתר גם אינו מספק לגולשים הגדרה ברורה לגבי טיב היחסים העתידיים להירקם ביניהם. עמימות זו הותירה מקום רב לפרשנות יצירתית הן מצד החברים המשכירים עצמם באתר, והן מצד האנשים שהשכירו את שירותיהם אך גם היוותה מקור לבלבול ותסכול. כך למשל, תיאר המרואיין אוזי את התלבטויותיו לגבי עצם המשמעות של המילה "חבר" בקונטקסט של האתר:

what I thought when I signed up to the website; I think that the website definition of friend and my definition of friend are very different... I think the word friend sells more because as a marketing person I think that the idea is that you can rent somebody who's going to be a friend, where as is, the actual definition of the website I think is more of a rented acquaintance.

מדבריו של המרואיין ניתן ללמוד כי הוא מתייחס מראש לקשר העתיד להירקם בין הצדדים כקשר שטחי, תוך שהוא מאפיין את עצמו לא כחבר אלא כ- "מכר" להשכרה בהקשר זה. פרשנות דומה לטיב הקשר העתידי עלתה גם אצל המרואיין מריל כאשר נשאל אם באיזושהי נקודה במפגש הרגיש חיבור רגשי עם האדם ששכר את שירותיו:

That's not the, uh, that's not the intended benefit for either parties. Because you know, that will lead to more involvement towards maybe more closer introspective type of things right? That involves a lot of heavy doses of personal conversations, getting to know that person character. So that, it didn't actually progress to any of that. Uh, it was more like surface situational, current events you know.

מדבריו של מריל עולה כי לדעתו חיבור רגשי שכזה כלל לא אמור להתקיים בין הצדדים במסגרת הדינאמיקה שמכתיב האתר. נראה כי להבנתו, מלכתחילה היחסים באתר אינם אמורים לכלול מעורבות רגשית גבוהה אשר מצריכה לדבריו "מינונים כבדים" של שיחות אישיות על מנת להגיע להכרות אינטימית. במקום זאת הוא מעדיף לשמר את היחסים ברמה שטחית, מתוך תפיסה שגם האדם המשכיר את שירותיו רואה את הדברים באופן דומה.

בהקשר זה יש לציין כי באתר עצמו, קיימת אמנם לשונית שכותרתה - מהי השכרת חברים? (What is renting a friend) אולם נראה כי לא נעשה ניסיון של ממש לנסח הגדרה מדויקת של המושג מעבר להצהרה כי לא מדובר בשירות ליווי, וכי יש להשתמש באתר למטרות של חברות אפלטונית בלבד, בהקשר של ביצוע פעילויות משותפות יחד. האתר אמנם כן מציע לגולשים לבחור מבין היצע נרחב של פעילויות אפשריות לביצוע בעת המפגש, אך חלוקה זו הינה

שירותית כאשר כל הפעילויות המוצעות מובאות לגולש באתר בכפיפה אחת. כך למשל הקטגוריה "חברות עם בעלי מוגבלויות" דרה בכפיפה אחת עם "מפגש עם אנשים חדשים" ועם "יציאה לשופינג".

היעדר מסגרת התייחסות מספקת וכללי התנהגות ברורים מצד האתר, הביאו בין השאר גם לניסיונות ליצור הקבלה בין שירותי האתר לענפי שירות מקצועיים אחרים קונבנציונאליים יותר. עדות לכך ניתן למצוא בדבריו של המרואיין בובי שהתייחס להבדלים בדינאמיקה שחווה בעיסוקו המקצועי כפסיכולוג לבין הדינאמיקה שחווה במסגרת האתר:

I think people that meet me as a psychologist they come to me, into my office. It's a professional setting, there are very clear boundaries as far as the expectations of what I disclose or they disclose. There's more of a script to follow in a professional setting like that. A friend is sort of like, it's not clear what the script is supposed to be, how it's supposed to work.

נראה כי ההימצאות במסגרת קבועה של משרד טיפולי תוך דבקות בכללי היסוד של העיסוק המקצועי מסייע למרואיין להגדיר לעצמו בצורה ברורה את המצב החברתי שבו הוא פועל, ואת התסריט ההתנהגותי שבו יש לדבוק בהתאם. בניגוד לכך, המרואיין טוען שבאתר השכרת החברים "התסריט אינו ברור" ועל כן לא ברור לו איך "זה" אמור לעבוד. התייחסות השוואתית דומה עלתה גם אצל המרואיין ג'ורג' באותו הקשר:

It can be difficult because it says "rent a friend", though that's a much more vague thing than hire a programmer. You know, even that can be a little vague. When you hire a programmer, you are being very specific thing. You need someone to write content, put me on rails, pay me and I'll do that. It's very specific. It's, you know, its friends.

כאן מבטא המרואיין חוסר נוחות מהיעדר הספציפיות והדיוק בהתייחסו למושג החברות כפי שהוא מוצג בכותרת האתר. באמצעות יצירת אנלוגיה כלפי עיסוקו המקצועי כמתכנת, מביע המרואיין רצון "שישימו אותו על המסלול" ויגדירו עבורו בדיוק מה לעשות וכיצד להתנהג בסיטואציה האמורפית שבה הוא מושכר כחבר באתר.

יש לציין כי פרשנות "שגויה" ובעייתית במיוחד לקונספט של השכרת חברים עלתה בעיקר בראיונות עם נשים. כמעט כל הנשים במחקר זה וגם מספר קטן של גברים, דיווחו על ניסיונות מצד גברים שהשכירו את שירותיהן להפוך את האינטראקציות במפגשים לבעלות הקשר מיני.

בהיעדר מסגרת התייחסות מוגדרת ובהירה לקונספט שמציע האתר, גולשים רבים פירשו את השירותים המוצעים בו כשירותי זנות או ליווי. דוגמא מובהקת לכך ניתן לראות למשל בדבריו של המרואיין ג'ימי:

One time there was this one guy who was like a little weird. I think he thought the website was kind of like a prostitution service. I think he thought that. And I had to explain to him it's not like that.

דברים ברוח דומה עלו גם מדבריה של המרואיינת קים, המתארת תחושה שהשוכרים באתר מחפשים למעשה חברה למטרות רומנטיות (girlfriend) ולא חברה למטרת אפלטוניות:

the feeling that I get is that they're [the renters] looking for a girlfriend or, you know, looking for, um, more than a friend.

מדבריה של המרואיינת ניתן להבחין בסוג שיח נוסף שעולה עקב המסגרת המושגית המעורפלת של האתר והוא ההתכתבות עם השיח באתרי הכרויות למטרות רומנטיות. ההתכתבות עם שיח הזנות והליווי, והן ההתכתבות עם השיח באתרי הכרויות רומנטיים הן שתי תמות שעלו בראיונות מספר רב של פעמים בהקשרים שונים ויזכו להתייחסות נרחבת בהמשך עבודה זו. אולם, בהקשר של מגבלות האתר יש לציין כי המהלך הפרשני הזה, שנעשה בדרך כלל על ידי גברים שהשכירו נשים דרך האתר, יצר פער בין צפיותיהם של הצדדים המעורבים מהמפגש החברתי וגרם לתחושת מבוכה במהלכו. נראה כי יש בכוחה של פרשנות זו לערער את ביטחונם של המשכירים ביכולתם לכוון יחסים חברתיים בעלי אופי אפלטוני עם אנשים ששכרו את שירותיהם דרכו.

לסיכום, תת פרק זה מכיל התייחסות לבעיות אפיסטמולוגיות שעלו בראיונות מעצם הגדרת הקונספט של "השכרת חברים" באתר. היעדר מסגרת התייחסות מספקת וכללי התנהגות ברורים מצד האתר, גרמו לקושי הן מצד הצד המושכר והן מהצד המשכיר למסגר את הסיטואציה החברתית בעת המפגש. נראה כי היעדרם של מסגרת התייחסות וכללי התנהגות ברורים, יצר אצל הגולשים תחושה של בלבול ותסכול מכך שלא ידעו כיצד למקם את עצמם בתוך הסיטואציה החברתית. עקב כך, בחרו גולשים רבים לאמץ את הפרספקטיבה המערבית המוכרת כלפי יחסי חברות, המכתיבה פיצול בין היחסים החברתיים ליחסים הכלכליים (Silver, 1990). דינאמיקה זו באה לידי ביטוי בניסיונות הזרה והרחקה, בהקטנת המשמעות הסימבולית של

הקשר תוך התייחסות לשוכר כ - "מכר" בלבד, ובניסיונות להשליך על היחסים החברתיים העתידיים פרקטיקות התנהגותיות השאלות מתחום העיסוק המקצועי בחיים האישיים - סוגיה אשר תזכה להתייחסות נרחבת בהמשך עבודה זו.

2.2 מגבלות טכנולוגיות

המכשול הראשון העומד בפני חברי האתר בבואם לכוון אינטראקציה זה עם זה קשור במגבלות הטכנולוגיות שמציב האתר בפני הגולשים. במספר רב של ראיונות עלה כי היבטים שונים של השימוש באינטרנט, בשילוב של מבנה האתר הייחודי ובעיות ממשק שונות, הקשו על הגולשים ליצור התקשרות ראשונית, לפתח התקשרות זו לכדי מפגש, וכן לתחזק את היחסים ביניהם לאורך זמן לאחר שנפגשו.

כאמור, ניתוח האתר העלה כי נעשה בו ניסיון לשווק את החברות באינטרנט כמוצר צריכה מתכלה אשר מגלם בתוכו אפשרות להעניק גם חוויה מהנה ובלתי מחייבת, וגם יחסי קרבה אינטימיים. נראה גולשי האתר מנסים להתאים עצמם לדינאמיקה זו כאשר הם משווקים את עצמם ואת שירותיהם. ניתן להבין זאת באופן ברור ביותר על ידי התבוננות בקטגוריות השונות של בפרופיל המשתמש באתר, תוך התייחסות לאופן שבו מתאים עצמו המשכיר לקטגוריות אלו:

The screenshot shows a user profile page with the following sections:

- Identity:** Name, Gender, Age, Location.
- Looks:** Height, Eyes, Hair, Body Type, Ethnicity.
- More Info:** Friends with: Everyone, Languages.
- Contact:** Contact, Email, Phone. Each has a "JOIN NOW" button.
- Activities I'm available for:** A list of activities including Phone Friend, Email Penpal, Introduce you to people, Wingman / Wingwoman, Poetry/Art/Drawing, Coffee House, Book Stores, Bowling, Site Seeing, Hiking, Hot Air Balloon, Photography, Zoo, Music, Teaching Manners, Workout Partner, Pottery, Baking / Cooking, Museums, Amusement Parks, Golf, Wine Tasting, Friends with Seniors, Going To Park, Prom Dates, Personal Advice, Business Events, Parties, Hanging Out, Snowboarding, Skiing, Beach, Giving Tours, Movies, Dinner, Clubbing, Going to Bar, Sporting Events, Family Functions, Travel, Outdoors, Swimming, Arcades, Video Games, Picnics, Casino, Psychic, Biking, Yoga, Religious, Comedy Club, Shopping, Board Games.
- More info about:** A bio starting with "Hi, My name is [redacted] I am very outgoing and sociable. Never a dull moment with me, I'm always on the move wanting to do something exciting. Very easy to talk to and even easier to drink with. I like to club and dance as well as go out and get something to eat. I love trying new things and eating at new places. Currently in the area for a career in the Archaeological field, we can discuss more than pottery though."

כפי שאפשר לראות, המשכיר באתר נדרש לשים תמונת פרופיל, לכתוב על עצמו מספר פרטים מזהים, להתייחס למראה החיצוני שלו, וגם לציין עם מי הוא מוכן להיפגש ועם מי לא.

בנוסף על אלו, נדרש המשכיר לכתוב באילו פעילויות הוא מוכן להשתתף במהלך האינטראקציה, ולמלא משבצת של טקסט חופשי.

כפי שטוענים אליסון ועמיתיה (Ellison et. al) באתרי הכרויות רומנטיים, גולשים נוטים לאמץ טקטיקה של הצגת "עצמי אידיאלי", תוך הדגשת תכונותיהם החיוביות וטשטוש תכונותיהם השליליות על מנת למשוך בני זוג פוטנציאליים. דינאמיקה זו גורמת למבוכה ותחושת דיסוננס כאשר מתקיים המפגש הרומנטי בפועל (Ellison et. al, 2006). בפרופיל המשתמש המוצג לעיל, ניתן לזהות מספר קווי דמיון לטקטיקת כינון ה - "עצמי האידיאלי" הנהוגה באתרי הכרויות: ראשית, הפרופיל מכיל הצגה ויזואלית מחמיאה הכוללת שלל תמונות מחויכות ומזמינות של המשתמש (אשר נמנעתי מהצגתן מטעמי שמירה על פרטיותו). שנית, משתמש זה מעיד על עצמו כי הוא מוכן להיפגש עם "כולם" (Everyone), על מנת למשוך כמה שיותר שוכרים פוטנציאליים. שלישית, המשתמש מעיד על עצמו שהוא מוכן לעסוק בכל שלל הפעילויות המוצעות כאופציה לביצוע בעת המפגש, כמעט ללא יוצא מהכלל. רביעית, בטקסט המוצג בפרופיל מתאר עצמו המשתמש כטיפוס מוחצן וסוציאלי, אחד "שאף פעם לא משעמם בחברתו", ומוסיף כי הוא נמצא בחיפוש מתמיד אחר "הריגוש הבא".

מרבית המרואיינים טענו כי שיווק "עצמי אידיאלי" מעין זה עשוי לגרום לבעיות כאשר הם נפגשים עם אנשים המבקשים לשכור את שירותיהם ועל כן נמנעו מהצגה עצמית שכזו. עדות מספקת לכך עולה בבירור מדבריה של המרואיינת לס:

"In that site, I am very much what I am. I don't want to waste anybody's time and I don't want them to waste my time... I said that what you see is what you get and what I do is what I usually do. There is no point in doing something that you don't feel like doing and that is very different from who you are"

דברים ברוח דומה עלו גם אצל המרואיינת גיקי:

"How can I possibly be a good friend quote on quote if they [the renters] don't understand, you know, the kind of friendship or fun that I bring to the table?"

מדבריהן של שתי המרואיינות עולה כי הן מייחסות חשיבות רבה לייצוג אותנטי ומדויק עד כמה שאפשר של הדמות הוירטואלית שלהן, על מנת למנוע מבוכה בעת המפגש עם האדם המעוניין לשכור את שירותיהן במציאות. חלקם, כמו ג'קי, אף טענו במרומז כי ייצוג וירטואלי אותנטי עשוי להוות תנאי לפיתוח יחסי חברות בהמשך. אולם, לא כל המרואיינים היו נחרצים כל כך לגבי סוגיה זו וחלקם הביעו אמביוולנטיות לגביה כפי שאפשר ללמוד מדבריו של ג'ימי:

"The more people interested, you know, the better. So I just like, you wanna put yourself in the best light possible, but what I think is there's no need to exaggerate or lie"

המרואיין ג'ורג, אף הגדיל לעשות כאשר דיבר במפורש על "גרסה טובה יותר של עצמו":

"they're [the renters] paying for the best version of you and so there's the expectation and the pressure to deliver that every time... by having very nice professional photos I'm reflecting that nice type of professional, premium service for the price, and the description that I use, the language used in the description"

דבריהם של המרואיינים מעידים על כך כי אף על פי שנראה כי מרבית הגולשים המציעים עצמם להשכרה באתר מייחסים חשיבות לייצוג וירטואלי אותנטי, חלק מהם מבנים לעצמם דמות וירטואלית בעלת מאפיינים של "עצמי אידיאלי". הבניה זו עשויה להוות מכשול גדול כבר בתחילת בדרך לבניית אמון בהמשך ההתקשרות בין הגולשים המציעים עצמם להשכרה כתברים, לאלו המבקשים לשכור את שירותיהם.

בהקשר זה יש לציין בחלק מהראיונות עלה גם כי לעיתים גם הגולשים השוכרים שירותי "חברות" באתר לא הציגו את עצמם בצורה ברורה מספיק. המרואיינת ג'ן למשל, סיפרה שקבעה להיפגש עם בחור מהאתר והתאכזבה מגילו וממראהו:

"sometimes people are; there was one person that was not at all as he described himself. He was in different age and everything. It was kinda a big difference. He didn't tell me that originally."

גם המרואיין אוקלי סיפר כי קבע להיפגש דרך האתר עם גבר שלא הבהיר לו בדיוק את נטייתו המינית ואת צורת לבושו ולכן לא ידע כיצד לנהוג כאשר נפגש עמו:

"there's no such category as cross dresser up there. I looked at it. I probably didn't read clear. Because when I'm looking at cross dresser I'm just kind of, somebody who is just gay perhaps. so, I just went to see what kind of person I'll be meeting with or talking to"

פערים אלו בין הייצוג הוירטואלי לממשי, בנוסף על היותם תוצר של הצגה הלא בהירה

מספיק של הגולשים את עצמם, מעידים גם על קשיים בהתנהלות עם הממשק התבניתי של האתר. כך למשל, נאלץ הגולש אוקלי להתמודד עם היעדר קטגוריה ברורה שתאפשר לו להבין עם מי בדיוק הוא עתיד להיפגש.

הסוגיה של בעיות עם ממשק האתר עלתה בראיונות עוד מספר פעמים. התייחסות בולטת

לכך עלתה אצל המרואיינת ליז, אשר ציינה במפורש את הקושי בהתמודדות עם ממשק האתר כחסם לאינטראקציה משמעותית עתידית:

"The negative experience is technology. I can't, like if somebody contact me it's hard for me to, sometimes to find them and contact them back. It's not as easy as Facebook. I don't really use Facebook. I'm not really good with social technology but I find it very difficult to contact people back"

מתיאורה של המרואיינת, ניתן להבין כי בהשוואה לאתרים אחרים נראה שבאתר קיימות

בעיות ממשק מהותיות שמקשות על כינון תקשורת שוטפת בין משתמשי. היעדר היכולת להשיב להודעות הגולשים בצורה שוטפת, וכן היעדר הרצון להמשיך את האינטראקציה עקב חוסר נוחות בשימוש באתר הם שני פקטורים משמעותיים במיוחד בהקשר זה. כפי שטוענת אווה אילוז (2007), בסביבה המקוונת ישנו קושי גדול במסגור הסיטואציה החברתית. בהשוואה למלאות היחסית של מידע חושי שמספקת המציאות, האינטרנט הוא סביבה חברתית שהיא טקסטואלית בעיקרה, המעמידה את הפרט במצב של חסך קוגניטיבי מבחינה ויזואלית (אילוז, 2007). אם כן, כאשר גם ההתקשרות הטקסטואלית במרחב הוירטואלי אינה תקינה, קשה מאוד לכוון ולתחזק אינטראקציות חברתיות משמעותיות.

עם זאת, יש לציין כי בנוסף על הבעיות בממשק האתר, התייחסו חלק מהגולשים גם לקושי בהתקשרות עקב התלות בתיווך הטכנולוגי כשלעצמו. עדות לכך ניתן למצוא בדבריה של דנה:

A lot of people think it doesn't have to be accountable and you can hide behind the computer. I had some people that said - let's get together I'm

gonna be here in your area around this time and then they canceled because something comes up.

היעדר הצורך לתת "דין וחשבון" ביחסים שבין אדם לחברו הוא תוצר ישיר של ההישענות על תקשורת מבוססת מחשב. כאמור, בשונה מתקשורת פנים אל פנים, התיווך הטכנולוגי פוטר פעמים רבות את הצדדים המעורבים מן הצורך להתחשב ברגשות האחר ולפתח אמפתיה כלפיו. כפי שציינה המרואיינת, היעדר המלאות החושית מאפשר להתחבא מאחורי מסך המחשב ולברוח מאחריות חברתית כלפי האחר פשוטו כמשמעו.

לסיכום, בתת פרק זה נדונו המגבלות הטכנולוגיות של השימוש באתר השכרת החברים, תוך התייחסות לאופנים השונים שבהם חוו הגולשים מגבלות אלו. כאמור, היבטים שונים של השימוש באינטרנט, בשילוב של מבנה האתר הייחודי ובעיות ממשק, הקשו על גולשי האתר ליצור התקשרות ראשונית, לפתח התקשרות זו לכדי מפגש, וכן לתחזק את היחסים ביניהם לאורך זמן לאחר שנפגשו. התלות בפלטפורמה הממוחשבת של האתר ככלי להתקשרות ראשונית, הכתיבה עבור חלק מהגולשים היצמדות לפרקטיקה של הצגת "עצמי אידיאלי". הצגה עצמית ראוותנית זו, אפשרה להם לשווק את עצמם בהתאם לתסריט התרבותי אודות חברות כפי שהוא מוצג באתר, תוך הבטחה להעניק לאדם ששכר את שירותיהם גם חוויה מהנה ובלתי מחייבת, וגם יחסי קרבה אינטימיים. עם זאת, גולשים אחרים נמנעו מהצגה עצמית שכזו, מתוך מחשבה שלא יעלה בידם לממש את ההבטחה הגלומה בה בעת המפגש המציאותי. פערים כאלו ואחרים בין הייצוג הוירטואלי לממשי, אכן באו לידי ביטוי מאוחר יותר כתחושת דיסוננס עקב חוסר התאמה בין השיווק העצמי, ליכולת המימוש שלו במציאות כפי שיפורט בהמשך.

2.3 מגבלות כלכליות

בתת פרק זה יידונו היבטים שונים של המגבלות שמציב המרכיב הכספי ביחסים החברתיים הנרקמים דרך האתר על החברים המציעים עצמם להשכרה בו. מהראיונות עלה שהמניע העיקרי של מרבית המרואיינים להרשמה לאתר היה בראש ובראשונה כלכלי. המניע הכלכלי צוין כמעט בכל הראיונות בראש סדר העדיפויות להרשמה לאתר, ולאחריו צוינו מניעים אחרים כגון מימוש צורך חברתי או סקרנות. נראה כי הצבת ההיבט הכספי מעל להיבטים

האחרים, הכתיבה רדוקציה של השיח במפגש בעיקר למשמעויות הכלכליות שלו עבור חלק ניכר מהמרואיינים כפי שעולה מדבריה של קרי :

I looked at it as business. Someone is renting you know what I mean? it's just a transaction in a sense. well, for me personally, I find things straight up.

צמצום השיח במפגש להיבטים הכלכליים שלו הקשה על חלק מהמרואיינים לפתח יחסים קרובים ואינטימיים יותר דרך האתר. כפי שיוסבר בהמשך, השיח הכלכלי הכתיב עבור מרואיינים מסוימים היצמדות לחלוקת התפקידים המובנית של שוכר מול משכיר, כאשר משוואת החליפין ביניהם מתבססת על זמן תמורת כסף בלבד.

יש להדגיש בהקשר זה כי המרואיינים לא נדרשו לשלם "דמי חבר" בעבור פתיחת הפרופיל שלהם באתר, אולם האנשים שביקשו להשכיר את שירותיהם כן נדרשו לשלם סכום של 25\$ לחודש או 75\$ לשנה לאתר לפי בחירתם. מצב עניינים זה העמיד את הצדדים המעורבים באינטראקציה בנקודה לא שוויונית מלכתחילה, עובדה שהשפיעה על מהות היחסים ביניהם בהמשך כפי שמתארת המרואיינת קרי :

as a friend in the site I didn't have much to lose. Because you don't have to pay. The people that have to rent people pay membership fee so I pretty much just having a try in there.

האמירה "לא היה לי הרבה מה להפסיד" מרמזת בהקשר זה על משמעותו המרכזית של הכסף בהקשר של האינטראקציה. זאת מכיוון שנראה כי האלמנט הכספי ביחסים הוא אשר מכתב את משוואת הכדאיות של המפגש עבור המרואיינת. למעשה, היא אינה מתייחסת כלל לסיכון שבפגיעה רגשית אפשרית או לאפשרות של השקעת משאבים רגשיים מרובים, כפקטורים שעשויים להשפיע עבודה על המוטיבציה שלה לקיים את המפגש.

הדומיננטיות של המרכיב הכספי ביחסים גרמה למרואיין בראד למשל, להתייחס לאינטראקציות באתר בקלות ראש בלתי מחייבת ואף בנימה של זלזול. לטענתו הוא נרשם לאתר לא כדי להרחיב את רשת הקשרים החברתיים שלו, אלא מכיוון שרצה להרוויח כסף. נראה כי הקשר הרגשי עם האדם ששכר את שירותיו אינו נחוץ לו, ואינו חשוב לו. משום כך נראה כי הוא

בחר להתייחס לאינטראקציה המכתיבה תשלום עבור חברות בנימה של ביטול וזלזול, תוך הגדרת הקשר עם השוכר כחוויה משעשעת ומצחיקה :

I kind of need money so I've done it a little time. I never ever use it to meet friends or as a social network. I mean, I have my own group of friends but, it was like a service. the reason why I used it is because it was really funny.

עם זאת, לצד ביטויי הזלזול כלפי יחסים המבוססים על תמריץ כלכלי, נראה כי עבור חלק מהמרואיינים היו להיצמדות לפרקטיקה הכלכלית במהלך המפגש גם השלכות חיוביות. המרואיין מריל טען כי הגדרת היחסים מראש כמבוססים על חליפין חברתי כלכלי אפשרה לצדדים לקבוע מטרות וגבולות ברורים למפגש, שסייעו במניעת שתיקות מביכות ופחדים הדדיים במהלכו :

At no point during the friendship quote on quote, there was any difficulty understanding that it's going to be a compensated value exchange, time for money, in that regard. So once you put that on the very beginning that it's going to be a transactional type of relationship then, there is no pressure, there is no questioning or so, there is no uncomfortable silences or fears or anything.

אולם גם כאן, נראה כי לצד ההיבט החיובי של תחושת הביטחון שמקנה ההישענות על הנורמות המוכרות של הדינאמיקה הכלכלית, מתאר המרואיין בהקשר זה תפיסה אינסטרומנטלית במיוחד של מהות היחסים הנרקמים דרך האתר. יחסים אלו נתפסים על ידו כחליפין הדדיים של זמן תמורת כסף בלבד. בנוסף יש לציין את העובדה שהמרואיין בחר למקם את המילה חברות במירכאות, והשתמש בה כדי לתאר פעולה המתבצעת במהלך המפגש ולא כתיאור של יחסים בין אישיים. בכך יש בכדי להעיד כי לדידו החברות אינה כלולה במשוואת היחסים החברתיים, ועל כן היא מתוארת כפעולה המהווה למעשה תוצר של חליפין הזמן והכסף. בכך מבטא המרואיין התייחסות לחברות כעבודה המכתיבה נורמות מקצועיות, תמה אשר תזכה להתייחסות נרחבת בהמשך.

מעדויות אלו של המרואיינים עולה כי לכסף ישנו תפקיד משמעותי ביותר בהכתבת הדינאמיקה המתקיימת בין הצדדים המעורבים באינטראקציות באתר. המילה "compensation" (פיצוי) חזרה ועלתה בהקשר זה על ידי מספר מרואיינים, ובעיקר אצל

מרואיינות. ההתייחסות לתגמול הכלכלי כאל פיצוי על אי נעימות עתידית, העידה בדרך כלל על פרספקטיבה שלילית כלפי האינטראקציה. המרואיינות ברברה העלתה התייחסות לסוגיה זו בצורה ברורה כאשר נתבקשה לתאר את הקשר שנוצר בינה לבין האדם ששכר את שירותיה:

Personally I take it as a business because on my side I only do it for the compensation I get from people in the website who want me to hang out with them. I will only do it if I am compensated because I would; well again I'm not much of a people's person, and I feel like it's dangerous, it force me to meet strangers which is something I don't feel comfortable with.

מדבריה של המרואיינת ניכר כי היא רואה את המפגשים דרך האתר באור שלילי עקב היבטים הקשורים באישיותה וגם, כפי שיוסבר בפרק נפרד, בזהותה המגדרית. היא מעידה על עצמה כי היא אינה אדם חברותי, היא טוענת כי חשה סכנה בעת המפגש, והיא טוענת שהדינאמיקה באתר כופה עליה להיפגש עם אנשים שהיא תופסת כ- "זרים" ולא כתברים פוטנציאליים. כלומר, נראה כי עבור המרואיינת הכסף אינו נתפס כתמריץ מעודד לקיום האינטראקציה, אלא כאלמנט של פיצוי בעבור הימצאות ביחסים הנתפסים על ידה מלכתחילה כבלתי רצויים ובלתי נעימים.

