

# אסטרות • מדיה

כתב עת ישראלי לתקשורת  
ISRAELI JOURNAL OF COMMUNICATION



יום הלידה: 11.1.2017  
מס' 23782

Yedioth  
אחרונות

השורה  
אירגון

העורך האמריקאי  
הראשון  
נח מרזם זיל

התנועה  
הראשונה  
והזדה מרזם זיל

תחום: **רפואה**

## חקירת נתניהו'מוזם:



גיליון  
**21**

אביב 2022

י מו"ל "ידיעות אחרונות" אמר  
כים על חוק, אעשה כל מה שאני  
ל שתהיה פה כמה זמן  
תרצה" • עורכות דינו  
של מוזם: "מציעות



# מסגרות מדיה

כתב עת ישראלי לתקשורת

21

עורך

ד"ר יובל גוז'נסקי

תשפ"ב (אביב 2022)

האגודה הישראלית לתקשורת

והמחלקה לתקשורת במכללה האקדמית ספיר

**Media Frames**  
**Israeli Journal of Communication**  
**Dr. Yuval Gozansky, Editor**

עיצוב השער: נדב אטיאס  
עריכת לשון: חבצלת שפירא וטלי בלייכר  
סדר ועימוד: עינת פרלמן רוגל  
תרגום לערבית: עלאא שלבייה  
בנייה וניהול האתר: מוסטש  
הפצה: האגודה הישראלית לתקשורת  
המכללה האקדמית עמק יזרעאל  
המחלקה לתקשורת - בניין מרכז התקשורת  
ד.נ. עמק יזרעאל, מיקוד 1930600  
Mail.isca@gmail.com

**מערכת כתב העת**

ד"ר האמה אבו־קשק, המכללה האקדמית ספיר  
ד"ר מתן אהרוני, אוניברסיטת אריאל ואוניברסיטת רייכמן  
ד"ר סיגל ברק-ברנדס, אוניברסיטת תל אביב  
ד"ר אודליה דיין־גבאי, האוניברסיטה העברית  
ד"ר נועה לביא, המכללה האקדמית תל אביב יפו  
ד"ר ארן ליביו, אוניברסיטת חיפה  
פרופ' אורן מאיירס, אוניברסיטת חיפה  
ד"ר רגב נתנזון, המכללה האקדמית ספיר  
פרופ' ערן פישר, האוניברסיטה הפתוחה  
ד"ר קרן צור איל, אוניברסיטת רייכמן  
פרופ' נטע קליגלר־וילנצ'יק, האוניברסיטה העברית  
פרופ' צבי רייך, אוניברסיטת בן גוריון בנגב

©

כל הזכויות שמורות לאגודה הישראלית לתקשורת  
המכללה האקדמית עמק יזרעאל  
המחלקה לתקשורת - בניין מרכז התקשורת  
ד.נ. עמק יזרעאל, מיקוד 1930600  
מייל האגודה: [Mail.isca@gmail.com](mailto:Mail.isca@gmail.com)  
מסת"ב ISSN 2617-5290

האגודה הישראלית לתקשורת נוסדה ב־1996. מסגרות מדיה הוא כתב העת האקדמי של האגודה המפרסם דרך קבע, לפחות פעם בשנה, מאמרים מקוריים בעברית בכפוף להערכת עמיתים (Peer Review), העוסקים בחקר התקשורת ובמיוחד בחקר התקשורת הישראלית. לצד המאמרים מתפרסמים גם דוחות מחקר, מסות ודיונים וכן סקירות ספרים. זהו כתב עת אקדמי שפיט, הנכלל ברשימת כתבי העת המוכרים ע"י ות"ת (ISSN: 2617-5290).

עורכי מסגרות מדיה:

פרופ' מוטי נייגר (גיליון 1)  
פרופ' עקיבא כהן (גיליונות 2-8)  
פרופ' גבי וימן (גיליונות 9-14)  
פרופ' הלל נוסק (גיליונות 15-20)  
ד"ר יובל גוז'נסקי (מגיליון 21)

נשיא כבוד של האגודה: פרופ' אליהוא כ"ץ ז"ל

יו"ר האגודה: ד"ר עמית קמה

ראשי האגודה בעבר:

פרופ' דן כספי ז"ל (1996-1999)  
פרופ' הלל נוסק (1999-2003)  
פרופ' יחיאל לימור (2003-2006)  
פרופ' מוטי נייגר (2006-2009)  
פרופ' נעם למלשטרייך-לטר (2009-2012)  
פרופ' חוה תדהר (2012-2015)  
פרופ' איתן גלבוש (2015-2018)  
פרופ' חיים נוי (2018-2021)

חברי הוועד המנהל:

ד"ר מתן אהרוני  
ד"ר יובל גוז'נסקי  
ד"ר ארנת טורין  
ד"ר איה ידלין  
ד"ר אבי מרציאנו  
ד"ר חן סבג בן-פורת  
מר יצחק משיח

יו"ר קהילת תלמידי/ות מחקר: מר יצחק משיח  
ראש קהילת אוריינות תקשורת ומדיה: ד"ר אורלי מלמד  
יו"ר ועדת הביקורת: ד"ר שרון חלבה-עמיר

# תוכן העניינים

9

דבר העורך

## רשימות לזכרו של פרופ' אליהוא כ"ץ ז"ל

- 14 גבי וימן  
אליהוא כ"ץ: מי האיש החפץ חיים, לראות טוב
- 23 דפנה למיש  
מגבעת רם לרטגרס: 50 שנות אליהוא כ"ץ בחיי האקדמיים
- 28 דב שנער  
עם אליהוא כ"ץ בשדות הקטל של הערוץ הראשון - מסמך אישי

## מאמרים מקוריים

- 33 יצחק משיח  
מיתוג חדשנות מלמטה-למעלה: פעפוע רעיון  
ה"סטארט-אפ ניישן" בתקשורת
- 68 ענת פלג  
המלכוד של עיתונאי המשפט בישראל בעידן המקוון
- 100 אורית יעל  
איפה הן הלסביות ההן? שינויים בייצוגי הלסביות בעיתונות  
העברית במהלך המאה ה־20

## עיבוד מחדש של מאמר שפורסם בעבר בשפה האנגלית

- 134 עינת לחובר, שוש דוידסון ואורנית רמתי דביר  
אותנטיות-שמרנות-כוח: קריאות של נערות ישראליות  
בדמויותיהן של וונדר וומן והשחקנית גל גדות

## מעבר למסגרת: מסות בתחום התקשורת

- נמרוד בר־עם ומוטי גיגי  
לא גן ולא ג'ונגל: לקראת ניסוח הולם של בעיית יסוד  
בדמוקרטיה הישראלית  
159
- אסף וינר ואייל זילברמן  
סנקציות דיגיטליות: כוחם העולה של שירותי אינטרנט  
מסחריים כשופטים וכשוטרים בזירה הגאו־פוליטית  
167

## בשדה מחקר התקשורת: דו"חות מחקר

- עינת לחובר וסופיה חייטין  
עושות ועושים חדשות בישראל בתקופת הקורונה: נשים בחדשות -  
ממצאי פרויקט ניטור התקשורת הבין־לאומי, 2020  
177

## סקירת ספרים

### Defiant Discourse: Speech and Action in Grassroots Activism

Tamar Katriel. Routledge, 2020. 201 pages.

- 196 זוהר קמפף
- מנותקים: מה קורה כשמאה בני נוער מתעוררים בבוקר ללא הסמארטפון  
שלהם?  
חננאל רוזנברג ומנחם בלונדהיים. מאגנס, 2021. 253 עמודים.  
201 דוד לוין

### Semantic Network Analysis in Social Sciences.

Elad Segev (Ed.). Routledge, 2022. 248 pages.

- 205 שאול שנהא

## الملخص

- 210 يتسحك مشيآح  
بناء الماركات والتجديد "من أسفل إلى أعلى": الترويج لفكرة "ستارت أب نيشن" (شعب الشركات الناشئة) في الإعلام
- 211 عنات بيلج  
"حصار" مُراسلي الشؤون القضائيّة في إسرائيل في عصر الإنترنت
- 212 أوريت ياعبل  
أين هنّ تلك المثليّات؟: تغيّرات في تمثيلات المثليّات في الصحافة العبريّة خلال القرن 20
- 213 عينات كُوفرا، شوش دافيدسون وأورنيت رماتي دفير  
أصالة – مُحافظه – قوة: قراءات فتيات إسرائيليات في شخصيات ووندر وومان والممثلة غال غدوت
- 214 نمرود بار-عام وموطي جيجي  
لا حديقة ولا غابة: نحو صياغة مُناسبة لمشكلة أساسية في الديمقراطية الإسرائيليّة
- 215 أساف فينر، إيال زليبرمان  
العقوبات الديجيتالية: القوى الصاعدة للخدمات الإنترنتية التجارية كقضاة وكشرطيّين في الحلبة الجيو-سياسية
- 216 عينات لآحوبير وُوفيا حايتن  
تصنعن ويصنعن الأخبار في إسرائيل في فترة الكورونا: النساء في الأخبار – نتائج مشروع رصد الإعلام الدوليّ، 2020

## Abstract

Itzhak Mashiah

**Bottom-up innovation branding:  
Diffusion of the start-up nation idea in the media** 218

Anat Peleg

**Between a Rock and a Hard Place:  
Israel's Courtroom Journalists in the Digital Age** 219

Orit Yaal

**Where Are All the Lesbians? The Evolution of  
Lesbian Representation in 20<sup>th</sup> Century Hebrew Media** 220

Einat Lachover, Shosh Davidson and Ornit Ramati Dvir

**Authenticity-Conservatism-Power: Israeli Girls' Readings  
of Wonder Woman and the Israeli Actress, Gal Gadot** 221

Nimrod Bar-Am and Moti Gigi

**Neither a Garden nor a Jungle: Towards an Appropriate  
Formulation of the Liberal Challenge in Israel** 222

Asaf Wiener and Eyal Zilberman

**Digital Sanctions: The evolving role of commercial internet  
intermediaries and providers as geopolitical judges and enforcers** 223

Einat Lachover and Sofia Haytin

**The Presence of Women in Israeli News Media During the Covid-19  
Pandemic: Global Media Monitoring Project Report, 2020** 224



# דבר העורך

קוראות יקרות וקוראים יקרים,

אני שמח להגיש לכם את גיליון 21 של כתב העת מסגרות מדיה. זהו הגיליון הראשון בעריכתי ואני מתרגש מאוד לקראתו. כתב העת עבר לידיי מידי המנוסות והמצוינות של פרופ' הלל נוסק ובמהלך השנה האחרונה עשינו מאמצים רבים להקפיד על המשכיות ומצוינות אקדמית תוך כדי התחדשות. מערכת כתב העת החדשה כוללת חוקרות וחוקרים בעלי ותק לצד מצטרפים חדשים ממגוון מוסדות אקדמיים ישראלים.

כחלק מההתחדשות, החל מינואר 2022 מתהדר כתב העת באתר חדש, בכתובת: <https://mediaframes.sapir.ac.il>, וזה המקום להודות למחלקה לתקשורת במכללה האקדמית ספיר על שיתוף הפעולה הפורה בהוצאתו לאור. באתר החדש מתפרסמים מאמרים בגרסה מקוונת תחילה (Online First), טרם שיבוצם בגיליון השלם. מלבד מסגרות כתיבה ותיקות כמו סקירות ספרים ודוחות מחקר, נוספו לכתב העת מיזם כתיבת מסות בתחומי התקשורת וחקר התקשורת הקרוי "מעבר למסגרת", וכן מיזם תרגום ועיבוד מאמרים שפורסמו באנגלית, שעליו אמונה ועדה מיוחדת במערכת.

בהתאם להחלטת המערכת, נוספו תרגומים לשפה הערבית של שמות המאמרים והתקצירים שלהם, לטובת ציבור קוראי הערבית (לצד התרגום לאנגלית). כמו כן, המאמרים החדשים יקבלו מעתה מספרי DOI, הנדרשים כיום ברישום המקורות לפי שיטת APA 7. כתב העת החל להפגין נוכחות ברשתות החברתיות (**פייסבוק** ו**טוויטר**), בחשבונות שמפעילים בכישרון וביצירתיות סטודנטים וסטודנטיות לתקשורת ממכללת ספיר. חלק מהפעילות ברשתות החברתיות זמינה גם באתר החדש, תחת הכותרת "**מסגרות ברשת**". הארכיון המלא של כתב העת, על כל המאמרים שפורסמו בו לאורך השנים, מועבר גם הוא לאתר החדש בפורמט HTML, בעבודת נמלים מתמשכת. כל גיליון זכה לשער חדש ונאה בהתאם לתכניו, בעיצובם של סטודנטיות וסטודנטים מספיר, תחת הדרכתו של נדב אטיאס. האתר החדש כולל מנוע חיפוש פנימי וכן שיוך של כל מאמר לפרופיל של כל כותב וכותבת. אנו מתכננים עוד מגוון יוזמות, אך עדיין מוקדם להתפאר בהן.

בסוף שנת 2021 התבשרנו בצער רב על מותו של פרופ' אליהו כ"ץ, נשיא הכבוד של האגודה הישראלית לתקשורת ואחד האבות המייסדים של לימודי התקשורת בארץ. לי אישית לא היה הכבוד ללמוד אצל פרופ' כ"ץ, אבל עם כניסתי לתפקיד שלחתי לו הצעה לכתוב מסה קצרה לרגל יום הולדתו ה-95. אליהו השיב בנימוס שהדבר לא אפשרי מבחינתו, ואיחל לכתב העת הצלחה. כך נמנעה מאיתנו הזכות לקרוא מסה נוספת של

אחד מגדולי חוקרי התקשורת בארץ ובעולם. עם זאת, לאחר פטירתו ביקשנו מכמה חוקרי תקשורת בכירים בארץ לכתוב על היכרותם איתו. לפיכך, הגיליון נפתח בשלוש רשימות, מאת פרופ' גבי וימן, פרופ' דפנה למיש ופרופ' דב שנער - המתארים כל אחד בצורה חיה ומרגשת את המפגש שלו עם אליהוא כ"ץ, ועוזרים לנו להעריך את תרומתו רבת הפנים והשנים לתקשורת ולחקר התקשורת בישראל ובעולם.

עוד בגיליון שלושה מאמרים מחקריים מקוריים ודוח מחקר חדש. המאמר של יצחק משיח, "מיתוג חדשנות מלמטה-למעלה: פעפוע רעיון ה'סטארט-אפ ניישן' בתקשורת", מתרכז בהשתרשות מטבע הלשון "סטארט-אפ ניישן" (Start-up Nation) בטקסטים עיתונאיים, ורואה בו מגרש לפעפוע ולקידום התדמית של ישראל כאומה טכנולוגית וחדשנית "מלמטה-למעלה". משיח מציע חידוש תיאורטי חשוב - הבחנה בין שיווק מלמטה למעלה לבין שיווק מלמעלה למטה, ומראה שהשניים יכולים להתקיים במקביל באופנים שונים לחלוטין.

ההליך השיפוט של שני המאמרים הנוספים החל בידי המיומנות של פרופ' הלל נוסק והסתיים רק לקראת הגיליון הנוכחי. מאמרה של ד"ר ענת פלג, "המלכוד של עיתונאי המשפט בעידן המקוון", מתבסס על ראיונות עומק עם 52 כותבי משפט שנערכו בין השנים 2007-2020. המחקר שופך אור על האתגרים שעומדים בפני הכתבים, אשר נובעים משינויים בשיח הציבורי על אודות העיתונות הממוסדת ומערכת המשפט, ביחד ולחוד, המחלישים את מעמדן של שתי המערכות ותורמים לירידת סמכותה של העיתונות המקצועית.

המאמר של ד"ר אורית יעל "איפה הן הלסביות ההן?: שינויים בייצוגי הלסביות בעיתונות העברית במהלך המאה ה-20" עוסק בדמות הלסבית בתקשורת העברית-ישראלית מימי המנדט ועד תחילת שנות ה-60. יעל מזהה תהליך המתרחש בשני צירים: שינוי בנראות התקשורתית של לסביות, ושינוי בהתייחסות ללסביות - מתפיסתה בתור התנהגות לראייתה בתור זהות.

דוח המחקר של פרופ' עינת לחובר וגב' סופיה חייטין, "עושות ועושים חדשות בישראל בתקופת הקורונה: נשים בחדשות - ממצאי פרויקט ניטור התקשורת הבין-לאומי, 2020" הוא חלק מפרויקט ניטור תקשורת בין-לאומי, הנערך מדי חמש שנים מאז 1995, אשר בוחן את מקומן של נשים בחדשות. ממצאי הדוח מצביעים על המשך המגמה המטרידה של תתייצוג של נשים, כמרואיניות וכעיתונאיות, בכלי התקשורת המרכזיים בעברית ובערבית בישראל.

במדור עיבוד מאמרים לעברית מופיע מאמרו של פרופ' עינת לחובר, ד"ר שוש דוידסון וד"ר אורנית רמתי דביר, "אותנטיות שמרנות כוח: קריאות של נערות ישראליות בדמויותיהן של וונדר וומן והשחקנית גל גדות". המחברות בודקות כיצד נערות ישראליות נושאות ונותנות על רעיונות פמיניסטיים כגון "כוח נשי" (girl power) ו"הצלחה נשית", באמצעות בחינת תגובותיהן לסרט וונדר וומן ולדמותה של הידוענית הישראלית וגיבורת הסרט גל גדות. החוקרות מגיעות למסקנות לגבי חשיבותם של המאפיינים התרבותיים המקומיים ושל ההשתייכות הלאומית במחקרים על יחסן של נערות לידוענים וידועניות.

הגיליון הנוכחי כולל את שתי המסות הראשונות במיזם "מעבר למסגרת". המסה של ד"ר נמרוד ברעם וד"ר מוטי גיגי, "לא גן ולא ג'ונגל: לקראת ניסוח הולם של בעיית יסוד בדמוקרטיה הישראלית", מתדיינת עם מאמרו של ניסים מזרחי "מעבר לגן ולג'ונגל" (2011) על אתגרי הליברליזם בכלל ובישראל בפרט. המסה של ד"ר אסף וינר ומר אייל זילברמן, "סנקציות דיגיטליות: כוחם העולה של שירותי אינטרנט מסחריים כשופטים וכשוטרים בזירה הגאופוליטית", עוסקת בסוגיה האקטואלית סביב המלחמה באוקראינה ודנה בחשיבותו של ערך הניטרליות ברשת ובהשלכות הצפויות של הגבלתו. כולי תקווה שמזימם המסות יעורר דיונים ואפילו ויכוחים, שאותם אפשר להמשיך ולקיים בעמוד הפייסבוק של כתב העת.

במדור סקירת הספרים מצביע פרופ' זוהר קמפף על התרומה הפדגוגית החשובה שבספרה החדש של פרופ' תמר כתריאל, *Defiant Discourse: Speech and Action in Grassroots Activism*, החוקר את שיח ההתרסה של פעילי שלום בישראל נגד הכיבוש. ספר זה, טוען קמפף, חושף בפני הקוראים את התפיסה התרבותית של ישראלים בנוגע לכוחה של השפה ליצור שינוי חברתי ופוליטי.

ד"ר דוד לוין סוקר את ספרם של חננאל רוזנברג ומנחם בלונדהיים **מנותקים: מה קורה כשמאה בני נוער מתעוררים בבוקר ללא הסמארטפון שלהם?** ומבליט את תרומתו של הספר להבנת נקודת המבט של בני הנוער עצמם, תוך התבססות על מחקרי חסך. לוין מדגיש כי מחברי הספר בחרו באתנוגרפיה רפלקטיבית לייצוג קולם האוטנטי של "הילידים הסלולריים", תוך ניתוח היבטים הפונקציונליים והסמליים-רגשיים של השימושים שלהם במכשיר הנייד.

סקירתו של פרופ' שאול שנהב את הספר *Semantic Network Analysis in Social Sciences* (בעריכת פרופ' אלעד שגב) מבליטה את חשיבותו של הספר כמדריך תאורטי ומתודולוגי למחקר המתבסס על ניתוח רשתות סמנטיות. לדברי שנהב, הספר מייצג

השקפה מחקרית אחראית, המציעה שימוש בכלים אוטומטיים וממוחשבים לחקר טקסט במדעי החברה, תוך התייחסות ליתרונות השיטה אך גם לנקודות התורפה שלה.

ברצוני להודות לחברי וחברות מערכת **מסגרות מדיה**, לוועד האגודה הישראלית לתקשורת ולמחלקה לתקשורת במכללה האקדמית ספיר על התמיכה והסיוע בניהול כתב העת. תודה מיוחדת לפרופ' לימור שיפמן על הסיוע בעריכת מדור הרשימות לזכרו של אליהוא כ"ץ; לד"ר נועה לביא ולפרופ' אזי לב־און על עריכת המסות ב"מעבר למסגרת"; לד"ר סיגל ברק-ברנדס על העריכה המסורה של מדור סקירות הספרים; לד"ר האמה אבו־קשק על הסיוע בתרגום התקצירים לערבית; ולד"ר מוטי גיגי, ד"ר מתן אהרוני וד"ר רגב נתנוון על הסיוע בהקמה ובניהול האתר והחשבונות של כתב העת ברשתות החברתיות.

כולי תקווה כי הגיליון יעמוד בציפיות של קהילת המחקר וההוראה בתחום התקשורת בארץ, וכי תמצאו בו מידע אקדמי עשיר שיועיל להוראה ויעורר דיונים אקדמיים פוריים.

יובל גוז'נסקי

# רשימות לזכרו של פרופ' אליהוא כ"ץ ז"ל

# אליהוא כ"ץ: מי האיש החפץ חיים, לראות טוב

גבי וימן\*

מי האיש החפץ חיים;  
אהב ימים, לראות טוב.  
נצח לשונך מרע;  
ושפתך מדבר מרמה.  
סור מרע, ועשה טוב;  
בקש שלום ורדפהו.  
(תהלים)

מילים אלה, של שיר שאליהוא אהב מאוד וגם הושר על קברו הטרי, הן גם תמצית חיי ואופיו: חפץ חיים, ישר דרך, אוהב אדם, סובלני וסלחני, מבקש שלום ורואה רק טוב.

## החיוך הקטן

סוף שנות ה-70. אני מבקש להתקבל ללימודי דוקטורט באוניברסיטה העברית. לא רק להתקבל, אלא גם לזכות בהנחייתו של פרופ' אליהוא כ"ץ, שכבר אז היה בעל שם עולמי ועמד בראש המכון לקומוניקציה (כך נקרא, והיה למעשה החוג לתקשורת). לאליהוא היה יום ארוך של ראיונות ומפגשים, וכשהגיע תורי, לקראת ערב, הוא כבר היה מותש. מלכתחילה לא היה לי סיכוי רב: לא למדתי לימודי תקשורת, אליהוא לא הכיר אותי, לא הייתי מתלמידיו באוניברסיטה העברית והיו לו מלבדי מועמדים רבים וטובים. כששאל מדוע אני רוצה שהוא יהיה המנחה שלי עינתי שאני מתעניין במנהיגי דעה ובמודל הזרימה הדו-שלבית של תקשורת המונים. אלה היו מגילויי המפורסמים של אליהוא עצמו בעבודת הדוקטורט שלו בהנחיית פול לזרספלד. זה לא כל כך עניין

\* פרופ' גבי וימן, אוניברסיטת ריימן [weimann@com.haifa.ac.il](mailto:weimann@com.haifa.ac.il)

אותו ואולי היה כבר עייף מדי, ואז שאל: למה דווקא את אלה? ואני עניתי ביהירות בוסרית: "כי אני חושב שהם לא נכונים." מיד התחרטתי על האמירה, הרי אין מבקרים את ממציא הגישה על גישתו וממצאיו. אבל להפתעתי הוא התעורר, בעיניו זיק של סקרנות, ועל פניו עלה חיוך, החיוך הקטן של אליהו: "למה אתה חושב שטעיתי?" הוא שאל, ואני עניתי, מפרט את ביקורתי, אף לחפור את קברי במו ידי. אבל ככל שהרחקתי לכת יותר בביקורתי על עבודתו שלו כך גברה התעניינותו. לאחר שעה קלה הוא ביקש שאשאר באותו ערב בירושלים. "למה?" שאלתי, והוא השיב: "כי התקבלת לדוקטורט אצלי ומחר תירשם אצל שוש במזכירות." זהו סיפור קטן שמאפיין את האיש הגדול הזה: אליהו תמיד חיפש אתגרים אינטלקטואליים, לא חשש מביקורת, לא חיפש חסידים שוטים והיה מוכן לכל חידוש תאורטי או מתודולוגי. דרושה ישרה אקדמית מיוחדת כדי להנחות דוקטורט שמבקר את הדוקטורט שלך עצמך, ואליהו התמסר לכך ללא סייג.

לאחר שנים הבנתי כי אליהו נהנה מכל אתגר ומעדיף לבחון מחדש כל מושג ותאוריה, כולל את אלו שלו. כאשר טוד גיטלין פרסם מאמר ביקורת ארסי נגד "אסכולת קולומביה" והטיח בלזרספלד וכ"ץ האשמות כבדות של הטיה אידאולוגית, שירות המסד ואימפריות התקשורת וגם פרשנות מוטעית של נתונים (Gitlin, 1978) - אליהו לא נפגע. אדרבה, הוא הציג את המאמר בסדנת הדוקטורנטים ובכל קורס שלימד אז, חלק אותו עם כל עמיתיו. אבל במקביל, עם חיוך קטן ועיניים בורקות, סיפר כי הוא מכין את התשובה. זמן רב שקד על מאמר תגובה, שהיה מאלף, ענייני ומשכנע, נטול אמירות אישיות פוגעניות או התחשבות אישית (Katz, 1987).

אליהו היה נמוך קומה, כפוף משהו, דיבורו הססני ושקט מאוד, אך כל התכונות האלה הסתירו ענק. אלפי אנשים שפגשו באליהו כתלמידים, חוקרים או עמיתים ידעו כי זכו לגעת בענק אקדמי, מוביל עולמי בתאוריה ובמחקר, אשף של קסם אישי, צניעות וגאונות. מאחורי העיניים הכחולות והחיוך הקטן היו יכולת חשיבה נדירה ונשמה חמה ופתוחה לכול. מי שנגע באליהו, ולו לשעות קצרות, הרצאה בודדת או שיחה קצרה - נשבה בקסם. שמעתי מרצה פעמים רבות, מראשית דרכי כמתרגל שלו. הוא היה מגיע להרצאה עם דף קטן ועליו כמה נקודות לשיחה, ללא שקפים, ללא מצגות, ללא מערך שיעור מובנה. לעיתים היה נסחף אחר שאלה של סטודנט וזונח את קו הרצאתו; לעיתים הייתה מחשבתו מהירה מדיבורו והוא היה קופץ באמצע משפט למשפט הבא שכבר עלה במוחו. כל אלה לא פגעו כהוא זה בהערצה של מי שזכו ללמוד אצלו. פעם הוא שלח אותי לשמוע את מרשל מקלוהן בהרצאה בטורונטו. חזרתי מאוכזב ואמרתי לאליהו שמקלוהן התנהג כגורו נערץ או אליל המונים, ואכן, הוא היה מוקף חסידים שוטים שרבים מהם לא הבינו דבר ממשנתו הסבוכה ומלאת

הסתירות. אליהו רק חיך את חיכוך הקטן, ובשיעוריו אָתגר את משנתו של מקלוהן וחשף טיעונים סותרים והיעדר ביסוס מדעי למקלוהניזם, הכול בהערכה רבה לאיש ומקוריותו, אבל, כמו תמיד, גם עם חיך קטן ואופייני. כאשר, לאחר שנים, זכה אליהו בפרס מקלוהן, ידעתי כי האל חיך אליו בחזרה.

## תחנות דרכו

אליהו נולד ב־1926 בברוקלין, ניו יורק, להורים ממוצא יהודי מזרח אירופאי. כמקובל בבית יהודי דתי, הוא נשלח ללמוד בישיבת פלטבוש, שם למד עברית כבר בגיל שש ושם ניטעו בו הזרעים הראשונים של אהבת המסורת היהודית והמקורות הדתיים, וגם הנכונות להתפלפל ולבחון מחדש מוסכמות. כפי שאליהו העיד על עצמו, בגיל צעיר שאף להיות מנהל קרקס, אך לאחר שגילה שכמעט בלתי אפשרי להתקוטט עם אריות, נמרים ודובים וגם לשמור את השבת, נטש את חלומות הנעורים והחליט להיות עיתונאי. לכן, לאחר שסיים את לימודי התיכון ב־1944 הוא החל בלימודי תואר ראשון בקולומביה קולג' במנהטן. לימודיו נקטעו כאשר נקרא לצבא ארצות הברית, שבו שירת בשנים 1944-1946. בשירותו הצבאי הוא הוכשר להיות מתורגמן ליפנית באוניברסיטת שיקגו, והוצב לזמן קצר מעבר לים. לאחר סיום השירות חזר לקולומביה קולג', סיים את התואר הראשון בשנת 1948, והמשיך שם ללימודי תואר שני. הוא בחר לעשות זאת בחוג לסוציולוגיה, שהצטיין אז בחקר דעת קהל ותקשורת, והובילו אותו שני "אבות מייסדים": פול לזרספלד ורוברט מרטון. אליהו סיים את התואר השני בשנת 1950, עם עבודת תזה שכותרתה הייתה "משחק האושר", אשר עסקה במכתבי מעריצים לשדרן רדיו. אז גם פגש את רות טורגובניק - מוזיקולוגית צעירה ושליחת תרבות ישראלית. הם נישאו ב־1951, ויהיו להם שני ילדים, מתיה ונתנאל. רות כ"ץ עצמה היא כלת פרס ישראל במוזיקולוגיה.

אליהו החל בלימודי הדוקטורט בהנחיית פול לזרספלד. לשמחתו, הוצע לו להצטרף למחקר שלא הושלם ולפתח רעיון ראשוני שלא הבשיל: לזרספלד ועמיתיו חקרו את התגבשות דעתם של מצביעים במערכת הבחירות לנשיאות של 1944, ופרסמו את ממצאיהם בספר הקנוני *The People's Choice* (Lazarsfeld et al., 1968). שם הצביע לזרספלד לראשונה על השפעתה של תקשורת בין־אישית בנושא זה, ואף הציע, כרעיון בלבד, את המודל של "זרימה דו־שלבית של תקשורת", אשר קרא תיגר על ההנחה הרווחת כי לתקשורת יש השפעה רבת־עוצמה על קהל המוני אטום ופסיבי. אליהו אימץ את הרעיונות הראשוניים האלה כהשערות למחקר הדוקטורט שלו - עבודה מבריקה, חדשנית ופורצת דרך, שהתפרסמה בשיתוף עם לזרספלד בספר שהיה לאבן



דרך בחקר תקשורת ההמונים: *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication* (Katz & Lazarsfeld, 1955).

כמו רבים מעמיתיו בקולומביה, אליהו נקלט במחלקה לסוציולוגיה של אוניברסיטת שיקגו. אבל הוא היה ציוני וראה בעיניים כלות את הקמתה של מדינת ישראל. לכן החליט לעלות לארץ, והצטרף ב־1956 לאוניברסיטה העברית בירושלים. ראשית היה לאיש סגל בחוג לסוציולוגיה, וב־1965, הקים את "המכון לקומוניקציה" באוניברסיטה העברית עם עמיתיו מיכאל גורביץ' ודינה גורן. הוא גם חבר ללואי גוטמן בהובלת "המכון למחקר חברתי שימושי" (וימן, 2015). באותו הזמן המשיך אליהו במחקרו באוניברסיטת שיקגו על השפעה אישית ומנהיגי דעה, והפעם גם כך זאת בנושא חדש: התפשטות חידושים. המחקר שערך עם ג'יימס קולמן והרברט מנזל עקב אחר אימוץ תרופה חדשה בקרב קהילות שונות של רופאים (Coleman et al., 1957). את המודל של התפשטות חידושים הרחיב אליהו עם עמיתים שונים לחידושים בתחומים אחרים, וגם כאן הניח את היסודות למסורת מחקרית מפוארת שבה המשיכו מאות חוקרים.

במכון לקומוניקציה היו לאליהו שיתופי פעולה פוריים עם חוקרים אחרים. כך למשל, הוא וברנדה דנט בחנו פניות של הציבור למוסדות בירוקרטיים כדוגמת רשויות המכס. צמד החוקרים ביקש לזהות את הדרכים שבאמצעותן מנסים לקוחות של ארגונים בירוקרטיים לשכנע את הפקידים לסייע להם מנקודת ראות של חקר התקשורת. ממצאיהם סוכמו בספר *Bureaucracy and the Public: A Reader in Official-Client Relation* (Katz & Danet, 1973). אליהו, נאמן למורשת היהודית ולחינוכו הדתי, ביקש אפילו לבדוק כיצד בתפילות יהודיות מפנים המתפללים אל אלוהים בקשות שתואמות ליחסי לקוח-ממסד. באחד ממפגשינו להנחיית הדוקטורט, הוא סיפר לי בעיניים נוצצות כי מצא שבתפילת שמונה-עשרה נכללות פניות נורמטיביות, אלטרואיסטיות, הדדיות חיוביות ועוד.

פרישתו לגמלאות מהאוניברסיטה העברית לא הביאה אותו למנוחה או רגיעה: הוא המשיך לעבוד, לחקור וללמד באוניברסיטת פנסילבניה, בבית הספר לתקשורת על שם אננברג, שם מצא בית חם ואכסניה נוחה לעבודתו עם עמיתים וסטודנטים. רק ב־2014, בהגיעו לגיל 88 (!), פרש אליהו מאננברג בטקס מרגש וחזר לירושלים. בביתו המשיך לכתוב, להתכתב ולעבוד עד יומו האחרון. הספר החדש שכתב עם מנחם בלונדהיים על מגילת אסתר יראה אור בקרוב.

## חקים הטלוויזיה הישראלית

אליהו לא רק חקר תקשורת המונים, הוא גם יצר אותה: עליו הוטלה המשימה להקים את הטלוויזיה הישראלית. הקמת הטלוויזיה, שתוכנה מלכתחילה לשנות ה־70, הוחשה בעקבות מלחמת ששת הימים והתקווה כי שידורי הטלוויזיה יאפשרו לשפר את ההסברה הישראלית למדינות ערב ולתושבי השטחים. וכך ב־1967 החליטה ממשלת ישראל על הקמתה והפעלתה של הטלוויזיה הישראלית. השר הממונה על ההסברה, ישראל גלילי, הציב את אליהו כ"ץ בראש צוות ההקמה. מדוע? אחרי מלחמת ששת הימים הגיעו כ"ץ ועוזי פלד, אנשי המכון למחקר חברתי שימושי, להציג בפני ועדת שרים ממצאי מחקר שערכו על יחסם של תושבי המדינה אל אזורים שונים בארץ. אחד הממצאים המדאיגים היה שמרבית הנחקרים לא הכירו אזורים רבים בארץ. אחד השרים שהודאגו מכך שאל מה אפשר לעשות, ואליהו השיב בחצי הלצה: "אם הייתה לנו בישראל טלוויזיה והייתה מוצגת בה מדי ערב תחזית מזג האוויר על מפה, הם היו יודעים היכן כל אזור." ימים לאחר מכן זומנו כ"ץ ופלד ללשכת השר גלילי, וקיבלו הצעה מפתיעה, אף ששניהם היו חסרי כל ניסיון תקשורתי מעשי - להקים את הטלוויזיה. באוגוסט 1968, לאחר מספר שידורי ניסיון חד־פעמיים, החלו שידורים סדירים, תחילה שלושה ערבים בשבוע ובהמשך ארבעה. בתקופה זו שודרו בכל יום שעה בערבית ושעתיים בעברית. התחנה שידרה בשחור־לבן, למרות שבתקופה זו כבר היו תחנות ששידרו בצבע. ב־20 באוגוסט באותה שנה שודרה המהדורה הראשונה של "מבט לחדשות".

עבור אליהו, שהיה אומנם בעל תחושה של שליחות חברתית, אך גם נאיבי מבחינה פוליטית וחסר ניסיון ניהולי, היה זה אתגר קשה, מתיש ולעיתים מתסכל מאוד. הוא הצליח לגבש צוות ראשוני ובו אנשי רדיו שעברו הסבה מהירה, כמו חיים יבין ויורם רונו, להעביר שידור ממלכתי עתיר צופים של מצעד יום העצמאות 1968, והביא להקמתה ופעילותה השוטפת של הטלוויזיה בישראל. אולם, כפי שהעיד עליו צבי גיל, שותפו להקמת הטלוויזיה הישראלית:

למרות חוכמתו ובקיאותו בחברה ומרכיביה, כ"ץ היה נאיבי מבחינה פוליטית. עצם כוונתו לקבל את התפקיד בנסיבות ההן מעידה על כך [...] כ"ץ נאלץ להתמודד עם תככים, בלבול, חשדנות, תפיסה מעוותת של הפוליטיקאים בנוגע למדיום החזותי [...] כ"ץ הרבה לשתף אנשים במחשבותיו והם ראו בכך חולשה.

שנתיים לאחר שהתמנה לתפקיד מקים ומנהל הטלוויזיה הישראלית פרש אליהו ממשרתו, ועשה זאת בצער מועט בלבד.

## מניח אבני הדרך

אליהו היה פורץ גבולות, חדשן וחלוצי בתחומי התאוריה והמחקר של תקשורת ההמונים. רבות מעבודותיו (הוא פרסם 23 ספרים ומעל 200 מאמרים) היו לאבני דרך מדעיות. השפעתו רבת השנים החלה בספר *Personal Influence* שכתב עם לזרספלד ונמשך במחקרי דיפוזיית החידושים. מאוחר יותר החל אליהו לעסוק במחקרי התקבלות, הבודקים כיצד קהלים שונים מפענחים ומעבדים את תוכני התקשורת. הוא חקר עם תמר ליבס את התקבלות אופרת הסבון האמריקאית "דאלאס" בישראל, על רקע החשש מ"אימפריאליזם תרבותי" וגלובליזציה של התרבות באמצעות כיבוש תרבותי (Liebes & Katz, 1990). באמצעות חיבור מקורי בין תאוריות סוציולוגיות ותרבותיות, ותוך שימוש בשיטת מחקר מתקדמת של אתנוגרפיה של קהלים, הצליחו כ"ץ וליבס לחשוף הבדלים בהתקבלות התכנים בקרב קהלים שונים. שוב, בדרכו האופיינית, הצליח אליהו ליצור טקסט קנוני על כוחן של שיחות חברתית, זהות חברתית והשפעה בין-אישית למתן ולתעל את השפעתה של תקשורת ההמונים.

בראשית שנות ה־70 ניהל אליהו פרויקט מחקר מקיף בשיתוף המכון לקומוניקציה והמכון למחקר חברתי שימושי בניהול עמיתו לואי גוטמן. במשך שנים ארוכות, המכון לקומוניקציה באוניברסיטה העברית והמכון למחקר חברתי שימושי שיתפו פעולה באופן פורה והרמוני. שיתוף פעולה מוסדי (בין המכונים) ואישי (בין לואי גוטמן ואליהו כ"ץ) זה זכה לתיאור מפורט בספרן של חנה אדוני וענת פירסט על תולדות לימודי התקשורת בישראל (אדוני ופירסט, 2006). כך הן כתבו:

שני האישים, גוטמן וכ"ץ, היו מעוניינים לפתח את המחקר החברתי השימושי אשר יתרום לעיצוב מדיניות בתחומי חיים שונים. נראה כי הממד האישי השפיע אף הוא על מערכת היחסים בין שני המכונים. לכ"ץ ולגוטמן ביוגרפיות דומות. שניהם קיבלו את הכשרתם המקצועית בארצות הברית של שנות הארבעים והחמישים, על כל המשתמע מכך, עלו לישראל ממניעים ציוניים וראו את גיבוש המחקר בארץ כחלק מהמפעל הציוני. לימים קיבלו שניהם את פרס ישראל על תרומתם למחקר בתחומם (עמ' 37).

לאליהו כ"ץ היה מודל להקמת מכון שיתרום לעיצוב מדיניות התקשורת, דוגמת המכון האמריקני שבראשו עמד פול לזרספלד. ואכן, הוא מצא במכון למחקר חברתי שימושי שותף לבצועו מחקרים העוסקים במדיניות התקשורת בישראל. "שיתוף פעולה זה שימש בסיס לקשר הסימביוטי שהעשיר את שני המכונים וחוקריהם", מסכמות אדוני ופירסט (2006, עמ' 38), "וכן אפשר את קיומם של יחסים הדדיים מפרים ואת השימוש בממצאי המחקר האקדמי בקביעת מדיניות בתחומי חיים שונים". אחד הפרויקטים

המחקריים הגדולים הראשונים שנעשו במשותף היה מחקר תרבות ישראל 1970 - המחקר המקיף הראשון בישראל שהתמקד בקהלים של צרכני תקשורת תוך ניתוח דפוסי היצע וצריכה של אמצעי תקשורת ואירועי תרבות בחברה הישראלית, ועיקריו פורסמו בספר **תרבות הפנאי בישראל** (כ"ץ וגורביץ, 1973). במחקר זה נערכו 1,500 ראיונות, והמרואיניים נשאלו אילו צרכים הם מפנים אל התקשורת ובאיזו מידה אמצעי תקשורת ההמונים ממלאים אותם. היה זה המחקר הראשון בעולם שביצע מיפוי שיטתי של צורכי קהלים המופנים אל אמצעי התקשורת. הצרכים מוינו לקבוצות: צרכים קוגניטיביים, צרכים ריגושיים, צרכים אינטגרטיביים וצרכים אסקפיסטיים. כך הניחו כ"ץ ועמיתיו תשתית תאורטית ומושגית למסורת מחקרית שנודעה בשם "גישת השימושים והסיפוקים" (Uses and Gratifications). מסורת זו המשיכה את הקו של אליהו ממחקריו הקודמים על הקהל הפעיל, הבורר לו תכנים בהתאם לצרכיו ואינו בובה פסיבית סופגת כול (Katz et al., 1973).

אך אליהו ידע גם לזהות את כוחה האדיר של תקשורת ההמונים, זיהוי שבא לידי ביטוי במסורת תאורטית ומחקרית פורצת דרך על "אירועי מדיה" (Media Events). ספרו המשותף עם דניאל דיין, *Media Events: The Live Broadcasting of History*, סיכם מחקר של 15 שנה שבמסגרתו נבחנו אירועים עתירי קהל אשר ריתקו ברזמנית אומות שלמות, ולעיתים את העולם כולו (Dayan & Katz, 1992). גם ספר זה היה לטקסט מכונן, מקור הראיה למאות פרסומים נוספים ומחקרי המשך. דיין וכ"ץ התמקדו באירועי מדיה כמו ביקורו של נשיא מצרים אנואר סאדאת בירושלים ב-1977, הנישואים המלכותיים של צ'רלס ודיאנה בבריטניה והנחיתה על הירח. מחקרם חשף את המנגנונים ההופכים את התקשורת ל"כוחן הגדול" של טקסים אלה, המשודרים ישירות לקהלי ענק, ואת השפעתם העצומה של אירועי מדיה על גיבוש זהויות קבוצתיות וחיוק נורמות חברתיות. כ"ץ ודיין סיווגו את אירועי המדיה לשלוש קטגוריות: כיבושים (Conquests), הכתרות (Coronations) ותחרויות (Contests). לימים הצעת, למורת רוחו של כ"ץ, קטגוריה רביעית: אירועי מדיה כפויים (Coercions), מהסוג של מגה-טרור. אליהו, בדרכו העדינה, חלק עליו וטען שבאירועי מדיה היוזמה והתכנון הם של אנשי התקשורת, ולכן אירועים שכופים טרוריסטים תאבי פרסום אינם ראויים להיחשב אירועי מדיה. אולם, הוא חיך את חיובו הקטן ואמר לי: "בכל קורס שאני מלמד את הנושא ומציג את הטענה שלך, הסטודנטים מסכימים איתך יותר מאשר איתי..." חלפו שנים ומתקפת הטרור של 9.11.2001 גרמה גם לכ"ץ ודיין לשנות את דעתם. בפרסומים מאוחרים יותר הם התייחסו לסוג חדש של אירועי מדיה, *Disruptive Media Events*, וכללו במושג זה גם אירועים כמו מתקפות טרור מתוכות תקשורת (Dayan & Katz, 2013; Katz & Liebes, 2007).

אליהו ידע גם לאתגר את עצמו, להיפתח לכל ביקורת ולבחון מחדש את התאוריות והמושגים שהוא עצמו פיתח. הוא לא דבק באמונתו לגבי ממצאיו, וחזר אליהם לבדוק את שרידותם בעידן של שינויים תקשורתיים מהירים. אחד ממאמריו האחרונים, שנכתב עם יונתן פיאלקוף (Katz & Fialkoff, 2017), הוכתר בכותרת "Six Concepts in Search of Retirement". כאן הוא בחן מושגי יסוד שטבע במהלך השנים, אשר לטענתו הגיע זמנם לצאת לגמלאות, ובהם "מנהיגי דעה", "זרימה דו-שלבית של תקשורת" ו"חשיפה סלקטיבית". מי שהניח את אבני הדרך גם הכיר בצורך לחדשן או להחליפן.

## חוכמת הבייגלה

לפני שנים שלח לי אליהו מאמר קטן עם הקדשה, והעיר שזה אולי המאמר הטוב ביותר שכתב. היה זה מאמר על... בייגלה. הוא נכתב כחלק מהפולמוס המתמשך באוניברסיטת שיקגו בשאלה מה עדיף - לביבה או אוזון המן (The Latke-Hamantash Debate). אכן, מאז 1946 מתקיים פולמוס בנושא חשוב זה, ובמסגרתו נערך מדי שנה דיבייט הומוריסטי בין אקדמאים, שמתפלפלים על החשיבות היחסית והמשמעות של שני מאכלים מהמסורת היהודית - הלביבה, שנהוג לאכול בחג החנוכה, ואוזון ההמן, שנהוג לאכול בפורים. אחד המשתתפים הבולטים בפולמוס היה אליהו כ"ץ. במאמר משותף עם ג'ייקוב פלדמן (Katz & Feldman, 1999) התמקדו השניים בטיעונו של צ'רלס דרווין על הישרדות הכשירים ביותר. בהומור אירוני הם טענו שדרווין נתפס לתאוריית הישרדות החזקים משום שהוא ערך את מסעו על גבי אוניית הבייגל של הוד מלכותו, שסיפונייה חלקלקים, וכמו בכל בייגלה, גם בה יש חור מאיים באמצע. באמצעות תרשימים דקדקניים שהוצגו במאמר הם הראו שמסקנותיו היו שונות אם היה יוצא למסעו על גבי סירת לביבה כמו זו של הקלברי פין, או ספינת אוזון המן שדומה לתיבת נוח.

האיש השקט ונמוך הקומה עם החיוך הקטן והעיניים החכמות עזב אותנו. אבל הוא נגע ברבים, במגע הקסם של אליהו. מגע של חוכמה ואהבת אדם, גאונות וענווה.

## רשימת המקורות

- אדוני, ח' ופירסט, ע' (2006). מחקר תקשורת והוראתה: דילמות מובנות ופתרונות משתנים. הוצאת מאגנס והמכון לקומוניקציה ע"ש משפחת סמארט.
- וימן, ג' (2015). הסיפור החלוצי של חקר דעת קהל בישראל. צבעונים.
- כ"ץ, א' וגורביץ, מ' (1973). תרבות הפנאי בישראל. עם עובד.
- Coleman, J., Katz, E., & Menzel, H. (1957). The diffusion of an innovation among physicians. *Sociometry*, 20(4), 253–270.
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Harvard University Press.
- Dayan, D., & Katz, E. (2013). Performing media events. In J. Curran, A. Smith & P. Wingate (Eds.), *Impacts and influences: Media power in the twentieth century* (pp. 184–208). Routledge.
- Gitlin, T. (1978). Media sociology: The dominant paradigm. *Theory and Society*, 6(2), 205–253.
- Katz, E. (1987). Communications research since Lazarsfeld. *The Public Opinion Quarterly*, 51, 25–S45.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Katz, E., & Danet, B. (Eds.) (1973). *Bureaucracy and the public: A reader in official-client relations* (Vol. 465). Basic Books.
- Katz, E., & Feldman, J. J. (1999). The voyage of the Bagel. *International Journal of Cultural Studies*, 2(1), 5–10.
- Katz, E., & Fialkoff, Y. (2017). Six concepts in search of retirement. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 86–91.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication*. Transaction.
- Katz, E., & Liebes, T. (2007). No more peace!: How disaster, terror and war have upstaged media events. *International Journal of Communication*, 1, 157–166.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968). *The people's choice*. Columbia University Press.
- Liebes, T., & Katz, E. (1990). *The export of meaning: Cross-cultural readings of Dallas*. Oxford University Press.

## חגבעת רם לרטגרס: 50 שנות אליהוא כ"ן בחיי האקדמיים

דפנה למיש\*

לפני כ־50 שנה ישבתי בכיתה בגבעת רם בלימודי המ"א במסגרת שכונתה עדיין "המכון לקומוניקציה", בשיעור של מורה עם מבטא אמריקני חזק ומעין חיוך מבויש, שהקשיב בכבוד ראש לכל הערה או הגיג שהעלה כל אחד מהתלמידים הרבים בכיתה (רובם אכן היו גברים) כאילו אלה דברי חוכמה עמוקים. המורה היה פרופ' אליהוא כ"ץ כמובן, והמבטא, החיוך והכבוד האינטלקטואלי שהוא העניק לכל אחד ואחת שעימו שוחח באקראי או בכוונה לא השתנו במהלך העשורים שחלפו מאז.

באותו סמסטר היה אליהוא שקוע עמוק בגיבושה והפצתה של תאוריית השימושים והסיפוקים (Katz et al., 1973), שמאז צוטטה אלפי פעמים, עברה תמורות ועיבודים והתמודדה עם ביקורות מגוונות. אך אין ספק - כפי שיעידו התומכים והמקטרגים כאחד - שהיא שינתה את פני חקר התקשורת, ערערה על הנוקשות של הדטרמיניזם הטכנולוגי והולידה שיח פורה ועשיר ביותר על מקומם של קהלים ביחסי הגומלין המורכבים בין תכנים, קהלים והקשרים של צריכת תקשורת. באותו שיעור גם התודעתי לראשונה למחקרי "ההשפעה האישית" שערך עם הסוציולוג פול לזרספלד (the two-step) (Katz & Lazarsfeld, 1955), ובמיוחד לתאוריית הזרימה הדו־שלבית (Katz, 1957) (flow), שבאותה עת - שנותיה הראשונות של הטלוויזיה הישראלית, בשולי מלחמת יום כיפור - נראתה לי רלוונטית ביותר להתנסויות הפרטיות שלי. בכיתה זו נבטה בי הסקרנות הרבה למחקרי תקשורת, שמזינה אותי עד היום, ובזכותה גם נרקמה בין אליהוא וביני מערכת יחסים מקצועית - שולית בחיי, אך משמעותית בחיי שלי. כיועץ לעבודת המאסטר שלי ב־1975, כממליץ ללימודי הדוקטורט ב־Ohio State University ב־1977, כראש תוכנית המלגאים באננברג שבפילדלפיה, שבה שהיתי בשנת 1993, במפגשים אקראיים בכנסים, ועד האימייל האחרון שקיבלתי ממנו, בשנת 2020, שבו בירך אותי במפתיע על הישג אקדמי.

\* פרופ' דפנה למיש, אוניברסיטת רטגרס, [dafna.lemish@rutgers.edu](mailto:dafna.lemish@rutgers.edu)

ב־50 השנה שחלפו מאז חווינו מהפכות תקשורת רב־ממדיות, ששינו את חיינו מהקצה אל הקצה - התפתחות טכנולוגיות דיגיטליות וניידות, פרגמנטציה של קהלים, מהפכות מידע, מציאות וירטואלית וההשלכות של תמורות אלה ואחרות על יחידים, חברות ותרבויות - כל אלה מספקים לכולנו אין־ספור נושאים מרתקים למחקר, הגות והוראה. אנו חבים לתמורות אלה קריירות שלמות. איך ייתכן שלמרות כל זאת אני מוצאת עצמי חוזרת שוב ושוב לאותה כיתה בגבעת רם ולמה שלמדתי מאליהוא כבר אז? תאוריות נמדדות, בין השאר, ביציבות הרלוונטיות שלהן - ביכולתן להסביר תופעות לאורך זמן ובהקשרים משתנים, ולהמשיך ולהפרות מחקרים חדשניים. במובן זה, רבות מהתרומות התאורטיות של אליהוא לדיסציפלינה שלנו עודן מהדהדות בעוצמה, ונחשפות לעיניי שוב ושוב בלי קשר למדיום הנחקר, לאופי הקהל ולהקשר התרבותי של התופעה.

כך לדוגמה, לאחרונה קראתי מאמר מרתק על אימוץ עוזרים וירטואליים דוגמת אלקסה וסירי (טכנולוגיה שאולי רק עתידנים כמו אלווין טופלר יכלו לדמיין לפני 50 שנה) במשפחות בהולנד. המחקר נעזר בתאוריית השימושים והסיפוקים (בשילוב גישות ומתודות נוספות) כדי להסביר את המאפיינים המשפחתיים והמוטיבציה ההורית המובילים לאימוץ ושימוש בטכנולוגיה חדשנית זו (Wald et al., 2022). המחקרים הבחינו בין טיפוסים משפחות, בין השאר, על פי המוטיבציות שלהן לשימוש בעוזרים הוירטואליים למטרות הנאה ושימוש משותף עם הילדים.

המידה שבה מורשתו של אליהוא מגוונת, פתוחה ליישומים מפתיעים ומפרה מחקרים עכשוויים התחווה לי בין השאר בעבודתי המשותפת עם נלי אליאס מאוניברסיטת בן גוריון בנגב, על מקומם של טלפונים ניידים באינטרקציה בין הורים וילדים צעירים במקומות ציבוריים, שבמסגרתה פיתחנו מודל המבוסס על שימושים חברתיים ומבניים במדיום זה (Elias & Lemish, 2021). אפילו המחקר המשותף שלנו על הומור הורי ברשת בתקופת הגל הראשון של הקורונה מעוגן עמוק בתפיסה של שימושים וסיפוקים - במקרה זה בשאלה כיצד הומור ברשת אפשר להורים לשבור מוסכמות וערכי משפחה, המושרשים עמוק מאוד בחברה הישראלית, ולפרוק זעם, תסכול וחרדות (Lemish & Elias, 2020), מה שאפשר, בין השאר לחוקרות עצמן, לעבור את התקופה הקשה של הסגר הראשון עם פרצי צחוק.

העניין הגובר במחקר לגבי תפקידם של "משפיענים" ברשתות החברתיות, בעקב בתרבויות של בני נוער (כדוגמת Lovet et al., 2017), מאמר שהוגש לספר שערכת לפני מספר שנים, ובאמצעותו התוודעתי לעומק התופעה), הראה לי עד כמה נעוצים מחקרים עכשוויים רבים בתאוריית הזרימה הדו־שלבית. "משפיעי דעת הקהל" זהו לא



כדמויות ציבוריות רמות מעלה אלא דווקא כבני קבוצת השווים, הידועים בהתמחותם בפן מסוים של ידע. הרשתות החברתיות העצימו תופעה זו עד מאוד - בין שמדובר בריקוד פופולרי בטיקטוק, בהמלצות לאיפור בסרטון יוטיוב, בעצות למסכות יעילות נגד קורונה בווטסאפ, או בהפניות לאתר חדשות מסוים באינטרנט שמפיץ "בר הסמכא" האישי שלנו בטוויטר.

התפרקות "מדורת השבט" המפורסמת, שהעסיקה רבות את אליהוא כבר לפני למעלה מ-20 שנה, ותחזית "סוף עידן הטלוויזיה" (Katz, 2009) שהרבה לדבר בה, נמצאות היום מול עינינו. אנו עדים לשיח פוליטי ואקדמי מפותח על בועות אידאולוגיות ופוליטיות שאין ביניהן קשר, ואפילו על חוסר הסכמה לגבי עובדות בסיסיות - בועות אשר החליפו את היכולת לשבת סביב "מדורה" ולנהל שיחה המבוססת על הכרה משותפת בעובדות (או לפחות להסכים שיש "מדורה" שסביבה יושבים). המרחק בין התחזית של אליהוא על התפרקות מדורת השבט ובין הדיון העכשווי הדחוף והמצמרר על התפרקות הדמוקרטיה (כפי שאני חווה יום-יום בארצות הברית, שבה אני חיה ב-13 השנים האחרונות), התקצר לאין ערוך.

את השורשים התאורטיים האלה ואחרים נטע אליהוא עמוק בלב הדיסציפלינה שלנו. התובנה שקהלים הם אקטיביים ומשתמשים בתקשורת כדי למלא עבור עצמם צרכים, וכי הסיבה שבגללה הם פונים לתקשורת איננה בהכרח מה שהם יפיקו ממנה; ההכרה בכך שהמשפיעים המשמעותיים ביותר על עמדות והתנהגויות אינם בהכרח מנהיגים בעלי שיעור קומה אלא משפיענים ברשתות חברתיות - כל אלה כבר נבטו בי לפני כמעט 50 שנה, באותה כיתה בגבעת רם. הידיעה שקבוצות אוכלוסייה שונות חיות בעולמות מקבילים שאינם מדברים זה עם זה אידאולוגית ותרבותית הצטרפה אליהם בהמשך. הן מעידות על גדולתו של אליהוא כאיש תאוריה ועל תרומתו הרבה לשאלות הגדולות של ימינו. רבים מאיתנו יפיקו תועלת מרובה מקריאה רעננה ועכשווית בכתביו של אליהוא ומהתבוננות מחודשת בירושה האינטלקטואלית שלו. אני באופן אישי, כאשר אקדמיה, חייבת רבות לחשיבה שלו, ואסירת תודה על כך שזכיתי להיות תלמידתו.

וכמובן, ישנו גם אליהוא האיש, מעבר להיותו פרופסור ואינטלקטואל. אותו אליהוא שפגש אותי עם שלושת ילדי הצעירים בקניון ליד פעמון החירות ההיסטורי במרכז העיר פילדלפיה, בחורף מושלג של 1993, עדיין זרים ומנוכרים לחוויה האמריקנית הקפואה שנפלה בחלקנו, אשר ניגש אלינו בחיבה גדולה ובחיוך רחב, פנה לילדיי ושאל: "מי רוצה גלידה? אני מזמין!" וכמו סבא לרגע הוביל אותם לגלידרייה בפינה

לפינוק בלתי צפוי. גלידה באמצע סופת שלג? מה יכול להיות מחמם לב ילדים יותר? שובר מוסכמות יותר? מקורי יותר?

אחד הכישורים הבולטים של אליהוא היה יכולתו היצירתית לחבר נקודות שכביכול אין קשר ביניהן וליצור אינטגרציה חדשנית ומפתיעה. לא פעם נוכחנו בכישרון הזה ב"שידור חי", כשהוא התבקש להיות מגיב בפאנל או לסכם יום עיון שהדברים שנאמרו בו לא היו צפויים או ידועים מראש - והיה מפתיע את כולנו עם סיכום יצירתי ובלתי צפוי. הדבר דמה לניתוח תצלום אוויר תלת־ממדי - פתאם נקודות אקראיות היו מתחברות זו לזו ותמונה ברורה של תופעה והסבר אפשרי לה הופיעו לעיני הקהל.

אליהוא בוודאי היה קורא בעניין מהול בצניעות מרובה את כל המאמרים, הפוסטים ברשתות החברתיות וההספדים שנכתבו ועוד ייכתבו עליו, מביט עליהם באופן הוליסטי ומוצא בהם היבט חדש, חיבור יצירתי וייחודי, שאנחנו עדיין עיוורים לו. ואולי נפתיע גם אנו אותו, שהרי התכנסנו כאן, קהילת חוקרי ותלמידי תקשורת, סביב "מדורת שבט" שהוא מרכזה כדי לשוחח עליו, על פועלו ועל מורשתו.

יהי זכרו ברוך.

## רשימת המקורות

- Elias, N., & Lemish, D. (2021). Parents' social uses of mobile phones: The case of eateries in two national contexts. *International Journal of Communication, 15*(19), 2086–2104
- Katz, E. (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly, 21*(1), 61–78.
- Katz, E. (2009). The end of television. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 625*(1), 6–16.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly, 37*(4), 509–523. <https://doi.org/10/bw3sm7>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.
- Lemish, D., & Elias, N. (2020). "We decided we don't want children. We will let them know tonight": Parental humor on social media in a time of the coronavirus pandemic. *International Journal of Communication, 14*, 5261–5268.
- Llovet, C., Diaz-Bustamante, M., & Karan, K. (2017). Are girls sexualized on social networking sites? An analysis of comments on Instagram of Kristina Pimenova. In D. Lemish & M. Götz (Eds.), *Beyond the stereotypes? Images of boys and girls and their consequences* (pp. 131–140). University of Gothenburg.
- Wald, R., Piotrowski, J., Araujo, T. B., & van Oosten, J. M. F. (2022). *Virtual assistants in the family home*. Paper to be presented at the International Communication Association annual conference, Paris (hybrid), May.

## עם אליהוא כ"ץ בשדות הקטל של הערוץ הראשון – חסמך אישי

דב שנער\*

שידורי הטלוויזיה הישראלית החלו ב־2 במאי 1968. קדמו לכך הכנות שתחילתן בשנת 1966, בסיוע סגן הנשיא של רשת CBS האמריקנית, ג'ו סטרן, והמשכן בדחיית תחילת השידורים בגלל מלחמת ששת הימים ב־1967. בראש צוות ההקמה עמד פרופ' אליהוא כ"ץ, חוקר תקשורת אקדמי מוכר בארץ ובעולם, חלוץ המחקר והוראת התקשורת בישראל, ומייסד המכון לקומוניקציה באוניברסיטה העברית בירושלים.

מינויו של כ"ץ לראש צוות הקמת הטלוויזיה בישראל הפתיע רבים, שכן מעבר למוניטין שצבר כחוקר מבריק לא היה לו ניסיון מקצועי, ביצועי או ניהולי באף מדיום תקשורתי מלבד הטלפון. סביר להניח כי שיקולי מינויו היו מעמדו הבין־לאומי והרקע האקדמי הבלתי מזוהה פוליטית שהביא עימו, בצד רצונם של ראש הממשלה אשכול ואחרים להימנע מלחצים מצד פוליטיקאים ומקצועני תקשורת.

כ"ץ נטל חופשה מתפקידו ועיסוקיו בארץ ובחו"ל, וכמעט ללא תמיכה מצד ראשי ומקצועני השידור בישראל, קיבל את הצעת ראש הממשלה והשר גילי ל שמש ראש צוות הקמת הטלוויזיה. כבר עם כניסתו לתפקיד התברר שהוא נדרש להתמודד עם תחלואי המנהל הישראלי ככלל והשידור בפרט. אלה כללו יחסי עבודה, תקציבים, לחצים פוליטיים ומאבקים תרבותיים, כלכליים ואישיים מבית ומחוץ.

מי שהכירו את הישגיו האקדמיים ואת רגישותו האנושית של כ"ץ הגיבו בהשתאות ובמידה של רחמים על כניסתו של טירון נעים הליכות, חניך אמריקה, ל"קן צרעות", בפיהם של אחדים, או "מאורת נחשים", כפי שגרסו אחרים. הביקורת על מינויו הדגישה את חוסר ניסיונו הניהולי, שנדרש לדעת המבקרים להקמת טלוויזיה נוסח ישראל, והתבטאה בעיקר בציונה של חוסר מנהיגות תקיפה, המבוססת על ניסיון מקצועי מעשי, בצד הסתירות, המכשולים והלחצים של גורמים פוליטיים ומקצועיים. מול חוסר הניסיון של כ"ץ בלטה ההתנשאות של שדרים ותיקים והחוצפה של "צברי

\* פרופ' דב שנער, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב [dovshinar80@gmail.com](mailto:dovshinar80@gmail.com)

שידור" מוכשרים. קושי נוסף הביאה גם קבוצת אנשי הפקה, ניהול והנדסה "מיובאים" מארצות הברית, אירופה ודרום אמריקה, שחלקם הוצגו כמומחים וחלקם היו ישראלים חוזרים מלימודים ועבודה בחו"ל. ויכוחים ערים ומרים סביב מידת מומחיותם ותרומתם להקמת הטלוויזיה ופיתוחה ניטשים בחוגים מקצועיים ואקדמיים עד עצם היום הזה.

משימות הניהול, ההפקה ויבוא התכנים שהוטלו על כ"ץ כללו גם שידור חדשות ותוכניות בערבית, שחשיבותן גברה בעקבות מלחמת ששת הימים. ללא שליטה בנושא מקרוב, כ"ץ נאלץ להסתמך על כוחות מקומיים, שהגיעו בעיקר משורותיהם של אנשי רדיו יהודים וערבים בתחומי החדשות והתוכניות. נושא זה עורר לעתים מחלוקות וויכוחים בין נושאי תפקידים בגופי הפיקוח על הטלוויזיה, הפוליטיים מטבעם, לגבי הרצוי והמותר בשידורי טלוויזיה בערבית ובהתאמת השדרים למשימות אלה.

אין צורך להיות בקי ברזי הטלוויזיה כדי להבין שגם איש רב־פעלים ומעורר השראה כאלהוא כ"ץ, שהכיר מקרוב קנאה ויריבות באקדמיה, התקשה להתמודד לבדו עם לחצים פוליטיים ואחרים ועם קרבות גלויים וסמויים בימיה הראשונים של הטלוויזיה הישראלית. בלטו ביניהם מתחים בין אנשי תקשורת מקומיים ו"מיובאים" ובינם לבין עצמם; בין מוסדות ופעילים פוליטיים; בפרקי הזמן והנימה - מחויבות ועד שלילית - שניתנו לנושאים ואישים פוליטיים בחדשות; בעד ונגד שידורים בשבת; יבוא סדרות ותוכניות קנויות בארץ ובחו"ל; שיקולי עריכה וסוגיות דומות. למזלו של המדיום החדש ושל כ"ץ עצמו, הוא הצליח לגייס את עמיתו עוזי פלד, מנכ"ל המכון למחקר חברתי שימושי בירושלים, לשמש סגנו בניהול הטלוויזיה. האנושיות, הנחישות וכישורי הניהול של פלד היו גורם מכריע במנהיגות הערוץ החדש, שסייע לכ"ץ להתמודד עם המציאות התקשורתית של ישראל. בהקשר הזה חשוב לציין שכ"ץ ידע לעודד כוחות יצירה וניהול שצמחו בטלוויזיה ובסביבתה. תרומתם הייתה אנושית, חברתית, מנהלית ואמנותית. כ"ץ עצמו הביא לתפקידו חוכמה, שיטתיות ותעוזה מהולות בתמימות מול לחצים פוליטיים, מנהליים וכלכליים. תכונות אלה, שהיו חסרות לכמה מיורשיו בטלוויזיה הישראלית וברשות השידור, תרמו רבות לרמתה המקצועית והארגונית ולחשיבותה החברתית של הטלוויזיה.

בשנת 1969, זמן לא רב אחרי מינויו, סיים כ"ץ את תפקידו כמנהל הערוץ הראשון וחזר לפעילות אקדמית בישראל ובחו"ל. עם שובו לשדה המחקר והמשך פעילותו האקדמית הקפיד כ"ץ, כפי שנהג בעבר, לגלות ולעודד כישרונות צעירים, דור המשך למקוריות ולאיכות במחקר.

לקחי התקופה הזאת ליוו אותו גם בהמשך, בין היתר כאשר שימש יועץ ל-BBC הבריטי במחקר ותכנון פרויקטים בתחום השידור, על יסוד ראינות עומק עם שדרים וחוקרים, הערכת השפעות וניתוחי ארגון ומדיניות (Katz, 1977).

באותה עת הוביל כ"ץ, עם פרופ' ג'ורג' וודל מאוניברסיטת מנצ'סטר שבאנגליה, מחקר בין-לאומי במימון קרן פורד על כניסת הטלוויזיה לעולם השלישי (Katz et al., 1977). המחקר מקיף עבודת שדה נרחבת ב-11 מדינות מתפתחות (כ"ץ ושנער באיראן, ברזיל, פרו, קפריסין ותאילנד; וודל ופילסוורת באינדונזיה, אלג'יריה, ניגריה, סינגפור, סנגל וטנזניה) וחומרי השלמה מ-80 מדינות נוספות. היה זה ניתוח ראשון מסוגו של אתגרים וסיכויים ליישומי השידור בעולם השלישי. הממצאים מקיפים תחומים חברתיים, כלכליים, תרבותיים, פוליטיים ותקשורתיים, ומתמקדים בתחומי האינטגרציה הלאומית, הפיתוח הכלכלי-חברתי וההמשכיות התרבותית. המחברים מנתחים דרכים שבהן השידור, שמקורו במערב, נדרש להתאים עצמו לאופיין של מדינות בעולם השלישי ומגישים סדרת המלצות ולקחים.

כתלמידו, עוזרו ושותפו של כ"ץ באקדמיה ובטלוויזיה, וכמי שחש אליו קרבה אישית בכיתת הלימוד וברחבי הארץ והעולם, חשוב לי לציין נושא חשוב נוסף: בעת עבודתנו המשותפת בארץ ובחו"ל, שנמשכה כחמישה עשורים, אני נושא עימי סימני דרך שעזרו לי להכיר ולהבין את כ"ץ. אילו נדרשתי לכתוב עליו מחזה או תסריט, לא הייתי מצליח לדלג על דמות מרכזית בחייו האישיים והמקצועיים. כוונתי לרעייתו רות, המשכילה, החרिפה, לעתים היותר פסקנית והפחות דיפלומטית, כיאה לישראליותה המולדת ולאישיותה. מתוך צפייה (לעתים "משתתפת") בעלילות חייהם של בני הזוג בארץ וברחבי העולם, נוכחתי שמעבר לתוארה כרעיה, רות הייתה לו עמיתה במשרה מלאה, פחות תמימה ממנו במובנים רבים, אך לא פחות מתוחכמת, ועוגן איתן לאיש שלה בכל מקום, זמן ומזג אוויר.

לסיכום, גם אם לא היה חף מחולשות אנוש, אליהוא כ"ץ היה כוכב אקדמי שידע להקשיב ולשמע שותפים ותלמידים, גם כאשר לא הסכים איתם. כבוד ועונג היה לי ללמוד ממנו בעבודה משותפת, לעתים גם לבקר, ולראות בעיניו ובהתנהגותו רעות וקשר אינטלקטואלי ואנושי.

## רשימת המקורות

- Katz, E. (1977). *Social research on broadcasting: Proposals for further development* (A report to the British Broadcasting Corporation). British Broadcasting Corporation.
- Katz, E., Wedell, G., Pilsworth, M., & Shinar, D. (1977). *Broadcasting in the third world: Promise and performance*. Harvard University Press.

# מאמרים מקוריים



# מיתוג חדשנות מלמטה-למעלה: פעפוע רעיון ה"סטארט-אפ ניישן" בתקשורת

יצחק משיח \*

## תקציר

ניסיונותיהם של מותגים לעצב את המוניטין שלהם באמצעות העברת מסרים בתצורה השיווקית הקלאסית "מלמעלה-למטה" (Top-Down) זוכים בספרות התאורטית לתשומת לב מחקרית נרחבת, ומשקפים גישה שלפיה המותג יכול לשלוט במסר שלו ולנהלו בעצמו. המאמר הנוכחי דן בתצורה החלופית "מלמטה-למעלה" (Bottom-up), באמצעות ניתוח מקרה בוחר של מותג לאומי והאופן שבו הוא ממוסגר בידי גורמים בתקשורת. המחקר מתרכז בהתבססותו של מטבע הלשון "סטארט-אפ ניישן" (-Start up Nation) בטקסט העיתונאי להצבעה על מדינת ישראל הטכנולוגית. על בסיס מיפון וניתוחן של הופעות מטבע הלשון בכתבות בשנים 2010-2021 בישראל (N=220) ועל פי ראיונות מובנים למחצה עם עיתונאים ועיתונאיות (N=6) אנו למדים שמטבע הלשון השתרש בעיתונות באמצעות חזרה עקבית של מקורות שונים, שהפנימו את ערכי המותג והדהדו את הכינוי הטכנולוגי. במחקר נמצאה מידה כלשהי של אוטונומיה העומדת לרשות מפיקי התוכן ומפיציו באמצעי התקשורת, המאפשרת להם למסגר סמל מטפורי על פי ראות עיניהם ולהדהדו לאורך זמן, והוא מתאר את המוטיבציה שלהם לעשות זאת. מן המחקר עולה המרחב התקשורתי-חדשותי כמגרש לפעפוע התדמית של ישראל כאומה טכנולוגית וחדשנית "מלמטה-למעלה" ולקידומה. בהסתמך על העדויות שהובאו כאן, המחקר מציע שאפשר ליישם את מכניזם השיווק "מלמטה-למעלה" גם בשיווק של כל גוף ממוסד גדול אחר, לרבות חברה מסחרית, ארגון חברתי, גוף פיננסי, מוסד חינוכי, תאגיד גלובלי, רשות מוניציפלית או כל מדינה אחרת.

\* יצחק משיח ([itzhak.mashiah@gmail.com](mailto:itzhak.mashiah@gmail.com)), החוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה

## הקדמה

בראשית שנות האלפיים פורסמה תוכנית יישומית מקיפה למיתוג מדינת ישראל, שבמרכזה עמדו כמה המלצות בולטות: לצמצם מסרים על הנושא הביטחוני, ששנים רבות היה מזוהה עם המדינה, להרחיב מסרים על נושאים חדשים, ובעיקר להעביר מסרים חיוביים של הצלחה בתחומי המדע והטכנולוגיה (Gilboa, 2006). מדבריהם של מומחי שיווק ומיתוג באותה העת השתמע כי למדינת ישראל נדרש שינוי תדמיתי, ולא פחות חשוב, כי על ישראל להמציא קונספט מיתוגי על בסיס חשיבה אסטרטגית מעמיקה. כמו כן, גרסו, עליה להשתקף דרך סממנים גלובליים, בראיית הקהל העולמי (הסמן, 2008). ואכן, בשנת 2013 הוכרז רשמית מהלך תדמיתי חוצה מדינות בחסות משרד החוץ הישראלי ובעזרתן של חברות מיתוג מהמגזר הפרטי. תהליך המיתוג הושק בינואר 2013 בכנס שגרירים בתל אביב, כפי שמתואר בכתבה שפורסמה באתר הכלכלי The Marker: "המיתוג החדש של ישראל: יותר הייטק וחדשנות, פחות מלחמות ומורשת" (טוקר, 2013), וגם בחלוף השנים נצמדו מדינת ישראל, שלוחותיה וגורמיה הרשמיים לנרטיבים בעלי מאפיינים טכנולוגיים - מתוך מוטיבציה גבוהה להצטייר כאומה מתקדמת וחדשנית (Mashiah & Avraham, 2019).

