

מסגרות מדיה
כתב עת ישראלי לתקשורת

12

מערכת כתב העת
קרן איל, המרכז הבינתחומי הרצליה
תמר אשורי, אוניברסיטת תל-אביב
מנחם בלונדהיים, האוניברסיטה העברית
מוטי נייגר, המכללה האקדמית נתניה
חנה קומנשטר-שוורץ, נציגת הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו
עמית קמה, מכללת עמק יזרעאל
רבקה ריב"ק, אוניברסיטת חיפה
נעמה שפי, מכללת ספיר
תמיר שפר, האוניברסיטה העברית

מסגרות מדיה

כתב עת ישראלי לתקשורת

12

עורך

גבי וימן

תשע"ד (2014)
האגודה הישראלית לתקשורת
הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו

**Media Frames:
Israeli Journal of Communication**

Gabi Weimann, Editor

עריכת לשון: הרצליה אפרתי
עיצוב השער: ליאור נייגר
ההפצה: האגודה הישראלית לתקשורת
בית ספר סמי עופר לתקשורת
המרכז הבינתחומי הרצליה
רחוב כנפי נשרים
הרצליה 46150
www.israel.com.asso@gmail.com

©

כל הזכויות שמורות
לאגודה הישראלית לתקשורת
בית ספר סמי עופר לתקשורת
המרכז הבינתחומי הרצליה
רחוב כנפי נשרים
הרצליה 46150

אין לשכפל, להעתיק, לצלם, להקליט, לתרגם,
לאחסן במאגר מידע, לשרר או לקלוט
בכל דרך או בכל אמצעי אלקטרוני, אופטי, מכני
או אחר כל חלק שהוא מן החומר שבספר זה.
שימוש מסחרי מכל סוג שהוא בחומר הכלול בספר זה
אסור בהחלט אלא ברשות מפורשת בכתב מן המו"ל.

מסת"ב 978-965-493-337-7 ISBN

הודפס בישראל
דפוס "פרינטיב", רחוב בית הדפוס 20, ירושלים

תוכן העניינים

ז דבר העורך

מאמרים מקוריים

1 עידית מנוסביץ' ואזי לב און
העיתונות המקומית בישראל 2013: קווים לדמותה

29 איתי חרל"פ
דרמה בשלושה חלקים (ופרולוג): היסטוריוגרפיה של הדרמה הישראלית
בטלוויזיה

53 אלונית ברנזון
מחאה חברתית וסיקור תקשורת: מרוטשילד לכיכר זקוטי,
וממחאת האוהלים ל-"Occupy Wall Street 2011"

77 שלי גפן
"למען יראו וייראו": תכנית הראליטי "סופר נני" בעיני הורים כצופים

סקירות ספרים

97 בתוך הקופסה: מיתוג סמוי בשידורי הטלוויזיה המסחרית בישראל
ענת באליונט, ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2012, 137 עמודים
עמית שכטר

יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה
יחיאל לימור, ברוך לשם, לאה מנדלזיס, רעננה: האוניברסיטה הפתוחה,
תשע"ד/2014, 679 עמודים

103

תמר להב

111

נחמה לואיס-פרסקי

117

תגובה לסקירת ספר
אמיר חצרוני

121

תקצירים לועזיים

דבר העורך

עבדתי על עריכת גיליון זה בהיותי בוושינגטון בשנת שבתון. זו הייתה חוויה "וירטואלית" מעניינת. כל התכתובת, חילופי המסרים, עבודות העורך, הקשר עם המערכת ועם שופטי המאמרים התנהלה דרך פלטפורמות מקוונות. "העולם יצטמק", הבטיח לנו מרשל מקלוהן (שהיה הראשון שחזה את מהפכת התקשורת הדיגיטלית והשפעותיה), והנה מסגרות מדיה מופק ונערך "על הרשת", ממש "גיליון סייבר". המהפכה התקשורתית מתחוללת גם בבית...

אולי בגלל ההשות מעבר לים, ואולי בגלל מחקרי שם, מצאתי עצמי עוסק במיתוסים, באגדות אורכניות ובנרטיבים כוזבים. גם על כתב עת כמו מסגרות מדיה יש לא מעט מיתוסים ואגדות... אז הנה ניסיון להפריך כמה מהמיתוסים.

מיתוס 1: "העורך קובע". ממש לא. לעורך יש חשיבות רבה בעיקר במישור של ניהול אופרטיבי, ניתוב תכנים בין מחברים לשופטים, בין מחברים לעורכת לשון ועוד. אבל העורך, באופן מפתיע, אינו הקובע. רוב ההחלטות מתקבלות על ידי אחרים – שופטי המאמרים או ועדת המערכת. לעתים קרובות ההחלטות מנוגדות לדעתו, אם זה על קבלה או דחייה של מאמר או החלטות מערכת על מדיניות ועקרונות. כך מצאתי את עצמי בעמדת מיעוט בנושאים עקרוניים שבהם דנה ועדת המערכת (למשל, לגבי פרסום מאמרים מתורגמים או פרסום באנגלית במסגרות מדיה). גם לגבי המאמרים, דעת העורך אינה קובעת. מחווי הדעה הם שופטיו של מאמר, ורק פסיקתם על דחייה, קבלה או הגשה מחדשת, קובעת.

מיתוס 2: "השופטים אינם הוגנים". אין אהבות שמחות ואין הרבה אהבה אל שופטי מאמרים, בעיקר כאשר הם ביקורתיים, והם לעתים קרובות ביקורתיים, ואולי אף ביקורתיים מאוד. קשה למדוד הוגנות של שופטי מאמרים, אך יש עובדות מספר המעידות על מקצועיות ואובייקטיביות. ראשית, פריסת השופטים: אנו מנסים להפעיל שופטים רבים, להגדיל ולגוון את מעגל השיפוט. במגבלות ברורות (למשל, יכולת לקרוא מאמר בעברית, מומחיות בתחום או בנושא), הצלחנו להגיע למעגל נרחב המונה כבר עשרות שופטים. שנית, לא תמיד יש הסכמה בין השופטים ולעתים נזקקנו לחוות דעת נוספת כדי להגיע להחלטה בגלל הערכות סותרות. ולבסוף, ההחלטות של השופטים הן תמיד מנומקות,

מפורטות ויסודיות. כל מי שהתנסה בהגשת מאמר למסגרות מדיה יודע כי כל החלטה, אפילו על דחייה, לוותה בהנמקה מפורטת מאוד.

מיתוס 3: "יש שווים יותר". טענה שכיחה היא כי למאמרים של חוקרים בכירים קל יותר להתקבל לפרסום. גם כאן העובדות סותרות מיתוס זה: ראשית, רשימת המאמרים שהתפרסמו במסגרות מדיה כוללת פריסה רחבה של דרגות אקדמיות, של מוסדות אקדמיים ושל תחומים. בגיליונות האחרונים פורסמו רק מחצית המאמרים שהוגשו; בין המאמרים שנדחו היו גם כאלה של עמיתים בכירים ובין אלה שהתקבלו היו גם של דוקטורנטים וחוקרים צעירים. ההליך של הערכת המאמרים הוא אנונימי לחלוטין ושופטי המאמרים אינם יודעים מי המחברים. לא נשלחים מאמרים להערכה של עמיתים באותו חוג או מחלקה.

מיתוס 4: "לא סופרים אותנו". יש הטוענים כי מסגרות מדיה אינה בימה מוכרת לצורכי קידום וקרדיט אקדמיים. אכן, כתב עת זה, מעצם היותו בעברית, אינו ניצב בקדמת הבימה העולמית בתחום. אולם זהו כתב העת הישראלי לתקשורת, כתב העת המדעי של האגודה הישראלית לתקשורת, ובתור שכזה המאמרים שבו מוכרים כפרסומים אקדמיים בכתב עת שפיט. במרבית האוניברסיטאות והמכללות, גם ברשימת מכון סאלד (שעליה נסמכת עתה המועצה להשכלה גבוהה), מוכר כתב העת שלנו. לכן בוועדות מקצועיות ובהליכי מינויים הפרסום במסגרות מדיה נחשב פרסום מדעי לכל דבר.

המאמרים בגיליון זה תואמים את אופיו המגוון של כתב העת שלנו: מולטי-מדיה במיטבה. תמצאו כאן, זה לצד זה, מאמרים על העיתונות המקומית בישראל, על הדרמה בטלוויזיה הישראלית, על סיקור המחאה החברתית בארצות הברית ובישראל ועל יחסם של הורים בישראל לסדרת ה־רֶאליטי סופר נני. מאמרם של עידית מנוסביץ ואזי לב־און, "העיתונות המקומית בישראל 2013: קווים לדמותה", הוא למעשה מיפוי מפורט של המקומונים בישראל ומשמש בכך עדכון חשוב לעבודתו החלוצית של דן כספי על אפיון המקומונים בישראל (מחקר שהתפרסם בשנת 1986). ניתוח המקומונים במחקר זה מספק פרופיל חד ומעניין של מבנה הבעלות, של החשיפה (לפי חתכים שונים) לעיתונות המקומית וגם של מגמות התפתחות של המקומונים לאור המשבר הפוקד את העיתונות המודפסת בכלל. בין מצאי המחקר ראוי להדגיש את שינויי הכיוון בין ריכוזיות לביזור: בשנות התשעים, עם התבססותם של תאגידי התקשורת הגדולים בזירת המקומונים, נראה היה כי הביזור שעליו התבססו המקומונים (שעיקר כוחם היה בפריפריה וללא שליטה של גורם תקשורתי מרכזי) מצטמצם, וכי המטוטלת נעה לכיוון ריכוזיות והשתלטות רשתות התקשורת הגדולות על המקומונים. והנה, מלמד אותנו מחקר זה, חדירת האינטרנט והתפתחותה של העיתונות המקוונת מטים את המטוטלת שוב לכיוון הביזור.

מאמרו של איתי חרל"פ, "דרמה בשלושה חלקים (ופרולוג): היסטוריוגרפיה של הדרמה הישראלית בטלוויזיה", מציג ניתוח היסטוריוגרפי של סוגת הדרמה בטלוויזיה הישראלית. ניתוח זה מצביע על ייחודיות התפתחות הטלוויזיה בישראל מחד גיסא, ועל המשותף עם ההיסטוריה של הטלוויזיה העולמית מאידך גיסא. חרל"פ מזהה שלוש תקופות מרכזיות בהתפתחות הטלוויזיה הישראלית: התקופה הראשונה, אשר החלה עם תחילת השידורים של הטלוויזיה הישראלית (שאותה הוא מכנה "קונסנזוס של ערוץ אחד"), התקופה השנייה, שהחלה עם עלייתו של הערוץ השני ("הדומיננטיות של הערוץ השני"), והתקופה השלישית, שהחלה בשנת 2005, יחד עם עליית שירותי הטלוויזיה המתקדמים ("הטלוויזיה שאחרי"). הניתוח מבקש לזהות את הסיבות הרגולטוריות, הטכנולוגיות והתרבותיות לשינויים שעברה הדרמה הישראלית בשלוש התקופות, לבחון את השינויים בהרגלי הצפייה ולשרטט את המאפיינים הטקסטואליים של דרמות אלה.

אלונית ברנזון חקרה את הסיקור התקשורתי של המחאה החברתית פה בישראל ושל מחאת Occupy Wall Street בארצות הברית. בקיץ 2011 היינו עדים לגל של מחאות חברתיות מקומיות, החל ב"אביב הערבי" וכלה במחאות החברתיות נגד המדיניות הפוליטית-חברתית-כלכלית בישראל, ברחבי אירופה ובארצות הברית. במאמרה מדווחת ברנזון על ניתוח השוואתי של הסיקור התקשורתי של המחאה החברתית בעיתונות המובילה בישראל ובארצות הברית. העיתונים שנתחו במחקר זה הם ידיעות אחרונות וישראל היום בישראל, והניו יורק טיימס ויו-אס-איי טודיי בארצות הברית. ממצאי המחקר מזהים דפוס שונה של סיקור מזה שהיינו עדים לו בעבר כאשר נבחן סיקור של מחאות גלובליות, כמו אלה שכוונו נגד המוסדות הכלכליים הבין-לאומיים. אז נמצא כי ברוב המקרים סיקור המחאה היה שלילי תוך הדגשת אלימות המפגינים. לעומת זאת, במקרה של מחאה מקומית העיתונות מצדדת במחאה ונותנת במה לסדר היום של המפגינים. בהפגנות קיץ 2011 נראה מכנה משותף של תמיכה במטרות המחאה ובמפגינים הן בישראל והן בארצות הברית.

המאמר האחרון הוא של שלי גפן, "למען יראו וייראו": תכנית הראליטי סופר נני בעיני הורים כצופים". זהו מחקר שונה מהמקובל ואינו מתמקד בתכני סדרת ה־ראליטי ומסריה אלא במשמעותה להורים. גפן בדקה את משמעות ההקשר המשפחתי והמגדרי לאבות ולאמהות ממסגרות משפחתיות שונות והשפעתו על משמעות המסרים בסדרה סופר נני. בניגוד לביקורת השכיחה על תכניות ראליטי בכלל ועל סופר נני בפרט, ממצאיה של גפן מאירים היבטים חיוביים: ממצאיה מעלים כי התכנית משמעותית להבנת אופן ההתנהלות המשפחתי הרצוי, זאת באמצעות ייצוג דומיננטי של משפחות קיצוניות ושליליות העוברות תהליך של

שינוי ו"תיקון" ההורות והמשפחה. ייצוג זה עוזר להורים למקם את עצמם ברצף שבין "נורמלי" ל"לא נורמלי", ובכך מלמד אותם כיצד אמורה להתנהל משפחה. לבסוף, בגיליון זה מתפרסמות סקירות ספרים חדשים. הראשון הוא ספרה של ענת באלִינט, בתוך הקופסה: מיתוג סמוי בשידורי הטלוויזיה המסחרית בישראל. ספר זה עוסק בתופעה מטרידה שהתפשטה בתכני הטלוויזיה המסחרית בישראל וזכתה לכינוי המכובס "תוכן שיווקי". באלִינט מצביעה על התפתחות התופעה בישראל ועל הנזקים הכרוכים בה. הספר השני הוא ספרם של יחיאל לימור, ברוך לשם ולאה מנדלזיס, יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה. בספר זה חברו מחברים עם ניסיון אקדמי ומעשי עשיר וציידו את תחום יחסי הציבור בספר תשתית המשלב תאוריה עם פרקטיקה, היסטוריה עם ידע עדכני, מושגים עם כלים למי שלומד או עוסק בתחום.

פרופ' גבי וימן

מאמר מקורי

העיתונות המקומית בישראל 2013: קווים לדמותה

עידית מנוסביץ ואזי לב-און*

תקציר

העיתונות המקומית ממלאת תפקידים שונים מאלה של העיתונות הארצית, ובכך היא משמשת מרכיב חשוב ומשלים במפת התקשורת במרחב הציבורי. סקרי מדיה לאורך השנים מלמדים כי ציבור גדול באוכלוסייה צורך עיתונות מקומית בקביעות. עם זאת, מאז מחקרו פוריץ הדרך של דן כספי על העיתונות המקומית בישראל (Caspi, 1986), נותרו המקומונים בישראל נושא עלום מבחינה מחקרית. מחקר זה נועד לתרום לגישור הפער המחקרי בתחום העיתונות המקומית בישראל. הסתמכנו על נתוני חברת יפעת מידע תקשורת, מרכז אעלאם לתקשורת, ועל נתונים שאספנו ממקורות נוספים. אנו מסרטטים מיפוי מפורט של המקומונים בישראל על פי כמה חתכים. הניתוח כולל דיון במבנה הבעלות בשוק המקומונים, בהשפעת האינטרנט על המקומונים ובעיתונות המקומית במגזרים השונים בישראל. בסיום המאמר אנו מציגים דיון במגמות ההתפתחות של העיתונות המקומית בישראל לנוכח המשבר הפוקד את העיתונות מחד גיסא, והתבססותה של העיתונות המקוונת מאידך גיסא.

* ד"ר עידית מנוסביץ היא מרצה בבית הספר לתקשורת במכללה האקדמית נתניה. ד"ר אזי לב-און הוא מרצה בכיר בבית הספר לתקשורת, באוניברסיטת אריאל.

מבוא

במחקריו החלוציים סקר דן כספי (1980; Caspi, 1986) את צמיחתה של העיתונות המקומית בישראל, והתחקה אחר גלגוליה והתפתחותה מן הפריפריה אל המרכז.¹ מאז מחקרו חלפו כמעט שלושה עשורים, והמקומונים, למרות מרכזיותם במפת התקשורת הישראלית, נותרו נושא כמעט עלום מבחינה מחקרית. מחקר זה נועד לתרום לגישור על הפער המחקרי ולמפות את העיתונות המקומית בישראל. נכללים בו גם ניתוח הבעלויות בשוק המקומונים, והמאפיינים של העיתונות המקומית המקוונת ושל העיתונות המקומית במגזרים הדתי־חרדי, הרוסי והערבי. אנו בוחנים את השינויים שחלו במפת העיתונות המקומית בישראל בעשורים האחרונים, ודנים במגמות ההתפתחות של העיתונות המקומית בישראל לנוכח המשבר הפוקד את העיתונות מחד גיסא לצד התבססותה של העיתונות המקוונת מאידך גיסא.

העיתונות המקומית ותפקידיה במרחב הציבורי

העיתונות המקומית משמשת מקור מידע מרכזי לאזרחים רבים על ענייני השעה באזור מגוריהם (Franklin, 1998). סקרי מדיה בישראל מלמדים כי בשנות התשעים מרבית האוכלוסייה בישראל צרכה לפחות מקומון אחד בשבוע ואף יותר (כספי, 1998). לפי נתוני סקר TGI משנת 2012, 34.4 אחוז מהישראלים דיווחו כי הם קוראים את העיתון המקומי בקביעות, ו־21.9 אחוז השיבו כי הם מחפשים "מציאות והוולות" קודם כול בעיתון המקומי. קריאת מקומונים רווחת בכל רוחב הקשת הסוציו־כלכלית ובכל אזורי הארץ, ובמיוחד בקרב האוכלוסייה המבוגרת. 50.9 מבני 65 ומעלה מדווחים על קריאת מקומונים בקביעות, לעומת 24.7 אחוז בלבד בקרב בני 18-24.² ממצא זה מתאים למחקרים בארצות הברית, המסבירים כי מבוגרים חשים שייכות לאזור מגוריהם ולכן צורכים יותר עיתונות מקומית מצעירים (Stamm, 1985).

אמצעי תקשורת מקומיים ממלאים ייעודים שונים מאלה של העיתונות הארצית, ובכך הם מרכיב חשוב ומשלים במפת התקשורת הכוללת במרחב הציבורי. ראשית, העיתונות המקומית משמשת ספק מידע לתושבים בהקשר המקומי בענייני פוליטיקה, כלכלה, חינוך, תרבות, תחבורה ותשתיות וכדומה. נושאים אלה עשויים להיות מרכזיים בחיי היום־יום של הציבור המקומי, אך חסרי ערך חדשותי לעיתונות המרכזית עקב קהל היעד המצומצם המתעניין בהם. ואמנם, קיזל ופירשטיין (2011, עמ' 86) מצאו כי אף שהעיתונות המקומית

פועלת "בצל המרכז" ומספקת סיקור לנושאים העומדים בראש סדר היום בעיתונות הארצית, ניכרת בה "זיקה מקומית מובהקת" הן בהקשר המקומי שבו מוצגות חדשות האקטואליה, והן במקום הבולט המוקצה לחדשות מקומיות. לאור זאת פוליטיקאים מקומיים, יותר מאשר הציבור, מעריכים את המקומון ככלי רב השפעה הן כזירה לחשיפת פועלם לציבור הן כמקור מידע המסייע בהבנת אינטרסים מקומיים והעדפות הציבור (נבון, 2001; לימור ופרי, 2005). חשיבותם של אמצעי תקשורת מקומיים כספקי מידע ניכרת במיוחד בשעת חירום. למשל, במחקר על דפוסי חיפוש המידע של משתמשי האינטרנט מאזור ניו אורלינס לאחר הוריקן קתרינה, מצאו פרוקופיו ופרוקופיו (Procopio & Procopio, 2007) כי למרות הסיקור השוטף באמצעי התקשורת הארציים ונוכחותם הרציפה בשטח, צורכי המידע של התושבים נענו טוב יותר על ידי אתרים מקומיים. בתשובה על השאלה באילו אתרים ביקרו הכי הרבה בשבוע שלאחר ההוריקן, ציינו 57 אחוז אתרי חדשות מקומיים, דוגמת nola.com, ורק 19 אחוז הזכירו אתרים של אמצעי תקשורת ארציים דוגמת CNN או Fox news. גם בארץ, בזמן מלחמת לבנון השנייה, תושבים באזורים תחת אש נדרשו למידע נקודתי מידי שלא תמיד הופיע בפירוט ובמיקוד הנדרש בתקשורת הארצית. צורך זה קיבל מענה בכלי תקשורת מקומיים (שיררז, 2008; לב-און, 2010).

שנית, העיתונות המקומית עשויה למלא תפקיד חשוב בהעלאת סוגיות מקומיות לסדר היום המקומי ובעיצוב הדיון הציבורי והפוליטיקה המקומית (Gross & Aday, 2003; Tanner, 2004; Heider et al., 2005). ידע פוליטי של הציבור המקומי ודיון ציבורי רחב ומכליל עשויים לחזק את ההון החברתי המקומי וממילא גם את המעורבות החברתית והפוליטית המקומית (שקבטור, 2011; Moy et al., 2004; Fung, 2004; Nicodemus, 2004). ואולם, מידת הכיסוי התקשורתי המקומי ומגוון הקולות הנכללים בו אינם נגזרת הכרחית מעצם הגדרת קהל היעד על פי אזור גאוגרפי. משתנים אחרים עשויים להשפיע על מגוון הדעות, למשל הבעלות על העיתון, המשאבים העומדים לרשותו, הגישה למקורות מידע, האפשרויות למעורבות הקהל ביצירת תכנים ועוד.

לבסוף, עיתונות מקומית יכולה למלא תפקיד מרכזי בפיקוח על נבחרי הציבור במישור המקומי, ולשמש "כלב שמירה" של הדמוקרטיה המקומית. המקומונים עשויים לספק סיקור שוטף של דיוני המועצה המקומית ולשתף את הציבור בדיון ובליבון סוגיות מקומיות. בעת קמפיינים מוניציפליים העיתונים המקומיים הם מקור למידע על המועמדים ועל עמדותיהם, ועשויים לשמש מרחב ציבורי זמין לתקשורת בין המועמדים ודיון ציבורי במשנותיהם השונות (לב-און, 2012). נבה (Neveu, 2002) טוען כי העיתונות המקומית נבדלת מן העיתונות הארצית בהגייון המנחה את פעילותה. בשונה מן העיתונות הארצית, זוהי עיתונות

המושרשת באזור גאוגרפי ממוקד, ולכן קיימת תלות חזקה של העיתונאים במקורותיהם, לרוב חזקה יותר מזו של עמיתיהם בעיתונות הארצית. בהקשר הישראלי, קיזל ופויירשטיין (2011) טוענים כי קיימת זיקה גבוהה בין כלי התקשורת המקומיים למקורות מידע ממסדיים או ממסדיים למחצה. מאחר שמקורותיהם הכלכליים זעומים ומטרתם הראשונית היא הפקת רווחים, נתונים העיתונאים המקומיים ללחצי המפרסמים במידה רבה יותר מאשר במישור הארצי. במקומות רבים מגיע עיקר תקציב הפרסום מהממסד העירוני. עקב כך המקומונים עשויים להימנע מביקורת על קברניטי הרשויות ועשויים להפוך ל"מתווכים מסורסים" (כספי ולימור, 1992, עמ' 255), הנמנעים מלצאת נגד הממסד המקומי, ואינם מציעים סדר יום חלופי (ראו גם לימור ופרי, 2005).³

התפתחות העיתונות המקומית בישראל

מפת התקשורת בישראל, כמו גם בעולם הרחב, מתאפיינת זה כמה עשורים בשני התהליכים המתקיימים בה בו זמנית: ריבוי מתמיד של מספר ערוצי התקשורת בכל סוגי המדיה, במקביל לצמצום מספר הבעלים החולשים על ערוצים אלה (לימור ופרי, 2005). לשני התהליכים השלכות עמוקות על האפשרות לממש דמוקרטיה מהותית. מנעד רחב של ערוצי תקשורת עשוי לשקף את מגוון הקולות בחברה ולקדם שיח ציבורי עשיר ומגוון. אולם, ריכוז הבעלות בידי מספר מצומצם של תאגידי ענק עשוי להביא להאחדה של הנושאים ומסגרות ההתייחסות הנשמעים במרחב הציבורי בפועל (לימור, 1997; Bagdikian, 1997; McChesney, 1999; 2003). הדיאלקטיקה בין שתי מגמות אלה באה לידי ביטוי גם בעיתונות המקומית. העיתונות המקומית בישראל התפתחה מן הפריפריה למרכז (Caspi, 1986). המקומונים הראשונים נולדו בערי פריפריה, החל בערב באילת, והמשך במקומונים בבאר שבע, באשדוד ובחיפה.⁴ הריחוק הגאוגרפי ממרכז הארץ הניב צרכים מקומיים ייחודיים שלא קיבלו מענה בעיתונות הארצית. חשיבותה הראשונית של העיתונות המקומית הייתה אפוא במתן מענה תקשורתי ופרסומי לציבור המקומי. אולם ההשלכות היו רחבות. עם התבססותם, החלו המקומונים למלא תפקיד מרכזי בפיתוח אליטות פוליטיות מקומיות (Caspi, 1986; כספי ולימור, 1992). כספי טוען כי המקומונים מילאו תפקיד מרכזי בתהליך חברתי ופוליטי עמוק שעברה החברה הישראלית: מעבר מחברה ריכוזית והגמונית, המקדשת את כור ההיתוך ומטשטשת הבדלים, לחברה המאפשרת ומקדמת ביטוי חברתי ואזורי למגוון קבוצות. התבססות המקומונים תרמה אפוא לביזור העוצמה התקשורתית, ושימשה בתפקיד מרכזי בפיתוח ובטיפול מוקדים פוליטיים

ותקשורתיים מקומיים לצד ערעור המונופול של מוקדי העוצמה הריכוזיים בישראל בפוליטיקה ובתקשורת כאחד (כספי, 1998).

בעשורים הראשונים לקיומה הייתה העיתונות המקומית בידי יזמים מקומיים, בלא מעורבות של המו"לים המרכזיים של שלושת היומונים הארציים ששלטו בשוק התקשורת בישראל באותה עת: הארץ, ידיעות אחרונות ומעריב. כספי סבור כי האחרונים זלזלו במקומונים בעיקר לנוכח הרמה העיתונאית הירודה של התכנים וביטלו את האפשרות להיכנס לשוק התקשורת המקומית מתוך תפיסה מוטעית בנוגע לפוטנציאל הכלכלי של שוק זה ולצורך התקשורת המובחן של אוכלוסיות מקומיות (שם).

לא עבר זמן רב ותפיסה זו השתנתה. ממד הריכוזיות נכנס גם לענף התקשורת המקומית. נקודת המפנה הייתה המיתון בשנות השבעים, שהבליט את הפוטנציאל הכלכלי של תקשורת מקומית, הודות ליכולתה להציע ערוצי פרסום זולים. בעוד העיתונות היומית ספגה פגיעה כלכלית קשה בתקופת המשבר, המקומונים הוכיחו כושר עמידות. כתוצאה מכך, מסוף שנות השבעים החלו העיתוננים הארציים להיכנס לשוק התקשורת המקומית.

נתוני התפוצה מלמדים כי בראשית שנות התשעים היו שני שלישים מן המקומונים הנפוצים ביותר בישראל בבעלותם של שני תאגידי התקשורת: רשת המקומונים עיתונות מקומית בע"מ בבעלות תאגיד שוקן-הארץ, ורשת ידיעות תקשורת בע"מ בבעלות תאגיד ידיעות אחרונות (כספי ולימור, 1992; Caspi, 1986). מפת המקומונים השתנתה. לא עוד מרחב תקשורת מבוזר, הנתון בידי מו"לים קטנים בעלי אוריינטציה מקומית, אלא מרחב ציבורי המתאפיין בו זמנית בביזור לצד ריכוזיות (לימור, 2003). הקמת רשתות מקומונים ענפות שמטרתן לספק סיקור מקומי אותנטי ומשלים לסיקור הארצי של העיתונות הארצית, משקפת תהליך של ביזור העוצמה של התקשורת, ופלורליזם חברתי ותרבותי. אולם שליטת תאגידי התקשורת הארציים בשוק זה עשויה הייתה לחתור תחת הביזור ולפגוע באפשרותה של התקשורת המקומית לשמש מרחב ציבורי מכליל לאוכלוסייה מקומית. השינוי השפיע גם על מספר המקומונים בישראל. מחקר חלוצי משנת 1982 איתר כ-150 מקומונים ברחבי הארץ (כספי ובקר, 1982) לעומת 350 מקומונים שאותרו ב-2004 (לימור ופרי, 2005).

מהפכת האינטרנט הביאה שינויים דרמטיים בעולם העיתונות במישור העסקי והמקצועי, ובתפקיד העיתונות במרחב הציבורי (כספי, 2007; Gillmor, 2004; Manosevitch, 2011). כיצד היא השפיעה על העיתונות המקומית בישראל? בעיתונות המודפסת הארצית ניכר בעשור האחרון משבר מתמשך, המיוחס בין השאר להתפשטות האינטרנט. עיתוננים יומיים המחזיקים במערך הדפסה, שיווק והפצה, וצוות כתבים בהיקף ארצי, מתקשים להתמודד עם עלויות ההפצה

והפרסום הנמוכים של העיתון המקוון, ועם אפשרויות העדכון השוטף ומאפייני אינטראקטיביות ההולמים את אורח חייו של צרכן החדשות כיום (ליימן-וילציג, 2007). אולם נראה כי מצב המקומונים שונה. עיתונות מקומית מודפסת, המופצת בתדירות נמוכה, נדרשת מלכתחילה למספר מצומצם של אנשי מערכת, ועלויות השיווק וההפצה נמוכות. יתרה מזאת, בעוד האינטרנט מציע למפרסמים במישור הארצי זירות חדשות לנדוד אליהן, לא ברור אם למפרסם המקומי יש חלופות טובות להגיע לקהל יעד מקומי מפולח. לכן, יש לשער כי המקומונים המודפסים ייפגעו פחות מחדירת האינטרנט מאשר העיתונות הארצית המודפסת, לפחות בנקודת זמן זו.

שאלה אחרת נוגעת להיבט הבעלות. האינטרנט מאפשר ליזמים מקומיים לנהל מקומון מקוון בעלות ובהשקעה מינימליים (שם), וכך עולה שוב הפוטנציאל להטות את "שיווי המשקל" בדיאלקטיקה שבין ביזור לריכוז. לבסוף, חדירת האינטרנט רלוונטית גם לאופיה של העיתונות המקומית. מודל ההתפתחות של כספי מציע כי מדיה ישנים עשויים להתאים את עצמם למצבים משתנים. לכן כניסתו של מדיום חדש מביאה לרוב לשינוי באופיים ובמעמדם של המדיה הישנים, אך הם לא נכחדים (כספי, 1993, עמ' 114-117). כך, למשל, כניסת הטלוויזיה לא חיסלה את תעשיית הקולנוע אך שינתה את אופיה באמצעות מיצוי המדיום הטלוויזיוני להפצת סרטים. וכך גם תפוצת העיתונים לא החליפה את עולם הספר, אלא מיקדה את תפקידו. מעניין אפוא לבחון אם חדירת האינטרנט ומקומונים מקוונים הביאה לשינוי באופיה של העיתונות המקומית המודפסת.

מתודולוגיה

מאמר זה ממפה את העיתונות המקומית בישראל בראשית העשור השני של שנות האלפיים. זהו מחקר תיאורי המתייחס לכלל הפרסומים המיועדים לקהל יעד מקומי בישראל ועוסקים בדיווח חדשותי של אירועים. המחקר כולל פרסומים מודפסים ומקוונים כאחד, וזאת בהתאם לתיקון פקודת העיתונות מ-7 בינואר 2003,⁵ לפיו המונח "עיתון" כולל אמצעי תקשורת מקוונים.

איתור המקומונים למיפוי

אתגר אינהרנטי למחקר מסוג זה הוא איתור כלל הפרסומים העונים להגדרת מקומון. האתגר נובע בעת ובעונה אחת מן המציאות הסטטוטורית שאיננה מחייבת רישום של עיתונים המופצים לקהל יעד מקומי,⁶ מהיעדר ארגון עיתונאי אשר מאגד את כלל המקומונים בישראל ומרכז מידע עליהם, ומטיבו הדינמי

והמגוון של שוק העיתונות המקומית, הכולל עיתונים מבוססים ומוכרים רחבי תפוצה לצד עיתונים קטנים, בעלי תפוצה מצומצמת ואורך חיים קצר. עקב כך אין בנמצא רשימה מלאה ומדויקת של העיתונות המקומית בישראל שיכולה לשמש מקור מהימן למחקר. יתר על כן, השימוש באינטרנט לצרכים מקומיים מוסיף על האתגר עקב עמעות ההבחנות המסורתיות בין עיתונאים ליוצרי תוכן שאינם עיתונאים (Gillmor, 2004). בפועל, זמינים באינטרנט כיום אתרי תוכן ומדיה חברתית, כולל בלוגים, פורומים, וקבוצות פייסבוק, המספקים תכנים מקומיים. מדיה אלה אינם מגדירים את עצמם כמונחים של עיתון ואינם מחויבים לאספקה שוטפת של מידע חדשותי, אך מספקים לציבור צרכים מקומיים ובכך משמשים תחרות לעיתונות המקומית (לב־און, 2012; Dimmick, Chen & Li, 2004).

לנוכח אתגרים אלה, נעשה מאמץ רב ורקדני לאיתור כלל המקומונים בישראל כדי להגיע לרשימה מלאה ככל האפשר, שתאפשר מיפוי מהימן של העיתונות המקומית בישראל בשנת 2013. המיפוי כלל את כל אותם אתרי תוכן מקומיים המגדירים את עצמם כמונחים עיתונאיים חדשותיים, ומציגים את עצמם כמחויבים לאספקה שוטפת של חדשות מקומיות לציבור המקומי. להלן פירוט שלבי איתור המקומונים וריכוזם ברשימה מלאה.

הרשימה הראשונית של המקומונים בעברית הופקה באמצעות מערכת "אינפור" של חברת יפעת מידע תקשורת. מערכת "אינפור" מרכזת מידע רב על כלי התקשורת בישראל: טלוויזיה, רדיו, אינטרנט ועיתונות מודפסת, כולל עיתונות מקומית. בשל מרכזיותה של מערכת "אינפור" בענף התקשורת, והשימוש המקיף בה בידי דוברים ואנשי תקשורת, למקומונים יש אינטרס מובהק להיכלל במאגר על מנת להבטיח כי הם ותכניהם נגישים למקבלי החלטות ולעיתונאים במישור הארצי והמקומי כאחד. מסיבה זו מערכת "אינפור" היא נקודת התחלה טובה למיפוי מעין זה. אולם, כפי שנוכחנו במהלך החיפוש, המערכת מכילה מיפוי חלקי בלבד של העיתונות המקומית המגזרית, ונאלצנו להשלים את המיפוי בדרכים אחרות.

החיפוש הראשוני נעשה ב־8 בדצמבר 2011, לפי נושאי העיסוק של הפרסומים במערכת יפעת, וכלל את כל נושאי העיסוק הקיימים במערכת ועשויים להניב עיתונים מקומיים: "מגזין מקומי", "עיתון מקומי", "מידעון מקומי", "מידע מקומי", "אזורי", "מקומי", "חדשות מקומיות", "מקומונים" "פורטל מקומי". התקבלו 456 שמות של פרסומים מודפסים, וחמישים אתרי אינטרנט. במהלך החודשים דצמבר 2012 עד ינואר 2013 קיימנו בדיקה פרטנית של כל פרסום שהופיע ברשימה באמצעות מידע מקוון, בדיקה בפרסומים המקוונים עצמם וראיונות טלפוניים. בהתאם למידע שנאסף הושטמו מהרשימה פרסומים שאינם עוסקים בעיתונות ומקומונים שנסגרו, והרשימה צומצמה בהתאם. כן הוספו

לרשימה מקומונים שאותרו באמצעות מנוע החיפוש גוגל, ובאמצעות שיטת כדור שלג, למשל מידע טלפוני שקיבלנו מעורכי עיתונים ומרשתות פרסום בנוגע למקומונים אחרים שלא היו ברשימה, ומידע שאספנו דרך אתרי רשתות תקשורת ופרסום במהלך הבדיקות, כולל מקומונים המיועדים למגזר הדתי והחרדי. במאי 2013 הושמטו מן הרשימה מקומוני זמן מעריב עקב ההודעה על סגירתם (אברהם, 2013). הרשימה נסגרה סופית באוגוסט 2013 לאחר בדיקה נוספת במאגרי המידע של יפעת. העיתוי לסגירת הרשימה היה טוב מפני שבתקופה זו חלה עלייה ניכרת בפניות של מקומונים להיכלל במאגרי יפעת, לקראת הבחירות המוניציפליות שנערכו באוקטובר 2013.⁷

במהלך החודשים פברואר-מארס 2013, הוספו לרשימה מקומונים בשפות רוסית וערבית. עיתונים בערבית אותרו בסיוע מרכזו אעלאם. נוסף על כך קיימנו שישה ראיונות גישוש טלפוניים עם מפעילי עיתונים מקוונים בערבית כדי לסייע בהכרת עולם המקומונים בערבית. העיתונים ברוסית אותרו באמצעות חיפוש במנוע החיפוש גוגל, לפי מילות החיפוש שנכתבו בשפה הרוסית. להלן תרגום מילות החיפוש: מקומונים ברוסית, מקומונים בשפה הרוסית, עיתונים מקומיים ברוסית, מקומונים מודפסים ברוסית, פרסום למגזר הרוסי, מקומונים מקוונים ברוסית, פורטלים ברוסית, אתרים ברוסית, שבועון ברוסית. נוסף על רשימת המקומונים שאותרה בחיפוש המקוון, נעזרנו גם באתר משרד הפרסום פרסום מרינה (<http://www.pirsumarina.com>) המספק רשימה מפורטת של עיתונים שבהם אפשר לפרסם מודעות ופרסומות לקהל דוברי רוסית.

שלושה סוגי פרסומים מקומיים לא נכללו במיפוי זה: עלוני פרסום בלא תוכן עיתונאי, אלה פרסומים שאינם עונים על ההגדרה של עיתון; עלונים המופצים בבתי כנסת; וכן דברי דפוס וחומרים מקוונים בעלי צביון מקומי היוצאים לאור על ידי מוסדות ציבור מקומיים כגון רשויות מקומיות, מתנ"סים, בתי ספר ושאר מוסדות רשמיים.

משתנים לניתוח המקומונים

המיפוי שלהלן מאפיין את מפת העיתונות המקומית על פי כמה משתנים: אופן הפצת העיתון – מקוון או מודפס, פריסה אזורית לפי הסיווג האזורי שמציע משרד הפנים, וסוג הבעלות. בנוגע למקומונים הזמינים באינטרנט, המחקר מסווג את אופן ההופעה המקוונת של העיתון. להלן פירוט ההגדרות למשתנים סוג בעלות וסוג מקוון.

סוג בעלות. אפשר לחלק את סוגי הבעלויות של מקומונים לשלושה. הסוג הראשון הוא יזם עצמאי הפועל באופן עצמאי ובלתי תלוי בחברות תקשורת

אחרות, ואיננו מוציאים לאור עיתונים אחרים נוסף על המקומון הנדון. למשל, העיתון המודפס "נגב אינפו", המודפס ברוסית ומופץ באזור הנגב. הסוג השני של בעלות הוא תאגיד תקשורת המפיץ עיתונים מקומיים לצד מוצרי תקשורת אחרים, כולל עיתונות ארצית. למשל, עיתוני העיר נמצאים בבעלות רשת העיר, שהיא חלק מקבוצת הארץ המוציאה לאור גם את העיתון הארצי הארץ ואת העיתון הכלכלי דה מרקר; או עיתוני ידיעות תקשורת הנמצאים בבעלות קבוצת ידיעות אחרונות המפיצה את העיתון הארצי ידיעות אחרונות, העיתון הכלכלי כלכליסט, העיתון הארצי ברוסית וסטי, ועוד. מאז מחקריהם של כספי ולימור (1992; כספי, 1998; לימור, 2003) התפתח סוג שלישי של בעלות על-מקומית, המוגדר במחקר זה כרשת מקומונים בבעלות פרטית. כאן מדובר במקומונים הנמצאים בבעלות של רשת תקשורת המוציאה לאור שני עיתונים מקומיים או יותר, ופועלת באופן נפרד מתאגידי התקשורת הגדולים במשק. למשל, קבוצת הרשת המקומית המפיצה את העיתונים הוד הכפר, קול ברמה, קול הכפר ועוד.

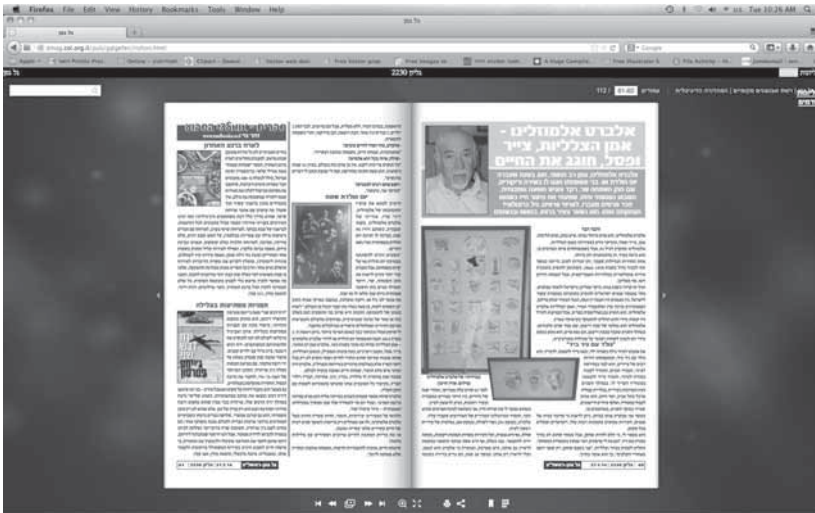
סוגי המקומונים הזמינים באינטרנט

בהמשך להצעתו של כספי לסיווג העיתונות המקוונת לפי טיב הזיקה של העיתון המקוון למודפס (כספי, 2007; Caspi, 2011), מורה מיפוי המקומונים על שלושה סוגים עיקריים של מקומונים הזמינים באינטרנט.

(א) מהדורה דיגיטלית של עיתון מודפס היא מופע של העיתון המודפס באינטרנט כקובץ דיגיטלי. המהדורה הדיגיטלית הזוהה למהדורת הדפוס בתכנים, בעימוד ובגרפיקה, ומשמשת אפיק מקוון להפצת המקומון בלא תוספת של תכנים מערכתיים או תכני גולשים. במחקר זה כללנו את המהדורות הדיגיטליות כמופע נוסף של העיתונים המודפסים ולא ספרנו אותן כעיתונים מובחנים (למשל, תמונה 1).

(ב) מקומון מקוון לצד מודפס. זהו עיתון מקוון הפועל במקביל למקומון מודפס. לשני העיתונים אותה בעלות, מערכת, עורך וכתבים, וממילא גם תכנים דומים. אולם בשונה מן המהדורה הדיגיטלית של מקומון מודפס, שהיא העתק דיגיטלי של המהדורה המודפסת, המקומון המקוון שונה בתכניו ובעיצובו מן המקומון המודפס. מקומונים מקוונים מופיעים בפלטפורמה המתאימה לאתר חדשות ומספקים עדכונים שוטפים במהלך השבוע, בשונה מן המקומונים המודפסים, המופיעים לרוב אחת לשבוע ונעדרים יכולת לעדכונים שוטפים בין גיליונות. כמו כן, העיתון המקוון מאפשר למקומון להשלים את הסיקור העיתונאי בתכני משתמשים. דוגמה לכך הוא העיתון ערב ערב המופץ בעיר

תמונה 1: תמונת מסך של הגרסה הדיגיטלית של המקומון גל גפן



אילת (www.ereverev.co.il). במאגר המקומונים של המחקר נכללו המקומונים המודפסים והמקבילה המקוונת שלהם.

(ג) מקומון מקוון בלא מודפס. סוג זה של מקומונים כולל את כל אתרי החדשות המקומיים הזמינים ברשת בלבד בלא כל מקבילה מודפסת. למשל, **עכונט** (www.akkonet.co.il), פורטל מקוון של העיר עכו, או **אשדוד נט** (www.ashdodnet.com), פורטל מקוון של העיר אשדוד. בהקשר זה יש להבחין בין אתר חדשות מקומי מובחן, ובין ריכוז כתבות בהקשר מקומי. במקוון בלא מודפס מדובר באתר עיתונות המגדיר את עצמו כמקומון המוקדש לאזור גאוגרפי מוגדר, ובעל מבנה ותכנים של אתר חדשות. בשונה מזאת, אתרים רבים ברשת מספקים ריכוז כתבות הנוגעות לאזור גאוגרפי מסוים. ריכוז הכתבות איננו נחשב בהקשר זה מקומון, הואיל ואין זה אתר מקומי מובחן אלא ריכוז כתבות המופיעות בהקשר הנדון באתר נרחב. למשל, **כוכב הצפון** (www.star10.co.il) הוא מקומון מקוון בלי גיליון מודפס העוסק בחדשות בצפון הארץ. האתר מציע שלושה קישורים לריכוז כתבות לאזורים טבריה, עמק הירדן והגליל התחתון. לחיצה על כל אחד מקישורים אלה מביאה את הגולש לרשימת כתבות רלוונטיות. רשימות אלה אינן אתרי חדשות של האזורים הללו, אלא ריכוז כתבות שפורסמו באתר ועוסקות ביישוב אחד מבין כלל היישובים שבהם עוסק האתר. לפיכך, במיפוי הנוכחי נכללו רק אתרי חדשות המייחדים את עצמם לאזור נתון. אסופות של כתבות הנוגעות לאזור גאוגרפי ממוקד לא נספרו כמקומונים ייחודיים (תמונות 2, 3).