לסיכום, בפרק זה נידונו היבטים שונים של המגבלות שמציב המרכיב הכספי ביחסים החברתיים הנרקמים דרך האתר על החברים המציעים עצמם להשכרה בו. מהראיונות עלה כי עבור מרבית הגולשים ההיבט הכלכלי מוצב מעל להיבטים האחרים בעת ההרשמה לאתר. היררכיה זו הכתיבה רדוקציה של השיח במפגש בעיקר למשמעויות הכלכליות שלו עבור חלק ניכר מהמרואיינים. דינאמיקה זו התבטאה בין היתר בהמרה של משאב האינטימיות ביחסים, למשאב של זמן. מהלך פרשני זה מתיישב עם טענתן של פואה ופואה (Foa and Foa), כי הסבירות לביצוע חליפין של אהבה תמורת כסף הינה נמוכה ביותר, בגלל שמדובר במשאבים בעלי מאפיינים שונים. בעוד שערכה של האהבה תלוי באופייה הספציפי של מערכת היחסים הספציפית שבה היא מתהווה, ערכו של הכסף תלוי בעיקר במאפייניה של כלכלת השוק. בנוסף, בעוד שיחסים אינטימיים תובעים מפגשים חוזרים הדרושים לבניית אמון, הכסף ניתן לחליפין מידיים (Foa and Foa, 2012). משאב הזמן נוח יותר למסחר בכסף בהקשר זה, גם מכיוון שהוא מהווה ערך כמותי ומדיד, וגם מכיוון שהוא משאב בעל אופי פחות אישי ויותר אוניברסאלי. המרת המרכיב הרגשי ביחסים למרכיב הזמן על מנת להקל על אופיים של החליפין החברתיים, השפיעה בצורה

משמעותית על תפיסתם של הגולשים את משמעותה של החברות באתר כפי שיפורט בפרק העוסק בהתייחסות אל החברות כמקצוע.

2.4 מגבלות הקשורות במסגרת הזמן

בתת פרק זה יתוארו היבטים שונים של המגבלות אשר מכתיבה מסגרת הזמן של האינטראקציות המנוהלות דרך האתר, כפי שאלו תוארו על ידי המרואיינים. המפגשים דרך האתר מנוהלים בכפוף למסגרת זמן של תשלום לפי שעה. תחילת היחסים במסגרת זמן קצובה המוכפפת לתשלום כספי, מהווה למעשה הבניה מוכוונת של זמניות וארעיות. הבניה זו מתכתבת עם הדינאמיקה הצרכנית הקפיטליסטית אשר מותירה את העצמי המערבי מרוקן חברתית, כאשר הוא סובל מרעב רגשי כרוני אשר ניתן למילוי רגעי בעזרת רכישת מוצרי צריכה מתכלים (Cushman, 1990). תחילת הזמן של המפגשים למקטעים קצרים וקצובים, הגבילה פעמים רבות את משך האינטראקציה בין הצדדים המעורבים לפרקי זמן קצרים של כמה שעות או לעיתים אף שעה בלבד. פרקי הזמן הקצרים הללו אילצו את הגולשים להתמודד פעמים רבות עם קושי בבניית יחסי אמון עם האנשים ששכרו את שירותיהם, בייחוד במהלך המפגשים הראשונים כפי שעולה מתיאורה של קלי:

The first meeting is not really a real friendship. If there was more activities, if it was for a long period of time, it was um, I guess escalated to more of a long term friendship. But because it was just one meeting it didn't get to that... it's not a true friend. It's just having somebody there to; as a temporary situation. Because at that time you don't have a friend and so, you know, you have somebody there. but that's what I said. if it became a long term, then the relationship would develop into a friendship. But it's a onetime thing.

מדבריה של קלי עולה כי במהלך הפגישה הראשונה, והיחידה למעשה, שקוימה עם האדם ששכר את שירותיה היא התקשתה לפתח את האינטראקציה עמו. לדבריה, אם היו מתקיימות פעילויות נוספות ואם המפגש היה נמתח על פרק זמן ארוך יותר, ייתכן שהאינטראקציה הייתה מתפתחת לכדי חברות ארוכת טווח. אולם, עקב הצורך המובנה לפתח את היחסים בפרק זמן קצר כל כך, היא שוללת את קיומה של אפשרות כזו. נראה כי חלוקת הזמן במפגש למקטעי זמן קצרים וקצובים יצרה אצל המרואיינת תחושה שהאדם ששכר את שירותיה אינו מחפש חבר קרוב, אלא פשוט "מישהו" שישמש כמכשיר להפגת בדידות רגעית באופן חד פעמי.

כאמור, האינטראקציות באתר מנוהלות במתכונת של תשלום לפי שעה, כאשר המלצת האתר היא לשלם את הכסף עבור מספר השעות הרצוי כבר בתחילת המפגש. זאת על מנת לקבוע מסגרת זמן ברורה למפגשים, ומתוך תפיסה שאקט התשלום עשוי להיות בלתי נעים עבור הצדדים המעורבים⁵. מקומו של אקט התשלום במהלך האינטראקציה יידון בפירוט בפרק נפרד של עבודה זו, אולם ראוי להתייחס אליו גם בהקשר של מגבלות מסגרת הזמן. זאת מכיוון שאקט זה מהווה למעשה סוגר או פתיח לאינטראקציה, והדינאמיקה שהוא מכתוב קובעת במידה רבה את הצורה שבה חווים הצדדים את המפגש ביניהם. המרואיינת ג'קי התייחסה בדבריה לסוגיה זו כאשר נשאלה כיצד היא מרגישה בעת ביצוע התשלום:

Awkward. You know, ending our evening and saying our goodbyes, and I apprehensively asked - "so do I get paid now?" I can't remember exact words but it was something like that. Or maybe it was a little bit more diplomatically - "do you wanna pay me now?" So... I should have done it the way they [the site management] suggested. I think part of the reason why I didn't do it at the beginning is because we were in the restaurant and that would have been kind of a weird conversation over here. Don't you think? Like, "how much time do you wanna spend with me?" um, that will be 60 dollars sir. If you would sit next to us at the bar, wouldn't you think that would be kind of weird?

ג'קי מתארת כאן למעשה קושי לקבוע מטרות וגבולות לסיטואציה החברתית עקב היעדר היכולת לקבוע מסגרת זמן בכפוף לתשלום הנלווה. היעדר דיון קונקרטי ומפורש בסוגיית משך הזמן של האינטראקציה עקב רצונה של המרואיינת להימנע מסטיגמה חברתית, יצר אצלה מבוכה וחוסר נוחות כאשר הגיע המפגש לסיומו והיא עדיין לא קיבלה את כספה. נראה כי הצורך להעלות את סוגיית התשלום במרחב הציבורי, העלה אצלה את החשש מהפגנת החיבור הבלתי הולם בתרבות המערבית, בין השדה הכלכלי לשדה החברתי. בהקשר זה יש לציין כי הדינאמיקה של תשלום לפי שעה אמנם אינה מחייבת את הצדדים להחליט מראש על מסגרת זמן מוגדרת, אולם בהיעדרה של מסגרת זו ניכרת במפגש תחושת מבוכה. זאת מכיוון שעל שני הצדדים מרחפת אי הודאות של ההימצאות בתגמול חסר העלולה ליצור מתחים ואי נעימויות עקב הקושי בהעלאה המפורשת של נושא התשלום לדיון.

⁵ ההמלצה מפורטת בדף המתייחס לכללי התנהגות בעת המפגש עבור אנשים המעוניינים להשתמש בשירותי האתר.

בנוסף, נראה כי מסגרת הזמן הקצובה הנמדדת בכסף הכתיבה עבור חלק מהמרוויינים הצמודות להצגה עצמית אידיאלית לא רק במסגרת האתר, אלא גם במהלך המפגש עצמו על מנת ליצור רושם חיובי אצל האדם ששכר את שירותיהם. המרווייין גימי טוען כי הצורך להותיר רושם חיובי בתוך פרק זמן קצר כל כך, אילץ אותו לדבוק באסטרטגיה של ניהול רגש קפדני שאפשרה לו להציג באופן מיטבי את התכונות הנתפסות בעיניו כאטרקטיביות:

You have an incentive to be fun around your friends, be a person people wanna be friends with. But if you are an asshole tonight, you are tonight. You know. Joe is having a bad night, whatever. When money exchanges hands, all of a sudden there's a definite expectation. The client is going to get what they paid for, which is a good friend. If all they want was a shitty friend or whatever they would take somebody out anywhere or gone out alone. Nobody wants to have a bad time, you know, they want the most fun person who can be there, which is why they are paying for it. You know, it's a premium.

מדבריו של גימי עולה כי ההתנהלות במפגשים לא אפשרה לו לחשוף את רגשותיו באופן כנה. הוא טוען כי בניגוד לדינאמיקה עם חבריו מחוץ לאתר, במהלך המפגשים עם האנשים ששכרו את שירותיו באתר הוא לא מרשה לעצמו להתנהג באופן העלול לעורר דחייה. נראה כי שהתשלום עבור פרק הזמן הקצר, הכתיב עבורו היצמדות לפרקטיקה של ניהול רגש קפדני כאשר הוא נאלץ לכפות על עצמו להיות "חבר טוב" במהלך המפגש תוך הימנעות מחשיפת רגשות הנתפסים על ידו כשליליים. מכיוון שבהקשר של האתר חבר טוב נתפס כחבר שאפשר להפיק הנאה במחיצתו במהלך הפעילויות המשותפות, הוא חש שמצופה ממנו להיות "האדם הכיפי ביותר שבנמצא" על מנת לתת לאדם ששכר את שירותיו תמורה הולמת בעד כספו במסגרת המגבלות של פרק הזמן הקצוב.

לסיכום, בתת פרק זה נדונו היבטים שונים של המגבלות אשר מכתובה מסגרת הזמן של האינטראקציות המנוהלות דרך האתר, כפי שאלו תוארו על ידי המרוויינים. נראה כי לקביעת מסגרת הזמן והתשלום עבור המפגשים ישנה חשיבות רבה בקביעת גבולות וביצירת תחושת יציבות במהלכם. אולם, מעדויות המרוויינים עלה כי דינאמיקת התשלום לפי שעה באתר הגבילה פעמים רבות את משך הזמן של האינטראקציה בין הצדדים ובכך הקשתה עליהם לפתח יחסי אמון. דינאמיקה זו הובילה גם להצמדות להצגה עצמית אידיאלית ובלתי כנה אשר הקשתה על הצד המשכיר לחשוף רבדים שונים באישיותו, ובכך לא עודדה את הצדדים לפתח אינטימיות.

3. התייחסותם של גולשי האתר למושג החברות

בפרק זה מוצגת התמה המרכזית בעבודת מחקר זו, הכוללת תיאור של האופן שבו התייחסו המרואיינים למושג החברות בעקבות האינטראקציות שחוו במסגרת האתר. בפרק זה מתוארים מספר היבטים הקשורים בסוגיה זו: תחילה תואר מקומו של מושג החברות בחייהם האישיים של הגולשים מחוץ לאתר, על מנת להעניק פרספקטיבה השוואתית לאופן שבו התייחסו הגולשים למושג החברות בעקבות האינטראקציות ביניהם. לאחר מכן תוארה תפיסתם של הגולשים את מושג החברות בעקבות החשיפה לאינטראקציות דרך האתר, אשר כללה התייחסות לשני היבטים עיקריים: תפיסה של החברות כמקצוע תובעני, ותפיסה של החברות כמערכת יחסים בלתי שיוויונית.

3.1 אפיונו של מושג החברות ביחסיהם של הגולשים מחוץ לאתר

בתת פרק זה מתואר מקומו של מושג החברות בחייהם האישיים של המרואיינים מחוץ לאתר, על מנת להעניק פרספקטיבה השוואתית לאופן שבו הם התייחסו למושג החברות בעקבות האינטראקציות ביניהם. ממצאי פרק זה מסתמכים בעיקר על תשובותיהם של המרואיינים לשאלה "מה המילה חבר מסמלת עבורך?". תשובותיהם של הנשים והגברים שענו לשאלה זו כללו סיווגים והתייחסות לרמות שונות של חברות ואינטימיות. ברוב הראיונות צוינו מרכיבים אינסטרומנטליים שהתייחסו ליכולת להפיק הנאה מפעילויות משותפות, לצד מרכיבים הבעתיים של יכולת שיתוף וחשיפה אישית. עם זאת, מרבית המרואיינים ציינו בתשובותיהם את מרכיב האמון ואת היכולת להפגין אמפתיה כאלמנטים משמעותיים בהקשר זה. עדות משכנעת להתייחסות המורכבת אל מושג החברות ניתן למצוא בדבריה של המרואיינת קרי:

It depends on what kind of "friend". I kind of think a "friend" is like a multi layer multi level kind of a word. You know, you kind of have your casual acquaintances that you might refer to as your friends, and then you have your social friends. So on a more broad level, friend is someone that I may connect with and I may talk [to] from time to time. You know what I mean? In a more broad level. In a more intimate level friend is someone that I might hear from in a more intimate level. I might hear about their personal life, you know, if I wanted advice on something serious I would count on them more. On a broad level it like I said before. Maybe you go to the movies after work, maybe you go out to lunch, you know what I mean?

מהדברים עולה כי עבור המרואיינת מושג החברות הינו "רב שכבתי", כאשר לדבריה הוא למעשה מכיל בתוכו התייחסויות לרמות שונות של אינטימיות עם אנשים הנמצאים במעגלים החברתיים השונים שלה. בהקשר זה היא מבחינה תחילה בין "מכרים" לבין "חברים חברתיים". נראה כי מכרים נכללים עבורה תחת הגדרה של חברות ברמה נמוכה יותר של אינטימיות. כלשונה - "מישהו שאני עשויה להקשר אליו ולדבר איתו מפעם לפעם או ללכת איתו לסרט ולארוחת צהריים". מאידך, "החברים החברתיים", נכללים עבורה תחת הגדרה של חברות ברמת אינטימיות גבוהה. היא טוענת כי מאנשים הנכללים תחת קטגוריה זו, היא עשויה לבקש עצה בנושאים רציניים, והם עשויים לספר לה על חייהם האישיים.

גם המרואיינת בובי התייחס בדבריו למושג החברות באופן מורכב ורב משמעי:

I think I need more words to describe a friend, because a friend can be someone who is there with you through thick and thin, who is, like "a best friend" or a friend can be someone that is just an acquaintance. There is not a good word because I have a lot of friends but some of them are acquaintances and very few of them are really, you know, close, they really know my heart. So I think it's important to, you know, to clarify as needed what kind of friend. Because obviously to begin with what is a friend, a general kind of definition is that they are, uh; When I think of someone as a friend I have a belief that they're thinking about my best interest when I'm spending time with them.

מדבריו של בובי עולה קושי מסוים בהכללת סך היחסים החברתיים תחת קטגוריה אחת של חברות. הוא טוען כי השפה האנגלית לוקה בחסר בהקשר זה, מכיוון שהוא זקוק למספר רב יותר של מילים כדי לבטא את תחושותיו כלפי האנשים הנמצאים במעגלים החברתיים שלו. כמו קרי, גם הוא מבחין בין קשרים ברמות שונות של אינטימיות הנכללים עבורו תחת הגדרה של חברות. חבר יכול להיות לדבריו מישהו שהיחסים איתו מושתתים על רמה גבוהה של אמון, מישהו "שיהיה שם בשבילך" כהגדרתו. מאידך, לדבריו חבר יכול להיות גם "רק מכר". בהקשר זה הוא טוען כי המעגלים החברתיים שלו מורכבים מהרבה "מכרים", קרי, אנשים שהקשרים שלו איתם רופפים יותר, ומעט חברים "קרובים" שהקשרים איתם חזקים ואינטימיים. מאידך, למרות גישתו המורכבת למושג, בסוף דבריו הוא טוען כי באופן כללי, חבר עבורו הוא מישהו המעוניין בטובתו. כלומר, להבדיל מקרי, בובי מתייחס לכל אדם שהוא מגדיר כחבר כמישהו שהיחסים איתו מושתתים על רמה מסוימת של אמפתיה הדדית.

מרואיינים אחרים היו ברורים וחד משמעיים יותר בהתייחסותם למושג החברות.
המרואיין אוזי למשל, אפיין את מושג החברות בחייו כקשר אינטימי המבוסס על מרכיב חזק של
אמון. עם זאת, בניגוד לבובי, הוא לא הכליל תחת ההגדרה הזו אנשים שהוא מתייחס אליהם
כמכרים :

The word friend to me is someone I could call at two A.M with a problem and
they will be there for me. To me friendship is close. I think, I have a lot of
acquaintances and very few friends.

התייחסויות נחרצות כאלו למושג החברות עלו גם אצל מספר מרואיינים נוספים, וברובן הגדירו
המרואיינים את המושג כקשר אינטימי וקרוב. גם המרואיין ג'ורג' למשל, התייחס לחשיבותו של
מרכיב האמון ביחסים בצורה ברורה. כמו אוזי, גם הוא מבצע בדבריו הפרדה פרשנית בין "חבר"
לבין "מכר". לטענתו חברים ומכרים נבדלים זה מזה בכך שחבר הוא אדם שאפשר לסמוך עליו או
"להיתלות בו" כלשונו :

I guess what differentiate a friend from an acquaintance I would say is - a
person you can be depended on.

נראה כי עבור אוזי וג'ורג', בחברות קיים מרכיב חזק של אינטימיות המושתתת על אמון
הדדי. המרואיין בראד התייחס בדבריו למרכיב זה, והוסיף עליו מימד של קושי הכרוך בדאגה
לאחר, ובהפגנת כנות חסרת פשרות המחייבת יכולת הכלה מצד אחד, ויכולת לספר את "האמת"
מצד שני :

friend, I mean I thought of somebody that would take your back. I mean he
should be there. It's gonna be hard. So much more. It should be someone
that is more than commodity. If you're friend, you're gonna tell the truth no
matter how much it's gonna hurt to you.

בהקשר זה, יש לציין כי מרבית המרואיינים לא התייחסו במפורש לאתגרים המרובים הכרוכים
בכינון יחסי חברות אינטימיים בבואם להגדיר את מושג החברות. אולם, במספר רב של ראיונות
עלתה טענה כללית יותר בדבר הצורך להשקיע זמן במערכת היחסים. טענה זו הועלתה בדרך על
מנת להסביר את הקושי בכינונם של יחסי חברות אינטימיים דרך האתר, שעולה מדבריה של
קלי :

I know that the phrase friend is used loosely, but that's not a friend as I would say a friend would be to me, you know. So my true friend is not; is someone I know for a long period of time. You know, it's not a onetime meeting, or a meet up.

אם כן, מדבריהם של מרבית המרואיינים עולה תפיסה של מושג החברות כמערכת יחסים הדורשת מאמץ והשקעה של זמן, מכיוון שקיים בה מרכיב של אמון וכן מידה של אינטימיות. עם זאת, יש לציין כי אצל מספר גולשים עלו גם התייחסויות אינסטרומנטליות יותר למושג החברות, תוך הדגשת המרכיב של היכולת להפיק הנאה מהקשר. מספר גולשים הדגישו בהקשר זה גם את המרכיב של תחומי עניין משותפים כמשמעותי, כפי שעולה מדבריה של ג'רמיין:

It represent someone who, ah, been kind with another person and does activities with them and he's a good listener, making conversation and have fun or... [I'm] not sure. Who you like being with, you have common things with, or you both like different things... Either you have something in common, let's just say you both like rollerblading you have a thing in common. Or they can introduce you to something new. Like, I like yoga. Maybe I'll take you to a yoga class. I can introduce you to new things maybe some music. Or, we can both like the same music. That's what I think.

מדבריה של ג'רמיין עולה כי חברות עבודה מלווה לא רק ביכולת להקשיב ולהפגין אמפתיה, אלא גם ביכולת להפיק הנאה במהלך האינטראקציה המשותפת, תוך מציאת מכנה משותף בדמות עיסוק בפעילויות ומשחקים המסבים הנאה במהלכה.

לסיכום, מדבריהם של מרבית המרואיינים עלה כי הגדרותיהם את מושג החברות כוללת זיקה משמעותית לאספקט של אינטימיות, ועל כן מצריכה השקעה של זמן ומשאבים רגשיים. בכך מתיישבות תפיסותיהם במידה רבה עם האופן שבו מוגדרת חברות על ידי סוציולוגים בספרות המחקרית באופן כללי (Walker, 1995; Spencer and Phal, 2006). מאידך, מספר רב של מרואיינים הציגו בדבריהם התייחסות מורכבת למושג, תוך הדגשת מאפיינים אינסטרומנטליים שכללו יכולת להפיק הנאה מפעילויות משותפות, לצד מרכיבים הבעתיים של יכולת שיתוף וחשיפה אישית. הגדרות אלו עולות בקנה אחד עם טענתו של פישר (Fischer) כי תפיסתם של אמריקאים את מושג החברות הינה מורכבת ורב משמעית, וכי הם נוטים להכיל אותה על מכלול רחב של קשרים במסגרות שונות, וברמות שונות של אינטימיות וקרבה (Fischer, 1982). עם זאת, גם מרואיינים שהציגו בדבריהם תפיסה מורכבת יותר של המושג, התייחסו במרבית המקרים למרכיב האינטימיות, לצד מרכיבים אינסטרומנטליים. הדומיננטיות של מרכיב האינטימיות

בתפיסתם של המרואיינים את מושג החברות, השפיעה על האופן שבו בא לידי ביטוי החיבור שבוצע בין התסריטים התרבותיים השונים אודות חברות כפי שיפורט בפרק הבא.

3.2 תפיסתם הגולשים את מושג החברות בעקבות החשיפה לאינטראקציות דרך האתר

כפי שתואר בפרק הקודם, תפיסתם של המרואיינים את מושג החברות הייתה לעיתים מורכבת, והיא כללה מרכיבים אינסטרומנטאליים לצד מרכיבים הבעתיים רגשיים. עם זאת, ככלל, מרבית המרואיינים הדגישו בתפישותיהם את היכולת לפתח יחסי אמון, אמפתיה ואינטימיות כמרכיבים חשובים בהגדרתם את המושג. מרבית הגולשים גם זיהו חברות כפונקציה של יחסים מתמשכים ותובעניים, הדורשים השקעה הדדית של זמן ומשאבים רגשיים.

מאידך, כאמור, ניתוח טקסטואלי של דפי התוכן באתר העלה כי האתר משלב בצורה ייחודית בין תסריט תרבותי המתייחס לחברות כמערכת יחסים אינטימית וקרובה, לבין תסריט המתייחס אליה כאל מערכת יחסים תועלתנית וקצרת טווח. דרך מגוון דימויים של אושר והנאה הנובעים מהשימוש בחברות כמוצר צריכה מתכלה, מטשטשת הפרסומת לחברות באתר את המורכבות הנדרשת על מנת להשיג הלכה למעשה יחסים אינטימיים וקרובים. נראה כי הצגה זו מצמצמת למעשה את מחויבויותיו של השוכר כלפי המשכיר לכדי דבקות בפרקטיקת התשלום, ואינה תובעת ממנו השקעה של זמן ממושך ומשאבים רגשיים רבים.

במהלך האינטראקציות עם גולשים ששכרו את שירותיהם, נדרשו המרואיינים להתמודד עם הצורך ליישם את המאפיינים של מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר. השילוב בין הדרישה להענקת חוויה מהנה ובלתי מחייבת, לצד הדרישה להפגנת תכונות של רגישות, פתיחות ואמפתיה, העמיד את המרואיינים בפני דיסוננס קוגניטיבי. זאת מכיוון שתפיסתם של מרבית המרואיינים את מושג החברות כפונקציה של יחסים מתמשכים ואינטימיים המחייבים השקעה הדדית של משאבים רגשיים, עומדת בסתירה לדרישת האתר לכונן יחסים שיש בהם מרכיב של אינטימיות, בתוך זמן קצר, עם אדם שהמחויבות שלו כלפי היחסים איננה רגשית אלא כלכלית. הניסיון לשלב בין שתי גישות שונות אלו, בא לידי ביטוי אצל המרואיינים בהתייחסות לחברות כעבודה. ההתייחסות לחברות כעבודה, אפשרה למרואיינים להמשיך להחזיק בעמדותיהם המקדימות כלפי מושג החברות, באמצעות שימור ההפרדה בין השדה החברתי לשדה הכלכלי. דינאמיקה זו

מצאה את ביטויה בשני היבטים עיקריים: עיצוב תפיסה של החברות כמקצוע תובעני, וכן בעיצוב תפיסה של החברות כמערכת יחסים בלתי שוויונית.

אם כן, בפרק זה מתוארים הלכה למעשה הביטויים השונים של החיבור שביצעו המרואיינים בין שתי תפיסות שונות אודות מושג החברות במהלך האינטראקציות שקיימו במסגרת האתר. בהקשר זה, תחילה מוצגת תפיסה של החברות באתר כמקצוע תובעני. הצגה זו כללה התייחסות לפיתוח מוסר עבודה, פיתוח של כישורים חברתיים, ופיתוח כישורים בתחום הפעילות המתבצעת. לאחר מכן מוצגת התייחסות לתפיסת החברות באתר כמערכת יחסים בלתי שוויונית בין משכירים לשוכרים. הצגה זו התבססה על הדואליות של אקט התשלום באינטראקציה מצדם של המרואיינים, ומשמעויותיה של דואליות זו עבורם.

3.2.1 תפיסת החברות כמקצוע תובעני

בפרק זה מוצג הביטוי הראשון של החיבור שביצעו המרואיינים בין האופן שבו מוצגים יחסי חברות באתר, לבין האופן שבו תפסו את מושג החברות ביחסיהם מחוץ לאתר. הטענה המרכזית בפרק זה הינה כי החיבור הדיאלקטי בין שתי תפיסות שונות אלו, הביא לפיתוח של תסריט תרבותי חדש, אשר הכתיב תפיסה של החברות באתר כמקצוע תובעני. כדי לצקת תוכן בתסריט זה, ייבאו המרואיינים פרקטיקות התנהגותיות ומושגים השאולים מתוך עולם העבודה.

כפי שטוענת ארלי ראסל הוכצ'ילד (Arlie Russell Hochschild) בהקשר זה, אופיין של אינטראקציות אנושיות נקבע על ידי כללי ניהול הרגש שאנשים כפופים להם במצבים משתנים, אסטרטגיות ניהול הרגש שהם בוחרים להשתמש בהם, וכן מערכי התרבות הרגשית שהם חיים בתוכה (Hochschild, 1982). במקרה זה, כללי ניהול הרגש הוכתבו על ידי האתר, אסטרטגיות ניהול הרגש היו כפופות להיצמדות לתסריט התרבותי של החברות כמקצוע, וערכי התרבות הרגשית התיישבו עם מאפייניה של האידיאולוגיה הקפיטליסטית. כפי שיובהר בהמשך, ההתייחסות לחברות לעבודה ולתפקיד החבר כמקצוע, אפשרה למרואיינים להמשיך ולתחזק את ההנגדה בין השדה הכלכלי לשדה החברתי, כמקובל בתרבות המערבית. על מנת להמחיש טענה זו, נכללה בפרק זה התייחסות למספר היבטים הנוגעים לתפיסה של החברות כמקצוע בעל דרישות ייחודיות: פיתוח מוסר עבודה, צורך בכישורים חברתיים טובים, וצורך בכישורים בתחום הפעילות המתבצעת.

פיתוח מוסר עבודה

ניתן לומר כי הביטוי הבולט ביותר לתפיסתם של המרואיינים את החברות באתר כמקצוע תובעני, השתקף בהבעת הנכונות להתאמץ על מנת לספק לאדם ששכר את שירותיהם את התמורה ההולמת ביותר בעד כספו. נכונות זו הינה בראש ובראשונה תוצר של ההתייחסות לאינטראקציות דרך האתר כעבודה לכל דבר, כאשר האדם השוכר את השירות משמש כמעסיק והצד המציע אותו מתפקד כמועסק. עדות משכנעת לכך ניתן למצוא בדבריו של ג'ורג' שנשכר על ידי זוג הורים על תקן מדריך שיסייר עם בתם ברחבי לוס אנג'לס, וכן על ידי בחור ששילם בעבור חברתו בשעה שערך טיפולים נוירותרפיים בביתו:

They are looking to see that you are along the line of what they are thinking of. And then there is usually a coffee meeting before, and almost like an audition. To get to know if you are apply exactly what they are looking for. It's really, it is a job interview essentially. And if they think you are a match, you know, you get a good sense of them, you exchange the details both sides, you get an e-mail back and you set it up. It's all very fluid. It is similar to what I was used to as a freelancer. So it's almost no different than how you get a normal job.

מדבריו של ג'ורג' משתמע כי ראיית האינטראקציה כעבודה, משותפת למעשה הן לצד המושכר והן לצד השוכר. למעשה, ניתן לומר כי מתוארת כאן סיטואציה שבה הצד המושכר מנסה להוכיח כי הוא כשיר לתפקיד המוצע לו, והצד השוכר מנסה לבדוק ולתשאל אותו בחשדנות בהתאם. במילותיו של ג'ורג' ניתן לומר כי הסיטואציה הייתה מקבילה עבורו ל - "ראיון עבודה" לכל דבר. פרספקטיבה תועלתנית זו, המבוססת על נורמות וכללי התנהגות השאולים משוק התעסוקה האמריקאי, גרמה למרואיינים רבים להתייחס לאינטראקציות דרך האתר ברצינות רבה, מתוך תחושת אחריות עמוקה כלפי האדם ששכר את שירותיהם. ביטוי בולט לכך ניתן לראות בדבריה של המרואיינת ג'רמין כאשר נשאלה כיצד היא מחליטה איך לתמחר את עצמה באתר:

Every time I'm with a friend, sometimes I would be losing work. So I kind of put it around the range that I might get paid for my time and my work. And then if it was a weekend or a time that I don't work then maybe I would charge a reduced rate because it is not experience of work. I charge around the same value that I charge for my work because otherwise; you know, if

I'm losing work then I have to make it worthwhile. I mean, I don't wanna... It's like being paid to have fun or enjoying myself but at the same time I could be missing work.