תהליך עיצוב הזהות החדש של מדינת ישראל אינו ייחודי רק לה; מדינות רבות בעולם בוחרות להציג את עצמן באופן חיובי באמצעות קידום של "ערכים, סטנדרטים ונורמות" (Poole, 1999, p. 64). גם אימוץ המסר של חדשנות טכנולוגית בידי מקומות, מדינות ואומות אינו ייחודי לישראל, והוא מיטיב את המוניטין של הגוף הבוחר להדגישו (Dong-sheng, 2006; Joseph, 2016; Kao, 2007; Moss, 2011; Porter & Stern, 2001). ובכל זאת, נדמה שבמקרה הישראלי החיבור האסטרטגי של המדינה לתכונות טכנולוגיות הצליח במהירות יוצאת דופן. עדות לכך ניכרת בקונספט המיתוגי המודגש יותר ויותר מאז סוף העשור הראשון של המאה ה-21. כתגובה לאסטרטגיה הזאת, או אולי רק בהשראתה, זכתה מדינת ישראל דאז לכינוי החדש "סטארט-אפ ניישן" (Start-up Nation), המצביע על המדינה כחממה טכנולוגית, ביתם של "סטארט-אפים". כינוי זה לחלל בעשור האחרון בפרסומיהם של יוצרי תוכן (Brik, 2014; Dashti & Schwartz, 2015; Droti & Netivi, 2013; Fraiberg, 2017; Sharma & Bing, 2015; Kon et al., 2014), ומופעיו בשיח התקשורת הולכים וגוברים.

אך אף שהאסטרטגיה המיתוגית של ישראל אכן עוסקת בהחדרת מסר טכנולוגי ובהצגת המדינה כאומה חדשנית, חשוב לדעת שהכינוי "סטארט-אפ ניישן" לא הוכרז באופן רשמי בידי המדינה, אלא הופץ וקיבל תהודה בפועלם של שלל יצרני תוכן אפורמליים בארץ ובעולם. המחקר הנוכחי מראה כיצד הרעיון הזה מובא בזירה בלתי

פורמלית אחת: הזירה התקשורתית. לשם כך אותרו ונותחו אזכורי המונח "סטארט-אפ ניישן" בשיח התקשורתי בישראל בשנים 2010-2021. המחקר שופך אור על אופני השימוש בכינוי בעיתונות הכתובה, מסרטט את הגורמים המשתמשים בו בתקשורת, מסביר את מניעיהם ועוזר להבין אם אכן השימוש בכינוי נועד לבסס את מעמדה של ישראל כאומת הטכנולוגיה ולתרום למיתוגה, או שמא לצרכים אחרים. תרומת המחקר הנוכחי קונספטואלית ותאורטית כאחת, שכן הוא מבחין בין המכניזם של שיווק "מלמטה-למעלה" לבין המכניזם של שיווק "מלמעלה-למטה" ומדגים את השוני שביניהם. זאת ועוד, מתוך מקרה הבוחן המוסבר פה עולה כי באקלים התקשורתי יש בכוחם של יצרני התוכן החדשותי, מעצביו וספקיו להרים תרומה משמעותית להגדרת הזהות של המותג באשר הוא, באמצעות פרסום חוזר של רעיון ועטיפה סמלית ומטפורית לאורך זמן.

## סקירת ספרות

### חמיתוג מדינות לחוניטין לאומי: המישור הפנימי והמישור החיצוני

על פי איגוד השיווק האמריקני, "מותג הוא שם, מונח, עיצוב, סמל או כל תכונה אחרת המזהה את טובתו או השירות של מוכר אחד, ומבדילה אותו ממוכרים אחרים" (American Marketing Association, 2017). לעומת מיתוג של מוצרים מסחריים מוחשיים, הקיים כבר עשרות שנים, רעיון מיתוג המדינות (nation branding), המביא בחשבון הגדרות בסיס של תחום המיתוג מן הספרות האקדמית, התפתח רק בסוף שנות ה-90 של המאה ה-20 (Anholt, 1998). רעיון מיתוג מדינות מאפיין מצב שבו המדינה מיישמת הלכה למעשה טכניקות מיתוג ותקשורת שיווקית לעיצוב המוניטין שלה ולקידומו (Avraham, 2020; Fan, 2006; Kaneva, 2011). לפי פאן (Fan, 2006), "לכל אומה יש תדמית של מותג מסוים" (עמ' 5), והמוטיבציה לקידומה משתנה בין אומה אחת לאחרת. סיימון אנהולט, מי שנחשב לאחד מחלוצי תאוריית מיתוג המדינות, פירט את מיני המוטיבציות הללו, וטען שמיתוג מדינה מבוסס על הצורך שלה לחשוף (introduce), לנווט (target), לתקן (correct) או לשפר (improve) את המוניטין שצברה (Anholt, 2006, p. 98).

על פי דני (Dinnie, 2015), הקונספט של עיצוב תדמית ושיווק האומה שאב השראה רבה מפרקטיקות שהושרשו במשך שנים בגופים הפועלים בזירות העסקיות. גם הסמן (2005) טען: "ניתן לנהל את המדינה בדומה לניהול הקוהרנטי, האחיד והממושמע של מותגים עסקיים". במישור החיצוני, הפעלה ואימוץ מכניזם של מיתוג בידי המדינה נעשה מסיבות רבות ומגוונות (Fan, 2010), ובהן מנה דני, למשל, את חיזוק התיירות

הנכנסת, הגברת תפוקות הייצוא, חיזוק הכלכלה והמטבע המקומי, הגברת ההשפעה הפוליטית הבינלאומית ובניית שותפויות בין-לאומיות חדשות (Dinnie, 2015, p. 17). אומות רצות להיות מזוהות עם סמל, רעיון או תכונה חיובית דומיננטית (Fan, 2010; Kaneva, 2011), בין היתר משום שהדבר מיטיב את מערכת היחסים של המדינה עם בעלי עניין בתחומיה (Pike, 2009), למשל בחיזוק תחושת השייכות של האזרחים למקום ובהגברת הסולידריות שלהם זה לזה (Jansen, 2008; Volcic & Andrejevic, 2011). וייט (White, 2012) טוען כי המוניטין והזהות החיובית של המדינה תורמים גם למוניטין של המותגים המיוצרים בה. דהיינו, מוצרים המזוהים עם מדינה כלשהי נהנים מהתדמית הטובה של האומה שהמוצר מיוצר בגבולותיה.

מכיוון שתהליך מיתוג תורם הן במישור החיצוני והן במישור הפנימי, חשוב לזכור שמיתוג אינו מתמצה בפרסום ולוגו או אלמנט חזותי זה או אחר, אלא גם במה שמתפרסם על המדינה בכלל אמצעי התקשורת (Anholt, 2016). רמת המיתוג של המפרסם נקבעת בעיקר על פי מה שאנשים חושבים וזוכרים עליו בעקבות פרסומים פומביים (Dinnie, 2015), ולכן חשוב שערכים ומאפיינים המוצמדים למותג בכל פלטפורמה שהיא יתכתבו עם המציאות ויהיו אותנטיים (Beverland, 2009). מיתוג מדינות או מוצרים צריך להיות מבוסס על אותנטיות; על הרעיונות להתקשר לאלמנטים ממשיים מהשטח, ל"עקרונות", ל"מסורת", ל"פונקציות" ול"טבע" האותנטי של המותג (עמ' 15). בעבודותיו המאוחרות, העדכניות יותר, של אבי תאוריית מיתוג המדינות סיימון אנהולט, שפרסם לאחר שנים של חקר התחום, הציע אנהולט להסתכל על התדמית (reputation) של האומות כמכלול שלם של דברים, לרבות המסורת של המדינה, האנשים, התרבות וההוויה הכללית, ולא רק כתוצר של פעולות שיווק אדי-הוק, כפי שהוא עצמו טען עשור קודם לכן (Anholt, 2016). לדידו, מדינה אחת בהכרח אינה דומה למדינה אחרת, קיים שוני בתהליכי השיווק שלהן, וגם הקונספציה של אנשים ונשים ברחבי עולם כלפיהן משתנה.

כך או כך, חשוב לזכור ששיווק מדינות נעשה בפועל באמצעות שני כוחות מרכזיים: האחד הוא הכוח הממסדי-ממשלתי - המדינה כמותג או גורמים שהוסמכו בידה באופן רשמי הם האחראיים למסרים השיווקיים של המדינה ולעצם העברתם (Avraham & Ketter, 2012); והכוח השני הוא ה"שטח". במקרה זה השיווק מגיע מכיוון הקהילה: אנשים, אזרחים ובעלי עניין חיצוניים (שלא הוסמכו למשימה בידי המדינה) משתתפים באופן פעיל בשיווק המקום ובקידום המסרים. כוח זה מונע, בין היתר, מתפיסת הקולקטיב ומהסכמה השוררת בין חברי הקהילה בנוגע לערכים החיוביים של המקום (Kotler, 2002; Kotler & Gertner, 2002; Kotler et al., 1993). על פי הסבר זה נעריך בזהירות שכאשר שני הצדדים, הממסד והקהילה, מסכימים עקרונית ורעיונית על ערכי

המותג ומעבירים את אותם המסרים, הסמלים, הרעיונות או התכונות החיוביות (Fan, 2010; Kaneva, 2011), הם מיטיבים עם המותג. העברת המסרים בקונפיגורציה הזאת מכפילה את הכוח השיוקי, ומגבירה את הסיכויים שקהל היעד ייחשף למותג ואף ישתכנע שהוא איכותי.

## החקרה הפרטיקולרי של ישראל כמדינת טכנולוגיה

אחד הטרנדיים העכשוויים בעולם המערבי הוא ניסיון של מדינות רבות למתג את עצמן כמדינות חדשניות, אומות משופעות טכנולוגית. בטרם נציג את המקרה הפרטי של ישראל, חשוב להזכיר את אחד האזורים הטכנולוגיים המוכרים בעולם, המכונה "עמק הסיליקון" (Silicon Valley). זהו אזור גאוגרפי משופע בחברות היי-טק בצפון קליפורניה, ארצות הברית. מפאת הריכוז הגדול של החברות העסקיות הטכנולוגיות, כבר משנות ה־70 של המאה ה־20 החל אזור עמק הסיליקון להתקעקע כשם דבר וכמותג לכל דבר ועניין. האזור הגאוגרפי הייחודי הזה בארצות הברית, המשופע טכנולוגיה, הפך במרוצת השנים למטפורה ולסמל רעיוני לקדמה וחדשנות. כתוצאה מכך, ובשל היתרונות הכלכליים והאסטרטגיים הגלומים באזורי התעשייה הטכנולוגיים, הפך עמק הסיליקון מודל לחיקוי במדינות רבות בעולם. כל מדינה או עיר משוועת לגדור בתחומיה אזור ייחודי המאגד ישויות טכנולוגיות עתירות ידע וחדשנות, כמו שקורה בעמק הסיליקון בארצות הברית. יש אפילו המכתירים אזורים גאוגרפיים ברחבי העולם כ"עמק הסיליקון הבא" ("the next silicon valley"), (Hoffower, 2019). תופעת "עמק הסיליקון הבא" מוזכרת בהקשר של אזורים בתחומי ארצות הברית, כגון טקסס (Mericas, 2021), ויסקונסין (Krause, 2019) וְיִוֵטָה (Vara, 2015), וגם מחוצה לה, כגון הרפובליקה הסינית (טייואן) (Mathews, 1997), בייג'ינג (Zhou, 2007), קנדה (Duvivier & Polèse, 2018) ויפן וצרפת (Aminian & Fung, 2019).

מכאן אנו מבינים שעמק הסיליקון אינו רק רעיון עם ערך טריטוריאלי כלכלי ממשי למדינות ולערים, אלא גם רעיון מותגי שיווקי. הוא מסמל קדמה וחדשנות, ולכן אזורים, אומות ורשויות מוניציפליות מבקשים להיקרא כמותו, להידמות לו ולהתהדר בערכים הטכנולוגיים המאפיינים אותו (Hospers et al., 2009). לא בכדי, גם מדינת ישראל, בשל הריכוז הגדול של חברות הטכנולוגיה והסטארט-אפים שבתחומיה, הוקבלה בעבר לעמק הסיליקון האמריקני המקורי - במשך שנים כונתה מדינת ישראל "סיליקון ואדי" (Silicon Wadi) (Bank & Almor, 2013; Engel & del-Palacio, 2011; Trajtenberg, 2001b; Wonglimpiyarat, 2016a, 2016b).

במקרה הישראלי אין הכינוי הזה ריק מתוכן - ההפך הוא הנכון. מחקרים העוסקים בסגולות הטכנולוגיות בישראל מצביעים על כך שמקורן במסורת של תעשייה

שהחלה לפעול כבר בעשוריה הראשונים של המדינה (Maggor, 2018; Razin, 2018; Trajtenberg, 2001a). כיום, לאחר שנים רבות שבהן נכתבו מאמרים וספרים על התעשיות המסורתיות בישראל, גובר העיסוק בתעשיות המודרניות והטכנולוגיות ובמקומן בתרבות הישראלית; דהיינו, הטכנולוגיה הופכת דומיננטית יותר ויותר, וחוגים שונים בארץ ובעולם עוסקים במאפייני השדה הטכנולוגי בישראל. אך לא זו בלבד שתאורטיקנים ואנשי אקדמיה עוסקים בתעשייה הטכנולוגית בישראל, הרי שהנושא מעסיק גם את אנשי השדה הפרקטי ואת הכותבים בבימות פופולריות. אחת העבודות הבולטות בעשור האחרון הוא ספרם המכונן של דן סינור ושאל זינגר Start-Up Nation שראה אור לפני כעשור (Senor & Singer, 2009).

על אף ביקורות קשות שנמתחו על הספר בישראל - כגון ביקורתו של עופר (2011): "בבואם להציג את שורשי התופעה בהיסטוריה הישראלית נכשלים המחברים בטעויות מביכות, הכללות פשטניות וסתירות פנימיות ואינם מצליחים ליצור סינתזה קוהרנטית" - ברחבי העולם הוא זכה דווקא להצלחה רבה (גלעד, 2015; דינשטיין, 2011). ספרם של סינור וזינגר תורגם והופץ בעשרות שפות, ויש הטוענים כי פרסומו מסמל את יריית הפתיחה לתחילתו של תהליך הגדרת זהות חדשה לישראל כאומה טכנולוגית (Tawil, 2015). השפעתו ניכרת גם בזירה האקדמית הגלובלית. באקדמיה יש עיסוק נרחב בתעשייה הטכנולוגית הישראלית, בהצלחתה הכלכלית, במבנה החברות, ביזמות הטכנולוגית הרווחת בה ועוד. בד בבד, בשנים האחרונות אנו עדים לתופעה מעניינת, שבה יצרני תוכן רבים בחברה הישראלית משתמשים בביטויים וכינויים לשוניים המבטאים את הממד הטכנולוגי בארץ. אחד הביטויים הללו הוא ה"סיליקון ואדי", שהוזכר קודם, ובעשור האחרון גובר השימוש בביטויים כמותו. בפרסומים מחקריים במגוון הדיסציפלינות ניכרת חזרה עקבית על הביטוי סטארט-אפ ניישן, לא רק במחקרים העוסקים בפן הטכנולוגי המוחשי בארץ, אלא גם ככינוי למדינת ישראל בהקשרים אחרים. כלומר, הכינוי סטארט-אפ ניישן הפך ביטוי נרדף לשם המדינה. פה המקום להסביר שהכינוי הלשוני הזה מורכב מהצמדתן של שתי מילים לועזיות: "Start-up" (בעברית: חברת הזנק), ו-"Nation" (בעברית: אומה, מדינה). למרבה העניין, עיון בספרות התאורטית מלמדנו כי הביטוי הלשוני המטפורי המדובר מופיע גם בטקסטים בזירה האקדמית, בטקסטים אמפיריים-מחקריים, המצופים להגדרת אובייקטים ויחידות באופן ממוסמך, תחום ונטול סופרלטיבים (Doyle, 1986). להלן כמה דוגמאות:

Australian Council of Learned Academies: "Israel enjoys the reputation as 'Start-Up Nation'". (Drori & Netivi, 2013, p. 1)

*Social Science Research Network (SSRN)*: "In recent years, Israel has marketed itself as the *Startup Nation*". (Kon et al., 2014, p. 9)

*Managerial Challenges of the Contemporary Society*: "Israeli economy is a success story, often referred to as *the Start-Up Nation*." (Brikk, 2014, p. 164)

*Israel Affairs*: "Israel's high-tech industry has been experiencing an unprecedented growth since the early 1990s, which has turned it into a '*Start-Up Nation*'. (Sharma & Bing, 2015, p. 627)

*Technology Analysis & Strategic Management*: "Today Israel, dubbed the '*Start-Up nation*', is positioned as a leader of innovation". (Dashti & Schwartz, 2015, p. 629)

*Journal of Business and Technical Communication*: "Dubbed the *Start-Up Nation*, Israel contains more start-ups per capita than any other country in the world". (Fraiberg, 2017, p. 350)

*Journal of Global Politics and Current Diplomacy*: "The global '*Startup Nation*' brand nickname is clearly identified with Israel". (Mashiah & Avraham, 2019, p. 10)

אך האם השימוש הנשנה של חוקרים בז'רגון ובכינוי הזה הוא תולדה של כינוי או מיתוג שהגדירה המדינה עצמה (הממסד)? למרבה ההפתעה, נראה שלא. בכפוף לעשייה הטכנולוגית הפורחת בישראל, הזרועות הרשמיות של המדינה אומנם מקדמים מסרים המשקפים את הרוח הטכנולוגית בישראל (Mashiah & Avraham, 2019), אך מביקות בספרות הפופולרית והמחקרית עולה שהכינוי סטארט-אפ ניישן לא הוגדר כחלק מהמסרים, וכלל אינו נוכח במאמצי הקידום הרשמיים של המדינה. אדרבה, גם בשדה הפרקטי אין עדויות לכך שהזהות העצמית של מדינת ישראל אכן הוגדרה באמצעות כינוי ספציפי. להלן דוגמה מייצגת, הממחישה את היעדר הביטוי בערוצים הרשמיים בישראל. לרגל יום העצמאות ה-70 של המדינה, הפיק משרד המדע והטכנולוגיה סרטון שיווקי שכותרתו **ישראל: מעצמת מדע, טכנולוגיה וחדשנות כבר 70 שנה, וזו רק ההתחלה**. אומנם בסרטון הפרסומת הרשמי הערכים הטכנולוגיים וההצלחות של מדינת ישראל בתחומי המדע והטכנולוגיה אכן באים לידי ביטוי ביתר שאת, אך אין בו ולו אזכור קונקרטי אחד לרעיון הסטארט-אפ ניישן (הן בשמע והן

בכיתוב הנלווה). נתון זה מעלה תהיות באשר להצמדה שהשתרשה בחברה בין "מדינת ישראל" לבין המונח.

## החיצוב הטכנולוגי

על פי הגדרתם של ריס, טרוט וקוטלר למושג "מיצוב" (positioning) (Ries et al., 2001), ניכר כי בעצם פעולות השיווק שהם נוקטים, המוסדות הממסדיים הממשלתיים בישראל מעוניינים להבנות מציאות שבה מדינת ישראל נקשרת באופן אוטומטי עם טכנולוגיה וחדשנות. לא כל שכן, תיוגה של מדינת ישראל כאומת טכנולוגיה וחדשנות הוא חלק חשוב ובלתי נפרד מעיצוב התדמית החדשה של המדינה הצעירה (Aharoni & Grinstein, 2017). כפי שראינו, תדמית זו נבנית בין היתר באמצעות הקהילה, אנשי מקצוע ואנשים המצמידים את ישראל לרעיונות טכנולוגיים כמו רעיון הסטארט-אפ ניישן. אף שהמונח הופיע לראשונה בספרות הפופולרית (Senor & Singer, 2009), סביר להניח שפריחתו העולמית פתחה צוהר ולגיטימציה לרבים אחרים להשתמש בו, ואכן, בז'רגון האקדמי, שנידון לעיל, מרבים להשתמש בקישוט הלשוני הזה באופן תדיר, ולא רק שם.<sup>1</sup> לאור כל אלה מתבקש לשאול כיצד הפך הכינוי שגור כל כך בפיהם של חוקרים וגורמים אחרים רבים בחברה. איך קורה שישראל מזוהה עם כינוי אחד ספציפי, אף שהזרועות הפורמליות במדינה לא הכריזו על המונח ולא הדהדו אותו כלל, ומי תורם באופן פעיל להדהוד הרעיון בפומבי? המחקר שלהלן מספק נקודת מבט על אפיק אחד אפשרי שהשתתף בתהליך זה ושאינו הממסד: תקשורת ההמונים הממוסדת. אך בטרם נרחיב על שיטת המחקר ועל אופן המחקר, ראוי להתעכב על תפקידו של הכלי התקשורתי בתהליכי עיצוב והבניית הזהות של מדינות.

## תפקיד העיתונות בתהליך עיצוב החוויטיין

גוף הידע התאורטי העוסק במקצוע העיתונות עשיר ומגוון, והוא תומך בעבודתם המעשית של אנשי השדה בתחום התקשורת ומייצר כר פורה לעבודתם התאורטית של חוקרי התחום (Deuze & Witschge, 2018; Harcup, 2015). בהקשר התאורטי, נידון המקצוע בהקשרים מגוונים בספרות, ואחת הסוגיות המהותיות שעלו בהם היא סוגיית המקורות. על פי שדסון (Schudson, 2003, p. 134), "המקורות הם הסוד העמוק, האפל, של כוח העיתונות. חלק ניכר מכוח זה מופעל לא על ידי מוסדות החדשות עצמם אלא על ידי המקורות המזינים מידע".<sup>2</sup> בפן המעשי, טקסטים עיתונאיים בתצורת המודרנית כיום אינם פרי עטם הבלעדי של העיתונאים (Deuze, 2013). גורמי תקשורת אחרים מתערבים בתהליך עיצובם. מותגים בעלי אינטרס ורצון להשפיע על דעת הקהל פועלים בדרכים שונות כדי לעצב את הטקסט החדשותי ולהבנותו, ולהעביר תוכן מטעמם בכסות של תוכן חדשותי (Grunig 2013; Smith, 2013; Theaker, 2016).



תוכן שעיתונאי מקבל ממותג כלשהו המשמש אותו כמקור משרתו בתפקידו ובהעברת הסיפור החדשותי (רועה, 1998), וגם המותג עצמו מקבל ערך מן הפתבה. באמצעות הזרועות התקשורתיות (עיתונים, אתרים וכדומה) המותג מייצר דיאלוג עם הקהל שלו ומספר את הסיפור שלו (Wilcox et al., 2006, p. 89).

מעורבותם של גורמי חוץ בתהליך העיתונאי מייצרת סיטואציה שבה העיתונאים ויצרני התוכן החדשותי, גם בלי להתכוון לכך, משחקים תפקיד בעיצובם ובהלבנת זהותם של המותגים ("מותג" הכוונה לחברה, ארגון, אדם או מדינה). לשדה העיתונאי יתרונות מיתוגיים משום שתוכן המועבר בו, גם אם נמסר מידי המותג עצמו, זוכה לאמינות מסר גבוהה (Appelman & Sunder, 2016) (message credibility), ולמותג אכן חשוב לבסס את אמונו הקהל ולגייס שותפים וגורמים רבים למטרותיו (Vangen & Huxham, 2003). השתלבות המותג בשיח התקשורתי מחזקת את אמינותו (Ledingham & Bruning, 1998). כמו כן, למותג חשוב גם לתפוס נתח גדול בספרה הציבורית ולהיות מקודם בערוצים שונים, משום שכך גדלה המוכרות שלו (publicity). לבניית מוכרות תקשורתית מפעילים המותגים כלים שכל מטרתם היא "להשיג כיסוי תקשורתי רחב ככל האפשר" (Grunig, 2013, p. 367). אך לא די לו, למותג, להיות בכל מקום, אלא הוא צריך גם להיות מוכר ומוזכר בהקשר חיובי. הסיקור התקשורתי קשור לתדמית המדינה ולדרך שבה אחרים תופסים אותה (Avraham, 2000). על פי אנהולט, דיווח שלילי במהדורות החדשות פוגע במוניטין של המדינה (והוא שכיח יותר), ואילו דיווח חיובי מטיב עימו (אך קשה יותר להשגה), ואנהולט מראה כי גם מדינות מגייסות גורמי מקצוע כדי להנדס "חדשות טובות" בעניינן (Anholt, 2016).

אך נתון זה אינו משנה את העובדה שהעיתונאי הוא האחראי לייצור התוכן בעיתון. הוא המקור המרכזי האמון על גיבוש הטקסט והבאתו לתפוצה בפלטפורמה התקשורתית המעסיקה אותו, גם אם במקביל אליו, במציאות התקשורתית המודרנית, גורמים זרים תמיד מנסים להתערב בתהליך החדשותי. לפיכך, התוכן התקשורתי מכיל שני קולות: קולו של העיתונאי, דברים שהוא אומר בעצמו ודברים המיוחסים אליו ישירות, טענה, ביקורת או דברי שבח; וקולות של גורמים מחוץ למערכת העיתונאית, שהעיתונאי מביא כלשונם לשיח (Deuze & Witschge, 2018; Harcup, 2015). לאור התגברות הקולות התקשורתיים המתרכזים בתעשיית הטכנולוגיה בישראל (משיח, 2019), וספציפית לאור התגברות הקולות העוסקים ברעיון הסטארט-אפ ניישן בחברה ובתקשורת (האומה הטכנולוגית), נועד המחקר הנוכחי להתמודד עם הקשרים בין הטקסט והפרקטיקה העיתונאית לבין הפרקטיקה של מיתוג מדינות. לשם כך יישאלו שאלות המחקר שלהלן:

1. מתי החל הכינוי סטארט-אפ ניישן להופיע בעיתונות הכתובה בישראל, ובאיזה אופן?
2. אילו מקורות משתמשים בכינוי סטארט-אפ ניישן בעיתונות הכתובה?
3. האם הופעת הכינוי סטארט-אפ ניישן בעיתונות תורמת למיתוג ישראל כמדינה טכנולוגית?

## שיטת החקר

המחקר בוחן את מקומו של רעיון הסטארט-אפ ניישן בעיתונות, בשילוב ראיונות מובנים למחצה שנערכו עם עיתונאים וניתוח תוכן של טקסטים.<sup>3</sup> במהלך המחקר נבנתה מערכת קידוד ייעודית לסיווג קטעי העיתונות (טבלה 1). המערכת שימשה לניתוח איכותני וכמותני של יחידות המחקר באופן שיטתי, עקבי ואובייקטיבי, והייתה למסגרת אחידה ואפשרית לשחזור לניתוח הטקסט העיתונאי (Berelson, 1952; Holsti, 1968; Riffe et al., 2019).

## חערך החקר

**ראיונות מובנים למחצה.** במהלך המחקר נערכו ראיונות מובנים למחצה עם עיתונאי טכנולוגיה שהשתמשו לפחות פעם אחת בביטוי סטארט-אפ ניישן בכתבה שכתבו (N=6).<sup>4</sup> המשתתפים כללו שלושה עיתונאים ושלוש עיתונאיות מאמצעי תקשורת כלכליים, טכנולוגיים ואקטואליים (יומונים), בגילים 33-60. הראיונות נמשכו 55-90 דקות, ונערכו בפלטפורמת זום, המשמשת לניהול פגישות מקוונות. השיחות הוקלטו, תומללו ונותרו באופן תמטי (Berger, 2013). הראיונות כללו שיח על עבודתו של העיתונאי, על מקורותיו, על שיתופי פעולה שהוא מקיים לצורך עבודתו, על נושאי הסיקור שהוא מתמקד בהם ועל הקשר שהוא מוצא בין עיתונות למיתוג (Seidman, 2006). כמו כן, נותח לצורך המחקר תוכן עיתונאי.

**תוכן עיתונאי.** מפעל הדיגיטציה העיתונאי מתחזק בשנים האחרונות, ועיתונים רבים מונגשים לכל דורש באינטרנט. חוקרים מקבלים גישה מרחוק לארכיונים עיתונאיים היסטוריים ועכשוויים בארץ ובחו"ל (Nicholson, 2013; Bingham, 2010). לצורך המחקר הנוכחי, מופעיו של רעיון הסטארט-אפ ניישן במרחב העיתונאי בישראל נדלו ממאגר הנתונים הארכיוני דיגיטלי של קבוצת **ידיעות אחרונות**, אחד העיתונים הנפוצים במדינה. יחידות המחקר אותרו על בסיס חיפוש מקיף במאגר הממוחשב והמקיף, המכיל את כל הגיליונות של עיתון **ידיעות אחרונות** משנת 1939 ועד היום ואת כל הגיליונות של העיתון **כלכליסט** מיום היווסדו, בשנת 2007, ועד היום. במאגר מוזמנים הגולשים לערוך חיפוש על פי מילים ממוקדות או לדפדף בעיתון כולו.

במחקרנו הוגדרה יחידת המחקר באופן "ספציפי וממוקד" (Titscher et al., 2000, p. 33), בהזנת ביטוי אחד בלבד במנוע החיפוש: "סטארט-אפ ניישן". כדי להגדיל את תוקף החיפוש נעשו כמה בדיקות, שכללו הבהרות וצורות שונות של הביטוי בעברית ובאנגלית: "סטארטאפ ניישן", "סטארט אפ ניישן", "סטארט-אפ ניישן", "Start-up Nation", "Startup Nation", "Startup-Nation".

## המדגם

הארכיון של קבוצת ידיעות כולל תוכן היסטורי, מאז ימיו הראשונים של העיתון. לפיכך, במטרה להתחקות אחר הופעת הבכורה של הרעיון העומד בלב המחקר, לא הוגדרו תאריכים ספציפיים בשלב איסוף הנתונים. בסיס הנתונים הורכב מכל הכתבות שהביטוי הוזכר בהן לפחות פעם אחת, בעברית או באנגלית. משום שמדובר בצמד מיילים ייחודי, ביטוי קונקרטי וכינוי ספציפי, רוב הפריטים נמצאו רלוונטיים למחקר. הפלט הראשוני שהתקבל מן החיפוש כלל 246 הופעות של הביטוי בעיתון במהלך השנים. בשלב זה נבדקו כל הטקסטים וכל הפריטים, ונקראו בקפדנות. במהלך הקריאה נמצאו כמה כתבות שחזרו על עצמן, ולאחר שאלו הושמטו כלל המדגם הסופי 220 כתבות בסך הכול, שפורסמו בשנים 2010-2021. יחידות הניתוח שנותחו הן הפסקאות, הכותרות הראשיות וכותרות המשנה שאזכרו את הביטוי. כל כתבה נקראה במלואה, כדי להבין את ההקשר הכללי ואת רוח הדברים, אך משום שהמחקר עוסק במיפוי הביטוי המדויק, בכל כתבה נותחו לעומק 4-10 משפטים. התנאי שהוגדר לניתוח: אזכור הביטוי במשפט.

## מתייחנות

לבחינת מהימנותה של מערכת הקידוד נבחרה מקודדת בלתי תלויה. המקודדת תודרכה בנוגע לאופן ביצוע תהליך הקידוד באמצעות הסברים על נושא המחקר, עיון משותף בדף הקידוד ותרגול תהליך סיווג המידע (Krippendorff, 2009). העבודה המשותפת אפשרה לשדרג את הקריטריונים והקטגוריות בדף הקידוד ולנסחם באופן ברור יותר. מהימנותה של מערכת הקידוד נקבעה על פי מידת ההסכמה בין החוקר למקודדת. להשלמת מבחני המהימנות סיווגו שניהם 45 פריטים (20% מיחידות המחקר), ובסיום התהליך נמצאה ביניהם הסכמה ב-86% מהמקרים.

## טבלה 1

### מערכת קידוד ואיתור רעיון הסטארט-אפ ניישן בעיתונות הכתובה

סעיף	מהות	קריטריונים
------	------	------------

<p>(1) עיתונות יומית אקטואלית (2) עיתונות כלכלית</p>	<p>על המקודד או המקודדת לסווג את במות הפרסום שבהן נעשה שימוש ברעיון הסטארט-אפ ניישן.</p>	<p><b>סוג המדיום</b></p>
<p>(1) כן (2) לא</p>	<p>על המקודד או המקודדת לבדוק אם המונח אוזכר בכותרת, כדי לאפיין את מידת המרכזיות של המונח בכתבה.</p>	<p><b>אזכור בכותרת</b></p>
<p>(1) עברית (2) באנגלית</p>	<p>על המקודד או המקודדת לבדוק באיזו שפה המונח מוזכר בכתבה.</p>	<p><b>שפה</b></p>
<p>(1) מקור עיתונאי (2) מקור שאינו עיתונאי (3) לא ניתן לזהות</p>	<p>על המקודד או המקודדת לסווג את המקור המבטא את רעיון הסטארט-אפ ניישן בכתבה, כאחד משתי הקטגוריות שלהלן:  מקור עיתונאי: אזכור הסטארט-אפ ניישן נעשה באופן יזום ומכוון בידי גורם במערכת העיתונאית; מצב שבו הגורם העיתונאי מזכיר את הרעיון באופן פרואקטיבי ועל דעת עצמו, <b>שלא כחלק מציטוט</b>.  מקור שאינו עיתונאי: הרעיון מוזכר או מצוטט בפי כל גורם אחר, ומובא על ידו לשיח התקשורתי באופן אקטיבי.  כל סיווג אחר יסומן כ"לא ניתן לזהות".</p>	<p><b>סוג המקור</b></p>
<p>(1) עיתונות ואמצעי תקשורת (2) ממסד ופוליטיקה ארצית (3) מוניציפלי ופוליטיקה מקומית (4) טכנולוגיה, מדע וחדשנות (5) כלכלה ופיננסים (6) חברה ומגזר שלישי (פילנתרופיה) (7) ספורט (8) נדל"ן (9) אקדמיה וחינוך (10) גורם מהזירה הבין-לאומית (11) תחום אחר</p>	<p>על המקודד או המקודדת לזהות את הזירה המרכזית שבה פועל המקור שאזכר את רעיון הסטארט-אפ ניישן. יש לבחור את הקריטריון המתאים ביותר.</p>	<p><b>תחום הפעילות המרכזי של המקור</b></p>

סוג האזכור	על המקודד או המקודדת לבחון את מטרת האזכור של רעיון הסטארט-אפ ניישן בטקסט.
(1) אזכור הספר <i>Start-Up Nation</i>	
(2) תיאור ארגון (גוף או מוסד)	
(2) שם תואר למדינת ישראל	
(3) שם תואר למדינה אחרת	
(4) אזכור אחר	

## ממצאים

בהקשרה של פרקטיקת מיתוג המדינות, אפשר לראות בספרה התקשורתית כוח המצמיח ומקדם רעיונות מן "השטח" - מתוך הקהילה האזרחית (בשונה מהכוח הראשון, הממסדי, שתואר בסקירת הספרות) - שכן הנפשות המעורבות בספרה זו הן אנשי מקצוע, אזרחים בעלי הפרופסיה העיתונאית, שלא הוסמכו או הוכשרו בידי המדינה כדי לשווקה, אך באופן עקיף משתתפים בייצור, בהפקה ובפרסום התכנים התומכים בתהליכי מיתוג המדינה (Kotler, 2002; Kotler & Gertner, 2002; Kotler et al., 1993). מתוך התבוננות על מקרה הבוחן, ניכר כי הביטוי סטארט-אפ ניישן הוא סימן היכר ורעיון המתאר את האומה הישראלית, אך אינו תולדה של יוזמה שיווקית פרואקטיבית של האומה (המותג). אדרבה, המופע הראשון של הכינוי בתקשורת בישראל אירע באופן אופורטוניסטי, בתיאור והצגה פונקציונלית של ספר המתאר את ההצלחה הטכנולוגית של המדינה (Senor & Singer, 2009). כפי שיתואר בפרק שלהלן, האזכור האופורטוניסטי של הספר כמושא תקשורת, סייע בידי מגוון גורמים בכינון המטפורה הכורכת את ישראל בתכונות טכנולוגיות וחדשנות.

## חספר להמונים לרעיון לאומי: נוכחות הביטוי סטארט-אפ ניישן בעיתונות הכתובה

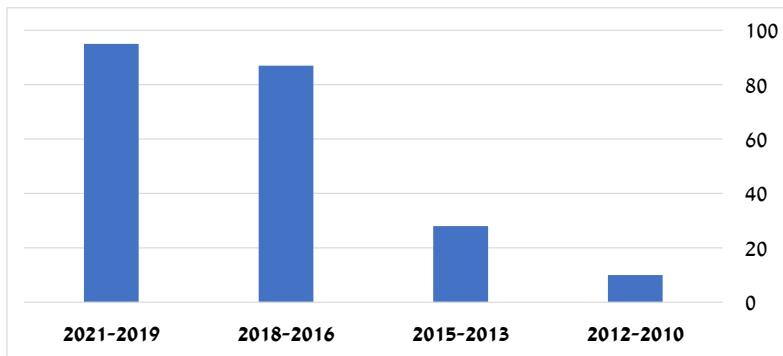
הופעת הבכורה התקשורתית של הביטוי הקליט סטארט-אפ ניישן אירעה אפוא בשנת 2010, בכתבה ב**כלכליסט** שבה תואר הספר הפופולרי *Start-up Nation*, שיצא לאור כשנה קודם לכן (Senor & Singer, 2009). בכתבה נכתב כך: "מנחה הפאנל היה דן סנור, כותב הספר 'סטארט-אפ ניישן', שהצליח לרגש את הקהל כשסיפר על הסרט שעומדים להפיק על בסיס הספר המצליח שחיבר עם סול סינגר" (אורבך, 2010). כשנה לאחר מכן, בכתבה שדיווחה מהוועידה הכלכלית של **כלכליסט** נכתב כי *Start-up Nation* "הוא ספר נפלא שכתוב מצוין, והכותבים עשו עבודה נהדרת [...] אבל כבר לא נכון להתרפק על העבר, והגיע הזמן לעלות כיתה" (כביר ועילם, 2011, עמ' 37). אחת המרואיינות במחקר הנוכחי (#04), עיתונאית טכנולוגיה בכירה, אמרה במהלך הריאיון שלספר המדובר יש תפקיד חברתי חשוב, כי הוא "מעורר השראה", וכי בעיניה, יש

בספר כדי לעורר בקוראו, הצרכן הממוצע, דחף לעסוק ביזמות ובטכנולוגיה: "הקורא צורך אותו ויכול היה אולי לחשוב: 'אני גם רוצה להיות זה שממציא דברים טכנולוגיים, להמציא את הדבר הבא'" (#04). בדבריה האדירה המרואיינת את הספר ואף תיארה אותו כ"איקוני". האדרה זו חלחלה גם לפרקטיקה העיתונאית, וכפי שנראה בהמשך, כותרתו (בגרסתה הלוועזית) הפכה לאיקון לשוני בטקסטים העיתונאיים בעברית.

מעניינת במיוחד נוכחותו התכופה של רעיון הסטארט-אפ ניישן בתקשורת (מלבד אזכורי הספר הנקודתיים) בעשור שלאחר יציאת הספר לאור: בשנים אלו (2010-2021) נמצאו 220 כתבות שבהן הרעיון הוזכר בעיתונים (תרשים 1). נתון מעניין אחר מראה שככל שמתקדמים בשנים השימוש בצמד המילים מתעצם: לעומת השנים הראשונות (2010-2012), שבהן הביטוי הופיע כ-30 הופעות אקראיות, מרביתן בהקשרים שונים של הספר שהוזכר לעיל (Senor & Singer, 2009), בשנים מאוחרות יותר (2016 ואילך) הופיע הביטוי יותר מ-180 הופעות, במגוון הקשרים שאינם דווקא הספר המדובר.

## תרשים 1

היקף הייצוג התקשורתי של רעיון הסטארט-אפ ניישן בשנים 2010-2021  
(לפי חס' אזכורים)



השוואה בין אמצעי התקשורת היומיים (עיתון **ידיעות אחרונות**) לבין אמצעי התקשורת הכלכליים (**כלכליסט**) מגלה כי העיתון הראשון, המדיום הפופולרי להמונים, נוטה להנכיח את רעיון הסטארט-אפ ניישן יותר מאשר העיתון השני. בסך הכול 140 הופעות (64%) נמצאו ב**ידיעות אחרונות**, המיועד להמונים, ואילו בעיתון הכלכלי המקצועי **כלכליסט** - 80 הופעות (36%). כמו כן, כפי שיוצג בהמשך, הנוכחות התקשורתית

של הביטוי באה לידי ביטוי באופנים מגוונים. אך כעת ראוי להתעכב על המקורות המהדהדים את הביטוי בטקסטים.

## המהדהדים: גורמים המקדמים את רעיון הסטארט-אפ ניישן

בזירה התקשורתית באים לידי ביטוי מגוון קולות, ואף שהשיח התקשורתי תלוי תמיד בעבודת העיתונאים - הם האחראים להבאת הקולות מהשטח, ובמידה רבה גם לייצוגם - הפקת הטקסט החדשותי הוא תהליך מורכב, רב-ממדי ורב-זהותי, שכן העיתונאי האמון על כך אינו מביא רק את קולו-שלו, אלא גם קולות של אחרים (מושאי הסיקור). בחקר התקשורת עוסקים החוקרים במיפוי הקולות הללו ובניתוחם. מאירס ורוזן (2013), למשל, הגדירו את הדמויות שמאחורי הקולות כ"דמויות מרכזיות" ו"דוברים" (עמ' 105). הם בחנו מיהם השחקנים העומדים במוקד הטקסט העיתונאי, ומיפו את הקולות המושמעים בו. במקרה דנן, על בסיס גישתם ומתוך ממצאי המחקר, אנו מזהים כי העיתונאים הם מקור מרכזי העוסק בהדהוד הכינוי סטארט-אפ ניישן, שכן 78% מהופעות הביטוי הן פרי עטם של העיתונאים עצמם.

אך טבעי שהעיתונאי הוא המקור המרכזי האחראי לאזכור הכינוי בזירה התקשורתית. במהלך השיחה עימו הודה עיתונאי ותיק, גם בלי שנשאל באופן ישיר: "אין ספק שהיה לנו בתקשורת חלק בבניית רעיון הסטארט-אפ ניישן. אני חייב לומר שאני דווקא גאה בזה מאוד - אם היה לי חלק קטן בתהליך שהלהיב את הקוראים סביב התעשייה הזו" (02#). במקרים הללו, העיתונאי עצמו הוא שמביא את הכינוי אל הכתיבה, ובכך הוא מנרמל את העיסוק הטכנולוגי של ישראל. "לעיתונות יש חלק אדיר בדחיפה בהנעה של הטכנולוגיה והצלחה הטכנולוגית של ישראל" (02#). כפי שאפשר לראות בציטוטים המובאים להלן, העיתונאים אכן מביאים את הרעיון לקדמת הבמה הטקסטואלית:

עם כל הכבוד לסמסונג ולאיינטרנט המהיר בעולם, דרום קוראה חותרת למטרה טכנולוגית חדשה ונועזת: לאמץ את תרבות הסטארט-אפים הישראלית ולנתץ את השמרנות המקומית. כתבת מוסף **כלכליסט** ביקרה במשרדי "קרן יוזמה" שנדדה מירושלים לסיאול, ובעזרת 300 מיליון דולר מהממשלה ועבודה משותפת של קוריאנים וישראלים **יוצרת את הסטארט-אפ ניישן של המזרח הרחוק, שכבר מתחיל לעקוף את המקור**". (הספל, 2016, עמ' 21)

ישראל היא אולי סטארט-אפ ניישן. (אוסלנדר, 2017)

אז מה בכל זאת הוליד את ה"סטארט-אפ ניישן"? שילוב ניסי של כמה גורמים: קשיי התעשיות הביטחוניות בשנות ה-80, שפלטו לשוק עובדים מנוסים; העלייה ממדינות ברה"מ לשעבר, שהזרימה לעולם הטכנולוגיה הישראלי כוח אדם משכיל, עם תרבות עבודה ייחודית; וה"אשמה" העיקרית - האינטרנט. (וולמן, 2018)

ישראל היא אומת החדשנות, או כמו שענף ההייטק המקומי אוהב להגדיר את עצמו, באנגלית כמובן: "סטארט-אפ ניישן". (יהב, 2018)

יתר האזכורים (24%) הובאו בידי מקורות שאינם עיתונאים, משדות אחרים, כגון פוליטיקה, טכנולוגיה, כלכלה, חברה, אקדמיה וכדומה (תרשים 2). העיתונאים המביאים בכתבתם את הרעיון כפי שאמרו או הזכירו אותו מושאי הסיקור מודעים לעצם השימוש שעושים בו גורמים בחברה, כפי שנאמר פה: "זה נוכח הרבה בנאומים של פוליטיקאים, בנימין נתניהו, שמעון פרס ז"ל ושל נוספים" (05#). הפרקטיקה פשוטה למדי: גורמים אלו או אחרים בחברה משתמשים ברעיון הסטארט-אפ ניישן בנאומים רשמיים, בתוכניות עבודה, בפוסטים ברשתות החברתיות או בפלטפורמות אחרות כדי להעביר את המסר שישראל טכנולוגית וחדשנית, דבריהם מצוטטים בידי עיתונאים ומעגל התהודה מתרחב. במקרה הנידון פה אנו למדים שמגוון גורמים בחברה בוחרים לאזכר את הכינוי סטארט-אפ ניישן, ושבתהליך הפקת התוכן דבריהם מתווכים לקוראים בידי העיתונאי והעורך. להלן כמה דוגמאות, בחלוקה לפי תחומים:

#### גורמים מהזירה הפוליטית-ממסדית

לסיום הדגיש [יור'ר ועדת הכלכלה] ברורמן כי: "סטארט-אפ ניישן אינו חזון מתאים למדינת ישראל". (פלד, 2013)

"ישראל היא סטארט-אפ ניישן כי לא היה לנו כלום", אמר [נשיא המדינה דאז] פרס. (אייכנר, 2016)

כולם אומרים לנו שאנחנו סטארט-אפ ניישן. (לוי, 2018)

#### גורמים מהזירה הטכנולוגית

הראל טייב, מנכ"ל AVG ישראל אמר כי: "AVG העולמית רוצה ליהנות מהיתרונות של סטארט-אפ ניישן, ומחפשת השקעות חדשות בישראל". (קאהאן, 2016)

"ישראל היא סטארט-אפ ניישן אז והיום, עם מסורת של חיילים שמשתחררים מהצבא עם כישורים מדהימים של אנליטיקה, מנהיגות ועבודת צוות, וזה אדיר, אבל אני חושש שיש לכם מתחרים", כך אמר יו"ר גוגל אריק שמידט באירוע שנערך אתמול בתל אביב. (גלעד, 2016)

מסבירה ורשבסקי, שמרכז החדשנות שהיא מנהלת מפעיל תוכניות יזמות ומנהיגות יצריתית, ובקרב יחנוך מרכז יזמות משותף לשנקר ואוניברסיטת ת"א שיתוקצב ע"י המל"ג ו"יקנה לאנשי עיצוב וקריאייטיב יכולות של יזמות וחדשנות כדי שהסטארט-אפ ניישן תהפוך לקריאייטיב ניישן". (ולצר ואחרים, 2019, עמ' 3)



## גורמים מהזירה הכלכלית-פיננסית

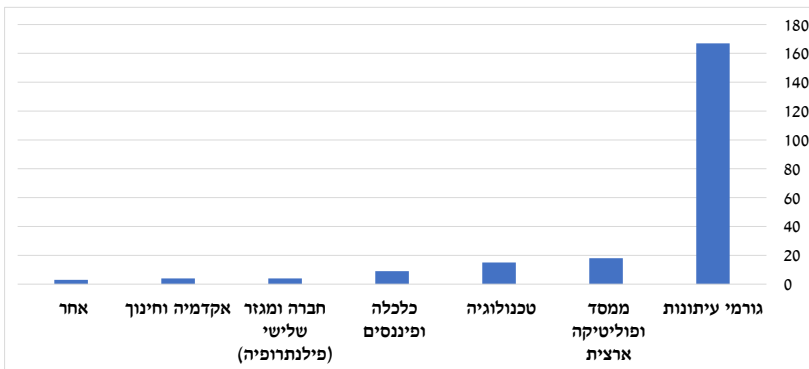
קוריאה לא תעבור את **ישראל כסטארט-אפ ניישן**, אלא כנראה תהפוך למה שאני מכנה Scale Up Nation [יגאל ארליך, עוסק כיום בתחום ההון סיכון בחו"ל, לשעבר המדען הראשי במשרד התמ"ת]. (הספל, 2016, עמ' 24)

"**המודל של קרנות הון סיכון הוא ליבת הסטארט-אפ ניישן**" [..] "סיון שמרי דהן, שותפה בקומרה קפיטל, הדגישה את מרכזיות הענף לישראל, בפאנל שקיבץ אנשי השקעה מהארץ ומחו"ל". (אורבך, 2018)

כך אמר **אבנר חדד מנכ"ל קסם** [בית השקעות ישראלי], בכנס רפואה חכמה של **כלכליסט**. לדבריו: "**אנחנו סטארט-אפ ניישן**, ואני מודה שציפיתי שבמערכה של הקורונה נראה מהלך מבריק וחשיבה פורצת דרך". (שירות כלכליסט, 2020)

## תרשים 2

סוגי המקורות שהשתמשו בכינוי סטארט-אפ ניישן בשנים 2010-2021 (לפי חס' אזכורים)



## הערך והתועלת: שימוש דו-לשוני וסוגים שונים של אזכורים

הביטוי סטארט-אפ ניישן מתפקד בטקסט העיתונאי בין השאר כקישוט לשוני. הוא מעשיר את הטקסט ומעבה אותו, ועונה על צורך תועלתני של כותב התוכן (Luntz, 2007). מרבית הופעותיו בתקשורת מוזכרות בשפה העברית: התצורה "סטארט-אפ ניישן" מופיעה 197 פעמים (90%), ואלו התצורה "Start-up Nation" מופיעה 23 פעמים (10%). נזכיר כי המילים המרכיבות את הרעיון לועזיות (ראו לעיל), נתון המלמד כי הכינוי עבר תהליך של "עברות" לשפה השכיחה בעיתונות הישראלית - והיה לרעיון לוקלי ושכיח בשפה העברית.

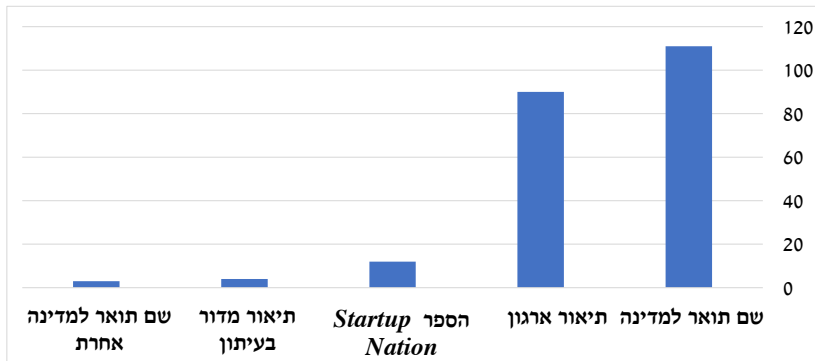
כך או אחרת, הן לכינוי בתצורתו העברית והן בתצורתו באנגלית תפקידים מגוונים בטקסט העיתונאי. כפי שאפשר לראות בתרשים 3, בכמחצית המקרים (111 הופעות) משמש הביטוי לתיאור מטפורי של ישראל. מהמקרים הללו אפשר ללמוד כי קיים קישור מובהק בין הארץ-ישראליות, הלאום, לבין הרעיון הטכנולוגי. באמצעות צמד המילים מסבירים המקורות בתקשורת את ישראל, מתארים אותה ומשייכים אותה לקונספט טכנולוגי. כשהם נשאלים על כך מציינים העיתונאים כי הם מאמינים שכך ראוי לכנות את המדינה, משום שלדידם כך המדינה עצמה שואפת להיקרא. מרואיינת אחת טענה כי "המדינה הניחה את היסודות של הסטארט-אפ ניישן" (#06), ועיתונאי אחר גרס כי המדינה מקדמת את המונח: "ישראל מכירה בחשיבות של הטכנולוגיה" (#05). הפשט מדבריהם הוא שהרעיון המגולם בצמד המילים הללו מתאר נאמנה את ישראל בעת המודרנית, או כפי שהעיתונאי היטיב להגדיר: "כולם יודעים שאחת החוזקות של ישראל זה **הסטארט-אפ ניישן**, החדשנות והטכנולוגיה" (#05). עם זאת, ישנם חילוקי דעות בנושא, ומקצת המרואיינים מבינים את המציאות אחרת. לדידם, ישראל כלל לא קידמה את רעיון הסטארט-אפ ניישן, לא מעשית ולא רעיונית, והיא אינה תורמת להתפתחותו. כך תיארה עיתונאית ותיקה בריאיון עימה: "המדינה לא קידמה את הקונספט הזה - היא רק רוכבת עליו" (#04). בעיניה מטבע הלשון הוא תוצר לוואי של תהליכים פרטיים שקרו בארץ, שהמסד והשלוחות הפורמליות בישראל כלל לא היו שותפים להם באופן ישיר.

אך הופעות המונח בתקשורת אינן מסתכמות רק בתיאור מטפורי למדינת ישראל. 90% מקרים (40% שימש הכינוי לתיאור ארגון מסוים. ממאגר הכתבות שנתחו פה נמצאו מקרים רבים שבהם תיאורי ארגונים או מוסדות בחברה הישראלית כללו את הכינוי סטארט-אפ ניישן. התופעה אינה ייחודית לענף ספציפי. ניתן לראות, למשל, עמותה ששמה "Start-Up Nation Central", וקבוצת ספורט ישראלית בתחום רכיבת האופניים ששמה "סטארט-אפ ניישן". אחד העיתונאים ציין כי לדעתו, השמות הללו ואחרים בעלי מאפיינים טכנולוגיים נובעים מצורך תועלתני של מותגים במציאות המודרנית שאנו חיים בה: "כולם רוצים להיות מזוהים עם החדשנות והטכנולוגיה" (#03). בשיחה הסביר העיתונאי עוד התפתחות של הרעיון. לפיו, מגוון הדרכים שבהן קושרים את רעיון הסטארט-אפ ניישן לגורמים שאינם טכנולוגיים מעיד על ניצול של המשמעות המטפורית החיובית שהמונח זכה לו. לעיתים תכופות נובע הדבר מצורך להלבין את התדמית, ובעיקר "להיות מזוהה עם ה'הצלחה'" (#03). עוד, לדבריו: "לעולם הטכנולוגי יש הילה חיובית. הילה של אנשים וארגונים חכמים, בין-לאומיים, מקוריים, חדשניים, פורצי דרך" (#03). מותגים המשתמשים בז'רגון הטכנולוגי עושים זאת מתוך הבנה שהפעולה תתרם להם בבניית מותג עם מוניטין חיובי.

12 מהכתבות (5%) אזכרו את הספר *Start-up Nation*. הכתבות הללו, שדיווחו על התפתחויות סביב הספר או מחבריו, נצפו בעיקר בשנים 2010-2012. אין הרבה עדויות לקשר ישיר או עקיף בין הספר המדובר לבין מיצובה של ישראל ברעיון הטכנולוגי, אך ככתבה בכלכליסט נכתב כך: **"המושג סטארט-אפ ניישן** שדבק במדינת ישראל **בעקבות ספר באותו השם**, הפך עם השנים כבר למושג המייצג מצד אחד יכולת טכנולוגית מרשימה וחדשנות מתקדמת" (אורבך, 2017). כפי שמוצג בתרשים 3, הביטוי תפקד גם כשם תואר של מדור בעיתון מקבוצת ידיעות, נתון המצביע על החשיבות הרבה של הביטוי בעיני מקבלי ההחלטות בעיתון זה. כמו כן היו מעט מקרים שהמונח תיאר מדינות אחרות, שאינן ישראל.

### תרשים 3

סוגי אזכור המונח סטארט-אפ ניישן בעיתונות (לפי חס' אזכורים)



### הנחת מטבע לשון בכותרת הכתבה

בשנים האחרונות התעצמה צריכת תקשורת מסוג חדש: קריאת "אינסטנט", שבה צרכני התקשורת מעלעלים בכותרות ואינם מתעמקים בגוף ובתוכן הכתבה, ולפיכך חשיבותן של כותרות הכתבות גבוהה במיוחד (Chakraborty et al., 2016; Manjoo, 2013). ממצאינו ניכר שהביטוי הופיע ב-16 כותרות (7% מהמקרים). הצבת מטבע הלשון באופן בולט כל כך בכותרת הידיעה החדשותית מעיד על החשיבות שיוצרי התוכן מייחסים לו. להלן מגוון דוגמאות מייצגות:

1. מהגניוס היהודי לסטארט-אפ ניישן? (רפאלי, 2016)
2. צרפת נושפת בעורפה של ישראל כסטארט-אפ ניישן. (אברמסון וגלעד, 2016)

3. ישראל היא עדיין **סטארט-אפ ניישן**, אבל יש לכם מתחרים. (גלעד, 2016)
4. הגיע הזמן לקחת את **הסטארט-אפ ניישן** לשלב הבא. (אורבך, 2017)
5. **סטארט-אפ ניישן** אולי, רק לא בדיוק דיגיטאלית. (כביר, 2017)
6. **סטארט-אפ ניישן**? צניחה של 61% בהיקף האקזיטים. (רבט, 2018)
7. המעבר לעבודה מהבית פוגע בחדשנות של **סטארט-אפ ניישן**. (אורבך, 2020)

הטקסט העיתונאי הוא כר פורה לקידום הביטוי הרצוי, ובכך למינוף תדמיתה הטכנולוגית של ישראל בתחומיה. עיתונאי ותיק אמר: "לעיתונות ולתקשורת יש חלק אדיר בדחיפה והנעה של הצלחת תעשיית הטכנולוגיה הישראלית" (#02). יתרה מכך, מריבוי המקרים שבהם הקונספט הטכנולוגי סטארט-אפ ניישן הוזכר בכותרת ומן האופנים שבהם הוזכר אנו יכולים ללמוד על הנחת העיתונאים כי ציבור הקוראים מבין את פירושו ואת משמעותו. זוהי עדות שהקישוט המילולי עובד כמטפורה לישראל המודרנית, מדינה בעלת מאפיינים טכנולוגיים (Lakoff & Johnson, 2008).

אחת המרואיינות סיכמה ואמרה כי "לנו בישראל יש תדמית טכנולוגית מובהקת" (#06). בדבריה הצביעה על הסיבות שבנו את התדמית, וטענה כי התדמית הטכנולוגית היא תוצר הצלחותיהן של חברות הסטארט-אפ במגזר העסקי בישראל, ולא תוצר של פעולות ממשלתיות: "עד היום מה שהמדינה עשתה טוב - זה שהיא לא הפריעה" (#06). מעניין היה לשמוע את טענתה, שאינה משתמעת לשני פנים, כי הקרדיט לעיצובו של מוניטין מבוסס טכנולוגיה שייך בעיקרו למגזר הפרטי בישראל, וכי המגזר הראשון, הממשלתי, צריך רק לעשות פעולות תומכות בהקשר התדמיתי-שיווקי: "המדינה צריכה לתת לזה רק 'בוסט' [Boost, דחיפה קלה, 'מ'], כי המגזר הפרטי עושה את העבודה בבחינה תדמיתית" (#06). הדברים שבלטו בשיח איתה, וכן בשיח עם עיתונאים אחרים, הם עצם עיסוקם בסוגיית המוניטין, הכרתם בקשר שבין אומות למיתוג ומודעותם לזהות הטכנולוגית של מדינת ישראל.

### צמיחתו של המותג "לחטה-למעלה" (Bottom-up)

סוגיית המיתוג עלתה שוב ושוב בראיונות עם יצרני התוכן העיתונאי, העוסקים בעיקר בכתיבת תוכן חדשותי אקטואלי, וניכר כי הם מייחסים חשיבות רבה להעצמת התדמית הישראלית באמצעות טכנולוגיה. עיתונאי ותיק אמר כי "ישראל תלויה הרבה בתעשיות הטכנולוגיה - אלה התחומים שאנחנו טובים בהם, ואלה התחומים **שצריכים להדגיש**" (#02). זוהי דוגמה מעניינת שמראה כיצד עיתונאי, שבדרך כלל אין לו או לעמיתיו יד ועניין במיתוג ושיווק, מציע למדינה להדגיש תכונות אחדות ולשווקן כדי להשיג יתרון

תדמית (תכונות ומאפיינים טכנולוגיים). במצב העניינים הזה, ומניתוח הנתונים שעלו במחקרנו, אנו מזהים סימנים ברורים שהעיתונאים עצמם, ספק אם במודע וספק אם לאו, משתתפים באופן פעיל בתהליך המיתוג של המדינה, ובמידת־מה כתיבתם אף מסייעת למדינה לעצב את שמה ולשווקה כמדינה טכנולוגית.

בידי חברות, ארגונים, מדינות, מקומות או כל מותג אחר עומדים שני סוגים של אסטרטגיות שיווק: מלמעלה למטה (Top-Down) ומלמטה למעלה (Bottom-up) (Bassols & Leicht, 2020; Bickerton, 2000; Hakala & Lemmetyinen, 2011; Hudson et al., 2017). שיווק בגישה הראשונה, מלמעלה למטה, מונע בידי המותג עצמו. המותג הוא האחראי ליצירת המסרים, לביצוע המהלכים ולשכנוע הקהל. באסטרטגיית השיווק הזאת המותג הוא הקובע את הטון ואת הנרטיב השיווקי. לעומת זאת, שיווק בגישה מלמטה למעלה כולל מהלכים אחרים. בשיווק מסוג זה המותג מערב את הציבור ומקדם מסרים המייצגים את נקודת המבט הרווחת ואת הצעות הצרכן והקהילה (Hudson et al., 2017; Huntington & Dunn, 2004; Smith, 2013; Wodak, 2009). אם כן, אסטרטגיית השיווק מלמטה למעלה מאפשרת למקורות חיצוניים לעצב את הטון ולהיות חלק מהבניית הנרטיב.

אף שהנרטיב השיווקי של מדינת ישראל במעטפת הטכנולוגית נטוע באסטרטגיה "מלמעלה למטה", בממצאי המחקר אנו רואים עדויות לכך שהתעצמות המותג והתגברות הסמל הקונקרטי המכונה סטארט-אפ ניישן הן תוצר לוואי והתפתחות שיווקית הפוכה, מלמטה למעלה. במחקרנו מצאנו עדויות לכך שאת רעיון הסטארט-אפ ניישן קידמו בחברה הישראלית מגוון מקורות שאינם הממסד, ובהם התקשורת. בבחינה פורמלית בזירה התדמיתית, אומנם אפשר לטעון כי מדינת ישראל מיישמת מהלכים שיווקיים הכוללים מאפיינים טכנולוגיים, אך ממצאי המחקר ניכר כי היא אינה עושה זאת לבדה. שימושם של גורמי התקשורת בטרמינולוגיית הסטארט-אפ ניישן סייע בקעקוע הרעיון בתודעה הציבורית. השימוש העקבי ברעיון בתקשורת, מלמטה למעלה, עטף את ישראל באריזה שיווקית של חדשנות, סטארט-אפים ומערכת אקולוגית טכנולוגית משגשגת.

## דיון וסיכום

באימוץ הפרקטיקה המעשית של מיתוג מדינות, בשנים האחרונות מפגינה מדינת ישראל מוטיבציה רבה לקידום הנרטיב הטכנולוגי, וליצירת תדמית של אומה משופעת חדשנות טכנולוגית ויזמות (Anholt, 2006; Fan, 2006; Kaneva, 2011). זרועות הממסד האחראיים לקידום הנרטיב עושים זאת באמצעות קידום רעיונות ומסרים טכנולוגיים,

מדעיים ויזמיים ושיווקם במהלכי דיפלומטיה בשלל במות וערוצים (Mashiah & Avraham, 2019; Tawil, 2015). אך למרות ההנחה הרווחת, רעיון הסטארט-אפ ניישן לא קודם כמותג רשמי מטעם המדינה. הכינוי התפתח וצמח מלמטה למעלה, ללא הפקה או התערבות של משרד הפרסום הממשלתי או כל ארגון ממסדי רשמי אחר. המחקר הנוכחי שופך אור על התפשטות המושג סטארט-אפ ניישן בשיח ועל התפתחותו בטקסט העיתונאי, והראה את מעמדו המיוחד בקרב גורמי התקשורת ומקורות שונים. מן המחקר נגזר חידוש תאורטי משמעותי, שכן הוא מצביע על כוחה של הקהילה בעיצוב מותג. בהתבוננות על מקרה הבוחן הישראלי אנו למדים שיוצרי תוכן בעת החדשה מחזיקים בכוח שאולי לא היה קיים בעבר: הכוח להחליט מה יהיה כינוי המותג - בכל תחום שהוא - ולחזור על הכינוי שבחרו שוב ושוב. חשוב להדגיש שהרעיון שנותח במחקר הנוכחי הוא מקרה אחד מתוך מגמה רחבה יותר, וכי הוא מתרחב ומסתעף לתתי-מותגים נוספים.

לעומת תהליך המיתוג שהיה מקובל בעבר, שהמדינות או כל מותג אחר שלטו בו באמצעות מתווה שיווקי רשמי ובאמצעות פעולה על פי תוכנית מוגדרת, כיום צריכות המדינות והמותגים להכיר בנתיב חדש להתפשטות רעיונות ומסרים: מלמטה למעלה. בנתיב זה נשללת מן המותג שליטה מלאה בתהליך, והמיתוג נעשה בעקבות התפתחותם של סימני היכר מותגיים בקרב חברי הקהילה. המכניזם הזה עלול להתרחש בהקשר של גופים אחרים וביחס לארגונים מגוונים מענפים אחרים. במקרה דנן, אנו רואים שפעפוע רעיון החדשנות של ישראל נעשה בהחדרת הביטוי הקליט סטארט-אפ ניישן, תהליך שנעשה בעקבות צורך תועלתני של יוצרי התוכן ובעלי עניין שאינם מגויסים בידי המדינה באופן רשמי: עיתונות, ארגוני המגזר הראשון, השני והשלישי, חברות אישי ציבור, יוצרי תוכן, בוני סיפורים ומקדמי נרטיבים. במידה רבה, גם אם לא התכוונו לכך מלכתחילה, סייעו אותם הגורמים לשייך את מדינת ישראל לזרם הטכנולוגי, כפי שהמליצו בעבר מומחי מיתוג (הסמן, 2008; Gilboa, 2006). כאילו מדובר בתהליך מתוזמר, הפכו הגורמים הללו להיות שגרירי המותג, הוסיפו לו ערך, קידמו אותו וסייעו בהפצת הרעיון שמאחוריו. כל מותג רוצה "שגרירים" שיקדמו את ערכיו, מי שידברו בטובתו ויפיצו את הבשורה עליו. במקרה הישראלי, כל אותם גורמים שהדהדו את רעיון הסטארט-אפ ניישן תפקדו כשגרירים, והפיצו את דימוי ישראל הטכנולוגית לכל עבר. ואף ששגרירים אכן חיוניים, לא ייתכן שתדמית המותג תהיה נתונה באחריותם הבלעדית.

מותג אינו יכול להתקיים אך ורק בזכות שיווק מלמטה למעלה; חשוב להכיר בחסרונותיו של שיווק באסטרטגיה הזאת בלבד. ממקרה הבוחן שלנו אנו יודעים כי אף שמדינת ישראל לא השקיעה כל מאמץ מיוחד בקידום מותג הסטארט-אפ ניישן, מוכרותו בספירה הציבורית תקשורתית גבוהה. אך לא רק ישראל נקשרת בו: פריחת

הרעיון מלמטה למעלה מתרחשת גם במקומות אחרים. הביטוי כיום אינו בלעדי לישראל, וכפי שמחקרים בשדה המעשי מצאו לאחרונה, הוא נקשר גם למדינות אחרות. כמו הכינוי "Silicon Valley" הנודע, שהוזכר לעיל, גם המונח "Start-up Nation" הפך למונח גנרי, והוא משמש מדינות נוספות בעולם (Solomon, 2020). חוסר בלעדיותו אינו מפתיע - כאמור, בעיקר מכיוון שצמח מהשטח ובשיטה אופורטוניסטית, ללא שיוק מאורגן (לפחות לא באופן מוצהר וגלוי).

מכיוון שהרעיון לא צמח באופן מאורגן בהובלת המדינה, מאפייניו פרוביזוריים, ויש בו ממד של ארעיות ופוטנציאל רב להתפוגג מן השיח הציבורי ולחלוף מהעולם כהרף עין. מאפיין זה בלט במיוחד בדבריה של אחת המרואיינות, שאף הציעה כיוון חדש למיתוג, כאילו מדובר בתהליך בזק: "סטארט-אפ ניישן זה פֶּאָסָה [מיושן, י"מ] - עכשיו אנחנו 'סקייל-אפ ניישן' [Scale-up Nation] (#06)". טיעון המרואיינת נשען על כך שהמצב בתעשייה השתנה ללא הכר ושהיזמים והתעשייה עצמה התבגרו. אך מעניינת במיוחד הדרך שבה היא שולפת ומבנה קונספט מיתוגי שלם במהירות - דבר שלוקח לאנשי מקצוע תקופה ארוכה, וכולל מחקר, בניית קו אסטרטגי, סרטוט מודלים, קריאטיב ועוד.

עיתונאי אחר ביאר את הדברים באומרו כי "הסיקור העיתונאי מבנה מציאות" (#01). בדבריו הסביר כי ישנה פרקטיקה עיתונאית שגרתית של יצירת "מסגרות" בתחום הטכנולוגי. לשיטתו, ציבור העיתונאים (שהוא נמנה עימו) לעיתים תכופות נוטה להשתמש במומחים, בהודעות לעיתונות, בדוחות מחקר או בנתונים המציגים את ישראל במסגרת מומחיות מוגדרת (בתחום טכנולוגי), ולפיכך יכול העיתונאי בקלות למסגר את המדינה כאומה משופעת טכנולוגיה בכל הקשר שהוא, על פי הצורך. הטקסט העיתונאי יכול אפוא להכתיר את ישראל כ"אומת" כל תחום טכנולוגי שהוא. בדבריו הביא מגוון דוגמאות, והראה כיצד כונתה ישראל לפתע, כהרף עין, כ"אומת הספורט-טק" (Sport-Tech Nation), "אומת האוטו-טק" (Auto-Tech Nation), "אומת הגריין-טק" (Green-Tech Nation) ועוד.

תהליך המסגור הזה מושפע, בין היתר, גם מגורמי אינטרס של החברות בתעשייה והגורמים השיווקיים הנשכרים כדי לייצגן. מדובר באקוסיסטמה ממקבץ שחקנים: הגורמים המדווחים (העיתונאים), הגורמים היצרניים (חברות הטכנולוגיה וגורמים בתעשייה היצרנית) והגורמים המקדמים (אנשי תקשורת שיווקית, מעצבי תדמית ויחסי ציבור) (משיח, 2019). לכל צד יש חלק בטיפוח המיתוג מלמטה למעלה, כל אחד פועל בתחום העיסוק שלו, ונקודת החיבור ביניהם מאיצה נקודת התלכדות התורמת למיתוג המדינה.

חברות עסקיות, ובכלל זה חברות בתחום טכנולוגיה, המבקשות להעביר מסרים לקהלי היעד שלהן ולשווק את מרכולתן בשלל אפיקים (Mashiah, 2021), שוכרות אנשי מקצוע שיסייעו להן לחדד את מסריהן בעיתונות. כתוצאה מכך עלול להיווצר מצב שבו גורם יחסי ציבור (הגורם המקדם) המייצג חברה טכנולוגית (הגורם היצרני) ישתף עם עמיתו העיתונאי (הגורם המדווח) מידע הכולל עטיפות מיתוגיות התורמות ללקוח ששכר אותו. ומכאן, בכסות של ייצוג לקוח טכנולוגי בודד או אף כמה לקוחות, עלול להיווצר המצב שבו אנשי התקשורת ייצרו, יפיקו, יחלקו ואף יפרסמו לציבור תוכן חדשותי המקדם מיתוג פרטי. ואכן, בעיון חופשי בעיתונות הכתובה העכשווית אפשר לזהות שבהזדמנויות רבות יוצרי התוכן העיתונאיים ממשיכים לעשות "אמריקניזציה" למדינת ישראל הטכנולוגית. לישראל מיוחסים בכתבותיהם תכונות וכינויים המאפיינים לרוב את ארצות הברית, באמצעות מסגור תעשיית הטכנולוגיה המתקדמת הישראלית בביטויים לועזיים (ובעיקר בהצמדה לביטוי "Nation") (טבלה 2).

הספירה העיתונאית היא כר פורה להתגבשות כינויים חדשים ולמסגור האומה מלמטה למעלה. להלן דוגמאות מהעיתונות שבהן מתוארת ישראל בשם תואר טכנולוגי. הביטויים כולם בעלי גוון אמריקני.

## טבלה 2

### דוגמאות לכינויים טכנולוגיים למדינת ישראל בטקסטים תקשורתיים

הכינוי בעברית	מקור הביטוי באנגלית	ציטוט מהטקסט
סקייל-אפ ניישן	Scale-up	"מסטרטאפ ניישן לסקייל-אפ ניישן" (אפרתי, 2016; גרינברג, 2020)
יוניקורן ניישן	Unicorn	"יוניקורן ניישן: כך הפכה ישראל לפס ייצור של חדי קרן" (שולמן, 2021)
סייבר ניישן	Cyber	"מסטארט-אפ ניישן לסייבר ניישן" (לייטרסדורף ואחרים, 2016)
טק ניישן	Tech	"טק ניישן: בעולם מפרגנים לגט טקסי, קיבוץ חניתה באקזיט ענק" (מערכת וואלה, 2016)
קנאביס ניישן אגר-טק ניישן	Cannabis Agriculture	"מקנאביס ניישן לאגר-טק ניישן" (סטבינסקי, 2019)
אנטרפרייז ניישן	Enterprise	"מסטארט-אפ ניישן לאנטרפרייז ניישן" (רוח, 2018)
אימפקט ניישן	Impact	"מסטארט-אפ ניישן לאימפקט ניישן" (גרינברג, 2017)



כמובן, אין כל פסול בנטייה העיתונאית להשתמש במטפורות או בכינויים בסיקור התקשורת, שהרי העיתונאים עושים את עבודתם ומעשירים את הטקסט. אך חשוב ליזכור שמלבד העשרת הטקסט, הפרקטיקה הזאת - גם אם בעל כורחה - "יוצרת למדינת ישראל שם בתחום מסוים" (#01). העיתונאים, מנקודת מבטם, בשגרת יומם האינטנסיבית ובניסיונם ליצור טקסט איכותי לקוראים, אינם מוטרדים מהנושא. אך מנקודת המבט של המותג, מדינת ישראל, יש לזכור שהישענות על תפיסה שיווקית מלמטה למעלה נותנת ליוצרי תוכן אחרים לגיטימציה למסגר את המעטפת השיווקית כראות עיניהם. ללא התערבות של גורמים רשמיים, כגון הרשות לחדשנות או משרד הפרסום הממשלתי (לפ"מ), גורמים אחרים ימשיכו לקבע זהות מותגית שלא הוגדרה באופן ממוסד בידי גורמי המקצוע בתחום שיווק המדינה ומיתוגה. לקוף (Lakoff, 2011) אמר פעם: "אם אתה לא תמסגר את עצמך אחרים ימסגרו אותך - התקשורת, אויבך, המתחרים שלך". הדוגמאות שהובאו להלן ממחישות כי בתהליך המסגור הטכנולוגי, הנמשך גם היום ללא התערבות של המוסדות הרשמיים, אומנם טמון פוטנציאל רב לתרומה למדינת ישראל בבחינה תדמיתית, אך יש בו גם סכנה ליצירת זהות מותגית מפוזרת ולא עקבית בתוך ישראל ומחוצה לה.

