

תקשורת פוליטית:

חמישה דברים שחייבים לדעת

פרופסור גדי וולפספלד

בית ספר סמי עופר לתקשורת

המרכז הבינתחומי הרצליה

תודות

כארבעים שנה עברו מאז נחשפתי לעולם המרתק של תקשורת פוליטית. הכל התחיל בקורס שלקחתי כסטודנט לתואר שלישי בחוג למדע המדינה באוניברסיטת M.I.T. המרצה בקורס, שהפך גם בהמשך למנחה התזה שלי, היה איתאל דה סולה פול (Ithiel de Sola Pool). איתאל, שמאז הלך לעולמו, היווה השראה לאינספור סטודנטים וביניהם גם אני. הוא לא רק היה מהראשונים בתחום מדעי המדינה שחקר את האינטראקציות השוטפות בין הפוליטיקה והתקשורת, הוא גם זה שסלל את הדרך לחקירת השפעת טכנולוגיות התקשורת המשתנות על החברה כולה. אני חב לו רבות הן על שכיוון אותי בכיוון הנכון והן על כך שנתן לי את הכלים האנליטיים והמתודולוגיים אשר משרתים אותי נאמנה לאורך זמן רב כל כך.

החוב הבא שלי הוא גם ללא ספק הגדול ביותר: לאשתי. לורן ואני נשואים כבר מעל 30 שנה והיא (כפי שרבים מחברינו מציינים ללא הרף) הדבר הטוב ביותר שיכול היה לקרות לי. בחן רב, היא הצליחה לעמוד בשנים של תלונות, תסכולים וקיטורים מצדי, כאשר רק חלק מהתנהגות מעיקה זו נבע מכתובת ספר זה. לורן, שבורכה בכישרונות רבים, היא תמיד העורכת הראשונה שלי: אחד היתרונות הבולטים בכך הוא שהסיכוי שאביך את עצמי פוחת פלאים. לורן עברה על כל משפט ומשפט בספר זה ואין לי ספק שהאינסטינקטים שלה לגבי הדרך הנכונה להעברת המסרים הם אלמנט חיוני ומהותי בתהליך הכתיבה שלי. העובדה שהיא גם מצליחה (לרוב) לשמור על השפיות שלי בתהליך הכתיבה היא עזרה גדולה ועל כך אני אסיר תודה.

אני מודה לחבריי ולעמיתיי שקראו והעניקו את הערותיהם על הטיוטות המוקדמות. הוקרת תודה מיוחדת נתונה לאלו שהשקיעו זמן רב, על חשבון זמן המחקר והכתיבה שלהם עצמם, בקריאת כל כתב היד: שון אדיי (Sean Aday), איתן אלימי, סקוט אלטהאוס (Scott Althaus), הדס אייל ותמיר שפר. עמיתים נוספים שתרמו להתהוות התוצר הסופי בכך שענו בחיוב (באופן תמידי) לבקשותיי הדחופות לקריאת חלקים מכתב היד הם: בוב אנטמן (Bob Entman), דוריס גרבר (Doris Graber), אבי ג'ונס (Abby Jones), לילך ניר, יריב צפתי, דיויד ויינר (David Weiner) ומורן ירחי. ברצוני להודות להוצאת ראוטלדג' ולמבקרים האנונימיים מטעמה אשר העבירו ביקורת מפורטת וחשובה לכתב היד.

אנשים תרמו רבות מזמנם למען תרגום כתב היד מאנגלית לעברית. התרגום הראשוני נעשה על ידי צוות המתרגמים של חברת "חבר" אשר הצליח להתמודד עם כל דרישותיי בדרך היעילה ביותר. בנוסף, אני רוצה להודות לשאול שנהב, הדס רוט ולינור צפרוני שעברו על כל מילה ומילה על מנת לוודא שהתרגום לעברית מושלם ככל האפשר.

אני רוצה גם להודות באופן מיוחד לנועם למלשטריך לטר ולבית ספר סמי עופר לתקשורת במרכז הבינתחומי הרצליה, על תמיכתם האדיבה מאוד בהפקת הגרסה העברית של הספר. על אף שבשלב זה אני תמיד מתפתה לייחס את הפגמים, הטעויות והחולשות שבספר לכל מי שעזר לי, אני חייב להיות ישר ולקחת את האשמה על עצמי בלבד.

**תקשורת פוליטית:
חמישה דברים שחייבים לדעת
גדי וולפספלד**

חלק 1

שחקנים פוליטיים מתחרים על התקשורת החדשותית

הקדמה

פוליטיקה, מעבר לכל דבר אחר, היא תחרות. זוהי תחרות בין שמאל לימין, בין דתיים לחילוניים, בין ישראל לפלסטינים, בין הממשלה למנהיגי תנועות פוליטיות וכן בין פוליטיקאים שונים המתמודדים זה מול זה בבחירות. וכמו בכל תחרות- כל שחקן מנסה לנצח את יריבו. לתקשורת החדשותית תפקיד חשוב מאוד בתחרות הזו. התקשורת החדשותית מביאה, למעשה, את הקהל לתחרות. זהו קהל שיכול להגיע לאלפים, לעשרות אלפים או אף למיליוני אנשים. טבעם של "אמצעי התקשורת", כפי שאנו מכנים אותם, השתנה במידה ניכרת בעידן האינטרנט, אולם הצורך להישמע נותר מרכיב מרכזי במשחק הפוליטי. כמו בעבר, גם היום כל שחקן פוליטי רוצה להעביר את המסרים שלו לקהל גדול ככל האפשר על מנת לגייס תומכים למען מטרותיו. למען האמת לא יהיה זה מרחיק לכת לומר שמי שלא קיים בתקשורת לא קיים מבחינה פוליטית כלל.

הספר נועד להציע חמישה עקרונות בסיסיים ביחס לפוליטיקה ולתקשורת החדשותית. אני בהחלט מקווה שתלמדו הרבה יותר מחמישה דברים לאחר שתסיימו לקרוא אותו. אולם אם תזכרו רק את חמשת העקרונות הללו, תוכלו להבין טוב יותר כיצד שני עולמות אלה מתחברים. חמשת העקרונות האלה יספקו לכם מסגרת להבנת יסודות רבים נוספים של תקשורת פוליטית. לכן, אני מקווה שבפעם הבאה שתצפו בחדשות, או שתחשבו על פוליטיקה, תראו את הדברים באור שונה לגמרי.

הספר מחולק לשלושה חלקים. החלק הראשון (פרקים 1 ו-2) בוחן את הנושא מנקודת מבטם של השחקנים הפוליטיים. אלו הם הפוליטיקאים ואקטיביסטים אחרים שמתחרים ללא הרף על התקשורת החדשותית על מנת להעביר את המסרים שלהם. החלק השני (פרקים 3 ו-4) בוחן את נקודת המבט של התקשורת באמצעות דיון באופן שבו עיתונאים הופכים מידע פוליטי לחדשות. התקשורת שואפת להשיג את האינטרסים שלה כשהיא מבנה את החדשות; לעיתים מטרות אלו משלימות את אלו ששחקנים פוליטיים מנסים להשיג, ולעיתים העיתונות יכולה לאמלל לחלוטין את חייהם של המנהיגים. החלק האחרון (פרק 5) בודק את צרכני החדשות: הציבור. המחקר בתחום זה עוסק במה שידוע כהשפעות התקשורת. השאלות החשובות עוסקות בהשפעות מסוגים שונים שיש לתקשורת על אנשים, ומי מהאזרחים עשויים להיות מושפעים במידה הרבה ביותר.

שלושת החלקים בוחנים את אלו ש"אורזים" ו"שולחים" מסרים פוליטיים, את אלו שהופכים את המסר הפוליטי לחדשות, ואת ההשפעות של כל אלה על האזרח הקטן. הסדר של החלקים אינו מקרי. אחת הטענות בספר היא שכדי להבין את התפקיד שהתקשורת ממלאת בפוליטיקה, צריך להתחיל **תמיד** בבחינת ההקשר הפוליטי שבו פועלת התקשורת החדשותית. כל עיתונאי מייצר דיווחים חדשותיים המעוגנים בזמן, במקום, בתרבות ובמערכת מסוימת של נסיבות פוליטיות. בנוסף, עיתונאים כמעט תמיד מגיבים לאירועים פוליטיים, ולא יוזמים אותם. התקשורת אכן ממלאת תפקיד חיוני בכל זה, אולם כל מי שמקווה להבין את התמונה במלואה, צריך קודם כל לחשוב באופן שיטתי על הפוליטיקה.

להלן המבנה הבסיסי של הספר:

חלק ראשון: שחקנים פוליטיים והתקשורת

פרק 1: כוח פוליטי וכוח תקשורתי

העיקרון הראשון שאציג אומר את הדבר הבא: **בדרך כלל אפשר לתרגם כוח פוליטי להשפעה על התקשורת החדשותית.** אחד הלקחים, שעומדים במבחן הזמן בתחום התקשורת הפוליטית, הוא שבעלי הכוח הפוליטי לא רק מצליחים לקבל סיקור תקשורתי בקלות רבה יותר, אלא גם נמצאים בעמדה טובה יותר להעברת המסר שלהם לאחרים. התקשורת מעוניינת יותר באליטות, ולהעדפה זו יש השלכות מרחיקות לכת לגבי התפקיד שהיא ממלאת בפוליטיקה. חלק נכבד מפרק זה יתמקד בתחרות שבין ממשלות ובין יריבותיהן. הפרק מלמד כי

אלו שחסרים כל כוח פוליטי מוצאים את עצמם במצב קשה מאוד ביחס לתקשורת החדשותית, עקב ההגדרות של מה נחשב לחדשות. הפרק יצביע על כך שקוראי תיגר חלשים יכולים, למעשה, לבחור בין שתי אפשרויות לא פשוטות: לעשות מעשה שערורייתי שיביא את התקשורת לסקר אותם או "הגליה לארץ רחוקה" שבה יישארו אלמונים מבחינה פוליטית. הכללים הנוקשים שקובעים מי לא יקבל גישה לתקשורת משפיעים לא רק על גורל המפלגות והתנועות הפוליטיות האופוזיציוניות, הם גם משפיעים על היכולת של מדינות חלשות יותר להיות בעלות השפעה בזירה העולמית. ככלל אפשר לומר שכמו בתחומים רבים, כשמדובר בהתייחסות של התקשורת, העשירים הופכים עשירים יותר והעניים נשארים עניים.

ישנם אלו שחשים שבעידן הדיגיטלי פחתה החשיבות של הכוח הפוליטי בקביעת ההשפעה על התקשורת. כשכל אדם שיש לו סמארט פון יכול להפוך לעיתונאי, ותנועות פוליטיות יכולות פשוט להעלות את המסרים שלהן ליו-טיוב, למי אכפת מכניסה למהדורת חדשות הערב? אולם מסתבר שגם בעידן הדיגיטלי לבעלי הכוח הפוליטי עדיין יש אי אילו תכסיסים המשאירים אותם במרכז העניינים. השאלה עד כמה צמצמה הטכנולוגיה את הפער בין בעלי הכוח הפוליטי והחלשים פוליטית תקבל התייחסות נכבדה בפרק זה.

פרק 2: חשיבות השליטה הפוליטית

הנה העיקרון השני שאתם צריכים לדעת אודות תקשורת ופוליטיקה:

כשהשלטונות מאבדים שליטה על הסביבה הפוליטית, הם מאבדים שליטה גם על החדשות. למרות העובדה שלא כל שנמצאים בשלטון יש יתרונות משמעותיים על פני יריביהם, לעיתים רחוקות יש להם שליטה מוחלטת ומתמשכת על התקשורת. חישבו למשל על מה שקרה לסיקור של ראש הממשלה אהוד אולמרט ולצה"ל במלחמת לבנון השנייה בשנת 2006. ככל שהמלחמה נגררה לאורך זמן ומניין הנפגעים המשיך לעלות, רוב העיתונאים והאזרחים הגיעו למסקנה שלא הממשלה ולא הצבא מסוגלים לשלוט במצב בשטח. ניתן לומר דבר דומה על חוסר יכולתו, ככל הנראה, של הנשיא בוש לשלוט על הכלכלה בארה"ב במהלך השפל הגדול שהחל בדצמבר 2007.

הדרך הטובה ביותר להבין מה קורה במצבים מסוג זה היא לבחון את מידת השליטה של אלו שבשלטון על מה שמכונה "הסביבה הפוליטית". הסביבה הפוליטית מתייחסת לכל דבר שאנשים עושים, חושבים ואומרים ביחס לסוגיה כלשהי בזמן מסוים ובמקום מסוים. דרך מועילה לחשוב על זה היא לפרק את הסביבה הפוליטית ביחס לנושא מסוים סביב שלושה מרכיבים: רמת השליטה של

השלטונות על אירועים, שליטתם על זרימת המידע הרלוונטי, ויכולתם לשמור על רמת קונצנזוס גבוהה ביחס למדיניות שלהם בקרב האליטה. אם תבחנו כל סוגיה תוך שימוש בשלושה גורמים אלו, תוכלו להבין טוב יותר כיצד בעלי הכוח יכולים להפוך לחלשים יותר, וכיצד החלשים יכולים להפוך לבעלי כוח.

כפי שמפורט בפרק 2, מעניין במיוחד לבחון כיצד ניתן להשתמש בעיקרון זה כדי להסביר את התפקידים המשתנים של התקשורת החדשותית בעיתות מלחמה ובניסיונות להביא שלום. אחת הדוגמאות המסקרנות יותר ביחס לתהליכי שלום היא לבחון את התפקיד השונה מאוד שהתקשורת מילאה בניסיונות להביא לסיום הסכסוך בצפון אירלנד, ולהשוות אותו עם ניסיונות דומים שנעשו במזרח התיכון. התקשורת סיפקה מקור תמיכה חשוב לשלום בצפון אירלנד, אולם הייתה למכשול רציני בניסיונות להביא להסכם שלום בין ישראל והפלסטינים. גם כאן, המפתח להבנת הבדלים אלו הוא היכולת של מנהיגים לשמור על שליטה פוליטית.

ישנה סיבה טובה להאמין שהמדיה "החדשה" מקשה על מנהיגים לשמור על שליטה בסביבה הפוליטית, בייחוד בכל הנוגע לזרימה חופשית של המידע. מסקן במיוחד לשאול כיצד חדשות מלחמה השתנו בעידן הדיגיטלי. ישנן מספר סיבות להאמין, לטוב ולרע, שכלל שהחברה פתוחה יותר, כך קשה יותר לשמור על התמיכה במלחמות מצד התקשורת והציבור.

חלק 2 – להפוך פוליטיקה לחדשות

בחלק שני זה של הספר הדיון עובר מנקודת מבטם של השחקנים אל זו של העיתונאים. כפי שצוין קודם לכן, לתקשורת יש את האינטרסים ואת המטרות שלה. חלק זה של הספר מסביר כיצד העדפות אלה מעצבות את החדשות.

פרק 3: כל החדשות מוטות

העיקרון השלישי הוא כזה: **אין דבר כזה עיתונות אובייקטיבית (ולא יכולה להיות כזו).** אם יש דבר אחד שנדמה כי כולם יודעים על החדשות, זה שהן מוטות. מרבית התלונות מגיעות מהימין המתייחס לעיתונאים כשמאלנים יפי נפש – וזה הדבר **הטוב ביותר** שיש להם לומר עליהם. אבל ישנם כמה וכמה אנשים בשמאל שאומרים שהתקשורת החדשותית היא לאומנית מדי וקשורה לאינטרסים תאגידיים. הסוגיה, כרגיל, מורכבת הרבה יותר ממה שרוב האנשים חושבים. אובייקטיביות אמיתית היא בלתי אפשרית בעליל. עצם העובדה שעיתונאים צריכים לבחור מספר ידיעות חדשותיות מתוך כמות אדירה עד כדי גיחוך של אירועים עולמיים, מעידה על כך שגם בעידן הדיגיטלי, עיתונאים צריכים לעשות שיקולים סובייקטיביים ביחס למה אנשים צריכים לדעת, וממה ניתן להתעלם. ישנם גם הרבה יותר סוגים של הטיות חדשותיות בעלות חשיבות שמרבית האנשים אפילו לא מזהים, וגם הם נידונים בפרק 3.

חלק גדול מפרק זה עוסק ברעיון המסגרות החדשותיות. מסגרות חדשותיות הן אמצעי שבהם משתמשים עיתונאים כדי לארגן את הכתבות ואת הידיעות שלהם באופן שבו יוכלו לספר סיפור קוהרנטי. (לדוגמה: "המלחמה בטרור"). כששחקנים פוליטיים מתחרים על התקשורת, גם להם יש מסגרות משלהם אותן הם מנסים לקדם. כשהתקשורת מפגינה העדפה למסגרת אחת על פני אחרת, הדבר יכול לספק יתרון משמעותי ליריבים מסוימים. קחו לדוגמה את הוויכוח האינסופי בישראל

אודות הנסיגה מהשטחים. השמאל מיישם את מסגרת ה"שלוש", בטענה שהדרך היחידה להשיג שלום עם הפלסטינים היא לסגת מהשטחים ולהקים שתי מדינות. הימין מקדם את מסגרת "הביטחון" העוסקת בחשיבות השטחים להגנת ישראל. כפי שאתם יכולים להבין, ההבנה כיצד עיתונאים מחליטים באיזו מסגרת חדשותית להשתמש, יכולה לסייע מאוד בהבנה כיצד תחרות פוליטית מסוג זה תסתיים.

פרק 4: פריחתן של חדשות בידוריות

העיקרון הרביעי אומר: **התקשורת מסורה יותר מכל דבר אחר ללספר סיפור טוב, ולעיתים**

קרובות הדבר משפיע מאוד על התהליך הפוליטי. המבוגרים שבינינו שמו לב לכך שנדמה כי עיתונאים עסוקים יותר ויותר בתפיסת תשומת הלב שלנו יותר מאשר לספק לנו סיקור אינטליגנטי ("פעוט נוהג במשאית גדולה ישירות לתוך הבית של סבתא. הערב במהדורת החדשות המרכזית"). הביטוי בו משתמשים לעיתים קרובות כדי לתאר את המגמה הזו הוא: חדשות בידוריות (infotainment). הרעיון הוא שחדשות מסוג זה אינן באמת מידע טהור או רק בידור; זה משהו באמצע. מסתבר שמשום שמרבית אמצעי התקשורת שמים את הדרמה במקום ראשון, הדבר משפיע על האופן שבו השחקנים הפוליטיים מתנהגים ועל האופן בו הציבור רואה את הפוליטיקה. דגש זה על דרמה הוא דוגמה חשובה נוספת לאופן שבו התקשורת הופכת את עולם הפוליטיקה למשהו חדש.

זוהי גם אחת הסיבות שהחדשות הפוליטיות הן כל-כך שליליות וציניות. אין כל ערך חדשותי בחבר כנסת שעושה עבודה טובה. לעומת זאת, כאשר חבר כנסת שאומר משהו טיפשי בייחוד אם הוא נתפס בעין המצלמה – זה חדשות! אם מדברים על ציניות, עולם החדשות הבידוריות אינו רק אודות תכניות החדשות, הוא כולל גם תכניות כמו "ארץ נהדרת" או "מצב האומה". לעג פוליטי הפך לעסק גדול ברחבי העולם, ובכך הפך לדרך נוספת לשנות את האופן בו אנשים חושבים על הפוליטיקה. ישנם רבים המאמינים שהמידע הבלתי פוסק הזה של חדשות פוליטיות ובידור מובילים לירידה כללית באמון הציבור. גם שאלה זו תידון בפרק 4.

ההשפעה העמוקה ביותר אולי של השימוש הכפייתי של התקשורת בדרמה מתרחשת כשמדובר בדרך שבה היא מסקרת טרור ומלחמה. טענה אחת היא שהתחרות על קהל צרכני התקשורת מספקת לקבוצות טרור תשומת לב תקשורתית חסרת פרופורציות שמקדמת את המטרה שלהן. מנהיגי טרור רבים הפכו בלי כוונה לסלבריטאים, כשהתקשורת הבינלאומית ממתינה בהתרגשות להודעת העיתונות האחרונה שלהם. שינוי זה בלט בישראל בזמנים בהם היא התנגדה לחוק המאפשר לראיין חברים בארגון אש"ף. כיום דוברים של החמאס ושל הג'יהאד האסלאמי מתראיינים על בסיס קבוע על ידי עיתונאים ישראלים (אפילו בעברית). נקודה חשובה לא פחות היא העובדה שבגלל הצורך הקבוע שלה בדרמה, התקשורת מהווה כלי יעיל במיוחד לגיוס אנשים ליציאה למלחמה, אך יעיל הרבה פחות בניסיונות להביא שלום.

פרק 5: ההשפעה של החדשות על אנשים

העיקרון האחרון אומר: **ההשפעות החשובות ביותר של החדשות על אזרחים נוטות להיות לא מכוונות ולא מובחנות.** אלו שחוקרים את השפעות תקשורת מעוניינים לגלות כיצד ועד כמה משפיעה התקשורת על האופן שבו אנשים חושבים, מרגישים ומתנהגים. האמת היא שזה היה נושא שנוי במחלוקת מאז ומתמיד. הסיבה לעניין בנושא הזה מובנת מאליה. הרי השאלה עד כמה משפיעה תקשורת על עניינים כמו דעת קהל, סובלנות פוליטית, מעורבות פוליטית, אלימות והתנהגות נוגעת בלב העניין שלנו בקשר שבין תקשורת ופוליטיקה. אחרי הכול, אם לחדשות אין באמת השפעה על אנשים, מדוע לטרוח כל כך לחקור אותן?

מסתבר שכשמדובר בחדשות, ההשפעה, בעיקרה, איננה מודעת ומכוונת, לא מצד העיתונאים ולא מצד הקהל. ההשפעות אינן מכוונות, הואיל ובניגוד לדעה הרווחת, עיתונאים לא מבליים את רוב זמנם בניסיון להטות את דעת הקהל. ישנם כמובן יוצאים מן הכלל, במיוחד בתחום של עיתונות חוקרת, אך המניע העיקרי של הרוב המוחלט של אנשי המקצוע שעוסקים בחדשות הוא לייצר סיפורים טובים; כל ההשפעות שנוצרות בעקבות דיווחים אלו הם בעצם תוצר לוואי לא מכוון. ההשפעות החשובות ביותר של התקשורת גם הן אינן ניתנות להבחנה, משום שאזרחים בדרך כלל אינם מודעים לכך שהם מושפעים. רוב האנשים די טובים בלהגן על עצמם כשהם מבינים שמישהו מנסה לשכנע אותם, אך הם יותר נוחים להשפעה כשהם לא שמים לב לזה. קחו לדוגמה את העובדה שהתקשורת הישראלית מספקת כה מעט דיווחים חדשותיים אודות אפריקה. פירוש הדבר שלמרות העובדה שמיליוני אנשים מתים באפריקה כתוצאה ממחלות וממלחמות, מעט אנשים בישראל חושבים על הנושא. אין לזה כל קשר לעולם הפוליטי שלהם. זה לא שלעיתונאים או לציבור יש משהו נגד אפריקה, זה פשוט משום שסיפורים אלה כמעט לעולם לא נחשבים רלוונטיים דיים על מנת שיסקרו אותם בחדשות.

מספר הערות אזהרה לפני שנתחיל בטיוח

מחברים רבים המפרסמים ספרים מסוג זה מציגים את העניין שלהם במידה של ביטחון ראויה לציון. זה נכון בייחוד לגבי ספרים, המיועדים לקהל הרחב. הם נכתבים כאילו אין יוצאים מן הכלל, אין טיעוני-נגד ואין תנאים; הכל עובד באופן מושלם. בדרך מסוימת זה דומה למה שמתרחש בחדשות: עליכם להפריז בהצגת הטיעון שלכם אם אתם רוצים שאנשים יתייחסו אליו.

אלא שאנשי מדעי החברה לא באמת בטוחים לגבי שום דבר (זוהי אחת הסיבות לכך שאנחנו פרשנים גרועים). לימדו אותנו מגיל צעיר להטיל ספק **בכל דבר**, גם (או בייחוד) במה שאנחנו כותבים. זוהי הסיבה שתמצאו שאנחנו משתמשים כל הזמן בביטויים כמו: "באופן כללי", "לעיתים קרובות", "עשוי", "ברוב המקרים" ו"נראה ש...". אז בבקשה קראו את הספר הזה בביקורתיות, ואם ישנם חלקים מסוימים שאתם חולקים עליהם, יכול להיות שאתם צודקים.

ישנה מסורת נוספת בקרב אנשי מדעי החברה כשהם כותבים. אנחנו נוטים להתנצל מראש על כל הדברים שלא הוזכרו בדיון. זוהי מכה מקדימה לכל המבקרים שלנו שיתלוננו על מה שחסר. זה

דומה למה שקורה כשסנגורים שואלים את העדים שלהם שורה ארוכה של שאלות מטילות דופי על מנת לנטרל חלק מהנשק של התביעה (או לפחות זה מה שהם עושים בטלויזיה).

ישנם שני נושאים עיקריים שאינם מקבלים התייחסות מספקת בספר. הראשון הוא שחלק גדול בספר מוקדש לדיון על "התקשורת החדשותית" כאילו כל אמצעי התקשורת הם אותו הדבר. למרות שהספר מתייחס באופן די נרחב להבדלים אפשריים בין התקשורת המסורתית ובין המדיה החדשה, כמעט שאין דיון אודות ההבדלים בין טלויזיה, רדיו ועיתונים. אלו הם הבדלים חשובים, אך לא תמצאו מידע רב עליהם בספר זה.

הנושא השני שהושמט מספר זה הוא **הכלכלה** של החדשות. רבות נכתב על ההשפעה של גורמים כלכליים על מה שקורה בעסקי החדשות. לדוגמה, יש חשש גובר שעיתונים ייעלמו בקרוב לאור העובדה שאנשים רבים כל כך פונים לאינטרנט כמקור המידע העיקרי שלהם. אם תחזית זו תתגשם, היא יכולה להביא לשינוי עמוק במפת התקשורת. ישנו גם דיון ציבורי רחב, בישראל ובמדינות אחרות, אודות בעלות צולבת. מדובר במצב שבו אמצעי תקשורת מסוגים שונים נמצאים בבעלות של אותן ידיים. נושאים אלה אומנם מוזכרים במהלך הספר, אך אין בכך די מידע עבור אלו שמתעניינים בהם באופן מיוחד.

אזהרה מסוג שונה לקוראים מתייחסת לעובדה שרבות מהדוגמאות בספר מקורן בישראל או בארה"ב. הסבר אחד לנקודת המבט "האתנוצנטרית" הזו הוא שמרבית החוקרים הפועלים בתחום התקשורת הפוליטית הם אמריקנים, ואני מבצע כמעט את כל המחקרים שלי בישראל. לכן, הקורא צריך לזכור שלא ניתן ליישם את כל הרעיונות שמפותחים כאן על מדינות אחרות. הדוגמה המובהקת ביותר לכך קשורה בהעדר ההתייחסות לתפקיד התקשורת במדינות לא-דמוקרטיות. זהו עולם אחר לגמרי. כלל לא ברור כיצד אפשר להשתמש במרבית הרעיונות שפיתחו כאן כשמדברים על מקומות שבהם אין לאמצעי התקשורת את החופש לשיקול דעת עיתונאי. אז זכרו לקחת גם את זה בחשבון. אני מקווה שעל אף כל האזהרות, ההסתייגויות וההתראות תיהנו מהמסע.

תקשורת פוליטית:

חמישה דברים שחייבים לדעת

גדי וולפספלד

חלק I

שחקנים פוליטיים מתחרים על התקשורת החדשותית

© כל הזכויות שמורות למחבר 2012

כאן הכול מתחיל. השחקנים הפוליטיים כולם מנסים להשפיע: על קהילותיהם, על מדינתם ועל העולם. הם מופיעים בכל מיני דמויות וצורות. חלקם בעלי כוח, אחרים חלשים. לחלקם רעיונות חדשים וקיצוניים, הכרוכים בשינויים רציניים, בעוד אחרים מעדיפים לשמור על הסטטוס-קוו, או, לכל היותר, לערוך רפורמות מזעריות. המגוון של שחקנים פוליטיים רב מאוד: ישנם מנהיגים פוליטיים, מפלגות פוליטיות, תנועות פוליטיות, חברות מסחריות, קבוצות עניין, שדולות, איגודים מקצועיים, קבוצות שכונתיות, ארגוני טרור, ולעיתים פשוט מספר אנשים המתקבצים יחד כי הם זועמים לגבי משהו.

אחד הדברים החשובים ביותר שאותו חולקות ביניהן כל הקבוצות הללו הוא שבנקודת זמן זו או אחרת הם ירצו שהתקשורת החדשותית תסייע להם להשיג את מטרותיהן. קבלת סיקור תקשורתי, ובמיוחד סיקור חיובי, יכולה להניב תועלות רבות. ניקח לדוגמה את ההשפעה של סיקור תקשורתי על תנועות פוליטיות. במקרים מסוימים, סיקור אוהד יכול למשוך אליהן חברים ותומכים חדשים, לסייע להן לגייס כספים ולהעלות את הנושאים שלהן על סדר היום הציבורי. סיקור חיובי יכול גם לאפשר להן ליצור בריתות פוליטיות ולהפעיל לחץ על מנהיגים פוליטיים. לעתים, הפרסום הפוליטי החיובי לא יעניק יותר מאשר הרגשה נעימה כששמן מוזכר בעיתון. אך מבחינת הפוטנציאל, קשה לחשוב על נכסים אחרים שיכולים לתרום יותר לשחקן פוליטי מאשר השגת נגישות קבועה לתקשורת החדשותית.

אחת הבעיות הגדולות שעומדת בפני כל השחקנים הפוליטיים היא החשיפה לתחרות מול מאות ולעיתים אלפי שחקנים אחרים, שמעוניינים גם הם להיכנס לחדשות. זוהי תחרות קשה, בייחוד עבור אלו שאין להם כל מעמד פוליטי. בשני הפרקים הראשונים מוצגים כללי היסוד של תחרות זו. פרק 1 דן באחד הכללים החשובים ביותר: ככל שכוחם של שחקנים פוליטיים רב יותר, כך עולה הסבירות שהם יופיעו בחדשות. לכלל יחיד זה, מסתבר, יש השלכות חשובות ביותר, לא רק על הסיקור התקשורתי של העולם הפוליטי, אלא גם על הפוליטיקה. פרק 2 דן בדרכים בהן בעלי הכוח, על אף היתרונות הללו, עלולים לאבד מכוחם אל מול המדיה החדשה.

פרק 1:

כוח פוליטי וכוח תקשורתי

"Power has made Reality its Bitch"

(העיתונאי והסופר מארק דאנר (Danner) על התמודדות הממשל האמריקאי עם

העיתונות.¹

חשבו על שני שחקנים פוליטיים, שכל אחד מהם מנסה להיכנס לחדשות. לעת עתה, בואו נדבר אך ורק על התקשורת החדשותית המסורתית (המדיה החדשה תיכנס למשחק מאוחר יותר). לשם הדיון, נניח כי שניהם חברים באותה מפלגה, יש להם עמדות פוליטיות זהות ושניהם נראים טוב מול המצלמה. אך ישנו הבדל אחד קטן ביניהם: אחד מהם הוא ראש הממשלה, והשני הוא חבר כנסת חדש, מס' 13 ברשימת המפלגה. ראשי ממשלה מוקפים במספר רב של עיתונאים, ויש באפשרותם להופיע בחדשות מתי שרק ירצו. חברי כנסת, לעומת זאת, צריכים להתחרות בפוליטיקאים רבים אחרים, ולשכנע את הכתבים כי יש בידם מידע חדשותי מעניין. לראש הממשלה לעולם לא תהיה בעיה להיכנס לחדשות הערב בטלוויזיה, בעוד שמרבית חברי הכנסת צריכים להודות על קבלת סיקור בעמוד 24 בעיתון הארץ.

אנשים בעלי כוח בממשלה, בין אם זה שר הביטחון, שר החוץ או שר האוצר, אף הם אינם מתקשים להיכנס לחדשות. אם היינו מנסים לבנות סולם השפעה, המורכב מהאנשים החזקים ביותר בישראל בזירה הפוליטית ועד האנשים הכי פחות חשובים, אפשר היה לאמוד באופן מדויק למדי את הסיכויים שלהם להיכנס למהדורת חדשות הערב בטלוויזיה. הנה דוגמה טובה לאופן שבו כוח פוליטי מוביל לכוח תקשורתי. כל מי שקורא את הספר הזה ודאי יודע מה שמו של שר החוץ. כעת, נסו לנקוב בשמו של שר התיירות. אלא אם יש לכם סיבה מיוחדת שגורמת לכם להתעניין בתיירות, רוב הסיכויים שאין לכם מושג מה שמו.

הסיבה לכך, כמובן, היא ששר התיירות פשוט אינו נחשב לבעל ערך חדשותי, אלא אם הוא/היא הסתבך/ה בצרות. בעיקרון אפשר לומר שעיתונאים רודפים אחרי החזקים פוליטית, והחלשים פוליטית רודפים אחר העיתונאים. זה מביא אותנו אל הראשון מבין חמשת העקרונות.

עיקרון ראשון: כוח פוליטי יתורגם בדרך כלל לכוח תקשורתי.

אחת הסיבות לכך שעיתונאים מחשיבים את בעלי הכוח לבעלי ערך חדשותי רב יותר היא שלדעתם אלו הם האנשים שקרוב לוודאי ישפיעו על המדינה ועל העולם. ראש הממשלה, אחרי הכול, יכול לצאת למלחמה. הסיכויים שלחבר כנסת בודד תהיה השפעה מרכזית על התהליך הפוליטי קלושים, אלא אם כן הוא מהווה קול מכריע בהצעת חוק חשובה. גם אז, תהילתו תהיה קצרה, ובמהרה יחזור להיות אלמוני כמקודם.

הנה דרך נוספת לחשוב על הרעיון הזה. אפשר לראות ביחסי הגומלין שבין עיתונאים ובין מנהיגים פוליטיים **סימביוזה תחרותית**. זוהי מערכת יחסים סימביוטית, היות ושני הצדדים תלויים זה בזה לצורך השגת מטרותיהם. מנהיגים מעוניינים בפרסום, ועיתונאים מעוניינים במידע מעניין בעל ערך חדשותי. הסיבה להיותה של מערכת יחסים כזו תחרותית היא ששני הצדדים רוצים לקבל את המרב זה מזה, אך מוכנים "לשלם" מעט ככל האפשר. מנהיגים מעוניינים בפרסום רב מבלי שיהיה עליהם לגלות יותר מדי, ועיתונאים מעוניינים במידע העסיסי ביותר מבלי לקחת פוליטיקאים 'טרמפי' על הידיעות שלהם. בידי המנהיגים החזקים יותר נמצא

"למכירה" המידע הטוב ביותר, ולכן עיתונאים נמצאים בתחרות מתמדת על הזכות לקבל אותו, בייחוד אם יש ביכולתם לקבל הצצה ראשונה לסיפור.

העובדה שאפשר לתרגם כוח פוליטי לכוח תקשורת, אין פירושה ששחקנים פוליטיים חלשים לעולם אינם מופיעים בחדשות. התקשורת נותנת העדפה לקונפליקטים, העדפה שהיא חשובה לא פחות מההעדפה הניתנת לכוח. כמו כן, קיימת גם ציפייה שהעיתונאים ינסו לשמור על איזון מסוים בסיקור החדשות. כלומר, גם כאשר נאום ראש הממשלה זוכה לסיקור נרחב, האופוזיציה תקבל הזדמנות להגיב. הדבר לא נעשה רק מטעמים של הגינות עיתונאית. אירועי אקטואליה רבים מעודדים דיון סוער, שבמסגרתו מביאה התקשורת גם את עמדות המיעוט, משום שזה הופך אותם מעניינים יותר.

אף על פי כן, עדיין יש משהו אליטיסטי מיסודו בדיונים מסוג זה. תנועות פוליטיות וקבוצות הנמצאות מחוץ לאליטה הפוליטית מוזמנות להשתתף בדיונים כאלה לעיתים רחוקות בלבד. כך שמושג האיזון של העיתונאים מתבטא למעשה במציאת האיזון בין המנהיגים הפוליטיים הבולטים במדינה, ולא בהכרח בין כלל הכוחות הפוליטיים הפועלים בה. לאנס בנט (Bennett), חוקר בולט במדע המדינה, ערך עבודה חשובה ביותר בנושא זה. בנט טען כי הדרך הטובה ביותר להבין את המציאות הזו היא לחשוב על התהליך באמצעות מושג שנקרא Indexing.² הכוונה היא שהתקשורת מתמקדת במסרים ובמעשים של האליטה פוליטית. לכן, אם גם הממשלה וגם האופוזיציה בוחרות שלא לדון בנושא מסוים כך תעשה גם התקשורת, אפילו כאשר מדובר בנושא בעל חשיבות רבה. במלים אחרות, התקשורת פשוט תתעלם מהנושא. בנט טוען כי האובססיה של התקשורת כלפי האליטות מגבילה את **מגוון** הדעות הנידונות. ג'ונתן מרמין (Mermin), שחקר גם הוא את הקשר שבין פוליטיקה ותקשורת, מעלה טענה דומה לפיה התקשורת החדשותית לעתים קרובות נראית כמשמשת "תעתיק מדויק של התבטאויות רשמיות".³

להסתייגות זו של העיתונות מביטוי כל דעה עצמאית בסוגיות אלו ואחרות עשויות להיות השלכות חמורות עבור דיונים ציבוריים בסוגיות שונות. דוגמה טובה לענייננו היא הדיון הציבורי בארה"ב ביחס למלחמה בעיראק שהחלה בשנת 2003. הטיעון העיקרי שבשמו יצאה ארה"ב למלחמה היה האמונה המוצקה בושינגטון כי סדאם חוסיין פיתח נשק להשמדה המונית. תוך זמן קצר יחסית, התברר שלא כך היה, אך עם זאת, באופן מפתיע, תמיכת הציבור במלחמה נותרה גבוהה.

מחקרים בנושא זה מציעים כי אחת מהסיבות לכך הייתה היעדר סיקור ביקורתי בעיתונות. בספר שכותרתו מדוע נכשלה העיתונות *Why the Press Failed*, מנסים לאנס בנט (Bennett), רגינה לורנס (Lawrence) וסטיבן ליווינגסטון (Livingston) להסביר את האנומליה הזו.⁴ אחד מההסברים היותר חשובים היה שההנהגה הדמוקרטית בקונגרס ובסנאט הרגישה שלא בנוח למתוח ביקורת על הנשיא ביחס למלחמה, אלא רק בשלב מאוחר יותר של הקונפליקט. כך, למרות שהיה שפע של מותחי ביקורת מחוץ לווינגטון, תלות היתר של התקשורת בדעות אליטיסטיות, מנעה מהם, ככל הנראה, לספק נקודת מבט חלופית לציבור האמריקני.

מרמין (Mermin) מאזכר ציטוט נהדר של כתב הטלוויזיה ג'ים לרר (Lehrer) המספק הוכחה הממחישה נקודה זו ביחס למלחמה בעיראק:

המילה כיבוש... מעולם לא הוזכרה במהלך המרוץ למלחמה. זה היה שחרור. זו הייתה (דובר על כך בווינגטון) מלחמה של שחרור, לא מלחמה של כיבוש. ולכן, כתוצאה מכך, העיתונאים שבינינו אף פעם לא התייחסו אפילו לסוגיית הכיבוש.⁵

במילים אחרות, אם ההנהגה הפוליטית אינה מנהלת דיון בנושא מסוים, רק לעתים רחוקות ביותר עיתונאים יכולים להציג נקודות מבט אחרות. יש שיטענו שכך צריכה לפעול דמוקרטיה ייצוגית. אחרי הכול, אלו הם האנשים שנבחרו להנהיג. אלא שבמשטר דמוקרטי אמיתי חייבת להיות עיתונות עצמאית אמיתית, שתפרוש בפנינו מגוון רחב של נקודות מבט כדי שנוכל לשקול את האפשרויות.

כוח לובש צורות שונות

הרעיון שכוח מוביל להשגת נגישות לתקשורת אינו מוגבל לפוליטיקאים בלבד. ישנם גם יחידים, ארגונים וחברות שיש להם ערך חדשותי מיסודם, בין השאר, הודות למשאבים העצומים שיש בידם, המקנים להם את היכולת להשפיע באופן ניכר על החברה. למשל, כאשר חברת טבע, התעשייה האווירית או הבנקים הגדולים מדברים על סוגיות פוליטיות המשפיעות על התעשייה שלהם, התקשורת מקשיבה. הדבר נכון גם לגבי ארגונים פוליטיים רבי עצמה, ואף לגבי תנועות מחאה. ייתכן שארגון בממדים של מועצת יש"ע לא יכול להשיג גישה שיש לשר בכיר, אך בהחלט יוכל לגייס כתבים שיסקרו את האירועים שלהם יותר מאשר קבוצה קטנה של פעילי איכות סביבה, המפגינה מול מפעל המואשם בזיהום המים שלהם.