ניתן לומר כי בחירתה של המרואיינת לתמחר את עצמה בהתאם לשכר שהייתה מקבלת לו נמצאה באותו זמן במקום עבודתה, נובעת מהצורך לתגמל את עצמה בהתאם לשווי הכלכלי שמכתיב עבורה שוק העבודה הקפיטליסטי. היא טוענת כי הזמן שהיא מקדישה למפגשים חברתיים דרך האתר אשר נתפסים בעיניה כמהנים, חופף פעמים רבות לזמן שבו יכלה לבצע עבודה תובענית בשכר. בהמשך הדברים היא מחדדת אנלוגיה זו, ומוסיפה כי בסוף השבוע או בזמן אחר שבו אינה עובדת היא הייתה דורשת מהאדם ששכר את שירותיה תעריף מופחת מכיוון שסוף השבוע אינו נקשר עבורה עם "חוויה של עבודה". משתמע מכך שפרקטיקה זו תובעת גם מידה מסוימת של מאמץ על מנת לספק תמורה הולמת לערך שמכתיב שוק העבודה⁶. נראה כי הצמדת התעריף השעתי לתשלום עבור היחסים באתר, לתעריף השעתי לתשלום עבור ביצוע עבודה מחוץ לו, באה לכפר במידת מה על תחושת הדיסוננס הנגזרת מהעיסוק בפעילות חברתית מהנה המעוגנת ביחסים כלכליים. משום כך, על מנת להמשיך לתחזק את ההנגדה בין העולם הכלכלי לעולם החברתי, המרואיינת מתייחסת ליחסים החברתיים כעבודה של ממש.

הקבלת התמחר באתר לסכום המקובל בעבור העבודה השוטפת מחוצה לו, בד בבד עם הנכונות להשקיע מאמץ ומשאבים רגשיים ביחסים החברתיים מתוך מחויבות לנורמות המקובלות בשוק העבודה, הן שתי תמות שחזרו בראיונות מספר פעמים. גם המרואיינת ג'קי למשל, התייחסה לכך בפשטות כאשר נשאלה כיצד היא מגדירה את היחסים בינה לבין האדם ששכר את שירותיה:

To me it was a contract. An obligation. Both parties are going to get what they signed up for. He wanted companionship, he was gonna get my time.

מדבריה של ג'קי ניתן ללמוד כי היא מתייחסת להסכמה ההדדית לקיום המפגש כחתימה על חוזה חברתי המחייב את שני הצדדים. צד אחד מחויב לתשלום, ובתמורה הצד השני מחויב להקדיש מזמנו ומרצו כדי לספק תמורה חברתית הולמת.

⁶ ג'רמיין העידה על עצמה כי היא פרילנסרית, עצמאית המעניקה ייעוץ ושירותים בתחום העסקי ובנושאי בריאות ורווחה.

דיווחים נוספים על תחושת מחויבות ואחריות מוגברת כלפי השוכרים במהלך המפגשים חזרו על עצמם גם בתגובה לשאלה - כיצד העובדה שאנשים משלמים לך כסף כדי להיות בחברתך גורמת לך להרגיש? בהקשר זה, המרואיינת ליזי טענה כי היא מרגישה חובה להנכיח את עצמה במפגשים כהגדרתה, על מנת להעניק לשוכר את התמורה ההולמת ביותר עבור כספו:

I was serious about it and I approached it that way, and when I'm there I'm present. Like all my attention is on that person. I'm not on my phone texting other people you know. Or my mind is not elsewhere. I'm always present with that person.

גם המרואיינת ג'ורג' התייחס לשאלה זו בצורה דומה. ג'ורג' טוען כי הוא לא רק "סתם מגיע" למפגש. בנוסף על המחויבות להיות נוכח וקשוב במאה אחוז כהגדרתו, ג'ורג' מציין כי הוא גם הרגיש צורך לשאול שאלות ולהביע עניין בצורה אקטיבית באדם ששכר את שירותיו. הוא אף מוסיף כי לתחושתו, המחויבות להיות חבר טוב במהלך המפגש מתבטאת גם בשמירה על כבודו של השוכר, תוך הפגנת אמפתיה והיעדר שיפוטיות:

I didn't just show up, and you know, I was very interested in what was going on in her life, and I was very into the situation. And so, I put hundred percent into it. Because they've hired you to be a good friend, that's what you have to be. So you have to get out of your way to display those types of behaviors: Curiosity, making them feel they are not judged for things, don't make fun of them, make fun of other things, find common ground; that kind of stuff.

האחריות לשמירה על כבודם של המרואיינים תוך פיתוח אמפתיה כלפיהם עלתה במספר ראיונות נוספים. דוגמא יוצאת דופן לכך אפשר לראות בתגובתו של המרואיינת מיקי, כאשר נתבקש לתאר את מערכת היחסים בינו לבין האדם ששכר את שירותיו⁷:

I think that part of being a friend is, you know, being understanding of friends limitations. Not expecting too much of them. I think that he [the renter] has not been too demanding. I was not too demanding of him. I'm certainly not

⁷ כאמור, בניגוד למרבית המרואיינים, מיקי העיד על עצמו כי פיתוח מערכת יחסים ממושכת ואינטימית עם האדם ששכר את שירותיו.

taking advantage of the situation. Others might see the situation and like - oh, you know let's go out every single night. Let's spend a lot of money.

מדבריו של מיקי עולה דאגה כנה לרווחתו ושלומו של האדם ששכר את שירותיו, מתוך פיתוח אחריות מוסרית עמוקה כלפיו. דאגה זו מתבטאת אצלו בהכרה במגבלותיו הפיזיות ומצבו הרפואי של אדם זה, ומתוך כך גם במיתון צפיותיו ודרישותיו לגבי אינטנסיביות המפגשים. הוא מחדד את הדברים בהוסיפו כי בניגוד אליו, אחרים היו עשויים "לנצל את המצב" לתועלתם האישית.

לסיכום, מדיווחיהם של מרבית המרואיינים עלה כי הם מתייחסים לאינטראקציות באתר כעבודה לכל דבר, המחייבת פיתוח של מוסר עבודה בהקשר של היחסים החברתיים. מוסר העבודה התבטא בנכונותם של המרואיינים להתאמץ על מנת לספק לאדם ששכר את שירותיהם את התמורה ההולמת ביותר בעד כספו, מתוך פיתוח תחושת אחריות ומחויבות כלפיו כמעסיק. הזיהוי של תחושת האחריות והמחויבות עם נורמות וערכים השאולים מעולם העבודה, מהווה מרכיב חשוב בהבנייתם של המרואיינים את התסריט החדש המכתיב תפיסה של החברות כמקצוע. זאת, על מנת להמשיך לתחזק את ההנגדה בין העולם הכלכלי לעולם החברתי, כמקובל בתרבות המערבית.

חשיבותם של כישורים חברתיים

ביטוי חשוב נוסף המבטא את תפיסתם של המרואיינים את החברות באתר כמקצוע תובעני, בא לידי ביטוי בהדגשתם של כישורים חברתיים בהקשר זה. ניתן לומר כי המרכיב המרכזי ביותר בהבניית תחושת הערך של המרואיינים באתר היה ההתייחסות לכישוריהם החברתיים. מרבית המרואיינים העידו על עצמם כי הם בעלי כישורים חברתיים טובים. על פי ארווינג גופמן (1959) כישורים חברתיים טובים נמדדים ביכולתם של בני אדם לראות את הסיטואציה החברתית דרך עיני האחר. יכולת רפלקסיבית זו מאפשרת הגדרה מדויקת של מצבים חברתיים שונים, ובהתאם לכך, פרשנות טובה של המחווות הטקסיות שדרכן מתבצעת תקשורת בין אישית (גופמן, 1959).

כישורים חברתיים טובים זוהו על ידי המרואיינים על פי רוב עם היכולת למלא כראוי תפקיד של חבר במסגרת האתר. מהראיונות עלה כי המרואיינים נדרשו לבצע פעילויות מגוונות במסגרת האינטראקציות עם גולשי האתר. עם זאת, ניתן לומר בביטחון כי המשותף למרביתן של פעילויות אלו היה הצורך במיומנויות חברתיות טובות כדי לבצען. המרואיין בובי, שהציג את עצמו כפסיכולוג בהכשרתו, התייחס לכך באופן בולט בתשובתו לשאלות המתייחסות לאופן שבו בחר לתמחר את עצמו באתר:

I think that, as a psychologist I have a better feel for people. I can read people more quickly and I thought that this was a safe thing to do, I felt like it was, you know. I didn't run away I didn't feel like she was gonna, you know, kill me afterwards or something like that. She was a safe person. So, I think it helps me to read people more quickly just because of my training and my experience... I guess I think I'm worth it [worth the price] I think that I am good at anticipating what other people need, and I'm very nurturing and very, uh, very caring

מדבריו של בובי ניתן ללמוד כי ליכולת רפלקסיבית טובה ישנו משקל רב בהבניית תחושת המסוגלות של החברים באתר לבצע את תפקידם כראוי. זאת מכיוון שבובי העיד על עצמו כי המחיר שדרש עבור שירותיו היה גבוה באופן מיוחד - מאתיים דולר עבור ארבע שעות פעילות (50 דולר לשעה). בניסיון להסביר כיצד קבע את תג המחיר שלו באתר עבור המפגשים, התייחס בובי בין השאר להכשרתו המקצועית כפסיכולוג. הוא טען כי הכשרה זו מאפשרת לו "לקרוא אנשים" וסיטואציות חברתיות מהר יותר, ולהבין מה נדרש ממנו בהתאם לכך. הוא אף הוסיף כי יכולת זו גם מאפשרת לו להבין האם המפגש בטוח עבורו, ולהימנע ממפגשים עם אנשים שיש בהם פוטנציאל לסיכון מסוים. כלומר, ניתן לומר כי בובי רואה בהכשרתו המקצועית כפסיכולוג יתרון על פני חברים אחרים באתר, מכיוון שהכשרה זו מקנה לו לדבריו כישורים חברתיים טובים במיוחד ההופכים אותו לחבר בעל ערך גבוה.

בדומה לבובי, מספר מרואיינים נוספים התייחסו להכשרתם המקצועית כאלמנט המקנה ערך מוסף ליחסים החברתיים. מרואיינים שהעידו על עצמם כי הם עוסקים במקצועות שירותיים המצריכים אינטראקציה מרובה עם אנשים, בלטו במיוחד בהקשר זה. דוגמא טובה לכך ניתן למצוא בהתייחסותו של מיקי לשאלת התמחור באתר:

I'm a service made, I'm an entertainer, I'm a musician. People pay me to make them feel good essentially. You get something from it. So being payed

to be someone friend and show them good time, that's not a whole lot different.

מיקי טוען כאן כי הכשרתו המקצועית כבדרן וכמוזיקאי, הקלה עליו וסייעה לו כחבר באתר. לדבריו הוא אינו רואה הבדל גדול בין אספקת שירותי מוזיקה ובידור, לבין אספקת שירותי חברות באתר מכיוון שבשניהם לתפיסתו אנשים משלמים לו כדי שיעניק להם הרגשה טובה הנגזרת ממיומנותיו החברתיות.

בהקשר זה יש לציין כי חלק ניכר מהמרוואיינים נטו להתייחס אל האנשים ששכרו את שירותיהם כבעלי כישורים חברתיים לקויים, או פחות טובים. בחלק ניכר מהראיונות עלתה תפיסה של השוכרים באתר כאנשים מופנמים או ביישנים, בעלי מעגלים חברתיים מצומצמים המתקשים ביצירת קשרים חדשים. דוגמא בולטת לכך ניתן למצוא בדבריו של המרוואיין גיימי:

They like to have the company. A lot of these people are lonely and they very shy and they don't socialize that much and I guess what's good about the website is that you have the people who want to socialize and they will socialize with anybody and you have the ones that have a hard time talking to people and then you put them together and it's like you're helping them. You know, you're helping them get out of the house or just make them happy. Just like sitting there and talking to them, asking them what they do what they're about, what they like to do and so on.

גיימי מתאר כאן את מרבית האנשים הנרשמים לאתר כדי להשכיר חברים כאנשים בודדים, ביישנים מאוד, שאינם מרבים בפעילויות חברתיות ומתקשים בהן. לעומתם, הוא מתאר את מרבית החברים המוצעים להשכרה כאנשים חברותיים, המעוניינים לפגוש אנשים חדשים וייפגשו לדבריו "עם כל אחד". פרספקטיבה דיכוטומית וכוללנית זו, עלתה במספר רב של ראיונות: מרבית המרוואיינים תיארו את עצמם כאנשים מוחצנים וחברותיים, ואת האנשים ששכרו את שירותיהם כמופנמים ובודדים. בדומה לגיימי, מרבית המרוואיינים התייחסו לאתר בהקשר זה כאמצעי להפגיש בין אנשים עם כישורים חברתיים טובים יותר, לאנשים עם כישורים חברתיים טובים פחות.⁸

בהקשר זה יש לציין כי תפיסת האנשים המשתמשים בשירותי האתר כבעלי כישורים חברתיים לקויים, הכתיבה עבור מרוואיינים רבים מחויבות ואחריות לכינונם ותחזוקם של

⁸ שיקוף זה של יחסים חברתיים היררכיים ותלותיים, יזכה להתייחסות נרחבת בפרק העוסק בתפיסת החברות כביטוי של יחסי כוח בלתי שוויוניים.

היחסים החברתיים במהלך האינטראקציה. זאת מתוך תפיסה שלאדם ששכר את שירותיהם ישנו קושי מובנה בפיתוח אינטראקציה ובקשירת שיחה. המרואיין ג'ורג' התייחס לכך בתארו את הקשר בינו לבין האנשים ששכרו את שירותיו באתר:

They shouldn't be doing the heavy social lifting. Because they've hired you to be a good friend, that's what you have to be. So you have to get out of your way to display those types of behaviors: Curiosity, making them feel they are not judged for things. Don't make fun of them, make fun of other things. Find common ground; that kind of stuff.

מדבריו של ג'ורג' עולה כי להבנתו, על מנת להיות "חבר טוב" במסגרת האתר עליו למנוע מהאדם ששכר את שירותיו להתאמץ לקשור שיחה במהלך האינטראקציה. לתפיסתו, פיתוח האינטראקציה ותחזוקה מוטלים עליו ולכן הוא מחויב למצוא שפה משותפת, להפגין סקרנות ולהימנע משיפוטיות.

לסיכום, ניתן לומר כי כישורים חברתיים טובים מהווים מרכיב מרכזי בהבניית תחושת המסוגלות והערך העצמי של המרואיינים באתר, וכי להימצאותם או להיעדרם של כישורים אלו ישנו משקל רב בעיצוב האופן שבו תפסו המרואיינים את הקשר בינם לבין האנשים ששכרו את שירותיהם. זאת מכיוון שכישורים חברתיים טובים זוהו בדרך כלל על ידי המרואיינים עם היכולת למלא כראוי תפקיד של חבר במסגרת האתר. מרבית המרואיינים תיארו את עצמם בהקשר זה כאנשים מוחצנים וחברותיים, ואת האנשים ששכרו את שירותיהם כמופנמים ובעלי מיומנויות חברתיות לקויות. תפיסה דיכוטומית זו, הכתיבה עבור חלק מהמרואיינים היצמדות לדינאמיקה שבה הם חשו כי מוטלת עליהם החובה לכונן ולתחזק את האינטראקציה החברתית על מנת לספק לאדם ששכר את שירותם את התמורה ההולמת ביותר בעד כספו.

חשיבותם של כישורים בתחום הפעילות המתבצעת

נראה כי לצד פיתוח מוסר עבודה וכישורים חברתיים, תפיסת החברות של המרואיינים בהקשר של האינטראקציות באתר כללה גם את היכולת לבצע את הפעילויות הספציפיות הנדרשות מהם בצורה טובה⁹. כפי שיובהר בהמשך, במהלך הראיונות ניכרה התייחסות לשלוש

⁹ יש לציין כי הגברים והנשים שרואיינו במסגרת עבודה זו נדרשו למלא פונקציות שונות במסגרת הפעילויות שביצעו. הנשים נשכרו בדרך כלל לבצע פעילויות למטרת מילוי תפקיד חברתי-סימבולי, ואילו הגברים נשכרו כדי לבצע

פונקציות עיקריות שמילאו המרואיינים במסגרת הפעילויות שנדרשו לבצע: **מילוי צורך חברתי** (חבר עט, ארוחות משותפות, משחקים) **מילוי צורך אינסטרומנטלי** (סידור רהיטים, עזרה לבעל מוגבלות, סיור בעיר), **ומילוי תפקיד חברתי-סימבולי** (העמדת פני אב, העמדת פני בן זוג).

מילוי הפונקציות השונות תבע מהמרואיינים הפגנת כישורים שונים ומגוונים במסגרת הפעילויות שביצעו במהלך האינטראקציות באתר. פעילויות שונות הצריכו כישורים ומיומנויות שונות, והן נועדו למטרת מילוי צרכים שונים. במסגרת הפרופיל שפתחו באתר, נדרשו המרואיינים להציג את הפעילויות אותן הם מוכנים לבצע, כפי שניתן לראות בדוגמא שלהלן:

Activities I'm available for

Phone Friend, Email Penpal, Introduce you to people, Wingman / Wingwoman, Poetry/Art/Drawing, Coffee House, Book Stores, Bowling, Site Seeing, Hiking, Hot Air Balloon, Photography, Zoo, Music, Teaching Manners, Workout Partner, Pottery, Baking / Cooking, Museums, Amusement Parks, Golf, Wine Tasting, Friends with Seniors, Going To Park, Prom Dates, Personal Advice, Business Events, Parties, Hanging Out, Snowboarding, Skiing, Beach, Giving Tours, Movies, Dinner, Clubbing, Going to Bar, Sporting Events, Family Functions, Travel, Outdoors, Swimming, Arcades, Video Games, Picnics, Casino, Psychic, Biking, Yoga, Religious, Comedy Club, Shopping, Board Games

רשימה זו משקפת את מגוון הפעילויות המוצעות על ידי האתר לחברים בעת פתיחת הפרופיל. כל חבר שנרשם להשכרה באתר נדרש לסמן באילו פעילויות הוא מוכן להשתתף, ואלו מוצגות אחר כך בכרטיסו בהתאם. בדוגמא זו, ניכרת גמישות רבה במוכנות לביצוע פעילויות שונות למטרת מילוי פונקציות שונות. גמישות זו לא הייתה אופיינית למרבית המרואיינים בעבודה זו. מרבית המרואיינים ציינו כי היו מעדיפים להיפגש עם אדם שדרישותיו תואמות את יכולותיהם לבצע פעילויות ספציפיות שראו עצמם מתאימים לביצוען. דוגמא בולטת לכך ניתן למצוא בתגובתה של המרואיינת דנה לבקשה לספר על חוויות שליליות וחיוניות שעברה במהלך השימוש באתר:

I said no to a few who e-mail me and I think that, on my said, you pick what you are willing to do. If you are willing to go to a basketball game, or to drink alcohol you can click that. But I didn't click those. So, if someone contacted me and they wanna drink alcohol or go to a basketball game I just gonna say no because I didn't agree to do that. That will be the only bad experience I had. Some people contact you and you kind of know you don't want to meet those. Some are 19 or 20 they are out of my age group. So I'm kind of sticking my age group of 50 and over crowd.

פעילויות במטרה למלא צורך חברתי או צורך אינסטרומנטלי. סוגיה זו תזכה להבהרה והתייחסות מפורטת בפרק העוסק בהבדלים מגדריים בהתייחסות למושג החברות בעקבות האינטראקציות באתר.

תשובתה של דנה מלמדת כי היא בוררת בקפידה את האנשים שאיתם היא מוכנה להיפגש, בהתאם ליכולתה להתאים את עצמה לפעילויות שאותם אנשים ביקשו ממנה לבצע. יש לציין כי בשונה ממרבית המרואיינים, דנה היא אישה מבוגרת בשנות השישים לחייה. משום כך היא טוענת שלא תהיה מוכנה למשל להיפגש עם אנשים צעירים מדי, שדרשו ממנה לבצע פעילויות שחשבה שאינן מתאימות לגילה כגון משחק כדורסל, או יציאה לבר הכוללת שתיית אלכוהול. במקום זאת היא מעדיפה להיפגש עם אנשים בחתך הגילאים שלה, שמעוניינים בפעילויות שהיא רואה עצמה כשירה יותר לבצען. דברים ברוח דומה עלו גם בהתייחסותו של המרואיין ג'ורג' לסוגיה זו. הוא טען כי הוא מחפש לבצע פעילויות בעלות אופי חברתי או אינסטרומנטלי שהוא חושב שיש לו היכולת לא רק לבצען, אלא ממש להצטיין בהן כלשונו:

You try to put yourself up to be as successful as possible obviously. So I look for those positions which I would excel so if somebody sends me a message and say - "Hey. I look for somebody who would go to dance clubs, let's say somebody to accompany me to these night clubs". I don't like going out alone, my friend's work schedules are just; That's something I would decline because personally I know my own type and what I would enjoy and what I would not enjoy. It would be difficult for me to perform as well as somebody else who is more suited to that type of environment.

טיעונים אלה מלמדים כי כשירותם של המרואיינים לבצע את הפעילות הספציפית הנדרשת מהם עלתה בקנה אחד עם היכולת למלא את תפקיד החבר כפי שהוא מוצג באתר. בהתאם לכך, חברים שלקחו על עצמם ביצוע פעילות שלא היו בטוחים ביכולותיהם לגביה, הביעו חשש מסוים מהשלכותיה של פעילות זו על מהלך האינטראקציה, ואף כלפי האדם ששכר את שירותיהם בטווח הארוך. כך מלמדים למשל מדבריו של המרואיין אוזי שנשכר כחבר עט (Pen Pal) על ידי אדם שסבל לדבריו מדיכאון. בתגובה לשאלה - מה גורם לך להרגיש טוב ומה גורם לך להרגיש רע בקשר למפגש עם האדם ששכר את שירותיך, ענה אוזי את התשובה הבאה:

This person is a very depressed person. So for him to reach out and find somebody for some kind of companionship or friendship; I think that my hope is that I helped him - one, get confidence with himself, two, get more friends outside of the website. So hopefully it saved his life but it doesn't do anything to bad to him?

בהתייחסותו להיבטים שליליים וחיוביים באינטראקציה עם האדם ששכר את שירותיו, מביע אוזי תקווה כי הוא הצליח לעזור לרכוש ביטחון עצמי ולהרחיב את מעגליו החברתיים. אולם, הוא

גם מביע בהקשר זה חשש מסוים לשלומו. כלשונו, במשפט האחרון הוא מביע תקווה שהאינטראקציה "הצילה את חייו" של השוכר, אך באותו משפט הוא גם מביע חשש מסוים שמא היא תזיק לו.

אם כן, ליכולת לבצע כראוי את הפעילות הנדרשת ישנן השלכות על תפיסתם של המרואיינים את מושג החברות באתר. ניתן לומר כי חבר "מקצועי" במובן זה, הוא חבר שיש לו היכולת לבצע את הפעילות הנדרשת ממנו באופן שיביא לשביעות רצונו המרבית של האדם ששכר את שירותיו. בהקשר זה, יש לציין כי טיבן של חלק מהפעילויות תבע מהמרואיינים גם כישורים יוצאי דופן במיוחד, כאשר הם נדרשו למלא במסגרתן תפקיד חברתי בעל אופי סימבולי במרחב הציבורי. פעילויות אלו, תבעו לעיתים הפגנה של יכולות משחק תיאטרליות ממש תוך הסתגלות לגינונים חברתיים ספציפיים. שלושה מרואיינים דיווחו אינטראקציות תובעניות במיוחד בהקשר זה: המרואיין ברי - פסיכולוג שנשכר על ידי סטודנטית שרצתה שימלא עבורה תפקיד של אב על מנת לקבל מלגה לאוניברסיטה, המרואיין גיסי - עורך דין גמלאי וחולה פרקינסון שנשכר על ידי מנכ"לית של תאגיד גדול כדי למלא תפקיד של בן זוג במסיבה, והמרואינת קרי - מנהלת שיווק שנשכרה על ידי בחור על מנת להעמיד פני בת זוג במסיבת יום ההולדת של אחותו. מקרים יוצאי דופן אלו, הצריכו מהמרואיינים כאמור כישורים מיוחדים כדי לבצע את הפעילות הנדרשת כפי שעולה למשל מדבריו של גיסי:

She needed someone that would look and act good enough, that she wouldn't be embarrassed. And she really like, organized recourses to this whole place and it was very important she wouldn't be embarrassed from someone. And, um, being that I'm fairly well educated and reasonably attractive and look much younger than I actually am, she picked me when she found out that I can speak like an intelligent person. She just said – you got to do this for me. I have no time to; She was really, you know, she was in a tough position. And I told her I will be ready at 7 o'clock. She had a dinner with me and it was perfect. She had a car and I went home to change into a jacket and tie and I had a great time. Amazing.

מדבריו של גיסי עולה כי האישה ששכרה את שירותיו פנתה אליו אחרי שערכה חיפוש יסודי באתר וביצעה בדיקה קפדנית במיוחד של התאמת המועמדים הפוטנציאליים למטרת מילוי התפקיד שחיפשה. לצורך מילוי התפקיד הספציפי, נדרש גיסי להפגין כישורים חברתיים יוצאי דופן, וכן מידה ניכרת של יכולת משחק כבן זוג. בנוסף על כך, גיסי טוען כי בחירתו לתפקיד הותנתה לא רק ביכולותיו המקצועיות, אלא גם בסממנים חיצוניים הקשורים לגילו והופעתו החיצונית, וכן

לגורמים כגון מעמד חברתי והשכלה. זאת מכיוון שלדבריו הוא נדרש להתלבש ולהתנהג באופן שיהלום את הסיטואציה החברתית המורכבת, על כל שלל ההיבטים שלה.

בהקשר זה יש לציין כי חלק מהמרואיינים שמילאו תפקיד חברתי-סימבולי במסגרת האינטראקציה עם האדם ששכר את שירותיהם, לא נדרשו להפגין כישורים מיוחדים. למעשה, כפי שיוסבר בפירוט בהמשך עבודה זו, חלק ניכר מהמרואיינים שנדרשו למלא פונקציה שכזו נבחרו לדבריהם על סמך מאפיינים וסממנים כגון הופעה חיצונית, מעמד חברתי, מוצא אתני, ובעיקר - **שיוך מגדרי**. למעט שני יוצאים מן הכלל, כל המרואיינים שמילאו תפקיד חברתי-סימבולי במסגרת האינטראקציות שקיימו דרך האתר היו למעשה נשים, אשר נדרשו למלא תפקיד של בנות זוג עבור גברים ששכרו את שירותיהם.

לסיכום, לצד פיתוח מוסר עבודה וכישורים חברתיים, תפיסת החברות של המרואיינים בהקשר של האינטראקציות באתר כללה גם את היכולת לבצע את הפעילויות הספציפיות הנדרשות מהם בצורה טובה. במהלך הראיונות ניכרה התייחסות לשלוש פונקציות עיקריות שמילאו המרואיינים במסגרת הפעילויות שנדרשו לבצע: מילוי צורך חברתי (חבר עט, ארוחות משותפות, משחקים) מילוי צורך אינסטרומנטלי (סידור רהיטים, עזרה לבעל מוגבלות, סיור בעיר), ומילוי תפקיד חברתי-סימבולי (העמדת פני אב, העמדת פני בן זוג). במסגרת פעילויות אשר נועדו למטרת מילוי צרכים חברתיים ואינסטרומנטליים נדרשו המרואיינים להפגין מיומנויות חברתיות, יכולת הכלה והבנה של האחר ואף יכולות פיזיות. למטרת מילוי תפקיד חברתי סימבולי נדרשה מהמרואיינים לעיתים יכולת משחק והפגנת מיומנויות חברתיות גבוהות. אולם, חלק ניכר מהמרואיינים שמילאו תפקיד חברתי-סימבולי במסגרת האינטראקציה עם האדם ששכר את שירותיהם, לא נדרשו להפגין כישורים מיוחדים והם נבחרו לדבריהם על סמך מאפיינים וסממנים כגון הופעה חיצונית, מעמד חברתי, מוצא אתני, ובעיקר - **שיוך מגדרי**. עובדה זו תזכה להתייחסות נרחבת בפרק העוסק בהבדלים מגדריים בתפיסת מושג החברות בעקבות האינטראקציות באתר.

