

האם העיתונות היא באמת רק כלי שרת בידי האליטה?

הגר להב

שגיא אלבז (2014). נאמנות למקור: תקשורת, אידיאולוגיה ותרבות פוליטית בישראל. תל-אביב: רסלינג. 299 עמודים

כבר שם ספרו של שגיא אלבז – נאמנות למקור: תקשורת, אידיאולוגיה ותרבות פוליטית בישראל – מעורר מחשבה. מהו בעצם ה"מקור" שלו חייבת התקשורת, או ליתר דיוק העיתונות במובנה כסיקור חדשותי, את נאמנותה? האם המקור הוא ה"מציאות" שאותה, על כל גווניה, על העיתונות לשקף? ושמה הנאמנות היא למקור העיתונאי, זה המוסר מידע לכתב/ת? ואולי המקור הוא הערכים העיתונאיים הדורשים פלורליזם והגינות בסיקור? האם העיתונות מחויבת בראש ובראשונה ליחסי כוח ועוצמה הקיימים מחוצה לה, והם המהווים את המקור שהיא נאמנה לו? ושמה המקור הוא בכלל האינטרסים של קהל הצרכנים של העיתונות, הצופים והקוראים, אלה המחזיקים בשלט ובעיתון, שברצותם יצרכו את העיתונות ומסריה וברצונם ידחו אותם? מהו אם כן המקור? האם יש בכלל מקור? ואולי ישנם מקורות שונים ורבים?

הטענה המרכזית של הספר היא שהמקור העיקרי לסיקור העיתונאי בישראל הוא האליטות – הפוליטית, הצבאית והכלכלית – שאותן משרתת העיתונות ואת תפיסת עולמן היא מפיצה. אליטות אלו מאוחדות בתפיסת עולם משותפת בנוגע ליהדותה של מדינת ישראל, למרכזיותה של התרבות הביטחונית בה ולליברליזם

* גילוי נאות: ד"ר להב היא חברת מועצת המנהלים של קשב – המרכז להגנת הדמוקרטיה בישראל, שסייע בתייעוד מהדורות החדשות למחקרו של אלבז.

הכלכלי השולט בה. הדוברים המרכזיים של האליטות הללו הם המקורות המרכזיים של העיתונאים; הם אלה שמספקים להם את רוב המידע והם חשובים בעיני העיתונאים וראויים לאמון. העיתונות מרבה להבליט את עמדותיהם ובכך להפיץ אותן לציבור, מה ששב ומחזק את מעמדן של האליטות. יתרה מזו, גם כשחלים שינויים אישיים בקרב מנהיגי האליטות, עצם מרכזיותן של שלוש האליטות אינה נפגעת.

טענה זו יוצאת מתוך הגישה הביקורתית לחקר העיתונות, שזכתה לכולטות רבה במחקרי התקשורת במערב מסוף שנות השבעים וחדרה לשיח האקדמי בישראל לפני כ-20 שנה. לפיה, אמצעי התקשורת מפיצים בקרב הציבור תמונת עולם המתיימרת להיות "טבעית" ומובנת מאליה, אולם בפועל זוהי תפיסת עולם פרטיקולרית, המשרתת אינטרסים של קבוצות כוח חברתיות. מהלך זה מובטח באמצעות שורה של אילוצים ובהם תשומת לב לאינטרסים הכלכליים של בעלי כלי התקשורת והמפרסמים בהם, צורך להשביע את רצון הקהל כדי לקבל חשיפה מקסימלית (רייטינג) ונאמנות למקורות מידע חשובים (ראו למשל Herman & Gitlin, 1980).

הגישה הביקורתית לחקר העיתונות היא אסכולה תיאורטית חזקה ומשכנעת, הנשענת גם על מגוון רחב ביותר של ממצאים אמפיריים ממדינות שונות בעולם ובהן ישראל. הספר מוסיף לה מקרי מבחן רבים, ובכך מרחיב במידה ניכרת את תחום האירועים בהיסטוריה הישראלית שנחקרו באופן כזה. בעוד מרבית הספרות בנושא התמקדה באירועים מדיניים-ביטחוניים, הספר מוסיף על כך בחינה של סיקור שני אירועים כלכליים – התוכנית לייצוב המשק ב-1985 והתוכנית הכלכלית של בנימין נתניהו משנת 2003 – דבר המרחיב את הדיון להיבטים כלכליים של הפצת רעיונות הגמוניים. הספר אף פונה לאחור, לאירועים מדיניים-ביטחוניים שסיקורם טרם נותח באופן ביקורתי כזה – הסכמי קמפ דייוויד ב-1978, מלחמת לבנון הראשונה ב-1982 ותהליך אוסלו בשנים 1993 ו-1995. בכך הוא מרחיב את היריעה ההיסטורית של מחקרים מסוג זה.