## מגבלות ומחקרי החשך

המחקר מסביר את מקומה של התמה הטכנולוגית בתדמית המדינה מלמטה למעלה, אך יש בו כמה מגבלות שראוי להצביע עליהן. ראשית, הניתוח נעשה על בסיס ארכיון דיגיטלי של קבוצת תקשורת אחת בישראל. למרות בולטותו של עיתון **ידיעות אחרונות** בחברה הישראלית, ייתכן כי היקפי השימוש במטבע הלשון שנידון פה שונים בכלי תקשורת אחרים בארץ ובחו"ל. אי לכך, מחקרי המשך יוכלו להרחיב את היריעה לכלי תקשורת אחרים. כדי להשלים את התמונה חשוב להבין כיצד מטבע הלשון מופיע באמצעי תקשורת דומיננטיים אחרים בעברית, ובאילו הקשרים. ראוי לבחון, למשל, את ייצוג הביטוי בכלי תקשורת אחרים, שעניינם כלכלי (למשל, *The Marker* או **גלובס**) או טכנולוגי (למשל, *Geektime* או **אנשים ומחשבים**), או באמצעי תקשורת יומית חדשותית, מודפסים או מקוונים (למשל, **ישראל היום**, **הארץ**, **מעריב**, **וואלה**, **מאקו** ועוד). מחקר עתידי יכול לעסוק גם בייצוג הביטוי באמצעי תקשורת ברחבי העולם. הבנת ההקשרים הגלובליים וההופעות של מונח הסטארט-אפ ניישן בהקשר הישראלי בעיתונים ואתרים מובילים בעולם תתרום להבנת מנגנון עיצוב תדמיתה הטכנולוגית של ישראל בהקשר הרחב.

מחקר זה התמקד ביצרני התוכן העיתונאי ובתוכן שהם מייצרים (בדגש על הזווית העיתונאית). כדי להשלים את התמונה חשוב לבחון גם את נקודת מבטם של אנשי תעשיית הטכנולוגיה והמעגלים הסובבים אותה. דהיינו, מחקר המשך יכול לנתח תוכן

מקצועי ורשמי מתעשיית הטכנולוגיה ולבדוק את הקשר שבין הטרמינולוגיות והשפה בתוכן הזה לבין השפה המשמשת למיתוג המדינה או למותגים אחרים. למשל, חשוב להתעמק בטקסטים שמפרסמים גופים רשמיים בתעשייה ונותני שירותים, כמו דוחות ותוכן פומבי מטעם הרשות לחדשנות (הזווית הממסדית), גופי מחקר בזירה העסקית או עמותות מהמגזר השלישי בזירה הטכנולוגית. גם טקסטים בעלי סדר יום שיווקי מובהק, כגון הודעות לעיתונות שמפיצים גופים טכנולוגיים, חברות ויזמי טכנולוגיה יכולים לספק כר מחקרי פורה להשלמת התמונה של המיתוג הטכנולוגי מלמטה למעלה.

## הערות

- 1 חיפוש חופשי של המחרוזת "סטארט-אפ ניישן" במנגנון החיפוש ברשתות החברתיות פייסבוק וטוויטר מעלה מאות מופעים שלו בפוסטים מאת אנשים פרטיים וציבוריים, גורמי מקצוע בשלל ענפים.
- 2 תרגומי הציטוטים וכן ההדגשות בציטוטים כאן ובהמשך המאמר כולם שלי, אלא אם כן צוין אחרת, "מ".
- 3 זהו חלק אחד מתוך מחקר רחב היקף העוסק בממדים תקשורתיים ושיווקיים של הענף הטכנולוגי.
- 4 הראיונות בוצעו כחלק ממחקר רחב יותר, העוסק בסיקור הענף הטכנולוגי בישראל. המחקר המקורי כולל קורפוס רחב יותר, ובו עשרות ראיונות עם אנשי תקשורת, שיווק, טכנולוגיה וממסד.

## רשימת המקורות

- אברמסון, ר' וגלעד, א'. (2016, 27 באפריל). צרפת נושפת בעורפה של ישראל כסטארט-אפ ניישן. **כלכליסט**, 4.
- אוסלנדר, ו'. (2017, 20 באוגוסט). לא משקיעים מספיק בנייד: האי-קומרס הישראלי שכח את המובייל. **כלכליסט**, 24.
- אורבך, מ'. (2010, 6 בדצמבר). פאנל בכירי הייטק ופיננסים: "ישראל חייב להתבגר מהסטארט-אפ". **כלכליסט**, 39.
- אורבך, מ'. (2017, 24 בינואר). הגיע הזמן לקחת את הסטארט-אפ ניישן לשלב הבא. **כלכליסט**, 4.
- אורבך, מ'. (2018, 15 במרץ). פאנל: התפקיד העתידי של המשקיע - ישראל, ארצות הברית והעולם. **כלכליסט**, 14.
- אורבך, מ'. (2020, 18 בנובמבר). המעבר לעבודה מהבית פוגע בחדשנות של סטארט-אפ ניישן. **כלכליסט**, 6.

- אייכנר, א'. (2016, 14 בספטמבר). רק אתמול נאם: "אני אוהב את ישראל". **ידיעות אחרונות**, 6. אפרתי, א'. (2016, 28 ביוני). להפוך מסטארט-אפ נייען לסקייל-אפ נייען. *The Marker*. <https://www.themarker.com/opinion/1.2990177>
- גלעד, א'. (2015, 2 ביוני). הספר "אומת הסטארט-אפ" הופך למיזם. **כלכליסט**, 16-17.
- גלעד, א'. (2016, 15 ביוני). "ישראל היא עדיין סטארט-אפ נייען- אבל יש לכם מתחרים". **כלכליסט**, 20.
- גרינברג, ק'. (2017, 3 בדצמבר). מסטארט-אפ נייען לאימפקט נייען. **כלכליסט**. <https://www.calcalist.co.il/local/articles/0,7340,L-3726442,00.html>
- גרינברג, ע'. (2020, 7 באוגוסט). מסטרטאפ נייען לסקייל-אפ נייען. **Ynet**. <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5777575,00.html>
- דינשטיין, ג'. (2011, 28 בספטמבר). סול זינגר בראיון: אנחנו נס כלכלי. **NRG**. <https://www.makorishon.co.il/nrg/online/16/ART2/291/101.html>
- הסמן, ר'. (2005, 27 ביולי). מיתוג מדינות. יש דבר כזה. **גלובס**. <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=938873>
- הסמן, ר'. (2008). **נייר עמדה: מיתוג ישראל - שיווק מדיני במצב קונפליקט מתמשך**. אוניברסיטת תל אביב.
- הספל, י'. (2016, 1 בספטמבר). גנגאם אקזיט. **כלכליסט**, 20-24.
- וולמן, י'. (2018, 18 באפריל). הולדת הסטארט-אפ נייען. **ידיעות אחרונות**, **ממון**, 12-13.
- ולצר, י', מתן, ע' וחוץ, ש'. (2019, 6 במרץ). נשות בשווה. **ידיעות אחרונות**, **ממון**, 2-3.
- סוקר, נ'. (2013, 3 בינואר). סטארט אפ נייען - המיתוג החדש של ישראל: יותר הייטק וחדשנות, פחות מלחמות ומורשת. *The Marker*. <https://www.themarker.com/advertising/1.1899595>
- יהב, ת'. (2018, 29 ביוני). מלח הארץ ילמד מתמטיקה, פלפל הארץ ינקה את הכיתה. **ידיעות אחרונות**, **ממון**, 6.
- כביר, ע' ועילם, ה'. (2011, 8 בספטמבר). אני מקווה שלא תהיה נוקיה ישראלית. **כלכליסט**, 36-37.
- כביר, ע'. (2017, 13 ביוני). סטארט-אפ נייען אולי, רק לא בדיוק דיגיטלית. **כלכליסט**, 24.
- לוי, ד'. (2018, 13 בפברואר). יואב גלנט - שר הבינוי והשיכון: "נצטרך להוסיף 200 אלף דירות במגזר הערבי בתוך 20 שנה". **כלכליסט**, 10.
- לייטרסדורף, י', שרייבר, ע' ורזניקוב, א'. (2016, 25 בינואר). מסטארט-אפ נייען לסייבר נייען. *The Marker*. <https://www.themarker.com/technation/1.2829981>

מאירס, א' ורוזן, א'. (2013). טוהר וסכנה: חדשותיות, מסגור משברי תדמית ותחקיר הצלילות בקישון. **מסגרות מדיה**, 10, 97-125.

מערכת וואלה. (2016, 16 בדצמבר). טק ניישן: בעולם מפרגנים לגט טקסי, קיבוץ חניטה באקזיט ענק. **Walla**. <https://tech.walla.co.il/item/3022775>

משיח, י'. (2019). **דפוסי הסיקור של טכנולוגיה בתקשורת: חברות ההייטק בעיתונות המקוונת בישראל ותפקידם האסטרטגי של גורמי השיווק** [עבודה שלא פורסמה לשם קבלת תואר מוסמך]. אוניברסיטת חיפה.

משרד המדע והטכנולוגיה. (2018, 29 במאי). **ישראל: מעצמת מדע, טכנולוגיה וחדשנות כבר 70 שנה, וזו רק ההתחלה** [סרטון וידאו]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=w86ALbNJxV0>

סטבינסקי, מ'. (2019, 2 באפריל). מ"קנאביס ניישן" ל"אג'טק ניישן". **גלובס**. <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001280516>

עופר, א'. (2011, 23 במרץ). "מדינת הסטארט-אפ: מנוע הצמיחה הכלכלי של ישראל" | יפי הבלורית והאקזיט. **הארץ, ספרים**. <https://www.haaretz.co.il/literature/1.1168211>

פלד, מ'. (2013, 7 במאי). אבישי ברוורמן - יו"ר ועדת הכלכלה: צריכים פקודת מס חדשה שתמנע תכנוני מס של החברות הגדולות. **כלכליסט**, 6.

קאהאן, ר'. (2016, 15 ביוני). AVG מרחיבה את פעילותה בישראל ומגייסת 60 עובדים. **כלכליסט**, 14.

רבט, ה'. (2018, 11 ביולי). סטארט-אפ ניישן? צניחה של 61% בהיקף האקזיטים. **כלכליסט**, 14. רוח, ז"ד. (2018, 18 בנובמבר). רוצים להעביר את הסטארט-אפ ניישן לשלב הבא? בואו לשווייץ. *The Marker*. <https://www.themarker.com/opinion/premium-1.6660632>

רועה, י'. (1998). העיתונות כמספרת סיפורים, הסיקור כסיפור. בתוך ד' כספי וי' לימור (עורכים). **אמצעי תקשורת המונים בישראל** (עמ' 455-462). האוניברסיטה הפתוחה.

רפאלי, ש'. (2016, 27 באפריל). מהגניוס היהודי לסטארט-אפ ניישן? **כלכליסט**, 20.

שולמן, ס'. (2021, 23 בספטמבר). יוניקורן ניישן: כך הפכה ישראל לפס ייצור של חדי קרן. **כלכליסט**. <https://www.calcalist.co.il/calcalistech/article/byik1gkqf>

שירות **כלכליסט**. (2020, 9 בדצמבר). "הקלפים מעולם לא הסתדרו טוב יותר לשווקים". **כלכליסט**, 34.

Aharoni, I. & Grinstein, A. (2017). How to (re) position a country? A case study of the power of micro-marketing. *Place Branding and Public Diplomacy*, 13(4), 293-307. <https://doi.org/10.1057/s41254-017-0055-9>

- Aminian, N. & Fung, K. C. (2019). *Silicon Valley, Japan and France: A comparative study of innovation systems and policies*. [http://www.apeaweb.org/confer/fuku19/papers/Aminian\\_Nathalie.pdf](http://www.apeaweb.org/confer/fuku19/papers/Aminian_Nathalie.pdf)
- Anholt, S. (1998). Nation-brands of the twenty-first century. *Journal of Brand Management*, 5(6), 395–406. <https://doi.org/10.1057/bm.1998.30>
- Anholt, S. (2006). Why brand? Some practical considerations for nation branding. *Place Branding and Public Diplomacy* 2(2), 97–107. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990048>
- Anholt, S. (2016). *Places: Identity, image and reputation*. Springer.
- Appelman, A. & Sundar, S. S. (2016). Measuring message credibility: Construction and validation of an exclusive scale. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(1), 59–79. <https://doi.org/10.1177/1077699015606057>
- Avraham, E. (2000). Cities and their news media images. *Cities*, 17(5), 363–370. [https://doi.org/10.1016/S0264-2751\(00\)00032-9](https://doi.org/10.1016/S0264-2751(00)00032-9)
- Avraham, E. (2020). Nation branding and marketing strategies for combatting tourism crises and stereotypes toward destinations. *Journal of Business Research*, 116, 711–720. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.02.036>
- Avraham, E. & Ketter, E. (2012). Media strategies for marketing places in crisis. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080557076>
- Bank, D. & Almor, T. (2013). The Development of Business Education in a Young, Entrepreneurial Country: The Case of Israel. In I. Alon, V. Jones, & J. R. McIntyre (Eds.), *Innovation in business education in emerging markets* (pp. 76–95). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137292964\\_6](https://doi.org/10.1057/9781137292964_6)
- Bassols, N., & Leicht, T. (2020). Exploring destination brand disengagement in a top-down policy context: Lessons learned from Cartagena, Colombia. *Journal of Place Management and Development*, 13(3), 347–363. <https://doi.org/10.1108/JPM-06-2019-0040>
- Beverland, M. (2009). *Building brand authenticity: 7 habits of iconic brands*. Springer.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press
- Berger, R. (2013). Now I see it, now I don't: Researcher's position and reflexivity in qualitative research. *Qualitative Research*, 15(2), 219–234. <https://doi.org/10.1177/1468794112468475>
- Bickerton, D. (2000). Corporate reputation versus corporate branding: the realist debate. *Corporate Communications: An International Journal*, 5(1), 42–48. <https://doi.org/10.1108/13563280010317578>

- Bingham, A. (2010). The digitization of newspaper archives: Opportunities and challenges for historians. *Twentieth Century British History*, 21(2), 225–231. <https://doi.org/10.1093/tcbh/hwq007>
- Brikk, Y. (2014). Small businesses opportunities: Findings from an exploratory study of the Arab sector in Northern Israel. *Managerial Challenges of the Contemporary Society. Proceedings*, 7(2), 164–168.
- Chakraborty, A., Paranjape, B., Kakarla, S., & Ganguly, N. (2016). Stop clickbait: Detecting and preventing clickbaits in online news media. In R. Kumar, J. Caverlee, & H. Tong (Eds.), *2016 IEEE/ACM international conference on advances in social networks analysis and mining (ASONAM)* (pp. 9–16). IEEE.
- Dashti, Y. & Schwartz, D. (2015). The role and contribution of networks in M&A of innovative ventures: can lessons learned from networks of Israeli start-ups be applied by China? *Technology Analysis & Strategic Management*, 27(6), 628–645. <https://doi.org/10.1080/09537325.2015.1018676>
- Deuze, M. (2013). *Media work*. John Wiley & Sons.
- Deuze, M. & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Dong-sheng, M. (2006). On building the innovation-originated nation. *Journal of Peking University (Humanities and Social Sciences)*, 3, 5–10.
- Doyle, W. (1986). Content representation in teachers' definitions of academic work. *Journal of curriculum studies*, 18(4), 365–379. <https://doi.org/10.1080/0022027860180402>
- Duvivier, C. & Polèse, M. (2018). The great urban techno shift: Are central neighbourhoods the next silicon valleys? Evidence from three Canadian metropolitan areas. *Papers in Regional Science*, 97(4), 1083–1111.
- Drori, G. S. & Netivi, A. (2013). *STEM in Israel: The Educational Foundation of 'Start-Up Nation'*. <https://acola.org/wp-content/uploads/2018/12/Consultant-Report-Israel.pdf>
- Dinnie, K. (2015). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. Routledge.
- Engel, J. S. & del-Palacio, I. (2011). Global clusters of innovation: the case of Israel and Silicon Valley. *California Management Review*, 53(2), 27–49. <https://doi.org/10.1525/cm.2011.53.2.27>
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards a better understanding. *Place branding and public diplomacy*, 6(2), 97–103. <https://doi.org/10.1057/pb.2010.16>

- Fan, Y. (2006). Branding the nation: What is being branded? *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 5–14. <https://doi.org/10.1177/1356766706056633>
- Fraiberg, S. (2017). Start-up nation: Studying transnational entrepreneurial practices in Israel's start-up ecosystem. *Journal of Business and Technical Communication*, 31(3), 350–388. <https://doi.org/10.1177/1050651917695541>
- Gilboa, E. (2006). Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy. *Israel Affairs*, 12(4), 715–747. <https://doi.org/10.1080/13533310600890067>
- Grunig, J. E. (Ed.). (2013). *Excellence in public relations and communication management*. Routledge.
- Harcup, T. (2015). *Journalism: Principles and practice*. Sage.
- Hakala, U. & Lemmetyinen, A. (2011). Co-creating a nation brand “bottom up”. *Tourism Review*, 66(3), 14–24. <https://doi.org/10.1108/16605371111175294>
- Hoffower, H. (2019, June 7). *Forget San Francisco – these 6 global cities have thriving tech hubs that could make them the next Silicon Valley*. Insider. Retrieved October 19, 2021, from <https://www.businessinsider.com/silicon-valley-around-the-world-tel-aviv-berlin-stockholm-2019-6>
- Holsti, O. R. (1968). Content analysis. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (Vol. 2, pp. 596–692). Addison Welsey.
- Hospers, G.-J., Desrochers, P., & Sautet, F. (2009). The next Silicon Valley? On the relationship between geographical clustering and public policy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(3), 285–299. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0080-5>
- Hudson, S., Cárdenas, D., Meng, F., & Thal, K. (2017). Building a place brand from the bottom up: A case study from the United States. *Journal of Vacation Marketing*, 23(4), 365–377. <https://doi.org/10.1177%2F1356766716649228>
- Huntington, S. P., & Dunn, S. (2004). *Who are we? The challenges to America's national identity*. Simon and Schuster.
- Jansen, S. C. (2008). Designer nations: Neo-liberal nation branding – Brand Estonia. *Social Identities*, 14(1), 121–142. <https://doi.org/10.1080/13504630701848721>
- Joseph, U. A. (2016). *The 'Made in Germany' champion brands: Nation branding, innovation and world export leadership*. Routledge.
- Kao, J. (2007). *Innovation nation: How America is losing its innovation edge, why it matters, and what we can do to get it back*. Simon and Schuster.

- Kaneva, N. (2011). Nation branding: Toward an agenda for critical research. *International Journal of Communication*, 5, 117–141.
- Kon, F., Cukier, D., Melo, C., Hazzan, O., & Yuklea, H. (2014, March 1). A panorama of the Israeli software startup ecosystem. *SSRN*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2441157>
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P. & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4), 249–261. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076>
- Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (1993). There's no place like our place! The marketing of cities, regions, and nations. *Futurist*, 27(6), 14–21.
- Krause, K. (2019). Turning Wisconsin Valley into the Next Silicon Valley: Reforming Wisconsin Non-Compete Law to Attract High-Tech Employers. *Marquette Law Review*, 103(1), 237–266.
- Krippendorff, K. (2009). Testing the reliability of content analysis data: What is involved and why. In K. Krippendorff & M. A. Bock (Eds.), *The content analysis reader* (pp. 350–357). Sage.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (2011, December 19). *How to Frame Yourself: A Framing Memo for Occupy Wall Street*. Huffpost. [https://www.huffpost.com/entry/occupy-wall-street\\_b\\_1019448](https://www.huffpost.com/entry/occupy-wall-street_b_1019448)
- Ledingham, J. A. & Bruning, S. D. (1998). Relationship management in public relations: Dimensions of an organization-public relationship. *Public Relations Review*, 24(1), 55–65. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(98\)80020-9](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(98)80020-9)
- Luntz, F. (2007). *Words that work: It's not what you say, it's what people hear*. Hachette Books.
- Maggor, E. (2018). Sources of state discipline: lessons from Israel's developmental state, 1948–1973. *Socio-Economic Review*, 19(2), 553–581. <https://doi.org/10.1093/ser/mwy029>
- Manjoo, F. (2013, June 6). You Won't Finish This Article. *SLATE*. Retrieved November 22, 2021, from <https://slate.com/technology/2013/06/how-people-read-online-why-you-wont-finish-this-article.html>



- Mashiah, I. (2021). "Come and join us": How tech brands use source, message, and target audience strategies to attract employees. *Journal of High Technology Management Research*, 32(2), 100418. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2021.100418>
- Mashiah, I. & Avraham, E. (2019). The role of technology and innovation messaging in the public diplomacy of Israel. *Journal of Global Politics and Current Diplomacy*, 7(2), 5–28.
- Mathews, J. A. (1997). A Silicon Valley of the East: Creating Taiwan's semiconductor industry. *California Management Review*, 39(4), 26–54. <https://doi.org/10.2307%2F41165909>
- Mericas, L. F. (2021, February 13). Texas is primed to be the next Silicon Valley. Retrieved October 10, 2021, from <https://www.chron.com/business/technology/article/Texas-the-next-Silicon-Valley-15948763.php>
- Moss, I. (2011). Start-up nation: An innovation story. *OECD Observer*, 285 Q2, 33–34.
- Nicholson, B. (2013). The Digital Turn: Exploring the methodological possibilities of digital newspaper archives. *Media History*, 19(1), 59–73. <https://doi.org/10.1080/13688804.2012.752963>
- Pike, A. (2009). Brand and branding geographies. *Geography Compass*, 3(1), 190–213. <https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2008.00177.x>
- Poole, R. (1999). *Nation and identity*. Routledge.
- Porter, M. E. & Stern, S. (2001). Innovation: location matters. *MIT Sloan Management Review*, 42(4), 28–36.
- Razin, A. (2018). *Israel and the world economy: The power of globalization*. MIT Press.
- Ries, A., Trout, J., & Kotler, P. (2001). *Positioning: The Battle for Your Mind*. McGraw Hill.
- Riffe, D., Lacy, S., Watson, B., & Fico, F. (2019). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. W.W. Norton & Company.
- Senor, D. & Singer, S. (2009). *Start-Up Nation: The Story of Israel's Economic Miracle*. Hachette Books.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. Teachers College Press.

- Sharma, A. & Bing, D. (2015). India-Israel relations: The evolving partnership. *Israel Affairs*, 21(4), 620–632. <https://doi.org/10.1080/13537121.2015.1076189>
- Smith, R. D. (2013). *Strategic planning for public relations*. Routledge.
- Solomon, S. (2020, October 29). *Israel losing "Startup Nation" image, needs rebranding, study shows*. <https://www.timesofisrael.com/israel-losing-startup-nation-image-needs-rebranding-study-shows>
- Tawil, Y. (2015). A "Start-Up Nation". On Performance and Creativity in Israel. *Ethnologie française*, 45(2), 223–233. <https://doi.org/10.3917/ethn.152.0223>
- Theaker, A. (Ed.). (2016). *The public relations handbook*. Routledge.
- Trajtenberg, M. (2001a). Innovation in Israel 1968–1997: A comparative analysis using patent data. *Research Policy*, 30(3), 363–389. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(00\)00089-5](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(00)00089-5)
- Trajtenberg, M. (2001b). R&D policy in Israel. In M. P. Feldman & A. N. Link (Eds.), *Innovation policy in the knowledge-based economy* (pp. 409–454). Springer.
- Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). *Methods of text and discourse analysis: In search of meaning*. Sage.
- Vangen, S. & Huxham, C. (2003). Nurturing collaborative relations: Building trust in interorganizational collaboration. *Journal of Applied Behavioral Science*, 39(1), 5–31. <https://doi.org/10.1177%2F0021886303039001001>
- Vara. V. (2015, February 3). How Utah became the next Silicon Valley. Retrieved October 21, 2021, from <https://www.newyorker.com/business/currency/utah-became-next-silicon-valley>
- Volcic, Z. & Andrejevic, M. (2011). Nation branding in the era of commercial nationalism. *International Journal of Communication*, 5, 598–618.
- American Marketing Association. (2017). Marketing. In *AMA*. Retrieved September 10, 2021, from <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing>
- Wilcox, D. L., Ault, P. H., & Agee, W. K. (2006). *Public relations: Strategies and tactics* (5th ed.). Longman Pub Group.
- White, C. L. (2012). Brands and national image: An exploration of inverse country-of-origin effect. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(2), 110–118. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.6>
- Wodak, R. (2009). *Discursive construction of national identity*. Edinburgh University Press.

- Wonglimpiyarat, J. (2016a). Exploring strategic venture capital financing with Silicon Valley style. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 80–89. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.07.007>
- Wonglimpiyarat, J. (2016b). Government policies towards Israel's high-tech powerhouse. *Technovation*, 52, 18–27. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2016.02.001>
- Zhou, Y. (2007). *The inside story of China's high-tech industry: Making Silicon Valley in Beijing*. Rowman & Littlefield Publishers.

# המלכוד של עיתונאי המשפט בישראל בעידן המקוון

ענת פלג\*

## תקציר

בעשור האחרון החריפו בישראל המתקפות הפוליטיות על החלטותיה של מערכת המשפט ועל מקצוענותם ויושרתם של כתבי המשפט. נבחרי ציבור שעמדו לדין ייחסו למערכת המשפט 'תפירת תיקים' נגדם משיקולים פוליטיים וטענו כי כתבי המשפט מוטים נגדם, בעוד משפיעני רשת שאינם משפטנים הפיצו מידע משפטי מטעמים בזכות הנאשמים.

מאמר זה מנתח את עמדותיהם של כתבי משפט בנוגע לגורמים שהביאו לדעתם לירידה בסמכותם העיתונאית בשיח הציבורי, ומגלה כי למרות הירידה באמון של הכתבים כלפי מערכת המשפט, מקצתם מביעים נכונות להתגייס להגנה עליה בשיח הציבורי. המאמר שואב ממחקר אורך איכותני, המשווה בין ממצאים מראיונות עומק שנערכו במהלך שנת 2020 עם 12 כתבי משפט ופרשנים מובילים, לבין ממצאי מחקרים קודמים בתחום. ניתוח הממצאים מתבסס על המודל של קרלסון ולואיס לניתוח הסמכות העיתונאית בעידן המקוון. המחקר חושף תהליך שבו, לצד השינויים מקצועיים, האינטראקציות בין מערכת המשפט לתקשורת הממוסדת מחלישות את המעמד של שתיהן בשיח הציבורי.

## חבוא

פעם התפקיד של כתב המשפט היה לדווח מה קורה בתוך אולם בית המשפט או במשרד המשפטים. בעידן הרשתות החברתיות, הכתב הוא כבר חלק מהסיפור... מייחסים לו אג'נדות, הוא כבר טרגט בעצמו... אנחנו נמצאים במלחמה עכשווית, ואתה צריך לתפוס צד... כמו שיח פוליטי... קשה ככה להיות נאמן לערכים העיתונאיים שלך (ר').<sup>1</sup>

\* ד"ר ענת פלג, חוקרת יחסי התקשורת והמשפט בפקולטה למשפטים, אוניברסיטת בר אילן ([apeleg@netvision.net.il](mailto:apeleg@netvision.net.il)). אני מבקשת להודות לפרופ' רינה בוגוש על הערותיה הטובות לטייטה הראשונה של המאמר, ולשלושת השופטים האנונימיים על שיפוט מדוקדק ומרחיב דעת.

דבריו של ר', כתב משפט ותיק ומוערך, שופכים אור על התמורות המתרחשות בתפיסת התפקיד והמחויבות לאתיקה העיתונאית של עיתונאי המשפט בעידן המקוון, והן על הירידה בסמכותם המקצועית בעיני הציבור בישראל. ר' מצביע על תהליך הפוליטיזציה בדיונים ברשת על מערכת המשפט בישראל, שבעטיו נתפסים גם העיתונאים המסקרים כשחקנים פוליטיים בעלי עניין בתוצאות הדיונים המשפטיים, ולא כמדווחים וכפרשנים הוגנים. באווירה זו, מעיד ר' על עצמו, הוא נאלץ להתרחק מערכי מקצוע העיתונות, המחייבים מבט ניטרלי על מושאי הסיקור, ובניגוד לעבר הוא נוקט עמדה ברורה של תמיכה באחד הצדדים במשפט, כדי לשמר את סמכותו המקצועית ולו בעיני חלק מציבור הנמענים.

אבחנותיו של ר' מהדהדות את השיח הציבורי בעשור השני של המאה ה-21, כשהחריפו בישראל המתקפות הפוליטיות על החלטותיה של מערכת המשפט ובד בבד על מקצוענותם ויושרתם של כתבי המשפט. נבחרי ציבור שעמדו לדין ייחסו למערכת המשפט 'תפירת תיקים' נגדם משיקולים פוליטיים ולא משפטיים (ביגמן, 2019; מענית, 2019), ואף הוסיפו וטענו כי סיקור המשפט בתקשורת אינו הוגן, שכן כתבי המשפט מוטים נגדם פוליטית, מקבלים את הנרטיב של התביעה ונמנעים מבדיקת טענותיהם (אורן, 2015; שטרקמן, 2020). משפיעני רשת שאינם משפטנים קראו תיגר ברשתות החברתיות על סמכותם המקצועית של כתבי משפט והפיצו מידע משפטי סותר מטעמים בזכות הנאשמים (2019, 103FM). גם בשיח ברשת בין עיתונאי המשפט לבין עצמם נחשפה מחנאות פוליטית, ונתגלעו מחלוקות ביחס להתנהלותן של רשויות החוק ולטענות הנאשמים (שניג, 2020). כתבים אחדים שצידדו במערכת המשפט אף הפכו יעד להסתה ולאלימות (שטרן, 2021) ונזקקו לאבטחה אישית (2019, 103FM).

מאמר זה מנתח את עמדותיהם של כתבי המשפט בנוגע לגורמים החיצוניים והפנים-מקצועיים שהביאו לדעתם לירידה בסמכותם העיתונאית בשיח הציבורי, ומציג את תשובותיהם לטענות שקיימת סימביוזה בינם ובין מערכת המשפט. הוא שואב ממחקר אורך איכותני, המשווה בין ממצאי ראיונות עומק שנערכו במהלך שנת 2020 עם 12 כתבי משפט ופרשנים מובילים מכל אמצעי התקשורת בישראל, לבין ממצאי מחקרים קודמים שנעשו בקרב 40 עיתונאי משפט בישראל (2007; 2012).

ניתוח הממצאים מתבסס על המודל של קרלסון ולואיס (Carlson & Lewis, 2020) לניתוח הסמכות העיתונאית בעידן המקוון, השואב מאסכולת מחקרי הגבול בסוציולוגיה (Boundary work). המחקר שופך אור על המלכוד הייחודי של כתבי המשפט, אשר נובע מתהליך שבו, לצד שינויים פנים-עיתונאיים, האינטראקציות בין מערכת המשפט לתקשורת הממוסדת מחלישות את המעמד של שתיהן בשיח הציבורי.

חיבור זה גם תורם לניתוח מורכבות היחסים בימינו בין התקשורת הממוסדת למוסדות החברתיים שהיא מסקרת.

## חקר הסמכות העיתונאית

ההגדרה המחקרית למושג הסמכות (Krieger, 2003/1973) היא רצף רעיוני שבקצהו האחד יכולת מוסרית לשלוט ללא כפייה וללא הפעלת כוח, ובקצהו האחר כוח לגיטימי לשלוט גם בכפייה. מבין סוגי הסמכות שזוהו במחקר הסוציולוגי, הרלוונטית למחקר זה היא הסמכות האפיסטמית (Gieryn, 1999) (Epistemic authority), שהיא סמכותו של בעל הידע ליצור מידע ולהפיצו בחברה. מחד גיסא זו סמכות אישית, כי היא תלויה ביכולותיו של בעל הידע ובאישיותו, ומאידך גיסא אינה אישית, כי היא שואבת ממידע שאפשר ללמוד ולאמת.

בכתיבה המחקרית טענו עיתונאים כי הבסיס לסמכותם התרבותית להפיק ידע ולממש את זכות הציבור לדעת היא מקצוענותם (Professionalism), השואבת מנורמות, משגרות עבודה, מקשרים עם מקורות מידע מוסמכים ומרמה מסוימת של מיסוד (Carlson, 2017; Prenger & Deuze, 2017). ברם, בעידן המקוון אזרחים מן השורה ובעלי עניין יכולים להפיץ מידע באופן מיידי, ולכן יורדת ההכרה במקצוענות של העיתונאים ובסמכותם הבלעדית לתווך מידע לציבור (Carlson, 2017; Reich, 2018).

כריס אנדרסון ומייקל שודסון (Anderson & Schudson, 2020) מצביעים על התקרבות מתודולוגית מחודשת בין חקר התקשורת לענף חקר המקצועות בסוציולוגיה לצורך בחינת התהליך של אובדן סמכותה של העיתונות בעידן המקוון. הם בוחנים את תחומי האחריות של מקצוע העיתונות בסביבה הדיגיטלית ומבררים את הזיקה בין ההתנהלות הערכית והמעשית של העיתונאים לבין הכרסום בסמכותם המקצועית בשיח הציבורי.

הסוציולוג מקס ובר התחבט בנוגע לעצם הגדרת העיתונאי 'בעל מקצוע' (Weber, 1909/1998), והתמודד עם השאלה כיצד יכולים עיתונאים לבסס את סמכותם, בהיעדר מנגנונים מקובלים כמו אלה הקובעים את גבולותיהם של מקצועות מבוססי ידע אחרים: רישוי, דרישות השכלה, מבחני הסמכה וחברות בארגונים מקצועיים. חוקרי תקשורת בחנו את הגדרתו של הסוציולוג אנדרו אבוט (Abott, 1998), שטען כי בחקר המקצועות יש להתמקד בעבודתו של בעל המקצוע ולא בקבוצה שאליה הוא משתייך. לתפיסתו, השדה המקצועי הוא מרחב של תחרות ומאבק להגנה על 'תחומי אחריות',

על 'ידע מופשט' ועל היכולת להעניק שירותים מקצועיים שנועדו לפתרון בעיות בחברה. חוקרי תקשורת (Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2009) גורסים כי התאוריה של אבוט אומנם יכולה לחול על מקצועות 'לא שגרתיים' כמו עיתונות, אך היא גם מצביעה על האנומליה של העיתונות בתור מקצוע ועל הקושי האינהרנטי של העיתונאי לבסס את סמכותו המקצועית, שכן הידע של העיתונאים אינו בלבדי ואינו מופשט, אלא מתאפיין ביכולת לבדוד היבטים ציבוריים רלוונטיים של המציאות החברתית, לפרשם ולדון בהם.

מחקריה של ברבי זליצר (Zelizer, 1993) מבטאים את עליית קרנו של חקר השיח במחקרי הסמכות העיתונאית ואת השיבה לתאוריית עבודת הגבול (Boundary work) שפיתח הסוציולוג תומס פ' גיירין (Gieryn, 1999). תאוריה זו עוסקת בתהליך שבו נוצרים ומסומנים בחברה גבולות תרבותיים בין תחומי ידע, ובאופן שבו זוכה הידע להכרה גם מחוץ לקבוצה המייצרת אותו. לפי גיירין, קהילות הידע מבקשות להצדיק את סמכותן ולהגן על האוטונומיה המקצועית שלהן באמצעות הרחבת תחום העיסוק והרחקת שחקנים ופרקטיקות לא ראויות מחוץ לגבולות המקצוע. לפי ההמשגה של זליצר, עיתונאים הם קהילה פרשנית שמשתמשת בנרטיבים ובאסטרטגיות רטוריות כדי לבצר את מעמדה, ושואבת ממקורות שיח בתוך מקצוע העיתונות ומחוצה לו.

גם מתיו קרלסון וסת' לואיס (Carlson & Lewis, 2020), החוקרים את גבולות מקצוע העיתונות בעידן המקוון, שואבים מתאוריית עבודת הגבול, ורואים בעיתונות תהליך של משא ומתן בין שחקנים מגוונים המתחרים על ההגדרה 'עיתונאי'. הם מדגישים כי מעבר לבדיקת הגורמים הפנים-עיתונאיים המעצבים את סמכותם של העיתונאים, כמו הערכים ושגרות העבודה, יש לחקור גם את המאבק המקוון של העיתונאים על סמכותם בשיח החיצוני, השיח המטא-עיתונאי המתנהל ברשתות החברתיות על התנהלותם מצד אזרחים, פוליטיקאים ובעלי עניין. בטבלה 1 מוצגות ההתאמות של קרלסון ולואיס לתאוריית עבודת הגבול לצורך ניתוח הסמכות העיתונאית בימינו.

## טבלה 1

מודל עבודת הגבול של העיתונאים בעידן המקוון (Carlson &amp; Lewis, 2020)

הגנה על עצמאות המקצוע	הרחקה מהמקצוע	הרחבת המקצוע	
שחקנים חיצוניים מוצגים כאיום על העיתונות	שחקנים נדחים ממקצוע העיתונות	שחקנים מתקבלים למקצוע העיתונות	משתתפים
תפיסת שגרות עבודה מחוץ לקהילה העיתונאית כאיום על העיתונות	דחיית שגרות עבודה עיתונאיות והצגתן כלא מקצועיות	הכרה בשגרות עבודה עיתונאיות כמקצועיות	שגרות עבודה
נורמות מקצועיות נתפסות כאיום על מקצוע העיתונות	נורמות מקצועיות נתפסות כלא מקובלות במקצוע העיתונות	נורמות מקצועיות נתפסות כמקובלות במקצוע העיתונות	עמדות יסוד

בעשורים האחרונים נחקרו בהרחבה התמורות שפקדו את ערכי מקצוע העיתונות ואת שגרות העבודה הרווחות בו, והקשר שלהן לירידת הסמכות העיתונאית בעידן המקוון.

## שינויים בתפיסה הנורמטיבית של התפקיד העיתונאי

תפיסת תפקיד עיתונאי היא מערך רעיונות ואמונות שעל בסיסם עיתונאים מעניקים לגיטימציה ומשמעות לתפקידם ולסמכותם בחברה, במודע או שלא במודע (Hanitzsch, 2007). אף שהגדרת המקצוענות העיתונאית אינה קבועה ואוניברסלית, ותפיסת התפקיד העיתונאי מושפעת מההקשר הלאומי והתרבותי (Hanitzsch & Voss, 2017), זוהו בחקר העיתונות המערבית רכיבים משותפים בתפיסת תפקיד זה: עצמאות, אובייקטיביות, חיפוש האמת, פיקוח על מוקדי כוח, הענקת קול לאזרחים ומתן במה לדיונים ציבוריים (Kovach & Rosenstiel, 2014).

בישראל, המושפעת מיחסה של המסורת אמריקנית לערכים המקצועיים של העיתונות (Reich et al., 2016; Tsfati & Meyers, 2012), רווח דיון ציבורי ומחקרי, הרלוונטי למאמר זה, במושג האובייקטיביות בעבודה העיתונאית. בדיון זה יש הבחנה דיכוטומית בין תפקידו הניטרלי של העיתונאי המדווח לבין השתתפותו בהליכים שהוא מסקר. בספרות המחקר זוהו מכשולים למימוש המעשי של עקרון האובייקטיביות בעבודה העיתונאית העכשווית: עליית מעמדם הציבורי של הבלוגרים והאזרחים העיתונאים (Citizen journalists), שהם עיתונאים חובבים (Amateur journalists), המדווחים על אירועי חדשות אף שאין להם ניסיון והכשרה בתחום האתיקה



העיתונאית; לחצים ארגוניים על עיתונאים לפעול להעלאת הרייטינג, עקב הצניחה ברווחים בתקשורת הממוסדת; תפיסת המציאות וההטיה הפוליטית האישית של העיתונאי; והשפה העיתונאית, המבכרת מילים טעונות שמאיינות את האובייקטיביות של הדיווח (Anderson & Schudson, 2020; Beam, 2006; Boudana, 2011, 2016).

אנדרסון ושוודסון (Anderson & Schudson, 2020) מצביעים על תהליך של טשטוש גבולות בין עיתונאים מקצועיים לבלוגרים ואזרחים עיתונאים, שבעבר נחשבו בלתי מקצועיים. לדבריהם, התמעטות העיתונאים המקצועיים בארגוני החדשות גרמה לשילוב התוצרים שמפיקים עיתונאים בלתי פורמליים אלה במהדורות חדשות, וסגנונם חולל שינוי תפיסתי, המתבטא בהכללת הדעה האישית בדיווחים חדשותיים עובדתיים ואף ראייתה כהכרחית להעלאת הרייטינג (Montgomery, 2006).

מחקר אמצעי התקשורת המוטים (Partisan press) חשף מגוון שיטות דיווח ועריכה המנוגדות לערך האובייקטיביות העיתונאית, בהן: טון סיקור מוטה, מתן במה נרחבת לדוברים מצד מסוים של המפה הפוליטית, ואף העלמה של ידיעות לא נוחות או דחיקתן למקום נידח בסדר היום החדשותי (גור, 2010; Panievsky, 2021). עוד נטען כי בעידן המקוון, בהשפעת הבלוגוספירה, התפתחה גם הטיה לכתובה רגשית והפקת חדשות 'רגשיות', מתוך תפיסה שהן מעוררות מעורבות, עניין וצריכה אצל הנמענים (-Wahl Jorgensen, 2019). לכן הציעו כמה חוקרים (Boudana, 2016; Ryfe, 2013), בתור תחליף למושג האובייקטיביות, נורמות מקצועיות חלופיות ויישומיות כמו שקיפות, איזון, הגינות וחמלה. במהלך השנים הומשגו מודלים רחבים יותר של תפיסת התפקיד העיתונאי, המתרחקים מהציווי לאובייקטיביות או ניטרליות בדיווח, וטוענים שתפקידו של העיתונאי להעניק הקשר ותמונה רחבה של המציאות (Fink & Schudson, 2014). המודלים הרלוונטיים למאמר זה, על כתבי המשפט, הם העיתונאי הפרשן, העיתונאי החוקר והעיתונאי הפרקליט/סנגור.

העיתונאי הפרשן משתמש בעובדות בתור בסיס לניתוח סוגיה חברתית רחבה (Benson & Hallin, 2007). במודל העיתונאי החוקר, תפקיד העיתונאי הוא לאסוף עובדות כדי לאתגר את הסמכות הממסדית ולהגן על אזרחים מניצול לרעה של כוח (Fledstien, 2006). מודל העיתונאי הפרקליט/סנגור הוא מושג גג לתצורות סובייקטיביות של דיווחים והדגשת הדעה האישית של העיתונאי למען קידום מטרות חברתיות (Lough & McIntyre, 2018). גינוסר ורייך (Ginosar & Reich, 2020) טוענים שבעידן הפוסט-אמת, המתאפיין במתקפות תכופות על המומחיות העיתונאית, עיתונאים מחפשים דרך להוכיח את תרומתם לחברה. כך נוצר דפוס פעולה נוסף, של 'עיתונאי אובססיבי' - אקטיביסט חברתי, המסקר עולות חברתיות ומחפש להן פתרון

מתוך מעורבות אישית מלאה וארוכת טווח. עיתונאי כזה מפתח זהות חברתית־ציבורית לצד זהותו העיתונאית.

חוקרים אחרים מצאו כי באמצעי התקשורת הוטמעה ההבנה שהיענות לצורכי הקהל היא המפתח להישרדות העיתונות בעידן הרשתות, ולכן עיתונאים חשים אחריות אישית גם לשיווק המוצר העיתונאי שיצרו (Tandoc & Vos, 2015). התמורות שחלו בתפיסת התפקיד העיתונאי ובנורמות האתיות, לצד התפתחויות של טכנולוגיות תקשורת, תורמות לשינוי בשגרות העבודה העיתונאית.

## השלכות השימוש בטכנולוגיות חדשות על שגרות העבודה העיתונאיות בעידן הרשתות החברתיות

ספרות מחקר עשירה עוסקת בהשפעותיהן של טכנולוגיות תקשורת חדשות על שגרות העבודה העיתונאית ועל איכות התוצר העיתונאי. במחקר ישראלי שנמשך 16 שנים (Reich, 2018) נמצא שהשימוש באינטראקציות בין־אישיות ביצירת ידיעות חדשותיות התמעט, והוחלף בתקשורת בכתב, בדואר אלקטרוני ובווטסאפ בין העיתונאים למקורותיהם, וכן בהסתמכות על מסמכים. לדעת רייך, 'מהפך טקסטואלי' זה תורם להפחתת אי־דיוקים בציטוט המרואיינים ולשקיפות המידע. עם זאת, התקשורת בכתב מאפשרת ליועצי תקשורת להפיץ מידע מטעם ולהשפיע על המסגור התקשורתי. איכותו של מידע זה פחותה מזו של מידע המושג באינטראקציה בין־אישית בין העיתונאי למקור, שבמהלכה יכול העיתונאי להציג שאלות לעומתיות ולהעריך טוב יותר את מהימנותו של המרואיין (Guirdhan, 2015).

גשוגן של הרשתות החברתיות חולל תמורות בתקשורת הממוסדת, אשר החוקרים חלוקים בדעותיהם לגבי השלכותיהן. חלקם מאמינים כי הטענות על דעיכת העיתונות שואבות מהנחות ערכיות שמרניות ומיושנות, שאינן הולמות את החברה והתרבות בעידן הנוכחי. הם טוענים כי הרשתות החברתיות הן זירה לאיתור סיפורים בעלי משמעות חברתית של ביקורת על הממסד, ולמתן קול לאוכלוסיות מוחלשות שלא זכו לבמה בעבר (Esser & Umbricht, 2014; Tandoc & Vos, 2015). גלסר וגרייבס (Glasser, 2016; Graves, 2016) אף מצביעים על עלייה בהקפדה על דיוק בעיתונות הממוסדת, באמצעות אימוץ טכניקות לבדיקת עובדות (Fact checking), בתגובה לתופעה של פרסום 'חדשות מזויפות' ברשת. השתתפות העיתונאים בדיונים ברשתות החברתיות נתפסת כמילוי תפקיד 'שומרי הסף', הקובעים מהו המידע החשוב לציבור ואיך יש לפרש אותו (Tandoc & Vos, 2015). מנגד, נטען כי עיתונאים מהדהדים

מידע שקרי המופץ ברשתות החברתיות ומקשים על ניסיונות לתקן תפיסות שגויות הפוגעות בציבור (Tsfati et al., 2020). ואל-יורגנסן (Wahl-Jorgensen, 2019) טוענת שהשיח ברשת מערער על תוקף ההבחנה הנושנה בין כתיבה 'רציונלית', הנחשבת איכותית, לבין כתיבה 'רגשית' הנחשבת נחותה. לעומתה, טנדוק ורוס (Tandoc & Vos, 2015) סבורים כי ציטוט מהדיונים הרגשיים הנערכים ברשתות החברתיות אכן פוגע בענייניות הדיווח, וכי עצם ההשתתפות של העיתונאים בשיח ברשת, שנועדה בעיקר למיתוג אישי, מנוגדת למרחק שתבע האתוס העיתונאי הקלסי בין שיקולים עיתונאיים לשיקולים כלכליים.

עם זאת יש לציין שבספרות המחקר המתרחבת על אודות התמורות הפוקדות את שגרות העבודה והנורמות האתיות של העיתונאים בעידן המקוון, העיסוק בכתבי משפט דל מאוד.

## מחקרים על יחסיהם של עיתונאי המשפט עם מקורותיהם

ספרות מחקר ענפה דנה בשאלת מערכת היחסים שבין עיתונאים למקורותיהם, ורואה בה רצף, שבקצהו האחד מאבק על השפעה על דעת קהל, ובו גוברת ידו של העיתונאי, ובקצהו השני סימביוזה, המעצימה את שליטת המקורות הרשמיים בשיח על אודותיהם.

לפי הגדרה נוספת, אלה יחסים של משא ומתן מתמשך, שבו גם הפוליטיקאים וגם העיתונאים שולטים בשיח החדשותי (Cook, 2001; Gans, 1979; Stromback & Nord, 2006); אלה וגם אלה שולטים במקורות מפתח. העיתונאים הם 'שומרי הסף' השולטים ברמת החשיפה של המידע וקובעים את ההיקף ואת טון הסיקור של הסיפורים החדשותיים, ואילו המקורות שולטים במידע ומעניקים לגיטימיות לסיפורים. דן ברקוביץ (Berkowitz, 2020) גורס כי יחסי העיתונאים עם מקורותיהם אינם רק מאבק על כוח והשפעה על דעת הקהל, אלא מאבק ארוך טווח על ייצור תרבותי. גם חוקרי השיח בין המשפט לתקשורת נחלקים בדעתם, הן בשאלה מי מהצדדים מוביל בשיח זה והן בשאלת השלכותיו על מעמד המשפט בחברה.

תאורטיקנים פוסט-מודרניסטים (Fiske & Glynn, 1995; Garapon, 1996) התריעו מפני הסכנה הצפויה למהות ההליך המשפטי עקב סחרור הייצוגים התקשורתיים של בתי המשפט והרחקת השיפוט מהמרחב המוסדי למרחב הפופולרי. לדעת חוקרים אחרים, השפעתו של השיח התקשורתי על הממסד המשפטי מזערית, כי הוא נתון לשליטה בלבדית של מערכת המשפט (Haltom, 1998). לעומתם טענו חוקרים נוספים

כי בשיח בין המשפט לתקשורת יש קווי דימיון ומטרות חברתיות משותפות - השגת סדר חברתי וקביעת מדיניות ציבורית (כספי, 2011; Erickson, 1991). חוקרי השיח על המשפט ברשת מתחבטים בין הפגיעה שהוא מחולל בחזקת החפות של חשודים ובזכותם להליך הוגן, לבין יתרונות הדמוקרטיזציה של השיח המשפטי, שבזכותה נחשף הציבור לנרטיבים המתחרים בנרטיב הממסדי (לב־און, 2020; Gies, 2014).

שגרות סיקור המשפט בעיתונות המערבית נחקרו בצמצום רב. במחקרים שנערכו בשנים 1974-1998 (Davis, 1994; Haltom, 1998; Jones, 1974) ראו החוקרים במשפט תחום שערכו החדשותי נמוך, ובכתבי המשפט - עצלים וטרף קל למניפולציות של מקורותיהם, המפנימים את ערכי מערכת המשפט ללא ביקורת וללא עוררין. מחקרים מאוחרים יותר טענו לעלייה בערכו החדשותי והמסחרי של סיקור המשפט בתקשורת ולשינוי בגישתם של כתבי המשפט, שהפכו לתחרותיים ולביקורתיים כלפי מערכת המשפט (Bogosch & Holtzman-Gazit, 2020; Gies, 2008; Malleon, 1999). לעומת זאת, מחקרים שנערכו בשנות האלפיים הצביעו על פגיעה באיכות הדיווח המשפטי בתקשורת הממוסדת. הסיבות לכך הן פיטורי עיתונאים, עקב לחצים כלכליים, צמצום נוכחותם בבתי משפט, והתבססות על מסמכים משפטיים מעובדים שמספקים להם דוברים במערכת המשפט ויועצי תקשורת במגזר הפרטי (Simons & Bosland, 2020). מחקרים מארצות הברית גם טענו לפוליטיזציה של סיקור המשפט, בשל הרחבת הבמה הניתנת לפוליטיקאים ולבעלי עניין להביע את דעתם על תפקודו של בית המשפט העליון (Bybee, 2014; Sullivan & Carmody-Tilley, 2020).

חוקרות של סיקור המשפט בתקשורת הישראלית מצאו שעד לשנת 2000 סייעה התקשורת הישראלית לכינון עוצמתו של בית המשפט העליון (Bogosch & Holtzman-Gazit, 2008), וטענו כי אחת הסיבות לרמת הביקורת הנמוכה בסיקור המשפט באותן שנים הייתה הגשת כתבי אישום נגד עיתונאים בהתבסס על סעיף הסוב־יודיציה<sup>2</sup> סעיף חוק זה נועד להגן על ההליך המשפטי מפני פרסומים שמטרתם להשפיע על מהלך המשפט ותוצאותיו, באמצעות הערכת עדויות ופרסום ראיות שטרם הוגשו לבית המשפט (פלג, 2012).

עם זאת, נמצא באותן שנים כי סיקור משפטיהם של נבחר ציבור שעמדו לדין היה מוטה ומגמתית, והושפע מעמדותיהם של המוציאים לאור של העיתונים (פלג, 2012). במחקרם של צבי רייך ואחרים (Reich et al., 2016), שנערך בקרב קבוצה גדולה של עיתונאים ישראלים מתחומי סיקור מגוונים, נמצאה רמת אמון גבוהה במערכת המשפט ולעומתה רמת אמון נמוכה במוסדות הפוליטיים, וזאת בניגוד למגמה הכללית בציבור הרחב, שאיבד אמון במערכת המשפט ובתקשורת הממוסדת (הרמן ואחרים,

(2020). בעידן הנוכחי רווח בישראל, כמו במדינות מערביות אחרות, שיח פופוליסטי של פוליטיקאים ושל הציבור הרחב ברשת, המבקר את יושרתן ומקצועיותן של מערכת המשפט ושל העיתונות הממוסדת (Panievsky, 2021). מנתוני חברת יפעת מדיה<sup>3</sup> עולה כי בשנת 2020 פעלו בישראל 78 כתבי משפט ופרשנים. ממצאי המחקרים הבדודים שנערכו בקרב כתבי משפט בישראל על שגרות הסיקור וערכיהם המקצועיים (פלג, 2012; פלג ובוגוש, 2015) יידונו בפרק הממצאים במאמר זה.

## מערך המחקר

המחקר הנוכחי שואב משלושה מחקרים איכותניים, שבהם רואיינו 52 כתבי משפט בשלוש נקודות זמן שונות:

1. ראיונות פרטניים שנערכו בשנת 2007 עם 30 כתבי משפט מכל אמצעי התקשורת (15 כתבי עבר ו־15 כתבים פעילים, בהם 22 גברים ושמונה נשים). ניסיונם המקצועי של כתבי העבר בסיקור המשפט נע בין שמונה ל־50 שנות סיקור, בין השנים 1950-2000, ולשלושה מהם יש השכלה משפטית. ניסיונם של כתבי המשפט הפעילים בסיקור המשפט נע בין שלוש ל־30 שנים, ולמחציתם יש השכלה משפטית.
2. קבוצת דיון של כתבים פעילים שהתכנסה בסוף שנת 2012 לדון בשינויים בסיקור המשפט, עקב צמצום מספר הכתבים במערכות החדשות (עידן, 2012) והצעות חוק שאיימו על חופש העיתונות (אזולאי, 2011). בקבוצה השתתפו עשרה כתבי משפט ופרשנים (שבעה גברים ושלוש נשים) מכל אמצעי התקשורת. ניסיונם המקצועי נע בין ארבע ל־30 שנות סיקור, ולשישה מהם יש השכלה משפטית. בקבוצה זו היו שישה עיתונאים שרואיינו גם ב־2007.
3. ראיונות עומק פרטניים מובנים למחצה שנערכו בין ינואר לספטמבר 2020 עם 12 כתבי משפט ופרשנים מובילים (עשרה גברים ושתי נשים) מכל אמצעי התקשורת. ניסיונם המקצועי נע בין עשר ל־30 שנות סיקור, ולשמונה מהם יש השכלה משפטית. חמישה מהמרוואיינים השתתפו גם במחקרים הקודמים.

מתודולוגיה זו של ראיונות חוזרים מוכרת ממחקרי אורך איכותניים (Longitudinal qualitative research) לצורך הבנת תהליכים חברתיים ותרבותיים ארוכי טווח והשלכותיהם על הפרט (Thomson, 2007).

שתי שאלות עומדות במרכז מחקר זה:

1. מהן עמדותיהם של כותבי המשפט לגבי הגורמים החיצוניים והפנים־מקצועיים שגרמו לדעתם לירידה בסמכותם העיתונאית בשיח הציבורי?
2. מהן עמדותיהם של הכתבים כלפי הטענות שקיימת סימביוזה בינם לבין מערכת המשפט?

כדי להשיב על שאלות אלה נותחו הממצאים בארבעה שלבים, בדומה לדגם של שקדי (2011). בשלב הראשון רוכזו, לצורך השוואה, נתונים מראיונות בנקודות זמן קודמות שכבר נותחו, בארבעה נושאים שעליהם נשאלו גם הכתבים שהשתתפו במחקר הנוכחי: תחום האחריות של עיתונאי המשפט במערכות החדשות; שגרות העבודה העיתונאית ונורמות מקצועיות בסיקור המשפט; יחסיהם של העיתונאים עם מקורותיהם; ועמדותיהם נוכח המטא־שיח הביקורתי על הסימביוזה בינם לבין מערכת המשפט. ארבעה נושאים אלה נבחרו גם בשל הרלוונטיות שלהם לשאלות המחקר ובשל הזיקה המחקרית בינם לבין הקטגוריות של ניתוח הירידה בסמכות העיתונאית במודל של קרלסון ולואיס (Carlson & Lewis, 2020). בשלב השני הושו הממצאים ממחקר זה לממצאי המחקרים הקודמים שערכתי על כתיב משפט. בשלב השלישי נותחו הממצאים בקריאה חוזרת בהתבסס על המודל של קרלסון ולואיס. בשלב הרביעי זוהה המלכוד הייחודי של כותבי המשפט, הנובע משינויים פנים־מקצועיים ומהאינטראקציות בינם לבין מערכת המשפט בשיח הציבורי - אינטראקציות הפוגעות בסמכות העיתונאים ובד בבד בסמכותה של מערכת המשפט.

## ממצאים

### עמדותיהם של כותבי המשפט לגבי תחורות פנים־מקצועיות הפוגעות בסמכותם החקצועית

#### השינויים בתחום האחריות של כתב המשפט בתקשורת הממוסדת בעידן המקוון

בדומה למחקרים הקודמים (פלג, 2012; פלג ובוגוש, 2015) מצביעים כותבי המשפט גם בשנת 2020 על ערכו החדשותי הגבוה של תחום המשפט בתקשורת, המתבטא בהצבתו בראש סדר היום החדשותי בישראל ובמעמדם הבכיר של כותבי המשפט בארגוני החדשות. ברם, מדברי המרואיינים מתברר כי תחום האחריות של עיתונאי המשפט השתנה במהלך השנים. בשנת 2007 קבלו כותבי העבר על היעלמותם של טורים אישיים מאת מיטב הכותבים בעיתונות הישראלית<sup>4</sup>, שתיארו את מאבקו של האזרח הקטן בטחנות הצדק והנגישו את הליכי המשפט לציבור הרחב בכתיבה סיפורית וסוחפת. עם זאת, כותבי החדשות הפעילים באותה שנה ובשנת 2012 דיווחו על כל השלבים בהליכים משפטיים במגוון נושאים חברתיים. משתתפי המחקר הנוכחי

(2020) מצביעים על שלוש תמורות חדשות שהביאו לדבריהם לירידה בהיקף הסיקור המשפטי ולהשטחתו:

1. עלייה בערכו החדשותי של שלב החקירה הפלילית וירידת ערכם החדשותי של כל שלבי ההליך המשפטי שלפני ההכרעה בדין.
2. ירידה בערכם החדשותי של הליכים משפטיים בעלי חשיבות חברתית שבמרכזם ניצבות דמויות לא ידועות, בשל הגידול בסיקור המשפטים של נבחרי ציבור וידוענים.
3. עלייה בערכם החדשותי של נושאים משפטיים הנידונים ברשתות החברתיות.

מדברי משתתפי המחקר הנוכחי עולה כי בשנים האחרונות התרחב תחום הסיקור של כתב המשפט אל שלבי החקירה המשטרית, שהיו בעבר באחריותו של כתב המשטרה. אולם הרחבה זו, הנובעת משיקולי רייטינג, משטיחה בפועל את סיקור המשפט. ע' אומר:

יש הרבה נושאים שאני חושב שראוי היה לטפל בהם, ואני לא מטפל בהם, כי פשוט אין יכולת ואין משאבים. נושאים תהליכיים, נקרא לזה ככה... כמו בתי משפט מקוונים. אף אחד לא היה מעלה על דעתו בכלל להתעסק בזה אפילו פעם אחת אם לא היה משרב קורונה, שהעלה את הצורך לעשות דבר כזה... אני מוצא את עצמי כותב 70% מהזמן רק על החקירות בתיקי נתניהו, וזה אומר שסוגיות משפטיות מסוימות משתלטות על האג'נדה ומוחקות את כל הנושאים האחרים.

נ' מוסיף כי מטעמי רייטינג העיתון מתאים עצמו לסדר היום החדשותי של הרשתות החברתיות, תוך דחיקת ערכו החדשותי של המשפט הכלכלי, שהיה מרכזי בעיתון בעבר: "מדור המשפט מתעסק עכשיו יותר בהטרדות מיניות, בתביעות דיבה. השיח ברשתות על הנושאים האלו הוא שיח דומיננטי וזה גם דוחף אותנו לעסוק בזה." גם ב' טוענת שישנה התרחקות מנושאים חברתיים בסיקור המשפט. לדבריה, בניגוד לעבר, סיקור המשפט הפסיק לשקף הליכים הכוללים נאשם או תובע אזרחי אלמוניים, סיפורים אישיים שטמון בהם פוטנציאל לחשיפת עולות חברתיות, או תקדימים בפסיקה בנושאים החשובים לחיי היום-יום של האזרחים: "בזכות או בגלל זה שאני מסקרת היום יותר תיקים כמו תיקי ראש הממשלה וכן הלאה, אז אם מישו בבית משפט אומר לי: יש לי יופי של סיפור בשבילך על התביעה ששכן שלי הגיש - אני לא יכולה לעסוק בזה ממילא." יצוין כי בהגידים אלה של כתבי המשפט אין עדות לעימות בינם לבין עורכיהם בניסיון להרחיב את יריעת הסיקור ולהציג לציבור מגוון נושאי משפט מעבר ל'חדשות קשות' (Galtung & Ruge, 1965) הקשורות למשפטיהם

של נבחרי ציבור. עמדות הכתבים משקפות מצד אחד התבוננות עצמית ביקורתית על צמצום היקף המידע המשפטי שהם מפיצים בציבור, ומצד שני משיכת כתף נוכח שיקולי העריכה של מערכת החדשות. תמהיל תגובות דומות, של ביקורת על תמורות מקצועיות לצד אדישות להשלכותיהן החברתיות, מתגלה גם בנוגע לשינויים שהם מזהים בנורמות המקצועיות שלהם בעידן המקוון.

### השינויים בשגרות העבודה ובנורמות סיקור המשפט בעידן הרשתות החברתיות

המשתתפים במחקר הנוכחי הצביעו על שינוי בשני היבטים בעידן המקוון - בשגרות העבודה ובנורמות סיקור המשפט:

1. שינויים בשגרות עבודה: צמצום עבודת השטח, העמקת השעבוד ליועצי תקשורת וצמצום הזמן המוקדש לעבודת עיתונאות עקב הפעילות המצופה מהם ברשתות החברתיות.
2. שינויים בנורמות הסיקור: הקצנה בסגנון הסיקור והתרחקות מכללי האתיקה העיתונאית.

### שינויים בשגרות עבודה

לראשונה במחקר הנוכחי, בניגוד למחקרים בעבר, טענו העיתונאים לצמצום נוכחותם בבית המשפט, שבעבר הייתה ליבת עבודת השטח בתחום זה. ר' סבור שהיעדרות כתבי משפט מבית המשפט פוגעת ביכולתם להרחיב את מעגל מקורות המידע שלהם:

בפרשת ווטרגייט, כשהעיתונאים באו להארכת מעצר, הם הבינו שנמצאים שם עורכי דין מהמפלגה הרפובליקנית והבינו את הקשר לניקסון. לי היה אותו דבר... הייתי בדיון על הארכת מעצר, ומישהו ניגש אליי עם ההקלטות הכי פגזיות על פרשת שחיתות באחת המפלגות... זאת הייתה פצצה של חומר. אם לא הייתי מגיע לשם פיזית, לא הייתי מקבל את החומר הזה.

בקבוצת הדיון שנערכה בשנת 2012 העיתונאים ציינו כי יועצי התקשורת הפכו לשחקנים בולטים בזירה המשפטית ופגעו במעמדם של הכתבים בתור קובעי סדר היום של חדשות משפטיות, ואילו במחקר הנוכחי העיתונאים טענו ל"מהפך טקסטואלי" שלם (Reich, 2018), שהעצים אף יותר את תלותם במסמכים המשפטיים ובמידע המוטה שמספקים יועצי תקשורת:

יועצי התקשורת הם לרוב הספקים של האינפורמציה הראשונה, הם הברז... הפער בין המציאות לבין זו שמוצגת על ידי איש היח"צ הוא פער הולך וגדל, לכן



הרבה פעמים הידיעות הראשונות יהיו מוטות. בידיעה שתעלה שלוש דקות אחרי כך, כנראה המערכת המתחרה תגיד: רגע, אבל המערכת הראשונה כתבה שזה ככה, למה לא להמשיך? זה קובע את סדר היום (ע').

ד' מתאר כיצד מתמרנים יועצי התקשורת את העיתונאים לצורך השפעה על ההליך המשפטי:

הם ניסו להעביר דרכי מסר מאיים לפרקליטות. במהלך סיקור תיק המעונות של שרה נתניהו הייתי אצל יועץ מקורב מאוד לראש הממשלה... ראיתי את כל החומר. הוא אמר: קח את החומר הזה, ותציג את זה ככה, אחרת לא תקבל. אמרתי: תודה רבה, שלום ולהתראות. אחרי יומיים כתב אחר פרסם את הידיעה הזו. בא אליי העורך שלי ושאל אותי: למה לא היה לנו את זה? אמרתי לו: כי אני לא מוכן למכור את האג'נדה המקצועית שלי. זה מחיר שאני סופג, אין מה לעשות.

כתבי המשפט מסבירים את חוסר יכולתם להיאבק במניפולציות של יועצי תקשורת בלחצי מהירות הדיווח הנדרשת בפלטפורמות המקוונות. ב' מסבירה:

אם פעם אפשר היה לא להיות בטוויטר, היום אין דבר כזה. את צריכה להגביר הרבה. הצורך שלי לאזן בין בדיקת המידע לתגובה מהירה הופך להיות יותר ויותר קשה כי המהירות גדלה. צריך להתמודד מול פרסומים שהם לפעמים פייק ניוז מוחלט ברשתות וגם לשכנע את העורכים שזה קשקוש.

ג' טוען כי בשל לחצי העידן המקוון לפרסם במהירות נוצרה זילות בערכם של 'סקופ עיתונאי' ושל מצוינות מקצועית: "הסקופ היום הוא מי שהביא את הסיפור ראשון! גם אם זה סיפור שיהיה לכולם בעוד שלוש דקות. זה הדרייב הרציני של עבודת העיתונות, כלומר: כפי שפורסם על ידי לראשונה." מעבר לשינויים המתוארים בשגרות איסוף המידע, טענו המשתתפים כי השיח המתלהם ברשתות החברתיות משפיע על סגנון הכתיבה על המשפט בעיתונות הממוסדת.

### שינויים בנורמות הסיקור והקצנת סגנון הכתיבה

כתבי המשפט בדימוס שרואיינו בשנת 2007, העידו כי בשנים שבהן עדיין נאכף איסור הסובי'ודיצה בחוק, הם נזהרו בכתיבתם על בית המשפט ואף כשלו בצנזורה עצמית בשל החשש לפגוע בכבוד המוסד השיפוטי. גם מקצת הכתבים הפעילים באותה שנה ראו בהבעת דעה אישית במהלך דיווח חדשותי על הליכי משפט כשל אתי. ברם, במחקר שנערך בשנת 2012 הצביעו העיתונאים על עלייה ברמת הביקורת בכתיבתם

ובנטייה להבעת דעה לטובת אחד הצדדים במשפט. העיתונאים קישרו שינוי סגנוני זה לעליית מעמדם בארגוני החדשות, שבאותן שנים ביטאו ביקורת חריפה יותר כלפי כל זרועות השלטון (כספי, 2011). במחקר הנוכחי הביעו המשתתפים אינחת מאימוץ הסגנון הבוטה והמוקצן, המאפיין את השיח ברשת, בדיווחים על המשפט בתקשורת הממוסדת.

לדברי ל', סגנון כתיבה חריף זה פוגע במיומנויות העיתונאיות ובאמינותו של העיתונאי המשפטי: "כותבים היום בסגנון מאוד שולף ומאוד חד וציני, עוקצני ומהיר ואימפולסיבי. משהו נשחק לנו, העיתונאים. הסגנון הזה גם הימם את הקשב וגם שחק רגישות." לדבריו, סגנון הכתיבה המוקצן גורם לקיטוב ולפילוג בתוך הקהילה העיתונאית ולראייה שבטית של כתבי המשפט בקרב הציבור הרחב: "חלוקה רבה יותר לתומכי הפרקליטות ולמבקרים, למחנה בני אור ובני חושך - יותר התלהמות ופחות בירור מעמיק של הדברים."

גם ר' טוען כי הוא נגרר לווכחנות מיותרת בטוויטר עם עיתונאים שאינם חושבים כמוהו, ומעמיק כך את המתח בקהילה העיתונאית וגם את התיוג הפוליטי של כתבי המשפט בציבור:

לפעמים אני מסתכל על ציוץ שכתבתי וחושב: לא הייתי חייב לכתוב את הציוץ הזה. עצם הווכחנות מיותר. איך זה משפיע על המיינסטרים של התקשורת? עורכי הפנלים, עורכי המהדורות, מחלקים את הכתבים לימין ולשמאל. אני בא, ואני מסקר, ואני חושף פרשיות על נתניהו, אז אתה בצד ההוא, בשבטים.

לביקורת זו מצטרף ת', המדגיש כי ויכוחים בין עיתונאים ברשתות החברתיות מנוגדים לאתיקה העיתונאית ופוגעים בסמכותם הציבורית:

הם נלחמים מלחמות שנראות לי לא ראיות. המטרה של כתבי משפט היא לקדם את עצמם בטוויטר. מתייחסים במילים בוטות לשר המשפטים אוחנה, אחר כך מסקרים אותו, וזו אתם חושבים שיאמינו לכם? יש כבר זיהוי פוליטי של כתבי משפט - אין להם נראות ניטרלית.

ההיגדים של כתבי המשפט במחקר הנוכחי על החרפת סגנון השיח בתקשורת משקפים פער דורי בינם לבין הכותבים הצעירים יותר. מדבריהם עולה רטוריקה מתגוננת, המטילה את האשמה ברידוד השיח התקשורתי על שגרות העבודה בסביבה דיגיטלית ועל לחצים שיווקיים. שיח דומה זוהה במחקרים על האופן שבו שופטים עיתונאים את השינויים המתרחשים בשדה המקצועי שלהם, שהוא אחד הגורמים לעזיבתם את מקצוע העיתונות (Davidson & Meyers, 2014; Usher, 2010). רטוריקה

מתגוננת דומה נמצאה גם בעמדותיהם כלפי גורמים חיצוניים המשפיעים על סמכותם המקצועית.

### עמדות הכתבים לגבי תמורות חיצוניות הפוגעות בסמכות העיתונאית

כתבי המשפט שהשתתפו במחקר הנוכחי הצביעו על שלושה גורמים חיצוניים למקצוע העיתונות, המאיצים לדעתם את הירידה בסמכותם המקצועית בעידן המקוון:

1. מעורבותם של שחקנים חיצוניים בסיקור המשפט.
2. ליקויים בהתנהלותה של מערכת המשפט מול התקשורת.
3. שיח פופוליסטי מאשים, הטוען לסימביוזה בין מערכת המשפט לעיתונאים.

לדעתם של כתבי המשפט שהשתתפו במחקר הנוכחי, גורמים חיצוניים אלה מביאים לתיוג פוליטי של השיח המשפטי ופוגעים בתדמיתם המקצועית של העיתונאים ובמעמדה של מערכת המשפט בשיח הציבורי.

### מעורבותם של שחקנים לא מקצועיים בסיקור המשפט

בשנת 2007 קבעו כתבי המשפט כי ככל שהצטרפו כתבים פוליטיים לסיקור משפטיהם של אישי ציבור, חלחל סגנון הסיקור הפוליטי לדיווחים המשפטיים והביא לעלייה ברמת הביקורת בסיקור ולמסגור של 'מנצחים ומפסידים' ו'מרוץ סוסים' המקובל בסיקור ספורט. לטענה למסגורים פוליטיים בסיקור המשפט יש גם ביסוס במחקר (Haltom, 1998), אולם במחקר הנוכחי טענו כתבי המשפט לראשונה כי סמכותם בשיח הציבורי מצטמצמת עקב פרסומים שגויים של כתבים פוליטיים ושל משפיענים ברשתות החברתיות, שאין להם השכלה משפטית או ניסיון בסיקור המשפט. לדבריהם, הם נאלצים להשקיע זמן בהפרכת טענותיהם של אלה בפני העורכים ובפני הציבור, המייחס חשיבות למילותיהן של דמויות מוכרות. ע' מבהיר:

אני מזדעזע כשאני שומע את אופירה וברקו או את רני רהב, ינון מגל, שמעון ריקלין ודומיהם מתבטאים... וגם פרשנים פוליטיים, כשהם מתבטאים על פסיקה, על בית המשפט העליון, ומביעים את דעתם המלומדת. במקרה הטוב אולי הם דיברו עם מישו. לרוב הם לדעתי האוהד מהטריבונה שמביע את דעתו על השופט ששרק שריקה כשהכדור הלך ימינה או שמאלה. זו רמת האנליזה של החלטות משפטיות, ואת זה אני צריך להפריך בעיני העורכים שלי.

ר' קושר בין העלייה בכוח השכנוע של הצעקנים והמתלהמים בשיח הציבורי לבין

עידן הפוסט־אמת: "אנחנו בעידן פוסט־אמת, אז הציבור לא מאמין למערכת. כתב נתפס הרבה פעמים כמישהו שמגן על המערכת, בשיח הציבורי לא מאמינים לו, וכך הוא מאבד מסמכותו." לטענת המרואיינים, במהלך השנים השתנתה תפיסת התפקיד העיתונאי של כתב המשפט בשל תמורות בעמדות היסוד של הכתבים כלפי מערכת המשפט.