3.2.2 תפיסת החברות באתר כמערכת יחסים בלתי שוויונית

בפרק זה מוצג הביטוי השני של החיבור שביצעו המרואיינים בין האופן שבו מוצגים יחסי חברות באתר, לבין האופן שבו תפסו את מושג החברות ביחסיהם מחוץ לאתר. הטענה המרכזית בפרק זה הינה כי החיבור בין שתי תפיסות שונות אלו, הביא לפיתוח תפיסה של החברות באתר

כמערכת יחסים א-סימטרית בין משכירים לשוכרים. זאת בהתבסס על כך שמרבית המרואיינים תיארו את אקט התשלום כפעולה המהווה ביטוי מפורש של ערכם העצמי הגבוה באינטראקציה מצד אחד, ושל ערכם העצמי הנמוך של האנשים ששכרו את שירותיהם מצד שני. טענה זו מתבססת בעיקר על דיווחיהם של המרואיינים בתגובה לשאלות העוסקות באופן שבו חוו את אקט התשלום במהלך האינטראקציות שקיימו במסגרת האתר. ההישענות על אקט התשלום בהקשר זה נגזרת מההתייחסויות הנרחבות של המרואיינים לרגע התשלום כנקודה מכרעת במפגש, המשפיעה במידה רבה על תפיסתם העצמית של הצדדים המעורבים.

מהראיונות עלה כי התשלום היווה עבור מרבית המרואיינים אישור לכך שהם מסוגלים לבצע את תפקיד החבר כפי שהוא נתפס בעיניהם כהלכה. כפי שתואר בפרק הקודם, המרואיינים תפסו את תפקיד החבר כמקצוע תובעני, אשר מכתוב מוסר עבודה גבוה, כישורים חברתיים טובים, וכן כישורים בתחום הפעילות המתבצעת. המרואיינים תפסו את אקט התשלום כביטוי של יכולתם למלא בהצלחה את הדרישות שהכתיבו שלושת המרכיבים הללו. אישור מפורש זה יצר אצל חלק מהמרואיינים תחושת הישג משמעותית, אשר העלתה את ערכם בעיני עצמם במסגרת האינטראקציה. תחושה זו אף תוארה לעיתים כחוויה מעצימה של ממש. המרואיינת ליזי התייחסה לכך באופן הברור ביותר:

It's kind of empowering. Not kind of, it is. And um, it feels like I'm getting compensated for the nice giving person that I am to be there for somebody... I think I'm a good listener, and a really good person, and I think a lot of people are not good listeners and I think I go out of my way to really listen to people and really hear what they are saying.

נראה כי תיאורה של ליזי את תחושתה ברגע התשלום כחוויה מעצימה, נגזר מהאישור על היותה "אדם נחמד ונותן", שגם יודע להקשיב כפי שפירטה בהמשך דבריה. אישושן של תכונות חיוביות אלו באמצעות התשלום עבורן, יצר אצל ליזי תחושה של ערך עצמי גבוה.

דברים ברוח דומה עלו גם מתשובתו של המרואיין בובי, כאשר נשאל כיצד העובדה שאנשים משלמים לו עבור שירותיו גורמת לו להרגיש:

Well I'm humbled and grateful... I'm humbled if someone would value me enough to wanting to give money to spend time with me and very grateful because I certainly can use the money.

מתשובתו של בובי עולה כי התשלום מעורר אצלו דווקא תחושה של ענווה והכרת תודה. הוא מעריך את העובדה שאנשים החשיבו אותו לאדם בעל ערך מספק עד כדי כך שהיו מוכנים לשלם לו בעבור הזמן שהוא מבלה איתם. למעשה, נראה כי הוא מייחס לתשלום ערך כה רב, עד כי הוא חש צורך להקטין ולהצניע את חשיבותו העצמית מתוך תחושת ענווה.

עם זאת, אצל חלק מהמרואיינים תחושת הערך העצמי הגבוה נגזרה לא רק מאישושן של תכונות חיוביות אצל עצמם, אלא גם מאישושן של תכונות אשר נתפסו כשליליות אצל האדם ששכר את שירותיהם. כאמור, מרבית המרואיינים תיארו את עצמם כאנשים מוחצנים, בעלי מיומנויות חברתיות טובות, ואת האנשים ששכרו את שירותיהם כמופנמים ובודדים, המתקשים בניהולן של אינטראקציות חברתיות. נראה כי פרספקטיבה סטריאוטיפית וכוללנית זו, הינה תוצר של סטיגמה שלילית שנוצרה אצל חלק מהמרואיינים כלפי האנשים ששכרו את שירותיהם. המפגש בין אנשים מתויגים לבין אנשים שאינם מתויגים ("נורמלים"), מתואר על ידי ארווינג גופמן (1963), כסיטואציה חברתית מעורבת. לדברי גופמן, סיטואציה כזו מייצרת דינאמיקה המתבטאת בפתולוגיה של קשיי אינטראקציה, עקב דירוגים בלתי הולמים מצדו של האדם שאינו מתויג את האדם המתויג¹⁰ (גופמן, 1963). במקרה זה, הקושי בהגדרת המצב עקב ההתנהלות בסיטואציה מעורבת הכתיב אצל המרואיינים התייחסות לעומתית, המלווה לעיתים בתחושת עליונות ופטרונות כלפי האדם ששכר את שירותיהם. המרואיינת ברברה התייחסה לכך כאשר נשאלה כיצד העובדה שאנשים משלמים לה כסף בעבור שירותיה גורמת לה להרגיש:

Special. Because, only because I don't think I would ever pay anyone to um, to hang out with me or to keep me company. I wouldn't because I feel like, I have too much pride for that and I don't know. I just; I'm very prideful so I'd rather be alone than paying somebody to be with me.

מדברים אלו עולה כי דווקא הסטיגמה השלילית כלפי האדם ששכר את שירותיה, היא שגרמה למרואיינת לחוש בעלת ערך ומיוחדת. היא חשה בעלת ערך גבוה באופן מיוחד משום שלתפיסתה, אדם אחר היה מוכן להסתכן בהשפלה ובהפחתת הערך העצמי הכרוכים בהשכרת חבר, כדי לבלות את זמנו איתה. לכשעצמה, היא אינה מוכנה לקחת סיכון כזה מכיוון שיש לה "יותר מדי גאווה"

10 "אם נפגין דאגה מתחשבת ישירה כלפי מצבו, אנו עלולים להגדיש את הסאה; אבל אם נשכח ממש שיש לו מום, אנו עלולים להעמיד בפניו דרישות בלתי אפשריות" (גופמן, 1963, עמ' 19).

כלשונה. תחושת הגאווה המתוארת כאן, היא למעשה תוצר של היכולת לא לבצע את החיבור המתויג בין השדה הכלכלי לשדה חברתי באמצעות ההתייחסות לחברות כעבודה, ולתפקיד החבר כמקצוע. הביצוע של חיבור זה על ידי השוכר, הוא שמייצר אצל המרואיינת הסטיגמה השלילית. העובדה שאדם אחר היה מוכן לקחת על עצמו את הסיכון באי נעימות שכזו בעבור האפשרות של בילוי זמן איתה, היא שמבנה אצלה במקרה הזה תחושת ייחודיות.

תפיסת אקט התשלום כאקט דו ערכי המייצג הפחתת ערך של העצמי מהצד המשלם עקב הסטיגמה השלילית כלפיו, לעומת העלאה בערך העצמי של הצד המקבל את התשלום, גרמה גם לחלק מהמרואיינים להגיע אל המפגש עם צפיות נמוכות. המרואיינת ליזי התייחסה לכך כאשר נשאלה האם יש פער בין צפיותיה לגבי המפגש לבין המציאות:

I try to lower my expectations to be honest. Because, first of all, due to the transaction, you shouldn't have any expectations. I mean, when I say yes its yes, when I say no its no. I do not expect to have a nice time; I do expect not to have problems. I lower my expectations as to the people. I mean, it isn't fair to have any expectations from the people that I expect to get paid from.

מדבריה של ליזי עולה כי היא חשה שאקט התשלום מבטל למעשה את הסיכוי שלה להפיק ערך מהסיטואציה מעבר לתועלת הכלכלית. בהמשך דבריה היא אף טוענת כי לדעתה, אין זה הוגן לפתח צפיות כלפי אדם שמשלם כסף בעבור שירותיה. משום כך היא איננה מצפה שהמפגש יסב לה הנאה, אלא רק "שלא יהיו בעיות" כלשונה. נראה כי לתפיסתה, האדם ששכר את שירותיה אינו מעוניין, ואף אינו מסוגל להעניק לה תועלת נוספת מעבר לתועלת הכלכלית.

הדואליות הערכית המגולמת ברגע התשלום, גם גרמה לחלק מהמרואיינים להגיב באמביוולנטיות וברגשות מעורבים כאשר נשאלו כיצד הם מרגישים עם העובדה שמשלמים להם כסף עבור שירותיהם. המרואיינת טוניה התייחסה לכך במפורש:

I'm o.k. with it. It makes me feel good about myself because it means that I am worth it, you know. so it makes me feel good. I also feel unhappiness you know. A person that doesn't meet a lot of people and he is shy. But o.k.

טוניה טוענת כי ברגע התשלום היא חשה מצד אחד טוב מכיוון שהתשלום מהווה עבורה אישור על כך שהיא "שווה" כלשונה. אולם, מצד שני, היא חווה ברגע זה גם אי שביעות רצון מכך שהתשלום מהווה עבורה גם אישור מפורש לכך שהאדם ששכר את שירותיה הוא "ביישן" וכי הוא מתקשה בניהולן של אינטראקציות חברתיות. נראה כי אמביוולנטיות זו יוצרת אצל טוניה עמימות רגשית

מסוימת. היא אינה טוענת כי היא מרגישה טוב עם התשלום, ואינה טוענת כי היא מרגישה רע.

לדבריה, היא מרגישה רק "בסדר"¹¹.

המרואיין ג'ף, התייחס גם הוא לסוגיית התשלום ברגשות מעורבים. כמו טוניה, גם הוא טוען כי התשלום מהווה עבורו אישור לגבי ערכו הגבוה באינטראקציה, אך מאידך הוא מסייג זאת בהוסיפו כי בהתחלה התעוררה אצלו תחושת אי נוחות בהקשר זה:

Well actually pretty good. Like I feel, you know, if someone wants to pay for my company, obviously my company is good. And, at first it made me feel a little uncomfortable but I thought you know, what the hell. Somebody needed something, I can do it, I'm willing to do it. It's okay. I'm not doing anything other than doing an acting role.

בדומה לטוניה, גם ג'ף בחר לפתור את האמביוולנטיות שבסוגיית התשלום על ידי בחירה בהפגנה של עמימות רגשית, כאשר הוא מצמצם את משמעויותיו של המפגש להיבט הכלכלי שלו בלבד. כלשונו - "שיהיה. מישהו היה צריך משהו, אני יכול לעשות את זה, זה בסדר". לאחר מכן הוא אף מבהיר במפורש כי הוא אינו מעוניין במעורבות רגשית, אלא רק "לשחק את התפקיד" שהוטל עליו במסגרת האינטראקציה.

נראה כי כהות רגשית זו, מהווה תוצר של ריחוק וניכור בין המרואיינים לבין האנשים ששכרו את שירותיהם כתוצאה ממה שקארל מארקס (1844]1973) מכנה "עבודה מנוכרת". לדברי מארקס, בתהליך הייצור, אף העבודה עצמה הופכת למוצר שהפועל מנוכר כלפיו. זאת מכיוון שהפועל אינו מייצר לעולם עבור עצמו, אלא עבור בעל ההון השולט בו באמצעות התשלום הכספי. דינאמיקה זו מכתובה פטישיזם כלכלי, כאשר האמצעי לרכישת סחורות, הופך להיות למטרה לעצמה (מארקס, 1844]1973). בהקשר זה, ניתן לומר כי כאשר המרואיינים עבדו בייצור של חברות עבור האנשים ששכרו את שירותיהם, הם הפכו במידה רבה מנוכרים הן כלפי מעבידם אשר שכר מהם שירותי חברות, והן כלפי תוצר עבודתם - החברות עצמה. נראה השילוב בין הסטיגמה המובנית כלפי השוכר, לבין הדינאמיקה המרקסיסטית המכתיבה יחסים מנוכרים, הוביל בתורו לבחירה באסטרטגיה של עמימות רגשית כאמצעי להתמודד עם הסיטואציה החברתית המורכבת.

¹¹ בהקשר זה יש לציין כי כאמור, מהראיונות עלה שהמניע העיקרי של מרבית המרואיינים להרשמה לאתר היה בראש ובראשונה כלכלי. הצבת ההיבט הכספי מעל להיבטים האחרים, הכתיבה רדוקציה של השיח במפגש בעיקר למשמעויות הכלכליות שלו עבור חלק מהמרואיינים.

תגובה נוספת שעלתה במספר ראיונות לדואליות המגולמת ברגע התשלום במהלך האינטראקציה, באה לידי ביטוי כאמפתיה וכרחמים כלפי השוכר, עקב הסטיגמה השלילית המובנית כלפיו. מרואיינים שדיווחו על תחושות כאלו, התקשו יותר בגביית התשלום במהלך האינטראקציה ואף נמנעו מלהעלות את הנושא התשלום במפורש. המרואיינת קלי התייחסה לדינאמיקה זו כאשר נשאלה על נושא התשלום:

I'm not going to say it to them. Because I kind of feel like it would remind them of how maybe sad their life is. They have to resort to having to rent a friend. Because I think that everybody should have a friend that they can go to and talk too... I feel sorry for them or I feel sad for them that they have to pay because they don't have anybody to talk to. So I just kind of feel like, community service or my good will. You know, me being a good Somerton by just being available, be there to talk to them. So to me, the money is not important. Even though that was the actual intent of me signing up.

מדבריה של קלי עולה כי היא נמנעת מיוזמה מפורשת של התשלום עבור הפעילות מצדה, מכיוון שהיא חוששת שיוזמה כזו עלולה לחשוף בפני השוכר את הסטיגמה השלילית שלה כלפיו. הנחת המוצא שלה היא שהאדם ששכר את שירותיה מתקשה בניהולן של אינטראקציות חברתיות ועל כן מעגליו החברתיים כה מצומצמים והוא כה בודד עד שהוא נאלץ "להתדרדר" למצב שבו עליו להשכיר חבר כלשונה. בהמשך דבריה היא מציגה את עצמה היא מציגה כ - "שומרונני הטוב", ומקבילה את השירות שהיא מעניקה לו לעזרה בקהילה. היא אף טוענת כי הכסף, אינו חשוב לה למרות שהיא מציינת כי המניע הראשוני להרשמתה לאתר היה כלכלי. כלומר, נראה כי הסטיגמה שלה כלפי האדם ששכר את שירותיה היא כה חזקה עד כי באופן פרדוקסאלי היא חשה שאין זה הוגן מצדה לבקש ממנו תשלום עבור שירותיה, למרות שהתמריץ הכלכלי הוא שהניע אותה מלכתחילה להירשם לאתר. ניתן לומר כי השימוש בביטויים אלטרואיסטים כמו "השומרונני הטוב" ו - "עזרה בקהילה" מהווה בהקשר זה עדות נוספת להתייחסות אל היחסים החברתיים כעבודה הנגזרת מהעיסוק בחברות כמקצוע. ניכר מהדברים שהמרואיינת איננה תופסת את האנשים ששכרו את שירותיה כשוויי ערך, אלא כנחותים ממנה מבחינה חברתית. לכן, מתוקף תפקידה כחברה מקצועית, היא איננה סבורה שראוי לקחת מהם תשלום בעבור שירותיה, משום שבכך תכפה עליהם להצהיר במפורש על כישלונם החברתי.

המרוויין ג'ורג' התייחס גם הוא למורכבות הרגשית של רגע התשלום, תוך הפגנת אמפתיה ברורה כלפי האדם ששכר את שירותיו. זאת מתוך תפיסה שרגע התשלום חושף למעשה את השוכר במלוא חולשתו ופגיעותו. בהמשך דבריו המצוטטים כאן, מספר ג'ורג' על טקטיקות ההתמודדות שפיתח על מנת להפחית את עוצמת הפגיעה של התשלום באדם ששכר את שירותיו:

I know for the client in that position that might be the most embracing moment of all. you know, for them to stand there and hand somebody money for the meeting they just had it can be very very uncomfortable, and that I feel is their moment of most vulnerability... That's a big moment when you get the money. Um, there are couple of things I do when that happens: I never ask, I never initiate if the payment time now. We have agreed when it is time to pay but you don't say - "oh. it's 3 o'clock. I'd like my check and I want to go home. The time comes, they know it, you know it, you let them initiate, you know whether it's check or cash you don't look. you don't check it there. I mean, obviously you don't want to get sledged but that's not the appropriate time. I always put it immediately into my pocket and move past it as quickly as possible to make it a non issue as quickly as possible.

מתיאור זה עולה ניסיון לטשטש ככל הניתן את רגע התשלום, אם כי בניגוד לטוניה, ג'ורג' בוחר שלא להעלים לחלוטין חלק זה באינטראקציה למרות הקושי שהוא מעורר אצלו. עם זאת, בדומה לטוניה הוא טוען כי הוא לעולם לא מעלה בעצמו את סוגיית התשלום, אלא מחכה שהשוכר יעשה זאת. בהמשך דבריו הוא מוסיף כי הוא אינו בודק את הסכום המתקבל, אלא ממחר להכניס את הצ'ק או הכסף המזומן לכיסו על מנת למזער את תחושת המבוכה ככל הניתן.

טקטיקה אחרת שדווחה במספר ראיונות כאמצעי למניעת המבוכה המתקבלת כתוצאה מחשיפת פגיעותם של השוכרים ברגע התשלום, הינה העברת אקט התשלום לתחילת המפגש. באתר עצמו, אפשרות זו מוצגת כהמלצה לשני הצדדים על מנת למנוע אי נעימויות עתידיות. המרוויינת דנה התייחסה לאפשרות זו בתגובה לשאלה כיצד היא מרגישה בעת רגע התשלום:

I feel o.k. because I require they pay me when we get there, you know. Not afterwards. So, to get that out of the way first and then, then their gone and there are activities.

בהקשר זה, חשוב לציין כי מרביתם של המרוויינים בחרו שלא לחשוף במפורש באתר את המחיר שהם דורשים בעבור שירותיהם. במקום זאת, הם ציינו כי המחיר שלהם "נתון

למיקוח" (negotiable). בכך שהשאירו את סוגיית המחיר פתוחה וגמישה, אפשרו מרבית המרואיינים לאדם ששכר את שירותיהם לקבוע את המחיר בעצמו, בהתאם ליכולותיו הכלכליות ולהערכתו את טיב האינטראקציה. באופן זה, עלה בידי המרואיינים לפתור את סוגיית התמחור של החברות, אשר נתפסת בתרבות המערבית כחסרת מחיר (priceless). נראה שהימנעות מתמחור החברות במפורש באתר, הינה אמצעי נוסף שנקטו בו המרואיינים לשימור ההפרדה בין השדה הכלכלי והחברתי. באופן זה, האחריות להצבת תג מחיר על החברות הועברה למעשה לשוכרים, אשר נאלצו להתמודד עם ההשלכות הסטיגמטיות שלה. המרואיינת דנה התייחסה בדבריה גם לסוגיה זו כאשר נדרשה להתייחס לנושא התשלום:

I leave my price open. So, it's negotiable. So whatever someone can afford. I kind of leave it up to them and I negotiate. So, I'm not, I don't have a really set price to be honest. But it would start at 20\$ an hour... you know you have to basically be strong. You don't want to do something; you know that the minimum fee is about 20\$ I already know that. So I wouldn't do something for 10\$. That's too little.

דבריה של דנה משקפים את המורכבות הגלומה בסוגיית התמחור העצמי של המרואיינים באתר. סוגיית התמחור העצמי אשר לוותה פעמים רבות במשא ומתן, מעלה למעשה במלוא עוצמתה את המורכבות הכרוכה במפגש בין אנשים מתויגים, לבין אנשים שאינם מתויגים ("נורמלים"). כאמור, מפגש שכזה מתואר על ידי ארווינג גופמן (1963), כסיטואציה חברתית מעורבת. לדברי גופמן, סיטואציה כזו מייצרת דינאמיקה המתבטאת בפתולוגיה של קשיי אינטראקציה, עקב דירוגים בלתי הולמים מצדו של האדם שאינו מתויג את האדם המתויג (גופמן, 1963). הדירוג הבלתי הולם, במקרה הזה מבחינת שני הצדדים כפי הנראה, אילץ את דנה במקרה זה "להיות חזקה". זאת משום שמצד אחד היא רוצה להשאיר את המחיר "נתון למיקוח" כלשונה, אך מצד שני היא אינה רוצה להתפשר על ערכה הכלכלי באינטראקציה. על כן היא מציבה לעצמה רף מינימום של לפחות עשרים דולר לשעה ומבהירה כי לא תיפגש עם מישהו בעבור פחות מכך. כמו דנה, נראה כי מרבית המרואיינים היו מודעים לקושי שהתשלום מעורר אצל השוכרים בעקבות הסטיגמה החברתית הנגזרת ממנו, ומשום כך הותירו את סוגיית המחיר בלתי פתורה על ידי השימוש באופציית "negotiable". מצד שני, מרואיינים אלו גם לא רוצה לפגוע בתועלת הכלכלית שלהם מהמפגש, ועל כן הציבו לעצמם רף מינימום שמתחתיו לא יסכימו לקיימו.

לסיכום, בפרק זה הוצג הביטוי השני של החיבור שביצעו המרואיינים בין האופן שבו מוצגים יחסי חברות באתר, לבין האופן שבו תפסו את מושג החברות ביחסייהם מחוץ לאתר. הטענה המרכזית בפרק זה הייתה כי החיבור בין שתי תפיסות שונות אלו, הביא לפיתוח תפיסה של החברות באתר כמערכת יחסים א-סימטרית ובלתי שוויונית בין משכירים לשוכרים. מורכבות זו באה לידי ביטוי באופן המובהק ביותר ברגע התשלום במהלך האינטראקציה. כאמור, מרבית המרואיינים תיארו את אקט התשלום כפעולה המהווה ביטוי מפורש של ערכם העצמי הגבוה באינטראקציה מצד אחד, ושל ערכם העצמי הנמוך של האנשים ששכרו את שירותיהם מצד שני. דואליות ערכית זו המגולמת ברגע התשלום במהלך האינטראקציה, הובילה את המרואיינים להגיב ברגשות מעורבים כאשר נדרשו להתייחס לסוגיית התשלום. מצד אחד דיווחו המרואיינים על תחושות של ייחודיות ואף העצמה אישית, ומצד שני רחמים ואמפתיה כלפי האדם ששכר את שירותיהם. בנוסף, הביאה הדואליות הערכית המגולמת בתשלום, לפיתוח טקטיקות התמודדות מגוונות על מנת לפתור את תחושת הדיסוננס שהתעוררה אצל המרואיינים ברגע התשלום. טקטיקות אלו כללו התייחסות בשוויון נפש לרגע התשלום תוך הפגנת עמימות רגשית, העלמה וטשטוש טקטי של אקט התשלום במהלך האינטראקציה, וכן השארת סוגיית המחיר בלתי פתורה לחלוטין, תוך השארתו נתון למיקוח בהצגה העצמית באתר.

4. הבדלים מגדריים בהתייחסות למושג החברות בעקבות החשיפה לאתר

בפרק הקודם הוצגו היסודות המשותפים הן לנשים והן לגברים שרואיינו לעבודה זו בהקשר של התייחסויותיהם למושג החברות בעקבות האינטראקציות שחוו במסגרת האתר. בפרק זה מוצגים ההבדלים המגדריים בהתייחסותם של המרואיינים למושג החברות בעקבות חשיפתם לתכנים באתר, ובעקבות האינטראקציות שחוו במסגרתו. תחילה מוצגת תפיסתם של הנשים את מושג החברות, ולאחר מכן מוצגת תפיסתם של גברים את מושג החברות. להצגתם של ההבדלים המגדריים בהתייחסותם של המרואיינים למושג החברות ישנה חשיבות רבה מכיוון שנראה כי להבדלים אלו תפקיד משמעותי במיוחד בעיצוב האופן שבו חוו המרואיינים את האינטראקציות שניהלו דרך האתר עם האנשים ששכרו את שירותיהם דרכו.

כאמור, לשוכר הפוטנציאלי ישנה אפשרות להשוות בין "חברים" שונים על פי קריטריונים המובנים במנוע החיפוש של האתר. בעמוד חיפוש החברים ניתן לבחור את סוג החבר

המבוקש על פי מינו, נטייתו המינית, חתך הגיל שלו, וסוג הפעילות החברתית שאותה הוא מוכן לבצע. על ידי חיבור בין ארבעת המרכיבים הללו ניתן להרכיב מעין עסקת חבילה המותאמת לצרכיו של השוכר הפוטנציאלי. נראה כי דינאמיקה זו, כאשר היא משולבת בהיעדר מסגרת התייחסות מוגדרת ובהירה לקונספט שמציע האתר, השפיעה באופן שונה למדי על הנשים ועל הגברים שרואיינו במסגרת העבודה.

בספרו "הצגת העצמי בחיי היום יום", מתייחס ארווין גופמן (1959) בין השאר למצבים חברתיים שבהם חלוקת התפקידים בין הצדדים המעורבים באינטראקציה אינה ברורה דיה. לדברי גופמן:

אם מקבל על עצמו אדם תפקיד שהוא לא רק חדש בשבילו, אלא גם שאיננו ממוסד בחברתו, ואם מנסה הוא לשנות את ההשקפה המקובלת על תפקיד כזה, מן הסתם נוכח הוא עד מהרה שיש מספר חזיתות ממוסדות היטב, וכי עליו לבור את המתאימה לו מביניהן (גופמן, 1959, עמ' 33).

נראה כי יש בכוחה של טענה זו בכדי להסביר את ההבדלים המגדריים שנמצאו בתפיסתם של המרואיינים את מושג החברות. למעשה, ממצאי פרק זה מלמדים כי בבואם לכוון אינטראקציות דרך האתר, נתקלו המרואיינים והמרואיינות בשלוש חזיתות ממוסדות היטב בתרבות המערבית: התסריט התרבותי המכתיב את אופיין של האינטראקציות בתחום הזנות והליווי, התסריט המכתיב את אופיין של האינטראקציות המתרחשות באתרי הכרויות רומנטיים, וכן התסריט המכתיב את מאפייניה של הגבריות ההגמונית. נראה כי אימוצם של תסריטים תרבותיים חזקים אלו על ידי האנשים ששכרו את שירותיהם של המרואיינים, השפיע בצורה שונה על תפיסתם של מרואיינות נשים, ומרואיינים גברים את מושג החברות.

השוני בדיווחיהם של הנשים והגברים אודות חוויותיהם במסגרת האינטראקציות שניהלו דרך האתר מצא את ביטויו בשלושה אופנים עיקריים: ראשית, הגברים שרואיינו במסגרת עבודה זו דיווחו על מפגשים מגוונים שכללו אינטראקציות הן עם נשים והן עם גברים. לעומתם, מרבית הנשים שרואיינו דיווחו על מפגשים עם גברים בלבד. שנית, בעוד שמרבית הגברים דיווחו על אינטראקציות בעלות אופי אפלטוני, מרבית הנשים דיווחו על ניסיונות לקחת את המפגשים לכיוונים ארוטיים מצד הגברים ששכרו את שירותיהם¹². שלישית, למעט שני יוצאים מן הכלל, כל

¹² בהקשר זה יש לציין כי ללא יוצא מן הכלל, כל הנשים וכל הגברים שנדגמו במחקר זה היו רווקים, מרביתם רווקים ללא ילדים.

המרואיינים שמילאו תפקיד חברתי-סימבולי במסגרת האינטראקציות שקיימו דרך האתר היו למעשה נשים, אשר נדרשו למלא תפקיד של בנות זוג עבור גברים ששכרו את שירותיהם.

4.1 תפיסת החברות בעקבות החשיפה לאתר בקרב נשים

כאמור, נראה כי האופן שבו תפסו הנשים שרואיינו במסגרת עבודה זו את משמעותן של האינטראקציות שניהלו דרך האתר הושפע משלושה פקטורים עיקריים: א. מרבית הנשים שרואיינו דיווחו על מפגשים עם גברים בלבד, ב. מרבית הנשים דיווחו על ניסיונות לקחת את המפגשים לכיוונים ארוטיים מצד הגברים ששכרו את שירותיהם, ג. למעט שני יוצאים מן הכלל, כל המרואיינים שמילאו תפקיד חברתי-סימבולי במסגרת האינטראקציות שקיימו דרך האתר היו למעשה נשים, אשר נדרשו למלא תפקיד של בנות זוג עבור גברים ששכרו את שירותיהם.