תמונה 2: עמוד הבית של המקומון כוכב הצפון

north star
כוכב הצפון
העיתון לטבריה, עסק הירדן ונבל התחום

חדשות טבריה | חדשות עסק הירדן | חדשות נבל התחום | דעות | לח הדורשים | הלח המוכר | ארכיון | עזר קשר | אודותנו

מה חדש בזכרון

תקנים סדרת אביה לילדים של רשת הילדן מרילין נבירה של אילנה גבס רביעי 26.2.14, תקנים סדרת מחרוקת ואיפור לילדות ילילדים. הכוכב חושפת והפעילות הן ללא חשולם, במקום, מבאר חשיית הילדן מלמדת את החול הרוב לנבוע ולוהבת ממטען של קלוקצית חדשות

אם יש לך זימעה / תמונה / שיתוף המייל האדום

לוח העסקים

לוח העסקים של כוכב הצפון
לכניסה ללוח לחץ כאן >

לניסוח ללוח <

נחנכה המכללה לכישורי חיים לבעלי צרכים מיוחדים

ביום חמישי 26.2.14 נמנו באשדוד עיקב אימוד המכונה החדש של עמותת 'עוזנים' באוכר המכללה לכישורי חיים לנעלי צרכים מיוחדים. וננו את המכונה החדש חיד אורלי ליל אנקטיס. עיקב אומסלם - איש העסקים הנבגלים של חברת 'אמסלם טוריס', עופר ורד - נבלי חברת 'גרופית מילר' אשר גם תורם רבות בשוקן המכונה החדש, יוסי ורד - ראש המכונה המפורסם עסק הירדן ונבל התחום - ראש המכונה המפורסת ליל התחום ומכבדים רובם נוספים. צילום: ליאור מנזיק

כוכב הצפון | 28.2.14 | גיליון 2126

חיפוש מתקדם <

ארכיון העיתון <

חדשות

- חדשות טבריה
- עיריית טבריה | דוברות
- חדשות עסק הירדן
- חדשות נבל התחום
- חוקר טבריה והמכונה
- סקרים

חדשים

- תרבות ופנאי
- בריאות
- חיים המובים
- מוסיקה / ספרים / מרטיס
- פרשת השבוע

תמונה 3: ריכוז כתבות בנושא העיר טבריה במסגרת אתר כוכב הצפון

north star
כוכב הצפון
העיתון לטבריה, עסק הירדן ונבל התחום

חדשות טבריה | חדשות עסק הירדן | חדשות נבל התחום | דעות | לח הדורשים | הלח המוכר | ארכיון | עזר קשר | אודותנו

מה חדש בזכרון

כוכב הצפון 21.2.14 לקראת יום העמשים המובים התקיים בהנהלת חדש מרדן, צאת רשות וקנו ומחלים כרת וחלמדי בית הספר המורן קושי יתכן בית ששן התמונה מפעילות לפרשת נבית ספסלים בפרשת חמד מאכיל 'כוכב כירד' במקטע האנו מעק.

אם יש לך זימעה / תמונה / שיתוף המייל האדום

לוח העסקים

לוח העסקים של כוכב הצפון
לכניסה ללוח לחץ כאן >

לניסוח ללוח <

לוח חדש

לוח נבל בבייה

לניסוח ללוח <

חדשות טבריה

שישנו ספרות

- ראש עיריית טבריה מר יוסי גן דוד האחרת במועדון 'קפה תרבות וים טבריה'
- אנחה כחו בשירים - במועדון חמדו וים טבריה
- הגדלידיו חדרת ליהודמה הגיד טבריה
- כללת מקיפה מרכז רב תחומי לבריאות השיר טבריה
- בית תולים מפורסם: להבביר ביסחון חמות הרשומי
- טבריה מציגה חיסכון לכל כיסו: ירד התמונה יד נשיית יתקיים כעיר
- מערבת הבריאות בישראל
- התייסוב הכי אומני שיש..

חיפוש מתקדם <

ארכיון העיתון <

חדשות

- חדשות טבריה
- עיריית טבריה | דוברות
- חדשות עסק הירדן
- חדשות נבל התחום
- חוקר טבריה והמכונה
- סקרים

חדשים

- תרבות ופנאי
- בריאות
- חיים המובים
- מוסיקה / ספרים / מרטיס
- פרשת השבוע
- סקרים כוכב
- המתמכס שלנו
- משפטים
- לוח הדרושים

עיתונות מקומית בישראל 2013: מבט כולל

ממצאי המחקר מלמדים כי בישראל מופצים כיום 545 עיתונים מקומיים, 55 אחוז מתוכם מודפסים (n=301) ו־45 אחוז מקוונים (n=244). בהשוואה בין מחוזות, מספר המקוונים הרב ביותר מופץ באזור המרכז (n=168), אחריו אזור הצפון (n=147), ולבסוף הדרום (n=97). באזור יהודה ושומרון מופץ המספר הנמוך ביותר של מקוונים (n=11). בכל אחד מהמחוזות העירוניים מופץ מספר דומה של מקוונים מודפסים: ירושלים (n=42), תל אביב (n=37) וחיפה (n=43) (תרשים 1). השוואה בין עיתונות מקוונת למודפסת מלמדת כי למעט אזור הצפון, מספר המקוונים המודפסים גדול ממספר המקוונים המקוונים (תרשים 1). תמונה זו נשמרת במבט ממוקד על העיתונות הפונה לכלל האוכלוסייה (תרשים 2). ההבדל נובע מריבוי מקוונים מקוונים בשפה הערבית באזור הצפון, כפי שיפורט להלן (תרשים 3).

מאפייניה של מפת המקוונים משתנים בהתאם לקהל היעד שהיא משרתת: עיתונות הפונה לכלל האוכלוסייה, לציבור הדתי והחרדי, למגזר הערבי ולמגזר הרוסי.

על מנת לספק תמונה מדויקת ככל האפשר של מפת המקוונים, בחרנו להציג את העיתונות המקומית ואת קהלי היעד השונים שלה. נתחיל בעיתונות הפונה לכלל הציבור, שרובו דובר עברית; נמשיך בעיתונות הפונה למגזר הדתי והחרדי; נעבור לעיתונות הפונה לציבור הערבי בישראל; ונסיים במקוונים הפונים לדוברי רוסית. במהלך הסקירה ובסיכום נצביע על מאפיינים ייחודיים לכל מגזר לצד מאפיינים המשותפים לכמה קהלי יעד.

עיתונות מקומית הפונה לכלל האוכלוסייה בישראל

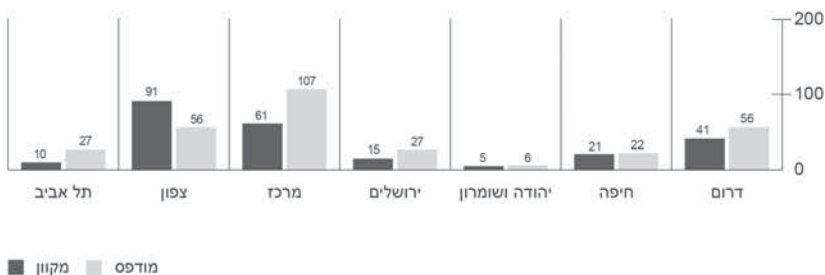
איתרנו 315 מקוונים הפונים לכלל האוכלוסייה, שהם 58 אחוז מכלל המקוונים בישראל. מרביתם מופצים כעיתונים מודפסים (n=200), ו־37 אחוז הם מקוונים מקוונים (n=115) (תרשים 4). זהו מספר כפול מ־150 המקוונים שאיתרו כספי ובקר (1982) במחקרם החלוצי. ההשוואה מלמדת כי לא זו בלבד שנוספו למעלה ממאה מקוונים מקוונים, אלא שמפת העיתונות המודפסת אף היא גדלה במידה ניכרת.

סקירת מבנה הבעלות בשוק המקוונים מלמדת על המשך המגמה של ביזור לצד ריכוזיות (תרשים 5). סוג הבעלות הנפוץ ביותר בעיתונות הפונה לכלל האוכלוסייה הוא בעלות של יום עצמאי, המאפיין 55 אחוז (n=173) מכלל המקוונים בעברית הפונים לכלל הציבור. רובם מופצים במהדורה מודפסת

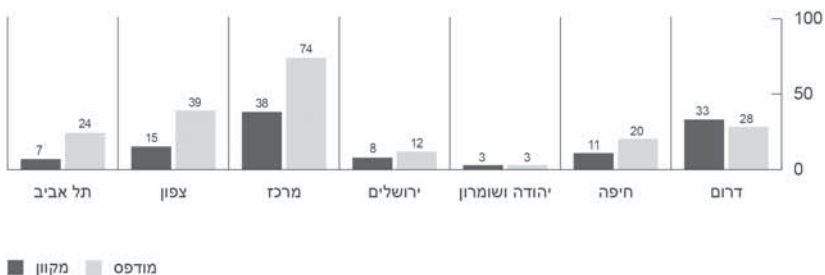
(n=121) כשבועון, כדור־שבועון או כירחון, וכשליש מהם הם עיתונים מקוונים

(n=52).

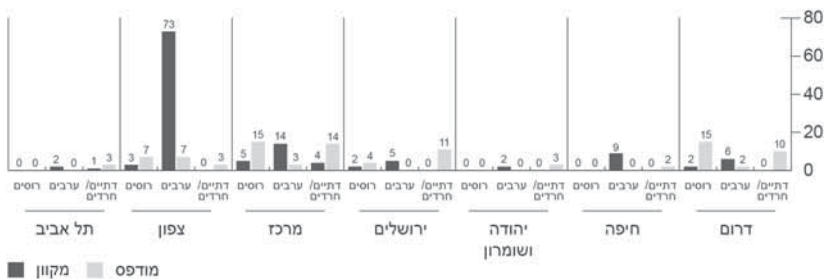
תרשים 1: התפלגות כלל המקומונים לפי מחוז ומדיום (מודפס ומקוון)



תרשים 2: התפלגות המקומונים הפונים לכלל האוכלוסייה לפי מחוז ומדיום (מודפס ומקוון, לא כולל עיתונות מגזרית)



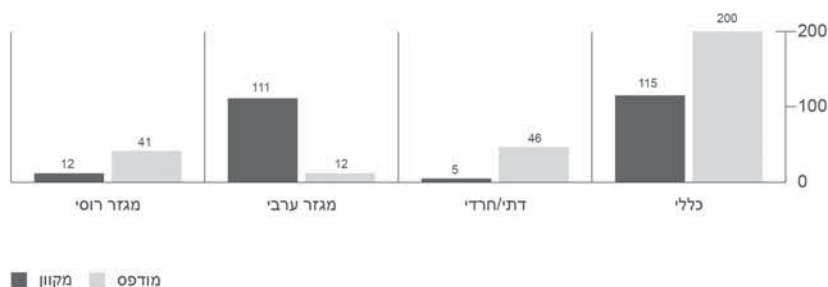
תרשים 3: התפלגות המקומונים המגזריים לפי מחוז ומדיום (מודפס ומקוון)



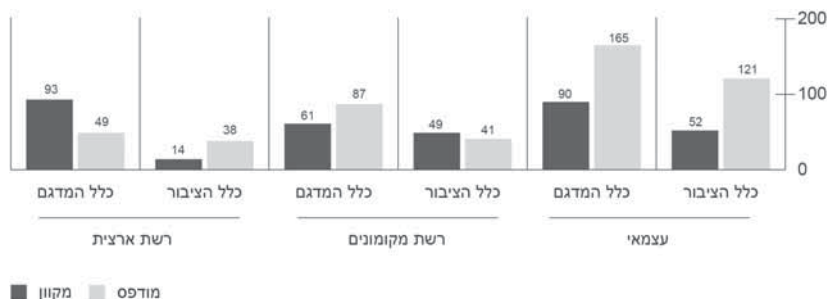
לצד פעילות ערה של יזמים מקומיים, רשתות התקשורת שומרות על אחיזה במפת המקומונים. רשתות המקומונים מחזיקות ב־29 אחוז מכלל המקומונים (n=90), מהם 41 מודפסים ו־49 מקוונים. רשתות המקומונים העיקריות הפועלות כיום בשוק המקומונים הן עומר תקשורת, המפיצה 11 מקומונים מודפסים, גל גפן, המפיצה תשעה עיתונים מקומיים והרשת המקומית (לוקל), המפיצה חמישה מקומונים מודפסים ו־26 מקומונים מקוונים.

תאגידי התקשורת הארציים שומרים על אחיזה בשוק המקומונים (n=52). שני התאגידים הפועלים בעיתונות המודפסת (קבוצות הארץ וידיעות אחרונות), תופסים 19 אחוז (n=38) משוק זה, ושניים פועלים בשוק העיתונות המקוונת (קבוצות מעריב וידיעות אחרונות) ותופסים 12 אחוז (n=14) ממספר המקומונים המקוונים. סך הכול 17 אחוז מכלל המקומונים הפונים לכלל האוכלוסייה (מודפסים ומקוונים), הם בבעלות תאגיד תקשורת ארצי. בהיעדר נתוני תפוצה

תרשים 4: התפלגות המקומונים לפי מגזר ומדיום (מודפס ומקוון)



תרשים 5: התפלגות המקומונים לפי בעלות ומדיום (מודפס ומקוון), כלל המדגם ומקומונים הפונים לכלל האוכלוסייה



של מקומונים, איננו יודעים במדויק את מידת החשיפה לה זוכים המקומונים שכבעלות תאגיד תקשורת ארצי. אך יש להניח שהם זוכים לחשיפה נאה הואיל והם מצורפים למהדורות סוף השבוע של העיתונים הארציים. סגירת רשת זמן מעריב (2013) שינתה את מערך הכוחות בשוק המקומונים המודפסים, והותירה רק שני תאגידים ארציים בשוק זה. ישראל היום, הנפוץ שבימונים המודפסים, עדיין אינו שחקן בשוק המקומונים.

אם כן, במקביל לפעילותם של תאגידי התקשורת בזירת המקומונים, קיימת פעילות ענפה ומגוונת של יזמים פרטיים ושל מגוון רשתות תקשורת אחרות. כך יש ביזור של הבעלות על המקומונים בין גופי תקשורת רבים, בשונה מן המצב בשנות התשעים, כאשר שני תאגידי תקשורת מרכזיים שלטו בשוק זה (כספי ולימור, 1992).

המעבר לאינטרנט

חדירת האינטרנט הביאה לשינויים ניכרים במפת העיתונות המקומית ופתחה אפשרויות חדשות ומודלים חדשים של עיתונות. כאמור, למקומונים המקוונים יתרונות רבים לעומת המקומונים המודפסים, ובהם אפשרויות לעדכון שוטף, לשילוב תכני גולשים (Manosevitch, 2011), לאספקת תוכן במגוון פורמטים, כולל מלל, אודיו ווידאו. כן מאפשר הפורמט המקוון לשלב כלים אינטראקטיביים כגון סקרים ותחרויות מקוונות, קישורים לאתרי חדשות ואתרי מפרסמים, ממשקים המאפשרים נוכחות ברשתות חברתיות ועוד (ליימן-וילציג, 2007). מודל זה של חדשות מתאים לחיזוק עיתונות מקומית הנתונה במגבלות תקציב וכוח אדם ופונה לקהלי יעד מצומצמים. ואכן כאמור, במחקר נמצאו 115 אתרי חדשות מקומיות בעברית הפונים לכלל הציבור, ומהווים כאמור 37 אחוז מן המקומונים הפונים לקהל זה.

בבחינת סוגי המקומונים המקוונים, המיפוי שעשינו העלה כי חלק הארי של עיתונות זו מורכב ממקוונים עצמאיים הפועלים בלא מקבילה מודפסת. המיפוי איתר 88 מקומונים מסוג זה, שהם 77 אחוז מסך המקומונים המקוונים הפונים לכלל הציבור, לעומת 27 מקוונים הפועלים לצד עיתונים מודפסים.

ניתוח הבעלות בעיתונות המקוונת מלמד כי כמעט מחצית מהמקומונים המקוונים (n=52) פועלים במסגרת אתרי חדשות עצמאיים, ומעט יותר ממחציתם (n=63) זמינים ברשת בתוך פורטלים חדשותיים, שהם אכסנייה למספר רב של מקומונים ייעודיים. בולט במיוחד האתר לוקל (www.local.co.il) המכיל 26 קישורים למקומונים מקוונים המסווגים לפי ארבעה אזורים גאוגרפיים: צפון, דרום, מרכז ושרון (תמונה 4). תופעה זו קיימת גם באתרי העיתונות הארצית של

תאגידי תקשורת. אתר *ynet* מבית ידיעות תקשורת מכיל את *mynet* – פורטל חדשות המאגד בתוכו שמונה מקומונים מקוונים (תמונה 5), ואתר *nrg* מציע קישור ל־*nrg* מקומי, המפנה את הגולשים לפורטל המאגד בתוכו שישה מקומונים מקוונים המוגדרים על פי אזורים (תמונה 6).

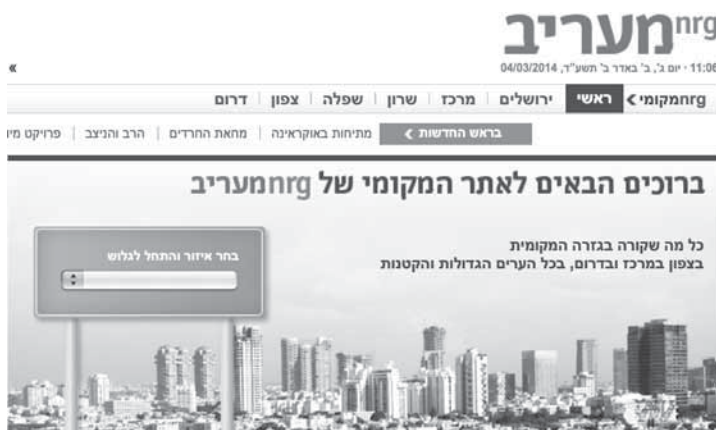
תמונה 4: עמוד הבית של פורטל החדשות המקומיות לוקל



תמונה 5: עמוד הבית של *mynet* פורטל החדשות המקומיות של *ynet*



תמונה 6: עמוד הבית של *nrg* מקומי פורטל החדשות המקומיות מבית מעריב



דו־קיום בין עיתונות מקומית מודפסת ומקוונת?

מיפוי המקומונים הפונים לכלל האוכלוסייה בישראל מלמד כי בשונה מן העיתונות הארצית, שחוותה בעשור האחרון ירידה חדה במספר העיתוננים המודפסים ובתפוצתם,⁸ נראה כי האינטרנט לא החליש את העיתונות המקומית המודפסת בישראל ואולי אף חיזק אותה. לצד עיתונות מקומית מקוונת, קיים כיום בישראל שוק יציב ומגוון של עיתונות מקומית מודפסת. במבט כולל, מספר המקומונים המודפסים כיום בישראל ופונים לכלל הציבור (n=200) גדול ממספר המקומונים המקוונים (n=115). כך גם במגזר הדתי-חרדי ובמגזר הרוסי. עם זאת, יש לשער כי עם הזמן, ולנוכח הקלות שבה אפשר להעלות תכנים מקומיים לרשת, יעלה מספר המקומונים המקוונים על מספר המקומונים המודפסים. כבר כיום חלק ניכר מן המקומונים המודפסים משלימים את תפוצתם בהעלאת מהדורה דיגיטלית. בדרך זו ממצה העיתונות המקומית המודפסת את יתרונות האינטרנט להארכת חיי המדף והרלוונטיות של תכניה, וממילא גם את נוכחותה וחשיבותה בהקשר המקומי.

במגזר הערבי העיתונות המקוונת כבר תופסת את חלק הארי של העיתונות המקומית. אך גם שם אין מדובר בשקיעתה של עיתונות הדפוס לטובת העיתונות המקוונת, שכן לא הייתה שם בעבר עיתונות מקומית יציבה, ונראה כי העיתונות המקומית המקוונת משלימה חסר במגזר זה (תרשים 6).

ממצאים אלה עולים בקנה אחד עם טענתו של כספי (1993; Caspi, 2011) על המודל ההתפתחותי של אמצעי התקשורת, לפיה כניסתו של מדיום חדש איננה מביאה בהכרח להכחדתם של מדיה ישנים, אלא לתהליך של שינוי והתאמה למציאות החדשה שנוצרת. ואמנם, מיסוד האינטרנט והתפתחותם של מקומונים מקוונים לא הביאו להיעלמות העיתונות המקומית המודפסת, שהיא שבעית בעיקרה. המקומונים המקוונים משלימים את חוויית סוף השבוע של המקומון המודפס בעדכוני חדשות שוטפים ובתכני גולשים במהלך השבוע. יש להניח כי גם העובדה שציבור גדול בישראל מנוע משימוש באינטרנט בשבת, ולכן גם מקריאת מקומונים מקוונים אך לא מקריאת מקומונים מודפסים, תורמת להמשך הצלחתה של העיתונות המקומית המודפסת (מן ולב־און, 2013).

עיתונות מקומית דתית וחרדית

לפחות 51 מקומונים מיועדים לציבור הדתי ולציבור החרדי. מרבית המקומונים פונים לנפת ירושלים (n=11) ולמחוז המרכז (n=18). בחיפה והצפון פועלים חמישה מקומונים, בתל אביב ארבעה, בבאר שבע והדרום עשרה, ושלושה באזור

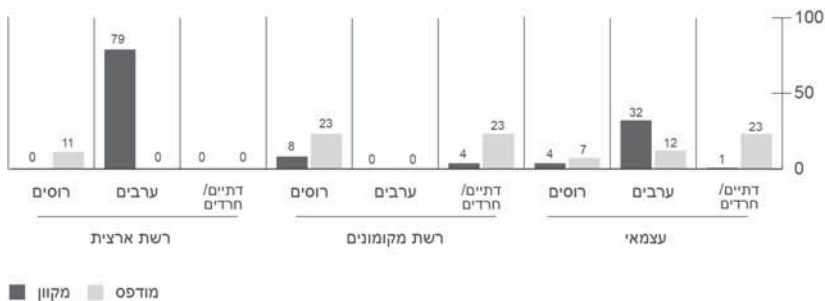
יהודה ושומרון. חלק הארי של עיתונות זו מופיע כעיתון מודפס (תשעים אחוז, n=46), ורק חמישה עיתונים מקוונים אותרו במיפוי.

קיימים שני סוגי בעלות בקרב המקומונים הפונים לקהל יעד דתי וחרדי: יזמים פרטיים ורשתות מקומונים (תרשים 6). בניגוד למתרחש בעיתונות הפונה לכלל האוכלוסייה, תאגידי התקשורת הארציים נעדרים ממפת המקומונים במגזר זה. שתי רשתות תקשורת בולטות כיום בעיתונות המודפסת למגזרים החרדי והדתי. קו עיתונות, בעלת מספר המקומונים הרב ביותר, מפיצה 11 מקומונים מודפסים. הרשת השנייה בגודלה היא חדשות שלנו, המפיצה שבעה מקומונים בערים חיפה, נתניה, מודיעין, ירושלים, אשדוד, אשקלון ונתיבות. שתי רשתות אלה מתמחות במגזר הדתי והחרדי, ומפיקות עיתונים מודפסים למגזר זה בלבד. מלבדן פועלת בשוק גם רשת קו 7, המפיצה שני עיתונים למגזר הדתי בחדרה וסביבתה ובנתניה, לצד עיתון ברוסית ועיתון שבע נשים.

בתחום המקוון פועלות שתי רשתות תקשורת המפיצות מקומונים לקהל הדתי־לאומי. עיתוני דתילי המפיצים שני מקומונים, דתילי מודיעין (<http://datilim.co.il/>) ודתילי רעננה (<http://datilin.co.il/>), ורשת מקומונטים בע"מ (<http://ournews.co.il/home.html>) המפיצה שבעה מקומונים למגזר הדתי.

לסיכום, העיתונות המקומית במגזר החרדי והדתי היא עיתונות מודפסת, רובה ככולה. חצי מן העיתונים המודפסים מפיצים מהדורה דיגיטלית באינטרנט (n=23), אך כאמור מהדורות אלה לא נכללו כעיתונים מובחנים הואיל ומדובר על "שכפול" של המהדורה המודפסת, בלא אפשרות לעדכון תכני מערכת או שילוב תכני גולשים. בהקשר זה חשוב להזכיר שוב כי המיפוי הנוכחי איננו כולל את סוגת עלוני השבת הנפוצים מאוד במגזר הדתי והחרדי ואינם אלא פרסומים מודפסים המופיעים בקביעות ועוסקים גם הם בעניינים מקומיים.

תרשים 6: התפלגות המקומונים המגזריים לפי בעלות ומדיום (מודפס ומקוון)



העיתונות המקומית בערבית

עיתונות מסחרית עצמאית החלה להתבסס במגזר הערבי בשנות השמונים. החל בעיתון אל-צנארה (החכה) שהוקם ב-1983, והמשך בעיתונים כל אל-ערב (כל הערבים) שנוסד בשנת 1987, ופנורמה שנוסד בשנת 1986. עיתונים אלה החלו כמקומונים שהופצו אחת לשבוע, ועם הזמן התפתחו לשבועונים ארציים השולטים כיום במפת התקשורת הערבית בישראל. העיתונים אימצו את המודל המערבי של עיתונות מסחרית בלתי תלויה, הנוקטת קו ביקורתי ואיננה חוששת לעסוק בנושאים רגישים בתרבות הערבית, כגון אלימות במשפחה, וביקורת המנהיגות הערבית (ככהא, 2006). הריכוז הגאוגרפי של האוכלוסייה הערבית בישראל הביא לכך שעיתונים רבים שהופצו במשך השנים שימשו בפועל מקומונים, אף שלא הגדירו את עצמם כך. מבחינה זו, עיתונות מקומית ערבית הייתה נכמצא בעשורים האחרונים. כאמור, גם השבועונים הארציים המובילים החלו את דרכם כעיתונים מקומיים.

כיום, העיתונות המקומית הענפה במגזר הערבי בישראל מביאה ביטוי מקומי למגוון רחב של יישובים ערביים ברחבי הארץ. עיתונות זו התפתחה ומתקיימת בעיקר הודות להתפתחות האינטרנט ויתרונותיו, שכן לצד 12 מקומונים מודפסים המופצים כיום בקרב האוכלוסייה הערבית, פועלים ברשת יותר ממאה אתרי עיתונות מקומיים המיועדים ליישובים ערביים בכל חלקי הארץ.⁹ מבט אזורי על העיתונות הערבית מלמד כי חלק הארי של המקומונים המקוונים בערבית פונים לציבור בצפון הארץ (תרשים 3).

המקומונים המודפסים בערבית מנוהלים בעיקר בידי יזמים מקומיים, עצמאיים שאינם קשורים לתאגיד או לרשת עיתונות.¹⁰ שני עיתונים פונים למגזר הברואי בנגב, אח'באר אל-נקב (חדשות הנגב) ואל-אוסבוע אל-ערבי (השבוע הערבי); שישה מופצים באזור נצרת והסביבה, ושניים באזור המשולש; חדית אל-נאס (סיפור האנשים) ואח'באר אל-מדינה (חדשות העיר) באזור המרכז. בשונה מן העיתונות המודפסת בעברית, העיתונים הארציים בערבית אינם מפיקים עיתונות מקומית מודפסת. כמו כן נראה כי העיתונות המקומית המודפסת בערבית אינה ממצה את השימוש באינטרנט להרחבת התפוצה וחיי המדף. רק שלושה מקומונים בערבית מופיעים במהדורה דיגיטלית ברשת: אל-אוסבוע אל-ערבי הפונה לאוכלוסייה הברואית בנגב וחדית אל-נאס ואל-מאסאר הפונים לתושבי המשולש. לצד מספר מצומצם יחסית של מקומונים מודפסים בערבית, העיתונות המקוונת רבה ורחבת היקף. במחקר אותרו 111 מקומונים מקוונים; רובם ככולם הם "מקוון בלא מודפס" ללא מקבילה מודפסת, למעט אל-מאסאר (www.almasar.co.il) שהוא עיתון מקוון לצד מודפס, ושלושת המקומונים שהוזכרו לעיל, המפיצים מהדורה דיגיטלית. בחינה מעמיקה של המקוונים בערבית מלמדת

כי אלה נחלקים לשני סוגי בעלויות הבאים לידי ביטוי גם באופן הופעתם ברשת: אתרים עצמאיים כבעלות של יזם מקומי, ופורטלים מקומיים הזמינים כאתר של עיתון ארצי. המחקר לא איתר רשתות תקשורת מקומית בערבית. להלן נפרט כל אחד מסוגים אלה.

מקוונים כבעלות עצמאית. כשליש מן המקומונים המקוונים בערבית (n=44) הם כבעלות עצמאית, אינם שייכים לתאגיד תקשורת ופועלים כאתרים עצמאיים. לרוב מדובר ביוזמה משפחתית של אינטלקטואלים צעירים. המניע הוא אספקת חדשות מקומיות שיקראו תיגר על החדשות הארציות ויספקו עיתונות אחרת, מקומית ואותנטית, המשרתת את צורכי התושבים. צעירים אלה מונעים מתחושת שליחות, ורואים באינטרנט חלון הזדמנויות שמאפשר להם להתגבר על מגבלות תקציב וארגון ולספק לקהילתם המקומית צורך מרכזי וחשוב. כשם שמבטא הכיתוב בעמוד הבית של המקומון שיפא עמר (שפרעם) (<http://www.shefa-amr.com/nv/index.php>), "בעקבות מהפכת המידע והאינטרנט, החלטנו להביא לעירנו האהובה, הנכספת, העיר ההיסטורית והעתיקה שפרעם מקום ברשת האינטרנט". פורטלים אלה מספקים מבזקי ידיעות על היישוב, ומכילים כמות ניכרת של פרסומות לצורכי מימון. מפעילי העיתונים שותפים לתחושת הצורך בעיתונות שתיתן מענה לצורכי האוכלוסייה המקומית, לצד הקושי לקיים עיתון ולהתפרנס ממנו.¹¹

מקוונים כבעלות רשת תקשורת ארצית. מרבית המקומונים המקוונים בערבית זמינים ברשת במסגרת אחד מחמשת אתרי התקשורת הארציים השולטים במפת התקשורת הערבית בישראל (64 אחוז, n=79). בדומה לאתרים *mynet* ו-*nrg* מקומי, חברות התקשורת הללו מנצלות את נוכחותן המקוונת לספק מענה מקומי לגולשים. כל אתר מספק קישורים לפורטלים מקומיים ליישובים ערביים בישראל (תמונה 7). מספר הקישורים משתנה מעיתון לעיתון. העיתון פאנט של קבוצת התקשורת פנורמה מספק 24 קישורים מקומיים, בכרא (בוקר) מספק 19 קישורים, אל-צנארא תשעה קישורים, אל-ערב של קבוצת כל אל-ערב, כולל 19 קישורים מקומיים, ואתר תחנת הרדיו אל-שמס מכיל שמונה קישורים לחדשות מקומיות.

תמונה 7: רשימת הקישורים לאתרים מקומיים מתוך

העיתון המקוון פאנט (www.panet.co.il)

הנהגה	הנהגה	סאנין והמחנה	חיפה והמחנה	עכו והמחנה	מחנה שאהור	הרניס וחסר-הרעה	שפאערו ועמרה
כרמיאל והמחנה	המגל והמחנה	תושבה והמחנה	מחנה ספא	הנאליה ונעביה	קרי-המרג והמחנה	קז-קז וואי-עזא	אם-העמ והמחנה
באף-המחנה	עמיה-המחנה	עמיה-המחנה	קז-המחנה	הד-המחנה	רעט-המחנה	הקס והמחנה	המחנה

לסיכום נראה שהאינטרנט ממלא תפקיד חשוב בפיתוח עיתונות מקומית במגזר הערבי בישראל. יתרונות הרשת מאפשרים ליזמים פרטיים בעלי מודעות ציבורית מקומית לפתח אמצעי תקשורת מקומיים באמצעים דלים. במקביל מאפשר האינטרנט לכלי התקשורת הנפוצים בערבית לספק למשתמשים ערך מוסף על ידי אספקת חדשות מקומיות באמצעות פורטלים מקומיים המשלבים תוכן עיתונאי לצד תוכן משתמשים.

העיתונות המקומית ברוסית

העלייה הגדולה מחבר המדינות בשנות השמונים והתשעים של המאה שעברה הביאה להתפתחות מגוון רחב של אמצעי תקשורת ברוסית בישראל (כספי ואליאס, 2000; Caspi et al., 2002). בשונה מעיתונות מהגרים מעבר לים, הנוטה להיעלם עם היטמעותם של המהגרים בארץ החדשה, העיתונות הרוסית בישראל התפתחה והתבססה במהלך שנות התשעים (כספי ואליאס, 2000), ושימשה מנוף פוליטי למפלגות רוסיות מגזריות שצמחו בעשורים האחרונים. כיום מדובר במגוון עשיר של אמצעי תקשורת ברוסית, הכוללים עיתונות מודפסת ומקוונת, פורומים מקוונים, טלוויזיה, רדיו ועוד (אליאס וזלצר שורר, 2007; Caspi et al., 2002). לאור זאת אין זה מפתיע כי כ-42 אחוז מכלל העולים מחבר המדינות אינם נחשפים כלל לאמצעי התקשורת בשפה העברית, וחלק ניכר מהם צורך תקשורת ישראלית בעברית לצד צריכה של אמצעי תקשורת ישראליים ובין-לאומיים בשפה הרוסית (מן ולב-און, 2013).

לעומת עשרה מקומונים ברוסית בשנות התשעים (Lissak & Leshem, 1995), כיום פעילים בישראל 53 מקומונים בשפה הרוסית, מהם 41 עיתונים מודפסים ו-12 מקוונים. בהמשך לממצאי כספי גם כיום אפשר למצוא עיתונות מקומית ענפה באזור באר שבע והדרום, המונה 17 מקומונים בשפה הרוסית (כספי, 2006). במרכז הארץ איתרנו עשרים מקומונים, באזור הצפון פעילים עשרה מקומונים ברוסית ובירושלים שישה. לא איתרנו מקומונים ברוסית המכוונים לציבור בתל אביב, בחיפה או ביהודה ושומרון (תרשים 3).

הגיוון בעיתונות ברוסית מתבטא גם בהיבט הבעלות (תרשים 6). בשונה מן העיתונות המקומית בערבית, במגזר הרוסי אנו מוצאים את שלושת סוג הבעלות: מקומונים עצמאיים (n=11), מקומונים בבעלות רשתות מקומונים (n=31), ומקומונים בבעלות תאגיד תקשורת (n=11). כמה רשתות תקשורת פעילות בשוק המקומונים. רובן פועלות בדפוס בלבד: טריאוגולניק (n=7), ספוטניק (n=3), ומקסימום (n=2). נוסף עליהן שלוש רשתות מפיצות מקומון ברוסית לצד מקומונים בעברית: קו 7 בחדרה, השקמה באזור המרכז, ולוקל בראשון

לציון. הרשת הגדולה ביותר היא אפוכה שבבעלות פ.ד. עיתונות ותקשורת בע"מ, המפיצה 14 מקומונים בכל אזורי הארץ. מדובר בשבעה זוגות של עיתונים מודפסים לצד מקוונים המופצים בדרום (2), במרכז (6), בירושלים (4), ובצפון (2). במישור הארצי פועלות שתי רשתות תקשורת: רשת התקשורת וסטי, בבעלות קבוצת ידיעות אחרונות, המפיצה שלושה מקומונים מודפסים ברוסית – בצפון, בדרום ובירושלים – ותאגיד התקשורת MMG media LTD, המפיץ שבעה מקומונים מקוונים ברוסית. מעניין שלמרות הפעילות הענפה של המגזר הרוסי באינטרנט (אליאס וזלצר שורר, 2007; מן ולב־און, 2013), מספר המקומונים המקוונים ברוסית מוגבל. יתרה מזאת, בשונה מן העיתונים המקוונים המובילים בעברית ובערבית, המספקים מספר רב של קישורים למקומונים מקוונים, האתרים המובילים ברוסית, Cursorino.co.il, Mignews.com, ו־Israelinfo.ru, נעדרים מן הזירה המקומית. הסבר אפשרי הוא המכוונות הבין־לאומית של העיתונים הללו. כפי שטוענות אליאס וזלצר שורר (2007), מדובר בעיתונים ישראליים בעלי זיקה למדינת המוצא ולקהילות המהגרים מחבר המדינות המתגוררים במערב. לפיכך תוכני הסיקור מכוונים להתאים לקהל יעד בין־לאומי ולא רק למגזר הרוסי בישראל.

סיכום

העיתונות המקומית פונה לציבור מצומצם, הומוגני מבחינה גאוגרפית וממילא גם בהיבטים דמוגרפיים אחרים. לפיכך עיתונות זו מבטאת ביזור תקשורתי ופוטנציאל לפלורליזם. ואמנם, כפי שפורט לעיל, התפתחותה של העיתונות המקומית הייתה מרכיב חשוב בתהליך ביזור העוצמה הפוליטית, הכלכלית והתקשורתית בישראל (Caspi, 1986). כניסת המקומונים למפת התקשורת בישראל סיפקה מרחב ביטוי לצרכים ייחודיים של אזורי פריפריה ושל מיעוטים אשר כמעט ולא זכו לביטוי קודם לכן (אברהם, 2001). כך החל תהליך של ביזור העוצמה במפת העיתונות, וחיוזק הפלורליזם במרחב התקשורתי. ואולם בשנות התשעים, עם התבססותם של תאגידי התקשורת הגדולים בזירת המקומונים, נראה היה כי המטוטלת נעה לכיוון ריכוזיות. הביזור שאפיין את שנותיהם הראשונות של המקומונים הצטמצם (לימור, 2003).

המחקר הנוכחי מלמד כי חדירת האינטרנט והתפתחותה של העיתונות המקוונת מטים את המטוטלת שוב לכיוון הביזור. העיתונות המקומית בישראל מגוונת וענפה, הן זו הפונה לכלל האוכלוסייה והן זו הפונה למגזרים הרוסי, הערבי, הדתי והחרדי. מרבית המקומונים המודפסים הוותיקים נולדו מתוך עלוני

מודעות שהתפתחו במשך הזמן לעיתונים (כספי ולימור, 1992). בעשור השני של המאה העשרים ואחת נראה כי העיתונות המקומית מתפתחת ומתפשטת מתוך פורטלים חדשתיים, המאפשרים ביטוי למספר בלתי מוגבל של ערוצי תקשורת בגוון מקומי, בתוך שילוב תוכן עיתונאי לצד תכנים של משתמשים (Manosevitch, 2011), פרסומות וסינדיקציה של תכנים ממגוון מקורות מידע.

מבנה הבעלות על העיתונות המקומית בישראל מלמד אף הוא על התרחבות ממד הביזור במפת המקומונים. מספר רב של יזמים מקומיים עצמאיים מפיקים מקומונים מקוונים, לצד מגוון רחב של מקומונים בבעלות רשתות תקשורת. יתרה מזאת, לעומת שתי רשתות תקשורת שהפיקו מקומונים בשנות התשעים (לימור, 2003), מונה כיום שוק המקומונים מגוון רחב של רשתות. לצד תאגידי התקשורת המרכזיים פועלות רשתות תקשורת המפיקות מקומונים לכלל האוכלוסייה, למגזר הדתי והחרדי ולמגזר הרוסי. במגזר הערבי אמנם לא נמצאו רשתות תקשורת המתמקדות במקומונים, אך חמש חברות התקשורת השולטות בתקשורת הערבית בישראל מספקות מגוון רב של מקומונים מקוונים לציבור זה.

על רקע המשבר שפוקד את העיתונות המודפסת בארץ ובעולם, מעניין לגלות כי במישור המקומי לא באה העיתונות המקוונת במקום העיתונות המודפסת, אלא משלימה אותה. בהיעדר נתונים, אין באפשרותנו לאמוד במדויק את היקף התפוצה של המקומונים. אולם התמונה שעולה מן המיפוי היא שבישראל פעילים כיום לפחות 300 מקומונים מודפסים, חלקם ברשת תקשורת ארצית, חלקם ברשת מקומונים, ורבים אחרים עצמאיים ואינם חלק מרשת.

עם זאת יש לנקוט זהירות בהערכת יציבותה של העיתונות המקומית, ובתחזיות בנוגע לעתידה, בעיקר כשמדובר בעיתונות המודפסת. לפי שעה, המשבר הפוקד את העיתונות פגע בעיקר ברשתות הארציות המפיצות מקומונים. לראיה, צמצום מספר המקומונים של רשת שוקן (פרסיקו, 2008), וסגירת רשת המקומונים של מעריב (אברהם, 2013). אך החיים בעולם דיגיטלי מקוון ומשגשג מציבים אתגר של ממש להמשך קיומה של העיתונות המקומית.

אין להמעיט בחשיבותו של האינטרנט בהרחבת הבמה לקולות מקומיים. בעוד מרבית המקומונים המודפסים מופצים פעם בשבוע וכרוכים בעלויות הדפסה והפצה, מקומונים מקוונים מספקים סיקור חדשותי עדכני ושוטף באמצעות כתבות מקוריות, ריכוז מידע ממגוון מקורות ושילוב תכני משתמשים. אלה משמשים ביטוי אותנטי לציבור המקומי, ומציעים אפשרות להשפיע על הדיון הציבורי באמצעות הפצת מידע, העלאת נושאים לסדר היום, גיוס ובקרה של נבחרי הציבור (לב-און, 2011, 2012).

אך לא רק העיתונות המודפסת נמצאת בתחרות עם העולם המקוון. מקומונים מקוונים מצויים בתחרות מתמדת עם אתרי מדיה חברתיים הפונים לקהל יעד

מקומי ומספקים צרכים מקומיים רבים במתן במה לקולות מקומיים, בשיתוף במידע, בפלטפורמה להתארגנות אזרחית ופוליטית במישור המקומי ועוד. שוק המקומונים בישראל ממשיך להתקיים לצד עולם דיגיטלי מקוון ומשגשג, שהולך ונעשה רווי במדיה חברתיים המספקים צרכים מקומיים רבים ומאגרים את תפקידה של העיתונות המקומית. יש לשער כי העיתונות המקומית תעבור שינויים נוספים בשנים הבאות בתהליך הסתגלותה לתרבות הדיגיטלית.

במאמר זה הצגנו מיפוי ראשוני של המקומונים בישראל בשנת 2013, המלמד על מרחב תקשורתי מגוון, בעל פוטנציאל לשמש מרחב ציבורי למגוון הקולות בחברה הישראלית. ואולם, מיפוי המקומונים מעורר שאלות רבות בנוגע למידה שבה פוטנציאל זה מתממש הלכה למעשה. יש להעמיק ולחקור לא רק את היחסים בין העיתונות המקוונת למודפסת, ואת מבנה הבעלות, אלא גם את דפוסי השימוש של צרכנים, את תכני המקומונים וכיצד משפיעים משתנים שונים, כגון בעלות, קהל היעד של העיתון ואיזור הכיסוי שלו על הבדלים במסגור וסדרי יום. אנו מקווים כי מיפוי זה יסייע בידי חוקרי התקשורת בישראל להמשיך ולפתח את חקר העיתונות המקומית בישראל, מאפייניה והשפעותיה.

הערות

- 1 תודה למכון לחקר מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה באוניברסיטת אריאל אשר תמך בפרויקט: לרן מלובני, קורין אלבו, מיכל מינצור, הדס שליסל, נטע וגשל, נעמה פכט וולד וסיליו על הסיוע בריכוז ועיבוד הנתונים. תודה רבה למור לביא ורביב טל מיפעת, ליונתן שלט מקנטאר מדיה, ולסלאח באסול ממרכז אעלאם על הסיוע בהשגת הנתונים. תודה גם לשופטים האנוניים על הערותיהם המועילות.
- 2 מבוסס על נתוני סקר TGI (2012) שנמסרו למחברים.
- 3 לעדויות אנקדוטיות בכיוון זה ראו סדרת כתבות של ש' אימרגליק בעין השביעית, "הון, שלטון ומקומון" (2008א, 2008ב, 2008ג), שהתפרסמו לפני הבחירות המוניציפליות בנובמבר 2008.
- 4 הסקירה מתייחסת לתקופת קיומה של מדינת ישראל, ועל כן מתחילה בעיתונות שהתפתחה במהלך שנות השישים. אולם המקומונים הראשונים בעברית הוקמו בתקופת היישוב ככמה ערים, כולל צפת, טבריה, תל אביב וחיפה. אלה התאפיינו בתפוצה מוגבלת ובאורך חיים קצר.
- 5 תיקון 7.1.2003: (1) "עיתון" – לרבות אמצעי תקשורת אלקטרוניים ועיתונים מקוונים ולרבות הבעלים, המו"ל והעורך האחראי של אמצעי התקשורת.
- 6 לפי פקודת הדואר 2.11.1 סעיף ג, חובת רישום עיתון איננה חלה רק על פרסומים המכונים לציבור הרחב בארץ, "ולא לציבור מסוים, או לציבור הרחב בחלק מן הארץ".

- 7 המידע מבוסס על נתונים שהתקבלו מרביב טל מיפעת.
- 8 ראו גיליון מיוחד של העין השביעית בנושא (במיוחד הטור של שוקי טאוסגי). אוהזר בתאריך 31.1.2014: <http://www.the7eye.org.il/SpecialReview/Pages/journalism2010.aspx>
- 9 מסקר שנערך ביוני 2012 בקרב 400 משתתפים על צריכת מדיה במגזר הערבי, עולה כי שיעור חדירת האינטרנט לכלל המגזר עמד על 71 אחוז, כאשר בערים הערביות ואזור המשולש שיעורי החדירה היה שמונים אחוז. כמעט כל הצעירים הערביים (בגילאי 18-29) משתמשים באינטרנט (97 אחוז). האחוז יורד עם הגיל. מבוסס על מידע שיווק סי איי, "צריכת מדיה במגזר הערבי", 5.6.2012-3.6.2012. אוהזר בתאריך 17.2.2014 מן האתר www.news1.co.il/uploadFiles/592891871929169.pptx. עוד על דפוס שימוש באינטרנט בקרב האוכלוסייה הערבית בישראל ראו מן ולב־און, 2013.
- 10 המקומונים המודפסים בערבית המדווחים במחקר זה אותרו באמצעות חיפוש במאגרי יפעת ומרכז אעלאם לתקשורת ערבית. יש להניח כי קיימים עוד מקומונים מודפסים המופצים ביישובים ערביים, ואינם נמצאים במאגרים אלה. עם זאת אנו סבורים כי מקומונים אלה אינם משנים את תמונת המצב המסורטטת כאן בקווים כלליים.
- 11 מתוך ראיונות טלפוניים עם שישה מפעילי עיתונים מקומיים בערבית, במהלך חודש מארס 2013.