### הצבעה על ליקויים בהתנהלותה של מערכת המשפט מול התקשורת

מחקרי עבר (Haltom, 1998; Jones, 1994) הצביעו על זיקה בין האמון הרב שבו זכתה מערכת המשפט מהציבור לבין תפיסת התפקיד העיתונאי של כתבי המשפט. במחקרים אלה נטען כי תפיסת התפקיד של עיתונאי המשפט מתאפיינת בהזדהות מלאה של הכתבים עם בעלי התפקידים במערכת המשפט, עד כדי השתקת ביקורת של צוות ההגנה על המשפט. במחקר הראשון שערכתי, בשנת 2007, הביעו העיתונאים אמון ללא סייג במערכת המשפט. הם אף קראו לריסון התקשורת נוכח הפרות של צווי איסור פרסום ופרסום ממצאי בדיקות פוליגרף הנוגעים למהימנותם של עדים, מחשש שהפרסום יטה את שיקול הדעת של השופטים. נשמעה גם קריאה לאכיפה מחייבת יותר של כללי האתיקה העיתונאית בעניין סיקור הוגן של הליכים משפטיים ומניעת פגיעה בחזקת החפות. בנקודת הזמן השנייה במחקר, בשנת 2012, נוכח הצעות חוק להגבלת חופש העיתונות בתקשורת הממוסדת באמצעות הגדלת פיצויי לשון הרע בחוק ומגבלות על פרסום חומרי חקירה (אזולאי, 2011), טענו העיתונאים כי אין צורך באכיפת החוק הפלילי וכללי האתיקה העיתונאית, שכן השיח הציבורי ברשתות החברתיות מספק פיקוח חלופי על התקשורת. עם זאת, העיתונאים לא הביעו אי־אמון במערכת המשפט.

במחקר הנוכחי, שנערך בימים של אווירה ציבורית עוינת כלפי מערכת המשפט והתקשורת המסורת, מסתמן תמהיל עמדות מעורב, המשקף ירידה באמון המרואיינים במערכת המשפט וכן התנגדות למחויבות העבר להימנע מפרסומים העלולים לפגוע בהליך ההוגן, לצד הודאה ראשונה מסוגה בהתגייסות להגנה על מערכת המשפט מפני מתקפות פוליטיות ורשתיות, בשל חשש מקריסת שלטון החוק.

כתבי המשפט הצביעו על ירידה באמון שהם חשים כלפי מערכת המשפט. לדבריהם, היא נובעת מהתנהלותה של מערכת המשפט מול התקשורת: היעדר שקיפות, מניפולציות במידע הנמסר לתקשורת, הסתרת המניעים האישיים בתהליכי קבלת החלטות, חוסר נכונות להודות בטעויות והשתקת הביקורת בתקשורת.

ד' מבדיל בין רמת האמון הנמוכה שלו כלפי משטרת ישראל לבין ביקורתו על הפרקליטות: "המשטרה הרבה פעמים תחפה על עצמה בשקרים. הפרקליטות, לדוגמה, תתחפר הרבה פעמים בתוך עצמה ולא תודה בטעויות, אבל היא לא תשקר." ר' מייחס לראשי הפרקליטות מניעים אישיים במאבקים משפטיים למראית עין: "אלה אנשים עם חולשות. ככל שהם יכירו יותר בחולשות שלהם וידעו להתמודד איתן... הם ידעו להתמודד כלפי חוץ ולהדוף יותר מתקפות." ת' טוען שאיבד את אמונו במערכת בגלל היעדר שקיפות והשתקת ביקורת:

למשל מכתבי האיומים על השופטים... הזדרזו במערכת המשפט לומר שזו הסתה, אבל הסתירו מהעיתונאים את המכתבים... איך אני יכול לפרשן על מה שלא מוכנים להראות לי?... המערכות האלה, רוממות השקיפות בגרונו, אך אנחנו כעיתונאים, כשליחי ציבור, לא יכולים לבקר שום החלטה של משרד המשפטים כי אין לנו מושג מה קורה בפנים. זו מערכת שסוגרת עצמה טוטלית ומבקשת, תסמכו עלינו! אני לא מייחס למערכת כוונות זדון, אך יש השתקה פנימית.

ברוח דומה קבלו צ' ו'ט' על כך שבתי המשפט נענים לבקשות המשטרה להסתיר מידע תוך פגיעה בחופש העיתונות: "השופטים מוציאים צווי איסור פרסום באורח אוטומטי. אין התנגדות, המשטרה מבקשת ומקבלת במקום. השופטים לא שוקלים את האינטרס הציבורי בפרסום. גם אין שוויון - בקשות לצווי איסור פרסום של חשודים נשואי פנים, [עם] עורכי דין גדולים וחזקים, זוכים להיענות מיידית."

לצד הביקורת החרפה על מערכת המשפט, נשמעו עמדות מעורבות בנוגע לאחריות חברתית להגנה על ערכי המשפט. אצל מקצת המשתתפים במחקר גרמה הירידה באמון האישי במערכת המשפט, כמו גם שיקולי רייטינג, להתעלמות מהביקורת שהביעו שופטים בנאומים ציבוריים ובפסקי דין (פלג, 2020) על חשיפת מידע מחקירות משטרה לפני שנבחן בבית המשפט. ג' ו'ת' חשים משוחררים מהצורך להיזהר בפרסום מידע מחקירות:

היה לי ויכוח על זה עם עיתונאי אחר. הגיעה אליו ידיעה שהוא לא פרסם, [על] חקירה שנפתחה, כי הוא ידע שזה יפגע בחקירה. אני דיווחתי... התפקיד שלי ככתב משפט לא לשמור על מערכת המשפט. התפקיד שלי לדווח לציבור דברים שאני יודע וכן, יש חשיבות, מבחינת עניין ציבורי (ג'); התפקיד שלנו לשמור על הגינות. האחריות שלנו היא לבדוק שאנחנו לא אומרים דבר שאינו נכון. אבל אני לא מבינה עיתונאי שיוצא נגד הדלפות (ת').

מנגד, ע' ו'ח' מודאגים מהשפעת התקשורת על הוגנות ההליכים המשפטיים וחשים מחויבות אזרחית להגן על חזקת החפות של הנאשם ולא לפגוע במשפט ההוגן: "אני

אולד סקול, שמאמין לא רק בחזקת החפות, אלא שאין להביע דעה לאחר שהחל משפט" (ע'); "אני מוטרד מזכויות הנאשם הקטן במירכאות, שלא יודע ולא מסוגל להתמודד עם הדלפה של תמלילים כאלה" (ח').

למרות הביקורת על התנהלותה של מערכת המשפט, וחוסר ההסכמה בין העיתונאים בנוגע לאחריותם החברתית לשמור על ערכי המשפט ההוגן, הסתמנה תמיכה במחויבות המקצועית והאזרחית של כתבי המשפט להגן על מערכת המשפט מפני מתקפות פוליטיות ושיח ציבורי מתלהם ברשת.

### עמדותיהם של הכתבים כלפי הטענות לסימביוזה בינם לבין מערכת המשפט

רוב כתבי המשפט הצדיקו רעיונית ומעשית תפיסה מרחיבה, הכוללת בתפקידו של העיתונאי המשפטי גם הגנה על מערכת המשפט מפני פופוליזם פוליטי ורשת. תפיסה זו מביאה לצנזורה עצמית בסיקור המשפט. ו' מסביר:

בתקופה הראשונה בתפקידי כעיתונאי, תקופה שבה היה פרופ' אהרון ברק נשיא בית המשפט העליון, הערצתי אותו ואת המערכת, וביטאתי את זה בכתיבתי. בתקופת כהונתו של פרופ' דניאל פרידמן כשר משפטים עברתי תהליך התפכחות, והבנתי את החסרונות של האקטיביזם השיפוטי, ואימצתי חלק מהביקורת שלו. בתקופה הנוכחית, עידן נתניהו, חזרתי להגן על בית המשפט. אני חש אחריות חברתית לא לתת יד לניסיונות להרוס את מעמדו של שלטון החוק.

גם ח' נזהר בביקורתו על בית המשפט נוכח המתקפות עליו: "אני רואה עצמי כשליח של עקרון הפרדת רשויות מתוך אמונה שזו מערכת אמינה יותר. אני ממש מרסן ביקורת. פעם כתבתי ביקורת כשחשתי שתפקידי לעזור לנאשמים, היום אני זהיר בביקורת." מנגד, כ' סבור כי התקשורת משוחררת מהצורך להגן על שלטון החוק, וכי זהו אחד מתפקידיה של מערכת המשפט עצמה:

היום פוליטיקאים ואנשי ציבור מרשים לעצמם לאיים על ההליך המשפטי ועל שופטים, והמגמה הזו אינה זוכה לתגובה והתייחסות בחוק. התקשורת תמיד צריכה להיות אחראית ומידתית בביקורת שלה על כל גוף ציבורי ולהציג גם את הצד השני של כל סיפור. כך הציבור יקשיב לביקורת והביקורת לא תפגע באמון הכללי בגופי ציבור.

בהתאם לכך, רוב כתבי המשפט מודים שישנה סימביוזה עם מערכת המשפט. מקצתם טוענים כי צוותאות זו מגבירה את זרימת המידע המשפטי המוסמך והאמין לציבור. אחרים רואים במערכת יחסים זו שיקוף לחולשתה של העיתונות המשפטית.

בישראל. כ' גורס כי מאז ומעולם היה שיתוף פעולה בין העיתונות לפרקליטות, בשל רצון העיתונאים לזכות בהדלפות ובסיפורים בלעדיים ובשל רצון הפרקליטות לשלוט בשיח הציבורי על אודותיה. לדבריו, חוסר ההשכלה המשפטית הפורמלית אצל מקצת הכתבים גורם להם לאמץ את הנרטיב של התביעה, וכך נפגעת זכות הציבור להכיר את טענות ההגנה:

הסינרגיה הזו מניבה דיווינדל לשני הקצוות. נתניהו מנסה להכניס עיתונאים משלו, לא עיתונאים חוקרים אלא שופרות שמהדהדים את מסריו. גם הצד השני מהדהד מסרים. כתבים חוקרים משתמשים בחומרי חקירה כדי להדהד נרטיב תביעה. רשויות החוק נהנות ומעמיקות את הסינרגיה הזו. אם ירצו להבליט עבריני צוארון לבן יבחרו עיתונאים שהנרטיב התביעתי קרוב לליבם, וברמה האידיאולוגית הם חשים שהם חלק מהמלחמה בשחיתות... אני חושב שחוסר ההשכלה המשפטית גורם לכך שכתבים מסקרים לא בוחנים סוגיות לעומק, אלא מאמצים שורות אחרונות של המקור שלהם. העיתונאים לא קשובים מספיק לסנגורים. לטענות מסוג "ספק סביר" ו"אכיפה בררנית" אין הד. הם תופסים את עצמם כשותפים למלחמה.

לדבריו, מערכת היחסים בין הכתבים המשפטיים למקורותיהם במערכת המשפט פוגעת הן בעצמאות העיתונאים ובמעמדם הציבורי והן בהתנהלותה של מערכת המשפט:

זה פגע קשה מאוד בעיניי גם ביקורתם של כתבי המשפט. יש הבדל בין לעבוד עם מקורות לבין להיות תלוי באופן מוחלט במקורות... המחיר שמשלם הכתב הוא שהוא מאבד לחלוטין את החופש העיתונאי שלו, שהוא לא יכול לבקר את המקורות שלו... זה פוגע גם במשטרה. כשיש הרבה מאוד תיקים וצריך לתעדף ביניהם, יפנו יותר משאבי חקירה לתיקים שתופסים כותרות ופחות משאבי חקירה לתיקים שלא תפסו כותרות. המשטרה מזינה את התקשורת, והיא יוצרת כותרות לתיק מסוים, ואז ממילא מוצדק להשקיע בו יותר.

צ' סבור כי לנוכח עומס הדיווחים שעומו מתמודדים עיתונאים, ההסתמכות על מקורות אלה מסייעת לניהול הזמן:

בולטים הניסיון וההצלחה של המדינה להשתלט על הנרטיב. המשטרה בכל תיק של פשע חמור מדליפה תמצית חומר ויזואלי ואפילו צורבת לוגו של משטרת ישראל על החומר. קציני משטרה מרבים להתראיין. אם אתה כעיתונאי רוצה לבדוק נרטיב אחר, סנגורלי, זהו הליך סזיפי ומייגע שלא ניתן לעשות אם אתה עסוק בסיקור הכרוניקה.

כתבי משפט אחרים הדגישו כי בניגוד לביקורת הציבורית על מערכת המשפט

המדליפה חומרי חקירה, סנגוריהם של הנאשמים הם שמרבים להדליף ביוזמתם את תמלילי החקירות. ר' מעיד ש'כתב החשדות' נגד ראש הממשלה דאז בנימין נתניהו הודלף עוד לפני שדובר משרד המשפטים שחרר אותו לפרסום: "היו לנו פשוט מקורות נדיבים בהגנה שנתנו לנו את כתב החשדות ב'העבר' (forward) בווטסאפ, עוד לפני שהם קראו אותו." אף שהכתבים מדגישים בשנת 2020 את החיפוש הביקורתי שלהם אחר אותנטיות ושקיפות, ואת הדחף לעסוק באחורי הקלעים של הממסד המשפטי, המאפיינים את האווירה בעידן הפוסט־אמת (Graves, 2016), הם מפגינים בעבודתם מחויבות אישית להגנה על ממסד זה ומאמצים לעצמם זהות מקצועית של 'לוחמים נגד שחיתות'. להט אידאולוגי זה מתכתב עם עליית מודל 'העיתונאי האובססיבי' (Gi- nosar & Reich, 2020), המדגיש את תרומתו לחברה בעידן הפוסט־אמת שבו מותקפת הסמכות העיתונאית. אבל התנהלותו של כתב המשפט, כפי שעולה ממחקר זה, שונה מהותית מזו של 'העיתונאי האובססיבי', משום שהכתב נאבק למען ממסד רב־עוצמה ולא למען קבוצות חברתיות מוחלשות.

לצורך סיכום הממצאים וזיהוי התמורות שחלו בעמדותיהם של כתבי המשפט כלפי התנהלותם המעשית והערכית בין נקודות הזמן השונות שבהן נערך המחקר, מוצגת להלן טבלה השוואתית. מודל עבודת הגבול של קרלסון ולואיס לחקר הסמכות העיתונאית העכשווית משמש בטבלה זו לצורך בחינת הזיקה בין השינויים החיצוניים והשינויים הפנים־מקצועיים שעליהם מצביעים המרואיינים לבין תהליך הירידה בסמכותם העיתונאית.



## טבלה 2

השוני בין עמדות המדוויינים בשלוש נקודות הזמן במחקר בדאי המודל של קרלסון ולואיס

ניתוח הממצאים בדאי חודל עבודת הגבול [Carlson & Lewis, 2020	ראיונות 2020	קבוצת דיון 2012	ראיונות 2007	
כניסת שחקנים נוספים לתחום סיקור המשפט, לרבות כאלה הנתפסים כאיום על סמכותם המקצועית של כתבי המשפט	פרשנים חלופיים נתפסים כאיום על הסמכות העיתונאית	השלמה עם מעורבותם של כתבים פוליטיים בסיקור	תפיסת כתבים פוליטיים כאחראים לירידה באיכות הסיקור המשפטי	<b>עמדות כלפי המשתתפים בסיקור המשפט</b>
התרחקות משגרות סיקור מסורתיות ואימוץ שגרות עבודה שנתפסו בעבר כאיום על האוטונומיה העיתונאית	התרחבות סיקורי חקירות של ידוענים; צמצום עבודת השטח והיקף הסיקור המשפטי; תלות מלאה ביועצי תקשורת; פוליטיזציה של סיקור המשפט	עבודת שטח וסיקור נרחב של הליכים משפטיים; עלייה בתלות ביועצי תקשורת	עבודת שטח וסיקור נרחב של הליכים משפטיים; דחיית ההסתמכות על יועצי תקשורת	<b>עמדות כלפי שגרות עבודה בסיקור המשפט</b>

הרחקת נורמות יסוד ושינוי בתפיסת התפקיד העיתונאי של כתב המשפט	ירידה באמון במערכת המשפט; התנערות מאחריות להגנה על ערכי המשפט ההוגן; התגייסות להגנה על מערכת המשפט מפני מתקפות פופוליסטיות	אמון במערכת המשפט; תפיסת הביקורת על מערכת המשפט כמדד למקצוענות	אמון במערכת המשפט; זהירות בביקורת על בית המשפט; קריאה לחיוב עיתונאים להגן על ערכי המשפט ההוגן	עמדות יסוד כלפי מערכת המשפט

## דיון וחסקנות

מחקר זה מצטרף לניסיונות אמפיריים קודמים שנעשו בישראל ובעולם המערבי לנתח את האופנים שבהם עיתונאים בעיתונות הממוסדת מבנים את השיח המשפטי. המחקר הנוכחי בחן לראשונה באופן השוואתי את עמדותיהם של כותבי המשפט בנוגע לגורמים הפנים-מקצועיים והחיצוניים שחוללו לדעתם את הירידה בסמכותם העיתונאית בשיח הציבורי בעידן המקוון, ואת עמדותיהם כלפי הטענות לסימביוזה בינם לבין מערכת המשפט בישראל.

מניתוח ממצאי ראיונות העומק עם 52 עיתונאי משפט שרואינו בשלוש נקודות זמן (2007; 2012; 2020), עולה תמהיל עמדות אמביוולנטי. חלקו מוכר מספרות המחקר, וחלקו אינו מוכר ונובע מהתפשטות השיח הפופוליסטי, המתבטא במתקפות פופוליסטיות מקבילות על מערכת המשפט ועל העיתונאים, המחליש את שתי הקהילות בשיח המטא-עיתונאי בישראל.

ניתוח ממצאי המחקר בהתאם למודל של קרלסון ולואיס (Carlson & Lewis, 2020) מאפשר בחינה דיאכרונית, לאורך זמן, של עבודת הגבול שביצעו ומבצעים עיתונאי המשפט מול שחקנים משתנים ואינטרסים מגוונים, בתוך מקצוע העיתונות ומחוצה לו, לצורך הגדרת סמכותם המקצועית. הניתוח על פי מודל זה מאפשר גם בחינה סינכרונית - הסתכלות רחבה על הזיקה בין השינוי בעמדות העיתונאים כלפי תפיסת תפקידו העיתונאי של כתב המשפט לבין מכלול השינויים במעמד של המשפט והתקשורת בחברה הישראלית. עיתונאי המשפט מבקשים לגונן על גבולות מקצוע העיתונות (Boundary defense) בשלושה אופנים:

1. רפלקסיה ביקורתית על השינויים בשגרות העבודה ועל אימוץ נורמות שמאיימות על עצמאות העיתונאים.
2. רטוריקה של הפרדה בין כתבי משפט מקצועיים לבין פרשנים חלופיים ברשתות החברתיות.
3. התגייסות להגנה על התדמית של שלטון החוק ושל העיתונאים המסקרים.

ניתוח הממצאים לפי המודל של קרלסון ולואיס מראה כי במהלך השנים אימצו כתבי המשפט שגרות עבודה ונורמות מקצועיות שאותן דחו בעבר, ואלה תרמו לירידת סמכותם. כך נתגלה עירוב בין שיקולים עיתונאיים לשיקולי שיווק בקביעת ערכו החדשותי של המשפט. טשטוש גבולות זה הביא אומנם להרחבת הגבולות של סיקור המשפט לעבר עיסוק רב יותר בחקירות של אישי ציבור, אך נפגעה זכות הציבור לדעת על מאבקים חשובים של האזרח הקטן בטחנות הצדק. הדעיכה בהכנסות אמצעי התקשורת, שגררה פיטורי כתבים, וחשיבותו של היבט המהירות בדיווח, גרמו לצמצום נוכחות העיתונאים בבתי המשפט ולהגברת התלות ביועצי תקשורת. טשטוש זה של הגבולות בין המסקרים ליועצי התקשורת תורם להטיית הסיקור, בהתאם לאינטרסים השונים של יועצי התקשורת ושל הצדדים במשפט המסתייעים בהם.

הירידה בסמכותם המקצועית של העיתונאים בשיח הציבורי בגלל גורמים פנים-עיתונאיים, מחריפה גם עקב גורמים חיצוניים. עבודת הגבול של כתבי המשפט להגנה על סמכותם נעשית מורכבת במיוחד נוכח השיח המשפטי המתנהל ברשתות החברתיות, שם מיטשטשים הגבולות הישנים בין עיתונאים מקצועיים לבין ציבור בעלי דעה. טשטוש גבולות זה משפיע על התנהלותם של כתבי המשפט ופוגע במעמדם בציבור. דברי הכתבים בעניין השלכות השיח ברשת על עבודתם, המתבטאות בהקצנת סגנון הסיקור ובהתרחקות מהאתיקה העיתונאית, תואמים לתופעת ה'טוויטריזציה של החדשות' (Revers, 2014) (Twitterization of news making), אשר לדעת חוקרים מעצבת את הרטוריקה העיתונאית ומחלישה את סמכותו של העיתונאי בתור 'שומר סף' של החדשות. העיתונאים העידו כי בהשפעת פרסומים על המשפט ברשתות החברתיות, הם עצמם התרחקו מההפרדה המסורתית בין דיווח עובדתי להבעת דעה אישית מוקצנת. כך חלה פוליטיזציה של השיח החדשותי על המשפט בעיתונות הממוסדת, ונוצר תיוג פוליטי של כתבי המשפט, אשר פוגע לדעת העיתונאים בסמכותם המקצועית. לדעתם של משתתפי המחקר הנוכחי, ההתנגחויות בטוויטר בין כתבי משפט התומכים בצד זה או אחר במשפט, לצד חשיפת המקורות של כתבים מתחרים, פוגעות בלכידות הקהילה המקצועית ובסמכותם המקצועית בעיני הציבור.

לדברי קרלסון ולואיס (Carlson & Lewis, 2020), יש להתבונן בהקשרים חברתיים רחבים לניתוח עבודת הגבול שמבצעים העיתונאים. ואכן, בעידן המתקפות הפופוליסטיות העולמיות המקבילות על מערכת המשפט ועל התקשורת, הנפוצות גם בישראל (Panievsky, 2021), מסתמן שינוי בעמדות היסוד של משתתפי המחקר כלפי מערכת המשפט וכלפי מוסכמות הסיקור שעוצבו במערכת היחסים בין העיתונאים למקורותיהם. העיתונאים דוחים נורמות סיקור שעוצבו בהתאם לדרישות מערכת המשפט והיום, בעידן המקוון, רואים בהן איום על עצמאותם המקצועית; הם מתרחקים מאחריותם למשפט ההוגן. הם גם מצפים להרחבת מודל יחסיהם עם מקורותיהם במערכת המשפט, שבעבר התאפיין בהגמוניה של מערכת המשפט, וקוראים להגברת השקיפות וההגינות ביחסים עם התקשורת. בה בעת הם נאלצים להתמודד עם טשטוש הגבולות ועם החיבור שיוצרים גורמים פוליטיים בינם לבין השופטים, הכורכים אותם יחדיו במתקפותיהם הפופוליסטיות.

כפי שנטען במחקרים בעבר, לתחום סיקור המשפט, בדומה לסיקור מוסדות ביטחוניים הזוכים לאמון גבוה יחסית בציבור, יש מאפיינים של סימביוזה בין העיתונאים לבין מקורות רשמיים בתחום המסוקר (Peri, 2004; Berkowitz, 2020). בין התקשורת למשפט יש תלות הדדית, שכן התקשורת זקוקה לבית משפט עצמאי שיגן על חופש העיתונות מפני פוליטיקאים, ומערכת המשפט זקוקה לחשיפה תקשורתית רחבה של התנהלותה לשם הרתעת הציבור (פלג, 2012). ואולם, יש בין התחומים דמיון ייחודי, שכן המשפט והתקשורת עוסקים שניהם בחשיפה ובהוקעה של סטייה חברתית, ולכן שניהם מעוררים התנגדות, ביקורת ולחצים מצד אלה המבקשים להתגונן מחשיפה ומענישה של הפרות סדר (כספי, 2011). בשיח הציבורי המטא-עיתונאי, שבו רואים קרלסון ולואיס (Carlson & Lewis, 2020) את זירת הקרב הציבורית המרכזית על הסמכות העיתונאית בעידן המקוון, אפשר לזהות שלושה היבטים דומים שבהם מתמקדת הביקורת הפופוליסטית על מערכת המשפט ועל העיתונות המסקרת: פעילות יתרה, ייצוגיות והסתרה. בית המשפט מואשם באקטיביזם משפטי, הפרקליטות - ב'תפירת תיקים', והתקשורת - בלהיטות יתרה להעניק לפעילותם של פוליטיקאים מסגור שלילי ופוליטי. טענת ההסתרה, המאפיינת את השיח הציבורי בשנים האחרונות, מדרדרת את מעמדן הציבורי של שתי המערכות. שתי המערכות מואשמות כי הן מסתירות את קשריהן עם האליטות ואת הטייתן הפוליטית. הטענה לפוליטיזציה היא האיום ההרסני ביותר על סמכותה ועל עצמאותה של כל אחת מהן, כי שתיהן טוענות לניטרליות, למומחיות, לאי-תלות ולעצמאות. בד בבד, שיח זה מסכן את שלטון החוק ואת חופש העיתונות, שהם יסודותיה של הדמוקרטיה בישראל.

המתקפות הפוליטיות הפופוליסטיות על בית המשפט ועל העיתונות רווחות כאמור גם במדינות נוספות, אך בישראל האמון הבסיסי במערכת המשפט בקרב כלל העיתונאים גבוה יותר מאשר במדינות אחרות (Reich et al., 2016). אפשר שמשום כך, חרף הביקורת המקצועית של כתבי המשפט על יחסיה של מערכת המשפט עם התקשורת, התפתח שיח טעון רגשית בינם לבין מי שביקורתם גורפת הרבה יותר. ואכן, רק במחקר זה בישראל חשפו המשתתפים דפוס של התגייסות להגנה על הממסד המשפטי, עד כדי נכונות לצנזורה עצמית ולהתכתשויות פומביות עם עיתונאים מתנגדים.

בעידן הפוסט־אמת, המתאפיין בחשיבה קונספירטיבית, נכונותם של העיתונאים להגן על מערכת המשפט יוצרת בקרב חלקים מהציבור תחושה של משחק מכור ששותפות לו אליטות מושחתות. בנוסף, אפשר שבשל חוסר ההקפדה על חזקת החפות בסיקור, מחרף הזעם של העומדים לדין על תקשורת 'לא אנושית' ועל מערכת משפט דורסנית, אשר הדלפותיה פוגעות בנאשם ה'חלש'. הירידה באמונו של הציבור במוסדות השלטון ובתקשורת (הרמן ואחרים, 2020) מביאה לעליית מעמדם של פרשני משפט חלופיים, שהם חסרי הכשרה מקצועית, אך מבטאים כעס עממי כלפי מערכת המשפט וכלפי העיתונאים המסקרים אותה.

ממחקר זה עולה כי לדעת העיתונאים, טשטוש הגבולות שנוצר בעיני הציבור בין האינטרסים של העיתונאים לאינטרסים של הממסד המשפטי יוצר מלכוד, המחליש עוד יותר את מעמדן של שתי המערכות בשיח הציבורי. בראי המודל של קרלסון ולואיס (Carlson & Lewis, 2020), ממצאי המחקר משקפים מתח שבו פועל כתב המשפט - בין הרחבת הסיקור המשפטי והעלייה במעמדו המקצועי בארגוני החדשות, לבין טשטוש הגבולות המקצועיים והנורמטיביים, אשר נובע מתמורות בפעולות ובנורמות בשדה העיתונאות ומחוצה לו, באורח המסכן את העצמאות העיתונאית.

נוכח ממצאי המחקר הנוכחי נדרשים מחקרי המשך כדי לעקוב אחר התפתחות מלכוד זה של כתבי המשפט. בין שינויים חיצוניים לשינויים פנים־מקצועיים, בישראל ובמדינות אחרות שבהן יש מתקפות פופוליסטיות על מערכת המשפט ועל התקשורת. מוצע גם לחקור את התמודדותן של שתי מערכות אלה, המשפט והתקשורת, עם הפגיעה בדימוין ובמעמדן בשיח הציבורי בישראל.

## הערות

- 1 כל הציטוטים הם מהראיונות שנערכו בשנת 2020. שמותיהם של המרואיינים הוסתרו לפי בקשתם.
- 2 סעיף 71 לחוק בתי המשפט (נוסח משולב) התשמ"ד-1984, מאז 1992 לא הוגשו כתבי אישום נגד עיתונאים בהתבסס על חוק זה, שקיים עדיין, אך תחולתו צומצמה בשנת 2020.
- 3 הנתונים בידי הכותבת.
- 4 כמו טוריהם האישיים של נתן זהבי במקומו זמן **תל אביב**, אהרון בכר ז"ל ב**ידיעות אחרונות** ומנחם תלמי ז"ל ב**מעריב**.

## רשימת המקורות

- גיא פלג (2019 FM103, 30 באוגוסט). "יש אימים ובעיקר הסתה, הוחלט להצמיד לי מאבטח". **מעריב**. [www.maariv.co.il/news/israel/Article-716337](http://www.maariv.co.il/news/israel/Article-716337)
- לאחר שספג ביקורת בטוויטר, אלירז שדה עונה (2019 FM103, 3 בדצמבר): אני לא פרובוקטור. **מעריב**. <https://www.maariv.co.il/amp/news/politics/Article-733145>
- אורן, א' (2015, 29 בדצמבר). הנאום שאולמרט היה צריך לשאת ה**בוקר**. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/news/law/1.2809305>
- אזולאי, מ' (2011, 14 בדצמבר). חוק ההסתרה: מעבירים את החקירות למחשכים. *ynet*. [www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4159797,00.htm](http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4159797,00.htm)
- ביגמן, ע' (2019, 14 באפריל). האם הפרקליטות תופרת תיקים לבכירים? **ישראל היום**. <https://www.israelhayom.co.il/article/649561>
- גור, א' (2010). **התקשורת ותהליך אוסלו**. אופיר ביכורים.
- הרמן, ת', ענבי, א', רובבשי-שטרית, א', ריטוב, א' והלר, א' (2020). **מדד הדמוקרטיה הישראלית 2020**. המכון הישראלי לדמוקרטיה. <https://www.idi.org.il/media/15539/the-israeli-democracy-index-2020.pdf>
- כספי, ד' (2011). בין שני מוסדות: על משפט ותקשורת. **קשר**, 42, 6-11. [http://humanities1.tau.ac.il/shalom\\_rosenfeld/images/42/%D7%93%D7%9F\\_%D7%9B%D7%A1%D7%A4%D7%99.pdf](http://humanities1.tau.ac.il/shalom_rosenfeld/images/42/%D7%93%D7%9F_%D7%9B%D7%A1%D7%A4%D7%99.pdf)
- לב-און, א' (2020). הערות על אודות המאפיינים והתוצאות של הדמוקרטיזציה של השיח הציבורי על משפט וצדק: הפעילות למען צדק לרומן זדורוב כמקרה בוחן. **המשפט, כה**, 224-187. <https://hamishpat.colman.ac.il/?p=3193>
- מענית, ח' (2019, 8 בנובמבר). הקמפיין "המוצלח" של נתניהו יוצר דה-לגיטימציה להחלטות הפרקליטות בעניינו. **גלובס**. <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001306439>

- עידן, א' (2012, 21 בספטמבר). משבר התקשורת. הטוב, הרע והעיתונות הכתובה. **הארץ**.  
<https://www.haaretz.co.il/magazine/1.1827868>
- פלאג, ע' (2012). הגלימה השחורה והעיתונות הצהובה: יחסי הגומלין בין השופטים לתקשורת בישראל. בתוך **דלתיים פתוחות: השפעת התקשורת על המשפט בישראל** (עמ' 57-87). מטר.
- פלאג, ע' (2020). משולש האינטרסים: לקוחות, עורכי דין, ויועצי תקשורת. **שערי משפט**, י, 95-136. <https://mishpat.ac.il/wp-content/uploads/2020/11/04-%D7%A4%D7%9C%D7%92.pdf>
- פלאג, ע' ובגוש, ר' (2015). חולשת העוצמה: תפיסת האוטונומיה העיתונאית של כתיבי המשפט בישראל. בתוך נ' אליאס, ג' נמרוד, צ' רייך וע' שכנר (עורכים), **מעברים בתקשורת: לכבוד דן כספי ופועלו** (עמ' 539-559). צבעונים.
- שטרן, א' (2021, 16 בנובמבר). ברוך קרא הותקף במקל הליכה על ידי מפגינת ימין. **הארץ**.  
<https://www.haaretz.co.il/gallery/television/1.10390901>
- שטרקמן, ר' (2020, 27 במאי). דמיון מצמרר: כך העתיק נתניהו את המהלכים מדרעי, קצב ואולמרט. *The Marker*. <https://www.themarker.com/markerweek/premium-1.8876391>
- שניג, א' (2020). עמית סגל על ברוך קרא ואביעד גליקמן: "צמד הדוברים הנרצעים של מערכת המשפט". *ICE*. <https://www.ice.co.il/media/news/article/784407>
- שקדי, א' (2011). **המשמעות מאחורי המילים: מתודולוגיות במחקר איכותני הלכה למעשה**. רמות, אוניברסיטת תל אביב.
- Abott, A. (1998). *The system of professions: An essay on the division of expert labor*. University of Chicago Press.
- Anderson, W., & Schudson, M. (2020). Objectivity, professionalism, and truth seeking. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 136–150). Routledge.
- Beam, R. (2006). Organizational goals and priorities and the job satisfaction of US journalists. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(1), 169–185. <https://doi.org/10.1177/107769900608300111>
- Benson, J., & Hallin, D. C. (2007). How states, markets and globalization shape the news: The French and US national press, 1965–1997. *European Journal of Communication*, 22(1), 27–48. <https://doi.org/10.1177/0267323107073746>
- Berkowitz, D. (2020). Reporters and their sources. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 165–179). Routledge.
- Bogoch, B., & Holzman-Gazit, Y. (2008). Mutual bonds: Media frames and the Israeli High Court of Justice. *Law and Social Inquiry*, 33(1), 53–87. <https://www.jstor.org/stable/20108749>

- Bogoch, B., & Holzman-Gazit, Y. (2020). Critical coverage: How the media criticize supreme courts—Evidence from Israel. *Law & Policy*, 43, 51–72. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/lapo.12160>
- Boudana, S. (2011). A definition of journalistic objectivity as a performance. *Media, Culture & Society*, 33(3), 385–398. <https://doi.org/10.1177/0163443710394899>
- Boudana, S. (2016). Impartiality is not fair: Toward an alternative approach to the evaluation of content bias in news stories. *Journalism*, 17(5), 600–618. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884915571295>
- Bybee, K. (2014). Muckraking: The case of the United States supreme court. *Oñati Socio-Legal Series*, 4. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2480169](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2480169)
- Carlson, M. (2017). *Journalistic authority: Legitimizing news in the digital era*. Columbia University Press.
- Carlson, M., & Lewis, S. (2020). Boundary work. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 123–135). Routledge.
- Cook, T. (2001). The future of the institutional media. In W. Bennet & R. Entman (Eds.), *Mediated politics: Communication in the future of democracy* (pp. 203–225). Cambridge Press.
- Davidson, R., & Meyers, O. (2014). "Should I stay or should I go?": Exit, voice and loyalty among journalists. *Journalism Studies*, 17(5), 590–607. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.988996>
- Davis, R. (1994). *Decisions and images*. Prentice Hall.
- Ericson, R. (1991). Mass media, crime, law and justice. *British Journal of Criminology*, 31, 219–249.
- Ericson, R. (1996). Why law is like news. In D. Nelken (Ed.), *Law as communication* (pp. 195–230). Dartmouth.
- Esser, F., & Umbricht, A. (2014). The evolution of objective and interpretative journalism in the Western press: Comparing six news systems since the 1960s. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(2), 229–249. <https://doi.org/10.1177/1077699014527459>
- Feldstein, M. (2006). A muckraking model: Investigative reporting cycles in American history. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(2), 105–120. <https://doi.org/10.1177/1081180X06286780>
- Fink, K., & Schudson, M. (2014). The rise of contextual journalism, 1950s–2000s. *Journalism*, 15(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/1464884913479015>



- Fiske, J., & Glynn, K. (1995). Trials of the postmodern. *Cultural Studies*, 9(3), 501–521. <https://doi.org/10.1080/09502389500490541>
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2, 64–90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS nightly news, Newsweek and Times*. Pantheon.
- Garapon, A. (1996). Justice out of court: The dangers of trial by media. In D. Nelken (Ed.), *Law as communication* (pp. 232–245). Dartmouth.
- Gieryn, T. (1999). *Cultural boundaries of science: Credibility on the line*. University of Chicago Press.
- Gies, L. (2008). *Law and the media: The future of an uneasy relationship*. Routledge Cavendish.
- Gies, L., & Bortoluzzi, M. (2014). Purity and contamination in online popular forensics: Amateur-expert readings of the Meredith Kercher murder case. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, 28(4), 532–544. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.907871>
- Ginosar, A., & Reich, Z. (2020). Obsessive-activist journalists: A new model of journalism? *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1816488>
- Glasser, S. B. (2016). *Covering politics in a 'post-truth' America*. Brookings Institution Press.
- Graves, L. (2016). *Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism*. Columbia University Press.
- Guirdham, M. (2015). *Work communication*. Palgrave Macmillan.
- Haltom, W. (1998). *Reporting on the courts*. Nelson-Hall.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication Theory*, 17(4), 367–385. <https://doi.org/10.1111/J.1468-2885.2007.00303.X>
- Hanitzsch, T., & Vos, T. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115–135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>
- Jones, M. (1974). *Justice and journalism*. Barry Rose.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism, revised and updated: What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers.

- Krieger, L. (2003). Authority. In P. P. Weiner (Ed.), *Dictionary of the history of ideas* (Vol. I, pp. 141–162). Scribner. (Original work published 1973) <http://xtf.lib.virginia.edu/xtf/view?docId=DicHist/uvaBook/tei/DicHist1.xml;chunk.id=dv1-23;toc.depth=1;toc.id=dv1-23;brand=default>
- Lough, K., & McIntyre, K. (2018). Journalists' perceptions of solutions journalism and its place in the field. *Journal of the International Symposium on Online Journalism*, 8(1), 33–52. <https://isoj.org/research/journalists-perceptions-of-solutions-journalism-and-its-place-in-the-field/>
- Malleon, K. (1999). *The new judiciary: The effects of expansion and activism*. Ashgate.
- Montgomery, M. (2006). Broadcast news, the live 'Two-Way' and the case of Andrew Gillian. *Media, Culture and Society*, 28, 233–259. <https://doi.org/10.1177/0163443706061683>
- Panievsky, A. (2021). Covering populist media criticism: When journalists' professional norms turn against them. *International Journal of Communication*, 15, 2136–2155. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15299>
- Peri, Y. (2004). *Telepopulism: Media and politics in Israel*. Stanford University Press.
- Prenger, M., & Deuze, M. (2017). A history of innovation and entrepreneurialism in journalism. In P. J. Boczkowski & C. W. Anderson (Eds.), *Remaking the news* (pp. 235–250). The MIT Press.
- Reich, Z. (2018). The decline in orally negotiated news: Revisiting (again) the role of technology in reporting. *New Media & Society*, 20(11), 4116–4134. <https://doi.org/10.1177/1461444818768064>
- Reich, Z., Barnoy, A., & Hertzog, L. (2016). Country report: Journalists in Israel. *Worlds of Journalism Study*. [https://epub.ub.uni-muenchen.de/31036/1/Reich\\_Bamoy\\_Journalists\\_in\\_Israel.pdf](https://epub.ub.uni-muenchen.de/31036/1/Reich_Bamoy_Journalists_in_Israel.pdf)
- Revers, M. (2014). The Twitterization of news making: Transparency and journalistic professionalism. *Journal of Communication*, 64(5), 806–826. <https://doi.org/10.1111/jcom.12111>
- Ryfe, D. (2013). *Can journalism survive? An inside look at American newsrooms*. Polity Press.
- Simons, M., & Bosland, J. (2020). From journal of record to the 24/7 news cycle: Perspectives on the changing nature of court reporting in Australia. In A. Gulyas & D. Baines (Eds.), *The Routledge companion to local media and journalism* (pp.193–202). Taylor & Francis.

- Stromback, J., & Nord, L. (2006). Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns. *European Journal of Communication*, 21, 147–164. <https://doi.org/10.1177/0267323105064043>
- Sullivan, B. & Carmody-Tilley, C. (2020). Supreme court journalism: From law to spectacle. *Washington & Lee Law Review*, 77, 343–453. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/waslee77&div=8&id=&page=>
- Tandoc, E., & Vos, T. (2015). The journalist is marketing the news. *Journalism Practice*, 10(8), 1–17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1087811>
- Thomson, R. (2007). The qualitative longitudinal case history: Practical, methodological and ethical reflections. *Social Policy and Society*, 6(4), 571–582. <https://doi.org/10.1017/S1474746407003909>
- Tsfati, Y., & Meyers, O. (2012). Journalists in Israel. In D. H. Weaver & L. Willant (Eds.), *The global journalist: News people around the world* (pp. 443–457). Hampton Press.
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: Literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157–173. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>
- Usher, N. (2010). Goodbye to the news: How out-of-work journalists assess enduring news values and the new media landscape. *New Media & Society*, 12(6), 911–928. <https://doi.org/10.1177/1461444809350899>
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). Questioning the ideal of the public sphere: The emotional turn. *Social Media + Society*, 5(3), 1–3. <https://doi.org/10.1177/2056305119852175>
- Wahl-Jorgensen, K., Hanitzsch, T. (Eds.) (2009). *The handbook of journalism studies*. Routledge.
- Weber, M. (1998). Preliminary report on a proposed survey for a sociology of the press. *History of the Human Sciences*, 11(2), 111–120. (Original work published 1909) <https://doi.org/10.1177/095269519801100207>
- Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Media Communication*, 10(3), 219–237. <https://blogs.commonsgorgetown.edu/cctp-505-fall2011/files/Zelizer-Journalists-as-Interpretive-Communities.pdf>

# איפה הן הלסביות ההן?: שינויים בייצוגי הלסביות בעיתונות העברית במהלך המאה ה־20

אורית יעל\*

## תקציר

מתי הופיעה לראשונה דמות של אישה לסבית בתקשורת העברית-ישראלית? מאמר זה בוחן לראשונה את השיח על אודות לסביות בעיתונות העברית והשינויים שחלו בו במהלך המאה ה־20 – מראשית העיתונות העברית המודרנית בתקופת המנדט ועד יציאתן של נשים לסביות ישראליות מן הארון התקשורת, בתחילת שנות ה־60.

לאורך רוב התקופה יש מעט התייחסויות ישירות, וצריך לבלוש כדי למצוא ייצוגים המשקפים את היחס כלפי לסביות. הדימויים והייצוגים השתנו לאורך השנים, בהשפעת אירועים ומגמות מקומיים ובין-לאומיים, ואפשר לשרטט את תהליך התפתחותם. ניתוח המקורות מלמד על תהליך הדרגתי, אך לא ליניארי, שמתבטא בשני צירים מרכזיים. הציר הראשון הוא שינוי בנראות התקשורתית – מהכחדה סמלית לתיגו סטריאוטיפי ועד נרמול; מהתייחסות עקיפה, דרך ייצוגים לסביים בין-לאומיים, ועד להתייחסות ישירה ל"לסבית ישראלית". הציר השני הוא תנועה מהתייחסות ללסביות בתור התנהגות לעבר תפיסתה בתור זהות. גם בסיום התקופה עדיין מופיעים ביטוי הסתייגות, המשקפים ריבוי עמדות כלפי לסביות.

## חבוא: "גל לסביות מציף את הארץ"

לסביות קיימות בכל חברה. איש לא הישלה את עצמו שתופעות אלה אינן קיימות בישראל, אך עד לתקופה האחרונה היו ענינם הפרטי של בעלי נטיות אלה בלבד [...] (גל הלסביות בישראל, 1960).

"הבעיה הלסבית בישראל" – זו הייתה הכותרת הגדולה והסנסציונית של גיליון 1174 של שבועון העולם הזה, שבכתבה ארוכה על "גל הלסביות בישראל" העלה לסדר היום

\* ד"ר אורית יעל, מכללה אקדמית כנרת ([orityaal@gmail.com](mailto:orityaal@gmail.com))

התקשורת ולדין ציבורי את נושא קיומן של לסביות במדינת ישראל הצעירה – נושא שעד לפרסום זה נתפס כעניין התחום במרחב הפרטי. נובלה שתיארה לראשונה חיים לסביים בישראל שימשה מניע לכתבה, שסקרה את הנושא מכמה היבטים ונתנה במה למרואיינים מהארץ ומחו"ל. פרסום הכתבה בשנת 1960 היה קו פרשת מים: לפניו ישנם פה ושם אזכורים אקראיים ללסביות, בעיקר תאורטיים ומרומזים, כדמויות ספרותיות או קולנועיות שהגיעו מעבר לים; ואחריו יוצאת דמות הלסבית מהארון התקשורת. מאמר זה עוסק בניתוח תרבותי-פרשני של השינוי בייצוגי נשים לסביות בתקשורת – לפני אירוע מכונן זה ואחריו.<sup>1</sup>

בתקופת המנדט ובעשורים הראשונים לקיומה של מדינת ישראל יחסים הומוסקסואליים נאסרו בחוק. סעיף (1) 152 של החוק הפלילי המנדטורי משנת 1936 הגדיר sodomy שנעשה בכוח עבירה פלילית הזוהה בחומרתה לאונס. סעיף (2) 152 הגדיר יחסים אנאליים "פעולה שנוגדת את הטבע", וקבע עונש גם ליחסים בהסכמה (Alyagon-Darr, 2017). החוק בוטל ב־1988. לפחות במובן זה, גברים הומואים נכחו בשיח הציבורי (יונאי, 2016). ההסבר המקובל לנטייה מינית הומוסקסואלית באותה עת היה כי מדובר בגברים ונשים שלא הצליחו לפתח זהות מינית "נורמלית", ומונחי התקופה לתופעה היו "אינברסיה" (היפוך) (פרויד, 1954/1905) ו"מין שלישי" (רחמימוב, 2015א; Kraß, 2022).

כדי לבחון את הנראות של לסביות במרחב הציבורי יש לשאול שאלות כמו: מתי החלו להופיע לסביות בתקשורת העברית? איך הן הוצגו, הומשגו ויוצגו בה? ולבסוף, מה היו הסיבות לייצוגים אלו?

קמה (2003), יונאי (2016) ואילני (2015) חקרו את הייצוגים והדימויים של הומואים בתקשורת העברית, והם חלוקים בדעותיהם לגבי מועד הופעתו של השיח התקשורת בנשוא: אילני טוען כי הוא התקיים כבר בתקופת המנדט; יונאי ממקם את הופעתו בשנות ה־50; ואילו קמה מאחר את ראשיתו לשנות ה־60. כך או אחרת, קשה למצוא עיסוק דומה בלסביות (קמה ופירסט, 2015). ייתכן שתופעה זו קשורה להבחנה של באטלר (2003) כי בשונה מהומוסקסואליות, הלסביות נעדרת כליל מהשיח ההומופובי. זיו חקרה ייצוגים תקשורתיים וקולנועיים בין־לאומיים של לסביות (זיו, 2013), ורחמימוב (2015ב; Rachamimov, 2019) חקרה את הקבוצות הלסביות הרדיקליות משנות ה־70 ואילך. שורץ לאופר (Schwartz Laufer, 2016) הראתה כי בזרם המרכזי של התקשורת המערבית (ארצות הברית, מערב אירופה וישראל) מתחוללים לאורך השנים שינויים בדמות הלסבית המסייעים לניפוץ סטריאוטיפים ודעות קדומות. אך

טרם נעשה מחקר היסטורי דומה על הלסביות העבריות לפני הקמת המדינה ובשנים שאחריה.

בהיעדר שיח על לסביות, המקביל לשיח על הומוסקסואליות, עולות השאלות הבאות: האם היו לסביות באותם ימים? האם הן היו עם קוקו וסרפן, או שהיו עם טורייה ושבריייה? ולמה לא רואים אותן בשיח הציבורי? מתי החל שיח על לסביות, ועד כמה היו ההתייחסויות אליהן סטריאוטיפיות? מאמר זה עוסק בייצוגים בהקשר של השיחים שעיצבו אותם החל משנות ה-20 של המאה ה-20, ראשית העיתונות העברית המודרנית, ועד לשנות ה-80, עם ביטול האיסור הפלילי על משכב זכר ויציאתן של נשים לסביות ישראליות מן הארון התקשורת במסגרת נרמול היחסים ההומוסקסואליים בשיח הציבורי.

## תקשורת וייצוגים של מיניות

בבסיסו של מחקר זה עומדת הנחת היסוד שאפשר לפענח את דעת הקהל באמצעות השיח במרחב הציבורי. הברמאס (Habermas, 1991) טען כי בעידן המודרני הושפעו המרחב הציבורי ודעת הקהל מפעולותיה של התקשורת, שכן העיתון אינו טקסט פסיבי המשקף מציאות, אלא שחקן אקטיבי המשתתף בעיצובה ומשעתק אידאולוגיות הגמוניות, בדומה לתעשיות תרבות נוספות (אדורנו והורקהיימר, 2003/1947; אלידע, 2015; וירת', 2008/1948; Hall, 1980), וכן מנכיח פרקטיקות בשיח ומבססן כנורמטיביות, או מדיר אותן (Gerbner & Gross, 1976). העיתונות העברית ייצגה את השיח הציבורי, תחומי העניין והתפיסות הלאומיות בחברה העברית על שלל גווניה (Penslar, 2000), ובהיותה "לוח המודעות" היישובי – המקום בו התבטאו וכתבו גורמים אינטרסנטיים ושיווקיים וכן אנשים פרטיים – היא יכולה לשמש מקור לבחינת תפיסות של מיניות ומגדר.

המגדר, טוענת באטלר (2003, 2007), הוא רק מראית עין שמייצר השיח. מושג מרכזי להסבר טענתה הוא ה-performance המגדרי – ביצועיות תיאטרלית, מבע גופני המייצר את המגדר שהוא מתאר. כלומר, כדי שהלסביות תהיה קיימת היא צריכה גם להיראות, להיות מיוצגת. אך לכאורה היא איננה קיימת, משום שאינה מצליחה אפילו להיכנס לתחומו של הנחשב, המדומיין, לאותה רשת של מובנות תרבותית שמסדירה את הממשי ומעניקה לו שם. להבדיל מן האיסור הקיים בשיח על קיומם של הומואים, הלסביות אינה מיוצרת בשיח בתור מושא לאיסור, כי מה שאינו קיים איננו אסור. הלסביות אינה נאסרת במפורש, והאיסור עליה אינו גלוי, אלא מוצנע, מעומעם.

גרוס (Gross, 1998), שחקר ייצוגים של הומואים ולסביות בתקשורת, הצביע על שני מנגנונים של פרשנות חברתית-תרבותית המשמשים להדרת קבוצות חלשות מהזירה הציבורית והתקשורתית במקום וזמן מסוימים. מנגנון אחד הוא **הכחדה סמלית** – התעלמות והשתקה באמצעות היעדר ייצוגים בשית. קמה ופירסט (2015) פיתחו מושג זה והבחינו בין הכחדה סמלית כמותית להכחדה סמלית איכותנית. המנגנון השני הוא **התייחסות סטריאוטיפית** באמצעות כתיבה קצרנית המקודדת דמויות מסוימות בחסכנות. אמצעי התקשורת מפיצים, משמרים ומשעתקים את המשמעויות החברתיות המשותפות, וצרכן הטקסט מפענח סימנים ומשלים את התצרף בעזרת המטען הסטריאוטיפי. אפשר למצוא ביטויים של שני המנגנונים הללו בטקסטים שעליהם מתבסס המחקר הנוכחי. שני הסטריאוטיפים המערביים הקלאסיים של הלסביות, הבוץ/הפאם (באטלר, 2003; Schwartz Laufer, 2016), הופיעו בעיתונות העברית ההיסטורית רק בצורת ייצוגים בוסריים ובנפרד, לא כדגם משותף, ולכן לא ייעשה בהם שימוש כאן.

שלושה סטריאוטיפים יוחסו בתקשורת למיעוטים מיניים במהלך המאה ה-20: מחלה, חטא ופשע (קמה ופירסט, 2015; Gross, 2001). הללו תואמים את שלוש המערכות שטיפלו בהתנהגות לא נורמטיבית במהלך ההיסטוריה המודרנית: הכנסייה, המשפט הפלילי והרפואה (פוקו, 1996/1976). פוקו משרטט תהליך שתחילתו במאה ה-17, עם לידתו של עידן דכוי ומשטור המיניות באמצעות מערכת החוק הכנסייתי והפלילי, לאחר מאות שנים של שיח משוחרר. במהלך המאה ה-19 מונחים כגון הטרוסקסואליות, הומוסקסואליות או לסביות, שהגדירו **התנהגות** שעד אז נחשבה לנורמטיבית או לא־נורמטיבית, מתחילים לשמש לתיאור של טבע ומהות והגדרת **זהות**, המקבלת מפסיכיאטרים תיג פתולוגי ושיום. סטריאוטיפים אלו מופיעים במהלך התקופה הנסקרת במאמר.

גם ניוטון (2003) דנה במהלך של התפתחות מהתנהגות לזהות, בהקשר של "הלסבית הגברית", ומספרת שאפשר היה לזהות התנהגות גברית אצל נשים – מבחינת המראה, הלבוש, צורת הדיבור והעיסוק – בתרבות האירופית והאמריקנית מסוף המאה ה-19. לטענתה היו נשים הטרוסקסואליות שדחו את הלבוש וההתנהגות הנשיים המסורתיים שהגבילו אותן, ואימצו לבוש והתנהגות גבריים, שהעניקו להן חופש ומגוון אפשרויות. העצמאות התבטאה גם במימוש מיניות מגוונת, ולזוגיות עם אישה היו יתרונות של מניעת שם רע או היריון לא רצוי. בתחילת המאה ה-20 ההבחנה בין התנהגות לזהות בקטגוריה "לסבית" מתבטאת ברומן האייקוני **תהום הבדידות** (The Well of Loneliness) של רדקליף הול (Hall), שיצא לאור ב־1928. הגיבורה סטיבן, בעלת הזהות הלסבית, מספרת את סיפור חייה ועל יחסיה עם מרי זוגתה, שעוברת

בסופו לחיות עם גבר, ומתברר כי התנהגה כלסבית, אך לא הייתה לסבית במהותה. ריץ' (2003) מערער על הדיכטומיה בין התנהגות אקראית לזהות מהותנית, יוצאת נגד "הטרסקסואליות כפויה" ומציעה פרשנות שונה לברירה הלסבית, שאינה מינית בהכרח. היא רואה בהתנסויות לסביות מוקדמות פרקטיקה חברתית נורמטיבית, הנובעת מאנרגיה מעצימה הגלומה בקשר בין נשים, וכן מרצף לסבי שאותו חווה כל אישה במהלך חייה. לשיטתה, ההתנסות המוקדמת עשויה להמשיך לקיום לסבי לאורך החיים.

## שיטת החקר: ארכאולוגיה של פיסות חידע

כדי לשחזר תפיסות היסטוריות של המציאות הציע פוקו פעולה "ארכאולוגית", שתשחזר מתוך מסמכים תקופתיים את התפיסות המקובלות לזמנן (פוקו, 2005/1969, 2011/1966). מתוכה פיתח בספריו הבאים את "הגנאלוגיה של הידע" – בחינת אופיו המתמשך והמשתנה של השיח ותהליכי ייצור הידע לאורך התקופות, תוך למידה על החברה ועל מנגנוני הכוח המפעילים אותה (מילס, 2005). גישה זו מאפשרת לעקוב אחר שינויים בשיח תוך התחקות אחר ההשפעות התרבותיות הגורמות להם. המחקר הנוכחי מבוסס על עבודה ארכאולוגית של איסוף פיסות מידע על לסביות, בשיטת הביבליוגרפיה ההיסטורית (גלבוץ, 1988), שבמסגרתה נערך רישום מפורט ומיון של העיתונות לסוגיה על מנת לזהות את תדירות התופעה ומרכיביה. איתור הפריטים הרלוונטיים נעשה באמצעות חיפוש מילות מפתח במאגר המקוון "עיתונות יהודית היסטורית" של הספרייה הלאומית,<sup>2</sup> הכולל עשרות עיתונים בעברית. החיפוש כלל את המושג "לסבית", ולצידו מילות מפתח נוספות שהתבררו כרלוונטיות, כגון "הומוסקסואליות", "אישה גברית" ו"אהבת נשים". החיפוש בעיתונים שאינם כלולים במאגר (עתון מיוחד,<sup>3</sup> תשע בערב/העולם הזה<sup>4</sup>) נעשה באמצעות סריקה וקריאה שיטתית שלהם. במסגרת זו נבחנו ביסודיות כ-300 כתבות, ידיעות ומודעות, שהתפרסמו ברובן בין השנים 1960-1930, המכילות מידע רלוונטי, גם אם לכאורה הקשר לנושא קלוש.

בעיתונות העברית של תקופת המנדט וראשית המדינה, אני מציעה להבחין בין "עיתונות מטעם" – עיתונות מפלגתית ששימשה במה להפצת מסרים אידאולוגיים, פוליטיים או ארגוניים, לבין "עיתונות למען" – עיתונות מסחרית שהייתה עסק כלכלי והתמקדה בתכנים אטרקטיביים, פנתה אל המעמד הבינוני הפחות משכיל, ואופייה היה בידורי ואף פרובוקטיבי ו"צהוב", והיו שקראו בה בחשאי (אלידע, 1992, 2015; יעל, 2012; כנען, 1998; נאור, תשס"ד; צפרוני, 1988; שניצר, 1990).<sup>5</sup> חלוקה זו התקיימה במהלך העשורים הראשונים לקיום המדינה עד להתמעטותם של העיתונים המפלגתיים.



העיתונים המפלגתיים – משמאל <sup>6</sup> (דבר, <sup>7</sup> על המשמר, <sup>8</sup> הארץ, <sup>9</sup> קול העם) ומימין (חרות<sup>10</sup>, הבקר<sup>11</sup>) – מיעטו לעסוק בנושאים אישיים כמו זוגיות ומיניות, ובכלל זה הומוסקסואליות. נושאים אלה הופיעו ביומונים המסחריים (דאר היום,<sup>12</sup> ידיעות אחרונות,<sup>13</sup> מעריב<sup>14</sup>), ובשבועונים המסחריים (עתון מיוחד, תשע בערב/העולם הזה). ככלל, בחרתי בשיטת מחקר של בחינת העיתונות הכללית ולא עיתונות נישה. למרות זאת נבדקו גם עיתוני נשים, כגון **האשה**,<sup>15</sup> **דבר הפועלת**<sup>16</sup> ומדורי נשים בעיתונות הכללית משנות ה־30 עד שנות ה־60, אך לא נמצא בהם מידע רלוונטי.

ההתייחסויות המפורשות ללסביות שהתגלו הן מעטות, וככל שקיימת התייחסות, היא עקיפה ומרומזת וכוללת דימויים וייצוגים שיוחסו ללסביות בחברות אחרות, או ביקורות תרבות שהתייחסו לספרות, קולנוע ומועדונים. הידיעות הקצרות שנמצאו שימשו קצה חוט לבדיקת מידע תקופתי נוסף, כמו קריאת ספר או צפייה בסרט בעקבות ביקורות עליהם. חלקם מופיעים בדיון בהמשך המאמר, ותוכנם יובא בתמצית שתאפשר הבנה של ההקשר התרבותי. שילוב רסיסי המידע יצר תמונה תקופתית משוערת של היחס ללסביות.

כדי לחלץ מידע היסטורי מהטקסטים המעטים והמרומזים פיתחתי תהליך פרשני, שנוגע בשלושה רובדי מידע העולים מן הטקסטים: אמירות מפורשות, רמזים גלויים ורמזים סמויים. התהליך כלל קריאה של שלושת הרבדים, ופרשנות באמצעות ניתוח תמות (TA) – קידוד נושאים העולים מהטקסטים ומהיצירות שאליהן הפנו הידיעות, במטרה לזהות תמות מרכזיות העולות מהם (Braun & Clarke, 2019). הפרשנות נעזרה בקריאות שונות במטרה לזהות עמדות חברתיות ומגדריות. רוב המידע שעליו מתבסס המחקר התגלה ברמזים גלויים וסמויים, שנקראו בקריאה ביקורתית או חתרנית, בהתאמה.

המאמר עוסק בשלוש תקופות מרכזיות במאה ה־20: תקופת המנדט הבריטי, העשורים הראשונים לקיומה של מדינת ישראל ותקופת המדינה המבוססת. מן המחקר עלה שייצוגים ודימויים של נשים לא נורמטיביות, ובכללן לסביות, משתנים לאורך השנים, ולכן אפשר להציג מעין גנאלוגיה שלהם בשיח הציבורי. בכל תקופה נסקרים הדימויים המרכזיים, ובעזרתם משורטטים קווים ראשוניים של תהליך גנאלוגי שהתרחש ככל הנראה ביחס ללסביות בחברה העברית והישראלית. המחקר מתמקד בשתי התקופות הראשונות, והתקופה השלישית, שמאפייניה משורטטים בקצרה, מעניקה פרספקטיבה לתהליך שהתרחש בשתי קודמותיה.

יובהר כי במסגרת זו, כדי לשמור על אותנטיות ונאמנות לרוח התקופה, אני נצמדת לשפתם ולסגנונם של המקורות התקופתיים, גם כאשר הם כוללים ביטויים שעשויים

לצרום לאוזן בת זמננו. גישה זו נכונה הן ביחס לביטויים המופיעים בטקסטים והן ביחס לביטויים שיצרת כדי לבטא את המשמעויות התקופתיות שעלו מהטקסטים. הוספת להם "גרשיים" כדי להבחין ממושגים המופיעים בטקסטים.

## תקופת החדוט: רמזים ראשוניים "האישה הגברית" הציונית: העסקנית והחלוצה

החל מסוף שנות ה־20, ובמהלך שנות ה־30 וה־40, ישנן בעיתונות העברית התייחסויות מפורשות מעטות בלבד לקיומה של הלסבית. רמזים ללסביות עולים מהתייחסויות עקיפות המציגות התנהגות גברית של נשים, בדומה לניתוח של ניוטון (2003).

שני טיפוסים נשים שפעלו בתקופה זו אופיינו בהתנהגות גברית: החלוצה המהפכנית פועלית שפעלה למען שוויון מגדרי בבית ובחוץ, ובהקשר זה תמכה במראה פשוט וטבעי; והעסקנית העברית שעסקה בכל מאודה בבניית התשתית החברתית והציבורית של המדינה שבדרך, עד כדי ויתור על חיים אישיים (אייזנשטדט, 2011; אלבוים־דרור, 2001; ברנשטיין, 1987, 1993; מרגלית־שטרן, 2006, 2009; שילה, 2001, 2004). לצד מנהגים גבריים, כמו לבישת מכנסיים ועישון, שאותם ציינה ניוטון (2003) כמאפיינים את האישה הגברית האירופאית, נשים אלה נטלו חלק בפרקטיקות גבריות פיזיות: החלוצה עסקה בסלילת כבישים, בפעילות צבאית ובעבודה בחקלאות, בבניין ובתעשייה, והעסקנית הייתה מעורבת בפוליטיקה ובעשייה ציבורית.

האישה הציונית, אם כן, הייתה גברית במראה ובהתנהגותה, אך לסממנים החיצוניים שסימנו לסביות באירופה לא ניתנה בהכרח פרשנות דומה בחברה היישובית. דמות "האישה־הגבר" מתוארת ברשימה מאת ברכה (ככל הנראה העיתונאית ברכה חבס) בדבר, "תורת אדלר ומסקנותיה לחנוך" (1929), העוסקת בתהליך עיצוב ההתנהגות של הנערה:

שני כוונים הם אשר את אחד מהם מוכרחת האשה לבחור לה במלחמתה זו, אם הסכמה למצב והכנעה בפני הגורל וההשתדלות בכ"ז לתפוש עמדה [...] גם במסגרת זו של נחיתות והתוצאות: גנדרנות, רוך, נשיות וכו' – חתירה לקראת המטרה הסופית: לכבוש את הגבר גם מתוך תנאים אלה של אי שוויון ולהגיע לחיי משפחה. או מרד ומרי – כלפי הגבר, כלפי הנחיתות הטבעית ומסורת דורות [...] להשתוות לגבר – ויהיה מה! זוהי דוגמת האשה־הגבר אשר עוד בימי ילדותה מרבה היא להתערב בין הילדים ולשחק במשחקיהם ואח"כ בהתבגרה בוחרת היא לה את הכוון של חיים עצמיים, עומדת ברשות עצמה, בעלת מקצוע, מתלבשת

בגוון גברי, הליכותיה – הליכות גבר, נמנעת מגדרנות – האשה האינטלקטואלית, האבנטוריסמית,<sup>17</sup> העסקנית וכו' [...]

ברכה מתארת כאן בהבנה וללא שיפוטיות את תהליך עיצובן של נשים גבריות (מרגלית־שטרן, 2009; שילה 2004). קבלה של נשים גבריות עצמאיות, שאינן כבולות לנורמות החברתיות והמשפחתיות המקובלות, ואף כבוד אליהן, עולה גם בכתבה "נשים חפשיות" בעתון מיוחד:

חפשיות – בלי מרכאות. אני מתכוון לנשים חפשיות במובן הרציני של המילה הזו – חפשיות מ"משפטים קדומים" חיים או בעל־ביתיים. נשים המרגישות את ענייני יום יום של משפחה, מטבח בתור עול המפריע להן למלא תפקיד בחברה. נשים השואפות לעמוד ברשות עצמן – העובדות, המשתכרות, הממלאות תפקידים חשובים. אנחנו רוחשים כבוד מוחלט להן ולמאמציהן (המשוטט, 1934).

עצמאותן האישית של הנשים הללו בולטת במיוחד על רקע העובדה שרוב בנות התקופה נאלצו להתחתן כדי לשרוד כלכלית וחברתית. נראה כי על רקע אתגרי התקופה ותורמות הנשים למאמץ הלאומי, הכותב מתייחס בהערכה לעשייה הציבורית שלהן, המתאפשרת בזכות החופש מעול משפחה ובית.

קישור בין טיפוס האישה הגברית לבין הומוסקסואליות נשית מופיע אצל ברכה (1929): "[...] לרוב אינה מוצאת את שביל הזהב ונמנעת מחיי משפחה. הצורות הקיצוניות הן פחד מפני הגבר, הומוסקסואליות וכו'. בלעדי זאת, בלעדי המשפחה, סופו של הפרט, אם גבר או אשה, להיות אומלל בזמן מן הזמנים ולהרגיש עצמו יוצא דופן בחברה".

על אף הקבלה לכאורה של בחירה בחיים עצמאיים "גבריים", בדברים הללו נשמעת ביקורת על חוסר איזון בחיים האישיים, וההסברים – "פחד מפני הגבר, הומוסקסואליות" – נתפסים כמצב קיצוני, אשר נקשר, כפי שברכה כותבת בהמשך, ל"רגש הנחיתות" והיעדר "נקודת אחיזה בחיים". ייתכן כי הכותבת מרמזת בדבריה לנשים "יחידאיות" – גרושות, אלמנות, "רווקות מושבעות" (א' קנדל, **תשע בערב**, 1.7.1937) או "רווקות אדוקות" (מרגלית־שטרן, 2018) – שסירבו להינשא מסיבות עקרוניות. חלקן בלטו בפועל ובתרומתן הציבורית ליישוב ולתנועה הציונית (הכהן, 2019; מרגלית־שטרן, 2018; Schor, 2013). חלק מהעסקניות היחידאיות קיימו קשרים אינטלקטואליים עם גברים, לאחרות היו נישואין קצרים, והיו שחיו לצד נשים, כגון הזוגות ישע (ג'סי) סמפטר ולאה ברלין, או אנני נוימן ובתיה לישנסקי (שמיר, 1973; Rozin, 2021).<sup>18</sup> נראה כי עשייתן הציונית המשמעותית הגנה עליהן מפני לחץ להינשא, כפי שמלמדים

ההספדים שפורסמו עליהן בעיתונות, ועסקו בפועלן ובאישיותן תוך התעלמות ממעמדן האישי,<sup>19</sup> בשונה מהספדים על נשים בעלות משפחה.<sup>20</sup> רושם זה עולה בקנה אחד עם העובדה שלא מצאתי עליהן ביקורת בעיתונות. אם כן, בהקשר של נשים "גבריות" אפשר למצוא לכל היותר רמיזות לנטייתן המינית, ואלה אינן מלוות בהסתייגות – אם בזכות פעילותן החשובה ואם בזכות העמימות.

לאור מיעוט המקורות קשה לחלץ את היחס הציבורי ללסביות בתקופה זו, אך נראה כי ככל שיש התייחסות ללסביות היא נתפסת כהתנהגות ולא כזהות.

### "הלסבית הטבעית" ו"הלסבית האקראית": בעקבות טקסטים תרבותיים

השפעתם של טקסטים תרבותיים על ייצוגי לסביות הורגשה כבר מתחילת שנות ה־30, אז הוקרן ברחבי הארץ הסרט הגרמני **נערות באוניפורם** (*Maedchen in Uniform*, המכונה כיום "נערות במדים"). זהו עיבוד קולנועי למחזה מאת כריסטה וינסלואו (Winsloe), המציג מערכת יחסים בין מורה לחניכתה בפנימיית נערות בגרמניה. חלק מהפרסומים רומזים ללסביות של הקשר, ומכנים אותו "הקסטטרופות הסקסואליות שבחיי הנוער" (**דבר**, 16.9.1936; **הארץ**, 17.11.1932).<sup>21</sup>

המונח המפורש "לסבית" מופיע לראשונה רק בסוף שנות ה־30, בסקירה של הסיפור "וידוי" מאת יוסף אריא, שהתפרסם לראשונה ב־1939 בקובץ **בסנוורים**. וכך נכתב בכתבה "רשימות קטנות": "ב'וידוי' אנחנו רואים נשמת־אשה צעירה, שאשה אחרת שיעבדתה קשה בגופה ובנפשה (ע"י אהבה לסבית), והרי היא – אחרי נסיונות תיקון שלא הצליחו – עושה מאמץ אחרון להגאל ע"י אהבת צעיר [...]". (הבקר, 13.3.1939).

השימוש של **הבקר** במונח המפורש "לסבית" יוצא דופן על רקע סקירות אחרות שנמנעו מכך, והתייחסו ל"נושא מעניין ביותר העוסק בפתולוגיה מינית", או "כפילות יצרים" (**דבר**, 16.6.1939; מ' בן אליעזר, **הארץ**, 25.8.1939). ככל הנראה, זהו הסיפור העברי הראשון שבו מתוארת מערכת יחסים לסבית מובהקת. שתי הנשים בסיפור מייצגות שני טיפוסים, אותם אני מכנה "לסבית טבעית" ו"לסבית אקראית", המקבילים להבחנה בין זהות והתנהגות, בהתאמה. מערכת היחסים מתוארת בכתבה כ"משעבדת" ונצלנית – "הלסבית הטבעית", הבשלה והבוגרת אורבת לנערות צעירות, לוכדת צעירה הטרוסקסואלית "אומללה" – "לסבית אקראית", שולטת בה, מבודדת אותה מסביבתה באמצעות פיתויים חומריים ורגשיים, ויוצרת יחסי תלות. מערכת היחסים מאופיינת כחולנית, בשל פער הגילים ובשל אופייה הלסבי, המשחית את נפשה ובריאותה של הנערה. פרשנות זו מתאימה גם למערכת היחסים בין המורה לתלמידתה בסרט **נערות באוניפורם** (נערות במדים).

הסיפור מתמקד בווידוי של הנערה בפני גבר בעת מסעם באונייה לארץ ישראל. בשונה מדמות "האישה הגברית" שתוארה לעיל, ללסבית בסיפור אין סממנים חיצוניים "גבריים":

אגב לא היו בה הסימנים החיצוניים שהמדע רגיל למנות באשה הלסבית. היא לא התנהגה כגבר ביחס לאחרות, לא קיצצה שערותיה, ולא נתנה לחיצוניותה סימני חקוי כל שהוא לגבריות; נשיית למדי היתה בחתוך קוי גופה ושרטוטי פניה, וכך הופיעה כלפי חוץ: אשה נאה ומקסימה, שופעת חן נשיי [...] כנראה, שנוהרה למשוך עליה עין בוחנת, שתטיל בה חשד כלשהוא, אך לגבי היתה לפעמים מדגישה את "גבריותה", חוזרת אחרי, דואגת וחרדה לי כ"אוהב", משביעה אותי, שלא אבגוד בה, משגרת לי מתנות, שומרת את צעדי (אריכא, 1967, עמ' 297-298).

השפעות התפיסה הרפואית, שהייתה מקובלת בסוף המאה ה־19 ותחילת המאה ה־20, וקשרה בין מראה והתנהגות גבריים לנטייה מינית, ניכרות בדברי הנערה. היא מדגישה את המראה הנשי של המאהבת, שאותו היא מייחסת ל"זהירות מעין בוחנת", אך בחיזור וברכושנות היא רואה מאפיינים "גבריים".

לפי התפיסה העולה מהסיפור, "הלסבית הטבעית" מסכנת את עתידן של נערות בכך שהיא מסיטה אותן מן הנתיב הנורמלי. בעקבות הכתבה חיפשתי טקסטים תקופתיים שיבהירו את ההקשר שלה. מתברר כי תפיסה זו מהדהדת את התאוריה הרפואית של הגינקולוג והסקסולוג פריץ קאהן (Kahn), שיצר והציג בירושלים ב־1934 את "התערוכה להיגינה של בתי הספר", שעסקה במיניות (הירש, 2014) ומידע עליה פורסם בעיתונות (א. י. לוי, **דאר היום**, 27.9.1934). בעקבות התערוכה יצאו לאור שתי חוברות מידע על ההיגינה המינית של העלם ושל הנערה (קאהן, 1935א, 1935ב). מיד לאחר מכן היגר קאהן לשווייץ, שם פרסם את ספרו **חיינו המיניים** (1939) (*Unser Geschlechtsleben*). שתורגם לעברית ב־1964, אך היה מוכר בארץ מאז שיצא לאור בגרסתו הגרמנית. בפרק העוסק ב"הומוסקסואליות של האשה" מבחין קאהן (1964/1939) בין התנסות אקראית מוקדמת, המזכירה את הרצף הלסבי שאותו מציעה ריץ', לבין "לסביות טבעית", התואמת לתפיסת הזהות:

על פי רוב מתגברות הבחורות על תקופות הומוסקסואליות אלה. החברות נפרדות ומצפות ליחסי אהבה ממשיים עם גברים ובזה מסתיימת תקופה זו. אולם אם בחורה כזו נכשלת בפגישה ראשונה עם בחור או שהיא מושפעת זמן רב מאשה הומוסקסואלית קשישה, היודעת להחזיק בה ומפתחת אותה ללסבית ממש, הרי משתרשת ההומוסקסואליות עד כדי כך שהיא הופכת לטבע שני (עמ' 168).