את העובדה שכוח פירושו נגישות לתקשורת חדשותית ניתן ליישם גם לגבי ערים ואף מדינות. קיימת סבירות גבוהה שנשמע על חדשות מירושלים ומתל-אביב ולא מקריית שמונה או דימונה. וסביר הרבה יותר שישראלים ישמעו על מה שמתרחש בארה"ב ולא באפריקה. עצוב לומר, אך נדמה כי ישראלים עשויים לדעת יותר על מה שקורה עם מדונה, בריטני ספירס, וטום קרוז מאשר על ראשי מדינה בניגריה. בין הכללים החשובים ביותר של חדשות בינלאומיות בולט הכלל שאומר כי שטף מידע תמידי זורם מאלו שיש להם אל אלו שאין להם, ורק זרזיף דק זורם בכיוון ההפוך.

לא רק יותר כיסוי תקשורתי, אלא לרוב חיובי יותר

האם העובדה שאליטות חזקות זוכות ליותר כיסוי תקשורתי מעידה בהכרח על כיסוי חיובי יותר? התשובה, על פי רוב, היא חיובית. למעשה יש שתי דלתות להיכנס דרכן לדיווחי החדשות. הדלת הקדמית שמורה לאנשים החשובים מאוד, ה-VIP: האנשים בעלי הכוח הפוליטי. כאשר אנשים אלו נכנסים, מתייחסים אליהם בדרך כלל בכבוד. הם זוכים לכיסוי תקשורתי בזכות מי שהם ולא רק בזכות מה שהם עושים או אומרים. להלן סיפור אופייני של "דלת קדמית"

אופיינית שפורסם באתר Ynet, בתאריך 26 בנובמבר, 2011:⁶

נתניהו: מתנגד להצעה להגביל עתירות לבג"ץ

ערב לפני הדיון בהצעה שנועדה להצר את צעדיהם של ארגוני השמאל, הבהיר ראש הממשלה כי יתנגד לכל חוק שעלול לפגוע בעצמאות בתי המשפט בישראל. ח"כ דנון: הדלת פתוחה לכל מי שלא מקבל את עמדת הרוב בליכוד

בזמנו, חברי כנסת מתוך מפלגתו של נתניהו ניסו להעביר את החוק להגבלת העתירות לבג"ץ. בשלב מסוים, החליט נתניהו להתנגד להצעת חוק זו, ובמקרים מסוג זה הופכת התקשורת ללוח מודעות אלקטרוני המיועד להודעות מסוג זה. אין זה אומר שכל הודעה של ראש הממשלה תקבל התייחסות חיובית, או לחילופין, שלא תינתן הזדמנות למתנגדים לדברים הנאמרים להציג את דעותיהם. בכל אופן, היכולת לקבל גישה מידית למיקום בולט בסדר היום התקשורתי מעניקה יתרון עצום למי שנמצא בשלטון.

בעלי הכוח והמשאבים מחזיקים ביתרונות בעלי ערך מוסף המאפשרים להם לשכור "spin doctors", מומחים לספינים תקשורתיים ולקידום סיפורים והכנסתם לתקשורת החדשותית. בעוד שמלומדים רבים נוטים, לעיתים, להפריז בהערכתם של יועצי תקשורת אלו, היכולת להציג סיפורים חדשותיים פוטנציאליים באריזה מושכת אכן עושה את ההבדל. יועצים הם גם מומחים בהכנת הסיפורים באופן המקל להפוך אותם לסיפורים חדשותיים. עיתונאים תמיד ממהרים. אנשי יחסי הציבור מקלים על חייהם של העיתונאים, הואיל והם מספקים גישה קלה למידע ולאירועים, עוסקים בפרטים טכניים כגון תאורה וזוויות צילום, ואף מספקים הודעות לעיתונות שמצריכות מעט מאוד עריכה לפני שהן הופכות לחדשות. צוות גדול וקצת כסף גם הם מאפשרים לשחקנים פוליטיים רבי עצמה לשכור אנשי אינטרנט מוכשרים, שבאחריותם לשמור את העיתונאים (והתומכים) בעניינים ולספק להם מידע שוטף ולהכין סרטונים מעניינים להפצה כללית. פירושו של דבר שניתן לתרגם גם כוח פוליטי לשליטה במדיה החדשה מבוססת האינטרנט.

כפי שצוין, אין זה אומר שכל עיתונאי וכל מדיום חדשותי יספקו סיקור חיובי ליוזמות מסוג זה. ישנם עיתונאים מסוימים, תחנות טלוויזיה ובייחוד בלוגים, שבדרך כלל מתנגדים באופן גורף לראש הממשלה או לקווי מדיניות מסוימים. בנוסף, לעיתים קרובות, עיתונאים ממסגרים סיפורים על בעלי הכוח עם מידה מסוימת של ציניות, ועיתונאים אלה תמיד עומדים על המשמר לזהות שערוריות בכל זמן נתון. כפי שיפורט בפרק 2, גם מנהיגים בעלי כוח מועדים, ואמצעי התקשורת מאוד שמחים לדווח על כל חסרונותיהם לפרטי פרטים. גם ביחס לסיפורים שליליים, כוח פוליטי עשוי להיות קריטי כאשר מדובר בבקרת נזקים. כתבים המבקרים באופן בוטה מנהיגים בעלי כוח פוליטי רב עלולים למצוא עצמם אחרונים בתור לקבלת מידע. לכן, אין לעיתונאים כל ברירה, אלא לחשוב היטב לפני שהם יוצאים למלחמה נגד מקורות המידע הכי חשובים שלהם.

ניתן לראות דוגמה מצוינת ליתרונות בתחום של בקרת נזקים באמצעות בחינת הסיקור התקשורתי של ראש הממשלה נתניהו במהלך אסון יערות הכרמל שאירע בדצמבר 2010. השריפה הייתה אסון טבע בקנה מידה שטרם נראה עד כה במדינת ישראל וגבה את חייהם של 44 בני אדם, הרס מאות בתים וכילה כ-6,000 דונם של יערות. כבר בהתחלה היה ברור כי ממשלת נתניהו

תספוג ביקורת קשה בעקבות אירוע זה בגלל רשלנותה של הממשלה לספק כוח אדם, ציוד או משאבים שהיו הכרחיים להתמודדות עם האסון. בעוד שמרבית התקפות התקשורת הופנו כלפי שר הפנים אלי ישי, לא הייתה שום סיבה להאמין שנתניהו יצא מהאירוע ללא נזק תקשורתי. המנהיג המנוסה בזירה התקשורתית נקט במגוון פעולות מניעה במהלך המשבר: הוא טס לזירת האירוע על מנת להתייעץ עם מפקדים בשטח, פנה למדינות זרות בבקשה לספק מטוסים מיוחדים שיילחמו בשריפה, הבטיח לדלג על הבירוקרטיה המקובלת על מנת לסייע לאנשים שביתם נהרס בעקבות השריפה, דרש שסכום כסף על סך 2,500 ₪ יועבר מיד לכל מי שנפגע והציע להקים טייסת כיבוי אווירית חדשה שתיקרא על שם אלעד ריבן, נער מתנדב בן 16 שנהרג במהלך השריפה.

כל היוזמות הללו קיבלו כיסוי בעמוד הראשון, ונראו כנראה על ידי רוב האזרחים כפעולות של הנהגה אמיתית. אולי הדרך הטובה ביותר לסכם את הרושם הכללי שנוצר בעקבות כל המאמצים הללו היא באמצעות קריקטורה שצוירה על ידי עמוס בידרמן, ופורסמה בעיתון הארץ ימים ספורים לאחר שהשריפה ההרסנית הובאה תחת שליטה. הקריקטורה מציגה את נתניהו בתלבושת של סופרמן, מרחף לו בגאווה מעל אש היער, כשאלו ישי, מפוחם, עצוב ובבגדים קרועים מביט אל ראש הממשלה מן הקרקע.⁷

הדרך האחרת להיכנס לחדשות היא דרך הדלת האחורית. דלת זו שמורה לשחקנים פוליטיים חלשים יותר, שהופכים למושא בעל עניין תקשורתי אך ורק אם הם עושים משהו מוזר או חריג. בעלי הכוח יכולים להיות די משעממים ועדיין לקבל כותרות. אך אם אינכם חשובים, עליכם להיות לפחות מעניינים.

כשסטודנטים ישראלים יוצאים למחות, הם גם מנסים למצוא פעלולים מעניינים על מנת למשוך עיתונאים. השימוש בארונות קבורה ("מוות להשכלה הגבוהה") ושריפת צמיגים הפכו די משעממים. לפני מספר שנים, סטודנטים של האוניברסיטה העברית הביאו גמל (אינני זוכר במדויק כיצד הם קישרו אותו למטרתם), ובחיפה השתמשו הסטודנטים בסטודנטיות לבושות ביקיני. ודאי תוכלו לנחש איזו קבוצת מפגינים נכנסה לחדשות השעה שמונה. לעתים מתעמתים הסטודנטים עם כוחות המשטרה ונלקחים למעצר, וגם זה קרוב לוודאי יבטיח להם זמן מסך, אם לא 15 דקות של תהילה אז לפחות 15 שניות.

דרך אחת בה קבוצות חלשות יכולות להפוך למעניינות מספיק כדי להיכנס לחדשות היא לפשוט את בגדיהם. מחאות בעירום נערכו על ידי מגוון קבוצות, החל באנשים התומכים ביחס מוסרי לבעלי חיים ("אני מעדיף להתהלך עירום מאשר ללבוש פרווה") ועד לכבאים הדורשים שכר גבוה יותר. מפגינים עירומים הם לא רק חריגים דיים כדי להיכנס לחדשות, אלא הם גם מספקים אמצעי עזר חזותיים נהדרים. אלא שכמו כל הקבוצות שעושות שימוש בפעולות יוצאות דופן על מנת למשוך את תשומת לב התקשורת, אלו שבוחרים לפשוט את בגדיהם משלמים מחיר כבד במונחים של שמירת החוק. קחו לדוגמה את שני סיפורי החדשות בארה"ב, אודות רוכבי אופניים עירומים. הסיפור הראשון התרחש בסיאטל ביוני 2004, והשני בדנוור, ביוני 2009 (זה לבטח לא היה צירוף מקרים ששני הסיפורים התרחשו בחודש יוני, ולא בפברואר).

רוכבי-אופניים עירומים רוכבים במחאה על פגיעה בסביבה

לפי דיווחי המשטרה, קבוצה בת 50-60 רוכבי-אופניים עירומים יצאה לרחובות סיאטל ביום שבת, ואחדים נצפו באולימפיה. האירוע היה אירוע מחאה, אך בתחילה לא היה ברור אם הוא היה קשור לקבוצה קיצונית של פעילי סביבה

המוכרת כ"החזית לשחרור כדור הארץ" (Earth Liberation Front). מפגינים בסיאטל אמרו שהם מוחים נגד השימוש במכוניות המחרף את זיהום האוויר... ביום שישי, שלחה סוכנות ה-FBI התראה לכל סוכנויות אכיפת החוק ברחבי המדינה ביחס לפעילי סביבה קיצוניים המתכננים הפגנות במהלך סוף השבוע על מנת להפגין את תמיכתם במצית בזדון שנכלא. בהודעה הרשמית של ה-FBI נמסר כי פעילי "החזית לשחרור כדור הארץ" מתכננים "יום של פעולה וסולידריות" שעשוי לכלול פעולות טרור אקולוגי, כך על-פי טור ביורנסטאד (Bjornstad), מפקד משטרה באולימפיה, אחת הערים שסומנו כמטרה אפשרית.⁸

www.komonews.com – 13 ביוני, 2004

משטרת בולדר (Boulder) תקפיד ביחס לרוכבי-אופניים עירומים באירוע המחאה ביום שבת.

משטרת בולדר מוסרת תזכורת עבור רוכבים המתכננים להשתתף באירוע המחאה של מסע האופניים העולמי בעירום (World Naked Bike Ride) שיחול ביום שבת:

חוקי התעורטלות בפומבי ייאכפו. כפי שנמסר בהודעה לעיתונות ביום רביעי, משתתפים שלא יכסו את אזור חלציהם צפויים למעצר, ואם יורשעו תחת חוק זה, ייתכן שיידרשו להירשם כעברייני מין. המשטרה הודיעה שהיא גם פנתה אל מארגני האירוע ויעצה להם על דרכים בהן יוכלו המשתתפים להימנע ממעצר. אלו כוללים לבישת בגדים תחתונים המכסים את אזור החלציים, או טשטוש בכל דרך אחרת של האזורים הללו מפני חשיפתם לציבור. משתתפים מתבקשים בכל לשון של בקשה להיות קשובים לדרישות החוק.⁹

שני הסיפורים שמו דגש מיוחד על מה שניתן לכנות מסגרת "חוק וסדר". בסיפור של סיאטל, קרוב לוודאי שרוכבי האופניים הפגינו נגד זיהום האוויר כתוצאה משימוש בכלי רכב, אך איכשהו הפכו לטרוריסטים (מה שהופך את הסיפור מעניין הרבה יותר). הסיפור של דנוור - שנכתב קודם להפגנה - היה ביזמת המשטרה, והיא הזהירה את המפגינים מפני רישום כעברייני מין. סיפורים אלה מדגימים שתי דרכי פעולה עיקריות לסיקור מחאות מסוג זה: הן מסוקרות בתקשורת או כמוזרות, או כמסוכנות, או כשתיהן.

היות והעיתונאים מתמקדים לעיתים קרובות בסוגיית החוק והסדר, הם מספקים בכך יתרונות חשובים לרשויות, משום שהדבר בדרך כלל תואם למסר שהם מקדמים. במסגרת קונפליקטים רבים, הצד החלש יותר (נקרא לו "קורא התיגר") מנסה לדבר על סוג של אי-צדק כלשהו, בעוד שהצד החזק יותר מבקש להדגיש את הצורך בחוק וסדר. זה נכון לגבי שביתות עובדים, מחאות על סוגיות כמו אפליה וזכויות אדם, ואף כאשר מדינה חלשה יותר (למשל, איראן) קוראת תיגר על מדינה חזקה יותר (ארה"ב). קורא התיגר רוצה לדבר על דרישותיו, בעוד שהתקשורת החדשותית מעוניינת בפעולה. כשעובדים סוגרים את נמל התעופה בן גוריון, עיקר הסיפור מתמקד בהמוני האנשים שתקועים בשדה התעופה; דרישות העובדים אינן מעניינות ואינן פוטוגניות. זה נכון גם כאשר מפגינים עושים שימוש בסוג כלשהו של הפרעות סדר כדי למשוך את תשומת הלב של התקשורת. לכל נזק שהם גורמים יש ערך חדשותי הרבה יותר גדול מכל סיפור שהם יספרו על הסכנות הטמונות (למשל) בהתחממות גלובלית. תהיה אהדתם האישית של הכתבים אשר תהיה, המימרה הנושנה נותרת בעינה: "If it bleeds it leads".

למען ההגינות, לא כל מחאה מקבלת סיקור שלילי. אם, למשל, קבוצה מצליחה למנוף אירוע מחאה גדול עבור עניין שנחשב באופן כללי כליגיטימי, הסבירות גבוהה הרבה יותר שהעיתונאים יספקו סיקור אוהד. במקרים אלו, גודל המחאה הוא שמייצר את הדרמה הנחוצה. אך גם כאן, בדרך כלל רק תנועות בעלות כוח פוליטי מסוגלות לארגן בהצלחה אירוע בסדר גודל

כזה, וגם הן לא יכולות לעשות זאת לעיתים קרובות מדי. כל פרסום שהן משיגות יהיה, קרוב לוודאי, קצר מועד.

בעיה נוספת לכניסה לחדשות דרך הדלת האחורית היא שאם לבשתם תלבושת מוזרה רק כדי להיכנס, לא תוכלו להחליף לבגדים אחרים לאחר שנכנסתם פנימה. כך קורה כשמצלמים אתכם בתלבושת של דוב קוטב כשאתם מוחים בדרך זו נגד ההתחממות הגלובלית. אתם רוצים לדבר על הסביבה, והכתבים ממשיכים לשאול אתכם על התלבושת שלכם ("עד כמה חם שם בפנים?"). אם לבסוף החלטתם שהספיק לכם, ויצאתם החוצה כדי להחליף את התלבושת למקטורן ולעניבה, לא תורשו להיכנס בחזרה לחדר החדשות. אם תציצו מבעד לחלון קטן ומאובק מעל לדלת נעולה מאחור תגלו שהוחלפתם על-ידי להטוטנים עירומים המוחים נגד המחסור בעבודה בתחומם.

כפי שצוין קודם לכן, הבדלי כוחות אלו אף מסייעים להסביר מדוע התקשורת החדשותית נוטה יותר לסקר את ירושלים, את תל-אביב ואת ארה"ב יותר מאשר את קריית שמונה, את דימונה ואת אפריקה. גם כאן, לחולשה פוליטית יש השפעה לא רק על כמות הסיקור, אלא גם על איכותו. היות וערים, מדינות ויבשות אלו נתפסות כחסרות חשיבות, רק אירועים שנחשבים חריגים באופן מיוחד יגרמו לעיתונאים לעזוב את עבודת הסיקור הרגילה שלהם מול בעלי הכוח, ולהפנות את תשומת ליבם למקומות הללו. אנו מדברים בעיקר על אירועים אלימים במיוחד או על אסונות טבע, וזו אחת הסיבות לכך שהדימויים שלנו של מקומות אלו הם כל כך שליליים. גם זה צריך להיחשב לסיקור דרך הדלת האחורית.

אלי אברהם (Avraham) ערך מחקר נרחב שבחן את הדרכים בהן סוקרה הפריפריה בישראל.¹⁰ הוא בדק את ההשפעה של מה שהגדיר כ"מרחק חברתי-אידיאולוגי" על האופן שבו קבוצות שונות מוצגות בתקשורת. הוא בחן את הכיסוי בחדשות של הקיבוצים, ההתנחלויות, היישובים הערביים וערי הפיתוח. בהתאמה לדברים שנאמרו, הסיקור היה לרוב שלילי וסטריאוטיפי. סיקור מסוג זה אינו מבטיח עידוד השקעות או תיירות. כל זאת מזכיר לנו שוב כי על ידי קביעת חוקים שונים לכניסה, הופכת התקשורת סוכן חשוב בחיזוק ואף בהרחבת הפערים בין המרכז לבין הפריפריה.

האם קיימת דלת צדדית?

ישנה אסטרטגיה אחת שבה יכולות קבוצות חלשות יותר להשתמש על מנת לייצר דרמה עבור אנשי החדשות, ובה בעת לא להקריב לחלוטין את הלגיטימיות: מרי אזרחי. קחו לדוגמה, מפגינים בשביתת שבת שחוסמים את הכניסה למפעל המואשם בזיהום המים בעיר מסוימת. זוהי פעולה של הפרעת סדר, אך כשכוחות המשטרה גוררים או מכים את המפגינים במטרה לפזר את ההפגנה, האחרונים מוצגים כקרבנות, ולא כתוקפנים. טקטיקה זו מייצרת דרמה עם מינימום של צדדים שליליים. ההצלחה היחסית המיוחסת לטקטיקות מסוג זה מותנית בשלושה גורמים: רמת האלימות שנוקטות הרשויות נגד הקבוצה, מידת ההזדהות של הציבור במטרה של המוחים ורמת האלימות שבה נוקטים המוחים. אם תחליטו לחסום כביש על מנת לקבל העלאה בשכר, למשל, קרוב לוודאי שתקבלו סיקור המציג אתכם כחבורת עושי צרות. זוהי תזכורת לאופן שבו הקונטקסט הפוליטי והיקף התמיכה עשויים לגרום להבדל עיקרי בסיקור חדשותי.

אחת הדוגמאות הבולטות לשימוש באסטרטגיית המרי האזרחי הוא במאבק התנועה לזכויות האזרח בארה"ב, שהתרחש בשנות ה-60 של המאה ה-20. מרטין לותר קינג הדגיש בפני תומכיו ובפני הציבור כי המאבק למען שוויון הגזעים לא יהיה אלים. גם כאשר המפגינים הוכו באלות, הם סירבו להגיב בחזרה בדרך דומה. הפגנה היסטורית כזו נערכה בברמינגהם, אלבאמה, ב-4 במאי, 1963. מפקד המשטרה, יוג'ין "Bull" קונר (Conner), החליט לשחרר כלבי תקיפה לעבר המפגינים, מעשה שייצר תמונות מזעזעות של אלימות משטרתית. אחת התמונות הידועות מאירוע זה פורסמה בעמוד השער של עיתון הניו יורק טיימס, והציגה נער בן 15 מותקף באכזריות על ידי כלב מסוג רועה גרמני.¹¹

בספר חשוב שעוסק בתפקיד העיתונות במסגרת המאבק לזכויות האזרח, מתארים ג'ין רוברטס (Roberts) והאנק קליבנוף (Klibanoff) כיצד השפיעו התמונות על האווירה הפוליטית בסביבת המאבק.

לתגובת כוחות המשטרה ולתמונות שהיא ייצרה הייתה השפעה מיידית על שני המקומות ששם הייתה לכך החשיבות הרבה ביותר, וושינגטון וברמינגהם. בברמינגהם, מנהיגים שחורים שניהלו משא ומתן שקט עם לבנים מתונים ושהסתייגו מתמיכה ב[מרטין לותר] קינג, מהר מאוד יישרו עמו קו... לתמונות הייתה השפעה חשובה יותר בווינגטון... בשעות אחר הצהריים של אותו יום, שלח [הנשיא ג'ון] קנדי (Kennedy) את ברק מרשל (Marshall) מהיחידה לזכויות האזרח של משרד המשפטים לברמינגהם.¹²

העובדה שהתנועה לזכויות האזרח קיבלה סיקור אוהד כל כך היא הרבה יותר מאשר סיפור פשוט של אסטרטגיה נכונה. הייתה זו גם השתקפות השינוי המתהווה בדעת הקהל האמריקאי בנושאי סוגיות הגזענות. היה זה מקרה שבו מערכות העיתונים, לפחות אלה שבצפון ארה"ב, החליטו לסקר את הסיפור כמקרה ברור של אי-צדק. אנו למדים מכך, שלמרות הקשר ההדוק בין כוח לבין נגישות לתקשורת, ישנם מקרים בהם לתקשורת החדשותית יש תפקיד עצמאי יותר במסגרת קונפליקטים פוליטיים. כמו כן, אנו למדים כי לתמונות חזותיות מזעזעות עשויה להיות השפעה חשובה על התהליך הפוליטי, וזה היה נכון אפילו בעידן שלפני המצאת האינטרנט והיו-טיוב.

קיימים גם מקרים של קבוצות מוחלשות המאתגרות את המערכת, וזכות לאהדה רבה משום שמרבית הציבור מזדהה איתן. רבים נתפסים כקורבנות: נכים, חולי סרטן והורים שכולים הם דוגמאות טובות של קבוצות בישראל שאינן צריכות להשתמש באמצעים קיצוניים כדי לקבל סיקור אוהד. הדוגמה המוחשית ביותר לאתגר דומה בשנים האחרונות היא התנועה לשחרור גלעד שליט, שקיבלה אהדה אינסופית מצד התקשורת, למרות שלא היה לה כוח פוליטי. בעוד מעטות מהקבוצות הללו נמצאות על סדר היום הציבורי לפרק זמן ממושך, כמות המעשים החריגים שעליהן לספק לתקשורת החדשותית קטנה בהרבה מזו הנדרשת מקוראי תיגר אחרים.

אי שוויון מצטבר

סעיף נוסף לעיקרון הראשון שלנו הוא רעיון **אי השוויון המצטבר**.¹³ לא רק שאפשר להפוך כוח פוליטי לכוח תקשורתי, אלא גם שהשחקנים הפוליטיים, הזקוקים לנגישות לחדשות

יותר מכול, מגלים קושי רב בהשגתה. כמו בתחומים רבים בחיים, כשמדובר בחשיפה לתקשורת החדשותית, העשירים בדרך כלל הופכים עשירים יותר, והעניים נשארים עניים. בעלי כוח פוליטי אמיתי לבטח נהנים כאשר הם מקבלים פרסום חיובי (מי לא?), מה עוד שהפרסום מסייע להם להשיג את יעדיהם הפוליטיים. אולם, היות שיש להם כוח, הם תלויים פחות בתקשורת מאשר אחרים ויש באפשרותם לבצע דברים באופן ישיר (למשל על ידי העברת חוק או שליחת חיילים למקום כלשהו).

לחסרי הכוח, מאידך, אין סיכוי גבוה להשיג דברים ללא תשומת לב ציבורית. אין זה משנה אם מדובר בקבוצת מחאה שמנסה לגייס תומכים, בחבר אופוזיציה המנסה להתבטא כנגד הממשלה, במפלגה קטנה שמנסה להיבחר לכנסת או במדינה מתפתחת המשיקה מסע פרסומי למשוך תירות. בכל אחד מהמקרים הללו, קבלת סיקור תקשורתי הכרחית להשגת המטרות. מכיוון שסביר להניח ששחקנים אלה לא יקבלו כרטיס כניסה למסיבה, הדרך היחידה שלהם בכל זאת להשתתף בה היא להתחבא בתוך העוגה, ולקפוץ ממנה ברגע הכי פחות צפוי.

על מנת להמחיש נקודה זו, הבה נחשוב על שני ארגונים המפעילים לחץ על הממשלה בעניין תיקוני חקיקה שונים. האחד הוא בנק לאומי, המודאג מחוק חדש שיגביל את הסכום שהוא יהיה רשאי לחייב בו את לקוחותיו, והשני הוא האגודה לשחרור היענים, המנסה להעביר חוק האוסר למכור בשר יענים, לרכב על יענים או לייצר מהם אוכלים או כובעים.

לבנק לאומי יש משאבים עצומים המאפשרים לו לעבוד באופן כמעט מוחלט מאחורי הקלעים, להשתמש בצבא של עורכי דין ושתדלנים ואולי גם פוליטיקאים אחדים, שקיבלו מהבנק תמיכה במסע הבחירות שלהם. מנקודת המבט של בנק לאומי, ככל שהעיתונות תכתוב פחות על הסוגיה הזו, הדבר עדיף מבחינתם. לאגודה לשחרור היענים, מאידך, אין שום סיכוי להגיע להישגים, אלא אם הם ימשכו את תשומת הלב של התקשורת. אבל בואו נודה, יענים לעולם לא ייחשבו לחדשות גדולות. הדרך היחידה בה חברי האגודה יוכלו להיכנס לחדשות תהיה באמצעות מעשה שערורייתי, כשהם מודעים היטב לעובדה שהם יסוקרו כחבורת תימהוניים מוזרים, בלשון המעטה.

חשוב להדגיש כי יש לראות את רמת הכוח כרצף, ולא כדיכוטומיה. בעוד שדיון זה מתייחס לבעלי כוח ולחסרי כוח, למעשה ישנם ארגונים פוליטיים, קבוצות אינטרס וצוותי חשיבה המצויים בין שני הקצוות הללו. היכולת של השחקנים הללו לקדם את עצמם בתקשורת, מבלי לפנות לטקטיקות קיצוניות, קשורה באופן ישיר למיקום שלהם על רצף הכוח.

אולם, באופן כללי, התקשורת החדשותית הינה סוכן מרכזי לשמירת פער הכוחות בחברה, ואף להעצמתו. כללי הגישה לתקשורת מבטיחים שבעלי הכוח ייתפסו תמיד כחשובים יותר, ובמקרים רבים, כמכובדים יותר מאשר החלשים. דבר זה בתורו מאפשר להם לשמר, או לשנות, את המדיניות המועדפת שלהם ביתר קלות. כפי שהדבר נידון, כללים אלו אינם חקוקים בסלע. ישנם מקרים בהם התקשורת החדשותית משמשת כסגורית לחלשים. כל זאת יובהר בפרק 2.

מה לגבי המדיה החדשה?

חלק מהקוראים בוודאי חושבים שכל אשר נאמר עד כה, פשוט עבר זמנו. הם יטענו שבעידן הטלפונים הניידים עם מצלמות, יו-טיוב והבלוגוספירה, כוח פוליטי הפך לפחות חשוב. כיום, גם הקבוצות החלשות ביותר יכולות להעביר את המסר שלהן לכולם באמצעות האינטרנט והרשתות החברתיות. כל מה שצריך שסיפור פוליטי טוב אחד יופץ ברשת כמו וירוס, וכולם – כולל התקשורת של הזרם המרכזי, ה"מיינסטרימית" – יקשיבו.

הטכנולוגיה החדשה אכן יוצרת שינוי, ולעיתים אפילו שינוי עצום. אך בנוסף להזדמנויות החדשות שהפכו נגישות הודות למדיה החדשה, ישנן גם מגבלות חשובות. ניתן להבין את היתרונות ואת המגבלות המזוהים עם הטכנולוגיה החדשה, על ידי בחינה של שני סוגים של אתגרים העשויים להפיק תועלת משינויים אלו בסבירות גבוהה: תנועות פוליטיות, וארגוני טרור.

תנועות פוליטיות והמדיה החדשה

מרבית התנועות הפוליטיות הן מאתגרות קלאסיות של ה"דלת האחורית". גם התנועות הגדולות ביותר לרוב אינן נחשבות בעלות ערך חדשותי מטבען. עדיין עליהן לעשות משהו דרמטי, אם הן מקוות לקבל סיקור בתקשורת המסורתית, וכפי שנאמר, זה לעיתים קרובות מתבטא בסיקור שלילי. יש לשאול את השאלה עד כמה משנה טכנולוגיית התקשורת החדשה את היכולת של התנועות הללו להיות בעלות עצמה רבה יותר, להעביר את המסר שלהן לתומכים ולכלל הציבור, ולהביא לשינוי פוליטי.

ישנם ארבעה יעדים מרכזיים שאותם מנסות תנועות פוליטיות להשיג, וכאן המדיה החדשה יכולה להועיל. הראשון, והברור ביותר, הוא הסיוע שאותה מדיה חדשה תיתן לתנועה במאמץ לגייס תומכים למען המטרה שלה. היעד השני הוא העברת מסרים וסיפורים חדשותיים למדיה המסורתית, ופניה לקהל גדול הרבה יותר באמצעותה. עוד בקשר לאפקט ההגברה, היעד השלישי הוא להשפיע על דעת הקהל, כך שציבור רחב יותר יפתח תחושת אהדה לתנועה. ולבסוף, היעד הרביעי והאחרון הוא להיות גורם משפיע בפוליטיקה. אפשר לראות בארבעה יעדים אלו כארבע תחנות אותן צריכות התנועות לעבור במאמצייהן לטפס במעלה הר תלול מאוד, כשאת פסגתן ניתן לכוון הצלחה פוליטית. מסתבר, שלא רק מעבר מתחנה אחת לשנייה נעשה קשה יותר ויותר, אלא גם שהטכנולוגיה החדשה הופכת פחות מועילה ככל שמתקרבים לפסגה.

התחנה הראשונה אותה צריכות תנועות לעבור קשורה ליכולתן לגייס תומכים ומשאבים אחרים, על מנת להיות חזקים יותר. כאן מקבלות התנועות הפוליטיות את התמיכה הגדולה ביותר מטכנולוגיית המדיה החדשה. במקרה הזה השינויים שחלו עם פריצתה של המדיה החדשה הם לא פחות ממהפכניים. האינטרנט וטכנולוגיית המסרונים, ה-SMS, מאפשרים לתנועות את הפוטנציאל לתקשר כהרף עין עם מיליוני אנשים ברחבי העולם. השוו את העלות ואת היעילות של שליחת עלונים לתומכים לעומת שליחת דואר אלקטרוני המאפשר גם שליחת מצגות וידאו וגם את ההזדמנות להגיב למסרים שנתקבלו. חישבו על היכולת להזכיר לאנשים ברצף על אירוע מחאה, לבקש מאנשים לחתום על עצומה אלקטרונית ולהעביר אותה בין חברים שלהם, לתת אפשרות לאנשים לתרום באמצעות כרטיס אשראי בשעה שהם יושבים מול המחשב בביתם בנוחות, או להעביר נאום מעורר השראה של מנהיג התנועה שלך לאנשים החיים ב-30 מדינות

שונוות. כעת, הבה נוסיף לכל זה את האפשרות שכל תנועה תוסיף קישורים באתר האינטרנט שלה, וכך תוכל ליצור תקשורת ולבנות קואליציות עם תנועות דומות ברחבי המדינה והעולם. כשמחברים את כל הנכסים הללו יחדיו, מתחילים להבין את הפוטנציאל הטמון במדיה החדשה לגיוס אנשים וקבוצות למען המטרה.

הדבר העיקרי שיש לזכור הוא שכל הטכנולוגיה המהפכנית הזו מספקת לתנועות **פוטנציאל** להכפלה חוזרת ולגידול ענק של חבריה ומשאביה. גם אם זה תלוי, בין היתר, בהיקף התהודה שהמסרים ומנהיגי התנועה מייצרים בקרב חלק גדול מהציבור. גם כאן עולה שאלת הקונטקסט הפוליטי. קיימות עשרות אלפי תנועות שתובעות את תשומת לבנו. משך הזמן ותשומת הלב שכל אחד מאתנו יכול להקדיש לכל תנועה, עדיין מוגבל מאוד. על כן, גם אם יש בידי תנועה את הטכנולוגיה המתקדמת ביותר, היא תישאר קטנה ואלמונית, אלא אם תמשוך אליה מספר רב של אנשים שמוכנים להקדיש זמן וכסף למען המטרה. גם בעידן הדיגיטלי קשה לגרום לישראלים להתרגש משימור אתרים היסטוריים באלבניה.

מנהיגי תנועות גם מוצאים שנכונות אנשים לחתום על עצומה אלקטרונית אודות נושא כלשהו אין פירושה שהם אכן יתרמו כספים, או יגיעו להפגנות. למעשה, היות שהשתתפות אלקטרונית היא קלה כל כך, הדבר עשוי לתת לאנשים את התחושה שהם כבר "עשו את שלהם", ובכך אף לצמצם את מספר האנשים שיהיו מוכנים לצאת מהבית הנוח שלהם ולפעול למען התנועה. ייתכן שאין זה מקרי שבחודש מאי 2009, אחד מהפעילים החברתיים האמריקנים הוותיק ביותר, ראלף נאדר (Nader), תקף בחריפות יוצאת דופן את האקטיביזם באינטרנט. הוא כינה את האינטרנט "בזבוז אדיר של זמן שטח". הוא ביקש את קהל הסטודנטים שלו לחשוב על מה שהם עתידים לומר לנכדים שלהם:

אתם יודעים. העולם נמס. הם בני תשע. הם יושבים בחיקכם. הם רק עכשיו נעשים מודעים לכל מה שלא בסדר בעולם: רעב, עוני, לא חשוב מה. והם שואלים אתכם, מה עשיתם בזמן שכל זה קרה: סבתא? סבא? שהייתם עסוקים מדי בעדכון הפרופיל שלכם בפייסבוק?¹⁴

דברים דומים הועלו על ידי יבגני מורוזוב (Morozov) שטבע את הביטוי השימושי כל כך: **סלקטיביזם**.¹⁵ סלקטיביזם הוא שילוב המילים סלקר (slacker) (עצל) ואקטיביזם. הרעיון שעומד מאחורי ביטוי זה הוא שישנן מספר פעולות דיגיטליות לא קטן שאנשים יכולים לעשות, ושגורמות להם להרגיש טוב לגבי עצמם, אך אין להן כל השפעה שהיא לא על החברה ולא על הפוליטיקה. הוא נותן כדוגמה את קבוצת הפייסבוק המכונה הצלת ילדי אפריקה "Saving the Children of Africa". מורוזוב מציין כי במבט ראשון נראה שהארגון מרשים מאוד, משום שיש לו 1.2 מיליון חברים. אולם, בזמן שכתב זאת, הארגון גייס סכום חסר ערך על סך \$6,000 (כחצי סנט לאדם). לדבריו: "הבעיה היא שהגרריות של האקטיביזם הדיגיטלי הנוכחי מספקת יותר מדי דרכי מוצא קלות: יותר מדי אנשים מחליטים לתרום סנט אחד, כשבנסיבות אחרות היו תורמים דולר".¹⁶

עם ההתקדמות במעלה הר ההצלחה הפוליטית, האוויר נעשה דליל יותר ויותר, והטכנולוגיה החדשה הופכת פחות מועילה. ניתן לסכם את הסיבה לכך במילה אחת: **תחרות**. חשבו רק על המשימה לעבור את התחנה השנייה בניסיון לקבל סיקור אוהד של קבוצתכם במדיה המסורתית. יצירת רעש באינטרנט אודות המטרה שלכם אכן משפיעה, אך היא לא מהווה תחליף

לקבלת כתבת תחקיר במהדורת חדשות הערב של ערוץ 2. ישנם עשרות אלפי פוליטיקאים, ארגונים, תנועות, חברות ו(בל נשכח) ידוענים, וכולם נמצאים בתחרות להיכנס לתכניות החדשות והאקטואליה הללו. מרבית המתחרים עושים שימוש בטוויטר, ורבים מהם יכולים להשתמש בטכנולוגיה החדשה כדי לייצר אירועים בעלי ערך חדשותי. אולם, המדיה המסורתית עדיין מוגבלת במקום ובזמן שידור שאותם היא יכולה להקצות, גם אם אתרי האינטרנט שלהם מספקים יותר מקום מבעבר. עיתונאים צעירים יותר עשויים להקדיש זמן רב יותר לחיפוש אקטיבי בבלוגים פוליטיים ובאתרי אינטרנט, אך יש גבול לזמן או לאנרגיה שהם יכולים להקצות לזה, ונחשו מה? הם יהיו מעוניינים בייחוד בהקדשת הזמן למציאת סיפורים על בעלי הכוח הפוליטי.

כמו כן מסתבר, כי רק חלק קטן מסיפורי החדשות הראשיים מגיע מהבלוגוספירה. לא קיימים אמנם מחקרים שנערכו בישראל על הנושא הזה, אך ישנו לפחות מחקר אחד חשוב שנערך בארה"ב. עורכי המחקר, יורי לסקובץ (Leskovec), לארס בקסטרום (Backstrom) וג'ון קליינברג (Kleinberg) עשו שימוש בתוכנת מחשב רבת עצמה לחיפוש ברשת למשך זמן ארוך על מנת לחקור את עלייתם ונפילתם של סיפורי חדשות מובילים.¹⁷ הם הצליחו לאתר כמות מפתיעה של 1.6 מיליון אתרי תקשורת ובלוגים. הממצא הרלוונטי ביותר לדיוננו היה שרק 3.5% מכל מחזורי החדשות הראשיים התחילו בבלוגוספירה, ולאחר מכן עברו למדיה האחרת. הרוב המוחלט של סיפורי החדשות זרם בכיוון ההפוך: הבלוגים ואתרי החדשות האלטרנטיביים עקבו אחר סיפורים שהופיעו קודם לכן באמצעי התקשורת המסורתיים. אנו למדים דבר חשוב - כמה קשה לכל השחקנים הפוליטיים להשתמש במדיה החדשה כאמצעי פריצה אל (מה שמכונה לעיתים קרובות) תקשורת הזרם המרכזי. זה גם אומר לנו שהמדיה המסורתית נשארת הכלי הטוב ביותר לעורר גל של עניין פוליטי בנושא מסוים.

התחרות הופכת פראית יותר כאשר ארגון מתאמץ לנוע אל מעבר לקבלת סיקור חדשותי, ומנסה לעניין את הציבור הרחב, או לגרום לקובעי מדיניות ממש לבצע שינויים. קבוצות קטנות כמעט שאינן יכולות להשמיע קולן מבעד להמון, החל מהיכולת להשפיע על דעת קהל. קיימים, כמובן, מספר אנשים - אתם יודעים מי אתם - המקדישים שעות בכל יום לקריאת בלוגים פוליטיים. אולם, גם להם אין ברירה, אלא להגביל עצמם לסוגיות הללו שמעניינות אותם. במקרה זה, אנו נעים מעידן השידורים הרחבים לכלל הציבור (broadcasting) לעידן המכונה בפי רבים כשידורים צרים (narrowcasting) שמגיעים לקהלים מצומצמים.

קשה עוד יותר להסב את תשומת לב של מנהיגים פוליטיים וקובעי מדיניות, מה גם שלהם יש סדר-יום משלהם שאותו הם רוצים לקדם. להלן דוגמה טובה של נציגות אמנסטי אינטרנשיונל (Amnesty International) הפועלת באנגליה. ערכתי ראיון עם אחד מהאנשים שמעורב בקשר עם התקשורת, והוא דיבר הן על היתרונות העצומים שהרשת מספקת, והן על כמה מהחסרונות. כדוגמה לחלק מהבעיות עמן התמודד הוא דיבר על עצומה אלקטרונית שהם הפיצו כנגד חוק המלחמה בטרור, שמאפשר לכוחות המשטרה לכלוא חשודים בטרור למשך שישה שבועות, לפני שיוגש נגדם כתב אישום. הם ארגנו מסע מצליח למדי על מנת להשפיע על אנשים לחתום על העצומה באתר האינטרנט של ראש הממשלה. דובר אמנסטי דיבר על התסכול שלו.

השגנו כמות סבירה של אנשים שיחתמו. הכישלון נבע מכך שעצומות רבות הופצו אודות סוגיות פופוליסטיות רבות, ואנחנו היינו במקום ה-15 בסולם הפופולריות.