הניתוח האמפירי שמציע הספר רחב מאוד. הוא מתבסס על ניתוח תוכן איכותני של יותר מ-4,400 פריטים עיתונאיים שהתפרסמו בידיעות אחרונות, הארץ, ערוץ 1 וערוץ 2, ומציג מסכת היסטורית ארוכה, המתפרסת על פני כמעט 40 שנה ונוגעת במרבית האירועים הלאומיים הגדולים שעמדו בראש החדשות (למעט שתי האינתיפאדות, שכבר נחקרו באופן זה בידי חוקרים אחרים). לכך מצטרפים ראינות

עומק עם פוליטיקאים ועם עיתונאים בהווה ובעבר, המחזקים במידה מסוימת את ממצאי הניתוח הטקסטואלי. הנתונים כוללים גם מעט סטטיסטיקה תיאורית, אם כי מובהקותם של הנתונים הכמותיים איננה נבדקת, ולכן היכולת ללמוד מהם מוגבלת.

הממצאים מעידים על הישענות רבה של העיתונות הישראלית על מקורות מקרב האליטה ודובריה, אך חושפים כי היא איננה מונוליתית וכי היא מציגה מקורות נוספים, כגון דוברי אופוזיציה, ארגונים חוץ-פרלמנטריים ומקורות חוץ. המסגור הדומיננטי, כלומר זווית המבט המרכזית שמציגים כלי התקשורת, דומה מאוד לאופן הבנת האירועים בידי האליטה. עם זאת, גם כאן קיימים מסגורים מתנגדים, המעידים כי העיתונות הישראלית איננה מציגה תמונת עולם אחידה.

כספר עיון למי שאיננו בקיא במחקרי תקשורת, הספר פותח אם כן צוהר להבנה ביקורתית של העיתונות הישראלית, ומראה כיצד מתחת למבע הפלורליסטי שלה קיימת אחידות אידיאולוגית גבוהה. מודעות של האזרחים-הצרכנים למצב זה היא חיונית, משום שרק באמצעותה הם ידעו לנקוט גישה חשדנית ולהטיל ספק במה ש"כתוב בעיתון". במובן זה זהו ספר חשוב ביותר, המצטרף לשורה קצרה, קצרה מדי, של ספרים שהתפרסמו בעברית העוסקים בביקורת העיתונות. כל תוספת לספרות זו היא ברכה המלווה בתקווה שתסייע, ולו במעט, לפיתוח צריכת חדשות ביקורתית, החיונית לקיומה של חברה הוגנת בעולמנו (פוסט)מודרני.

ואולם כספר לחוקרי תקשורת ממצאיו וניתוחיו של מחברו אלכו מותירים אותנו בסופו של דבר עם שחזור של ההסכמה המקובלת כיום כמעט על כל החוקרים והחוקרות העוסקים בייצוגים של מציאות בטקסט העיתונאי. לפי הסכמה זו, סיקור עיתונאי במדינות דמוקרטיות מבליט תפיסות הגמוניות, המבטאות אינטרסים של קבוצות כוח חוץ-עיתונאיות, אבל בה בעת גם מאתגר, בעיקר בשוליו, את התפיסות הללו. במילים אחרות, שדה העיתונות כולל שחקנים שונים, המנהלים ביניהם משחק מורכב של הבלטה והדרה של ערכים הגמוניים וחרתניים. השחקנים במשחק אינם שווי כוחות, אבל גם קולות חרתניים חודרים לשיח העיתונאי.