אצל קאהן ההטרוסקסואליות מובנית כברירת מחדל ולכל סטייה ממנה חייב להיות

הסבר. מדבריו עולה יחס סלחני כלפי ההתנסות הלסבית המוקדמת, האקראית והחולפת, כל עוד היא לא הופכת לדרך חיים. לשיטתו, לסביות אקראית שמשתרשת היא תקלה, העלולה לנבוע מגורמים כגון נישואים אומללים, חוסר סיפוק כתוצאה מהזדווגות אלימה, סלידה ממשגל, או התנסות מתמשכת ההופכת לברית נשית ולטבע שני. תפיסת הלסביות האקראית אצל אריכא וקאהן מבטאת תפיסה של לסביות כהתנהגות – התנסות שהיא חלק מתהליך ההתבגרות. לצידה מופיעה גם האפשרות של "לסביות טבעית", שעשויה להיות הרגל עמוק ואולי אף זהות.

בשנות ה־40 כמעט ואין התייחסויות ללסביות – אפילו לא כהתנהגות, מה שנובע כנראה מרצף האירועים הדרמטיים שהתרחשו בתקופה זו: מלחמת העולם השנייה, השואה, המאבק להקמת המדינה ומלחמת העצמאות. עם זאת, אירועי התקופה לא גזרו סולידיות על כלל התקשורת, ובעיתונות המסחרית התפרסמו סיפורים סנסציוניים הקשורים למיניות הטרוסקסואלית "לא מוסרית". ככל הנראה עיסוק בלסביות נתפס כאזוטריה לא רלוונטית לתקופה הסוערת, בעוד ביסוסה של מיניות הטרונומרטיבית שירת את הקשר שבין לאומיות, מגדר ומיניות (יעל, 2012).

קמה (2003) מבחין בין שני עיזנים נבדלים של דימויי הומואים בתקשורת העברית: "עידן ההיעדר", שהתאפיין בהשתקה והכחדה סמלית, ו"עידן הנוכחות", שבמסגרתו יש הנכחה אקטיבית במרחב הציבורי. במונחים אלה תקופת המנדט היא "עידן ההיעדר" של הלסביות, ושנות ה־50 פותחות את "עידן הנוכחות".

## העשורים הראשונים של חדינת ישראל

### מחלה, חטא ופשע: "הלסביות הפרוורטית", "הלסביות הארוטית" ו"הפושעת"

שלושת הסטריאוטיפים התקשורתיים שיוחסו להומוסקסואליות גברית – מחלה, חטא ופשע (קמה ופירסט, 2015; Gross, 2001) – שימשו בתקופה זו גם לתיג של לסביות: כבעלות הפרעה נפשית, כפתייניות חסרות מוסר וכעברייניות. בעוד הייצוגים המעטים בשנות ה־30 נשענו על אבחנות רפואיות, הרי שבשנות ה־50 העיסוק מפורש יותר ומקור הדימויים הוא תרבותי – ספרות, קולנוע ותיאטרון.

בתחילת שנות ה־60 מופיע סטריאוטיפ הלסביות הפרוורטית בביקורות סרטים (ש' אור, חרות, 18.12.1964; ר' עברון, למרחב, 14.6.1963; מעריב, 23.1.1965), ובעיקר אלה העוסקות בסרטיו של אינגמר ברגמן (Bergman) הצמאון, השתיקה ועל סף החיים (ר' עזריה, למרחב, 16.2.1962; מעריב, 23.10.1961; ד' גרינברג, על המשמר, 31.10.1961). גרינברג כותב ביקורת ברוח זו בעל המשמר (1960) על סרטו של פדריקו פליני (Fellini)

*La Dolce Vita*: "עדה שלימה של חוליימין ומתוסבכי נפש (הומוסקסואליסטים, לסביות, אימפוטנטים ונימפומאנים) – אשר סימני ההיכר שלהם ברורים וגלויים לעין, שכן פליני ליקט אותם במיוחד עבור סרטו – מפגינים אכסהיביצינוזם מובהק." נראה שבעולמם של גרינברג וקוראיו ראיית הומוסקסואלים ולסביות בתור "מתוסבכי נפש" היא נורמטיבית.

סטריאוטיפים של הלסביות הפתיינית ובעלת ההפרעה הנפשית נוכחים בכתבה "האהבה ברומן בן ימינו" בעל המשמר (אביתר, 1951), שם מתוארות דמויות כמותה כאילו הן מוסיפות צבע לסיפור:

הגבורה יכולה להיות גם מורפיניסטית<sup>22</sup> לסבית, או שטופה בפרברסיה אחרת [...] אך אין זה גורע כלל מכוח משיכתה. להיפך! כוח זה אינו מסתבר על ידי יופיה, פקחותה, או תכונות חיוביות אחרות. הוא כוח פטאלי, מחוץ לגבולות השיפוט הראציונאלי. וזה הנמשך אליה – שונא אותה אך אינו יכול להשתחרר מכבליה. הסופרים משלימים עם עובדה זו ואינם מנסים אפילו לנתח את תכונותיה של הגבורה המודרנית [...] לרשימת הסופרים האלה אפשר להוסיף גם את הרביי באזן המתאר מפלצות־אדם, אדויטים ובוגדים, פייר מולן, המבכר מוסדות לחוליי־רוח, פראנסואז מאלה המומחית לתיאורי נשים לסביות [...].

שני סטריאוטיפים של הלסביות עולים מהכתבה – פרוורסיה וכוח פיתוי של הלסביות החוטאת, בעלת המאפיינים הארוטיים, שאינו מאפשר "להשתחרר מכבליה", ולטענת הכותב הקסם השחור הוא שתופס את לב הקוראים. זהו ביטוי להתפתחות המיתוס הסקסיסטי, שנוצר ככל הנראה באותה תקופה (Griffin, 1981), של "הלסבית הארוטית" שמפעילה את קסמה הלא רציונלי על גברים ושולטת בהם מבלי שיוכלו להתנגד.

לסבית ארוטית־חוטאת מופיעה בביקורות תיאטרון על המחזה מאת ז'אן פול סארטר (Sartre) **בדלתיים סגורות** (*Huis clos*) מ־1944, המתאר משולש דמויות הסגורות בחדר (**על המשמר**, 15.7.1955; ל' פורת, **למרחב**, 10.7.1959). ב**חרות** (טרלר, 1953) נכתב כי המחזה "עוסק בבית החטא וענשו על רקע מטאפיזי", והכותבת מסמנת את הלסבית כחוליה היוצרת את "משולש התופת": "שלושת הנידונים לגיהנום הם גבר ושתי נשים, אחת מהן לסבית, הבלתי נמנע בא – הלסבית משתדלת לרכוש את לבה של אסתלה הצעירה, החומדת בגבר, ואילו זה אדיש לגביה והוא מועסק ונמשך אחרי דמותה של הלסבית. משולש תופתי וסיום תופתי."

ביקורת של אור (1955) על הסרט הצרפתי **בית ספר לבוגרות** (*Dortoir des Grandes*), שפורסמה ב**חרות**, מנכיחה אף היא את סטריאוטיפ הלסבית הארוטית.

הסרט עוסק בבלש צעיר שחוקר רצח בפנימיית נערות וחושף יחסים לסביים שבהם מעורבות הנערות והמורות.

הסרט הוא בסך הכל "בלשון" פעוט וחביב [...] מסתבר כי הנרצחת נקשרה קודם לכן למיטתה [...] הבמאי הנרי דקואן שניסה להוציא מהסרט את כל המצבים מפתה הקהל, הכרוכים בפנימיה, בה מבלות 17 נערות צעירות ונחמדות את ימיהן ולילותיהן בחברת מנהלת קפדנית ומדריכות ספק אנדרוגניסיות ספק לסביות [...]

"גם הצילומים הפורנוגרפיים אינם מצילים את העלילה", הוא מוסיף וכותב, ואפילו השילוב בין הלסביות הארוטיות של "הנערות הנחמדות" לבין הלסביות הגברית של המדריכות, הספק לסביות, לא מציל את הסרט מהיותו "פעוט וחביב".

בפרסומות לסרטים בולט הממד הפרובוקטיבי, המדגיש את סטריאוטיפ הלסבית החוטאת. בשנות ה-60 פרח באיטליה גל סרטי ה־Giallo ("צהוב" באיטלקית) – סרטי אימה־ארוטיקה־מתח למבוגרים, שבו נוצלה דמות הלסבית ליצירת גירוי ועניין (Koven, 2006). נראה כי הסרט הבא שייך לז'אנר זה: "סיפורם של האהבים האומללים" – על בעיותיהן של נשים לסביות בסרט איטלקי שזכה להערכה בחו"ל" (ד' גרינברג, **על המשמר**, 29.7.1957). אנחנו לומדים גם שהסרט **נשים בכלא** (*Women's Prison*), שביים לואיס סילר (Seiler), לא מיועד לילדים, כפי שרומזת ההערה שמשמעותה קיום אלימות או פורנוגרפיה: "לראשונה על בד הקולנוע – לסביות ופשע בבית הכלא – נשים בכלא" [...] רק למבוגרים" (**דבר**, 28.8.1959).

הקישור בין כלא ללסביות מוביל אל הסטריאוטיפ השלישי – "הלסבית הפושעת". כפי שעולה מהכתבה "La Dolce Vita – תוצרת הארץ" (**קול העם**, 3.8.1960), שכותרתה מרמזת על סרטו של פליני, ובה מדווח על חיי הפאר וההוללות של בעלי הון. הכתבה עוסקת בלסבית המתחככת בעולם הפשע ומשמשת סרסורית המספקת נשים לבעל הון: "תעשיין ישראלי, קשיש ורווק, המקיים נערה ישראלית ידועה, לסבית, על מנת שהיא תספק לו מפעם לפעם נערת חמד, סתם פרוצה או אשה נשואה שנפשה יצאה למעיל פרווה או לתכשיט זהב טהור".

קשר ברור יותר מופיע בכתבת התחקיר "חברות על רקע לסביות" **בדבר** (ש' עמיר, 11.7.1961) על כלא הנשים בישראל. הכתבה היסודית עוסקת במצבן ובקשייהן של האסירות, ורק משפט אחד מתייחס ללסביות, ואותו בחר העורך לכותרת המחזקת את הקישור בין פשע ללסביות: "האסירות הן אזבות בודדות [...] מקרי החברות הנדירים [...] הם בדרך כלל על רקע של לסביות".



כתבה על מות אישה ברצח או התאבדות, שהתפרסמה בגיליון 1137 של **העולם הזה**, משלבת את שלושת הסטריאוטיפים הנקשרים ללסביות – מחלה, חטא ופשע. כותרת הכתבה היא "לסבית, זונה ומטורפת" (1959):

כשחקירת המשטרה הלכה והסתעפה, הועלתה באופן רציני גם האפשרות שיהודית איבדה את עצמה לדעת באמצעות הצתה. למשטרה התברר מה שלא היה ידוע למרבית מכריה של יהודית, בעלת הפה הקטן והאף הסונט – שהיא היתה, מטורפת למחצה, נוסף למעלותיה כלסבית, אלכוהוליסטית ונר-קומנית.

אין כל עדות אמינה להיותה לסבית ואף על פי כן היא זוכה גם בתואר הזה, שכן תיאורה כמטורפת מסמן את המחלה, האזכור של אלכוהוליזם ונרקומניות מבסס אותה כפושעת, ואת החטא המוסרי משלימה הזנות.

## מציצנות: בין סטייה לנרמול

האירוע הבולט ביותר של עיסוק תקשורתי בלסביות בתקופת ראשית המדינה הוא התרגום לעברית ב-1953 של הרומן הבריטי האייקוני **תהום הבדידות** (*The Well of Loneliness*) מאת רדקליף הול (Hall). ההוצאה לאור לוותה בפרסומות שהדגישו כי מדובר ברומן שכתבה "לסבית מוצהרת" (**חרות**, 30.11.1952; **מעריב**, 29-30.7.1953), ומבקרים ראו ברומן בעיקר הזדמנות להכיר את התופעה החריגה. בביקורת שפורסמה ב**חרות** מתייחס הכותב ללסביות כסטייה, ועם זאת הוא מתאר חוויית קריאה מרתקת, בזכות האפשרות להציץ להלכי נפש בלתי מוכרים:

תהום החבוייה במעמקי נפשו של האדם מי ידענה? [...] המדובר באשה ליסבית, והמספרת למרות שמה הגברי, היא האשה הליסבית עצמה. מחוננת בכשרון ספרותי בלתי רגיל, מספרת קורות אשה שהסטייה המינית מלווה אותה מיום הוולדה. מובן, שזהו כתב הגנה על הבלתי-נורמאלי, שהפך לקרבן רדיפה ונידוי על ידי העולם הנורמאלי [...] מענינים הגילויים של מסתרי הנפש "החוטאת", גילויים שנעשו תוך כדי חיטוטים מעמיקים בתהום הנפש כדי למצוא את הסיבה לאי נורמליות (צ. ד., 1953).

לצד הסטריאוטיפים של הלסבית החולה והחוטאת מופיעה כאן גישה מציצנית ללסביות, המתבטאת בהשוואתה לתופעה "מסקרנת" אחרת – גבר הלובש בגדי נשים. המבקר מודה לסופרת, אשר בכתיבתה האיכותית פתחה צוהר אל הלא נודע והמסקרן – נפשה ה"מסוכסכת" וה"בלתי נורמאלית".

בביקורת אחרת לרומן, שפורסמה בהבקר (ג. א., 1954), משתמשת הכותבת במונח "בעיה" לתיאור להסביות והיחס אליהן. גם היא רואה בו הזדמנות להיכרות עמוקה עם התופעה ה"לא נורמלית" הנפוצה בחו"ל ולהתודעות אל "מסתרי נפשן" של להסביות, ומביעה אמפתיה למשפחות הבודדות שמוטרדות מה"בעיה": "בעית הנשים להסביות אינה ידועה בארצנו, על כל פנים אין אנו שומעים עליה דבר, כפי שאנו שומעים תדיר על שאר התופעות האי נורמליות בנפש האדם, אך יתכן ונחבאת היא ומטרידה משפחות אי פה אי שם, וסודן אינו מתגלה ברבים."

פרסומם של דו"חות קינסי (Kinsey), שעסקו במיניות הגבר (1948) ומיניות האישה (1953), סימן פנייה לעבר כיוון חדש, של נרמול מיניות הומוסקסואלית ולסבית. סקירת העיתונות מלמדת שבעקבות הדו"חות השיח על מיניות נעשה פתוח וסקרני יותר. השינוי ביחס כלפי מיניות נשית ולסביות בלט במיוחד לאחר פרסום התרגום לעברית של הכרך העוסק במיניות האישה בשנת 1954<sup>23</sup> (א' דויטש, **על המשמר**, 21.3.1947; **מעריב**, 21.5.1954; ' פוגרבינסקי, **חרות**, 9.7.1954), שלווה בדיווחים על הרצאות (**על המשמר**, 25.4.1954), וגם ב-1956, לאחר מותו של קינסי (**דבר**, 26.8.1956; **חרות**, 26.8.1956; **למרחב**, 26.8.1956).

מגמה זו מתבטאת בביקורת שהופיעה במעריב (אורן, 1956) על לליה: **תולדות חייה של ג'ורג' סאנד**, מאת אנדרה מורואה (Maurois):

לעיתים מרחיק הקורא לכת וחש שאין לפניו אלא מקרה מוסווה של לסביות. עישון הסגרים, הלבוש הגברי והנוהג הגברי בכלל, יחסי האהבה עם גברים שהם תמיד צעירים ממנה בשנים רבות, חלשים באופיים ונשיים בצורתם, – כל זה מוזר הוא ביותר. ואולי לא היתה אלא סנונית בטרם אביב? אולי כל המוזר הפרברסי שבאישיותה זו לא נגרם אלא מפני שבאה לעולם טרם זמנה? אולי לא בא הנוהג הגברי אלא מפני שבזמנה לא ידעה לתאם את הנוהג הנשי עם המלחמה לזכויות האשה? ומה היו דעותיה על זכויות האשה?

למרות שאורן משתמשת במונחים המקובלים "מוזר" ו"פרברסי" לתאר את סאנד, ניכרת בביקורתה אהדתה לסאנד ולהתנהגותה האסרטיבית. ההצעה שסאנד היא לסבית עולה רק כדי לדחות אותה, ברוח הדחייה הרווחת כלפי הזהות וההתנהגות להסבית. עם זאת, אורן מפרשת את דמותה של סאנד באמצעות הרחבת הספקטרום המגדרי הנורמטיבי, ומביעה את פתיחותה במשפט: "הזכות לישירות באהבה [...] היום [היא] בבחינת אלף־בית בחייה של כל אשה מודרנית אך בזמנה של סאנד היתה בדרישה לזכויות אלה מן ההעוזה שהצריכה התגוננות תוקפנית, ומלחמה [...] גברית."

## “הלסבית הישראלית”: מהתנהגות לזהות

רק בשנות ה־60 יוצאת “הלסבית הישראלית” אל השיח התקשורתי. לראשונה מופיעה התייחסות לקיומה לא רק בצורת ניתוח מדיקלי או ייצוג תרבותי בין־לאומי, אלא גם כתופעה מקומית של זהות מהותית. שינוי זה קשור למספר אירועים מקומיים שחוללו מעין כדור שלג תקשורתי. רינה בן־מנחם, “לסבית מוצהרת”, פרסמה את הנובלה **הדווקאים** (1960) תחת ראשי התיבות ש.ר.ב. (שרה רינה בן־מנחם). ספר זה וספריה הבאים, **הצלע** (1961) ו**הפרחחית** (1963), העלו את “תופעת הלסביות” לתודעה הציבורית (טל, 2018; מענית, 2018, 2021). **הדווקאים** נקנה בחשאי בקיוסקים, אך זכה לתהודה בעקבות כתבה נרחבת שיצאה בשבועון **העולם הזה**. כך נכתב בפרסומת לאותה כתבה, בגיליון 1173:

בגיליון הבא של העולם הזה [...] אנשי מדע, רופאים וסוציאולוגים מזהירים מפני התפשטותו של ההווי הלסבי בשכבות מסוימות של האוכלוסיה. מה גרם לכך? ממה ניזונה התופעה? מה ממדיה בישראל כיום, ומה דרכי התרחבותה? העולם הזה יביא לך את הדעות המוסמכות של המדענים, את העובדות הכמוסות המאלפות – ואת וידיה האישי גלוי־הלב של אמנית ישראלית ידועה, המעורה בהווי הזה והמסבירה את מניעיו (בגיליון הבא, 1960).

לצד המשך השיח המדיקלי־מדעי של “אנשי מדע, רופאים וסוציאולוגים” עולה מבין השורות תפיסה של לסביות כהתנהגות, שכן לטענת הכותב לסביות אינן נשים מסוג מסוים, אלא תופעה חברתית – הווי חברתי שיכול להתפשט. הנחות אלו מוסברות בגיליון הבא, שעסק בלסביות. כותרת הגיליון הייתה “גל הלסביות בישראל”, והיא לוותה בכותרות בולטות נוספות, כגון “וידיה של לסבית” ו”ישראל חלק מרשת בינלאומית”, שהציגו את ההיבט החברתי וההיבט התרבותי. תחת כותרות אלו הוצהר בריש גלי מה שלא נכתב בשום מקום עד אז:

כל אמדן מדעי על מספרן של הלסביות בישראל אינו יכול להיות מדויק [...] המקור היחיד להערכת ממדיו של הגל הלסבי בישראל הן הלסביות עצמן [...] רוב הלסביות בארץ עדיין שומרות את עובדת היותן כאלה בסוד. יש בהן הרבה נשואות ואפילו אמהות לילדים. חלק גדול מסתפק בבת־זוג קבועה, עימה הוא חי ואינו מופיע בפומבי בתור לסביות (גל הלסביות בישראל, 1960).

על רקע הרמיזות העמומות שאפיינו התייחסויות לנושא עד אז, זוהי הצהרה חריגה ונועזת לתקופתה. **העולם הזה** הציג את הלסביות כ”גל”, חלק מתופעה בין־לאומית סוחפת ומידבקת שהגיעה לישראל מחו”ל. בשבועון הופיעו מגוון מקורות, כולל עדות אישית של לסבית המספרת על חייה וגילייה האישי, כהוכחה לנרטיב של אותו גיליון,

וכן קטעים מתוך **הזווקאים**, נתונים סטטיסטיים, דוגמאות בין־לאומיות וראיונות עם מומחים. שני רופאים כתבו בגיליון: רופא המין מרדכי זידמן, שאמר כי ללסביות אין בעיות מיניות מיוחדות ולכן הן אינן מגיעות לטיפול; והפסיכולוג ד"ר דויד רודי, שנשא את דגל המתירנות המינית והליברליזם המערבי (אלמוג, 1998), אשר חילק את הלסביות על פי הדגם המסורתי – זהות מהותנית והתנהגות אקראית.

רודי משתמש במונח "לסבית אמיתית" לתיאור "לסבית טבעית" – גברית, בוגרת ומבוססת כלכלית, המפתה "לסבית מקרית" – צעירה עדינה וחלשה, שכמותה יש בשכוחות גבוהה מהמשוער, שכן לדבריו "יסוד לסבי קיים למעשה אצל כל אישה ואישה, והוא נובע מעצם העובדה שהאוביקט הראשוני שלה שייך למינה – האם". תפיסה זו מזכירה את טענותיו של קאהן משנות ה־30, ובמידת מה גם את אלה של ריץ' (2003). על רקע דבריו של רודי מסביר **העולם הזה** את התהליך בישראל:

חסרו רק המפתות עצמן. מספרן בקרב הישראליות היה קטן מכדי להפוך את הלסביות לתופעה חברתית. אולם בשנים האחרונות חל שינוי. העליה הגדולה מצד אחד, וזרימת להקות אמנותיות זרות מצד שני, העלו את מספר הלסביות האמיתיות שהחלו להקים סביבן חברות לסביות פעילות (גל הלסביות בישראל, 1960).

גיליון 1174 של **העולם הזה** נחשב עד היום ליציאתה הדרמטית של הלסביות מן הארון התקשורת. בשנים שלאחר פרסומו המשיך השבועון לעסוק בנושאים רגישים אלו, ופרסם שלל כתבות על לסביות, הומואים וטרנסג'נדרים, ככל הנראה גם בזכות פוטנציאל ההצלחה הכלכלית של החשיפה.

אך **העולם הזה** לא היה היחיד שעסק בנובלה של בן־מנחם, וגם בצד השמרני התייחסו אליה. העיתונאי בן־חיים פרסם ב**חרות** כתבה שכותרתה "סיפור אימים" (1960), ובה דוונה הקהילה שאורח חייה מתואר בספר:

נגע־צורת חיים זו [...] הגיע בשנים האחרונות למימדים מעוררי חרדה. שוויון הנפש בו מתיחסת החברה הישראלית לחברי קבוצה זו, אך גורמת להם להגביר חיילים [...] אם עד כה עברה השמועה מפה לאוזן, על אורח חיים "רומאנטי" של חברי קבוצה זו, בא תאורה האוטנטי של בן מנחם וגילה המציאות – חיים ללא עתיד, הרגשת ריקנות מדכאת, שכרות כרונית ואורגיות שעד מהרה הן לזרא למשתתפים.

הקהילה לפי בן־חיים היא קבוצת אינטלקטואלים עם סטיות מיניות שיוצרת וולגריזיה של המשנה הפילוסופית האקזיסטנציאליסטית. הוא מוטרד מהמעבר משיח מדיקלי

לשיח תרבותי, המבטא נרמול של התופעה, ומכך שהנובלה פונה לקהל הרחב: "ספרות מקצועית על נושא דומה נכתבה לרוב, נועדה לחוג מצומצם של פסיכולוגים שעיסוקם טיפול במופרעי־נפש. אך 'הדווקאים' הוא ספר שונה, ראשון מסוגו בארץ, מיועד לצבור קוראים רחב." לדבריו, בסוף הקריאה "חש הקורא הרגשת הזדעזעות מלווה ברגשי־תיעוב", ומביע תחושת בחילה נוכח הפצת "הנגע" והחשש מ"התפשטותו" בקרב ציבורים נוספים. **העולם הזה מביע סקרנות ליברלית ומציצנית, ואילו חרות – את רגשות הסלידה של ציבור קוראיו השמרני.**

הדיון התקשורתי הנרחב, **בהעולם הזה** ובעיתונים נוספים, העלה את היקף המכירות של **הדווקאים** (מענית, 2021, עמ' 285–287). כאשר יצאה לאור הנובלה השלישית של בן־מנחם, **הפרחחית** (1963), מוזכר **בחרות** ספרה הראשון: "רינה בן מנחם [...] שוב עשתה זאת: לאחר הצלחתה המסחרית המסחררת מלפני שלוש שנים, עת פרסמה את הדווקאים, הוציאה ספר חדש, הוא זוכה להצלחה מסחרית זהה" (בן־ארצי, 1963). הכתיבה הנלהבת מרמזת שבן־ארצי, בניגוד לקודמו, אינו מסתייג מתוכנו של הספר.

עדות לתהליך השתלבותו של אורח החיים הלסבי בחברה הישראלית עולה גם מכתבה **במעריב** (חלפי, 1960) המתארת את המועדון הירושלמי "טאבו", שהזדהה עם הזרם האקזיסטנציאליסטי. יהודה עינב, בעל המקום, מספר שהקים אותו כדי לאפשר מפגש פתוח לאנשים חושבים, והלסביות מוסיפות צבע למועדון: "בבאר הזה יש אוריה מסויימת שעושה הרגשה חופשית לאנשים [...] אני מעוניין שאנשים ייצרו כאן [...] לא אכפת לי [...] אפילו שיהיו לסביות והומוסקסואלים. אפילו שיהיו שועלים, העיקר, שיהיו אכסיסנציאליסטים".

מעמדה המרכזי של הנובלה בשיקוף האווירה בארץ בשנות ה־60 קיבל תיקוף ב"שיר הפטנטים" (1966), שבו כתב חיים חפר "למן התנאים ועד לדווקאים, עוד לא היה מין דור כזה של ממציאים".

מענית, שחקרה את שלוש הנובלות שכתבה ש.ר.ב., טוענת כי מנובלה לנובלה משתנה גישתה של הסופרת לאהבה חד־מינית. **בהדווקאים** תוארו ההומואים והלסביות בתור סוטים, המוקעים מהחברה ומשלימים עם הוקעתם; **בהצלע** הם אנשים הנאבקים על מקומם ועל זכותם לאהוב ולהיאהב, אך אינם מעיזים לעשות זאת בגלוי; ו**בהפרחחית** כבר אין סיבה להסתיר את הנטייה המינית, כל עוד היא נובעת מרגש טהור (מענית, 2021, עמ' 328). מענית רואה דמיון בין **תהום הבדידות והדווקאים** (מענית, 2021, עמ' 284–287) מבחינת השינוי התרבותי־חברתי שחוללו, מעבר ליציאה האישית של שתי הסופרות מן הארון.

## שינוי חגמה – שיח חדש

"ויילר מפיק סרט על נושא 'עדין'" הכריזה כותרת כתבה במעריב על הסרט הלחשה **הרועמת** שביים ויליאם ויילר (Wylar), על פי המחזה **שעת הילדים** מאת ליליאן הלמן (Hellman) מ־1934, שעסק בלסביות באופן מעודן ומרומז. גרסתו הראשונה של הסרט מ־1936 תאמה לקוד הייז (Hays Code, 1930-1966), שאסר על מפיקי קולנוע לעסוק בנושאים רגישים מבחינה מוסרית. גרסת שנות ה־60 הייתה יותר מפורשת, אם כי עדיין לפי מגבלות קוד הייז. הכתבה, שמצהירה כי הסרט עוסק ב"תלמידות בית ספר המאשימות את מורתן ב... לסביות", משקפת את השינוי שהתחולל בשיח בשנים שחלפו בין שתי הגרסאות:

המחזה הוסרט לראשונה לפני 25 שנים, אבל אותו זמן אסור היה לגעת בנושא זה ותוכנו שונה. כיום כבר אפשר לדבר על כך בגילוי לב. ברור, שהמורה אינה אשמה והיא יוצאת זכאית. עולם הסרטים – אפילו הוליווד – שונה כיום מכפי שהיה לפני מחצית יובל שנים (ויילר מפיק, 1960).

גם מאמר שפורסם ב**חרות** (אור, 1962) מתמקד בשינוי התודעתי שחל בארצות הברית, ובפרט ב"ועדת המוסר" של הוליווד:

ברור כי הנסיון להעלות על במה אמריקאית נושא כמו אהבה לסבית נדון מראש לחרם. ואם קרשי הבמה עדיין יכולים היו לסבול חרם שכזה, הרי שתעשיית הסרטים, המבוססת בעיקר על הרבה רצון טוב של הרבה גופים מסחריים, לא היתה מוכנה לסבול כל נסיון לטפל במחזה. ויליאם ויילר שכבר לפני שלושים שנה רכש את זכויות ההסרטה [...] הקריב את גבורת סרטו הראשון קורבן לדיבת אי הגינות. [...] ועדת המוסר הכל אמריקאית הקלה הרבה מחומרותיה. ויילר ניסה שוב – והצליח. הפעם מאשימים את שתי המורות אודרי הפבורן ושירלי מקלין, באשמת לסביות – גם אם היא מושמעת לרוב מאחורי זכוכית אטומה – הקונפליקט הדרמטי מתעלה לשיאיו המקוריים.

תהליך דומה לביטול קוד הייז והשינוי בנורמות המוסריות בהוליווד התרחש גם בארץ. התקבלות הלסביות מתבטאת במונחים חדשים וחיוביים המופיעים בטורי ביקורת התרבות. דוגמה לכך היא המונח החדש "אהבה לסבית", המעניק קונוטציה חיובית ליחסים בין נשים. בביקורת על הרומן **נאכסוס** מאת הנרי מילר (Miller) מצוין [...] קשורה באהבה לסבית אל אשה ציירת" (**דבר**, 6.5.1960). על **גבולות לתשוקה** מאת פרנסואז מאלה־ז'וריס (Mallet-Joris) נכתב: "סיפורה של נערה בגיל ההתבגרות בעיירה צרפתית, הבאה בקשרי רעות חזקים עם פילגש־אביה ונתפסת לאהבה לסבית" (**למרחב**, 16.12.1960). ייתכן שהמונח "אהבה לסבית", המתאר התנהגות,

היה נוח לכותבים ולקוראים יותר מהמונח "לסבית", המקפל בתוכו תפיסה של זהות, שהתגבשה במהלך המחצית הראשונה של המאה. מונח חדש נוסף הוא "אהבת נשים", שעבר מעתק סמנטי לתיאור אהבה לסבית, אך במקור שימש לתיאור אהבה מפנקת וטוטלית של נשים לגברים (י' שטיינברג, **הפועל הצעיר**, 12.10.1924; י' הורוביץ, **כתובים**, 26.1.1928; י' אייגר, **הבקר**, 26.3.1941), או לתיאור אהבת גברים לנשים, לצד המונח "תאוות בשרים". מונח זה אינו כולל את המילה "לסבית", וייתכן שגם הוא מבטא התמקדות בהתנהגות ולא בזהות. "אהבת נשים" משמש לראשונה במובנו החדש בפרסום בגיליון 1173 של **העולם הזה**, שקידם את הגיליון פורץ הדרך על הלסביות: "גילויים שידהימו אותך – המחקר הרציני הראשון על התופעה החדשה שפלשה לחברה הישראלית, אחרי שהטביעה את חותמה על חיי החברה בארצות רבות – אהבת נשים" (בגיליון הבא, 1960).

המעטק הסמנטי היה הדרגתי, והמונח "אהבת נשים" המשיך לשמש גם במשמעויותיו הקודמות. המובן החדש השתרש במידה רבה בעקבות סרטו של קלוד שברול (Chabrol) מ-1968 *Les Biches* ("האיילות"), שתורגם בעברית ל**אהבת נשים**. הסרט, מלודרמת מתח שבמרכזה משולש רומנטי של גבר ושתי נשים, שיש ביניהן גם יחסים לסביים, זכה לפרסום רב ותרם להפצת המשמעות החדשה. **בעל המשמור** כתב י' בן-נר (20.9.1968) כי הסרט מספר על "ידידות ואהבה בין נשים", "אהבתן ההדדית של שתי נשים" או "אהבה פמיניסטית". על פי ביקורת שהופיעה ב**דבר** (רב-נוף, 1968) עלילת הסרט עוסקת ביחסיה של לסבית שתלטנית עם סטודנטית צעירה צינית ולגלגנית, שגבר מנסה להפריד ביניהן. מהטקסטים עולות שתי מגמות סותרות: מצד אחד, נראה שימוש במונחים "אהבה פמיניסטית", "אהבה הדדית" או "אהבה לסבית" בנינוחות יחסית, שלא נראתה בעשורים הקודמים; מצד שני, הגינוי של "הלסבית הטבעית" המהותנית, המוקדמת – בעלת האמצעים, הדומיננטית והפתיינית – עדיין נוכח בשיח, והיא אף לוכדת גברים ברשתה.

גרוס מציע הסבר מעשי לשימוש במונח החדש בכתבה "אהבה נוסח האי לסבוס" (1968) שפורסמה ב**על המשמור**. הוא מנתח שלושה סרטים העוסקים בלסביות (**אהבת נשים**, **השועל ופרסונה**), וטוען שמטרתם של המונחים החדשים לקדם מכירות:

את הסרטים הם עדיין לא ראו אך כבר יודעים: סרטים על אהבה לסבית – אהבת נשים [...] השמועה נפוצה דרך הפירסומאים המעוניינים בסנסאציה [...]. וכך זוכים שלושה סרטים הנמצאים כעת בהפצה בישראל בפרסום האומר, כי הם עוסקים "בבעיות לסביות" בלי שתהיה הצדקה לדבר.

לטענתו של גרוס נעשה שימוש יתר במונח "לסבית" כדי למשוך את הצופים גם כאשר

הסרט אינו עוסק בכך. אם כן, אפשר לראות כיצד "לסבית" הפכה ממילת גנאי לכינוי המגביר את היקף המכירות, לצד המונח "אהבת נשים", שהשפעתו ניכרת בשנים הבאות. ב־1975 יצא לאור שוב הרומן הלסבי תהום הבדידות מאת הול, הפעם בשם **אהבת נשים**, ועל כריכתו הופיעו שתי נשים מתגפפות. זו עדות נוספת להתבססות המונח "אהבת נשים" בהקשר של יחסי אהבה לסביים.

## אפילוג: תקופת החדינה המבוססת

מטרתו של פרק זה לשרטט בקצרה מאפיינים מרכזיים של התקופה, במטרה לראות את התקופות הראשונות לאור מה שעתידי לקרות משנות ה־70 ואילך. בתקופה זו גדלה הנראות בתקשורת, אך גם מגוון הסטריאוטיפים גדל. אין יומרה להקיף בפרק זה את כל מאפייני התקופה, ונדרש מחקר עתידי שייתן תמונה מלאה, בדומה למחקר על הומואים (קמה, 2003).

שנות ה־70 וה־80 מאופיינות בהשפעות ליברליות פמיניסטיות, שמגיעות לארץ באיחור, בעיקר מארצות הברית, ובמקביל מתבססת נוכחותן של הלסביות המקומיות. תקופה זו מסקרנת במיוחד על רקע התקופות שקדמו לה, ובולט בה תהליך ההשתנות של הייצוגים התקשורתיים. הגל השני של הפמיניזם ומהומות סטנוול (1969)<sup>24</sup> משפיעים על המתרחש בארץ בעיקר בזכות העלייה מארצות הברית לאחר מלחמת ששת הימים. "האגודה לשמירת זכויות הפרט" נוסדה ב־1975 במטרה ללכד את קהילת הומואים והלסביות ולקדם את מעמדם. אחת התוצאות של תהליכים אלו הייתה תרגום עברי למונחים לועזיים – "נעימים ונעימות" (גזית, 1979; ע' ולך, דבר, 18.7.1979; נקר, 1979).

על רקע ההשפעות הבין־לאומיות מופיעה "הלסבית הפמיניסטית" בתקשורת של סוף שנות ה־70. העמדה המקובלת בציבור הרחב הייתה שהלסבית היא גרסה קיצונית של הרצף הפמיניסטי. החידה הבאה מייצגת גישה זו: מהי ההגדרה ל"פמיניסטית? אבל עד הסוף", והתשובה: "לסבית" (שבור את הראש, **מעריב**, 3.12.1982, 10.12.1982).

הכללת הלסביות בתנועה הפמיניסטית עוררה ויכוח, עקב חשש מאנטגוניזם. הפמיניסטיות הישראליות התנגדו לצירופן מחשש שיצבעו את המאבק הפמיניסטי בצבעים לסביים (ספרן, 2006). הדי המאבק נשמעו בכתבות שפורסמו ב**מעריב** על מועדונים שהקימו לסביות. מירון (1978) כתבה על אל"ף (אגודת לסביות פמיניסטיות) ה"שואפת ליצור מסגרת של הווי לחברותיה – ליצירת 'תרבות' נשים ברוח האידיאולוגיה הפמיניסטית", ולכתבה מאת גזית (1979) ניתנה הכותרת "אל"ף – הן לסביות". עופר



(1979) עסקה במתח שבין פמיניזם ללסביות בתוך התנועה הפמיניסטית בכתבה על המועדון "צאינה וראינה", אותו תיארה כלסבי, וציינה ש"להיות לסבית, זאת לא בושה ויש המוסיפים – גם לא כבוד גדול". בתגובה לכתבה זו כותבת כרמי (1979): "חבל שתהילה עופר מיהרה והדביקה תווית של 'מועדון לסביות' ל'צאינה וראינה', מכיוון שהענין איננו כך [...] נכון שלדעת הפמיניסטיות להיות לסבית זאת לא בושה, אך רובן הגדול של הפמיניסטיות בישראל אינן לסביות." הכתבה והתגובה משקפות יחס אמביוולנטי כלפי לסביות ומקומן במאבק הפמיניסטי בשל האקטיביזם הלסבי שבו נקטו (רחמימוב, 2015; Rachamimov, 2019).

תדירות הידיעות על לסביות בשנות ה-70 וה-80 גבוהה יחסית לעשורים הקודמים, ונראה כי הלסבית העברית יצאה מהארון. מצד אחד מצהירה ידיעה **בדבר** "47 אחוזים מנשי ישראל בנות 25-35 נתנסו לכל הפחות פעם אחת בחייהן ביחסי מין לסביים!" (נקר, 1979), ומצד שני מופיעות ידיעות המחזקות דימויים שליליים, כמו המחלה, החטא והפשע, שאפיינו את היחס ללסביות בעשורים הקודמים. ברוח זו הופיעו כותרות כגון: "לסבית אינה כשירה להיות אמא" (**מעריב**, 28.12.1975) או "לסבית הכתה למוות בעל שהפריע" (**מעריב**, 25.12.1977), וגם הכרזות כמו "אחוז הגירושים מחמת שהאישה לסבית הולך וגדל משנה לשנה" (נקר, 1979). המונח "לסביות" שימש כינוי גנאי לנשים שהתגרשו או עמדו על רצונן להצטרף לתנועה הפמיניסטית.

## סיכום

במאמר זה נסקרו כ-60 שנות עיתונות עברית במטרה לזהות את יחסה של החברה העברית לייצוגים וארכיטיפים של לסביות. מפאת קוצר היריעה לא הרחבתי בתיאור ההקשר החברתי-תרבותי, והתמקדתי בניתוח פרשני-תרבותי של הטקסטים כדי להבין את התהליך התקשורתי. במהלך זה אני מצטרפת למסורת של ניתוח מעין גנאלוגי של ייצוגי הומואים ולסביות בתקשורת ובתרבות בישראל (קמה, 2003; Schwartz Laufer, 2016), המאפשר להצביע על שינויים חברתיים דרמטיים שהתחוללו במהלך השנים.

בתקופת המנדט היו מעט מאוד התייחסויות ללסביות, ואלו שנמצאו עסקו בעיקר בהתנהגות מגדרית ולא בזהות מינית. שנות ה-30 התאפיינו בהתעלמות מן הלסביות, והיא נרמזת רק בדמות "האישה הגברית". תקופה זו התאפיינה בתיאורי נשים גבריות במראן ובהתנהגותן בלי קשר לנטייתן המינית – העסקנית הציונית, החלוצה והפועלת. אם כן, המבע הביצועי הלסבי כפי שבאטלר מתארת אותו לא בלט, משום שבאותה תקופה היו במרחב ייצוגים נוספים, דומים לו במראה ובהתנהגות, ומאחר שלא נחשב ולא דומיין גם לא נאסר בשיח או בחוק.

בסוף שנות ה־30 מתחילה כתיבה על ייצוגים שהגיעו לארץ בתיוכם של העולים ממרכז אירופה, באמצעות שיח רפואי ופסיכולוגי, שבו יש הבחנה מושגית, שהופיעה גם בהמשך, בין שני סטריאוטיפים שאני מכנה "לסבית טבעית" ו"לסבית אקראית", או במונחיו של פוקו – בין זהות מהותנית להתנהגות.

השתיקה המוחלטת בשנות ה־40, שנובעת ככל הנראה מאירועי אותו עשור, מסתיימת בעלייה במספר ההתייחסויות והייצוגים בשנות ה־50 וה־60, אם כי בהיעדר מושאי כתיבה קונקרטיים רובם מופיעים בהקשר של ביקורות תרבות. רק עם יציאתה של "הלסביות הישראלית" מהארון התקשורתי, משנות ה־60 ואילך, מתחילה התייחסות קונקרטית לקיומה בארץ.

השינוי בשנות ה־50 מתבטא בעלייה בשכיחות השיח על מיניות בתקשורת; בתרגום והפצת יצירות ספרות וקולנוע מרכזיות שפורסמו באירופה ובארצות הברית בשנות ה־30; בהופעת יצירות ישראליות; בעלייה בעניין ובידע של הציבור; ובפתיחת מועדונים. בחינת ביקורות התרבות חושפת את היחס החברתי כלפי הלסביות, הכולל סטריאוטיפים הומוסקסואליים, סקרנות ומציצנות, ומאפשרת לשרטט שינוי הדרגתי ביחס להתנהגות לסבית ובמונחים המשמשים לתיאורה. בעשורים אלו בולטים מאפיינים סטריאוטיפיים. חלקם – כגון צמד הלסביות, "הטבעית" ו"האקראית" משנות ה־30 – נעלמים בהדרגה, ואחרים – כגון הלסבית הארוטית־הפתיינית, הפושעת והחולה – המשיכו להתקיים, וגם הם משתנים בהדרגה – ממחלה פרוורטית להתנהגות מוזרה, ואף מגרה. בהדרגה התפתחו בחברה הישראלית ידע והמשגה של הלסביות, שנבעו הן מתנועה פנימית והן מעיבוד של תכנים שהגיעו מחו"ל, והעיתונות המקומית תיווכה לציבור התייחסות ישראלית עצמאית לסוגיה.

הייצוגים מבטאים שני תהליכים מרכזיים שהתרחשו במהלך התקופה. האחד הוא שינוי **בנראות התקשורתית**: מהכחדה סמלית – דהיינו היעדר ייצוגים בשיח, להנכחה באמצעות תיוג – עלייה בעצם העיסוק בדמות הלסבית על ידי סטריאוטיפיזציה, ולבסוף תנועה מתיוג לנרמול – שינוי באופי הייצוגים (קמה ופירסט, 2015; Gross, 1998). נראה כי שינויים אלו משקפים התפתחות הדרגתית של יחס חיובי ללסביות. התהליך השני, שהתרחש במקביל, הוא שינוי **בתפיסת הלסביות**: מתפיסתה כהתנהגות – פעולה ומראה, ועד לתפיסתה כזהות וסובייקט. השינוי, ככל שהוא מתרחש, אינו ליניארי, וגישות שונות באות לידי ביטוי בערבוביה, המשקפת את יחסה האמביוולנטי של החברה העברית־ישראלית ללסביות.

ישנם כמה הסברים אפשריים להתעלמות מקיומן המשוער של לסביות בראשית העיתונות העברית בתקופת המנדט, וכולם נובעים ממצבים מקומיים: הסבר אחד הוא

כי זהו ביטוי נוסף להדרת נשים שרווחה בתקשורת; הסבר נוסף הוא היטמעותה בקרב ייצוגים דומים לה. הדרת הלסביות התבטאה גם בהיעדר התייחסות אליה בחוק הדתי והאזרחי, בשונה מההתייחסות להומואים. בו בזמן, סגנון הכתיבה המעורפל שאפיין עיסוק בנושאים אישיים בעיתונות התקופה (יעל, 2012) תואם את ההתייחסות גם בהקשר זה. לעומת התעלמות זו בולטים השינויים שחלו בשכיחות ובאפיונים של הייצוגים בשנות ה־50 וה־60, שאותם אפשר להסביר באמצעות השפעותיהם של תהליכים בין־לאומיים, כמו דו"ח קינסי (קינסי ואחרים, 1954; Kinsey et al., 1948, 1953).

חשוב לזכור כי העיתונות העברית של התקופה הייתה גברית בעיקרה. גברים כתבו בה, ערכו אותה והיו רוב הקוראים. נשים התקשו להתקבל לתפקידי כתיבה, ואלה שהתקבלו היו בעיקר סופרות. הן התקשו להשתלב כעורכות, וכשקיבלו תפקידי עריכה קטנים "חנכו" אותן עורכים גברים. גם עורכים שאפשרו לנשים לכתוב ולפרסם לא התלהבו מהשתתפותן בעיתונות ולא עודדו אותן. רק בין שתי מלחמות העולם החל לגדול בהדרגה מספר הנשים המעורבות בעיתונות, אבל גם אז היו מעט מאוד נשים, והן הוגבלו בעיקר לנישות מגדריות ברורות. ממחקרים עולה כי בעיתונות העברית שלטה הטיה מגדרית ברורה עד לשנות ה־70 (גוברין, 2000; לחובר, 2000; כספי ולימור, 1998; רובין, 1987; קיסרי, 1974), והשפעת נקודת המבט הגברית השוביניסטית על דמות הלסבית בולטת בייצוגיה המשתנים. האישה "הגברית" איימה על גבריותם של הגברים; "הלסבית הטבעית" איימה עליהם בכך שפיתתה ו"גזלה" נערות; מצד שני, את "הלסבית האקראית" אפשר "להחזיר למוטב" ועל "הארוטית" אפשר לפנטז מינית. במילים אחרות, הלסבית העברית התקיימה באמצעות המבט הגברי. מפתא קוצר היריעה לא הורחב הדיון על ההבדלים בין העיתונות או על השפעת אופיין הגברי של מערכות העיתונות ושל החברה בכלל על אופי המידע. מהלך זה נעשה בעבר בנוגע לייצוגים ודימויים של נשים וזוגות (יעל, 2012), ויש מקום לעשות זאת גם לגבי ייצוגי לסביות.

כל אלו סללו את הדרך לכניסת הלסביות העבריות אל השיח הציבורי בתקופת המדינה המבוססת, שנות ה־70 וה־80 (ספרן ואחרות, 2016), שהוצגה בקצרה כדי להמחיש את השינוי שחל בשיח בהשוואה לתקופות שקדמו לה. לאחר הגל השני של הפמיניזם הופיעו בעיתונות באופן חופשי יחסית דימויים של לסביות, הונכחה דמות "הלסבית הישראלית", ובמקביל הופיעו גם ניצני נרמול, שהתבטאו במונח "אהבת נשים". מגמה זו הלכה והעמיקה בעשורים האחרונים. המאמר הנוכחי לא עסק בתקופה זו, וכדי להשלים את התמונה יש צורך במחקר המשך. כמו כן, יש מקום לבחון בעתיד את יחסם של עיתונות מסחריים כגון **העולם הזה**, ממשיכו של **תשע**

**בערב**, ואחרים שבהם היה פרסום נרחב לאחר 1960. זאת ועוד, בין עיתוני הנשים נבחנו הביטאונים **האשה** ו**דבר הפועלת**, אך לא נבחנו עיתוני נשים כמו **עולם האשה** או **לאשה**. יש מקום לבחון בעתיד את יחסה של עיתונות הנשים המובהקת לנושא.

אז איפה הן הלסביות הוותיקות? הן כנראה חיו פה בארץ, חלקן עם קוקו וסרפן, אחרות עם טורייה ושברייה, דמויותיהן השתקפו אך מעט בתקשורת העברית בראשיתה, אך רוב ייצוגיהן היו דימויים מדומיינים שהובאו ממקומות אחרים וביטאו השפעות זרות. רק משנות ה־60, כאשר החלה יציאתן מן הארון התקשורת, החלה החברה הישראלית להתמודד עם קיומן האמיתי, ושינוי זה התבטא בתקשורת החל משנות ה־70 וה־80.

## תודות

מחקר זה הוא חלק מפרויקט נרחב של כתיבת ההיסטוריה הלהט"בית של היהודים וישראל (Kraß, Sluhovsky, & Yonay, 2022). אני מודה לחוקרים שהובילו את הפרויקט על עזרתם במחקר, לחוקרים נוספים שסייעו בכתיבת המאמר, ולשופטים שהעירו הערות מחכימות.

## הערות

1 המחקר לא חשף את המנגנונים החברתיים והתרבותיים שייצרו את אותם ייצוגים, אלא התמקד בעיקר בהיבט הפרשני-תרבותי של התופעה. הקשרים רחבים יותר נדונים במאמרי "The Hebrew Lesbian" (Yaal, 2022).

2 <https://www.nli.org.il/he/discover/newspapers/jpress>

3 עתון מיוחד שייסד אלכסנדר זאובר לא שויך לשום זרם פוליטי, שיקולי הפרסום שלו היו מסחריים, ודווחו בו אירועי יום-יום בעלי עניין (למשל מבתי משפט או תחנות משטרה). הוא התאפיין בכותרות גדולות וסנסציוניות עם משחקי מילים, ובטון מוסרני ומחנך ובר־זמנית פרובוקטיבי. יצא לאור בשנים 1933-1953 (גולן, תשכ"ב; נאור, 2004; צפרוני, 1988).

4 תשע בערב/העולם הזה – עיתון מסחרי שייסד אורי קיסרי ב־1937, ובתחילתו היה שבועון העוסק בחיי הלילה של תל אביב. ב־1946 שונה שמו להעולם הזה, ומאוחר יותר הוא נרכש בידי אורי אבנרי והפך לעיתון שבו עסקו ללא חשש בכל נושא – לאומי, פוליטי או רכילותי. נחשב לעיתון "צהוב". נסגר בשנת 1993.

5 עיתוני התקופה נבדלים מאוד אלה מאלה בסגנון הכתיבה ובתכנים. אלידע (2015) מבחין בין "עיתונות עלית", שכוונה לאלטיות ונחשבה בעיני יוצריה לאיכותית, מוסרית והגונה, ובין "עיתונות ההמון", שפנתה אל המעמד הבינוני הפחות משכיל, ואופייה היה בידורי. ההבחנה שלי דומה אך אחרת, בין "עיתונות מטעם", שעיקרה פוליטית, ובין "עיתונות למען", שעיקרה מסחרית. מטבע הדברים, חלק גדול מהמידע הפרטי

- והפרובוקטיבי התפרסם בעיתונים שנחשבו עממיים ומסחריים יותר והיו בעלי מטרות שיווקיות ברורות, ויש להביא זאת בחשבון.
- 6 דבר – עיתונה היומי של מפא"י – תנועת הפועלים וההסתדרות הכללית, הפך למוסד גדול, בעל הוצאות ספרים ועיתונים נוספים. יצא לאור בשנים 1925-1996.
- 7 על המשמר – עיתונה היומי של תנועת מפ"מ – השומר הצעיר והקיבוץ הארצי. יצא לאור בשנים 1943-1995.
- 8 הארץ – עיתון יומי פרטי ובלתי מפלגתי שהוקם בשנת 1919. נמצא בבעלות משפחת שוקן מאז שנת 1937.
- 9 קול העם – ביטאון התנועה הקומוניסטית, הפך ליומון בשנת 1943. יצא לאור בשנים 1937-1975.
- 10 חרות – ביטאונה השמרני של המפלגה הרוויזיוניסטית, שיצא לאור בשנים 1948-1965.
- 11 הבקר – עיתונה היומי של מפלגת הציונים הכלליים. יצא לאור בשנים 1934-1965.
- 12 דאר היום – עיתונה היומי של משפחת בן-יהודה, שערך איתמר בן-אב"י. התאפיין בסגנון אירופאי ונחשב לסנסציוני. ייצג את חוגי האיכרים ומעמד הביניים העירוני. יצא לאור בשנים 1919-1936.
- 13 ידיעות אחרונות – עיתון יומי שהוקם ב־1939. עיתון ערב פרטי מסחרי בעיקרו, בלתי פוליטי, אך מזוהה עם הימין. במשך רוב שנותיו נמצא בבעלות משפחת מוזס.
- 14 מעריב – עיתון ערב יומי שנוסד ב־1947 בידי עיתונאים ואנשי מערכת שפרשו מידיעות אחרונות בראשות עזריאל קרליבך. נחשב לעיתון לא מפלגתי ומסחרי בעיקרו.
- 15 האשה – ירחון המוקדש לחיי הנשים בארץ ישראל, שהוציאו לאור ההסתדרות נשים עבריות והסתדרות נשים ציוניות בשנים 1926-1928.
- 16 דבר הפועלת – ביטאון תנועת הפועלות, שבראשית דרכו היה מוסף בעיתון דבר ובהמשך הפך לכתב עת עצמאי בהוצאת דבר. יצא לאור בשנים 1934-1996.
- 17 אבנטוריזם – מונח שטבע זאב ז'בוטינסקי, ופירושו הגנה על עניין בכל לב (חזית העם, 1932:5.8; המשקיף, 1939:12.5).
- 18 בדומה ל"נישואי בוסטון" (Boston marriage) – מושג שהגדיר חיים משותפים של נשים מבוססות, עם או בלי אהבה ביניהן (Brooks Gardner, 2009).
- 19 לדוגמה: הספדים על הנרייטה סאלד (הבקר, 14.2.1945; דבר, 14.2.1945); הספד על חנה יהודית (אני) לנאדו (הארץ, 24.1.1945).
- 20 הספדים לדוגמה: שרה עזריהו (למרחב, 23.10.1962); חנה טהון (דבר, 31.3.1954); חמדה בן-יהודה (על המשמר, 27.8.1951).

- 21 בשל ריבוי המקורות התקופתיים שעליהם נשען המחקר הנוכחי, הפניות לטקסטים שמוזכרים בו בקצרה יופיעו בתמצית בגוף המאמר בלבד ולא ברשימת המקורות.
- 22 מכורה לסמים.
- 23 הכרך על הגבר לא תורגם.
- 24 מהומות שהציפו אל פני השטח את בעיית ההומופוביה של השלטונות כלפי קהילות הלהט"ב בארצות הברית.

## רשימת המקורות

- אביתר (1951, 21 בדצמבר). האהבה ברומן בן ימינו. **על המשמר**, 5.
- אדורנו, ת"ו, והורקהיימר, מ' (2003). תעשיית תרבות: נאורות כהונאת המונים. בתוך ת"ו אדורנו ומ' הורקהיימר (עורכים) **אסכולת פרנקפורט: מבחר** (ד' ארן, תרגום) (עמ' 158-198). ספרית פועלים. (פורסם במקור בשנת 1947)
- אורן, מ' (1956, 23 במרץ). "לליה" – היא ג'ורג' סאנד. **מעריב**, 12.
- אורן, ש' (1955, 16 בספטמבר). בממלכת הבד: אמנות לאומית. **חרות**, 15.
- אורן, ש' (1964, 18 בדצמבר). בממלכת הבד: לילה של אמת. **חרות**, 7.
- אילני, ע' (2015). נגע נפוץ במזרח: תיאורים של הומוסקסואליות בעיתונות העברית של תקופת המנדט. **זמנים**, 131, 8-21.
- אלבוים-דרור, ר' (2001). האשה הציונית האידיאלית. בתוך י' עצמון (עורכת), **התשמע קולי? ייצוגים של נשים בתרבות הישראלית** (עמ' 95-115). מכון ון ליר.
- אייזנשטדט, מ' (2011). התאחדות נשים עבריות לשיווי זכויות בארץ ישראל ומאבקן לכינון תפקיד "אם המשפחה" בארץ ישראל 1919-1948. בתוך א' כתבן, מ' שילה ור' הלפרין-קדרי (עורכים), **חוקה אחת ומשפט אחד לאיש ולאשה: נשים, זכויות ומשפט בתקופת המנדט** (עמ' 57-86). אוניברסיטת בר אילן.
- אלידע, ע' (1992). עתונות הסנסציה בתחילת המאה ה-20. **קשר**, 11, 70-79.
- אלידע, ע' (2015). **העולם בצהוב: לידת עיתונות ההמון הארץ ישראלית (מ"הצבי" ל"האור"**, 1884-1914). אוניברסיטת תל אביב, המכון לחקר העיתונות היהודית.
- אלמוג, ע' (1998). מ"אנחנו נעבור" ל"אני בהיסטריה". **פנים: כתביעת לתרבות, חברה וחינוך**, 6, 19-29.
- אריכא, י' (1967). וידוי. בתוך **לחם וחזון: בסנורים וסיפורי נכר** (עמ' 255-309). ניב.

באטלר, ג' (2003). חיקוי ומרי מגדרי. בתוך י' קדר, ע' זיו וא' קנר (עורכים), **מעבר למיניות: מבחר מאמרים בלימודים הומוסלביים ותיאוריה קווירית** (עמ' 329-346). הקיבוץ המאוחד.

באטלר, ג' (2007). צרות של מגדר. בתוך נ' ינאי, ת' אלאור, א' לובין, ח' נווה ות' עמיאל-האוזר (עורכות), **דרכים לחשיבה פמיניסטית: מקראה** (עמ' 337-352). האוניברסיטה הפתוחה.

בגיליון הבא של העולם הזה – אהבת נשים (1960, 16 במרץ). **העולם הזה, 1173**, 10.

בן-ארצי (1963, 20 במרץ). מצב רוחו של בן-ארצי על הגובה... **חרות**, 4.

בן-חיים, ב"ז (1960, 8 באפריל). סיפור אימים. **חרות**, 5.

בן-מנחם, ר' (2018). **הדווקאים, הצלע, הפרחחית** (א' בן שאלתיאל, עורך). עם עובד.

ברכה (1929, 19 ביולי). תורת אדלר ומסקנותיה לחנוך. **דבר**, 7.

ברנשטיין, ד' (1987). **אשה בארץ ישראל: השאיפה לשוויון בתקופת הישוב**. הקיבוץ המאוחד.

ברנשטיין, ד' (1993). "בין האשה-האדם ובין אשת-הבית": אשה ומשפחה בציבור הפועלים היהודי העירוני בתקופת היישוב. בתוך א' רם וב' סבירסקי (עורכים), **החברה הישראלית: היבטים ביקורתיים** (עמ' 83-103). ברירות.

גוברין, נ' (2000). נשים בעיתונות העברית – ההתחלות. **קשר**, 28, 8-20.

גולן, א' (1962). אלכסנדר זאובר. **ספר השנה של העיתונאים**, אגודת העיתונאים (עמ' 252-253).

גזית, מ' (1979, 19 ביולי). אל"ף – הן לסביות. **מעריב**, 21.

גל לסביות בישראל (1960, 23 במרץ). **העולם הזה, 1174**, 12.

גלבווע, מ' (1988). קווים למתודולוגיה של חקר העיתונות. **קשר**, 3, 39-42.

גרוס, נ' (1968, 4 באוקטובר). אהבה נוסח האי לסבוס. **על המשמר**, 7.

גרינברג, ד' (1960, 17 באוגוסט). בקולנוע, גיבורי "החיים המתוקים". **על המשמר**, 5.

הירש, ד' (2014). **באנו הנה להביא את המערב: הנחלת היגינה ובניית תרבות בחברה היהודית בתקופת המנדט**. מכון בן-גוריון לחקר ישראל והציונות, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב.

הול, ר' (1953). **תהום הבדידות** (י' סברדליק, מתרגם). עידית.

הכהן, ד' (2019). **מנהיגה ללא גבולות: הנרייטה סאלד – ביוגרפיה**. עם עובד.

המשוטט (1934, 22 במאי). נשים חפשיות. **עתון מיוחד**.

ויילר מפיק סרט על נושא "עדין" (1960, 20 באוקטובר). **מעריב**, 4.

וירת, ל' (2008). קונצנזוס ותקשורת המונים. בתוך ת' ליבס וא' קליין-שגריר (עורכים), **טקסטים קאנוניים בחקר התקשורת** (עמ' 149-168). האוניברסיטה הפתוחה. (פורסם במקור בשנת

1948)

זיו, ע' (2013). **מחשבות מיניות: תיאוריה קווירית, פורנוגרפיה והפוליטיקה של המיניות**. רסלינג.

חלפי, ר' (1960, 6 במאי). מועדון ושמו "טאבור". **מעריב**, 7.

טל, ר' (2018, 13 באוקטובר). עשתה דווקא: הסופרת הלסבית העברית הראשונה. *Ynet*. <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5367687,00.html>

טרלר, ר' (1953, 9 באוקטובר). מכתב מפאריז. **חרות**, 6.

יונאי, י' (2016). "אסור להיות הומוסקסואל": כיצד הומואים והעיתונות הכתובה חשבו וכתבו על החוק "האוסר הומוסקסואליות". בתוך ע' מורגנשטרן, י' לושינסקי וא' הראל (עורכים), **זכויות הקהילה הגאה בישראל: משפט, נטייה מינית וזהות מגדרית** (עמ' 921-970). האוניברסיטה העברית בירושלים.

יעל, א' (2012). **יחסים פרטיים בעיניים ציבוריות: זוגיות בחברה העירונית היישובית בארץ ישראל והשתקפותה בשיח העיתונות העברית** [עבודה לשם קבלת תואר דוקטור]. אוניברסיטת בר אילן.

כנען, ח' (1998). העיתונות העברית בארץ ישראל בימי השלטון הבריטי. בתוך ד' כספי וי' לימור (עורכים), **אמצעי תקשורת המונים בישראל: מקראה** (עמ' 139-163). האוניברסיטה הפתוחה.

כספי, ד' ולימור, י' (עורכים) (1998). **אמצעי תקשורת המונים בישראל: מקראה**. האוניברסיטה הפתוחה.

כרמי, נ' (1979, 11 בנובמבר). תגובות לביקורת על המועדון הפמיניסטי "צאינה וראינה": נשים זקוקות למועדון חד-מיני. **מעריב**, 22.

לחובר, ע' (2000). נשים עיתונאיות בעיתונות הכתובה. **קשר**, 28, 63-74.

לסבית, זונה ומטרפת (1959, 15 ביולי). **העולם הזה**, 1137, 16.

מורואה, א' (1956). **לליה: תולדות חייה של ג'ורג' סאנד** (ל' ויץ כהן, מתרגם). מסדה. (פורסם במקור בשנת 1952)

מילס, ש' (2005). **מישל פוקו** (א' זהבי, מתרגם). רסלינג. (פורסם במקור בשנת 2003)

מירון, מ' (1978, 24 בנובמבר). אשה עם רעותה. **מעריב**, 29-30.

מענית, ש' (2018). הקדמה. בתוך ר' בן-מנחם, **הדווקאים, הצלע, הפרחחית** (א' בן שאלתיאל, עורך) (עמ' 10-13). עם עובד.

מענית, ש' (2021). **חוליה נאלמה: הרומן הנשי בשנות המדינה הראשונות**. רסלינג.

מרגלית-שטרן, ב' (2006). **גאולה בכבלים: תנועת הפועלות הארץ-ישראלית 1920-1939**. יד יצחק בן-צבי.

מרגלית-שטרן, ב' (2009). "הוא הלך בשדות" – והיא? ה"עבריייה" בעיני עצמה ובני דורה. **ישראל**, 16, 195-225.

מרגלית-שטרן, ב' (2018). **מהפכנית: עדה פישמן מימון, סיפור חיים**. יד יצחק בן-צבי; מכון בן-גוריון לחקר ישראל והציונות, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב.



- ג. א. (1954, 1 בינואר). תהום הבדידות. **הבקר**, 4.
- נאור, מ' (2004). **רבותי העיתונות**. משרד הבטחון.
- ניוטון, א' (2003). הלסבית הגברית המיתולוגית: רדקליף הול והאשה החדשה. בתוך י' קדר, ע' זיו וא' קנר (עורכים), **מעבר למיניות: מבחר מאמרים בלימודים הומוריסטיים ותיאוריה קווירית** (עמ' 178-195). הקיבוץ המאוחד.
- נקר, ח' (1979, 30 ביולי). הנעימים והנעמות. **דבר**, 12.
- ספרן, ח' (2006). **לא רוצות להיות נחמדות**. פרדס.
- ספרן, ח', הרטל, ר', וששון-לוי, א' (2016). היל(א)סטוריה לסבית מקומית: פעילות, מאבקים והישגים. בתוך ע' מורגנשטרן, י' לושינסקי וא' הראל (עורכים), **זכויות הקהילה הגאה בישראל: משפט, נטייה מינית וזהות מגדרית** (עמ' 45-79). נבו.
- עופר, ת' (1979, 4 בנובמבר). צאנה וראינה, מין-מועדון שכזה. **מעריב**, 21.
- פוקו, מ' (1996). **תולדות המיניות: הרצון לדעת** (ג' אש, מתרגם). הקיבוץ המאוחד. (פורסם במקור בשנת 1976)
- פוקו, מ' (2005). **הארכיאולוגיה של הידע** (א' להב, מתרגם). רסלינג. (פורסם במקור בשנת 1969)
- פוקו, מ' (2011). **המילים והדברים: ארכיאולוגיה של מדעי האדם** (א' להב, מתרגם). רסלינג. (פורסם במקור בשנת 1966)
- פרויד, ז' (1954). **שלוש מסות על התיאוריה המינית** (מ' אילון, מתרגם). ספרית פועלים. (פורסם במקור בשנת 1905)
- צ. ד. (1953, 17 באפריל). תהום הנפש. **חרות**, 6.
- צפרוני, ג' (1988). 'עתון מיוחד': העולם בצהוב. **קשר**, 3, 107-112.
- קאנדל, א' (1937, 1 ביולי). לונדון לפתרון בעיית הבתולות הזקנות! **תשע בערב**, 16.
- קאהן, פ' (1935א). **ההיגינה המינית של העלם** (ספרית בריאות העם; 9). בית הבריאות של הדסה ע"ש נתן ולינה שטראוס.
- קאהן, פ' (1935ב). **ההיגינה המינית של הנערה** (ספרית בריאות העם; 10). בית הבריאות של הדסה ע"ש נתן ולינה שטראוס.
- קאהן, פ' (1964). **חינוך המיניים: מדריך ויועץ לכל איש ואשה** (ב' קרוא, מתרגם). אחיאסף.
- קינסי, א"ק, מארטין, ק"א, פומרוי, ו"ב, וגבהארד, פ"ה (1954). **התנהגות המינית של האשה** (נ' בן-עמי ו' לבנון, מתרגמים). אחיאסף. (פורסם במקור בשנת 1953)
- קיסרי, א' (1974) **זכרונות ליום המחור: עתים, עתונים, אנשים**. עם עובד.
- קמה, ע' (2003). **העיתון והארון: דפוסית תקשורת של הומואים**. הקיבוץ המאוחד.

קמה, ע' ופירסט ע' (2015). **על ההדרה**. רסלינג.

קניאס, י' (2018, 16 במאי). **הסיפור העיתונאי של המין הישראלי**. העין השביעית. <https://www.the7eye.org.il/271685>

רב־נוף, ז' (1968, 27 בספטמבר). קולנוע: מנוחת לוחמים, שתי נשים וגבר אחד. **דבר**, 37.

רובין, ש' (1987). **מגמות של מסורת ושינוי בעתונות נשים בישראל** [חיבור לשם קבלת תואר מוסמך]. האוניברסיטה העברית בירושלים.

רחמימוב, א' (2015א). היסטוריה קווירית: אי־קונפורמיות מינית ומגדרית. **זמנים**, 131, 34-37.

רחמימוב, א' (2015ב). "סעודות, הפגנות והתפקחות": רדיקליזם לסבי בירושלים 1972-1989. **זמנים**, 131, 62-71.

ריץ', א' (2003). הטרוסקסואליות כפוייה והקיום הלסבי (ד' באום, מתרגמת). בתוך י' קדר, ע' זיו וא' קנר (עורכים), **מעבר למיניות: מבחר מאמרים בלימודים הומו־לסביים ותיאוריה קווירית** (עמ' 73-102). הקיבוץ המאוחד.

שילה, מ' (2001). **נסיכה או שבוייה? החוויה הנשית של היישוב בירושלים, 1840-1914**. אוניברסיטת חיפה.

שילה, מ' (2004). לדמותה של האישה בעלייה השנייה: האזרחית. **ישראל**, 6, 105-183.

שמיר, מ' (1973). **יונה מתצר זרה**. עם עובד.

שניצר, ש' (1990). ירושלים, תל־אביב והעתונות העברית. **קשר**, 7, 21-25.

ש.ר.ב. (בן־מנחם, שרה רינה) (1960). **הדווקאים**. דפוס מל"ן.

ש.ר.ב. (בן־מנחם, שרה רינה) (1961). **הצלע, או יומנה של הצלע ה־13**. ש.ר.ב.

ש.ר.ב. (בן־מנחם, שרה רינה) (1963). **הפרחחית**. תל אביב.

Alyagon-Darr, O. (2017). Narratives of "sodomy" and "unnatural offenses" in the courts of Mandate Palestine (1918-48). *Law & History Review*, 35, 235-260.

Eger, E. (2010). *Bluestockings: Women of reason from Enlightenment to Romanticism*. Palgrave Macmillan.

Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589-597.

Brooks Gardner, C. (2009). Boston marriages. In J. O'Brien (Ed.), *Encyclopedia of gender and society* (Vol. 1, pp. 87-88). SAGE.

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172-199.

Griffin, S. (1981) *Pornography and silence: Culture's revenge against nature*. Harper & Row.

- Gross, L. (1998). Minorities, majorities and the media. In T. Liebs & L. Curran (Eds.), *Media, rituals and identity* (pp. 87–102). Routledge.
- Gross, L. (2001). *Up from invisibility: Lesbians, gay men, and the media in America*. Columbia University Press
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger & F. Lawrence, Trans.) MIT Press.
- Hall, S. (1980). Encoding / Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972–79* (pp. 128–138). Hutchinson.
- Hall, R. (1928). *The well of loneliness*. Jonathan Cape.
- Kinsey, A. C., Pomeroy, W. B., & Martin, C. E. (1948). *Sexual behavior in the human male*. Indiana University Press; Saunders.
- Kinsey, A. C., Pomeroy, W. B., Martin, C. E., & Gebhard, P. H. (1953). *Sexual behavior in the human female*. Indiana University Press.
- Koven, M. J. (2006). *La dolce morte: Vernacular cinema and the Italian giallo film*. Scarecrow.
- Kraß, A. (2022). Magnus Hirschfeld in Palestine: The journey of a German Jewish sexologist (February 14–March 13, 1932). In A. Kraß, M. Sluhovsky & Y. Yonay (Eds.), *Queer Jewish lives between Central Europe and Mandatory Palestine: Biographies and geographies, 1870–1960* (pp. 183–219). Transcript Verlag.
- Kraß, A., Sluhovsky, M., & Yonay, Y. (2022). *Queer Jewish lives between Central Europe and Mandatory Palestine: Biographies and geographies, 1870–1960*. Transcript Verlag.
- Penslar, D. (2000). Introduction: The press and the Jewish public sphere. *Jewish History* 14(1), 3–8.
- Rachamimov, I. (2019). From lesbian radicalism to trans-masculine innovation: The queer place of Jerusalem in Israeli LGBT geographies (1979–2007). *Geography Research Forum*, 39(1), 19–42.
- Rozin Y., (2022). Anne (Annie) Neumann: The new woman. In A. Kraß, M. Sluhovsky & Y. Yonay (Eds.), *Queer Jewish lives between Central Europe and Mandatory Palestine: Biographies and geographies, 1870–1960* (pp. 221–238). Transcript Verlag.
- Sappol, M. (2017). *Body modern: Fritz Kahn, scientific illustration, and the homuncular subject*. University of Minnesota Press.
- Schor, L. S. (2013). *The best school in Jerusalem: Annie Landau's school for girls, 1900–1960*. Brandeis University Press.

- Schwartz Laufer, M. (2016). Lesbian representation evolution in mainstream media. *Arts and Social Sciences Journal*, 7(4), 1–12.
- Yaal, O. (2022). The Hebrew lesbian: Image and reality in the Hebrew press in Mandatory Palestine and Israel 1930s–1960s. In A. Kraß, M. Sluhovsky & Y. Yonay (Eds.), *Queer Jewish lives between Central Europe and Mandatory Palestine: Biographies and geographies, 1870–1960* (pp. 157–180). Transcript Verlag.

# עיבוד מחדש של מאמר שפורסם בעבר בשפה האנגלית

עיבוד מחדש של מאמר שפורסם בעבר בשפה האנגלית

# אותנטיות שמרנות כוח: קריאות של נערות ישראליות בדמויותיהן של וונדר וומן והשחקנית גל גדות<sup>1</sup>

עינת לחובר, שוש דוידסון ואורנית רמתי דביר\*

## תקציר

נערות בחברות מערביות חשופות יותר ויותר לרעיונות פמיניסטיים, שאותם לעיתים קרובות מקדמות ידועניות. מחקר זה בודק כיצד נערות ישראליות נושאות ונותנות על רעיונות פמיניסטיים כגון "כוח נשי" (girl power) ו"הצלחה נשית", באמצעות בחינת תגובותיהן לסרט **וונדר וומן** – המשתייך לאותו הלך רוח פמיניסטי – ולשחקנית הישראלית המככבת בו, גל גדות. המאמר מנתח את קולותיהן של נערות בנות 13 עד 15 מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית, שתועדו בעשר קבוצות מיקוד, ומראה כי הנערות מתגאות בקיומה של דמות נשית חזקה ובנציגה הישראלית בהוליווד. הנערות מתמקמות סביב מודל הצלחה המיוצג באמצעות דימויים נשיים חזקים – עולמיים ומקומיים. המרכיבים העולמיים משקפים שיח פוסט-פמיניסטי ניאורליברלי, הרואה באותנטיות אידיאל של מימוש עצמי, ואילו המרכיבים המקומיים משקפים רגשות של שייכות ונאמנות למדינה ולמשפחה. אנחנו טוענות שמיתוס האותנטיות ממלא תפקיד מרכזי בחיזוק הסדר המגדרי הקיים וההגדרה השמרנית של אזרחות טובה באמצעות הדימוי של אישה מצליחה. מסקנתנו היא כי המאפיינים התרבותיים המקומיים וההשתייכות הלאומית הם קטגוריות חשובות במחקר על המפגש של נערות עם ידוענים וידועניות.