רשימת המקורות

- אברהם, א' (2001). ישראל הסמויה מעיני התקשורת. ירושלים: אקדמון.
- אברהם, ד' (2013). עכשיו זה רשמי: רשת המקומונים של מעריב תיסגר. וואלה ברנז'ה, 19.5.2013 <http://b.walla.co.il/?w=/3050/2643346/@/item/printer> (אוהזר לאחרונה בתאריך 5.1.2014).
- אימרגליק, ש' (2008). זה היה סיפור של קיץ. העין השביעית, 14.9.2008. אוהזר ב־17.9.2013 מ־ <http://www.the7eye.org.il>
- אימרגליק, ש' (2008). אדומים ירוקים ושחורים. העין השביעית, 2.11.2008. אוהזר ב־17.9.2013 מ־ <http://www.the7eye.org.il>
- אימרגליק, ש' (2008). עירייה ברשת. העין השביעית, 9.11.2008. אוהזר ב־17.9.2013 מ־ <http://www.the7eye.org.il>
- אליאס, נ' וזלצר שורר, מ' (2007). לגלוש ללא גבולות: העיתונות המקוונת של מהגרים מחבר העמים בישראל. בתוך: ת' שוורץ אלטשולר (עורכת), עיתונות דוט. קום: העיתונות המקוונת בישראל (עמ' 147-175). ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.

- כבהא, מ' (2006). העיתונות הערבית בישראל 1984-2006 כמכשיר לעיצוב זהות חדשה. סדרת התקשורת המגזרית בישראל. מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה. אוחרר ב־5.7.2013 מן האתר <http://www.tau.ac.il/institutes/herzog/migzarit5.pdf>
- כספי, ד' (1980). צמיחתה של העיתונות המקומית בישראל: מגמות והערכות ראשונות. רמת גן: אוניברסיטת בר־אילן, המכון לשלטון מקומי.
- כספי, ד' (1993). תקשורת המונים: זרמים ואסכולות מחקר – מקראה. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, ד' (1998). ביזור אמצעי התקשורת במערכת ריכוזית: דוגמת העיתונות המקומית בישראל, 1980-1959. בתוך: ד' כספי וי' לימור (עורכים), אמצעי תקשורת המונים בישראל (עמ' 207-217). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, ד' (2006). "אפיקים בנגב" ברוסית: על התקשורת המקומית בבאר שבע. בתוך: י' גרדוס וא' מאיר־גליצנשטיין (עורכים), באר־שבע: מטרופולין בהתהוות (עמ' 75-87). באר שבע: אוניברסיטת בן־גוריון בנגב.
- כספי, ד' (2007). העיתונות המקוונת בישראל: מיון ראשוני. בתוך: ת' שוורץ אלטשולר (עורכת), עיתונות דוט.קום: העיתונות המקוונת בישראל (עמ' 31-50). ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- כספי ד' ואליאס, נ' (2000). להיות כאן ולהרגיש שם: על התקשורת בשפה הרוסית בישראל. סוציולוגיה ישראלית, (2), 429-440.
- כספי, ד', ובקר, א' (1982). עיתונים מקומיים בישראל. ירושלים: מכון ירושלים לחקר ישראל.
- כספי, ד' ולימור, י' (1992). המתווכים: אמצעי התקשורת בישראל 1948-1990. תל אביב: עם עובד.
- לב־און, א' (2010). תפקודי מדיה חדשים בשעת חרום: המקרה של מלחמת לבנון השנייה. תל אביב: מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה.
- לב־און, א' (2011). עיתונות מקוונת – ומגוונת? השוואת סדרי יום בין עיתונים מקוונים בישראל. קשר, 41, 47-53.
- לב־און, א' (2012). קולות אופוזיציונים במפת התקשורת החדשה 2: סיעות אופוזיציוניות במועצות הרשויות המקומיות. המרחב הציבורי, 7, 155-163.
- ליימן־וולציג, ש' (2007). קץ העיתון המודפס המסורתי: גורמים מאיימים בעיתונות המקוונת על העיתונות המודפסת המסורתית. בתוך: ת' שוורץ־אלטשולר (עורכת), עיתונות.קום: העיתונות המקוונת בישראל (עמ' 200-242). ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- לימור, י' (2003). תקשורת המונים בישראל. בתוך: א' יער וז' שביט (עורכים), מגמות בחברה הישראלית, ב (עמ' 1030-1053). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

לימור י' ופרי, י' (2005). המקומון והרשות המקומית: יריבים טורפים או זוג לטנגו? דברי פתיחה בכנס ועידת השלטון המקומי הראשונה של בית הספר לממשל ומדיניות, אוניברסיטת תל אביב, תל אביב.

מן, ר', ולב-און, א' (2013). דו"ח שנתי – התקשורת בישראל 2012: סדרי יום, שימושים ומגמות. אריאל: המכון לחקר מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה, בשיתוף עם יפעת וקנטאר מדיה.

נכון, ד' (2001). קביעת סדר היום הציבורי, התקשורת והפוליטי במישור המקומי. עבודת גמר לשם קבלת התואר "מוסמך", המחלקה למדעי המדינה, אוניברסיטת בר-אילן.

פרסיקו, א' (2008). מהפח אל הפתח. העין השביעית, 24.6.2008, אוחזר בתאריך 15.12.2013 מן האתר <http://www.the7eye.org.il/27108>

קיזל, א', ופירשטיין, מ' (2011). בצל המרכז: התקשורת המקומית בפריפריה וסיקור החדשות. קשר, 41, 78-87.

שיר-רוז, י' (2008). שימושים וסיפוקים, קהילות מדומיינות ומדיה בשעת מלחמה: המקרה של מלחמת לבנון השנייה. עבודת גמר לשם קבלת התואר "מוסמך", החוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה.

שקבטור, ג' (2011). דמוקרטיה השתתפותית ברשויות המקומיות בישראל: לקראת העידן הדיגיטלי. עיוני משפט, לג, 665-710.

- Bagdikian, B. (1997). *The media monopoly* (5th ed.) Boston: Beacon Press.
- Caspi, D. (1986). *Media decentralization: The case of Israel's local newspapers*. New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Caspi, D., Adoni, H., Cohen, A. A. & Elias, N. (2002). The red, the white and the blue: The Russian media in Israel. *International Communication Gazette*, 64(6), 537-556.
- Caspi, D. (2011). A revised look at online journalism in Israel: entrenching the old hegemony. *Israel Affairs*, 17(3), 341-363.
- Dimmick, J., Chen, Y. & Li, Z. (2004). Competition between the internet and traditional news media: The gratification-opportunities niche dimension. *Journal of Media Economics*, 17(1), 19—33.
- Franklin, B. (Ed.). (1998). *Local journalism and local media: Making the local news*. New York: Routledge.
- Fung, A. (2004). *Empowered participation: Reinventing urban democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Gross, K. & Aday, S. (2003). The scary world in your living room and neighborhood: Using local broadcast news, neighborhood crime rates, and personal experience to test agenda setting and cultivation. *Journal of Communication*, 53(3), 411-426.
- Heider, D., McCombs, M. & Poindexter, P. M. (2005). What the public expects of local news: Views on public and traditional journalism. *Journalism Quarterly*, 82(4), 952-967.
- Lissak, M. & Leshem, E. (1995). The Russian intelligentsia in Israel: Between ghettoization and integration. *Israel Affairs*, 2(2), 20-36.
- Manosevitch, I. (2011). User generated content in the Israeli online journalism landscape. *Israel Affairs*, 17(3), 422-444.
- McChesney, R.W. (1999). *Rich media, poor democracy*. Chicago: University of Illinois Press.
- Moy, P., McCluskey, M. R., McCoy, K. & Spratt M. A. (2004). Political correlates of local news media use. *Journal of Communication*, 54(3), 532-546.
- Neveu, E. (2002). The local press and farmers' protests in Brittany: Proximity and distance in the local newspaper coverage of a social movement. *Journalism Studies*, 3(1), 53-67.
- Nicodemus, D. M. (2004). Mobilizing information: Local news and the formation of a viable political community. *Political Communication*, 21, 161-176.
- Procopio, C. H. & Procopio, S. T. (2007). Do you know what it means to miss New Orleans?: Internet communication, geographic community, and social capital in crisis. *Journal of Applied Communication Research*, 35(1), 67-87.
- Stamm, K. R. (1985). *Newspaper use and community ties: Toward a dynamic theory*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Steinberg, S. H. (1961). *Five hundred years of printing*. London: Oak Knoll Press.
- Tanner, A. H. (2004). Agenda building, source selection, and health news at local television stations a nationwide survey of local television health reporters. *Science Communication*, 25(4), 350-363.

מאמר מקורי

דרמה בשלושה חלקים (ופרולוג): היסטוריוגרפיה של הדרמה הישראלית בטלוויזיה

איתי חרל"פ*

תקציר

אני מציע במאמר זה היסטוריוגרפיה לסוגת הדרמה בטלוויזיה הישראלית. לראשונה במחקר התקשורת והתרבות בישראל מוצעת היסטוריוגרפיה לטלוויזיה הישראלית, השמה דגש על התכנים המוצגים בטלוויזיה. אני מצביע על הייחוד שבהתפתחות הטלוויזיה בישראל מחד גיסא ועל המשותף לה ולהיסטוריה של הטלוויזיה העולמית מאידך גיסא. שלוש תקופות מרכזיות מוגדרות בהתפתחות הטלוויזיה הישראלית: התקופה הראשונה, אשר החלה עם תחילת השידורים של הטלוויזיה הישראלית מכונה כאן "טלוויזיה א" או "קונסנזוס של ערוץ אחד". התקופה השנייה, שהחלה עם עלייתו למרקע של הערוץ השני בשנת 1993, מכונה כאן "טלוויזיה ב" או "הדומיננטיות של הערוץ השני". התקופה השלישית, שהחלה בשנת 2005, עם עליית שירותי הטלוויזיה המתקדמים, מכונה כאן "טלוויזיה ג" או "הטלוויזיה שאחרי". מטרתי להצביע על הסיבות הרגולטוריות, הטכנולוגיות והתרבותיות לשינויים שעברה הדרמה הישראלית, לבחון את השינויים בהרגלי

* איתי חרל"פ (itay.harlap@gmail.com) הוא חוקר טלוויזיה ומלמד קורסים בטלוויזיה וקולנוע בחוג לקולנוע וטלוויזיה באוניברסיטת תל אביב ובמכללה האקדמית ספיר. אני מבקש להודות לאורנה לביא-פלינט, לעלינא ברנשטיין, לכוזע חגין ולאריאל אבישר על תרומתם למאמר.

הצפייה בטלוויזיה, אך בראש ובראשונה לסרטט את המאפיינים הטקסטואליים של הדרמה בטלוויזיה הישראלית.

מבוא

בספרו על היווצרות הטלוויזיה בישראל כתב צבי גיל כי למרות ההבטחה הגלומה בכותרת הספר, סיפור הטלוויזיה הישראלית, הוא בסופו של דבר מספק "צדודית ולא דיוקן", מכיוון שב"דבר החשוב ביותר בטלוויזיה – במה שנראה על המרקע, בתכנים", הספר כמעט איננו עוסק, ו"אלה ראויים להתייחסות נפרדת מעמיקה ונוקבת" (גיל, 1986, עמ' 2). ספרו של גיל נכתב אמנם באמצע שנות השמונים, אולם בקשתו למחקר היסטורי שייתן דעתו על התכניות עצמן עדיין לא התגשמה. למרות הפרסומים הרבים על ההיסטוריה של התקשורת בישראל, כולל התפתחות הטלוויזיה הישראלית בדגש על אסדרה (רגולציה) ועל מיסוד (כספי ולימור, 1992; ליבס, 1999; טוקטלי, 2000; כץ, 1999; משה, 2006; שכטר, 2012), ולמרות הכתיבה על תכניות טלוויזיה ספציפיות, לא נכתבה עד היום היסטוריוגרפיה על התכניות המשודרות בטלוויזיה הישראלית.

מאמר קצר זה איננו יכול למלא את החלל הזה. מטרתי היא לספק "צדודית" נוספת של סיפור הטלוויזיה הישראלי: סיפורם של הטקסטים, בדגש על סוגת הדרמה. בחירה זו נובעת מכמה סיבות מרכזיות: ראשית, הדרמה נתפסת כמי שבתוכנה היא עוסקת בנושאים רציניים יותר, ולעתים מיוחסות לה תכונות כמו ניסיוניות וקונטרוברסליות (Creeber, 2004, p. 12). שנית, הדרמה, בזכות קרבתה לאמנויות גבוהות כמו תאטרון וקולנוע, נתפסת כסוגה המשקפת באופנים העמוקים ביותר תהליכים בחברה שבה הוא משודרת ואשר לוקחת חלק מרכזי בזהות התרבותית של הצופות שלו (Paterson, 1998, p. 62).¹ ושלישית, כתוצאה משתי תכונות אלה הפכה הדרמה לסוגה המרכזית ולגולת הכותרת של ערוצי שידור רבים, או כפי שכינה זאת יעוד לבנון, "הקצפת של כל תחנת שידור שמכבדת את עצמה" (לבנון, 1980, עמ' 3).

עם זאת, אף שההיסטוריוגרפיה שמוצגת כאן מתמקדת בסיפור הדרמה הישראלית בטלוויזיה, היא יכולה לשמש בסיס להיסטוריוגרפיה רחבה יותר של הטלוויזיה הישראלית על מוסדותיה, הצופות שלה, התפתחותה הטכנולוגית וכמובן הטקסטים שלה. אולם השאיפה להציג את הסיפור ההיסטורי של הטלוויזיה הישראלית נתקלת בקשיים או באתגרים שיש לתת עליהם את הדעת. הקושי הראשון קשור לכל כתיבה המנסה לספק נרטיב היסטורי, המתקדם מאירוע לאירוע או מסיבה לתוצאה. בסופו של דבר גם ההיסטוריה של הטלוויזיה

הושפעה מהמהלך הפוסט-מודרניסטי, שערער על התפיסה שהנרטיב ההיסטורי מייצג מציאות וראה אותו כמי שמבנה אותה (White, 1984). במילים אחרות, המאמר מתווה היסטוריה אפשרית לדרמה הישראלית בטלוויזיה, כאשר הנחת היסוד היא שזו תהיה מנקודת מבט מסוימת, חלקית, טנטטיבית, אשר תלויה בבחירות של הכותב (Hilmes, 2011; Edgerton, 2007; Wheatley, 2007).

הקושי השני נעוץ במאפיינים הייחודיים של כתיבת ההיסטוריה של הטלוויזיה. כפי שלימודי הטלוויזיה נעים בין דיסציפלינות שונות, כמו מדעי הרוח, אמנויות, כלכלה ותקשורת, מה שמוביל לחלוקה בין סוגים שונים של "לימודי טלוויזיה" (Corner, 2003), כך גם ההיסטוריה של הטלוויזיה מופיעה לרוב כ"היסטוריות" של טלוויזיה, כאשר כל אחת מהן מתמקדת בזווית אחת מרכזית. כך, לדוגמה, בספר *The television history book* (ספר ההיסטוריה של הטלוויזיה) (Hilmes, 2003) בחרה העורכת לחלק את ההיסטוריה של הטלוויזיה לארבע קטגוריות שונות – טכנולוגיות, מוסדות, תכניות וקהלים – כאשר כל אחת מהן מתארת נרטיב היסטורי השם דגש על מרכיבים אחרים של הטלוויזיה. עם זאת, המחקר ההיסטורי של הטלוויזיה מציע בשנים האחרונות מבט הוליסטי יותר, המקשר בין הממדים השונים של הטלוויזיה (Jacobs, 2006; Fickers, 2013).

הקושי השלישי נוצר בעקבות ההבטחה לספק היסטוריוגרפיה לסוגת הדרמה ונובע מכך שהקטגוריות הז'נריות באופן כללי, וז'נר הדרמה באופן ספציפי, אינן מובחנות ומבודלות. מעבר לעובדה שסוגות טלוויזיוניות מעולם לא היו קטגוריות סגורות וחתומות, וששנים האחרונות אחד המאפיינים המרכזיים של הטלוויזיה הוא ערבוב ז'נרים והיברידיות (Edgerton & Rose, 2005), הרי שסוגת הדרמה, לעתים יותר מסוגות אחרות, מציבה לפני החוקרים והחוקרות אתגרים לא פשוטים, בעיקר בניסיונות לבדל אותה מסוגות בדיוניות אחרות ולקבוע מהו הקורפוס שאמור להיבחן בקטגוריה זו.

אולם למרות ההבנה שהחלוקה הסוגתית לעולם תהיה טנטטיבית, ומתוך התפיסה שסוגה טלוויזיונית איננה מאופיינת רק במאפיינים טקסטואליים, אלא גם במאפיינים שיחניים (Mittell, 2004), אני מניח כי אפשר לבחון את הדרמה הן כסוגה נפרדת ומבודלת מסוגות טלוויזיוניות בדיוניות אחרות (בעיקר הסיטקום ואופרת הסבון), והן כסוגה המצליחה לאגד תחתיה – למרות המגוון וההיברידיות – את תתי-הסוגה השונים של הדרמה.

ההיסטוריוגרפיה של הדרמה הישראלית בטלוויזיה מוצגת כאן בחלוקתה לתקופות.² היא נשענת על שני קורפוסים מחקר מרכזיים. הראשון הוא המחקר הישראלי, שנטה לקשר את ההיסטוריה של הטלוויזיה הישראלית להתפתחות של מדיה אחרים בישראל, אך לא נתן את דעתו באופן מספק הן להתפתחויות האחרונות בטלוויזיה העולמית הן למאפיינים טקסטואליים. מבין החלוקות

ההיסטוריוגרפיות השונות במחקר הישראלי בחרתי להישען על חלוקתו של ארנון צוקרמן לארבע תקופות מרכזיות: "התקופה הראשונה היא מקום המדינה ועד לחקיקת חוק רשות השידור ב-1965; התקופה השנייה היא תקופת המונופול של רשות השידור עד סוף שנות ה-80; בתקופה השלישית – שנות ה-90 – התחוללה מהפכת התקשורת; והתקופה הרביעית היא זו המובילה אותנו לקראת המאה ה-21" (צוקרמן, 1999, עמ' 124).

קורפוס המחקר השני שהשפיע על מאמר זה מגיע מהיסטוריוגרפיות של הטלוויזיה בעולם הרחב ומתמקד בשתי חלוקות היסטוריוגרפיות שהפכו קנוניות בלימודי הטלוויזיה. הראשונה היא החלוקה של ג'ון אליס (Ellis, 2000) לשלוש תקופות בטלוויזיה הבריטית: תקופת ה"מחסור" (Scarcity), המאופיינת בדומיננטיות של הערוץ הציבורי, תקופת הנגישות (Availability), המאופיינת בשידור מסחרי ובתחרות, ותקופת השפע (Plenty), המאופיינת בחדירתן של טכנולוגיות שונות לתרבות הטלוויזיה. החלוקה השנייה היא החלוקה של רוג'רס, אפשטיין וריבס (Rogers, Epstein & Reeves, 2002) לשלושה שלבים בטלוויזיה האמריקנית: TVI או "תקופת הרשתות" (broadcast era, TVII או "תקופת הכבלים הבסיסים" (cable era), ו-TVIII או "התקופה הדיגיטלית".

בהישען על החלוקות הללו אני מציע לחלק את ההיסטוריה של הדרמה הישראלית בטלוויזיה לשלוש תקופות מרכזיות, אשר לפניהן יש תקופה "פרה-היסטורית" שתכונה כאן "לפני הטלוויזיה". התקופות הן: טלוויזיה א (או "קונסנזוס של ערוץ אחד"), טלוויזיה ב (או "הדומיננטיות של הערוץ השני") וטלוויזיה ג (או "הטלוויזיה שאחרי"). תקופות אלה נבדלות זו מזו, כפי שנראה מיד, במוסדות, בטכנולוגיה, באופני הצפייה ובמאפיינים הטקסטואליים.

לפני הטלוויזיה

את ההיסטוריוגרפיה של הטלוויזיה העולמית נהוג להתחיל במה שמכונה "התקופה הפרה-היסטורית" או "התקופה הניסיונית". תקופה זו החלה עם המצאת הטכנולוגיות הראשוניות שאפשרו שידור תמונות וקול (בסביבות 1870) והסתיימה עם הפיכתה של הטלוויזיה לאמצעי תקשורת המוני בסוף מלחמת העולם השנייה (Jacobs, 2006). בישראל השלב הניסויי נעדר לחלוטין (Oren, 2004, p. 6), ואת התקופה הקודמת לשידורי הטלוויזיה הראשונים בישראל לא מאפיינות שאלות טכנולוגיות אלא שאלות פוליטיות ואידאולוגיות, ובראשן שאלת הזהות התרבותית-חברתית של המדינה (וינקלר 2006).

כמעט כל מי שדן בתקופה הקודמת לשידורי הטלוויזיה, "לפני הטלוויזיה", דן בעיקר בוויכוחים הפוליטיים והאידיאולוגיים שהתנהלו בין מצדדי הטלוויזיה ומתנגדיה. רוב רובם של הטוענים נגעו באופיה של המדינה כפי שראו אותה מנהיגיה, ובפחד מהשפעות זרות על התרבות החדשה. וינקלר, במחקרה המרתק, מצביעה על כך שאחת הסיבות המרכזיות להתנגדות להכנסת הטלוויזיה למדינה הייתה הפחד מפני השפעה של תרבות מזרחית "נחותה", אם וכאשר יתחילו מהגרים מארצות ערב לצפות בתכניות דוברות ערבית (שם).

תהינה הסיבות אשר תהיינה, השנים שקדמו לתחילת השידורים של הטלוויזיה הישראלית מלמדות אותנו דבר מה חשוב: הטלוויזיה הישראלית נתפסה, עוד טרם החלה לפעול, ככלי פוליטי חשוב, שבאמצעותו תעוצבנה הזהויות הישראליות. באווירה זו אין זה מפליא ששתי המטרות הראשונות של רשות השידור, לפי החוק שנחקק בשנת 1965, קשורות לזהות התרבותית הישראלית, בדגש על ערכים ציוניים ויהודות, או בנוסח החוק: "הרשות תקיים את השידורים [...] במטרה (1) לחזק ולהעמיק את זהותה הציונית של מדינת ישראל כמדינה יהודית ודמוקרטית וכמדינה קולטת עלייה; (2) לשקף את חיי המדינה, מאבק תקומתה, יצירתה והישגיה" (חוק רשות השידור התשכ"ה-1965, סעיף 3).

מכאן שגם שיח הזהות שהתקיים בתקופה של "לפני הטלוויזיה" וגם הרגולציה שנקבעה בחוק המשיכו להדהד בטלוויזיה עצמה, כולל בדרמה הטלוויזיונית, וממשיכים להדהד עד ימים אלה. אולם מכיוון שתקופה זו לא ייצרה טקסטים טלוויזיוניים, מקומה במאמר זה (למרות חשיבותה) קטן ביותר.

טלוויזיה א: קונסנזוס של ערוץ אחד

שידורי הטלוויזיה בישראל החלו למעשה בשנת 1965, עם הקמת הטלוויזיה החינוכית, אולם השלב הראשון של התפתחות תכניות הטלוויזיה בישראל התחיל בין 1968 ל-1969, עם שידור המצעד הצבאי לכבוד יום העצמאות העשרים של מדינת ישראל, הסדרת שידורי הטלוויזיה ושידור הדרמה הראשונה שיח לוחמים (נולה צ'לטון, הטלוויזיה הישראלית, 1969).³ משנה זו עד סוף שנות השמונים היה רק ערוץ ישראלי (ממשלתי) אחד, מה שהוביל הן את ארנון צוקרמן (1999, עמ' 124) והן את כספי ולימור (1992, עמ' 115) להצביע על תקופה זו כ"תקופת המונופול של רשות השידור".

תקופה זו בישראל דומה במובנים רבים לשלב המחסור בטלוויזיה הבריטית, שבו הערוץ הציבורי והיחיד, הבי-בי-סי, ניסה לייצר אינטגרציה חברתית ולמחוק כמה שאפשר את ההבדלים בין שכבות האוכלוסייה השונות בחברה הבריטית על

ידי איחוד האומה תחת תרבות אחת וסדר יום חברתי משותף. מכיוון שבתקופה זו אין לצופות אפשרויות בחירה רבות, נוצר מצב שצייכורים שונים צפו באותם תכנים, וערב אחר ערב סיפקה הטלוויזיה תרבות משותפת של סיפורים ודעות, וזו לא רק איחדה את העם אלא גם יצרה הבדלים בינו לבין קבוצות לאום אחרות (Ellis, 2000 pp. 39-60).

למרות ההישענות של הטלוויזיה הישראלית על דגם השידור הבריטי, היו גם תכונות משותפות עם TVI האמריקנית, שבה יש שליטה כמעט מוחלטת של שלוש הרשתות המסחריות הגדולות. מצב זה גרם לתחרות בין הרשתות ולתלות עצומה במפרסמים וברייטינג. זה הביא לניסיון לשמור על קונסנזוס, על מנת שלא תברחנה צופות לערוצים אחרים. טלוויזיה א, אם כך, דומה הן ל"תקופת המחסור" והן ל-TVI בתכונה אחת משותפת: קונסנזוס, או לפחות מראית עין של קונסנזוס (ליבס, 1999), דהיינו ניסיון לשמור על ערכים שנתפסו משותפים לקולקטיב היהודי-ישראלי, ובראשם הערכים הציוניים. שאיפה זו באה לידי ביטוי גם בדרמה הישראלית בטלוויזיה באותן שנים,⁴ אשר נמנעה מעיסוק בנושאים קונטרברסליים. רוגל אלפר, בסדרת הטלוויזיה הדוקומנטרית אתם שם בבית (רוגל אלפר ועמי אמיר, ערוץ 8, 2012), אף טוען כי דרמות אלה נמנעו "מלעסוק במתרחש בישראל", ורם לוי מוסיף כי "היה חשש גדול לגעת בדברים עדינים ומורכבים, ולכן כל סרט שנעשה במסגרת המחלקה הזו יכול היה גם להיעשות באפריקה או בקנדה" (שם).

נראה שאלפר ולוי מגזימים קצת בדבריהם. אמנם חלק גדול מהדרמות ששודרו באותם ימים הציג סיפורים "אוניברסליים" שאינם קשורים למציאות הפוליטית האקטואלית בישראל – לדוגמה, פרנהיים (יוסי יזרעאלי, הטלוויזיה הישראלית, 1971), המציעה עיבוד לסיפורו של עגנון המתרחש בגרמניה, או סטלה (רם לוי, הטלוויזיה הישראלית, 1975), העוסקת ביחסים מורכבים בין מורה לפיתוח קול לבין תלמידה, אולם לצדן שודרו דרמות שעסקו במצב בישראל. כך, בין הדרמות הראשונות שעלו לשידור היו שיח לוחמים, אדפטציה לחוברת שיצאה לאחר מלחמת ששת הימים והציגה את הקשיים והדילמות של קיבוצניקים שלחמו במלחמה,⁵ ובתחילת קיץ 1970 (אדוארד אטלר, הטלוויזיה הישראלית, 1972), אשר הציגה את סיפורו של אב שבנו היחיד נהרג בבקעת הירדן. לגבי שתי הדרמות האחרונות טוענת רותי אבלין-רווה כי הן היו ביקורתיות ואף תרמו לערעור על האתוס ההרואי (אבלין-רווה, 2011).

אולם למרות העיסוק בישראליות, ואולי אף שאילת שאלות על האתוס הציוני, גם דרמות אלה הציגו דימוי חיובי של הישראלי, ושיח לוחמים אף הולידה את הדימוי של "יורים ובוכים", או כפי שטוען בועז עברון על הספר שיח לוחמים: "מה היה שיח לוחמים המהולל, ככלות הכל, אם לא אורגיה של התפעלות עצמית

נרקסיסטית במסווה של 'חשבון נפש'?" (מצוטט אצל גן, 2008, עמ' 283). בגרסה הטלוויזיונית נראה שגם הצופה לוקחת חלק בחשבון הנפש (המדומה?) כאשר הדוברים בדרמה פונים בו בזמן לאנשים אחרים בחדר (הלוקחים חלק פעיל ב"שיח הלוחמים") ולמצלמה/הצופה כלוקחת חלק בשיח זה.

יותר מכך, אף שבאותן שנים הלכה והתבססה השליטה בשטחים, והארץ רעשה מהתקוממות עדתית, ובראשה הופעתם של הפנתרים השחורים, הדרמה הישראלית בטלוויזיה התעלמה מכל אלה. תופעה זו נמשכה בשנות השמונים, כפי שתיאר אלפר באתם שם בבית: "צפייה בסרטים ובסדרות שהפיקה רוממה בשנות ה-80 מגלה עובדות משמחות: צה"ל לא פלש ללבנון, הבורסה לא נפלה, ובגין לא שקע בדיכאון. השנים שנות שלטונו של יצחק שמיר, מנגנון ההדחקה הישראלי עובד חזק" (רוגל אלפר ועמי אמיר, ערוץ 8, 2012, פרק 4).

אולם לצד הרצון לשמור על קונסנזוס, התקופה הראשונה של הטלוויזיה הישראלית אופיינה גם במאבק על "עצמאות השידור" (צוקרמן, 1999, עמ' 128-132), וזאת בין היתר בעקבות נוכחותם של יוצרים ויוצרות שפעלו בטלוויזיה הישראלית ו"ראו בטלוויזיה הישראלית גוף שאמור להיות ביקורתי ולייצג את המציאות המורכבת" (אבלין-רווה, 2011). רעיון זה בא לידי ביטוי גם במחלקת הדרמה, במיוחד כאשר נתמנה ארנון צוקרמן למנהל הטלוויזיה ב-1973. בתקופה זו, על פי ההיסטוריוגרפיה המקובלת, החל "תור הזהב" של הדרמה הטלוויזיונית, אשר נבע, בין היתר, מהפוליטיקה של צוקרמן אשר מטרתה הייתה "להרחיב את הגבולות עד כמה שאפשר [...] ומתיחת הקונצנזוס אל מעבר לגבולותיו" (שוורץ ורותם, 1986, עמ' 11, 15).

אחד התוצרים המרכזיים של גישה זו היה הדרמה חרבת חזעה (רם לוי, הטלוויזיה הישראלית, 1978), שהובילה לאחד המאבקים הבולטים בתולדות הטלוויזיה הישראלית (צוקרמן, 1999, עמ' 42-44; שפירא, 2002; Oren, 2004, pp. 156-191). אפשר ללמוד מההתרחשויות סביב חרבת חזעה על המבנה של הטלוויזיה הישראלית בשלב זה בהתפתחותה, אך גם על מיקומה המרכזי בוויכוח שהחל להתעורר בין הנרטיב הציוני, שגם הוא (כמו לרשות השידור) היה עדיין מנופול בשיח הדומיננטי בישראל, לבין נרטיבים מתחרים בקרב הציבור הישראלי, שהחלו לקום כנגדו.

ואכן, ההתקפות על חרבת חזעה דמו להתקפות שיופיעו יותר מעשור מאוחר יותר נגד ההיסטוריונים החדשים והפוסט-ציונות. הטיעון המרכזי של מבקרי הסרט היה כי "הסרט מתאר את מלחמת העצמאות בצורה מעוותת" (שפירא, 2002, עמ' 79). אחת ההתקפות הבוטות על הדרמה הייתה של יוסף לפיד, אשר התמנה בשנת 1979 ליושב ראש רשות השידור. תקופת כהונתו נתפסה כתקופה שבה הקונסנזוס חזר להיות העיקרון המנחה של השידורים. משה צירממן רואה

אותה כתקופה שבה "ניכרים סימנים ברורים של ירידה מתמדת בחופש הביטוי הניתן להשגה בטלוויזיה", כאשר "הנושאים הפרובוקטיביים נעלמים מהמרקע, וגם אם מועלה נושא בעל פוטנציאל לעורר מחלוקת, הוא מנוטרל [באמצעים שונים]" (צימרמן, 2003, עמ' 98).⁶ אחד מהנושאים הללו הוא כמובן הסכסוך עם הפלסטינים, אך כפי שטען רם לוי בסדרה אתם שם בבית: "מחלקת הדרמה במידה רבה מאוד מתה. בטח שלא נגעה יותר בנושא היהודי-ערבי" (רוגל אלפר ועמי אמיר, ערוץ 8, 2012, פרק 4).

את סיפורה של דרמת הטלוויזיה חרבת חזעה אפשר לקרוא כאירוע טראומתי שהוביל להרחקה ארוכת שנים של נושאים רבים אל מחוץ לטקסט הדרמטי, הרחקה שהסתיימה רק עם עלייתה של "טלוויזיה ג", כשלושים שנה מאוחר יותר. עם זאת אי-אפשר לטעון כי הדרמה הישראלית בטלוויזיה לא הייתה פוליטית. למרות ההרחקה של הפוליטיקה מהדרמות הטלוויזיונית צפו ועלו, במכוון או לאו, הנושאים ה"אסורים". נורית גרץ וגל חרמוני מראים כי דרמת הטלוויזיה משחקים בחורף (רם לוי, הטלוויזיה הישראלית, 1987), העוסקת באופן גלוי בשלטון המנדט בארץ בשנת 1946, מציעה למעשה התקה לאירועי 1948, ובראשם לגירוש הפלסטינים מכפריהם (גרץ וחרמוני, 2013). אני הראיתי כיצד אינדיאני בשמש (רם לוי, הטלוויזיה הישראלית, 1981), המציגה יחסים בין חיילי ישראלי ממוצא הודי לחיילי ישראלי אשכנזי, עוסקת למעשה בסכסוך הישראלי-פלסטיני ואף קוראת ליישום אוטונומיה לאחרונים (חרל"פ, 2012, עמ' 28-30). ואבלין-רווה רווה טוענת כי האינתפיאדה לא מופיעה בדרמה לחברים בלבד (עידו בהט, הטלוויזיה הישראלית, 1991) באופן ישיר, אבל היא "נמצאת ברקע בשאלת הליגיטימיות של השימוש בנשק" (אבלין-רווה, 2011).

למרות העיסוק הפוליטי הרב סביב הדרמה הישראלית בטלוויזיה, יש לזכור כי לא רק שאלות פוליטיות השפיעו על מה שמכנים שוורץ ורותם ה"השתלשלות העגומה של תולדות מחלקת הדרמה של הטלוויזיה הישראלית" (שוורץ ורותם, 1986, עמ' 10). מחלקת הדרמה סבלה גם מבעיות תקציב רציניות, ודרמה, כפי שטוען צוקרמן, "היא התוכנית היקרה ביותר, ובתנאים הקיימים בארץ – גם הקשה ביותר" (מצוטט שם, עמ' 16). אולם, גם כאשר הוקצו משאבים, והופקה סדרת דרמה מושקעת כחדוה ושלומיק (שמואל אימברמן וארנה ספקטור, הטלוויזיה הישראלית, 1971), התגובות השליליות של הביקורת הובילו להאטת התפתחות הדרמה בטלוויזיה, לעצירה כמעט מוחלטת של סדרות הדרמה לאורך שנים רבות ואף ל"נזק בלתי הפיך [...] להתפתחותה של הדרמה בטלוויזיה הישראלית" (צוקרמן, 1999, עמ' 141). נראה שרק עם עלייתו של הערוץ השני החלו להפיק ולשדר בישראל דרמות במספר גדול יותר – והדרמה הישראלית עברה (או שמא עלתה) לשלב התפתחותי חדש.

טלוויזיה ב: הדומיננטיות של הערוץ השני

באיזה רגע בדיוק הסתיים השלב הראשון של הטלוויזיה הישראלית, והתחיל השלב השני שלה, המוגדר אצל צוקרמן "מהפכת התקשורת" (צוקרמן, 1999, עמ' 145), אצל ליבס "עידן ריבוי הערוצים בטלוויזיה" (ליבס, 1999, עמ' 95) ובמאמר זה "הדומיננטיות של הערוץ השני"? אפשר להצביע על כמה אירועים אשר כרסמו במונפול של הטלוויזיה הישראלית והובילו לקראת שלב זה: כניסתם של מכשירי הווידאו, אשר באמצע שנות השמונים אכלסו כארבעים אחוז מהבתים בישראל (Cohen & Cohen, 1989); פריחתם של הכבלים הפירטיים, שהיו פופולריים מאוד במחצית השנייה של אותו עשור (כספי ולימור, 1992, עמ' 127); תחילת השידורים הניסיוניים של הערוץ השני בשנת 1986 (טוקטלי, 2000, עמ' 89); וחדירתם של הכבלים לתרבות הצפייה הישראלית החל בתחילת שנות התשעים, אשר הייתה "כמעט ללא תקדים בעולם" (צוקרמן, 1999, עמ' 133).

אולם נראה שהאירוע המרכזי שסימן את תחילתה של התקופה השנייה הוא עלייתו של הערוץ השני המסחרי. צוקרמן מנסח זאת כך: "המהפכה האמיתית, מבחינתו של הצופה הישראלי, התחוללה עם התחלת השידורים של ערוץ-2 המסחרי [...] הטלוויזיה הישראלית, שנקראה מעתה ערוץ 1, החלה מאבדת את הרוב השבוי שלה לטובת ערוץ חדש, מודרני, בעל פנים חדשות, עם פרסומות מקצועיות, שידור קצבי ומכוון למכנה משותף רחב" (צוקרמן, 2004, עמ' 30, ההדגשות שלי).

נראה שצוקרמן זהיר בדבריו, ואף שהוא טוען כי הערוץ השני פנה ל"מכנה משותף רחב", הוא איננו מוסיף את המילה "נמוך", כפי שעושה לדוגמה נמרוד אלוני, איש חינוך, כשהוא כותב כי "הרייטינג אינו כוחל בירידה ובהורדה אל המכנה המשותף הנמוך ביותר" (אלוני, 2004, עמ' 42). דברים בנימה דומה כתבו גם חוקרי וחוקרות תקשורת שונים (כ"ץ והאז, 1995, עמ' 83; ליבס, 1999, עמ' 88), וגבי וימן אף בחר לכנות את הערוץ השני בשם "מדורת ההבלים" והוסיף כי "מדי ערב מתחברים מרבית הישראלים בשקיקה לצינור ה'ג'אנק פוד התרבותי' ומובלים בשמחה אל מפלטי ההבלים והשעשועים משכיחי הכול" (וימן, 1999, עמ' 99).

אחד הביטויים המרכזיים שהחלו לסמן את הרמה הנמוכה, כביכול, של הערוץ השני, היה מטבע הלשון "מסעודה משדרות", שטבע מנכ"ל חברת הטלוויזיה קשת, אלכס גלעדי, ואשר הפך להיות "הדמות הבדוייה המייצגת את קהל היעד הרצוי [והמצוין] של טלוויזיה מסחרית, המתאפיינת במוצא מזרחי, בהשכלה נמוכה וחיים בפריפריה" (רוזנטל, 2009, עמ' 573). אותה "מסעודה משדרות", יציר של המבט האוריינטליסטי המאפיין את השיח בישראל, חשפה, על פי נועם יורן, את

האופנים האידאולוגיים שבהם פועל הערוץ השני. היא למעשה אחת הדרכים של הערוץ השני להסתיר את פעולתו האידאולוגית, שבה "כולנו מסעודה", המאמינה לתקשורת ובו בזמן מטילה את האמונה על דמות אחרת, תמימה, דמות שהיא "מישהו אחר מוחלט: היא תמיד מישהו אחר. היא מישהו אחר לגבי כל צרכן תקשורת" (יורן, 2001, עמ' 72).

מכאן שתפיסת ערוץ 2 כערוץ שזנח שאלות פוליטיות, כמו הטענות שהמטרות הרווחיות של הערוץ הובילו ל"מכנה המשותף הנמוך ביותר", והן לא רק חוטאות באליטיזם, ששיאו כאמור ב"מסעודה משרות", אלא אף מתעלמות מניואנסים חשובים בערוץ המסחרי, ושוכחות את כוחו העצום של המדיום הטלוויזיוני כמנגנון אידאולוגי של המדינה (ISA), אליבא דאלתוסר (אלתוסר, 2003). ערוץ 2, במילים אחרות, הפך להיות ה"ממלכתיות החדשה" ומשרת את האידאולוגיה של המדינה טוב יותר מהערוץ הראשון, ועושה זאת אף "בצורה המתאימה יותר להווה, המצליחה לשרת את המדינה ואת ההון במידה שווה" (יורן, 2001, עמ' 12). אין בדברים אלה כדי לפסול את הטענה כי הדגש בערוץ 2 הוא על רייטינג ובידור, אולם מתוך קריאתו של נועם יורן את הערוץ השני כ"ממלכתיות חדשה" אפשר להבין שאין להסתפק במבט מכליל על כל תכניות הטלוויזיה ולהגדירן כ"ירידה למכנה המשותף היורד ביותר". נדרשת בחינה טקסטואלית מעמיקה על מנת לבחון את המשמעויות השונות של תכניות אלה. יותר מכך, עמדה זו מתעלמת מנתון משמעותי מאוד: עם עליית הערוץ השני החלו "ניצנים של יצירה טלוויזיונית דרמטית מקורית" (טלמון וליבס, 2000, עמ' 41), או כפי שתיאר זאת אלפר:

מ-1995 פרץ היצירה המתגבר של ערוץ 2 עולה שלב ומתחיל להרוות את צימאנו של הקהל הישראלי לסדרות [...] פתאום המסך התמלא בסדרות יצירתיות, קצביות, מבוצעות היטב, ומשודרות בזמן צפיית השיא [...] [למרות] שזכותו של ערוץ 2 לשים רווח לפני שליחות חברתית, הדרמה הישראלית [בערוץ 2] מתחילה לספר את סיפורה של החברה הישראלית בכמות ובאיכות גדולות יותר מאי פעם בעבר (אתם שם בבית, רוגל אלפר ועמי אמיר, ערוץ 8, 2012, פרק 4).

במילים אחרות, נראה שדווקא סוגת הדרמה, שאמורה הייתה להיות גולת הכותרת של הערוץ הציבורי, עלתה ופרחה בתקופה השנייה של שידורי הטלוויזיה בישראל, טלוויזיה ב, גם אם מדובר רק ב"עלה תאנה" (וימן, 1999, עמ' 102) או בהכרח הנובע מסיבות רגולטוריות. ואכן, בחינה של שעות הדרמה בטלוויזיה,

ובעיקר של סדרות הדרמה, מגלה שעם עלייתו של הערוץ השני חלה עלייה עצומה בכמות תכניות הדרמה ששודרו בטלוויזיה.

בעוד שבתקופת טלוויזיה א נעשו כ-150 דרמות בודדות, ותשע סדרות ומיני-סדרות⁷ – ובהן מישל עזרא ובניו (ניסים דיין, הטלוויזיה הישראלית, 1981) וחדוה ושלומיק שמואל אימברמן וארנה ספקטור, הטלוויזיה הישראלית, 1971) – בטלוויזיה ב נעשו כ-75 דרמות בודדות, 18 מיני סדרות (רובן בערוץ הראשון ובערוץ השני) ו-34 סדרות וסדרות בהמשכים (רובן בערוץ 2), שחלקן אף נמשכו (לראשונה בדרמה הישראלית) עונות מספר.

אולם כפי שאין סקירה מסודרת לדרמות של הערוץ הראשון, כך גם הדרמות של הערוץ השני, וכלל היצירה הדרמטית בעידן ריבוי הערוצים, לא זכו לבחינה מעמיקה. עם זאת, אפשר לחלץ כמה מאפיינים חוזרים בדרמות אלה. המאפיין הראשון והבולט ביותר הוא מה שניתן לכנות "רב-תרבותיות", או כפי שטוענת איילת כהן: "בתחילת שנות האלפיים מיוצגות פניה המגוונות של החברה בתקשורת בכלל ובשידורי הטלוויזיה בפרט בכל סוגות המדיום" (כהן, 2001, עמ' 42).⁸ מירי טלמון ותמר ליבס מציינות בהקשר זה כי הסדרה בת-ים ניו-יורק (רוד אופק ויוסי מדמוני, ערוץ 2, 1995-1997) מסמנת את חוסר הרלוונטיות של מונח כמו "כור ההיתוך" ומציגה את גיבוריה כ"משל לסיפורם של פרטים ושל קהילות בתוך מדינות הגירה רב תרבותיות" (טלמון וליבס, 2000, עמ' 47). גם דן אוריין, בכתבתו על הדרמות הישראליות, שם דגש מרכזי בייצוגן של מה שאפשר לכנות "קבוצות שוליים": חרדים, ערבים ומזרחיים (אוריין, 2004).

בהקשר זה, אם נישען על המחקר הקולנועי אפשר לטעון כי הדרמה של הערוץ השני אימצה מאפיינים רבים של הקולנוע של שנות התשעים, או מה שמכנה יעל מונק "קולנוע הגבול". קולנוע זה מציע שני מהלכים מקבילים: "דה-קונסטרוקציה של דמות הצבר ההגמוני וחשיפת קורותיהם של מי שסבלו מגישתם הקולוניאליסטית של ותיקי הארץ" (מונק, 2012, עמ' 24). כך אפשר לדוגמה, לבחון סצנת מפתח במיני-סדרה בנות בראון (עירית לינור, ערוץ 2, 2002). בפרק הראשון בסדרה נראה אב המשפחה, חזי בראון, המגולם בידי השחקן אסי דיין, נוסע בטרקטור ברחבי המושב, כאשר ברקע נשמע "שיר הכרם". שיר זה יוצר אינטרטקסטואליות גלויה עם היצירה המזוהה יותר מכול עם אסי דיין: הסרט הוא הלך בשדות (יוסף מילוא, 1967), אשר גם בו נראה גיבור הסרט, אורי, רוכב על סוס וברקע נשמע שיר זה. אולם בניגוד לאורי, השולט ביד רמה בסוס ובעובדים האחרים בשדה, חזי בראון מתגלה כחולשתו; הטרקטור נתקע, והוא זקוק לפועלים הערבים שלו על מנת להיחלץ. כך, מי שייצג את דמותו של הצבר בתרבות הקולנוע הישראלית, מתגלה כחסר אונים ומשמש דוגמה ל"תהליך ההתפרקות של הצבר, עד כדי הפיכתו לזר במרחבו שלו" (מונק, 2012, עמ' 24).