חלק מהסוגיות שהיו יותר פופולריות מאלו שלנו היו פשוט מגוחכות. אחת מהן עסקה בשאלה האם לאפשר לטייסי החץ האדום [מפגן להק טייסת חיל האוויר המלכותי] לטוס מעל שמי לונדון לציון פתיחת משחקי האולימפיאדה. סוגיה אחרת עסקה בדרישה שמגיש טלוויזיה בעל דעה פוליטית ימנית אשר מנחה תכנית על מכוניות ימונה למזכיר משרד הפנים (אחד השרים).¹⁸ זו הייתה בדיחה, והיא קיבלה, כנראה, פי חמישה יותר חתימות מאתנו.

ייתכן שמטאפורה תוכל לסייע כאן. הארגון שלכם זה עתה רכש מגפון, כך שניתן לשמוע את המנהיג שלכם בקול רם במיוחד. הבעיה היא שלכל קבוצה יש מגפון. ואם זה לא מספיק, לבעלי הכוח הפוליטי יש לא רק מכשירי מגפון רבים יותר, יש להם גם מערכות הגברה מתוחכמות, כך שניתן לשמוע את נאומיהם בכל רחבי המדינה.

ישנן תנועות מסוימות שלמרות המגבלות הללו, מפיקות תועלת רבה מכניסת האינטרנט לזירה. ביניהן תנועות המכוונות רשתות תמיכה טרנס-לאומיות (Transnational Advocacy Networks, TANs). קבוצות שעוסקות בשינויי האקלים, בסכנות הגלובליזציה, הפצת חימוש גרעיני, התעללות בבעלי חיים ובזכויות האזרח הן כולן דוגמה לתנועות שכיום יש להן כוח והשפעה רבים יותר מאשר בעבר, הודות ליכולתן להניע תומכים ומשאבים בכל רחבי העולם. חוקרים, ממשלות וחברות בינלאומיות החלו כולם לחשוב על האופן שבו כוחם הגובר של קבוצות אלו משפיע על העולם. למעשה, עורכי המחקר, שון אדאי (Aday) וסטיב ליווינגסטון (Livingston), אף מרחיקים לכת וטוענים שבמקרים מסוימים ניתן להשוות את ההשפעה של תנועות אלו לזו של מדינות.¹⁹

ארגוני טרור והאינטרנט

קבוצה נוספת שנהנית משינוי מהותי בגורלה בזכות האינטרנט היא ארגוני טרור. גבריאל וימן (Weimann) ערך מחקר מקיף בנושא זה, וממצאיו מרתקים.²⁰ האינטרנט מספק לקבוצות מסוג זה מספר יתרונות חשובים. ארגוני טרור יכולים להחליף מידע כהרף עין, כולל מידע טכני על נשקים, מכל מקום על פני כדור הארץ. בנוסף, יש ביכולתם להפיץ מידע כתוב וסרטוני וידאו יוצרי השראה לתומכים קיימים ולתומכים פוטנציאליים. סרטוני הווידאו יכולים לכלול נאומים מעוררי השראה ממנהיגיהם, איומים לשיגור מתקפות טרור וקטעי סרטים תיעודיים המציגים מתקפות שביצעו בעבר. הואיל וסרטונים מסוג זה נחשבים לבעלי ערך חדשותי, במוקדם או במאוחר, עיתונאים רבים מהמערב בסופו של דבר מציגים אותם לקהל הרחב, ובכך מסייעים, שלא בכוונה, לארגוני הטרור להפיץ אימה.

ארגוני טרור יכולים גם לעשות שימוש באינטרנט על מנת לתאם טקטיקות ואסטרטגיות. אחד המאפיינים החשובים של האינטרנט הוא שאנשים ברחבי העולם יכולים ליצור קהילות, המעניקות להם תחושת שייכות. בעוד שברוב המקרים ניתן לראות זאת כהתפתחות חיובית, ישנן קהילות שהעולם יוכל לחיות טוב מאוד בלעדיהן. הסיבה שקבוצות טרור עשויות במיוחד להתחזק בעקבות המדיה החדשה היא משום שהנעה, במיוחד הנעה בינלאומית, מהווה אלמנט כה מרכזי באסטרטגיה הכוללת שלהם. שלא כמו תנועות קונבנציונליות יותר, הם לא מנסים בדרך כלל לשכנע את הציבור הרחב או את מנהיגי המערב בלגיטימיות של העניין שלהם. מטרותיהם הן

לאיים וליצור פחד בקרב המתנגדים להם. קבוצות טרור לא נכנסות לתקשורת החדשותית דרך הדלת האחורית, הן פשוט פורצות אותה לרווחה.

האינטרנט מספק לארגוני הטרור שיטות אפקטיביות במיוחד ואנונימיות לעריכת מחקר אסטרטגי לפני מתקפה. דוגמה טובה לכוח חדש זה ניתן לראות בדוח העוסק בתכנון מתקפת הטרור של ה-11 בספטמבר שפורסמה על ידי כוח המשימה הלאומי על התקפות טרור בארה"ב (National Commission on Terrorist Attacks Upon the United States).²¹ מנהיגי אל-קעידה יכלו לעשות שימוש באינטרנט על מנת למצוא בתי ספר לטיס שיוכלו להתקבל אליהם, למצוא מסלולים ונתיבי טיסה של חברות תעופה שונות, וכמובן, לתקשר זה עם זה. למעשה, חלק חשוב בהכשרתם כטרוריסטים היה ללמוד כיצד להשתמש באינטרנט.

אם כן, בדרכים מסוימות, המדיה החדשה שינתה בצורה קיצונית את הקשר בין כוח פוליטי לבין כוח תקשורתי. אולם, עקב כללי התחרות הפוליטית, מקרים מסוג זה נחשבים יוצאים מן הכלל, ולא הכלל. כשמדובר ביכולת של תנועות וקוראי תיגר אחרים לארגן ולהניע, זהו אכן עידן חדש. מאידך, הטכנולוגיות החדשות מתגלות כפחות מהפכניות כשמנסים להעביר מסר לקהל הרחב או להביא לשינוי אמיתי. וחשובה באותה מידה - היכולת של שחקנים פוליטיים לנצל את המדיה החדשה בהצלחה תלויה בראש ובראשונה במי שהם מייצגים, במטרותיהם ובסביבה הפוליטית בה הם פועלים. בעלי כוח, מסתבר, עדיין ידם על העליונה.

ובכן, אם מצבם של בעלי הכוח הפוליטי כל כך מזהיר, מדוע הם מתלוננים כל הזמן ביחס לכיסוי חדשותי? מתברר כי על אף יתרונותיהם הרבים, גם בעלי הכוח החזקים ביותר מאבדים שליטה כשמדובר בסיפורים חדשותיים. מה שמביא אותנו לחלק הבא בסיפור שלנו.

שאלות למחשבה ולדיון, פרק 1

1. זכרו את אשר נאמר על כוח פוליטי ואמצעי התקשורת, הקליטו וצפו בחדשות הערב בטלוויזיה. בכמה סיפורים מעורבים אנשים או קבוצות חזקות בעלות השפעה, וכמה אייטמים כוללים שחקנים חלשים יותר? מהם ההבדלים בין סוג סיפורי החדשות הבנויים סביב שחקנים פוליטיים בעלי כוח, לעומת שחקנים חלשים יותר?
2. חישבו על קבוצה פוליטית עמה אתם מזדהים. בהתבסס על מה שלמדתם בפרק זה, חישבו על השאלות הבאות: אילו פעילויות יכולה הייתה הקבוצה לבצע על מנת לייצר מעט פרסום חיובי? מהם מאפייני הקבוצה המגדילים או המקטינים את סיכוייה לקבל סוג כזה של פרסום? האם הקבוצה עשתה פעולה כלשהי שנחשבת שגויה בעיניכם כתוצאה מהפרסום השלילי שהיא ייצרה?

הערות

¹ Mark Danner, "Words in a Time of War: On Rhetoric, Truth and Power," Mark Danner.com, <http://www.markdanner.com/articles/show/136>.

טקס חלוקת תארים באוניברסיטת קליפורניה בברקלי, 10 במאי, 2007.

² W. L. Bennett, "Toward a Theory of Press-State Relations in the United-States," *Journal of Communication* 40, no. 2 (1990), W. L. Bennett, R. G. Lawrence, and S. Livingston, "None Dare Call It Torture: Indexing and the Limits of Press Independence in the Abu Ghraib Scandal," *Journal of Communication* 56, no. 3 (2006), S. Livingston and W. L. Bennett, "Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News?," *Political Communication* 20, no. 4 (2003).

³ J. Mermin, *Debating War and Peace: Media Coverage of Us Intervention in the Post-Vietnam Era* (Princeton University Press, 1999).

⁴ W. L. Bennett, R. G. Lawrence, and S. Livingston, *When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina* (University Of Chicago Press, 2007).

⁵ Mermin, *Debating War and Peace: Media Coverage of Us Intervention in the Post-Vietnam Era*, p. 1

⁶ <http://www.ynet.co.il/articles/0.7340.L-4153351.00.html>

⁷ Amos Birdman, political cartoon, Ha'aretz, December 7, 2010, p. 5.

⁸ Komonews, "Naked Bicyclists Ride in Protest over Environmental Abuse," Komonews.com, <http://www.komonews.com/news/archive/4126851.html>.

⁹ INDenverTimes, "Boulder Police Will Be Scrutinizing Naked Bicyclists in Saturday Protest," INDenverTimes <http://www.indenvertimes.com/boulder-police-will-be-scrutinizing-naked-bicyclists-in-saturday-protest/>.

¹⁰ א. אברהם, ישראל הסמויה מעיני התקשורת: הקיבוצים, ההתנחלויות, ערי הפיתוח והיישובים הערביים בעיתונות. (אקדמון, 2001).

¹¹ לפרטים נוספים על המקרה ראו: G. Roberts and H. Klibanoff, *The Race Beat: The Press, the Civil Rights Struggle, and the Awakening of a Nation* (Alfred A. Knopf, 2006).

¹² שם עמ' 319

¹³ G. Wolfsfeld, *Media and Political Conflict: News from the Middle East* (Cambridge University Press, 1997).

¹⁴ Mathew Laser, "Ralph Nader: Internet Not So Hot At "Motivating Action", "<http://arstechnica.com/web/news/2009/05/ralph-nader-internet-not-so-hot-at-motivating-action.ars>.

¹⁵ Evgeny Morozov, "From Slacktivism to Activism," Foreign Policy, http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/09/05/from_slacktivism_to_activism.

¹⁶ שם

¹⁷ J. Leskovec, L. Backstrom, and J. Kleinberg, "Meme-Tracking and the Dynamics of the News Cycle" (2009).

¹⁸ ראיון מתאריך 4 בנובמבר 2006.

¹⁹ S. Aday and S. Livingston, "Taking the State out of State--Media Relations Theory: How Transnational Advocacy Networks Are Changing the Press--State Dynamic," *Media, War & Conflict* 1, no. 1 (2008).

²⁰ Gabriel Weimann, *Terror on the Internet: The New Arena, the New Challenges*, Washington, D.C.: The United States Institute of Peace (2006).

²¹ National Commission on Terrorist Attacks Upon the United States, "Al Qaeda Aims at the American Homeland," U.S. Government Printing Office [http:// govinfo.library.unt.edu /911/report/911Report_Ch5.pdf](http://govinfo.library.unt.edu/911/report/911Report_Ch5.pdf).

תקשורת פוליטית:

חמישה דברים שחייבים לדעת

גדי וולפספלד

פרק 2:

שליטה פוליטית ועצמאות התקשורת

© כל הזכויות שמורות למחבר 2012

נראה כי בשלב זה החיים של בעלי הכוח הם קלים למדי. כל שעליהם לעשות הוא להוציא הודעות לעיתונות, לארגן כמה הזדמנויות לצילום, וההצלחה שלהם מובטחת. כיום ישנם נשיאים וראשי ממשלה שנהנים מסוג של ירח דבש, אך במהלך החודשים הראשונים בתפקיד ההילה מתפוגגת די מהר. חישבו על ימיו האחרונים של אהוד אולמרט כראש ממשלה. ממשלתו הוצגה כאחראית למחדלים הרבים הקשורים במלחמת לבנון השנייה והוא היה נתון תחת חקירה משטרתית בעקבות מספר חשדות, שעל חלק מהם הוגשו נגדו בסופו של דבר כתבי אישום. התקשורת החדשותית והבידורית תקפו את אולמרט ללא רחמים, והיה קשה למצוא אנשים שיגנו עליו. ראש הממשלה התפטר מתפקידו בסופו של דבר, וציפי לבני מונתה לעמוד בראש מפלגת קדימה. באופן דומה, אם כי פחות דרמטי, ראש הממשלה ברק עמד מול מתקפות דומות במהלך ימיו האחרונים בתפקיד.

יש לזכור כי על אף היתרונות שמספק כוח פוליטי, לעיתים הופכת התקשורת החדשותית מכלב שעשועים לכלב תקיפה. העיקרון השני מסביר מתי זה קורה: **כשהשלטונות מאבדים שליטה על הסביבה הפוליטית, הם גם מאבדים שליטה על החדשות.**

על מנת להבהיר זאת, נפתח במצב דמיוני. ראש הממשלה מחליט לתקוף את איראן. בשל שיקולים ביטחוניים הוא מבקש מכל הכתבים המעוניינים לסקר את הסיפור להגיע למקום מבודד, ואת מכשירי הטלפון הניידים שלהם מחרימים מהם בכניסה לאולם. הצוות שכר את האולם, וכשראש הממשלה מודיע על פרוץ המלחמה, החדר מלא בתומכים נלהבים. כל שעה בערך, אחד מדובריו של ראש הממשלה נכנס לאולם כדי למסור תדריך לכתבים שכולל תצלומי אוויר מהממדים המוכיחים כי איראן מייצרת נשק גרעיני (האמת היא שקשה לראות משהו בתמונות מסוג זה, אך האנליסטים המקצועיים נדיבים דיים ומסבירים לכתבים מה הם רואים בתצלומים הללו). בה בעת, מקבלים הכתבים הודעות דחופות מהעורכים שלהם בדרישה שישלחו משהו לפני הדד-ליין. עיתונאים לא אוהבים כשמתמרנים אותם במצבים מסוג זה, אך בהתחשב בנסיבות, אין להם הרבה ברירה אלא להכין סיפור על סמך מה שמספרים להם.

אולם, ככל שעוברות השעות, הדברים מתחילים להשתנות. מסתבר שחלק מהכתבים הצליחו להבריח את הבלקברי שלהם לתוך האולם. דיווחים מטרידים מופצים ברשת על פיצוץ בבית יתומים בטהרן ומותם של עשרות ילדים. סרטוני הווידאו הטרגיים מההריסות מועלים במהירות ליו-טיוב. בנוסף, הכתבים מקבלים הודעות טקסט מחברי כנסת שטוענים כי ראש הממשלה יצא למלחמה אך ורק מתוך חשש להתפרקות הקואליציה שלו. בסוף היום, סיקור המלחמה כבר איננו חד צדדי והרבה פחות נלהב. ברור כי הממשלה איבדה את השליטה על הסיפור.

כפי שבטח הבנתם, האולם הזה אינו אלא מטאפורה לסביבה הפוליטית. הסביבה הפוליטית היא פשוט מונח כללי עבור כל הדברים שאנשים וקבוצות אומרים ועושים ביחס לסוגיה כלשהי במקום מסוים ובזמן מסוים. לדוגמה, חישבו על הדיון המתמשך בישראל בנושא השטחים. אם מישהו ירצה לדעת דבר או שניים על הסביבה הפוליטית בעניין ההתנחלויות בנקודת זמן מסוימת, יהיה עליו לשאול תחילה באם אליטה פוליטית מסוימת עוסקת בכך. חשוב במיוחד לבדוק את כל מי שיחסית נגיש לעיתונות: ראש הממשלה, השרים, חברי האופוזיציה והתנועות הפוליטיות הבולטות מהשמאל ומהימין. האם מדברים על הקפאת בנייה אפשרית, או אף על פינוי חלק מההתנחלויות? נרצה גם לדעת אם התרחשו אירועים מרכזיים בבית המשפט העליון, בכנסת או בקרב תנועות כמו "שלום

עכשיו" או מועצת יש"ע. דבר נוסף שיש לבדוק הוא התפלגות הדעות בנושא בקרב פוליטיקאים ובקרב הציבור. עיתונאים בונים דיווחים חדשותיים על נושא על ידי פנייה למקורות האליטה הקבועים שלהם, ומנסים להעריך את הלך הרוח בציבור. במובן מסוים, כל פיסת "מידע" שהם אוספים מספקת להם רמזים אודות מצב הסביבה הפוליטית.

כששואלים על רמת השליטה על הסביבה הפוליטית, למה מתכוונים במונח: "השלטונות" (authorities)? במצבים מסוימים זה יכול להיות ראש הממשלה. במצבים אחרים זה יכול להיות ראש העיר, הממשלה, נשיא של מדינה אחרת או אפילו מלך (זה טוב להיות מלך) כל המנהיגים הפוליטיים הללו מקדישים חלק גדול מזמנם בניסיון לשלוט במצבים מסוימים על ידי מעשים כמו נאום בציבור אודות סוגיה, קידום חוקים חדשים או תקנות חדשות, ניסיונות שכנוע והפעלת לחץ על אליטות שונות לתמוך במדיניות שלהם, ויצירת קשר עם העיתונות. זוהי המשמעות של להיות מנהיג פוליטי; אתם מנהיגים על ידי כך שאתם מנסים בעקביות לקדם את המדיניות שחשובה לכם בכיוון מסוים. הנושא המרכזי של פרק זה הוא שאין דבר שמצליח בתקשורת כמו הצלחה פוליטית.

הדרך הטובה ביותר להבין את מושג השליטה הפוליטית של מנהיגים היא לחפש אחר שלושה סמנים עיקריים להצלחה: הראשון הוא מידת היכולת שלהם להשיג שליטה באירועים חשובים. בחזרה לסיפור הבדיוני של המלחמה באיראן, העובדה שבית היתומים הופצץ היא דוגמה טובה למה שקורה כאשר השלטונות מאבדים שליטה על אירועים. מלחמות לעולם לא מתנהלות כמתוכנן, וככל שעושים יותר טעויות ומתרחשות יותר תקריות, כך קשה יותר להציג את מאמצי המלחמה כהצלחה. כאשר אזרחים נהרגים, נכנסים נשיאים וראשי ממשלה למגננה, והם נאלצים להקדיש זמן רב לטיפול ב"בקרת נזקים". מצבים מסוג זה מגבילים מאוד את יכולתם להעביר את המסר שלהם אל התקשורת ואל הציבור. ניתן לומר דבר דומה על אירועים פוליטיים שגרתיים יותר, כמו כאשר ראש הממשלה מפסיד בהצבעה בכנסת.

הסמן השני הוא יכולתן של הרשויות לשלוט בזרימת המידע. זוהי הסיבה שראש הממשלה בזמן תקיפת איראן מיהר להכניס את העיתונאים לתוך חדר סגור ללא גישה לעולם החיצון. כשיש לכם מונופול על הסחורה העיקרית שאותה להוטים העיתונאים לקנות (מידע), יש ביכולתכם למעשה לקבוע את המחיר שלכם. בעידן הדיגיטלי נעשה קשה במיוחד, אפילו לדיקטטורים האכזריים ביותר, לשלוט שליטה מלאה בזרימת המידע. מחאות 2011 של ה"אביב הערבי" הן דוגמה טובה לשינוי מסוג זה.¹ אך ישנם כמה סוגי אירועים, כגון דיוני משא ומתן חשאיים, בהם הנשיא ומנהיגים אחרים מוצאים שקל יותר לשלוט על זרימת המידע. זו הסיבה שהדלפות הן כל כך טובות לעיתונאים, וכל כך רעות למנהיגים. הדלפות הן בעיקר בעייתיות עבור השלטונות, משום שהן בדרך כלל באות להביך את אלה שנושאים בתפקיד.

דוגמה חשובה לקשיים שמנהיגים בימינו נאלצים להתמודד עמם, במיוחד בעידן הדיגיטלי שבו אנו חיים, היא הפרסום של מאות אלפי המסמכים כמו אלו שפורסמו לראשונה על ידי אתר ויקיליקס (WikiLeaks) במהלך שנת 2010. בין החשיפות המביכות ביותר הייתה העובדה שפקיסטן, שקיבלה סיוע של למעלה ממיליארד דולר בשנה כסיוע מארה"ב, עזרה בחשאי למורדים אפגניים במאמצייהם לגבור על כוחות נאט"ו.² סיפורים שפורסמו בדצמבר של אותה שנה חשפו גם שתימן

לקחה על עצמה אחריות על מתקפות טילים של ארה"ב נגד טרוריסטים חשודים בתימן, ושערב הסעודית הפעילה לחץ על ארה"ב לתקוף את איראן.³ נוצרה מחלוקת משמעותית בסוגיה באם הדלפות אלו מקובלות מבחינה אתית או חוקיות. קיימת עובדה אחת שאין עליה עוררין: מנהיגים בעידן המודרני חייבים לצאת מנקודת הנחה שכל דבר המועלה בכתב עשוי בסופו של דבר להתפרסם בציבור.

הסמן השלישי מציין בפנינו דבר חשוב לגבי השליטה בסביבה הפוליטית, והוא עשוי להיות החשוב מכולם: **עד כמה יש ביכולתם של מנהיגים לגייס קונצנזוס רחב לתמיכה במדיניות שלהם**, בייחוד בקרב האליטה הפוליטית. הסיבה לכך שחשוב במיוחד לבחון את רמת הקונצנזוס בקרב האליטה היא שהם מהווים את המקורות העיקריים עבור העיתונאים. עיתונאים מבלי את מרבית זמנם בקרב אליטות, או זה עם זה. הדרך היחידה בה עיתונאים יכולים לקבל מושג כלשהו אודות דעת הקהל היא לבדוק בסקרים.

ישנם אירועים שמובילים באופן אוטומטי לקונצנזוס רחב, וראשי ממשלה ונשיאים תמיד מצטיירים טוב יותר כשכולם מסכימים איתם. לרוב, מנהיגים מקבלים את התמיכה הפוליטית הרבה ביותר בעתות משבר. חישבו על הסביבה הפוליטית סביב אהוד אולמרט במהלך הימים הראשונים של מלחמת לבנון השנייה, או בתחילת מבצע עופרת יצוקה. דבר דומה ניתן לומר על הנשיא ג'ורג' ווקר בוש בימים שלאחר מתקפת הטרור על מגדלי התאומים ב-11 בספטמבר. קשה היה למצוא אזרח אמריקני שלא רצה להשיב מכה כנגד הטרוריסטים. בוש הצליח לגייס ללא כל קושי את תמיכת הציבור האמריקאי במלחמתו נגד ארגון אל-קעידה ונותני החסות שלו, הטליבן באפגניסטן. מיותר לציין שהתקשורת האמריקנית תמכה גם היא תמיכה מלאה, ולא רק במאמרי המערכת שלה, אלא גם באופן שבו היא סיקרה את הנושא.

קיימות מספר סיבות לכך שהעיתונות כה רגישה לרמת הקונצנזוס בנושא מסוים. הראשונה היא שכאשר חברי האופוזיציה אינם רוצים לצאת בגלוי כנגד ראש הממשלה או הנשיא, אין לעיתונאים את מי לצטט כדי להעביר ביקורת. הכתבים תלויים במידע שהם מקבלים מהמקורות שלהם, והוא זה שמסייע להם לברר אם סוגיה נחשבת שנויה במחלוקת. בנוסף, אם "כל האנשים החשובים" מסכימים על מדיניות מסוימת, קרוב לוודאי שמרבית הכתבים חושבים באופן דומה. זה נכון בייחוד כאשר המדינה מתאחדת בעקבות מתקפה, כפי שקרה בישראל בעקבות פיגוע הטרור במלון פארק במהלך האינתיפאדה השנייה, או בארה"ב לאחר ה-11 בספטמבר. אין דבר מאחד יותר מאשר אויב משותף, בייחוד אם האויב זה עתה גרם למספר גבוה של הרוגים שהם משלכם, אזרחי מדינתכם. לבסוף, כאשר הרוב המכריע בציבור מביע תמיכה בסוגיה, אין כל היגיון כלכלי בכך שעיתונאים ילכו בכיוון הנגדי. הנקודה האחרונה מזכירה לנו כי עיתונאים, על אף תלותם הרבה באליטה כמקור עיקרי, צריכים לקחת בחשבון גם את דעת הקהל. אחרי הכול, חדשות הן עסק, והדבר האחרון שתוצו לעשות הוא להרגיז את הלקוחות שלכם.

שליטה פוליטית ותקשורת בלתי תלויה

למה אנו מתכוונים כאשר אנחנו מדברים על "תקשורת בלתי תלויה"? על מנת לענות על שאלה זו דמיינו שלוש נקודות הממוקמות על קו רצף. בקצה אחד של הקו (בצד ימין לצורך העניין)

ניתן לראות מצבים בהם התקשורת החדשותית תלויה לחלוטין בשלטונות ביחס לכל הדיווחים שלה. קרוב לוודאי שזה יתרחש כאשר נשיאים וראשי ממשלה יוצאים למלחמה. במצבים מסוג זה יש למנהיגים תמיכה פוליטית רבה, ואם הם לא מאבדים שליטה על אירועים, העיתונאים נסמכים על כל הודעה שיוצאת מפיהם וכל מהלך שהם עושים. בעתות משבר, התקשורת נמצאת במצבה התליתי ביותר.

בקצה האחר של קו הרצף (לצורך העניין, הנקודה השמאלית הקיצונית על הקו) נמצאת התקשורת כשהיא מפגינה עצמאות ברמה הגבוהה ביותר, וזאת כאשר היא הופכת לכלב שמירה אמיתי. אלו הם המקרים הנדירים בהם במקום להיות תלויה באליטה כמקור מידע עיקרי, יוזמת התקשורת או חושפת בעצמה סיפורים בעלי ערך חדשותי חיוני. המקרים הברורים ביותר עוסקים בעיתונות חוקרת שבאמצעותה חושפים עיתונאים שערוריות שגורמות למבוכה בקרב השלטונות, או אף מחלישות אותם מבחינה פוליטית.

הנקודה האמצעית על הרצף מתייחסת למצבים שבהם התקשורת מקבלת כמות ניכרת של מידע שעומד בסתירה לקו הפעולה הרשמי באשר לסוגיה זו או אחרת. זה קורה כאשר לשלטונות יש שליטה חלקית בלבד בסביבה הפוליטית. בדוגמה ההיפותטית על המלחמה באיראן, זה קרה כאשר העיתונאים החלו לגלות דעות נוספות (מצד האופוזיציה) ואירועים (הפגזת בית היתומים), שסתרו את הדברים שנאמרו להם על ידי הממשל. במקרים מסוג זה התקשורת מפגינה עצמאות חלקית, משום שלמרות שהיא לא תלויה עוד באופן בלעדי בשלטונות, היא עדיין נסמכת על האופוזיציה שתספק לה נקודת מבט חלופית. במקרים מסוג זה הסוגיה הופכת להיות שנויה במחלוקת, והדיון הפוליטי עצמו הופך לחלק חשוב בדיווחים החדשותיים.

כאשר מדובר בשערוריות פוליטיות, לא תמיד ברור כמה קרדיט לייחס לעיתונות לעומת שחקנים פוליטיים וא-פוליטיים המעוניינים להפיל מנהיג פוליטי. חישבו על ההאשמות בלקיחת שוחד שהוגשו נגד ראש הממשלה אולמרט. אחד ההיבטים הדרמטיים יותר של המקרה היה עדותו של מוריס טלנסקי שהעיד כי במשך תקופה ארוכה העביר לאולמרט מעל \$150,000 במזומן. בניתוח מקרה זה, השאלה הראשונה שרוצים לשאול היא מי היה הראשון שדיבר עם העיתונות או המשטרה על המקרה? אנו יכולים לצאת מנקודת הנחה שלאף אחד מהעיתונאים שמסקרים זאת לא היה מידע ישיר ביחס למה קרה, כך שחייב היה להיות מישהו אחר שדיבר על זה. לאחר מכן, נרצה לדעת כמה מידע חדש גילו ערוצי החדשות השונים כתוצאה מ"חפירה" ותשאול האנשים הנכונים את השאלות הנכונות (אשר יעידו על תקשורת בלתי תלויה), וכמה ממנו פשוט הודלף להם על ידי שחקנים פוליטיים או המשטרה. בעוד שהבחנות מסוג זה אף פעם לא תהיינה מדויקות לחלוטין, חשוב לקחת אותן בחשבון כתזכורת לכך שאפילו כאשר התקשורת חושפת שערוריות, היא לעולם איננה עצמאית לחלוטין.

אחת הדוגמאות המפורסמות ביותר לתחקיר עיתונאי בארה"ב היא פרשת שערוריית ווטרגייט אשר הובילה בסופו של דבר להתפטרותו של הנשיא ריצ'רד ניקסון. היה זה סיפור שקודם במשך זמן רב על ידי כתבי העיתון וושינגטון פוסט בוב וודוורד וקארל ברנסטין וכתבים רבים אחרים. זה נכון שהכתבים אולי לא היו מגיעים רחוק כל-כך ללא עזרתו של מקור הידוע כ"גרון עמוק" (ששנים לאחר מכן התגלה כסגן מנהל ה-FBI מארק פלט). גם כאן, יש מקום לתת קרדיט נכבד לעיתון

ושינגטון פוסט, אך איננו יכולים שלא לזכור כי חלק חשוב ממה שקרה נבע מהצעד הפוליטי בו נקט פלט משום ששמר טינה לנשיא על כך שלא קיבל קידום בתפקידו.

ישנם אינספור סיפורים שגורמים למבוכה לראש הממשלה או לממשלה המבוססים על דברים או מעשים מטופשים, אוויליים או שנויים במחלוקת. דוגמה טובה לכך הייתה כשראש הממשלה, נתניהו, במהלך הקדנציה הראשונה שלו, נשמע לוחש באוזנו של הרב יצחק כדורי ש"השמאל שכחו מה זה להיות יהודים"⁴. מקרים מסוג זה הם רגעים חולפים בעולם המידע הבידורי, ולעיתים רחוקות מחזיקים מעמד למשך יותר ממספר ימים. אפשר לאמוד את הכוח האמיתי של תקשורת בלתי תלויה אך ורק באמצעות דיווחי חדשות שיש להם השפעה משמעותית על התהליך הפוליטי.

כדי להבין עד כמה נדירים סיפורים חדשותיים בלתי תלויים ומשפיעים אפשר לחפש בגוגל אחר אירועים מרכזיים שהתרחשו בעשור האחרון. חפשו אחר סדר זמנים היסטורי המונה את האירועים הגדולים של העשור האחרון. החיפוש יניב תוצאות כמו בחירות, מלחמות, פיגועי טרור, אסונות טבע, תאונות בקנה מידה גדול, סכסוכים בינלאומיים, אירועי ספורט גדולים ונפילות כלכליות. קרוב לוודאי שלא תמצאו ולו אירוע גדול אחד, אותו **יזמה** התקשורת. שוב, אין זה אומר שהתקשורת אינה ממלאת תפקיד חשוב בפוליטיקה (אחרת, למה לכתוב על כך ספר?). פירוש הדבר הוא שהתקשורת מקדישה את מרבית זמנה לעיצוב אירועים שהיו יוזמתם של אחרים. לכן חשוב כל כך לבדוק, קודם כול, מה מתרחש בעולם הפוליטי על מנת להבין כיצד התקשורת מסקרת סוגיות ואירועים.

תקשורת ומלחמה

אחד התחומים החשובים בהם ניתן לראות בבירור את הקשר בין שליטה פוליטית לשליטה בחדשות הוא בתפקיד אותו ממלאת התקשורת בעתות מלחמה. סיקור מלחמות הוא נושא שלעיתים קרובות מלבה יצרים גם בגלל רמת הסיכון הגבוהה, וגם משום שכאשר דברים משתבשים, לרוב מפילים את האשמה על העיתונות. כאשר הדברים עולים יפה, לעומת זאת, המנהיגים הפוליטיים והצבאיים שמחים לקבל את הקרדיט. כשהעיתונות מתייחסת למנהיגים אלו כאל גיבורים, זו כמובן הפעם היחידה שבה התקשורת מבצעת את עבודתה כהלכה.

כשמנסים להבין את התפקיד אותו ממלאת התקשורת החדשותית בעתות מלחמה, תמיד עוזר להתחיל בבחינה של מלחמות **שונות** ושל **שלבים שונים** במלחמה. זאת, משום שלעיתים יש בידי השלטונות שליטה רבה בסביבה הפוליטית, ולעיתים אין להם כל שליטה. אם תשימו לב לכך, תבינו מדוע התקשורת לעיתים מספקת תמיכה חזקה במדיניות הנשיא, ובמקרים אחרים יורדת לחיו והופכת אותם לאומללים.

אדבר על שלוש מלחמות, בשתיים בהן הייתה מעורבת ארה"ב, ובאחת ישראל: וייטנאם (1965-1975), מלחמת המפרץ עם עיראק (1991) ומלחמת לבנון השנייה (2006). השוואת תפקיד התקשורת בשלושה סכסוכים שונים מאוד, תאפשר להבין טוב יותר כיצד רמת השליטה הפוליטית של מנהיגים עשויה להשתנות, וכיצד היא יכולה להשפיע על הסיקור התקשורתי.

בחרתי לפתוח במלחמת וייטנאם, היות ובמלחמה זו היה תפקיד התקשורת בפעם הראשונה שנוי במחלוקת. הייתה זו המלחמה הראשונה שקיבלה סיקור טלוויזיוני בלתי תלוי, ואחד המיתוסים שעלו באותה עת היה שארה"ב הפסידה במלחמה בגלל התקשורת. למעשה, ישנם כמה אנשים בפנטגון שקרוב לוודאי עדיין מאמינים בשטות הזו. הטענה הייתה, כי בגלל שהייתה זו הפעם הראשונה שבה צפו האמריקנים בזוועות המלחמה בטלוויזיה, תמיכת הציבור במלחמה נשחקה בעקביות. אלו שחקרו את הנושא לעומק, הגיעו למסקנות שונות לחלוטין.⁵ הסביבה הפוליטית סביב המלחמה הייתה הראשונה שהשתנתה; השינוי שחל בסיקור התקשורתי שיקף את מה שהתחולל בקרב האליטות באמריקה.

בשלבם המוקדמים של מלחמת וייטנאם היה קונצנזוס לאומי רחב ביחס לסכסוך, והתקשורת האמריקאית שמחה מאוד לספק את ההתלהבות ההולמת. הסיבה לתמיכה הרחבה הזו נבעה מהעובדה שהמלחמה הקרה עם ברית המועצות נמצאה במקום גבוה על סדר היום הפוליטי בארה"ב; מלחמת וייטנאם נתפסה כמאבק הכרחי לעצירת התפשטות הקומוניזם. ספר חשוב אודות נושא זה שנכתב על ידי דניאל האלין (Hallin) הראה כי בשנים ההן של ראשית המלחמה, רוב התקשורת תמכה תמיכה מלאה במאמץ המלחמתי.⁶ אפילו עיתון הניו יורק טיימס הליברלי פרסם מפות עם חצים גדולים בצבע שחור שמציינים את הקומוניזם היורד אל עבר דרום מזרח אסיה, וחצים גדולים בצבע לבן שמייצגים את העולם החופשי המבקש לבלום אותו. מעט האנשים שהתנגדו למלחמה סוקרו בתקשורת כ"היפים", כ"ייפים" או כ"אוהדים קומוניסטים".

האלין מצא שהסיקור בארה"ב הפך לביקורתי יותר כלפי הממשלה והצבא כשהמלחמה נגררה. אם כן, מה השתנה? השינוי הראשון חל כאשר החל להתברר ללא מעט אנשים שאמריקה פשוט לא מנצחת במלחמה. כל אותה עת, צבא ארה"ב לא הפסיק לתת הערכות אופטימיות על הסוף "הנראה באופק". אך מספר ההרוגים והפצועים האמריקנים המשיך לעלות, והמחיר הנוראי שגבתה המלחמה ניכר יותר ויותר. עיתונאים שצפו במתרחש בשדה הקרב התחילו להטיל ספק בכך שכל זה היה נכון. אף אחת מהרשויות, הפוליטית או הצבאית, לא הצליחו להשתלט על האירועים סביב המלחמה.

גם לצבא הייתה שליטה מועטה בלבד על **זרימת המידע** אודות הסכסוך, למרות שהיה זה זמן רב לפני האינטרנט. אולי קשה להאמין, אך בזמן מלחמת וייטנאם לא הייתה כל צנזורה; לכתבים הייתה האפשרות להגיע לכל מקום שהם רצו, ולדווח כפי שהם ראו לנכון. זו לא הייתה בעיה בראשית המלחמה, כשהעיתונאים הביעו את תמיכתם, אך הם הפכו לגורם מטריד עבור כוחות הצבא כשטון הדיווח נעשה שלילי יותר.

לבסוף, האקלים הפוליטי סביב המלחמה החל להשתנות, ואנשים שנחשבו "רציניים" בעיני התקשורת החלו לתהות אם ניתן לנצח במלחמה. על אלו נמנו לא רק אנשי אקדמיה (שנחשבו בדרך כלל היפים מעובדים), אלא גם סנאטורים, אנשי עסקים ואף אנשי צבא (שכמעט תמיד דיברו שלא לציטוט). גם עיתונאים החלו לשנות את עמדתם, בחלקו בגלל הדברים שהם ראו ושמעו בשדה. למעשה, הנשיא ג'ונסון איבד שליטה על רמת הקונצנזוס סביב המלחמה. כפי שניסח האלין, הסיפור החדשתי על וייטנאם עבר מ"תחום הקונצנזוס" ("sphere of consensus") אל "תחום המחלוקת

הלגיטימית" ("sphere of legitimate controversy"). ברגע שסוגיה נחשבת שנויה במחלוקת, תכניות אקטואליה חשות חובה להציג את שני הצדדים של הטיעון (אף על פי שכמעט לעולם לא מציגים יותר משני צדדים, משום שזה מבלבל את הקהל).

הסיפור הידוע ביותר אודות האקלים הפוליטי המשתנה קשור בשידור מיוחד של סי.בי.אס (CBS) על מלחמת וייטנאם אותו הגיש וולטר קרונקייט ב-27 בפברואר, 1968. עבור הקוראים הישראלים יש לציין כי קרונקייט נחשב למגיש החדשות (anchor) החשוב ביותר בטלוויזיה שנהנה ממוניטין בשל מקצוענות ואובייקטיביות ללא דופי. קרונקייט דיווח על מתקפת טט (Tet Offensive), שנחשבה בעיני רבים כישלון צבאי עבור ארה"ב. צופים רבים הוכו בתדהמה כשקרונקייט – שהיה רחוק מלהיות היפי כרחוק מזרח ממערב – חתם את דיווחו כשאמר שלא ניתן לנצח במלחמת וייטנאם, ושעל ארה"ב למצוא דרך לצאת ממנה. כפי שניסח זאת דייויד הלברשטם (Halberstam): "לראשונה בהיסטוריה האמריקנית, סיומה של מלחמה הוכרזה על ידי מגיש חדשות (anchorman)".⁷ החלק הטוב ביותר בסיפור, שכיום נחשב קלאסי, הוא שאומרים שהנשיא לינדון ג'ונסון הגיב לשידור באומרו: "אם איבדתי את קרונקייט, איבדתי את אמריקה".⁸

מעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה

דרך טובה להבין מה קורה כאשר מנהיגים מאבדים שליטה על הסביבה הפוליטית היא לחשוב על זה כמעגל: שינוי פוליטי מוביל לשינויים בדרך בה התקשורת מסקרת סוגיות, שמובילה לשינוי פוליטי נוסף. זהו מעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה (The Politics-Media-Politics Cycle: PMP). רעיון זה יסייע להסביר לא מעט דברים לאורך הספר.

כך זה עובד כשמדובר בשינויים בקונצנזוס הפוליטי: לדוגמה, ישנו שינוי במידת הקונצנזוס סביב מדיניות (פחות תמיכה במלחמת וייטנאם בקרב האליטה). זה מוביל לשינוי באופן בו התקשורת מסקרת אותה (סיקור שלילי נוסף כדוגמת דיווחו של קרונקייט), שמוביל לשינויים נוספים בסביבה הפוליטית (יותר אנשים מתנגדים למלחמה). אם נבין את השינויים הללו כמעגל, נוכל לראות שהתקשורת לא רק משקפת שינוי פוליטי, אלא, במקרים רבים עשויה להעצים ולהאיץ שינוי. כשסיקור מלחמת וייטנאם נעשה שלילי יותר, מספר גדל והולך של אזרחים אמריקאים התבקשו "לבחור צד", בעוד שקודם לכן היה רק צד אחד לבחירה. כשמתרחשים מעגלים מסוג זה, יותר אנשים יהיו מוכנים להגיע להפגנות ולחתום על עצומות, יותר אנשים יתרמו מכספם למען המטרה, ויותר מנהיגים פוליטיים ירגישו בנוח להתנגד בפומבי למלחמה.