ניתן לומר כי פרשנות בעלת אופי ארוטי במיוחד לקונספט של השכרת חברים עלתה בעיקר בראיונות עם נשים. זאת מכיוון שכמעט כל הנשים במחקר זה וגם מספר קטן של גברים, דיווחו על ניסיונות להפוך את האינטראקציות במפגשים לבעלות הקשר מיני. חלק מהגברים ששכרו את שירותיהם של נשים באתר אף פירשו את השירותים המוצעים בו כשירותי זנות או ליווי כפי שאפשר ללמוד מדבריה של ברברה:

All of my requests have been from men except one from a woman who wanted that I will go out with her to a comedy show. But later, I found out that she was bisexual, and that she was interested in more than just going to the show. So it always has been for me; all of my requests are - "oh, you are pretty, I want to take you out, and hopefully take you home". You know what I mean? So. That's my experience.

המרואיינת ג'קי, התייחסה לאופיין הארוטי של האינטראקציות באופן מפורש אף יותר. כאשר נשאלה כיצד היא מרגישה עם העובדה שהיא מקבלת כסף עבור שירותיה, ענתה ג'קי כי התשלום גורם לה להרגיש כמו נערת ליווי, למרות שהדגישה כי היא איננה מספקת שירותי מין:

Since you have been questioning me about the money part, I started to think. You know, I'm kind of like a paid escort. But I don't kiss anybody, I don't hold their hands, I don't have sex with them. So what's the difference?

ההתכתבות עם שיח הזנות והליווי, והן ההתכתבות עם השיח באתרי הכרויות רומנטיים הן שתי תמות שעלו בראיונות מספר רב של פעמים בהקשרים שונים. משום כך נראה כי מספר רב של גולשים פירשו את יחסי החברות המשווקים דרך דפי האתר, כיחסים בעלי אופי ארוטי. מהלך פרשני זה, שנעשה בדרך כלל על ידי גברים שהשכירו נשים דרך האתר, יצר פער בין צפיותיהם של הצדדים המעורבים מהמפגש החברתי וגרם לעיתים לתחושת מבוכה, תסכול וחוסר נוחות במהלכו. אפשר לראות זאת בבירור באופן שבו תיארה המרואיינת דנה למשל, את המפגש בינה לבין הגבר ששכר את שירותיה. דנה העידה על עצמה כי ניהלה מערכת יחסים ממושכת שערכה כשנתיים, עם גבר ששכר את שירותיה דרך האתר. לדבריה, מערכת היחסים התנהלה לשביעות רצונה, עד לשלב שבו אותו גבר דרש ממנה "להיות יותר מחברה" שלו כלשונה:

It was good at the beginning. We had a lot of fun and it was really good for a while, I'd say for about a year, and then it just changed because he started--; he wanted me to be more than a friend. That's when there was a change in the relationship and he didn't wanted to do certain things with me unless there was gonna be...; but he was like... - I'll give you an example. He says we can go out to dinner, but he didn't want me to go to the pool with him... "I don't want to invite you to the pool because other guys are gonna look at you and wanna talk to you". So he wanted me all to himself and it's like "Oh my God! What?"

גם המרואיינת ברברה תיארה דברים ברוח דומה כאשר נתבקשה לספר על חוויותיה במסגרת האתר. ברברה הסכימה לנהל שיחות טלפוניות עם גבר שהכירה באתר מתוך מחשבה שאותו אדם זקוק לאוזן קשבת. במקום זאת, לדבריה השיחות החלו מהר מאוד ללבוש אופי ארוטי, דבר שגרם לה לתחושת חוסר נוחות קיצונית:

It got really bad to the point where he wanted me to...; I think he was like a white guy or something, and I'm a black girl so he was asking me sexual questions... these all really like horrible questions. I was just like, I was feeling uncomfortable and it got to the point where he wanted me to; he would call me while I'm on my work, to my work line. And I'm like - I can't talk with you right now. And he got really upset with me so I had to stop everything I'm doing to talk.

מדבריהן של ברברה ודנה, ניתן להסיק כי הדרישה הגברית לכינונה של אינטימיות ארוטית במסגרת האינטראקציה, העמידה אותן במצב של דיסוננס קוגניטיבי. זאת מכיוון שנראה כי התקיים פער בין צפיותיהן מהאינטראקציה, לבין האופן שבו התנהלה האינטראקציה הלכה למעשה. ניתן לומר כי המרואיינות הרגישו שנכפית עליהן אינטימיות מסוג שונה, וברמה גבוהה ואינטנסיבית יותר ממה שציפו כאשר הציעה את עצמה להשכרה באתר. כפייה זו מתקשרת כפי הנראה לתחושת זכאות וראויות מוגברת מצד הגברים ששכרו את שירותיהן של המרואיינות. ניתן לייחס זאת למה שרוברט קונל (Robert Connell) מכנה תחזוקה של "גבריות הגמונית". לפי קונל, הגבריות ההגמונית כיום, מכילה בתוכה את מקבץ הפרקטיקות המגדריות המאפשרות את קיומה של החברה הפטריאכלית, המזוהה בין היתר עם הטרוסקסואליות (Connell, 2009).

דינאמיקה זו גם מתכתבת באופן ברור עם ממצאיהן של אתנוגראפיות המתארות את העיסוק בזנות על ידי נשים. אליזבת ברנשטיין (Elizabeth Bernstein) מתייחסת בספרה לאופן שבו משרטטות לעצמן נשים העוסקות בזנות, גבולות בין המרחב הציבורי של העבודה, למרחב הפרטי של החיים האישיים מחוצה לה. על ידי אימוץ פרקטיקות מקצועיות כגון החלפת שם לצורך העבודה, לבישת ביגוד מיוחד לצרכי העבודה, וכן הימנעות ממחוות גופניות מסוימות כגון נשיקה על הפה, עלה בידיהן למנוע מהזהות המתויגת בעבודתן לחלחל אל המרחב של חייהן הפרטיים (Bernstein, 2007). בהקשר זה, נראה כי אימוץ התסריט התרבותי של הזנות על ידי חלק מהגברים ששכרו את שירותיהן, אילץ את המרואיינות להתמודד עם כפייתן של הפרקטיקות ההתנהגותיות המזוהות עם תסריט זה. אולם, נראה כי מכיוון שהמרואיינות לא ציפו כלל לסוג אינטראקציה שכזה, הן גם לא השכילו לפתח את המיומנויות הרגשיות אשר יסייעו להן להתמודד עם השלכותיו כלפיהן. משום כך, דינאמיקה זו עוררה אצלן תחושה של רתיעה אשר לוותה בחוסר נוחות קיצונית, וכן בביטויים של בלבול ותסכול.

כפי שהוסבר בפרק העוסק במגבלותיו הכלכליות של האתר, המילה "compensation" (פיצוי) חזרה ועלתה בהקשר זה בעיקר אצל מרואיינות. ההתייחסות לתגמול הכלכלי כאל פיצוי על אי נעימות עתידית, העידה בדרך כלל על פרספקטיבה שלילית כלפי האינטראקציה. המרואיינת ברברה העלתה התייחסות לסוגיה זו בצורה ברורה כאשר נתבקשה לתאר את סוג הקשר שנוצר בינה לבין האדם ששכר את שירותיה:

Personally I take it as a business because on my side, I only do it for the compensation I get from people in the website who want me to hang out with them. I will only do it if I am compensated because I would; well again I'm not much of a people's person, and I feel like it's dangerous, it force me to meet strangers which is something I don't feel comfortable with.

מדבריה של המרואיינת ניכר כי היא רואה את המפגשים דרך האתר באור שלילי עקב היבטים הקשורים באישיותה וגם בזהותה המגדרית. היא מעידה על עצמה כי היא אינה אדם חברותי, היא טוענת כי חשה סכנה בעת המפגש, והיא טוענת שהדינאמיקה באתר כופה עליה להיפגש עם גברים שאותם היא תופסת כ- "זרים" ולא כחברים פוטנציאליים. כלומר, נראה כי עבור המרואיינת הכסף הפך למעשה מתמריץ מעודד לקיום האינטראקציה, לאלמנט של פיצוי בעבור הימצאות ביחסים הנתפסים על ידה כבלתי רצויים ובלתי נעימים.

עם זאת, בהקשר זה יש לציין כי חלק מהנשים שנשכרו על תקן בנות לוויה לא הביעו הסתייגות מכך בהתחלה, וחלקן אף נהנו מהמפגשים המשותפים עם הגברים ששכרו אותן. עדות משכנעת לכך עולה למשל מדבריה של ג'רמין :

The men who contacted me were very nice and very respectful and we've been contacted on a platonic basis. It's positive because I was concerned that, um, not overly concerned but a little bit concerned of you know. I don't know what kind of ideas people have so I always state in an advance that this is platonic even though the place is platonic.

תיאורה של ג'רמין את היחסים עם הגברים ששכרו את שירותיה מלמד כי בניגוד למרואיינות ברברה ודנה, היא הצליחה להפיק הנאה מהמפגש עמם, למרות חששותיה המקדימים. היא מייחסת הצלחה זו לכך שלדבריה האינטראקציה הייתה "על בסיס אפלטוני" כלשונה, ולכן היא הרגישה שלא נכפתה עליה אינטימיות מעבר לרמה שהייתה מוכנה לספק במהלכה. בהמשך הראיון כאשר נתבקשה לתאר את טיב הקשר עם הגברים ששכרו את שירותיה, ג'רמין אף טענה כי גברים אלו הרגישו עבודה כמו חברים - "They generally felt like friends".

היבט אחר שהשפיע על תפיסתן של חלק מהמרואיינות את היחסים שניהלו דרך האתר, היה קיומה של דינאמיקה המכתיבה צמצום של הערך שאותו הן מביאות לאינטראקציה לכדי סממנים חיצוניים הקשורים בהופעה, ושייך אתני ומגדרי. דינאמיקה זו עלתה באופן בולט בראיון עם טורי. טורי הינה אחת הנשים הבודדות שלא הביעו הסתייגות ממילוי תפקיד של בת זוג

במהלך האינטראקציה עם הגבר ששכר את שירותיה בשום שלב בראיון¹³. במסגרת האתר, היא נפגשה עם שני גברים: עם גבר אחד טענה שצפתה בסרט, ועם גבר אחר נסעה לטיול ברכב מפואר. בתארה את האינטראקציה בינה לבין הגבר שאיתו נסעה לטייל ברכבו, הביעה המרואיינת אי נוחות מסוימת מכך שלא נדרש ממנה מאמץ רב או כישורים כלשהם על מנת לבצע את תפקידה:

We were just having tea in a coffee shop. So he told me about himself. He just wanted somebody to accompany him to do that and I said - sure I can do that. So, you know, I know I am trying to put myself in the best light um, and I consider - oh this person wouldn't contact me again but he did. And he wanted me to go somewhere in the countryside. It was awkward because he has a Ferrari. He drive a very expensive car and you know, it was fun and he was very nice, very appropriate. In the end I felt like I rented him, not the other way you know... He told that he read my profile and thought I was a descent person and you know, I have some nice hobbies. I am who I am. Maybe he really Google it and he could tell I'm not a fake. I don't know. Maybe he had a weakness to Eastern European women or maybe he just likes other people.

מתיאור זה ניתן ללמוד כי המרואיינת לא הרגישה שהפגינה כישורים או יכולות מספקות במהלך האינטראקציה הראשונה עם האדם ששכרה את שירותיה. היא טוענת כי במפגש הראשון עמו השניים רק שתו תה, ומכיוון שלא ניסתה להציג את עצמה בצורה אטרקטיבית, היא הופתעה מכך שיצר איתה קשר בשנית. נראה כי במהלך הפגישה השנייה, חשה המרואיינת כי היא תורמת עוד פחות למהלך האינטראקציה מכיוון שהאדם ששכר את שירותיה לקח עליו את האחריות למהלכה תוך שהוא מסיע אותה לטיול ברכבו היוקרתי. כלשונה - "הרגשתי שאני שכרתי אותו ולא להפך". בהמשך הוסיפה כי אותו אדם טען כי שכר את שירותיה מכיוון שחשב שהיא "אדם הגון עם תחביבים נחמדים", אולם נראה כי לא התאפשר לה להפגין את תחביביה וכישוריה במהלך האינטראקציה. משום כך היא מביעה את תהייתה האם יש לאותו אדם פשוט "חולשה לנשים מזרח אירופאיות".

בהקשר זה, יש לציין כי הדינאמיקה המכתיבה צמצום של הערך שאותו מביא החבר לאינטראקציה לכדי סממנים חיצוניים הקשורים בהופעה ושיוך אתני ומגדרי, לא הייתה אופיינית לכל הנשים שמילאו תפקיד חברתי סימבולי במסגרת האינטראקציות שניהלו. חלק מהנשים

¹³ טורי תיארה את עצמה כאישה אוקראינית, המגדלת את ביתה בניו יורק כעשר שנים.

שמילאו תפקיד זה במסגרת האינטראקציה עם האדם ששכר את שירותיהם, נדרשו להפגין כישורים חברתיים, מוסר עבודה וכן כישורים בתחום הפעילות שאותה ביצעו. עם זאת, במספר ראינות חלק מהנשים דיווחו על דינאמיקה שלא אפשרה להם לבטא את כישוריהן במהלך האינטראקציה, ואף הביעו תסכול מכך. כך עולה למשל מתיאורה של המרואיינת ברברה, כאשר נתבקשה במהלך הראיון לתאר את הקשר בינה לבין האנשים ששכרו את שירותיה דרך האתר:

These people are not my friends. I don't know anything about them so I wouldn't; Even after going out and interacting with them, I still don't feel they are my friends, you know. And also because they pay me, and most of the time they are guys who wanted to take me out on dates. It's kind of like they are paying me to be a date because they think that I am pretty or something and that's just not really for me. So.

מדבריה של ברברה עולה כי היא חשה תסכול ואי נוחות מכך שהגברים ששכרו את שירותיה התייחסו אל המפגש איתה כאל "דייט" רומנטי, וגם מכך שחשה כי גברים אלו רצו בחברתה רק מכיוון שמראיה החיצוני מצא חן בעיניהם. משום כך, נראה כי היא אינה מסוגלת להתייחס לאנשים אלו כחברים, גם לאחר שהיטיבה להכירם.

צורה זו של שימושיות בנשים יפות כאמצעי להאדרת העצמי הגברי תוך עיסוק בפעילויות פנאי נהנתניות, מזוהה על ידי תורסטין ובלן (Thorstein Veblen) עם המושג "פנאי ראוותני". ובלן טוען כי על מנת לזכות בהערכתם של בני אדם, לא די בצבירתם של עושר ועוצמה. לדבריו, על מנת שהעושר והעוצמה יקבלו תוקף, יש צורך בהפגנת ראיות ממשיות שישקפו אותם. הראיה הבולטת ביותר לכך היא הימנעות מעבודה, תוך ניצול הזמן לביצוע פעילויות פנאי ראוותניות ובלתי יצרניות הנתמכות במשרתים. תפקידם הסימבולי של האחרונים, בא לידי ביטוי בסיפוק שירותים שונים לאדוניהם בפומבי, על מנת לאפשר לו להפגין את עושרו וכוחו. משום כך, משרתים אלו נדרשים להפגין לא רק יחס של כניעות, אלא גם שליטה בדרכי הבעת הכניעות על מנת לעמוד בסטנדרטים המצופים מהם (Veblen, 1953[1899]). דינאמיקה זו, באה לידי ביטוי באופן בולט אצל כמה מהנשים שרואיינו במסגרת עבודה זו. כאמור, נשים אלו לא נדרשו להפגנת מוסר עבודה, כישורים חברתיים טובים או כישורים בתחום הפעילות המתבצעת. הן נבחרו למילוי תפקידן הסימבולי על סמך סממנים חיצוניים הקשורים בהופעה, ושיוך אתני ומגדרי על מנת לשמש כאמצעי להאדרת כוחם של גברים במסגרת מימושם של קודים תרבותיים פטריאכלים.

לסיכום, בפרק זה תוארה תפיסתן של הנשים שרואיינו במסגרת עבודה זו את משמעותן של האינטראקציות שניהלו דרך האתר, בהתייחס להיבטים שזוהו כייחודיים למגדר הנשי בהקשר זה. כאמור, השוני המגדרי נבע מההתכתבות המובנית באתר עם התסריט התרבותי של הזנות, וכן עם התסריט של המפגשים המתקיימים דרך אתרי הכרויות רומנטיים. מתיאוריהן של הנשים שהובאו בפרק זה עלה כי על אף שמרבית הנשים נפגשו עם גברים בלבד, ובמקרים רבים על תקן בנות זוג, נראה כי לא הייתה לכך השפעה ישירה על האופן שבו תפסו הנשים את טיבה של האינטראקציה. גורמים בעלי השפעה משמעותית יותר על טיבה של האינטראקציה באו לידי ביטוי בניסיון של חלק מהגברים לכפות אינטימיות ארוטית במהלך המפגשים, וכן בצמצום ערכן של חלק מהנשים במפגשים לכדי סממנים חיצוניים. כפיית האינטימיות הארוטית, וכן דינאמיקת ההחפצה הויזואלית, מנעו מהנשים להפגין במסגרת האינטראקציה את יכולותיהן כחברות מקצועיות. משום כך, נשים שהרגישו כי לא נכפית עליהן אינטימיות ארוטית בניגוד לרצונן, וכי הן נשפטות במהלך המפגש על סמך כישוריהן ולא רק על סמך מראן, הצליחו להפיק הנאה מהאינטראקציה עם הגברים ששכרו אותן ובמקרים מסוימים אף התייחסו אליהם כחברים. לעומתן, נשים שהרגישו שנכפית עליהן אינטימיות ארוטית בניגוד לרצונן, או שחשו כי הן נשפטות רק על פי מראן החיצוני, הביעו רגשות של תסכול ואי נוחות ותיארו את הגברים ששכרו את שירותיהם כ - "מכרים" בלבד.

4.2 תפיסת החברות בקרב גברים

ניתן לומר כי האופן שבו תפסו הגברים שרואיינו במסגרת עבודה זו את משמעותן של האינטראקציות שניהלו דרך האתר הושפע משלושה פקטורים עיקריים: א. הגברים שרואיינו דיווחו על מפגשים מגוונים - הן עם גברים והן עם נשים, ב. להבדיל מהנשים, מרבית האינטראקציות של הגברים שרואיינו היו נטולות אוריינטציה ארוטית כלשהי, ולא ניכר בהם אלמנט של כפיה ג. המפגשים של המרואיינים הגברים עם גברים אחרים, תוארו לעיתים כאמצעי להעלאת ערכם וביטחונם העצמי של האחרונים.

כאמור, להבדיל מהנשים שרואיינו במסגרת עבודה זו, המרואיינים הגברים שנדגמו דיווחו על מפגשים בעלי אופי מגוון יותר מבחינה מגדרית. חלקם נפגשו עם גברים אחרים, חלקם נפגשו עם נשים ואחד מהם אף נפגש עם אדם שהגדיר שאותו הגדיר כטרנסווסטיט. עם זאת,

ההתכתבות עם שיח הזנות והליווי חזרה ועלתה גם בדיווחיהם של המרואיינים הגברים, אם כי יש לציין כי במידה פחותה. המרואיין בראד התייחס לכך באופן המפורש ביותר:

I feel like a whore (laughing). I personally feel like a whore.

בנוסף, כאשר נשאל כיצד הוא מחליט להיפגש עם חבר מהאתר, העלה בראד את החשש שמא "יתחילו איתו" כלומר, שמא ינסו לנתב את המפגש לכיוונים ארוטיים:

well we talk though the e-mail and I see the photo. I personally pay attention to that. Some of them; I just afraid the person will try picking on me.

גם המרואיין אוזי, הביע חשש דומה כאשר נשאל האם חש חוסר נוחות בשלב כלשהו במהלך האינטראקציה עם האדם ששכר את שירותיו:

You know, to me it's kind of like a professional business. I want to help him and the uncomfortable part in that is if he ever think of it as sort of uh, if he thinks about it in other way than a professional friendly, some sort of institution. I don't want him ever to think of it as more than just friendship relations. Nothing, you know, sexual, nothing like that.

בהקשר זה יש להדגיש כי הן בראד, והן אוזי דיווחו על מפגשים עם גברים בלבד, ושניהם ציינו בכרטיסיהם כי יהיו מוכנים להיפגש רק עם נשים או גברים סטרייטים. לדבריהם, גברים ונשים אלו לא כפו עליהם אינטימיות בעלת אופי ארוטי. למרות זאת, נראה כי ההתכתבות עם תמת הזנות ועם השיח באתרי הכרויות הרומנטיים, השפיעה במידת מה על האופן שבו תפסו את האינטראקציות שניהלו דרך האתר. משום כך, העלו המרואיינים את החשש שמא המפגש יגלוש לכיוונים ארוטיים מתוך המסגרת האפלטונית לכאורה. חריגה מהמסגרת האפלטונית המוגדרת באתר נתפסה על ידיהם כבלתי רצויה, ואף "בלתי מקצועית" כפי שהגדיר זאת אוזי.

אם כן, למרות אופיים המגוון של המפגשים שקיימו המרואיינים הגברים מבחינה מגדרית, ולמרות שמפגשים אלו נעדרו ברוב המקרים אוריינטציה ארוטית כלשהי, הביעו גברים רבים חשש מפני גלישת היחסים לכיוון ארוטי. עובדה זו מחזקת את הטענה כי ההתכתבויות עם תמת הזנות, ועם השיח באתרי ההיכרויות הרומנטיים השפיעו על שני המינים במידה שווה.

עם זאת, בניגוד לנשים, המרואיינים הגברים לא דיווחו במרבית המקרים על מפגשים שהתקיים בהם אלמנט של אינטימיות ארוטית, ובשום מקרה לא דווח על כפיה של אינטימיות

כזו. ייתכן כי משום כך, דיווחיהם של מרבית הגברים על חוויותיהם מהמפגשים התאפיינו בגוון חיובי יותר. התייחסות מפורשת להבדלים בין גברים לנשים בהקשר זה, ניתן למצוא בדבריו של מריל, יועץ לעסקים שנפגש עם מספר גברים בעלי מוגבלויות¹⁴:

Oh, I don't think I had a single negative. I mean I can imagine maybe, women may have uh, [difficulties with what you said] before but I'm just a straight guy, very charismatic and funny, confident, prior military so I create a certain vibe so I don't really get into situations so that would; where there will be compromise or my safety will be in danger or any of that sort.

מדבריו של מריל ניתן ללמוד כי למעשה הוא מייחס את היעדר החוויות השליליות שלו במפגשים לעצם היותו גבר. את עצמו הוא מתאר כגבר דומיננטי, הבטוח בעצמו ובגבריותו ומסוגל להגן על עצמו במקרה הצורך. אולם, הוא מניח שאישה הנפגשת עם גולשים דרך האתר, חושפת את עצמה לסיכון מסוים. כלומר, לתפיסתו של מריל, אישה המנהלת אינטראקציות דרך האתר, חשופה לסיכונים והתעמרויות מעצם היותה אישה, ומשום כך יש להניח כי חוויותיה מהשימוש באתר יהיו שליליות יותר. טיעון זה עולה בקנה אחד עם חוויותיהן של מרבית הנשים שתוארו בפרק הקודם, אשר כאמור נאלצו להתמודד עם אינטימיות ארוטית שנכפתה עליהן במקרים רבים על ידי גברים.

אלמנט נוסף שנראה כי הייתה לו השפעה על חוויותיהם של הגברים מהמפגשים שקיימו דרך האתר, בא לידי ביטוי בכך שהמפגשים גברים עם גברים אחרים, תוארו לעיתים כאמצעי להעלאת ערכם וביטחונם העצמי של האחרונים. הדוגמא המובהקת ביותר לכך נמצאת בהתייחסותו של המרואיין מריל לשאלה האם בדיעבד לדעתו היה שווה לו להירשם לאתר:

I think it's worthwhile... I'm actually going to be starting a personalized coaching for guys in general that want to find more balance and become better at fitness and how they relate to women, how they approach and see themselves as far as their self esteem and their value and how to unlock any blockages so they can in turn take that with them and have ammunition to go become the highest and best version of themselves.

¹⁴ מריל נפגש עם מספר אנשים בעלי מוגבלויות פיזיות קלות, ושוחח איתם בזמן שהם עברו טיפול נייורותרפי בביתם.

מתשובתו של מריל עולה כי בעקבות האינטראקציות שניהל באתר עם אנשים הסובלים ממוגבלות פיזית, הוא החליט לנסות להיות מאמן אישי עבור גברים. לדבריו הוא מתעתד לנסות לעזור לגברים המעוניינים בכך לשפר את רמת הכושר הגופני שלהם, את ביטחונם העצמי, ואף את יחסיהם עם נשים. כל זאת על מנת לעזור להם להפוך "לגרסה הטובה ביותר של עצמם" כלשונו. כאמור, מריל מנכס לעצמו שלל תכונות גבריות הנתפסות בעיניו כחיוביות. הוא מעיד על עצמו כי הוא גבר סטרייט, כריזמטי, מצחיק ובטוח בעצמו (I'm just a straight guy, very charismatic and funny, confident, prior military). נראה כי תכונות אלו, מעניקות לו את הלגיטימציה לפעול כמאמן אישי עבור גברים אחרים המעוניינים לתחזק ואף "לשפר" את גבריותם.

גם המרואיין בראד נדרש לסייע לגבר ששכר את שירותיו לשפר את כישוריו עם נשים. לדבריו הוא התבקש ללכת עם אותו גבר למועדון ריקודים על מנת לסייע לו "להתחיל עם בנות" כלשונו:

Another time I did an actual meeting with this guy. I help him to pick up some girls... basically we went to the club, I introduced him to some people. I have an ability like; I had to break the ice with him. It was a little bit um, the guy was a little; You have to be yourself you know. Don't be shy. Um, he did try it again. You can try again if you want to.

מדבריו של בראד עולה ניסיון לסייע לגבר ששכר את שירותיו להתגבר על ביישנותו על מנת לשפר את מיומנותו ביצירת קשר עם נשים בעקבות בקשתו. נראה כי הוא אף עודד אותו "לנסות שוב" כדבריו, גם לאחר שכשל בכך. נראה כי שיפור המיומנות ביצירת קשר עם נשים, מוצגת בהקשר זה כאמצעי להעלאת ערכו וביטחונו העצמי של השוכר.

דוגמא נוספת לסייע של גבר לגבר אחר בהקשר זה, ניתן למצוא גם בהתייחסותו של המרואיין אוזי לאינטראקציה עם הגבר ששכר את שירותיו. אוזי מילא תפקיד של - "חבר עט" עבור גבר שהיה מעוניין לחלוק איתו את הקשיים והבעיות האישיות שהתמודד איתן בחייו:

This person is a very depressed person. So for him [the service meant] to reach out and find somebody for some kind of companionship or friendship. I think that my hope is that I helped him - one, get confidence with himself, two, get more friends outside of the website.

בהקשר זה יש לציין כי אף לא אחד משלושת הגברים שדיווחו על ניסיונות להשתמש בשירותיהם כאמצעי לשיפור הביטחון העצמי של האדם ששכר את שירותיהם, לא תיארו את

היחסים עמו כיחסי חברות. הגברים שכן הגדירו גברים אחרים ששכרו את שירותיהם כ -
"חברים" לא נתבקשו לסייע לאותם גברים בשיפור ביטחונם העצמי בדרך כלשהי. ניתן ללמוד על
כך באופן ברור למדי מתיאורו של רון את הקשר שנוצר בינו לבין האדם ששכר את שירותיו :

I would say there's definitely a friendship that came out of it. The guy I most recently hangout with continues to text here and there. He told me about a book that he was reading and sent it to me, and I started sort of reading it. We kind of text about it occasionally. So yeah. There is definitely a level of friendship that developed from that.

כמו מריל, גם רון נפגש עם אדם בעל מוגבלות ושוחח איתו ארוכות במהלך מספר מפגשים. אולם,
שלא כמו מריל, רון לא נתבקש לסייע לאותו אדם בשיפור העצמי שלו בדרך כלשהי. במקרה של
רון נראה כי האינטראקציה בין הצדדים התנהלה על בסיס שוויוני יותר. זאת משום שבמקרה זה
הצד המושכר לא נתפס כאמצעי לשיפור העצמי, אלא ככלי למימוש צורך חברתי באינטראקציה
אנושית. נראה כי משום כך האינטראקציה הייתה פחות חד צדדית, וכך אפשרה לשני הצדדים
לנהל ביניהם שיח על בסיס תחומי עניין משותפים שסביבם יכול היה להיווצר חיבור רגשי.

