

1. רקע תאורטי

1.1 מבוא

אחד הרעיונות המרכזיים, העומדים בבסיס הדמוקרטיה המודרנית הוא ייצוג שווה של כל האזרחים בשיח הציבורי (קמה ופירסט, 2015 : 1). עיקרון זה מאפשר את זכותו של הציבור לדעת וחופש הביטוי, שהם מהותיים לקיומה של תשתית דמוקרטית באשר היא. הבטחת המימוש של עקרונות אלה נמצאת, במידה רבה, תחת אחריותה של התקשורת החופשית במדינה דמוקרטית. זוהי המערכת אשר אמורה לאפשר לאזרחים לקבל מידע נכון, באופן ביקורתי וכן לאפשר לקבוצות שונות להשמיע את הקול שלהן ולתת ביטוי לנקודת המבט שלהן. על מנת למלא תפקיד זה בצורה הוגנת, שוויונית וצודקת, התקשורת צריכה לאפשר ייצוג שוויוני לכל תתי הקבוצות המרכיבות חברה מסוימת. על כן, קמה ופירסט (שם : 2) טוענים כי כל התייחסות מחקרית לפעולה תקשורתית, צריכה להיות קשורה בהכרח לשאלות של ייצוג.

לתקשורת ההמונים יש תפקיד מרכזי בכינון ובשעתוק של תפיסות, עמדות, זהויות ורעיונות. במצב תקין, היא אמורה לתת ייצוג הולם גם לקבוצות הדומיננטיות בחברה, אבל גם לקבוצות מיעוט ואוכלוסיות "מוחלשות". קמה ופירסט (שם : 2) טוענים כי מה שהתקשורת מייצגת היא לא המציאות עצמה אלא תפיסות ועמדות רווחות בתחומי התרבות המציאות החברתית. היא מייצרת ומשקפת דימויים רווחים, תפיסות מקובלות וגם סטריאוטיפים, דעות קדומות וכיו"ב. לפעמים, התקשורת יכולה גם לא להתייחס לנושא בעיה או קבוצה מסוימת ולייצר תמונת מצב שבה כאילו הן אינן מתקיימות. מכיוון שהייצוג התקשורתי נעשה באמצעות סמלים וייצוגים, מצב של תת ייצוג או חוסר ייצוג מוחלט מכונה "הכחדה סימבולית". זהו ההפך מייצוג הולם או שוויוני ומרמז לכך שחוסר הייצוג התקשורתי, כמוהו כהכחדת הנושא והעלמתו מן השיח הציבורי (ארחיב על מושג זה, מקורותיו והרלוונטיות שלו לנושא העבודה בהמשך).

נושא נוסף שקשור בייצוג של קבוצות מיעוטים ומערכת היחסים שלהם עם הקבוצות הדומיננטיות בחברה הוא אופני הייצוג של "האחר". כמו כל תהליך הייצוג, גם אופני הייצוג של ה"אחר" אינם משקפים את המציאות אלא מבנים אותה בהתאם למצב פוליטי וחברתי נתון, בהתאם לתפיסותיהן של הקבוצות החזקות ולציפיות של קהל היעד. אין זה מפתיע, עם כן, כי תהליך הייצוג של ה"אחר" קשור בקשר הדוק בכוחם של סטריאוטיפים, שמסייעים להבנות את תפיסת ה"אחרות" (Hall, 1997). הבנייה זו נוצרת באמצעות מנגנונים, שבאמצעותם אנשים מפרשים תכונות של קבוצות מיעוט, דרך מיון וסיווג של מידע שרירותי ולעיתים שגוי, אך כזה שמסייע לקבוצה החזקה לתפוס מציאות מורכבת בדימויים פשוטים ולרוב מעוותים (Dyer, 1993, קמה, 2003). קמה ופירסט (2015 : 6) מדגישים בעקבות Perkins (1979), כי סטריאוטיפים מתייחסים תמיד לקבוצות מוחלשות בחברה. דהיינו, כיוון הפעולה של תהליך יצירת הסטריאוטיפים הוא תמיד מן הקבוצה החזקה כלפי הקבוצה המוחלשת. כפי שנראה בעבודה זו, לאמצעי התקשורת, גם בעידן הדיגיטלי, יש תפקיד משמעותי בכינון סטריאוטיפים, שעתוקם והפצתם.