ניתן לעשות שימוש בתהליך זה של מעגל פוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה כדי להסביר את הסיקור התקשורתי המשתנה של מלחמת המפרץ ב-2001. אלא שהפעם רמת השינוי בקונצנזוס נעה בכיוון הנגדי. במקרה זה, פתח הנשיא במלחמה כאשר הייתה רמה נמוכה של תמיכה פוליטית, אך הצליח להשיג שליטה באמצעות גיוס קונצנזוס הולך וגובר. זה, בתורו, הוביל לסיקור תקשורתי תומך יותר. דוגמאות מסוג זה הן חשובות על מנת להדגים שהזמן לא תמיד פועל נגד מנהיגים פוליטיים. הסיבה שבגללה יצאה ארה"ב למלחמה בעיראק הייתה פלישתה של עיראק לכווית בשנת 1990. הנשיא בוש (הראשון) הקים קואליציה רחבה שמנתה 34 מדינות על מנת לסלק את עיראק

משטחה של כוויית.⁹ בתחילה הנשיא בוש התמודד מול התנגדות לא מועטה להחלטתו להשתמש בכוח צבאי על מנת לשחרר את כוויית. למעשה, ההצבעה לאישור השימוש בכוח צבאי כנגד עיראק עברה בסנאט בהפרש של 52 - 47 קולות בלבד.¹⁰ העובדה שהסוגיה הייתה שנויה במחלוקת הובילה למספר קולות מתנגדים נכבד שהושמעו בתקשורת. מחקר שנערך על ידי ADT עשה הבחנה בין סיפורים בעלי ערך חדשותי בטלוויזיה משני סוגים שהופיעו קודם לפריצת המלחמה.¹¹ סיפורי "מחלוקת" היו אלו שהתמקדו בדיון אודות השימוש בכוח צבאי נגד עיראק, בעוד שסיפורים אחרים התמקדו יותר בדרכים בהן כוחות הצבא התכוננו למלחמה (דבר שאפשר לחיילי צבא ארה"ב לספר את סיפוריהם בחופשיות). בזמנים שהובילו למלחמה סיפורי המחלוקת עלו במספרם על סיפורי החיילים בהפרש של 45 מול 8.

אולם, עם פרוץ המלחמה, האקלים הפוליטי סביבה הפך תומך מאוד, והיה קשה למצוא ביקורת כלשהי בקונגרס או בתקשורת. כעת הייתה זו שאלה של מי תומך בכוחות הצבא, ואף אחד לא רצה לעמוד בצד הלא נכון בעניין זה. ההתנגדות לנשיא נחלשה עוד יותר כאשר נעשה ברור שהמלחמה תסתיים בהצלחה רבה, ומספר הנפגעים מבין החיילים האמריקנים יהיה מינימאלי. עיתונאי בוויינגטון נשאל באם היה קל יותר או לא למצוא קולות מתנגדים לפני פרוץ המלחמה:

כן, הואיל ויותר אנשים הביעו את דעתם. הייתה יותר ביקורת, ביקורת בקונגרס, ביקורת בצוותי חשיבה. אולם, כאשר הוכרזה המלחמה בעיקר בעקבות הצבעת חברי הקונגרס, וארה"ב קיבלה על עצמה מחויבות לשלוח את בניה ובנותיה ללחימה, המבקרים כבר לא היו ביקורתיים כל כך. הם מיד עברו לתמיכה במפקד צבא ארה"ב. היה נחמד לראות ולהרגיש כך, אך אם המלחמה הייתה נמשכת זמן רב יותר, אני חושב שאנשים היו מעלים יותר שאלות לגבי מה שאנו עושים.¹²

נקודה אחרונה זו מלמדת אותנו דבר חשוב אודות תפקיד התקשורת במהלך מלחמות בהן מעורבות מדינות דמוקרטיות. ממשלות מצליחות להישאר בשליטה על הסביבה הפוליטית ועל התקשורת ביתר קלות במהלך מלחמה קצרת טווח. עצם העובדה שמלחמה נמשכת לאורך זמן, כפי שנמשכה המלחמה השנייה בעיראק – היא סימן לכישלון. בנוסף, עם הזמן עולים הסיכויים לטעויות ולחשיפה של מידע מביך. בסופו של דבר, ככל שהמלחמה מתארכת, המבקרים את הממשלה ירגישו, באופן בלתי נמנע, בטוחים יותר לצאת כנגד המלחמה.

תפקידה של התקשורת במלחמת עיראק הראשונה משמש לדוגמה מסיבה נוספת: שליטה כמעט מוחלטת שהייתה לשלטונות על אירועים וזרימת מידע.¹³ מלחמת המפרץ הייתה סיפור הצלחה מתחילתה ועד סופה. ארה"ב הצליחה להדוף את הכוחות העיראקיים אל מחוץ לכוויית בפרק זמן קצר מאוד, ומספר הנפגעים מצד האמריקנים נותר קטן באופן יחסי. הייתה זו שיאה של תקופת נשיאותו של בוש הראשון. אלא שהוא לא נבחר מחדש, בחלקו בגלל חוסר יכולתו להישאר בשליטה על תחום שהפך לנושא העיקרי שעל סדר היום בבחירות של 1992: הכלכלה.¹⁴

כאשר לממשלה יש מונופול על מידע אודות אירועים, יש ביכולתה לוודא שאך ורק תמונות ומידע של תמיכה יועברו לתקשורת. כוחות הברית קיבלו במלחמת המפרץ כמעט את כל מה שיכלו לחלום עליו מבחינת שליטה במידע ובאירועים.¹⁵ ראשית, רובו המכריע של הסכסוך התנהל באמצעות לחימה אווירית; המתקפה היבשתית ארכה בסך הכול 48 שעות. לפיכך, לעיתונאים היה מעט מאוד מידע אודות ההתרחשויות במהלך פשיטות ההפצה. כמעט שלא הייתה להם גישה

למלחמה עצמה, והם היו תלויים לחלוטין במקורות מידע רשמיים. גם הזרוע הצבאית הייתה ברת מזל משום שמרבית הכתבים סיקרו את המלחמה מערב הסעודית. על מנת להתקרב לאזור הקרבות, היה עליהם לחצות מדבר עצום בגודלו, ומי שניסה לעשות זאת איבד את דרכו או (במקרה אחד) נלקח בשבי.

זה היה גם בסמוך למה שהפך להיות מעגל "חדשות 24 שעות ביממה", ורשת סי.אן.אן הפכה לאורחת בכל בית בעולם במהלך המלחמה הזו. לפיכך, נוצר ביקוש כמעט ללא גבול למידע מכוחות הצבא, והם היו היחידים שיכלו לספק זאת. זהו חלומו של כל קצין יחסי ציבור. לא מפליא שבמהלך מלחמה זו, החדשות בטלוויזיה הציגו כל כך הרבה סרטוני וידאו מעוררי השראה של פצצות "חכמות", למרות העובדה שתוצאות מרבית הפצצות היו למעשה די טיפשיות.

יש לזכור דבר אחד: כשפקידים רשמיים מאבדים שליטה על המידע ועל האירועים, הם בעצם מאבדים שליטה על החדשות. לאנס בנט (Bennett) מעלה טענה דומה במחקר שערך בנושא זה.¹⁶ הוא מבדיל בין חדשות שניתן לשלוט עליהן באופן מלא כדוגמת הודעות לעיתונות, חדשות שנשלטות באופן חלקי כמו מסיבת עיתונאים שבה כתבים שואלים שאלות, וחדשות שאינן ניתנות לשליטה כמו למשל כאשר נחשפות שערוריות. כאשר יש ביכולתם של מנהיגים לזיזם אירועים, להשתלט על זרימת המידע ולגייס קונצנזוס נרחב בקרב האליטה בתמיכה במדיניות שלהם, הם מסוגלים בקלות לשלוט על החדשות.

תפקיד התקשורת במלחמת לבנון השנייה

מלחמת לבנון השנייה החלה ב-12 ביולי 2006, כאשר שמונה חיילי צה"ל נהרגו ושניים נחטפו על ידי כוחות חיזבאללה בדרום לבנון. ממשלת אולמרט הגיבה בתקיפה צבאית מסיבית עם שני יעדים מוצהרים: הסרת איום הרקטות, ושחרור שני החיילים הישראליים החטופים (יעד מוצהר שלישי – למוטט את תשתית החיזבאללה). במבט לאחור, רוב האנליסטים יסכימו שהשגת היעדים הללו הייתה בלתי אפשרית. עם ציפיות גבוהות כל כך, הממשלה כמעט הייתה חייבת להיכשל.

כפי שקורה בדרך כלל, בתחילה היה קונצנזוס רחב באשר למלחמה מצד האליטות. הייתה תמיכה רבה בקרב כל המפלגות הציוניות לצורך להעניש את חיזבאללה על תקיפת חיילים ישראלים. התקשורת שיקפה רמה גבוהה זו של קונצנזוס. ניתוח תוכן שנערך על ידי חוקרי "קשב" מצא תמיכה תקשורתית נלהבת בממשלה בתחילת המלחמה.¹⁷ הדוגמה הכי מבישה להתגייסות העיתונות הישראלית למען הממשלה הייתה מדבקה שחולקה על ידי עיתון מעריב "אנחנו ננצח".

כשהחלה הלחימה התברר שלצה"ל הייתה שליטה מועטה על אירועים, ומעט בלבד התנהל כמתוכנן. עליית מניין החיילים ההרוגים והפצועים, דיווחים בלתי פוסקים על מחסור במזון וציוד לחיילים והעובדה שהצבא לא יכול היה לבלום את מטח הטילים על המדינה כולם הצביעו על כישלון. באופן בלתי נמנע, כל הבעיות והטעויות קיבלו סיקור נרחב בתקשורת החדשותית. הנה סיכום תקופת הסיקור על פי דוח "קשב":

ככל שהתמשכה המלחמה, ובמיוחד לקראת סופה, השתלטה על אמצעי התקשורת תחושה קשה של אכזבה. האירועים הקשים במהלך המלחמה, חטיפת החיילים, הגיעה הישירה בסטי"ל מול חופי לבנון, הקרבות הקשים שבהם נהרגו עשרות

חיילים, מחדלי האספקה — כל אלה סוקרו באופן שלא ניסה להסתיר את העובדה שצה"ל מתקשה לתפקד, ובעיקר לא מצליח לנצח.¹⁸

לממשלת אולמרט ולצה"ל הייתה מעט מאוד שליטה על זרימת המידע במהלך מלחמת לבנון השנייה. אחת הסיבות לכך הייתה שחיילים לקחו את מכשירי הטלפון הסלולרי שלהם איתם לשדה הקרב, ושלחו דיווחים הביתה אודות הבעיות והטעויות. העידן הדיגיטלי החדש גם אפשר להעלות בקלות סרטוני וידאו מהחזית ישירות לאתרים דוגמת יו-טיוב שמאפשרים כניסה מיידית לכל מי שחפץ בכך בישראל ובעולם. הראיות אינן ברורות, היו טענות שהכמות הרבה של המידע שהיה זמין הסגיר אולי מידע על תנועות כוחות החיילים הישראלים. הנה הדברים שאמרו מרווין קאלב וקארול סייבץ (Kalb and Saivetz) על הסוגיה:

על מנת לבצע את עבודתם, הפעילו העיתונאים מצלמות ומחשבים, ובעזרת צלחות לוויין ניידות ומכשירי טלפון עם מצלמת וידאו "הזרימו" או שידרו את דיווחיהם מגגות בתי מלון וראשי גבעות, בעת שסיקרו את תנועות החיילים ומטחי הטילים על הכפרים — ולעיתים קרובות (יש להניח שלא במתכוון) גילו מידע רגיש לאויב. היו זמנים שמידע מסוג זה היה חומר מודיעיני צבאי שנאסף תוך מאמץ וסיכון ניכר; כיום, הוא הפך לחומר עיתונאי יומיומי. המצלמה והמחשב הפכו לנשק המלחמה.¹⁹

לא ניתן להפריד לחלוטין בין חוסר שליטה על ההתרחשויות בשדה הקרב בלבנון ובין אי יכולתו של הצבא לשלוט על זרימת המידע. לו הייתה לצה"ל יותר הצלחה בשדה הקרב, המידע שהגיע מהחזית היה מזיק פחות.

הקשיים שעומדים בפני מנהיגים בשליטה במידע בעידן הדיגיטלי עשויים להוות בעיה בעיתות מלחמה במשטרים דמוקרטיים יותר מאשר במשטרים יותר אוטוריטאריים. הבדל זה נובע משתי סיבות עיקריות. האחת, כאשר לא קיימת עיתונות חופשית, גם כשעיתונאים מקבלים מידע המביך את הממשלה אין באפשרותם לפרסם אותו. בנוסף, חברות אוטוריטאריות משקיעות משאבים רבים על מנת לשלוט על כל המידע; אזרחים וחיילים מודעים למחיר הכבד שישלמו אם ינסו להפיץ מידע ותצלומים "בעייתיים".

המלחמה בין ישראל לבין החיזבאללה ממחישה את הפער הזה. בעוד שכל ישראלי ידע בדיוק כמה חיילים ואזרחים ישראלים נהרגו ונפצעו ביום נתון, מעולם לא נודע כמה לוחמי חיזבאללה נהרגו במהלך הסכסוך. אין ספק שמעטים, אם בכלל, מכוחות החיזבאללה שלחו הודעות טקסט ממכשירי הטלפון שלהם הביתה.

לסיכום, לאחר בחינת תפקיד התקשורת במלחמת לבנון השנייה, ניתן שוב לראות את מערכת היחסים הברורה בין חוסר השליטה של השלטונות באירועים ובמידע לבין הקשיים שעומדים בפניהם ביחס לסיקור תקשורתי. הדבר עוזר להסביר מדוע צה"ל בחר בגישה שונה לגמרי ביחס לאופן הטיפול בזרימת המידע במהלך מבצע עופרת יצוקה שפרץ בסוף דצמבר 2007. הצבא אסר על חיילים לקחת את מכשירי הטלפון הניידים שלהם לקרב, סגר את גבול עזה על מנת למנוע מכל עיתונאי מלהיכנס והבטיח שאך ורק קצינים המוסמכים לכך יורשו לדבר עם התקשורת. חשוב לציין כי מבצע זה קיבל תמיכה פוליטית רבה יותר במשך רוב תקופת הלחימה, וכי מספר החיילים והאזרחים הישראלים ההרוגים היה קטן באופן יחסי. למרות שלא קיים מחקר משמעותי בנושא, ישנה סיבה טובה להאמין

שהתקשורת הייתה פחות ביקורתית כלפי הצבא והממשלה במהלך סכסוך זה בהשוואה למלחמת לבנון השנייה.

סיקור מבצע עופרת יצוקה בתקשורת הבינלאומית, מצד שני, היה ביקורתי ביותר כלפי ישראל, בייחוד ביחס למספר הגבוה של האזרחים שנהרגו. גם כאן לא ניתן להתעלם מהשינויים החשובים שהתרחשו בזרימת המידע והתצלומים מאז פריצת האינטרנט. ישראל, החמאס ותומכיהם ברחבי העולם השקיעו מאמצים רבים להעלות את מסריהם ותצלומיהם המתחרים זה בזה אל הרשת. יש שיטענו שהתחרות על המרחב הווירטואלי במהלך המלחמות הפכה לחשובה כמו התחרות על התקשורת החדשותית. ישראל והחמאס, לדוגמה, פתחו שניהם ערוצי יו-טיוב משלהם. במהלך ינואר 2009 הערוץ של צה"ל הפך לפופולרי במיוחד, והגיע למקום התשיעי בין האתרים הנצפים ביותר בעולם, עם יותר משני מיליון כניסות לערוץ.²⁰

כל זאת מביא אותנו לפרק הדיון הבא החוקר את הקשיים ההולכים וגדלים שעומדים בפני מנהיגים המנסים לשלוט בזרימת המידע בעידן הדיגיטלי.

שליטה על טכנולוגיות, חדשות ומידע

אז כיצד השפיעה המהפכה הטכנולוגית על מידת השליטה של הממשלה במסר? אחד הטיעונים הפופולריים ביותר בתחום זה הוא, שהיכולת הרבה יותר של עיתונאים לאסוף מידע ותצלומים באופן עצמאי מקשה על ממשלות לשמור על המונופול שלהן על המידע. כשמדובר בסיקור מלחמות, לדוגמה, הגידול בתפוצת מכשירי וידאופון וקישורי לוויין שהשימוש בהם פשוט במיוחד, משמעותו שעיתונאים יכולים לשלוח דיווחים ישירים מכל רחבי שדה הקרב. סטיבן ליוינגסטון (Livingston) ודאגלס ואן בל (Van Belle) מצביעים על כך שבעוד שעיתונאים במלחמת המפרץ הראשונה בשנת 1991 נזקקו למשאית גרר ולארבעה עובדים נוספים שיקימו חיבור לוויין, כתב המסקר את מלחמת עיראק של 2003 הכניס את כל מה שהיה צריך בתיק נישא קטן שמתאים לתא מטען עילי במטוס נוסעים של כל חברת תעופה מסחרית.²¹

לשינויים הטכנולוגיים באופן איסוף והפצת חדשות יש השפעה מרחיקה לכת מעבר לדרכים שבהן מסקרים מלחמות. העובדה שכל אזרח עם טלפון נייד יכול לצלם אירועים בזמן התרחשותם ולהעלות אותם באופן מידי לרשת כך שמיליונים יכולים לצפות בהם, אומרת לנו שאנחנו חיים בעידן אחר. ישנה גם הבלגוספירה שמאפשרת לכל אחד את הפוטנציאל להיות עיתונאי, או לפחות בעל טור. כמו כן, חשוב לזכור כי לעיתונאים מסורתיים יש גישה אינטרנטית לשפע של מידע שעיתונאים של הדור הקודם יכלו רק לחלום עליו.

דרך אחת לדון בשינויים אלו היא עיתונות מכוונת-אירועים (event-driven journalism). רג'ינה לורנס (Lawrence) הייתה בין הראשונים שכתבו אודות תופעה זו.²² הרעיון הבסיסי הוא שחדשנות טכנולוגית הגדילה את כמות סיפורי החדשות ה"ספונטניים" שאינם מתוכננים או מונעים על ידי הרשויות. זה קשור, בין השאר, לעובדה שכמעט לכולם יש מצלמה במכשיר הטלפון שלהם ואפילו (או במיוחד) ילדים צעירים יודעים כיצד להעלות לאינטרנט את מה שהם רואים או שומעים. במובן מסוים, לכולם יש לכל הפחות את הפוטנציאל לאתר ולתעד סיפורים גדולים בעלי ערך חדשותי.

במקרים מסוג זה יש הטוענים שלעיתונות יש כוח גדול יותר מאשר בעבר להחליט לאילו מבין האירועים הרבים שמתגלגלים לידיהם מגיעה התייחסות, וכיצד יש לסקר אותם. לפחות באופן תיאורטי, זה שוב אומר שהשלטונות מאבדים יותר ויותר שליטה על הסביבה הפוליטית, ולתקשורת יש הזדמנויות רבות יותר להפוך לבלתי תלויה בניהולו של סיפור מסוים.

דוגמה מיוחדת לרעיון זה היא השערורייה בכלא אבו גראיב בעיראק, שפרצה באפריל 2004.²³ באותה עת התגלו תמונות מזעזעות בהן נראים חיילים אמריקניים מענים אסירים בכלא עיראקי זה. בתמונות ניתן היה לראות שומרים מכים אסירים שידיהם כפותות, אסיר שראשו כוסה בברדס ולאצבעותיו חוברו אלקטרודות, שומרים מחייכים עומדים לפני "פירמידה בעירוס" של אסירים וחיילים שמושכים אותם באמצעות רצועת כלב הקשורה לצווארם. כאשר הסיפור התפרסם, תמונות אלו הפכו להיות זמינות באינטרנט לכל מי שרק חפץ לראותן. ממשל בוש נכנס למגננה, ונוצר דיון ציבורי אודות מגוון סוגי השיטות המותרות בחקירת אסירים. הדיון לגבי מידת הכוח שיש להפעיל בחקירות נמשך למשך שנים לאחר המקרה.

שערורייה זו מדגימה גם כיצד טכנולוגיה מספקת הזדמנויות חדשות לעיתונות ולציבור להיות יותר עצמאיים, אך אינה מסירה לגמרי מהרשויות את השליטה שלהם בחדשות.²⁴ מצד אחד, עצם העובדה שתמונות מטרידות אלו התפשטו ברשת כמו וירוס משמעותה שמספר האמריקנים והאנשים שנחשפו אליהן ברחבי העולם הגיע לממדים בלתי ניתנים להערכה, יותר מאשר אם האירוע היה מתרחש קודם לעידן הדיגיטלי. אפשרי גם שתמונות אלו כלל לא היו זוכות לראות אור יום בעבר. אין ספק שהעובדה שכל כך הרבה צעירים, כולל חיילים, סיגלו לעצמם הרגל של שליחת תמונות זה לזה באמצעות האינטרנט, מקשה מאוד על הרשויות לשלוט בזרימת המידע.

מצד שני, חשוב לזכור פרטים אחרים לפני שמחליטים לתת את כל הקרדיט לטכנולוגיה החדשה. תחילה, הסיפור נלקח ברצינות רק לאחר שסימור הרש (Hersh) דיווח עליו בניו יורקר מגזין וכן בתכנית "60 דקות II" ששודרה ב-28 באפריל, 2004.²⁵ הדבר מזכיר לנו שרק אם התקשורת המסורתית מוצאת סיפור שמופץ באינטרנט ומפרסמת אותו, יש סבירות שיווצר סביבו רעש תקשורתי רב. בכל מקרה, כפי שנידון בפרק הקודם, סיפורים שעוברים מהרשת לתקשורת המסורתית נחשבים ליוצאים מן הכלל, ולא הכלל.

בנוסף, ברגע שסיפור חדשותי מביך כדוגמת אבו גראיב עולה על סדר היום, נוצרת תחרות בין הממשלה לבין המתנגדים לה על הפרשנות של הסיפור. כאן אנו למדים שגם אם הרשויות איבדו שליטה במידת מה על דרך פריצתם של סיפורים, עדיין יש להם השפעה רבה על האופן בו הם "ממוסגרים". מושג המסגור יזכה לתשומת לב רבה יותר בפרק הבא, אך בינתיים אתם יכולים לחשוב על שחקנים פוליטיים המנסים לקדם עלילה של סיפור מסוים בקרב התקשורת והציבור.

במחקר שנערך על ידי לאנס בנט (Bennett), רגינה לורנס (Lawrence) וסטיבן ליווינגסטון (Livingston) התעניינו החוקרים בבדיקת הנטייה של העיתונות בארה"ב למסגר את ההתרחשויות כ"מקרה בודד של התעללות שבוצעה על ידי חיילים מדרגה נמוכה", או כמדיניות של "עינויים".²⁶ מסגרת ה"מקרה ההתעללות הבודד" הייתה קו העלילה שקידם הממשל, ומסגרת ה"עינויים" הייתה זו שקידמו המבקרים שלו. החוקרים ניתחו את תוכן הדיווחים החדשותיים שהופיעו בווינגסטון פוסט

במשך פרק זמן מסוים. הם מצאו כי 81% מהדיווחים הללו שמו דגש על מסגרת ה"התעללות", ורק 3% דיברו על עינויים.

אז מה קורה כאן? גם בעידן המידע החדש, יש עדיין משמעות לכוח פוליטי. למעשה, משמעות רבה מאוד. גם כאשר בעלי הכוח אינם אחראים ליצירת הסיפור, אין זה אומר שהם לא נעשים מעורבים. אחד היתרונות החשובים של השלטונות הוא העובדה שהתקשורת פונה אליהם כעניין שבשגרה לקבלת מידע מוסמך גם כאשר הם לא אלה שיוזמים את האירועים. בין אם מדובר באסון לאומי, בשערורייה או בסכסוך בזירה הבינלאומית, אחד הדברים הראשונים אותם יעשו העיתונאים הוא לפנות לפקידים רשמיים ולנסות להבין מה מתרחש, מה המשמעות של הדברים ואילו פעולות יינקטו.

ראיות טובות לנקודה זו ניתנות במחקר של ליווינגסטון ובנט שבדקו כיצד התקשורת האמריקנית סיקרה רשימה ארוכה של סיפורים חדשותיים בינלאומיים שהופיעו בסי.אן.אן בין השנים 1994 ל-2001.²⁷ החוקרים עשו הבחנה חדה בין חדשות המונחות על ידי מוסדות (בעיקר חדשות שהממשלה יזמה), חדשות מכוונות-אירועים ללא כל מעורבות מצד פקידים רשמיים וחדשות מכוונות-אירועים שכוללות מעורבות מקורות רשמיים. כצפוי, הייתה עלייה רצינית במספר דיווחי חדשות מכוונות אירועים. זה מלמד אותנו שהטכנולוגיה החדשה אכן מצליחה לאפשר לעיתונות נגישות רבה יותר לסיפורים חדשותיים שעשויים היו להיעלם בזמנים קודמים. אלא שמרבית הסיפורים הללו כללו התערבות מסוג כלשהו מצד פקידים רשמיים. במסקנותיהם מנסחים זאת ליווינגסטון ובנט כך:

במאמר זה פתחנו בשאלה האם מספר סיפורים חדשותיים מכווני-אירועים רב יותר, והאם הם משנים את התלות של עיתונאים בפקידים רשמיים בבחירה ובסימון תוכן פוליטי. נדמה כי התשובות צריכות להיות **כן ולא**: **כן**, סיפורים חדשותיים מכווני-אירועים נפוצים יותר; **לא**, פקידים רשמיים הם חלק בלתי נפרד מהחדשות, כמו תמיד. כאשר אירוע בלתי צפוי, ללא תסריט, ספונטני, מקבל סיקור בחדשות, המרכיב הצפוי היחידי בסיקור הוא נוכחות מקורות רשמיים.²⁸ (Livingston & Bennett, 2003, p. 376)

דרך אחת לחשוב על המצב הזה היא שגם כאשר מתפרסם סיפור בלתי צפוי – דבר שקורה כיום לעתים תכופות יותר מבעבר – בעלי הכוח יכולים לעיתים להפקיע את הסיפור ולהניע אותו בכיוון המועדף עליהם. אין זה אומר שהם יצליחו. ישנם מספיק שחקנים פוליטיים שינסו לקדם את פרשנותם שלהם בתקשורת. ההצלחה היחסית של היריבים השונים תהיה תלויה בסופו של דבר במידת הכוח הפוליטי ובהיקף היכולת להשתלט על מידע רלוונטי ועל אירועים. זה מזכיר לנו שוב שאך ורק על ידי בחינת התמונה הפוליטית היותר רחבה ניתן להבין באמת את ההשפעה שעשויה להיות לשינויים הטכנולוגיים הללו על התקשורת ועל התהליך הפוליטי.

המדיה החדשה וחברות אוטוריטריות

ספר זה עוסק בקשרי הגומלין בין תקשורת ופוליטיקה בעיקר במדינות דמוקרטיות. הסיבה לכך היא שכאשר התקשורת משתמשת בשיקול דעת עצמי מועט, או כלל לא מפעילה שיקול דעת עצמי בסיקור אירוע (דבר שקורה בחברות לא-דמוקרטיות) היא הופכת ללא יותר ממגבר עצמת קול (שופר) להפצת מסריו של המנהיג. על אף ההתמקדות בדמוקרטיות, כדאי לעצור לרגע ולשאול האם התפתחות האינטרנט פגמה קשות ביכולתם של מנהיגים בחברות לא-דמוקרטיות לשלוט בזרימת המידע בתוך מדינותיהם שלהם, וברחבי העולם.

דוגמה חשובה לתופעה זו הייתה מהפכת ה"טוויטר" האיראנית ביוני 2009. הנשיא אחמדינג'אד הכריז על ניצחון בבחירות שנראו בעיני אזרחים איראניים ומשקיפים חיצוניים רבים מזויפות. מחאות המוניות פרצו באיראן, והן דוכאו באלימות רבה על ידי כוחות הביטחון האיראניים. המהפכה הפכה להיות מזוהה עם טוויטר משום שהייתה זו הרשת החברתית היחידה שבה לא הצליחו השלטונות לשלוט. למעשה, היו עוד אמצעי תקשורת רבים אחרים שהיו חשובים לאחזקת ה"מהפכה" בחיים. פרשנים היו מאוד נרגשים לגבי ההתרחשויות באיראן, ורבים דיברו (שוב) על עלייתו של שחר חדש שהטכנולוגיה היא הכוח המניע שלו. הנה דוגמה שנלקחה מכתבה בעיתון וושינגטון טיימס:

רוח החופש הגיעה סוף סוף לכיכר החירות בטהרן. מאות אלפי איראנים הפגינו ביום שני נגד הבחירות של יום שישי, שהעניקו לנשיא מחמוד אחמדינג'אד ניצחון בלתי סביר... איראן היא חברה בעלת אוריינות גבוהה בשימוש במחשבים, עם מספר רב של בלוגרים והאקרים. האקרים במיוחד היו פעילים בשמירת ערוצי תקשורת פתוחים בשעה שהמשטר חסם אותם, והם הפיצו את השמועה אודות פורטלים הפועלים על שרתי פרוקסי. האקרים, כך נאמר, גם הפילו את אתר האינטרנט של מר אחמדינג'אד כפעולה של התקוממות אינטרנטית... מיידיות הדיווחים הייתה מרתקת. רשימות טוויטר מפותחות היטב הציגו זרימה תמידית של עדכוני מצב וקישורים לתמונות וסרטונים, שכולם ציירו דיוקן של מהומה מתפתחת. תמונות וסרטונים דיגיטליים הופצו במהירות, נאספו ופורסמו באינספור מקורות חיצוניים, בטוחים מכל ניסיונות של פיצוח הרשת בידו הקשה של המשטר. בסופו של דבר המשטר החל לחסום את המקורות הללו, והמתנגדים ברשת עברו לדואר האלקטרוני. הדרך היחידה לחסום לחלוטין את זרימת המידע של האינטרנט הייתה לנתק את כל המדינה מהרשת, מהלך ממנו נמנע ככל הנראה המשטר עד כה.²⁹

אלא שנדמה כי ההגדרה "מהפכת הטוויטר" הייתה הגזמה גסה למה שבאמת קרה. בעוד ששימוש בתווית זו הפך את הסיפור לדרמטי הרבה יותר (ולנהדר מבחינת המותג טוויטר), אלו שבדקו את הנושא יותר לעומק היו פחות משוכנעים:

מומחים בנושא איראן ופעילי רשתות חברתיות אומרים כי בעוד שהמוחים האיראניים נגד תוצאות הבחירות עשו שימוש ברור בכלי הרשת החברתית, הרי שלא הייתה בידיהם הטכנולוגיה הדרושה להוציא אנשים לרחובות. למעשה, מרבית ההתארגנות למחאה התרחשה בעזרת אמצעים רגילים יותר: מסרונים הודעות טקסט, וידעיות מפה לאוזן. Sysomos שבטורונטו, חברת ניתוחי רשת שעוסקת במדידה וניטור מידע במדיה החברתית, מדווחת על לא יותר מ-8,600 משתמשי טוויטר שהפרופיל שלהם מצביע על כך שהם מאיראן. "אני חושב שרעיון מהפכת הטוויטר מוטל בספק", אומר גאורב מישרה (Mishra), אחד ממייסדיה של וב-טק 20:20,

חברה העוסקת בניתוח השפעות המדיה החברתית. "כמות האנשים באיראן המשתמשים בכלים אלו קטנה מאוד, ואינה יכולה לתמוך במחאות בסדר גודל כזה."³⁰

בתיאוריה הייתה המדיה החדשה צריכה להיות חשובה יותר כצורת תקשורת פוליטית בחברות בהן התקשורת המסורתית נשלטת על ידי הממשלה. במקרים רבים ייתכן שזה נכון. אך תהיה זו טעות להתלהב יותר מדיי מכוחם של כלי התקשורת החדשים הללו. קודם כול, ניתן לשלוט במדיה החדשה ולצנזר אותה. דוגמה טובה היא "חומת האש הגדולה של סין", שאפשרה לממשלה הסינית גם לחסום וגם לחקור את אשר אומרים ועושים משתמשים באינטרנט. הדוגמה האיראנית מוכיחה לנו כי שליטה פוליטית היא הגורם המכריע החשוב ביותר להתפתחותה של התקוממות פוליטית. הרשויות באיראן בחרו להשתמש בכוח אלים לדיכוי המהפכה על ידי פתיחה באש כנגד מפגינים. הבעיה האמיתית בטוויטר ושאר אמצעי המדיה החדשה היא שלא באמת ניתן להשתמש בהם כדי לירות בחזרה. ובעוד האינטרנט אכן אפשר למפגינים איראניים רבים לספר על מצוקותיהם לעולם החיצוני, לעולם לא הייתה שום כוונה להתערב. גם כאן, שיקולים פוליטיים מערביים היו חשובים הרבה יותר מאשר הצילומים המזעזעים שיצאו מאיראן.

פרשנים רבים הצביעו גם על תפקידן המרכזי של הרשתות החברתיות ב"אביב הערבי" שהחל ב-18 בדצמבר 2010, כשמוחמד בועזיזי התוניסאי הצית את עצמו במחאה נגד התנהגות הרשויות כלפיו. מעשה זה הוביל למחאות המוניות בתוניסיה שהתפשטו להתקוממויות דומות במדינות ערביות אחרות. יש ראיות מוצקות לכך שהמדיה החברתית הייתה כלי חשוב שסיפק למתנגדים אמצעים ליצירת קשר ולתיאום פעולות ביניהם, וגם להפצת תמונות מהמטרידות ביותר לעולם החיצוני. אך גם כאן, אם רוצים להבין מה קרה במדינות אלה, יש להתחיל בבדיקה של הגורמים הפוליטיים שהובילו להתקוממות. במחקר שבוצע על ידי כותב ספר זה ביחד עם אלעד שגב ותמיר שפר, נמצא כי גורמים פוליטיים, כגון מידת הדיכוי ושחיתות הממשלה, יכולים לנבא טוב יותר התפרצות מחאות מאשר מידת חדירת המדיה החברתית.³¹ בהתחשב בעיקרון אי השוויון המצטבר שנידון בפרק הקודם, מדינות אלה, שבהן הדיכוי בא לידי ביטוי בצורתו החמורה ביותר, הן המדינות שלאזרחיהן הייתה הכי פחות גישה למדיה החברתית. אין זה אומר שהמדיה החברתית הייתה כלי פחות יעיל עבור מתנגדים אלו, אלא שהיא נעשתה חשובה רק במדינות שבהן הייתה רמה גבוהה של מוטיבציה למרוד. מעניין שאחד השינויים הטכנולוגיים החשובים ביותר בתחום זה אינו מבוסס אינטרנט:

טלוויזיה רב-לאומית. דוגמה לתחנת חדשות רב-לאומית חשובה במיוחד במזרח התיכון היא אל-ג'זירה.³² אל-ג'זירה פועלת מדוחה, בירת קטאר שבמפרץ הפרסי. התחנה שואפת להיות הסי.אן.אן של העולם הערבי, ועושה שימוש בסגנון דיווח מערבי שהינו קרוב לוודאי אחת הסיבות לכך שהתחנה הפכה להיות כל כך פופולרית בקרב הציבור הערבי. על אף שקשה לדעת את ההיקף המדויק של קהל הצופים שלה, נראה כי התחנה מגיעה לעשרות מיליוני אנשים באזור זה של העולם.

בארה"ב ובישראל מתחו ביקורת רבה על אל-ג'זירה משום שהיא נתפסת כתחנה אנטי-אמריקנית פרו-פלסטינית. בישראל הכעס כלפי התחנה הופך עז במיוחד בעיתות מלחמה דוגמת מבצע עופרת יצוקה. הכעס בארה"ב קשור לסיקור המלחמות בעיראק ובאפגניסטן, ולכל פעם שאוסמה בן-לאדן השתמש בה כדי להעביר את מסריו לעולם. אך אין זה מפתיע כלל שחדשות מתחנת טלוויזיה

ערבית נראות אחרת מאלו המשודרות בארה"ב ובישראל. נקודה זו תתבהר בפרק הבא העוסק בשאלה מדוע לא קיים כזה דבר כמו חדשות "אובייקטיביות".

בין היריבים העזים ביותר של אל-ג'זירה נמנים מנהיגים ערביים שבעבר יכלו לשלוט ביעילות בזרימת המידע שמגיע אל העם שלהם. אל-ג'זירה מציגה לעיתים קרובות דיווחים שמותחים ביקורת על המשטרים הערביים, וזה מסביר מדוע כתבי סוכנויות חדשות לעיתים קרובות נלקחו למאסר או סולקו ממדינות מסוימות. אולם מחקרים מראים כי ערבים רבים מוצאים שאל-ג'זירה אמינה הרבה יותר מאשר התחנות המקומיות שלהם, שלרוב מציגות חדשות שעברו סינון קפדני.³³

קיימות גם התפתחויות חיוביות ביותר בתחנות כמו אל-ג'זירה. התקשורת המקומית ברבות מארצות אלו כללו בעבר בעיקר ערוצי תעמולה, ומאומה לא עבר לשידור ללא אישור הממשלה. בפעם הראשונה נחשפים מיליוני ערבים לקולות ודעות מערביים שמעולם לא שמעו בעבר. ביניהם נכללים לא רק מנהיגי ארה"ב או אירופה, אלא אף דוברים ישראלים המרואיינים על בסיס קבוע. אין זה אומר שאנשים אלו לא נשאלים לעיתים קרובות שאלות עוינות ("מתי אתם מתכוונים להפסיק להרוג ילדים?"), אולם הם אכן מקבלים הזדמנות לספר את סיפוריהם לקהל רחב במיוחד, שעד לאחרונה לא היה זמין להם.

השאלה העתידית שעליה אף אחד לא יכול לענות היא האם לכך ולטכנולוגיות אחרות תהיה השפעה בטווח הארוך על חברות סגורות. האם נשים יוכלו סוף סוף לנהוג, או אולי אף לקבל את זכות ההצבעה בערב הסעודית? האם העובדה שיש לאיראנים גישה לטוויטר ולפייסבוק תוביל לחברה פתוחה יותר במדינה? האם האינטרנט יגדיל את הסיכויים לדמוקרטיה אמיתית בסין? אנשי מחקר רבים שחקרו את השאלות הללו מקווים שכל השינויים האלו אכן יקרו, אך אף אחד לא באמת יודע.

תקשורת ושלום

אנו עוברים מתפקיד התקשורת החדשותית בעיתות מלחמה אל נושא נעים יותר: ניסיונות להביא שלום. על מנת לעשות זאת נשווה את תפקיד התקשורת בשני אזורים בעולם: המזרח התיכון (כמובן) וצפון אירלנד. השוואה זו מדגימה שוב את יחסי הגומלין בין איבוד שליטה על הסביבה הפוליטית לבין איבוד שליטה על החדשות.

הסכסוך בצפון אירלנד היה ארוך ועקוב מדם, עם ניסיונות רבים להביא לסיומו.³⁴ מקורות הסכסוך טמונים בתחושתו של המיעוט הקתולי של אפליה מתמשכת מצדו של הרוב הפרוטסטנטי. הקתולים דרשו שצפון אירלנד תתאחד מחדש עם אירלנד, בעוד שהפרוטסטנטים התעקשו שהאזור יישאר חלק מבריטניה הגדולה. האלימות הייתה נוראית, והובילה למותם של 3,500 בני אדם בין השנים 1969 - 2001.³⁵

בנובמבר 1985 נעשה ניסיון רציני להביא שלום לאזור באמצעות החוזה האנגלי-אירי. מנהיגים לא הצליחו בזמנו לגייס קונצנזוס, וההסכם נדחה על ידי מרבית המפלגות הפוליטיות היווניסטיטיות (הפרוטסטנטיות). בהתאמה לעקרון מעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה, אי הסכמה זו השתקפה בתקשורת, הועצמה וחוזקה על ידה, בייחוד בעיתונים הפרוטסטנטים שנקטו עמדה תקיפה כנגד ההסכם.

המצב השתנה כאשר הסנטור האמריקני לשעבר ג'ורג' מיטשל פתח בסבב חדש של משא ומתן בשנת 1995.³⁶ מיטשל הצליח להביא את מרבית המפלגות היוניוניסטיות והמפלגות הלאומניות לחתום על הסכם בלפסט לשלום ביום שישי הטוב בשנת 1998. מיטשל הציב שני תנאים עיקריים עבור כל המפלגות המעורבות במשא ומתן. הראשון דרש מהן להימנע מכל מעשי אלימות, והשני, שלא יהיו כל הדלפות שהן לתקשורת אודות המשא ומתן. מיטשל הבין כי רק אם יצליח לשמור על שליטה באירועים ובמידע, הוא יוכל להגיע להסכם.

כאשר המשא ומתן הושלם, הצליח מיטשל לגייס תמיכה רבה משני צדי המתרחס. הייתה מעט התנגדות, אך הרוב המכריע של המפלגות הפוליטיות נתן את תמיכתו. קונצנזוס זה, בתורו, הוביל לתמיכה נלהבת מצד התקשורת המקומית.³⁷ מחקר אחד בדק את מאמרי המערכת שנכתבו אודות תהליך שלום זה באיריש ניוז (עיתון הנחשב לקתולי) ובבלפסט טלגרף (פרוטסטנטי) בין השנים 1999-1997.³⁸ בעיתון אייריש ניוז הופיע מספר יוצא דופן של 64 מאמרי מערכת שתומכים בתהליך השלום, חמישה מאמרים שהביעו אמביוולנטיות ורק במאמר אחד הובעה התנגדות. עיתון בלפסט טלגרף היה מוטה באופן דומה בעד השלום: 62 מאמרי מערכת בעד, 18 באמצע, ושוב, רק אחד שהתנגד. אלו שהתנגדו להסכמי השלום הרגישו, ובצדק, שקולם לא נשמע.