\* פרופ' עינת לחובר, המכללה האקדמית ספיר, [einatl@mail.sapir.ac.il](mailto:einatl@mail.sapir.ac.il)

ד"ר שוש דוידסון, האקדמית גורדון, [shoshhd@gordon.ac.il](mailto:shoshhd@gordon.ac.il)

ד"ר אורנית רמתי דביר, עוסקת במחקר יישומי ובאקטיביזם בתחומי טכנולוגיה, מגדר וחברה, [ramati.ornit@gmail.com](mailto:ramati.ornit@gmail.com)

## מבוא

בשנים האחרונות גברה מאוד הנראות של רעיונות פמיניסטיים בתרבות הפופולרית האנגלואמריקאית (Banet-Weiser, 2018; Keller & Ryan, 2018). את האקלים הפמיניסטי מובילות במידה רבה ידועניות (Hamad & Taylor, 2015) (celebrities), ובהן בינסה, טיילור סוויפט, איימי שומר ואחרות. "הפמיניזם הידועני" העכשווי מכון בכירור לנערות ולעיתים קרובות אפילו מתמקד בהן (Keller & Ringrose, 2015). עקב כך, הנערות נחשפות כיום יותר מאי פעם בעבר לרעיונות פמיניסטיים דרך התרבות הפופולרית והשיח הציבורי (Keller, 2016).

נוכח הלך הרוח הפמיניסטי הזה ותפקידן של ידועניות כסוכנות חברות (Marshall, 2010), מתקיים דיון ציבורי ותאורטי ער בשאלת ה"טוב" וה"רע" בפמיניזם הידועני (Renninger, 2018), אשר במסגרתו זה נבחנות הרלוונטיות של מושגי מפתח פמיניסטיים, כמו "כוח נשי" ופוסט־פמיניזם, והזיקה ביניהם (למשל: Banet-Weiser, 2018; Gill & Orgad, 2015; Keller & Ryan, 2018). המחקר הנוכחי בוחן את המפגש של נערות עם תפיסות וקולות פמיניסטיים של ידועניות דרך נקודת מבטן של הנערות – נקודת מבט שעד כה זכתה לתשומת לב מועטה בלבד. אנחנו מצטרפות לחוקרות פמיניסטיות המטילות ספק בפוטנציאל לשינוי (transformative) של תרבות הכוח הנשי בתקשורת בכלל, ושל הפמיניזם הידועני בפרט (Keller, 2016; Keller & Ringrose, 2015; Taylor, 2015; Zaslow, 2009).

מחקרים המתמקדים בנערות משתמשים בדרך כלל במונח האחד "תרבות בנות" (Rentschler & Mitchell, 2016, p. 1), ללא התייחסות מפורשת להקשר גאוגרפי ותרבותי מסוים. אנו מבקשות לתרום לגוף הידע העולמי המתפתח של לימודי נערות בעידן הפמיניזם הידועני באמצעות התייחסות ממוקמת (situated) לקטגוריה "נערה", ובמיוחד באמצעות הפניית הזרקור אל נערות ישראליות. אנו בודקות כיצד נערות מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית מבינות רעיונות פמיניסטיים, משקפות אותם ומתדיינות עליהם בתקופה זו, של הלך רוח פמיניסטי, באמצעות ניתוח תגובותיהן לסרט **וונדר וומן** ולשחקנית הישראלית גל גדות. באמצעות בחינת תובנותיהן ביחס לגדות, הדמות והאישה (Dyer, 1991), אנו דנות באופנים שבהם הנערות תופסות ומבינות את האותנטיות של הכוכבת העולמית והמקומית בתפקידה החברתי.

בהקשר של רעיונות פמיניסטיים, המקרה הישראלי מעניין במיוחד, משום שהחברה הישראלית משקפת שתי מגמות סותרות: מצד אחד, היא מדורגת גבוה במדד ההתפתחות ומתאפיינת בעלייה באינדיווידואליזציה, אך מצד שני היא שמרנית,

משפחתית ומיליטריסטית (Fogiel-Bijaoui, 2016). בחינת האופן שבו רעיונות פמיניסטיים עכשוויים בתרבות הפופולרית העולמית מופצים ומוֹבְּנִים בהקשר מקומי יכולה לספק תובנות לא רק לגבי האופן שבו קבוצת נערות מסוימת מפרשת רעיונות אלה, אלא גם לגבי תפקידן הפדגוגי של ידועניות בתהליך זה.

אפשר לראות ב**וונדר וומן** (2017), סרט אמריקני בבימויה של פטי ג'נקינס, חלק מהמגמה הבולטת של העלאת הפמיניזם על נס בתרבות הפופולרית, ודוגמה אחת מני רבות לשלל הסרטים והספרים העכשוויים הקשורים לסוכנות (agency) של נערות (Driscoll & Heatwole, 2018). אין פלא שביקורות רבות על הסרט התייחסו לפוליטיקה המגדרית שלו, ורובן תיארו אותו בתור צעד חשוב לקראת הצגת דמויות של נשים עצמאיות וחזקות על המסך הגדול (Jones, 2018). הסרט זכה להצלחה רבה, הגיע למקום העשירי בדירוג ההכנסות של 2017 (Box Office Mojo, 2018) והקנה לגדות תהילה עולמית. בשנת 2018 היא אף נכללה ברשימת 100 האנשים המשפיעים בעולם של מגזין *(Time)* (Carter, 2018).

השיח הציבורי סביב הסרט טשטש פעמים רבות את הגבול בין דמותה של דיאנה, גיבורת **וונדר וומן**, לבין השחקנית גדות (למשל: Carter, 2018). מסע יחסי הציבור של הסרט הבלית את גדות ואת זהותה הישראלית. כך למשל, גדות השתמשה לעיתים במילים עבריות בראיונות (למשל: Saturday Night Live, 2017) והרבתה להזכיר סמלים שנחשבים ישראליים (כגון יום השואה וחומס). טקטיקה זו מפתיעה לנוכח תדמיתה השנויה במחלוקת של ישראל בזירה הבינלאומית (Globe Scan, 2017), ובפרט נוכח הביקורת הפוליטית והתרבותית על הזהות הלאומית של גדות (AI-Mahadin, 2018). נראה שזהותה של גדות כחיילת לשעבר והזיקה שלה לאזור סכסוך ולחוויות של אובדן אישי וקולקטיבי שירתו את הנרטיב של הסרט (Virginás, 2018).

נוכח הפופולריות של הסרט ומעמדה של גדות ככוכבת בין־לאומית, לצד העובדה שהיא הישראלית הפופולרית ביותר בתעשיית הבידור העולמית (Spiro, 2017), מחקר זה בוחן את השיח של נערות ישראליות סביב המושגים "כוח נשי" ו"הצלחה נשית" בהקשר של **וונדר וומן** ומעמדה הידועני של גדות. הגדרתנו למושג "שיח" היא: אוסף ספציפי של משמעויות, שבמסגרתו דרכי חשיבה מסוימות הן אפשריות ואחרות בלתי אפשריות (פוקו, 1996/1976). שיחים שונים מתחרים ביניהם, חלקם דומיננטיים יותר מאחרים במציאות חברתית מסוימת ומכוננים אותה, בעוד אחרים נותרים בשוליים. המאמר נשען על מחקרי קהל ומחקרי התקבלות המדגימים כיצד אנשים מבנים משמעויות מטקסטים תרבותיים בהקשר של חיי היום־יום שלהם (Ang, 1996; Hall, 1984; Radway, 1984). בדומה לכך, אנו רואות בנערות מתבגרות סובייקטים פעילים



בתהליכי יצירת משמעות, שעוסקים באופן ביקורתי, ולעיתים אמביוולנטי, בתקשורת ובתרבות (Zaslow, 2009). לפיכך, מטרתנו היא לחקור כיצד נערות ישראליות דנות במשמעויות של כוח נשי והצלחה נשית.

אנו מניחות שצעירים משתמשים בידוענים בתהליך ההתבגרות וגיבוש הזהות שלהם, הכולל מתחים וסתירות אשר נובעים מהשיחים הדומיננטיים של העצמי והחברה בנקודת זמן נתונה (למיש, 2000; Mendick et al., 2018). כדי להבין את השקפותיהן של נערות, ערכנו עשר קבוצות מיקוד על הסרט והשחקנית עם בנות 13 עד 15, והחלנו על דבריהן ניתוח פרשני.

זיהינו שלושה שיחים מרכזיים בקרב הנערות: הראשון הוא פמיניזם ליברלי ושייכות לאומית; השני הוא פוסט־פמיניזם ואותנטיות; והשלישי, שהיה מינורי יותר מהאחרים, הוא הקול הביקורתי. אנו טוענות כי נערות מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית מזדהות עם נשיות חזקה והצלחה נשית – המעוגנות בערכים מריטוקרטיים ובפוסט־פמיניזם,<sup>2</sup> שמאפיינים את התרבות הפופולרית העולמית, אך גם בתחושות של שייכות לאומית ומשפחתית.

## נערות: תרבות ידוענית, כוח נשי ופוסט־פמיניזם

מחקרים פמיניסטיים רבים עוסקים במסרים המופנים לנערות ונשים צעירות, כמו גם באופנים שבהם הן משתמשות בתרבות הפופולרית כדי לעצב את הזהות, הערכים ומערכות היחסים שלהן (Kearney, 2011). מחקרים רבים התמקדו בתפקיד המשמעותי של ידועניות מנקודת המבט של מעריצים ונערות באופן כללי (Duits & van Romondt Vis, 2009).

המושג "כוח נשי" (girl power) מייצג אידאל פמיניסטי ליברלי של אישה צעירה בעלת סוכנות, זהות עצמית חזקה, ראייה ביקורתית ויכולת להתנגד, והוא מרכזי בהקשר של תרבות ידוענית (Harris, 2004).<sup>3</sup> על אף שהוא עשוי לרמז על סולידריות בין נערות ועל אתוס של קהילה, החברה המערבית מאדירה בעיקר סובייקטיביות נשית אינדיווידואלית (Kapurch & Smith, 2018). על פי אניטה האריס (Harris, 2010), המושג "כוח נשי" בעידן פוסט־פמיניסטי מקפל בתוכו נרטיב של נערה בעלת יכולת (can-do-girl): צעירה שאפתנית, בעלת תחושת מסוגלות וביטחון עצמי, שפניה למימוש עצמי והצלחה. אם כן, שיח ניאורליברלי זה של כוח נשי מקדם את הרעיון שעל נשים צעירות לבחור את הבחירות האישיות הנכונות כדי להפוך לבוגרות מצליחות ויצרניות. אינדיווידואליזציה כזו ממעיטה בערכם של חסמים מבניים חברתיים

ותרבותיים כגון מגדר, גזע, מעמד וצירים אחרים של אישויון חברתי, שמגבילים למעשה את אפשרויות הבחירה והמימוש העצמי של נערות (Driscoll & Heatwole, 2018; Harris, 2010).

חוקרות פמיניסטיות דנות בתרבות הידוענית של הנערות משתי זוויות. הראשונה היא ביקורת תרבות, שבה נטען לא פעם כי ידועניות מקדמות גישות פוסט-פמיניסטיות (Banet-Weiser, 2012), שמבטאות פמיניזם לבן וממוסחר, כלומר תחושת אוטונומיה אישית העומדת בקנה אחד עם המפעל האינדיבידואליסטי הניאו-ליברלי (למשל: Horeck, 2018; Seidl, 2018). יש שטוענות כי הפופולריות של מסרים פמיניסטיים בתרבות הידוענית העכשווית הופכת לבעיה ממשית כאשר היא מגוננת על פרקטיקות נצלניות של ניכוס תרבותי במסווה של העצמה ובחירה אינדיבידואלית (Johnston, 2019). קולות פמיניסטיים אחרים מציעים חיבור בין פמיניזם לתרבות הידוענים, הדורש מחשבה ביקורתית מורכבת יותר (Hamad & Taylor, 2015).

הזווית השנייה מתייחסת לנקודת המבט של הקהל הפעיל ובודקת כיצד נערות מגיבות לידועניות כדי להבין את עצמן ואת החברה (Duits & van Romondt Vis, 2009). אמילי זאסלו (Zaslow, 2009, p. 54) טוענת כי במחקר על נערות, מדיה וזהות חסרה גישה שמשלבת בין ניתוח תרבותי לניתוח חברתי. בהתאם לנקודת מבט זו, בחרנו להתחקות במחקר הנוכחי אחר המפגש של נערות ישראליות עם תרבות המדיה ואחר האופנים שבהם הן מפרשות אותה ומשתמשות בה – כלומר, אחר חוויותיהן הממשיות. במחקר חלוצי המיישם גישה זו, ג'סלין קלר וג'סיקה רינגרוז (Keller & Ringrose, 2015) עוסקות במשא ומתן המודע והמורכב של תלמידות תיכון בריטיות שהן פעילות פמיניסטיות עם הפמיניזם הידועני. אף שרבות מהן רואות את היתרונות במסרים פמיניסטיים גלויים בתרבות הפופולרית, אחרות מפקפקות במניעים של הפמיניזם הידועני. המחקר שלנו מאמץ נקודת מבט דומה, ומנסה להבין כיצד נערות מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית דנות ברעיונות פמיניסטיים עכשוויים, באמצעות בחינת יחסן לנרטיב ולדימוי של וונדר ומן ולדמותה של גל גדות האישה – ידוענית עולמית-מקומית.

## נערות ישראליות והזירה הפמיניסטית

למרות ההתקדמות של נשים ישראליות בכמה תחומים משמעותיים, כמו השכלה, בפועל ישראל היא חברה ממוגדרת מאוד שבה נשים עדיין לא זכו לשוויון כמעט באף תחום חברתי (צמרת ואחרות, 2021). זאת ועוד, לניאו-ליברליזם בישראל, במיוחד מאז תחילת המאה העשרים ואחת, הייתה השפעה עצומה עליהן, והוא החרף את האי-

השוויון המגדרי במדינה (Herzog, 2008). ואולם, אף שהמבנה הפטריארכלי מושרש עמוק בחברה הישראלית, הפמיניזם בישראל, במיוחד בגרסתו הליברלית, צבר הישגים רבים מאז שנות ה־70 של המאה ה־20, ועבור הדור הצעיר נוכחות של נשים בשוק העבודה, באקדמיה ובפוליטיקה היא מובנת מאליה (שמחון וסער, 2020). במילניום השלישי יש לזירה הפמיניסטית בישראל השפעה ניכרת (Fogiel-Bijaoui, 2016), ותהליכים של הטמעת חשיבה מגדרית מתרחשים בקרב צעירים וצעירות גם אם אינם מזדהים ישירות עם המונח "פמיניזם" (הרצוג, 2013). עם זאת, אין בכך כדי לטעון שהתפיסה הפמיניסטית נעשתה פופולרית, ולראיה, פרשנויות ביקורתיות־פמיניסטיות בתחומי הפוליטיקה, הכלכלה או התרבות עדיין נדחקות לשוליים באופן שיטתי ואף מושתקות (Sa'ar & Gooldin, 2009).

מחקר זה אינו מבקש להציג את התפתחות הזהות של הנערות בתור תהליך אוניברסלי ואחיד, אך נדגיש כי נערות ישראליות מושפעות מתהליכים עולמיים, כמו כלכלה ואידאולוגיה נאו־ליברליות, באמצעות חשיפה לאמצעי תקשורת בין־לאומיים – טלוויזיה, סרטים, ספרים ומוזיקה, וכן פלטפורמות דיגיטליות ורשתות חברתיות (למשל, לחובר, פלד וקומס, 2017; Reznik & Lemish, 2011; Lemish, 1998). ואכן, מחקרים שניתחו את נקודות המבט הפמיניסטיות של נערות אלה הראו שהן מבטאות השפעות מקבילות של שיחים סותרים: פמיניזם, פוסט־פמיניזם ואנטי־פמיניזם (למשל: רמתי דביר, 2022; Lachover & Vaisman, 2014; Davidson & Ribak, 2017). על רקע זה, השאלה שאנו בוחנות היא: כיצד נערות מהקבוצה ההגמונית בחברה הישראלית דנות במשמעויות של כוח נשי והצלחה נשית, בהתייחס לסרט **וונדר ומן** ולידוענית הישראלית גל גדות?

## המחקר

מחקרים עם נערות משקפים אפריריות יחסי כוח (Morgan, 2002) הנובעים מפערי גיל והשכלה, ולעיתים גם פערי מעמד, בין החוקרת לנערות המשתתפות במחקר. בעקבות ההבנה שהמפגש בין נערות לחוקרות מבוגרות נטוע ביחסי כוח, בחרנו בשיטה של קבוצות מיקוד וערכנו עשר קבוצות בחודשים מאי–יוני 2018. במפגשים אלה יכולות משתתפות המחקר לחוות חוויה קבוצתית ולהישען על כוחה של הקבוצה: הקבוצות מאפשרות לנערות ליצור אינטראקציה זו עם זו, והן מעודדות זו את זו לדבר, מחזקות ותומכות, ויכולות גם לא להסכים ולהתווכח ביניהן.

כדי להגיע לעומקם של הדברים ולהבין את מחשבותיהן ותפיסותיהן של הנערות, ובר־זמן ליצור עבורן חוויה חיובית ומתגמלת, תכננו בקפידה את ההקשר שבו נערכו

קבוצות המיקוד: קיימנו אותן במקום שבו הנערות נפגשות בקביעות; היינו מודעות להופעתנו וניסינו להימנע מסמלים שעלולים להתקשר לכוח (תכשיטים או לבוש רשמי); וישבנו עם הנערות באותו מישור, בדרך כלל במעגל על הקרקע. קבוצות מיקוד מתאימות במיוחד למחקרים פמיניסטיים, מכיוון שהן מעודדות חוקרות להתמקד ברב-קוליות של המשתתפות ובשוני ביניהן, ואכן הצלחנו להתרשם ממגוון הדעות והתפיסות בקבוצה (עוד על היבטים של שיטות מחקר במחקר איכותני עם נערות ראו: רמתי, דוידסון ולחובר, 2021).

כל אחת מקבוצות המיקוד כללה 5-15 משתתפות, כולן חניכות בתנועת הצופים בישראל. שבטי הצופים מאורגנים גיאוגרפית; לכן החניכים מגיעים בדרך כלל מרקע סוציו-אקונומי ותרבותי דומה. השתתפנו בפגישה אחת של כל אחת מקבוצות הצופים שנכללו במחקר וכינסנו רק את הנערות מכל קבוצה. הנערות היו בגילאי 13 עד 15, בנות למשפחות יהודיות חילוניות מהמעמד הבינוני הגבוה, והתגוררו בארבע ערים במרכז הארץ, ולכן אפשר לראות בהן חברות בקבוצה ההגמונית בישראל.

קודם למפגשים עם הנערות, קיבלנו הסכמה למחקר מהנהגת הצופים בישראל כמו גם הסכמה מדעת מאפוסטרופוסיהן. בתחילת כל מפגש הצגנו בפני המשתתפות את המחקר, את מטרתיו ואת חלקן ביצירת ידע חדש הקשור לנערות. הן עצמן הסכימו להשתתף במחקר לאחר שהדגשנו בפניהן כי ההשתתפות אינה חובה וכי הן יכולות לשמור על שתיקה או לעזוב את המפגש בכל עת. המפגשים והשיחות בקבוצות המיקוד נוהלו בידי אחת או שתיים מהמחברות ונכחה בהן מדריכת הקבוצה.

קבוצות המיקוד היו מוכנות למחצה. הגענו אליהן עם תבנית שיחה מתוכננת, אך גם עם גמישות ונכונות להעמיק בשיחה על נושאים בלתי צפויים שהמשתתפות תעלינה. השיחות כללו שאלות שבדקו את השקפותיהן של הנערות הן ביחס לסרט והן ביחס לגל גדות. ההזדהות העזה שחשו רבות מהנערות עם השחקנית והדמות הראשית בסרט (Geraghty, 2007) גרמה לכך ששני הנושאים נשזרו זה בזה. השיחות עסקו גם בדעותיהן של הנערות בנוגע למגדר ולמקומן של נערות ונשים בחברה, ובחוויותיהן האישיות והפרטיות בהקשרים הללו. כל שיחה נמשכה כשעה. האווירה הייתה לא רשמית, והנערות הביעו התלהבות ושמחה לגבי האפשרות לדבר על הנושא ועל עצמן. לאורך המחקר אימצנו גישה פמיניסטית ורגישות לחוויה של המשתתפות. היינו מודעות כל העת לאחריות שלנו לרווחתן; שמרנו על זכותה של כל נערה להשמיע את קולה (או לשתוק אם היא מעדיפה); ווידאנו שאף אחת מהן לא תיפגע או תיעלב מעצם הסכמתה ונכונותה להשתתף במחקר. השיחות הקבוצתיות הוקלטו ותומללו במלואן.

בניתוח השיחות שילבנו את גישת מחקרי ההתקבלות ותאוריה של שיח כדי להבין כיצד מתייחסות הנערות לשיח הגמוני ולא הגמוני. אנו מסתמכות על ניקו קרפנטייה, בנג'מין דה קלין ולין ון ברוסל (Carpentier et al., 2019, p. 6). הטוענים כי "תאוריה של שיח נמצאת בתווך שבין מבנה לסוכנות" (התרגום שלנו, המחברות). הם מתמקדים במבנים של שיח, אך אינם מתעלמים מהאפשרות שהקהל מחזיק במספר נקודות מבט, כלומר, הניתוח שלהם מכיר בסוכנות האנושית. בדומה לכך, אנו רואות בנערות סובייקטים בתוך השיח, אך בד בבד בעלות חופש למקם את עצמן באופן אינדיווידואלי ביחס לשיחים השונים. הדיונים עברו תהליך של ניתוח שיח ביקורתי (critical discourse analysis). שיטת ניתוח זו, המתמייחסת הן לשיח הגלוי והן לשיח הסמוי, התאימה במיוחד למטרותינו, שכן יש בכוחה להתחקות אחר הדרכים המורכבות שבהן הנחות אידאולוגיות נוצרות, מתקיימות, נדונות ועומדות למבחן. ניתוח שיח ביקורתי מתאים הן לטקסטים כתובים (דוגמת טקסטים בעיתונים, או אמצעי תקשורת אחרים) והן לטקסטים דבורים (קליין, 2010), כמו השיחות במחקר הנוכחי.

כל אחת מהמחברות קראה את כל התמלילים של קבוצות המיקוד בנפרד, בקפידה ובביקורתיות, במטרה לזהות מגוון תפיסות הגמוניות ולא הגמוניות של נשיות, סדר ומבנה חברתיים ממוגדרים ומשמעויות סובייקטיביות של "להיות נערה". ליתר דיוק, חיפשנו בתמלילים אינדיקציות לשוניות רטרוריות למושגים התאורטיים שעמדו במוקד המחקר שלנו: כוח נשי והצלחה נשית. לאחר מכן שיתפנו זו את זו בתמות הראשוניות שכל אחת חילצה מהתמלילים, הסכמנו על תמות מרכזיות, חזרנו לטקסטים ואיתרנו את הציטוטים הרלוונטיים. אנו ערות לכך שהניתוח שלנו מעוגן בעמדות הסובייקטיביות שלנו – נשים ישראליות המשתייכות למעמד חברתי כלכלי מבוסס, פמיניסטיות בנות הגל השני ואימהות לבני ובנות נוער. מתוך הבנה שמיקומן החברתי של הנערות שונה מזה שלנו, חתרנו לגלות רגישות כלפי שפתן של הנערות ולכבד את "הגדרת המצב" שלהן (Goffman, 1967), כדי להגיע למסקנות אינדוקטיביות לגבי פרשנותן והבנתן הסובייקטיבית.

## ממצאים

זיהינו שלושה שיחים מובחנים בדברי הנערות – ליברלי, פוסט-פמיניסטי וביקורתי – שהיו שלובים זה בזה והתקיימו במקביל.

### "להיות חזקה ולהוכיח לכולם": פמיניזם ליברלי ושייכות לאומית

השיח הראשון מבטא את שאיפותיהן של הנערות להשתתפות נשית שוויונית ודומיננטית במרחב הציבורי והתרבותי, ברוח הזרם הפמיניסטי הליברלי ששואף

לקדם את זכויות האדם וזכויות האזרח של הנשים בחברה (פוגל־ביזאוי, 2011). רבות מהמשתתפות התפעלו מהנוכחות המרשימה של גיבורת העל ומהעובדה שהדמות הראשית בסרט היא אישה. כפי שאמרה אחת מהן: "אני זוכרת את התחושה שהייתה לי אחרי הסרט, פתאום היה לי רצון להיות חזקה ולהוכיח לכולם שאני יכולה להיות חזקה. היא ממש מעוררת השראה" (קבוצה 6). אפילו נערות שטענו שאינן נמשכות בדרך כלל לסרטי גיבורי על הסתקרנו ביחס לדמותה של ונדר וזמן ועקבו אחריה באדיקות. הן התלהבו והתרגשו מכך שהדמות הראשית בסרט היא אישה. במילים שלהן:

- בדרך כלל זה רק בנים [גיבורי על], אז פתאום אנחנו רואים משהו שהוא די שונה, ושזה גם כאילו מדבר עליה, שהיא במרכז של הסרט, וזה די כיף.
- כן, תמיד מראים שהגבר הוא חזק יותר, וזו פעם ראשונה שמראים שאישה היא סופר הירו ואישה יכולה לעשות דברים מדהימים ולהציל את העולם (קבוצה 5).

נראה שנוכחותה של ונדר וזמן על המסך הגדול העניקה לנערות תחושת גאווה ונתנה להן גישה לז'אנר שבעבר היה משויך בעיקר לבנים ולגברים.

כאשר ניסינו לזהות את מקור הגאווה שתיארו הנערות, גילינו שרבות מהן רואות בדמותה של ונדר וזמן שילוב של נשיות ועוצמה. אחת מהן הסבירה מדוע לדעתה גיבורת העל הנשית הזו כה ייחודית: "תמיד כשמסתכלים על גיבורי על אומרים עליהם, וואו, הוא הכי חזק ומנצח. ובנות רוצות גם מודל, ופעם זה היה מודל של נסיכה כי היא יפה, ובסרט מציגים מישהי שהיא גם יפה וגם חזקה" (קבוצה 5). משתתפות רבות השתמשו במילים כמו "כוח" ו"כוח נשי" כשדיברו על עלילת הסרט. המשמעות שייחסו למושגים אלה לא הייתה מוגבלת לתכונות פיזיות בלבד, אלא כללה גם כוח נפשי ורגשי. כך למשל אמרה אחת מהן: "יש לה עוצמה פנימית, לא רק כוח פיזי. זה כאילו הכוח שלנו, כוח פנימי" (קבוצה 4). יתרה מכך, הכוח הנשי נעלה בעיניהן על זה הגברי. כפי שניסחה זאת אחת הנערות: "כי יש משהו בנו שהוא הרבה יותר אכפתי לסביבה. זה משהו שהוא באמת מוסיף לדעתי על הכוח שלה" (קבוצה 9). נערה אחרת דיברה על האחריות החברתית של נשים הנובעת מהכוח הייחודי הזה: "גיבורת על בסרט הזה זה משהו עם משמעות, לא כמו האחרים שהיו סתם מלחמות, פה זה באמת סרט עם משמעות והיה לו מוסר השכל... שאפשר לשנות את העולם אם רוצים, באומץ, נשיות חזקה, מחויבות לשלום העולם, אחריות חברתית" (קבוצה 1).

אפשר להסביר את ההתלהבות שמצאנו בקרב הנערות ביחס לנוכחות מוגברת של נשים במרחב התרבותי והפוליטי הציבורי באמצעות המציאות החברתית והפוליטית

של ישראל בימינו. לא זו בלבד שהפער המגדרי הנרחב נותר יציב לאורך זמן (צמרת ואחרות, 2021), לאחרונה גם נאלצו נשים, ובעיקר ילדות ונערות, להתמודד עם שמרנות גוברת במערכת החינוך, למשל בהקשר של קוד לבוש המפלה בנות (רמז, 2017) והפרדה מגדרית שהולכת ופושטת במרחבים שהיו משותפים (קשתי, 2015).

ההערכה שביטאו הנערות כלפי נוכחותה של דמות נשית חזקה במרחב הציבורי הייתה בזיקה לגאוותן על כך שגדות ישראלית. הן ציינו, למשל: "במיוחד בשבילנו, כי הכוכבת היא ישראלית" ו"זו גאוה ישראלית" (קבוצה 4). זהותה הלאומית של גדות הומחשה באמצעות התייחסות למראה שלה, במיוחד לשיער הכהה ולעיניים החומות, וציינו שהיא "נראית ישראלית טיפוסית" (קבוצה 5). לעיתים קרובות ראו הנערות במגדר ובלאום שלה נקודות פתיחה מאתגרות, ולכן תפסו את תהילתה הבין־לאומית כהישג יוצא דופן. כפי שאמרה אחת מהן: "זה היה כיף לראות אותה, שדמות ישראלית מצליחה ככה בכל העולם, וזאת דמות שהיא אישה!" (קבוצה 9). נראה שעבור נערות ישראליות דמותה של וונדר וומן בגילומה של גדות מסמלת שילוב בין מודל לחיקוי נשי מקומי ובין הצלחה הוליוודית. הן אימצו את ההישגים הבין־לאומיים של הכוכבת המקומית וראו בעצמן שותפות להצלחתה. במובן זה הזהות הישראלית של גדות משקפת עבור הנערות הן שייכות וגאוה לאומית, והן את זכאותן של כלל הנשים להצלחה.

יתר על כן, לאור הביקורת המושמעת לעיתים קרובות על המדיניות הישראלית, הן שמחו לראות את מדינתן מוצגת באור חיובי על הבמה העולמית. במילותיה של אחת הנערות: "זהו כאילו הוציא למדינה שלנו שם טוב" (קבוצה 6). בדומה לאופן שבו נערות שחורות שואבות השראה וכוח מבינוסה (Taylor, 2017), חלק מהמשתתפות הישראליות שאבו השראה מהצלחתה של גדות, ששימשה דוגמה למגוון ההזדמנויות העומדות בפניהן. גישה זו באה לידי ביטוי, למשל, בהערה: "זה נחמד לראות מישהי שהצליחה בקטן, שהתחילה לא ממקום גדול, כמו שכל אחד מאיתנו יכול להתחיל, ואיך היא התפתחה והראתה שגם מישהי ממדינה קטנה מוקפת אויבים יכולה להצליח בכל העולם" (קבוצה 6). אם כן, תהילתה של גדות נתפסת כהצלחתה של "בת השכנים", והיא עצמה – כמי שסללה את הדרך לצעירות בכלל ולנערות ישראליות בפרט.

### **"את יכולה לעשות הכול. פשוט רק תאמיני": פוסט־פמיניזם ואותנטיות**

הניתוח של הנערות את הצלחתה של גדות התבסס על היגיון מריטוקרטי וערכים ניאורליברליים, כפי שעולה מן הציטוטים הבאים: "ישראלית, אישה חזקה, אישה שהצליחה בעצמה. לא בבית שלה. לא במקום הבטוח שלה. משחק זה לא המקום שממנו היא באה. היא הייתה צריכה לעבוד קשה בשביל זה" (קבוצה 4); "היא אישה

חזקה. אפשר ללמוד ממנה... שאת יכולה להצליח אם תרצי ולהגיע לכל מה שתרצי" (קבוצה 9).

נערות אחדות התייחסו לעובדה שגדות אומנם הייתה דוגמנית ומיס ישראל בתחילת הקריירה שלה, אבל בזכות עבודתה הקשה ובחירותיה הנכונות לאורך הדרך, היא התפתחה והפכה לשחקנית ולכוכבת. רבות זיהו את הרעיון הניאורליברלי הזה גם בסרט עצמו, ואמרו, למשל: "זה פשוט סרט שאומר, שמעביר מסר כזה שאת יכולה לעשות מה שאת רוצה, שרק תאמיני ואת יכולה, והיא באמת מנצחת בסוף, וזה מדהים" (קבוצה 4). גדות השחקנית רוונדר וומן הדמות מתמזגות אפוא בעיני הנערות למודל של צעירה הישגית וכול יכולה, שהיא תוצר של ערכים ניאורליברליים המדגישים אחריות אישית, בחירות נכונות, התמדה ומאמץ (Harris, 2004).

נשאלת השאלה: אילו מאפיינים של גדות ושל דמותה הידוענית נראו לנערות כמאפשרים הצלחה ומובילים אליה? במילים אחרות, מה הם בעיניהן רכיבי המפתח במה שרוזלינד גיל ושני אורגד מגדירות "טכנולוגיית העצמי" של אישה מצליחה? מרכיב מרכזי אחד הוא ביטחון עצמי (Gill & Orgad, 2015, 2017), כפי שהסבירה אחת הנערות: "יש לה הרבה עוקבים, אלו הדעות שלה והיא לא מפחדת להתבטא. זה מה שהופך אותה לגיבורה... היא לא מפחדת משום דבר... לא אכפת לה מה אנשים חושבים" (קבוצה 6). ביטויים כמו "לא אכפת לה", "היא עושה מה שהיא רוצה" ו"היא הולכת בדרך משלה" הופיעו שוב ושוב בדבריהן של הנערות, שצינו תכונה זו כמאפיין מרכזי של נשים חזקות. אחת מהן הרהרה בקול רם: "הייתי רוצה לשאול אותה איך היא עושה את זה ואיך לא אכפת לה מה אנשים חושבים עליה" (קבוצה 2).

גורם משיכה נוסף של גדות עבור הנערות הוא מה שהן תופסות כאוטנטיות שלה. אותנטיות היא מבנה חברתי (Marwick & boyd, 2011) הקשור לעיתים קרובות להצגה פומבית של החיים הפנימיים הנסתרים (Trilling, 1972). בהקשר המריטוקרטי, אותנטיות מגלמת את הצינוי המוסרי להכיר ולבטא את מהותנו האמיתית באמצעות מעשינו. אנשים צעירים מייחסים חשיבות רבה לאותנטיות, מתחקים אחר האני ה"אמיתי" של הידוען ומעצבים את שאיפותיהם האישיות ביחס אליו. פרקטיקה מוצלחת של ידוען מקפלת בתוכה אינטימיות, חשיפה וחיבור, וחושפת בפנינו היבטים בנליים, כנים ואותנטיים לכאורה בחייו (Marwick & boyd, 2011; Mendick et al., 2018). במילים אחרות, צעירים בוחנים את האותנטיות של ידוענים באופן פעיל וביקורת, ומשבחים את אלה שלדעתם נשארו כנים ונאמנים לעצמם. המשתתפות במחקר פירשו את התנהלותה של גדות במרחב הציבורי כביטוי ל"אמת" שלה, לעקרונותיה ולערכיה. הן זיהו אותנטיות בתמונות ה"טבעיות" שהיא מפרסמת ברשתות החברתיות,



ובמילותיה של אחת הנערות: "היא מצלמת את עצמה לאינסטגרם בלי פוטושופ, והיא מראה את עצמה הרבה בטבעי שלה, כי היא באמת מאמינה בזה ובמסר" (קבוצה 6). הן ראו בתמונות האישיות והטבעיות כביכול הצצה אל "חייה האמיתיים" של הכוכבת, החושפת את "האני הפרטי-ציבורי" שלה (Marshall, 2010), והיא זכתה להערצתן על המעשה האנטי-מסחרי הזה. כפי שציינה אחת מהן:

אז אחרי כל מה שהיה עם הסרט והסערה שזה עורר, אז היא פתאום העלתה תמונה שהיא כזה בלי איפור, ומה שבאמת נדיר זה שמישהי שכל העולם מעריץ אותה, פתאום לראות אותה בלי איפור ועם גבות לא מסודרות, זה היה פשוט באמת מהמם לראות את זה (קבוצה 4).

אם כן, הנערות מעריצות את גדות על האופן שבו היא "מקבלת את עצמה" ומציגה את עצמה בתור מי שאינה מנסה לשנות את עצמה או ליצור תדמית כוזבת במרחב הציבורי. בעיניהן, נאמנות לעצמך היא אפוא מאפיין בסיסי של אישה חזקה ומצליחה – קרי, מודל של פמיניזם פוסט-פמיניסטי.

היבט נוסף של מה שהנערות מחשיבות התנהגות אותנטית וכנה נוגע לתפיסת הצניעות של גדות. הנערות התרשמו מהרגילות שלה (Bennett & Holmes, 2010). כפי שאמרה אחת המשתתפות: "יש לה שתי רגליים על הקרקע. היא לא חיה בסרט" (קבוצה 1). גדות, שבפועל מופיעה בסרטים, לא נתפסת בעיני הנערות כמי ש"חיה בסרט", אלא כמי שנשארה צנועה, בניגוד לתדמית של ידוענית הוליוודית זוהרת. כפי שאמרה אחת המשתתפות:

אני מאוד אוהבת שהיא נשארת מי שהיא. מאוד צנועה והיא לא משתחצנת יותר מדי. היא לא יותר מדי מדברת על איך היא התפרסמה... היא יותר מדברת על כאילו כמה שכיף לה עכשיו וכמה היא מתגעגעת לארץ שלה... היא משדרת צניעות (קבוצה 7).

הנערות רואות במאפיין זה של הידוענית העולמית ביטוי מקומי של כנות, שאותו הן מקשרות עם פריפראליות ישראלית.

הדרך שבה גדות שומרת על זהותה הלאומית ומציגה אותה בפומבי היא בעיני הנערות אות ל כך שנשארה נאמנה לערכיה. הן מציינות בעיקר את התייחסותה לשירותה הצבאי; את העובדה שהיא מספרת את סיפורו של סבה, ניצול שואה; את השימוש שלה במילים עבריות בראיונות. האסטרטגיה שנקט מערך יחסי הציבור של הסרט **וונדר וומן** – הדגשת המקורות ה"אקזוטיים" והרקע ה"מיליטריסטי" של גדות (Virginás, 2018) – מתפרשת אצלן כביטוי ישרה וכנות של גדות עצמה. כך למשל

אמרו: "זה משהו שאני מאוד מאוד מעריכה אצלה, שהיא לא מנסה להסתיר את זה והיא תדבר בעברית" (קבוצה 5); "אני אוהבת את זה שהיא מזכירה את ישראל, ישראל בכל מקום, זה משמח אותי" (קבוצה 6); "היא לא שוכחת מאיפה היא באה" (קבוצה 1). כלומר, לדעתן העובדה שגדות אינה מצניעה את מוצאה ומפנה את תשומת הלב לסמלים ישראלים, היא אקט של פטריסטיזם אונטנטי.

תפיסת הנערות את האונטנטיות של גדות מקבלת חיזוק גם מהפירוש שהן מעניקות לפעילותה החברתית והציבורית. השתתפותה של גדות בקמפיין פמיניסטי של ידועניות (Cobb & Horeck, 2018) ותמיכתה במטרות ציבוריות פופולריות נתפסות אצלן כפעולות קיצוניות שעלולות לסכן את הקריירה שלה. רבות ראו בעמדתה הפומבית בקמפיין #MeToo ביטוי למחויבותה לנשים, ואמרו: "היא מנצלת את הפרסום שלה לטובת נשים אחרות" (קבוצה 3), וכן:

אני רוחשת לה כבוד – שהיא לא הסכימה להשתתף בסרט עם מפיק או מישהו שהטריד. זה מעשה מאוד, כאילו, ראוי להערכה. זאת עבודה ממש נחשקת, זה מלא כסף, והיא הסכימה לוותר על זה כי זה נגד הערכים שלה ונגד מה שהיא חושבת (קבוצה 2).

הנערות העריכו את פעילותה הציבורית של גדות בהקשר הלאומי והתייחסו, למשל, לתמיכתה במתמודדת הישראלית באירוויזיון 2018, נטע ברזילי, כשקראה לעוקביה באינסטגרם להצביע עבורה. גם כאן, לדעתן, גדות "ניצלה" את ההון החברתי שלה כדי לקדם את מעמדה של ישראל בזירה הבינלאומית.

לסיום, הנערות מוצאות אונטנטיות באופן שבו גדות מציגה בפומבי את הרגעים האינטימיים של משפחתה (Bennett & Holmes, 2010). מרכיבים אלה של זהות האישה – רעיה ואם – הם מרכזיים בהבניה החברתית של הנשיות בכלל ובישראל בפרט (Fogiel-Bijaoui & Rutlinger-Reiner, 2013). המשתתפות ראו בחשיפה המתמדת שלה את בעלה ובנותיה (Feasey, 2012) ביטוי אונטנטי לחשיבות שהיא מייחסת למשפחתה. כפי שציינה אחת הנערות:

היא אשת קריירה ויש לה קריירה מאוד מרשימה, ועדיין יש לה שתי בנות. אני רואה באינסטגרם את התמונות שהיא מעלה. ועדיין היא נשארת בבית עם המשפחה שלה. וזה מאוד חשוב לה. אני חושבת שזה ראוי להערכה. בכללי, אצל כל האימהות (קבוצה 2).

מכאן שגדות מגלמת שילוב של הישג אינדיווידואליסטי, הצלחה נשית ואידאל אימהי, בדומה למודל ה"אימי-מאמי" – מודל דומיננטי בתקשורת הפופולרית של

אימהות ידוענית, המדגיש היבטים של הופעה חיצונית ואופנה בקרב ידועניות הרות או כאלה שילדו זה עתה (Littler, 2013). עבור הנערות, העובדה שהיא מצטלמת לעיתים קרובות עם בעלה ובנותיה מסמלת את מימוש הגישה הפוסט־פמיניסטית שנשים יכולות להשיג הכול: הצלחה מרשימה ומתקשרת במרחב הציבורי, מעורבות חברתית וקידום שינוי חברתי, ולא פחות חשוב, מסירות למוסד המשפחה ולתפקידה הנשי־אימהי.

האימהות הוזכרו בהבלטה בסוף כל קבוצת מיקוד, כשביקשנו מהנערות לנקוב בשמה של אישה בחייהן הראויה לתואר "וונדר ומן". ציפינו ללמוד משובותיהן על המודלים לחיקוי שלהן ועל תפיסתן לגבי כוח נשי והצלחה נשית. רבות מהמשתתפות הצהירו בגאווה שהדמות הנשית החזקה בחייהן – האישה בעלת הכוח המולד והמוסרי הגדול ביותר – היא אימן. הן הסבירו את בחירתן במונחים של יכולתה להתמודד עם משימות מרובות, הן בתוך הבית והן מחוצה לו, ולספק את צרכיו של כל אחד מבני המשפחה. כפי שאמרה אחת הנערות: "אמא יכולה לעשות הכול בזמנית... גם אמא שלי, כי היא תמיד שומרת על המשפחה ועוזרת בהכול ודואגת לנו" (קבוצה 5). נערה אחרת הסבירה שהיא רואה באמא וונדר ומן לא רק בשל מסירותה למשפחה, אלא גם בשל הכוח שהיא מבטאת בעבודה שלה ובהצלחתה ב"עולם של גברים":

אמא שלי, שהיא כזה... אחרי שלוש לידות היא לא הכי רזה כמו גל גדות, בוא נגיד, אבל היא, תמיד לא ראיתי אותה עם גב שפוף, בחיים לא ראיתי אותה עם האף למטה, בחיים לא ראיתי אותה עצובה, כאילו היא הכי חזקה בעולם. היא עובדת עכשיו בחברה, היא הבת היחידה שם... היא הכי מראה כוח נשי, אז היא הכי וונדר ומן (קבוצה 6).

מדברי הנערות עולה אפוא שהשאיפה של אישה להצטיין בכל זהויותיה ותפקידיה היא בעיניהן ביטוי לכוח נשי. במקרה של גדות, היא פעילה במרחב הציבורי, בעלת קריירה ועושה את מה שדרוש כדי להצליח בה, מעורבת חברתית ומחויבת לקידום הערכים שהיא מאמינה בהם, תומכת בנשים אחרות ותורמת למדינתה, והיא גם רעיה ואם המתגאה במשפחתה ומעניקה לה מקום חשוב בחייה.

### היא יותר מדי מושלמת: קול ביקורתי מינורי

לצד התפיסה של הדמות הראשית והידוענית גדות כסמל לכוח ואוטנטיות נשיים וכמודל לחיקוי של אישה מצליחה, בשולי הדיון נשמעו קולות ביקורתיים בנוגע למסר של הסרט ולרטוריקה של כוח נשי. הביקורת התייחסה הן לנקודת המבט הפמיניסטית הליברלית והן לגישה הפוסט־פמיניסטית המקדשת את המריטוקרטיה.

כמה מהמשתתפות הביעו ספק ביחס ליכולתן של סרט מסוג זה לחולל שינוי בסדר החברתי בכלל ובחייהן שלהן בפרט. כפי שאמרה אחת הנערות:

עשו את הסרט הזה על גיבורת על אישה, הרבה אנשים ישר אהבו את זה שהוציאו סרט כזה... שהוא על אישה... והיא גיבורת על וכל זה... אז ישר כל האנשים אומרים, וואו, איזה יופי... סוף כל סוף מכבדים את האישה, גם היא חזקה וכל זה... אז אני אומרת שזה לא ישנה עכשיו את כל הדעות של האנשים בעולם (קבוצה 3).

מכאן עולה שעבור חלק מהנערות, המסר של כוח נשי העטוף בזוהר של סרט הוליוודי הוא מס שפתיים בלבד. משתתפת אחרת הצביעה על הסתירה הגלומה במסר ההעצמה, וטענה כי עצם הרטוריקה של כוח נשי מנציחה את נחיתותן של נשים. לאחר דברי שבח של חברותיה על הישגיה של גדות ותרומתה להעצמת נשים, היא הביעה עמדה מנוגדת:

- זה יפה לראות אישה חזקה כגיבורת על. זה מעצים בנות, במיוחד בנות צעירות... בנות בגילאי שבע-שמונה.

- אני רואה את זה אחרת... זה מפריע לי שאנשים מתייחסים לאישה חזקה ואומרים, וואו, היא אישה, איך היא עשתה את זה?... הייתי רוצה שאנשים יתרשמו ממה שהיא עושה כאדם ולא כאישה (קבוצה 5).

כמה נערות הביעו אפוא דעה שמסר ההעצמה בסרט מחזק את יחסי הכוח המגדריים הקיימים, ולפיכך במציאות הסרט פועל נגדן (Harris & Dobson, 2015).

זאת ועוד, כמה מהמשתתפות ציינו כי הבחירה בשחקנית מושכת ודקת גזרה משמרת את עריצות הרזון ואת מיתוס היופי (Bordo, 1993) ומחזקת את משטור הגוף הנשי. במילותיה של אחת מהן: "זה ברור שהם ניסו להעביר את המסר של אישה חזקה ולהראות את השוויון הזה, אבל אני לא בטוחה שהיא באמת האדם הנכון להעביר את המסר הזה. זה כאילו שהיא יותר מדי מושלמת" (קבוצה 3). נערות אחדות התייחסו למבנה הגוף של גדות כסמל כוזב של הרטוריקה הניאו-ליברלית המיוחסת לסרט, הגורסת "הכול תלוי בך" ו"פשוט תאמיני בעצמך". כך, בעוד נערות רבות התייחסו לגדות כאל "בת השכנים", אחרות הבינו שתכונותיה הגופניות הייחודיות היו מרכזיות להצלחתה כשחקנית. אף שכמה נערות אימצו את רעיון הכוח הנשי שלפיו "את יכולה לעשות מה שבא לך. פשוט תאמיני", אחרות ראו בו מסר כוזב והבניה חברתית. אחת מהן טענה: "היא כל כך מושלמת. זה ברור שהם בחרו אותה. וזה לא רק בסרט, זה בכל דבר. להיות מוערכת את צריכה להיות באמת מושלמת, בכל המובנים... ככה זה עובד היום... וזה לא פייר" (קבוצה 6). כמה מהנערות סברו שהסרט היה משכנע ואמין יותר

עם שחקנית "רגילה" – מישהי שאינה מושלמת כל כך: "אני חושבת שאולי הסרט היה יותר משכנע ואמין עם שחקנית קצת יותר גדולה [פיזית]" (קבוצה 5). נערות אלה דחו את הרעיון של אישה מושלמת – כזו שמצטיינת בכל תחומי החיים – והעדיפו נוכחות של אישה "אמיתית" בקדמת הבמה.

אם כן, בשיחות עם משתתפות המחקר נחשפו קולות ביקורתיים, אף שהיו שוליים. הנערות הטילו ספק ביעילות של העברת מסר של העצמה נשית באמצעות סרט פופולרי, כמו גם ביכולתה של שחקנית רזה, מושכת והטרונורמטיבית לשמש מודל לחיקוי.

## דין וחסקנות: כוח נשי כחודל שמרני שמדגיש יחסים

ניתוח עמדותיהן של נערות ישראליות בהקשר של הסרט **ונדר וומן** והכוכבת שלו, הידוענית הישראלית גל אדור, הראה ש"כוח נשי" הוא מושג מרכזי בעולמן. הדין של המשתתפות בהצלחתה הבין-לאומית של אדור אִפשר לנו גם לבחון את תפיסתן לגבי השאלה מהי אישה מצליחה עבורן (Marshall, 2010). נראה שהנערות נושאות ונותנות על מודל הצלחה שמייצגים דימויי נשים עולמיים ומקומיים המאופיינים בחתירה ל"אותנטיות", וממצבות את עצמן ביחס אליו (Banet-Weiser, 2012).

ההיבטים העולמיים קשורים בהמשגה של כוח נשי ושל פמיניזם ניאו-ליברלי, המדגיש את האחריות להצלחה אישית והשאיפה אליה, ביטחון עצמי ומראה חיצוני המשדר עוצמה ויופי, לצד נוכחות פעילה במרחב הציבורי (Rottenberg, 2018). במובן זה נערות ישראליות, שהן חלק מהתרבות הפופולרית הבין-לאומית, דומות לנערות בחברות מערביות אחרות (Zaslow, 2009).

לצד זאת, המשמעות של כוח והצלחה נשיים בעיניהן מתבטאת בשילוב של הצלחה אינדיווידואלית, הנשענת על כישורים אישיים, עם גילויים שמרניים של "אותנטיות" – בהקשר מגדרי ולאומי כאחד – המעוגנים בזהות הישראלית ההגמונית. האותנטיות מוסיפה כאן מקומיות שמדגישה יחסים, המתבטאת בפטריוטיות ובאימהות מסורתית. במילים אחרות, בעיני נערות ישראליות דמותה של אדור מבטאת באופן אותנטי את המודל החברתי שהיא מגלמת – אישה ישראלית חזקה.

הנערות מתחו קו ישר בין הצלחה נשית לביטוי פטריוטיות, וראו בהצלחתה של אדור את שבירת תקרת הזכוכית הן כאישה הן כישראלית. כפי שראינו, האופנים שבהם אדור מציגה בפומבי את הלאום שלה ואת פעילותה למען המדינה הם בעיניהן פרקטיקות מרכזיות ב"טכנולוגיית העצמי" של אישה ישראלית ראויה ומצליחה, כאשר

מושגי הנאמנות והמחויבות המעצבים את הקשר בין האזרח למדינה משתקפים גם במבנה הרגשי הקשור למרחב הפרטי. במילים אחרות, נאמנות ומסירות מאפיינות גם את הממד הישראלי הנוסף בהגדרתן של הנערות לאישה חזקה ומצליחה: התפקיד האימהי השמרני. הערכתן הרבה למוסד האימהות וההזדהות העמוקה שלהן איתו משקפות את השיח הדומיננטי בישראל סביב מוסד המשפחה ותפקיד האם (Fogiel & Bijaoui & Rutlinger-Reiner, 2013). ככל הנראה, הנערות הישראליות הפנימו את התפיסה שלפיה אימהות היא מרכיב מהותי בזהות הנשית, והמודל הראוי הוא זה של "האם הטובה" המסורה לילדיה (Weiss, 2002), אך בו בזמן משתפת בשוק העבודה (Berkovitch, 1997). לפיכך, נראה שבהקשר הישראלי נוצר קשר מעניין בין שני המאפיינים המקומיים של הצלחה נשית: מחויבות ואכפתיות כלפי המדינה (בן-עמוס וברטל, 2004), ומחויבות ואכפתיות כלפי המשפחה. שני אלה מצביעים על גישה שמרנית שגדות מייצגת היטב. התפיסה הפטריוטית מהדהדת את תפיסת המשפחתיות, כך שכפי שאישה חזקה מסורה למשפחתה ולתפקידה כאם, היא גם מסורה למדינתה ולתפקידה כאזרחית טובה.

לסיכום, המחקר הנוכחי התמקד בעמדותיהן של נערות ישראליות מהקבוצה ההגמונית בנוגע לסרט **וונדר ווון** ולכוכבת הישראלית שלו. בדקנו את המשמעויות שהן מעניקות למושגים "כוח נשי" ו"הצלחה נשית" בעולמן, כנקודת מפגש בין החברה הישראלית המקומית לדימויים מהתרבות הפופולרית העולמית. הניתוח שלנו מראה שמושגים אלה מתבטאים בשילוב של מדינה ומשפחה: מרחב ידועני בין-לאומי, נאמנות פטריוטית למדינה ומסירות למשפחה ולתפקיד האימהי. החשיבה התרבותית הניאור ליברלית, המדגישה את החתירה לאותנטיות ככלי למיתוג עצמי ולהצלחה (Banet & Weiser, 2012), משמשת קרקע פורייה להפנמה עמוקה של המאפיינים העולמיים והמקומיים של מה שהנערות מחשיבות אישה חזקה ומצליחה ולהזדהות איתם. הכוכבות של גדות נתפסת ומובנית ככזו המתבססת על האני האותנטי והאמיתי שלה. עם זאת, החתירה לאותנטיות ממלאת תפקיד מרכזי בחיזוק הסדר המגדרי הקיים (Schwartz, 2013) ובקידום דפוס לאומי שמרני של אזרחות טובה ונשיות. דמותה של גדות מייצגת בעיני הנערות שילוב בין הצלחה אינדיווידואליסטית עולמית לבין גילום אתוס שמרני לאומי ומשפחתי.

רוב המחקרים בתחום של לימודי ידוענות ונערות נערכים מנקודת מבט אנגלור-אמריקאית, המתמקדת בידוענים עולמיים. אנו סבורות שהמפגש בין נערות לידוענים וידועניות הוא ממוקם תמיד, ולכן בחינת המפגש הזה צריכה להביא בחשבון לא רק קטגוריות כמו מגדר, מעמד וגזע (Mendick et al., 2018), אלא גם את השתייכותן התרבותית של הנערות. במחקר שלנו, הנערות הישראליות חוגגות את הנראות

המקומית והעולמית של גדות ומעריכות את ה"אותנטיות" שלה, המגלמת את פנטזיית ההצלחה שלהן.

## תודות

המחברות מבקשות להודות להנהלת תנועת הצופים על הסכמתה לעריכת המחקר ולנערות שהשתתפו במחקר, פתחו בפנינו את ליבן ונתנו בנו אמון. תודה לטל אלון, בת אל דבח וסיון קדם וינקלר על עזרתן בעבודת השדה. תודות גם לשופטות ולשופטים האנונימיים של כתב העת **מסגרות מדיה** על העצות המעמיקות והמועילות.

## הערות

- 1 מאמר זה מבוסס על מאמר קודם:  
Lachover, E., Davidson, S., & Ramati Dvir, O. (2021). The authentic-conservative wonder woman: Israeli girls negotiate global and local meanings of femininity. *Celebrity Studies*, 12(4), 581-597.
- 2 מושג זה החל להופיע בתקשורת בסוף המאה ה-20 כתגובה לגל השני של התנועה הפמיניסטית. אז, כמו גם בעשור השלישי של המאה ה-21, הוא מבטא מגוון משמעויות, שחלקן אף סותרות זו את זו, החל בהרחבה של תאוריות פמיניסטיות וכלה בהתנגדות לפמיניזם (ראו למשל: Papagianni, 2021).
- 3 בשל מגבלות השפה אנו משתמשות בביטוי השגור בעברית "כוח נשי", אף שבאנגלית הביטוי girl power קשור במובהק לילדות.
- 4 על פי מדד המעריך את האי-שוויון המגדרי בישראל במגוון תחומים לאורך זמן: השכלה, שוק העבודה, בידול תעסוקתי על רקע מגדרי, עוני, כוח, תקשורת ותרבות, בריאות, אלימות נגד נשים, חלוקת זמן ומצב משפחתי.

## רשימת המקורות

- בר־עמוס, א' ובר־טל, ד' (2004). **פטריוטיזם: אוהבים אותך מולדת**. הקיבוץ המאוחד.
- הרצוג, ח' (2013). מבט דורי ומגדרי על מחאת האוהלים. **תיאוריה וביקורת**, 41, 69-96.
- לחובר, ע', פלד, ע' וקומס, מ' (2017) (עורכות). **נערות וגופן: מדברות, נוכחות, נסתרות**. מאגנס.
- למיש, ד' (2000). שיח הספייסגירלז (Spice Girls): חקר מקרה בהתפתחות זהות. **פתו"ח: כתב עת בנושאי פוליטיקה, תקשורת וחברה**, 4, 21-44.
- פוגל-ביזאוי, ס' (2011). **דמוקרטיה ופמיניזם: מגדר, אזרחות וזכויות אדם**. האוניברסיטה הפתוחה.
- פוקו, מ' (1996). **תולדות המיניות: הרצון לדעת**. (ג' אש, מתרגם). הקיבוץ המאוחד. (פורסם במקור ב־1976)
- צמרת, ה', הרצוג, ח', חזן, נ', בסין, י', ברייר-גארב, ר' ובן אליהו, ה' (2021). **מדד המגדר: אישויון מגדרי בישראל 2020**. מכון ון ליר בירושלים. <https://www.vanleer.org.il/publication/מדד-המגדר-2020/>
- קליין, ע' (2010). ניתוח שיח ביקורתי של טקסט עיתונאי. בתוך ל' קסן ומ' קרומר-נבו (עורכות), **ניתוח נתונים במחקר איכותני** (עמ' 230-253). אוניברסיטת בן גוריון.
- קשתי, א' (2015, 29 בנובמבר). שמיניסטיות בתיכון חילוני נדרשו להסתיר את ברכיהן בשמלות בצילומי ספר המחזור. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/news/education/.premium-1.2786829>
- רמז, מ' (2017). "מלמדות את בית הספר שיעור בשווייון": גוף, מגדר ומיניות במחאה של נערות בבתי הספר בישראל [עבודה שלא פורסמה לשם קבלת תואר מוסמך]. אוניברסיטת תל אביב.
- רמתי דביר, א' (2022). **לדעת מתוך הגוף**. רסלינג.
- רמתי דביר, א', דוידסון, ש' ולחובר, ע' (2021). מחקר איכותני רגיש אוכלוסייה: מחקר עם, על ועבור נערות. בתוך מ' לביא-אג'אי וד' לביא טובין (עורכות), **שיחות על מחקר איכותני** (עמ' 119-142). מופת.
- שמחאי, ד' וסער, ע' (2020). סובייקטיביות נשית מחויכת: תפיסת הנשיות של צעירות ישראליות בעידן הנאו-ליברלי. **מגמות**, (2), 121-142.
- Al-Mahadin, S. (2018). Wonder Woman: Goddess of fictional and actual wars. *Journal of Middle East Women's Studies*, 14(2), 246-251. <https://doi.org/10.1215/15525864-6680374>
- Ang, I. (1996). Feminist desire and female pleasure. In J. Storey (Ed.), *Cultural studies and the study of the popular: Theories and methods* (pp. 513-522). Edinburgh University Press.



- Banet-Weiser, S. (2012). *Authentic™: The politics of ambivalence in a brand culture*. New York University Press.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Barbour, R., & Kitzinger, J. (Eds.) (1998). *Developing focus group research: Politics, theory and practice*. Sage.
- Bennett, J., & Holmes, S. (2010). The 'place' of television in celebrity studies. *Celebrity Studies*, 1(1), 65–80. <https://doi.org/10.1080/19392390903519073>
- Berkovitch, N. (1997). Motherhood as a national mission: The construction of womanhood in the legal discourse in Israel. *Women's Studies International Forum*, 20(5–6), 605–619. [https://doi.org/10.1016/S0277-5395\(97\)00055-1](https://doi.org/10.1016/S0277-5395(97)00055-1)
- Bordo, S. (2004). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. University of California Press.
- Box Office Mojo (2018). *Wonder Woman*. <https://www.boxofficemojo.com/release/r1578455041/>
- Carpentier, N., de Cleen, B., & van Brussel, L. (2019). Introduction: Discourse theory, media and communication, and the work of the Brussels discourse theory group. In L. van Brussel, N. Carpentier & B. J. de Cleen (Eds.), *Communication and discourse theory: Collected works of the Brussels discourse* (pp. 3–41). Intellect Books.
- Carter, L. (2018). Gal Gadot. *Time*. <https://time.com/collection/most-influential-people-2018/5217578/gal-gadot/>
- Cobb, S., & Horeck, T. (2018). Post Weinstein: Gendered power and harassment in the media industries. *Feminist Media Studies*, 18(3), 489–491. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1456155>
- Darbyshire, P., MacDougall, C., & Schiller, W. (2005). Multiple methods in qualitative research with children: More insight or just more? *Qualitative Research*, 5(4), 417–436. <https://doi.org/10.1177%2F1468794105056921>
- Davidson, S., & Ribak, R. (2017). “Yes, I’m worth it”: The economy of girls' photo rating in social network sites. *Communication, Culture & Critique*, 10(1), 2–19. <https://doi.org/10.1111/cccr.12145>
- Driscoll, C. & Heatwole, A. (2018). *The hunger games: Spectacle, risk, and the girl action hero*. Routledge.
- Duits, L., & van Romondt Vis, P. (2009). Girls make sense: Girls, celebrities and identities. *European Journal of Cultural Studies*, 12(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/1367549408098704>

- Duvall, S. S. (2019). Believing in Emma Watson: Casual fandom and emerging feminism in audience support for the United Nations #HeForShe campaign. In S. S. Duvall (Ed.), *Celebrity and youth: Mediated audiences, fame aspirations, and identity formation* (pp. 129–150). Peter Lang.
- Dyer, R (1991). A star is born and the construction of authenticity. In C. Gledhill (Ed.), *Stardom: Industry of desire* (pp. 136–144). Routledge.
- Feasey, R. (2012). From happy homemaker to desperate housewives: Motherhood and popular *television*. Anthem Press.
- Fogiel-Bijaoui, S. (2016). Navigating gender inequality in Israel: The challenges of feminism. In E. Ben-Rafael, J. Schoeps, Y. Sternberg & O. Glockner (Eds.), *Handbook of Israel: The major debates* (pp. 423–436). De Gruyter Oldenbourg.
- Fogiel-Bijaoui, S., & Rutlinger-Reiner, R. (2013). Guest editors' introduction: Rethinking the family in Israel. *Israel Studies Review*, 28(2), vii–xii. <https://www.jstor.org/stable/43771859>
- Geraghty, C. (2007). Re-examining stardom: Questions of texts, bodies and performance. In S. Redmond & S. Holmes (Eds.), *Stardom and celebrity: A reader* (pp. 98–110). Sage.
- Gill, R. (2007). Critical respect: The difficulties and dilemmas of agency and 'choice' for feminism: A reply to Duits and van Zoonen. *European Journal of Women's Studies*, 14(1), 69–80. <https://doi.org/10.1177/1350506807072318>
- Gill, R., & Orgad, S. (2015). The confidence cult(ure). *Australian Feminist Studies*, 30(86), 324–344. <https://doi.org/10.1080/08164649.2016.1148001>
- Gill, R., & Orgad, S. (2017). Confidence culture and the remaking of feminism. *New Formations*, 91, 16–34. <https://doi.org/10.3898/NEWF:91.01.2017>
- Globe Scan (2017, July 4). *Sharp drop in world views of US, UK: Global poll*. <https://globescan.com/2017/07/04/sharp-drop-in-world-views-of-us-uk-global-poll/>
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. Anchor Books.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972–79* (pp. 117–127). Unwin Hyman.
- Hamad, H., & Taylor, A. (2015). Introduction: Feminism and contemporary celebrity culture. *Celebrity Studies*, 6(1), 124–127. <https://doi.org/10.1080/19392397.2015.1005382>
- Harris, A. (2004). *Future girl: Young women in the twenty-first century*. Psychology Press.

- Harris, A. (2010). Mind the gap: Attitudes and emergent feminist politics since the third wave. *Australian Feminist Studies*, 25(66), 475–484. <https://doi.org/10.1080/08164649.2010.520684>
- Harris, A., & Dobson, A. S. (2015). Theorizing agency in post-girlpower times. *Continuum*, 29(2), 145–156. <https://doi.org/10.1080/10304312.2015.1022955>
- Herzog, H. (2008). Re/visioning the women's movement in Israel. *Citizenship Studies*, 12(3), 265–282. <https://doi.org/10.1080/13621020802015420>
- Horeck, T. (2018, June 26–28). *Courtney Love and trainwreck femininity* [Paper presentation]. 4th Celebrity Studies Journal Conference: Desecrating Celebrity, University of Rome, Sapienza, Italy.
- Johnston, J. E. (2019). Under Western (girls') eyes: Cultural appropriation and feminism in the celebrity fashion of Kendall Jenner and Gigi Hadid. In D. Spring-Serenity (Ed.), *Celebrity and youth: Mediated audiences, fame aspirations, and identity formation* (pp. 151–171). Peter Lang.
- Jones, P. (2020). Diana in the world of men: A character network approach to analysing gendered vocal representation in Wonder Woman. *Feminist Media Studies*, 20(1), 18–34. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1510846>
- Kapurch, K., & Smith, J. M. (2018). Something old, something new, something borrowed, and something blue: The make-do girl of Cinderella (2015). In M. C. Kearney (Ed.), *Mediated girlhoods: New explorations of girls' media culture* (pp. 67–86.). Peter Lang.
- Kearney, M. C. (2011). Introduction: Girls' media studies 2.0. In M. C. Kearney (Ed.), *Mediated girlhoods: New explorations of girls' media culture* (pp. 1–16). Peter Lang.
- Keller, J. (2016). *Girls' feminist blogging in a postfeminist age*. Routledge.
- Keller, J., & Ringrose, J. (2015). 'But then feminism goes out the window!': Exploring teenage girls' critical response to celebrity feminism. *Celebrity Studies*, 6(1), 132–135. <https://doi.org/10.1080/19392397.2015.1005402>
- Keller, J., & Ryan, M. E. (2018). Introduction: Mapping emergent feminisms. In J. Keller & M. E. Ryan (Eds.), *Emergent feminisms: Complicating a postfeminist media culture* (pp. 1–22). Routledge.
- Lachover, E., & Vaisman, C. L. (2014). Jewish-Israeli girls' online discourse about international women's day: Post-feminism or "feminist insensibility"? *Journal of Children and Media*, 8(2), 110–126. <https://doi.org/10.1080/17482798.2013.795907>

- Littler, J. (2013). The rise of the “yummy mummy”: Popular conservatism and the neoliberal maternal in contemporary British culture. *Communication, Culture & Critique*, 6(2), 227–243. <https://doi.org/10.1111/cccr.12010>
- Luzón-Aguado, V. (2008). Star studies today: From the picture personality to the media celebrity. *Bells: Barcelona English Language and Literature Studies*, 17. <https://www.raco.cat/index.php/Bells/article/view/141345/0>
- Marshall, P. D. (2010). The promotion and presentation of the self: Celebrity as marker of presentational media. *Celebrity Studies*, 1(1), 35–48. <https://doi.org/10.1080/19392390903519057>
- Marwick, A., & boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- Mendick, H., Allen, K., Harvey, L., & Ahmad, A. (2018). *Celebrity, aspiration and contemporary youth: Education and inequality in an era of austerity*. Bloomsbury.
- Morgan, D. (2002). Focus group interviewing. In J. Gubrium & J. Holstein (Eds.), *Handbook of interview research: Context and method* (pp. 141–159). Sage.
- Papagianni, C. (2021). Postfeminist media cultures. In K. Ross (Ed.), *The international encyclopedia of gender, media, and communication* (pp. 1091–1099). Willey Blackwell.
- Radway, J. (1984). *Reading the romance: Women, patriarchy and popular culture*. Verso.
- Renninger, B. (2018). ‘Are you a feminist?’: Celebrity, publicity, and the making of PR-friendly feminism. In J. Keller & M. E. Ryan (Eds.), *Emergent feminisms: Complicating a postfeminist media culture* (pp. 42–56). Routledge.
- Rentschler, C. A. & Mitchell, C. (2016). Introduction: The significance of place in girlhood studies. In C. Mitchell & C. Rentschler (Eds.), *Girlhood and the politics of place* (pp. 9–30). Berghahn.
- Reznik, S., & Lemish, D. (2011). Falling in love with *High School Musical*: Girls’ talk about romantic perceptions. In M. C. Kearney (Ed.), *Mediated girlhoods: New explorations of girls’ media culture* (pp. 151–170). Peter Lang.
- Rottenberg, C. (2018). *The rise of neoliberal feminism*. Oxford University Press.
- Sa’ar, A., & Gooldin, S. (2009). Intense engagement: Young women in Israel forging feminist subjectivities. *Women’s Studies International Forum*, 32(3), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2009.05.013>
- Saturday Night Live (2017, October 8). *Gal Gadot monologue — SNL* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=I7TSzpDefTY>

- Schwarz, O. (2016). The symbolic economy of authenticity as a form of symbolic violence: The case of middle-class ethnic minorities. *Distinktion: Journal of Social Theory*, 17(1), 2–19. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2016.1156007>
- Seidl, A. (2018, June 26–28). *Risk's Gaga feminism* [Paper presentation]. 4th Celebrity Studies Journal Conference: Desecrating Celebrity, University of Rome, Sapienza, Italy.
- Spiro, A. (2017, May 25). 'Wonder Woman' Gal Gadot rules the World Wide Web. *The Jerusalem Post*. <https://www.jpost.com/Israeli-women/Wonder-Woman-Gal-Gadot-rules-the-World-Wide-Web-493916>
- Spring-Serenity, D. (2019). Introduction. In D. Spring-Serenity (Ed.), *Celebrity and youth: Mediated audiences, fame aspirations, and identity formation* (pp. 1–16). Peter Lang.
- Taylor, L. A. (2017). *Beyoncé feminism: Feminist messages' impact on African American identity* [Unpublished Master's thesis]. Georgia State University.
- Trilling, L. (1972). *Sincerity and authenticity*. Harvard University Press.
- United Nations Development Program (2015). *Human development report 2015*. [http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015\\_human\\_development\\_report\\_1.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015_human_development_report_1.pdf)
- Virginás, A. (2018). Feminism as a natural anachronism in Wonder Woman. *European Journal of Women's Studies*, 25(4), 484–487.
- Weiss, M. (2002). *The chosen body: The politics of the body in Israeli society*. Stanford University Press.
- Zaslow, E. (2009). *Feminism, Inc.: Coming of age in girl power media culture*. Palgrave Macmillan.

# מעבר למסגרת: מסות בתחום התקשורת

חסה

# לא גן ולא ג'ונגל: לקראת ניסוח הולם של בעיית יסוד בדמוקרטיה הישראלית

נמרוד בר-עם ומוטי גיגי\*

תקציר

ניסים מזרחי טוען שהפוליטיקה הישראלית מדגימה את כישלונו העקרוני של הליברליזם להכיל פלורליזם תרבותי. לטענתו, זוהי הסיבה המרכזית שמזרחים בארץ אינם ליברלים. אנו מפריכים טענות אלה באמצעות בחינת שתי דוגמאות עיקריות: היהודי הצרפתי ממוצא צפון אפריקני, והחרדי המזרחי. הציבור היהודי שהיגר לצרפת מצפון אפריקה מדגים את הצלחת הפלורליזם התרבותי במסגרת ליברלית הוגנת. החרדי המזרחי מדגים ששמרנות אינה בהכרח אידאולוגיה, אלא קודם כול אלטרנטיבת לית-ברירה של מי שדרכו למקומו הראוי בחברה נחסמת בגזענות המתחזה לליברליות. אם כן, כישלון הליברליזם הישראלי אינו עקרוני, אלא נובע מהיישום הלוקי של ערכים ליברליים בישראל.

\*\*\*

מאמר זה נכתב כתגובה למאמרו של ניסים מזרחי "מעבר לגן ולג'ונגל" (2011), והוא בבחינת סיכום קצר של השיחות שניהלנו בינינו על אתגרי הליברליזם בכלל ובישראל בפרט. העילה העיקרית לקיום שיחות אלה הייתה ריאיון עם פרופסור ניסים מזרחי

\* ד"ר נמרוד בר-עם, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר

[ngbaram@gmail.com](mailto:ngbaram@gmail.com)

ד"ר מוטי גיגי, המחלקה לתקשורת, המכללה האקדמית ספיר

[motig@mail.sapir.ac.il](mailto:motig@mail.sapir.ac.il)

שהתפרסם במוסף הארץ (לנדסמן, 2019) ועורר הדים רבים. בריאיון נוסף, שהתפרסם ב-*New York Times* (Halbfinger, 2020), הרחיב מזרחי את טענותיו נגד הליברליזם ואף הציג כהסבר לבחירתו של טראמפ לנשיאות ארצות הברית.

מזרחי כנראה היה מתאר את כותביו של מאמר זה כך: האחד ישראלי יהודי ממוצא צפון אפריקני, יליד הפריפריה, הבא מרקע חברתי-כלכלי מוחלש. השני ישראלי אשכנזי מרקע חילוני, יליד המרכז, נצר לחלוצים קשי היום שמכונים לאחרונה "האליטות הפריוולגיות", אשר ייסדו את ישראל. המשותף להם, להוציא ידידותם, רחשי הכבוד המקצועיים ההדדיים ביניהם ומקום עבודתם, בפריפריה המוחלשת של המרחב האקדמי הישראלי, הוא התרשמותם מחשיבות הבעיות שביקש מזרחי לחקור, אשר יוצגו מיד, וכן הסכמה ניכרת בנוגע לקשיים ולאתגרים העקרוניים, התאורטיים והמתודולוגיים שבטענותיו. בסיומן של השיחות מצאנו תמימות דעים בנוגע לדרכים לתיקונם, והרי הן לפניכם.

ראשית, בטרם נציג את בעיית היסוד שבה עוסק מזרחי, עלינו להצהיר על השגותינו לגבי המונחים שבהם היא מנוסחת: מזרחי מכנה את כלל היהודים יוצאי ארצות האסלאם "מזרחים", ובכך מקבל על עצמו את אוצר המילים המהותני ההגמוני, שהחל משנות החמישים קיבץ תחת גג אחד יהודים יוצאי מצרים עם יהודים יוצאי עיראק ויהודים יוצאי מרוקו עם יהודים יוצאי תימן, וצירפם לציבורים אחרים כמו יוצאי ארצות הבלקן, וכל זאת כדי להנגידם לקבוצה אחרת שמכונה בשם שטחי לא פחות - "אשכנזים", הכוללת בעיקר לא־אשכנזים בבירור, שהרי רובם אינם ילידי אשכנז אלא יוצאי מזרח אירופה. אנו מקבלים מינוח זה בהסתתרות, ובין מירכאות, על מנת להדגיש את הבעייתיות הרבה שלו, ולא משום שאנו מסכימים לו, אלא משום שהוא מאפשר לנו להשיב למזרחי מבלי להגדיר מחדש את הבעיות שאותן הוא מבקש להעלות. נציין רק שנעשו צעדים חשובים לקראת הגדרה מחדש חיונית זו של בעיות היסוד, ובראשן ההיסטוריה של השימוש במושגים "מזרחים" ו"אשכנזים" ותפקידם החברתי והאידיאולוגי. למיטב הבנתנו, וכפי שנסביר להלן, בכך שמזרחי מקבל מינוח זה הוא מחמיץ הזדמנות פז לקדם את מטרתו החשובה ביותר: עידוד הפלורליזם האתני, המכבד את שאיפות ההתבדלות השונות של הקהילות המרכיבות את המרחב הישראלי.