השאלה היא כמובן כיצד מפרשים את הממצאים הללו. האם על החוקר/ת להתמקד רק במרכיב הדומיננטי, ההגמוני, או שמא דווקא לעקוב בקפדנות אחרי קולות-נגד, העשויים לסמן שינויים עתידיים בתפיסה ההגמונית? לנוכח הטענות התיאורטיות שמאמץ הספר, אין זה מפתיע שהוא מתמקד בפרשנות מהסוג הראשון. לפיכך, אלכו מסיק כי "סדר היום הלאומי אינו אלא שם קוד למערך

האמונות והערכים של האליטה, שמזהה את האינטרסים שלה עם האינטרס של הכלל" (עמ' 11), וכי "אליטות פוליטיות, צבאיות וכלכליות [...] משתמשות בכלי התקשורת על מנת לגייס הסכמה ציבורית לסדר הקיים וכדי להצדיק את שלטונן" (עמ' 14).

הסיקור העיתונאי, למעשה העיתונות כולה, נתפס כאן כפסיבי, ככלי שרת בידי אליטות חיצוניות חזקות. אבל אם זהו אכן תיאור מדויק של המצב, כיצד נסביר את העובדה כי אפילו לפי ממצאיו של אלבז עצמו זו איננה התמונה המלאה וכי המציאות העיתונאית מורכבת יותר? ככל שאני מסכימה עם התיאור הביקורתי הכללי שמציע הספר, אני מבקשת גם להתווכח אתו ולטעון שהנחותיו הגורפות מציירות את תמונת היחסים שבין העיתונות לבין האליטה הצבאית, הפוליטית והכלכלית במכחול עבה מדי, המתעלם מפרטים רכי-משמעות ורכי-חשיבות.

ראשית, גם אם נתבונן בעיתונות כאפרטוס של אליטות מדינתיות, עדיין עלינו לזכור כי זהו אפרטוס שזוכה לאוטונומיה חלקית. הוא איננו כבול באופן גורף רק לאינטרסים של גורמים חיצוניים, אלא עצמאי במידת-מה לקדם את האינטרסים הפרטיקולריים שלו ולפעול בתוך טווח מסוים של חירות. עצמאות זו חיונית לצורך רכישת אמון של הצרכנים. אם ננסח זאת אחרת, על פי תיאוריית האליטות שמציע אלבז, הרי עלינו לזכור ששחקנים מרכזיים בעיתונות המרכזית הם כשלעצמם אליטה שאיננה נטולת עוצמה, גם אם עוצמתה פחותה מזו של האליטות שהוא מתמקד בהן. לאליטה זו יש אינטרסים ואתוס משל עצמה, שבמקרים מסוימים זהים לאלה של אליטות אחרות, אך באחרים שונים מהם.

השאלה כיצד מפעילה העיתונות את החירות היחסית שלה, וכיצד למרות זאת נותרת החירות הזאת מוגבלת לרוב ל"טווח הסביר" ההגמוני (שהוא, כשלעצמו, משתנה לאורך הזמן) היא משאלות היסוד של מחקרי העיתונות. ההתעלמות ממנה בספר נובעת במידה רבה מההתעלמות מתיאוריות וממתודולוגיות שהתפתחו במסגרת מחקרי העיתונות ב-40 השנה האחרונות. יגעתי ולא מצאתי בספר כל שימוש משמעותי בהבנות שפותחו במסגרת זו.

כך למשל, המודעות לכך שהעיתונות איננה רק מזרימה באופן פסיבי מידע – מדויק או שגוי – על העולם, אלא מעורבת באופן פעיל בהבנייתו של העולם החברתי שבו אנו חיים. במילים אחרות, העיתונות מחוללת עובדות חברתיות לא פחות משהיא מדווחת עליהן. אם להישען על מטפורה של חוקר התקשורת המפורסם ג'יימס קארי (2003), התקשורת איננה "צל" של עץ, המשרטט מבחוצן

את מתאר העץ באופן יותר או פחות מדויק; היא ענף מענפי העץ, חלק מהחברה שבתוכה היא פועלת. כך גם ההבנה שמכיוון שהעיתונאים עצמם הם חלק מהחברה הלאומית, הם מבטאים לרוב עמדות הגמוניות לא (רק) משום שהם פסיביים או צריכים לספק את רצונות קוראיהם, מקורותיהם והמו"לים שלהם, אלא משום שהם מקדמים באופן אקטיבי – לעתים מודע ולעתים לא מודע – אידיאולוגיה שהם עצמם מאמינים בה. בהקשר זה יש כמה עבודות חשובות בנושא (למשל, Eldridge, Hall, 1997; Glasgow Media Group, 1976, 1980; Hobson, Lowe & Willis 1980).