לסיכום, בפרק זה תוארה תפיסתם של הגברים שרואיינו במסגרת עבודה זו את משמעותן
של האינטראקציות שניהלו דרך האתר, בהתייחס להיבטים שזוהו כייחודיים למגדר הגברי
בהקשר זה. מתיאוריהם של הגברים שהובאו בפרק זה עלה כי לעובדה שלאינטראקציות שנוהלו
היה אופי מגוון יותר מבחינה מגדרית, הייתה השפעה מסוימת על טיבו של הקשר שנוצר במהלכן.
כפי שנמצא גם בפרק העוסק במגדר הנשי, ההתכתבות עם השיח באתרי ההיכרויות ועם תמת
הזנות עלתה גם אצל הגברים, וזאת למרות שלא דווחו ניסיונות כלשהם לכפיית אינטימיות
ארוטית במהלך המפגשים. עם זאת, נראה כי לנוכחותו של השיח כשלעצמה הייתה השפעה שולית
על טיבה של האינטראקציה. להיעדר המימד של כפיית האינטימיות הארוטית במפגשים הייתה
השפעה משמעותית יותר. נראה כי היכולת לשמר את גבולות האינטראקציה בתוך מסגרת
אפלטונית, יצרה אצל מרבית הגברים זיקה חיובית יותר משל הנשים כלפי המפגשים במרבית
המקרים. בנוסף, נראה כי מפגשיהם של גברים עם גברים אחרים התאפיינו ברמה מסוימת של
חוסר שוויוניות מבחינת המשאבים הרגשיים המושקעים באינטראקציה, כאשר הצד המושכר
נדרש לשמש ככלי לשיפור העצמי של הצד המשכיר. יחסים שהתקיימה בהם דינאמיקה כזו,
התאפיינו ברמה נמוכה יותר של חיבור רגשי בין הצדדים, לעומת יחסים שלא התקיימו בהם מימד
שכזה.

בעבודת מחקר זו נעשה ניסיון לבדוק באיזה אופן משפיע השימוש הממוסחר ברשתות חברתיות באינטרנט על האופנים שבהם בני אדם מפרשים את משמעותן של האינטראקציות החברתיות ביניהם, תוך השמת דגש מיוחד על האופן שבו פרשנות זו עשויה לתרום לעיצוב מחדש של מושג החברות. שאלת המחקר המרכזית שנדונה בעבודה הייתה - כיצד מפרשים גולשי האתר המציעים עצמם להשכרה, את משמעותן של האינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם? על מנת לבחון סוגיה זו, העבודה התמקדה באינטראקציות חברתיות בין גולשים באתר אינטרנט המציע שירותי השכרה מקוונת של "חברים" לפי שעה. במסגרת העבודה בוצע ניתוח פרשני משולב, אשר כלל התייחסות להיבטים תרבותיים והיבטים טכנולוגיים המעצבים את העצמי האינטרנטי בעת השימוש באתר.

על מנת לשפוך אור על שאלת המחקר, הותוו לעבודה זו שלוש מטרות מרכזיות: המטרה הראשונה הייתה לבחון את ההשפעה של טכנולוגיית האינטרנט על מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר, וכפי שהוא מתואר על ידי הגולשים המשכירים את עצמם כחברים במסגרתו. המטרה השנייה התמקדה בבחינתם של הדיווחים הפנומנולוגיים אודות מושג העצמי, בעקבות החשיפה של החברים המושכרים באתר לאינטראקציות עם גולשים ששכרו את שירותיהם. המטרה השלישית הייתה לבחון את החיבור בין שני תסריטים תרבותיים שונים אודות מושג החברות כפי שהם מתקיימים בבסיס האתר: השיח הקפיטליסטי המסחרי, והשיח האינטימי אישי.

על מנת ליצור מסגרת התייחסות שתאפשר בחינה ראויה של מטרות המחקר, ממצאי המחקר חולקו לארבעה פרקים עיקריים: הפרק הראשון כלל ניתוח טקסטואלי של מושג החברות כפי שהוא מוצג באתר ומשווק לגולשים. הפרק השני הציג את מגבלות האינטראקציות באתר כפי שתיארו אותם המרואיינים. הפרק השלישי בחן את התייחסותם של המרואיינים למושג החברות כפי שהם תיארו אותו ביחסיהם מחוץ לאתר, וכן לאור חוויותיהם מאינטראקציות עם גולשים ששכרו את שירותיהם במסגרתו. הפרק הרביעי בחן את ההבדלים המגדריים בהתייחסותם המרואיינים למושג החברות לאור האינטראקציות שחוו במסגרתו.

אם כן, במסגרת פרק הדיון של עבודה זו, נעשה ניסיון לשקף במידת האפשר את האינטגרציה בין מטרות המחקר ביחס לממצאיו על ידי ניתוח פרשני של ממצאים אלו, תוך עיגון הממצאים בספרות המחקר הרלוונטית שתוארה בסקירה המקדימה, ובמקורות נוספים. כמו כן,

בפרק זה ייבחנו קווי הדמיון והשוני שעלו במחקר זה ביחס למחקרים קודמים, תינתן התייחסות למגבלותיו של המחקר, ולהשלכותיו על שדות המחקר של יחסי חברות ורשתות חברתיות וירטואליות.

ניתוח ממצאי המחקר

בספרו "סימולקרות וסימולציה" טוען ז'אן בודריאר כי בעידן התעשייתי הפוסט מודרני, מתקיימת פטישיזציה מוחלטת של כל התצורות התרבותיות. במציאות שכזו אובד הקשר הסמיוטי בין מסמן למסומן, קרי, בין האובייקט כפי שהוא מוצג במציאות, לבין המשמעות הקונוטטיבית שהצופה מייחס לו. כלומר, מטשטשת האבחנה בין המוצר המקורי ואיכויותיו השונות, לאינספור השכפולים שלו, המהווים הדמיה מלאכותית שלו עצמו (בודריאר, 2007).

בממצאי עבודה זו, יש בכדי להראות את התהליך שבעזרתו ניכס לעצמו הקפיטליזם הצרכני את ערכי החברות המערבית המסורתית המבוססים על אינטימיות וחיבה הדדית הנרקמים במרחב הפרטי (Smart, 1999; Silver, 1990; Spencer and Phal, 2006), תוך שכפולם, והתאמתם לערכים התועלתניים והאינסטרומנטליים של השוק החופשי, המזוהים עם פעילות כלכלית במרחב הציבורי (אילו, 2002; Cushman, 1990). בהתבסס על חוויותיהם של המרואינים, וכן על הניתוח הטקסטואלי של התכנים של המוצגים באתר, ניתן לומר במונחי בודריאר, כי הפיכתה של החברות המערבית המסורתית למוצר צריכה מתכלה שחקה במידה רבה את ערכיה ומאפייניה, והותירה את גולשי האתר עם הדמיה מלאכותית וממוסחרת שלה. מכיוון שמאפייניה של הדמיה זו מתבססים על מאפייני התועלתניים של השוק החופשי ותואמים את ערכיה של תרבות הצריכה, ניתן להגדירה לצורך הדיון כ- "חברות קפיטליסטית". המרואינים במסגרת עבודה זו, נאלצו להתמודד עם הצורך ליישב בין מרכיביה הסותרים של חברות קפיטליסטית חדשה זו, כאשר קיימו אינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם.

כפי שניסיתי להראות בפרק הניתוח הראשון של עבודה זו, השיווק של החברות כמוצר, מגלם בתוכו אפשרות להעניק גם חוויה מהנה ובלתי מחייבת, וגם יחסי קרבה אינטימיים. תמהיל פרדוקסאלי זה מתאפשר הודות לשילובם של תכנים טקסטואליים אשר הכתיבו נורמות מקצועיות של שמירה על ריחוק פיזי ורגשי, תוך גרימת הנאה לשוכר מהפעילות המשותפת, לצד תכנים ויזואליים המציגים דמויות מחויכות המקיימות מגע פיזי מפורש ביניהן במצבים חברתיים שונים. טענתי כי השימוש בחברות כמוצר, אשר מהווה כאמור הדמיה סטריאוטיפית של מושג

החברות המסורתיות, אינו מעודד את היווצרותם יחסי חברות באופן שיחסי אלו נתפסים בחברה המערבית. זאת משום שהוא מכתוב דינאמיקה בלתי שוויונית, אשר מצמצמת את מחויבויותיו של השוכר כלפי המשכיר לכדי דבקות בפרקטיקת התשלום בלבד, ופוטרת אותו מהצורך להשקיע זמן ממושך ומשאבים רגשיים רבים הדרושים לפיתוחה של אינטימיות.

ממצאי הפרק השני של העבודה שיקפו את האופן שבו חוו גולשי האתר את ההתמודדות עם המגבלות שהציבה בפניהם הדינאמיקה הממוסחרת באתר, בבואם לכוון אינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם. ממצאי פרק זה חיזקו את הטענה כי האתר אינו מעודד את יצירתם של יחסי חברות אינטימיים. מניתוח הממצאים עלה כי מגבלות אפיסטמולוגיות, מגבלות טכנולוגיות, מגבלות כלכליות ומגבלות הקשורות במסגרת הזמן לא אפשרו למרואיינים לכוון מערכת יחסים אינטימית. המגבלות האפיסטמולוגיות שעלו בראיונות מעצם הגדרת הקונספט החדש של "השכרת חברים", גרמו לקושי הן מצד הצד המושכר והן מהצד המשכיר, למסגר את הסיטואציה החברתית בעת המפגש. המגבלות הטכנולוגיות הנובעות מהשימוש באתר הקשו על גולשי האתר ליצור התקשרות ראשונית, לפתח התקשרות זו לכדי מפגש, וכן לתחזק את היחסים ביניהם לאורך זמן לאחר שנפגשו. המגבלות הכלכליות שהציב המרכיב הכספי ביחסים החברתיים הנרקמים דרך האתר הכתיב רדוקציה של השיח במפגש בעיקר למשמעויות הכלכליות שלו עבור חלק ניכר מהמרואיינים. בנוסף, המגבלות אשר הכתיבה מסגרת הזמן של האינטראקציות המנוהלות דרך האתר הקשו על הגולשים לפתח יחסי אמון, והובילו גם להצמדות להצגה עצמית אידיאלית ובלתי כנה אשר הקשתה על הצד המשכיר לחשוף רבדים פחות מושכים באישיותו.

רייס ושייבר (Ries and Shaver) טוענים כי ניתן לכוון מערכת יחסים אינטימית על ידי תהליך תקשורתי הדרגתי של חשיפת מידע אישי אודות העצמי ואודות האחר. יישומו של תהליך תקשורתי זה תלוי במידת הנכונות של הצדדים לחשוף מידע אישי, וכן מהיכולת שלהם להגיב בהבנה באכפתיות וברגישות למידע שסופק באינטראקציה (Ries and Shaver, 1988). ממצאי עבודה זו מלמדים כי שלל המגבלות שהציב האתר בפני המרואיינים לא אפשרו את קיומה של דינאמיקה זו.

תחת זאת, ניתן לומר כי התסריט התרבותי המובנה באתר, בשילוב מגבלותיו השונות, הכתיב ועודד את ייצורו של סוג חדש של חברות בעלת מאפיינים קפיטליסטים מובהקים. העיקרון המארגן המרכזי של חברות קפיטליסטית חדשה זו הינו הדינאמיקה של תרבות הצריכה המודרנית. החזון שמכתיבה תרבות זו, מבוסס על רכישה מתמדת של מוצרי צריכה מתכלים

מתוך מגוון גדול, על מנת להחליף את הצורך בקשר רגשי אנושי עקב התפוררותם של המסגרות החברתיות והקהילתיות המסורתיות (אילו, 2002; Cushman, 1990). ניתן לומר למעשה, כי האתר מעודד התייחסות אל החברים בו כמוצרי צריכה מתכלים, המעניקים סיפוק רגעי בדמות מערכות יחסים חולפות ומתכלות.

כאמור, התסריט התרבותי המכונן של החברות הקפיטלסטית החדשה אשר מאפייניה באו לידי ביטוי בניתוח הפרשני של האתר ובדיווחיהם של המרואיינים, סותר במידה רבה את מאפייניה של החברות המערבית המסורתית. החברות המערבית מתוארת בספרות כמערכת יחסים אינטימית, וולנטרית וספונטנית המזוהה בעיקר עם המרחב הפרטי (Smart, 1999; Silver,). (1990). מערכת יחסים זו מבוססת גם על שיויוניות ועל חיבה הדדית, אשר מעורב בה גם פן מסוים של תמיכה רגשית (Walker, 1993). ניתן ללמוד בצורה ברורה יותר על מאפייניהם של סוגי החברות השונים, דרך התבוננות בטבלה המוצגת בעמוד הבא :

מאפייני החברות המערבית המסורתית, לעומת מאפייני החברות הקפיטליסטית החדשה

החברות הקפיטליסטית החדשה	החברות המערבית המסורתית	
מסגרת תרבות הצריכה - חברים כמוצרי צריכה מתכלים	מסגרת המשפחה - חברים כחלק ממארג קבוע של יחסים אינטימיים	אנלוגיה נורמטיבית
נתפסת כתוצר של בחירה מחושבת, המתהווה במסגרת מלאכותית, תחת פלטפורמה שמייצר השוק החופשי	נתפסת כאקט ספונטני ואמוציונאלי, המתהווה מחוץ למערכת הכלכלית והפוליטית	יצירת ההתקשרות הראשונית
אפשרית ונתפסת כרצויה, ואף מתבקשת	לא מתאפשרת ונתפסת כבלתי רצויה	תחלופה
קצר - יחסים המושתתים על הכרות שטחית למטרת הנאה חולפת מפעילות משותפת	ארוך - יחסים המושתתים על הכרות מעמיקה ומתמשכת	טווח הזמן של היחסים
פומבית - חשיפה טקטית של רגשות למטרת יצירת עצמי אידיאלי במרחב הציבורי	אישית - חשיפת מנעד רחב של רגשות במרחב הפרטי	אינטימיות
ביצוע עבודת רגש למטרת הבלטת רגשות חיוביים ובלימת רגשות שליליים	מנעד רחב של רגשות שליליים וחיוביים	רגשות דומיננטיים
חברותיות, מוחצנות, ביטחון עצמי, כושר ביצוע של פעילויות מהנות	יכולת הכלה, אמפתיה, הקשבה לאחר	תכונות דומיננטיות
לא מודגשת - דינאמיקה של יחסי כוח המכתיבים היררכיה	גבוהה - דגש על שוויוניות ביחסים	הדדיות
חלש - קשרים אופקיים	חזק - קשרים אנכיים	עוצמת הקשר
גבוהה אך זמנית - פונקציה של אחרייות לסיפוק חוויה מהנה בכפוף למסגרת הזמן שעליה האחר משלם	גבוהה ומתמשכת - פונקציה של אמון באחר כמרכיב מרכזי ובלתי תלוי ביחסים	מחויבות
בעיקר אינסטרומנטלי - דגש על נהנתנות, תוך ביצוע פעילויות משותפות	בעיקר הבעתי - דגש על חשיפה רגשית, יכולת הכלה וקבלת האחר	הבעתיות ותועלתני

מעיון במאפייניהם של שני סוגי החברות כפי שהם מוצגים בטבלה, ניתן לראות כי קיימים ביניהם הבדלים מהותיים, וכי בהקשרים מסוימים הם אף סותרים זה את זה. עם זאת, יש להדגיש כי מטרתה של הצגה זו אינה לעודד קריאה דיכוטומית של סוגי החברות, אלא להראות את הקריטריונים והמאפיינים השונים אשר עמדו לנגד עיניהם של גולשי האתר כאשר נדרשו לשלב בין סוגי החברות השונים במהלך האינטראקציות ביניהם. הסינתזה שביצעו הגולשים בין התסריטים התרבותיים השונים אודות מושג החברות, הולידה תסריט תרבותי חדש בעל מאפיינים ייחודיים אשר נדונו בפרק השלישי של עבודה זו.

בתחילתו של הפרק השלישי של העבודה, הוצגת הפרק העוסק בתפיסתם של המרואיינים את מושג החברות בחייהם האישיים. מטרתו של תת פרק זה הייתה להעניק פרספקטיבה השוואתית לאופן שבו התייחסו המרואיינים למושג החברות, בעקבות האינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם באתר. מהממצאים עלה כי הגדרותיהם של המרואיינים את מושג החברות בחייהם האישיים, כללה לרוב זיקה משמעותית לאספקט של אינטימיות, ועל כן הצריכה השקעה של זמן ומשאבים רגשיים במערכת היחסים. בכך התיישבו תפיסותיהם במידה רבה עם האופן שבו מוגדרת חברות מערבית על ידי סוציולוגים בספרות המחקרית (Walker, 1995; Spencer and Phal, 2006).

בהמשכו של הפרק השלישי נבחנו התייחסויותיהם של המרואיינים למושג החברות לאור חוויותיהם מאינטראקציות עם גולשים ששכרו את שירותיהם במסגרתו. מפרק זה עלה כי במהלך האינטראקציות ביניהם, ביצעו גולשי האתר חיבור בין תסריט תרבותי המייצג את התפיסה המסורתית של חברות כמערכת יחסים אינטימית ותובענית, לבין תסריט תרבותי המייצג את מאפייניה של החברות הקפיטליסטית החדשה המוגדרת כמערכת יחסים אינסטרומנטלית ובלתי מחייבת. השילוב בין הדרישה להענקת חוויה מהנה ובלתי מחייבת, לצד הדרישה להפגנת תכונות של רגישות, פתיחות ואמפתיה, העמיד את המרואיינים בפני דיסוננס קוגניטיבי. זאת מכיוון שתפיסתם של מרבית המרואיינים את מושג החברות כפונקציה של יחסים מתמשכים ואינטימיים המחייבים השקעה הדדית של משאבים רגשיים, עמדה בסתירה לדרישת האתר לכונן יחסים שיש בהם מרכיב של אינטימיות, בתוך זמן קצר, עם אדם שהמחויבות שלו כלפי היחסים איננה רגשית אלא כלכלית. הניסיון לגשר על הפער בין עמדתם המקדימה כלפי מושג החברות, לבין האופן שבו הוצג מושג זה באתר, בא לידי ביטוי אצל המרואיינים בשני היבטים עיקריים:

עיצוב תפיסה של החברות כמקצוע תובעני, וכן בעיצוב תפיסה של החברות כמערכת יחסים בלתי שוויונית.

ניתן לומר כי התייחסותם של המרואיינים אל תפקיד החבר כמקצוע, התוותה עבורם תסריט תרבותי חדש אשר עיצב למעשה את התמה המרכזית בעבודת המחקר. מתת הפרק אשר במסגרתו נבחנה פרספקטיבה זו, עלה כי על מנת לצקת תוכן במקצוע החברות, ייבאו המרואיינים מונחים ופרקטיקות התנהגותיות שונות מעולם העבודה, והעבירו אותם לתחום היחסים החברתיים במסגרת האינטראקציות שקיימו עם האנשים ששכרו את שירותיהם. בפרק זה נכללה התייחסות למספר היבטים הנוגעים לתפיסה של החברות כמקצוע בעל דרישות ייחודיות: פיתוח מוסר עבודה, צורך בכישורים חברתיים טובים, וצורך בכישורים בתחום הפעילות המתבצעת.

ההתייחסות אל החברות כמקצוע, אפשרה למרואיינים לכוון מערכת יחסים שהיא אינסטרומנטלית ותובענית מחד, אך ארעית מאידך. כלומר, במסגרת הזמן הקצוב של האינטראקציה, המרואיינים חשו מחויבות לבצע את תפקיד החבר בצורה הטובה ביותר. מחויבות זו כללה, בין היתר, ביצוע עבודת רגש על מנת להדגיש מאפיינים כגון חברותיות ומוחצנות, התאמצות לקשור שיחה ולשבור את הקרח, ניהול הפעילות בצורה "מקצועית" ועוד. לשם כך נדרש מהם לעבוד קשה במסגרת המפגש על מנת לספק חוויה חברתית מהנה לאדם ששכר את שירותיהם, אשר תפקד למעשה על תקן מעסיק מבחינתם.

ההסתכלות על היחסים החברתיים כעבודה המתוגמלת בשכר כספי, אפשרה למרואיינים להצדיק בעיני עצמם את המאמץ הכרוך בהגשמת ההבטחה לסיפוקה של חוויה חברתית מהנה תחת מגבלת זמן, ובכפוף למגבלות טכנולוגיות ואפיסטמולוגיות, תוך אינטראקציה עם אדם שהמחויבות שלו כלפי היחסים איננה רגשית אלא כלכלית. פרספקטיבה זו אפשרה להם להמשיך ולתחזק את עמדותיהם המקדימות כלפי מושג החברות, תוך יצירת הנגדה בין השדה הכלכלי לשדה החברתי, כמקובל בתרבות המערבית.

בהקשר זה, ראוי להתייחס לאבחנותיה של ויויאנה זליזר (Viviana Zelizer) בספרה "קניית האינטימיות" (The purchase of intimacy), לגבי יחסים חברתיים המשלבים בין אלמנטים חברתיים לאלמנטים כלכליים. זליזר טוענת כי אנשים משקיעים מאמץ רב בניהול משא ומתן סביב משמעויותיהם וגבולותיהם של יחסיהם החברתיים בכלל, וביחסים אשר מעורבים בהם אינטימיות וכסף בפרט. על מנת לאבחן ולסמן קטגוריה מסוימת של יחסים המשלבים בין

אלמנטים כלכליים לאלמנטים חברתיים, אנשים משתמשים במונחים ובפרקטיקות שונות, ומבדילים בין חליפין כלכליים הנחשבים מתאימים וראויים לסיטואציה, לבין כאלו שאינם הולמים אותה. זליזר מכנה צורה זו של פעולה חברתית לשם קביעת גבולות ביחסים החברתיים בשם - "עבודת ייחוס" (relational work) (Zelizer, 2005).

בהתבסס על אבחנותיה של זליזר, ניתן לומר כי במסגרת האינטראקציות שניהלו דרך האתר ביצעו המרואיינים עבודת ייחוס במטרה לאבחן ולתחזק את הגבולות בין היחסים שניהלו עם אנשים מחוץ לאתר, לבין היחסים שניהלו עם האנשים ששכרו את שירותיהם במסגרתו. על מנת לסמן את הגבולות בין היחסים השונים, בחרו המרואיינים להתייחס לאינטראקציות דרך האתר כעבודה תובענית בשכר, ולתפקיד החבר כמקצוע. ההתייחסות לחברות כעבודה ולתפקיד החבר כמקצוע, הצריכו ביצוע של מה שהוכיחילד מכנה "עבודת רגש" (Hochschild, 1982), על מנת לספק לאדם ששכר את שירותיהם את התמורה ההולמת ביותר עבור כספו, או במילים אחרות - פיתוח מוסר עבודה. בנוסף, עבודת הרגש באה לידי ביטוי בניסיון לספק לחבר באתר "חוויות חברות" מהנה ככל הניתן על ידי הבלטת תכונות הנתפסות כמושכות בתרבות הרגשית המערבית כגון חברותיות ומוחצנות, וכן על ידי ניסיון לבצע את הפעילויות במסגרת הזמן הקצוב בצורה הטובה ביותר.

על כך יש להוסיף כי אחד המהלכים הפרשניים המעניינים והחשובים שסייעו למרואיינים ליצוק תוכן בתפיסת החברות כמקצוע ולייצר הנגדה בין השדה הכלכלי לשדה החברתי היא ההמרה של משאב האינטימיות ביחסים, במשאב הזמן. מהראיונות עלה כי השיח הכלכלי באתר הכתיב עבור מרואיינים רבים היצמדות לחלוקת התפקידים המובנית של שוכר מול משכיר, כאשר משוואת החליפין ביניהם מתבססת על זמן תמורת כסף בלבד, כמקובל בשוק העבודה. הקבלת התמחור באתר לסכום המקובל בעבור העבודה השוטפת מחוצה לו, בד בבד עם הנכונות להשקיע מאמץ ומשאבים רגשיים ביחסים החברתיים מתוך מחויבות לנורמות המקובלות בשוק העבודה, הן שתי תמות שחזרו בראיונות מספר רב של פעמים. דינאמיקה זו מחזקת את טענותיהן של פואה ופואה (Foa and Foa), כי הסבירות לביצוע חליפין של אהבה תמורת כסף הינה נמוכה ביותר, בגלל שמדובר במשאבים בעלי מאפיינים שונים. משאב הזמן נוח יותר למסחר בכסף בהקשר זה, גם מכיוון שהוא מהווה ערך כמותי ומדיד, וגם מכיוון שהוא משאב בעל אופי פחות אישי ויותר אוניברסאלי (Foa and Foa, 2012).

בתת הפרק הבוחן את התייחסותם של המרואיינים אל החברות כמערכת יחסים בלתי שוויונית, נעשה ניסיון להראות כיצד הרצון להתרחק מהחיבור בין השדה הכלכלי לשדה החברתי, הביא לתפיסה לעומתית והיררכית של האינטראקציה מצדם. כאמור, המרואיינים התייחסו ליחסים החברתיים כעבודה ולקטגוריה התרבותית "חבר" כמקצוע לכל דבר. באופן זה, לא נדרש מהם לבצע חיבור בין השדות השונים מכיוון שהם צמצמו את הפרספקטיבה שלהם לשדה הכלכלי בלבד. אולם, ממצאי תת הפרק העוסק בתפיסה של החברות כמערכת יחסים בלתי שוויונית, העלו כי המרואיינים זיהו באופן מפורש את החיבור בין השדה הכלכלי לשדה החברתי אצל האנשים ששכרו את שירותיהם. כתוצאה מכך, פיתחו המרואיינים סטיגמה שלילית כלפי האנשים שפגשו דרך האתר, ובמקרים מסוימים התייחסו אליהם במידה של פטרונות והתנשאות.

פיטר בלאו (Peter Blau) טוען בהקשר זה כי תהליכי חליפין חברתי תורמים להיבדלות של קבוצות ומעמדות, הנובעים מניסיונם של שחקנים חברתיים לשמר סטאטוס חברתי וכוח הנובעים מתלות של אחרים במשאבים הנגישים להם (Blau, 1964). אם כן, ניתן לומר כי המרואיינים ניסו לשמר את מעמדם ואת כוחם באינטראקציה, על ידי הימנעות מהסטיגמה הנלווית לחיבור של כסף ואינטימיות. הם עשו זאת על ידי התייחסות לחברות כמקצוע, פרספקטיבה אשר אפשרה להם להמיר את משאב האינטימיות במשאב הזמן. באופן זה עלה בידם להמשיך ולתחזק את האמונה ביכולת שלהם ליצור חברויות בצורה אורגנית ובלתי תלויה, ללא תיווך כספי כמקובל בתרבות המערבית. זיהוי החיבור המתויג בקרב האנשים ששכרו את שירותיהם, יצר אצל המרואיינים תפיסה של היעדר חוללות עצמית מצדם בהקשר זה.

ההתייחסות של המרואיינים אל החברות כמערכת יחסים בלתי שוויונית, באה לידי ביטוי באופן המובהק ביותר ברגע התשלום במסגרת האינטראקציה. ניתוח הראיונות העלה התייחסויות נרחבות של המרואיינים לרגע התשלום כנקודה מכרעת במפגש, המשפיעה במידה רבה על תפיסתם העצמית של הצדדים המעורבים בו. מרבית המרואיינים תיארו את אקט התשלום בהקשר זה, כפעולה המהווה ביטוי מפורש של ערכם העצמי הגבוה באינטראקציה מצד אחד, ושל ערכם העצמי הנמוך של האנשים ששכרו את שירותיהם מצד שני. דואליות ערכית זו המגולמת ברגע התשלום, הובילה את המרואיינים להגיב ברגשות מעורבים כאשר נדרשו להתייחס לתחושותיהם במהלכו. מצד אחד דיווחו המרואיינים על תחושות של ייחודיות ואף העצמה אישית, ומצד שני רחמים ואמפתיה כלפי האדם ששכר את שירותיהם. זאת מכיוון שרגע התשלום היווה עבור המרואיינים לא רק עדות מפורשת ליכולותיהם המקצועיות במסגרת

האינטראקציה, אלא גם עדות לכישלונם ורפיונם של האנשים ששכרו את שירותיהם. במילים אחרות, זיהויו של החיבור המתויג בין השדה החברתי לשדה הכלכלי ברגע התשלום, גרם למרואיינים להתייחס אל האנשים ששכרו את שירותיהם כנחותים, מכיוון שהאחרונים היו מוכנים לקחת על עצמם את הסיכון הכרוך בביצוע חליפין בין שני אלמנטים שונים, באופן אשר נתפס כבלתי הולם בתרבות המערבית.

בהקשר זה, יש לציין כי ההתרחקות מהחיבור הכפוי בין השדה הכלכלי לשדה החברתי, בד בבד עם ההתייחסות לחברות כעבודה, הכתיבה עבור המרואיינים מערכת יחסים אשר ניתן להגדירה כ - "חברות מנוכרת". בהתבסס על דינאמיקת הניכור הרגשי המתקיימת ביחסי עובד ומעביד לדברי מארקס (מארקס, 1973[1844]), ניתן לומר כי כאשר המרואיינים עבדו בייצור של חברות עבור האנשים ששכרו את שירותיהם, הם הפכו במידה רבה מנוכרים הן כלפי מעבידם אשר שכר מהם שירותי חברות, והן כלפי תוצר עבודתם - החברות עצמה. השילוב בין הסטיגמה המובנית כלפי השוכר, לבין הדינאמיקה המרקסיסטית המכתיבה יחסים מנוכרים הוביל במקרים מסוימים לרדוקציה של היחסים אשר נרקמו במפגש בעיקר למשמעויות הכלכליות שלהם, תוך הפגנת כהות רגשית ואף אדישות כלפי האינטראקציה מצדם של חלק מהמרואיינים.