אין פלא שמחקרו של מזרחי עורר שיח ציבורי סוער, ויתרונותיו של שיח זה ברורים לכל מי שעקב אחריו. הבעיה התאורטית המרכזית שעימה הוא מתעמת במאמרו היא זו: האם אפשר וראוי ליישם באופן עקבי ערכים ליברליים, ובראשם את הערך של סובלנות אוניברסלית כלפי כל אדם באשר הוא? ואולי אין בכך טעם, משום שערכים



אלה מנוגדים עקרונית לנטייתו של האדם, כל אדם, להעדיף את משפחתו ואת קהילתו הקרובה על פני זרים? האם ערכים אלה מבטאים צביעות המובנית בליברליזם? עוד בעיה תאורטית מרכזית שהוא מעלה היא זו: מהי הדרך היעילה לקידום של הערכים הליברליים, ובעיקר שוויון בזכויות יסוד ואחוות האנושות? נראה כי לדעת מזרחי הערכים הליברליים מתנגשים בשאיפות ההתבדלות והשימור העצמי של הקהילות השונות המרכיבות את המרחב הפלורליסטי הראוי, ואף דורסים אותן. לדעתו יש כאן קושי עקרוני, ולכן אולי כלל לא צריך לשאוף לטיפוח שאיפות אלה.

אין ספק שמאחורי שאלות תאורטיות אלה מסתתרות כמה מהבעיות הבערות והכואבות ביותר בחברה הישראלית, ולכן מחקרו של מזרחי עורר רגשות כה עזים ואף זכה לגרסה רבת תגובות בעיתונות היומית. מזרחי מבחין למשל כי קבוצת התומכים בערכי שוויון ואחוות האנושות בציבור הישראלי היא בעלת זהות מובהקת: רובה ככולה מורכבת מהצאצאים ה"אשכנזים" של האליטות הפריווילגיות, ילידי מרכז הארץ או הספך המיוחס (חברי קיבוצים ומושבים מבוססים). מדוע כך הוא הדבר? תוהה מזרחי. מדוע כה קשה להרחיב את גבולותיה של קבוצה מסוימת זו? מדוע מתנגדים ה"מזרחים" לערכי היסוד הליברליים, ולעיתים אף מבטאים כלפיהם בוז כצורה של צביעות "אשכנזית"? האם התנגדות זו מצביעה על כשל כלשהו באופן קידום של הערכים האוניברסליים בישראל? והאם זהו כשל עקרוני, או שערכים אלה מקודמים בארץ באופן שגוי?

כאמור, מזרחי מבחין שיהודים יוצאי ארצות האסלאם, בעיקר אלו הבאים מן הפריפריה ומרקע חברתי-כלכלי מוחלש, מתנגדים בדרך כלל לערכים של שוויון אוניברסלי (בפרט בין יהודים וערבים), ואף רואים בהם איום על זהותם המסורתית. קבוצה נרחבת ומגוונת זו, לדברי מזרחי, אינה מעוניינת באחוות האנושות, ולעיתים היא בזה למגמות המעודדות ערכי שוויון במופגן כיוון שהיא רואה בהן התחסדות וצביעות. על פני השטח, מציין מזרחי, נראה שתגובות כאלה מנוגדות לטובתה של קבוצת אוכלוסייה זו, ועל כל פנים כך תופס אותן הציבור האליטיסטי המבקש להציג בפניה את יתרונות הליברליזם, שלא לומר לחנך אותה לערכים ליברליים. זאת כמובן משום שנדמה כי יישום הנאות של ערכי השוויון השונים, וחיזוקם של מנגנוני הסיוע החברתיים והכלכליים לשכבות המוחלשות, הם הדרך הקצרה והיעילה ביותר לפתרון ההיבטים השונים של דיכוי החברתי והדרתן ממוקדי הכוח. אם כן, מדוע נוהג ציבור כה גדול באופן שנראה מנוגד לטובתו החברתית? האם ה"מזרחים" בחרו בעמדות אנטי-ליברליות מתוך אידאולוגיה, או נדחפו אליהן משום שהאליטות הישנות, שמסרבות לוותר על מעמדן הפריווילגי, השתלטו על המצע של שמאל בעל השקפה סוציאליסטית, אך מקדמות השקפה זו בשטחיות, כלפי חוץ בלבד, ללא יישום ממשי?

כיצד, אם בכלל, אפשר להחזיר את ה"מזרחים" לחיק הליברליזם? ומדוע הם חשים מנודים ובלתי רצויים בחיקו? האם יש בכלל ליברליזם עקבי? האם אפשר ליישמו בעקביות, או שהפגם העיקרי הוא באופן יישומו בישראל?

בזוג שאלות יישומיות אלה - בידודם החברתי של הליברלים המכונים "אשכנזים", והתנהלותם הפרדוקסלית מנקודת מבט כלכלית ותרבותית של הישראלים המכונים "מזרחים" - טמון עניין ניכר לציבור הישראלי. זוהי הזמנה כנה לדיון בסוגיה הניצבת במוקדה של כל מערכת בחירות בישראל מאז שנות השבעים: "השד העדתי". מדבריו של מזרחי עולה כי ראוי לנסח בעיית מוקד זו כך: מדוע ה"מזרחים" מן הפריפריה (הגיאוגרפית והחברתית-כלכלית) הישראלית מצביעים פעם אחר פעם למפלגות ימניות, המקדמות בגלוי מדיניות קפיטליסטית תוקפנית, אשר מאפשרת לאלויות הפרויליגיות הישנות לשמר את מעמדן, ואף להגדיל את הפערים בין הפריפריה למרכז, בין "מזרחים" ל"אשכנזים", בין עניים לעשירים, ובין ההמון לאלויות? ומדוע נמנעים ה"מזרחים" מהצבעה למפלגות השמאל, שמבטיחות שוב ושוב לקדם ערכים של שוויון ועזרה לחלש ולמוחלש, וטוענות כי רק כך הם עשויים להשיג יום אחד שוויון אזרחי מלא ושיפור משמעותי במיקומה של הפריפריה בסדר העדיפויות הכלכלי-חברתי?

לדעתנו, על מנת להבין כהלכה את המציאות שמזרחי מבקש לתאר, יש לראות שבניגוד לטענותיו ה"מזרחי" מרקע כלכלי מוחלש אינו אידאולוג שמרן המבקש להגן על מורשת אבותיו מפני אינדוקטרינציה אוניברסליסטית, אלא יותר מכול אופורטוניסט רעב, שפעמים רבות אין לו מה להפסיד ואין לו ערוץ אחר לפנות אליו. מזרחי, על פי פרשנותנו, מציג את אותו אדם כמי שדבק אידאולוגיה וקיומית במסורת שמרנית ועל כן הוא דוחה את ערכי הליברליזם. הוא רואה בדבקות אידאולוגית זו כמעט פילוסופיה פוליטית, הניצבת באומץ כנגד הערכים ה"לבנים" שמאיימים לבלעה. כדי לשפוט האם הוא צודק נתבונן בשני מקרים מרכזיים של היקלטות זהות אתנית במרחב התרבותי-פוליטי: הראשון הוא החרדי המזרחי בישראל, והשני הוא הצרפתי היהודי ממוצא צפון אפריקני.

החרדי המזרחי חשוב לענייננו משום הוויתור העצום הטמון בכניעתו הבולטת לסממניה התרבותיים של האורתודוקסיה המזרח אירופית ולערכיה הדורסניים. הוא אפילו מקבל על עצמו במקרים רבים את גחמותיה הפסולות של מערכת החינוך האליטיסטית שלה, שגזענותה הבוטה מפרה שוב ושוב את חוקי השוויון בישראל. דרעי וההולכים אחריו מבטיחים אולי להחזיר עטרה ליושנה, אך הם עושים זאת תוך שהם פושטים את הגלבייה הנאה של אביהם וסבם ולובשים במקומה שטריימל וקפוטתה של אבות וסבים לא להם. החרדי המזרחי נמצא, אם כן, במצב של אמביוולנטיות

עצומה, ניתוק משורשיו, ובמידה רבה משבר זהות, למרות, ולא בגלל, הצמא הגדול שלו למסורת אבות. הוא עשה כל זאת משום שנראה כי משבר הזהות, מאיים ככל שיהיה, יבטיח שיפור ממשי במעמדו החברתי. במילים פשוטות: הוא מטפס כמיטב יכולתו במעלה הסולם החברתי המוצע לו.

מנגד, אך באותו עניין, ניצבת יהדות צרפת שמוצאה צפון אפריקה. קבוצה זו כוללת את העידית הכלכלית התרבותית של יהדות צרפת בפרט ושל האינטלקטואליה הצרפתית בכלל, ומייצגת היטב את הערכים הליברליים האוניברסליים שלאורם חונכה. חשוב אולי מכול: יהדות זו לא מתכחשת לערכים המסורתיים, המייחדים ומבדילים אותה כמיעוט אתני בצרפת המודרנית. להפך, היא גאה בהם, משמרת אותם ורואה בהם חלק אינטגרלי מזכויותיה הליברליות, מה שסותר לחלוטין את האמירה חסרת היסוד "השיח הליברלי מבטל כל משמעות קבוצתית" (מזרחי, 2011, עמ' 63). הבחין בכך יפה שטרנהל (2020) במאמר התגובה שלו בעיתון **הארץ**. למעשה, הליברליזם של הצרפתי היהודי ממוצא צפון אפריקני דווקא דר בעקביות שלוה לצד תחושת ייחודיות אתנית חפה מכל צורך בהצטדקות. רק בישראל, שבה דרכם של יוצאי צפון אפריקה במעלה הסולם החברתי-תרבותי נחסמה פעמים כה רבות במלל אוניברסליסטי ריק מתוכן, מוצא הכבוד היחיד שנותר לקבוצה זו היה פיתוח עוינות למייצגיו של מלל זה. כך, בין השאר, נוצרה עוינותה של "מסעודה משדרות" לשמאל הקיבוצניקי ה"אשכנזי" ולערכיו. עוינות זו שלובה באהבת המסורת כמובן, אך אין לה דבר וחצי דבר עם הפילוסופיה הפוליטית הריאקציונית שמקדם מזרחי בשמה של מסעודה. ובאותה רוח, של ערנות למאבק ממוקד המטרה של מסעודה וחבריה, עלינו להבין גם את הבחירה שלה, המביסה עצמה לכאורה, בקפיטליזם הדורסני שמייצג הימין הישראלי: אין זו העדפה אידאולוגית מנומקת של מדיניות הדוגלת בהתכחשות בוטה לחלש על פני עזרה לו. זוהי הכרה בכך שאפילו הקפיטליזם הקיצוני נוסח אסכולת שיקגו בגרסתו הישראלית ה"ביביסטית" מעניק לפעמים ל"מזרחים מרקע חברתי-כלכלי מוחלש" הזדמנויות מסוימות לטפס בסולם, אשר אינן נופלות מאלו שהציעה להם מפא"י ההיסטורית, וכנראה עולות עליהן.

הסוגיה המהותית שעולה ממאמרו של מזרחי, כמו גם מהראיונות, היא עצם עקביותו של הליברליזם, כלומר: האם ניתן לקדמו באופן חף מסתירה? מזרחי נוהר מאוד שלא לבטא אנטי-ליברליות בוטה במאמר האקדמי (מזרחי, 2011, עמ' 69), אך בריאיון בעיתונות היומית לשונו משוחררת יותר. בזהירות הולכת ופוחתת הוא מערער בגלוי על עצם הלגיטימיות של הליברליזם כמשנה הומנית, כאילו העובדה שהציבור ה"מזרחי" בישראל מתנגד לליברליזם ואף עוין אותו היא עדות לכישלון שיטה זו.

לכן, חשוב להדגיש כי לדעתנו הליברליזם - שתמציתו היא סובלנות כלפי האחר ושוויון על פי חוק - לעולם אינו מנוגד לפלורליזם תרבותי. להפך: ליברליזם ראוי מכיל פלורליזם תרבותי, שכן זהו ביטוי לבחירה חופשית של סגנון חיים, שאותה הוא מעודד בשם הסובלנות וחופש הפרט. מובן שקיים כאן גם מתח: קשה מצד אחד להעדיף את בני משפחתנו, או את מי שחולקים עמנו מסורת אתנית, ומצד שני לשאוף בקנאות נטולת פניות לשוויון חברתי ותרבותי. אבל אין כאן סתירה: כל תרבות כוללת מתחים, שאילו היו מנוסחים בלשון הגיונית טהורה וחד־משמעית היו הופכים לפרדוקסים, ובכך נמדדת גדולתה. אמריקני פטריוט, למשל, עשוי להתגאות בכך שארצו מתירה למפגינים לשרוף את דגל ארצות הברית. הליברליזם הראוי מנוגד רק לרעיון שלפלורליזם תרבותי צריכה להתלוות היררכיה חברתית או חוקית, כלומר גזענות ואפרטהייד. שוויון בפני החוק הוא תנאי לדמוקרטיה, ולכן אנחנו משוכנעים כי כל מגמה אתנית מתבדלת מצד קבוצה שמקיימת זהות אתנית יציבה, המלווה בגזענות ובתחושת עליונות מובהקת, היא סכנה לדמוקרטיה. ברור שאם הציבור ה"מזרחי" (או ה"אשכנזי") מבטא גזענות כלפי כל קבוצה אתנית אחרת, הוא מסכן את הדמוקרטיה. האם מזרחי מעודד מגמה זו? אנו מתרשמים שהוא נמנע מהכרעה מפורשת בשאלה לא־נוחה זו, ובכך מתרשל בתפקידו.

פתחנו מאמר זה בגילוי נאות אישי לגבי מקומנו החברתי, בשולי העולם האקדמי, ואולי מן הדין גם לסיים בו. בתור אקדמאים העושים שנים רבות בין אקדמאים ברצונו להתריע על כך שהאקדמיה הישראלית, ובעיקר הפקולטות למדעי הרוח והחברה, היא מוקד מרכזי של האתגרים הליברליים עליהם הצבענו לעיל, ובפרט של המוסר הכפול שמאפיין את פעילות המחנה הליברלי הישראלי, שבעינינו היא יסוד מרכזי בקושי של ציבורים שונים להזדהות עם ערכיו. נדגיש שוב: הבעיה אינה הערכים עצמם, אלא הצביעות המלווה את יישומם. רוצה לומר, אקדמאים ישראלים רבים נוקטים עמדות ליברליות ראויות בנוגע להזדהות של מי שרוחק מהם, כגון יחסה של הממשלה לערבים פלסטינים אזרחי ישראל או לפלסטינים בשטחים הכבושים. עם זאת, יישום הערכים הליברליים של שקיפות וענייניות ללא משוא פנים במקום עבודתם עדיין עומד בפני אתגרים נכבדים. אין חולק על כך כי גם היום האקדמיה היא ברובה מרחב גברי אשכנזי (בלכמן, 2008; גיגי, נגר־רון ורזי, 2020), וגם מי שהם "אשכנזים" אך דור ראשון להשכלה הגבוהה לא ימצאו בה עבודה בנקל. האם מצב זה, שהרקע ההיסטורי לו ברור וידוע, משקף יישום הוגן של הערכים הליברליים? במילים אחרות, קל "לדבר ליברליזם" ולהטיף לו כשהוא נוגע לאחרים, אך קשה ליישמו בביתנו. קל יותר כנראה להפגין נגד עוולות בבלעין מאשר להילחם על קיום מכרז שוויוני וענייני, ללא משוא פנים, במחלקתנו. האם האקדמאים היושבים באותן ועדות קבלה נוהגים לפי הערכים

הליברליים שבהתעלמות מהם הם מאשימים את "מסעודה משדרות"? העוינות המזלזלת שאולי עולה בחלק מקוראינו למקרא שורות אלה, היא עדות למוסר הליברלי הכפול שבו אנו עוסקים עתה ושהוא עיקר דאגתנו. ראוי שהאקדמיה תשמש עמוד אש לפני המחנה הליברלי, דוגמה ומופת להטמעת ערכיו, ולדעתנו, כיוון שאין הדבר כך, כפילות ערכית זו תורמת רבות לחוסר האמון של השכבות המוחלשות והמודרות בליברליזם. בלתי אפשרי לקדם אידאולוגיה תרבותית בלי שהאליטות עצמן יקיימו אותן לחומרה, ומתוך אווירה של דוגמה ומופת. עלינו ליטול קורה מבין עינינו, כי נכפשו הדבר.

אך נניח לרגע לבעיית האי־שוויון באקדמיה, הפוגעת הן ברמתה האינטלקטואלית והן בשלמותה המוסרית, כאילו אינה אלא ביטוי של חוסר שלמות מובנה במערכות אנושיות - כפי שמתרצים זאת נציגי האוניברסיטאות. בכל זאת ניכר שהאוניברסיטה הישראלית, אולי יותר מכל מוסד אחר במדינה, מגלמת עדיין את הניגוד הבולט בין דעותיהם המוצהרות של נציגיה הבכירים ובין סביבת העבודה שעימה הסכימו, במקרה הטוב, בלא כל מאבק ציבורי ראוי לציון. כידוע, באוניברסיטה מועסקים עובדי ניקיון, שהם עובדי קבלן המנוצלים באורח מחפיר, ואפילו סגל ההוראה שלה כולל אחוזים גבוהים של מורים מן החוץ - מעין הכלאה בין עובדי קבלן קשי יום לאליטות אקדמיות, וזאת למרות התיקונים שנעשו במכללות סביב הסכם "סגל עמית", שאמור היה לשפר את מצבם של המורים מן החוץ. נוסף על כך מכשילים נציגיה פעם אחר פעם את מאבקם של עובדי המכללות להשוואת תנאיהם. כל אלה מעיבים על יומרתם של נציגי האוניברסיטאות לניקיון הכפיים ההומניסטי שהם מטיפים לו.

לסיכום, ברצוננו להודות לפרופסור מזרחי על שהעלה אל פני השטח בעיות מהותיות, הן בתאוריה הליברלית והן ביישומה בישראל. למדנו רבות ממאמרו ומן הדיון בו. עם זאת, לדעתנו, האופן שבו ניתח את ממצאיו האמפיריים עלול להטעות: יש להבין את ההתנגדות של ה"מזרחים" לליברליזם לא על רקע תאורטי עקרוני, אלא על רקע יישומו הלקוי במציאות הישראלית, שבו הם רואים, ובצדק, צורה של צביעות בשירות ההדרה - שהיא למעשה תכליתה. לכן, התיקון שאנו מציעים, בניגוד למזרחי, אינו דחיית הליברליזם, שבעינינו תהיה "השלכת התינוק עם המים", אלא יישום קפדני יותר שלו בביתנו, לצד הכרה באופייה הסיזיפי של משימה זו. כיצד עושים זאת בצורה המיטבית? זוהי השאלה הניצבת לפנינו כעת.

## רשימת המקורות

- בלכמן, י' (2008). דוח מחקר: על ההרכב האתני של אוניברסיטאות המחקר בישראל. **תיאוריה וביקורת**, 33, 191-197.
- גיגי, מ', יהודה, ע', נגרו, ס' ורזי, ת' (2020). **דוח מחקר: מגוון לאומי, אתני, מגדרי ומרחבי בקרב הסגל והסטודנטים במכללה האקדמית ספיר**. המכללה האקדמית ספיר ותקווה ישראלית.
- לנדסמן, ק' (2019, 26 בדצמבר). בוחרי הליכוד מפגרים? אתם רציניים? תבינו, הפתרון של השמאל הוא הבעיה. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/magazine/.premium-MAGAZINE-1.8317698>
- מזרחי, נ' (2011). מעבר לגן ולג'ונגל: על גבולותיו החברתיים של שיח זכויות-האדם בישראל. **מעשי משפט**, 1, 51-74.
- שטרנהל, ז' (2020, 9 בינואר). מות השמאל או מות הסוציולוגיה. **הארץ**. <https://www.haaretz.co.il/opinions/.premium-1.8377798>
- Halbfinger, M. D. (2020, December 19). To understand red-state America, he urges a look at red-state Israel. *New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/12/18/world/middleeast/israel-mizrahim-netanyahu.html>

חסה

# סנקציות דיגיטליות: כוחם העולה של שידותי אינטרנט מסחריים כשופטים ונשוטרים בזירה הגאופוליטית

אסף וינר ואייל זילברמן\*

חבוא ורקע

מאז שהחלה הפלישה הרוסית לאוקראינה, תשומת הלב הציבורית והמחקרית התמקדה בסנקציות הכלכליות יוצאות הדופן שהוטלו על המדינה (כגון ניתוק ממערכת הסליקה swift או הקפאת חשבונות ונכסים), ובשאלה האם די בהן כדי לשנות את המדיניות הרוסית. עם זאת, להבדיל ממקרי עבר, העימות הנוכחי מלווה בתהליכים רחבי היקף של גיבוש והטלת סנקציות דיגיטליות חסרות תקדים בעצמתן, שאותן הטילו מגוון גופי תשתית ושירותים מקוונים. כבר עם תחילת הלחימה הפכה החזית הדיגיטלית לכלי משחק גאופוליטי בקנה מידה שטרם נראה בזירה העולמית.

נדמה שלסנקציות האלו יש השפעה נכבדת על ההתנהלות של הקרמלין, דבר הבא לידי ביטוי בפעולות הנקם שיזמה המדינה נגד גופים שבחרו להשתמש בכלי זה (Culliford, 2022b). בדומה לסנקציות כלכליות, גם אלה הדיגיטליות אינן נחלתן של מדינות בלבד, שכן חברות וארגונים פרטיים יכולים להשפיע רבות על יכולתם של תושבי רוסיה לגלוש באינטרנט ולהתחבר לשירותים שונים דרכו.

על רקע זה, במסה הנוכחית ננתח את הסוגים השונים של "סנקציות דיגיטליות" שמוסדות שונים בזירה הבין-לאומית יכולים להטיל על מדינות כאמצעי לחץ כלכלי-חברתי. כמו כן, נראה כיצד התגייסותם הנרחבת של גופים פרטיים להטלת סנקציות

\* ד"ר אסף וינר, סמנכ"ל רגולציה ומדיניות, איגוד האינטרנט הישראלי, [asaf@isoc.org.il](mailto:asaf@isoc.org.il)  
אייל זילברמן, המרכז למדיניות סייבר, אוניברסיטת סטנפורד, [zilberman.ey@gmail.com](mailto:zilberman.ey@gmail.com)

מגלמת תהליך של זניחת האתוס של מחויבות לניטרליות ביחס לאינטרנט והחיבוריות העולמית שלו.

## ניטרליות כערך ועקרון פעולה של האינטרנט בתור תשתית לחיבוריות עולמית

בדומה לערך השוויון, עקרון הניטרליות במובנו המסורתי מתייחס לחובתו של השלטון בדמוקרטיה ליברליות לשמור על ניטרליות בנוגע לתפיסות שונות של טוב (מדינה, 2016, עמ' 440-442). בד בבד, במהלך המאה ה-20 התבססה תפיסה ציבורית ומשפטית כי אמצעי התקשורת האלקטרוניים, כגון רדיו וטלוויזיה, מחויבים בניטרליות, אובייקטיביות וגיוון דעות (ברק, 2000, עמ' 548-549; Schejter, 1998). הדוגמה המובהקת לכך היא דוקטרינת ההגינות, המחייבת את שידורי הטלוויזיה והרדיו לשמור על ניטרליות בעת העברת מידע בעל חשיבות ציבורית. העיקרון הבסיסי של ערך הניטרליות באמצעי התקשורת האלקטרוניים הוא שהם אינם רק "דוברים", כלומר יוצרי תכנים ומסרים, אלא במה או תשתית לביטוי גם עבור מי שאינו הבעלים שלה (Schejter, 1998).

עם התבססות האינטרנט המסחרי בראשית המאה ה-21, התפתחה מחויבותן של קהילת האינטרנט וחברות טכנולוגיה מובילות לעקרון ניטרליות הרשת (net neutrality), שעל פיו שירותי תשתית האינטרנט מנועים מלהגביל או לתעדף תעבורת רשת בהתבסס על סוג התעבורה, תוכנה או הגורם האחראי לה (Schejter & Yemini, 2007). גורמים מרכזיים בקהילת האינטרנט העולמית התחייבו לעקרון ניטרליות הרשת בנוגע לשירותי תשתית וגישה וקידמו אותו, החל באבות המייסדים של האינטרנט כגון וינטון סרף (Cerf) וטים ברנס-לי (Berners-Lee), עבור באגודה האמריקנית לזכויות האזרח וה־EFF (Electronic Frontier Foundation), וכלה בענקיות הטכנולוגיה המסחריות כגון גוגל, מיקרוסופט, פייסבוק ואמזון (Frieden, 2015).

עם זאת, כפי שנראה להלן, התגייסותם הנרחבת של גופי אינטרנט מערביים להטלת סנקציות דיגיטליות כצעד "ענישת" נגד מדינות והשימושים שלהן ברשת, עקב קביעה ששימושים אלה פסולים מבחינה מוסרית או ערכית, מלמדת על זניחת אתוס הניטרליות, שהיה עבורם עקרון יסוד עד כה.

## סנקציות דיגיטליות שמפעילים גופים פרטיים, תוך זניחת עקרון הניטרליות

### סנקציות דיגיטליות שמחילים אתרים ושירותים מקוונים מסחריים

הסוג המוכר ביותר של סנקציות דיגיטליות נמצא בשליטתם של ארגונים וחברות פרטיות המספקים שירותים דרך האינטרנט או שעיקר פעילותם מתרחשת במרחב הדיגיטלי. דוגמה מובהקת לכך היא הרשתות החברתיות, כגון פייסבוק וטוויטר, אשר



אין חולק על יכולתן להשפיע על השיח העולמי בנוגע להתרחשויות גאופוליטיות. בהקשר של הלחימה באוקראינה, פלטפורמות אלה יכלו, לדוגמה, לחסום את הגישה לדפים של ערוצי תעמולה רוסיים, ובראשם RT ו-Sputnik, ולעשות זאת באופן גלובלי, כולל במדינה שבה הערוצים מספקים את השירות החשוב ביותר לפוטין - רוסיה עצמה.

כל הפלטפורמות, ללא יוצא מן הכלל, נמנעו מלעשות זאת, והסתפקו בפעולות רכות לצמצום התפוצה של ערוצי התעמולה, כגון מניעת פרסומים ממומנים או ביצוע בדיקת עובדות לתכנים שהועלו (Heath, 2022). שלא כמו בעבר, ההסברים של ראשי הפלטפורמות להימנעותם מסנקציות חריפות יותר לא התמקדו בחשיבות השמירה על המרחב הניטרלי ברשת לביטוי תפיסות עולם שונות - עובדה שמעידה כשלעצמה שהם מבינים כי טיעון זה מתחיל לאבד מכוחו. במקום זאת, הם טענו שמניעת הגישה לערוציהם תגרום לפוטין לחסום את הפלטפורמות לחלוטין, ואם יעשה זאת לא תהיה עוד דרך להעביר לתושבי רוסיה מידע מהימן על המתרחש באוקראינה. בסופו של דבר, הפלטפורמות גם נחסמו בידי הממשל הרוסי וגם הפסידו את הזדמנות להשפיע על השיח הפנים-רוסי.

אין זו הפעם הראשונה שהרשתות החברתיות מחמיצות הזדמנות להשפעה מבוקרת על הסדר העולמי, בשונה מההשפעה היום-יומית הבלתי נשלטת שהן מנסות למנוע. קדמו לכך העלמת עין מההסתה ברשת כנגד בני הרוהינגיה במיאנמר, אוזלת יד נוכח השפעתם של מדינות זרות על מהלכים דמוקרטיים פנימיים, והגנה על זכותם של גורמים המערערים את היציבות העולמית להפיץ מסרים בפלטפורמות אלו. נדמה כי בכל מקום שבו יכלו ראשי הפלטפורמות להשתמש בסנקציות דיגיטליות הם הבינו זאת באיחור, הטילו את הסנקציה כשכבר היה מאוחר, או איבדו את יכולתם להטילה.

כמובן, לא רק הרשתות החברתיות יכולות להשית סנקציות דיגיטליות על מדינה המסכנת את היציבות העולמית. בפועל, כל חברת שירותי אינטרנט, או בעלת אתר אינטרנט, יכולה למנוע גישה של גולשים רוסים. מידת ההשפעה של מהלך כזה על הרחוב הרוסי תלויה כמובן בזהות החברה, אבל הכוח הקיבוצי של חברות אינו זניח. אפשר לדמיין, לדוגמה, כיצד ניתוק מוחלט של רוסיה מכל אתר משחקים גלובלי ישפיע על מודעותם של צעירים רוסים למתרחש מעבר לגבול. האם הדבר יטה את הכף באופן שישיע על מהלכים גאופוליטיים גלובליים? ככל הנראה לא. האם צעד כזה תואם במידה רבה את רוח הסנקציות הכלכליות שהטילו מדינות העולם ואת מטרותיהן? קרוב לוודאי שכן.

## סנקציות דיגיטליות שחטילים ספקי תשתית אינטרנט מסחריים

בעוד אתרים או פלטפורמות אינטרנט הטילו סנקציות דיגיטליות במידה מסוימת גם בעבר, הרעיון שגופי תשתית האינטרנט המסחריים (שירותי תעבורה וניתוב, backbone) מסוגלים ומתבקשים לפעול בצורה דומה הוא חידוש משמעותי.

עד הפלישה הרוסית לאוקראינה שלט קונצנזוס כמעט בלתי מעורער שחברות התשתית, האחראיות לשרתי אחסון ולתפעול תעבורת הרשת, צריכות לשמור על ניטרליות מוחלטת בפעילותן (Langvardt, 2017). חברות אלה נותרו מחוץ לשיח על ניהול תוכן האינטרנט, בלי קשר לזהותם של המשתמשים בהן או לסוג התוכן המאוחסן בהן או מועבר דרכן, וכמעט מעולם לא התבקשו לבחור צד. אתוס הניטרליות היה משמעותי עד כדי כך שכאשר חברת תשתית האינטרנט Cloudflare הודיעה שהיא מפסיקה, באופן חסר תקדים, להפנות תעבורה לשרתי האתר הגזעני *The Daily Stormer*, מנכ"ל החברה סיפר שאחד מעובדיו שאל אם זה היום שבו האינטרנט מת (Prince, 2017). גם אם מדובר בפאתוס רטורי, השאלה מדגימה את הלך הרוח ששרר בחברות התשתית באשר להיותן ספקים ניטראליים.

ובכל זאת, התוקפנות הרוסית הצליחה לערער את הקונצנזוס הזה. לאחר כשבוע של לחימה, ספקיות תשתיות אינטרנט פרטיות (internet backbone) דוגמת Cogent ו-Lumen החלו להודיע שיתקו משירותיהן ארגונים בבעלות רוסית, דבר שיקשה על הממשל והאזרחים ברוסיה לשמר את הגישה לאינטרנט (Roth, 2022; Vincent, 2022). נראה שהן בחרו לאמץ גישה חדשה בנוגע לניטרליות של תשתית האינטרנט: אם ניטרליות זו נועדה להגן על ערכים דיגיטליים בסיסיים, כגון גישה חופשית למידע, הגנה על פרטיות ויצירת מרחב שיח פתוח ובלתי מסונן, אזי כאשר הערכים הללו מותקפים תוך כדי ניצול שלה לרעה, ייתכן שהדרך לשמור על קיום האינטרנט ככלי חופשי ומעצים היא הצבת גבולות לניטרליות שבבסיסו.

חשוב לציין שלא כולם מסכימים עם שינוי התפיסה הזה. גם כיום, ניטרליות ברמת התשתית היא הגישה השלטת בשיח על סנקציות דיגיטליות, כפי שביקשו להבהיר הגופים הציבוריים המתאמים את פעולתו של האינטרנט העולמי. החשוב שבהם הוא ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) ("כתובות אתרים") וכתובות IP ברמה העולמית (Becker, 2019). מבין פונקציות התשתית ש-ICANN מנהל, הרלוונטית לענייננו היא הפעלת שרתי השרש של מערכת כתובות האינטרנט העולמית (Domain Name System), אשר מאפשרים לכל גולש ומכשיר לגשת למידע או שירותים באמצעות כתובות טקסט, למשל isoc.org.il או sputnik.ru

(איגוד האינטרנט הישראלי, ללא תאריך). אוקראינה פנתה ל־ICANN בדרישה לנתק את רוסיה ממערכות ניתוב האינטרנט העולמיות (DNS), כך שלא תתאפשר גישה משום מקום בעולם לאתרים או שירותים עם סיומת .ru או .uk, ותוגבל גישתם של משתמשים ברוסיה לאתרים מחוץ למדינה. הארגון דחה בקשה זו והצהיר: "התפקיד שלנו אינו כולל נקיטת צעדים ענישתיים, הטלת סנקציות, או מניעת גישה לאינטרנט - ללא קשר לאופי הפרובוקציה" (התרגום שלנו, המחברים) (Marby, 2022). עמדה דומה ביטא ה־Internet Society, ארגון ללא כוונת רווח המפעיל מגוון מיזמים לקידום גישה אוניברסלית לאינטרנט, וסניפיו פוזרים ביותר ממאה מדינות ברחבי העולם (Sullivan, 2022).

## סנקציות דיגיטליות שמפעילים גופי מחשלב בזירה הבין־לאומית, תוך זניחת עקרונות הניטרליות

בשבועיים הראשונים של הלחימה, מדינות וארגונים רב־לאומיים נמנעו מהטלת סנקציות דיגיטליות על רוסיה. עם זאת, האיחוד האירופי לא זנח לחלוטין את המרחב הדיגיטלי. במסגרת המאמץ להגביל את השפעת התעמולה הרוסית על דעת הקהל העולמית, הודיע האיחוד כי הסנקציות הכלכליות המונעות מסחר עם רוסיה חלות גם על פלטפורמות דיגיטליות המעניקות במה לערוצי תעמולה רוסיים, ובראשם RT וספוטיניק. משמעות הדבר היא שעל כל גוף שבאמצעותו יכלו תושבי האיחוד לקבל מידע מערוצים אלה, כולל ספקי טלוויזיה, רשתות חברתיות ומנועי חיפוש, הוטלה חובה להגביל את הגישה אליהם ביבשת (Lumen, 2022). בעקבות זאת, פלטפורמות תוכן רבות, ובראשן פייסבוק וטוויטר, הודיעו שיחסמו את הגישה לחשבונות של ערוצים אלה בגבולות האיחוד האירופי, שם יש להנחיה זו תוקף משפטי (Culliford, 2022a).

כשבוע לאחר מכן פרסמה גוגל מכתב שקיבלה מנציבות האיחוד האירופי, וממנו עולה כי השלכותיהן של הסנקציות הדיגיטליות שקבע האיחוד נרחבות בהרבה (Lumen, 2022). הנציבות הורתה לגוגל, כתברה המפעילה את הפלטפורמה החברתית יוטיוב, לפעול באופן דומה לפייסבוק ולטוויטר ולהסיר תוכן שמעלים הערוצים RT ו־Sputnik. אולם המכתב כלל שתי הוראות נוספות, הנחשבות חריגות ושנויות במחלוקת: **ראשית, להסיר את האתרים של ערוצי התעמולה מתוצאות מנוע החיפוש גוגל, כך שתוצאות החיפוש של המונחים "Russia Today" או "Sputnik" בתוך מדינות האיחוד לא יכללו קישורים לאתרי הערוצים.** על פניו, זוהי הוראה נרחבת בהרבה מההנחיה המקורית. הסרת אתרי הערוצים מתוצאות חיפושם הגבילה מאוד את הגישה אליהם דה־פקטו, וזאת למרות שההנחיה לא כללה איסור גישה לאתרי הערוצים עצמם, אלא רק איסור על הצגת תכנים שהם מפיקים באתרים של גופים בעלי נוכחות במדינות האיחוד האירופי.

שנית, במכתב הופיעה דרישה מפלטפורמות חברתיות לאתר ולהסיר לא רק תוכן שהעלו ערוצי התעמולה עצמם, אלא גם תוכן של אותם ערוצים שהעלו משתמשים אחרים. כאמור, הוראה זו לא נכללה במפורש בלשון ההנחיה המקורית, ויתרה מכך, האיחוד לא פרסם שדרש מהפלטפורמות השונות ליישמה, אף על פי שיש לה השלכות מרחיקות לכת על המשך החסינות לה זוכות הפלטפורמות מפני אחריות פלילית או אזרחית לתוכן שמעלים גורמי צד שלישי.

על אף קיומו של דיון ציבורי ופרלמנטרי ער באשר לאיסור המופיע ב־E-Commerce Directive ולחסינות שמקבלות הפלטפורמות, עד היום לא שונה החוק, והטלת חובת ניטור כזו היא צעד חריג מאוד (Barata, 2021). מסיבה זו, הוראת האיחוד כפי שפרסמה גוגל היא תקדים שמשמעויותיו חורגות בהרבה משאלת הגישה לתוכן תעמולה רוסי. אף על פי כן, דרישה זו, כמו ההוראה להסיר אתרים מסוימים מתוצאות חיפוש, לא פורסמה במפורש כחלק מהנחיית האיחוד הפומבית. חוקרים וגורמי חברה אזרחית רבים מתחו ביקורת על התנהלותה של נציבות האיחוד במקרה זה, והדגישו כי מלבד שאלת הלגיטימיות של ההוראות, יש למחות על היעדר השקיפות בנושא שהשלכותיו הרות גורל לעתידו של חופש הביטוי ברשת (McIntyre, 2022).

## חבט לעתיד

כיום, בעולם כולו שוררת הבנה שלמרות התפיסה הרווחת שהאינטרנט הוא כלי מבוזר, שאינו בשליטת אף גורם מרכזי, ישנם גופים בין־לאומיים, מסחריים ולא־מסחריים, שיכולים לבטל שירותים מקוונים או להגביל תעבורת אינטרנט מכל סוג שהוא אל מדינה או ממנה. כאשר גורמי ממשל משתפים פעולה עם חברות הטכנולוגיה הפרטיות המסחריות, סנקציות דיגיטליות יכולות לשמש כלי שהשפעתו דומה להשפעתן של סנקציות כלכליות, המקובלות בזירה הדיפלומטית מזה שנים רבות; ונדמה שבעקבות הפלישה הרוסית לאוקראינה כל השחקנים מבינים זאת כעת יותר מאי פעם. השאלות המרכזיות שעולות כיום אינן האם יש להשתמש בסנקציות דיגיטליות נגד רוסיה, אלא האם ראוי שהשימוש בהן יהיה תקדים לעתיד, ומהו הקו האדום שאותו אין לעבור.

באשר לשאלה הראשונה, ימים יגידו. סביב המלחמה באוקראינה נוצר קונצנזוס עולמי יוצא דופן, ומדינות רבות ברחבי הגלובוס בחרו לצאת נגד רוסיה (United Nations, 2022). מובן מאליו, אם כן, שגם לגורמים פרטיים היה נוח לעשות זאת בהקשר הנוכחי, אך ספק אם בעתיד, במקרים שבהם הקו בין טוב לרע יהיה פחות ברור, הם יפעלו באותו אופן. בכל מקרה, הם מציבים את עצמם בעמדה רגישה, שכן סביר להניח שהתקדים הרוסי ישמש בעתיד ארגוני חברה אזרחית כדי לדרוש הטלת סנקציות דומות על מדינות אחרות, כולל ישראל.

באשר לשאלה השנייה, על גבולות הסנקציות הדיגיטליות, נדמה שהיום, יותר מתמיד, הגבולות הללו אינם ברורים, והדיון על אודותיהם חיוני. למרות הפיתוי להשתמש בנשק לא קונבנציונלי כדי להכריע מעצמה תוקפנית, ניתוק מדינה שלמה מהאינטרנט הוא צעד מסוכן וחסר תקדים. הגנה על אופייה הייחודי של הרשת, כתשתית גלובלית המחברת את הגולשים לעולם הרחב, מחייבת שמירה על אופיים הניטרלי של גופי התשתית. זאת, לא מתוך אדישות או אי-התערבות נוסח שווייץ, אלא כדי לשמור על מהותו החופשית והמחברת של האינטרנט.

ניתוקה של רוסיה מהמרחב הדיגיטלי העולמי הוא סנקציה אשר השימוש התקדימי בה מסוכן וצריך להיחשב לנשק יום הדין. ואכן, בימים אלו דומה שאותו "יום דין" הולך וקרב - אך בטרם יגיע, יש להכיר ביכולתם של מדינות, ארגונים רב-לאומיים וגורמים פרטיים-מסחריים להשית סנקציה מעין זו, ולהבין האם ומתי לפעול כך.

## רשימת המקורות

- <https://www.isoc.org/il/domain-name-registry/domain-name>  
 ברק, א' (2000). **מבחר כתבים**. נבו.  
 מדינה, ב' (2016). **דיני זכויות האדם בישראל**. נבו.
- Barata, J. (2021, March 2). *The digital services act and the reproduction of old confusions*. Verfassungblog. <https://verfassungsblog.de/dsa-confusions/>
- Becker, M. (2019). When public principals give up control over private agents: The new independence of ICANN in internet governance. *Regulation & Governance*, 13(4), 561-576.
- Culliford, E. (2022a, February 28). *Facebook owner Meta will block access to Russia's RT, Sputnik in EU*. Reuters. <https://www.reuters.com/business/media-telecom/facebook-owner-meta-will-block-access-russias-rt-sputnik-eu-2022-02-28/>
- Culliford, E. (2022b, March 4). *Russia blocks Facebook, accusing it of restricting access to Russian media*. Reuters. <https://www.reuters.com/business/media-telecom/russia-blocks-facebook-accusing-it-restricting-access-russian-media-2022-03-04/>
- Frieden, R. (2015). What's new in the network neutrality debate. *Michigan State Law Review*, 1, 739-786.
- Heath, A. (2022, March 1). *Facebook has stopped recommending Russian state media globally*. The Verge. <https://www.theverge.com/2022/3/1/22956532/facebook-russian-state-media-global-recommendation-suspension>
- Langvardt, K. (2017). Regulating online content moderation. *Georgetown Law Journal*, 106, 1353-1388.
- Lumen (2022). *Government request removal complaint to Google*. Lumen Database. <https://www.lumendatabase.org/notices/26927483>
- Marby, G. (2022, March 2). *Letter to Mykhailo Fedorov, Deputy Prime Minister and Minister of Digital Transformation of Ukraine*. ICANN. <https://www.icann.org/en/system/files/correspondence/marby-to-fedorov-02mar22-en.pdf>
- McIntyre, TJ [@tjmcintyre]. (2022, March 9). *Remarkable news for tech law nerds* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/tjmcintyre/status/1501594050478153739>
- Prince, M. (2017, August 16). Why we terminated Daily Stormer. *Cloudflare Blog*. <https://blog.cloudflare.com/why-we-terminated-daily-stormer/>

- Roth, E. (2022, March 5). *Internet backbone provider shuts off service in Russia*. The Verge. <https://www.theverge.com/2022/3/5/22962822/internet-backbone-provider-cogent-shuts-off-service-russia>
- Schejter, A. M. (1998). The fairness doctrine is dead and living in Israel. *Federal Communication Law Journal*, 51, 281-302.
- Schejter, A. M., & Yemini, M. (2007). Justice, and only justice, you shall pursue: Network neutrality, the first amendment and John Rawls's theory of justice. *Michigan Telecommunication & Technology Law Review*, 14, 137-174.
- Sullivan, A. (2022, March 2). *Why the world must resist calls to undermine the internet*. Internet Society. <https://www.internetsociety.org/blog/2022/03/why-the-world-must-resist-calls-to-undermine-the-internet/>
- United Nations (2022, March 2). *General Assembly resolution demands end to Russian offensive in Ukraine*. UN News. <https://news.un.org/en/story/2022/03/1113152>
- Vincent, J. (2022, March 9). *Another US internet backbone provider is shutting down services in Russia*. The Verge. <https://www.theverge.com/2022/3/9/22968634/lumen-internet-backbone-provider-shutting-down-russia-digital-iron-curtain>

# בשדה מחקר התקשורת: דו"חות מחקר



## דוח מחקר

# עושות ועושים חדשות בישראל בתקופת הקורונה: נשים בחדשות – ממצאי פרויקט ניטור התקשורת הבין- לאומי, 2020

עינת לחובר וסופיה חייטין\*

## תקציר

דוח זה מציג את ממצאי הפעימה השישית של מחקר ה-GMMP (Global Media Monitoring Project), פרויקט ניטור תקשורת בינלאומי המתקיים מדי חמש שנים מאז 1995 ובוחר את מקומן של נשים בחדשות. על בסיס קידוד כמותי של ידיעות חדשותיות ("אייטמים") בכלי התקשורת המרכזיים בישראל (בעברית ובערבית), שנערך בספטמבר 2020, בתקופת סגר עקב מגפת הקורונה, הדוח מראה כי נשים בחדשות נותרו בתת-ייצוג במושאי הסיקור, בקרב המקורות ובקרב אנשי החדשות. במחקר נמצא כי שיעור הנשים מתוך כלל האנשים המסקרים בחדשות הוא 16% ושיעור העיתונאיות מתוך כלל אנשי התקשורת הוא 38%. בחינת הממצאים בהשוואה לשנים קודמות מראה כי ב-2020 חלה ירידה משמעותית או סטגנציה במרבית המדדים שנבחנו, וזאת על אף מגמות של עלייה בייצוג נשים בחדשות בישראל לאורך השנים. השוואה לנתוני הממוצע הבינלאומי אינה מחמיאה לישראל: ציון ה-GEM-I שלה (מדד השוויון המגדרי, כאשר 0 מציין שוויון מלא) הוא -79.8. ניתוח הממצאים מלמד שהאי-שוויון המגדרי בחדשות בישראל בסיסי ועיקש, וככל הנראה אף העמיק כתוצאה ממשבר הקורונה.

\* פרופ' עינת לחובר, המכללה האקדמית ספיר, [einatl@mail.sapir.ac.il](mailto:einatl@mail.sapir.ac.il)  
סופיה חייטין, אוניברסיטת חיפה, [sofiahaytin@gmail.com](mailto:sofiahaytin@gmail.com)

## רקע

ב־29 בספטמבר 2020, יותר מחצי שנה לאחר פרוץ מגפת הקורונה, עסקו צוותי חדשות ברחבי העולם בשגרת עבודתם, אך למשתתפים ומשתתפות במחקר ניטור אמצעי התקשורת שהתקיים ביותר מ-100 מדינות לא היה זה יום שגרת. ביום זה התקיימה הפעימה השישית של פרויקט המחקר הגלובלי (GMMP, Global Media Monitoring Project), שמאז ועידת הנשים העולמית בבייג'ין ב־1995 נערך מדי חמש שנים.<sup>1</sup> הפרויקט נועד לבחון באופן שיטתי את דרכי הייצוג של נשים וגברים בחדשות העולם. המועד המקורי של יום הניטור נקבע לסוף מרץ 2020, אך מכיוון שבמועד זה רבות מהמדינות המשתתפות היו נתונות בסגר הוחלט לדחות אותו בחצי שנה, בתקווה שעד אז המגפה תחלוף.

אך גם ביום הניטור החדש הייתה ישראל בסגר, ולכן הנושאים העיקריים על סדר היום נגעו למגפה, להתמודדות עימה ולסגר עצמו - בדגש על הפרות של תקנות החירום, בעיקר בידי חרדים, ועל מחאות נגד המגבלות שהממשלה הטילה. ברקע חלק מהמחאות עמדה הנחיית הממשלה להגביל הפגנות, מגבלה שחלקים מהציבור פירשו כצעד פוליטי שנועד לשמר את שלטונו של ראש הממשלה דאז בנימין נתניהו. מעמדו הפוליטי של נתניהו החל להתערער עקב חוסר הצלחתו לייצר רוב קואליציוני שנשען על "שותפיו הטבעיים" (נתניהו החזיק במשרת ראש הממשלה מכוח הסכם "ממשלת חילופים" עם מפלגת יריבו לשעבר בני גנץ), וכן עקב הצטברות כתבי האישום נגדו בגין שוחד, מרמה והפרת אמונים. נושאים אחרים על סדר היום היו חדשות החוץ: הלחימה בגבול נגורנו־קראבך, העימות בין המתמודדים לנשיאות ארצות הברית וחשיפת חובותיו של נשיא ארצות הברית דאז דונלד טראמפ.

בתחום המגדר, הסיפור המרכזי ביום הניטור היה של אלימות במשפחה: כשבועיים קודם לכן בעלה של שירה איסקוב תקף אותה באלימות וניסה לרצוח אותה, אך היא שרדה ונותרה פצועה קשה. האירוע זכה לתשומת לב תקשורתית רחבה, בין היתר בשל צו איסור פרסום מטעם בית המשפט, שמנע את פרסום שמו של התוקף מחשש לפגיעה בקריירה שלו ובמשפחתו. ב־29 בספטמבר 2020, לאחר מחאה ציבורית, הוסר צו איסור הפרסום, ושמו של אביעד משה נחשף. יש לציין שהסיפור התפרסם בשעות אחר הצהריים המאוחרות, ועל כן נעדר מהדיווח בעיתונים וברדיו (רק מהדורות הבוקר ברדיו נוטרו).

## רציונל

החדשות הן המקור המרכזי למידע ולפרשנות ברחבי העולם. לפיכך, יש משקל רב לבחירת האנשים והאירועים שייצגו בסיקור החדשותי ולאופן שבו ייוצגו – וחשוב לא פחות לבחון מה נשאר מחוץ לסיקור החדשותי ואינו מופיע בו. לפני שני עשורים וחצי, כשפרויקט הניטור הגלובלי התקיים לראשונה, בכל מקום שפנינו אליו ברחבי העולם גילינו כי החדשות בו מיוצרות בעיקר בידי גברים, וכי נשים היו פחות מחמישית מהמרואינים ומהאנשים מושאי הידיעות (17%). אך מאז 1995 השתנתה תעשיית החדשות באופן מהותי במדינות רבות, ובכלל זה ישראל: התפתחו שירותי חדשות בין-לאומיים, עיתונות מקוונת ועוד. כל אלה קירבו את החדשות יותר ויותר לאנשים ברחבי העולם. האם השינוי שהתרחש היה רק בנגישות החדשות? באיזה מידה חלו השינויים גם בתוכן החדשות: האנשים המופיעים בהן, הנושאים המסוקרים, הסיפורים, סדרי העדיפויות וסולמות הערכים שהן שיקפו?

בפעימה זו של המחקר נטיל זרקור מיוחד על השלכות משבר הקורונה על מאפייני הסיקור המגדרי של החדשות.

## המחקר

פרויקט ניטור התקשורת ייחודי הודות לשנות קיומו הרבות ולמספר הגבוה של המדינות המשתתפות בו. ב־2020 נאסף המידע ב־116 מדינות, באמצעות צוותי עבודה שהשתמשו כולם באותם כלי מחקר (בשפה או בשפות המקומיות בכל מדינה). בסך־הכול תועדו ונותחו 30,172 ידיעות חדשותיות בטלוויזיה, ברדיו, ובעיתונות המודפסת והמקוונת בעולם, ובמדינות רבות גם בטוויטר. הממצא המרכזי בשנת 2020 מראה כי על אף שיפורים נקודתיים ומוגבלים, קצב ההתקדמות לשוויון מגדרי באמצעי התקשורת נותר כמעט ללא תנועה. הדוח הבין-לאומי של GMMP קובע כי בקצב ההתקדמות הנוכחי יידרשו עוד 67 שנים עד לשוויון מגדרי בחדשות. בעקבות מגפת הקורונה, נושאי המדע והבריאות, שבדרך כלל זוכים לסיקור נמוך משמעותית ביחס לנושאים כמו פוליטיקה וכלכלה, הפכו מרכזיים ביותר, אך חלקן של נשים בסיקורי המדע והבריאות ירד בהשוואה למדידות קודמות. עוד קובע הדוח כי מבחינה כמותית, נוכחותן של נשים בידיעות הקשורות ישירות למגפת הקורונה (כמושאי סיקור, כמקורות וכעיתונאיות) היה אומנם גדול יותר מחלקן בידיעות שאינן קשורות למגפה, אך מבחינה איכותית המצב טעון שיפור; ידיעות הקשורות למשבר הקורונה נטו פחות להדגיש נושאים של אי־שוויון או לאתגר סטראוטיפים מגדריים מידיעות אחרות.

בישראל נוטרו ארבע מהדורות החדשות המרכזיות בארבעת ערוצי הטלוויזיה: ערוץ 11, ערוץ 12, ערוץ 13 (בעברית) וערוץ 33 (החדשות בערבית); שלוש מהדורות חדשות מרכזיות ברדיו: מהדורות חדשות הבוקר ברשת ב ובגלי צה"ל (בעברית) ומהדורת אחר הצהריים ברדיו א-שמס (בערבית); ועמודי החדשות בעיתונות היומית המרכזית: **ישראל היום**, **ידיעות אחרונות**, **מעריב**, **והארץ**. כמו כן נוטרו עמודי חדשות האינטרנט בארבעת אתרי החדשות: **וואלה!**, **ynet**, **הארץ** (בעברית) ו-**Panet** (בערבית); וחשבונות הטוויטר של שלושת כלי התקשורת המרכזיים כאן חדשות, חדשות 12 וחדשות 13.

בסך הכול תועדו ונותחו 224 ידיעות חדשותיות ("אייטמים"), שבהן הוזכרו או הופיעו 534 אנשים (מושאי הידיעה או מקורות, פרשנים, מומחים ועוד) ועוד 296 עיתונאים ומגישים (ראו טבלה 1).

## טבלה 1

### חדגם

סה"כ [נסוגריים: ערבית]	טוויטר		אינטרנט		עיתונים		רדיו		טלוויזיה		
	ערבית	ערבית	ערבית	ערבית	ערבית	ערבית	ערבית	ערבית	ערבית		
17 (3)	3	1	3	4	1	2	1	3	אמצעי תקשורת		
224 (28)	44	12	64	36	6	17	10	35	פריטי חדשות		
534 (44)	42	12	182	152	6	14	26	126	אנשים בחדשות		

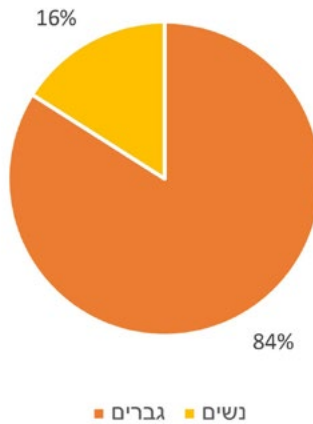
## המצאים המרכזיים

### נשים החסוקרות בחדשות

סך נוכחות הנשים בסיקורי החדשות. ב־2020 הסיקור של נשים בחדשות בישראל חסר. רק 16% מהאנשים בחדשות בכל אמצעי התקשורת שנבחנו היו נשים. נתון זה נמוך משמעותית הן ביחס לנתון שנמצא ב־2015 (24%) והן ביחס למוצע הבין-לאומי ב־2020 (25%), שאף עלה מעט בהשוואה ל־2015 (24%). יש לציין ששיעור הנשים בחדשות בישראל ב־2020 נמוך אף משיעורן ב־2010 (17%) וב־2005 (19%), כך שלא רק שלא נצפתה התקדמות בייצוג נשים, אלא אף ניכרה נסיגה משמעותית ביחס לעבר.

## תרשים 1

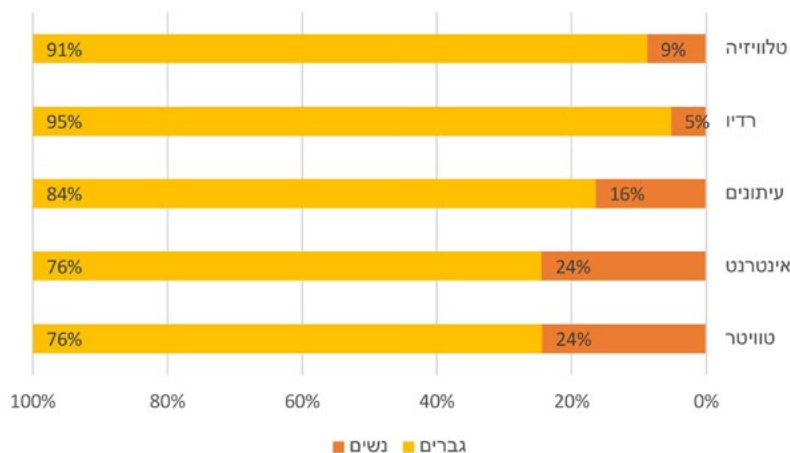
גברים ונשים בחדשות בישראל בשנת 2020 (N=534)



**הבדלים בין אמצעי התקשורת.** ההבדלים שנמצאו בסיקור הנשים בין אמצעי התקשורת היו גדולים. באמצעים ה"מסורתיים" (עיתונות מודפסת, רדיו וטלוויזיה), שיעור הנשים היה נמוך ביותר - 13%; שיעור הנשים שסוקרו בחדשות ברדיו (5%) ובטלוויזיה (9%) היה נמוך במיוחד ושיעור הנשים בעיתונות המודפסת זהה לנתון הממוצע (16%). שיעורן הנמוך של נשים בחדשות בטלוויזיה עומד בסתירה למצב הרגיל: בדרך כלל נוטה שיעור הנשים בטלוויזיה להיות זהה או גבוה ביחס לשיעורן בכלל אמצעי התקשורת (השיעור הממוצע העולמי של נשים בטלוויזיה ב־2020 הוא 26%), מכיוון שהטלוויזיה היא אמצעי חזותי המעודד בדרך כלל הצגת נשים. המצב באמצעי התקשורת החדשים (אינטרנט וטוויטר) מעט מעודד יותר, ודומה לממוצע העולמי (25%) - 24% מהמסוקרים בישראל היו נשים.

## תרשים 2

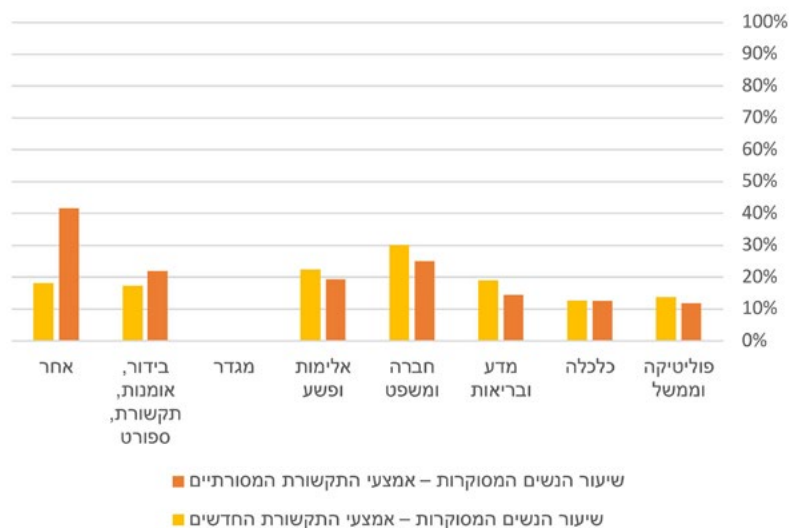
גברים ונשים בחדשות בישראל בשנת 2020 לפי סוג אחזעי התקשורת (N=534)



**היעדר נקודת מבט נשית.** נקודת המבט הנשית כמעט שאינה זוכה לייצוג בחדשות, שכן לא נמצא תחום סיקור שבו קולן של נשים השתווה לקולם של גברים, ולרוב שיעורן היה נמוך משמעותית. באמצעי התקשורת המסורתיים, בתחום הפוליטיקה והממשל, המזוהה כחדשות "קשות", רק 12% מהמסוקרים היו נשים (מדובר בעלייה ביחס לנתון מ־2015, שעמד על 6%. הסבר אפשרי לכך הוא העלייה בייצוג הנשים בממשלה. לעומת הממשלה שכיהנה בישראל ב־2015, ששיעור השרות מתוכה היה 14%, ב־2020 היה שיעור השרות בממשלה כ־24%). בכלכלה, תחום שאף הוא מזוהה כחדשות "קשות", לא היה לנשים ייצוג כלל (0%) (ירידה דרמטית מהנתון מ־2015: 38%). בתחום המדע והבריאות, התחום המרכזי בסיקור ביום הניטור ובתקופת משבר הקורונה, שיעורן היה רק 9% - זאת למרות מעורבות לא מבוטלת של נשים בתפקידים מרכזיים בטיפול במשבר הבריאות בעת מגפת הקורונה. ברוב נושאי הסיקור היה ייצוג מעט גבוה יותר לנשים באמצעי תקשורת חדשים; התחום היחיד שבו הייצוג לנקודת המבט הנשית מתקרב להיות שוויוני (42% באמצעי התקשורת המסורתיים) היה "אחר" - כלומר, ידיעות שלא סווגו בתחומי הסיקור הנפוצים, ועל כן נחשבות מלכתחילה שוליות יותר בחשיבותן.

### תרשים 3

שיעור הנשים בחדשות בישראל בשנת 2020 לפי נושא הידיעה (N=534)



**היעדר ייצוג של נשים מומחיות ובעלות סמכות.** בדומה לשיעורן כמושאי הידיעות, שיעור הנשים שהופיעו בקרב המומחים והפרשנים בחדשות (בתלות בסוג אמצעי התקשורת) היה בשנת 2020 רק כ־11%-24% (ירידה לעומת הממוצע ב־2015, 27%). לעומת זאת, שיעורן של נשים שהעידו על חוויה אישית היה גדול יותר (19%-42%), בדומה למגמה העולמית.

### טבלה 2

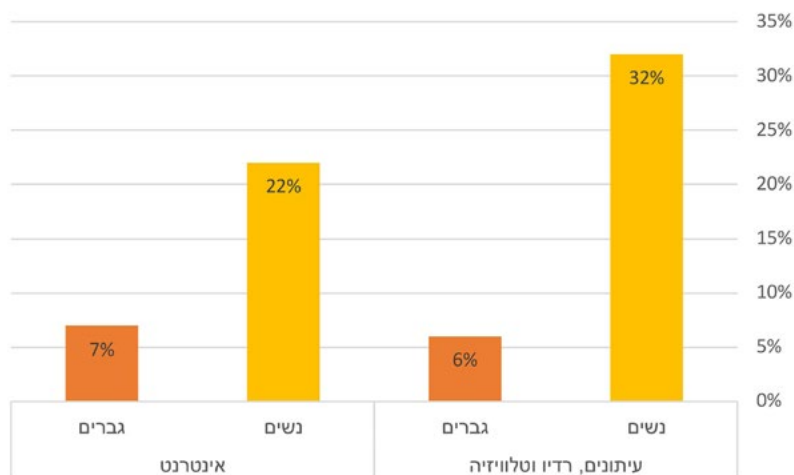
שיעור הנשים לפי תפקידן בידיעה (N=534)

תפקיד בידיעה	עיתונים, רדיו ועלוויזיה	אינטרנט	טוויטר	חמוצע עולמי
נושא הידיעה	13%	23%	26%	24%
דיווח על חוויה אישית	19%	42%	0%	42%
פרשנות או דעת מומחה או מומחית	11%	24%	0%	24%

**נשים מרבית להופיע בתפקידן המשפחתי.** מבין כל האנשים שתפקידם המשפחתי הוזכר בידיעה (בן זוג או בת זוג, בן או בת של... הורה של...), 22%-32% (בתלות בסוג אמצעי התקשורת) היו נשים, לעומת 6%-7% גברים, בדומה לנתוני 2010 ו־2015. הממוצע העולמי ב־2020 נמוך יותר, ועומד על 14% נשים מתוך המסוקרים שתפקידם המשפחתי צוין (נכון לאמצעי תקשורת מסורתיים בלבד).

## תרשים 4

**אנשים שהתפקיד המשפחתי שלהם הוזכר בידיעות חדשותיות בישראל בשנת 2020 (N=492)**

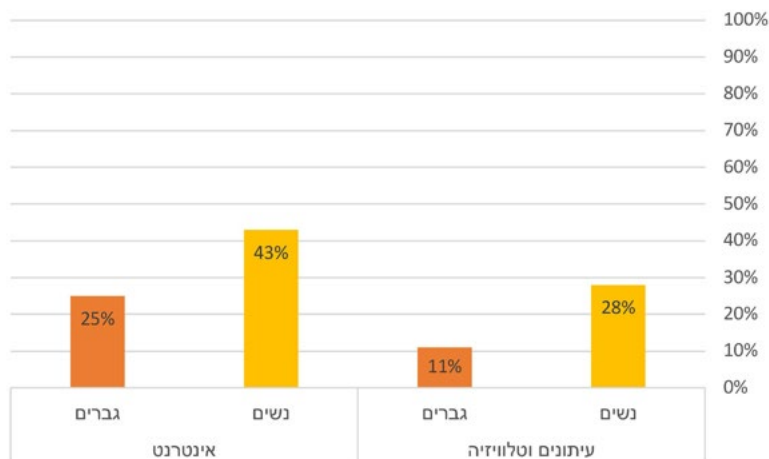


**נשים מרבית להופיע בצילומי עיתונות, אך מצוטטות פחות.** נשים בחדשות נטו להיות מיוצגות באופן חזותי (בתמונה או בווידאו) יותר מגברים: בעיתונות המודפסת ובטלוויזיה 28% מהנשים ו־11% מהגברים קיבלו ייצוג חזותי, ואילו באינטרנט 43% מהנשים לעומת 25% מהגברים קיבלו ייצוג חזותי. לעומת זאת, באמצעי התקשורת המסורתיים בלטה נטייה לצטט דברים שאמרו גברים יותר מאשר דברים שאמרו נשים (45% לעומת 32%, בהתאמה), ואילו בחדשות באינטרנט נשים וגברים צוטטו בשיעור כמעט זהה (52% ו־51%, בהתאמה).



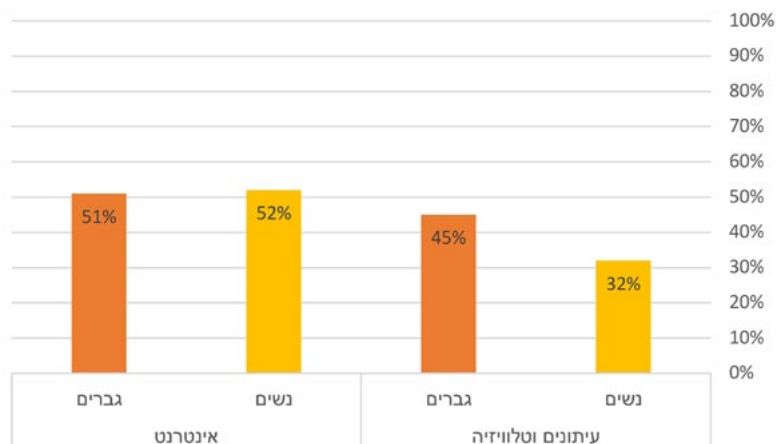
## תרשים 5

שיעורי האנשים בכל חגדר בידיעות חדשותיות בישראל בשנת 2020 בתמונה או בווידיאו (N=498)



## תרשים 6

שיעורי הציטוטים בכל חגדר בידיעות חדשותיות בישראל בשנת 2020 (N=498)



**נשים מקבוצות מיעוט זוכות לייצוג מזערי בחדשות.** ייצוגן של קבוצות מיעוט בחברה הישראלית בחדשות היה נמוך בהרבה משיעורן באוכלוסייה, וייצוגן של נשים השייכות לקבוצות מיעוט היה נמוך אף יותר. 10% מהאנשים שהופיעו בחדשות היו ערבים (פחות ממצחית שיעורם באוכלוסייה, העומד על 21%) ורק 3% מהאנשים בחדשות היו נשים ערביות. 7% מהאנשים בחדשות היו חרדים (אף ששיעורם באוכלוסייה הוא 13%), ורק 0.4% מהאנשים בחדשות היו נשים חרדיות. פליטים ומהגרים (לא יהודים) לא סוקרו כלל (0%).

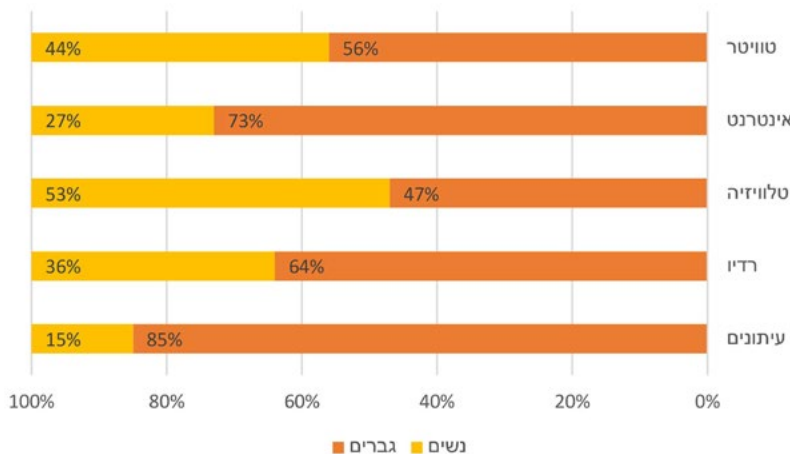
**נושאים מגדריים נעדרים כמעט לחלוטין מהנוף התקשורתי.** בסך הכול, רק 4% מהידיעות עסקו באופן ממוקד בנושאי שוויון מגדרי או אי־שוויון מגדרי (למשל בחקיקה ובמדיניות), לעומת הממוצע העולמי, שעמד על 7%. סיפורים מסוג זה סוקרו בעיקר בכתבותיהן של נשים עיתונאיות בהשוואה לכתבותיהם של גברים: 5% מהכתבות של נשים היו קשורים למגדר (הממוצע העולמי הוא 9%), לעומת רק 1% מהכתבות של גברים (הממוצע העולמי הוא 7%). אף לא אחת מהידיעות קראה תיגר ברור על סטראוטיפים מגדריים (לעומת הממוצע העולמי, שהיה 3%), ואף לא אחד מהסיפורים התמקד בנשים (לעומת הממוצע העולמי, שהיה 6%-9%, בהתאם לסוג אמצעי התקשורת).

## נשים עיתונאיות ומגישות חדשות

**קול העיתונאיות ומגישות החדשות.** נשים בולטות בנוכחותן כמגישות חדשות בטלוויזיה, אך בעיתונות המודפסת קולן כמעט שאינו נשמע. בקרב הכתבות והמגישות באמצעי התקשורת המסורתיים בישראל שיעור הנשים הוא 38%, נתון הנמוך הן מהנתון העולמי (42%) והן מהנתון שהתקבל במדידה בישראל ב־2015 (42%). ההבדלים בשיעור העיתונאיות באמצעי התקשורת השונים בולטים: שיעור העיתונאיות בעיתונות המודפסת הוא 15% בלבד, ואילו ברדיו שיעורן 36%. שיעור העיתונאיות בטלוויזיה (53%) גבוה במעט משיעור העיתונאים (47%), בהלימה לתפיסה שאמצעי תקשורת חזותיים מעדיפים להציג דמויות נשיות, הנתפסות אסתטיות ו"נעימות" יותר. אישוש לכך אפשר לראות בהבדל המשמעותי שבין שיעור העיתונאים בתפקידי הגשה בלבד (לא כולל כתבים, פרשנים וכו'): בטלוויזיה נרשם רוב נשי (65%) בקרב המגישים והמגישות, ואילו ברדיו שיעור הנשים המגישות הוא 26% בלבד. התמונה העולה מהממוצע העולמי מאוזנת יותר: שיעור של 46% מגישות ברדיו ו־55% מגישות בטלוויזיה. שיעור העיתונאיות באמצעי התקשורת החדשים נע בין 27% (אינטרנט) ל־44% (טוויטר).

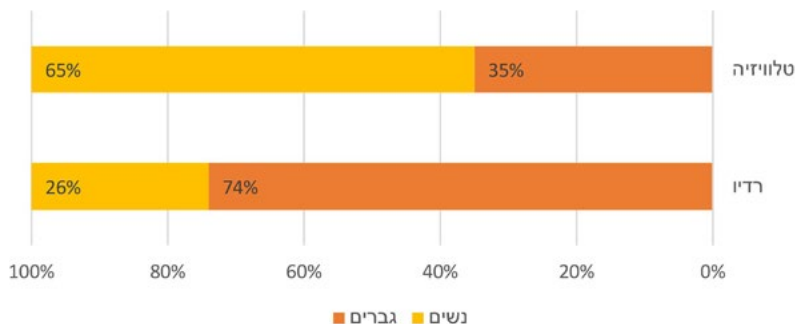
## תרשים 7

עיתונאיות ועיתונאים לפי סוג אחצעי התקשורת בחדשות בישראל בשנת 2020 (N=296)



## תרשים 8

עיתונאיות ועיתונאים בתפקידי הגעה לפי סוג אחצעי התקשורת בחדשות בישראל בשנת 2020 (N=83)



גיל העיתונאיות ומגישות החדשות. נשים כתבות ומגישות חדשות בטלוויזיה צעירות יותר מעמיתיהן הגברים. בשנת 2020 נמצא כי גיליהם של כמעט כל המגישים והמגישות בטלוויזיה בישראל (97%) נמצאים בטווח 35-49. הדבר שונה מהנתונים שהתקבלו

ב־2015, אז התחלקו המגישות בין קבוצות הגיל 35-49 ו־50-64 באופן שווה, ואילו כל המגישים היו בני 50-64.

לעומת המגישים והמגישות, פיזור הגילים בקרב הכתבים והכתבות נמצא שונה, בהתאם למגדר: רוב הכתבות היו צעירות ממקביליהן הגברים: 40% מהכתבות היו בנות 19-34, לעומת 5% מהכתבים, ורק 10% מהכתבות היו בנות 35-49, לעומת 55% מהכתבים. יש לציין כי חלק מהכתבים לא הופיעו על המסך, ורק קולם או קולן נשמע, ועל כן לא היה אפשרי לקבוע את גילם או גילן.