עבודה זו תעסוק במפגש שבין הנושאים שהוצגו עד כה, בהקשר של החברה הישראלית והיחסים שבין הרוב הדומיננטי (החברה היהודית) לבין המיעוט הערבי. העבודה תתמקד באופני הייצוג של סוג מסוים של מדיום תקשורתי – עיתונות החדשות המקוונת והאופן שבו האוכלוסייה הערבית מיוצגת בה. בחלק הראשון של העבודה אסקור את הספרות המדעית הרלוונטית לנושאים של ייצוג מיעוטים, תפיסות סטריאוטיפיות, ייצוג ערבים בתקשורת הישראלית ועוד. לאחר מכן אציג את המתודולוגיה שבה בחרתי כדי לחקור את הנושא ואת הבסיס התאורטי שלה. בחלק השלישי אציג את ממצאי המחקר המבוסס על

ניתוח אתרי חדשות ברשת האינטרנט ואופני הייצוג של האוכלוסייה הערבית בישראל ב 4 אתרי חדשות מובילים. בחלק האחרון אדון בממצאים לאור הסקירה התאורטית ואציג את התובנות והפרשנות שאני מסיק ממחקר זה.

1.2 תקשורת המונים

לפני שנדון בתקשורת ההמונים עצמה, ראוי לפתוח בהגדרת המרחב שבו היא פועלת, הלא הוא המרחב הציבורי. לטענת קמה ופירסט (2015) זהו מושג מפתח בהבנת מערכות התקשורת בחברות מודרניות ופוסט מודרניות (שם: 10). המרחב הציבורי איננו מרחב פיזי כי אם רובד מטפורי של החברה, שבו אין משמעות להבדלי כח וסטטוס. כלומר, באופן עקרוני, לכל האזרחים אמור להיות בו מעמד שווה (שם: 2015 : 10). בהיותו מרחב שוויוני, הוא אמור לאפשר לכל אזרח, מכל קבוצה, להביע את עצמו, רעיונותיו ודעותיו באופן חופשי, פתוח וללא חשש. יורגן הברמאס (Jurgen Habermas, 1989, 2001 [1996]) שעסק רבות בהמשגת ואפיון המרחב הציבורי, ראה בתקשורת ההמונים, הפועלת במרחב הציבורי, אפשרות של שחרור, מכיוון שהיא מעודדת ומאפשרת דיון תבוני, שוויוני ופתוח בפני כל האזרחים בחברה נתונה. אולם, לטענת קמה ופירסט (שם: 10), בפועל, הקבוצות הדומיננטיות ובעלות הכח בחברה, אינן מאפשרות לפוטנציאל הזה להתממש. הן מפקחות על אופני הייצוג באופן שמשמר את מערך הכוחות הקיים ואינן מאפשרות (או מצמצמות) מסרים שעלולים לערער את מעמדן ולתרום לביזור של מוקדי הכח בחברה (שם: 10).

אחד המבקרים את הגישה ה"נאיבית" של הברמס ביחס לתפקידה של תקשורת ההמונים במרחב הציבורי הוא הול (Hall). בניתוח של תקשורת ההמונים אינה שחקן נייטרלי כי אם כח תרבותי בעל השתייכות אידיאולוגית (Hall, 1980). לפי ניתוח זה למערכות תקשורת ההמונים יש תפקיד בשימור ושעתוק מבנה הכח הקיים, כך שהיא אינה פועלת למעשה, באופן שוויוני למען כלל הקבוצות בחברה, אלא משמשת ככלי עבור בעלי הכח. ברוב המקרים, ההתערבות הזאת אינה נעשית בצורה גלויה ומוחצנת ולעיתים היא אפילו לא מודעת. התקשורת, בהיותה מערכת שמושגת על סימנים וייצוגים סימבוליים, מייצרת מערכות של משמעות שנתפסות ומפורשות באופנים שונים על ידי קהלים שונים. לקהלים שונים יש כלים אחרים ומערכות התייחסות שונות והם מפיקים משמעויות שונות בהתאם למעמדן החברתי. דבר זה נכון לגבי קבוצות מיעוט, כמו גם לגבי קבוצות הרוב. למעשה, המשמעות היא תמיד תוצר של משא ומתן והקשר חברתי (קמה ופירסט, 2015 : 16). דאגלס קלנר (Douglas Kellner, 2003 [1995]), מיטיב לצייר את התקשורת במונחים של מחזה, שמלווה אותנו לאורך כל חייו, תוך שהוא מעצב את זהותנו ואת תחושת העצמיות שלנו. ה"מחזה" הזה מספק לנו את הכלים, הסמלים והשפה, שמאפשרים לנו להיות "חברים" בתרבות מסוימת, להבין את ה"קודים" שלה ולדעת איך צריך לנהוג בתוכה. ה"במה" שעליה מוצג המחזה הזה היא חיי היומיום שלנו, שמקבלים ביטוי סימבולי בהצגה. ביטוי זה מאפשר לנו להבין את מערכות היחסים, המתחים, המשברים וכל הדרמה שבחיים החברתיים, ולמקם את עצמנו ביחס אליהם. קמה ופירסט (שם). מתארים את ה"מחזה" הזה ככזה המקיף אותנו מכל עבר, מהבוקר ועד לכתנו