כאשר כל הכוחות הפוליטיים המרכזיים נוטים לכיוון שלום, אין זה אומר שהם צודקים, אך זה כן אומר שהתקשורת תצביע באותו כיוון. ערכתי ראיונות עם מנהיגים פוליטיים ועיתונאים בבלפסט באביב של שנת 1999, ורבים דיברו על ההשפעות של הקונצנזוס החדש הזה על הסיקור התקשורתי. אחד מכתבי העיתון ניסח זאת כך:

דבר נוסף שהבחנתי בו הוא, ובכן, התקשורת, אתה יודע שהייתה כמעט אי נוחות אפילו להשתמש במונח תהליך שלום במשך זמן רב, היות ויוניוניסטים רבים סירבו לקבל זאת שהיה זה אכן תהליך שלום, זה היה תהליך כניעה או תהליך פיוס. אני מרגיש יותר בנוח להשתמש בו כעת כי אנשי מפלגת אלסטר היוניוניסטית אימצו אותו במידה מסוימת, והם מתחילים לקחת בעלות על תהליך השלום. אך עד שנת 1996, היוניוניסטים ראו בתהליך השלום קונספירציה מצד הרפובליקנים לפתור אותם להסכים לאירלנד מאוחדת.³⁹

אם תשוו את הניסיון הכושל של 1985 לזה שהצליח ב-1998, תבינו ששינוי פוליטי הופיע לפני השינוי בתקשורת. ההערות הללו מזכירות לנו שכמו במלחמות, אחת הסיבות שכתבים מאמצים טון מסוים לגבי נושאים פוליטיים היא משום שהם מעדיפים שלא להטריד את הקהל שלהם. שלא כמו בהסכם של 1985, תהליך השלום המאוחר יותר לא נחשב לשנוי במחלוקת, לכן עיתונאים לא הרגישו צורך ב"סיקור מאוזן". בסופו של יום, ההסכם הוגש כמשאל עם לתושבי צפון אירלנד, וזכה ל-71% תמיכה. עדיין יש מעשי אלימות ספורדיים בחלק זה של העולם, אך איש אינו יכול להתווכח עם העובדה שהסכם השלום הוביל לחיים הרבה יותר טובים לתושבי צפון אירלנד. ישנה סיבה טובה להאמין שהתקשורת בצפון אירלנד מילאה תפקיד בהבאת ההסכם לכדי מימוש.

כעת נעבור אל המזרח התיכון, שם אם אתם מצפים לגרוע מכול, לא תתאכזבו. ישראל הייתה מעורבת בשני תהליכי שלום בראשית שנות ה-90 של המאה ה-20, אחד עם הפלסטינים ("תהליך אוסלו") והאחר עם ירדן. שתי דוגמאות אלה מספקות המחשה נוספת לשאלה מדוע השליטה של מנהיג בסביבה הפוליטית היא גורם המפתח בהסבר כיצד התקשורת פועלת. לממשלתו של ראש

הממשלה יצחק רבין הייתה מעט מאוד שליטה על הסביבה הפוליטית סביב תהליך אוסלו, לעומת שליטה רבה במשא ומתן עם ירדן.⁴⁰

תהליך השלום באוסלו היה שנוי במחלוקת בצורה קיצונית מתחילתו. רבין החליט לנהל משא ומתן עם ראש האויבים של ישראל – יאסר ערפאת – ולהכיר בארגון לשחרור פלסטין (אש"ף). רבים בישראל עדיין ראו באש"ף ארגון טרור, וכעסו מאוד על ראש הממשלה. זה הוביל למחאות המוניות מצד האגף הימני בישראל שהתנגד בקנאות לכל פשרה שתכלול החזרת שטחים שנכבשו במלחמת ששת הימים בשנת 1967. רבות מן המחאות הללו הפכו אלימות, והיה ברור שלממשלה היה קושי רב לרסן את המחאות שמספרן הלך וגדל ועצמתן הלכה וגברה.

גרוע מכך, החמאס וקבוצות פלסטיניות אחרות ביצעו כמות מסיבית של מתקפות טרור בישראל בניסיון לחבל בתהליך הפיוס עם ישראל. בחמש השנים הראשונות לאחר הסכמי אוסלו, 279 ישראלים נהרגו.⁴¹ רמת האלימות הפוליטית בתוך ישראל המשיכה גם היא להסלים במהלך דיוני אוסלו. הפעולה האחרונה בסבב זה של אלימות התרחשה ב-4 בנובמבר, 1995, כאשר ראש הממשלה יצחק רבין נרצח על ידי יגאל עמיר.⁴² תהליך אוסלו אכן קרס בסופו של דבר, והסכסוך הישראלי-פלסטיני התדרדר אף יותר עם רמות נוראיות הולכות וגוברות של הרג והרס בקרב שני הצדדים.

אם כן, מה היה תפקידה של התקשורת החדשותית הישראלית בכל זה? יהיה זה גם מטופש וגם מוטעה לומר שתהליך אוסלו קרס בגלל האופן שבו העיתונות סיקרה אותו. התהליך היה פגום מלכתחילה. העובדה שלא רבין ולא ערפאת יכלו להשתלט על האלימות בזמן התהליך, או לגייס קונצנזוס רחב מספיק לתהליך בקרב החברה שלהם, מספק הסבר טוב הרבה יותר לכישלון תהליך אוסלו, מאשר משהו בסיקור התקשורת. רבים יטענו גם שלאור היקף הוויתור שכל צד נדרש לעשות על מנת להגיע להסכם, תהליך אוסלו נידון מראש לכישלון. שוב, הטעון אומר שאם תרצו להבין מה קורה בסיקור של שלום או של מלחמה, תחילה תבדקו מה קורה בפוליטיקה.

מצד שני, ישנה סיבה טובה להאמין שהעיתונות הישראלית הייתה זרז חשוב להאצת ההתדרדרות במדרון. ניתוח תוכן של סיקור בעיתון ישראלי גילה שבמהלך 250 הימים הראשונים של התהליך היו הרבה יותר חדשות שליליות אודות אוסלו, מאשר חדשות חיוביות.⁴³ אין זה מפתיע כלל לאור המספר העצום של אירועים שליליים שהתרחשו במשך תקופה זו. יש גם לציין שהמחקר גילה שדברים טובים שהתרחשו בשטח זכו לתשומת לב מועטה ביותר. סכסוכים ואלימות תמיד נחשבים לבעלי ערך חדשותי גבוה יותר מאשר שלום. משא ומתן לשלום הוא נושא די משעמם לסיקור, וגם כאשר מתרחש משהו מעניין במהלך הדיונים, למנהיגים משני הצדדים יש עניין לשמור אותו בסוד. בנוסף, מחקר בנושא מעיד שחלק גדול מסיקור הדיון הפנימי ביחס להסכם אוסלו ושל פיגועי הטרור היה סנסציוני בצורה קיצונית.⁴⁴ סיקור מסוג זה נוטה להוסיף שמן למדורה של הסכסוך.

תהליך השלום הישראלי עם ירדן היה ההיפך הגמור ממה שקרה במהלך הסכמי אוסלו.⁴⁵ כאן ראש הממשלה רבין הצליח לשלוט על אירועים ועל זרימת המידע, ונהנה מרמת קונצנזוס רחבה במיוחד של תמיכה בתהליך. הסיבות לכך היו ש"המחיר" שישראל "שילמה" הייתה יחסית נמוך, שירדן תמיד נחשבה לאחת המדינות הערביות המתונות ביותר, והמלך חוסיין נחשב לאישיות חיובית. כמעט שלא היו מחאות נגד ההסכם ולא מעשי אלימות. בגלל שהדיונים התנהלו בלבביות לא היו בעצם הדלפות שיכלו לאיים על השיחות. ניתן להדגים את הרמה הגבוהה של הקונצנזוס הפוליטי על

ידי בחינת ההצבעה בפרלמנט הישראלי (הכנסת): 105 בעד חוזה השלום עם ירדן ורק 3 מתנגדים.⁴⁶ הפעם היחידה בה הצעת חוק מקבלת תמיכה מסוג זה היא כאשר מחוקקים מצביעים בעד יום המשפחה.

ההסכם הסופי בין ישראל לירדן נחתם ב-24 באוקטובר 1994. התקשורת הישראלית חגגה בלי הפסקה עם יונים ודגלים שהוצגו בגאון במרכז עמודי השער של העיתונים הפופולריים ביותר.⁴⁷ טקס החתימה בו נכחו הנשיא קלינטון, המלך חוסיין וראש הממשלה רבין נערך בשעה 13:00 בערב. אלו שמכירים את אזור המדבר עשויים לתהות איזה בן אדם שפוי בדעתו יקבע טקס בשעה כזו שבה השמש באמצע השמים. התשובה היא שבגלל הבדלי השעות, קלינטון יכול היה להופיע בתכניות חדשות הבוקר בארה"ב.⁴⁸

מכל זה יש לזכור את חשיבותה של השליטה הפוליטית ביחס לאופן שבו התקשורת מסקרת שלום, בדיוק כמו האופן שבו היא מסקרת מלחמות. העיקרון גם יסייע לכם להבין את תפקיד התקשורת בכל עימות, בין אם מדובר בהקצאות לשיבות, שינויים בסל התרופות או מה צריך לעשות ביחס להתחממות הגלובלית. אם תעקבו אחר התפקוד הפוליטי של הממשלה, לא תהיה לכם כל בעיה לנבא כיצד התקשורת תסקר את הנושא.

ספין יכול לקחת אתכם רק עד גבול מסוים

לפני מספר שנים הופק סרט שנקרא "לכשכש בכלב" בביכובם של דסטין הופמן ורוברט דה נירו. זו הייתה קומדיה פוליטית, והרעיון היה שבגלל שהנשיא היה מעורב בשערוריית מין, המומחים שלו לספינים, ה"ספין דוקטורים" (spin doctors), המליצו שהוא ייצר מלחמה דמיונית עם אלבניה על מנת להסיח את דעת הקהל. הדרמה גוברת כאשר האלבנים "לוקחים שבוי" אמריקני העונה לשם סמל ויליאם שומן. אחד הקטעים הטובים בסרט הוא כאשר הזמר וילי נלסון כותב ומבצע שיר בשם "הנעל הטובה והישנה" ("Good Old Shoe") לתמיכה בשבוי. היועצים מארגנים "מסע זריקת נעליים" שבו האמריקנים מביעים את תמיכתם על ידי תליית הנעליים הישנות שלהם על פנסי הרחוב וחוטי הטלפון. ברור שהודות לסיפור החדשותי הנשיא ייבחר מחדש.

זה היה סרט טוב, אך הוא בא להנציח את המיתוס על כוחו של הספין. המיתוס הוא שישנם מומחים לספינים רבי עצמה, ספין-דוקטורים, שיכולים להפעיל מניפולציות כך, שכל אסון פוליטי יהפוך לסיפור הצלחה. לקח חשוב נוסף שיש להפיק מפרק זה הוא שטענות מסוג זה הן ברוב המקרים שטויות. זה נכון שלכוח פוליטי יש יתרונות חשובים כשרוצים למכור סיפור, וכי לפעמים מנהיגים שמוצאים דרך חכמה לספר את סיפורם (למשל, לקרוא לזה התעללות ולא עינוי) יכולים לצמצם במידה מסוימת את הנזק הציבורי. אך בניתוח הסופי, רק הצלחה פוליטית מביאה להצלחה תקשורתית אמיתית.

מידת ההצלחה הפוליטית האמיתית היא תנאי חשוב למידת ההצלחה התקשורתית, וזה צריך להיות ברור מהמקרים שנידונו. העובדה שהנשיא בוש הראשון הצליח לגייס תמיכה לאומית ובינלאומית רחבה לשימוש בכוח נגד סדאם חוסיין משמעותה שלא היה לו קשה להעביר את המסר לתקשורת (כולל לתקשורת הזרה). מלחמת המפרץ עצמה הייתה קצרה ומוצלחת. בוש הבן, התחיל

עם תמיכה רבה, אך איבד אותה ככל שהמלחמה נתמשכה. בסוף היה ברור לרוב האמריקנים שהמלחמה הייתה טעות, וארה"ב נאלצה למצוא דרך לחלץ את עצמה מהביצה העיראקית הטובענית. באופן דומה, העובדה שרבין לא הצליח למנוע פיגועי טרור או לגייס קואליציה רחבה בעד תהליך אוסלו לא אפשרה לו שליטה כמעט על התקשורת הישראלית. לתהליך השלום עם ירדן, מצד שני, היה הרבה מן המשותף עם הניצחון האמריקני במלחמת המפרץ ב-1991: הוא היה קצר, בוצע היטב ובסופו של דבר מוצלח.

מיתוס ההסברה

התוצאה של רעיון זה היא שספינים ויחסי ציבור ניתנים למתיחה עד גבול מסוים. בסוף זהו תמיד הכלב הפוליטי המכשכש בזנב התקשורת. זה גם מלמד אותנו משהו חשוב לגבי מה שניתן לכנותו "המיתוס על ההסברה". אנשים רבים בישראל מאמינים שהסיבה לכך שהעיתונות הבינלאומית מתנגדת לכל דבר שישראל עושה היא משום שיחסי הציבור שלנו עלובים כל כך. לו רק יכולנו "להסביר" לעולם את האמת, כולם היו מבינים מדוע אנו צודקים, והאויבים שלנו טועים. בהתחשב בכל אשר נאמר עד כה, אני אטען שכל זה הבל הבלים. בעייתיה של ישראל עם העיתונות העולמית קשורות באופן ישיר לבעיותיה הפוליטיות עם הקהילה הבינלאומית. ניתן לבנות רצף מהמדינה הכי פרו-ישראלית בעולם (קרוב לוודאי מיקרונזיה) עד למדינה הכי אנטי-ישראלית בעולם (איראן), ואפשר יהיה לומר כיצד כל אחת מהמדינות הללו תסקר את הסכסוך. עיתונאים ממדינות אלו מיישמים את התפיסות הפוליטיות שמשקפות את האליטות הפוליטיות בארצם, את העורכים שלהם ואת הקהל שלהם בבית.

הדרך הטובה ביותר להשתכנע בטענה שנויה במחלוקת זו היא לחשוב על המקום והזמן בהם ישראל מקבלת סיקור חיובי יותר. לדוגמה, ישראל קיבלה סיקור אוהד רב בתקשורת הבינלאומית במהלך מלחמת המפרץ הראשונה ב-1991. אם חושבים על הסביבה הפוליטית סביב הסכסוך, ניתן להבין מדוע. למעשה העולם כולו התאחד כנגד סדאם חוסיין, וישראל נתפסה כקורבן לתוקפנות העיראקית. משפחות ישראליות נאלצו לחבוש מסכות גז ולרוץ לחדרים אטומים בזמן מתקפות טילי סקאד מתוך חשש שהדיקטטור העיראקי יעשה שימוש בלוחמת גז נגדנו. ישראל אפילו לא הגיבה צבאית למתקפות אלה. המדינה לא הזדקקה לאסטרטגיית יחסי ציבור מתוחכמת על מנת לשכנע את התקשורת הבינלאומית שאנחנו בעצם קורבן, הסיפור למעשה מכר את עצמו. הנה עצה מצוינת לאלה מכם הפונים לתחום יחסי הציבור: בחרו במוצר או במועמד שאנשים כבר אוהבים, ואתם תסתדרו מצוין.

מרבית המומחים גם מאמינים שהעיתונות האמריקנית הרבה פחות אנטגוניסטית כלפי ישראל לעומת אירופה. רק אם נאמין שישראלים העובדים בארה"ב טובים יותר ביחסי ציבור מאשר אלו באירופה, ניתן יהיה להסיק שהסיבות להבדלים טמונים בהבדלים בהיסטוריה ובאידיאולוגיה הפוליטית. באופן טבעי, הבדלים אלו אינם רק נראים באופן בו מדינות שונות מסקרות את הסכסוך הערבי-ישראלי, אלא גם באופן בו עיתונות אמריקנית ואירופאית מסקרת את כל הסכסוכים הבינלאומיים. הדרכים בהן תרבות פוליטית משפיעה על מסגרות חדשותיות תידון במלואה בפרק 3.

תנו לי להציג עוד ראייה אחת אחרונה נגד אלו המאמינים שבעיותיה של ישראל בעולם טמונות ביחסי ציבור גרועים. נניח לשם הוויכוח שישראל אינה טובה כל כך ביחסי ציבור. יהיה קשה מאוד לטעון כך לגבי ארה"ב. ארה"ב היא מעצמת-על של ספינים. אנשים בכל רחבי העולם מקנאים בטכניקות השיווק, הפרסום ויחסי הציבור של האמריקנים ומחקים אותם. האמריקנים משקיעים מיליוני דולרים במאמציהם בתחום ה"דיפלומטיה הציבורית" (שהיא בעצם מונח נפוץ ומקצועי יותר למה שהישראלים קוראים הסברה). עם זאת, למרות כל ההשקעה והמאמצים הללו, האמריקנים לא הצליחו לשכנע אפילו מדינות באירופה (למעט בריטניה) שיציאה למלחמה נגד עיראק בשנת 2003 הייתה רעיון טוב. הרוב המכריע של המדינות התנגדו למלחמה משום שעל פי אמונתם הפוליטית הם סברו שג'ורג' וו. בוש עושה טעות ענקית (הציבור האמריקני בסופו של דבר הגיע למסקנה זהה). לא היה לזה כל קשר ליחסי ציבור.

ניתוח זה לא בא להציע שישראל צריכה לנקוט מדיניות רק כדי שהיא תקבל סיקור תקשורתי טוב בעולם. אם מנהיגים ישראלים מגיעים למסקנה שהמדיניות שלהם היא לטובת המדינה, עליהם לעשות כל מה שצריך, ולשאת את הסיקור השלילי. אלו המאמינים שהבידוד הבינלאומי הגדל והולך של ישראל כרוך בסך הכול בבעיית הסברה משלים את עצמם.

העובדה שהפוליטיקה קודמת אין פירושה שהתקשורת היא פשוט סרט נע פסיבי המעביר את כל מה שהוא רואה ושומע אל הציבור. לעיתונאים יש אינטרסים ונהלים משלהם, ויש לזה השפעה נכבדה על האופן בו הם בונים דיווחי חדשות. שני הפרקים הבאים יעסקו בהמשך התהליך.

שאלות למחשבה ולדיון, פרק 2

1. יחסי הגומלין בין עיתונאים לבין הצבא בעיתות מלחמה עשויים להיות מתוחים מאוד. מצד אחד, עיתונאים טוענים שיש לציבור את הזכות לדעת מה מתרחש בשדה הקרב, בעוד שמנהיגים צבאיים מאמינים שפתיחות יתר יכולה לסכן את כוחות החיילים ולהוריד את המורל הציבורי. עד כמה חופש יש לתת לעיתונאים בסיקור מלחמות כפי שהם רואים לנכון? האם אתם חושבים שרעיון שיבוץ עיתונאים בכוחות הצבא הגיוני? מדוע כן, או מדוע לא?
2. אנשים רבים מאמינים שהשינויים הטכנולוגיים באופן בו מידע נאסף ומופץ הובילו לשינויים משמעותיים בעולם הפוליטי. האם תוכלו לחשוב על דוגמאות לאירועים או לסיפורים פוליטיים שלא היו אפשריים, או שהיו יכולות להיות להם תוצאות שונות, לפני עידן האינטרנט? אילו סוגים של מידע פוליטי אתם מקבלים באמצעות האינטרנט שלא תוכלו לקבל מהתקשורת החדשותית המסורתית?

הערות

¹ למרות האמור, תפקיד המדיה החברתית ב"אביב הערבי" היה מורכב יותר משרבים נוטים לחשוב. ראו: G. Wolfsfeld, E. Segev, and T. Sheaffer, *The Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First*, (forthcoming)

² Mark Mazzetti et al., "Pakistan Aids Insurgency in Afghanistan, Reports Assert," http://www.nytimes.com/2010/07/26/world/asia/26isi.html?_r=1.

³ Justin Elliot, "The Ten Most Important WikiLeaks Revelations" http://www.salon.com/news/wikileaks/?story=/politics/war_room/2010/11/29/wikileaks_roundup

⁴ ראו: E. Ben-Ari and D. Maman (Eds.), *Military, State, and Society in Israel* (Transaction Publishers, 2001)

⁵ ראו במיוחד: D. C. Hallin, *The Uncensored War: The Media and Vietnam* (Univ of California Pr, 1989), W. M. Hammond, *Reporting Vietnam: Media and Military at War* (Univ Pr of Kansas, 1998), C. R. Wyatt, *Paper Soldiers* (University of Chicago Pr.).

⁶ Hallin, *The Uncensored War: The Media and Vietnam*.

⁷ D. Halberstram, "The Powers That Be," (New York: Alfred A. Knopf, 1979).

⁸ W. Cronkite, *A Reporter's Life* (Random House, Inc., 1997).

⁹ Rick Atkinson, *Crusade: The Untold Story of the Persian Gulf War* (New York: Marinar Books, 1994).

¹⁰ שם

¹¹ Gannett Foundation Media Center, *The Media at War: The Press and the Persian Gulf Conflict*. (New York: Columbia University, 1991).

¹² G. Wolfsfeld, *Media and Political Conflict: News from the Middle East* (Cambridge University Press, 1997).

¹³ שם. בנוסף ראו: William L. and Paletz Bennett, David L., ed., *Taken by Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War* (Chicago: University of Chicago Press, 1994).

¹⁴ Peter Goldman, DeFrank Thomas M., Miller, Mark, Murr, Andrew, and Matthews Tom, *Quest for the Presidency 1992* (College Station, Texas: Texas A & U Press, 1994).

¹⁵ Wolfsfeld, *Media and Political Conflict: News from the Middle East*.

¹⁶ W. L. Bennett, *News: The Politics of Illusion* (Longman Pub Group, 2002).

¹⁷ אירם, ש., ולודבסקי, ע., *מלחמה עד הרגע האחרון – התקשורת הישראלית במלחמת לבנון השנייה*, ירושלים: קשב – מרכז להגנת הדמוקרטיה בישראל, 2007

¹⁸ שם. עמ' 8

¹⁹ Marvin Kalb and Carol Saivetz, "The Israeli-Hezbollah War of 2006: The Media as a Weapon in Asymmetrical Conflict," *John F. Kennedy School of Government Research Working Papers Series*, February 2007, 33. P.

²⁰ W.B.Caldwell IV, D. Murphy, and A. Menning, "Learning to Leverage New Media: The Israeli Defense Forces in Recent Conflicts", *Military Review*, (May-June, 2009), 2-10.

²¹ S. Livingston and D. A. Van Belle, "The Effects of Satellite Technology on Newsgathering from Remote Locations," *Political Communication* 22, no. 1 (2005).

²² R. G. Lawrence, *The Politics of Force: Media and the Construction of Police Brutality* (Berkeley, California: University of California Press, 2000). S. Livingston and W. L. Bennett,

"Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News?," *Political Communication* 20, no. 4 (2003).

²³ W. L. Bennett, R. G. Lawrence, and S. Livingston, "None Dare Call It Torture: Indexing and the Limits of Press Independence in the Abu Ghraib Scandal," *Journal of Communication* 56, no. 3 (2006).

²⁴ Seymour. Hersh, *Chain of Command: The Road from 9/11 to Abu Ghraib*. New York: (New York: HarperCollins, 2004).

²⁵ Bennett, Lawrence, and Livingston, "None Dare Call It Torture: Indexing and the Limits of Press Independence in the Abu Ghraib Scandal."

²⁶ Livingston and Bennett, "Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News?."

²⁷ שם. עמ' 170

²⁸ The Washington Times Staff, "Editorial: Iran's Twitter Revolution

" <http://www.washingtontimes.com/news/2009/jun/16/irans-twitter-revolution/>.

²⁹ Joel Schectman, "Iran's Twitter Revolution? Maybe Not Yet," Bloomberg.com, http://www.businessweek.com/technology/content/jun2009/tc20090617_803990.htm. see also Golnaz Esfandiari, "The Twitter Devolution," Foreign Policy, http://www.foreignpolicy.com/articles/2010/06/07/the_twitter_revolution_that_wasnt.

³⁰ G. Wolfsfeld, E. Segev, and T. Sheaffer, "The Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First", *International Journal of Press and Politics* 18, no. 2 (2013).

³¹ M. Zayani, *The Al Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media* (Paradigm Pub, 2005), M. El-Nawawy and A. Iskander, *Al-Jazeera: How the Free Arab News Network Scooped the World and Changed the Middle East* (Basic Books, 2002), H. Miles, *Al-Jazeera: The inside Story of the Arab News Channel That Is Challenging the West* (Grove Pr, 2005), A. E. Jasperson and M. O. El-Kikhia, "CNN and Al-Jazeera's Media Coverage of America's War in Afghanistan," in *Framing Terrorism: The News Media, the Government, and the Public* (2003), M. Lynch, *Voices of the New Arab Public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today* (Columbia University Press, 2006).

³² T. J. Johnson and S. Fahmy, "The CNN of the Arab World or a Shill for Terrorists?: How Support for Press Freedom and Political Ideology Predict Credibility of Al-Jazeera among Its Audience," *International Communication Gazette* 70, no. 5 (2008), S. Fahmy and T. J. Johnson, "Show the Truth and Let Al Jazeera Audience Decide: Support for Use of Graphic Imagery among Al Jazeera Viewers," (2007).

³³ T. J. Johnson and S. Fahmy, "The CNN of the Arab World or a Shill for Terrorists?: How Support for Press Freedom and Political Ideology Predict Credibility of Al-Jazeera among Its Audience," *International Communication Gazette* 70, no. 5 (2008), S. Fahmy and T. J. Johnson, "Show the Truth and Let Al Jazeera Audience Decide: Support for Use of Graphic Imagery among Al Jazeera Viewers," (2007).

³⁴ See: J. Ruane and J. Todd, *The Dynamics of Conflict in Northern Ireland: Power, Conflict, and Emancipation* (Cambridge Univ Pr, 1996), J. McGarry and B. O'Leary, *The Northern Ireland Conflict: Consociational Engagements* (Oxford University Press, USA, 2004), J. Darby, *Northern Ireland: The Background to the Conflict* (Syracuse Univ Pr, 1987), M. T. Fay, M. Morrissey, and M. Smyth, *Northern Ireland's Troubles: The Human Costs* (Pluto Pr, 1999).

³⁵ Fay, Morrissey, and Smyth, *Northern Ireland's Troubles: The Human Costs* (London: Pluto Press, 1999).

³⁶ G. J. Mitchell, *Making Peace* (University of California Press, 2000).

³⁷ G. Wolfsfeld, *Media and the Path to Peace* (Cambridge University Press, 2004).

³⁸ שם

³⁹ ראיון שנערך על ידי המחבר בתאריך 15 באפריל, 1999. ראו: שם.

⁴⁰ שם

⁴¹ Israeli Ministry for Foreign Affairs, "More Israelis Have Been Killed by Palestinian Terrorists since Oslo," Israeli Ministry for Foreign Affairs, [www.mfa.gov.il/MFA/MFAArchive/1990_1999/1998/9/More%20Israelis%20Have%20Been%20Killed%](http://www.mfa.gov.il/MFA/MFAArchive/1990_1999/1998/9/More%20Israelis%20Have%20Been%20Killed%20).

⁴² E. Sprinzak, *Brother against Brother: Violence and Extremism in Israeli Politics from Altalena to the Rabin Assassination* (Free Pr, 1999), Y. Peri, *The Assassination of Yitzhak Rabin* (Stanford University Press, 2000).

⁴³ Wolfsfeld, *Media and the Path to Peace* (U.K: Cambridge University Press, 2004).

⁴⁴ שם

⁴⁵ Y. Lukacs, *Israel, Jordan, and the Peace Process* (Syracuse University Press, 1999).

⁴⁶ G. Wolfsfeld, *Media and the Path to Peace*.

⁴⁷ שם. אף על פי כן, מעניין לראות שלאחר שהסכם השלום בין ישראל לירדן כבר לא נחשב לחידוש, העיתונות הישראלית בעיקר התעלמה מירדן אלא אם קרה שם משהו שלילי. ראו: G. Wolfsfeld, E. Y. Alimi, and W. Kailani, "News Media and Peace Building in Asymmetrical Conflicts: The Flow of News between Jordan and Israel," *Political Studies* 56, no. 2 (2008).

⁴⁸ G. Wolfsfeld, *Media and the Path to Peace*.

תקשורת פוליטית:

חמישה דברים שחייבים לדעת

גדי וולפספלד

חלק II:

להפוך פוליטיקה לחדשות

© כל הזכויות שמורות למחבר 2012

בחלק זה של הספר עובר הדיון מהתבוננות מנקודת מבטו של השחקן הפוליטי אל נקודת המבט של התקשורת. התקשורת אינה רק משקפת את מה שמתרחש בעולם הפוליטי, היא ממירה אותו למוצר המכונה חדשות. המרה זו פועלת על פי נורמות וכללים מסוימים שמבטיחים, בין היתר, קהל גדול ככל האפשר. ברגע שתבינו את הכללים הללו, תוכלו להבין טוב יותר הן מה מקבל סיקור תקשורתי, והן **כיצד** הוא מקבל סיקור זה. זה נכון שמגוון המרכיבים הראשוניים ליצירת סיפור חדשות תלוי כמעט לגמרי במה שמתרחש בעולם הפוליטי. אך לאחר מכן, זו האחריות של הכתבים והעורכים להחליט באילו מרכיבים להשתמש, אילו סוגים של תבלינים יש להוסיף, וכיצד לצרפם ולהכין מהם מנה סופית שתמשוך את לקוחותיהם ותהיה לשבועות רצונם. פרק 3 מיועד להסביר מדוע אין דבר כזה חדשות אובייקטיביות, ומדוע יעד כזה הוא בלתי אפשרי להשגה. עצם העובדה שעורכים מחפשים דרך קבע אחרי חדשות במספר מקומות מוגבל ויכולים לייצר רק כמות מוגבלת של סיפורים בכל יום, פירושה שעיתונאים צריכים לעשות החלטות קשות לגבי מה לכלול, ועל מה לוותר. אחד הגורמים החשובים ביותר המשפיעים על קביעת האירועים שייבחרו מיוחס למה שנכנה **הטיה תרבותית** (cultural bias). אנשים בכל מקום מתעניינים בעיקר באירועים שנוגעים להם או לארצם, ועל כן זה מובן לחלוטין שעיתונאים יתנו עדיפות לסיפורים המשקפים את ההטיה הזו.

הטיה תרבותית אינה משפיעה רק על בחירת הסיפורים שייוותרו בסוף תהליך העריכה, יש לה גם השפעה רבה על האופן שבו בנויים סיפורים חדשותיים אלה. עיתונאים והקהל שלהם שותפים כולם לתפיסות מסוימות אודות העולם הפוליטי, ולמרות שרוב האנשים לא חושבים על תפיסות אלו, הן מספקות את הבסיס כמעט לכל דבר שהם מקבלים מהחדשות.

כאשר אנשים מדברים בדרך כלל על חוסר האובייקטיביות בחדשות, הם בעצם מדברים על משהו אחר לגמרי. הם מדברים על **הטיה אידיאולוגית**. הדעת הרווחת היא שמרבית העיתונאים הם שמאלנים מובהקים שמכניסים את נטייתם השמאלנית לכל סיפור חדשותי. תפיסות מסוג זה אינן מוגבלות לישראל, הן גם נפוצות מאוד במדינות מערביות אחרות, בייחוד בארה"ב. טענה זו נעשתה בולטת שם במיוחד במהלך בחירות 2008, אז נפוצה האמונה שעיתונאים עובדים קשה כדי להביא לניצחונו של ברק אובמה. למרבה המזל, ישנם מחקרים רבים למדי בנושא ההטיה האידיאולוגית, וגם נושא זה יידון בפרק השלישי.

פרק 4 עוסק בצורה אחרת של הטיה עיתונאית: **הטיה מסחרית**. חדשות הן עסק, וסיפורים דרמטיים מבטיחים קהל גדול יותר. השם הלא מכבד שניתן למגמה זו הוא **חדשות-בידוריות** infotainment. מבקרים רבים מאמינים שככל שהתקשורת נעשתה סנסציונית יותר היא הנמיכה את רמת הדיון והוויכוח הציבורי בסוגיות מרכזיות העומדות על סדר היום במדינה. אם נחזור לדימוי האוכל, מכירת ג'אנק פוד לעיתים קרובות תגדיל את הרווחים, אך יכולה להיות לה השפעה נוראית על בריאותם של אנשים. למרות שמרבית האנשים לא מתייחסים לדגש על בידור כצורה של הטיה, גם הוא קובע אילו סיפורים ייבחרו, כמה זמן ומקום יוקצו להם וכיצד הם ייארזו ויימכרו.

לפיכך בחלק זה אנו עוברים לחלק השני של תהליך התקשורת הפוליטית. לאחר שכל השחקנים הפוליטיים אמרו את שלהם וכל האירועים הלא מתוכננים התרחשו, כעת באחריות העיתונאים ליצור את המוצר הכה מיוחד הידוע כחדשות.

פרק 3:

אין דבר כזה חדשות אובייקטיביות

אם היה עלינו לבחור נושא אחד בחדשות שמטריד את רוב האנשים, קרוב לוודאי שיהיה זה נושא ההטיה. כאמור, התפיסה הנפוצה ביותר היא שעיתונאים כולם הם יפי נפש המסרבים בעקביות לתת לאנשי הימין זמן וסימפטיה זהים. בארה"ב זוהי הסיבה להקמתן של מספרן הרב של תכניות אירוח שמרניות וליצירת ערוץ פוקס ניוז הטוען ללא שמץ של אירוניה שהוא מציג "חדשות הוגנות ומאוזנות" ("Fair and Balanced News"). אלו שצפו בפוקס ניוז לאורך הזמן עשויים יותר להסכים כי הוא מציג "חדשות רפובליקניות הוגנות ומאוזנות". גם בישראל יש כאלו הטוענים שזו הייתה הסיבה להקמת העיתון "ישראל היום".

למרות שהשמאל מתבטא לעיתים פחות תכופות, חלק מהם טוענים שהתקשורת היא כלי קפיטליסטי שהאינטרס העיקרי שלו הוא להגן על האינטרסים של האליטה. טענה נוספת מסוג זה היא שכאשר ישראל יוצאת למלחמה, העיתונות הופכת לפטריוטית במיוחד ומגויסת למען הממשלה וצה"ל.¹

בעיות רבות עולות בבואנו להחליט למה בדיוק הכוונה כאשר מדברים על הטיה, וזה מסובך אף יותר כאשר אנחנו מנסים למדוד אותה. נוכל להבין זאת טוב יותר אם נחשוב על האופן בו רובינו צופים בחדשות בטלוויזיה. כל מה שאנחנו מסכימים איתו הוא ללא ספק "נכון", ולרוב אנחנו לא שמים אליו לב. כל מה שאנחנו לא מסכימים איתו הוא בבירור מוטעה. אנשים עשויים להיות מוטים בדעתם בייחוד כאשר הם מעורבים רגשית בסכסוך.

קחו לדוגמה ידיעה שהופיעה באתר Ynet ב-23 בדצמבר, 2010.² בכותרת נכתב כך: **מאז תום ההקפאה: זינוק גדול בבנייה בהתנחלויות**. כפי שרבים יזכרו, ממשלת נתניהו הקפיאה את הבנייה בהתנחלויות למשך עשרה חודשים בתקווה שזה יביא למשא ומתן ישיר בין ישראל לפלסטינים. הסיפור ב-Ynet עסק בעובדה שלאחר שההקפאה הסתיימה, המתנחלים החלו שוב בבנייה בקצב חסר תקדים. כותבי תגובות ברשת, הטוקבקיסטים, לא אמורים להיחשב כמדגם מייצג לאופן בו אנשים מגיבים לסיפורים מסוג זה, אך זה כמובן לא מפתיע שלא מעטים מהם התייחסו לכתבה כדוגמה נוספת לעיתונות שמאלנית. זה גם לא הפתיע שקוראים שמאלניים יותר, לכאורה, ראו בבנייה המתחדשת התפתחות איומה, או שאף לא אחת מתגובותיהם התייחסה להטיה של התקשורת. לשאול מישו המעורב רגשית בסכסוך לגבי הטיה תקשורתית זה כמו לבקש מאוהד של בית"ר להיות שופט במשחק כדורגל של הקבוצה שלו מול סכנין.

העיקרון השלישי מנוסח כך: **אין דבר כזה עיתונות אובייקטיבית (וגם לא יכולה להיות כזו)**. אם כן, השאלה האמיתית היא לא אם התקשורת כן מוטיית או לאו (היא כן), אלא השאלה היא **כיצד** היא מוטיית. הדיון בפרק זה יעסוק בהטיה משני סוגים: תרבותית ואידיאולוגית. הטיה תרבותית קשורה לעובדה שכל סיפור חדשותי מעוגן במקום ובזמן מסוימים. דיווח חדשותי אודות זכויות האישה ייראה באופן שונה מאוד ב-1960 לעומת 2011. הנושא גם ייראה שונה מאוד כאשר ידווחו עליו בישראל, בארה"ב, ביפן או בירדן. אחת הסיבות לכך שהטיה תרבותית היא כל כך עוצמתית היא משום שהיא בעיקר סמויה. אנשים לעיתים רחוקות מתבקשים להטיל ספק בתפיסות הבסיסיות שלהם לגבי עולמם משום שחדשות אתנוצנטריות הן כל כך טבעיות ומוכרות. מצד שני, נדמה שקל יותר לזהות הטיה אידיאולוגית. זוהי ללא ספק סוגיה מרכזית בדיון הציבורי. כאמור, ישנם לא מעט מחקרים על הטיה אידיאולוגית בעיתונות, למרות שמרביתם נערכו בארה"ב. בעוד שאף לא אחד מהמחקרים הללו מספק תשובה סופית ומוחלטת לסוגיה זו, הם שופכים די הרבה אור על הנושא.

הטיה תרבותית בחדשות

אבקש מכם לחשוב למשך כמה דקות על מוות. זה לא דבר נעים כל כך לחשוב עליו, אך הרהור בו מספק תובנה חשובה במיוחד לגבי הטיה תרבותית בחדשות. בכל יום נתון אלפי אנשים מתים בדרך שניתן לחשוב עליה כבעלת ערך חדשותי. הם נרצחים, נטבחים, מתאבדים, מתים בתאונות דרכים, נספים בהתרסקויות מטוסים ורכבות, נהרגים במלחמות ופיגועי טרור, מתים מאסונות טבעיים ולא-טבעיים ומגפות.

כמעט אף אחד מעשרות אלפי מקרי המוות הללו לא ידווח בחדשות שמגיעות אליכם. כל עורך חדשות צריך להחליט מה לסקר וממה להתעלם. חדשות טלוויזיוניות מוגבלות למספר דקות השידור שמוקצות להם, והעיתונים, למספר העמודים. גם אתרי חדשות מקוונים, בהם יש יותר מקום זמין, מוגבלים למספר העובדים בתשלום שיכולים להכין את הסיפורים ולהציבם ברשת. פשוט אין מקום בחדשות עבור מרבית מקרי המוות, בייחוד אלה שקורים במדינות אחרות. במילים אחרות, מקרי מוות מסוימים נחשבים לחשובים יותר עבור קהל מסוים מאשר עבור קהלים אחרים. מקרי מוות מקומיים הם בעלי ערך חדשותי רב יותר מאשר מקרי מוות שקורים במקומות מרוחקים, ומוות כתוצאה מטרור מעניין הרבה יותר מאשר מוות בעקבות תאונה.

בסופו של דבר, חדשות הן תמיד מקומיות. בין אם הן מדווחות על אודות העיר שלנו, המדינה שלנו, האומה שלנו או העולם שלנו, החדשות תמיד מספרות לנו סיפורים בדרכים שגם יעניינו אותנו וגם יהיו בעלות משמעות עבורנו כקהל. כל התקשורת החדשותית בעולם פועלת בתוך הקשר תרבותי מסוים הבא לידי ביטוי בכל איטם חדשותי שמופק. זוהי הסיבה שרבים בתחום התקשורת אומרים שחדשות הן "הבנייה חברתית"³. לכל חברה יש דרכים מסוימות של התבוננות בעולם הפוליטי, וכאשר החדשות שלנו מיוצרות, נלקחות תפיסות אלה בחשבון. מה שמאכילים אותנו יורד נוח יותר לעיכול בדרך הזאת.