אולם בנות בראון איננה מסתפקת בפירוק הצבר, אלא גם בעלייתו של "גיבור מסוג חדש", בלשונה של מונק, הוא אלי מנשה (גולן אזולאי), ששמו, מראהו ומבטאו לא יכולים להטעות: מדובר בגבר "מזרחי". בסצנה העוקבת, מיד לאחר הסצנה שבה נתקע חזי בראון בשדה, מגיע אלי מנשה לראשונה לבית משפחת בראון. הכניסה לביתם של משפחת בראון מתגלה ככניסה מטונימית של המזרחי להגמוניה האשכנזית, כניסה שאולי תשפיע גם עליו, אך בעיקר תוביל ל"הסתגלות של חברי המושב [...] אל המזרחי הבורגני החדש ואל תרבותו" (אוריין, 2004, עמ' 207). כך, בשתי סצנות עוקבות, מסכמת בנות בראון את אחד המהלכים המרכזיים של הקולנוע והטלוויזיה הישראליים של שנות התשעים: ירידת קרנו של הצבר (הגברי, האשכנזי) ועלייתם של גיבורים חדשים, במקרה זה הגבר המזרחי.

מאפיין נוסף של סדרות הדרמה של התקופה השלישית הוא עלייתו של מה שמכנה לואיס רוניגר "אינדיבידואליזם מכוון", דהיינו אינדיבידואליזם "מעניק לגיטימציה לביטוי הפרט, על ייחודו ומאוויו, כמובחן מן ההוויה החברתית הכוללת והיעדים הקולקטיביים" (רוניגר, 1999, עמ' 113). אינדיבידואליזם זה מנוגד למה שמכנה לואיס רוניגר "אינדיבידואליזם מתועל", אשר אפיין את החברה הישראלית בתחילת דרכה והצביע על הטמעת חירותו של הפרט "בתוכניות פעולה קולקטיביות ובסדר-יום לאומי או חברתי כולל [...] במחויבות כוללת למעשה הציוני" (שם, עמ' 110).

במובנים מסוימים תופעה זו, שבה ערכי הציונות מפנים את מקומם, או לפחות את מרכזיותם, לטובת האינדיבידואל, מופיעה כבר בחוק המסדיר את שידורי הערוץ השני. בניגוד לחוק רשות השידור, אשר מטרתו הראשונה הייתה חינוך ערכי הציונות, הרי חוק הרשות השניה רואה תחילה את תפקיד הרשות כמי שאמורה לקדם את "היצירה העברית הישראלית", לטפח "אזרחות טובה" ולחזק את "ערכי הדמוקרטיה וההומניזם" ורק לאחר מכן לתת "ביטוי למורשת היהודית וערכיה ולערכי הציונות" (חוק הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו, התש"ן-1990).

סדרה המייצגת מהלך זה היא פלורנטיין (אודי זמברג ואיתן פוקס, ערוץ 2, 1997-2001), אשר על פי טלמון וליבס (2000) מנסה להתנתק מהזמן והמקום הקולקטיביים לעבר האיש, רעיון שאפשר להדגישו באמצעות מהלך האירועים בפרק הרביעי בעונה הראשונה. בפרק זה מופיעות שתי עלילות השמות דגש על הרצון להתנתק מהקולקטיבי ולהתכנס בעולם הפרטי. בעלילה הראשונה בוחר תומר (אבשלום פולק) "לצאת מהארון" כהומו לפני משפחתו, כאשר זו צופה בהלוויה של רבין בטלוויזיה. נראה שאביו של תומר נדהם מעיתוי הגילוי לא פחות מאשר מהגילוי עצמו, והוא מסרב לדון בו בזמן ההלוויה. בעלילה השנייה, שירה (איילת זורר) מתנצלת לפני אמו של מי שהיה בן זוגה ונהרג בצבא על כך

שלא הגיעה לטקסים הצבאיים לכבוד הבן. האם עונה לה כי גם לה לא התאים להיות חלק מ"משפחת השכול", ומוסיפה ש"אבל זה עניין לגמרי פרטי".

סדרה נוספת באותה תקופה ששמה דגש על האינדיווידואליזם המכוון היא הסדרה הפוך (שמואל חיימוביץ, ערוץ 2, 1996-1998). הפוך ניסתה לייצר מציאות לא ישראלית, ולעתים אף הזויה (שכללה באחד הפרקים רמז לקיומם של חיזורים). גם כאשר חדרה המציאות הישראלית לעולמם של גיבוריה, זה התרחש באופנים שהרחיקו אותה מההקשר הקולקטיבי או לחלופין הגחיכו אותו. כך, לדוגמה, בפרק השביעי של העונה הראשונה מנסה אחת הדמויות להשתחרר מהמילואים בהליכה לקצין בריאות הנפש (קב"ן), בעוד אחרת מגלה, בזמן שהיא עושה מילואים, שלא ברור לה על מה היא שומרת ולמה. אין זה מקרי שבסוף הפרק, כאשר משוחרר אחד הגיבורים ממילואים, לאחר שהתחזה ללא שפוי במפגש עם קצין בריאות הנפש, נשמע השיר "אמסטרדם" של להקת נוער שוליים – שיר המעיד יותר מכול על הרצון של "הבועה התל אביבית" (במציאות ובקולנוע) לדמיין כי "אין מחוצה לה דבר מלבד אמסטרדם וניו יורק אחיותיה" (בן צבי, 2006, עמ' 252).

אולם למרות שני מאפיינים אלה, הרב תרבותיות והאינדיווידואליזם המכוון, נשאר ערוץ 2, בסופו של יום, בגבולות הקונסנזוס, המותר של ה"ממלכתיות החדשה". אין זה מפליא שאחת הדרמות המצליחות ביותר בתקופה זו הייתה טירונות (אורי ברבש ובני ברבש, ערוץ 2, 1998-2001), שהעמידה במרכזה חיילים שקל להזדהות עמם עד כדי כך שהצלחת הסדרה עודדה בני נוער רבים להתגייס לחטיבת גבעתי, ומפקד החטיבה אף נתן ליוצרי הסדרה גביע הוקרה (איכנולד, 2005, עמ' 62). אולם רייטינג גבוה איננו המדד היחיד ליכולת של סדרה לשרוד בערוץ השני. כך, לדוגמה, הסדרה הבורגנים (אסף ציפור ואיתן צור, ערוץ 2, 2000-2004), ש"הצליחה, ולא רק אצל המבקרים", נאלצה לעזוב את הערוץ המסחרי לטובת ערוץ הלווין מכיוון שהיא נתפסה כ"מדכאת מדי". "הבורגנים מסמלת נקודת מפנה קריטית בתולדות הדרמה בטלוויזיה. מאז לא נראתה סדרה בפריים טיים שהתעמתה עם צופיה. שפת הדרמה בערוץ 2 השתנתה בלי היכר" (רוגל אלפר ועמי אמיר, ערוץ 8, 2012, פרק 4).

המעבר של הסדרה ה"מדכאת" הבורגנים ללווין בשנת 2004 מסמלת מעבר רחב ומשמעותי יותר שהתרחש שנה מאוחר יותר – הפיכתם של הכבלים והלווין לשחקנים מרכזיים בהתפתחות הדרמה בישראל, הן מבחינה כמותית, הן מבחינה תוכנית, והן מבחינה שיחנית – אולי אף יותר מזה, מעבר מטלוויזיה למשהו שהוא "לא-טלוויזיה", או "הטלוויזיה שאחרי".

טלוויזיה ג: הטלוויזיה שאחרי

טלוויזיה ג קרובה מאוד למאפייני ההתפתחות העולמית של הטלוויזיה ולשלבים שכונו "תקופת השפע" ו-TVIII. זו תקופה שבה החלה הטלוויזיה בישראל להדביק את הפערים בינה לבין הטלוויזיה העולמית, בעיקר בכל הקשור לצפייה האישית. כניסת שירותי VOD, DVR (כדוגמת Yes-Max ו-HOT-Magic) ו-start over למנויי הכבלים והלוויין, יציאתן של סדרות דרמה בתקליטורים (DVD), והאפשרות המתרחבת לצפות בתכנים טלוויזיוניים בפלטפורמות שונות כמו המחשב, הטלפון האישי והטבלט, הובילו לשינויים מרחיקי לכת באופני הצפייה בטלוויזיה בישראל.

בתקופה זו נוצר מצב שבמקום "צפייה לינארית", המאופיינת בתלות של הצופות בלוח השידורים אשר נקבע בידי ספק שידורי הטלוויזיה, יכולות הצופות לבנות את לוח השידורים בצפייה לא לינארית, ולבחור מתי, היכן ובאיזה אמצעי מדיה הן צופות בתכנים הטלוויזיוניים. רעיון זה הקטין את התלות ברייטינג והגדיל את התלות במיתוג, דבר שכשלעצמו היה בעל השפעה מכרעת על אופיים של התכנים הטלוויזיוניים ועל הניסיון לבידול דרך טקסטים ייחודיים.

השינוי בתרבות הטלוויזיה היה כה גדול, עד שהיו מי שתהו אם מדובר בסופה של הטלוויזיה (Katz 2009). אולם רוב חוקרי וחוקרות הטלוויזיה מציגים מהלכים אלה כשלב חדש בהתפתחותה, שלב המכונה (Spigel, 2004) Television after TV, או (Turner and Tay, 2009) post-broadcast Era או "פוסט-טלוויזיה" (Leverette, Ott, & Buckley, 2008). בניסיון לעברת את המונחים, ומסיבות נוספות שאפרט מיד, בחרתי לכנות שלב זה בהתפתחות הטלוויזיה כ"טלוויזיה שאחרי" – המובן הראשון של מונח זה הוא הטלוויזיה שאחרי הטלוויזיה, או פשוט פוסט-טלוויזיה. מתי בדיוק התחילה "הטלוויזיה שאחרי"? כפי שהמעבר מהתקופה הראשונה של הטלוויזיה הישראלית לתקופה השנייה אופיין בתקופה אנומלית של שנים מספר שבהן איבדה אט אט הטלוויזיה הישראלית (הערוץ הראשון) את המונופול שלה, כך גם המעבר מהתקופה השנייה לתקופה השלישית איננו קורה ביום אחד. זאת ועוד, לעומת הערוץ הראשון, שאיבד את מרכזיותו לאחר עלייתו של הערוץ השני, הרי בטלוויזיה ג הערוץ השני, המסמן יותר מכול את טלוויזיה ב, עדיין משמש גורם מרכזי בטלוויזיה הישראלית, אם כי גם קיום זה מושפע מאוד מהתהליכים ומהתמורות שטלוויזיה ג מביאה עמה. עם זאת, אפשר להצביע על שנת 2005 כשנה שבה "הטלוויזיה שאחרי" התחילה. מדוע?

תחילה, בשנה זו השיקה חברת הכבלים את שירותי ה-VOD, מה שאפשר לראשונה לצופות הטלוויזיה בארץ לצפות בתכניות טלוויזיה לפי לוח הזמנים שלהן, ועל פי הזמנה אישית – וזאת ללא צורך להקליט מראש את התכנית.

אמנם הצופות לא יכלו לבחור מהם התכנים הנמצאים בספריית הווידאו, אולם עם השנים כמות התכנים הייתה כה רבה וכיסתה כמעט את כל הטקסטים הישראליים המרכזיים ששודרו בערוצי הכבלים ובערוצי השידור הרחב, עד שלצופה הייתה שליטה רבה מאוד על זמני השידור, או, כפי שהוט פרסמה באתר שלה, הצפייה ב־VOD הופכת "את חוויית הצפייה שלכם לאיכותית יותר, מתוחכמת יותר ומהנה הרבה יותר".

באותה שנה השיקה חברת הלוויין יס את שירותי ה־DVR שלה, אשר כונו Yes Max. שירות זה אפשר לצופות לבנות "ספריית וידאו" פרטית, על פי הבחירה האישית שלהן, ובכל הערוצים אשר נקלטו בממיר שלהן. אמנם במובנים מסוימים דומה הדבר להקלטה במכשירי הווידאו וה־DVD המקליטים, אולם נוחות השימוש, האפשרות להגדיר הקלטה של סדרה שלמה על כל פרקיה ולהקליט שתי תכניות במקביל, שטח האכסון הרחב שהתאפשר בממיר והאפשרות למחוק תכנים שכבר נראו, בלי לפגוע באיכות השידור – כל אלה הפכו שירות זה לפופולרי מאוד. עם השנים נוספו לחברות הכבלים והלוויין שירותים נוספים, שהיו לכה פופולריים, עד שהשימוש בהם נעשה באחוזים גבוהים יותר מאשר בעולם הרחב (קינן, 2010).

תמורות אלה בתרבות הצפייה יכולות היו לפגוע אנושות בדרמה הישראלית בטלוויזיה. בזמן שאמצעי ההקלטה השונים לא יכולים לנצח את הרצון של צופות לחוות סוגות מסוימות בשידור חי – כמו לדוגמה חדשות, ספורט ותכניות מציאות מסוימות – נראה שאין שום משמעות לצפייה בדרמה ב"שידור חי". יובל נתן ניסח זאת כך: "למה לי לראות פרק [דרמה] עם פרסומות בטלוויזיה ובשעה שלא כל־כך נוחה ליי? אני אקליט אותו ב־DVR או אוריד אותו באינטרנט או אראה אותו במאקו" (מצוטט אצל קינן 2010).

אולם בשעת כתיבת שורות אלה התחזית של יובל נתן עדיין לא התממשה. נראה אף שההפך הוא הנכון. דווקא בתקופה זו קיימת פריחה עצומה של דרמות ישראליות בטלוויזיה, ובכל שנה כמות הדרמות הולכת וגדלה – גם אם גם כאן הסיבות הן רגולטוריות בלבד. כך, לפי ספירה שלי, שהיא כאמור לא רשמית ולא סופית, משנת 2005 עד סוף אוגוסט 2013 נעשו בישראל 12 דרמות בודדות, 16 מיני סדרה ו־62 סדרות וסדרות בהמשכים. בהשוואה לתקופה של טלוויזיה ב, שנמשכה 12 שנה, אפשר לראות אמנם ירידה במספר הדרמות הבודדות, אולם עלייה במספר המיני סדרות והסדרות.

כאן עולה האירוע השלישי והמשמעותי בתחילתה של "הטלוויזיה שאחרי", והוא עלייתה לשידור של הסדרה בטיפול (חגי לוי, 2004-2007, HOT3), סדרה שנתפסת כאחד הגורמים המרכזיים ל"מספר חסר תקדים של סדרות דרמות מקוריות (בטלוויזיה הישראלית)", ואף ל"פריחתה של הדרמה הישראלית"

(קופפר, 2007). אין זה מקרי שבאותה שנה בה הושק שירות ה-VOD של HOT עלתה לשידור גם הסדרה בטיפול, שאופיה והמבנה הנרטיבי שלה מתאימים כמו כפפה ליד לאפשרויות הגלומות בשירות זה (חרל"פ, 2011). זאת ועוד, בטיפול הייתה סדרת הדרמה הראשונה בטלוויזיה הישראלית שיצאה לאחר שידורה גם בתקליטורים, ואף הצליחה למכור כמות יפה מאוד של עותקים, דבר שגרר אחריו ניסיונות נוספים של הפצת תכנים דרמטיים ישראלים באופן דומה.

בטיפול איננה רק תוצר של שינויים טכנולוגיים ומבניים בטלוויזיה הישראלית. כמו כל דרמה אחרת (ולמעשה כמו כל טקסט תרבותי אחר), היא גם תוצר של מהלכים חברתיים ותרבותיים רחבים יותר. אפשר להתווכח מהם השינויים התרבותיים שחלו בחברה הישראלית, ובאלו אופנים הטלוויזיה היא תוצר שלהם או הגורם להם, אך בנקודה אחת מחקר זה מאמץ את טענותיה של ליבס (1999): אין להבין את התכנים של הדרמה הישראלית בטלוויזיה כלי להבין את התפרקות הקונסנזוס ואת השינוי המהותי שעבר הדימוי העצמי של החברה הישראלית לאורך השנים.

אחד השינויים המרכזיים והמורכבים בדימוי העצמי של החברה הישראלית קשור לשאלות של טראומה וקורבנות. לאחר שנים רבות שבהן "היהודי החדש" היתה הדמות שעמדה בבסיס הזהות הישראלית, ואשר לא אפשרה להכיר בחולשה של הסובייקט הישראלי – לא כקורבן ולא כסובייקט טראומתי – החלה התרבות הישראלית להכיר בממדים הטראומטיים והקורבניים של זהותה הקולקטיבית ושל הפרטים המרכיבים אותה. כך, טקסטים טלוויזיוניים רבים, ובראשם טקסטים דרמטיים, עסקו בתמות של טראומה וקורבנות, שליוו את החברה הישראלית מתחילת דרכה, אך קיבלו מקום מרכזי יותר בתרבות הישראלית בעשורים האחרונים.

"הטלוויזיה שאחרי", אם כך, איננה רק הטלוויזיה ש"אחרי הטלוויזיה". היא עוסקת רבות גם ב"אחרי הטראומה" או בסובייקטים "פוסט טראומטיים". כך, לדוגמה, הסדרה נבלות (דרור סאבו ודפנה לויץ, HOT3, 2010) מתארת את קורותיהם של שני פלמ"חניקים קשישים הנושאים טראומה ממלחמת 1948, ובעיקר מאירוע שבו הם שכבו בשדה קרב מלא גופות, כשצלפי אויב מנסים להרוג אותם. הסדרה בטיפול מציגה הן טייס הלום קרב, בעקבות הפגזה על אזרחים חפים מפשע ברמאללה, והן גבר הסוחב טראומה ממלחמת יום הכיפורים. הדמות המרכזית בסדרה פרשת השבוע (רני בלייר וענת אסולין, HOT3, 2006-2009) סובלת מסיוטים ומהזיות בעקבות מלחמת לבנון הראשונה. גיבורי הסדרה אופוריה (רון לשם ודפנה לויץ, HOT3, 2012) לוקים רובם בטראומה בעקבות רצח אחד מחברייהם, ונראה שהסדרה חטופים (גירי רף וליאת בנאסולי, ערוץ 2,

2010-2013), שנוצרה כאשר גלעד שליט עדיין היה בשבי, ניזונה מן הטרומה הישראלית הקולקטיבית (מונק, 2011).¹⁰

תופעה נוספת העולה בדרמה של טלוויזיה ג (ובשלהי טלוויזיה ב) קשורה להופעתן של סדרות רבות העוסקות בדתיים ובחרדים, אשר נעשו בידי יוצרים ויוצרות דתיים או דתיים לשעבר, דוגמת מעורב ירושלמי (ג'קי לוי ונסים לוי, ערוץ 2 וערוץ 10, 2004-2010) מרחק נגיעה (רונית וייס ברקוביץ', ערוץ 2, 2008), סרוגים (חנה דיבון ולייזי שפירא, Yes, 2008-2012), אורים ותומים (שוקי בן נעים ואוהד חן, Yes, 2011) ושטיסל (אורי אלון ויהונתן אינדורסקי, Yes, 2013-). לתופעה זו יש כמה הסברים; שניים מהם רלוונטיים לדיון כאן. הראשון מקשר אותה לאפיון הפוסט-טראומתי של הטלוויזיה. מירי טלמון סבורה כי אחת הסיבות לפריחה של ייצוגי הדתיים הוא הניסיון של החברה הדתית להתמודד עם רצח רבין ועם הסדקים החברתיים הכואבים שהוא גרם בין החברה הדתית לחברה החילונית (Talmon, 2013, p. 66). במילים אחרות, אף על פי שהאירוע הטרומטי עצמו לא מופיע בטקסטים אלה, הם תוצר של הניסיון "לתקן" אותה.

הסיבה השנייה נעוצה בהתפוררות הדימוי של היהודי החדש, אשר היה אנטי-תזה ליהודי הגלותי והדתי. במובנים אלה, ועל אף האבסורד שבדבר, ההצלחה של סדרות אלה גם בקרב קהל חילוני, נבעה בין היתר מההטמעה של תפיסות פוסט-ציוניות בשיח הזהות הישראלי שהתרחשה לאורך כל שנות התשעים, ובעיקר בעשור הראשון של המאה העשרים ואחת (רם, 2006, עמ' 173). אמנם הפוסט-ציונות נתפסת לרוב כעמדה המציעה "ניתוח ביקורתי של תופעות שונות בתרבות שבהן מתבטאת האידיאולוגיה הציונית" (אופיר, 2001, עמ' 259), והיא אף מתקרבת לעתים לתפיסות אנטי-ציוניות, אולם היא מציעה עוד מהלך: פירוק של היהודי החדש, או כפי שכותבת מרשה פרידמן: "טוב היה לו התחלנו, ונדמה לי שהתחלנו, לוותר על דמות היהודי החדש הזה ולגדל דור של צעירים בטוחים יותר, המוכנים להכיר ביסוד הנשי שבקרבם. טוב היה לנו, הנשים, וטוב גם למדינה בכללותה. ואם אלה פניה האפשריים של התקופה הפוסט-ציונית, שתבוא" (פרידמן, 1998, עמ' 33).

מכאן ש"הטלוויזיה שאחרי" היא במובנים רבים הטלוויזיה שאחרי הציונות או טלוויזיה שהושפעה מעמדות פוסט-ציוניות, המאפיינות מגזר קטן אך דומיננטי בתרבות הישראלית. אך כמובן הפוסט-ציונות לא עוסקת רק בפירוק הגבריות הישראלית. אחד המהלכים המרכזיים של הפוסט-ציונים היה לשלול מהישראלים-יהודים את עמדת הקורבן ואף לעמת אותם עם חלקם בהפיכת אחרים לקורבנות (אופיר, 2001, עמ' 267). וכך סדרות רבות הציגו גיבורים המייצגים את הגבריות ההגמונית, אשר מתגלים כמקרבנים של אחרים, ולעתים אף כרוצחים. כך הטייס דיין ירושלמי (ליאור אשכנזי) מהסדרה בטיפול הורג 15 פלסטינים חפים מפשע,

הפלמ"חניקים הקשישים בנבלות (יהורם גאון ויוסי פולק) מתחילים לרצוח את צעירי תל אביב, שאול נאווי (מנשה נוי), גיבור פרשת השבוע, מגלה שהוא אחראי ישירות להקמת ההתנחלות "מעלה שאול", שאותה הוא מכנה "התנחלות של נאצים", ואחד הגיבורים בסדרה כוונות טובות (עדי ציבלין ודודי ברמן, ערוץ 2, 2008) נראה מכה פלסטיני באכזריות וללא הצדקה בעת שירותו בשטחים. חדירת העמדות הפוסט-ציוניות לחברה הישראלית בכלל ולטלוויזיה בפרט באה לידי ביטוי גם בחדירתו של המונח "נכבה" לשיח הישראלי. לאחר שנים שבהן ריקון הכפריים הפלסטיניים ב-1948, או "הנכבה" בלשונם של הפלסטינים, נשכח ונמחק מהזיכרון הקולקטיבי, או לחלופין מתואר כתוצר ישיר של התנהגות הפלסטינים ומדינות ערב, הוא התחיל לחלחל לשיח המרכזי (אזולאי, 2009, עמ' 3) ולטלוויזיה. כך, בעונה השלישית של הסדרה פרשת השבוע, מטייל אחד הגיבורים הערבים בישראל עם "מפות הנכבה" ומנסה לשחזר את העבר הפלסטיני שלפני הגירוש. דוגמה נוספת מוצגת בפרק בשם "זיכרון" בסדרה עבודה ערבית (סייד קשוע, ערוץ 2, 2007). מאיה (פאטימה יחיא), בתו של גיבור הסדרה, אמג'ד (נורמן עיסא), הלומדת בבית ספר יהודי, מבקשת לשיר את "שיר הרעות" בטקס יום הזיכרון. הרעיון מזעזע את הוריו של אמג'ד, ואמו מחליטה ללמד את נכדתה על הנכבה, כאשר היא מראה לה אלבום תמונות מלפני 1948. בסצנת הסיום של הפרק נראית מאיה שרה את "שיר הרעות", אולם העריכה משלבת בסצנה תמונות מתוך אלבום התמונות של סבתה, ובזמן שהיא שרה "נזכור את כולם", אנו רואים פלסטינים טרם גירושם מכפרם. כך, באופן מודע ומשחקי, מטשטשת הסדרה בין הזיכרונות ובין הקורבנות.

ברי שאי-אפשר להתעלם בהקשר זה ממונח מרכזי שהתחילית "פוסט" הפכה להיות כמעט הקיצור המתבקש שלו, והוא כמונח המונח "פוסט-מודרניזם". "הטלוויזיה שאחרי" היא ללא ספק גם הטלוויזיה שאחרי המודרניזם, או לפחות מאופיינת בתכונות רבות אשר משויכות לפוסט-מודרניזם. כך, לדוגמה, עולות בטלוויזיה הישראלית סדרות רבות המציעות "משפחות אלטרנטיביות", או מה שפוגל-ביז'אוי מכנה משפחות פוסט-מודרניות (פוגל-ביז'אוי, 1999), ובהן הסדרות אמא'לה (מולי שגב ותמר מרום, ערוץ 2, 2005-2008), המתארת אם חד הורית, ואמא ואבאז (אבנר ברנהיימר וטמירה ירדני, HOT3, 2012-), המתארת משפחה המורכבת משני אבות הומואים ומאם. עם זאת כדאי לזכור, שגם במדיום פוסט-מודרני מובהק כמו הטלוויזיה יכולים להופיע טקסטים בעלי עמדות מודרניסטיות ואף רַאקציונרית (אופיר, 1997, עמ' 149).

לסיכום, למרות התלונות על תרבות הטלוויזיה בישראל, ולמרות התחושה שסוגת תכניות המציאות הפכה להיות חזות הכול, הדרמה בטלוויזיה הישראלית ממשיכה להתקיים, ואף מתפתחת ונעשית מורכבת ומעניינת. נראה שדווקא

תרבות הטלוויזיה החדשה או "הטלוויזיה שאחרי", המאפשרת לצופות לבחור מתי, איפה וכמה פעמים לצפות בתכניות טלוויזיה, מובילה לא מעט יוצרים ויוצרות, כמו גם מפיקים ומפיקות, לקחת סיכונים ולייצר תכנים המציעים, בניסוחו של רוגל אלפר, "זעם מזוקק על החברה הישראלית" (אתם שם בבית, רוגל אלפר ועמי אמיר, ערוץ 8, 2012, פרק 4). אולם חשוב לזכור כי אותו זעם לא תלוי רק ברצונם ובכישוריהם של היוצרים והיוצרות, אלא גם בשינויים המהותיים שעברה הטלוויזיה הישראלית – מבחינה מוסדית, מבחינה טכנולוגית ומבחינת אופני הצפייה.

הערות

- 1 לאורך המאמר יצינו הצופות והצופים "צופות"; הכוונה היא לנשים ולגברים כאחד.
- 2 זאת למרות הבעייתיות האינהרנטית בדרך זו של כתיבה. ראו: Comer, 2003, p. 277
- 3 לעומת הקולנוע, שם הבמאית/נתפסת/כאחראית/המרכזית/על היצירה, ה"אוטר", בטלוויזיה מוצאים בשיח כותבים ומפיקים כ"אוטרים" (Pearson, 2005). במאמר זה נבחרו מי שהוגדרו כיוצרים של התכנית (ואם יש יותר משניים, אז השניים הראשונים), או לחלופין, אם אין הגדרה של יוצר, זהו הבמאית/על היצירה.
- 4 הריון בדרמה הישראלית שהופקה ושוודרה בתקופה הראשונה של הטלוויזיה הישראלית הוא בעייתי מאוד. לא רק כיוון שהמחקר על הדרמה הישראלית בטלוויזיה חסר, וכאשר מדובר בדרמה של הערוץ הראשון בשנות השבעים הוא כמעט נעדר, אלא מפני שגם הנגישות ליצירות שנעשו בטלוויזיה הישראלית בראשיתה מוגבלת מאוד. אולם אחת הטענות החוזרות נוגעת לאיכותן הירודה של הדרמות בתחילת הדרך, אשר חלקן כונו בלעג "דרמות הברז המטפטף" (שוורץ ורותם, 1986, עמ' 10) וחלקן, על פי צוקרמן, אופיינו בעיקר כ"ניסיונות לצלם הצגות תיאטרון ולשרר אותן", מה שהוא מכנה "אנטי טלוויזיה" (מצוטט אצל איזיקוביץ, 2011). נוסף על כך, נראה שכדי להפוך את הדרמה הטלוויזיונית לאמנות נשענו רוב רובן של הדרמות על יצירות ספרות ותיאטרון.
- 5 המעמד הסוגתי של שיח לוחמים מורכב. במובנים רבים מדובר בטקסט היברידי הנע בין הדוקומנטרי לדרמטי. היברידיות זו נובעת מכך שלמרות העובדה שהמנולוגים המוצגים בטקסט מגולמים בידי שחקנים שהודרכו בידי במאית תיאטרון, מדובר בשחזור של אותן עדויות שמסרו חיילים ישראלים בחוברת שיח לוחמים בלי לייצר קו עלילה ביניהם. תופעה דומה התרחשה בקולנוע הישראלי כ-45 שנה מאוחר יותר, כאשר שלומי אלקבץ ביים סרט בשם עדות (2012), אשר מציג שחקנים ישראליים הקוראים עדויות של פלסטינים – סרט שהוגדר אף הוא כ"יצירה המשוטטת על הגבול הדק [...] המפריד בין קולנוע עלילתי לדוקומנטרי" (אנדרמן 2012).

- 6 נקודת מבט קצת שונה מספק רוגל אלפר. הוא אמנם אינו יוצא נגד הנרטיב שהניהול של לפיד הוביל לדחיקת הנושאים הקונטרוברסליים, אבל מציג גם כיצד מינויו של לפיד היה תגובת נגד לאלטיזם שאפיין את הטלוויזיה הישראלית (אתם שם בבית, רוגל אלפר ועמי אמיר, ערוץ 8, 2012, פרק 1).
- 7 הנתונים על הדרמות של הערוץ הראשון נאספו בעזרתה של אורנה לביא פלינט, במחקר משותף של שנינו.
- 8 בו בזמן כהן גם מטילה ספק באותה רב-תרבותיות ומראה במאמרה, דרך הסדרה זינזאנה (חיים בוזגלו ומיכה שרפשטיין, ערוץ 2, 2000-2005), שמדובר רק במראית עין של רב-תרבותיות.
- 9 אין בדברים אלה כדי לטעון כי הצפייה ה"ישנה" בטלוויזיה, הצפייה הלינארית שלוח השידורים מכתוב לצופה את זמני הצפייה שלה, נעלמה מתרבות הצפייה בארץ, וכפי שמוסיף עידו קינן, "מספר הצופים המסיבי הוא עדיין, באופן מסורתי, בשידור הליניארי" (קינן 2010).
- 10 עם זאת, אין להבין את הופעת הטראומה בטקסטים טלוויזיוניים רק כתופעה פוסט-טראומתית, ואף לא כייצוג או כשיקוף פשוט של מהלכים בחברה הישראלית המתקיימים א-פריורי להופעתם בטלוויזיה. הופעתה של הטראומה בטלוויזיה הישראלית לוקחת חלק מרכזי בהבנייתה של הטראומה בחברה הישראלית, ומבחינה זו איננה רק "אחרי הטראומה" אלא גם התנאי לקיומה.

רשימת המקורות

- אבלין-רווה, ר' (2011). משיח לוחמים ועד קין: האתוס ההירואי בטלוויזיה העלילתית הממלכתית. כנס פיקציה: מבטים על טלוויזיה עלילתית ישראלית, אוניברסיטת תל אביב.
- אופיר ע' (2001). עבודת ההווה: מסות על תרבות ישראלית בעת הזאת. תל אביב: הקיבוץ המאוחד.
- אופיר, ע' (1997). פוסטמודרניזם: עמדה פילוסופית. בתוך: א' גור זאב (עורך), חינוך בעידן הפוסטמודרניסטי (עמ' 135-163). ירושלים: מאגנס.
- אוריין, ד' (2004). דרמה טלוויזיונית. תל אביב: מופת.
- אזולאי, א' (2009). אלימות מכוננת 1947-1950: גנאלוגיה חזותית של משטר והפיכת אסון ל"אסון מנקודת מבטם". תל אביב: רסלינג.
- איזיקוביץ, ג' (2011), יעקב שבתאי היה יכול להשפיע גם על אופיה של הטלוויזיה הישראלית, הארץ, 12.8.2011. נדלה ביום 30.8.2013 מתוך <http://www.haaretz.co.il/gallery/1.1372654>

דרמה בשלושה חלקים (ופרולוג): היסטוריוגרפיה של הדרמה הישראלית בטלוויזיה 49

איכנולד, ד' (עורך) (2005). הבית של כולנו. תל אביב: ידיעות אחרונות וספרי חמד.
אלוני, נ' (2004). הרייטינג הפך את התרבות: עשר שנים לערוץ 2. כיוונים חדשים,
10, 47-42.

אלמוג, ע' (2004). פרידה משרוליק: שינוי ערכים באליטה הישראלית. חיפה:
אוניברסיטת חיפה.

אלתוסר, ל' (2003). על האידיאולוגיה (תרגום: א' אזולאי). תל אביב: רסלינג.
אנדרמן, נ' (2012). העד: ראיון עם במאי "עדות" שלומי אלקבץ, הארץ, 5.1.2012.
נדלה ביום 30.8.2013 מתוך <http://www.haaretz.co.il/gallery/cinema/1.1609479>
בן צבי, י' (2006). מרכז ופריפריה בקולנוע הישראלי של שנות התשעים. אלפיים, 30,
256-248.

גיל, צ' (1986). בית היהלומים: סיפור הטלוויזיה הישראלית. תל אביב: ספריית
הפועלים.

גן, א' (2008). חשופים בצריח ושיח לוחמים כצירי זהות מתפצלים. ישראל, 13,
296-267.

גרץ, נ' וחרמוני ג' (2013). בין לבנון לחרבת חזעה עובר שביל של בוץ: על טראומה,
אתיקה ותקומה בקולנוע ובספרות הישראליים. מכאן, 13, 163-145.

וימן, ג' (1999). מדורת ההבלים: על "תרבות הטלוויזיה" בישראל. קשר, 25, 104-98.
וינקלר, ד' (2006). עושים טלוויזיה ישראלית: דיונים לקראת כינון טלוויזיה בישראל,
1968-1948. קשר, 34, 141-130.

חוק רשות השידור, התשכ"ה-1965.

חוק הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו, התש"ן-1990.

חרל"פ, א' (2011). זו לא טלוויזיה, זה בטיפול: דיון בשיח האיכות של "בטיפול".
מסגרות מדיה, 6, 30-1.

טוקטלי, א' (2000). מדיניות תקשורת בישראל. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
טלמון, מ' וליבס, ת' (2000). אומרים ישנה ארץ: מקום וזהות בסדרות הטלוויזיה
פלורנטיין, ובתים ניו-יורק, קשר, 27, 48-41.

יורן, נ' (2001). ערוץ 2: הממלכתיות החדשה. רסלינג: תל אביב.

כהן, א' (2001). בין "נאחזנו לבין כולם": ייצוג לכאורה של חברה רבת-תרבותית
בתקשורת: הדוגמא של זינאנה. קשר, 30, 50-42.

כספי, ד' ולימור י' (1992). המתווכים: אמצעי התקשורת בישראל 1948-1990. תל
אביב: עם עובד.

כ"ץ, א' והאז ה' (1995). עשרים שנות טלוויזיה בישראל: האם יש להם השפעות ארוכות
טווח. זמנים, 52, 91-80.

כץ, י' (1999). תרבות מקומית וריבוי ערוצים: היילכו שניהם יחדיו. קשר, 26, 15-3.

לבנון, י'. (1979). לפיד המהפך. קולנוע: עיתון ישראלי לקולנוע וטלוויזיה, 4, 3-2.

- ליבס, ת' (1999). מבנה השידור כמבנה החברה: מעיצוב תרבות למלחמת תרבות. קשר, 25, 88-97.
- מונק, י' (2011). גלגולי זיכרון: חטופים כמשל. כנס פיקציה: מבטים על טלוויזיה עלילית ישראלית, אוניברסיטת תל אביב.
- מונק, י' (2012). גולים בגבולם: הקולנוע הישראלי במפנה האלף. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.
- משה, מ' (2006). רגולוציה תקשורתית בישראל: הבניית מיתוס המדינתי הפרגמטי. סוגיות חברתיות בישראל, 1, 208-229.
- פוגל-ביזאווי, ס' (1999). משפחות בישראל בין משפחתיות לפוסט מודרניות. בתוך: דפנה יזרעאלי ואחרות (עורכות), מין, מיגדר ופוליטיקה (עמ' 107-166). תל אביב: קו אדום, הקיבוץ המאוחד.
- פרידמן, מ' (1998). מחשבות על פוסט-ציונות. נגה, 33, 19.
- צוקרמן, א' (2004). שקיעתו של ערוץ-1: אנטומיה של בגידה. ארץ אחרת, 21, 28-31.
- צוקרמן, א' (1999). טלוויזיה גלובלית. תל אביב: האוניברסיטה המשודרת.
- צימרמן, מ' (2003). חזר במצלמה: עיונים בקולנוע ישראל. תל אביב: רסלינג.
- קופפר, ר' (2007). הדרמה הרגה את כוכב הטלנובלה, הארץ, 14.11.2007. נדלה ביום 25.2.2009 מתוך <http://www.haaretz.co.il/gallery/1.1454198>
- קינן, ע' (2010). כבר היום לא משתלם לייצר סדרות דרמה", העין השביעית, 27.1.2010. נדלה ביום 1.9.2011 מתוך http://www.the7eye.org.il/articles/pages/270110_linear_television_is_here_to_stay.aspx#p4
- רוזנטל, ר' (2009). מסעודה משרדות. בתוך: הנ"ל, מילון הצירופים: ניבים ומטבעות לשון בעברית החדשה: גלגולים, מקורות, שימושים (עמ' 573). ירושלים: כתר.
- רוניגר, ל' (1999). האינדיבידואליזם בקרב הציבור היהודי בישראל של שנות התשעים. בתוך: בשארה, ע' (עורך), בין האני לאנחנו: הבניית זהויות וזהות ישראלית (עמ' 109-127). ירושלים ותל אביב: מכון ון ליר והקיבוץ המאוחד.
- רב, א' (2006). הזמן של הפוסט: לאומיות ופוליטיקה של הירע בישראל. תל אביב: רסלינג.
- שוורץ, א' ורותם א' (1986). השרדות, סרטים, 2, 10-16.
- שכטר, ע' (2012). האם סיימה מדינת ישראל את תהליך המעבר ממדינה משרדת למדינה מאסדרת? מסגרות מדיה, 8, יא-כו.
- שפירא, א' (2002). חרבת חזעה: זיכרון ושכחה. סדן, 5, 45-97.

- Cohen, A. & Cohen L. (1989). Big eyes but clumsy fingers: Knowing about and using technological features of home VCRs (pp. 135-147). In Levy, M. R. (Ed.) *The VCR age: Home video and mass communication*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Corner, J. (2003). Finding data, reading patterns, telling stories: Issues in the historiography of television. *Media, Culture & Society*, 5, 273—280.
- Creeber, G. (Ed.) (2004). *Serial television: Big drama on the small screen*. London: BFI.
- Edgerton, G. (2007). *The Columbia history of American television*. New York: Columbia University Press.
- Edgerton, G. & Rose B. (Eds.) (2005). *Thinking outside the box: A contemporary television genre reader*. Lexington: University Press of Kentucky.
- Ellis, J. (2000). *Seeing things: Television in the age of uncertainty*. London and New York: I.B. Tauris.
- Fickers, A. (2013). Television. In Simonson, P., Peck, J., Craig R. T. & Jackson, J. P. (Eds.), *The handbook of communication history* (pp. 239-256). New York: Routledge.
- Hilmes, M. (2003). *Only connect: A cultural history of broadcasting in the United States*. Stamford: Wadsworth.
- Hilmes, M. (Ed.) (2011). *The television history book*. London: BFI.
- Jacobs, J. (2006). Television and history: Investigating the past. In Creeber, G. (Ed.). *Tele-Vision: An introduction to studying television* (pp. 107-115). London: BFI.
- Katz, E. (2009). The end of television? *The ANNALS of the American academy of political and social science*, 625, 6-18.
- Leverette, M., Ott, B.L. & Buckley, C.L. (Eds.) (2008). *It's not TV: Watching HBO in the post-television era*. New York and London: Routledge.
- Mittell, J. (2004). *Genre and television: From cop shows to cartoons in American culture*. New York and London: Routledge.
- Oren, T. G. (2004) *Demon in the box: Jews, Arabs, politics and culture in the Making of Israeli television*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Pearson, R. (2005) The writer/producer in American television. In Hammond, M. and Mazdon, L. (Eds.). *The contemporary television series* (pp. 11-26). Edinburgh: Edinburgh University Press.

- Paterson, R. (1998). Drama and entertainment. In S. Anthony (Ed.). *Television: An international history* (pp. 57-68). Oxford: Oxford University Press. 2nd ed.
- Rogers, M., Epstein, M. C. & Reeves, J. (2002). The Sopranos as HBO brand equity: The art of commerce in the age of digital representation. In D. Lavery (Ed.), *This thing of ours: Investigating the Sopranos* (pp. 42-57). New York: Columbia University Press.
- Spigel, L. (2004). Introduction. In Spigel, L. and Olsson, J. (Eds.) *Television after TV* (pp. 3-34). Durham and London: Duke University Press.
- Talmon, M. (2013). A touch away from cultural others: Negotiating Israeli jewish identity on television. *Shofar: An Interdisciplinary Journal of Jewish Studies*, 31(2), 55-72.
- Turner, G. and Tay J. (Eds.) (2009). *Television studies after TV: Understanding television in the post-broadcast era*. London and New York: Routledge.
- Wheatley, H. (2007). Introduction: Re-viewing television histories. In idem (Ed.), *Reviewing television history*. London: IB Tauris, pp. 1-12.
- White, H. (1984). The question of narrative in contemporary historical theory. *History and Theory*, 23(1), 1-33.

מאמר מקורי

מחאה חברתית וסיקור תקשורת: מרוטשילד לכיכר זקוטי, וממחאת האוהלים ל- Occupy Wall Street 2011

אלונית ברנזון*

תקציר

המאמר הנוכחי מנתח את האופן שבו הוצגו בתקשורת המחאות החברתיות של קיץ 2011 בישראל ובארצות הברית. במוקד המחאות החברתיות עמדה המדיניות הפוליטית-חברתית-כלכלית. מחקר השוואתי זה מציג ניתוח של הסיקור התקשורתי בעיתונות הכתובה המובילה בישראל ובארצות הברית: ידיעות אחרונות וישראל היום בישראל והניו יורק טיימס ויו-אס-אי טודיי בארצות הברית. הסיקור העיתונאי מנותח בעזרת תאוריית המסגור התלת-ממדית של ריס ולואיס (Reese, 2010; Reese & Lewis, 2009). ממצאי המחקר מצביעים על סיקור שונה מזה שהיינו עדים לו בספרות המחקרית בעשור האחרון שעסקה במחאות גלובליות נגד המדיניות הכלכלית-חברתית של המוסדות הכלכליים הבין-לאומיים. ברוב המקרים סיקור המחאה היה שלילי והדגיש את אלימות המפגינים. בניגוד לכך נמצא במחקר זה כי כאשר מדובר במחאה מקומית, העיתונות מצדדת במחאה ונותנת במה לסדר היום של המפגינים. בהפגנות קיץ 2011 בלטו המכנה המשותף והתמיכה במטרות המחאה ובמפגינים הן בישראל הן בארצות הברית, על אף השוני בתפיסה החברתית-כלכלית בין המדינות. האם דפוס המחאה משנה את

* ד"ר אלונית ברנזון (alonit@bezeqint.net) היא מרצה לתקשורת ומדע המדינה במכללה האקדמית צפת, סגנית ראש חוג בתכנית הלימודים הרב-תחומיים במכללה. מחקר זה הוצג בכנסים אקדמיים בתחום של מחאה ותקשורת בשיקגו ובלונדון במהלך 2013.

דפוס הסיקור? נראה שלעיתונאים קל יותר להזדהות עם מחאות מקומיות כשסדר היום ברור לכולם. המושג "צדק חברתי", שהפך לסממת המחאה בשתי המדינות, יצר מכנה משותף רחב לכל האזרחים, ובכלל זה העיתונאים.

מבוא

בשנים האחרונות נראו הפגנות מסיביות בכמה מדינות ברחבי העולם. בין מטרותיהן של מרבית ההפגנות של השנתיים הקודמות שנערכו ברחבי עולם היו ממשלות ומדיניותן החברתית. בשלהי 2010 ובתחילת 2011 יזמו קבוצות חברתיות ויחידים הפגנות מאופקות ברחובות ובכיכרות של מדינות אירופיות רבות, ובהן, ספרד, פורטוגל ויוון, כמו גם בישראל. בסתיו 2011 התקמו כמה פעילים בארצות הברית, כצעד מחאה, בפארק זוקוטי (Zuccotti Park) באזור וול סטריט שבניו יורק. כמה שבועות מאוחר יותר התפשטה ההפגנה, שכונתה Occupy Wall Street, מפארק זוקוטי לערים נוספות ברחבי ארצות הברית ולמדינות נוספות, כמו בריטניה וספרד. מפגינים ממדינות שונות השתמשו בדימויים ובפרקטיקות של דמוקרטיה מתנגדת, נאבקת ומערערת על השיטה הפוליטית הדומיננטית, נגד ממשלות נבחרות. ההד הציבורי ניכר בעיקר במדיה הוותיקה – העיתונות המשודרת והאלקטרונית. בספרות המחקרית (ברנזון, 2010; Berenson, 2013; Leung, 2009; McLeod & Hertog, 1992; Murray et al., 2008; Rauch et al., 2007; Reese, 2001) נמצא כי התקשורת הבליטה את אלימות המפגינים במחאות החברתיות הגלובליות ואת הדה־לגיטימציה של סדר היום שלהם. וולדובסקי ועמיתיו (2012) עושים שימוש בביטוי "פרדיגמת מחאה", כלומר דפוס סיקור ממסגר שהוא לרוב שלילי. האם הסיקור של ההפגנות החברתיות הלוקליות של 2011 התאפיין בפרדיגמה דומה לזו או שמא המגמה התהפכה, ומדוע? במחקר זה השווייתי בין סיקור המחאה הישראלית לזו האמריקנית ולמחאות מקומיות במדינות שונות ובמרחב זמן זהה כדי לבחון אם דפוס המחאה – העובדה שהיא מקומית – משנה את דפוס הסיקור. לכן נבחרו מדינות בעלות תפיסה חברתית־כלכלית שונה בניסיון לחזק את הטענה שדפוס ההפגנה ולא המקום הוא ששינה את מסגור הסיקור.

