

מבוא

ייצוג נשים בתקשורת הוא נושא אשר נדון רבות הן בשיח הציבורי והן בשיח האקדמי כאשר עיקרו של השיח הוא על שכיחות ייצוגן של הנשים ועל אופן ייצוגן.

עבודה זו עוסקת באופן בו נשים מוצגות בשלטי חוצות של עמותת אפרת כאשר במסגרת העבודה תחקר שאלת המחקר: מהו הייצוג של הנשים בתופעת ההפלה בשלטי החוצות בישראל? המחקר בעבודה יתבצע בשיטה איכותנית כאשר כלי המחקר הוא ניתוח תוכן.

התוכן אשר ייחקר הוא חמש שלטי פרסומת של עמותת אפרת.

פרסומות מסחריות ואידיאולוגיות מנותחות באופנים שונים בהתאם למודלים רלוונטיים. במחקר הנדון

ניתוח התוכן יבוצע דרך זיהוי המרכיבים בהתאם למתודה של בארת' ודרכו יוצגו ממצאי המחקר.

המתודה של בארת' מאפשרת לנתח את התוכן דרך המסר הלשוני הכתוב, דרך הדימוי החזותי המוצמד לו

ודרך הקונוטציה, שהיא תלוית תרבות.

העבודה תפתח בפרק של סקירת ספרות אשר תכיל בתוכה מידע תיאורטי אקדמי הנוגע לתמות המחקר

הרלוונטיות.

לאחר מכן יוצג פרק אשר יתאר את שיטת המחקר, לאחריו יוצג פרק ממצאים והעבודה תחתם בפרק

סיכום. בפרק הסיכום יוצג דיון שיכיל אינטגרציה של ממצאי המחקר וסקירת הספרות באופן שיוביל

למענה על שאלת המחקר.

עבודה זו עשויה להרחיב את התרומה לשדה האקדמי בהיבט של האופן בו משתמשים מפרסמים בנשים

בשלטי פרסומת.

סקירת ספרות

בחינתם של חומרים פרסומיים נסקרה במאמרו של קלנר (בתוך ליבס ולוין, 2013) דרך גישת חקר התרבות. גישה זו מאפשרת לבחון ולסקור באופן ביקורתי את המנעד התרבותי אשר מתבטא בתכנים המסוימים הנחקרים. גישה זו מאפשרת להבחין בין יסודות ביקורתיים ויסודות שמרניים בעבור תוצר תרבותי מסוים כאשר מודל ההגמוניה הוא כלי המסייע בחקר התרבות בגישה זו. ההגמוניה מסייעת לנתח את הכוחות החברתיים והתרבותיים (ההגמוניים) אשר שולטים בחברה ומאפשרת לאתר כוחות אנטי הגמוניים שמהווים להם אופוזיציה, מתנגדים להם ונאבקים בהם. הגדרת הכוחות מאפשרת להניע תהליך של מאבק ושינוי כאמור ויכולה לסייע לשחרר שליטה מידית כוחות מסוימים דרך הגדרתם ככאלו ופעילות כנגדם. מושג מרכזי נוסף אשר קשור בגישת חקר התרבות הוא מושג האידיאולוגיה. אידיאולוגיה דומיננטית משרתת העתקה של יחסים חברתיים לרבות העתקה של כפיפויות ושליטה. כך למשל אידיאולוגיה של מגדר אשר מקדמת ייצוג מיני של נשים ואידיאולוגיה גזעית מנצלת ייצוגים של אנשים בהתאם לצבע עורם. אידיאולוגיות כאמור עשויות להשריש ולהעביר אי שוויון ולמעודדות הסכמה ליחסי שליטה. גישת חקר התרבות מגדירה איזו אידיאולוגיה ניכרת בתוצר תרבותי מסוים.

הפרשנות אשר נותנים הפרטים למציאות אשר אופפת אותם היא הסמלה של המציאות. הפרטים מייצרים ייצוגים תקשורתיים שונים ומקיפים עצמם בסמלים ובייצוגים באופן טבעי עד כדי שקשה להם מאוד לזהות את הייצוגים וההשפעה עליהם היא כמעט אוטומטית. הפרטים שבויים בייצוגים אלו ואף לא מבקשים להשתחרר מהם. בעידן המודרני ישנה הצטמצמות משמעותית של ההבדלים בין התרבויות והתרבות הפופולרית הופכת להיות מושפעת מאוד מהתקשורת. גישת מחקרי התרבות מתייחסת לתרבות הפופולרית דרך הגדרה רחבה הכוללת את כל מעשיו של הפרט והיא מכילה בתוכה התייחסות לפרסומות, קולנוע ועוד (קארי, בתוך: ליבס ולוין, 2013). לגישת מחקרי התרבות ישנם שלושה מרכיבים עיקריים: תהליכי הייצור של התקשורת, התכנים המופקים והקהלים. תהליכי הייצור: מדובר על האופן בו מיוצרים תכני התקשורת והתרבות כאשר המערכת המייצרת היא זו אשר קובעת ומכתיבה את סוג התכנים אשר יופקו ואת התנאים תחתם יופקו תכנים אלו. התכנים: החוקר בגישה זו נדרש לבחון את התכנים באופן מורכב תוך ניתוח הצורה של התכנים והן של האידיאולוגיה במצויה בהם. ניתוח התוכן יכול להיעשות בדרך כמותנית או איכותנית. בניתוח כמותני החוקר מגדיר אילו אלמנטים הוא מחפש, הוא מבודד