חשיבות השיקולים התרבותיים הללו מתחילה הרבה לפני שעורך מחליט האם לסקר אירוע או לא. השאלה הראשונה שעליכם לשאול היא האם ישנם עיתונאים מערביים שמוצבים במקום מסוים. הנה דרך לזכור את הנקודה הזו: **חדשות מתרחשות היכן שיש עיתונאים**. כאשר עיתון ישראלי מחליט להציב כתבים בארה"ב ובאירופה, אך לא באפריקה, פירוש הדבר הוא שתהיה זרימה קבועה של חדשות מארה"ב ומאירופה, אך כמעט שלא יגיעו חדשות מאפריקה (אלא אם כן משהו קורה באפריקה שיש לו קשר לישראל). לכן, כמעט כל ישראלי העוקב אחר החדשות שמע על הנשיא לשעבר ניקולא סרקוזי (ורבים לבטח שמעו גם על אשתו הדוגמנית/זמרת), אך מעטים יכולים לנקוב בשמו של נשיא דרום אפריקה. זה נכון שתחנות שידורי חדשות רבות תלויות בסוכנויות ידיעות כמו אמריקן פרס (AP) ויונייטד פרס (UPI) אשר מספקות להן סיפורים שהן אינן יכולות להשיג בעצמן, אך גם סוכנויות הידיעות אינן יכולות להימצא בכל מקום.

עורכים מבססים את החלטותיהם בעיקר על תפיסות לגבי מה שהם מניחים שהקהל המסוים שלהם – והקהל הפוטנציאלי שלהם – רוצה לשמוע. זוהי רק אחת הסיבות מדוע חדשות לעולם לא יכולות להיות "אובייקטיביות". עצם העובדה שלעורכים יש מרחב מוגבל מאוד ושהם עושים בחירות המבוססות על מה שמעניין את הקהל שלהם, פירושה ששיקול הדעת שלהם הוא כל הזמן סובייקטיבי. מרבית הישראלים מתעניינים במדינות אחרות רק כאשר יש להן קשר

כלשהו אליהם. כשיפורים חדשניים מקומיים אודות בוקרשט, סידני או ג'קרטה מופיעים בטלוויזיה, זה בדיוק הזמן המתאים ללכת להכין כריך.

בעוד שלמרבית הצער אין מחקרים רציניים בנושא זה בישראל, ישנם מחקרים המספקים כמה תובנות בקשר לתופעה הזו בארצות הברית. דו"ח טינדאל (Tyndall), למשל, בחן את כל סיפורי החדשות שהופיעו ברשתות הטלוויזיה הארצית במשך ימות השבוע במהלך 2009. כתבות העוסקות בענייני חוץ היו 22% מכלל הכתבות העוסקות בחדשות.⁴ כיום ייתכן שזה ייראה מעט גבוה, אך אם בודקים יותר לעומק ניתן לראות שבמידה רבה המספר הגדול ביותר של הסיפורים החדשניים נגעו בסכסוכים שבהם ארה"ב הייתה מעורבת: המלחמה באפגניסטן, סיפורים הקשורים לאיראן ו(כמובן) הסכסוך הישראלי-פלסטיני. שלא במפתיע, כמעט שלא היו סיפורים אודות אמריקה הלטינית או אפריקה.

מחקר אחר שמדד את כמות חדשות החוץ בארה"ב נערך במסגרת הפרויקט למציונות עיתונאית של מכון פיו (Pew).⁵ המחקר בחן את הסוגים השונים של התקשורת החדשותית, ומצא ש-10% מהסיפורים בממוצע בשנת 2009 עסקו בנושאי חוץ שאינם קשורים לארה"ב. היו גם הבדלים מעניינים בין אמצעי התקשורת. רק 3% מכל הסיפורים החדשניים ברשתות הכבלים עסקו בנושאי חוץ שאינם קשורים לארה"ב, ובאופן מפתיע, שיעור גבוה של 17% מהחדשות המקוונות כיסו את הנושאים הללו. הנתון האחרון הזה מעיד שייתכן שהמדיה החדשה עשויה להיות פחות אתנוצנטרית מהעיתונות המסורתית. הסוגיה של האופן שבו המדיה החדשה מתמודדת עם העולם תידון בהמשך.

על כל פנים, הטיה תרבותית משפיעה לא רק על בחירת המדינות שאנו שומעים עליהן בחדשות, אלא גם על מה שאנחנו שומעים עליהן. כפי שנידון קודם לכן, כאשר עורכים מניחים שלקהל שלהם יש עניין מועט, או שהוא אינו מתעניין כלל במדינה מסוימת, הם יסקרו אותה אך ורק אם קורה שם משהו באמת נורא ואיום. מדינות (למשל ארה"ב) הנחשבות חשובות מסוקרות על בסיס יומיומי, ופירושו של דבר שאירועים שגרתיים (בחירות, נאומים חשובים של הנשיא) מקבלים לכל הפחות חשיפה כלשהי. המדינות העניות יותר זוכות לסיקור רק כאשר מתרחש אצלן דבר בלתי רגיל, ומקרים יוצאים מן הכלל מסוג זה הם כמעט תמיד שליליים. זה עצוב, אך נכון שמנקודת מבט חדשותית שני מקרי מוות בישראל שווים כ-15 בלונדון, שווים לעשרות אלפי מקרים דומים באפריקה (וגם כאן, רק אם הם מתים בבת אחת).

אחת מתוצאות התהליך הזה היא מה שניתן לכנות בדרך הטובה ביותר כ**עיקרון של הסטייה המייצגת** (*the principle of representative deviance*). אנשים יודעים שחדשות עוסקות בסוטה ובבלתי צפוי. אבל אם רוב המידע הבלתי צפוי שאנשים מקבלים מחדשות החוץ מתמקד באירועים שליליים, סביר שגם שהדימוי שיהיה לנו על מדינות שאיננו מכירים בדרכים אחרות יהיה שלילי.

אם תרצו בהוכחה נוספת לאופן בו זה עובד, חישבו על הדבר הראשון שעולה בדעתכם כאשר מבקשים מכם לחשוב על אינדונזיה. רבים מכם לא יצליחו לחשוב על כלום. אצל חלקכם, ייתכן שיעלה אחד משני דברים: הצונאמי שהתרחש בשנת 2004, או פיגועי הטרור ב-2003. חדשות שגריות לעולם לא יגיעו ממדינות כמו אינדונזיה, ולכן זהו האופן שבו יחשבו ישראלים על מדינות אלה (אם הם בכלל חושבים עליהן).

שטף החדשות השליליות הזה אודות מדינות מרוחקות מבחינה תרבותית מחזיר אותנו להבחנה בין סיקור חדשותי של הדלת הקדמית לזה של הדלת האחורית. הדלת הקדמית של סיקור מכובד שמורה עבור דברים המתרחשים במדינה שלנו או במדינות הנחשבות בעינינו חשובות. מדינות חלשות יותר כמעט תמיד נכנסות דרך הדלת האחורית בשל אירוע חריג ביותר. סיקור שלילי מתמשך של האומות החלשות יותר הללו בתקשורת המערבית עלול להפחית כל סיכוי להשקעות או לתיירות במדינות אלו. אפשר לראות, שוב, שהתקשורת הופכת לגורם חשוב בהגדלת הפער הכלכלי בין אלו שיש להם לאלו שאין להם, רק שהפעם זה מתרחש בקנה מידה בינלאומי.

אחת הסיבות לכך שהטיה תרבותית יכולה להיות כה עוצמתית היא שהיא נוטה להיות סמויה. רוב האנשים שפונים לתקשורת חדשותית לא חושבים על זה שבעצם הנגישות שלהם למרבית הדברים שמתרחשים בעולם היא מאוד מצומצמת. זווית הראייה שלהם על העולם צרה במיוחד, אך לא סביר להניח שהם ישימו לב לזה אלא אם כן משהו יצביע על כך. האופן בו החדשות בנויות נראה "טבעי" למדי, הואיל ואלו החדשות שאנחנו רגילים אליהן.

מסגרות חדשותיות

דרך מצוינת להבין כיצד משפיעה הטיה תרבותית על האופן שבו מסופרים סיפורים חדשותיים היא לחשוב על **מסגרות חדשותיות**. מושג המסגרת הוזכר קודם לכן, אולם זהו זמן טוב להעמיק יותר בנושא. מסגרות חדשותיות הן כלי ארגון שעיתונאים משתמשים בהם על מנת לספר סיפור בעל רצף הגיוני. תוכלו לחשוב על זה כמוטיב מרכזי הנמשך לאורך סיפור מסוים, או סדרת סיפורים מסוימת.

דוגמה טובה לכך תהיה מסגרת "רשלנות ממשלתית" שהופיעה לאחר אסון יערות הכרמל בדצמבר 2010. בתקשורת הייתה הסכמה כמעט מלאה שאחת הסיבות העיקריות לאסון הייתה כישלון הממשלה לספק משאבים מספיקים לשירותי הכבאות. הביקורת על שר הפנים אלי ישי הייתה נוקבת במיוחד, ואפשר היה להבין זאת, משום שהמשרד שלו הוא האחראי על שירותי הכבאות.

ברגע שהמסגרת החדשותית מתבססת, היא משמשת בשני תפקידים חשובים עבור עיתונאים: בראש ובראשונה היא מתפקדת כמנוע חיפוש יעיל כשעיתונאים מחפשים אחר סיפורים שמתאימים למסגרת. במקרה אסון יערות הכרמל הן כללו כתבות תחקיר שבדקו כיצד אנשים שונים פישלו, סיפורים אודות אנשים שהזהירו כי משהו כזה יכול לקרות, שרים ומקורות רשמיים המטילים אשמה זה על זה גם לציטוט וגם לא לציטוט, רבנים מסוימים הטוענים שהשריפה היא עונש לישראלים שאינם שומרים שבת וניסיונותיו של שר הפנים אלי ישי להגן על עצמו.

כשחושבים על מסגור תקשורתי חשוב לחשוב גם **על מה שלא** זוכה לסיקור. ישנם תמיד מסגרות חלופיות לפירוש אירועים, וצרכני חדשות ביקורתיים – שהם הצרכנים הטובים ביותר – צריכים לשאול את עצמם כיצד ניתן היה לספר את הסיפור אחרת. במקרה של השריפה ביערות הכרמל, הטרגדיה הגדולה הייתה ש-44 אנשים קיפחו את חייהם לאחר שהאוטובוס שלהם עלה באש. סיפור עלילה אחד שכמעט ולא זכה להתייחסות עמד במוקד השאלה ביחס להחלטות

לשלוח את האוטובוס לדרכו, בעוד האש השתוללה בכל האזור. לאור מניין ההרוגים הגבוה, יש שיחשבו שהיה זה מפתיע שכמעט אף לא אחד מהכתבים מצא לנכון להתמקד בשאלה הזו. העובדה שניתן להמציא מסגרות חלופיות, אין פירושה שהן יהיו "נכונות" יותר מאשר כל אחת מהמסגרות האחרות שאומצו על ידי התקשורת. בנוסף, בעוד שמרבית אמצעי התקשורת המרכזיים מאמצים מסגרת דומה כדי לעקוב אחר אירועים מרכזיים, ניתן למצוא מגוון גדול של מסגרות בחיפוש ברשת. בעוד חלק מהאתרים והבלוגים הללו פשוט מטורפים, אחרים יכולים לספק פרשנויות חדשניות ששווה לחשוב עליהן.

ישנם גם מצבים רבים בהם מופיעות מסגרות **מתחרות** בתקשורת. כמעט לכל השחקנים הפוליטיים יש **מסגרות אידיאולוגיות** משלהם שאותן הם מנסים לקדם. חישובו על זה כאריזות של תפיסות ורעיונות המשמשות "למכירה" של השקפה מסוימת. כאשר מנהיגים ופעילים מקדמים את המסגרות שלהם לתקשורת בהצלחה הם מקבלים תמריץ עצום למאמציהם הפוליטיים. קבוצות שמעוניינות בפחות חקיקה דתית יקדמו בדרך כלל מסגרת של "כפייה דתית" המדגישה את זכויות האזרחים לחיות את חייהם כראות עיניהם. קבוצות ומפלגות דתיות רבות יגיבו לכך עם מסגרת של "ישראל כמדינה יהודית", המקדמת את הרעיון שאם לא ישמרו יהודי ישראל על המסורת שהועברה אליהם מדור לדור, המדינה תחדל מלהיות יהודית, וזה יוביל לקרע בקרב עם ישראל.

דרך קלה ללמוד אודות מסגרות אידיאולוגיות היא באמצעות פנייה לאתרי אינטרנט של קבוצות שונות. בחינת אתרים אלו מאפשרת לכם ללמוד על פרטים כמו סגנון השפה בה הם משתמשים ומבחר הראיות שהם מביאים כדי לתמוך בטענותיהם. קחו לדוגמה את הדיון האינסופי בין השמאל לימין אודות עתיד השטחים. הנה האופן בו התנועה הפוליטית "שלום עכשיו" מתארת את עצמה:⁶

שלום עכשיו - מי אנחנו?

שלום עכשיו היא הקול המוביל בציבור הישראלי ליצירת לחץ למען השלום

אנחנו:

בעד זכותה של ישראל לגבולות בטוחים.

מקדמים פתרון מדיני של שתי מדינות לשני העמים לסיום הסכסוך הישראלי-פלסטיני.

מאמינים שמעמדה המיוחד של ישראל במזרח התיכון כחברה דמוקרטית, חופשית ופתוחה מאציל על הציבור הישראלי אחריות לקדם את זכויות האדם הבסיסיות של חירות, צדק ושוויון לכל בני האדם באזור.

פועלים ליצירת לחץ ציבורי על מקבלי ההחלטות באמצעות פעולות שטח ופעולות חינוך לשם שינוי עמדות.

אנו תנועת השלום הוותיקה והמגוונת ביותר בישראל. אנו זוכים לתמיכה של מאות אנשי אקדמיה, פוליטיקאים ואנשי רוח.

רוב הישראלים והפלסטינים תומכים בפתרון של שתי מדינות. שלום עכשיו דורשת ממקבלי ההחלטות וקובעי המדיניות למלא את תפקידם וליצור עבור תושבי המדינה מציאות של שלום. עכשיו.

הנה כמה מהמונחים והרעיונות בהם משתמשת שלום עכשיו על מנת לקדם את עניינה בציבור: תנועת שלום, פתרון של שתי מדינות, חינוך, חברה דמוקרטית חופשית ופתוחה, זכויות האדם, חירות, צדק ושוויון. לאחר מכן התנועה מדברת גם על העובדה ש"בעוד שלום עכשיו היא תנועה ישראלית, הפועלת בעיקר בקרב הציבור הישראלי, היא עסקה במרוצת השנים גם

באידיאולוגיות ובאירועים משותפים עם פלסטינים בשטחים הכבושים". כאן ניתן למצוא שני חלקים מכריעים של המסגרת השמאלנית: דיאלוג ושיתוף פעולה עם הפלסטינים, וההבהרה כי אנשי השמאל מתייחסים אל השטחים ככבושים.

הנה קטע מדף האינטרנט הרלוונטי של מועצת יש"ע המציג מסגרת אידיאולוגית מתחרה:⁷

מועצת יש"ע מאגדת את 24 הרשויות המקומיות האזוריות ביש"ע, ונחשבת לארגון החוץ-פרלמנטרי הגדול ביותר בחברה הישראלית כיום. פועלת לביסוס היישובים והמאחזים, מתוך הכרה שמפעל ההתיישבות מהווה חלק מרכזי בהגשמת הציונות. במשך שלושת העשורים האחרונים הובילה מועצת יש"ע מאבקים רבים במדיניות הבריחה והנסיגה, הגירוש והעקירה. ריכזה את המאבק הציבורי הגדול ביותר בתולדות המדינה, המאבק בתוכנית ההתנתקות, והייתה הציר הארגוני והרעיוני מאחורי המחנה הכתום. המועצה פעילה למניעת פגיעה נוספת בשלמות הארץ באמצעות פעילות פוליטית, פרלמנטרית, משפטית והסברתית

כל ישראלי שעוקב אחר החדשות יכול לזהות בקלות את המונחים שמעוררים את מסגרת המתנחלים לחיים: יהודה ושומרון, הגשמת הציונות, מאבק במדיניות הבריחה, נסיגה, גירוש ועקירה. מסגרת האגף הימני הכללית ברורה מאוד: דרישות ציוניות אמיתיות שיהודים ימשיכו ליישב את ארץ ישראל ולהיאבק כנגד כל הניסיונות לעקור אנשים שחיים שם.

מטרתן של כל אחת מהקבוצות הללו היא להופיע בתקשורת ככל שניתן על מנת שתוכל לקדם את עמדותיה. מנקודת מבטם, זה יהיה אפילו טוב יותר אם עיתונאים ידגישו את השפה המועדפת על הקבוצה ואת נקודת מבטה, ויהפכו את מנהיגיהן למקורות מידע תמידיים. ובכך, תהליך זה מביא אותנו לשאלה איך תחרויות מסוג זה מתממשות בחדשות, ואילו סוגים של שחקנים פוליטיים עשויים להצליח הכי פחות.

בניית מסגרות חדשותיות

כיצד בונה התקשורת מסגרות חדשותיות? אם למישהו הייתה תשובה פשוטה לשאלה זו הוא היה עשיר מאד. אחרי הכול, האם זו לא המשמעות של יחסי ציבור? למרות שאני לא אוהב לחלוק על דבריו של פ.ט. בארנום (P. T. Barnum), לא כל פרסום הוא פרסום טוב (אם אתם לא מזהים את השם פ.ט. בארנום, שווה לבדוק זאת בגוגל). אם התקשורת מציגה את הארגון שלכם כחבורת קיצוניים, אתם תספגו מכה קשה מבחינת תרומות ומתנדבים (ואם לפתע כן יתדפקו על דלתכם מתנדבים, קרוב לוודאי שתצטרכו לבדוק אם יש להם נשק).

עיתונאים יוצרים מסגרות חדשותיות על ידי כך שהם מנסים למצוא התאמה עלילתית בין מסגרות קיימות לאירועים שאותם הם מסקרים.⁸ לעיתונאים יש כמות מוגבלת של מסגרות פרשניות על המדף החברתי, והם מורידים ממנו את האחת שנראית הכי מתאימה לאירוע שהם מסקרים. כאשר ישנן מסגרות מתחרות (שתי מסגרות או יותר על המדף) הם יכולים לבחור להעדיף אחת על פני השנייה, או ליישם כל אחת מהן לחלק אחר בסיפור.

אז הצעד הראשון הוא להתמקד במה שנמצא על המדף בזמן או במקום נתון. ניתן להבין את המסגרות הזמינות רק על ידי בחינת הסביבה הפוליטית, החברתית והתרבותית שבהן פועלים העיתונאים. ויליאם ג'מסון (Gamson) ואנדרה מודיליאני (Modigliani) נותנים דוגמה נהדרת לחשיבות הטמונה בהבנת בניית מסגרות חדשותיות.⁹ אנרגיה גרעינית פותחה לראשונה בארה"ב מיד לאחר מלחמת העולם השנייה. היא נתפסה כחדשנות מופלאה בעלת פוטנציאל אינסופי

ונטולת סיכונים רציניים. הייתה למעשה רק מסגרת אחת ששלטה הן בדיון הפוליטי על הנושא והן בתקשורת: "קידמה". אנרגיה גרעינית נחשבה להתפתחות חיובית ולאחת ההמצאות הגדולות ביותר בכל הזמנים.

למסגרת זו היו השלכות חשובות לאופן שבו התקשורת סיקרה תחנות כוח גרעיניות. בשנת 1966 התרחשה תאונה חמורה בכור הגרעיני פרמי שבמישיגן: מערכת הקירור כשלה וגרמה להתכה חלקית של ליבת הדלק. היות וההנחה הרווחת הייתה שאנרגיה גרעינית היא דבר בטוח, היה סיקור חדשותי מועט בלבד אודות האירוע. ג'מסון מספר לנו שלמרות שעיתונאים ידעו על התאונה, כמעט שלא דווח עליה דבר. עברו חמישה שבועות עד שהעיתון ניו יורק טיימס דיווח על הסיפור והתייחס אליו כ"תקלה". משמעותו של חוסר ההתייחסות לעניין היה שלממסד הפוליטי לא הייתה סיבה לעסוק בנושא משום שאנרגיה גרעינית לא נתפסה כאיום רציני לביטחון הציבור.

בואו נריץ קדימה לשנת 1979. בשלב זה, היה מספר משמעותי של תנועות אמריקניות שהיו פעילות בקידום מסגרות נגד מדיניות הגרעין. אחת מהן הייתה מסגרת "ברחה משליטה" (Runaway) שטענה שטכנולוגיה גרעינית יצאה מכלל שליטה, ואם לא יעצרו אותה היא תמיט אסון. כאשר השפעת קוראי התיגר גברה, עיתונאים החלו להבין שלמעשה היו מסגרות **מתחרות** לגבי אנרגיה גרעינית: חלקן בעד וחלקן נגד. שינויים פוליטיים (הסוגיה הפכה לשנויה במחלוקת) הובילו לשינויים בתקשורת (יותר התייחסות לסיכונים הכרוכים באנרגיה גרעינית).

זו לא רק התקשורת שמשקפת שינויים בסביבה הפוליטית, ניתן לראות שינויים גם בספרים, בטלוויזיה, בסרטים (ולאחרונה) ברשת. אחד הסמנים הבולטים ביותר למה שהתרחש בזמנו היה סרט משנת 1979 בשם הסינדרום הסיני. הסרט, בכיכובם של ג'ק למון וג'יין פונדה, מספר סיפור על תאונה בתחנת כוח גרעינית בו הליבה מתחממת כל כך עד שהיא מאיימת לפרוץ דרך רצפת התחנה. היתוך מסוג זה והקרינה שמשתחררת כתוצאה ממנו עשויה לגרום למותם של אלפי אנשים. המונח "הסינדרום הסיני" מתייחס לרעיון הדמיוני שהליבה תמשיך לבעור, תפרוץ מהבניין אל הקרקע ומשם דרך מרכז כדור הארץ 'מטה-מטה עד לסין', כפי שאומר בסרט מפעיל הכור.

בצירוף מקרים הנחשב לאחד המוזרים ביותר בהיסטוריה, התרחשה התכה גרעינית חלקית בתחנת הכוח הגרעינית באי שלושת המיילים בפנסילבניה, 12 ימים לאחר שהסרט יצא לאקרנים. הפעם התקשורת השתוללה. התאונה הייתה סיפור ענקי, פורסמה בעמודי השער של כל העיתונים ופתחה את כל מהדורות חדשות הערב במשך כמה ימים. מיותר לציין שהסרט הסינדרום הסיני הפך לשובר קופות. חשוב עוד יותר, התאונה באי שלושת המיילים הובילה לשינוי מוחלט בקווי המדיניות באשר לאנרגיה גרעינית בארה"ב; מספר הכורים הגרעיניים שנבנו ירד בצורה דרמטית, וכורים רבים בוטלו. לא עבר זמן רב ותאונה גרעינית נוראית אף יותר התרחשה בצ'רנוביל, עיר באוקראינה. אסון צ'רנוביל סיפק אף יותר ראיות מוצקות לכך שאנרגיה גרעינית טומנת בחובה סיכונים רציניים. שלא במפתיע, לאחר אסונות אי שלושת המיילים וצ'רנוביל מסגרת הברחה משליטה, מסגרת ה-Runaway, הפכה להיות המסגרת הבולטת ביותר בכל אמצעי תקשורת שנחקר.¹⁰

אנו לומדים הרבה למדי אודות מסגרות חדשותיות מהדוגמה של הגרעין. קודם כול, זוהי דוגמה מצוינת נוספת למעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה (PMP). בשנים הראשונות של האנרגיה הגרעינית, מסגרת ה"קידמה" הייתה היחידה שהייתה זמינה לשימושם של העיתונאים;

לא היה דבר נוסף על המדף. רק לאחר מכן, קבוצות שהתנגדו למדיניות הגרעין ביחד עם מנהיגים פוליטיים אחדים החלו לחוות הצלחה בקידום מסגרת חלופית, כשהתקשורת החלה לדבר על ה"ויכוח בעד ונגד" אודות אנרגיה גרעינית. הסביבה הפוליטית בארה"ב (ובמדינות אחרות) השתנתה משום שאנרגיה גרעינית הפכה לסוגיה שנויה במחלוקת. ברגע שעיתונאים הכירו במחלוקת, הם החלו להקצות יותר זמן ומקום למסגרת האנטי-גרעינית. פירוש של דבר, לכל הפחות, שאמריקנים רבים היו מודעים יותר לגבי הסיכונים האפשריים של אנרגיה גרעינית. רמת ההתייחסות התקשורתית הגוברת גם היא מאלצת מנהיגים פוליטיים לנקוט עמדה בנושא זה; זהו כבר לא דבר שאפשר להתעלם ממנו. זה, אם כן, החלק השני של מעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה: השינויים בסיקור התקשורתי (עלייה דרמטית בתשומת הלב) שמובילים לשינויים פוליטיים נוספים.

הדוגמה של האנרגיה הגרעינית מגלה לנו גם שאירועים מסוימים, בייחוד אירועים גדולים, יכולים ליצור **יתרונות** חשובים לשחקנים פוליטיים מסוימים, ובאותה מידה ליצור חסרונות לאחרים. הסיבה שקבוצה מסוימת משיגה יתרון היא שאחת המסגרות במדף החברתי **הולמת** הרבה יותר את ענייני היום מאשר מסגרת אחרת. התאונות באי שלושת המיילים, בצ'רנוביל ובפינ - כולן נותנות יתרונות עצומים לקבוצות המתנגדות למדיניות הגרעין אשר מנסות להציג את טיעוניהם בתקשורת ובציבור. הן יוצרות חסרונות רציניים לחברות שמנסות לקדם אנרגיה גרעינית. דינמיקה דומה של קבוצה מסוימת המשיגה יתרונות מתרחשת גם במקרים של תאונה סביבתית חמורה במיוחד, כמו תאונת רכבת שמכילה פסולת רעילה. ארגונים ירוקים מוצפים לפתע בטלפונים הן מעיתונאים והן ממתנדבים. מנהלים בתעשיית הכימיקלים, מצד שני, נכנסים למגננה בדיווחים החדשותיים, ומתפללים להתפוגגות מהירה של המשבר (והאדים).

אלא שמשברים פוליטיים הם הפכפכים: הם יכולים לנוע בכיוונים שונים בזמנים שונים. דוגמה דרמטית במיוחד לתופעה זו התרחשה בישראל בשנת 1995. הדיון בנושא תהליך אוסלו התמקד בתחרות בין שתי מסגרות מרכזיות.¹¹ מסגרת השלום שהובילה ממשלת רבין טענה שתהליך אוסלו העניק הזדמנות אמיתית לשלום עם הפלסטינים. המתנגדים קידמו את מסגרת הסכנה הביטחונית שהמוטיב המרכזי שלה היה הסכנה הגדולה לישראל בויתורים מפליגים לטובת הפלסטינים, ושוויתורים אלו רק יובילו להרוגים ישראלים נוספים.

רצח ראש הממשלה רבין נתן דחיפה גדולה למסגרת השלום. התקשורת הישראלית והבינלאומית הציגה אינספור דוברים שדיברו על הצורך לקדם את תהליך אוסלו על מנת להמשיך במורשתו של רבין. בנוסף, העובדה שראש הממשלה נרצח בידי איש ימין שמטרתו העיקרית הייתה להביא לסופו של תהליך אוסלו, שמה את כל המחנה שהתנגד לאוסלו במגננה. דרך אגב, דרך טובה לדעת אם משבר נע נגדכם היא כאשר שואלים אתכם אם "עשיתם חשבון נפש". לאחר הרצח, רבים מהמזוהים עם הימין, בייחוד עם הימין הדתי, נשאלו את השאלה הזו. סקרים שנערכו באותה עת הציגו תוצאות לפיהן ראש הממשלה פרס ומפלגת העבודה עתידים לגבור על הליכוד בניצחון גורף.¹²

אם חושבים על זה, אין כל קשר הגיוני בין רצח רבין ובין השאלה האם יש לתמוך בתהליך אוסלו. התקשורת החדשותית והציבור, בכל אופן, לעיתים קרובות התקשו להבדיל בין אלו שלקחו אחריות על מסגרות מסוימות לבין המסגרות עצמן. בנוסף, לעיתים קרובות העיתונות מציעה לקורבנות של אלימות פוליטית מכל סוג שהוא רמה מסוימת של סימפטיה, מה שבדרך כלל מתורגם להקצאת זמן רב יותר ומרחב גדול יותר לקדם את השקפותיהם.

לא עברו מספר חודשים וכבר פרץ משבר גדול נוסף שני בדיוק בכיוון ההפוך. בפברואר ומרץ של 1996 ישראל סבלה משורת פיגועי טרור קשים ביותר, בכללם שני פיגועים, אחד באוטובוס קו 18 בירושלים ואחד בדיזנגוף סנטר. 59 אנשים נהרגו. פיגועי הטרור סיפקו יתרונות בולטים למסגרת הסכנה הביטחונית. כעת היה זה המחנה בעד אוסלו שנכנס לעמדה של מגננה, היות והאופוזיציה יכלה להצביע על הפיגועים כהוכחה לכך שהתהליך היה רע לישראל. במאי של אותה שנה נתניהו הביס את שמעון פרס, ובאופן לא מפתיע, אחד הנושאים המרכזיים במסע הבחירות שלו התמקד בכישלון הממשלה לסכל את הטרור.¹³

מרבית האירועים הפוליטיים, עם זאת, יותר עמומים, ואינם מספקים יתרונות ברורים לאף מסגרת. קחו לדוגמה את דרישת ראש הממשלה נתניהו בנאומו המפורסם ביוני 2009, בו הסכים לפתרון שתי המדינות. אחת הדרישות שלו הייתה שהפלסטינים יכירו בישראל כמדינה יהודית. היו רבים בישראל שראו בכך דרישה לגיטימית, בעוד שאחרים ראו בה אך ורק טקטיקת השהייה. מקורות ואנליסטים משני הצדדים של הגדר קיבלו שפע של הזדמנויות לקדם את המסגרות שלהם.

חזרה לדוגמת האנרגיה הגרעינית מעניקה לנו שיעור נוסף על מסגרות חדשותיות. זה יכול להיות מסוכן כאשר רק מסגרת אחת מורשית לשלוט בחדשות, משום שמתעלמים ממסגרות אחרות שהנן בעלות פוטנציאל להיות הגיוניות יותר. דוגמה חשובה הלקוחה מההיסטוריה הישראלית התרחשה בראשית שנות ה-70 של המאה ה-20. ההנחה בקרב האליטה והציבור בישראל הייתה שמכיוון שמצריים וסוריה הושפלו במלחמת ששת הימים (1967), הן לא יעזו לתקוף את ישראל. בואו נקרא לזה מסגרת "הם לא יעזו". רוב האנליסטים מאמינים שהנחה זו הייתה אחת הסיבות לכך שבאוקטובר 1973, למרות העובדה שהמצרים והסורים יזמו שורה של צעדים כולל תנועות של כוחות גדולים על עבר הגבול, הצבא הישראלי הופתע לחלוטין מהתקיפה ביום כיפור של אותה שנה. אלפי חיילים נהרגו במלחמת יום כיפור, וניתן היה להציל חלק מהחיילים הללו אם ישראל הייתה נערכת בהתאם. הנחה מוטעית נוראית זו לעיתים קרובות מכונה "הקונספציה" שיכולה להיחשב כמילה אחרת למסגרת.¹⁴

מסגרות חדשותיות חשובות, הואיל ויכולה להיות להן השפעה משמעותית על דעת הקהל ועל מדיניות ציבורית. ניתן לראות דוגמה מצוינת לכך בספרם של פרנק באומגרטנר (Baumgartner), סוזנה ד'בוף (DeBoef) ואמבר בוידסטון (Boydston), *The Decline of the Death Penalty and the Discovery of Innocence*.¹⁵ סקרים מעידים על ירידה משמעותית בתמיכת הציבור בעונש המוות בארה"ב. המחברים מציגים טיעון משכנע כי אחת הסיבות לכך היא שינוי משמעותי באופן בו ממסגרים את הסוגיה הן על ידי פעילים והן על ידי התקשורת החדשותית. באופן מסורתי, הוויכוח בעד ונגד עונש המוות מוסגר או כסוגיה מוסרית ("עין תחת עין") או כסוגיה חוקתית (עונש אכזרי ובלתי רגיל).

בעשורים האחרונים, טוענים המחברים, היה דגש רב יותר מצד התקשורת על מסגרת "חפות מפשע" (Innocence Network) הטוענת כי אנשים חפים מפשע מוצאים להורג. שלא במפתיע, העלייה בזמינות בדיקות הדי אן איי הייתה אחת הסיבות לתהודה הגוברת של מסגרת זו בקרב הציבור. העלייה הדרמטית ביותר בחשיבות מסגרת זו התרחשה בשנות ה-90 של המאה ה-20 ועלתה בקנה אחד, בין היתר, עם יצירת "רשת החפות מפשע" שכיום יש לה משרדים בכל 50

המדינות.¹⁶ ישנה גם סיבה טובה להניח ששינויים במסגרות החדשותיות היו אחת הסיבות לשינוי במדיניות: מספר מדינות הצהירו על השעית השימוש בעונש המוות. אם כן, ברור שמסגרות חדשותיות הן חשובות. כשקבוצות פוליטיות יכולות למצוא ראיות טובות כמו גם בני ברית תומכים, התקשורת יכולה לשנות את גישתה לנושא. הדוגמה על עונש המוות מראה לנו שוב כיצד שינויים במסגרות תקשורתיות יכולים להיות אחד הכוחות התורמים לשינויים בתהליך הפוליטי.

ידידים ואויבים

מסגרות חדשותיות חשובות גם כדי ליידע אותנו על ידידינו ואויבנו הלאומיים. גם זה נחשב להטיה תרבותית מסוג מסוים. כל אמצעי תקשורת חדשותי בכל מדינה בעולם הוא אתנוצנטרי מיסודו. מרבית הישראלים רואים את העולם במונחים של ארבעה סוגים של מדינות: ידידות, אויבות, ניטרליות ובלתי קיימות ("האם זו באמת מדינה, או שהמצאת אותה?"). תפיסות תרבותיות מסוג זה משתקפות באופן שבו התקשורת החדשותית ממסגרת את העולם. באופן כללי, ידידינו הם אצילים והוגנים ואויבינו הם נוראיים ואכזריים. נכון שבני ברית יכולים לעיתים לעשות דברים רעים (ארה"ב מפעילה לחץ על ישראל), אך אויבינו כמעט לעולם לא יעשו משהו טוב. נסו למצוא סיפור חדשותי ישראלי בעשר השנים האחרונות שממסגר את נשיא איראן, מחמוד אחמדינג'ד, באור חיובי ולו באופן מתון.

רוברט אנטמן (Entman) נותן דוגמה מרתקת כיצד מסגרות מסוג זה יכולות לייצר הבחנה בין "החברה הטובים" ובין "הנבלים".¹⁷ שני מטוסי נוסעים הופלו בשנות ה-80 של המאה ה-20. הראשון היה מטוס נוסעים קוריאני (KAL) שהופל מעל ברית המועצות ב-1 בספטמבר, 1983, תוך הריגתם של 269 אנשים, בכללם עשרות אזרחים אמריקנים. השני היה מטוס איראני שהופל על ידי ספינת חיל הים האמריקני ב-3 ביולי, 1988, בו נהרגו 290 אנשים. במקרה אחד האויב הפיל מטוס של מדינה בת ברית של ארה"ב ובשני ארה"ב הפילה מטוס של האויב.

תגובת העיתונות האמריקנית בשני מקרים אלה הייתה צפויה לגמרי ושונה לגמרי. התקרית הראשונה מוסגרת כמקרה של רצח בו הסובייטים הפילו במכוון מטוס אזרחי. כפי שאנטמן מספר לנו, הכותרת בניוזוויק לאחר התקרית הייתה טיפוסית: "רצח באוויר". ומצד שני, כשארה"ב הפילה את המטוס האיראני, הסיפור מוסגר כ"תקלה טכנית". הנושא הכללי של הסיפורים על המטוס האיראני היה שהפלת המטוס הייתה תאונה מצערת. בשני המקרים המסגרות הללו קודמו על ידי הנשיא ומשרד החוץ האמריקני ואומצו על ידי התקשורת בארה"ב. מבלי להיכנס לפרטים טכניים אודות כל אחת מהתקריות, יהיה זה הוגן לומר שאין הוכחות חותכות לכך שכל אחת משתי המדינות הפילה במתכוון מטוס נוסעים. העובדה שניתן להסביר תקריות דומות מסוג זה באופן כה שונה, מספקת המחשה חשובה לאתנוצנטריות של החדשות. כל סיפור עוצב כך שיעלה בקנה אחד עם התפיסות האמריקניות של העולם.

קוראים לא יופתעו לשמוע שהתקשורת הישראלית והפלסטינית הן לא פחות אתנוצנטריות, בייחוד כאשר מדובר בסיקור של הצד השני. מחקר שבוצע על ידי מחבר ספר זה (ביחד עם פול פרוש (Frosh) ומוריס עוואבדי (Awabdy)) ערך השוואה בין הדרכים בהן כל מערכת תקשורתית סיקרה תקריות בהן אזרחים משלה נהרגו, לצד מקרים בהם נהרגו אזרחים מהצד השני.¹⁸ המחקר בדק סיקורי חדשות בטלוויזיה של שני אירועים משמעותיים שהתרחשו

במהלך האינתיפאדה השנייה: פיגוע התאבדות פלסטיני בצומת פת בירושלים שגרם להריגתם של 19 ישראלים, וחיסולו של מנהיג החמאס שיח סלאח שחאדה שלוה בהריגתם של 16 פלסטינים. בתקשורת של כל אחד מהצדדים, מקרי המוות של אזרחיו של כל צד מוסגרו כמובן כטרגדיה נוראית שבוצעה על ידי אויב אכזרי וחסר לב. התקשורת הפכה לפורום מרכזי של אבל לאומי, וכל קורבן נחשב לבן אדם עם שם, פנים ומשפחה שנשארה מאחור. סיפורים אלו נטו גם להיות מאוד דרמטיים וקורעי לב אשר שיקפו את תחושות רוב הקהל שלהם לגבי מה שקרה. סיפורים חדשותיים מסוג זה עולים בקנה אחד עם תפיסות תרבותיות על האויב, ובעיקר מעצימים שנאה.

מצד שני, סיקור אירועים בהם הצד שלנו הורג אזרחים שלהם הוא מסובך יותר. הסיבה לכך נובעת מכך שאירועים מסוג זה אינם נמצאים בהלימה עם האופן שבו אנו רואים את עצמנו. חשוב להדגיש שאין כאן ניסיון להשוות בין האירועים מבחינת מוסריות אלא רק להדגים איך התקשורת מתמודדת כאשר נהרגים אזרחים בצד השני. כאן נמצא שהתקשורת, גם הישראלית וגם הפלסטינית, עושה שימוש במה שניתן לכנות "מנגנוני הגנה עיתונאיים", הדומים למנגנוני ההגנה בהם משתמשים בני אדם כדי להתמודד עם טראומה.¹⁹ לפיכך, התקשורת מספקת רשימה ארוכה של הנמקות והצדקות למה שקרה ("אם שחאדה לא היה מסתתר בין אזרחים, רק הוא היה נהרג"). מנגנון הגנה נוסף – נפוץ במיוחד בקרב אנשי אקדמיה – הוא אינטלקטואליזציה. בישראל זה בדרך כלל מקבל ביטוי באופן שבו אנליסטים צבאיים מתבקשים להסביר את ההיבטים הטכניים השונים ביחס למה שקרה ולמה שכפי הנראה השתבש. כשאתם רואים את אחד מהמומחים הללו ממחיש את עיקרי הדברים שלו תוך שימוש במפות עם חצים, אתם מבינים שאתם נמצאים עמוק בתוך סגנון הדיווח הזה. ניתן לראות שימוש בגישה אנליטית זו כאשר מקרי מוות בצד השני הופכים לסטטיסטיקות ולא מקבלים שם ופנים. בעוד הקורבנות שלנו הם בני אנוש, הקורבנות שלהם בדרך כלל חסרי דמות אנוש. עיתונאים, הן מהתקשורת הישראלית והן מהפלסטינית, נוהגים להתכחש למצבים מסוג זה על ידי הפחתת הבולטות שהם נותנים לסיפורים הללו בחדשות, ועל ידי מעבר מהיר ככל האפשר לסיפורים אחרים.

כדאי להקדיש מעט מחשבה להשפעה המצטברת של כל זה בסכסוכים מתמשכים. כשהאוכלוסייה משני צדי המתרס של כל סכסוך מקבלת זרם שוטף של מידע שבו האויב ממוסגר בעקביות כאכזרי והצד שלנו כמוסרי, קשה אפילו לשקול אפשרות לשלום. זוהי רק אחת מיני דרכים רבות בהן התקשורת משמשת כאמצעי מצוין לגיוס אנשים לטובת מלחמה, אך ככלי בעייתי במיוחד למטרות פיוס. יהיה עוד הרבה מה לדבר בנושא זה בפרק הבא.

ארבע השאלות

הנה דרך טובה להבין מדוע עיתונאים יוצרים לעיתים קרובות מסגרות חדשותיות מוטות מבחינה תרבותית. עליכם לשאול ארבע שאלות עיקריות אודות הדרך בה בונים כל סיפור חדשותי: (1) מי הם העיתונאים האחראים ליצירת הסיפור? (2) מי הם המקורות העיקריים שבעזרתם הם אוספים מידע ליצירת הסיפור? (3) מיהו קהל היעד החשוב ביותר של הסיפור? (4) מהו ההקשר הפוליטי סביב הסוגיה בזמן בו נוצר הסיפור? בואו נדון בכל שאלה בתורה, ונראה מדוע היא מובילה להשקפה מוטית תרבותית על העולם.