צדק עולמי – מחאה חברתית גלובלית

הספרות המחקרית שעוסקת בקבוצות חברתיות גלובליות פרוחה בעשור האחרון וחשפה רשתות של תנועות חברתיות שהתארגנו למחאות משותפות של מפגינים

מכל העולם נגד ארגונים בין-לאומיים דוגמת ארגון הסחר העולמי (World Trade Organization), הבנק העולמי (the World Bank), קרן המטבע הבין-לאומית (IMF – International Monetary Foundation) ו־G8 (Della Porta & Tarrow, 2005; Karides, Smith & Beckers, 2008; Kriesi, Della Porta & Rucht, 2009; Tarrow, 2005). עיקרן של הפגנות אלה היה דרישה לקביעת סדר חברתי-כלכלי חדש בתפיסה הקפיטליסטית שלוחת הרסן שנדרשת לה מדיניות של חלוקה מחדש של הנטל. המפגינים סברו כי השחקנים הבולטים בהתהוות הקפיטליזם הגלובלי הם הארגונים הבין-לאומיים והדרך שבה הם פועלים, המשרתת ברוב המקרים את האינטרסים של הארצות המתועשות המתקדמות ושל בעלי עניין באותן ארצות, ולא את האינטרסים של העולם המתפתח (Friedman, 2002; Scholte, 2005). בהיבט כלכלי שכזה, קבוצות אינטרסים מבקשות להגן על שווקים מקומיים, על פועלים שאיבדו את מקומות העבודה שלהם כשהחליט תאגיד בין-לאומי להעתיק את מפעליו למקום אחר ועל אזורים שמקומות העבודה בהם הולכים ומתמעטים (קנדי, 1993; Noel & Therein, 2008; Moghadam, 2009). המחאה הגלובלית בסוגיות כלכליות-חברתיות התאפשרה על בסיס של סולידריות אזרחית עולמית שלא הייתה קיימת עד אז; עם זאת, הקשר של סולידריות כזו חלש מזה של הסולידריות האזרחית שמתפתחת במדינות הלאום מבית. דאגה לאינטרסים של מדינת הלאום לא יכולה להיעשות במתכונת של התארגנות גלובלית, והיה צורך להביא בחשבון את העצמאות, את הרצון ואת הייחוד של המדינות הריבוניות. הנמענים הראשונים של "פרויקט" כזה אינם ממשלות, אלא תנועות חברתיות וארגונים לא-ממשלתיים, קרי החברים הפעילים של חברה אזרחית חוצת גבולות לאומיים. כלומר, בעקבות הפיכת השווקים לגלובליים נוצר צורך בסמכויות פוליטיות מקומיות שיתנו מענה לזיקות המורכבות בין אופיים של משטרים פוליטיים מקומיים לבין סולידריות אזרחית עולמית חדשה (הברמאס, 2001, עמ' 36; Juris, 2008; Commack, 2003; McDonald, 2006; Scholte, 2005). זאת מכיוון שסביבה פוליטית (דמוקרטית או לא) משנה את התלות של קבוצה חברתית ביכולת שלה לפעול ואף משפיעה על אופיה. נוסף על כך, במסגרת יחסי הגומלין שמתרחשים בפעילות של הקבוצה החברתית, כמו למשל אלה שבין מפגינים ובין המשטרה, מתרחש שינוי כתוצאה מחדשנות מתמדת של משא ומתן, ומאבק. משתתפים בקבוצות חברתיות, לא רק פעילים, אלא גם רשויות השלטון וגורמי תביעה אחרים מתקשרים, משאילים ומאמצים רעיונות, רטוריקה ודרכי פעולה האחד של השני (Tilly & Wood, 2013). גלי ההפגנות הגלובליות שהחלו בסוף שנות התשעים השיגו נראות ברחבי העולם בזכות ההפגנה נגד פסגת ארגון הסחר העולמי בסוף נובמבר 1999, בסיאטל. ההפגנות נגד מפגשי הפסגה שנערכו בשנים שלאחר מכן התארגנו

באמצעות רשתות של פעילים ממדינות שונות בעולם שתיאמו את פעולותיהם ברשת האינטרנט (Juris, 2008). בתחילת שנות האלפיים, פורומים חברתיים עולמיים ברשת האינטרנט, כמו הפורום החברתי העולמי (The World Social Forum) והפורום החברתי האירופי (The European Social Forum), התבררו ככתובות חשובות הנותנות מענה לפעילים מכל רחבי העולם שרוצים לחלוק ביקורת על הגלובליזציה התאגידית (Della Porta, 2007).

מחקרים שעסקו בשאלת גיוס (mobilization) פעילים חברתיים התמקדו ברווחים הצפויים לחברי הקבוצה שיתגייסו לשורותיה, תוך דגש על השגת מקורות ותועלות חומריים, כמו למשל קבוצות מיעוט שדרשו הקצאת משאבים והטבות כלכליות (Tilly, 1984, 1993-1994, 2003). מאוחר יותר, חקר קבוצות חברתיות התמקד בזהות הקולקטיבית כמרכיב בולט בסיבת השייכות לקבוצה החברתית, לאמונותיה ולתפיסת עולמה, אשר ביסודו של דבר, לפי דלה פורטה ודיאני (Della Porta & Diani, 2006), עוזרת לבנות את אמונו של הציבור ומשמשת נדבך חיוני לקבלת חברים שיירתמו לפעילות סולידרית לטובת נושאים שהזמן בעניינם דוחק. עיצוב זהות קולקטיבית הוא תהליך תרבותי המתבטא בשפה ובסמלים. מקורות התקשורת הם תנאי הכרחי להצלחת תהליך זה. הזהות הקולקטיבית עוצבה בסיקור התקשורת של הקבוצות החברתיות, ומכיוון שהשפה והסמלים הם חלק מהתרבות של ציבור הקוראים, היא חיברה את ציבור הקוראים לסדר היום של הקבוצה החברתית. מלוצ'י (Melucci, 1989, 1995), שעסק בפוליטיקה של זהות, טען שזהות איננה מוגבלת להכרת חברי הקבוצה בזהותם העצמית, אלא תלויה גם בהכרת אחרים בה בזהות הייחודית שלהם ובקבלת לגיטימציה מהחברה הכללית. זהות קולקטיבית היא "הגדרה משותפת המיוצרת בידי יחידים בעלי זיקה משותפת המשתפים פעולה במרחב של הזדמנויות ובמגבלות התלויות במקום שבו הן פועלות" (Melucci, 1989, p. 34, התרגום שלי). בתהליך זה מוגדרת הזהות של קהילה. "ההגדרה המשותפת של קבוצה שואבת מהאינטרסים המשותפים, מהחוויות ומהסולידריות של חבריה" (Taylor & Whittier, 1992, p. 105, התרגום שלי). תהליך הגדרת הזהות הביא ל"זיהוים של שחקנים חברתיים על ידי עצמם ועל ידי אחרים כחלק מקבוצה רחבה יותר שבה, על בסיס של שיתוף כזה, הם נותנים משמעות לחווייתם" (Della Porta & Diani, 1999, p. 85, התרגום שלי).

צדק חברתי – מחאה לוקלית במרחב הגלובלי

בשנים 2011-2012 היינו עדים לגל של מחאות מקבילות שבהן נטלו חלק קבוצות מחאה לוקליות במרחב הגלובלי דהיינו, ההפגנות היו מקומיות ונערכו

בר־זמנית במדינות שונות ברחבי העולם. כזו הייתה מחאת קיץ 2011 שקראה לצדק חברתי. למחאה היו השלכות על השיח הציבורי אשר התבטאו בתקשורת הכתובה והאלקטרונית. בעקבות המחאה החברתית נוספו משמעויות חדשות למושג "צדק חברתי", שהקרינו על התחום הפוליטי-כלכלי-חברתי במדינה. הטענה המרכזית של המחאה החברתית בישראל כוונה לתהליך שבו הקפיטליזם בעשורים האחרונים נוגס במדיניות הסוציאליסטית שעל עקרונותיה נבנתה המדינה. לעומת זאת, בארצות הברית, שחרטה על דגלה ליברליזם אידאולוגי, ושהתרבות הפוליטית-חברתית-כלכלית של אזרחיה מושתתת על מדיניות של קפיטליזם ושוק חופשי, מחאת Occupy Wall Street הייתה מפתיעה. נדמה היה שהמחאות שהתקיימו ברחבי העולם ויצרו הר תקשורתי עז העירו את אזרחיה של ארצות הברית לביקורת על השיטה החברתית-כלכלית שלה. במקביל הופיעו העיתונאים שוב ובגדול כמעצבי סדר היום הציבורי.

המחאה בארצות הברית סימנה ניצני התנגדות לשיטה הקפיטליסטית והפכה למוקד של הזדהות ציבורית ותקשורתית באמצעות דיווחי העיתונאים המובילים. גם בישראל הפכה המחאה למכנה משותף מעמדי והשכלתי ולנרטיב המוביל ובעל ההשפעה בשיח הציבורי. נרטיב זה שלט בסיקור החדשותי ותפס מקום מרכזי בעמודי החדשות של העיתונאים.

הסיקור התקשורתי כמבנה מציאות

עיתונאים מציגים פרשנות על נושאים ואירועים בצורה של סיפור חדשותי. הם אינם יכולים לספר סיפורים באופן יעיל בלי לחשוב מראש על רעיונות ועל מושגים באופן שבו יאורגנו מרכיבי הסיפור ואילו משמעויות להקנות למרכיבי הסיפור. קליין (2010) סבורה כי החדשות הם בעצם סיפורת או נרטיבים, וכי הכתיבה העיתונאית דומה לכתיבה היסטורית או ספרותית, שכן העיתונאים כותבים על המציאות. למעשה מדובר בכתיבה שבה הרטוריקה של הטקסט משמשת כלי להסוואת האידאולוגיה של הכותב (Brook, 1991).

פוקו (2005) טען שהשיח העיתונאי, בדומה לסוגי שיח אחרים, דוגמת שיח המדע ושיח הפוליטיקה, איננו רק מדיום שמנסח את המאבקים או את מערכות השליטה, אלא גם אובייקט שעליו ובאמצעותו נאבקים: זהו הכוח שבעיצוב הנרטיב שעליו מבקשים להשתלט העיתונאים. לכן אפשר להתייחס לטקסט העיתונאי כאל זירה של מאבק ולזהות בה היררכיה של סוגי שיח המושפעים מאידאולוגיות שונות ומתחרים ביניהם על קבלת משמעות (קליין, 2010; 1995; Fairclough).

למרות העובדה שבשיח המקצועי משתמשים העיתונאים במילים "דיווח חדשותי" ו"סיפור", קיים בתרבות סירוב להכיר כי גם עיתונאים העוסקים בפן החדשותי עוסקים בעצם בסיפור סיפורים (רועה, 1994). סירוב זה, לדעת בירד (Bird, 1996), נובע מנטייה להתייחס לחדשות כאל עובדות שאפשר לאמתן. אולם החדשות הן הבניה תרבותית, נרטיב המספר סיפור על אודות אירועים חדשים וחשובים. לדעתו של אורינג (Oring, 1990) אשליה היא לחשוב שחדשות משקפות מציאות. הוא טוען כי למעשה כל הבחירות ביצירת הטקסט התקשורתי נקבעות על ידי העורכים והכותבים. כמו כן, הסיקור העיתונאי אינו משוחרר מתוכן רגשי ומערכים (Frye, 1966, בתוך קליין, 2010). הכתיבה העיתונאית היא יצירתית, פרי הבנייה המציאות מנקודת מבטו של העיתונאי (קליין, 2010), או במילים אחרות, מסגור הלכה למעשה.

מסגור הסיקור

עיקרון חיוני בחקר הסיקור העיתונאי הוא למזער את ההתמקדות בנושא המדווח ולמקד את הדיון באופן שבו הנושא מוצג. כמו במחקרי מסגור אחרים, גם במחקר זה עולות השאלות: היכן מרחב הקיום של המסגור? האם בטקסט החדשותי, בתרבות או במערכת הקוגניטיבית של הנמען? כיצד חוקר יכול לבסס באופן משכנע מסגור בדיווח התקשורתי? מה צריך לבחון או לנתח במידע החדשותי? אנטמן (Entman, 1993, p. 52) מציע להסתכל על מסגור תוכן מתוך מודעות לכך שיש בכוחו של זה להפוך אירועים לחדשות שישפכו אור על המתרחש בתוך ההקשר הסביבתי. בולדווין ון גורפ (Van Gorp, 2010) דן בסוגיה חשובה מאוד: הסובייקטיביות בניתוחי מסגור. הוא מנסה למזג תובנות מניתוח נרטיבים עם הגישה הפונקציונליסטית (המבנית) למסגור כפי שנוסחה בידי גמסון ומודליאני (Gamson & Modigliani, 1989). הגישה הפונקציונליסטית עוסקת בתהליך שבו יחיד או קבוצות יוצרים באופן פעיל מציאות חברתית ממידע המופק בידי מוסדות חברתיים שונים (Neuman, Just & Crigler, 1992; Wicks, 2005). מן הספרות המחקרית עולה כי מסגור משפיע על דעותיהם של נמעני התקשורת (D'Angelo, 2002; Entman, 2003; Hertog & McLeod, 2001; Leung, 2009; McLeod & Hertog, 1992; Reese, 2001, 2007, 2010; Scheufele, 1999). דרך המסגור, שאינו אלא תהליך של הבנייה מציאות, משפיעים עיתונאים על איך הנמענים יחשבו על הסוגיות המדווחות, כלומר על עיצוב המערך התפיסתי של הקוראים על אירועים ואנשים (Entman, 2007, p. 4). בדרך זו מייצר המסגור נרטיב של אירועים "לחשוב על זה בדרך זו" (Kim, Scheufele)

McQuail, 1994; Reese, 2010; ראו גם: Shanahan, 2002, p. 7, התרגום שלי; זה נעשה לעתים על ידי שימוש בצירופי מילים, בקונוטציות ובמטפורות המוכרים לקהל הנמענים (Entman, 2003, 2007). מסגור הוא "עיקרון חברתי מאורגן ומשותף הנמשך לאורך זמן ופועל באופן סימבולי להבנות את העולם החברתי" (Reese & Lewis, 2009, p. 777, התרגום שלי). לפיכך, לקבוצות המשתתפות בשיח יש סיכויים רבים יותר להשפיע על תודעתם ועל פעולותיהם של בני קבוצות אחרות, שכן בעקיפין קבוצות חזקות אלה, המשפיעות על ידע ועל דעות של אחרים, מפקחות בעקיפין גם על פעולותיהם (Van Dijk, 2001; קליין, 2010).

כלי המסגור שנבחר לניתוח סיקור המחאות החברתיות בארצות הברית ובישראל, מתבסס על תאוריית המסגור התלת־ממדית של ריס ולואיס (Reese, 2010; Lewis, 2009). תאוריה זו היא שיטה איכותנית המאפשרת את בחינת המסגור החדשותי על בסיס שלושה ממדים: דיווח־המחשה־הפנמה. באופן שיטתי ומכוון ניתוח התוכן התקשורתי התרבותי והאופן שבו המסגרות מאוכסנות במשמעות החברתית נותנים לנושאים המדווחים תמיכה וחיוק.

מסגור תלת־ממדי: דיווח-המחשה-הפנמה

סיקור ההפגנות החברתיות בישראל ובארצות הברית כלל תיאורי סולידריות ותמיכה. ניתוח הסיקור מראה באופן ברור כיצד הבניית הסיקור הוטמעה בעיתונות ובאה לביטוי בטקסטים החדשותיים. כבר בניתוח האיכותני הראשוני של הסיקור העיתונאי עלתה תבנית ברורה של מעבר בין שלושת הממדים של ריס ולואיס: דיווח (transmission), המחשה (reification) והפנמה (naturalization) (שם; שם). הנרטיב נבנה בעת הדיווח, לאחר מכן הומחש כתימוכין לזה שנבנה בעת הדיווח, ובשלב ההפנמה היה הנרטיב מובן מאליו.

דיווח. ריס ולואיס סבורים כי סיקור הוא המבנה הבסיסי ביותר של דיווח. החדשות מדווחות בפשטות תוך בחירה בנרטיב נבחר ושימוש במילים המצוטטות בשם אומרים (מפגינים, אנשי מקצוע, פרשנים, ממשלה). זהו החלק הקשה ביותר, מאחר שבשלב זה העיתונאים בוחרים את הביטויים שחדשות המדיה יישענו עליהם כדי לשלוט בשיח ברמה הבסיסית. בדיווח עיתונאי חדש הסיקור כולל בדרך כלל תיאור עובדתי של המציאות מהאירוע המסוקר, כמו למשל תיאור ההפגנה וסדר היום שלה.

המחשה. ההמחשה הופכת את סדר היום של המחאה לעובדה מוחשית מקובלת בדמותה של הפגנה חברתית. בשלב ההמחשה הטקסט כתוב בשפה שנכללה כבר

במסגרת הדיווח וההנחה היא שהנרטיב עובר מהלכה למעשה. פעולה זו הופכת לשגרתית ובשלב זה אין בה ביקורת על הנרטיב הנבנה. כלומר, הדיווח מוצג כמונחים ובביטויים שכבר נבנו בשלב בניית הנרטיב הראשוני, והמחשתו נעשית באמצעות הפעולות הנגזרות ממנה. ריס ולואיס מצאו שדיווחים על דעת הקהל תרמו לתהליך ההמחשה (Reese & Lewis, 2009). החברה דרשה מענה מוחשי לפתרון סוגיית הצדק החברתי ואת התשובה סיפקה התקשורת במסגרת של תוכנה מקובלת בדמותה של המחאה החברתית.

הפנמה. הפנמה היא פעולה של הטמעת המידע בזיכרון לטווח ארוך, המורכב מהזיכרון התודעתי והרגשי, וקישורו לנתונים מופנמים נוספים. פעולת ההפנמה יכולה להיות מודעת או להיעשות באופן לא-מודע. זוהי פעולה שהעיתונות מייצרת באופן מלאכותי. ריס ולואיס מצאו שמשמעותה של הפנמה היא להפוך את הנרטיב הנבחר למציאות החדשה. ההפנמה היא שלב שבו הנרטיב שנבנה בשלב הדיווח של הסיקור העיתונאי כבר ברור ואם ההמחשה הפכה את המאבק לעובדת חיים, אז ההפנמה הפכה אותו להצהרה קיומית ולנרטיב של מאבק לצדק חברתי כולל. המפגינים הגו את הסממאות, אך נשאלת השאלה: כיצד נבנה המסגור בדיווח של העיתונות, ובאיזו מידה הוא נחשב מוכן מאליו?

מסגור תקשורתי של מחאה

הסיפורים העיתונאיים מסייעים לעצב את השקפת העולם הרווחת ואת הערכים העמוקים ביותר: הם מגדירים מה נחשב טוב או רע, חיובי או שלילי, מוסרי או מושחת. הם מעצבים דעות פוליטיות והתנהגות חברתית ומספקים אמונות, אידאולוגיות ועמדות שמהם מעצבים אנשים את זהותם (קליין, 2010). הסיקור החדשותי נוטה לסרטט את המפגינים באור שלילי, להגזים בתיאור התנהגותם הלכאורה חריגה ובלגיטימציה לבטא את סדר היום שלהם, תוך התעלמות ממטרותיהם לטובת רושם שטחי של המחאה. המחקר על אופן סיקור תנועות מחאה חברתיות בתקשורת מראה כי לא רק שהן אינן מקבלות לרוב כמעט במה להצגת סדר יומן אלא שלרוב הן מוצגות בבאופן שלילי למדי (וולדובסקי ועמיתיו, 2012). זהו מאפיין של סיקור תנועות המחאה בידי עיתונאים (ברנזון, 2010; Berenson, 2013; McLeod & Hertog, 1992; Leung, 2009; Rauch et al., 2007; Reese, 2001). אמצעי התקשורת נוטים להשמיע בעיקר את הגרסות של המוסדות, של המשטרה והממשלה. מסגור כזה תורם לעיצוב דעת קהל שלילית על המחאה ומטרותיה (Detenber et al., 2007). מאפיינים כאלה מייצגים בעיקר בזרם המרכזי של החדשות האמריקניות, שנוטות לדחוק לשולי החדשות תנועות הקוראות

לשינוי חברתי (Ashley & Olson, 1998; Gitlin, 1980; Hertog, 1992; Kim, 2000; McLeod & Rauch et al., 2007). זווית נוספת שנפוצה בסיקור מחאה בעשורים האחרונים בארצות הברית ראתה במחאה "מטרד ציבורי". נקודת מבט זו התייחסה בעיקר לפגיעתה של המחאה בסדר היום של האדם הפשוט ובמרקם החיים העירוני (Di Cicco, 2010).

בשנים 2011-2012 היינו עדים לשינוי המרחב הציבורי של המחאה – מגלובלי ללוקלי. גלי המחאה הפכו את דפוס הסיקור לאוהד, מצדד ותומך. בישראל, כתב וימן, התקשורת הוותיקה, שהיא עדיין מדורת שבט וקובעת סדר יום ציבורי, גילתה עניין רב במחאה, לפחות בראשיתה. היא זיהתה סיפור על תנועה אותנטית וסגונית, התלכדות של חוגים חברתיים שונים ומצוקות אמתיות (וימן, 2012; ראו גם הבר, הלר והרמן, 2011) שקבעו את מושבם במרכז המגורים האריסטוקרטי של המטרופולין הישראלי, שדרות רוטשילד שבתל אביב. וימן (2012) ציין שהתקשורת סיקרה את המחאה בהבלטה ובאדהה ובכך העצימה אותה. היא דיווחה בשידורים ישירים ממחנות האוהלים, כאשר אנשי תקשורת מתערים בתוך קהל המוחים ובערים שונות, ואף נתנה ביטוי נדיב וידידותי מאוד לנוטלים חלק במחאה. מרבית הדיווחים התאפיינו בגילוי אהדה למחאה וליוזמיה ובתמיכה בה, ואף בהגברת התהודה למסרים נגד מדיניות הממשלה (בהרחבה ראו לב־און ומן, 2012). דפוס דומה של סיקור הפגנות Occupy Wall Street ברחבי ארצות הברית נמצא גם בעיתונות האמריקנית (Schechter, 2012, pp. 114-115). השאלה היא: האם אפשר להצביע על דפוס סיקור כשמדובר במחאה חברתית מקומית? והאם דפוס סיקור זה יהיה זהה במדינות עם תפיסה חברתית-כלכלית שונה?

מערך המחקר

שיטת המחקר הייתה איכותנית, דהיינו ניתוח השיח הביקורתי בטקסט העיתונאי. בניגוד לניתוח שיח כמותי, ניתוח שיח ביקורתי הוא פרשני ומנסה להסביר מבני שיח ולא רק לתאר אותם. הוא מתמקד בבחינת המבנה והסדר של הטענות או של הנרטיבים ובתהודה התרבותית של דימויים מסוימים (Parker, 1992). שיטה זו מתאימה לניתוח תופעות ושינויים חברתיים-תרבותיים כפי שהם באים לידי ביטוי בטקסט העיתונאי, וחושפת את חלקם של העיתונאים ביצירתן של הבניות חברתיות ותרבותיות. בכך היא "מאפשרת גם להצביע על האופן, שבו תופשים סוגים שונים של עיתונים את תפקידם החברתי" (קליין, 2010, עמ' 230). "ייחודה של השיטה טמון בגישה רבת-ההיבטים, המשלבת מגוון שיטות

ניתוח, החושפות את המשמעויות הגלויות והסמויות של הטקסט העיתונאי, ומאפשרות להתחקות אחר מימדיהם האידיאולוגיים והפוליטיים של נרטיבים תרבותיים" (Van Dijk, 1990, מצוטט אצל קליין, 2010, עמ' 230). שיטתם האיכותנית של ריס ולואיס מאפשרת לבחון את המסגור החדשוני תוך ניתוח התוכן התקשורתי והאופן שבו המסגור עיצב את משמעותו החברתית של נרטיב המחאה (Reese, 2010).

העיתוננים שנבחנו במחקר הם ידיעות אחרונות (189 פרטי עיתוננים) וישראל היום (97 פרטי עיתוננים), סך הכול 286 פרטי עיתוננים (N=286), בעלי התפוצה הרחבה ביותר של העיתונות הכתובה בישראל. איתור פרטי העיתוננים נערך תוך שימוש במגוון מילות חיפוש, כמו "מחאה", "מחאת האוהלים" ו"צדק חברתי" שהוזכרו בכתורות או בטקסט הראשי מתאריך 14 ביולי 2011, תחילת מחאת האוהלים ברוטשילד, ועד סוף חודש ספטמבר, "הפגנת המיליון". העיתוננים האמריקניים שנבחנו, בעיקר משיקולי תפוצה, כמו גם מפני היותם מובילי דעת קהל לדידו של ריס (Reese, 2010, p. 29) הם הניו יורק טיימס (*The New York Times*)¹ (N=28) ו-יו.אס.איי.טודיי (*USA Today*) (N=30).

השיח הכולל היה רלוונטי, ולכן לא נעשו, בהמלצתו של ריס (Reese, 2010, p. 29), הבחנות בין עורכים, כותבים או בין מאמרי החדשות למוספי העיתון. המחקר הוא השוואתי, בשני המקרים הרקע להפגנות משותף, ודרכי המחאה וההתנהלות התקשורתית דומות. התאוריה התלת-ממדית של דיווח-המחשה-הפנמה של ריס ולואיס (Reese & Lewis, 2009; Reese, 2010) מלווה את המכנה המשותף לאורכו של הדיון.

ממצאים וניתוח השיח העיתונאי

בעיתונות הישראלית

דיווח

הסיקור העיתונאי כולל בדרך כלל תיאור של העובדות באירוע המסוקר, כמו למשל תיאור ההפגנה וסדר היום שלה. בשלב זה העיתונאים בוחרים את הביטויים שירכיבו את הנרטיב הנבחר שחדשות המדיה יישענו עליהם בהמשך: "ההפגנות אמש היו מהגדולות שבתולדות המדינה. הפגנות המוניות היו פה על ארץ ישראל, על שלום או על מחדלים במלחמה. מי היה מאמין ש-150 אלף ישראלים יטרחו לצאת לרחוב למען תיקונים חברתיים" (ידיעות אחרונות, 31.7.2011, עמ' 2).² בידיעה זו צוין מספר המפגינים, אם כי מאוחר יותר הסתבר כי יש קושי לאמוד את מספרם. האדרת מספר המפגינים הוסיפה חשיבות לסדר היום של המחאה.

כמו כן, הקביעה כי זו ההפגנה הגדולה ביותר בתולדות המדינה לא נתמכה על ידי השוואה לסדרי הגודל של הפגנות קודמות. גם הביטוי "מי היה מאמין" העצים את תחושת השליחות של אותם אנשים שבאו להפגנה, ולא "סתם" הפגנה "רגילה" אלא למען תיקונים חברתיים. תיקון חברתי הוא ביטוי שיוצר שייכות לכלל האוכלוסייה, כלומר להם ולנו כחברה.

המחשה

ההמחשה הופכת את רעיון המאבק לשלב מעשי מקובל. הטקסט נושא עמו כבר את השפה שנכללה במסגרת הדיווח ואת ההנחה שמתקיים מעבר מהלכה למעשה. כלומר, הדיווח מוצג במונחים ובביטויים שנבנו בשלב שבו נבנה הנרטיב, ומומחש באמצעות הפעולות הנגזרות ממנו, קרי ההפגנות. "הזעקה צריכה להיות מדויקת וממוקדת בסימון נקודות כאב – גידול ילדים במשפחה עובדת, ניצול עובדי קבלן, יוקר המחיה, חלוקה בלתי צודקת של נטל המיסים, מצוקת הדיור" (ידיעות אחרונות, 9.8.2011, עמ' 20); "כמו רבים אחרים הבנתי שהמחאה הזאת אינה על הורדה של חצי אחוז במיסים העקיפים ואפילו לא על בנייה של אלף יחידות דיור. המחאה הזאת היא ביטוי לאי־הנחת מסדרי העדיפויות של מדינת ישראל" (שם, עמ' 20-21).

אם בשלב הדיווח צוין שמטרת ההפגנה היא תיקונים חברתיים, אזי שלב ההמחשה מפרט מהן "נקודות הכאב" שצריכות תיקון בשל המדיניות הכלכלית הקפיטליסטית של האליטה הפוליטית. במסגור העיתונאי נראה שהעיתונאים מסייעים לעצב השקפת עולם וערכים: הם מגדירים מה נחשב טוב או רע, חיובי או שלילי, מוסרי או מושחת. הם מעצבים דעות פוליטיות והתנהגות חברתית ומספקים אמונות, אידאולוגיות ועמדות שמהם מעצבים אנשים את זהותם (קליין, 2010).

הפנמה

ההפנמה היא השלב שבו תפיסת העולם שדווחה והומחשה במסגור החדשותי הופנמה. זהו שלב ברור יותר של הנרטיב. אם ההמחשה הפכה את מסגרת המאבק לעובדת חיים ברורה, ההפנמה הפכה אותו להצהרה קיומית, המעלה את המאבק החברתי לנרטיב רחב יותר של מאבק לצדק חברתי כולל. "יש לכם מחאה חסרת תקדים, שנהנית מתמיכה של 80% מהציבור [...] המצב הקיים רע לכולנו" (ידיעות אחרונות, 4.8.2011, עמ' 24). "העם לא דורש העלאה של 5% במשכורת; הוא דורש חברה צודקת; העם דורש צדק חברתי" (שם, 9.8.2011, עמ' 20-21). "אף אחד לא ייקח מהמחאה הזאת את האותנטיות שלה. ציבור ענק של בני מעמד

הביניים, שנפשו נקעה מהעול שמוטל עליו, יצא להיאבק על האפשרות לחיות בארץ הזאת, לגור בה ולהתפרנס בכבוד" (שם, 22.7.2011, עמ' 2). בדפוס סיקור זה אפשר לראות שהמסגרת שנבנתה והומחשה מופנמת ומתקבלת כתפיסת העולם העכשווית. במקרה שנבחן זה התבטא בכך שהעיתונאים, בתמיכתם בהפגנה, קבעו שזו דעת הרוב, שמונים אחוז, ללא הצגת סקרי תמיכה או תימוכין אחרים באומדן זה. זאת ועוד, בקביעה של הרווח החברתי שנגרם כתוצאה מהמחאה החברתית (Tilly, 1993-1994, 2003), העיתונאים טענו שהמחאה פונה לשכל הישר, שכן כל אחד ואחת מאתנו דורש חברה צודקת וצדק חברתי, ומכאן הגיוני שהחברה יצאה למאבק על האפשרות לחיות בארץ, לגור ולהתפרנס בה בכבוד. "כולנו יודעים מה זה אומר" כאשר אומרים מחאה חברתית. הסוגיה מובנית ונתפסת בציבור כמוכנת מאליה. שלב זה נבנה רק לאחר שהמחאה זכתה לתמיכה התקשורתית שדווחה ובנתה את הנרטיב, הומחשה הלכה למעשה והופנמה בכיטויים של תמיכה שלוו בהד ציבורי.

בעיתונות האמריקנית

דיווח

"העיקרון המאחד של התנועה אינו מבוסס על תאוריה פוליטית או כלכלית, אלא על תמה מוסרית... השלטים אומרים זאת הכי טוב. עקרון הליבה של התנועה, מ'רובין הוד צדק' ל'היי אתם המיליארדרים: שלמו את חלקכם בהגינות', הוא פנייה להגינות הבסיסית ואמונה שהמשתכרים את השכר הגבוה ביותר שבינינו צריכים לעזור לאלה הנאבקים כדי להשיג את הצרכים הבסיסיים של החיים" (USA Today, 14.11.2011, p. 7A)³. בדומה לסיקור בישראל, הדיווח קורא לתיקונים חברתיים ברטוריקה דומה, המתארת את עקרון הליבה של המחאה העוסק בצדק הבסיסי למתן צורכי יסוד תחת מטריית הצדק החברתי.

המחשה

"אמריקנים רבים מדי חיים מתחת לקו העוני, ולרבים מדי שהם מובטלים או שעומדים לאבד את ביתם, החלום האמריקני הוא סיוט" (USA Today, 11.10.2011, p. 7A). "נראות רבה יותר במחאות Occupy הביאה למודעות רבה יותר לנושאים החשובים להם: אבטלה גבוהה, יתרונות פוחתים... ואבטלה בקרב בני 18-24 [ו] יוצאי צבא ביותר מעשרים אחוז לעומת שיעור האבטלה הארצי של כתשעה אחוזים, על פי משרד העבודה" (USA Today, 2.11.2011, p. 3A)⁴. מהם אותם תיקונים חברתיים ומילוי הצרכים הבסיסיים שלשם מפגינים? העיתונאים ממחישים לקורא בהירות את מה שדיווחו בשלב הראשון ומציגים

לו את התשובה: עזרה למובטלים, לאנשים שאיבדו את בתיהם, לכל מי שהחלום האמריקני הפך לסייט עבורם.

הפנמה

ברור שאנחנו מצויים ברגע בפוליטיקה האמריקנית שבו החרדה והתסכול רותחים. מה שאנחנו צריכים אלה מנהיגים בממשל שמתנהגים ומדברים בצורה אחראית. ב־17 בספטמבר 1920 ראו האמריקנים את זוועות מלחמת מעמדות. בואו לא נידרדר שוב בכיוון הזה (USA Today, 9.10.2011, p. 11A). "הבעיות של המפגינים הן רק המחשה של הדרכים שבהן הכלכלה לא עובדת עבור רוב אמריקנים. הם צודקים לחלוטין כשהם אומרים שהמגזר הפיננסי [...] עולה למיליוני אמריקנים במקומות העבודה שלהם, בהכנסות, בחסכוניות ובהון העצמי הפרטי שלהם [...] כאשר המפגינים אומרים שהם מייצגים 99 אחוז מהאמריקנים, הם מתכוונים לריכוז ההכנסות בחברה הלא שוויונית של היום" (The New York Times, 2.10.2011, p. 10)⁵.

בעיתונות האמריקנית, כמו בזו הישראלית, פנה הסיקור אל השכל הישר והציג את מטרת המחאה כמובנות מאליהן. סיבות המחאה היו ברורות לאור הקשיים הכלכליים שהחברה האמריקנית, על כל מגזריה, חוותה בחיי היום-יום. גם כאן אפשר לראות שהמסגרת שנבנתה והומחשה הופנמה והפכה למציאות מובנת מאליה. העיתונאים ציינו שעל הממשל האמריקני להאזין לדרישות של 99 אחוז מן הציבור האמריקני. גם בארצות הברית טענו העיתונאים שהמחאה פונה לשכל ישר, שכן כל אדם שואף לצדק חברתי ודורש אותו. טבעי שהחברה יוצאת למאבק בשיטה הכלכלית שלדידם לא עובדת ויוצרת חברה לא שוויונית בפן הכלכלי והתעסוקתי. התחושה ש"כולנו יודעים מה זה אומר" כאשר מציינים את ה-99 אחוז היא שהריכוזיות הכלכלית, הנשלטת בידי אחוז אחד מהחברה האמריקנית, דורשת התערבות ממשלתית אחראית.

ריס ולואיס (Reese & Lewis, 2009) כתבו שהסיקור העיתונאי שעסק במלחמה בטרור כמדיניות הממשל האמריקני שלאחר נפילת מגדלי התאומים בספטמבר 2001 לא כלל כמעט נרטיבים מתחרים, ובכלל זה ביקורת על הנרטיב הדומיננטי. בישראל בולטת לעין העובדה כי מלכתחילה לא נמתחה ביקורת על ההפגנות ואם הייתה כזו, היא נהדפה בידי העיתונאים. לדוגמה, הביקורת של הזמרת מרגלית צנעני (מרגול) על מפגינים "צפונבונים אשכנזים והמפונקים שיש להם בית בשררות רוטשילד", כתב יהודה נוריאל ש"אחרי העליהום והסערה הבלתי נמנעת וההכרה כי המאבק המשותף גם ובעיקר לאנשים שנראים כמותה, וההכאה הפומבית על חטא – גם מרגול הצטרפה לבסוף אל תנועת המחאה או בלשונה 'האמ-אמא של המחאה'" (ידיעות אחרונות, 14.8.2011, עמ' 14, ההדגשה שלי).

התקשורת לא אפשרה קיומו של נרטיב מתחרה. במקרה זה התקיים תהליך חד צדדי, ללא נרטיב מתחרה, בחדשות התקשורת ובעקבותיו בקרב הציבור. בארצות הברית הגדיל לעשות הניו יורק טיימס וכתב נגד מבקרי ההפגנות שטענו כי למפגינים חסרים מסר ברור, עמדות ומדיניות ברורה, "הצועדים חסרי מסר ברור ותאור מדיניות ברורה" (*The New York Times*, 9.10.2011, p. 10), שהמחאה עצמה היא המסר. אי-השוויון בהכנסות שוחק את מעמד הביניים, מגדיל את מספר העניים ומאיים ליצור מעמד תחתון של אנשים בעלי יכולת ורצון אך מובטלים. "בשלב זה, מחאה היא המסר: אי שוויון בהכנסות נשחק כשהמעמד בינוני מגדיל את שורותיהם של העניים, ומאיים ליצור מעמד קבע נמוך יותר של אנשים עם יכולות, המוכנים [לעבוד] אך מובטלים" (*The New York Times*, 9.10.2011, p. 10). מצטייר כאן תהליך של דיווח תוך המחשה והפנמה כאשר כל אחד משלושת חלקי התהליך נוכח במסגור החדשותי במקביל, כפי שריס ולואיס מצאו. בשלב הדיווח בחרו העיתונאים באסטרטגיה הראשונית של בניית הנרטיב המצדד והתנומך כל זמן המחאה. במקביל, העיתונאים שהיו "שבויים" במסגרת הנרטיבית הרחיבו את המסגור החדשותי באמצעות שתי האסטרטגיות האחרות, המחשה והפנמה, לעתים במקביל, בבחינת אמצעי שדרכו מעוצבת תמונת העולם. תוצאה זאת שונה ממצאי המחקר של ריס ולואיס (Reese & Lewis, 2009), שמצאו שכל אחד מכלי הבחינה מופיע בסדר סיקור עוקב.

דיון

עיצוב הנרטיב בשיח התקשורתי הקנה תמיכה ואהדה רצויה להפגנות ולסדר היום שלהן. לכן, בהיקפן ובהשפעתן על השיח החברתי והתקשורתי, ההפגנות החברתיות בישראל ובארצות הברית הן המסגרות החשובות ביותר שהוטמעו בזיכרון של השנים האחרונות בשתי המדינות. לא רק השליטה בשיח והבנייתו אלא העלייה בהשתתפות האזרחים מהפגנה להפגנה, נתנו משנה תוקף למסגור הפגנות המחאה. ואכן, לא בכדי ראינו במחאת הצדק החברתי בישראל וב-Occupy Wall Street בארצות הברית יחידים ומגוון קבוצות חברתית ומעמדיות שהמכנה המשותף ביניהם אינו מובן מאליו. התמיכה התקשורתית הבלתי מסויגת והדיפת המקטרגים מנפה את היכולת לגייס אזרחים תוך פנייה למכנה משותף רחב ביותר. הדמיון בדפוס הסיקור בישראל ובארצות הברית משקף את המכנה המשותף שבין שתי המחאות ובין המפגינים.

בדומה למחקרם רחב היריעה של הבר, הלר והרמן (2011), גם אני מצאתי שמסגור סמאות המחאה יצר אקלים חברתי שאפשר הפגנות חברתיות שגרפו

תמיכה רחבה. סוגיית המחאה החברתית ממשיכה להיות חלק מהשיח הציבורי, כמו גם חלק מהשיח הפוליטי. סממנות המחאה מוסגרו, תוך שימוש בלקסיקון התרבותי המקומי, בזיכרון ההיסטורי ובעולם הערכים של כל אחת מהמדינות. נראה שהעיתונאים אינם ממסגרים מידע כדי לייצר חדשות אלא מעצבים את החדשות בכך שהם מוסיפים את פרשנותם לתהליך הדיווח החדשותי (D'Angelo, 2010; Gamson & Modigliani, 1989; Kuypers, 2006).

יכולתה של התקשורת לעצב את תודעת הקוראים ולעודד את הציבור להשתתפות פעילה ולאהדת המחאה ומסריה, מעניקה להיבט התקשורת של המחאה חשיבות רבה. דפוס הסיקור של העיתונות היומית הכתובה תמך וצידד במפגינים, והעביר מסר לקורא שכל המצטרף למחאה יתקבל כשותף לקבלת אחריות לחיים החברתיים. גם אם הוטל ספק בנכונותה של המחאה ובלגיטימציה שלה, הוא נהדף מיד למען הסר ספק בסדר היום המוצדק למען החברה בישראל כמו גם בארצות הברית. תמיכה זו התבטאה בעיצוב הזהות המשותפת של המפגינים, קוראי העיתונים והעיתונאים כאחד. לפי מלוצ'י (Melucci, 1989, 1995) הביטוי לכך הוא לא רק בהכרת הזהות העצמית של המפגינים, אלא בהכרה של האחרים בזהות הייחודית שלהם ובקבלת לגיטימציה מהחברה הסובבת זהות זו. אם כך, מה עומד בבסיס השוני בסיקור המחאה המקומית מזה של המחאות הגלובליות? בעשור שלפני גל המחאות המקומיות שהציף את העולם בשנים 2010-2012, עסקה הספרות המחקרית במחאות העולמיות נגד הגלובליזציה הכלכלית אשר הופנו נגד הארגונים הבין-לאומיים. במחאות הגלובליות היה קהל המפגינים הטרוגני ומנה קבוצות מחאה עם סדר יום שונה, ממדינות שונות, בעלות תרבות פוליטית-חברתית שונה, שנראה לעיתונאים כערב רב מופשט וחסר זהות. לכן קל היה לתקוף אותם ולמתוח ביקורת שלילית על ההפגנות ומשתתפיהן. במחאה מקומית כל אדם, ובכלל זה העיתונאים, חש את תוצאות המדיניות החברתית-כלכלית, ולכן ההזדהות קלה יותר. קל יותר למקד את התמיכה הציבורית במחאה מקומית מאשר בקהל מפגינים בין-לאומי שאינו מוגדר על ידי עבר משותף או סמלים משותפים. ארצות הברית היא מדינה ליברלית שחרטה על דגלה מדיניות קפיטליסטית, ולמרות זאת הסיקור המצדד במחאה וההשוואה לאופן הסיקור הזהה בישראל, השונה בתפיסת עולמה, מאשש את ההשערה שעמדה בבסיס מחקר זה, שמחאות מקומיות מתקבלות אחרת ממחאות גלובליות. בספרות המחקרית (ברנזון, 2010; Bennett, 2004; Rauch et al., 2009) נמצא כי דפוס סיקור המחאות הגלובליות היה מוטה נגד המפגינים, משמע הפוך לחלוטין מסיקור המחאות הלוקליות.

התקשורת הכתובה צידדה במחאה באמצעות מסגור ועיצוב נרטיב נבחר שהתבטא בסדר יום תוך שימוש בסממני תרבות והיסטוריה משותפים המוכרים

לכל האזרחים. זאת בדומה לממצאי מחקרה של ליונג (Leung, 2009), שהצביעו על כך שסיקור המחאות המקומיות מוסגר וניכרה בו אהדה למפגינים ואף הצדקת אלימות, בהתאמה לתרבות המקומית. ובשונה מהמחאות החברתיות הגלובליות, שבהן הסיקור העיתונאי הדגיש את הפן השלילי שלהן, שם דגש על ההתנהגות האלימה מצד המפגינים ועל אימתן במה למסרים של ההפגנות, בעיקר כשהמחאה הופנתה נגד התפיסה הכלכלית-חברתית הקפיטליסטית ההגמונית (Bennett, 2004; Kim, 2000; Leung, 2009; McLeod & Hertog, 1992; Rauch et al., 2007).

תאוריית המסגור התלת-ממדית שהציעו ריס ולואיס סייעה להראות כי מבנה הסיקור משקף תבנית סיקור שהציגה בבירור כי כבר בשלב הראשוני של הדיווח עוצב הנרטיב כמסר של תמיכה במפגינים, במהות ההפגנה ובמטרותיה, שהלך והתחזק בשלבי המחשה וההפנמה (Reese & Lewis, 2009; Reese, 2010). סיקור בדפוס כזה ייצר קונסנזוס בקרב הציבור הרחב ללא הבדלי מעמד, השכלה, מגדר וגיל.

בשל עיצוב התודעה במישור הקוגניטיבי, וכדי להצדיק את סדר היום של המחאה ולהשלים עם הדרישה לשינוי, נתפסו המחאות המקומיות כדרך פעולה לגיטימית להעברת מסרים חברתיים ואף ליצירת זהות חברתית כתנאי לקבלת אהדה ציבורית ותקשורתית תוך פנייה למכנה המשותף הרחב ביותר. כך נוצרה זהות משותפת שהגדירה את השתייכותם לקבוצה בלתי מוגדרת שמעולם לא הייתה מתוחמת מעמד חברתי-השכלתי ואידאולוגי. לפי דלה פורטה ודיאני מצב כזה עוזר לבנות אמון ציבורי, וסוגיות מקומיות ברורות ומוכרות לכול מאפשרות לקדם נושאים חברתיים ומגוונים שדורשים סולידריות חברתית (Della Porta & Diani, 2006). למחאות הצדק החברתי ו-Occupy Wall Street לא היו הגדרות ברורות של סדר יום. ההפגנות היו המסר: השיטה לא עובדת ותפקידנו להפנות את הזרקור אל מקבלי ההחלטות. התמיכה התקשורתית הבלתי מסויגת ביטאה את טבעה של התקשורת לנגח את הממשל משיקולי רייטינג העטופים באצטלת "כלב השמירה של הדמוקרטיה", ובד בבד חשפה הזדהות כנה של העיתונאים עם המרי האזרחי הזועק לצדק חברתי.