גם מחקרים שבוחנים את הסוציולוגיה של העיתונות,¹ המסבירים כיצד נוצרות בפועל הן חירותה החלקית והן תלותה באליטות חיצוניות, אינם מובאים בספר בהרחבה מספקת. כיצד בעצם זה עובד? האם באמת אנשים אינטליגנטיים, בעלי כוונות חיוביות ולעתים קרובות אינדוידואליסטים (ורוב העיתונאים, מניסיונה של הקוראת, הם כאלה) הופכים לשופר תעמולתי פסיבי? אילו אתוסים ופרקטיקות מקצועיות מתערבים באופן הסיקור? אילו תהליכי סוציאליזציה מקצועית ותעסוקתית? ואילו מנגנונים תפעוליים מבטיחים את הסיקור שהתגלה במחקר? בספר אין ניסיון רציני לענות על שאלות מסוג זה ברמה התיאורטית או האמפירית, וגם הראיונות עם עיתונאים אינם מסייעים בכך.

תחת זאת, הספר מבקש להאיר את הקשר שבין התוכן העיתונאי לנעשה בשדה העיתונות עצמו (ולא רק מחוצה לו) באמצעות ניסיון לקשר בין השינויים המבניים בשוק התקשורת בישראל, שהחלו בשנות התשעים והנמשכים באופנים שונים עד היום, לבין שינויים באופן הסיקור ותכניו. לעניות דעתי, הוא נכשל בנקודה זו. במתודולוגיה, בממצאים ובניתוח מוקדש מעט מאוד מקום לנושא. המסקנה כי "הפלורליזם המבני במפת המדיה משקף רמות שונות של שינוי בסיקור התמורות הכלכליות והפוליטיות" (עמ' 285) נותרת סתומה, בלתי מבוררת ובלתי מבוארת. מה הקשר בין הפלורליזם המבני לסיקור תמורות? מה מביא למה ומה משקף את מה? איך משתנים נוספים (למשל, הטענה כי עוצמתה של האליטה הפוליטית בישראל פחתה לאורך השנים, בלי קשר לשאלה מי אוחז בשלטון) מתערבים כאן?

1 לסקירה מקיפה של מחקרים אלה ראו למשל; Shoemaker & Reese, 1996, pp. 63-168; Zelizer, 2004.

מה אפשר ללמוד מקיומם של השינויים המבניים על עוצמת האליטה העיתונאית? הקוראת לא הצליחה למצוא בספר תשובות מספקות על שאלות אלו. במילים אחרות, הספר מתבונן בעיתונות מבחוץ, בלי לחדור לקרביה. זו נתפסת כמעין "קופסה שחורה", שמידע שהאליטות מעוניינות להפיץ נבלע בתוכה מצד אחד ומופץ החוצה מהצד השני, בלי שייעשה כל ניסיון עומק לפתוח את הקופסה הזאת ולעמוד על התהליכים המתרחשים בתוכה. במובן זה אולי אין זה מפתיע שהספר מתבסס על עבודת דוקטור שנכתבה בחוג למדע המדינה ולא באחד החוגים לתקשורת, המתמקדים דווקא בניתוחה של הקופסה השחורה הזאת ומראים כי היא איננה פסיבית כפי שנדמה. אין פירוש הדבר כי מחקרי תקשורת ביקורתיים דוחים את המסקנה הסופית של המחקר הנוכחי, שלפיו גם במדינות דמוקרטיות העיתונות החופשית והפלורליסטית לכאורה מפיצה בעיקר תפיסת עולם הגמונית. להפך, הם מאמצים אותה לחלוטין, אבל הם עומדים על כך שהקשר שבין האינטרסים של האליטות לבין התוצר העיתונאי הוא סבוך ומורכב יותר מהקשר הישיר שמציע אלכו.

עניין נוסף הוא הרדוקציה שעושה הספר למושג "תקשורת". למרות שמו הספר איננו עוסק ב"תקשורת" באופן כללי אלא בעיתונות בלבד, וגם כאן רק בידיעות ובפרשנויות המופיעות בתוך מהדורות החדשות או בעמודי החדשות בעיתונים. אבל סיקור חדשותי איננו, ומעולם לא היה, העיסוק היחיד של העיתונות, וכל שכן של תקשורת ההמונים כולה. תקשורת איננה עיתונות, היא מושג רחב בהרבה, הכולל טווח עצום של תכנים, טכנולוגיות ופרקטיקות. על אחת כמה וכמה בעידן הנוכחי, שבו המושג הולך ומתרחב בהתמדה לתחומים חדשים של תקשורת חברתית משוברת (fragmented), המשך הזיהוי בין "תקשורת" לבין "סיקור חדשות באמצעי תקשורת מרכזיים" הוא בעייתי.