כשאנחנו שואלים "מיהם העיתונאים" עלינו לחשוב על הרקע הלאומי, הגיאוגרפי והאתני שלהם. עצם העובדה שעיתונאי הוא ישראלי, אמריקני, צרפתי או הודי תשפיע רבות על האופן בו הוא רואה את העולם ומדווח עליו. בפעם הבאה שתצפו בחדשות בטלוויזיה נסו לספור כמה מגישים או כתבים לא-ישראלים אתם רואים.²⁰ אלא אם כן אתם צופים בערוץ חדשות בינלאומי, קרוב לוודאי שהתשובה תהיה אפס. על אף שלרוב השקפתם כלפי הפוליטיקה היא צינית, כמעט כל העיתונאים חשים נאמנות למדינתם. כשמדינתם יוצאת למלחמה, דאגתם הראשונה היא לחיילים שלהם. כשמדינות אחרות יוצאות למלחמה, הם עשויים לאמץ גישה מרוחקת יותר, אך בדרך כלל יעניקו סיקור אוהד יותר למדינות הנחשבות בעיניהם כבנות ברית.

סיבה שנייה מדוע סיפורים הם מוטים מבחינה תרבותית נובעת מתלותם הכמעט בלעדית במקורות פנימיים על מנת לגלות מה קרה ומדוע זה קרה. כל המומחים שדיברו בטלוויזיה על מה שקרה במהלך תקרית שחאדה, למשל, היו יהודים ישראלים, ורובם באו מהצבא. מקורות אלו היו חיוניים למתן צידוק מקובל מבחינה תרבותית על מה שקרה ולהצבת האירוע בתוך מסגרת הקשר מתאים.

זה נכון גם לגבי סיפורים חדשותיים אמריקניים, כמו הפלת המטוס הקוריאני. היחידים שיכולים לתת לכתבים במהירות את המידע הדרוש להם לפריצה לחדשות הם הפנטגון, הבית הלבן ומשרד החוץ האמריקני. כמו כן, קל יותר להשיג אותם באמצעות הטלפון, משום שכתבים תמיד מתקשרים לאותם מספרי טלפון על בסיס קבוע. תוכלו לצאת מנקודת הנחה שכאשר הופל המטוס הקוריאני, יכול היה להיות הרבה יותר קשה להשיג את שר התחבורה הסובייטי בטלפון (קודם הייתם צריכים לגלות אם יש דבר כזה, אחר כך הייתם צריכים לאתר את הקידומת של רוסיה, אחרי כן הייתם צריכים לדעת לדבר רוסית, או למצוא מישהו דובר אנגלית במשרד התחבורה הרוסי, ואז...).

כשמקורות רשמיים אמריקניים מדברים עם עיתונאים הם לא רק מעבירים להם מידע, הם גם מנסים להסביר מה קרה. במילים אחרות, הם **ממסגרים** את האירועים. זה מעניק לגורמים רשמיים אלה כוח עצום בקידום השקפות העולם שלהם לתקשורת האמריקנית. הופעת האינטרנט אמנם יצרה גישה קלה יותר למידע ממקורות חיצוניים עבור עיתונאים, אך יש ראיות מעטות בלבד המעידות על כך שהדבר שינה בצורה קריטית את העדפתם למידע? ממקורותיהם הרשמיים.

כשמגיעים לשאלה השלישית – העוסקת בטבעו של הקהל – התמונה מתבהרת עוד יותר. לא רק שעיתונאים ישראלים פונים כמעט באופן בלעדי למקורות ישראלים, אלא הם גם בונים חדשות שמעוצבות במיוחד עבור הקהל הישראלי. הסיבה לכך שהתקשורת המסורתית מכונה "התקשורת המרכזית" היא משום שרוב חברות החדשות מנסות לפנות למרכז הישראלי. באופן דומה, סיפורים חדשותיים אמריקניים נכתבים עבור הקהל האמריקני.

שאלת המסגור הרביעית והאחרונה עוסקת בהשפעה של ההקשר הפוליטי על הסיפורים החדשותיים. דרך אחת לחשוב על זה היא לומר **שכל סיפור פוליטי מתחיל באמצע**. כאשר עיתונאים בונים סיפורים חדשותיים פוליטיים הם כמעט לעולם לא מתחילים עם לוח חלק. הרוב המכריע של הקהל שלהם כבר מזהה את השחקנים הראשיים ומסוגל להפריד בין החברה הטובים (ידידים) לנבלים (אויבים). מבחינה זו ניתן לראות את רוב החדשות הפוליטיות כסדרת טלוויזיה דרמטית בהמשכים בה אנשים צופים כדי לראות מה יקרה בהמשך. מדי פעם יש תכנית מיוחדת,

"ספיישל", כשמתרחש אסון טבע או כשהממשלה מתפרקת, אך גם כאן העיתונאים והקהל יודעים פחות או יותר למה לצפות. למעשה, אין כמעט שום דבר חדש בחדשות.

ההקשר הפוליטי להפלת שני המטוסים ברור כשמש: שתי המדינות האחרות שהיו מעורבות בתקרית הראשונה נחשבו באותה עת לאויבות של ארה"ב. כשהמטוס הקוריאני הופל בספטמבר 1983, רונלד רייגן היה נשיא ארה"ב והמלחמה הקרה עם ברית המועצות הייתה בשיאה. למעשה, מספר חודשים קודם לכן (מרץ 1983) רייגן כינה את ברית המועצות בנאומו המפורסם "אימפריית הרשע" ("evil Empire").

חשוב לזכור שבני ברית יכולים להפוך לאויבים, ואויבים לעיתים יכולים להפוך לבני ברית. במהלך מלחמת העולם השנייה נראתה ברית המועצות כבת ברית חשובה של ארה"ב במאבק מול גרמניה הנאצית, והעובדה שהייתה זו מדינה קומוניסטית הייתה חסרת חשיבות. אולם ברגע שהחלה המלחמה הקרה, הקומוניזם הפך לעניין חשוב מאוד והיריבות בין שתי המעצמות נמשכה לאורך עשרות שנים, כולל התקופה בה הופל המטוס הקוריאני. היחסים בין שתי המדינות השתפרו באופן דרמטי במהלך שנות ה-80 וה-90 של המאה ה-20 עם נפילת הקומוניזם, התפרקות ברית המועצות והמעבר של רוסיה למדינה מעט יותר דמוקרטית. כל השינויים הללו ללא ספק השתקפו והתחזקו באופן בו העיתונות האמריקנית סיקרה את רוסיה. בשנים האחרונות שוב גבר המתח בין ארה"ב לרוסיה, וגם זה השתקף באופן בו הנהגת ארה"ב, העיתונות והציבור מתייחסים למדינה זו.

אותו הדבר נכון לגבי ההקשר הפוליטי של הפיגוע בצומת פת ושל החיסול של סלאח שחאדה. סיפורים אלו נוצרו בתוך ההקשר של האינתיפאדה השנייה במהלכה ישראלים היו נתונים לשורה ארוכה של מתקפות טרור נוראיות. זה עוזר גם להסביר מדוע התקשורת הישראלית לא הייתה ביקורתית במיוחד כלפי החיסול, למרות המניין הגבוה של נפגעים מקרב האזרחים.

בשורה התחתונה, התקשורת החדשותית היא גורם חשוב שמזכיר לנו באופן קבוע מדוע אנחנו שונאים את אויבנו. גם כאן ניתן למצוא את אותם דפוסים המאפיינים תכניות טלוויזיה, סרטים ונובלות. הנבלים בעלילות אלה כמעט תמיד נבחרים לשקף את האקלים הפוליטי הרווח באותו זמן. זה נכון לגבי האופן בו התקשורת המקומית בכל המדינות מסקרת את העולם, בייחוד אם מדינות אלה מעורבות בסכסוכים מתמשכים. ישנם יוצאי דופן אחדים לכלל זה, והתקשורת המקומית לעיתים מביעה אהדה כלפי קורבנות של הצד השני. אולם חריגות מסוג זה הן נדירות מאוד. ברגע שההנהגה הפוליטית במדינה נתונה הגדירה קבוצה או מדינה מסוימות כאויבת, הדאגה העיקרית של התקשורת החדשותית תהיה להבין את טבעו של האיום ואת מה שנעשה על מנת למנוע אותו.

למי קראת סוטה?

מסגרות חדשותיות לא רק מספקות מידע חשוב על ידידים ועל אויבים מחוץ; הן גם מחזקות ומגבירות את עמדותיהם של אנשים ביחס לקבוצות "חריגות" ו"קיצוניות" בתוך מדינתנו שלנו. אני כותב את המילים הללו במרכאות הואיל והגדרות חברתיות אודות מה שנחשב חריג, גם הן משתנות עם הזמן והמקום. קבוצות מאורגנות של נשים הדורשות את הזכות להצביע נחשבו בעבר לרדיקליות קיצוניות. גם כאן, עיתונאים לא סתם מציאים דברים; הם יוצרים מסגרות

המבוססות על דברים שהם שומעים ממקורותיהם ומהאנשים הסובבים אותם. בהתחשב בעיקרון מעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה, כאשר עמדות משתנות לגבי קבוצות מסוג זה – לטוב ולרע – גם המסגרות החדשותיות משתנות בהתאם.

קבוצות מיעוט הן אלה שבדרך כלל סובלות במידה הרבה ביותר מהטיה אינהרנטית זו. במשך שנים רבות כמעט כל העיתונאים האמריקנים היו לבנים, המקורות שלהם היו לבנים, קהל היעד שלהם היה לבן והאקלים הפוליטי היה כזה שהשחורים נתפסו כמאיימים על הרוב הלבן.²¹ סיקור חדשותי מסוג זה הופיע בכל מקום, כולל בעיתון ניו יורק טיימס שנחשב לליברלי. הפרשן דיוויד מילס (Mills) מצביע על כך שאחד הנושאים המוזרים ביותר בסיפורים חדשותיים מסוג זה עוסק במתקפות של "השחורים הענקיים" (Giant Negroes).²² הכותרות כללו: "ענק שחור חמוש משתגע באניית נוסעים" (15 במאי, 1916), "ענק שחור מנטרל 4 שוטרים בקטטה" (12 ביוני, 1927) ו"פלוגה בקרב יריות מביאה לסופו של שלטון הטרור של הענק השחור... (6 במרץ, 1932)".²³ מחקרים בישראל מעידים על דפוס דומה ביחס לאופן בו מסקרים את המיעוט הערבי. בעוד שערבים מייצגים כ-20% מהאוכלוסייה, הם בדרך כלל מקבלים כאחוז אחד מהסיקור.²⁴ האמת היא שכאשר בודקים כיצד הם מסוקרים, אולי עדיף להם לא להיכנס לחדשות כלל. כאשר אזרחים ערביים מקבלים סיקור הוא לעיתים קרובות מאוד בהקשר או של פשע, או של קיצוניות או של נושאים ביטחוניים.²⁵ זהו למעשה סיקור של "דלת אחורית", וניתן לומר דבר דומה לגבי חדשות אודות מיעוטים אחרים בישראל דוגמת החרדים והמתנחלים.

בארה"ב, הרוב יסכימו שסיקור של קבוצות מיעוט נעשה הרבה פחות מעליב במאה ה-21. אם נשתמש בארבע שאלות המסגור שנוסחו קודם לכן, נבין טוב יותר כיצד שינויים אלה באים לידי ביטוי. כתזכורת, השאלות עסקו במי מייצר את הסיפורים, מי המקורות שלו, מי הקהל ומהו ההקשר הפוליטי בזמן בו הסיפור נוצר. כיום ישנם יותר עיתונאים שחורים מאשר בעבר, יותר מקורות מקבוצות המיעוט, סיפורים חדשותיים עשויים להיכתב עבור קהל מגוון יותר מבחינה אתנית ואולי החשוב מכולם, ההקשר הפוליטי ביחס למיעוטים השתנה באופן דרמטי במהלך 50 השנים האחרונות. כאשר משלבים את ההשפעה של כל ארבעת השינויים הללו ניתן להבין מדוע חדשות אודות מיעוטים בארה"ב הרבה פחות גזעניות כיום מבעבר.

שוב ישנן סיבות טובות להאמין שהתקשורת לא רק שיקפה את העלייה במעמדם ובכוחם של השחורים, היא גם הייתה גורם חשוב בהאצת התהליך. מנהיגים כמו קולין פאוול וקונדוליסה רייס המופיעים בחדשות על בסיס קבוע ללא ספק הביאו לסלילת הדרך לקראת דבר שרבים לא האמינו שיקרה: נשיא שחור. יש שאומרים שהנשיא השחור הראשון היה בעצם דיוויד פאלמר מתכנית הטלוויזיה 24 (בעוד שאחרים יטענו כי היה זה ביל קלינטון). בל נשכח את הנשיא טים בק אותו גילם מורגן פרימן בסרט פגיעה קטלנית (Deep Impact, 1998). גם כאן, העובדה שמפיקי תכניות טלוויזיה וסרטים היו מוכנים להפיק סרטים ותכניות טלוויזיה בהן מככב נשיא שחור, מעידה על כך שדעת הקהל בנושא זה עברה שינוי משמעותי.

בכל אחד מהמקרים הללו, התקשורת לא רק שיקפה את השינוי באקלים הציבורי, אלא גם שלחה מסר חשוב לכולם שזוהי הדרך בה כולם צריכים להתייחס לנושא. סובלנות פוליטית היא באופנה, וגזענות כבר לא. העובדה שהשינוי האקלימי הזה בא לידי ביטוי ומוגבר שוב ושוב הן בחדשות והן בתקשורת הבידורית, משפיעה לא רק על האופן בו אנשים רואים את הסוגיה הזו, אלא גם על הדרך שבה מנהיגים פוליטיים מדברים עליה.

אחת הדרכים המוצלחות ביותר שיש לתקשורת להגדיר חריגות פוליטיות היא פשוט להתעלם מהן. הנה דוגמה טובה. בבחירות 2009, 33 מפלגות התמודדו בבחירות לכנסת. 12 מפלגות נכנסו. נראה אם תוכלו למנות חמש מפלגות שהתמודדו, ולא נכנסו לכנסת (כמובן מבלי לבדוק באינטרנט). אתם יודעים מה, אעזור לכם. שתיים מהן היו מפלגות איכות הסביבה. הסיבה שאתם מתקשים כל כך היא שהתקשורת התעלמה כמעט לחלוטין ממפלגות אלה משום שהיא הניחה שהמועמדים שלהן לא ייכנסו לכנסת.

אם התקשורת אכן הייתה "אובייקטיבית" או אפילו "הוגנת", היא הייתה צריכה להעניק סיקור שווה לכל המפלגות הפוליטיות, גם לאלו שלא היה להן סיכוי להיבחר. אם אתם חושבים שזו דרישה קיצונית, אז לפחות מגיע למפלגות אלו לקבל זמן כלשהו כדי להציג את עמדותיהן, לא כן? אך כאשר רוב האנשים מדברים על חדשות "מאוזנות" הם בעצם מדברים על מתן זמן שווה למפלגות הגדולות, במיוחד לאלה שיש להן סיכוי לבחור את ראש הממשלה הבא.

גם אם תוחמים את רעיון האיזון למפלגות פוליטיות גדולות, ישנן עדיין בעיות רבות. המפלגה שבשלטון תמיד תהיה בעלת ערך חדשותי גדול יותר מאשר המפלגות שבאופוזיציה. זה הוזכר בפרק 1. לאלו שבשלטון יש השפעה על מה שקורה במדינה, בעוד שחברי האופוזיציה מקדישים את זמנם או לדיבור או לניסיון לבצע יותר פעולות סימבוליות בכנסת (בניסיון להפיל את הממשלה) או ברחוב (ארגון מחאות או השתתפות בהן). האם זה הגיוני לבקש מעורבים להעניק כמות זמן חדשותי שווה למחוקקים ולמעצבי המדיניות ולאלו שאין להם השפעה ממשית על חיינו? איזה עורך יפנה מקום מרצונו לחדשות פחות מעניינות על מנת לשמור על האיזון בסיקור בחירות?

הנה עובדה היסטורית מעניינת אודות חדשות בחירות בישראל. היו זמנים, לא מכבר, בהם היה אסור להראות או את פניהם של המועמדים או לשמוע את קולו/קולה בחדשות במהלך 30 הימים שלפני יום הבחירות. הסיבה, ללא ספק, התבססה על ההנחה ההגיונית שלפיה אלה המחזיקים בשלטון יקבלו, למעשה, יתרון שאינו הוגן, היות ויש באפשרותם להופיע בחדשות למרות שחוק זה עבר הרבה לפני שהייתה טלוויזיה בישראל (הוא יועד במקור ליומני חדשות שהוצגו בבתי הקולנוע), הוא בסופו של דבר יושם על חדשות הטלוויזיה.

כפי שאתם מתארים לעצמכם, זה הוביל לכמה סיפורים חדשותיים משעשעים מאוד. בשנת 1999, הנשיא לשעבר אפרים קציר השתתף בכנס בינלאומי חשוב בברית המועצות. אולם, הוא נמצא ברשימת המועמדים לכנסת במקום של כבוד (118) ברשימה ישראל אחת בראשות אהוד ברק. למיטב ידיעתם של הצופים הישראלים, רק נעליו של קציר הגיעו, היות והן כל מה שהתקשורת הראתה. ביוני 1981, מספר שבועות לפני הבחירות, אנואר סאדאת ערך פגישת פסגה עם ראש הממשלה מנחם בגין בשארם אל שייח. אלא שהטלוויזיה הישראלית לא יכלה להראות את בגין, אז הראו את סאדאת בפגישה מול כיסא ריק.

פועל יוצא של מה שקורה כיום הוא שאם עורכי חדשות רוצים לשמור על מעט איזון מסוג כלשהו, המציאות הפוליטית מבטיחה שמפלגות קטנות יותר שמתמודדות בבחירות לכנסת יסוקרו לעיתים רחוקות. על מנת לגלות משהו אודות מפלגות קטנות במהלך מסע הבחירות, יש לצאת ולחפש אתרים חלופיים ברשת. דרך אגב, זוהי דוגמה טובה לסיבה מדוע צריך לגלות ספקנות לגבי אלו המקדמים בצורה מוגזמת את כוחם של אתרי החדשות האלטרנטיביים על מנת לשנות את העולם הפוליטי. לכל אחת מהמפלגות הפוליטיות הללו היה אתר אינטרנט משלה, ורבות מהן קיבלו סיקור כלשהו באתרי החדשות האלטרנטיביים. שום דבר מזה, אגב, לא הפך

אותן לגורם משפיע בבחירות. התקשורת החדשותית המרכזית מתעלמת ממפלגות פוליטיות אלה משום שעיתונאים רואים אותן כשוליות, ועל ידי התעלמות מהן מסייעת התקשורת להבטיח שהן יישארו כאלה.

כאשר קבוצות פוליטיות שפחות פונות למרכז כן מקבלות סיקור, לתקשורת ההמונים יש דרך חלופית לדחוק אותן לשוליים: באמצעות תוויות. להלן מספר מונחי מסגור שכדאי לכם לחפש בזמן קריאה או צפייה בחדשות: "אלים", "קיצוני", "רדיקלי", "שוליים", "פנאטי", "קומוניסט", "פונדמנטליסט", "קנאי פנאטי", "כת" או (בן טובים) "חשוד בקשרים עם אל-קאעידה". אם קבוצה מצליחה לצאת מזה רק עם כינויים כמו "מטורף", "תימהוני" או "מוזר", עליה להחשיב את עצמה ברת מזל. לעיתים עיתונאים עושים שימוש בתוויות אלה, אך הם מופיעים לעיתים תכופות יותר בסיפורים חדשותיים כציטוטים של פוליטיקאים, מקורות ממשלתיים רשמיים או אנשי צבא או משטרה. נוסף על כך, בהתחשב בעיקרון סיקור "הדלת האחורית", כשמצטטים דוברים של קבוצות מסוג זה, בדרך כלל משתמשים בציטוטים המוזרים או המפחידים ביותר.

כל זאת אינו אמור להעיד על כך שחלק מקבוצות אלה, או אפילו מרביתן, אינן ראויות לתוויות מסוג זה. יש שם לא מעט קבוצות מסוכנות, וזה בסדר גמור אם התקשורת מקשה יותר על רשעים לשרוד ולשגשג. העניין הוא שתוויות אלה מבוססות בדרך כלל על התקשורת שסומכת יותר מדי על נקודות המבט של מקורות רשמיים, על הצורך לייצר דרמה, או משום שעיתונאים נוטים להסכים עם עמדות המרכז בקהל שלהם. כשאתם צופים בחדשות או קוראים אותן, עליכם לשאול את עצמכם תמיד האם **אתם** מאמינים שהתוויות מוצדקות. כמובן שלא קל לעשות את זה, הואיל ואתם מקבלים כמעט את כל המידע שלכם מהתקשורת. לכן, זה לעולם לא מזיק לפנות גם לכל מיני אתרי חדשות אלטרנטיביים על מנת לקבל נקודת מבט אחרת. כמו כן, כדאי לציין שוב שתוויות מסוג זה עשויות להתברר כזמניות. אלו שלחמו בעד זכויות ההומוסקסואלים ואלו שהתנגדו לנסיגה מדרום לבנון תויגו כקיצוניים בראשית מאבקם. בסופו של דבר אלו שהתנגדו לרעיון הם אלו שמצאו את עצמם במיעוט.

המדיה החדשה והטיה תרבותית

מה לגבי המדיה "החדשה"? האם היא מציגה השקפה פחות אתנוצנטרית על העולם? במילים אחרות: האם אתרי אינטרנט, בלוגים ומקורות אלטרנטיביים נוספים למידע פוליטי מציגים השקפה יותר נרחבת, יותר קוסמופוליטית של העולם? כמו בנושאים רבים העוסקים בטכנולוגיה החדשה, לא קיים מספיק מחקר טוב על מנת להגיע למסקנות מוצקות לגבי נושא זה. המסקנות הראשוניות הן מגוונות.

תחילה החדשות הטובות. כשמדובר בנגישות לחדשות בינלאומיות, זהו ללא ספק עולם חדש לגמרי. למי שיש עניין במדינות זרות יכול למצוא חדשות כמעט בכל שפה, כולל חדשות שהוכנו ונערכו על ידי עיתונאים שחיים באותן מדינות. גם אלה שדוברים אנגלית בלבד נמצאים במרחק הקלקה אחת או שתיים מגילוי המתרחש כמעט בכל מקום ברחבי העולם (במיוחד כאשר התרגומים המידיים המוצעים ברשת משתפרים). חשוב באותה מידה, האירועים מדווחים בזמן אמת, כך שאלה שמתעניינים בעניינים בינלאומיים יכולים להישאר מעודכנים בכל עת.

בנוסף, כפי שצוין קודם לכן, הממצאים הראשוניים מעידים שחדשות מקוונות מציעות משמעותית יותר חדשות בינלאומיות מאשר התקשורת המסורתית. זה חשוב, משום שלפי מכון

המחקר פיו (Pew Research center), החל משנת 2009, 61% מהאמריקנים מקבלים חדשות כלשהן באופן מקוון.²⁶ זה מציב את המקורות המקוונים במקום שני מיד אחרי הטלוויזיה כמקור לחדשות, ובמקום שקודם לעיתונים. לצערנו, אין בידינו נתונים טובים על כך מישראל, אך זה ברור גם לכל מי שמתבונן מהצד שאזרחים רבים מתעדכנים בחדשות על ידי פנייה לאתרים כמו nrg, Ynet ווואלה!.

ישנה, עם זאת, שאלה נוספת. עד כמה החדשות הללו הן באמת בינלאומיות. עד כמה הסיפורים נבנים באופן השונה כל כך ממה שרוב האנשים רגילים לראות. האם אלו הפונים למקורות מקוונים רואים גם אירועים הממוסגרים באופן שונה?

גם כאן למרבה הצער, כמעט כל המחקר הרציני בנושא מגיע מארה"ב. אלה שחקרו את המדיה החדשה לא מתרשמים במיוחד מהשונות התרבותית שלה. כריס פטרסון (Patterson) ערך מספר ניכר של מחקרים בנושא, וטוען בצורה משכנעת שאתרי חדשות מקוונים רבים נותנים יותר אשליה של שונות מאשר שונות אמיתית.²⁷ הסיבה החשובה ביותר לכך היא שכמעט כל האתרים הללו תלויים בארבע סוכנויות חדשות על מנת לדווח על יחסים בינלאומיים: רויטרס, סוכנות הידיעות האמריקנית AP, הבי.בי.סי וסוכנות הידיעות הצרפתית AFP. ישנם כמובן יוצאי דופן – דוגמת סי.אן.אן והניו יורק טיימס – אך עבור הרוב המכריע של ארגוני החדשות זה פשוט לא כדאי מבחינה כלכלית לשלוח כתבים לשוטט בעולם ולאסוף מידע. מסתבר שמיקור חוץ חשוב לא פחות ליצירת חדשות בינלאומיות ממש כמו שהוא חשוב ליצירת מכוניות.

כפי שפטרסון מציין, אחת המסקנות המוזרות יותר מכך היא שכאשר מוצעים לקוראים מאות קישורים אודות סיפור חדשותי, אלה שמקישים עליהם קוראים בסופו של דבר את אותו סיפור. כשכמעט כל אתר חדשותי תלוי באותן סוכנויות חדשות, זה לא באמת משנה כל כך אם אזרחים יקבלו את החדשות מ-Yahoo.com, מהגרסה המקוונת של שיקאגו טריביון או אפילו מאתר חדשותי מקוון קנדי דוגמת קלגרי סאן. לזה מתכוון פטרסון כשהוא מדבר על אשליה של שונות.

אולם, ייתכן שזו לא באמת בעיה גדולה. אם סוכנויות החדשות מפיקות תוכן המספק פרספקטיבה רחבה יותר על העולם ואנשים רבים יותר נחשפים לסיפורים הללו, זה אמור להוריד את רמת ההטיה התרבותית בחדשות. יש סיבות להאמין, עם זאת, שזה לא מה שבאמת קורה. ראשית, כשמדובר בסוג סיפורי החדשות המיוצרים על ידי סוכנויות החדשות, הם עורכים אותם תוך התחשבות בלקוחותיהם החשובים ביותר. כמו בעסקים, זה אומר בדרך כלל שיש לפנות ללקוחות העשירים ביותר, אשר במקרה זה הם ארה"ב ואירופה. כך פטרסון מנסח את זה:

היות שסוכנויות חדשות צריכות לרצות את כל עורכי החדשות בכל מקום, עליהם לעבוד קשה יותר מאשר לקוחותיהם העיתונאים על מנת ליצור מראית עין של אובייקטיביות וניטרליות. בעשותם כך הם מייצרים השקפה נוחה והומוגנית, אך עם זאת, מובחנת מבחינה אידיאולוגית, על העולם; סיפורים המאתגרים את העמדה האידיאולוגית של השחקנים הפוליטיים הדומיננטיים בזירה העולמית (בעיני הסוכנויות, ארה"ב ובריטניה) מקבלים התייחסות מועטה.²⁸

גם אם מדובר בעולם החדשות המקוון, לעיתים קרובות ניתן לתרגם כוח פוליטי לשליטה בתקשורת. ניתן ליישם את העיקרון הזה גם כאשר מדברים על כוח פוליטי בינלאומי. אם תחשבו לרגע על עולם הטלוויזיה והסרטים, זה נכון לגבי עולם הבידור ממש כמו שזה נכון לגבי החדשות.

התוכנית אמריקן איידול האמריקנית כמובן משודרת במספר רב של מדינות, אך תכניות טלוויזיה המופקות במדינות אחרות נאלצות להסתמך על הקהל המקומי שלהן, או על קהלים ממדינות אחרות הדוברות בשפה זהה.

הסיבה השנייה לכך שחדשות מקוונות עשויות לא להיות יותר רב-תרבותיות מאשר חדשות המועברות בדרכים האחרות קשורות לשיקול דעת מערכת. סוכנויות חדשות כמו רויטרס וסוכנות הידיעות האמריקנית אכן מספקות לעורכי חדשות מקוונות די הרבה סיפורים בינלאומיים שמהם הם יכולים לבחור. אך מרבית אתרי החדשות המקוונים צריכים לדאוג גם לקהל שלהם, והכנסת יותר מדי חדשות "זרות" יכולה להרחיק אנשים מהאתר.

ישנו ניסוי קטן אותו תוכלו לעשות על מנת להמחיש את הנקודה הזו (אל דאגה, לא תיאלצו לקבל מכות חשמל). ראשית, גשו למחשב שלכם (רצוי שתיקחו את הספר אתכם). כעת גשו לאחד מהאתרים המקוונים הראשיים שאליהם רוב האנשים פונים כדי לראות חדשות. אתם יכולים לפנות לפורטלים ראשיים דוגמת Nrg, Ynet מעריב או וואלה! ברגע שהגעתם לדף הבית, נסו לראות את היחס בין שיעור החדשות הבינלאומיות לעומת החדשות בארץ המופיעות בדף. זהו המידע ש"דוחפים" לכם בכל פעם שאתם נכנסים לאחד מהאתרים הללו. הסיפורים הבינלאומיים שכן תמצאו ב"עמוד השער" יגיעו בדרך כלל או משחקן בינלאומי ראשי (בייחוד ארה"ב), או מאויב ידוע של ישראל (חמאס, איראן) או מאסון בינלאומי מסוג כלשהו.

בהחלט ניתן לטעון שהקלקה פשוטה מספקת לכם הרבה יותר חדשות בינלאומיות מאשר אי פעם תקבלו מהתקשורת החדשותית המסורתית. אלו שרוצים לעשות מאמץ נוסף יכולים לבצע מספר הקלקות ולקבל גישה לכמעט כל פינה בעולם. אולם, כעת הביטוי קרוב יותר בחדשות הבינלאומיות הללו ושאלו את עצמכם שתי שאלות: (1) האם מקורן באחת הסוכנויות שצוינו למעלה? (2) האם יש משהו בכתבה שנשמע מוזר, פוגע או לא הולם עבור קהל ישראלי (למשל, סיקור חיובי של חמאס או איראן, או סיקור של מדינה שמעולם לא שמעתם עליה)? התשובה לשאלה הראשונה קרוב לוודאי תהיה כן, וסביר להניח שהתשובה לשאלה השנייה תהיה לא.

כעת אם אתם רוצים להיות חוקרים רציניים, קחו צעד נוסף קדימה. הביטוי באתר חדשותי **שמקורו** במדינה אחרת. כנסו לדוגמה לאתר *Times of India* (<http://timesofindia.indiatimes.com/>). רק כעת אתם מתחילים לראות חדשות מסוג שונה לגמרי. נכון שגם כאן ניתן למצוא די הרבה סיפורים חדשותיים שמקורם בסוכנויות החדשות הללו כמו גם חדשות אודות ארה"ב. בעקבות הבדלים שצוינו קודם לכן בהקשר לכוח בינלאומי, העניין של עיתונאים הודים בארה"ב הוא רב הרבה יותר מאשר זה של עיתונאים אמריקניים בהודו. אך אתם רואים גם מערך שונה של סיפורים חדשותיים לא רק מהודו, אלא גם ממדינות שהן משמעותיות מבחינתה של הודו, כמו פקיסטן וסין. יופיעו יותר חדשות אודות בוליווד, ואם באמת תרצו, תוכלו גם לקרוא חדשות מרתקות על קריקט. אם תתבוננו יותר מקרוב תגלו שזו לא רק רשימת הנושאים ששונה, זהו גם האופן בו כתובים הסיפורים. הם נכתבים על ידי עיתונאים הודיים שעושים שימוש בעיקר במקורות הודיים וכותבים עבור קהל הודי. תוכלו גם למצוא גישה ממוקדת-הודו דומה לאירועים אם תקראו את הבלוגים שמקורם במדינה זו.

לסיכום, בחינת התוכן התקשורתי אכן מעיד על כך שהשינויים הטכנולוגיים שקרו אכן מספקים גישה רחבה וקלה יותר לחדשות בינלאומיות. בנוסף, העובדה שאנשים צריכים להשקיע פחות מאמץ (הקלקה או שתיים) על מנת לקבל חדשות בינלאומיות יכולה להוביל יותר מהם

לחפש אחר מקומות אחרים ונקודות מבט אחרות. עם זאת, לכל זה לא תהיה השפעה רבה מדי אם לאנשים אין עניין לקבל חדשות ממדינות אחרות. מוקדם מדי לדעת כיצד זה ישפיע על ראיית העולם של אנשים. דבר אחד שלמדתי כמדען חברתי ישראלי הוא שאני רק מנבא את העבר (וגם בזה אני לא תמיד צודק).

הטיה אידיאולוגית בחדשות

כעת, סוף סוף, אנו מגיעים לשאלה המרכזית שמעניינת את רוב האנשים: שאלת ההטיה האידיאולוגית. בישראל, כמו במדינות רבות אחרות, מרבית הטענות באות מהימין, שמשוכנע שהרוב המכריע של העיתונאים הם שמאלנים שמטרתם העיקרית בחיים היא להשמיץ את כל מי ואת כל מה שקשור ל"מחנה הלאומי". ישנן עם זאת האשמות אחרות על הטיית שיוצאות ממחנות אחרים. ישנם את אלו שמודאגים מתופעת ה"בעלות-צולבת" שמתייחסת לטענות נגד מספר משפחות עשירות במיוחד שבידיהן שליטה פיננסית רבה מדי על סוגים שונים של תקשורת.²⁹ הטיעון הוא כי אמצעי תקשורת אלה מסרבים לנשוק את היד שמאכילה אותם ולייצר חדשות שיפגעו באינטרסים הפיננסיים של הבעלים של אותם אמצעי תקשורת. ישנם גם לא מעט אנשי שמאל שמעבירים ביקורת על נטייתם של התקשורת הישראלית "להתלכד סביב הדגל" בכל פעם שפורצת מלחמה, במקום לספק הערכה מפוכחת ועצמאית יותר על השאלה האם יציאה למלחמה שווה את הסיכון ואת אובדן החיים. למרות שכל הטיעונים יכולים להיחשב לצורות שונות של הטיה אידיאולוגית, הדיון בספר זה יתמקד בטענות על כך שהעיתונות היא שמאלנית ללא תקנה. למרבה הצער, למרות כל הטענות, יש לנו מעט מאוד מחקר רציני בישראל על הטיה אידיאולוגית. ישנם ארגונים המנסים ל"הוכיח" שהתקשורת מוטה, אך "המחקר" שלהם מתבסס בעיקר על מציאת סיפורים חדשניים מסוימים המדגימים את טענתם. ביצוע מחקר רציני בתחום זה הוא מעשה מורכב במיוחד, וביסוס מסקנות על מבחר דוגמאות (מבלי למצוא אף פעם יוצאים מהכלל לכללים שלהם עצמם) הוא בוודאי לא הדרך לחקור את הנושא.

תוכלו להתנחם בעובדה שישנם ארגונים דומים רבים במדינות מערביות אחרות. כפי שוודאי ציפיתם, הדיון בארה"ב בין השמרנים לליברלים הוא אינטנסיבי במיוחד, והוביל לפרסומם של אינספור ספרים בנושא. כותבי ספרים אלו בדרך כלל מספקים את הגישה הפשטנית ביותר לנושא זה. ספרים אלו גם מתהדרים בכותרות מצלצלות שמדברות על "שקרים", "הסיפור האמיתי" או "אידיוטים" מהצד האחר. אם תקראו ולו אחד מהספרים הללו תהיו משוכנעים לחלוטין שהסופר הצביע בדיוק על הנקודה לגבי ההטיה התקשורתית בארה"ב. כאשר מציגים בפנינו ראיות משכנעות כאלה אודות סיקור תקשורת הנוטה בבירור לכיוון זה או אחר, איך לא נשתכנע? אולם, אם תחליטו לקרוא מספר ספרים ממחנות שונים, קרוב לוודאי שיקרה אחד משני דברים. או שתשתכנעו על ידי אלו שהכי קרובים לדעות שלכם, או שתישארו מבולבלים (ואז או שתחזרו לקרוא סיפורת, תצפו בטלוויזיה או שתבלו זמן רב יותר מול הפייסבוק).

הבעיה עם ספרים ו"דיווחים" מסוג זה מתחילה בזה שהם מבוססים יותר מדי על ראיות אנקדוטיות. עליי לציין שהמילה אנקדוטי נחשבת לניבול פה גם במיוחד בקרב מרבית העוסקים במדעי החברה. הבעיה עם ראייה אנקדוטית היא שאם תתאמצו, תוכלו בדרך כלל למצוא את מה שחיפשתם. כל שעליכם לעשות הוא לסרוק חדשות טלוויזיה במשך אלפי שעות, להאזין שעות על גבי שעות לדיבורים ברדיו, לקרוא אלפי עמודים בעיתונים שונים ולהתעלם מכל דוגמה שמפריכה

את דעתכם. למעשה, התיאור הזה אולי מחמיא מדי. רוב המלומדים קרוב לוודאי אינם מעבירים אלפי שעות באיסוף "ראיות" (בואו נקווה שהם מבליים לפחות כמה מאות שעות).

ישנם גם מחקרים רציניים יותר שבוצעו בארה"ב בנושא הטיה אידיאולוגית. אם תלמדו אודותיהם זה יעזור לכם להבין טוב יותר מדוע מחקר מסוג זה כל כך קשה לביצוע. לאחר מכן, נדון בשני מחקרים שנערכו בישראל ובחנו את סוגיית ההטיה בחדשות בחירות, והתוצאות עשויות להפתיע אתכם.

לפני שנבחן את המחקר האמריקני בנושא, חשוב לציין מה המשמעות של להיות "ליברלי" ו"שמרני" בארצות הברית, היות וזה שונה מהמשמעות של שמאל וימין בישראל.³⁰ למרות שחלוקה כזו היא תמיד בעייתית, דרך אחת לסכם את ההבדלים היא לדבר על האופן שבו ליברלים ושמרנים מתייחסים לתפקיד הממשלה בחיי האזרחים. הליברלים מאמינים שהאזרחים צריכים להיות אחראים באופן קולקטיבי על רווחתם האחד של האחר. פירוש הדבר, בין היתר, שבאחריות הממשלה להתערב באופן פעיל באמצעות מדיניות שתעזור לאלו שפחות שפר גורלם בחברה. האמונה הבסיסית הזו מתורגמת לעתים קרובות לממשלה "גדולה" יותר. ליברלים נוטים לתמוך במדיניות כמו ביטוח בריאות אוניברסלי לכולם, אפליה מתקנת, פמיניזם ורגולציה של מוסדות פיננסיים. השמרנים מאמינים שאנשים צריכים להיות אחראיים על רווחתם שלהם, ושהממשלה צריכה להישאר מחוץ לחיי האזרחים ככל האפשר. ההנחה היא שכשאנשים פועלים על פי האינטרס האישי שלהם, זה מועיל לחברה. השמרנים בארה"ב הם נגד פיקוח על נשק, נגד אפליה מתקנת, ובעד מיסים נמוכים יותר ושוק חופשי. בנוסף, ליברלים ושמרנים נבדלים ביחס למקום הדת והמסורת בחברה. השמרנים תומכים יותר בערכי הדת, מה שמסביר מדוע הם "בעד-חיים" (Pro-Life) (נגד הפלות) ורוצים בהפרדה מעטה יותר בין הכנסייה למדינה. הליברלים בדרך כלל "בעד-בחירה" (Pro-Choice) ומתנגדים לכל נוכחות דתית שהיא בבתי הספר.

אחד המחקרים המשמעותיים הראשונים על הטיה תקשורתית בארה"ב היה ספר "האליטה התקשורתית" (*The Media Elite*) שנכתב על ידי סמואל רוברט ליכטר (Lichter), סטנלי רוטמן (Rothman) ולינדה ליכטר (Lichter).³¹ מחקרים ניסה להבין את רמת הליברליזם בעיתונות על ידי התבוננות בהשקפות פוליטיות על בסיס סקר רחב יחסית שנערך בקרב עיתונאים. מסקנותיהם, שלעיתים קרובות מצוטטות על ידי קבוצות שמרניות, היו שמרנית העיתונאים האמריקנים היו עירוניים, לא דתיים וליברלים. 54% מהעיתונאים תיארו את השקפותיהם כשמאלה מהמרכז, 29% כ"באמצע הדרך" ורק 20% דיווחו על היותם ימניים. זה היה שונה מאוד מהממצאים בציבור הרחב בהם, באותה עת, היו יותר אנשים שתיארו את עצמם כשמרנים מאשר כליברלים. החוקרים מצאו גם שהעיתונאים נטו יותר להצביע עבור מועמדים דמוקרטים לנשיאות מאשר עבור מועמדים רפובליקנים.