נוסף על כך, העיתונאים הבינו את המטרות ואת המניעים של המחאה ובהתאם הופעל בעת הסיקור מנגנון של שיקול דעת. מכיוון שקבוצת המחאה הלוקלית לא הייתה מוכרת כרדיקלית, בניגוד לקבוצות המחאה הגלובליות, ולא ככזו שבשולי החברה, וגם אם התנהגותה הייתה קצת אלימה (בארצות הברית), היא נסלחה ואף נחשבה מוצדקת בשל המניעים החברתיים הרחבים. כשנושאי המחאה היו כלכליים אך נגעו בסוגיות גלובליות (קפיטליזם גלובלי, הסכמי סחר בין-לאומיים, איכות הסביבה ועוד), הם לא בהכרח נתפסו והוכנו בציבור, ואפשר שגם

לא לעיתונאים המסקרים. יתר על כן, הם לא היו מוחשיים דיים כדי ליצור קרקע רחבה להזדהות. במחאות המקומיות נראה היה שלעיתונאים קל יותר להזדהות עם המסרים הקוראים להיטיב עם אזרחי המדינה, מסרים שנשאו אופי והווייה פנים ארציים, תוך שימוש בעולם מושגים מוכר ואשר הפנו אצבע מאשימה כלפי הממשל המקומי, אותו ממשל שבו הם מתנגחים בסיקורי החדשות השגרתים שלהם, ושהוא לגבי דידם "משחק" ב"מגרש הביתי".

מאחר שנמצא כי שלושת ממדי המסגור – הדיווח, ההמחשה וההפנמה (Reese & Lewis, 2009; Reese, 2010) – נכחו באופן נרחב בסיקור של מרבית העיתונאים בישראל ובארצות הברית, אפשר לומר שההפנמה של תפיסת העולם שנוצרה בסיקור מחאה אחת הפכה להיות הדיווח של המחאה הבאה וחוזר חלילה, ואילו שלב ההמחשה, שהפך את מסגרת המאבק לעובדת חיים ברורה, התבטא באזכור המחאות שקדמו למחאה המסוקרת. המחאות המקומיות שיצרו סימביוזה בין המפגינים לבין התקשורת וקהל הנמענים שזרו מכנה משותף, ברמה הגלובלית, ל"אביב העמים" של תחילת המאה העשרים ואחת.

סיכום

התקשורת סיקרה בהבלטה ובאהדה את המחאות המקומיות בישראל ובארצות הברית, ונתנה במה רחבה, נדיבה ותומכת לנוטלים חלק במחאה. מרבית הדיווחים התאפיינו כאמור בגילויי תמיכה ואהדה למחאה וליזוומיה, ותרמו להגברת התהודה למסרים נגד מדיניות הממשלה (וימן, 2012; לב-און ומן, 2012). דפוס דומה של סיקור הפגנת Occupy Wall Street ברחבי ארצות הברית נמצא גם בעיתונות האמריקנית (Schechter, 2012, p. 114-115). מחקר זה, בניגוד למחקרים קודמים שעסקו במחאות בהקשר המקומי (הבר, הלר והרמן, 2011; לב-און ומן, 2012; Schechter, 2012), חצה את גבולות המקומיות הישראלית ובחן את סיקור מחאת הצדק החברתי בהשוואה להפגנת Occupy Wall Street בארצות הברית, כדי לבחון אם במחאה מקומית מתקיים נרטיב סיקור זהה.

סיקור ההפגנות החברתיות בישראל ובארצות הברית כלל תיאורי סולידריות ותמיכה שהראו באופן ברור כיצד הבניית הסיקור הוטמעה בעיתונות ובאה לביטוי בטקסטים החדשותיים. הסיקור העיתונאי מוסגר ועיצב את נרטיב המחאה במשמעותו החברתית והעצים את תחושת השליחות של מי שיצאו להפגנה למען תיקונים חברתיים. תחושת השליחות התבטאה כמאבק של כלל האוכלוסייה. במקביל לבניית הנרטיב בדיווח העיתונאי, הופיעה ההמחשה שהפכה את מסגרת המאבק לאקט מוחשי וההפנמה הפכה אותו להצהרה קיומית. אלה העלו

את המאבק החברתי לנרטיב רחב יותר של מאבק לצדק חברתי כולל. בדרך זו יצרו כלי המסגור נרטיב של אירועים (Kim, Scheufele & Shanahan, 2002; McQuail, 1994; Reese, 2010; Scheufele & Tewksbury, 2007; Tankard, 2001) כמעט ללא נרטיב מתחרה, ואם היה כזה, הוא נהדף בידי העיתונאים שיצאו להגן על הנרטיב הנבחר. מכך אנו למדים שהחדשות הן הבניה תרבותית, נרטיב המספר סיפור על אודות אירועים חדשים וחשובים, וכן שהסיקור העיתונאי אינו משוחרר מתוכן רגשי ומערכים (Frye, 1966, בתוך קליין, 2010). אפשר להתייחס לטקסט העיתונאי כאל זירה של מאבק, שאפשר לזהות בה היררכיה של סוגי שיח, המושפעים מאידאולוגיות שונות שהתחרו על קבלת משמעות (קליין, 2010; Fairclough, 1995). התנהלות זו מחזקת את טיעונו של אורינג (Oring, 1990) כי הטקסט התקשורתי נקבע בידי העורכים והכותבים, כפרי הבניית המציאות מנקודת מבטו של העיתונאי. העיתונאים עיצבו את השקפת העולם הרווחת ואת הערכים העמוקים ביותר כשהם מגדירים מה נחשב טוב או רע, חיובי או שלילי, מוסרי או מושחת. הם עיצבו דעות פוליטיות והתנהגות חברתית וסיפקו אמונות, אידאולוגיות ועמדות שעיצבו את זהותם של המשתתפים (קליין, 2010). ואכן, לא בכדי ראינו במחאת צדק חברתי בישראל וב־Occupy Wall Street בארצות הברית יחידים ומגוון קבוצות חברתיות ומעמדיות שהמכנה המשותף ביניהם רחוק מלהיות מובן מאליו. נמצא מכנה משותף בסיקור ההפגנות המקומיות בישראל ובארצות הברית, גם אם בסיס התפיסה הכלכלית-חברתית שונה. דפוס זה נראה כמגמה הפוכה לפרדיגמת המחאה (וולדובסקי ועמיתיו, 2012) שאפיינה את סיקור ההפגנות הגלובליות שבו התקשורת אימצה והבליטה תבניות מסגור נפוצות שהן לרוב שליליות. מסגור שכזה תורם לעיצוב דעת קהל שלילית ביחס למחאה ולמטרותיה (Detenber et al., 2007). נראה שבהפגנות המקומיות של 2010-2012 העיתונאים, שמכירים מקרוב את תוצאות המדיניות החברתית-כלכלית, יכלו להזדהות בקלות עם ההפגנה ועם מטרותיה. במחאה מקומית קל יותר למקד את התמיכה הציבורית מאשר במחאה בין-לאומית שבה המפגינים אינם מוגדרים על ידי עבר או סמלים משותפים. מכיוון שבתקופה מקבילה למחאות החברתיות בישראל ובארצות הברית שטף גל נרחב של מחאות מקומיות את העולם, יהיה זה מרחיב ומעמיק לנתח ולהשוות במחקרי המשך את סיקור המחאות החברתיות כדי לבדוק אם דפוס סיקור המחאות המקומיות זהה גם במדינות אירופה הדוברות שפות שונות, כמו גם את סיקור הפגנות 'האביב הערבי' במדינות ערב, השונות מהותית בתפיסת עולמן מן העולם המערבי.

הערות

- 1 קיים פער במספר המאמרים של העיתונים הישראליים לאלה האמריקניים כיוון שהעיתונות האמריקנית החלה את סיקור המחאה כשבוע לאחר שזו החלה. בהתייחס לביקורת שנמתחה על הניו יורק טיימס בעניין זה אמרה העורכת, קרולין ראיין, כי הניו יורק טיימס פרסם 160 כתבות, בכלל זה בלוגים, פוסטים ומאמרי דעה באתר הבית של העיתון, *NYTimes.com*. הצידוק לכך היה שרוב הסיקור כיום הוא מקוון (On line) בכפוף לטרנד העכשווי הרווח בעקבות ירידה בקריאת העיתונות המודפסת, ובמקרה של הניו יורק טיימס – ירידה של 19 אחוז במכירת גיליונות העיתון בעשור האחרון. הקושי באיתור מידע על ההפגנה נובע, לדעתה, מריבוי המידע ברשת (12 p. 23.10.2011 *The New York Times*).
- 2 ראו גם: ידיעות אחרונות, 7.8.2011, עמ' 6; ישראל היום, 4.8.2011, עמ' 37.
- 3 ראו גם: *USA Today*, 13.10.2011 p. 9A; *The New York Times*, 2.10.2011, p. 10; *USA Today*, 26.10.2011, p. 9A
- 4 ראו גם: *USA Today*, 14.11.2011 p. 7
- 5 ראו גם: *Ibid.*, 27.10.2011 p. 8

רשימת המקורות

- ברנזון, א' (2010). מחאה אנטי-גלובלית ותקשורת המונים: השוואה של פעילות פוליטית, סדר-יום ומסגור במדיה הישנה והחדשה 1999-2006. חיבור לשם קבלת התואר "דוקטור לפילוסופיה", אוניברסיטת בר-אילן, רמת גן.
- הבר, כ', הלר, א' והרמן, ת' (2011). סולידריות במחאת 2011: בין דימוי למציאות?. ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- הברמאס, י' (2001). הקונסטלציה הפוסט-לאומית (תרגום מגרמנית: י' גוטשלק). תל-אביב: הקיבוץ המאוחד.
- וולדובסקי, ע', וולטר, ד', לוי, ע' ולילה, א' (2012). "המחאה חזרה – רק אלפים באו?" סיקור המחאה החברתית בישראל. ירושלים: קשב, המרכז להגנת הדמוקרטיה בישראל.
- וימן, ג' (2012). המחאה החדשה והתקשורת הותיקה. הארץ, 28.6.2012.
- לב-און, א' ומן, ר' (2012). דו"ח שנת: התקשורת בישראל 2011, סדר יום, שימושים ומגמות. אריאל: המרכז האוניברסיטאי אריאל שבשומרון, המכון למחקרי מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה.
- פוקו, מ' (2005). סדר השיח (תרגום מצרפתית: נ' ברוך). תל-אביב: ככל.
- קליין, ע' (2010). ניתוח שיח ביקורתי של טקסט עיתונאי. בתוך: ל' קסן ומ' קרומר-נבו (עורכות), ניתוח נתונים במחקר איכותני. באר שבע: אוניברסיטת בן-גוריון.

קנדי, פ' (1993). אל המאה ה-21 (תרגום מאנגלית: ע' לוטם). ירושלים: כתר.
רועה, י' (1994). אחרת על התקשורת: שבע פתיחות לעיון בתקשורת ובעיתונות. אבן
יהודה: רכס.

- Ashley, L. & Olson, B. (1998). Constructing reality: Print media's framing of the women's movement 1996-1998. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75, 263-277.
- Bennett, W. L. (2004). Communicating global activism: Strengths and vulnerabilities of networked politics. In W. V. Donskoy, B. D. Loader, P. G. Nixon & D. Rucht (Eds.), *Cyberprotest: New media, citizens and social movement* (pp. 123-146). New York: Routledge.
- Berenson, A. (2013). The anti-globalization movement in the "eyes" of journalism: "Global justice" or "mind framing"? *Journalism and Mass Communication*, 19, 3(4), 240-253.
- Bird, E. (1996). CJ's revenge: Media, folklore and the cultural construction of AIDS. *Critical Studies and Mass Communication*, 13(1), 44-58.
- Brook, T. (1991). New historicism in postmodern age. In idem, *New historicism and other old fashioned topics* (pp. 24-35). New York: Princeton University Press.
- Commack, P. (2003). The governance of global capitalism: A new materialist perspective. In R. Wilkinson (Ed.) (2005). *The global governance reader* (pp. 156-173). New York: Routledge.
- D'Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication*, 52, 870-888.
- D'Angelo, P. & Kuypers, A. J. (2010). Doing news framing analysis. In: D'Angelo, P. & Kuypers, J. A. (Eds.). *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspective* (pp. 3-13). New York, NY: Routledge.
- Della Porta, D. (2007). *The global justice movement in cross-national and transnational perspective*. New York: Paradigm.
- Della Porta, D. & Diani, M. (1999). *Social movements: An introduction*. Malden, MA: Blackwell Publishers.
- Della Porta, D. & Diani, M. (2006). *Social movements: An introduction*. Malden, MA: Blackwell Publishers.

- Della Porta, D. & Tarrow, S. G. (2005). *Transnational protest and global activism: People, passion, and power*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Della Porta, D., Andretta, M., Mosca, L. & Ralter, H. (2006). *Globalization from below: Transnational activists and protest network*. Minneapolis, MN: University of Minneapolis Press.
- Detenber, B. H., Gotlieb, M. R., McLeod, D. M. & Malinkina, O. (2007). Frame intensity effects of television News stories about a high-visibility protest issue. *Mass Communication and Society*, 10(4), 439-460.
- Di Cicco, D. T. (2010). The public nuisance paradigm: Changes in mass media coverage of political protest since the 1960's. *J & MC Quarterly*, 87, 135-153.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M. (2003). Cascading activation: Contesting the White House's frame after 9/11. *Political Communication*, 20(4), 415-432.
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57, 163-173.
- Fairclough, N. M. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language (Language in social life series)*. London: Longman.
- Friedman, M. (2002). *Capitalism and freedom*. Chicago and London: The University of Chicago.
- Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Hertog, J. K. & McLeod, D. M. (2001). A multiperspectival approach to framing analysis: A field guide. In S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp.139-162). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Juris, J. S. (2008). *Networking future*. Durham, NY: Duke University Press.
- Karides, M., Smith, J. & Becker, M. (Eds.) (2008). *Global democracy and the world social forum*. Boulder, CO: Paradigm Publication.

- Kim, S. T. (2000). Making a difference: US press coverage of the Kwangju and Tiananmen pro-democracy movements. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(1), 22-36.
- Kim, S-H., Scheufele, D. A. & Shanahan, J. (2002). Think about it this way: Attribute agenda-setting function of the press and the public's evaluation of a local issue. *J&MC Quarterly*, 79(1), 7-25.
- Kriesi, H., Della Porta, D. & Rucht, D. (Eds.) (2009). *Social movements in a globalizing world*. Basingstoke, Hampshire; New York: Macmillan.
- Kuypers, A. J. (2006). *Bush's war: Media bias and justifications for war in a terrorist age*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Leung, L. (2009). Mediated violence as 'global news': Co-opted 'performance' in the framing of the WTO. *Media, Culture & Society*, 31(2), 251-269.
- McDonald, K. (2006). *Global movement: Action and culture*. UK, Oxford: Blackwell.
- McLeod, D. M. & Hertog, J. K. (1992). The manufacture of public opinion by reporters: Informal cues for public perceptions of protest groups. *Discourse & Society*, 3(3), 254-257.
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Melucci, A. (1989). *Nomads of the present: Social movements and individual needs in contemporary society*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Melucci, A. (1995). The process of collective identity. In H. Johnston & B. Klandermans (Eds.). *Social movements and culture*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, pp. 41-63.
- Moghadam, V. M. (2009). *Globalization and social movements: Islamism, feminism, and the global justice movement*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
- Murray, C., Parry, K., Robinson, P. and Goddard, P. (2008). Reporting dissent in wartime: British press, the anti-war movement and the 2003 Iraq war. *European Journal of Communication*, 23(7), 7-27.
- Neuman, W. R., Just, M. R. & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Noel, A. & Therien, P. (2008). *Left and right in global politics*. New York: Cambridge University Press.

- Oring, E. (1990). Legend, truth and news. *Southern Folklore*, 47: 163-177.
- Parker, I. (1992). *Discourse Dynamics*. London: Routledge.
- Rauch, J., Chitrapu, S., Taylor, E. S., Evans, J. C., Paine, C. & Mwesige, P. (2009). From Seattle 1999 to New York 2004: A longitudinal analysis of journalistic framing of the movement for democratic globalization. *Social Movement Studies*, 6(2), 131-145.
- Reese, S. D. (2001). Framing public life: A bridging model for media research, In S. D. Reese, O. Gandy & A. E. Grant (Eds.). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 7-32.
- Reese, S. D. (2007). The framing project: A bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57, pp. 148-154.
- Reese, S. D. (2010). Findings frames in a web of culture. In D'Angelo, P. & Kuypers, J. A. (Eds.). *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspective* (pp. 17-42). New York: Rutledge.
- Reese, S. D. & Lewis, S. C. (2009). Framing the war on terror: The internalization of policy in the US press. *Journalism*, 10(6), 777-797.
- Schechter, D. (2012). *Occupy: Dissecting occupy wall street*. New York: Cosimo Books.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49, (1), 103-122.
- Scheufele, D. A. & Tewksbury D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models, *Journal of Communication*, 57, 9-20.
- Scholte, J. A. (2005). *Globalization: A critical introduction*. New York: Palgrave Macmillan.
- Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of framing. In S. D. Reese, O. H Gand & A. E. Grant (Eds.), *Framing the public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95-105). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tarrow, S. (2005). *The new transnational activism*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Taylor, V. & Whittier, N. E. (1992). Collective identity in social movement communities: Lesbian feminist mobilization. In A.D. Morris and C. McClurg (Eds.), *Frontiers in social movement theory* (pp. 92-104). New Haven, CY: Yale University Press.
- Tilly, C. (1984). Social movements and national politics. In C. Bright and S. Harding (Eds.). *Statemaking and social movements: Essays in history and theory* (pp. 297-317). Anne Arbor: University of Michigan Press.
- Tilly, C. (1993-1994). Social movement as historically specific clusters of political performance. *Berkeley Journal of Sociology*, 38, 1-30.
- Tilly, C. (2003). Political identities in changing polities. *Social Research*, 70(2), 605-620.
- Tilly, C. & Wood, L. J. (2013). *Social Movements 1768-2012* (3rd ed.). Boulder and London: Paradigm Publishers.
- Van Dijk, T. A. (1990). Discourse Analysis in the 1990s, *Text*, 10(1/2), 133-156.
- Van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. In D. Schiffrin, D. Tannen & H. Hamilton (Eds.). *The handbook of discourse analysis* (pp. 352-369). Oxford: Blackwell Publishers.
- Van Gorp, B. (2010). Strategies to take subjectivity out of framing analysis. In P. D'Angelo & J.A. Kuypers, (Eds.). *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspective* (pp. 84-109). New York: Routledge.
- Wicks, R. H. (2005). Massge framing and constructing meaning: An emerging paradigm in mass communication research. *Communication Yearbook*, 29, 331-361.

מאמר מקורי

"למען יראו וייראו": תכנית הראליטי "סופר נני" בעיני הורים כצופים

שלי גפן*

תקציר

מאמר זה עוסק במשמעות תכנית הראליטי סופר נני עבור הורים. זהו חלק ממחקר רחב יותר שעסק במשמעות תכנים משפחתיים בטלוויזיה עבור הורים כקהל¹. המחקר בחן את משמעות ההקשר המשפחתי והמגדרי להורים ואת השפעתו של ההקשר המשפחתי והמגדרי על משמעות התכנים והקשר ביניהם לבין המציאות המשפחתית. זה נעשה באופן איכותני ובאמצעות ראיונות עומק עם אבות ואמהות המשתייכים למסגרות משפחתיות שונות. במחקר נמצא כי התכנית משמעותית להורים בהבנת ההתנהלות המשפחתית הרצויה. התכנית עושה זאת באמצעות ייצוג דומיננטי של משפחות קיצוניות ושליליות העוברות תהליך של שינוי ו"תיקון" ההורות והמשפחה. התהליך מוצג באופן מוחשי ו"אמתי" לצופים. ייצוג זה עוזר להורים למקם את עצמם ברצף שבין "נורמלי" ל"לא נורמלי", ומלמד אותם כיצד אמורה להתנהל משפחה, בפרט לאור חשיבותה של המשפחה בישראל. סיטואציה זו תורמת לרוב לשימור תפיסת המשפחה המקובלת בחברה ולהתאמה אליה עבור ההורים המשתתפים והצופים בה כאחד בבחינת "יראו וייראו".

* ד"ר שלי גפן (shellygeffen@gmail.com) היא מרצה בכית הספר לתקשורת, במסלול אקדמי של המכללה למנהל וכן באוניברסיטה הפתוחה.

רקע תאורטי

סוגת הראליטי ומאפייניה

"ראליטי" היא סוגה טלוויזיונית חדשה העוסקת באנשים אמתיים ומתעדת אירועים בחייהם מול המצלמות, תוך שימוש מוקצן ברגשות ועירוב בין שיה מציאותי לבין בידור פופולרי (Dovey, 2000; Nabi et al., 2003). המעבר לדרמה "אמתית" מטשטש את ההבחנה בין מציאות לברדיון ובין ציבורי לפרטי ומאפשר הצגה מציאותית לכאורה של מצבים שונים (Kompore, 2004). כך נוצרת במה לדיון ציבורי פתוח על נורמות ועל ערכים חברתיים במעין "בית דין חברתי" שבו כל אחד יכול להביע את דעתו באופן שווה ולדון בגבולות החברתיים על המרקע ובכית במקביל (אילו, 1998).

נראה כי פריחת הראליטי קשורה לעובדה שהתקשורת כיום נותנת לגיטימציה לשיח פתוח על דילמות שבעבר היו שמורות למרחב הפרטי (Abt & Seesholtz, 1994). הטשטוש בין המרחב הציבורי לזה הפרטי אפשר לצופים להיחשף לסיטואציות הלקוחות מ"החיים האמתיים", ובהן יחסים אינטימיים במשפחה מוצגים לעיני כול (Hill, 2002) באופן שאינו מתאפשר במציאות החברתית שמחוץ למרקע (Bignell, 2005). המנחים מתפקדים כמעין הורים המכוונים ומציעים פתרונות אישיים ומקצועיים שונים באמצעות ניתוח של מקרי מבחן המשקפים דילמה או קונפליקט וליכונם במסגרת רחבה שכוללת יועצים, מומחים, מנחים וקהל. כך מתאפשרת בחינה של הסוגיה הנדונה מנקודות מבט שונות לקידום פתרון אפשרי (Quellette & Hay, 2008). סיטואציה זו מאפשרת לצופים להשוות בין הנצפה על המרקע לבין משפחתם, בפרט לאור השינויים שחלו במשפחה בחברה ובייצוגה בתקשורת כאחד.

ייצוג המשפחה בטלוויזיה ובראליטי

אמצעי התקשורת בכלל והטלוויזיה בפרט מספרים סיפורים המשקפים את הערכים התרבותיים והחברתיים המקובלים באמצעות שיח המשמש מקור משותף להפנמת ערכים, נורמות והתנהגויות (Hermes, 2005). ערכים אלה משמרים את התפיסה המקובלת באופן סטראוטיפי. הסטראוטיפ מותח גבול סימבולי בין הנורמלי והמקובל לבין החריג והשונה (Dyer, 1977). הסטראוטיפים מתחברים לדעיון ההגמוניה שפיתח גרמשי (Gramsci, 1971) על סמך הגישה המרקסיסטית, שעסקה בהטמעת הסדר החברתי בקרב מעמדות ושכבות חברתיות שונות כחלק מאידאולוגיה שלטת, קרי בהנחלת השקפת עולם וערכים של הקבוצה השלטת ובהפיכתם לתמונה הטבעית של המציאות בעיני שאר המעמדות. כך מועברת האידאולוגיה השלטת בחברה וכופה את עצמה על הפרטים באמצעות שכנוע

בקבלת הקונסנזוס כמצב רצוי לחברה כולה ולא למעמד השליט בלבד (טרנר, [1992] 2003).

ייצוג המשפחה הדומיננטי בטלוויזיה לרוב משמר את תפיסת המשפחה המקובלת מחד גיסא, ומאידך גיסא יש בו הכחדה סימבולית של ייצוגים חלופיים וחדשניים (Signoriellie & Morgan, 2001). צ'יימברס (Chambers, 2001) זיהתה שלושה מודלים משפחתיים במדיה. המודל הראשון מייצג את המשפחה הגרעינית האידיאלית שמופיעה בעיקר בפרסומות, במגזינים ובדיונים ציבוריים ומבטאת ערכים כגון אהבה, קרבה ורגש. המודל השני מציג משפחה לא יציבה באמצעות משברים, עימותים, חוסר מוסריות והתנהגות לא מקובלת. משפחה זו מאופיינת כמשפחה לא מתפקדת בעיקר בדרמה ובתכנים העוסקים בפסיכולוגיה של המשפחה. המודל השלישי מציע ייצוגים חדשים של משפחות חד-הוריות וחד-מיניות. שלושת המודלים משקפים שינויים חברתיים שהשפיעו על אופן ייצוג המשפחה בתקשורת (Morgan, Leggett & Shanahan, 1999). עם זאת, המגוון המשפחתי לכאורה נוטה לשמירת הדומיננטיות של המשפחה המסורתית על המרקע (למיש, 2010).

לנוכח שינויים במוסד המשפחה בשנים האחרונות עלה הצורך בהבנה מעמיקה של התמורות ואופן ההתמודדות עמן בקרב הצופים. המענה לכך היה בתכני התקשורת (אילון, 1998; Frisby, 2003). כך אפשר לראות בחברה המערבית בכלל, ובישראל בפרט, עלייה בעיסוק במשפחה ובהורות בשיח החברתי והתקשורתי באמצעות תכנים משפחתיים שונים בטלוויזיה ובהם ראליטי העוסק במשפחה (Lieber & Livingstone, 1994; Liran-Alper & Stoler-Liss, 2006). תכנית הראליטי סופר נני מציגה משפחות אמתיות העוברות "תיקון" בהתנהלות המשפחה (Makeover Takeover) במטרה לשפר את תפקודה (Moseley, 2000). סופר נני מציעה דיון על תפקוד המשפחה הפוסט-מודרנית ועל היחסים בין הורים לילדים באופן ציבורי ופתוח באמצעות המשפחות המשתתפות ולפני המשפחות הצופות כבסיס להתנהלות נכונה וראויה במציאות חייהן.

הצופים בפרשנות הייצוג המשפחתי

ייצוג הנורמות והתפיסות המקובלות והדיון בהם הם הבסיס לתפיסת המציאות של הצופים (נייגר ויוסמן, 2005). בהתאם, צפייה בייצוג המשפחה על המרקע מאפשרת להורים לבחון מחדש את הסיטואציה המשפחתית ולהתמודד אתה. מחקרים עמדו על הצורך של הורים רבים להבין את השינויים במשפחה כדי להתמודד עמם בחיי היום-יום (Frisby, 2003). החוויה ההורית נתונה לביקורת מתמדת ומחייבת תמרון בין אסטרטגיות הוריות אפשריות לשם תפקוד מיטבי

של המשפחה (סוצקבר-כהן, 2002). צרכים אלה מקבלים מענה חלקי מהתקשורת בכלל ומהראליטי בפרט. ברוח זו תכניות הראליטי מאפשרות לצופים להתמודד עם בעיות אישיות בפומבי הודות לפוטנציאל הדמוקרטיזציה הטמון בהן בשל חשיפת אנשים אמתיים על המרקע ושיתוף הקהל בדילמות שלהם, המעוררים דיון בתכנית על המרקע ובבית גם יחד (Dovey, 2000; Bignell, 2005).

חשיפת המשפחות מאפשרת לצופים בבית להתחבט בדילמות דומות ולקשר בין הנצפה לבין מציאות חייהם (Kompare, 2004; Hall, 2006), כעין מראָה המאפשרת התבוננות עצמית והשוואה בין המוצג על המרקע לבין סיטואציות דומות בחייהם. הייצוג המגוון של הדמויות הנחשפות לפני המצלמות במצבים ובדילמות מ"החיים האמתיים" מאפשר מגוון שימושים ופרשנויות של הצופים (Morreale, 2003), ואף לסייע ביצירת פרקטיקות פעולה להכלת הידע במציאות החברתית שלהם (סווידלר, [1986] 2003).

במקביל שופטים הצופים את ההתרחשויות המוצגות על פי תפיסת המציאות שלהם, המגדירה יחסים בין-אישיים בחברה ושופטת אותם כאמתיים או ככדוניים (Lewis, 2004). הצופים מעריכים את מידת המציאות בתכנית בהשוותם אותה למציאות שלהם ושופטים את עצמם ואת התנהגותם על פי ההתנהלות בתכנית (Hall, 2006). העובדה שהם נחשפים לייצוג אמתי לכאורה של מצבים מציאותיים הקשורים למציאות חייהם משפיעה ביתר שאת על תפיסתם והתנהגותם. לפיכך הם משווים את התכנים המוצגים למצבים דומים שמוכרים להם ממציאות חייהם (Hill, 2007). תהליך זה יוצר משא ומתן של הצופים עם המסרים העולים בטקסט. משא ומתן זה אף יכול להשפיע על התנהלותם במציאות (Wong, 2001).

מחקרי הגישה התרבותית

המחקר המוצג במאמר זה נעשה ברוח הגישה התרבותית, הנותנת מקום מרכזי לתפיסת הקהל בצריכה של תכני התקשורת. בעבר התמקד הדיון בטקסטים התקשורתיים עצמם ובמשמעות המועדפת שעולה מהם ומשפיעה בהכרח על הקהל (בארת', [1977] 2003). בהתאם לכך יוחס לקהל תפקיד פסיבי כקולט ומפנים את המסרים התקשורתיים בהתאם לכוונת המוען. אולם בשלושת העשורים האחרונים חל שינוי משמעותי בהתייחסות התאורטית לקהל.

השינוי בתפיסה נעשה ברוח מודל הקידוד/פענוח של הול (Hall, 1980) שעסק באופן התקבלות המסרים. לטענתו, המסרים מקודדים מראש על ידי יצרני התקשורת אך מפוענחים על ידי הנמענים באופן שאינו זהה בהכרח לקידוד שנעשה מראש. הנמענים יכולים לפרש את המסרים באופנים שונים, וקיימות

דרכים מספר לפרשנות הטקסט: עמדה הגמונית המקבלת את המסר ההגמוני, עמדה ביקורתית המעלה ספק בקשר למסר, וכן עמדה מתדיינת המנהלת משא ומתן עם הטקסט. במחקרי התקשורת החדשים נתפס הקהל כבעל תפקיד מרכזי בתהליך התקשורתי. ההכרה בעצמאותם ובכוחם של הנמענים סימנה מעבר מתפיסת הקהל כפסיבי לאקטיבי (Fiske, 1987).

תאוריית ההתקבלות (Reception Theory) מתמקדת לפיכך בקהל ובוחנת את המשמעויות שמפיקים פרטים וקבוצות בתהליך הפרשני של תכני המדיה, במקום לעסוק כבעבר באופן שבו הם מבינים את ההצפנה שקיימת בטקסט עצמו. מחקרים שנעשו בהתאם לתאוריה זו הובילו למסקנה כי הקורא בא מהקשר חברתי ותרבותי מסוים והקשר זה משפיע על יכולתו להתייחס לצורות השיח השונות ולקודים התרבותיים המוצגים בטקסט (Fiske, 1987; Morley, 1992). הקהלים נתפסים כיצרני משמעות וצרכני משמעות כאחד. הבנה זו פתחה צוהר לבחינת התקבלותם של תכנים שונים על ידי קהלים מגוונים ובכללם המשפחה (Morley, 1981).

הצופים מגבשים את עמדתם בהתאם לתפיסת הטקסט ולקישורו למציאות החברתית. ליבס וכ"ץ התייחסו להבדלי פרשנות בין קהלים לסדרה דאלאס בהתאם להקשר החברתי-תרבותי של חיי הצופים המפרשים את התכנים ואת מידת המציאותיות של הטקסט מנקודת מבטם. הם מצאו כי הצופים מפרשים את התכנים בהתאם למידת הקרבה ו/או הריחוק מהדמויות ומהתכנים ברמה התרבותית והגאוגרפית. הקרבה באה לידי ביטוי בפרשנות רפרנציאלית לעומת יחסי ריחוק וביקורתיות בפרשנות מטא-לשונית (Liebes & Katz, 1988). היל (Hill, 2007) טענה כי הצופים מפרשים את התכנים מתוך ניסיון החיים שלהם והמציאות המוכרת להם. פסק (Fiske, 1989) התייחס לצופים כפעילים המפרשים את התכנים מעמדת סובייקט שלהם. גם רדוויי (Radway, 1984) התייחסה לנסיבות החברתיות של קוראות הרומן הרומנטי שהשפיעו על פרשנותן. בהמשך, לאנדי, רות ופרק (Lundy, Ruth & Park, 2008) הוסיפו את חשיבותם של היבטים כגון גיל, מגדר ומצב משפחתי המשמעותיים בתהליך הצריכה וההתקבלות. כמאמר זה ברצוני לבחון את משמעות המבנה המשפחתי והמגדרי של ההורים כחלק מעמדת הסובייקט שלהם לאור שינויים שהתרחשו במשפחה, וכחלק משמעותי מהקשר הצריכה של הצופים כמתן משמעות לתכנים העוסקים במשפחה ברוח הגישה התרבותית.

התכנית סופר נני היא תכנית ראליטי משפחתית שמקורה באנגליה. בפורמט הישראלי היא נעשתה בהנחייתה של מנחת ההורים מיכל דליות. התכנית עוקבת אחר משפחות אמתיות המצולמות בבתיהן ומתקשות להתמודד עם בעיות ודילמות במשפחה. במהלך התכנית אנו, הצופים, עדים לכניסתה של סופר

נני למשפחה ולהתערבותה המקצועית בהתנהלותה, לשם יצירת שינוי ביחסים ובאווירה המשפחתית.

הייצוג המשפחתי בתכנית שובר סטראוטיפ ומדגיש את המשפחה החריגה והלא מקובלת בדומה למודל השני של צ'יימברס (Chambers, 2001). לכן מעניין לבחון את אופן התקבלותו בקרב הורים,² ואת משמעותו במציאות החברתית שלהם (Gauntlett & Hill, 1999). השאלה שנבחנה במחקר היא כיצד נתפסת סופר נני בקרב הורים וכיצד הורים עושים שימוש בתכניה בתפיסתם ההורית ובהתנהלותם במשפחתם בחיי היום-יום, זאת תוך התייחסות להקשר החברתי-תרבותי מבחינה מגדרית והמבנה המשפחתי של ההורים, המשפיעים על תהליך הצריכה והפרשנות.

אופן המחקר

מחקר אמפירי זה עשה שימוש בכלים איכותניים המתאימים לשאלות המחקר שהוצגו ברוח הגישה הפנומנולוגית. גישה זו מחפשת אחר משמעות החוויה האנושית דרך הבנת תופעה על ידי פרטים (שקדי, 2003). הפרטים מבצעים פעולה חברתית (social action) ומפרשים אותה מנקודת מבטם (Guba & Lincoln, 1994). הם מגבשים ידע על המציאות דרך אינטראקציה יומיומית עם הסביבה, בתהליך של קבלת החלטות המונע על ידי רצון להשיג יעדים ולמלא צרכים. הפרט משתמש במדיה ברוח תאוריית השימושים והסיפוקים (Blumer & Katz, 1974) הרואה בתקשורת מקור לסיפוק צרכים שונים עבור הפרט הבורר תכנים מהמדיה באופן סלקטיבי, מפרש אותם ומשתמש בהם לשם ביצוע פעולות. כלומר, הפרט פעיל בצריכת התכנים ובייחוס משמעויות למסרים העולים מהם תוך שימוש במדיה כפעולה חברתית (Renckstorff & McQuail, 1996).

המחקר נעשה באמצעות ראיונות עומק לשישים הורים (33 אמהות ו-27 אבות) מרקע חברתי-תרבותי וכלכלי מגוון המשתייכים למסגרות משפחתיות שונות (נשואים, גרושים, משפחות חד-הוריות וחד-מיניות), כדי לבחון את ההבדלים באופן צריכת התקשורת והמשמעויות העולות ממנה באופן רחב. כל המשפחות מתגוררות באזור המרכז ומגדלות ילדים בגילאי 3-9. הראיונות, שהתקיימו ברובם בבתי המשפחות וארכו כשעה וחצי, היו מובנים למחצה ומטרתם הייתה לבחון את אופן ההתייחסות של ההורים כלפי התקשורת בכלל וכלפי התכנים המשפחתיים בפרט. השאלות התייחסו להרגלי צריכת התקשורת של ההורים, לתכנים נבחרים ומשמעותם תוך התבססות על התפיסה ההורית כמענה לצורכיהם בהתמודדות עם מציאות משפחתית משתנה.

הראיונות שילבו גם צפייה בתכנים משפחתיים,³ לשם הבנת משמעותם של ייצוגי משפחה עבור ההורים הצופים כחלק מההקשר החברתי של צריכת המדיה בחיי היום-יום במשפחתם. כפי שהציעו בורקל רותפוס ועמיתיה (Buerkel-Rothfuss et al., 1982). זאת תוך שימת דגש על ההקשר המגדרי והמשפחתי של ההורים כצופים.

לפני ההורים הוצג קטע קצר ובו סופר נני צופה בחיי משפחה מבאר שבע (זוג הורים בשנות השלושים לחייהם ושלושת ילדיהם בני 8, 4.5 ושנתיים). ההורים המשתתפים בתכנית מתקשים להציב גבולות לילדיהם בפעילויות השגרה בכלל ובצפייה בטלוויזיה בפרט. סופר נני יעצה לבני הזוג כיצד להגדיר גבולות בהגבלת זמני הצפייה בטלוויזיה, כמו למשל ארוחת ערב ללא טלוויזיה והשכבת הילדים באמצעות הקראת סיפור לפני השינה ללא צפייה בתכנית בוב ספוג.

הצפייה לוותה בשיח הורי ברוח הצעתה של ווד (Wood, 2005, 2007) בהתאם לגישת ה"טקסט בפעולה" (text in action), לשם הבנת המשמעויות העולות מהתכנים הנצפים דרך השיח ההורי שהתפתח על בסיסם. גישה זו מאופיינת בהצגת טקסטים באופן טבעי לכאורה ובהתייחסות אליהם בשיח חופשי המתנהל בין המראיין למראיינים. שיטה זו מייצגת תפיסה חדשנית בחקר הקהל, שאינה מסתפקת בבחינת פרשנות הצופים לתכנים אלא מדמה מצב הקרוב ככל האפשר למצב שגרתו של צפייה בתכנים בטלוויזיה כפעילות טבעית בחיי היום-יום בבית. הפרשנות רואה בקשר הנרקם בין הצופה לבין הדמויות הנראות על המרקע חלק מדיאלוג חברתי בקשרים שבין טקסט לקונטקסט (Wood, 2007). הקהל האמתי צופה בטקסט טלוויזיוני ובמקביל מביע את עמדתו, אומד את מקומו ומפרש את התכנים (Wood, 2005).

ממצאים

הורים בוחרים לצפות במשפחות אחרות על המרקע בתכנים מגוונים ובהם דרמה, קומדיה וכן ראליטי. הצפייה בתכנים אלה עונה על צרכים הוריים, בעיקר כאשר התכנים "מציאותיים יותר", כמו תכניות הראליטי. התכנית סופר נני בפרט נתפסה כבעלת תרומה משמעותית להתנהלות הורית בעיקר בשל השינויים שנעשו במשפחה בעשרות השנים האחרונות וגרמו לתחושות של חוסר אונים מצד הורים רבים במציאות המשתנה. מרואיינים רבים סברו כי תכני הראליטי המשפחתי חשובים בזכות המענה שהם מספקים לצרכים הוריים בתפיסת המשפחה ובהתנהלותה. כך הסבירה, למשל, גילי (35, נשואה): "אני חושבת שלאחרונה יש

גל של תכניות טלוויזיה ובעיקר הראליטי שעוסק במשפחה ובסמכות ההורית, וזה נותן מענה לצרכי הורים ואתה יושב על הספה והמסר מחלחל בך כל הזמן".

הזהות המגדרית הייתה מרכיב מרכזי באופן הצפייה בתכנית ובמשמעותה להורים. רוב האמהות הגדירו את עצמן כצופות "כבדות", וחלקן אף העידו על התמכרות לתכנים אלה, כפי שתיארה זוהר (27, נשואה): "אני צופה הרבה בכל השידורים כי אני לא יכולה להפסיק לצפות בזה וזה מרתק בעיני להסתכל על התנהגות של אנשים אחרים". תכנים אלה מתקשרים לסיטואציות ולדילמות מחיי היום-יום של אמהות רבות, כפי שהסבירה נטע (33, נשואה): "סופר נני מדברת על דברים שקורים לכל הורה ולכן אני אוהבת לצפות בזה, למרות שהמשפחות בתכנית קיצוניות מאוד" (הכוונה לדרך הצגת המשפחות בתכנית). טענות אלה עולות בקנה אחד עם הממצא המצביע על "תיקון המשפחה" בעיקר באמצעות שינוי בתפקוד האמהות המוצג באופן מסורתי בתכנים אלה (Wood & Skeggs, 2008). מצדו השני של המתרגם נמצא כי נשים נוטות להיחשף באופן סלקטיבי לתכנים רלוונטיים לחייהן במטרה לקבל מענה לצרכים הוריים באופן תפקודן במשפחה בשל תפיסת תפקידן כאמהות כמרכזי (Wood, 2007). זאת ועוד, במציאות המשפחתית כיום יש לעמוד במטלות רבות במקביל, ולכן נשים זקוקות לעזרה ולייעוץ בשילובן (Brancato, 2007). לפיכך ייתכן שהצפייה בסופר נני מחזקת את החברות האמהית ומאפשרת לאמהות הצופות לבחון את התפקוד המשפחתי שלהן למול הורים ממשפחות אחרות הנצפים על המרקע.

בניגוד לאמהות, חלק ניכר מהאבות, ובעיקר הנשואים, העידו על עצמם כצופים "קלים" ועל צפייה בתכנית בתדירות נמוכה, במענה לצרכים אסקפיסטיים. כך טען עוז (37, נשוי): "אני מעדיף ללכת לשתות קפה בזמן הזה ולא לצפות באנשים אחרים ומוקצנים בטלוויזיה, אלא כבידור בלבד". גם אלון (40) טען: "אני לא צופה הרבה כי לא מתחבר לזה ולא לאנשים שמופיעים שם (Not my cup of tea). הזוי בעיני שאנשים מוכנים שמישהו ייכנס אליהם הביתה ועוד יראו את זה לכל העולם, אבל זה מעניין להסתכל עליהם מהצד". ממצאים אלה תואמים לממצאים קודמים שהתייחסו לסיבות לצפייה בתכניות ריאליטי כאמצעי בידורי לבריחה מהמציאות (Papacharissi & Mendelson, 2007; Lundy, Ruth & Park, 2008). הצופים נהנים מיכולת הניתוק מחייהם באמצעות כניסה לחיי אחרים המתאפשרת בזכות המסך (Vordever, Klimmt & Ritterfeld, 2004).

אפשר אולי ליחס את חוסר העניין של האבות בתכנית להדרה מרצון מעיסוק בקשיים ובדילמות במרחב הביתי ובטיפול בילדים הנתפס כתחום נשי ואמהי יותר בעיניהם. כמה מהאבות הנשואים אף ציינו מפורשות שבת זוגם היא האחראית לתחומים הקשורים לטיפול בבית ובילדים ולכן הם פחות מתעניינים בהם בחיים ובתכנים כאחד. כך למשל ציין אב נשוי (40): "אני לא מתעניין בתכנים כאלה כי

אשתי לרוב עם הילדים והיא האוטוריטה בעניין ואפילו יש מקרים שאני מתייעץ אתה במידת הצורך". ייתכן גם שהרצייה החברתית מנעה מהאבות להודות בצורך שלהם בייעוץ ובעזרה הורית במחקר וזאת בשל התייחסות חברתית המבחינה בין דומיננטיות הגברים במרחב הציבורי לעומת זו של הנשים במרחב הפרטי למרות השינויים שנעשו בשנים האחרונות בחלוקת התפקידים במשפחה.

בניגוד לכך, אמהות רבות ראו בצפייה בסופר נני בסיס ללמידה הורית ולהתנהלות רצויה בבית. הדימוי המרכזי של הצפייה בתכנים משפחתיים היה של מראָה חברתית המאפשרת מעין שיקוף של משפחות אחרות ושל מצבים משפחתיים אפשריים. שיקוף זה מציג תפיסות ונורמות מקובלות בחברה ובמשפחה ומציע התבוננות עצמית של הצופים בביתם בהתאם.

הלמידה מהתכנים הוצגה באופנים שונים. חלק מהאמהות העידו על למידה ישירה ועל יישומה בחייהן המשפחתיים, כפי שהסבירה ליאת (36, נשואה): "סופר נני מעלה דילמות דומות לחיים שלי ואפשר ללמוד ממנה כיצד להתנהג במצבים שונים". נשים אחרות התייחסו לשימוש בעצות שימושיות שהוצגו בתכנית לפתרון בעיות ודילמות שעלו במשפחתן, כפי ששיתפה אם נשואה (נורית, 38): "אני זוכרת שהיתה לנו בעיה דומה עם הילדה שלא נרדמה לבד כפי שהציגה סופר נני, ועשינו מה שהיא אמרה וזה הצליח". ממצאים אלה עלו גם במחקרים קודמים, שהוכיחו כי נשים מפיקות ידע שימושי מהצפייה, בשונה מגברים (Brunsdon, 1981; 2000). ידע זה מאפשר להן ליישם במציאות המשפחתית שלהן (Hall, 2006) את הלמידה מן המשפחות הנחשפות לפני המצלמות בתכנית הראליטי (Morreale, 2003). לצד זאת, לרוב מתבצעת הלמידה כשהצופים מצויים במצב דומה למוצג על המרקע (Wei & Tootle, 2002; Schiappa, Allen & Gregg, 2007) והתכנית נותנת פתרון לבעיות ממשיות כמציאות (Lembo, 2000). כך אמהות קיבלו ידע הורי פרקטי מהמוצג בתכנית (מצד סופר נני ו/או מההורים המשתתפים) ועשו בו שימוש במצבים שונים במשפחותיהן.