במסגרת הפרק הרביעי של עבודה זו נבחנו ההבדלים המגדריים בהתייחסותם המרואיינים למושג החברות לאור האינטראקציות שחוו במסגרתו. בפרק זה תוארו תפיסותיהם של הנשים והגברים שרואינו במסגרת עבודה זו את משמעותן של האינטראקציות שניהלו דרך האתר, בהתייחס להיבטים שזוהו כייחודיים למגדר הנשי והגברי. ממצאי פרק זה הראו כי בבואם לכוון אינטראקציות דרך האתר, נדרשו המרואיינים והמרואיינות להתמודד עם אימוצם של שלושה תסריטים תרבותיים חזקים מצדם של האנשים ששכרו את שירותיהם: התסריט התרבותי המכתיב את אופיין של האינטראקציות בתחום הזנות והליווי, התסריט המכתיב את אופיין של האינטראקציות המתרחשות באתרי הכרויות רומנטיים, וכן התסריט המכתיב את מאפייניו של טיפוס הגבריות ההגמוני. אימוצם של תסריטים תרבותיים חזקים אלו על ידי האנשים ששכרו את שירותיהם של המרואיינים, השפיע בצורה שונה על תפיסתם של מרואיינות נשים, ומרואיינים גברים את מושג החברות.

מתיאוריהן של הנשים עלה כי הן נאלצו להתמודד עם אימוצו של התסריט התרבותי המכתיב את אופיין של האינטראקציות בתחום הזנות והליווי, וכן עם התסריט המכתיב את אופיין של האינטראקציות המתרחשות באתרי הכרויות רומנטיים מצדם של האנשים ששכרו את

שירותיהן. מרבית הנשים דיווחו בהקשר זה על מפגשים עם גברים בלבד, ובמקרים רבים על תקן בנות זוג. אולם, נראה כי לא הייתה לכך השפעה ישירה על האופן שבו תפסו הנשים את טיבה של האינטראקציה. גורמים בעלי השפעה משמעותית יותר על טיבה של האינטראקציה באו לידי ביטוי בניסיון של חלק מהגברים לכפות אינטימיות ארוטית במהלך המפגשים, וכן בצמצום ערכן של חלק מהנשים במפגשים לכדי סממנים חיצוניים. כפיית האינטימיות הארוטית, וכן דינאמיקת ההחפצה הויזואלית, מנעו מהנשים להפגין במסגרת האינטראקציה את יכולותיהן כחברות מקצועיות. משום כך, נשים שהרגישו כי לא נכפית עליהן אינטימיות ארוטית בניגוד לרצונן, וכי הן נשפטות במהלך המפגש על סמך כישוריהן ולא רק על סמך מראן, הצליחו להפיק הנאה מהאינטראקציה עם הגברים ששכרו אותן ובמקרים מסוימים אף התייחסו אליהם כחברים.

ניתן להציע הסבר לדינאמיקה זו בכך שחברות מתוארת בספרות כתסריט תרבותי מעורפל ובלתי ממוסד. על פי בלייזנר ואדאמס (Blieszner and Adams), מבין שלל מערכות היחסים שאנשים מנהלים במסגרת החיים החברתיים שלהם, חברות נחשבת למערכת היחסים הכי וולנטרית, והכי פחות ממוסדת כלומר, ביחס למערכות יחסים רומנטיות למשל, החברות הרבה פחות מוכפפת לתסריטים תרבותיים חזקים ומחויבויות ממוסדות (Blieszner and Adams, 1992). משום כך, נראה כי כאשר נדרשו הגולשים אשר ביקשו לשכור שירותי חברות באתר לבחור בין התסריט התרבותי של החברות, לבין תסריט תרבותי של דייט או תסריט הזנות והליווי, בחרו הגולשים באחד משני תסריטים אלו ולא בתסריט החברות.

בהקשר זה, יש לציין כי סקירת אורך של מחקרים בתחום עולם הדייטינג המתפרסת על טווח של 35 שנה, מראה כי התחלתן, תחזוקן וניהולן של מערכות יחסים רומנטיות עודנו מוכפף בצורה חזקה לתסריטים תרבותיים הגמוניים, המעצבים סטריאוטיפים חזקים של מגדר נשי וגברי. סטריאוטיפים גבריים ונשיים אלו, מעודדים מתן כוח ושליטה למגדר הגברי באינטראקציה הרומנטית. דינאמיקה זו מתבטאת בין היתר בצפייה מגברים ליזום את האינטראקציה, ליזום אינטימיות במהלכה ולשלם על הדייט (Eaton and Rose, 2011). ייתכן כי דינאמיקה זו, כאשר היא משולבת עם התסריט התרבותי של הזנות, גרמה לגברים רבים שהשתמשו בשירותי האתר כדי לשכור נשים למטרת מילוי תפקיד חברתי סימבולי, לחוש לגיטימציה לכפות אינטימיות ארוטית במהלך האינטראקציה עמן.

לעומת זאת, מתיאוריהם של הגברים עלה כי לאינטראקציות שנוהלו על ידם היה אופי מגוון יותר מבחינה מגדרית. להיבט זה הייתה השפעה מסוימת על טיבו של הקשר שנוצר במהלכן.

כפי שנמצא בפרק העוסק במגדר הנשי, ההתכתבויות עם השיח באתרי ההיכרויות ועם שיח הזנות עלו גם אצל הגברים, וזאת למרות שלא דווחו ניסיונות כלשהם לכפיית אינטימיות ארוטית במהלך המפגשים. עם זאת, נראה כי לנוכחותו של השיח כשלעצמה זו הייתה השפעה שולית על טיבה של האינטראקציה. להיעדר המימד של כפיית האינטימיות הארוטית במפגשים הייתה השפעה משמעותית יותר. נראה כי היכולת הגברית לשמר את גבולות האינטראקציה בתוך מסגרת אפלטונית, אפשרה לגברים לממש את יכולותיהם המקצועיות כחברים, ומשום כך יצרה אצל מרבית הגברים זיקה חיובית יותר משל הנשים כלפי המפגשים במרבית המקרים.

בנוסף, מהראיונות עם גברים עלה כי הם נאלצו להתמודד גם עם התסריט המכתיב את מאפייניו של מה שרוברט קונל (Robert Connell) מכנה בשם "טיפוס גבריות הגמוני". לפי קונל, הגבריות ההגמונית כיום מכילה בתוכה את מקבץ הפרקטיקות המגדריות המאפשרות את קיומה של החברה הפטריאכלית, המזוהה בין היתר עם הטרוסקסואליות. גברים בעלי תכונות "נשיות" יותר אשר אינם נכללים תחת קטגוריה זו כגון הומוסקסואלים, מוצאים את עצמם מדוכאים ומוכפפים לה בעל כורחם. קונל טוען בהקשר זה כי גברים המעוניינים לזכות ביוקרה החברתית הנלווית לגבריות ההגמונית אך חשים כי הם נחותים ממנה, מנסים להתאים את עצמם למאפייניו של הטיפוס הגברי ההגמוני באמצעים שונים (Connell, 2009). משום כך, נראה כי מפגשיהם של גברים עם גברים אחרים התאפיינו לעיתים ברמה מסוימת של חוסר שוויוניות מבחינת המשאבים הרגשיים המושקעים באינטראקציה, כאשר הצד המושכר אשר נתפס כגבר בעל מאפיינים של גבריות הגמונית, נדרש לשמש ככלי לשיפור העצמי של הצד המשכיר. יחסים שהתקיימה בהם דינאמיקה כזו, התאפיינו ברמה נמוכה יותר של חיבור רגשי בין הצדדים, לעומת יחסים שלא התקיים בהם מימד שכזה.

לסיכום, נראה כי תפיסתם של גולשי האתר אשר הציעו עצמם להשכרה כחברים במסגרתו את משמעותן של האינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם, הושפעה משלל אלמנטים חברתיים, כלכליים, טכנולוגיים וכן מתסריטים תרבותיים שונים. אולם, מניתוח הממצאים ניתן להסיק כי התמה של תפיסת החברות כמקצוע עוברת כחוט השני דרך כל האלמנטים שנבחנו בעבודה זו, והשפעתה ניכרת למעשה בכל פרקי העבודה. במהלך האינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם, ביצעו המרוואיינים במסגרת עבודה זו חיבור בין שני תסריטים תרבותיים שונים: תסריט תרבותי המייצג את התפיסה המסורתית של חברות כמערכת יחסים אינטימית ותובענית, ותסריט תרבותי המייצג את החברות הקפיטליסטית

החדשה המוגדרת כמערכת יחסים אינסטרומנטלית ובלתי מחייבת. חיבור זה בא לידי ביטוי בראיונות בצורה הבולטת ביותר כתפיסה של החברות כמקצוע בעל דרישות ייחודיות.

ההתייחסות אל החברות כמקצוע, אפשרה למרואיינים לכוון מערכת יחסים שהיא אינסטרומנטלית וארעית מחד, אך תובענית מאידך עם האנשים ששכרו את שירותיהם. ההסתכלות על היחסים החברתיים כעבודה שכירה המתוחמת בזמן ומתוגמלת בשכר כספי, אפשרה להם להצדיק בעיני עצמם את המאמץ הכרוך בהגשמת ההבטחה המגולמת באתר, להענקת חוויה חברתית מהנה ומתגמלת מבחינה רגשית, לאדם ששכר את שירותיהם. הנכונות להשקיע מאמץ ומשאבים רגשיים ביחסים החברתיים מתוך מחויבות לנורמות המקובלות בשוק העבודה, הן שתי תמות שחזרו בראיונות מספר רב של פעמים בהקשר זה.

בנוסף, ההתייחסות לחברות כמקצוע אפשרה למרואיינים לשמר עבור עצמם את המוסכמות התרבותיות המערביות לגבי חברות, וכך להימנע מהפחתה בערכם העצמי כתוצאה מתיוג שלילי במהלך האינטראקציה. בתרבות המערבית המודרנית, חברות מוגדרת על ידי סוציולוגים כמערכת יחסים אינטימית, וולנטרית וספונטנית המזוהה בעיקר עם המרחב הפרטי, והיא אינה כוללת זיקה לפעילות כלכלית או פוליטית המזוהה עם המרחב הציבורי (Smart, 1999; Silver, 1990). כתוצאה מדינאמיקה זו, חיבור של יחסי חברות עם יחסים כלכליים איננו מקובל בחברה המערבית, והמבצעים אותו נדרשים להתמודד השלכות קשות הנובעות מסטיגמה שלילית הנלווית לכך (Bernstein, 2007).

ההתייחסות לתפקיד החבר כמקצוע ולחברות כעבודה תובענית המתוגמלת לפי שכר שעתי, תוך ייבואן של פרקטיקות משוק העבודה אל תוך מערכת היחסים, אפשרה למרואיינים לבצע מהלך פרשני של המרת משאב האינטימיות ביחסים במשאב הזמן. החליפין של זמן תמורת כסף, במקום אינטימיות תמורת כסף במסגרת האינטראקציה, הולם יותר את אופיים של המשאבים השונים שנעשה בהם שימוש במסגרתה (Blau, 1964; Foa and Foa, 2012), והוא אף מתיישב עם הנורמות המקובלות בשוק העבודה האמריקאי. פרספקטיבה זו אפשרה למרואיינים לשמר את מעמדם הגבוה באינטראקציה, הנגזר לתפיסתם מן האמונה ביכולת שלהם ליצור חברויות בצורה אורגנית ובלתי תלויה, ללא תיווך כספי. זיהוי החיבור המתיוג בקרב האנשים ששכרו את שירותיהם, יצר אצל המרואיינים תפיסה של היעדר חוללות עצמית מצדם בהקשר זה.

מהפרק אשר בחן את ההבדלים המגדריים בהתייחסותם המרואיינים למושג החברות לאור האינטראקציות שחוו במסגרתו, עלה כי סטריאוטיפים מגדריים הכתיבו עבור האנשים ששכרו את שירותיהם של המרואיינים שלושה תסריטים תרבותיים שונים: התסריט התרבותי המכתיב את אופיין של האינטראקציות בתחום הזנות והליווי (Bernstein, 2007), התסריט המכתיב את אופיין של האינטראקציות המתרחשות באתרי הכרויות רומנטיים (אילוז), (Eaton and Rose, 2011; 2007), וכן התסריט המכתיב את מאפייניו של טיפוס הגבריות ההגמוני (Connell, 2009).

דינאמיקה זו הקשתה על המרואיינים לממש במסגרת האינטראקציה את הפרספקטיבה של תפיסת החברות כמקצוע. נראה כי ההתנגשות בין התסריט התרבותי של תפיסת החברות כמקצוע, לבין תסריטים תרבותיים אחרים, מנעו מהנשים והגברים להפגין במסגרת האינטראקציה את יכולותיהם כחברים מקצועיים. זאת מכיוון שדינאמיקה זו אילצה אותם להחליף את תפקיד החבר המקצועי, בתפקיד בן או בת הזוג בעיקר מצדן של נשים, או בתפקיד הגבר ההגמוני מצדן של גברים. תפקידים אלו לא עלו בקנה אחד עם נורמות מקצועיות של חברות כפי שתפסו אותם המרואיינים, ולכן יצרו אצלם במקרים מסוימים תחושה של תסכול, בלבול ואף חוסר שליטה באינטראקציה.

אם כן, ניתן לומר כי התסריט תרבותי החדש אשר הכתיב עבור המרואיינים תפיסה של החברות כמקצוע, עיצב עבורם מסגרת התייחסות אשר סביבה נבנתה התשתית של מערכת היחסים בינם לבין האנשים ששכרו את שירותיהם. הדומיננטיות של תשתית זו בעבודה, נובעת מכך שהיא מגלמת בתוכה כאמור את הסינתזה בין החברות המסורתית, לבין החברות הקפיטליסטית החדשה. החיבור האינטראקציוני הייחודי והיצירתי הזה, אפשר למרואיינים להכיל ולתחזק מערכת יחסים שהיא אינסטרומנטלית ותובענית מחד, אך ארעית מאידך עם האנשים אשר שכרו את שירותיהם במסגרת האתר, בכפוף למגבלותיו השונות.

דמיון ושוני ביחס למחקרים קודמים

ממצאיו של מחקר זה עשויים להעשיר את המסורת התיאורטית והמחקרית בנושא של חברות, וכן בנושא של רשתות חברתיות וירטואליות ואתרי הכריות. הספרות המחקרית בנושא חברות, והן בנושא של רשתות חברתיות וירטואליות, הולכת ומתרחבת בשנים האחרונות. בד בבד, עקב העלייה המתמדת בהיקף השימוש באינטרנט ברחבי העולם (Leiner et. al, 2012), ניתן אף למצוא כיום מחקרים המשלבים בין מאפייניהם של נושאים סוציולוגיים אלו, בניסיון לתאר את השפעותיהם ההדדיות זה על זה.

הספרות המחקרית המצויה כיום בנושא רשתות חברתיות וירטואליות ואתרי הכריות הינה מגוונת. מחקרים בנושאים אלו עוסקים בין השאר בהתפתחותן ההיסטורית של הרשתות החברתיות ומאפייניהן המבניים (Boyd and Allison, 2008), במאפייניהם של הקשרים הנרקמים במסגרתן (Ellison et. al, 2007; Mesch and Talmud, 2006), בתרומתן לכינונם של יחסי חברות מסורתיים (Bargh and McKenna, 2004), במוטיבציות המניעות גולשים להשתמש בהן (Yu-Lin and Peng-lu, 2011) ובמאפייניהם הסוציו-דמוגרפיים והפסיכולוגיים חברתיים של המשתמשים בהן (Hill, 1987; Tufekci, 2010).

אולם למצער, נראה כי אין בנמצא כיום מחקרים העוסקים בהשפעתן של רשתות חברתיות על האופן שבו אנו מתייחסים למושג החברות כמייצג סימבולי של משמעות במסגרת יחסינו החברתיים בתרבויות שונות. כתוצאה מכך, כפי שטוענים עמיחי המבורגר ועמיתיו (Amichai-Hamburger et. al), אנו יודעים כיום כי האינטרנט שינה באופן דרמטי את התנאים הלוגיסטיים שבהם מתנהלים יחסי חברות, אולם נכון להיום עדיין לא ברור האם הוא שינה משמעותית את האופן שבו אנו תופסים את מהותם (Amichai-Hamburger et. al, 2013).

מחקר זה מנסה כאמור, לשפוך אור על סוגיית השפעתן של רשתות חברתיות על האופן שבו תופסים בני אדם את משמעותו של מושג החברות בתרבות המערבית הקפיטליסטית. זאת באמצעות התבוננות במקרה מבחן, המשקף את האופן שבו תפסו גולשים המציעים עצמם להשכרה באתר השכרת חברים בארצות הברית, את משמעותן של האינטראקציות עם האנשים ששכרו את שירותיהם דרכו. פרספקטיבה זו באה לידי ביטוי באופן הבולט ביותר בהתייחסותם של המרואיינים אל תפקיד החבר כמקצוע, אשר התוותה עבורם תסריט תרבותי חדש שבמסגרתו הם ייבאו מונחים ופרקטיקות התנהגותיות שונות מעולם העבודה, והעבירו אותם לתחום היחסים

החברתיים. דינאמיקה זו עשויה לתרום להבנת האופן שבו משפיעים המדיום האינטרנטי והאידיאולוגיה הקפיטליסטית על עיצוב מושג העצמי ומושג החברות בתרבות המערבית.

בדומה למחקרים קודמים, נמצא במחקר זה כי הגדרותיהם מרבית הגולשים באתר את מושג החברות כללו זיקה משמעותית לאספקט של אינטימיות, ועל כן הצריכו השקעה של זמן ומשאבים רגשיים. בכך התיישבו תפיסותיהם במידה רבה עם האופן שבו מוגדרת חברות על ידי סוציולוגים בספרות המחקרית באופן כללי (Walker, 1995; Spencer and phal, 2006). מאידך, מספר רב של מרואיינים הציגו בדבריהם התייחסות מורכבת למושג, תוך הדגשת מאפיינים אינסטרומנטליים שכללו יכולת להפיק הנאה מפעילויות משותפות, לצד מרכיבים הבעתיים של יכולת שיתוף וחשיפה אישית. הגדרות אלו עולות בקנה אחד עם טענתו של פישר (Fischer) כי תפיסתם של אמריקאים את מושג החברות הינה מורכבת ורב משמעית, וכי הם נוטים להכיל אותה על מכלול רחב של קשרים במסגרות שונות, וברמות שונות של אינטימיות וקרבה (Fischer, 1982). עם זאת, גם מרואיינים שהציגו בדבריהם תפיסה מורכבת יותר של המושג, התייחסו במרבית המקרים למרכיב האינטימיות, לצד מרכיבים אינסטרומנטליים.

מאידך, ממצאי העבודה גם מחזקים את טענתו של ברי וולמן (Bary Wellman), לגבי אופיו של העצמי האינטרנטי, התואם במידה רבה את מאפייניה של התרבות הקפיטליסטית התועלתנית. וולמן טוען כי ההתקשרות האינטרנטית מתאפיינת בקשרים רופפים וחלשים עם מספר רב של שחקנים חברתיים. לדברי וולמן, האינדיבידואל האינטרנטי מחפש מגוון חברים שיתאימו לו ומשאבים חברתיים שונים לסיטואציות שונות. הוא מכנה תופעה זו בשם "אינדיווידואליזם מרושת" (Wellman, 2008). ממצאי העבודה מלמדים כי התסריט התרבותי המובנה באתר, בשילוב מגבלותיו השונות, הכתיב ועודד את ייצורו של סוג חדש של חברות אינסטרומנטלית בעלת מאפיינים קפיטליסטים מובהקים, המבוססת על הדינאמיקה של תרבות הצריכה המודרנית (אילו, 2002; Cushman, 1990).

ניתן לומר כי חדשנותו של מחקר זה ביחס למחקרים קודמים, מתבטאת בעיקר בבחינתו של עצם החיבור בין שני תסריטים שונים ודומיננטיים אודות חברות בעת החדשה: תפיסה מסורתית של החברות כמערכת יחסים אינטימית המתקיימת מחוץ למרחב הוירטואלי, ותפיסה של החברות כמערכת יחסים תועלתנית וקצרת טווח המתקיימת בתוך המרחב הוירטואלי. במחקר זה נמצא כי החיבור בין תסריטים שונים אלו, הכתיב תפיסה של החברות כמקצוע.

פרספקטיבה זו אפשרה למרואיינים לכוון מערכת יחסים שהיא אינסטרומנטלית ותובענית מחד, אך זמנית מאידך.

במאמרו המפורסם – "כוחם של קשרים חלשים", טוען מארק גרנוברטר (Mark Granovetter) כי בניגוד לקשרים חזקים המעודדים הסתגרות יחסית של הפרט בתוך המסגרות החברתיות המוכרות לו, קשרים חלשים הינם משאב חשוב ליצירת הזדמנויות להרחבת המעגלים החברתיים של יחידים, תוך קישורם למסגרות קהילתיות רחבות יותר. חוזקת הקשר הדיאדי תלויה על פי גרובנטר במידת האינטנסיביות הרגשית, האינטימיות, וההדדיות השוררת בין הצדדים המעורבים (Granovetter, 1973). במחקר זה נמצא כי קשרים בין חברי האתר שהציעו עצמם להשכרה לבין אלו ששכרו את שירותיהם, התאפיינו בהיעדר אינטימיות, והיעדר הדדיות. משום כך, ניתן לאפיינם כקשרים בעלי אופי חלש. אולם, בניגוד להיפותזת הקשרים החלשים, במחקר זה נמצא כי קשרים חלשים אלו לא סיפקו עבור המעורבים בהם אפשרויות להרחבת המעגלים החברתיים שלהם. אופיים האינסטרומנטלי והארעי המתיישב עם הדינאמיקה של תרבות הצריכה, הכתיב התנהלות שבמסגרתה שימשו קשרים אלו רק ככלי להפקת חוויה רגשית המספקת הנאה רגעית מפעילויות משותפות. ממש כמו מוצר צריכה חד פעמי אשר נועד להשלכה בתום השימוש בו, נראה כי קשרים אלו מתאפיינים על פי רוב בהיעדר תשתית חברתית מספקת לשימוש חוזר.

בנוסף, בהקשר זה, יש לציין כי על אף שהקשר עם האנשים ששכרו את שירותיהם התאפיין בהיעדר אינטימיות ובהיעדר הדדיות, רמת המעורבות הרגשית של המרואיינים באינטראקציה הייתה גבוהה למדי. זאת מכיוון שהם הרגישו מחויבים לבצע עבודת רגש על מנת למלא את תפקיד החבר בצורה הטובה והמקצועית ביותר לתפיסתם, במסגרת הזמן הקצוב שעבורו הם קיבלו תשלום. ממצא מעניין שיש לעמוד על משמעותו בהקשר זה, הוא המהלך הפרשני של המרת משאב האינטימיות במשאב הזמן במסגרת האינטראקציה. מהלך פרשני זה, כאשר הוא משולב בתפיסת החברות כמקצוע, הקל על המרואיינים לייצר הנגדה בין השדה הכלכלי לשדה החברתי כמקובל בתרבות המערבית (Smart, 1999; Silver, 1990), והכתיב עבורם היצמדות למערכת יחסים אשר ניתן להגדירה במונחים מרקסיסטים כ - "חברות מנוכרת" (מארקס, 1973[1840]).

היבט אחר שעלה במסגרת עבודה זו הינו הדומיננטיות וההשפעה של תסריטים תרבותיים המעצבים סטרואטיפים מגדריים על אופיין של אינטראקציות הנרקמות במסגרת רשתות

חברתיות ואתרי הכרויות. ממצאי העבודה הראו כי סטריאוטיפים מגדריים הכתיבו עבור האנשים ששכרו את שירותיהם של המרואיינים שלושה תסריטים תרבותיים שונים: התסריט התרבותי המכתיב את אופיין של האינטראקציות בתחום הזנות והליווי (Bernstein, 2007), התסריט המכתיב את אופיין של האינטראקציות המתרחשות באתרי הכרויות רומנטיים (אילו, Eaton and Rose, 2011; 2007), וכן התסריט המכתיב את מאפייניו של טיפוס הגבריות ההגמוני (Connell, 2009).

דינאמיקה זו מחזקת את טענתם של בלייסזנר ואדאמס (Blieszner and Adams), לגבי אופיו המעורפל והבלתי ממוסד של התסריט המעצב את מושג החברות עבור בני אדם בתרבות המערבית. לדברי בלייסזנר ואדאמס, מבין שלל מערכות היחסים שאנשים מנהלים במסגרת החיים החברתיים שלהם, חברות נחשבת למערכת היחסים הכי פחות ממוסדת ולכן היא הרבה פחות מוכפפת לתסריטים תרבותיים חזקים ומחויבויות ממוסדות (Blieszner and Adams, 1992). נראה כי חולשתו היחסית של תסריט החברות, לעומת תסריטים חברתיים ממוסדים וחזקים יותר הביאה לכך שכאשר נדרשו הגולשים לבחור בין התסריטים השונים במסגרת האתר, הם בחרו פעמים רבות בתסריטים אלו ולא בתסריט החברות.

מסקנות

ממצאי עבודה זו חשפו את האופן שבו נדבך נוסף במארג היחסים החברתיים האנושיים נוכס על ידי הקפיטליזם, לטובת הדינאמיקה המארגנת את כלכלת השוק החופשי במרחב הוירטואלי. כפי שטוען ערן פישר (2012), השיח הרשתי ההגמוני הוא שיח קפיטליסטי באופן מובהק, וככזה הוא מאפשר את היווצרותם של יחסים תועלתניים מבוססי כלכלת שוק במסגרת רשתות חברתיות (פישר, 2012). נראה כי צמיחתם של אתרים חברתיים אשר משלבים בין היבטים שונים של טכנולוגית האינטרנט לשיח הקפיטליסטי, מעודדת תהליך אשר ניתן לכנותו "הפרטה של היחסים החברתיים" בתרבות המערבית המודרנית. במסגרת תהליך זה, הולכת ומופשטת הילת הקדושה העוטפת מושגים כגון "אהבה", "אינטימיות" ו- "חברות", כאשר הם מקבלים לגיטימציה להטמעות במערכת הכלכלית.

ויויאנה זליזר (Viviana Zelizer), טוענת כי התהליך הלגיטימציוני המאפשר את הסרת

ההילה ממושגים אשר נתפסים כ- "חסרי מחיר" בתרבות המערבית, תלוי במידה רבה

באפקטיביות של מערכי השיווק והפרסום המסייעים לכניסתם לשוק. במאמרה הסוקר את התהליך הסוציו-היסטורי אשר אפשר את המסחר בביטוח חיים, עומדת זליזר על כך שטכניקות שיווקיות עשויות לשמש כאינדיקטורים עקיפים לערכים תרבותיים (Zelizer, 1983). ניתן לומר בהקשר זה, כי מערכי השיווק המאפשרים את הטמעתה של המערכת הרגשית בתוך הדינאמיקה של המערכת הכלכלית באים לידי ביטוי בצורה בולטת ביותר כיום ברשתות חברתיות ואתרי הכריות.

אם כן, נראה כי אתר השכרת החברים אשר עליו התבססה עבודה זו, משקף מגמה אשר במסגרתה מחדירות רשתות חברתיות את ערכי החברות המסורתיות אל תוך המערכת הכלכלית, תוך המרת הערכים האיכותיים שבה לכדי ערכים כמותיים, מדידים וסחירים. משום כך, במציאות המכתיבה שימוש גובר באינטרנט וברשתות החברתיות, האפשרות להפריד בין העולם הכלכלי לעולם החברתי אשר נטען כי מאפיינת את העצמי המערבי (Silver, 1990; Smart, 1999) הולכת ומצטמצמת.

הרשתות החברתיות משנות את אופיין של החליפין החברתיים במסגרת האינטראקציות בין בני אדם, ובכך מציבה אתגרים רגשיים מורכבים בפני המשתמשים בהן. דינאמיקה זו היא תוצר של הצורך לתמרן כל הזמן בין ערכיהם הסותרים של תסריטים תרבותיים שונים אודות חברות, כפי שזו מוצגת ברשתות חברתיות כגון פייסבוק למשל: מצד אחד נוכח התסריט התרבותי של החברות המסורתיות המציג את החברות כמערכת יחסים מתמשכת, אינטימית ותובענית, ומאידך ניכרת השפעתו של תרבותי קפיטליסטי המציג אותה כמערכת יחסים ארעית, אינסטרומנטלית ובלתי מחייבת.