### טבלה 3

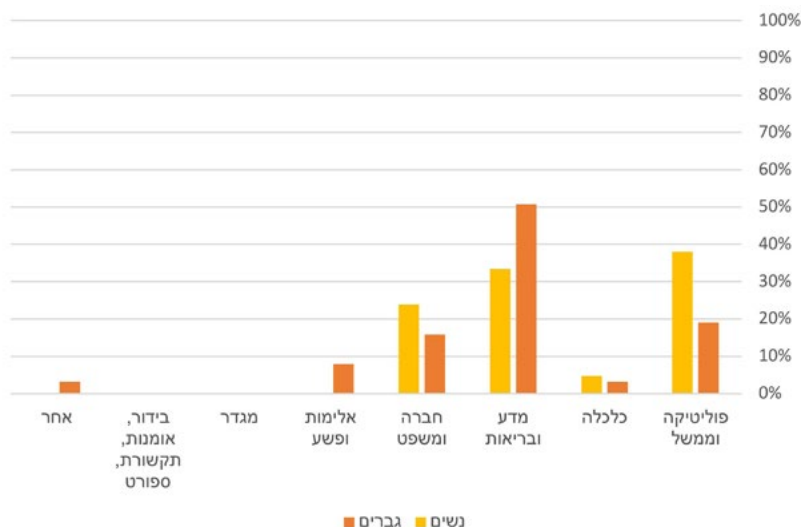
עיתונאים ועיתונאיות בחדשות בישראל בשנת 2020 לפי קבוצת גיל ולפי תפקיד (טלנזייה בלבד, N=82)

גיל	הגשה		סיקור	
	נשים	גברים	נשים	גברים
לא ידוע	0%	0%	40%	36%
34-19	3%	0%	40%	5%
49-35	97%	100%	10%	55%
64-50	0%	0%	0%	5%

**מגוון הנושאים.** עיתונאים מסקרים מגוון רחב יותר של נושאים מאשר עיתונאיות. כתבות סיקרו רק ידיעות בנושאי פוליטיקה וממשל (38%), מדע ובריאות (33%); בעיקר ידיעות הקשורות למשבר הקורונה), חברה ומשפט (24%) וכלכלה (5%), ואילו כתבים סיקרו בנוסף על הנושאים האלה גם ידיעות בנושאי פשע ואלמות (8%) ונושאים אחרים (3%). זהו שינוי מן הדפוס שהסתמן בשנים 2010 ו־2015, אז לכתבות היה ייצוג, גם אם קטן יחסית, בכל נושאי הסיקור העיקריים. גם עיתונאים וגם עיתונאיות לא סיקרו ידיעות הקשורות באופן ספציפי במגדר.

## תרשים 9

עיתונאיות ועיתונאים בחדשות בישראל בשנת 2020 לפי נושא הידיעה (N=84)



## פנייה למקורות נשים

אף שמן הנתונים העולמיים עולה כי עיתונאיות נוטות לשלב נשים בסיקור שלהן (כמושאי הידיעות וכמקורות) יותר מאשר גברים, בישראל נטו העיתונאים והעיתונאיות לעשות זאת בשיעור דומה (נשים: 33%, גברים: 34%). הנתון נכון לאמצעי תקשורת מסורתיים בלבד). נתון זה מעודד גם ביחס לנתוני 2015 בישראל, אז נטו העיתונאיות לסקר נשים יותר מאשר העיתונאים (30% ו־24%, בהתאמה).

## טבלה 4

מגדר המקורות לפי מגדר העיתונאי או העיתונאית

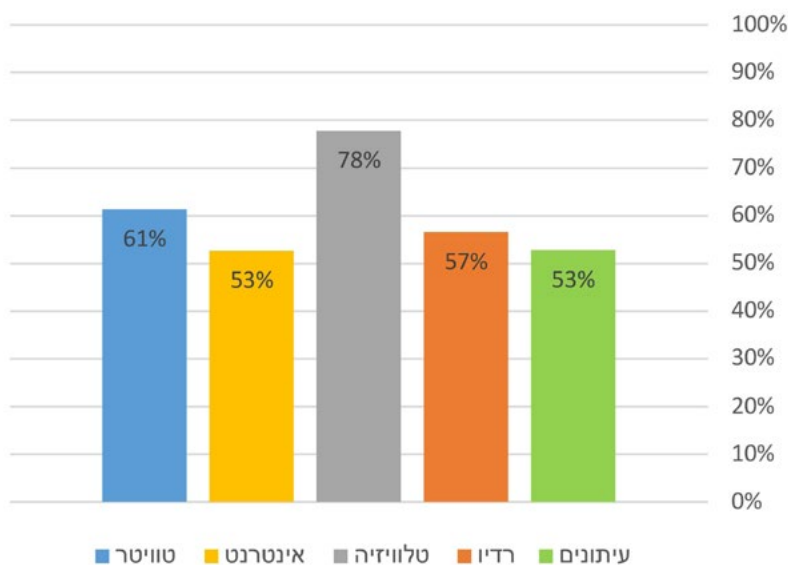
	מקורות	
	אישה	גבר
כתבת	33%	67%
כתב	34%	66%

## נשים בחדשות בתקופת הקורונה

**דפוסי הסיקור.** המגפה משנה את דפוסי הסיקור המגדרי. כאמור, ביום הניטור הייתה ישראל נתונה בסגר כללי בעקבות התפרצות מגפת הקורונה. מהניתוח עולה שסדר היום החדשותי הושפע מאוד מהמגפה, שהייתה לנושא המרכזי שסוקר במהדורות החדשות. 60% מהידיעות שנוחתו ביום המחקר בחדשות בישראל עסקו בקורונה על היבטיה השונים, לרבות דיווחים נקודתיים והשלכות על מגוון תחומי החיים, כגון כלכלה. לעומת זאת, בעולם התקבלה תמונה מאוזנת יותר: רק רבע מהידיעות עסקו בקורונה.

### תרשים 10

שיעור הידיעות החדשותיות הקשורות לקורונה לפי סוג אמצעי התקשורת בישראל בשנת 2020 (N=224)



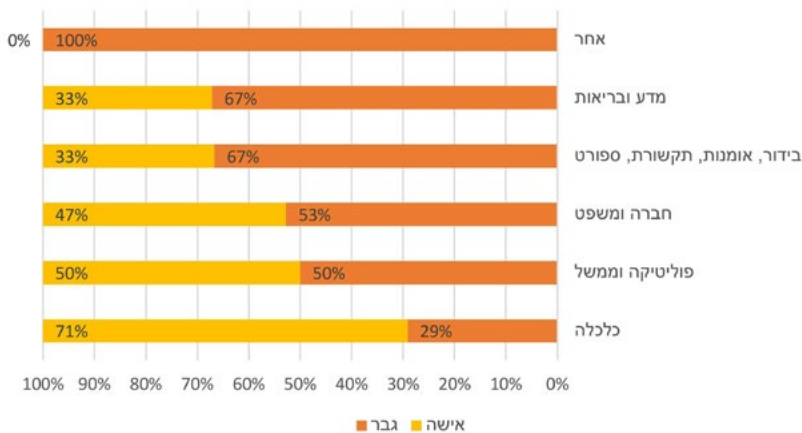
בחינה בנפרד של אייטמים הקשורים למגפת הקורונה חושפת דפוסים מעניינים, הן בנוגע לייצוג נשים בחדשות והן בנוגע לדפוסי הסיקור של עיתונאיות. בידיעות שלא היו קשורות לקורונה נרשם שיעור של 20% נשים שסוקרו בחדשות (מתקרב לשיעור הממוצע הבין-לאומי, 25%), ואילו בידיעות שעסקו במשבר הקורונה נרשם שיעור על 13% בלבד. נתון זה עולה בקנה אחד עם החרפה שנמצאה במגמות של אישויון

מגדרי בישראל בתקופת משבר הקורונה, ובמיוחד יציאתן של נשים מתעסוקה בשכר (ראו, למשל, צמרת ואחרות, 2021). נראה אפוא כי דפוס הסיקור משקף את היעדרותן המוגברת של נשים מהמרחב הציבורי בעת משבר. באיטמים הקשורים למשבר הקורונה נטו הנשים העיתונאיות להתמקד בסיפורים העוסקים בנושאים כלכליים (71%). כמו כן, חלקן היה כמעט שווה לחלקם של עיתונאים גברים בתחום הפוליטיקה והממשל (50%) וחברה ומשפט (47%). נתונים אלו שונים מכלל המדגם, שבו חלקן של עיתונאיות בסיקור פוליטי וכלכלי היה נמוך משמעותית מחלקם של העיתונאים, ונע בין 5% ל-38%.

התרשים שלהלן מציג את חלקן של עיתונאיות בסיקור לפי נושא הידיעה.

## תרשים 11

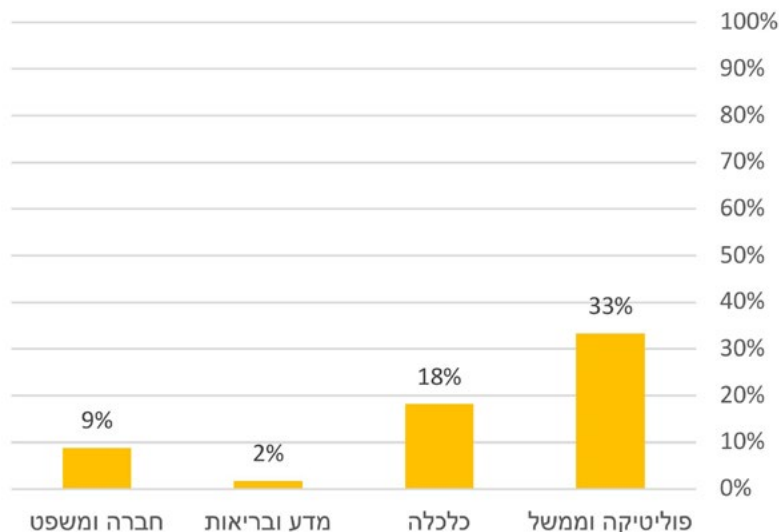
הקדד העיתונאים והעיתונאיות לפי נושא הידיעה הכלל הידיעות שעסקו בקורונה בדיווחי החדשות בישראל בשנת 2020 (N=412)



ראוי לציין גם שלעומת רק 4% מכלל הידיעות במדגם שהדגישו סוגיות של אי־שוויון מגדרי, שיעורן של ידיעות מכלל הידיעות הקשורות למגפת הקורונה היה 11%. ייתכן שהדבר קשור בשיעור הגבוה יחסית של עיתונאיות שסיקרו את המשבר, וכן בכך שהעיסוק בנושאים אזרחיים מעודד התייחסות למקומן של נשים, בניגוד להתמקדות המסורתית של התקשורת הישראלית בנושאי צבא וביטחון. הטבלה שלהלן מציגה את שיעור הידיעות הקשורות לקורונה שהדגישו אי־שוויון מגדרי, לפי נושאים.

## תרשים 12

ידיעות שהדגישו אי־שוויון מגדרי לפי נושא הידיעה מכלל הידיעות שעסקו בקורונה בדיווחי החדשות בישראל בשנת 2020 (N=134)



## סיכום

מחקר ה־GMMP, שמאז 1995 בוחן שינויים לאורך זמן בייצוג הנשים בחדשות במדינות רבות בעולם, מאפשר להעריך עד כמה אנו קרבים לחלום של שוויון מגדרי בחדשות בכלל אמצעי התקשורת ולזהות את האתגרים העיקשים העומדים בדרכנו לשם. הדוח הנוכחי מציג את ממצאי הפעימה השישית של המחקר. גם בשנת 2020, בעת משבר הקורונה, החדשות בישראל מציגות עולם גברי: הן מציגות בעיקר גברים, מביאות בעיקר את קולם של גברים, מתעלמות מנושאים מגדריים ומיוצרות בעיקר בידי גברים. נשים בחדשות נותרו גם בשנה זו בתת־ייצוג במושאי הסיקור, בקרב המקורות ובקרב אנשי החדשות. בשני התחומים - נשים המסוקרות בחדשות ונשים המייצרות חדשות - ייצוג הנשים בשנת 2020 ירד בהשוואה לתוצאות 2015. אם כך, הממצאים מלמדים שהאי־שוויון המגדרי בחדשות בישראל בסיסי ועיקש, וככל הנראה אף העמיק כתוצאה ממשבר הקורונה.



יתרה מזאת, השוואה לנתוני הממוצע הבינלאומי מלמדת שהמצב בישראל נמוך מאוד בהשוואה לכמעט כל המדינות: ציון ה-GEM-I (מדד השוויון המגדרי; הטווח נע בין 100 עבור נשים בלבד ל-100 עבור גברים בלבד, כאשר 0 מציין שוויון מלא) של ישראל הוא -79.8.

## נשים כמסוקרות בחדשות

ב-15 השנים האחרונות חל שיפור איטי אך מתמיד בנראות הנשים בנושאי החדשות בישראל, ובכל זאת השיעור הגבוה ביותר (24%), שנרשם ב-2015, נמוך פי שניים מזה של שיעורן באוכלוסייה הכללית. תוצאות הניטור ב-2020 מצביעות על צניחה בנוכחותן של נשים בחדשות, העומדת על 16% בלבד. זהו ממצא עגום הן ביחס לממוצע העולמי והן ביחס למגמה בישראל. הסבר אפשרי לכך עשוי להיות נוכחותן הדלה יותר של נשים בידיעות שעסקו במשבר הקורונה (13%) לעומת נוכחותן בידיעות שלא עסקו במשבר (20%). כמו כן, נוכחותן של נשים בתחומי סיקור הנחשבים חדשות "קשות", דוגמת פוליטיקה וכלכלה, הייתה מועטה ביותר. עם זאת, נראה שבאמצעי התקשורת החדשים (אתרי אינטרנט וטוויטר) סיקור הנשים מאוזן יותר מבחינה מגדרית מאשר באמצעי התקשורת המסורתיים.

## נשים כמייצרות חדשות

נשים נמצאות בתת-ייצוג כעיתונאיות בכל אמצעי התקשורת למעט בטלוויזיה, שם הן זוכות לייצוג גבוה יחסית בעיקר בתפקידי הגשה, שבהם קיימת הטיה ידועה הקשורה בדגש הניתן על מראה חיצוני באמצעי התקשורת החזותית. פער משמעותי ביותר נמצא בעיתונות המודפסת, שבה נשים הן רק 15% מהכתבים. השיעור הכולל של הכתבות, הקרייניות והמגישות עומד על 38%, נתון הדומה לממוצע העולמי אך מסמן ירידה בהשוואה לתוצאות 2015. מעניין לציין שהמעבר לעיתונות דיגיטלית לא פתח הזדמנויות חדשות לעיתונאיות ישראליות: בשנת 2020 היו הנשים פחות משליש מכלל העיתונאים באתרי החדשות באינטרנט.

למחקר ה-GMMP שלוש מגבלות מרכזיות: ראשית, למרות היקפו הנרחב של המחקר מבחינת אמצעי התקשורת ומספר האייטמים והממדים הנכללים בניתוח, הוא מתבסס על ניטור הסיקור ביום אחד בשנה. כמו כן, אף שבדרך כלל כלי המדידה מאפשר להשוות בין הממצאים בישראל לבין מגמות עולמיות, במדדים אחדים הנתונים חסרים ואינם מאפשרים לערוך השוואה כזו. לבסוף, הניטור בשנת 2020 נערך בעת משבר הקורונה, שכלל הנראה מסביר את הירידה במרבית המדדים. לכן, יש לשוב ולנטר את החדשות בימי שגרה. עם זאת, פרק הזמן המתמשך של משבר הקורונה מלמד אותנו שיש לחשוב על כיווני פעולה ומדיניות גם לימי משבר.

עיתונות הוגנת שואפת להשמיע את מגוון הקולות האנושיים. סיקור מגדרי נאות חייב להיות קריטריון עיתונאי כמו כל קריטריון אחר של איזון, שונות, הגינות, בהירות, דיוק, אחריות, אמינות וכדומה. ממצאי מחקר ה־GMMP משקפים אי־שוויון מגדרי לאורך זמן, ולכן הגיעה העת למודעות ולפעולה, הן של צרכני החדשות והן של העיתונאים והעיתונאיות המייצרים אותן. במיוחד נדרשת פעולה להטמעת מדיניות המקדמת שוויון מגדרי בקרב ארגוני החדשות עצמם. אנו תקווה שהדוח העולמי והישראלי יספקו השראה לפעילות ולחקורות בישראל, ויעמדו בבסיסם של מחקר ורפורמה כדי לקדם נשים בתקשורת הישראלית.

## תודות

תודה לצוות מרכז אעלאם - המרכז הערבי לחרות המדיה, פיתוח ומחקר, על שיתוף הפעולה במחקר באיסוף וקידוד החדשות בערבית. תודה מיוחדת למנהלת המרכז חולוד מסאלחה, וכן לדימה אבו אלאסל ומייסון זועבי. תודה גם לעידו אריאל, מנהל תחנת הרדיו קול הנגב, על הסיוע בהקלטת מהדורות החדשות ברדיו.

## הערות

1 *Global Media Monitoring Project* (<https://whomakesthenews.org>). בשנים 1995, 2000 ו־2005 ריכזה את המחקר בישראל פרופ' דפנה למיש, ובשנים 2010, 2015 ו־2020 ריכזה את המחקר בישראל פרופ' עינת לחובר.

## רשימת חקורות

צמרת, ה', הרצוג, ח', חזן, נ', בסין, י', ברייר־גארב, ר' ובן אליהו, ה'. (2021). מדד המגדר: אישויון מגדרי בישראל 2020. מכון ון ליר בירושלים.

# סקירת ספרים

# Defiant Discourse: Speech and Action in Grassroots Activism.

Tamar Katriel. Routledge, 2020. 201 pages.

זוהר קמפף\*

ספר חדש של תמר כתריאל הוא אירוע חשוב ומשמת. כל אחד מספריה הקודמים חשף בפני הקורא, בניתוח החד והמבריק הייחודי לה, טפח גלוי אך בלתי נראה של סגנון התקשורת הישראלי. ספרה האחרון, על שיח ההתרסה של פעילי שלום בישראל נגד הכיבוש, חושף בפנינו את התפיסה התרבותית של ישראלים בנוגע לכוחה של השפה ליצור שינוי חברתי ופוליטי. מעבר לתרומתו הגדולה להבנת הקשר בין מילים למעשים ולמגוון עולמות ידע עדכניים - תקשורת ואקטיביזם, עדות ועדות מתווכת, זיכרון פוליטי ותרבותי, אתנוגרפיה ושיח התקשורת ועוד - הספר כולל תרומה פדגוגית יוצאת דופן המוענקת לנו בקול אישי, שמעולם לא היה רם וצלול כל כך.

הספר חשוב כי הוא מציג את המחאה כחיונית לקיומה של דמוקרטיה ואת ההתרסה כמהותית לכינונה של חברה שוויונית והוגנת. ההיגיון המניע טיעון זה הוא שהשייכות לקהילה אזרחית במדינה דמוקרטית מבוססת בראש ובראשונה על מחויבות לערכים מוסריים - לא ערכים מוסריים יחסיים, אלא כאלה החיוניים ליצירתה של "חברה הגונה", כזו ש"מוסדותיה אינם משפילים בני אדם" (Margalit, 1996, p. 1).<sup>1</sup> כל ביטוי סמלי של התנגדות לכוחות המערערים על כינונה של חברה הגונה הוא למעשה מחאה דמוקרטית הצומחת מתוך שייכות לקהילה. המחאה, ההתנגדות לזרם המרכזי והדיבור המתריס מול השלטון - ולעיתים קרובות גם מול עריצות הרוב - מובילים לאתגר אזרחי לא פשוט: מציאת איזון בין ערעור על המדיניות המפלה לבין ציות לכללי המשחק הדמוקרטי. השיח המתריס המוצג בספרה של כתריאל מקפל בתוכו את האיזון הדרוש, שכן הוא "מחווה כפולה" של אי־קונפורמיות מוגבלת או סולידריות א־קונפורמית (Limited non-conformity or non-conforming solidarity). הטיעון המורכב והמדויק לגבי הצורך במחאה כנגד האיום על ערכי החברה הופך את הספר

\* פרופ' זוהר קמפף, המחלקה לתקשורת ועיתונאות, האוניברסיטה העברית. zohar.

kampf@mail.huji.ac.il

לטקסט חובה בחינוך לדמוקרטיה. הסיכוי שמשרד החינוך בישראל של ימינו יכליל אותו בתוכנית הלימודים אומנם קלוש, אבל עצם נוכחותו על מדף הספרים הישראלי (וכאן אני קורא למוציאים לאור להרים את הכפפה ולתרגם אותו לעברית) מעוררת תקווה.

מעבר לחשיבות הפדגוגית, יש לספר תרומה מכרעת למגוון תחומי דעת; המרכזי שבהם הוא הקשר בין מילים למעשים (Speech-action nexus). שאלת הקשר בין דיבור לעשייה, וההשלכות של קשר זה - שפעמים רבות מבטלות בשיח הפוליטי המקומי באמצעות גרסאות שונות של הביטוי "כולם מדברים, אנחנו עושים" - עומדות במרכזו של דיון רב שנים בתחומי הפילוסופיה של השפה ושיח התקשורת. הבחירה של כתריאל לנתח את שיח פעילי השלום בישראל היא לפיכך מתבקשת מבחינת הקשר שבין דיבורים (התרסה), מעשים (החלופות למופעי ההתרסה הסמליים) ושינוי פוליטי (סיום הכיבוש). לאורך ששת פרקי הספר נחשפת לעינינו התפיסה התרבותית של פעילי השלום הישראלים ביחס לכוחה של השפה. תפיסה זו היא תוספת חיונית להבחנות הקיימות באשר לכוחן של מילים: כוחה המאגי של השפה (קשר בלתי אמצעי בין מילים לשינוי חברתי); כוחה התודעתי של השפה (התיווך הקוגניטיבי והרגשי בין מילים לשינוי חברתי); וכוחה החברתי של השפה (תיווך של חוזה חברתי מוסכם בין מילים לשינוי חברתי).

כפי שכתריאל מראה, היחס בישראל לכוחה של השפה הוא דו־ערכי. מצד אחד, הדיבור, במיוחד בהקשר האקטיביסטי, מצוי תחת ענן כבד של חשדנות. חוסר האמון בכוחה של השפה לחולל שינוי חברתי הוא תוצר של אתוס המעשים בישראל, המעדיף את הפעולה הלא מילולית על המילולית ואת הדיבור הישיר על העקיף. ברמה הפוליטית, אתוס המעשים הוא זה שקובע עובדות בשטח (בניית התנחלויות), שביחס אליהן העוצמה של המלל היא רפה (פרסום עצומות) וחסרה מרכיב של הקרבה עצמית (בהשוואה לסיכון הכרוך במחאה אלימה). מצד שני, כפי שמתגלה לאורך פרקי הספר, הרטוריקה של המחאה נתפסת כבעלת ערך. הן פעילי השלום והן תומכי הכיבוש רואים בדיבור פעולה של ממש. לפי תפיסת התומכים בכיבוש הדיבור הוא מעשה המערער על הלכידות החברתית ועל מעמדה הבין־לאומי של ישראל, ולפי תפיסת פעילי השלום הוא חובה מוסרית. הדיבור חושף עוולות, מעלה את המודעות לנזקי הכיבוש ומגייס תומכים לפעילויות המחאה. הדו־ערכיות הזו ניכרת גם ביחס לעדויות של חברי הארגון "שוברים שתיקה". בטווח הקצר העדויות כשלו בניסיון לנפץ את חומת האדישות של הישראלים, אבל הפעילים חדורי אמונה כי החשיפה של עוולות מוסריות תיצור שינוי בטווח הארוך. לדעתם הדיבור המתריס הוא כמו זרם מים המעצב את צורתו של חלוק

נחל, לאט אך בנחישות. בטווח הארוך יש למילה הכתובה גם ערך ארכיוני. העדויות והווידויים משמרים את הזיכרון של עוולות הכיבוש ולא מאפשרים למחוק את קיומן.

הרעיונות הללו נפרשים על פני ששת פרקי הספר. שני הפרקים הראשונים מציגים בפני הקורא את הבסיס התאורטי לדיון (פרק המבוא) ומספקים רקע על הסכסוך הישראלי-פלסטיני - החיוני עבור הקורא הלא ישראלי - מנקודת מבטם של פעילי השלום (Contextualizing the Study). פרקי המבוא ממצבים את כתריאל כאתנוגרפית בזירת ארגוני המחאה בישראל ודנים בקשרים המסועפים שבין מילים למעשים. בעוד המתח בין השניים הוא בעל מאפיינים אוניברסליים, הוא מתבטא באופנים תלויי תרבות שמעוצבים דרך "אידאולוגיית השפה" הייחודית לקהילת הדיבור הישראלית. "אידאולוגיית השפה" היא זו שקובעת מה יכולה השפה לשנות במציאות הפוליטית ומה נמצא מחוץ לתחום יכולתה.

פרק המבוא כולל גם הגדרה לשיח מתריס לא אלים: "פעילות שיח מורכבת המאתגרת את הזרם המרכזי בחברה דרך הבעת עמדות אופוזיציוניות בידי קבוצות מאורגנות [...] פעילות השיח יוצרת סוגות ופלטפורמות ייחודיות להבעת ההתרסה" (עמ' 1, 15). הגדרה זו מלווה את הדיון בשלושת הפרקים האמפיריים, שבהם נבחנים הטיעונים התאורטיים באמצעות מופעים פומביים של שיח ההתרסה: עצומות ומכתבי סרבנות (פרק 3: Proclaiming Dissent), עדויות ווידויים של חברי "שוברים שתיקה" (פרק 4: Witnessing) והנמקות לשימוש בשיח מתריס (פרק 5: Accounting for Dissent). כל אחד מהמופעים הפומביים הללו זוכה לפרק נפרד שבו מתוארת העוצמה שמייחסים לו פעילי השלום.

פרסומים של עצומות התנגדות ומכתבי סרבנות קולקטיביים הם רגעים טקסיים שבהם המצפון של יחידים הופך למעשה ציבורי ופוליטי באמצעות טקסט ההתרסה. ההכרזות הללו ממצבות את הפעילים בעמדה לעומתית והשתייכותית כאחד ביחס לעמדת הרוב. הן מביעות מחויבות לערכים המוסריים שלדעת הסרבן הסלקטיבי חיוניים לשלטון דמוקרטי, ובד בבד מאזנות בין ההתנגדות לפעולות לא מוסריות לבין ציות לכללי המשחק הדמוקרטיים (סולידריות א־קונפורמית).

עדויות הן סיפורים ההופכים חוויה אישית אותנטית למעשה פוליטי, נרטיבים של מציאות שאינה מוכרת לנמען ומחייבת תיקון. עוצמת העדויות של חברי "שוברים שתיקה" נובעת מהדיווח העובדתי לצד הצגת החוויות האישיות של העדים מתקופת שירותם הצבאי. האותנטיות של חוויותיהם והדיבור חסר המורא מול עוצמת הרוב ובעלי הסמכות הופכים את העדויות למעשה אמיץ של אמירת אמת (Parrhesia). העדויות, לפיכך, מבטאות את התפקוד הביצועי של השפה במובן הרדיקלי ביותר -

טרנספורמציה מוסרית של המוען, שאינה מניחה לנמען להתעלם ממה שמתרחש בסביבתו הפוליטית.

ההנמקות לשימוש בשיח המתריס מזמנות את הנמענים לדיון ציבורי בהשלכות המציאות הבעייתית. הניתוח שלהן מבוסס על הקלטות שבהן הפעילים מסבירים מדוע החליטו לשבור שתיקה ועונים לביקורת שמוטחת בהם. שאיפה לתיקון עצמי, הזכות לדווח, מילוי חובה מוסרית, ערעור על הנורמליות של הכיבוש ותקווה לשכנע את הציבור בישראל לקבל אחריות על עוולות הכיבוש - אלה חלק מההנמקות שמציעים פעילי השלום למופעי ההתרסה.

הפרק השישי והאחרון בספר מציג את המסקנות שהצטברו לאורכו ביחס לתפיסה התרבותית של כוח השפה. את עיקרי המתח הזה הצגתי בתחילת הסקירה וכאן ארחיב על המהלך יוצא הדופן שכתריאל עושה ממש בעמודים האחרונים של הספר. היא אינה מסתפקת בהצבעה על עקביות בין מילים למעשים כתכונה חיונית לביצועיות, אלא גם מזכירה שלתוכן המיוצג יש ערך בפני עצמו. בתזכורת זו היא מבצעת פעולה הפוכה לזו שביצע לפני שיש עשורים הפילוסוף ג'ון אוסטין (Austin, 1962) בספרו הקנוני *How to do things with words*.

אוסטין פתח את ספרו בהבחנה בין כוחה הייצוגי של השפה לכוחה הביצועי וסיים אותו בטענה שבכל המבעים הייצוגיים יש מטען ביצועי. טענה זו השפיעה על דורות של פילוסופים וחוקרים ממסורות שונות ולעיתים מנוגדות זו לזו. כתריאל פותחת את ספרה בדיון על הביצועיות של השפה ומסיימת אותו בקריאה לחזור לדון בתוכן הייצוגי של הדיבור ולא רק בתוצאותיו. ההיבט הייצוגי של השפה נקשר בספר לאמירת אמת. העצומות, העדויות וההנמקות - כולן מבוססות על עובדות וכולן מבטאות אמת במובנה הבסיסי, וזאת דווקא בתקופה שבה האמת נדירה ויש חשדנות רבה לגבי יכולתה של השפה לייצג אותה. כאן, כמובן, עולות מספר שאלות שלא לכולן אפשר לתת מענה משכנע: כיצד ניחלץ מסד השקרים? מהי חשיבות האמת בתקופה שבה יש רבים הסבורים שכדור הארץ שטוח או שהחיסונים הם אמצעי לשליטה בהמונים? איך נשכנע אנשים שאינם מוכנים להקשיב? זאת ועוד, עד כמה הפרהסיה, דיבור אמת לסמכות במובן שפוקו (Foucault, 2001) מתייחס אליו, מבוסס על תסריטי תקשורת ומוסר ישראליים? הפרהסיה אינה מניחה סולידריות בהכרח, בעוד הדוגריות שעליה כתבה כתריאל בעבר (Katriel, 1986) מבוססת על אמירת אמת סולידרית; העדפת דיבור כן על שיקולי הפנים של הזולת. לאור זאת, האם הדיבור האמיץ מול הרוב הוא אכן ביטוי תרבותי ייחודי של פעילי שלום ישראלים?

שאלות אלה מראות עד כמה הספר מעורר מחשבה. למעשה, הספר הנפלא הזה הוא הטקסט האישי ביותר שתמר כתריאל פרסמה. זו כנראה הפעם הראשונה ששמעתי מבין השורות את קולה הפרטי, קול של אדם הכותב מתוך תחושת שייכות והזדהות עם קהילת פעילי השלום שאותה ליוותה לאורך השנים, וזהו קול אמיץ ובהיר. לאורך הספר היא מתבוננת במציאות הפוליטית בישראל, מפרשת ומפרקת אותה באופן חד, צלול ולא מתפשר, ולא מהססת להשתמש במילים שעשויות לעורר אי־נוחות הן בפעילי שלום והן בתומכי הכיבוש: חומות וגדרות, כיבוש וטרור, אחריות ישראלית־פלסטינית משותפת לסכסוך - אלה רק כמה דוגמאות לכך. כתריאל לא חוששת להצליף בקבוצות לאומניות ובו בזמן להתווכח עם עמיתים שוויתרו על השאיפה לשנות את המציאות הפוליטית או קראו לשינוי לא דמוקרטי שלה - התנגדות אלימה או הגירה. המילה "אמת", לפעמים במשמעותה הבסיסית ביותר, מופיעה כמה פעמים לאורך הספר, המבטא קול חסר פחד שאי אפשר להשתיקו או להתעלם ממנו. במובן זה ספרה של כתריאל הוא הצהרה מתריסה, שתבסס סדר יום אינטלקטואלי ומחקרי בשנים הקרובות.

## הערות

1 התרגום כאן ובכל הציטוטים שבסקירה שלי, ז"ק.

## רשימת המקורות

- Austin, J. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Foucault, M. (2001). *Fearless Speech* (J. Pearson, Ed.). Semiotext(e).
- Katriel, T. (1986). *Talking straight: Dugri speech in Israeli Sabra culture*. Cambridge University Press.
- Margalit, A. (1996). *The decent society*. Harvard University Press.



## סקירת ספרים

# מנותקים: מה קורה כשמאה בני נוער מתעוררים בבוקר ללא הסמארטפון שלהם?

חננאל רוזנברג ומנחם בלונדהיים. מאגנס, 2021. 253 עמודים.

דוד לויין\*

ספרם של חננאל רוזנברג ומנחם בלונדהיים **מנותקים** מציג מחקר שעוסק בנושא בולט בשיח הציבורי בישראל - מקומו של הטלפון הנייד בחייהם של בני נוער. מדובר בקהל שעבורו נוכחות המכשיר הפופולרי ביום-יום היא טבעית עד כדי כך שהיא מורגשת רק בהיעדרו. למעשה לא מדובר רק בבני נוער: גם אנשים מבוגרים, אזרחי המאה ה-21, מתקשים לחשוב על שגרה של שעות ארוכות ללא המכשיר. גם הם אינם מקבלים תמיד בשלוות נפש את תלותם המוחלטת, הפונקציונלית והרגשית, במכשיר, וכשמדובר בבני נוער חששותיהם נוספים לאמונה הרווחת לגבי יכולתם המוגבלת של אנשים צעירים, הנמצאים בשלב של "דחפים ולחצים" בחייהם, לשלוט בגופם וברוחם. אין פלא אפוא שהספרות המקצועית שופעת תיאורים פתולוגיים של התמכרותם של מתבגרים למכשיר הסלולרי שלהם.

הכותבים קובעים כי מסקנות לגבי השפעות הנייד על חייהם של בני נוער מבוססות לעיתים קרובות על נתונים שנאספו ללא ידיעתם של הצעירים, באמצעות שיחות עם הוריהם או תצפית ממוקדת במקרים פתולוגיים. בעקבות אופיין הדרמטי של מסקנות אלה נשמעות קריאות לכלול את ההתמכרות לסלולרי ב־DSM (מדריך האבחנות הפסיכיאטריות) ולחבר בין הריחוק מהסלולרי להפרעות חרדה ולפגיעה בריכוז. נוכח שיח מרוחק ופטרוני זה, הציבו לעצמם שני החוקרים אתגר, להעשיר את המחקר ולאתר את "נקודת המבט של היליד", כדי להבין את עומק ההזדקקות למכשיר של בני נוער שאינם זקוקים לטיפול נפשי.

נוסף על כך, הכותבים מציינים כי חוקרים מתקשים להבין לעומקה את משמעותה של האינטראקציה של בני נוער עם הטלפון הסלולרי שלהם, בשל הישענות על סקרים

\* ד"ר דוד לויין, בית הספר לתקשורת, המסלול האקדמי, המכללה למנהל; האוניברסיטה הפתוחה [ddnsle@gmail.com](mailto:ddnsle@gmail.com)

או ראינות, ללא תצפית ישירה. הם עצמם רצו לנקוט גישה אחרת, וביססו את עבודתם על מחקרי חסך. מחקרי אסכולה זו כוללים תצפית בהתנהלות היום־יומית של בני אדם שנמנע מהם השימוש במשאב מסוים. בשנות ה־40 של המאה ה־20 התפרסם מחקרו של ברנרד ברלסון "What 'Missing the Newspaper' Means", שבו נבחנו השלכותיה של שביתת עיתונים על קוראיהם. צוות המחקר, שעקב אחר התנהלותם של צרכני התקשורת בזמן אמת, גילה להפתעתו שקוראי העיתונים לא סבלו מחוסר במידע, שכן מקלט הרדיו מילא עבורם את החסר. לעומת זאת, הם חשו בהיעדרו של רכיב חשוב בטקסי היום־יום, כמו שתיית הקפה בבוקר, שחשיבותו מנותקת מהתוכן התקשורתי עצמו. המחקר בספר הנוכחי ממשיך את אותה המסורת, תוך התמקדות באוכלוסייה אחרת ובטכנולוגיה אחרת, אם כי, בניגוד לקודמו, הניתוק מהנייד הוא מהלך יום של צוות המחקר ולא חלק ממצייאות חיצונית שנכפתה על משתתפיו.

המחקר שעליו מבוסס הספר, כאמור, כלל ניתוק יזום למשך שבוע שלם (משבת עד שבת) של כמאה בני נוער בגילאי 14-18 מרקעים מגוונים, כאשר במהלך תקופה זו הם ממשיכים בשגרת היום־יום. החוקרים מפרטים כיצד בנו את המחקר: מאה בני הנוער שהתנדבו הפקידו את המכשירים הניידים שלהם בידי הוריהם, ששיתפו פעולה עם צוות המחקר, בתמורה לסכום סמלי. כדי שהחוקרים יוכלו ללמוד מה עבר עליהם, הם התבקשו לכתוב יומנים מפורטים ולתאר בהם בלשון כללית את חווייתיהם ותחושותיהם. לאחר שבוע הניתוק הוסיפו החוקרים ולמדו על מעשיהם של בני הנוער באותו שבוע באמצעות ראינות אישיים וקבוצות מיקוד.

הספר כולל ארבעה חלקים. הראשון משמש מבוא תאורטי, ונוגע בשני נושאים: השפעות המיחוסות לטכנולוגיות ובני נוער כקהל. בהתייחס לטכנולוגיות מוזכרות עבודותיהם של ראשוני ההוגים של הדטרמניזם הטכנולוגי, הרולד איניס ומרשל מקלוהן, לצד עבודות שהגדירו את ייחודו של הטלפון הסלולרי - מדיום אישי ונייד שנישא בצמוד לגוף. באשר למושאי המחקר - בני הנוער - נזכרים מושגים כמו ילידים דיגיטליים, דור האינטרנט ודור ה־Z. זוהי סקירה ממעוף הציפור, שזוכה להשלמה בפרק הנספח התאורטי, בו מוצע פיתוח נוסף למושג "ילידים סלולריים". לדעתי, נכון היה להרחיב את החלק הזה ולהוסיף אליו קטעים מתוך הנספח (הכתוב באופן בהיר ומעמיק), מה שהיה מאפשר לקוראים לצלול לתוך המחקר עם משקפיים תאורטיים מתאימים יותר למעקב אחר העדויות מהשטח.

בפרקים השני והשלישי מוצגות עדויות של משתתפי המחקר ופרשנות לעדויות, והם כוללים קטעים ארוכים מיומניהם של בני הנוער ומהראינות איתם. אלו מחולקים

לתמות: תיאורים של שבוע הניתוק מנקודת מבטם, תיאורים של חוויותיהם הנפשיות והגופניות, ותיאור של חוויית הרגעים שבהם חזר הנייד לחיקם לאחר שבוע הניתוק.

ממצאי המחקר אכן חושפים את ההזדקקות הרבה למכשיר, הן בהיבטים פונקציונליים והן בהיבטים סמליים-רגשיים. בני הנוער נזקקים לנייד לא רק לצורך מילוי מטלות יום-יומיות, אלא גם כאבזר בטקסים יום-יומיים וכן כ"אובייקט מעבר", חפץ שהחזקתו ביד או ההתעסקות בו ומישושו חשובים בפני עצמם. היעדר הטלפון הנייד אכן השפיע על סדר היום של בני הנוער שהשתתפו בניסוי ועל מערכות היחסים שלהם, והם דיווחו על יותר אינטראקציות ישירות עם הסובבים איתם בהיעדרו של המכשיר. מעל לכול הם דיווחו על תחושת געגוע שבאה לקיצה כאשר שבו והתאחדו עם החפץ שבבעלותם.

שני פרקים אלו כתובים בכוונה תחילה בסגנון אחר מהמקובל במונוגרפיות. בניגוד לכתבה שאליה אני רגיל, המאופיינת בשיטה של קריאה צמודה (close reading), בה צמודה הפרשנות לציטוטים קצרים של מושאי המחקר, נבחרה כאן אסטרטגיה אחרת: אזור של ציטוטים נרחבים המופיעים כמקשה אחת, ואחריו אזור המוקדש לפרשנות של החוקרים. יתרונה של שיטת ייצוג זו הוא היעדר הקיטוע של דברי המשיבים, המתכתב עם אחת הדרישות שהציבה האתנוגרפיה הרפלקטיבית: להפריד בין קולם האותנטי של ה"ילידים" (emic) לקולם של החוקרים המפרשים (etic), פעולה שעוזרת להבחין ב"נקודת המבט של היליד". לעומת זאת, עליי להודות שכקורא התקשיתי לחבר בשיטה זו בין המלל האישי לפרשנות. בכל מקרה, אין ספק שמדובר בניסיון מעניין לייצוג, שהדיון בו חורג ממטרתו של הספר, אך ראוי שיובא וינומק במאמר נפרד.

את חלקו האחרון של הספר הגדירו הכותבים "נספח תאורטי". כאן הם בוחנים את התפתחות השיח המחקרי לגבי השינויים הבין-דוריים, באמצעות סקירה עשירה המפרטת את הלבטים בנוגע להבחנה בין דור ה-Y ודור ה-Z, וכפועל יוצא מכך מציעים להשתמש במושג חדש: הגדרת ילידי חמש השנים האחרונות של המאה ה-20 ואילך "ילידים סולוריים". לדבריהם, אלו שנולדו החל משנת 1995, בניגוד למבוגרים מהם, פגשו בטלפון הנייד כבר בשנים הראשונות לחייהם, ואף הפכו לבעלי מכשיר כזה בגיל צעיר. ואכן, עיון בנתונים מתקף טענה זו: במהלך העשור הראשון של המאה ה-21 גדל במידה ניכרת אחוז הילידים בגילאי בית ספר יסודי שהיו בעלי טלפונים ניידים, בעוד אצל קבוצות גיל אחרות לא ניכר באותה עת שינוי כה גדול. הכותבים מוסיפים ומדגישים כי נתון זה הוא חשוב כיוון שבגיל האמור מתעצבים יחסים חברתיים ונרכשות מיומנויות חברתיות. כיוון שכך, הם מתעכבים על השפעת השימוש בנייד על אינטראקציות חברתיות שונות: בקבוצת השווים וביחסים שבין הילדים להוריהם (מצד

אחד, הניידים מאפשרים לעקוב יותר אחר תנועותיהם של הילדים ולנטר אותן; מצד שני, קשה לעקוב אחר התכנים שילדים נחשפים להם). כאמור, מנקודת מבטי מוטב היה לכלול טיעון זה בהרחבה בראשית הדברים, ולהתייחס אליו גם בנייתוח של תרבות הסלולר של משתתפי הניסוי.

לסיום, אין ספק שמדובר בספר חשוב שמספק התייחסות עניינית ומגובה בנתונים לנושא רווח בשיח הפופולרי. ארגון ותכנון המחקר הם בהחלט ברף גבוה, לרבות ההקפדה על הפרטים ועל אופן חשיפתם בדו"ח. אני סבור כי הוא יעניין מעגל נרחב של קוראים וירים תרומה חשובה, הן לשיח האקדמי - בין היתר לסילבוסים העוסקים בנושאים תאורטיים ומתודולוגיים - והן לשיח הציבורי החוץ אקדמי.

## רשימת המקורות

Berelson, B. (1949). What "missing the newspaper" means. In P. F. Lazarsfeld & F. Stanton (Eds.), *Communications research 1948-1949* (pp. 111-129). Harper.

# Semantic Network Analysis in Social Sciences.

Elad Segev (Ed.). Routledge, 2022. 248 pages.

שאול שנהב\*

בעשורים האחרונים אנו עדים לשינויים מרחיקי לכת בכל הנוגע לשימוש בטקסטים במדעי החברה. פיתוח מואץ של כלים אוטומטיים מבוססי מחשב לניתוח טקסטים, לצד נגישות למאגרי מידע הכוללים טקסטים ממקורות שונים, בהיקפים אדירים ובפורמטים דיגיטליים, למעשה מגדירים מחדש את אחת הפרקטיקות המסורתיות בחקר החברה - קריאה ופרשנות של טקסטים. תוך זמן קצר יחסית צמחה זירה עשירה, חיונית ומתפתחת של מחקר מבוסס טקסט. בחלק מהמקרים זירה זו מנותקת ממסורות ותיקות של ניתוח טקסטים ומתפתחת מתוך עצמה, ובאחרים יש לה מערכות יחסים עשירות ובעלות ערך רב עם גישות מסורתיות, שצמחו ברובן ממחקר איכותני. ההשלכות של השינויים הללו בולטות לא רק בתחומים שבהם מחקרים אמפיריים מבוססי טקסט היו יחסית נדירים בעבר ועתה מתמקמים בחזית, אלא גם בתחומים כמו חקר התקשורת, שבהם העניין בניתוח טקסטים היה רב מאז ומתמיד. לצד העניין שמתעורר נוכח שימוש במחשבים לניתוח טקסטים והפוטנציאל הגדול הטמון בכך, ישנה גם חשדנות טבעית כלפי מחקרים אלה. זו ניזונה ממקורות שונים, ובהם החשש מכך שמקצת הכלים שבהם נעשה שימוש אינם שקופים דיים עבור קהל הקוראים, וכן עמדה ספקנית עקרונית יותר ביחס למידת המורכבות שמאפשר ניתוח טקסט המתבסס על מחשב ולאובדן המגע ה"אנושי" בניתוחים אלה. מבלי להיכנס לעובי הקורה בוויכוחים חשובים אלה, נראה שעל דבר אחד קשה להתווכח: השילוב בין היצע של מאגרי מידע, הכוללים טקסטים בהיקפים חסרי תקדים, ובין כלים חדשים שמאפשרים לנתח אותם, מספק לחוקרות ולחוקרים הזדמנויות לחלץ תובנות ומסקנות על התנהגות אנושית בהיקפים ובאמצעים שלא היו לנו בעבר. השאלה שעדיין יש לשאול, ושעליה אין, ואולי לא צריך להיות, מענה נחרץ אחד, היא: כיצד עלינו לעשות זאת? כלומר, אילו כלים וגישות יוכלו לסייע לנו לנצל את ההזדמנות וללמוד מהיקפי הטקסט החדשים הזמינים לנו?

\* פרופ' שאול שנהב, המחלקה למדע המדינה, האוניברסיטה העברית בירושלים

shaul.shenhav@mail.huji.ac.il

זהו, בעיניי, ההקשר המתאים לקריאת הספר *Semantic Network Analysis in Social Sciences*, שראה אור לאחרונה, בעריכת פרופ' אלעד שגב מהמחלקה לתקשורת באוניברסיטת תל אביב. שגב, שמתמחה בניתוח רשתות סמנטיות, הוא העורך של הספר, אולם טביעת האצבע המחקרית שלו בולטת לכל אורכו. ההנחה הבסיסית בתחום זה, כפי שמסביר שגב בהקדמה לספר, היא שבחירת מילים וצירופן בטקסט יוצרת את המשמעות הייחודית של הטקסט. אפשר לפשט את הרעיון של ניתוח רשתות סמנטיות באופן הבא: הטקסט מתורגם לרשת המציגה את המילים הבולטות ואת עוצמת הקשרים ביניהן, קשרים שאותם נהוג להעריך סטטיסטית מתוך קורפוסים גדולים לפי ההיקרות המשותפות (co-occurrences) של המילים ביחידות טקסט ברזולוציות שונות (משפט, מסמך וכו').

הספר נפתח בהקדמה, שבה מציג שגב את המונח ניתוח רשתות סמנטיות ומציב אותו בהקשר היסטורי ותיאורטי. הפרק הראשון, "How to conduct semantic network analysis", הוא בעיניי הפרק המרכזי בספר, לפחות עבור אלה שמבקשים ללמוד ממנו כיצד להשתמש בגישה זו הלכה למעשה. בפרק זה מציג שגב את התחום בשפה בהירה, מזמינה וקולחת, גם מההיבט הטכני וגם מבחינת ההיגיון התיאורטי שבבסיס הגישה. פרק זה, ההקדמה ובמידת מה גם הסיכום, הם עיקר התרומה של הספר עבור מי שישתמש בו כמדריך תיאורטי ומתודולוגי למחקר המתבסס על גישה זו. שגב מציע כאן קווים מנחים לניתוח רשתות וכן כלים עדכניים וזמינים לביצועו. הפרק, כמו הספר כולו, מאפשר לחוקרות ולחוקרים ללא רקע בנושא להבין את העיקרון של הגישה וליישם אותה במחקרים שלהם. שאר הפרקים מציגים שורה של מחקרים בתחום התקשורת שבהם נעשה שימוש בניתוח רשתות סמנטיות. החלק הראשון עוסק בניתוח "מלמעלה למטה", ובמאמרים הנכללים בו מוצגים ניתוחים של אמצעי תקשורת ונאומים פוליטיים. החלק השני מתמקד בניתוח "מלמטה למעלה", והמאמרים המופיעים בו מציעים ניתוח של שיח ברשתות החברתיות. החלק השלישי כולל מאמרים שבהם רשתות סמנטיות משמשות כלי לניתוח מאמרים אקדמיים וראיונות שנערכו במסגרת מחקרים אקדמיים. הפרקים המדגימים את השימוש בגישה פורשים בפני הקוראים את האפשרויות המגוונות הטמונות בה, ומראים שניתוח רשתות סמנטיות לא צריך בהכרח לעמוד במוקד המחקר, אלא יכול לשמש כלי עזר לניתוחים אחרים. למעשה, כפי שמראה הספר, השימוש בגישה זו יכול להיות חלק מתהליך של מחקר-מגשש ולא דווקא שיטת המחקר העיקרית.

כל אחד מהפרקים מסתיים בטיפים ובלקחים שהחוקרים למדו מהשימוש בניתוח הרשתות. יש אומנם מידה מסוימת של חזרתיות במסקנות של המאמרים השונים, ואף על פי כן מדובר בתוספת חשובה ומעוררת עניין, שבזכותה הפרקים הם לא רק הדגמה

של שימוש בניתוח רשתות סמנטיות, אלא חלק מתהליך למידה משמעותי שנכלל בספר. פרק הסיכום מציג את עיקרי הנושאים והפרויקטים שהובאו בספר, ומוסיף כמה תובנות כלליות, בהתבסס על המחקרים שנכללו בו.

הספר מסביר כיצד לבצע ניתוח רשתות סמנטיות בצורה פשוטה וזמינה, שמתאימה גם לחוקרות ולחוקרים ללא ניסיון מוקדם בשימוש בכלים ממוחשבים לחקר טקסט. הרשת הסמנטית משמשת למעשה גם לצורכי ויזואליזציה וגם לצרכים אנליטיים, ככלי אינטואיטיבי שמאפשר להציף ולזהות משמעויות ולנתח אותן. אפשר להציב את הגישה המוצגת בספר ביחס לגישות אחרות, כאשר חלקן פשוטות (כמו ניתוח מבוסס מילונים) וחלקן מתקדמות והוליסטיות יותר ביחסן לטקסט. גישות מתקדמות אלה אינן נשענות באותה מידה על מילים מרכזיות, אלא על מודלים מורכבים ורגישים לשפה, שמאפשרים להבחין בין ניואנסים בטקסט ובמקרים מסוימים אף לחקות היבטים של קריאה אנושית. שגב מתייחס בהקדמה לכמה גישות כאלה, אולם מנקודת מבטי היה אפשר להדגיש אף יותר את התרומה הסגולית של ניתוח רשתות סמנטיות בהשוואה אליהן, תוך התייחסות לנקודות התורפה שלה - וזאת מתוך הבנה שריבוי גישות וכלים יאפשר לנו להתאים את הניתוחים לשאלות המחקר שלנו. בכל זאת, הספר מאפשר לזהות את היתרונות הסגוליים של הגישה ובה בעת להצביע על כמה מחולשותיה. כך, אחד מיתרונותיה הוא שהיא מאפשרת לחוקרות ולחוקרים להיות מעורבים בפרשנות בקלות יחסית בשתי סוגיות מהותיות - הבחירה במילים המרכזיות שיוצרות את הרשתות, וההבנה של הרשתות עצמן. מצד שני, בדיוק בנקודה זו יש סיכון שהכרעות, למשל בסינון או בבחירה של מילים מרכזיות, שנתפסות כ"הגייוניות" או "מתבקשות" ישקפו הטיות שהחוקרים והחוקרות לא בהכרח מודעים להן. כאשר מילים מסוימות מוגדרות כמרכזיות בשדה המחקר (לדוגמה #MeToo בטוויטר, במאמר "Sexual assaults blindsided by politics on Twitter"), או כאשר המילים לקוחות משדה המחקר (לדוגמה, שימוש במילות מפתח במאמרים אקדמיים, שאותן בחרו מחברי המאמרים עצמם, בפרק "Identifying patterns in communication"), קל להצדיק את בחירתן. התמונה הופכת מורכבת יותר כאשר החוקרות והחוקרים מעורבים בקביעת המילים שייכללו ברשתות, אם באמצעות קביעת סף כמותי ואם באמצעות סינון לפי משמעות המילים. מעבר לכך, ניתוח המתבסס על רשתות מילים יהיה מראש רגיש לשאלה עד כמה עולמות התוכן המעניינים אותנו משתקפים במילים חוזרות, ועד כמה גישה כזו מתמודדת עם הבעיה המוכרת של עולמות תוכן חשובים המסתתרים "מתחת לרדאר". עיבוד מקדים (preprocessing) שיוצר האחדה בין מילים דומות או זהות מבחינה סמנטית הוא מוצא חלקי, אך החשש מהתלות של הגישה במילים בולטות עדיין קיים. הצעדים שמציע שגב בפרק הראשון,

המתמקד בשיטות המחקר של הגישה, אומנם לא יכולים לפתור קושי זה במלואו, אך יש בהם כדי לסייע לחוקרים להתייחס להכרעות שקיבלו בשלבי העבודה ולהצדיקן, ובמובן הזה הם בעלי חשיבות.

ככלל, הספר מביא השקפה מחקרית אחראית, שאינה מבקשת "לקדם" או "למכור" את הגישה, אלא להציע אותה, וזאת תוך התייחסות ליתרונותיה אך גם לנקודות התורפה שלה. זהו מהלך נכון, והוא רלוונטי לגישה זו כמו לגישות אחרות בתחום. למעשה, אל לנו לצפות שגישה אחת או קריאה אחת תיתן מענה מוחלט לאתגרים הרבים הכרוכים בנייתו טקסט. אחרי הכול, אפשר לדמות את השפה ואת השימוש בה למארג שבו משובצים יחד הצפוי והבלתי צפוי, הסדר והאי־סדר, הנשלט והבלתי נשלט. ובדיוק בשל כך אנחנו זקוקים לגישות שונות, שיאפשרו לנו לזקק את מה שמעניין אותנו כחוקרים, וככל הנראה להשאיר גם סימני שאלה למחקר הבא. אולי זו הסיבה שניתוח השפה והשימוש בה הוא שדה מחקר מעניין כל כך, ומעודד אותנו, החוקרות והחוקרים, לפתח ולאמץ כלים שונים שיעזרו לנו ללמוד על האופנים שבהם השפה משקפת את החברה ומעצבת אותה.

הספר החדש בעריכת אלעד שגב הוא בעיניי תרומה יפה וחשובה לניסיון הזה. זהו ללא ספק פרויקט שיכול לפתוח לקוראות ולקוראים את הדלת לעולם המרתק של שימוש בכלים אוטומטיים וממוחשבים לחקר טקסט. הוא מסביר בצורה קולחת ומזמינה גישה רבת ערך לניתוח מבוסס מחשב של טקסטים במדעי החברה, מאגד מחקרים מעניינים שעושים בה שימושים שונים, ויכול אף לחשוף את קוראיו לעולם מחקרי מרתק, שמבקש להבין לעומק את תפקידן של מילים כאמצעי לייצוג ולעיצוב המציאות שבה אנחנו חיים.



# الملخص

## بناء الماركات والتحديد «من أسفل إلى أعلى»: الترويج لفكرة «ستارت أب نيشن» (شعب الشركات الناشئة) في الإعلام

يتسحاك مشياح

الملخص

مُحاوَلات الماركات الشهيرة في تصميم شهرتها بواسطة تمرير رسالات بالشكل التسويقي الكلاسيكي "من أعلى-إلى أسفل" (Top-Down) تُحطى في الأدبيات النظرية باهتمام بحثي واسع النطاق، وتعكس توجُّهاً تكون بحسبه الماركة الشهيرة قادرة على السيطرة على الرسالة التي تريد إيصالها وإدارتها بنفسها. هذا المقال يتناول الشكل البديل "من أسفل-إلى أعلى" (Bottom-up)، بواسطة تحليل حالة فاحصة لماركة قومية والشكل الذي يتم فيه تأطيرها من قبل جهات إعلامية. يتركز المقال في تأسس المقولة "ستارت أب-نيشن" (شعب الشركات الناشئة) (Start-up Nation) في النصوص الصحفية للإشارة إلى دولة إسرائيل كدولة تكنولوجية. بالاعتماد على مُعَاينة وتحليل تداوُل هذه المقولة في التقارير الصحفية بين السنوات ٢٠١٠ - ٢٠٢١ في إسرائيل (N=220) وبحسب مقابلات مُبْنِيَّة جزئياً تمَّ إجراؤها مع صحفيين وصحفيات (N=6) نستنتج أنّ هذه المقولة تجذرت في الصحافة بواسطة تكرار متواصل لها من قِبَل مصادر مختلفة ذوّت قيم الماركة الشهيرة واستخدمت هذا اللقب التكنولوجي بكثرة. وتبيّن من البحث أنّ هناك قدرًا معيّنًا من الاستقلالية تحت تصرف مُنتجي المضامين وناشريها في وسائل الإعلام، تُمكنهم من تأطير رمز استعاري بحسب ما يروونه مناسبًا ونشره مرارًا وتكرارًا لفترة زمنية، وهو يصف دافعيتهم على القيام بذلك. وتبيّن من البحث أنّ الفضاء الإعلامي-إخباري يظهر كملعب لنشر صورة إسرائيل كشعب تكنولوجي ومتجدد "من أسفل-إلى أعلى" والترويج لذلك. واستنادا إلى الشهادات التي وردت هنا، يقترح البحث أنّه يُمكن تطبيق آلية التسويق "من أسفل-إلى أعلى" حتى عند تسويق أيّ هيئة مؤسّسة كبيرة أخرى، بما في ذلك شركة تجارية، منظمّة اجتماعية، هيئة مالية، مؤسّسة تربوية، رابطة عامة، سلطة محلية أو أيّ دولة أخرى.

## « حصار » مُراسلي الشؤون القضائيّة في إسرائيل في عصر الإنترنت

### عنات بيلج

#### مُلخّص

في العقد الماضي اشتدّت الهجمات السياسيّة في إسرائيل على جهاز القضاء وعلى مهنيّة ونزاهة المراسلين للشؤون القضائيّة. المنتخَبون الجماهيريّون الذين تمّ تقديمهم للمحاكمة نسبوا إلى جهاز القضاء « تليفق ملفّات » ضدّهم لأسباب سياسيّة وادّعوا أنّ المراسلين القضائيّين مُنحازون ضدّهم، بينما نشر أشخاص مَن يُعْتَبَرُونَ من المؤثّرين في شبكة الإنترنت ولا يحملون ثقافة قانونيّة معلومات قضائيّة من قبَلهم لمصلحة المتهمين.

تُحلّل هذه المقالة مواقف مراسلي الشؤون القضائيّة فيما يتعلّق بالعوامل التي أدّت، بحسب رأيهم، إلى تراجع في مرجعيّتهم ومدى موثوقيّتهم الصحفيّة في الخطاب العامّ، ويكشف أنّه وبالرغم من تراجع ثقة المراسلين بالجهاز القضائيّ، إلّا أنّ بعضهم يُبدي استعداداً للدفاع عنه في الخطاب العامّ. تستقي المقالة مضمونها من دراسة طوليّة كميّة، تُقارن بين معطيات من مُقابلات معمّقة أُجريت خلال سنة ٢٠٢٠ مع ١٢ مراسلاً ومُحلّلاً للشؤون القضائيّة من الرائدین في البلاد، وبين نتائج دراسات سابقة في هذا المجال. يستند تحليل المعطيات على « نموذج كارلسون ولويس » لتحليل المرجعيّة والموثوقيّة الصحافيّة في عصر الإنترنت. ويكشف البحث عمليّة، إلى جانب تغييرات مهنيّة، تؤدّي فيها التفاعلات بين الجهاز القضائيّ والإعلام المؤسّساتيّ إلى إضعاف مكانة الاثنین في الخطاب العامّ.

## أين هنّ تلك المثليات؟ تغيّرات في تمثيلات المثليات في الصحافة العبرية خلال القرن الـ ٢٠

أوريت ياعيل

ملخص

متى ظهرت لأول مرة امرأة مثلية (سحاقية) في وسائل الإعلام العبرية-الإسرائيلية؟ هذا المقال، ولأول مرة، يتناول الحديث الجاري حول المثليات في الصحافة العبرية والتغيّرات التي طرأت عليه خلال القرن الـ ٢٠ - منذ بدايات الصحافة العبرية العصرية في فترة الانتداب وحتى قيام بعض النساء الإسرائيليات المثليات بالتصريح علناً بميولهنّ الجنسية إعلامياً، في بداية سنوات الـ ٦٠.

على امتداد غالبية هذه الفترة، هناك القليل من الحالات التي تمّ فيها التطرّق المباشر للموضوع، وهناك حاجة إلى البحث المعمّق من أجل إيجاد تمثيلات تعكس العلاقة تجاه المثليات. تغيّرت التصوّرات والتمثيلات مع مرور السنين، وذلك بتأثير أحداث وأتجاهات محلية ودولية، ويمكن رسم سيرورة تطوّرها. يستشفّ من تحليل المصادر المختلفة التي تُعنى بالموضوع أنّها كانت عملية تدريجية، لكنّها ليست خطيّة، وتظهر من خلال محورين مركزيين. المحور الأوّل هو التغيّر في شكل الظهور الإعلامي - من الانقراض الرمزيّ مروراً بالوسم النمطيّ (الستيرويدي) وحتىّ التطبيع؛ من التطرّق غير المباشر، عن طريق تمثيلات مثلية دولية، وحتىّ التطرّق المباشر إلى "المثلية الإسرائيلية". المحور الثاني هو الانتقال من المثلية كسلوك إلى التعامل معها كهويّة. في نهاية الفترة أيضاً، ما زال هناك تعبير عن التحفّظات التي تعكس وجود مواقف مختلفة تجاه المثليات.

## أصالة – مُحافظه – قوة: قراءات فتيات إسرائيليات في شخصيات ووندر وومان والمتمثلة غال غدوت .

عينات حوفر ، شوش دافيدسون وأورنيت رماتي دفير

### مُلخَص

الفتيات في المجتمعات الغربية مُعرّضات أكثر فأكثر لأفكار نسوية، التي غالباً يُرَوَّج لها نساء مشهورات . هذا البحث يفحص كيف تتحاور الفتيات الإسرائيليّات حول أفكار نسوية مثل « قوة نسائية » ( girl power ) « و » « نجاح نسوي »، وذلك من خلال فحص ردودهنّ على فيلم المرأة العجيبة ( ووندر وومان ) – الذي ينتمي إلى نفس الشعور العامّ النسويّ – وردودهنّ على نجمة الفيلم، المتمثلة الإسرائيليّة غال غدوت . يُحلّل المقال أصواتاً صادرة عن فتيات تبلغ أعمارهنّ بين ١٣ و ١٥ عاماً من المجموعة المُهيمنة في المجتمع الإسرائيليّ، تمّ توثيقها في عشر مجموعات بُوريّة، ويُظهِر المقال أنّ الفتيات يتفاخرن بوجود شخصيّة نسائية قويّة ومندوبة إسرائيليّة في هوليوود . تتمركز الفتيات حول نموذج نجاح يتمّ تمثيله بواسطة صُور أنثوية قويّة – عالميّة ومحليّة . العناصر العالميّة تعكس خطاباً بوسن نسائيّ نيقو لبيبراليّ، الذي يرى في الأصالة كمثل أعلى لتحقيق الذات، بينما تعكس العناصر المحليّة مشاعر الانتماء والولاء للدولة والعائلة . نحن ندّعي أنّ أسطورة الأصالة تلعب دوراً رئيسياً في تعزيز النظام الجندرّي الحاليّ والتعريف المُحافظ للمُواطنّة الصالحة من خلال صورة المرأة الناجحة . استنتجنا هو أنّ المميّزات الثقافيّة المحليّة والانتماء الوطنيّ هي فئات مهمّة في البحث الذي يتناول اللقاء بين فتيات وبين مشاهير ومشهورات .

## لا حديقة ولا غابة : نحو صياغة مُناسبة لمشكلة أساسية في الديمقراطية الإسرائيلية

نمرود بار-عام وموطني جيحي

### الملخص

يدعي نيسيم مزراحي أنّ السياسة الإسرائيلية هي مثال على الفشل المبدئي للبيبرالية في احتواء التعددية الثقافية. وبحسب ادّعاءه، هذا هو السبب الرئيسي لعدم كون الشرقيين في البلاد ليبراليين. نحن ندحض هذه الادّعاءات من خلال مثاليين رئيسيين: اليهودي الفرنسي من أصل شمال أفريقي واليهودي المتزمت (الحريدي) الشرقي. الجمهور اليهودي الذي هاجر إلى فرنسا من شمال أفريقيا هو مثال على نجاح ثقافة التعددية في إطار ليبرالي مُنصف. واليهودي المتزمت (الحريدي) الشرقي هو مثال على أنّ المحافظة هي ليست بالضرورة أيديولوجية، إنّما قبل كلّ شيء هي بديل قسري بالنسبة لشخص طريقه إلى مكانه الذي يستحقّه في المجتمع مسدودة بعنصرية "تتحفّي" إلى ليبرالية. وعليه، فإنّ فشل الليبرالية الإسرائيلية ليس مبدئيًا، إنّما ينبع من التطبيق غير الصحيح للقيم الليبرالية في إسرائيل.

## العقوبات الديجيتالية: القوى الصاعدة للخدمات الإنترنتية التجارية كقضاة وكشراطيين في الحلبة الجيو-سياسية

أساف فينر، إيال زلبرمان

### الملخص

في هذا المقال سنحلل وظيفة الخدمات الإنترنتية التجارية، بما في ذلك الخدمات التي تُقدّم عبر شبكة الإنترنت ومزوّدَي البنية التحتية، في فرض عقوبات ديجيتالية كجزء من خطوات عقابية جيو-سياسية. سنقوم بفحص الوظيفة التي أدتها هذه الهيئات في فرض عقوبات على روسيا في أعقاب اجتياحها لأوكرانيا في كانون الثاني (يناير) ٢٠٢٢، وسنطرح الادّعاء بأنّ هناك أصواتاً تتعالى من أجل وُضْع تحدّد أمام قيمة الحيادية للخدمات الإنترنتية - وهي قيمة كانت بمثابة مبدأ مُوجّه لعملها منذ بداية انطلاق شبكة الإنترنت. من الصحيح أنّه ليس من الواضح أنّ الحالات السابقة التي وقعت في كانون الثاني-شباط ٢٠٢٢ ستُترجم إلى تغيير أسطورة عامّة، لكنّها على الأقلّ تُلزم إجراء نقاش من جديد حول أهميّة قيمة الحيادية في الشبكة وحول التداعيات المتوقعة لتقييدها.

## تصنعن ويصنعن الأخبار في إسرائيل في فترة الكورونا : النساء في الأخبار – نتائج مشروع رصد الإعلام الدولي، ٢٠٢٠

عينات لاجوبيير وصوفيا حايتن

يَعرض هذا التقرير نتائج المرحلة السادسة من البحث (GMMP (Global Media Monitoring Project)، وهو مشروع رصد إعلامي دولي يتم إجراؤه كل خمسة أعوام منذ العام ١٩٩٥ ويُعابن حصّة النساء في الأخبار. بالاعتماد على الترميز الكمي لتقارير إخبارية في وسائل الإعلام المركزيّة في إسرائيل (بالعبريّة والعربيّة)، والذي أُجري في شهر أيلول (سبتمبر) ٢٠٢٠، في فترة الإغلاق في أعقاب جائحة الكورونا، يشير التقرير إلى أنّ النساء في الأخبار ما زلن يعانين من تمثيل ضعيف من حيث التغطية، وذلك من حيث المصادر ومن حيث الأشخاص الذين يعملون في مجال الإعلام. وقد بيّن البحث أنّ نسبة النساء من المجموع الكليّ للأشخاص الذين يحظون بتغطية إعلاميّة هي ١٦٪. وأنّ نسبة الصحفّيات من المجموع الكليّ للأشخاص الذين يعملون في مجال الإعلام هي ٣٨٪. إنّ معاينة هذه النتائج، مقارنةً بسنوات سابقة، تُبيّن أنّه في العام ٢٠٢٠ طرأ انخفاض حادّ أو تقوقع في غالبية المقاييس التي تمّ أخذها بعين الاعتبار، وذلك رغم وجود اتجاه تصاعديّ في التمثيل النسائيّ في الأخبار في إسرائيل على مدار السنين السابقة. وبيّنت المُقارَنة بمعطيات المعدّل الدوليّ أنّ الوضع في إسرائيل في غاية السوء: علامة الـ GEM-I لإسرائيل (مقياس المساواة الجندريّة، وبحسبه ٠ يشير إلى مساواة تامّة) هو ٧٩,٨- . إنّ تحليل النتائج يشير إلى أنّ انعدام المساواة الجندريّ في الأخبار في إسرائيل هو أمرٌ أساسيّ ومتواصل، وعلى ما يبدو ازداد عمقاً نتيجة لأزمة الكورونا.



# Abstract

# Bottom-up innovation branding: Diffusion of the start-up nation idea in the media

Itzhak Mashiah

There is widespread attention in the academic literature to brand management and the roles that brands play in shaping their reputations and communicating messages in a traditional “top-down” fashion. As part of this article, we examine the “bottom-up” alternative model by analyzing a case study of a national brand and how it is represented in the media. This study examines the use of the “Start-Up Nation” catchphrase in the journalistic text for a vote on the technological state of Israel. Based on analyses of the appearance of the catchphrases in articles in 2010-2021 (N = 220) and semi-structured interviews with journalists (N=6), we find that the catchphrase arose from repetition of different sources, internalized and resonating the technological nickname. The study points out that media content providers and distributors can frame a metaphorical symbol according to their vision and bring it to life over time. Accordingly, media-news play an instrumental role in defaming Israel and promoting it as a technologically advanced country. The results of this study suggest that the “bottom-up” marketing mechanism can be applied to the marketing of a wide range of large institutions, such as corporations, financial institutions, educational institutions, municipalities, or any other country.

# Between a Rock and a Hard Place: Israel's Courtroom Journalists in the Digital Age

Anat Peleg

Israel's courtroom journalists have been condemned in the public discourse quite often over the past decade. Public figures facing criminal charges have accused these reporters of adhering to the prosecution's narrative and breaching the presumption of innocence of the accused. Social media influencers without legal expertise routinely question the dignity and professionalism of these journalists, disseminating biased and false information over various social platforms.

In this article I seek to analyze how courtroom journalists view their experiences and, when applicable, the difficulties involved in preserving their professional authority in the digital era while adhering to journalistic ethics.

This study draws on longitudinal qualitative research comparing the findings of semi-structured interviews conducted in 2020 with 12 leading legal journalists to 40 previous interviews on this same subject conducted in 2007 and 2012. The research finds that despite a decline in the journalists' confidence in the legal establishment, they nonetheless feel obliged to protect the rule of law in Israel from the public rage fueled by populist politicians. However, the proximity between the court reporters and the judicial system appears to weaken the social esteem for these two systems.

# Where Are All the Lesbians?

## The Evolution of Lesbian Representation in 20<sup>th</sup> Century Hebrew Media

Orit Yaal

When did the first image of a lesbian appear in Hebrew media? This article examines for the first time the discourse surrounding lesbianism in the Hebrew press and perceptual changes throughout the 20th century, from the beginnings of the modern Hebrew press during the Mandate period and concluding with the relatively open lesbianism of the early 1960s.

For most of this period, we find few direct references to lesbians, but we see from the images that we do find that perception evolved and changed, influenced by both local and international trends. Source analysis indicates that this was a gradual, although non-linear, evolution, which developed along two central axes. The first was a change in media visibility, from symbolic extinction through stereotypical representation and finally to normalization. In other words, from cursory mention, on to representation of international lesbians, culminating in direct depictions of the “Israeli lesbian”. The second axis – an evolution of understanding lesbianism as an identity rather than as a behavior. Even at the end of this period, we still find some reservations towards lesbians, reflecting continued conflicting attitudes toward lesbianism.

# Authenticity-Conservatism-Power: Israeli Girls' Readings of Wonder Woman and the Israeli Actress, Gal Gadot

Einat Lachover, Shosh Davidson and Ornit Ramati Dvir

Girls and young women in Western societies are progressively exposed to feminist ideas, often promoted by women celebrities. The current study examines how Israeli girls perceive feminist concepts by investigating their reactions to Wonder Woman – a film that introduces feminist notions such as ‘girl power’ and ‘feminine success’ – and its famous Israeli actress, Gal Gadot. Through listening to varied voices of girls from Israel’s hegemonic social group, aged 13 to 15, in ten focus groups, the paper argues that the girls position themselves around a model of success represented by strong local and global features. The local elements reflect a relational sentiment of allegiance to both the state and the family. The global elements reflect neoliberal postfeminist discourse campaign for authenticity as the ideal for self actualization.

# Neither a Garden nor a Jungle: Towards an Appropriate Formulation of the Liberal Challenge in Israel

Nimrod Bar-Am and Moti Gigi

Nissim Mizrahi argues that Israeli politics demonstrates the inherent failure of Liberalism: it cannot, he maintains, consistently allow cultural pluralism. He explains the prevalence of anti-liberal views amongst Israeli Mizrahi Jews as stemming from this failure.

We refute his argument by means of two general case-studies: The French Jew from North-African descent, and the ultra-Orthodox Mizrahi. The former demonstrates the possibility of a successful union of liberalism with a celebration of one's unique cultural heritage, whereas the latter demonstrates the willingness of Mizrahi Jews to abandon significant parts of their heritage and cultural identity, when genuine advancement on the social ladder is being offered. The failure of Israeli Liberalism, we conclude, stems mainly from its hypocritical, inauthentic practice.

# Digital Sanctions: The evolving role of commercial internet intermediaries and providers as geopolitical judges and enforcers

Asaf Wiener and Eyal Zilberman

This essay discusses the role of commercial internet intermediaries and providers in imposing digital sanctions as part of geopolitical diplomatic penalties. By examining the role these entities played in the imposition of digital sanctions on Russia following its invasion of Ukraine in January 2022, we argue that there is growing demand to challenge internet providers' commitment to Net Neutrality, a value that has guided their operations from the very first days of the internet. While it is still unclear if the precedents of January-February 2022 will lead to an overall change in this ethos, it is evident that they must lead to a discussion on the importance of Net Neutrality and the expected repercussions of limiting it.

# The Presence of Women in Israeli News Media During the Covid-19 Pandemic: Global Media Monitoring Project Report, 2020

Einat Lachover and Sofia Haytin

This report presents the findings of the sixth GMMP (Global Media Monitoring Project) which has been monitoring gender equality and the presence of women in the global news media every five years since 1995. Based on quantitative coding of news items in main media outlets in Israel (Hebrew and Arabic), conducted in September 2020 during the Covid-19 pandemic lockdown, we show that women in the news remained under-represented as news subjects, sources and journalists. The study found that the percentage of women from among all news subjects was 16% and the percentage of women journalists out of all journalists was 38%. Compared to prior years, the 2020 findings indicate either a significant decline or stagnation on most indices examined, and this despite increasing trends in women's representation in media in Israel over the years. A comparison to the average international data is not complimentary: the country's GEM-I score (Gender Equality in the Media, where 0 represents full gender equality) is -79.8. Analysis of the findings shows that gender inequality in Israel is fundamental and persistent, and even appears to have deepened as a result of the corona crisis.