בניגוד לאמהות, רוב האבות הפגינו חוסר רצון או נכונות ללמוד מהתכנים הנצפים. ממצאים אלה דומים לממצאים קודמים שהציג סקר הורי על התכנית סופר נני באוסטרליה. הסקר מצא כי אמהות נוטות יותר לראות בתכנית בסיס לקבלת מיומנויות ללמידה הורית ואף מגלות נכונות רבה יותר להשתמש במיומנויות אלה לעומת האבות (Ganeshasundaram & Henley, 2009). אחת הסיבות המרכזיות שצינו האבות לחוסר רצונם ללמוד היה ביטחון שיש ברשותם ידע הורי ולכן התכנית אינה תורמת להם. למשל, עומר (33, נשוי) טען: "אני לא צריך תכנית כזו כדי שתגיד לי מה לא בסדר. אני יודע את זה לבד ורק צריך להחליט לעשות משהו והוא יקרה, אבל אולי לאנשים בתכנית זה יכול לעזור". אפשר לייחס תגובה מעין זו לנטייתם של גברים להציג את עצמם כבעלי ביטחון

עצמי וידע המייתר את הצורך בקבלת עזרה וייעוץ מתכני הטלוויזיה בפרט ומאנשים נוספים בסביבתם בכלל. בהקשר זה נמצא כי גברים ארוגים פחות ברשתות חברתיות ומעדיפים לא לקבל תמיכה מהסביבה, אלא למצוא פתרונות בעצמם (Weinraub, Horvath & Gringlas, 2002). תפיסה זו מושלכת במחקר זה על התייחסותם של הגברים לתכני התקשורת בהקשרים הוריים ומשפחתיים.

סיבה נוספת לחוסר הלמידה של הגברים נבעה מתפיסת ההבדל בין האבות במחקר לבין המשתתפים בתכנית, שוני שבגיניו אי אפשר להשליך מהתנהגות האחרונים למציאות שלהם. כך הסביר יוחאי (35, נשוי): "הם לוקחים מקרים קיצוניים ולא נורמאליים שאני לא יכול להזדהות איתם. הבת שלי לא יורקת עלי ואנחנו לא עושים דברים כמו שמוצגים שם". ניצן (43, נשוי) הוסיף: "אני לא יכול ללמוד מההורים בטלוויזיה כי הם בשכונה אחרת ואני בשכונה אחרת והם בגיל מסוים ואנחנו בגיל אחר, אז זה לא רלוונטי למשפחה שלי". במקרה זה האבות ראו את עצמם כטובים יותר מההורים המוצגים על המרקע ולכן התכנים אינם משפיעים עליהם ועל התנהגותם במציאות. זאת בשל הפער בין ייצוג מרכזי של משפחות ממעמד נמוך לעומת צופים המצויים במעמד גבוה יותר (Wood & Skeggs, 2008). בהתאם, היל (Hill, 2007) מצאה כי צופים תופסים את תכני הראליטי כנחותים, ולכן כלא רלוונטיים להשלכה וללמידה מהם.

עם זאת, מעניין לציין כי אבות גרושים העידו על עניין בתכנית ועל צפייה תדירה בה בשל הצורך לקבל כלים להתמודד עם מצבם המשפחתי החדש. כך למשל הסביר איתן (37, גרוש): "זה מעניין לראות את התכנית ולקבל עצות להתנהגות במצבים שונים במציאות, ובמיוחד שאני ללא בת זוג להתייעץ אתה". נראה כי ההתמודדות האישית עם דילמות משפחתיות עוררה עניין באבות גרושים שחיפשו מקורות מידע, ובכללם בתקשורת, לשם פתרון דילמות של יום-יום ביחידות וללא התייעצות עם בת הזוג.

לעומת זאת, אמהות ממסגרות משפחתיות שונות ראו בתכנית אמצעי לקבלת מענה הורי ועשו בה שימוש להתנהלותן במשפחתן, למרות השוני במסגרות המשפחתית. ממצא זה מוסבר בכך שתפקיד האישה כאם נשמר בכל מסגרת משפחתית, ולכן לכולן היה עניין משותף בחיפוש מידע ובקבלת כלים לתפקוד הורי ממקורות שונים, ובהם התקשורת. הצפייה בראליטי המשפחתי מאפשרת לקבל מידע לשם פתרון דילמות משפחתיות (Andrejevic, 2004; Sipple, 2008), והמעורבות בצפייה הובילה להנעה לפעולה ממשית בחייהן (Dovey, 2000). במקרה זה הצפייה החזירה את הצופות למציאות ושימשה אותן ללמידה ולהשלכה מהתכנים לחייהן, ובעיקר במצבים של דמיון בין השניים.

הצפייה בתכנית שימשה מעין מראה חברתית המספקת מענה לצרכים סותרים: מחד גיסא, למידה ויישום התכנים לשם התמודדות עם דילמות במציאות

המשפחתית (בעיקר על ידי האמהות), ומאידך גיסא, מענה אסקפיסטי באמצעות צפייה בבעיות של אחרים ללא השלכה למציאות הצופים (בעיקר מצד האבות). זאת לצד הברלים חלקיים בין הורים ממסגרות משפחתיות שונות העושים שימושים אחרים בצפייה לתועלתם המשפחתית.

לצד זאת נמתחה ביקורת על תכניות הראליטי בשל המציצנות המאפיינת אותן. למשל עוז (37, נשוי) טען: "היום המציצנות זה שם המשחק וזה מוכר וכולם צופים בזה, ובטח בעתיד זה יהיה יותר גרוע מהיום". המושג "מציצנות" עלה לא פעם ביחס לתכני ריאליטי שונים הנותנים מענה לצורך אנושי בסיסי להתבונן באחרים, כפי שטענה ג'ונס (Jones, 2003). גם וימן, כהן ובר-סיני (2009) בחנו את הקשר בין מידת ההשפלה של המתמודדים לבין הנאת הצופים, בשל חשיפת הצופים למצבים מביכים ואינטימיים של המתמודדים. וודס (Woods, 2008) מצאה כי אנשים מוצאים עניין בתכנית הראליטי האח הגדול בשל האפשרות לצפות באחרים. הצפייה בתכניות ריאליטי מספקת את הצורך במציצנות ומאפשרת לבחון חיים של אחרים דרך מצבי קונפליקט, סגנונות חיים ומציאויות אחרות (Lundy, Ruth & Park, 2008). מצב זה יוצר טשטוש ואף היפוך באבחנה המסורתית בין מרחב ציבורי ורציונלי לבין מרחב פרטי ואמוציונלי, כפי שמוצג בתכנים כיום (אילוז, 1998).

במקרה זה מדובר על חשיפת חיי המשפחה והיחסים בה לעיני כול. המרואיינים מתחו ביקורת עזה על אופי התכנית ועל אופן ייצוגן של המשפחות המשתתפות כחריגות ולא נורמטיביות. רבים התייחסו בהתנשאות למשתתפים בתכנית בגלל אופן התנהגותם במשפחתם והסכמתם להיחשף. כך למשל טענה רינת (37, נשואה): "זו תכנית שנותנת מבט אנתרופולוגי מתנשא על ההתנהלות בבתי של אחרים. זו התנסות צהובה והסתכלות עליהם כ'אחרים חברתיים' שאנחנו חוקרים אותם בצפייה". נורית (40, נשואה) הוסיפה: "זה מאוד מתנשא להביא אנשים שלא מסוגלים להתמודד עם דברים בסיסיים ולהסתכל עליהם כמו חיות בגן חיות". כך הצפייה במודל הפוך ומנוגד למודל המקובל מאפשרת לצופים להבין ממה להימנע ולאן אפשר להגיע אם לא ינהגו כמקובל.

התנשאות זו על המשתתפים בתכנית נתנה לגיטימציה לצופים להוקיע מצבים קיצוניים בכחנית 'למען יראו וייראו'. אחד האבות הסביר: "זה מאפשר להורים לראות את עצמם מהצד ולהבין מה יכול לקרות במצבים שונים ומזה להקיש כיצד נכון להתנהג במשפחה שלהם, בהנחה שהם עושים את הקישור לעצמם". אב אחר (נשוי, 38) היטיב להגדיר תהליך זה: "התכנית הזו היא מעין דגל אדום המתריע מפני מצבים שליליים וקיצוניים שהורים יכולים להסתכל ולהתנהג אחרת כדי להימנע מהם". למידה זו הוצגה בעיקר מצד האבות במחקר זה.

זאת ועוד, הסתכלות קיצונית על משפחות חריגות העוברות שינוי בתכנית הובילה להבנת ההתנהלות המשפחתית התקינה, בבחינת "הפוך על הפוך". כמה אמהות טענו כי הצגת משפחות "בעייתיות" העוברות תיקון נועדה ליצור "חינוך מחדש" שיוביל את הצופים להבנת נורמות התנהגות מקובלות ולאשרורן במציאות המשפחתית שלהם. כך הסבירה מיכל (32, גרושה): "בראליטי רואים היום סוג של משפחות שצריך לשנות אותן ולהתאימן למודל המקובל כדי להראות [לצופים] שהכול בסדר ומתפקד כראוי". נוגה (36, נשואה) אמרה: "הקונצפט הוא להנגיד בין משפחות נורמליות ולא נורמליות באופן קיצוני ולא באמת מנסים לתקן את מצבן אלא מציגים את העיוות כדי להראות את ההפוך והקיצוני שאינו מייצר שינוי, אלא מרתיע ומשמר את הקיים". אפשר לראות שהאמהות מתחו ביקורת על הכוונה שמאחורי התכנית, אך הייצוג המשפחתי הוביל את הצופים למסר ההגמוני, כפי שהוצג מוקדם יותר בהתייחס לתכני התכנית כבסיס ללמידה הורית (אם באופן ישיר, בבחינת "כזאת ראה וקדש", ואם באופן מנוגד בבחינת "יראו וייראו"). זאת אולי בגלל תחושת האותנטיות העולה בייצוג השינוי הדרמטי בקרב המשפחות המשתתפות בתכנית וההבנה שהשינוי תלוי בהתנהלות נכונה וראויה של ההורים (Jensen, 2010).

במילים אחרות, אפשר לטעון כי יחסם של רוב ההורים למשפחות המשתתפות בתכנית סופר נני היה ביקורתי, אך במקביל הם ראו בתכנית ובהתנהלותה בסיס לאמונה שאפשר לעשות ולשנות גם במשפחתם, בשל הסתכלות מהצד על ה"תיקון" שנעשה על המרקע. יתרה מזאת, אפשר להרחיק לכת ולומר כי אופן הייצוג של המשפחה ה"בעייתית" אמנם הציג משפחה לא נורמטיבית אך הוביל לחיזוק ושימור המשפחה המקובלת כרצויה ולא ליצירת חלופות חדשות. בכך אופן הייצוג הגביל את פרשנות הצופים וקבע את הדימויים המקובלים (McNamee, 1996), בגלל הניסיון להעביר מסרים המקובלים על קהל רחב (Skeggs, Wood, & Thumin, 2008). מצב זה יצר מעין שיטור של התנהגות הצופים המעוניינים לממש את הנצפה במציאות חייהם (Hall, 2006), כאשר הצפייה חשפה אותם לייצוגים חריגים ולא מקובלים המאפשרים חיזוק של התנהגות חיובית ומקובלת (Nabi et al., 2003). סיטואציה זו יצרה מעין פיקוח על התנהגותם לפי המקובל (Wong, 2001), במטרה לשמור על הערכים המקובלים בחברה (Quellette & Hay, 2008).

אפשר לומר כי ייצוג תהליך ה"תיקון" של המשפחה על המרקע ממחיש את נרטיב הטרנספורמציה ממשפחה "לא נורמלית" למשפחה "נורמלית" כחיובי ורצוי בחברה. מנקודת מבט זו, השימוש במשפחות קיצוניות ממעמד נמוך "מספק את הסחורה", כאשר המנחה ותהליך ההנחיה המיושם על המשתתפים בתכנית מתיימרים "לתקן" ולהחזירן למוטב כדי להעביר את המסר הרצוי לצופים בבית

(Ferguson, 2010), במטרה לתקן את ההורות שלהם לשם הפיכת משפחתם לראויה יותר (Jensen, 2010) ותוך אימוץ ערכים ונורמות רצויים ומקובלים בחברה בהתאם לנצפה על המרקע (Brancato, 2007).

לפיכך, ייצוג יחסים שליליים וחריגים על המרקע מחברת את הצופים להתנהגות רצויה של המשפחה, באופן פרדוקסלי באמצעות העברת מסר הגמוני של משפחה מקובלת באצטלה של משפחה לא מקובלת, חריגה. תומפסון (Thompson, 1990) כינה זאת "יחסי שליטה" (Relations of domination) באמצעות העברת מסרים אידאולוגיים רצויים לצד ביות מסרים אופוזיציוניים. מסרים אלה מועברים בתכני בידור בכלל (גיטלין, 1995) ובתכני משפחה בפרט (Ferguson, 2010) לשם שימור המשפחה הקונוונציונלית בחברה.

תרומת המחקר

ממצאי המחקר מלמדים כי הצפייה בראליטי המשפחתי נתנה מענה לצרכים ברוח גישת השימושים והסיפוקים (Katz, Blumer & Gurevitch, 1974). התכנית סיפקה מענה לצרכים אינסטרומנטליים והציעה לצופים כלים יישומיים לפתרון בעיותיהם במציאות המשפחתית שלהם (Lembo, 2000). זאת לצד מענה לצרכים אסקפיסטיים (Papacharissi & Mendelson, 2007; Lundy, Ruth & Park, 2008). במקרה הנדון הצופים "הוזמנו" להיכנס לבית המשפחה דרך המרקע, לבחון את התנהגותה ה"בעייתית" ולהטמיע באמצעותה ערכים רצויים להתנהלות תקינה של המשפחה. ייצוג המשפחה בתכנית הראליטי סופר נני יוצר מעין ארגז כלים ברוח המתפורה של סוידלר (1986) [2003], המציע להורים אסטרטגיות פעולה לתפקוד במציאות המשפחתית שלהם באמצעות הסתכלות על עצמם לעומת האחרים המוצגים על המרקע, התורמת לחיזוק ביטחונם והתנהגותם (Hall, 2006). הסתכלות חדשה זו תורמת להתאמת הנצפה למציאות המקובלת בחברה (Brancato, 2007). משמע, המראה החברתית מעמתת את הצופים וגורמת להם לחשוב על מהות המשפחה ועל אופן התנהלותה הראוי בחברה (אילוז, 1998). צפייה זו מאפשרת השוואה בין הצופים לבין המשתתפים (Reiss & Wiltz, 2004), המחזקת את ראיית משפחותיהם של הצופים כחיוביות ונורמליות, אך תורמת גם להבנת התפיסה המקובלת בחברה. בכך התכנית מאשררת את הסדר החברתי המקובל והנורמטיבי באמצעות שיקוף המשפחה הבעייתית והקיצונית במראה החברתית על המרקע כרגל אדום.

הטענות שהמסרים של התכנית משמרים את התפיסה השמרנית של המשפחה מאשררות את טענות הגישה הביקורתית, הרואה בתקשורת גורם המשמר את

הסטטוס קוו (Gitlin, 1982), ובמקרה זה מייצגת משפחות "אחרות" במטרה לחזק את המשפחתיות המקובלת. מנגד, הגישה התרבותית רואה את המשא ומתן המתקיים בין תהליכי הפקה לטקסטים ולהתקבלותם, ומתמקדת במקום הקהל בפרשנות התכנים (Kellner, 1992) מעמדת הסובייקט שלהם (Fiske, 1989). לפיכך, אפשר לקשר בין ההקשר שבו מצויים הצופים לאופן הפרשנות של תכני הראליטי (Lundy, Ruth & Park, 2008), ולטעון כי מחקר זה תרם להבנת ההורים הצופים מעמדת סובייקט מגדרית ומשפחתית כבואם לפרש את משמעות התכנים במציאות המשפחתית שלהם. העמדה ההגמונית קיבלה את התנהלות המשפחה באופן מקובל בחברה, ולצדה היה מיעוט ביקורת על אופן הייצוג, חרף השינויים שחלו במשפחה. לבסוף אפשר לומר כי ייצוג המשפחה ה"בעייתית" אינו מחליף את המשפחה המקובלת, אלא משמש דוגמה ל"אותה גברת בשינוי אדרת" המאשרת את תפיסת המשפחה הרצויה בחברה בקרב ההורים המשתתפים והצופים כאחד, האמורים "לעבור תיקון" ולהתאים את עצמם למודל רצוי וראוי זה.

הערות

- 1 המחקר נעשה בחוג לתקשורת, אוניברסיטת תל אביב, בהנחיית פרופ' דפנה למיש.
- 2 המחקר עסק בהרחבה באופן תפיסת התכנית וההתייחסות למשפחות המשתתפות ולדמותה של סופר נני. מאמר זה מתמקד במשמעות התכנית ובהשפעתה על תפיסת ההורות של הצופים.
- 3 המחקר הרחב כלל התייחסות הורית לתכנים משפחתיים מגוונים. במאמר זה הצטמצמתי לתכנית הראליטי סופר נני.

רשימת המקורות

אילוז, א' (2003). אותו תחום אפלולי של הפנים: אופרה וינפרי והמראה של המלט. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), תקשורת כתרבות: טלוויזיה כסביבה של תרבות היום יום (עמ' 197-218). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

בארט, ר' (1977 [2003]). הרטוריקה של הדימוי. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), תקשורת כתרבות: טלוויזיה כסביבה של תרבות היום יום (עמ' 336-348). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

גיטלין, ט' (1995). אידיאולוגיה של "זמן צפיית שיא": התהליך ההגמוני בבידור המשודר בטלוויזיה (תרגום: ה' יעקובסון). בתוך: ד' כספי (עורך), תקשורת המונים: זרמים ואסכולות מחקר – מקראה (עמ' 144-164). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

וימן, ג', כהן, י' ובר-סיני, ע' (2009). "כוכב מושפל": בחינת הקשר בין השפלה בתוכניות מציאות ובין הנאת הצופים מהם". מסגרות מדיה, 3, 1-26.

טרנר, ג' (1992) [2003]. אידאולוגיה. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), תקשורת כתרבות: טלוויזיה כסביבה של תרבות היום יום (עמ' 471-499). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

למיש, ד' (2010). המשפחה ודימוייה באמצעי התקשורת: יחסי קרבה וריחוק, בתוך: ו' מילבאור ול' קליאק (עורכות), משפחות עובדות בישראל (עמ' 89-115). תל אביב: פלס – החברה הכלכלית בע"מ של המסלול האקדמי המכללה למינהל.

נייגר, מ' ויוסמן, א' (2005). אשליית הבחירה הדמוקרטית: כיצד משיגות תוכניות המציאות את שיתוף הפעולה של הצופים. תל אביב: מכון חיים הרצוג באוניברסיטת תל אביב.

סווידלר, א' (1986) [2003]. תרבות בפעולה: סמלים ואסטרטגיות. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), תקשורת כתרבות: טלוויזיה כסביבה של תרבות היום יום (עמ' 77-102). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

סוצקבר-כהן, ר' (2002). 15 הערות על הורות ישראלית. פנים, 19, 112-118.

שקדי, א' (2003). מילים המנסות לגעת: מחקר איכותני – תיאוריה וישום. תל אביב: רמות.

Abt, V. & Seesholtz, M. (1994). The shameless world of Phil, Sally and Oprah: Television talk shows and the deconstructing of society. *Journal of Popular Culture*, 28(1), 171-191.

Andrejevic, M. (2004). *Reality T.V: The work of being watched*. Lanham, MD: Rowmand & Littlefield.

Bignell, J. (2005). *Big brother*. Palgrave Mac.

Blumer, J.G. & Katz, E. (1974). *The uses of mass communication: Current perspectives on gratification Research*. Beverly Hills, CA: Sage.

Brancato, J. (2007). Domesticating politics: The representation of wives and mothers in American reality television. *Film & History*, 37(2), 49-56.

Brunsdon, C. (1981). *Crossroads: Notes on soap opera*. *Screen*, 22(4), 32-47.

Brunsdon, C. (2000). *The feminist, the housewife and the soap opera*. Oxford: Oxford University Press

- Brosius, H.B. & Engel, D. (1996). The cause of third-person effect: Unrealistic optimism, impersonal impact, or generalized negative attitudes towards media influence? *International Journal of Public Opinion Research*, 8, 142-162.
- Buerkel-Rothfuss, N.L., Greenberg, B.S, Atkin, C.K. & Neuendorf, K. (1982). Learning about the family from television. *Marriage and the Family*, 32(3), 191-201.
- Chambers, D. (2001). *Representing the family*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Dovey, J. (2000). *Freckshow: First person media and factual television*. London: Pluto Press.
- Dyer, R. (1977). Stereotyping. In R. Dyer (Ed.), *Gays and film* (pp. 27-39). London: British Film Institute.
- Ferguson, G. (2010). The family on reality television: Who's shaming whom? *Television & New Media*, 11(2), 87-104.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Methuen & Co. Ltd.
- Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. London: Routledge.
- Frisby, C. (2003). *Reality television has positive impact on viewers*. University of Missouri : Columbia.
- Ganeshasundaram, R. & Henley, N. (2009). Reality television supernanny: A social marketing place strategy. *Journal of Consumer Marketing*, 26(5), 311-319.
- Gauntlett, D. & Hill, A. (1999). *T.V living: Television living culture and everyday life*. London: Routledge.
- Gillies, V. (2007). *Marginalised mothers: Exploring working-class experience of parenting*. London and New York: Routledge.
- Gitlin, T. (1982). Prime time ideology. In H. Newcomb (Ed.), *Television: The critical view* (pp. 426-454). Oxford: Oxford University Press.
- Gramsci, A. (1971). *Prison Notebooks: Selections*. London: Lawrence & Wishart.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y.S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin. & Y. S. Lincoln (Eds). *Handbook of qualitative research* (pp. 105-117). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128-138). London: Hutchinson.

- Hall, A. (2006). Viewers' perceptions of reality programs. *Communication Quarterly*, 54(2), 191-211.
- Hermes, J. (2005). *Re-reading popular culture*. Oxford: Blackwell.
- Hill, A. (2002). Big brother: The real audience. *Television and New Media*, 3, 323-340.
- Hill, A. (2007). *Restyling factual T.V: Audiences and news, documentary and reality genres*. London & New York: Routledge.
- Jensen, T. (2010). What kind of mum are you at the moment? Supernanny and the psychologizing of classed embodiment. *Subjectivity*, 3, 170-192.
- Jones, J. M. (2003). Show your real face: Investigating the boundaries between notions of consumers and producers of factual television. *New Media and Society*, 5, 400-421.
- Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In E. Katz & J. G. Blumler (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 9-21). Beverly Hills, CA: Sage.
- Kellner, D. (1992). Popular culture and the construction of postmodern identities. In S. Lash. & J. Friedman (Eds). *Modernity and identity* (pp. 141-177). Oxford: Blackwell.
- Kompare, D. (2004). The Osbournes as American family. In S. Murray & L. Quellette (Eds.), *Reality T.V: Remaking television* (pp. 97-118). New York: New York University Press.
- Lembo, R. (2000). *Thinking through television*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lewis, J. (2004). The meaning of real life. In S. Murray & L. Quellette (Eds.), *Reality T.V: Remaking T.V culture* (pp. 288-302). New York: New York University Press.
- Liebes, T. & Katz, E. (1988). Dallas and genesis: Primordially and seriality in popular culture. In J.W. Carey (Ed). *Media, myth and narratives: Television and the press* (pp. 113-125). Newbury Park, CA: Sage.
- Liebes, T. & Livingstone, S. (1994). The structure of family and romantic ties in the soap opera. *Communication Research*, 21(6), 717-741.
- Liran-Alper, D. & Stoler-Liss, S. (2006). Mom swap, not wife swap on Israeli reality TV: Between the local, the global and the universal. Paper presented in the LAMCR conference in Cairo.

- Lundy, L. K., Ruth, A. M. & Park, T. D. (2008). Simply irresistible: Reality T.V. consumption patterns. *Communication Quarterly*, 56(2), 208-225.
- McNamee, S. (1996). Therapy and identity construction in a postmodern world. In D. Grodin & T. R. Lindlof (Eds), *Constructing the self in a mediated world* (pp. 141-155). London: Sage publications.
- McQuail, D. (1997). *Audience analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Morgan, M., Leggett, S. & Shanahan, J. (1999). Television and family values: Was Dan Quayla right?. *Mass Communication & Society*, 2(1/2), 46-63.
- Morley, D. (1981). The nationwide audience: A critical postscript. *Screen Education*, 39, 3-14.
- Morley, D. (1992). *Television, audience and cultural studies*. London & New York: Routledge.
- Morreale, J. (2003). Revisiting the Osbournes: The hybrid reality-sitcom. *Journal of Film and Video*, 55(1), 3-16.
- Moseley, R. (2000). Makeover takeover on British television. *Screen*, 41(3), 299-314.
- Nabi, R. L., Biely, E. N., Morgan, S. J. & Stitt, C. R. (2003). Reality: Based television programming and the psychology of its appeal. *Media Psychology*, 5, 303-330.
- Papacharissi, Z. & Mendelson, A. L. (2007). An exploratory study of reality appeal: Uses and gratifications of reality TV shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2), 355-370.
- Quellette, L. & Hay, J. (2008). T.V. interventions: Personal responsibility and techniques of the self. In idem (Eds.), *Better living through reality TV: Television and post-welfare citizenship* (pp 63-98). Oxford, UK: Wiley-Blackwell Publishers.
- Radway, J. (1984). *Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.
- Regan, P. C., Snyder, M. & Kasson, S. M. (1995). Unrealistic optimism: Self enhancement or person positivity? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1073-1082
- Reiss, S. & Wiltz, J. (2004). Why people watch reality TV? *Media Psychology*, 6(4), 363-378.

- Renckstorf, K. & McQuail, D. (1996). Social action perspectives in mass communication research: An introduction. In K. Renckstorf, D. McQuail & N. Jankowski (Eds.). *Media use as social action: A European approach to audience studies* (pp. 1-17). London: John Libbey.
- Schiappa, E, Allen, M. & Gregg, P. B. (2007). Parasocial relationships and television: A meta-analysis of the effects. In R. W. Preiss et al. (Eds). *Mass media effects research: Advances through meta-analysis* (pp. 301-314). Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates .
- Signoriellie, N. & Morgan, M. (2001). Television and the family: The cultivation perspective. In J. Bryant & A. Bryant (Eds), *Television and the American family* (pp. 333-351). Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates.
- Sipple, L. M. (2008). *To watch or not to watch? That is the question: Identifying the common characteristics of the reality television viewing audience*. MA Thesis presented to Liberty University, Lynchburg, VA.
- Skeggs, B., Wood, H. & Thumin, N. (2008). "Oh goodness, I am watching 'reality' television": How methods make class in audience research. *European Journal of Cultural Studies*, 11(1), 5-24.
- Thompson, J. B. (1990). *Ideology and modern culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Thompson, E., McLanhan, S. S. & Curtin, R.B. (1992). Family, structure, gender and parental socialization. *Journal of Marriage and the Family*, 54 (2), 368-378.
- Vorderer, P., Klimmt, C. & Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment: At the heart of media entertainment. *Communication Theory*, 14(4), 388-408.
- Wei, R. & Tootle, C. (2002). *Gratifications of reality show viewing: Antecedents and consensuses*. Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) 2002 Miami Beach Convention, Entertainment Studies Interest Group.
- Weinraub, M., Horvath, D.L. & Gringlas, M.B. (2002). Single parenthood. In M.H. Bornstein (Ed.), *Handbook of parenting*. Vol. 3: *Being and becoming a parent* (pp. 109-140). (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- Wong, J. (2001). Here's looking at you: Reality T.V, Big brother and Foucault. *Canadian Journal of Communication*, 26(4), 489 — 501.
- Wood, H. (2005). Texting the subject: Woman television and modern self-reflexivity. *The Communication Review*, 8(2), 115-135.

- Wood, H. (2007). "The mediated conversational floor": An intreractive approach to reception analysis. *Media, Culture and Society*, 29(1), 75-103.
- Wood, H. & Skeggs, B. (2008). Spectacular morality "reality" Television, individualization and the remarking of the working class. In D. Hesmenhalgh & J. Toynbee (Eds.), *The media and social theory* (pp. 177-193). London: Routledge.
- Woods, R. (2008). "I Like to see my worst people get voted off": Big Brother viewing among British Primary school children. *Journal of Children and the Media*, 2(2), 129-146.

סקירת ספרים

בתוך הקופסה: מיתוג סמוי בשידורי הטלוויזיה המסחרית בישראל

ענת באליונט, ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2012, 137 עמודים

עמית שכטר*

מדיניות ממשלתית היא תגובה על צורך חברתי – אמתי או מדומה – המעוגנת בתפיסת העולם של השלטון ונובעת ממערכת הערכים שעליה הובנתה השיטה הפוליטית. כשאנו עושים שימוש במונח "מחקר מדיניות", אנו מתכוונים לאחד משלושה סוגים של מחקרים: מחקרים המפנים זרקור לבעיה חברתית, כלכלית או פוליטית ומציעים לפתור אותה באמצעות התערבות (או בלעדיה); מחקרים המתארים מדיניות קיימת, סיבותיה, שורשיה ותוצאותיה; ומחקרים המעריכים את תוצאותיה של מדיניות, אם על פי הפרמטרים שנקבעו להערכתה על ידי הוגיה ואם על פי פרמטרים שאימצו החוקרים.

בשנים האחרונות פרסם המכון הישראלי לדמוקרטיה סדרה של מסמכים המכונים מחקרי מדיניות. מחקרים אלה עוסקים במגוון רחב של נושאים בעלי נגיעה, לפחות לדעת המכון או חוקריו, לשאלת חזקה של הדמוקרטיה הישראלית ועמידותה. מעטים מן המחקרים האלה עוסקים באופן ישיר בשאלות נורמטיביות הנוגעות לארגון שוק התקשורת בישראל או למדיניות תקשורת ומידע בכלל (אני ספרתי שבעה). אחד האחרונים שבהם, מחקר מדיניות מס' 95, בתוך הקופסה: מיתוג סמוי בשידורי הטלוויזיה המסחרית בישראל, מאת ענת באליונט, מציף סוגיה העולה מפעם לפעם על סדר היום הציבורי: גבולות המותר והאסור של השימוש במסרים מסחריים בשידור האודיו-ויזואלי המאוסדר בישראל. המחקר הוא מעין הכלאה בין תיאור בעיה כלכלית ובין תיאור ההתנהגות השלטונית

* ד"ר עמית שכטר (schejter@gmail.com) הוא פרופסור לתקשורת באוניברסיטת בן-גוריון בנגב ובאוניברסיטת Penn State, ארצות הברית.

ביחס אליה. באלינט, עיתונאית שפנתה לקריירה אקדמית, סיקרה את תופעת המסחר הסמוי של השידורים גם בעברה העיתונאי (תשעה סיפורים עיתונאיים כאלה שפורסמו בשנים 2004-2006 בעיתון הארץ מצוטטים במחקר עצמו). כעת, בהנחייתו של פרופ' מרדכי קרמניצר היא מבקשת "להאיר בפעם הראשונה את המתרחש מאחורי הקלעים של תוכניות הטלוויזיה המשודרות בשני הערוצים המסחריים ובערוצי הכבלים והלוויין" (עמ' 13).

מחקר מדיניות, כמו גם המדיניות שאותה הוא חוקר, הוא טקסט. ביקורת על טקסט המתפרסמת בכתב עת של מחקרי תקשורת ששמו מסגרות מדיה, איננה יכולה שלא להעריך את ניסיונה של המחברת לשנות את מסגור השיח העוסק בתופעת השילוב של "כל מסר שיווקי המשולב בתכנית טלוויזיה או באתר אינטרנט של תכנית טלוויזיה מתוך מתן תמורה חומרית" (עמ' 16). באלינט השתמשה במחקרה במונח "מיתוג סמוי", ונמנעה מהמונח המכובס "תוכן שיווקי", שבאמצעותו הצליחו המשרדים והמפרסמים להפוך פעולה מנוגדת לחוק ללגיטימית. בכך היא תורמת למאבקי תודעה אשר גם מחקרים וביקורת על מדיניות ציבוריות הם חלק בלתי נפרד ממנו. לצד המסגור החדש של השיח, חוזקו העיקרי של החיבור מצוי בחלקו המרכזי: הפרק השני, העוסק ב"שיטות להטמעת מיתוג סמוי", והפרק השלישי, המתאר את אופן שילוב ה"מיתוג הסמוי" בסוגות שונות של שידורי טלוויזיה, ובהן: תכניות סגנון חיים, טלנובלות ואופרות סבון ("סדרות יומיות"), דרמה, "תכניות מציאות"¹, תכניות תעודה וחדשות.

חמישים העמודים של הפרק השני והשלישי מעניקים, כמובטח, הצצה לא שגרתית אל מאחורי הקלעים של התעשייה האודיו-ויזואלית בישראל. כל מי שמעוניין להיחשף לתמונה מרתקת של יצירתיות שיווקית, שהיא מעין הצדעה למוח הישראלי ול"פטנטים" שהוא מסוגל להמציא כדי ליצור מקורות הכנסה נוספים ממוצר חבוט וחסר ערך, צריך לקרוא עמודים אלה. בעיני מרתקת מכול העובדה, המתוארת בפרקים אלה של המסמך, כי כמעט כל העושים במלאכה היצירתית הזו טענו שהם פועלים על פי החוק (למשל קשת בעמ' 35, 41, 44, 48, 54 ו-57; ערוץ 10 בעמ' 61, 71, 82 ו-91; בית ההשקעות אלטשולר שחם בעמ' 48; סלקום בעמ' 51; ענני תקשורת בעמ' 70); הכחישו כי הם עוסקים בה (למשל יס בעמ' 47 ו-73; הטלוויזיה החינוכית בעמ' 56; הוט בעמ' 74), או סירבו להגיב (למשל אולפני הרצליה ודרסט הפקות בעמ' 74). כעיתונאית לשעבר הקפידה באלינט לבקש תגובות, אבל למעט מקרה אחד, שבו ציינה כי תגובת ערוץ 10 היא "כנראה תיאור מדויק" (עמ' 70), ברור כי היא מטילה ספק באמינות התגובה. היבט "מטלטל" שני של החיבור הוא תיאור אוזלת היד של גופי האסדרה. התיאור של באלינט נע מהערכת האסדרה כ"תגובה רפה ולא יעילה" (עמ' 18), דרך תיאורה כתחרות בין הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו ובין המועצה לשידורי

כבלים ולווין, "מי ינהיג מדיניות מתירנית יותר בנוגע לסוגיית המיתוג הסמוי" (עמ' 21), ועד להגדרתה כפעילות המתנהלת בניגוד לחוק "כמעט באין מפריע" (שם). גם הקורא ההדיוט ימצא כי העובדה שרשויות האכיפה נעזרות ב"מדר" המתפרסם בעיתון מסחרי ובעל אינטרסים בשוק התקשורת האודיו-ויזואלי בישראל ככלי עבודה לגילוי הפרות חוק של הגופים המפוקחים, היא קומית-טרגית.

אלא שיש להבחין בין ההתנהלות ה"לואי דה פינסית" של גופי האסדרה ובין השאלה העקרונית והעמוקה יותר: האם מוצדק להסדיר את סוגיית המיתוג הסמוי? האומנם גורם המיתוג הסמוי נזק כלשהו לצופים כצרכנים, כצרכני תקשורת וכאזרחים, כפי שטוענת באלִינט בחלק האחרון, הקצר והפחות ממצה של המסמך? לשאלת ההצדקה שני היבטים חשובים: היבט אמפירי לגבי היקף התופעה ואם היקף זה "מצדיק" השקעת משאבי אסדרה, והיבט עקרוני המתרכז ב"הצדקת האסדרה" ובנזק כביכול שהיא גורמת או עלולה לגרום. בשני היבטים אלה מתקשה מסמך המדיניות לשכנע, בין היתר בשל סתירות פנימיות הקיימות בו. על השאלה הראשונה עונה באלִינט שתי תשובות מנוגדות. מצד אחד היא מתארת את תופעת המיתוג הסמוי כ"תופעה שכיחה" (עמ' 92) וכ"מנוע כלכלי שצמיחתו מהירה ונוכחותו דומיננטית" (עמ' 15). מצד שני היא מתארת אותה כ"תופסת נתח מצומצם יחסית מכלל פעילויות השיווק שנוקטים המפרסמים" (עמ' 28), וליתר דיוק כ-4.5 אחוזים מההוצאה על פרסום בכלל אמצעי התקשורת וכ-13 אחוז מההוצאה על פרסום בטלוויזיה. לא זו אף זו, בשנים 2005-2008 שבהן עוסק המסמך לא גדל היקף התופעה מבחינת ערכה הכספי ואף פחת בכעשרים אחוז: מ-35 מיליון דולר ל-28 מיליון דולר (באלִינט איננה מערערת על נתוני המפרסמים עצמם שאותם היא מצטטת). האם ראוי להשקיע מאמץ אסדרתי בתופעה הנדמית שולית? האין כאן סוג של moral panic, שמאפיין את החברה המערבית בכל עת שהיא נתקלת בתופעה המערערת על הסדר הקיים, ובמקרה זה תופעה ששאלת מרכזיותה ומגמת גידולה מוטלים בספק?

שאלה כבדת משקל זו מקבלת יתר תוקף כאשר אנו מנסים להעמיק בטיעוניה של באלִינט. באלִינט בונה משוואה שבה ישנם שלושה גורמים: המְשדרים, המפרסמים והקהל, ואולי עוד גורם, רביעי – גופי האסדרה. במשוואה זו יש מעין טעות אופטית, שכן בעולם התקשורת המסחרית בכלל ובתקשורת האודיו-ויזואלית בפרט, גם אם גופי השידור והמפרסמים הם בעלי אינטרסים עסקיים מנוגדים (אלה רוצים לדרוש יותר כסף עבור זמן הפרסום ואלה רוצים לשלם פחות; אלה היו מעדיפים פחות ערוצי שידור ותחרות, בעוד אלה מקווים ליותר), הרי שבמערכת היחסים עם צופה-צרכן-אזרח הם מייצגים אינטרס אחד. על המשוואה הזו הצביע כבר סמיית (Smythe, 1977/1994), כאשר תיאר את הקהל

כ"מצרך" או כ"סחורה" (audience commodity) הנמכרת על ידי המְשדרים למפרסמים. אין כל חידוש או רבותא בתופעת המיתוג הסמוי כדי לשנות את המשוואה הזו. למעשה, אם קיימת בעיה מוסרית בשידור המסחרי היא לא החלה בהופעת המיתוג הסמוי אלא בעצם קיומו של השידור המסחרי. באלניט מאזכרת את סמיית בהערת שוליים (עמ' 96) ודוחה את המשוואה שלו, בטענה כי המסגרת המאסדרת בישראל מושתתת על שמירת "המחויבות הציבורית" של הערוצים המסחריים "כלפי ציבור הצופים", אולם הנחה זו היא הנחה נאיבית. לגופי השידור המסחריים אין כל "מחויבות ציבורית". זוהי פיקציה שיצרו משטרים נאו-ליברליים כדי להצדיק את הפרטת השידור. המחויבות היחידה של הערוצים המסחריים היא לבעלי מניותיהם ושום פעולה אסדרתית או חוקית לא תשנה את אופיים מיסודו. אין כמו המחקר הזה כדי להוכיח הערכה זו של העדפותיהם הנורמטיביות של בעלי הערוצים ועובדיהם. ערוצי השידור מעמידים את הנכס המצוי בידיהם לרשות המפרסמים, העושים שימוש בערוצי השידור כדי לחשוף את הציבור למסר מניפולטיבי שייצור יחס חיובי של הצופים למוצריהם. לכן ייחודו של המיתוג הסמוי והבחנתו מהפרסום הקונוונציונלי לא רק שאינם קיימים ברמה התפיסתית, אלא שהם גם אינם נדרשים כלל וכלל לצרכים אסדרתיים. משהותר השידור המסחרי, צריך היה לצפות כי העוסקים במלאכה ישקיעו את מיטב מרצם בהגדלת הכנסותיהם, ומשחקי החתול והעכבר בין גופי האסדרה וגופי השידור אינם מוסיפים כבוד לאיש ואינם מועילים בסופו של יום גם לצופה. סוגיית היקף המסחור של ענף השידורים לציבור, ובמיוחד של שידורי הטלוויזיה המסחריים, איננה נתונה להכרעה פשוטה המבחינה בין שחור ולבן, בין היתר משום שההבחנה בין פרסום "גלוי" לבין מיתוג "סמוי" איננה חדה משמעית והצורך לתת להם טיפול אסדרתי שונה איננו מובן מאליו. תעיד על כך העובדה שבכל מדינה קיימת מערכת כללים שונה בסוגיה זו ואף בתקופה שבה באיחוד האירופי חל איסור מוחלט על פרסום סמוי (שהיה קרוי שם surreptitious advertising) הגיעו מדינות שונות להסדרים שונים על היקף האיסור (Schejter, 2006). הסדרים אלה אמורים היו לעלות בקנה אחד עם האיסור ברמה העל-אירופית, אך בסופו של התהליך אומץ דווקא קוד מקל שהתיר פרסום סמוי בהיקפים מסוימים ובתכנים מוגדרים.² בקנדה ובאוסטרליה, לדוגמה, מעולם לא הוטל איסור על פרסום סמוי. מכאן אנו מבינים כי "הסכנה הדמוקרטית" שבמיתוג הסמוי אינה מובנת מאלה במרבית מדינות המערב, ולפחות בשקלול מחירה למול תרומת הטלוויזיה המסחרית להיבטים אחרים של החיים, היא נמצאה ברבות מהן בטלה בשישים.

סיבות רבות – פוליטיות, היסטוריות, טכנולוגיות, משפטיות וודאי גם נורמטיביות – הביאו מדינות שונות להסדרים שונים בכל הנוגע למיתוג הסמוי

בשידורים. ההסדר הישראלי מעיד על תוהו ובוהו, על אובדן שליטה מערכתית, ובעיקר על היעדר בסיס נורמטיבי ואידאולוגי שנדון ברצינות ואשר עליו מבוססת המדיניות שגובשה. ראייה השוואתית של ההסדרים השונים בעולם, האגרסיביות של המשדרים המסחריים בישראל והיעדר השקיפות והיושרה המאפיינת את התנהגותם של גופים מסחריים בכלל, ושל גופי השידור הישראליים בפרט, מעידים כי הגישה הנורמטיבית שמציעה באלנט איננה מעשית. יש להתייחס אל השידור המסחרי כנעדר כל ערך מעבר לערך הכלכלי שהוא מפיק לעוסקים בו (ולברך כל אימת ש"ערך" אחר נוצר בו דרך מקרה) ויש להימנע מקביעות נורמטיביות עמומות לגביו, שעמימותן מביאה לזלזול בשלטון החוק (זאת מעבר לפיקוח על עברות פליליות כמו הפרת חוקי הגנת הפרטיות, עברות לשון הרע, פגיעה בקטינים והפצת פורנוגרפיה בכלל ופורנוגרפיית ילדים בפרט). הניסיון להגן על קהל הצופים באמצעות הפרדה בלתי ישימה בין תוכן מערכתי לתוכן מסחרי בשידור הקרקעי עבר זמנו זה כבר. מרבית צופי השירות האודיו-ויזואלי אינם יכולים להבחין בהבדל שבין הערוצים המסחריים השונים שנבע בעבר מכך ששודרו בפלטפורמות שונות. כבר כיום צופה הרוב המכריע של הציבור בערוצים האודיו-ויזואליים על גבי פלטפורמות רב-ערוציות. עם הרחבת הפלטפורמה הדיגיטלית "עידן פלוס" יעמדו לבחירתו שלוש פלטפורמות מרובות ערוצים שעבורו הם היינו הך. מוטיבציית הרווח של בעלי ערוצים אלה תוביל לכך שהם יעשו כל שביכולתם, כפי שהיטיבה באלנט לתאר, לעקוף כל אסדרה שתנסה למנוע מהם מקור הכנסה, זניח ככל שיהיה, ואילו השלומיאליות, החפיפניקיות, הרשלנות והחובבנות של גופי האסדרה הישראלים תמנענה ממילא כל אפשרות לאכוף הסדרים, אפילו אם נדמה שהם צודקים.

הפתרון לקריסת המרחב הציבורי (אם היה אי פעם כזה) הוא בקימומו של מרחב ציבורי חדש ואלטרנטיבי בדמותו של גוף אודיו-ויזואלי חזק ומרכזי הניזון מכספי ציבור, מציב את אינטרס הציבור בראש מעייניו ומנצל את תכונותיהם ההידוריות והשיתופיות של אמצעי התקשורת העכשוויים ושל יורשיהם המתוחכמים מהם שיקומו בעתיד הלא רחוק. במקום לרדוף עד אין קץ גופים מסחריים ולחפש אצלם "הפרות", יש לעודד את היצירה המקורית ואת העצמאות המחשבתית על ידי רפורמה אמיתית ברשות השידור, תוך ניצול משאביה הגדולים מחד גיסא וכוהם היצירתי המעולה של היוצרים הישראלים מאידך גיסא. ובמקום לבוז כספי ציבור על משכורות הרגולטורים שמנסים להכתיב טעמים תרבותיים ומכלים את זמנם ביצירת חוקים שאינם יכולים לאכוף, רצוי להשקיע בחיזוק היצירתיות ובחינוך לאוריינות תקשורתית, שתאפשר לקהל עצמו לזהות מתי "עובדים" עליו ומתי משרתים אותו נאמנה. רגולטורים מטעם השלטון שמנסים, באמצעות מנגנוני אסדרה, לעדן את ההשלכות המזיקות של המפנה המסחרי של עולם התקשורת,

ובמקביל מעניקים לגיטימציה ציבורית ופוליטית לאותו מפנה מסחרי שמגיע על חשבון תפקידיה הציבוריים והדמוקרטיים של התקשורת, רק מזיקים לאותו מאבק תודעתי שגם באלניט, לדעתי, מבקשת לקחת בו חלק. הציבור צריך להכריע את ההכרעות המוסריות, ובלבד שיהיו בידיו הכלים לעשות זאת. מסמך המדיניות בתוך הקופסה תורם רבות לחקר עולם הפרסום ו"המיתוג הסמוי" בישראל, אולם יש לקוות כי מחקרי המשך, אשר יתבססו על סקירתה המקיפה של באלניט, יציעו פלטפורמה חדשה ושונה לדיון פרודוקטיבי על העתיד.