יישובה של הסתירה התרבותית המובנית בשילובם של התסריטים התרבותיים השונים, בא לידי ביטוי בעבודה זו בהתייחסותם של המרואיינים אל החברות כמקצוע בעל דרישות ייחודיות. ההתייחסות אל החברות כמקצוע הכתיבה עבור המרואיינים מערכת יחסים אינסטרומנטלית ותובענית מחד, אך ארעית מאידך. ממצאי עבודה זו העידו על כך שחברות מקצועיות זו מכתיבה יחסים שיש בהם מימד של ניכור רגשי, והם אינם מסוגלים ואף אינם מתיימרים, לענות על הצורך של הגובר והולך של העצמי המערבי ביחסי חברות אינטימיים. מאידך, יחסים אלו כן עשויים להעניק חוויה חברתית מהנה ומרוכזת במסגרת הזמן הקצוב של האינטראקציה, כל עוד הם לא מוכפפים בצורה חזקה מדי לתסריטים תרבותיים המעצבים סטריאוטיפים דכאניים של מגדר נשי וגברי.

הדינאמיקה המורכבת הזו, כמובן אינה משקפת את האופן שבו מוצגים יחסי החברות באתר השכרת החברים. מניתוח פרשני של דפי האתר עלה כי באמצעות שימוש מודגש במוטיבים של יחסים אינטימיים הדוקים מחד, ודרך מגוון דימויים של אושר והנאה הנובעים מהשימוש בחברות כמוצר צריכה קפיטליסטי מאידך, מטשטשת הפרסומת לחברות באתר את המורכבות הנדרשת על מנת להשיג הלכה למעשה את האינטימיות שהיא מתיימרת לכאורה לספק. החברות באתר מוצגת כמוצר צריכה מתכלה, מאין חטיף חברתי שהשימוש בו חף מקשיים ואתגרים רגשיים. למרות ההתייחסות לחברות כמקצוע וכעבודה לכל דבר, ההרשמה כחבר לאתר היא בחינם, והיא אינה מציבה בפני העוסקים הגולשים דרישות מקצועיות קונקרטיות כלשהן בבואם לבצע את הרישום, למעט הדרישה להימנעות ממגע פיזי במהלך האינטראקציה.

נראה כי השילוב של הדינאמיקה הצרכנית, המגובה בטכנולוגיה ממוחשבת המגלמת בתוכה את האפשרות המפתה לשכור חברים בהקלקה פשוטה על מקש מקלדת, משקף מגמה הולכת וגוברת של צפייה מהטכנולוגיה למלא יותר ויותר צרכים חברתיים אנושיים בחיינו. בספרה "לבד ביחד" עומדת שרי טרקל (Sherry Turkle) על כך שהשימוש הגובר בטכנולוגיה מלווה בעליה מתמדת בצפיות שלנו ממנה, במקביל לירידה בצפיות שלנו מעצמינו כבני אדם בהקשר זה. לדבריה, הטכנולוגיה כיום הולכת והופכת נוכחת בכל היבט של חיינו, במסגרת השימוש במחשבים ניידים, ניידים ובעיקר בטלפונים ניידים חכמים. היא טוענת כי יסוד המשיכה שלנו לאינטראקציות וירטואליות אינסופיות, טמון בכך שהטכנולוגיה מאפשרת לנו לחוות הדמיה של חיים חברתיים, ללא הדרישות המחייבות של חברות ואינטימיות מחוץ לעולם הווירטואלי (Turkle, 2011).

אם כן, ההצגה הפרסומית הפשטנית והסטריאוטיפית של יחסי חברות כמוצר צריכה שהשימוש בו חף מאתגרים ומבעיות עשויה לבוא לידי ביטוי גם ברשתות חברתיות נוספות המשלבות במבנה שלהן תסריטים תרבותיים דומים אודות חברות. למושג החברות כמייצג סימבולי של משמעות ושל ערך במסגרת היחסים החברתיים בתרבות המערבית יש ערך פרסומי רב, מכיוון שהוא מבטא בצורה חזקה את ערכי השיח הפסיכולוגי השולט בתרבות המערבית. כמו מושג האינטימיות, גם מושג החברות נתפס בתרבות המערבית כקשר בין אישי קרוב המבטא ערכים של ייחודיות, אוטונומיה ובחירה אישית (Cushman, 1990).

כרגש המבטא בצורה עמוקה את ערכי האינדיווידואליזם המערבי, מוצגת האינטימיות לראווה בשנים האחרונות בצורה אינטנסיבית בספרה האינטרנטית. במאמרו - "ההיגיון החברתי של השיתוף" (The Social Logics of Sharing) מראה ניקולס ג'ון (Nicholas John) כיצד פרקטיקת החשיפה הנחשבת לעיקרון המזוהה ביותר עם מושג האינטימיות, מיושמת ברשתות חברתיות, בעולם הכלכלה, וביחסים בין אישיים. כתוצאה מכך, טוען ג'ון, נשחקת התפיסה המקובלת של אינטימיות, כפונקציה של יחסים הנרקמים במרחב הפרטי (John, 2013).

הפקעתה של החברות מהתחום הפרטי והעברתה לספרה הציבורית הוירטואלית באו לידי ביטוי בד בבד עם הטמעתה במערכת הכלכלית. כתוצאה מכך, ניתן לראות כיום שימוש בנורמות של חברות כעקרונות נורמטיביים המכתיבים התנהלות בארגונים מסחריים (Costas, 2012). במסגרת האתר, דינאמיקה זו באה לידי ביטוי באתר כהצגה של מושג החברות באתר כמוצר צריכה מתכלה. אספקתו של מוצר זה על ידי חברי האתר התבצעה כאמור באמצעות התייחסות לחברות כמקצוע תובעני מחד, אך אינסטרומנטלי וזמני מאידך. מקצוע החברות כפי שתואר על ידי המרואיינים בעבודה זו מתיישב עם מאפייניה של הכלכלה הפוסט-תעשייתית המתאפיינת בהתבססות נרחבת על טכנולוגיה מתקדמת המלווה בריבוי של מקצועות שירותיים, זמניים. עובדים זמניים המועסקים במקצועות אלו, סובלים מחוסר ביטחון תעסוקתי מתמיד ונעשים תלויים יותר ויותר בגחמות של מעסיקיהם (Liagouras, 2005). נראה כי התחלופה השוטפת של העובדים בשוק התעסוקה המודרני, הולכת ומחלחלת גם לתחום היחסים החברתיים במרחב הוירטואלי. במסגרת רשתות חברתיות כגון פייסבוק, קל מאוד "לפטור" חברים שלא מוצאים כן בעינינו ולהמירם בחברים חדשים שיתאימו לדרישותינו. אולם, כפי שחשפה עבודה זו, לתחלופה השוטפת הזו ישנו מחיר חברתי ולעיתים גם כלכלי, שאנו נדרשים לשלם כאשר אנו מבצעים אינטראקציות עם אנשים מחוץ למרחב הסטרילי והבלתי מחייב של הרשתות החברתיות.

לסיכום, להטמעתם של ערכים הנגזרים מתפיסות של חברות ושל אינטימיות ברשתות חברתיות באתרי הכרויות ורשתות חברתיות בצורת פרסומת פשטנית על מנת לייצר רווח כספי, עשויות להיות השלכות מורכבות על עיצובו של העצמי המערבי בעת החדשה. הפשטתם של היחסים החברתיים במסגרת המרחב הציבורי הוירטואלי, תוך יצירת אידיאליזציה של ערכיהם במסגרת פרסומית איננה מתיישבת עם התהליכים המורכבים הנדרשים על מנת לכוון יחסים אלו במציאות. חברות איננה מצב סטטי. הכניסה והיציאה ממנה, וכן תחזוקה השוטף מלווים במשא ומתן חברתי מורכב ומתמשך (Smart, 2012). כתוצאה מכך החיבור בין הוירטואלי והממשי, בד

בבד עם החיבור בין האינסטרומנטלי הזמני, והאינטימי המתמשך עשוי להיות מורכב ורווי תסכול עבור העצמי המערבי. תפיסת החברות כמקצוע, אשר הוצגה בעבודה זו כסינתזה בין אלמנטים טכנולוגיים לתסריטים תרבותיים שונים אודות חברות, עשויה לתרום להבנתנו כיצד ניתן להתמודד עם פערים אלו בין הייצוגים השונים של היחסים החברתיים בעולמות מקבילים שהמפגש ביניהם עשוי להיות רווי מתחים ואתגרים רגשיים.

מגבלות המחקר והצעות למחקר עתידי

מחקר זה מציע מסגרת התייחסות מוגבלת לאופן שבו תופסים גולשים המציעים עצמם להשכרה באתר השכרת חברים את משמעותן של האינטראקציות ביניהם. מכיוון שבמחקר זה רואיינו רק עשר נשים ועשרה גברים, יש צורך במחקר בהיקף רחב יותר בסוגיה זו על מנת להעניק משנה תוקף לממצאי העבודה, ולחדד את התובנות והמסקנות שעלו ממנה. בנוסף, מכיוון שבעבודה זו נבחן רק הצד המשכיר את עצמו כחבר באתר, מחקר עתידי עשוי לשפוך אור על השאלה כיצד תופסים גולשי האתר השוכרים שירותי חברות במסגרתו, את משמעותן של האינטראקציות שלהם עם חברי האתר? מסגרת התייחסות זו תעניק פרספקטיבה רחבה יותר למשוואת היחסים החברתיים העומדים בין המשכירים לשוכרים, אשר רק צד אחד בה בא לידי ביטוי במסגרת עבודה זו.

היבט אחר שראוי להתייחס אליו הוא בחינת החיבור בין התסריטים התרבותיים השונים שנמצאו בעבודה זו, בהקשרים אחרים. ייחודו של מחקר זה מתבטא באופן שבו הוא בוחן את השפעתם של תסריטים תרבותיים שונים המתווכים על ידי אמצעים טכנולוגיים, על מושג החברות בתרבות המערבית האמריקאית האינדיווידואליסטית. מחקר עתידי היה עשוי לנסות לבחון חיבור זה גם במסגרת בתרבויות בעלות זיקה קולקטיבית יותר, כגון תרבויות המזרח השונות. בחינה זו עשויה להעמיד את מסקנות המחקר והשלכותיו באור שונה, מאחר והן כאמור נכונות רק למסגרת ההתייחסות של החברה האמריקנית האינדיווידואליסטית.

בנוסף, מחקר זה מעלה את הצורך בבחינה של האופן שבו נתפס מושג החברות באופן כללי במסגרת תרבויות שונות. למעט מחקרו של קלאוד פישר (Claude Fisher) אודות תפיסתו של מושג החברות בתרבות האמריקנית (1982), לא ניתן למצוא מחקרים נוספים בנושא זה. בחינת

מושג החברות בתרבויות שונות עשויה לסייע להבנה רחבה של האופן בו אנשים מתייחסים ליחסים החברתיים שלהם, ואלו משמעויות הם מייחסים להם בהקשר זה.

הערות שוליים:

1. בעבודתי, השתמשתי בין היתר במסגרת תיאורטית זו, על מנת להראות כיצד חברי האתר מנהלים את רגשותיהם במסגרת התכתיבים החברתיים והתרבותיים שנדרשו להם במסגרת האינטראקציות ביניהם.
2. יש להתייחס לממצאיו של מחקר זה בעירבון מוגבל מאחר ופורסם בשנת 1982. עם זאת, מצאתי לנכון להתייחס לממצאים אלו מאחר והספרות המחקרית בנושא משמעותו של מושג החברות בתרבויות שונות בכלל, ובארצות הברית בפרט, לוקה בחסר באופן משמעותי.
3. ניתן לשער כי היעדר הנגישות של המרואיינים בישראל נבע משילוב של גורמים. ראשית, ישראל מדינה קטנה יחסית, ולכן הגיוני שההסתברות למצוא מרואיינים תהיה נמוכה יותר מאשר בארצות הברית. שנית, ישראל מוגדרת בספרות המחקרית כמדינה המשלבת בין אלמנטים תרבותיים הנחשבים אינדיווידואליסטים, וקולקטיביסטים גם יחד. זאת בניגוד לארצות הברית שנחשבת למדינה אינדיווידואליסטית הרבה יותר (Hofstede et. al, 2010).
4. מצבים חברתיים אלו כללו למשל משחק גולף, צפייה משותפת בסרט בקולנוע, עזרה לקשישים ובילוי במסיבה. ניתן לומר במידה רבה של ביטחון כי כל הפעילויות צולמו באווירה אפלטונית לחלוטין וללא הקשר מיני. התמונות המדוברות צורפו לפרק הנספחים המוצג בסוף עבודה זו.
5. ההמלצה מפורטת בדף המתייחס לכללי התנהגות בעת המפגש עבור אנשים המעוניינים להשתמש בשירותי האתר.
6. ג'רמיין העידה על עצמה כי היא פרילנסרית, עצמאית המעניקה ייעוץ ושירותים בתחום העסקי ובנושאי בריאות ורווחה.
7. כאמור, בניגוד למרבית המרואיינים, מיקי העיד על עצמו כי פיתוח מערכת יחסים ממושכת ואינטימית עם האדם ששכר את שירותיו.
8. שיקוף זה של יחסים חברתיים היררכיים ותלותיים, יזכה להתייחסות נרחבת בפרק העוסק בתפיסת החברות כביטוי של יחסי כוח בלתי שוויוניים.
9. יש לציין כי הגברים והנשים שרואיינו במסגרת עבודה זו נדרשו למלא פונקציות שונות במסגרת הפעילויות שביצעו. הנשים נשכרו בדרך כלל לבצע פעילויות למטרת מילוי תפקיד חברתי-

סימבולי, ואילו הגברים נשכרו כדי לבצע פעילויות במטרה למלא צורך חברתי או צורך אינסטרומנטלי. סוגיה זו תזכה להבהרה והתייחסות מפורטת בפרק העוסק בהבדלים מגדריים בהתייחסות למושג החברות בעקבות האינטראקציות באתר.

10. 10 "אם נפגין דאגה מתחשבת ישירה כלפי מצבו, אנו עלולים להגדיש את הסאה; אבל אם נשכח ממש שיש לו מום, אנו עלולים להעמיד בפניו דרישות בלתי אפשריות" (גופמן, 1963, עמ' 19).

11. בהקשר זה יש לציין כי כאמור, מהראיונות עלה שהמניע העיקרי של מרבית המרואיינים להרשמה לאתר היה בראש ובראשונה כלכלי. הצבת ההיבט הכספי מעל להיבטים האחרים, הכתיבה רדוקציה של השיח במפגש בעיקר למשמעויות הכלכליות שלו עבור חלק מהמרואיינים.

12. בהקשר זה יש לציין כי ללא יוצא מן הכלל, כל הנשים וכל הגברים שנדגמו במחקר זה היו רווקים, מרביתם רווקים ללא ילדים.

13. טורי תיארה את עצמה כאישה אוקראינית, המגדלת את ביתה בניו יורק כעשר שנים.

14. מריל נפגש עם מספר אנשים בעלי מוגבלויות פיזיות קלות, ושוחח איתם בזמן שהם עברו טיפול נוירותרפי בביתם.

- אילוז, אווה. 2002. *תרבות הקפיטליזם*. ירושלים: משרד הביטחון.
- אילוז, אווה. 2008. *אינטימיות קרה: עלייתו של הקפיטליזם הרגשי*. תל אביב: הקיבוץ המאוחד.
- בודריאר, ז'אן. 2001. *סימולקרות וסימולציה*. תרגום: אריאלה אזולאי. תל אביב: רסלינג.
- גופמן, ארווינג. 1959. *הצגת האני בחיי היומיום*. תרגום: שלמה גונן. תל-אביב: רשפים.
- גופמן, ארווינג. 1963. *סטיגמה*. תרגום: שרה ספן. תל-אביב: רשפים.
- מארקס, קארל. 1975. *כתבי שחרות*. תרגום: שלמה אבינרי. תל אביב: ספרית פועלים.
- פישר, ערן. 2010. לכודים ברשת: שיח הטכנולוגיה החדשה והקפיטליזם החדש. *תיאוריה וביקורת* 37: 150-183.
- ריצר, ג'ורג'. 2006. *תיאוריות סוציולוגיות מודרניות*. תרגום: קרלה פרלשטיין. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- שקדי, אשר. 2003. *מילים המנסות לגעת: מחקר איכותני תיאוריה ויישום*. תל-אביב: רמות.
- Bargh, John A. and Kathleen Y. McKenna. 2004. "The Internet and Social Life". *Annual Review of Psychology* 55: 573-590.
- Berg, Bruce L. 1998. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. London: Viacom.
- Bernstein, Elizabeth. 2007. *Temporarily Yours: Intimacy, Authenticity and the Commerce of Sex*. Chicago: University of Chicago Press.
- Blau, Peter M. 1986. *Exchange and Power in Social Life*. New Jersey: Transaction Books.
- Blieszner, Rosemary and Rebecca G. Adams. 1992. *Adult Friendship* (Vol. 3) London: Sage publications.
- Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism: Perspective and Methods*. Los-Angeles: University of California Press.
- Boyd, Danah M. and Nicole B. Ellison 2007. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship". *Journal of Computer Mediated Communication* 13(1): 210-230.
- Bucher, Tanya. 2013. The Friendship Assemblage: Investigating Programmed Sociality on Facebook. *Television & New Media* 14 (6): 495-509.
- Bunnell, Tim, Sallie Yea, Linda Peake, Tracey Skelton, Monica Smith. 2012. "Geographies of Friendships." *Progress in Human Geography* 36(5): 490-507.
- Cassidy, Jude. 2001. "Truth, Lies, and Intimacy: An Attachment Perspective." *Attachment & Human Development* 3(2): 121-155.

- Costas, Jana. 2012. "'We Are All Friends Here': Reinforcing Paradoxes of Normative Control in a Culture of Friendship". *Journal of Management Inquiry* 21(4): 377-395.
- Cook, Karen and Eric Rice. 2003. "Social Exchange Theory". Pp 61-88. In John Delamater (ed.) *Handbook of Social Psychology*. New York: Kluwer Academic Publishers.
- Cooley, Charles H. 1902. *Human Nature and the Social Order*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Cushman, Philip. 1990. "Why the Self is Empty: Toward a Historically Situated Psychology." *American Psychologist* 45(5): 599-611.
- Eaton, Asia and Suzanna Rose. 2011. "Has Dating Become More Egalitarian? A 35 Years Review Using Sex Roles." *Sex Roles*. 64(11-12): 843-862.
- Ellison, Nicole, Charles Steinfield, Cliff Lampe. 2007. "The Benefits of Facebook 'Friends:.' Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites." *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(4): 1143-1168.
- Festinger, Leon. 1957. *Theory of Cognitive Dissonance*. California: Stanford University Press.
- Fehr, Beverly. 2004. "Intimacy Expectations in Same-Sex Friendships: A Prototype Interaction-Pattern Model". *Journal of Personality and Social Psychology* 86(2): 265-284
- Fischer, Claude S. 1982. "What Do We Mean by 'Friend'? An Inductive Study" *Social Networks* 3(4): 287-306.
- Foa, Edna B. and Uriel G. Foa. 2012. "Resource Theory and Social Exchange". Pp 15-31 In: Kjell Tornblom and Ali Kazemi (eds.) *Handbook of Social Resource Theory: Theoretical Extensions, Empirical Insights and Social Applications*. New York: Springer.
- Garza, Gilbert. 2002. "The Internet, Narrative, and Subjectivity". *Journal of Constructivist Psychology* 15(3): 185-203.
- Gecas, Viktor. 1982. "The Self Concept" *Annual Review of Sociology* 8: 1-33.
- Granovetter, Mark. 1973. "The Strength of Weak Ties". *American Journal of Sociology* 78(6): 1360-1380.
- Hamburger-Amichai, Yair, Mila Kingsbury, and Barry H. Schneider. 2013. "Friendship: An Old Concept with New Meaning?" *Computers in Human Behavior* 29(1):33-39.

- Hamburger-Amichai, Yair and Elisheva Ben-Artzi. 2003. "Loneliness and Internet Use". *Computers in Human Behavior* 19(1):71-80.
- Hill, Craig. A. 1987. "Affiliation Motivation: People Who Need People... But in Different Ways." *Journal of Personality and Social Psychology*. 52(5): 1008-1018.
- Hochschild, Arlie Russell. 1983. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Los Angeles: University of California Press.
- Hofstede, Geert, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov. 2010. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 3rd Edition. USA: McGraw-Hill.
- Homans, George C. 1958. "Social Behavior as Exchange". *American Journal of Sociology* 63(6): 597-606.
- John ,Nicholas A. 2013. "The Social Logic of Sharing". *The Communication Review [Internet]* 16(3):113-131.
- Kaplan, Danny. 2005. "Public Intimacy: Dynamics of Seduction in Male Homosocial Interactions". *Symbolic Interaction* 28(4):571-595.
- Kaplan, Danny. 2007. "Folk models of Dyadic Male Bonding in Israeli Culture". *Sociological Quarterly* 48(1):47-72.
- Leiner, Barry, Vinton G. Cerf, David D. Clark, Robert E. Kahn, Leonard Kleinrock, Daniel C. Lynch, Jon Postel, Larry G. Roberts, Stephen Wolff. 2012. *Brief History of the Internet*. (<http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet>) (Accessed January 30, 2013).
- Lenhart Amanda. 2015. Pew Research Center. Teens, Technology and Friendships, August 2015. (<http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>) (Accessed February 7, 2016).
- Liagouras, George. 2005. "The Political Economy of Post Industrial Capitalism". *Thesis Eleven* 81(1): 20-35.
- Lin, Kuan-Yu, and Peng-lu Hsi. 2011. "Intention to Continue Using Facebook Fan Pages from the Perspective of Social Capital Theory". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 14(10): 565-570.
- McPherson, Miller, Lynn Smith-Lovin, and Matthew E. Brashears. 2006. "Social Isolation in America: Changes in Core Discussion Networks over Two Decades." *American Sociological Review* 71(3): 353-375.
- Mead, George Herbert 1934. *Mind, Self and Society*. Chicago: University of Chicago Press.

- Mesch, Gustavo and Ilan Talmud. 2006. "Online Friendship Formation, Communication Channels, and Social Closeness." *International Journal of Internet Science*. 1(1): 29-44.
- Reis, H. T. and Shaver, P. (1988). "Intimacy as an Interpersonal Process". In S. W. Duck (Ed.), *Handbook of Personal Relationships* (pp. 367–389). New York: Wiley.
- Robinson, Laura. 2000. "The Cyberself: The Self-ing Project Goes Online, Symbolic Interaction in the Digital Age." *New Media & Society* 9(1): 93-110.
- Silver, Allen. 1990. "Friendship in Commercial Society: Eighteenth-Century Social Theory and Modern Sociology" *American Journal of Sociology*: 95(6): 1474-1504.
- Simmel, Georg, and Kurt H. Wolf (eds.). 1950. *The Sociology of George Simmel*. New York: The Free Press.
- Smart, Allen. 1999. "Expressions of Interest: Friendship and Guanxi in Chinese Societies". Pp. 119-136 in Bell, S. and Coleman, S. (eds.) *The Anthropology of Friendship* Oxford: Berg.
- Smart, Carol, Katherine Davies, Brian Heaphy and Jennifer Mason. 2012. "*Difficult Friendships and Ontological Insecurity*." *The Sociological Review* 60(1):91-109.
- Spencer, Liz and Raymond E. Pahl. 2006. *Rethinking Friendship: Hidden Solidarities Today*. Princeton: Princeton University Press.
- Strickland, Michael. 2010. "Aid and Affect in the Friendship of Young Chinese Men." *Journal of the Royal Anthropological Institute* 16: 102-118.
- Stryker, Sheldon, and Peter J. Burke. 2000. "The Past, Present, and Future of an Identity Theory". *Social Psychology Quarterly* 63(4): 284-297.
- Tufekci, Zeynep. 2010. "Who Acquires Friends Through Social Media and Why? 'Rich Get Richer' versus 'Seek and Ye Shall Find'". *ICWSM 2010 - Proceedings of the 4th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*: 170-177.
- Turkle, Sherry. 2011. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Veblen, Thorstein. 1953. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions, the Mentor Edition*. New York: The Macmillan Company.
- Walker, Karen. 1995. "'Always There for Me': Friendship Patterns and Expectations among Middle- and Working-class Men and Women." *Sociological Forum* 10(2): 273-296.
- Wellman, Barry, Anabel Quan-Haase, Jeffery Boase, Wenhong Chen, Keith Hampton, Isabel Diaz, Kakuko Miyata. 2003. "The Social Affordances of the

Internet for Networked Individualism." *Journal of Computer-Mediated Communication* 8(3).

Zelizer, A. Viviana. 1983. *Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States*. New Brunswick: Transaction Books.

Zelizer, A. Viviana. 2005. *The Purchase of Intimacy*. Princeton: Princeton University Press.

תמונות האילוסטרציה כפי שהן מוצגות באתר



Abstract:

This study examined how commercial use of Internet social networks influenced how people interpret social interaction, with special emphasis on how this interpretation helps re-shape the concept of "friendship". To explore this question, the present research focuses on social interactions amongst participants on an online social network offering rental services (by the hour) of "friends".

This study's main research question was, "How do participants in this site who offer their services as 'friends' for rental interpret the implications of their interactions with those who rent their services?" To answer this question, this study employed a mixed interpretive analysis, looking both at cultural and technological factors shaping the "Internet self" during these interactions. This study employed qualitative methodologies including interpretive discourse analysis of online pages at the website, and also interviews with site users (specifically, "friends"). Interviews were analyzed via the symbolic interactionist theoretical lens, and the grounded theory methodological approach.

In this research, interviews were conducted with individuals who offer online to rent themselves out as "friends" in the U.S. This is because the U.S. has the greatest number of users, thus the largest pool of potential interview candidates. Over the course of the research, a total of 20 individuals were interviewed, including 10 men and 10 women, each of whom met at least one "client" during their involvement with the site. Interviews were conducted via Skype software, which enables low-cost Internet calls abroad. Moreover, each respondent was compensated for their time with a \$20.00 gift, transmitted via PayPal.

In order to illuminate the research question, three primary goals were outlined. First: to examine the influence of Internet technology on the concept of "friendship" as expressed on the site, and by those who offered their services as "friends" via the site. Second: a phenomenological approach to respondents' descriptions of the "self", in the wake of their interactions with "clients" renting their services through the site. Third: exploration of two

cultural scripts about friendship, as reflected in the site--the capitalist/commercial, and the personal/intimate.

The first section of findings presents textual analysis of the concept of friendship as presented on the site and marketed to visitors. Results of this analysis indicate that the concept of friendship, as a product offered, is one of pleasure, and free of commitment, but including intimacy. It is argued that use of culture as a product does not encourage genuine social relations as these are understood in Western culture. This is because it creates a dynamic of inequality, one that minimizes the commitment of the renter towards the rented "friend", and is centered around payment, alone. This relieves him of the obligation to invest the sort of sustained time and emotional resources required to develop genuine intimacy.

Findings in the second section document how participants experience the challenges raised by the commercial element to their interactions with clients. Findings reinforced the claim that the site does not foster development of intimate ties. Analysis suggests that epistemological, technological, and economic limitations, as well as those related to the dimension of time, prevented participants from developing intimate relationships.

Part three of the results divide into two components. The first examines how participants related to the idea of friendship, outside the realm of the site. The second describes how they related to friendship in light of their interactions with clients through the site. Regarding their view of friendship in their non-site lives, they emphasized intimacy, which required investment of time and emotional resources. Regarding their interactions with clients through the site, they described a mix of cultural scripts, including both the traditional one of friendship involving intimacy and investment, as well as the newer, capitalist model in which friendship is instrumental and without obligation.

The fourth section of the results explores gender differences in how respondents described their experiences of their interactions with clients via the site. Both male and female respondents described confronting three strong cultural scripts amongst their clients.

These scripts involved defining the interaction in terms of: 1) escort or prostitution services; 2) romantic relations; or, 3) hegemonic masculinity. Male and female respondents reported different sorts of influences, of these three scripts, on how they defined friendship.

Overall, study findings revealed an additional element in the fabric of human relations shaped by capitalism, one encouraging the influence of the free market in the "virtual" field. The growth of social sites combining various elements of Internet technology with capitalist discourse contributes to the "privatization" and commercialization of social relations in modern Western culture. Within this framework, a "sacred aura" develops around such concepts as "love", "intimacy", and "culture", in which they derive legitimacy in part from their integration into economic relations.

In the present study, resolution of the contradictions arising from the different cultural scripts expressed in interviews involved, according to respondents, viewing "friendship" as a profession with unique demands. On the one hand, this is instrumental and demanding; on the other, it is impermanent. Study findings demonstrated that such "professional friendship" created feelings of emotional alienation, and cannot begin to address the growing need of the Western self for intimacy. Conversely, these relations can yield a pleasant, concentrated experience within the time framework of the given sessions between "friends" and their clients—as long as they are not too much subject to oppressive gender scripts.