המודעות לשינויים העצומים שעוברת התקשורת כולה והעיתונות בפרט מעלה את השאלה, עד כמה רלוונטיים ממצאי מחקר על תכנים עיתונאיים בערוצים ובעיתונים מרכזיים למה שנעשה כיום. כדי למלא את תפקידה כמפיצת אידיאולוגיה, העיתונות זקוקה לצרכנים שעליהם היא אמורה להשפיע. אבל כשצריכת העיתונים הולכת ופוחתת, כשמהדורות החדשות מאבדות את מקומן כספקיות מרכזיות של מידע וכשאנו מקבלים יותר ויותר חומרים עיתונאיים באמצעות הודעות של חברינו בפייסבוק ובטוויטר – האם ומדוע יש עוד טעם בהיצמדות לניתוח הסיקור המסורתי? וכשאופן צריכת החדשות שלנו מואץ עד לרמה שבה רובנו צורכים

כותרות בלבד, האם יש עוד טעם בניתוח האותיות הקטנות בפרשנות או בדיווח, אלה שאיש/ה לא קורא/ת? הנטייה ההיסטורית בספר היא ברורה, ולכן הבחירה המתודולוגית מוצדקת, אבל עלינו לשאול את עצמנו עד כמה היא מסייעת לנו להבין את ההווה, ולא רק את העבר.

והערה אחרונה הנוגעת למבנה הספר. ניכר כי מדובר בעיבוד של עבודת דוקטורט, שבו נשמר המבנה הקבוע של עבודות מסוג זה (כלומר מבוא, רקע עיוני, מתודולוגיה, ממצאים וניתוח ומסקנות). ניתן לערער על התביעה הקבועה של הגילדה האקדמית להבנות מחקרי דוקטורט בדרך זו, אבל ייתכן שיש בה צדק מסוים – אפשר שמי שמבקש לקבל את אישור הגילדה במקצועיותו כחוקר צריך קודם כולל לעשות את הדברים כמו שנהוג לעשותם באקדמיה. עם זאת, ספק אם ספר עיון צריך להיכנע לדרישה זו ולהימנע מדרכים יצירתיות יותר להגיע אל הקוראות והקוראים. המבנה הממוסד והשמרני פועל כאן לדעתי לדעת הספר ומקשה את הקריאה. בעיקר בולט הדבר בחלק הממצאים, שריבוי הפרטים בו מקשה לעקוב אחר הטיעון המרכזי.

על אף המגבלות האלה זהו ספר חשוב ומעניין. הוא מציע לא רק פרספקטיבה היסטורית ארוכת טווח, אלא גם ניתוח של מנעד רחב של סוגי אירועים (מדיניים, צבאיים וכלכליים), חושף את הערכים המשותפים שהוצגו במסגרתם ומקשר בינם לבין האינטרסים והפעולות של האליטה הפוליטית, הצבאית והכלכלית. העיתונות הישראלית – למעשה, החברה הישראלית כולה – נעשית מובנת באמצעותו יותר מכפי שהייתה קודם לכן.

מקורות

קארי, ג'יימס (2003). גישה לתקשורת כתרבות. בתוך: תמר ליבס ומירי טלמון (עורכות), *תקשורת כתרבות – מקראה*, כרך א' (עמ' 103-120). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

Eldridge, John (Ed.) (1995). *The Glasgow Media Group reader*, Vols. I and II. London: Routledge.

Hall, Stuart (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.

Hall, Stuart, Hobson, Dorothy, Lowe, Andrew, & Willis, Paul (eds.) (1980). *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-1979*. London: Hutchinson.

Herman, Edward S. & Chomsky, Noam (1988). *Manufacturing consent*. New York: Pantheon.

Gitlin, Todd (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the left*. Berkeley: University of California Press.

Glasgow Media Group (1976). *Bad news*. London: Routledge and Kegan Paul.

— (1980). *More bad news*. London: Routledge and Kegan Paul.

Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. White Plains, NY: Longman.

Zelizer, Barbie (2004). *Taking journalism seriously*. Thousand Oaks, CA: Sage.