הערות

- 1 בהתבסס על העיקרון שלמסגור השיח יש חשיבות עליונה בהבנתו, אני סבור שיש להתייחס לסוגה הטלוויזיונית הידועה כ"תכניות מציאות" בתוך מירכאות, המעידות על האוקסימורון הטמון בכינוי זה שניתן לסוגה שיש בה הכול מלבד מציאות.
- 2 ההסדר האירופי החדש דומה להסדרי ועדת כשר (2007) שבאלניט מתארת אותם בפירוט ובדיוק, ואשר כפי שהיא מסבירה לא אומצו בישראל מעולם שכן על מנת לאמצם יש צורך בשנוי החוק הקיים

רשימת המקורות

- Smythe, D. W. ([1977] 1994). *Communications: Blindspot of western marxism*. In T. Guback (Ed.). *Counterclockwise: Perspectives on communication*. Boulder, CO: Westview Press, pp. 263–291.
- Schejter, A. (2006). "Art Thou For Us, or For Our Adversaries?" Communicative action and the regulation of product placement: A comparative study and a tool for analysis. *Tulane Journal of International and Comparative Law*, 15(1), 89-119.

סקירת ספרים

יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה

יחיאל לימור, ברוך לשם, לאה מנדלזיס, רעננה: האוניברסיטה הפתוחה, תשע"ד/2014, 679 עמ'.

תמר להב*

הספר יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה הוא תוספת חשובה למדף ספרי הלימוד האקדמיים בתחום התקשורת האסטרטגית, וממלא את הצורך של מרצים וסטודנטים בספר לימוד מקיף ורחב יריעה בשפה העברית בתחום זה. הספר מציג ודן בשינויים המרכזיים שהתרחשו בתחום יחסי הציבור: המעבר מתחום פרקטי לתחום מקובל ושכיח במחקר האקדמי, המעוגן בתאוריות ומודלים; המעבר מתפיסה המתווה פרקטיקה של תקשורת חד-כיוונית מארגונים לבעלי העניין שלהם לתפיסה המתווה פרקטיקה של תקשורת דו-כיוונית וסימטרית בין המוענים לנמענים; המעבר מפעילות מרכזית, לעתים בלעדית, של קשרי מדיה למגוון פעולות רחב ומגוון כגון תקשורת פנים-ארגונית, ניהול תקשורת במצבי משבר, קשרי קהילה ומשקיעים, גיוס תרומות וחסויות; המעבר מפעילות יחסי ציבור לא מתוכננת, הנשענת על תחושות בטן ותרבות ה"שלוף", לפעילות כזו המבוססת על מחקר מקדים, על זיהוי קהלי יעד, על קביעת אסטרטגיה תקשורתית וטקטיקות ליישומה, ועל בקרה והערכה; והמעבר מפעילות במדיה המסורתיות לפעילות יחסי ציבור המשלבת ערוצי מדיה מסורתיים וערוצי מדיה חדשים.

בטקס חלוקת פרסי "האריה השואג" (2013) מטעם איגוד יועצי התקשורת ויחסי הציבור בישראל, אמר איציק כגן, יושב ראש האיגוד, כי תחום יחסי הציבור שהיה בעבר "הילד החורג" של תעשיית התקשורת השיווקית, נמצא בימים אלה בנקודת זינוק מצוינת לקראת השנים הבאות. לדבריו, ההתפתחויות הטכנולוגיות

* ד"ר תמר להב (tamar37@netvision.net.il) היא ראש מסלול תקשורת אסטרטגית, בית הספר לתקשורת, אוניברסיטת אריאל.

הובילו למציאות משתנה שבה הצרכן לא מעוניין יותר במונולוגים פרסומיים אלא בדיאלוג בגובה העיניים. ואכן, טכנולוגיית ה-Web 2.0, המאפשרת למשתמש להוסיף תוכן משל עצמו ובכך ליצור שיח ואינטראקציה עם ארגונים שונים, הפכה לזירה החדשה של יחסי הציבור, ורבים רואים ברשתות החברתיות בכלל ובפייסבוק בפרט את הערוץ החשוב ביותר ומשקיעים בו את מרב מאמציהם (Wright & Hinson, 2009). בישראל, חדירת המדיה החברתיים היא גבוהה והרשת החברתית פייסבוק היא אחד מאתרי האינטרנט הפופולריים. קרוב לשלושה רבעים מאוכלוסיית ישראל גולשים באינטרנט בפועל, ושיעור השימוש ברשתות חברתיות בישראל בקרב בני ה-18 ומעלה קרוב לשבעים אחוז, נתון הדומה למקבילו בקרב הגולשים האמריקנים (דרור וגרשון, 2012).

המדיה החברתיים מאפשרים מימוש מקסימלי של רכיבי המודל "תקשורת דו-כיוונית סימטרית", ותאוריית המצוינות מדגישה את חשיבות התקשורת הסימטרית בין ארגון לבין בעלי העניין שלו. תאוריה זו מבהירה כי לתכנית תקשורתית יעילה יש יכולת "לקרב את הארגון אל הציבור שבתוכו הוא פועל, ובכך לשפר את פעילות הארגון ולתרום להשגת מטרותיו ויעדיו" (פרק 3, עמ' 126). זיהוי בעלי העניין ומציאת הדרך היעילה להידברות עמם מתוך הבנה הדדית, היא קריטית. ואכן, ההתפתחויות הטכנולוגיות הביאו אתן שינויי תפיסה המאלצים את העוסקים ביחסי ציבור, המתווכים בין לקוחותיהם האינטרסנטיים לבין בעלי עניין/צרכנים, לחפש ולייצר רעיונות לכיווני פעולה חדשים, ומחייבים אותם לשמר ולחזק את הדימוי החיובי של לקוחותיהם בערוצים שבהם קהליהם האסטרטגיים נמצאים, שואלים, מעלים טענות, מגיבים ומחפשים מידע. המדיה החדשים הם לא Buzz word אלא כלי אסטרטגי, ועם הזמן עוד ועוד עוסקים בתחום מפתחים מיומנויות הקשורות לטכנולוגיות אלה. השאלה איננה אם להשתמש בטכנולוגיות החדשות, אלא איך להשתמש בהן. ואולם בספר המונה 15 פרקים, פרק אחד בלבד (פרק 13) מוקדש ליחסי ציבור במדיה החדשים, והדיון בו חסר בהיבט הפרקטי ובתחום המחקרי. ברמה של PR 2.0 ב-Web 2.0 הדיון בפרק מתמקד בפייסבוק, בטוויטר, בכלוגים וביוטיוב, ולא עוסק בכלים כגון פודקאסט, שיתוף תמונות (אינסטגרם, פליקר), השטג (Hashtag) באינסטגרם, בטוויטר ובפייסבוק, ויחסי ציבור וירליים, שנמצאו בכמה מחקרים ככלים מרכזיים של העוסקים ביחסי ציבור בשגרה ובעת משבר (Freberg, Salting, Vidoloff & Eosco, 2013; Eyrich, Padman & Sweetser, 2010; Gillin, 2008). עם זאת, מחקרים אלה ומחקרים נוספים המוזכרים בפרק זה, מבוססים על סקרים וראיונות אישיים עם עוסקים ביחסי ציבור בארגונים או בחברות פרטיות, ואין מדובר במדגם מייצג של מרואיינים או משיבים. כלומר, מעבר לאנקדוטות ולמחקרי דיווח עצמי, יש ראיות מעטות על האפקטיביות של המדיה החברתיים.

פעילות העוסקים ביחסי ציבור במדיה החדשים משולבת ברוב המקרים בפעילות במדיה המסורתית המוצגת בפרקים 7 ו-9. פרקים אלה דנים בכלים של יחסי ציבור, כגון הודעה לעיתונות, ערכת עיתונות, מסיבת עיתונאים, סיור עיתונאים וראיונות בתקשורת. אף שהמחברים מציינים את ירידת קרנם של מסיבות עיתונאים ושל סיורי עיתונאים, הדיון בנושאים אלה רחב ומקיף "עד אחרון הפרטים", במיוחד בהיבט הפרקטי. מקדים נושאים אלה פרק 4, המציג באופן מקיף את מפת התקשורת הרלוונטית לישראל 2013, והרציונל לדיון בנושא הוא "חלק נכבד מתפקידם של יחצנים רבים הוא ייזום וניהול קשרי עיתונות, וכדי למלא את התפקיד בהצלחה עליהם להכיר את מפת התקשורת" (פתח דבר, עמ' 21). אך הצגת מפת התקשורת בישראל ופריסת כלי יחסי הציבור במדיה המסורתית היו מקבלים רוברד נוסף של משמעות לו הורחב הדיון לאינטראקציה בין הצדדים המעורבים בתהליך התקשורת – העוסקים ביחסי ציבור והעיתונאים. הספרות התאורטית והמחקרית מתייחסת בהרחבה לקשרי גומלין אלה. פריור-מילר (Prior-Miller, 1989) הציעה ארבע תאוריות חברתיות שאפשר ליישמן ביחסי ציבור. אחת מהן היא תאוריית החליפין המושרשת בבסיס היחסים בין עיתונאים לבין העוסקים ביחסי ציבור. שני הצדדים שואפים לקיים מערכת יחסים מתמשכת של חילופי תועלת, וישמרו עליה כל עוד הם מאמינים שהיא מתגמלת אותם יותר מהעלויות הכרוכות בה. הנגישות לתקשורת היא ערך חשוב לעוסקים ביחסי ציבור המתמחים בקשרי מדיה, ועל כן הם ינסו לכונן ולשמר יחסים חיוביים עם שומרי הסף. שתי דרכים מרכזיות להשגת הנגישות הן חיזוי צורכי העיתונאים ואספקת מידע בעל ערך חדשותי, שיאפשר לאחרונים לשרוד או להתקדם בארגון התקשורת. עם זאת הנגישות לתקשורת תלויה באופן שבו תופסים העיתונאים את הלגיטימיות של הארגונים המעסיקים יחסי הציבור. על פי מודל הנגישות למדיה (Yoon, 2005) יש למומחיות ביחסי ציבור השפעה על תפיסת הלגיטימיות של הלקוח ושלחם, ובעקבותיה על הנגישות למדיה ועל הסיקור התקשורתי. יתרה מזאת, יחסי עלות תועלת מתקיימים גם כמישור הבין-ארגוני, ואחת התועלות המרכזיות של העיתונאים היא קבלת "מידע מסובסד". דהיינו, לסיוע של העוסקים ביחסי ציבור באיסוף מידע והעברתו לעיתונאים יש השלכות כלכליות הן על גופים המיוצגים באמצעות יחסי ציבור הן על ארגונים תקשורתיים. הגופים המיוצגים משקיעים משאבים אנושיים וכספיים בייצור מידע המציג את נקודת מבטם, ואילו ארגונים תקשורתיים חוסכים משאבים אנושיים וכספיים כשהם מקבלים מידע ארוז בחינם או במחיר זול משמעותית מעלות ייצורו (Zoch & Molleda, 2006; Xifra, 2009).

הדיון ברקע התאורטי (פרק 3) מציג את תהליך גיבוש התשתית התאורטית והמחקרית ליחסי הציבור, מתוך דיסציפלינות שונות כגון תקשורת המונים, מנהל

עסקים, פסיכולוגיה וכלכלה. משימה לא פשוטה עמדה לפני המחברים כאשר היה עליהם לבחור משלל התאוריות, התפיסות, הגישות והמודלים את הרלוונטיים ביותר לתחומי הפעילות והתפקידים של יחסי הציבור. בתחילת הדיון בנושא מוצגות בקצרה הטענות המרכזיות של תאוריית המסגור, אך ראוי היה להרחיב בה, בגלל השלכותיה הרבות על פרקטיקת יחסי הציבור. לפני כ-15 שנה הציג הלהן (Hallahan, 1999) טיפולוגיה של שבעה מודלים של מסגור שאפשר ליישם ביחסי ציבור והנשענים על מקורות מפתח אקדמיים, דהיינו מחקרים ותאוריות: סיטואציות, תכונות, בחירות, פעולות, נושאים, אחריות וחדשות. לדוגמה, מסגור של בחירות רלוונטי כאשר עומדות לפני האדם כמה אופציות לפעולה, אך ככל פעולה גם המסגור יכול לגרום הפסד או רווח. על פי תאוריית הערך אנשים מייחסים חשיבות רבה יותר לאפשרות של הפסד מאשר לאפשרות של רווח, ובמצבים של אי ודאות יטלו יותר סיכונים כדי להימנע מהפסדים. על כן בתחום הרפואה, לדוגמה, על יחסי הציבור למסגר את הבחירה במושגים של הפחתת סבל, מניעת התנהגויות והרגלים מקצרי חיים וכדומה.

בפרק מוצגים בהרחבה ארבעת המודלים הבסיסיים ביחסי ציבור של גרונינג והאנט (Gruning & Hunt, 1984), אשר החשוב שבהם, "תקשורת דו-כיוונית סימטרית", עדכני ורלוונטי במיוחד בעידן המדיה החדשים. תקשורת דו-כיוונית סימטרית עם בעלי עניין בתוך הארגון ומחוץ לו היא מאפיין חשוב בתאוריית המצוינות, המציבה את יחסי הציבור כשותפים מרכזיים בתהליך קבלת ההחלטות בארגון. שני מאפיינים אלה חיוניים להצלחת יחסי הציבור בניהול משברים. בפרק 10, הדין ביחסי ציבור במצבי משבר, מוצגת "תכנית מגרה" כפעולה הבסיסית הראשונה בהתכוננות למצב משברי. אך האם תיק תקשורת ב"תכנית מגרה" אכן מבטיח כי הארגון יתמודד באופן מיטבי עם המשבר? מרה (Marra, 1998) מציע מודל המסביר וחווה את הצלחת/כישלון ניהול משבר. לטענתו, אין זה ודאי שארגונים שהכינו תיקי תקשורת לשעת משבר, גם הטובים ביותר, ינהלו משבר בהצלחה. רק ארגון שעונה על התנאים הבאים: תרבות ארגונית המאפשרת אוטונומיה למחלקת יחסי הציבור; שיתוף בכיר במחלקת יחסי הציבור בקואליציה השלטת; קיומה של תקשורת סימטרית דו-כיוונית, המפתחת ומטפחת קשרים חיוביים עם קהלי המפתח בזמני שגרה (ממאפייני תאוריית המצוינות שהוצגה בפרק 3) – יצליח ליישם בהצלחה את התכנית שהוכנה בשלב ההיערכות לקראת משבר. מאפיינים אלה ואחרים הם תנאי הכרחי להצלחת יחסי הציבור, אך לא תמיד הם מחברים כחוט השני בין הנושאים הרלוונטיים בספר.

תקצר היריעה מלדון בהרחבה בכל פרקי הספר שלא הועלו עד כה לדיון. הפרק הראשון הוא מעין מבוא שאפשר למצוא בין נושאו מגוון הגדרות ליחסי ציבור, שכל אחת מהן מוסיפה על קודמתה; הצגת הפעילויות העיקריות של

יחסי הציבור וכישורים נדרשים לעוסק בתחום; דיון בהבדלים בין יחסי הציבור לבין הפרסום והשיווק ועוד. לקראת סוף הפרק מוצגת ההתמודדות של חוקרים עם שאלה מעוררת מחשבה, שאין עליה תשובה חד־משמעית: האם יחסי ציבור הם מקצוע או עיסוק? הפרק השני עוסק בהרחבה בהתפתחות ההיסטורית של יחסי הציבור בעולם ובישראל, תוך הדגשת ההשפעות של ממשלות ובעלי הון על התהליך. פרקים 5, 6 ו־14 מתמקדים במחקר, אסטרטגיה וטקטיקה, במדידה ובהערכת פעילות יחסי הציבור. פרקים אלה מדגישים את החשיבות של פעילות יחסי ציבור מתוכננת ומבוססת שמטרתה לעזור לגוף אותו הם משרתים, להשיג את מטרותיו ויעדיו. פרק 10 דן ביחסי ציבור וניהול משברים במדיה המסורתית והחדשים. מוכנות למשבר עתידי, הכוללת תכנית מקדימה ותכנית עבודה מתמשכת לניהול המשבר בתקשורת, עשויה להקטין את מספר האבדות, את הנזק לרכוש ולסביבה ואף לטפל בדימוי שלילי שעלול להיווצר למקום/ארגון בו התרחש המשבר. בפרק מוצגים היבטים תאורטיים לצד היבטים פרקטיים וכן דוגמאות מרתקות של משברים שנוהלו בהצלחה וכאלה שניהולם היה כושל. פרקים 11-12 בוחנים את התפקיד של יחסי הציבור ביחסים הנרקמים בין צבא, משטרה ופוליטיקה לבין התקשורת והציבור. פרק 15 מוקדש לאתיקה ביחסי ציבור ומציג באמצעות "מודל הדילמות האתיות של היחצן" את החובה הכפולה של העוסקים ביחסי הציבור ללקוחותיהם מכאן ולאינטרס הציבורי מכאן. על החשיבות של פרקים אלה ועל הזיקה ביניהם, ובמיוחד על המתחים בין מוסד המשטרה למוסד התקשורת, אפשר להקיש מתגובתה של הדוברת האישית של מפכ"ל המשטרה, כפי שצוטטה בעיתון הארץ בכתבה של יניב קובוביץ:

אין בכוונתנו להתייחס לתוכן פנייתך שכן התנהלות מערכת עיתון הארץ אינה עומדת בסטנדרטים הבסיסיים של עיתונות מקצועית הוגנת ומתאפיינת בסיקור מגמתי מוטה וחד־צדדי. פעם אחר פעם עיתון הארץ בוחר להתעלם מעקרונות היסוד של סיקור הוגן, ומהוראות תקנון האתיקה של מועצת העיתונות [...] אין לנו דבר וחצי דבר עם תקשורת מבקרת המבצעת את תפקידה כראוי למשטר דמוקרטי המושתת על חופש הביטוי וחופש העיתונות, אך לצערנו, חירויות אלה לא כוללות את חופש ההשתלחות. צר לנו כי מציבור קוראי הארץ נחסכת פעמים רבות תגובת המשטרה והם נחשפים לתמונה חד־צדדית ומגמתית באופן המבליט את חוסר תום הלב לכאורה שבסיקור... (הארץ, 12.1.2014).

ציטוט עדכני זה, הרלוונטי לנושאי הספר, יכול לשמש במסגרת נאותה בסיס לדיון רחב על ספרי לימוד מתוקשבים. בעשור השני של המאה העשרים ואחת,

סטודנטים רבים לתקשורת חיים במציאות של תכנים דיגיטליים ובסביבה לימודית חדשה שבה יחידות לימוד מתוקשבות מייצגות תפיסה מרחבית של למידה. ספר לימוד דיגיטלי המאפשר עדכון בכל עת, עשוי לעורר התעניינות וסקרנות בסטודנטים.

רשימת המקורות

דרור, י' וגרשון, ס' [2013]. ישראלים בעידן הדיגיטלי 2012. אוחזר בינואר 2014 מן האתר http://www.colman.ac.il/research/research_institute/Israel_project_Digital/Documents/Israelis_digital_.pdf קובוביץ, י' (12.1.2014). כהונת המפכ"ל דנינו הוארכה, על אף ביקורת נגדו מצד קצינים במשטרה. הארץ, 9.

- Eyrich, N., Padman, M.L. & Sweetser, K.D. (2008). PR practitioners' use of social media tools and communication technology. *Public Relations Review*, 34, 412-414.
- Freberg, K., Saling, K., Vidoloff, K.G. & Eosco, G. (2013). Using value modeling to evaluate social media messages: The case of Hurricane Irene. *Public Relations Review*, 39, 185-192.
- Gillin, P. (2008). New media, new influencers and implications for the public relation profession. *Journal of New Communications Research*, 2(2), 1-10.
- Gruning, J.E. & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Reinhart and Winston.
- Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: Implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205-242.
- Marra, F. J. (1998). Crisis communication plans: Poor predictors of excellent crisis public relations. *Public Relations Review*, 24(4), 461-474.
- Prior-Miller, M. (1989). Four major scientific theories and their value to public relations researcher. In C.H. Botan & V. Hazleton, Jr. (Eds.), *Public relations theory* (pp. 67-81). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Wright, D.K. & Hinson, D.H. (2009). Examining how public relations practitioners actually are using social media. *Public Relations Journal*, 3(3), 1-33.

- Xifra, J. (2009). Journalists' assessments of public relations subsidies and contact preferences: Exploring the situation in Spain. *Public Relations Review*, 35, 426-428.
- Yoon, Y. (2005). Legitimacy, public relations, and media access: Proposing and testing media access model. *Communication Research*, 32(6), 762-793.
- Zoch, L.M., & Molleda, J.C. (2006). Building a theoretical model of media relations using framing, information subsidies, and agenda-building. In C.H. Botan & Hazleton, V., Jnr (Eds.). *Public relations theory II* (pp. 279-310). NJ: Lawrence Erlbaum.

סקירת ספרים

יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה

יחיאל לימור, ברוך לשם, לאה מנדלזיס, רעננה: האוניברסיטה הפתוחה, תשע"ד/2014, 679 עמ'.

נחמה לואיס-פרסקי*

ספרם של לימור, לשם ומנדלזיס מציע סקירה נרחבת של תחום יחסי הציבור, לרבות בחינה היסטורית של התפתחותו, תאוריות מרכזיות, דרכי ביצוע והערכה, ושיטות עבודה מומלצות ליחצ"נים. בסקירה שזורות דוגמאות ומוצגים ניתוחי אירועים שקרו בישראל ומחוץ לה. הספר ממלא חסר בספרות התקשורת בעברית, ומכסה מגוון רחב של נושאים הקשורים לתאוריות ופרקטיקות ביחסי ציבור. הפרקים 1-3 מטפלים ביסודות יחסי הציבור על ידי ניתוח ההגדרה של יחסי ציבור, תיאור התפתחותו ההיסטורית של התחום ודיון בתאוריות המרכזיות. המחברים מתייחסים לתפיסות מוטעות נפוצות בנוגע ליחסי ציבור ומבחינים בין תחום זה לתחומים קרובים אך שונים, כגון פרסום, דוברות, שיווק ושתדלנות, במגוון של ממדים. בהמשך מובאת בספר סקירה היסטורית מקיפה של תחום יחסי הציבור בעולם בכלל ובישראל בפרט. בחלק זה מוצגות גם הדמויות המרכזיות בתחום: אדוארד ברנייס ואייבי לי. לאחר מכן מתמקדים המחברים בתאוריות ומציגים כמה תאוריות רלוונטיות המשמשות ביחסי ציבור, כמו גם תאוריות מתחומים נוספים, כגון תקשורת המונים ותקשורת אסטרטגית. הסקירה התאורטית רחבה – גישה מתאימה לספר המיועד לתת בסיס אקדמי לסטודנטים בקורסי מבוא ביחסי ציבור. לעניות דעתי, נכון יהיה כי סטודנטים לתואר שני ומעלה, ויחצ"נים השואפים ליישם תאוריה מסוימת, יוסיפו על תוכן פרק זה ממקורות אחרים. מקור טוב נוסף, לדוגמה, הוא קפלה (Cappella, 2006), אשר סוקר מגוון

* ד"ר נחמה לואיס-פרסקי (nlewis@com.haifa.ac.il) היא מרצה בחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה.

רחב של תאוריות המיושמות בתקשורת אסטרטגית, ומארגן אותן לפי קטגוריות של תאוריות של שינוי התנהגות, עיבוד מידע, והשפעות של מסר, תוך הפניית הקורא למקורות המקוריים של התאוריות.

פרקים 4-6 של הספר מתמקדים בפרקטיקה של יחסי הציבור בישראל, ובתפקידיהן של תאוריה, אסטרטגיה וטקטיקה. פרקים אלה מתחילים בציור מפת הסביבה התקשורתית בישראל הכוללת מגוון רב של ערוצי תקשורת מסורתיים כמו גם ערוצי מדיה חדשים. תיאור מפת מבנה התקשורת המקומית הוא דבר נכון בספר מסוג זה ומשמש משאב חשוב לסטודנטים המעוניינים להשתלב בשוק העבודה המקומית ביחסי ציבור. בהמשך, המחברים מדגישים את תפקידו המרכזי של המחקר ביחסי ציבור בתיאורים מפורטים של שלבי המחקר ושל שיטות מחקר זמינות ליחצ"נים, ושל תפקידיהם של המחקר האיכותני והכמותי. המחברים מקפידים להבהיר כי ההבחנות בין שיטות מחקר איכותניות לכמותיות צריכות לשקף את שאלות המחקר הקשורות למקרה ספציפי, ואינם משקפים פרספקטיבה היררכית לפיה עדיפה גישה מתודולוגית אחת על פני אחרת. פרק זה אינפורמטיבי ומתאר מספר רב של שיטות מתודולוגיות זמינות לשימוש. אני סבורה שיחצ"נים ימצאו בו מידע שימושי.

בפרק 6 דנים המחברים בתכנון אסטרטגי ובטקטיקות נפוצות המיושמות ביחסי הציבור. חלק זה מעניק לקוראים הדרכה מפורטת כיצד להכין תכנית יחסי ציבור. העוסקים בתחום או השואפים להשתלב בו ימצאו בפרקים הללו קו מנחה שימושי להגדרת אוכלוסיית היעד, בחירת אסטרטגיה מתאימה ותכנון מסרים. בסוף חלק זה מובא מקרה בוחן של יחסי ציבור בהקשר של הקמפיין לשחרורו של גלעד שליט. זוהי דוגמה מרתקת של מקרה מוכר מאוד לקהל הישראלי, שממחישה איך ליישם תכנית אסטרטגית במקרים מאתגרים להשגת תוצאה רצויה.

הפרקים 7-10 מספקים סקירה של דרכי העבודה של היחצ"ן מול ערוצי תקשורת שונים, ומתמקדים בעיקר בטכניקות להעברת מידע לציבור באמצעות הודעות לעיתונות, מסיבות עיתונאים, סיורים, הפקת אירועי מדיה, חסויות, והופעות בתקשורת. כמו כן, המחברים מתייחסים באופן ממוקד לנושא יחסי ציבור במצבי משבר. פרקים אלה כוללים שפע של מידע רלוונטי שיכול לסייע לקוראים להבין את הפרקטיקות של יחסי ציבור. המחברים מספקים הנחיות מקיפות ומפורטות, מעלים מגוון שאלות נפוצות ועונים עליהן. בין היתר נדונות השאלות כיצד יחצ"ן מחבר ושולח הודעה לעיתונות, וכיצד מתכננים ומפיקים אירועי תקשורת. המחברים גם מציעים סיווג של אירועים ושיקולים שיש לשקול באשר למתן חסויות, לרבות שיקולים אתיים. חלק זה של הספר מסתיים בבחינה מעמיקה של יחסי ציבור במצבי משבר – נושא מרכזי בתחום יחסי הציבור. הדיון ביחסי ציבור במצבי משבר מקיף ומעמיק וכולל סיווג של משברים, מגוון פעולות

שאפשר לנקוט על מנת לחזות ולמנוע משברים לפני התרחשותם, דרכים לטפל במשבר בעת התרחשותו ולמזער נזקים לאחר סיומו. הפרק כולל רשימה של יתרונות וחסרונות של אסטרטגיות שונות לשיקום תדמיתם של ארגונים בעקבות משבר (Coombs, 2007), כמו גם מגוון רחב של דוגמאות של יחסי ציבור בעת משברים שקרו בארץ ובחו"ל.

הפרקים 11-13 מתארים יחסי ציבור בהקשר של המערכות הפוליטית, הצבאית, והמשטרתית. פרקים אלה חשובים במיוחד עבור קוראים הרוצים להשיג הבנה עמוקה יותר של המאפיינים של מוסדות מרכזיים אלה בחברה הישראלית. נוסף על כך הם דנים בדרכים שבהן אפשר להשתמש במדיה חדשים בתחום יחסי הציבור, תוך הדגמה של קמפיינים חדשניים בישראל ובמדינות אחרות שבהן נעשה שימוש במדיה חדשים. הדיון כולל גם השוואת היתרונות והחסרונות של המדיה החדשים (אינטרנט, רשתות חברתית וכדומה) והישנים (טלוויזיה, רדיו, עיתון) עבור יחצ"נים. השוואה זו יכולה לסייע במיוחד במקרים שבהם הנטייה של יחצ"ן עשויה להיות העדפת מדיה חדשים על פני מדיה מסורתיים, כאשר דווקא במצבים מסוימים השימוש במדיה מסורתיים יכול לקדם יותר את המטרות האסטרטגיות.

פרקים 14-15 דנים בנושאי הערכה ומדידה, ובאתיקה ויחסי ציבור. הערכה ומדידה הם נושאים בעלי חשיבות מעשית ותאורטית בתקשורת אסטרטגית בכלל, וביחסי ציבור בפרט. המחברים מגדירים מושגי יסוד בהערכה, כמו גם מגוון שיטות הערכה שונות, ומתארים בפירוט את תהליך המדידה וההערכה ואת שלבי הבדיקה וההערכה על פי קטליפ, סנטר וברום (Cutlip, Center & Broom, 2006), ואת מודל הפירמידה של מקנמרה (Macnamara, 1992, 2002). אלה הם מודלים שימושיים, אך חשוב להדגיש כי המודל של מקנמרה מתייחס אמנם לשינוי עמדה ולשינוי התנהגות, אך אינו כולל מדידה של שינוי כוונה התנהגותית – משתנה שהוא שלב ביניים בין שינוי עמדה לשינוי התנהגות למדידת השפעות של פעולות יחסי ציבור.

הספר מסיים בנושא של אתיקה ויחסי ציבור, נושא בעל חשיבות רבה לסטודנט וליחצ"נים כאחד. המחברים דנים במודל הדילמות האתיות של היחצ"ן הנובעות משיקולים של ערכים חברתיים, מקצועיים ואישיים, והאיזון העדין שביניהם. הפרק כולל פרטים על תקנון האתיקה המבוסס על קוד התנהגות מוסכם ועל האכיפה של תקנון זה בישראל. זהו נושא חיוני גם לסטודנטים ומשאב חשוב ליחצ"נים הפועלים בתחום.

מסקנה

חשיבותו של ספר זה נובעת מהיותו מקור מקיף של מידע על יחסי ציבור עם דגש על יחסי ציבור בהקשר הישראלי. הספר עשוי לעניין מגוון רחב של קהלים, כגון סטודנטים בקורסי מבוא בתקשורת אסטרטגית וגם מרצים בתחומים אלה, ויחצ"נים. הספר מתאים במיוחד לסטודנטים הלומדים לתואר ראשון הזקוקים לתשתית רחבה של מושגים, של מודלים מרכזיים ושל הנחיות מעשיות. הספר יכול לשמש גם כלי עזר למרצים בתחומים אלה כמסגרת לקורסי מבוא. אפשר גם לשלב פרקים מתוך הספר כחומר קריאה עצמאי במסגרת קורסים לתואר שני ביחסי ציבור ובתקשורת אסטרטגית. מומלץ להביא בחשבון שייתכן שסטודנטים הזקוקים למידע מעמיק יותר על תאוריות פרטניות או על מודלים להערכה יצטרכו להשלים מידע ממקורות אקדמיים נוספים.

כפי שמציינים מחברי הספר, מוסדות וארגונים בארץ ובעולם החלו להכיר בחשיבותם של יחסי הציבור כמרכיב מרכזי בבניית יחסים חיוביים עם הציבור ובשמירה עליהם. עם התפשטות המדיה החברתיים והערוצים האינטראקטיביים, מאזן הכוחות בין הציבור, הארגונים, המוסדות ואישי הציבור משתנה. נראה כי כבר היום, ובוודאי בעתיד, יידרשו יחצ"נים להכיר מגוון רב של שיטות מתודולוגיות, מודלים, אסטרטגיות וטקטיקות על מנת להגיב במהירות ולקדם ביעילות את הצרכים הקבועים של לקוחותיהם בשגרה ובעתות משבר. ספר זה נותן מענה לצורך זה בידע המרוכז על נושא יחסי ציבור, ובכך הוא ישמש כלי עזר רב ערך לסטודנטים ליחסי הציבור ולאנשי מקצוע בתחום.

רשימת המקורות

- Cappella, J. (2006). Integrating message effects and behavior change theories: Organizing comments and unanswered questions. *Journal of Communication*, 56, S265-S279.
- Coombs, T. (2007). "Crisis Communication". *Encyclopedia of public relations*. SAGE Publications. Retrieved on 1.8.2013 from http://www.instituteforpr.org/essential_knowledge/detail/crisis_management_and_communication/.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations*. Upper Saddle River, NJ & London: Prentice Hall.

- Macnamara, J. (1992). Evaluation: The Achilles Heel of the public relations profession. *International Public Relations Review*, 15(4), p. 17-31.
- Macnamara, J. (2002). Research and evaluation. In C. Tymson & P. Lazar (Eds.), *The new Australian and New Zealand public relations manual* (pp. 100-134). Sydney: Tymson Communications.

סקירת ספרים

תגובה למאמרה של ענת באלינט שהתפרסם בגיליון 11 של "מסגרות מדיה" וסקר את ספרי Advertising and reality: A global study of representation

אמיר חצרוני

לאילו מטרות נועדה סקירת ספר מדעי בכתב עת אקדמי? שאלה זו אמנם לא נדונה בהרחבה בין חוקרי תקשורת, אך עסקו בה בדיסציפלינות שכנות כגון סוציולוגיה, קרימינולוגיה ומדע המדינה. סקוט וגריסון (Scott and Garrisson, 2012) מונים את הפונקציות הבאות: תמצות הספר, מיקומו בקונטקסט התאורטי או הפרקטי של השדה, הערכת נקודות החוזק והחולשה, והצבעה על קהלי מטרה רלוונטיים. אינגרם ומילס (Ingram and Mills, 1989) מדגישים כי סקירות של ספרים חיוניות במיוחד כאשר הספרים נשענים על תאורטיות שמחוץ לזרם המרכזי ושופכים אור על ממצאים אנומליים אשר לא מקבלים ביטוי בצינורות מדעיים אחרים. במקרים כאלה הסקירה הופכת לאמצעי כמעט יחיד לקוראים להתוודע לנתונים חריגים, שמעבר להיותם מעניינים בפני עצמם מסוגלים להניע תהליך דיסקורסיבי שמשנה תיאוריות מן היסוד. מנגד, הועלתה טענה שהואיל וסקירת ספרים פונה לעתים לקהל קרוס-דיסציפלינרי – על הסוקר למקם גם ספר איזוטרי בהקשר של תאוריות מוכרות (אפילו אם הן לא נכללות בספר עצמו), זאת על מנת שהקורא יוכל להבין למה מתייחס הטקסט (Nicolaisen, 2002). סקר שהועבר במקביל לסוקרי ספרים במדעי החברה וגם לכותבי הספרים הנסקרים מצא כי שתי הקבוצות חולקות דעות דומות לגבי מה שצריך להיכלל בסקירה. גם אלה וגם אלה מבקשים שהסקירה תהיה אינפורמטיבית, סינתטית ובעלת ממד הערכתי שמקיים קשר הדוק עם הטקסט הנסקר (Spink, Robins & Schamber, 1998).
על רקע זה, משונה היה לקרוא את סקירתה של ענת באלינט, שהתפרסמה בגיליון מס' 11 של מסגרות מדיה, של ספרי Advertising and reality:

study of representation (2012). הספר שערכתי, כשמו, מציג בדיקה אמפירית של נקודות הדמיון והשוני בין המציאות האובייקטיבית לייצוגה בפרסומות בישראל ובעולם תוך התמקדות בשורה של תחומי תוכן לרבות מין, אלימות, אופנה, ידוענים, מינעוטים ודת. ברם סקירתה של באלִינט נפתחת באקספוזיציה של עמוד וחצי שסוקרת בפירוט דווקא כמה מאמירותי הפובליציסטיות על מחאת האוהלים, יחסים בין המינים, קצבאות סעד, וגם מריבות פוליטיות מתוקשרות שקיימתי עם חברי כנסת ואנשי אקדמיה. כולם כאחד לא קשורים בשום צורה לספר.

באלִינט מציגה את סקירתה כ"הצצה מסקרנת משהו אל עבודתו האקדמית של מי שבשנים האחרונות טורח בעמל רב ליצור לעצמו, מעל כל במה אפשרית, דימוי ציבורי של אדם שנוי במחלוקת, מעורר התנגדות ואף שנוא ממש". היא מתארת אותי כמי שבמסווה של גישה נאו-ליברלית מתעמר בשפה גסה בסקטורים החלשים של החברה (עמ' 155). בהמשך היא נמלכת בדעתה וכותבת שבעצם אין לי "השקפת עולם ברורה פוליטית" (עמ' 156). בגלל הבלבול הזה קשה להסיק אם בעיניה של באלִינט אני קפיטליסט מוקצה מחמת מיאוס מטעמים פוליטיים או רק טיפוס שעולה לה על העצבים מסיבות אישיות. בעיקר לא ברור מדוע הטינה שיש לגב' באלִינט נגדי נשפכת כ"ביקורת" על ספר מדעי שאין לו שום קשר למחלוקות שבינינו.¹

בכל מקרה, חטאה של באלִינט איננו רק בכך שהיא מתנפלת עלי מבלי להעניק לי את זכות התגובה (מעיתונאית לשעבר ניתן היה לצפות שתעשה זאת ולו למען מראית עין), אלא בבזבוז זמנם של קוראי מסגרות מדיה שחפצים לקרוא סקירה מדעית של ספר אקדמי על פרסום ומקבלים במקום זה סגירת חשבונות אישית ופוליטית בתחפושת של מדע.

כמובן, בין באלִינט וביני פעורה תהום אידאולוגית לא רק בפוליטיקה הארצית אלא גם בזו של הדיסציפלינה. בעוד אני אמפיריציסט הסבור כי תפקידם של חוקרי מדיה הוא לתאר את המציאות התקשורתית ולא לשנות אותה, באלִינט משתייכת לזרם אקטיביסטי של "מדענים" הסבורים כי מתוקף השכלתם שמורה להם זכות לקבוע לציבור הרחב ולהורות לנבחריו מה טוב ומה רע, וגם להביא לשינויי מדיניות בהתאם (לדוגמה – הכבדה ברגולציה).

ואולם, חרף השכלתם איש לא בחר בבאלִינט ובתואמיה כמורי הלכה אידאולוגיים. טשטוש הגבולות בין פוליטיקה למדע הרסני לקהילה המדעית, ועלול להביא עלינו השתלטות עוינת מצד הדרג הפוליטי, אשר יוכל לטעון – ובצדק – כי אם המדע הופך לכלי במשחק הפוליטי ראוי להעמיד בראשו פוליטיקאים ולא מדענים. כדאי שנזכור זאת, כאשר אנחנו קוראים את החלק השני – היותר ענייני לכאורה בביקורתה של באלִינט – בו היא מותחת ביקורת חריפה על כך שבמקום להוקיע את הקפיטליזם הספר שלי משתף אתו פעולה בשתיקה.

ראייה מרקסיסטית-פמיניסטית חד-ממדית מְקַהֶה את עיני המבקרת מלראות כי "שיתוף הפעולה" עם הקפיטליזם הוא בסך הכול פועל יוצא מכך שאני תומך חסר תקנה בסובלנות לדעות חריגות – בין אם אלו דעותי ובין אם הן רחוקות מאוד מדעותי. הנכונות שלי לתת אור ירוק לפרסומות שנראות בעיני באלִינט ושות' סקסיסטיות ופוגעניות היא רק נדבך אחד בשורה של מאבקים למען חופש הביטוי בהם נטלתי חלק בשנים האחרונות כגון: סולידריות עם העיתונאי חגי מטר (כאשר מעריב פיטר אותו מחמת שמאלנותו), קריאה לשחרור ענת קם מהכלא (בהיותה מקור לדיעות עיתונאיות חשובות), ותמיכה בערוץ פלייבוי (כאשר קואליציה דתית-פמיניסטית ניסתה למנוע ממנו לשרד בישראל).

כמובן, לסובלנות לאמירות חריגות אין קשר לחובתם המקצועית של מדענים להיות נאמנים לעובדות האובייקטיביות, אבל לגישתה של באלִינט אין בכלל עובדות אובייקטיביות או אמת עובדתית. לשיטתה, הכל עניין של אינטפרטרציה, וזו שלי איננה לגיטימית. כך הופכת סקירת ספר מדעי לסקילה פומבית של מי שעמדותיו אינן נושאות חן בעיני מיעוט קטן וצודק בעיני עצמו.

הערות

- 1 גילוי נאות – לא פגשתי ולא קיימתי מגע בכתב או בעל-פה עם ענת באלִינט – לא בטרם פרסמה את הסקירה שלה על ספרי ולא אחרי הפרסום.

רשימת המקורות

- Hetsroni, A. (Ed.). (2012). *Advertising and reality: A global study of representation and content*. London: Continuum.
- Ingram, H. M., & Mills, P. B. (1989). Reviewing the book reviews. *PS: Political Science & Politics*, 22(3), 627-636.
- Nicolaisen, J. (2002). The scholarliness of published peer reviews: Hetsroni, A. (Ed.). (2012). *Advertising and Reality: A Global Study of Representation and Content*. A&C Black. bibliometric study of book reviews in selected social science fields. *Research evaluation*, 11(3), 129-140.
- Scott, G. M., & Garisson, S. M. (2012). *The political science student writer's manual (7th Edition)*. NY: Pearson.

Spink, A., Robins, D., & Schamber, L. (1998). Use of scholarly book reviews: implications for electronic publishing and scholarly communication. *Journal of the American Society for Information Science*, 49(4), 364-374

The Israeli local press 2013: Characteristics and trends

Idit Manosevitch and Azi Lev-On*

Abstract

Local news media play a critical role in the public sphere, by disseminating information and stimulating public debate about local issues. Public opinion polls demonstrate that local newspapers are widely consumed by the Israeli public. And yet, since Caspi's (1986) seminal research on Israeli local newspapers, the field has remained an uncharted territory. The goal of this study is to fill the void. Based on data from Ifat Media, I'lam Media Center, and data gathered by the authors, the article provides a detailed mapping of Israeli local newspapers. The analysis scrutinizes Israeli local press from several lenses: media ownership, online presence, and regional distribution. We also provide a focused look at local journalism targeted at major Israeli minorities. In the backdrop of shrinking newsrooms and the challenges facing journalism by digital social media, we discuss key trends in Israel local newspapers and offer directions for future research.

* Dr. Idit Manosevitch (manosevitch@gmail.com) is a lecturer in the School of Communication, Netanya Academic College. Dr. Azi Lev-On (azilevon@gmail.com) is a senior lecturer and chair of the School of Communication, Ariel University.

Social protest and media coverage: From Rothschild Boulevard to Zuccotti Square, from the Tents Protest to Occupy Wall Street 2011

Alonit Berenson*

Abstract

This paper analyses how the media portrayed the social protests in Israel and the US during the summer of 2011. These protests focused on political-social-economic policies. This comparative research offers an analysis the news content in the leading media publications in Israel and the US — *Yediot-Achronot* and *Yisrael Hayom* in Israel and the American *New York Times* and *USA Today*. The media coverage is analyzed by means of Reese and Lewis' three-dimensional framing theory (Reese & Lewis, 2009; Reese, 2010). The research findings reveal a different kind of coverage than was previously found in the past decade's research literature, which dealt with global protests against the socioeconomic policies of international financial institutions. In the majority of cases, protest coverage was mostly negative; emphasized the violence of the activists and did not provide a platform to their agenda. However, this research found that when the protest is local, the media sides with the protest issues and even offers a platform for the activists' agenda. During the protests in the summer of 2011, common ground and support for the aims of the protest and the activists was noticeable both in Israel and the US, despite the difference between the countries regarding the socioeconomic concept. The question is - does the type of protest change the type of coverage? Journalists seem to find it easier to identify with local protests when the agenda is clear to everyone. The term "social justice", that has become the slogan for the protests in both countries, has created a broad common ground for citizens in general, including journalists.

* Dr. Alonit Berenson (alonit@bezeqint.net) is a lecturer in the fields of Political Science and Media Studies at Zefat Academic College in Israel and serves as the deputy head of the Interdisciplinary Program. This research has been presented at academic conferences in both London and Chicago during 2013.

Drama in three parts (and prolog): Israeli television drama's historiography

Itay Harlap*

Abstract

This article offers a historiography of the drama genre on Israeli television, which, for the first time in Israeli research, focuses on the contents shown on television. Combining research on the media in Israel with research on global television, it will note the unique development of Israeli television on the one hand and the ways in which this development parallels global shifts on the other. The article discerns three central periods in the development of Israeli television (as well as an earlier “pre-historic” era). The first begins with the initiation of broadcasting by Israeli Television (subsequently known as Channel One) and will be called Television *Aleph*(A) or The Period of Single-Channel Consensus. The second, which begins with the launching of Channel Two in 1993, will be called Television *Beit*(B) or The Period of the Dominance of Channel Two. The third begins in 2005 with advanced television services (like cable television’s VOD and satellite television’s YesMax) and will be called Television *Gimel*(C) or the Period of the Television After. The article identifies the regulatory, technological, and cultural reasons for the change that Israeli drama underwent, examines the shifts in viewing patterns, and above all describes the textual characteristics of Israeli television dramas in each period.

* Itay Harlap (Itay.harlap@gmail.com) is a lecturer in the Department of Film and Television at Tel Aviv University and the Sapir College.

"Let that be a lesson to you": Parents watching *Super Nanny*

Shelly Geffen*

Abstract

The article explores the significance of the television reality show *Super Nanny* for parents, as a function of gender and family structure. It is part of a broader study of the significance of family content on television for parents as audience. We examined the way gender and family structure influenced the impact of the show's content on the family's day to day reality. This is a qualitative study using in-depth interviews with fathers and mothers in various family frameworks. We found that the program significantly contributes to parents' understanding of the best way to conduct family life. It does so through fly-on-the-wall representations of severely dysfunctional families undergoing a process of change and improved parenting, with the help of Super Nanny (Michal Daliot in the Israeli show). Parents viewing the program are able to situate themselves on a continuum between "normal" and "abnormal," and thereby learn about appropriate ways to conduct family life, especially given the centrality of the family in Israeli society. For the most part the impact of the program is to perpetuate the conventional understanding of family in society, with participant parents and viewers alike aspiring to adhere to that understanding so that the program acts as a deterrent against unacceptable behaviors in the family situation.

* Dr. Shelly Geffen (shellygeffen@gmail.com) is a lecturer in the school of communication in the College Of Management and in the Open University.