פעילים של השמאל האמריקני, מאידך, אפשר ויעדיפו לצטט מסקנות מחקר משנת 1998 שבוצע על ידי הארגון הליברלי להגינות ולדיוק בדיווח (Fairness and Accuracy in Reporting (FAIR).³² אחת הנקודות החשובות שהועלו במחקר הזה הייתה שכאשר מדברים על ליברליזם ושמרנות של עיתונאים, יש לשאול על עמדתם כלפי נושאים מסוימים. האם אנחנו מדברים על ליברליזם ביחס לנושאים חברתיים, יחסים בינלאומיים, פשיעה, כלכלה? הם ביצעו גם סקר בקרב עיתונאים אמריקניים והשוו אותו עם השקפותיו של הציבור הרחב המבוסס על סקרים ארציים.

הבדל מעניין בלט כשנבחנו דעותיהם של עיתונאים אמריקניים אודות מספר נושאים פוליטיים. הדבר הראשון שיש לציין הוא שמרבית העיתונאים תיארו את עצמם כ"מרכזיים" ביחס לרוב הנושאים. כשנשאלו לגבי דעותיהם על סוגיות ספציפיות, התגלו הבדלים מעניינים בייחוד ביחס להשקפותיהם באשר לסוגיות "חברתיות" ו"כלכליות". הסוגיות החברתיות עסקו בנושאים כמו זכויות ההומוסקסואלים והפלות, בעוד שהסוגיות הכלכליות עסקו בנושאים כמו האם מעסיקים צריכים לספק ביטוח בריאות או לא, או האם צריכים לקצץ בביטוח הלאומי ובביטוח בריאות (Medicare). ההשערה ביחס לסוגיות הכלכליות הייתה שליברלים היו רוצים שמעסיקים ישלמו עבור ביטוח בריאות ושהם יהיו נגד כל קיצוץ בהטבות ממשלתיות. המחקר מצא שעיתונאים אכן היו יותר ליברלים באשר לסוגיות החברתיות, אך יותר שמרניים מהציבור ביחס לנושאים הכלכליים. גם אם אחדים יהיו חשדניים לגבי הממצאים היות והמחקר נערך על ידי קבוצה ליברלית, המחקר אכן מזכיר לנו את החשיבות של הגדרה ברורה של מה שאנחנו מתכוונים אליו בהטיה ליברלית, או בישראל - הטיה שמאלנית.

דברים דומים אפשר לומר על שמאל וימין בישראל. זה נכון שכאשר רוב האנשים מדברים על השמאל ועל הימין הם כמעט תמיד מתייחסים לפתרון הרצוי לגבי סוגיית ההתנחלויות והשטחים. עם זאת, הן עיתונאים והן אזרחים אחרים, יכולים להיחשב כשמאלנים כשמדובר בשטחים, ולימנים כשמדובר בנושאים כלכליים. דוגמה טובה לכך תהיה עיתון הארץ שנחשב על דעת רוב הפרשנים כשמאלני באוריינטציית העריכה שלו. מאידך, כשמדובר במדיניות כלכלית, העיתון רחוק ככל האפשר ממעוזם של אוהדים חברתיים.

השאלה כיצד להעריך הטיה ליברלית בארה"ב היא אפילו יותר קשה מהשאלה כיצד להגדיר אותה (אף על פי שיש ללא ספק קשר בין שתי השאלות). לדוגמה, ישנם לא מעט מחקרים שדוגלים בגישה שתוארה קודם לכן השואלת עיתונאים אודות השקפותיהם, ואז משווה את תגובותיהם לאלו שניתנו על ידי הציבור הרחב.³³ חלק מהמחקרים הללו גם הגיעו למסקנה כי עיתונאים נוטים להיות יותר ליברלים. ההשערה הבסיסית היא שעיתונאים ליברליים בדרך כלל ייצרו סיפורים חדשותיים ליברליים.

קיימות מספר סיבות, עם זאת, להטיל ספק בהשערה זו. ראשית, לא גוף החדשות האינדיבידואלי ולא העיתונאים עצמם מעוניינים להיות מזוהים עם מחנה מסוים, משום שזה יעלה להם בכסף רב אם הם יאבדו חלקים משמעותיים מהקהל שלהם. שנית, מעט עיתונאים היו מוותרים על סיפור חדשותי נהדר רק בגלל שהוא פוגע באנשי השמאל. המוניטין והקידום המקצועיים שלהם תלויים בראש ובראשונה ביכולתם לייצר סיפורים חדשותיים מעניינים שאינם קשורים לקידום מועמד או מטרה. שערורייה טובה סביב פוליטיקאי של השמאל היא בעלת ערך רב מדיי מכדי לוותר עליה. דבר שלישי, עיתונאים תלויים מאוד במקורות רשמיים. כפי שנידון בפרק הראשון, הכוח הפוליטי היחסי של מקורות אלה עשוי להיות חשוב הרבה יותר מאשר ההשקפות הפוליטיות של העיתונאים. כאשר האגף הימני נמצא בשלטון, לאנשיו תהיה נגישות שבשגרה לכתבים יותר מאשר לאנשי השמאל באופוזיציה.

מספר מחקרים רציניים ניסו להתמודד עם הסוגיה כיצד להעריך הטיה אידיאולוגית. אחד החשובים ביניהם הוא "מטא-אנליזה" שבוצעה על ידי דייב ד'אלסיו (D'Alessio) ומייק אלן (Allen).³⁴ מטא-אנליזה בוחנת את כל המחקרים שנערכו על שאלת מחקר מסוימת, ומנסה להגיע למסקנה כוללת אודות הממצאים. הרעיון הוא שאם מחקרים שונים רבים שמשתמשים בגישות

ומתודולוגיות שונות מגיעים לאותה מסקנה, יש יותר סיכויים שהם יגלו מה באמת קורה. במחקרם הם בדקו סך של 59 מחקרים ולא מצאו הטיית משמעותית בעיתונים, ורק הטיה מאוד קטנה לכיוון הליברלי בחדשות הטלוויזיה.

התוצאות של מחקרים נפרדים, גם אם הם נערכים על ידי חוקרים רציניים, הן מעורבות. טים גרוסקלוז (Grosecklose) וג'פרי מיליו (Milyo) החליטו לבדוק תקשורת חדשותית אמריקנית בהיקף רחב יותר, ולחפש אחר כמות הציטוטים מצוותי חשיבה ליברליים ושמרניים בהם השתמש כל אמצעי תקשורת.³⁵ זה סיפק להם את אמת המידה הראשונה להטיה אידיאולוגית. בשלב השני, הם השוו את התוכן החדשותי עם נתוני ההצבעה של נציגים בקונגרס ובסנאט בנושאים שונים. בהתבסס על אמת מידה זו, הם מצאו שהתקשורת ברובה נוטה הרבה יותר שמאלה מאשר רוב המנהיגים הפוליטיים.

במחקר נוסף שבוצע על ידי טוניה קוברט (Covert) ופילו וושברן (Washburn) נקטה גישה אחרת לחלוטין, והחוקרים הגיעו למסקנה שונה.³⁶ הם ערכו ניתוח תוכן של סיקור בעיתונים טיים וניוזוויק בנושאי פשיעה, הסביבה, מגדר ועוני החל משנת 1995 עד 2000. הם השוו את התוצאות לסיקור של שני כתבי-עת חד צדדיים בבירור: נשיונל ריווי השמרני ופרוגרסיב הליברלי. לבסוף הם חישבו את "ניקוד ההטיה" והסיקו ששני כתבי העת היו "מרכזיים". חלק יטענו שלהיות מרכזי זה גם כן הטיה מסוג מסוים, אך עבור מרבית המבקרים השאלה היא האם התקשורת נוטה לעבר השמאל או לעבר הימין.

מחקר גדול נוסף שחשוב לציין נערך על ידי דיוויד ניבן (Niven) בספרו: נטייה? חיפוש אחר הטיה תקשורתית (*Tilt?: Search for Media Bias*).³⁷ ניבן טוען שאחת הבעיות במדידת הטיה היא שהן מלומדים והן חוקרים מוצאים את עצמם, לעיתים קרובות, מכסים אירועים שאינם באמת שווים ערך. במסע בחירות, למשל, אי אפשר לדבר על איזון בכמות הסיקור אלא אם כן שני המתמודדים הם בעלי ערך חדשותי שווה. הסיכוי שזה יקרה אינו סביר, אז העובדה שמועמד אחד מקבל סיקור חדשותי רחב יותר אינה מעידה על היותה של העיתונות מוטיית. חשוב להוסיף שכאשר מועמד או מנהיג אחד מצליח יותר מאחר, אי אפשר להאשים את העיתונות בסיקור ההולם את הצלחה זו.

ניבן בדק הבדלים בטון הסיקור כאשר נשיאים דמוקרטיים או רפובליקניים מצאו את עצמם עם הצלחות או עם כישלונות מסוג דומה. דוגמה אחת הייתה כמה נקודות זכות או אשמה קיבלו מנהיגים אלו כשהתמודדו מול רמות זהות של שיעורי אבטלה. ההיגיון במחקר היה שאם העיתונות מוטיית, עליה לתת למנהיג של מפלגה אחת סיקור טוב יותר או רע יותר, למרות שהמצב האובייקטיבי היה זהה. ניתוחו המוקפד לא גילה כל הטיה תקשורתית בסיקור סיפורים מסוג זה. ממצא זה אומר לנו, שוב, כי הדחף לייצר סיפור מעניין חשוב הרבה יותר מאשר הרקע האידיאולוגי של העיתונאים.

התקשורת הייתה מגויסת לטובת ברק אובמה?

על מנת להבין מדוע הטיה אידיאולוגית מורכבת כל כך, הבה ניקח את מה שרבים מחשיבים כמקרה הברור ביותר להטיה פוליטית בתקשורת החדשותית: הסיקור בבחירות 2008 של ברק אובמה. כמעט כולם יסכימו שהעיתונות בארה"ב התאהבה באובמה כמעט מההתחלה.³⁸

נראה שתמיכת העיתונות באובמה החלה כשהוא התמודד מול הילרי קלינטון, ונראה שחיבה זו הפכה עוד יותר לוהטת במרוץ נגד ג'ון מקיין. זו הייתה הדעה הרווחת, אפילו בקרב דמוקרטים. תכנית האירוח הקומית, הידועה כליברלית, סטרדיי נייט לייב (Saturday Night Live) שיקפה את הלך הרוח האוהד כלפי אובאמה באותם ימים במהלך המרוץ לפריימריז בין אובמה לקלינטון.³⁹ באחד המערכונים ששודר בתכנית מתקיים עימות בין שני המועמדים. הקטע הולך ככה:

מנחה העימות: הסנטורית הילרי קלינטון. "שר החוץ של ניגריה" האם תוכלי לנקוב בשמו?

"קלינטון": "אני, אה... לא יודעת".

מנחה: "אודו מדואקה. סנטור אובמה, אותה שאלה."

"אובמה": "אודו מדואקה"

מנחה: "נכון! סנטור קלינטון, סגן השגריר של סרי לנקה באו"ם. מי הוא?"

"קלינטון": "הו, הו, זה פרסאד, או, או..."

מנחה (מפריע): "זוהי שאלה מכשילה, התפקיד הזה כרגע פנוי. סנטור אובמה, אותה שאלה."

"אובמה": "אני לא חושב שמישהו מכהן בתפקיד זה כרגע".

מנחה הדיון: נכון!

הייתה אפיזודה נוספת בתכנית סטרדיי נייט לייב שהשאלה המחניפה של הכתבים לאובמה הייתה האם נוח לו, והאם היה מעוניין בכרית. הדברים הגיעו לידי כך שהמציאות, במקרה הזה, אפילו חיקתה את הדמיון של כותבי המערכונים. באחד העימותים שהתקיימו, במציאות בין השניים, מחתה הילרי קלינטון על העובדה שתמיד היא התבקשה לענות על השאלות ראשונה, ואז הוסיפה: "אולי כדאי שנשאל את ברק אם נוח לו והאם הוא צריך כרית נוספת".

כפי שצוין, אותה טענה בדבר העדפה ברורה לברק אובמה נשמעה גם במהלך קמפיין הבחירות על הנשיאות, מול ג'ון מקיין. למעשה, בסקר שנערך על ידי מכון המחקר פיו המוערך מאוד באוקטובר 2008, 70% מהאמריקנים האמינו שהעיתונות הייתה מוטית לטובת אובמה, ורק 9% חשבו שהעיתונות העדיפה את מקיין (השאר או שחשבו שהמתמודדים זוכים ליחס שווה, או שלא הביעו דעה).⁴⁰

מכון המחקר פיו ערך גם ניתוח תוכן רציני מאוד של התוכן החדשותי של מעל 2,400 סיפורים חדשותיים מ-48 מקורות חדשותיים במהלך שישה שבועות, החל מתום הוועידות ועד הדיון הפומבי האחרון.⁴¹ הן התוצאות והן הפרשנויות סיפקו ראיות חשובות אודות טבעה של ההטיה בעיתונות. החוקרים מצאו שהעיתונות דווקא לא חרגה בסיקור אוהד של לאובמה; אולם, הסיקור של מקיין זכה ליחס שלילי באופן לא פרופורציונאלי. למעשה, היו פי שלושה סיפורים חדשותיים לא אוהדים על מקיין מאשר סיפורים חיוביים. אובמה, לעומתו, קיבל כמות דומה למדי של סיפורים חיוביים ושליליים. אם כן, על פניו זה מה שאמור להיות האקדח המעשן: העיתונות בארה"ב הייתה מגויסת לטובת אובמה.

אלא שישנה בעיה אחת עיקרית עם מסקנה זו. האם כל החדשות השליליות אודות מקיין היו בגלל שהעיתונאים לא רצו שהוא ייבחר לנשיאות (בהנחה שהם אינם אוהבים רפובליקנים), או שמא היה זה בגלל שהיו פשוט הרבה יותר חדשות שליליות לדווח על מסעו של מקיין? זה מחזיר אותנו לנקודה הקודמת: הפוליטיקאים המצליחים יותר יקבלו תמיד סיקור אוהד יותר. מחקר פיו מציג, לדוגמה, שהסיקור של מקיין החל בנימה חיובית, אך הפך לשלילי בצורה חדה לאחר תגובתו הבעייתית למשבר הכלכלי (הוא אמר ש"ייסודות הכלכלה חזקים"). מקיין אז השהה את מסעו וחזר לווינגטון, דבר שנתפס בעיני רבים כתעלול, גימיק, תעמולתי יותר מאשר כתגובה רצינית למשבר. כעת, הוסיפו על כך את העובדה שאובמה המשיך לעלות בסקרים בעוד שמקיין נפל, ואתם מתחילים לתהות: האם היו פשוט יותר חדשות רעות אודות מקיין, או שמא העיתונות עשתה החלטה מודעת או לא-מודעת לדווח על יותר חדשות רעות אודות מקיין ופחות מהן אודות אובמה?

כך הציג זאת דוח פיו:

שאלה אחת שעשויה לעלות היא האם ממצאים אלו מספקים ראיה לכך שהתקשורת החדשותית היא בעד אובמה. האם ישנו גורם מסוים במספרים אלו המשקף קשר שורשי לא מודע או אחר של עיתונאים עם אובמה לעומת מקיין? הנתונים אינם מספקים תשובות חד משמעיות. הם כן מציעים שניצחון בפוליטיקה מוליד סיקור מנצח, בחלקו הודות לנטייה התמידית של העיתונות למסגר את הסיקור שלה של בחירות ארציות כסיפור עלילה מתמשך אודות עמדתם היחסית של מועמדים בסקרים, ואודות התמרון הטקטי הפנימי לשינוי עמדות אלו. הסיקור של אובמה היה שלילי כאשר הוא ירד בסקרים, והפך לחיובי כאשר הוא החל לעלות, וזה היה כך בדיוק גם עבור מקיין.⁴²

כעת זה בהחלט נשמע כמו מעגל פוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה. שינויים פוליטיים (מקיין עושה טעויות ויורד בסקרים) מובילים לשינויים בתקשורת (סיקור שלילי נוסף של מקיין) שקרוב לוודאי הובילו לשינויים פוליטיים נוספים (פחות אנשים מוכנים להצביע עבור מקיין). כפי שמנסחים חוקרי פיו על ידי בחינת אירועים ממשניים, נדמה כי אפשר לייחס את הסיקור באופן טוב יותר ל"חיזוק – במקום השפעות על התקשורת שהעיתונות מייצרת".⁴³

הבעיה עם האקדח המעשן הזה היא שלברק אובמה היו יתרונות רבים שלא היו קשורים כלל להטיה הליברלית. הוא פשוט היה סיפור חדשותי מעולה. הנה האדם השחור הראשון בהיסטוריה של המדינה בעל סיכוי ריאלי להיות נשיא ארה"ב. יש לו אישיות כריזמטית מאוד, הוא היה נואם מדחים והוא היה מישוה שניהל מסע בחירות כמעט מושלם. המון עצום ונלהב קידם את פניו לא רק בארה"ב, אלא גם מחוצה לה. מנקודת המבט החדשותית, הילרי קלינטון הייתה האישה הראשונה שהיה לה סיכוי רציני להיות נשיאה, אך היא הייתה כבר דמות מוכרת היטב. ג'ון מקיין ניהל מסע בחירות בעייתי מאוד, כך שהשאלה שלא ניתן לענות עליה היא האם התקשורת הייתה מסקרת אותו באופן שונה לו מידת הפופולריות שלו הייתה עולה, וזו של אובמה הייתה צונחת במהלך אותה העת.⁴⁴

הנקודה היא שישנם מקרים רבים בהם האינטרסים האידאולוגיים והמסחריים של העיתונות דוחפים לאותו כיוון, ולכן אי אפשר לדעת מהי הסיבה "האמיתית" להטיה. המבחנים הטובים ביותר עבור הטיה שמאלנית מתרחשים כאשר שיקולים מסוג זה נעים **בכיוונים מנוגדים**, מקרים שבהם התקשורת שנחשבת לשמאלנית מוצאת עצמה עם מועמד פופולרי מאוד מהאגף הימני, או עם אירוע גדול שמעניק יתרון ברור לטיעונים השמרניים. אחת הדוגמאות הטובות

למצבים מסוג זה בישראל היא כאשר אנו בוחנים את סיקור הטרור במהלך תהליך אוסלו. על זה נדון בפרק הבא.

כאשר חושבים על התקשורת הנחשבת לשמאלנית, כביכול, אתם צריכים לזכור עוד נקודה אחת. התקשורת החדשותית אוהבת יותר מכל דבר אחר סכסוכים ומלחמות. למעשה, ללא סכסוך לא יישאר הרבה על מה לדווח מלבד על נינט טייב, בר רפאלי ודובי קואלה המגיעים לגן החיות המקומי. עיתונות באמת ליברלית ויונית תשים דגש רב יותר על שלום ופיוס. אולם, לשלום פשוט אין ערך חדשותי. שלום ואהבה טובים ליצירת מוסיקה מצוינת, אך מייצרים חדשות גרועות. ישנה סיבה טובה למימרה באנגלית: "אם זה מדמם אז זה מעניין" (if it bleeds it leads). העולם כפי שהוא מתואר בתקשורת מפחיד, והדגש הזה מספק יתרונות חשובים למנהיגים המקדמים עמדה קשוחה נגד פשע וגנישה ניצית ליחסים בינלאומיים. רעיון זה יזכה להרחבה בפרק הבא.

הטיה אידיאולוגית בתקשורת הישראלית

המחקרים המעטים על הטיה אידיאולוגית של התקשורת בישראל מתמקדים ספציפית באופן בו התקשורת החדשותית מסקרת מסעות בחירות. אין זה מפתיע, משום שאנשים נעשים רגישים במיוחד כאשר הם חושבים שהתקשורת מנסה להטות את הבחירות. גם כאן, מרבית ההאשמות על הטיות מגיעות מאלו שמזוהים עם הימין. למרבה המזל, יש בידינו מחקרים שבדקו את הנושא הזה בלא מעט בחירות: החל ממסע הבחירות בשנת 1996 עד שנת 2009. היכולת לבדוק את הנושא הזה לאורך זמן מאפשרת לנו לראות מעבר לנסיבות פוליטיות מסוימות שיכולות להשפיע על הסיקור התקשורתי. המחקרים, שכולם נבדקו חדשות בטלוויזיה, נערכו ברובם על ידי תמיר שיפר (Sheafer), יריב צפתי (Tzfati) וגבי וימן (Weimann).⁴⁵

השאלה הראשונה שהמחקרים הללו בדקו עסקה ברמת ההטיה במונחים של כמות הסיקור שמפלגות פוליטיות שונות קיבלו. זוהי אינה שאלה פשוטה כפי שהיא נראית, בייחוד כשמדובר במערכת בחירות מרובת מפלגות כמו בישראל. כיצד תגדירו דרך הוגנת אמיתית להקצאת זמן חדשות למגוון המפלגות הפוליטיות? יש שיטענו שכל מפלגה בודדת המתמודדת לכנסת ראויה לקבל זמן שווה. אך פירוש הדבר שיש לתת משך זמן זהה למפלגות שאין להן סיכוי להגיע לכנסת, וגם לאלו שמנהיגן עשוי להיות ראש הממשלה הבא. הציבור, מן הסתם, לא יקבל הקצאה שכזו. אפשר, אם כן, להניח שהשיטה ההגיונית ביותר תהיה להקצות זמן שווה למפלגות הגדולות, ופחות זמן למפלגות קטנות יותר. אם כן, האם אפשר להחליט על פי כמות מושבי הכנסת שיש כרגע למפלגה, או על פי כמות המושבים הצפויים להיות לה בהתבסס על הסקרים? אבל אפילו אם נצליח להמציא הגדרה הגיונית לשאלה מהי מפלגה "גדולה". מה תעשו אם מפלגה אחת עושה דברים הרבה יותר מעניינים (בעלי ערך חדשותי) מאשר המפלגה האחרת? האם עדיין תנסו להקצות זמן שווה לשתייהן, ובכך תבטיחו שהצופים יחליטו לעבור לתחנה אחרת?

בעיה נוספת היא שרק משום שמועמד פוליטי או מפלגה פוליטית מקבלים סיקור נרחב, אין זה אומר שמדובר בסיקור חיובי. ראש הממשלה אולמרט, למשל, קיבל סיקור נרחב במהלך מסע הבחירות בשנת 2006, אך לא מעט התמקד בהאשמות של שחיתות. בהתחשב בעובדה שמרבית חדשות הבחירות הן שליליות, ייתכן שקבלת פחות סיקור יכולה להיחשב כדבר טוב.

למרות הסתייגויות אלה, כדאי ללא ספק לבדוק את כמות הסיקור שהמפלגות הגדולות קיבלו במהלך ששת מסעות הבחירות. מסקנותיהם הכלליות של החוקרים הן באופן כללי מעודדות. הם מצאו שבאופן כללי לא היו הבדלים אידיאולוגיים משמעותיים בכמות הסיקור שניתנה לשני המועמדים המרכזיים או לשתי המפלגות הגדולות שהתמודדו לכנסת. ההבדל היחיד ששווה לציין הוא שראשי הממשלה, ימניים, שמאלנים או מרכזיים, אכן קיבלו יותר זמן בטלוויזיה מאשר אלו הנמצאים באופוזיציה. הסיבה לכך היא שראשי ממשלה, תהיה השקפתם אשר תהיה, הם תמיד בעלי ערך חדשותי רב יותר מאשר אלו שאינם מחזיקים במשרה רשמית. באופן מעניין, נמצא גם שאפילו יתרון זה נטה להצטמצם ככל שיום הבחירות התקרב.⁴⁶

השאלה המעניינת יותר ביחס להטיה אידיאולוגית היא האם מועמדים או מפלגות מהאגף הימני מקבלים באופן עקבי יותר ביקורת בתקשורת מאשר אלו המזוהים עם השמאל או המרכז. גם כאן חוקרים כמעט שלא מצאו ראיות להטיה שיטתית נגד מועמדים או מפלגות מהאגף הימני. לעיתים הימין אכן מקבל יותר ביקורת, לעיתים היה זה המרכז או השמאל שמקבלים יותר ביקורת, ולעיתים לא היו הבדלים משמעותיים בהיקף הביקורת. כמו תמיד, המפתח להבנת ההבדלים הללו נמצא בסביבה הפוליטית סביב כל מסע בחירות, ולא בקונויה אידיאולוגית.

המחקר מראה שהייתה הצדקה כלשהי לטענותיו של נתניהו נגד התקשורת הישראלית במערכות הבחירות של 1996 ו-1999: היו אכן יותר סיפורים חדשותיים שהיו ביקורתיים כלפיו מאשר כלפי מתחריו. בשנת 2001, כשהבחירות נערכו רק עבור ראש הממשלה, המועמד של השמאל אהוד ברק ספג ביקורת רבה יותר מאשר אריאל שרון. כאשר שרון התמודד מול עמרם מצנע בשנת 2003, לא נמצאו הבדלים משמעותיים בכמות הסיקור השלילי שקיבל כל אחד מהמועמדים או מפלגותיהם. כמו כן, לא הייתה כל ראיה להטיה לצד השמאלי של המפה הפוליטית הן בבחירות 2006 והן ב-2009. בשנת 2006, המפלגה שקיבלה את רוב הסיקור הביקורתי הייתה המפלגה המרכזית קדימה, בחלקו בגלל סיפורי השחיתות שנידונו קודם לכן.⁴⁷ במסע בחירות 2009 קדימה, הליכוד ומפלגת העבודה קיבלו כמות זהה של ביקורת מהחדשות בטלוויזיה.⁴⁸

אז מה אנו למדים מממצאים אלו? ראשית, הם מעידים על כך שאלו שטוענים שישנה הטיה עקבית ושיטתית שמאלנית בחדשות לקראת הבחירות טועים, לפחות כאשר מדובר בסיקור טלוויזיוני. אומנם לנתניהו הייתה בעיה עם העיתונות בשני מסעות הבחירות הראשונים, אך הדבר אינו נכון לכל המתמודדים הימניים. הוא אפילו אינו נכון עבור נתניהו עצמו בבחירות 2009. למעשה, היו אלה המועמד של השמאל אהוד ברק בשנת 2001 והמועמד של המרכז אולמרט בשנת 2006 שקיבלו ביקורת רבה יותר ממתחריהם באגף הימני. כפי שכותבי המחקרים הללו גורסים, הסבר טוב הרבה יותר להבדלים בכל מסע בחירות הוא שיעתונים המסקרים מסעות בחירות משקפים שינויים באקלים הפוליטי. במהלך מה שניתן לכנות "שנות אוסלו" (1996, 1999) הייתה ביקורת רבה כלפי הימין משום שרבים ראו בו כמכשול לשלום. אולם, במהלך השנים של האינתיפאדה השנייה (2001, 2003) הייתה יותר ביקורת כלפי השמאל, או שלא היה הבדל. בנוסף, ישנן שנים בהן מועמד אחד או יותר נקלע לצרות בגלל האשמות של שחיתות.

ממצאים אלו תואמים באופן מושלם את שני הנושאים שהודגשו לאורך הספר. ראשית, בהתבסס על עקרון מעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה, נצפה שכל היתרונות בתקשורת יעוגנו בשינויים בסביבה הפוליטית סביב מסע הבחירות. שנית, הצורך של התקשורת ליצור סיפורים חדשותיים מעניינים חשוב הרבה יותר מאשר כל צורה של הטיה אידיאולוגית.

ישנו ממצא אחרון בגוף העבודות הללו שמספר לנו דבר חשוב אודות הפער בין תפיסות הציבור לגבי ההטיה התקשורתית לעומת מה שבאמת קורה. כפי שנידון, במהלך בחירות 2006, ראש הממשלה אולמרט ומפלגת קדימה ספגו את רוב הביקורת בחדשות הטלוויזיה. אולם, הציבור היה נתון תחת רושם שונה לחלוטין. במחקרם על סיקור בחירות 2006, בדקו וימן, צפתי ושרפר גם את דעת הקהל לגבי ההטיה התקשורתית.⁴⁹ הרושם הכללי של הציבור היה שהעיתונות הייתה מוטיית לטובת קדימה ומאוד מוטיית נגד הליכוד.

ישנם מספר הסברים אפשריים לפער זה. ראשית, הדבר קשור, קרוב לוודאי, ל"דעה הרווחת" בישראל שהעיתונות שמאלנית. כיצד אמונה זו הפכה להיות כה רווחת היא שאלה מרתקת, אך כזו שמצריכה בחינה רחבה מעבר לספר זה. סיבה נוספת עשויה להיות שאלו בימין היו קולניים יותר בטענותיהם ושהציבור הגיב יותר למה שנאמר על הסיקור החדשותי ופחות לסיקור עצמו. סיבה אפשרית שלישית נעוצה בעובדה שהקבוצה הגדולה ביותר של אזרחים הצביעה עבור מפלגות שמזוהות עם הימין, ולכן נתניהו יכול היה לבנות ממשלה. החוקרים מצאו שבחורים נוטים לראות בתקשורת עוינות יתר כלפי המפלגה שבה הם תומכים. הדבר חוזר לרעיון האומר שהטיה אידיאולוגית היא לעיתים קרובות בעיני המתבונן. לבסוף, אסור לזלזל באפשרות שהחוקרים טועים והציבור צודק.

לסיכום

אז מהי השורה התחתונה? בהתבסס על הממצאים האמריקניים, סביר להניח שעיתונאים עשויים בדרך כלל להיות מזוהים עם המרכז והשמאל של הקשת הפוליטית. על אף שאין מחקר דומה בישראל, יהיה זה מפתיע אם לא כך היה המקרה כאן. כמו כן, קשה לטעון שאין להבדל זה כל השפעה על האופן בו העיתונאים מסקרים פוליטיקה, בייחוד כאשר מדובר בנושאים חברתיים וזכויות אדם. כאשר מדובר בסיקור בחירות הממצאים בארה"ב מעורבים, בעוד שהממצאים בישראל מצביעים על היעדר כל הטיה שיטתית כנגד האגף הימני.

מאידך, קיימים ממצאים ברורים המעידים על השפעה חזקה של הטיה תרבותית. עיתונאים וקהלים - שניהם תוצרים של סביבה חברתית ופוליטית שבה הם חיים. כפי שהוזכר קודם לכן, סיבה חשובה לעוצמה של הטיה מסוג זה נעוצה בכך שהיא, על פי רוב, סמויה. כאשר ישנה תחרות על מסגרות אידיאולוגיות אנשים נעשים מודעים לסכסוך, אך גם כאן התקשורת מעדיפה להתמודד עם שתי עמדות ולא עם עמדות רבות. הטיה תרבותית בחדשות איננה רק העוצמתית ביותר אלא גם המסוכנת ביותר כאשר, בעקבות קונצנזוס כללי אודות סוגיה, קיימת רק מסגרת בולטת אחת המוצגת בחדשות. במקרים מסוג זה הציבור עשוי להישאר בחשכה לגבי דרכים חלופיות לפירוש העולם הפוליטי.

ישנו פילטר נוסף שבו משתמשת התקשורת החדשותית שהוזכר מספר פעמים, וגם לו יש השפעה רבה על ייצור החדשות: הטיה מסחרית. הטיה מסחרית מתייחסת לנטיית העיתונאים לבחור, להדגיש וליצור סיפורים חדשותיים דרמטיים. אל תלכו, כי ההמשך יבוא בפרק הבא.

שאלות למחשבה ולדיון, פרק 3

1. בפרק זה נערך דיון מעמיק אודות רעיון המסגרות. מצאו דוגמה לדיון ציבורי המתרחש בתקשורת. נסו לתת כותרת לפחות לשתי מסגרות מתחרות, וחישבו על השפה או על הדימויים החזותיים שהיריבים משתמשים בהם (או צריכים להשתמש) על מנת לקדם את המסגרות שלהם. האם תאמרו שהסיקור התקשורתי אוהד יותר כלפי אחת המסגרות? האם קיימים הבדלים מעניינים בנוגע לאופן בו ממסוגרים הדיונים באמצעי התקשורת השונים?

2. האם אתם חושבים שהתקשורת החדשותית ברובה נוטה לשמאל או לימין? אם יש לכם דעה בנושא זה, נסו לנקוט בעמדה המנוגדת, ובדקו אם תוכלו למצוא סיפורים חדשותיים התומכים בעמדה זו. כעת חישבו על דעתכם האמיתית. כיצד תוכלו לשכנע משהו מהמחנה הנגדי שטענותיכם אודות ההטיה התקשורתית הן נכונות?

הערות

¹ דוגמאות ניתן למצוא בניתוחי תקשורת שונים הנערכים על ידי "קשב": <http://keshev.org.il/media-analyses.html>

² <http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4003313,00.html>

³ לדוגמא ראו: W. A. Gamson, D. Croteau, W. Hoynes, and T. Sasson. "Media Images and the Social Construction of Reality". *Annual Review of Sociology* 18 (1992)

⁴ Tyndall Report, "Tyndall Report 2009 in Review," <http://tyndallreport.com/yearinreview2009>.

⁵ Pew Project for Excellence in Journalism, "The State of the News Media: An Annual Report on American Journalism (Year Overview)," Pew Research Center for the People and the Press, http://www.stateofthemedias.org/2010/year_overview.php.

⁶ <http://www.peacenow.org.il/content/שלוש-עכשיו-מי-אנחנו/>

⁷ <http://myesha.org.il/>

⁸ G. Wolfsfeld, *Media and Political Conflict: News from the Middle East* (Cambridge University Press, 1997).

⁹ W. Gamson, and A. Modigliani, Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach," *American Journal of Sociology* 95, no. 1 (1989).

¹⁰ W. A. Gamson, *Talking Politics* (Cambridge University Press, 1992.) (p. 152)

¹¹ ניתוח מפורט יותר בנושא זה ניתן למצוא ב: G. Wolfsfeld, *Media and the Path to Peace*, Cambridge, U.K.: Cambridge University Press (1997).

¹² G. M. Steinberg, "Peace, Security and Terror in the 1996 Elections. *Israel Affairs* 4, no. 1 (1997).

¹³ בתוך: א. אריאן ומ. שמיר וולפספלד, ג. וימן, ו. "המאבק על סדר היום התקשורתי 1996 ו-1999" (עורכים), הבחירות בישראל – 1999, ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה 2001.

¹⁴ הוצאת זמורה ביתן, 2001 הצופה שנרדם - הפתעת יום הכיפורים ומקורותיה אור יהודה: א. בר-יוסף

¹⁵ F. R. Baumgartner, S. De Boef, and A. E. Boydston, *The Decline of the Death Penalty and the Discovery of Innocence* (Cambridge University Press, 2008) .

¹⁶ <http://www.innocencenetwork.org/>

¹⁷ R. A. Entman, "Framing US Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the Kal and Iran Air Incidents," *Journal of Communication* 41, no. 4 (1991).

¹⁸ G. Wolfsfeld, G., P. Frosh and M.T. Awabdy. "Covering Death in Conflicts: Coverage of the Second Intifada on Israeli and Palestinian Television". *Journal of Peace Research* 45 No. 3 (2008)

¹⁹ שם

²⁰ יוצא דופן במשך שנים רבות היה פיטר ג'נינגס מרשת ABC, מאחר והיה במקור מקנדה.

²¹ דוגמאות למחקרים בתחום זה כוללות: R. M. Entman, "Blacks in the News: Television, Modern Racism, and Cultural Change," *Communication and Law: Multidisciplinary Approaches to Research* (2006), S. Cottle, "Media Research and Ethnic Minorities: Mapping the Field," *Ethnic minorities and the media* (2000). T. A. Van Dijk, "New (S) Racism: A Discourse Analytical Approach," *Ethnic minorities and the media* (2000).

²² D. Mills, "Attack of the Giant Negroes!!," Undercover Black Man, <http://undercoverblackman.blogspot.com/2007/07/attack-of-giant-negroes.html>.

²³ שם

²⁴ E. Avraham, G. Wolfsfeld, and I. Aburaiya, "Dynamics in the News Coverage of Minorities: the Case of the Arab Citizens of Israel". *Journal of Communication Inquiry* 24, No.

2 (2000). G. Wolfsfeld, E. Avraham, E., and I. Aburaiya. "When prophecy always fails: Israeli press coverage of the Arab minority's Land Day Protests". *Political Communication* 17, No. 2 (2000). למידע עדכני יותר, ראו מחקר שנערך על ידי ארגון ללא מטרות רווח בשם אג'נדה. את המחקר ניתן למצוא באתר האינטרנט של הארגון <http://agenda.org.il/>. ראו גם: A. First, A. "Enemies, Fellow Victims, or the Forgotten? News Coverage of Israeli- Arabs in the 21st Century. *Conflict and Communication Online*, 9, No. 2 (2010). E. Avraham, and A. First, A. "Can a Regulator Change Representation of Minority Groups and Fair Reflection of Cultural Diversity in National Media Programs? Lessons from the Israeli case study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 54. No. 1 (2010).

²⁵ E. Avraham, G. Wolfsfeld, and I. Aburaiya, "Dynamics in the News Coverage of Minorities: the Case of the Arab Citizens of Israel". *Journal of Communication Inquiry* 24, No. 2 (2000).

²⁶ Pew Project for Excellence in Journalism, "The State of the News Media: An Annual Report on American Journalism (Online)," Pew Research Center for People and the Press http://www.stateofthemedias.org/2010/online_audience.php#whoareonline.

²⁷ C. Paterson, "News Agency Dominance in International News on the Internet," *Converging Media, Diverging Interests: A Political Economy of News in the United States and Canada*, Lanham: Lexington Books (2005).

²⁸ שם עמ' 5

²⁹ מ. נגבי, על חופש העיתונאי וחופש העיתונות בישראל (האוניברסיטה הפתוחה, 2011), י. קרניאל, דיני התקשורת המסחרית (המכון למחקרי משפט וכלכלה, 2003).

³⁰ הנה שני ספרים שיעניקו לכם רקע רחב יותר על המקור והמהות של שתי התפיסות: R. Kirk, *The Conservative Mind: From Burke to Eliot* (Regnery Publishing, 2001), P. Krugman, "The Conscience of a Liberal," *New York* (2007).

³¹ S. R. Lichter, S. Rothman, and L. S. Lichter, *The Media Elite: America's New Powerbrokers* (Hastings House Book Publishers, 1990).

³² Fairness and Accuracy in Reporting, "Examining The "Liberal Media" Claim," Fairness and Accuracy in Reporting, <http://www.fair.org/index.php?page=2447>.

³³ דוגמאות לכך כוללות: T. E. Patterson and W. Donsbagh, "News Decisions: Journalists as Partisan Actors," *Political Communication* 13, no. 4 (1996), B. Goldberg, "Bias: A Cbs Insider Exposes How the Media Distort the News," *Journalism Studies* 4, no. 2 (2003).

³⁴ D. D'Alessio and M. Allen, "Media Bias in Presidential Elections: A Meta-Analysis," *Journal of Communication* 50, no. 4 (2000).

³⁵ T. Groseclose and J. Milyo, "A Measure of Media Bias*," *The Quarterly Journal of Economics* 120, no. 4 (2005).

³⁶ T. J. Covert and P.C. Washburn, "Measuring Media Bias: A Content Analysis of Time and Newsweek Coverage of Domestic Social Issues, 1975-2000," *Social Science Quarterly* 88, no. 3 (2007).

³⁷ D. Niven, *Tilt?: The Search for Media Bias* (Praeger Publishers, 2002).

³⁸ אם ברצונכם למצוא דוגמאות לכך, פשוט חפשו ב-Google: "Press (or Media) in the Tank for Obama" or "Press biased towards Obama". מאמרי מערכת ובלוגים שיעסיקו אתכם לזמן רב.

³⁹ קליפ ניתן למצוא בקישור: http://politicalhumor.about.com/gi/o.htm?zi=1/XJ&zTi=1&sdn=politicalhumor&cdn=entertainment&tm=6&f=20&tt=9&bt=0&bts=1&zu=http://www.huffingtonpost.com/2008/03/02/snl-clips-hillarys-edition_89408.html

⁴⁰ Pew Research Center for the People and the Press, "Most Voters Say News Media Wants Obama to Win," Pew Research Center for the People and the Press,, <http://pewresearch.org/pubs/1003/joe-the-plumber>.

⁴¹ Pew, "Winning the Media Campaign: How the Press Reported the 2008 Presidential General Election," <http://www.journalism.org/node/13307>.

⁴² Pew Research Center Project for Excellence in Journalism, "How the Press Reported the 2008 General Election," Pew Research Center for The People and the Press, <http://www.journalism.org/node/13307>.

⁴³ שם

⁴⁴ למחקר וניתוח של קמפיין 2008 ראו: R. Denton, The 2008 Presidential Campaign: A Communication Perspective (Rowman & Littlefield, 2009); J. Heilemann, and M. Halperin, Game Change: Obama and the Clintons, McCain and Palin, and the Race of a Lifetime (Harper, 2010); D. Balz and H. Johnson, The Battle for America 2008: The Story of an Extraordinary Election (Viking, 2009).

⁴⁵ T. Shaefer, G. Weimann, and Y. Tsfati, Y. "Campaigns in the Holy Land: The Content and Effects of Election News Coverage in Israel. In J. Stronbeck and L. L. Kaid (Eds.), *The Handbook of Election News Coverage around the World*. New York: Routledge, 2008. T. Shaefer and G. Weimann. "Agenda Building, Agenda Setting, Priming, Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections." *The Journal of Communication* 55, no. 2 (2005).

י. צפתי, י. תמיר שפר וגבריאל וימן "המלחמה על סדר היום: המערכה בעזה ומערכת הבחירות 2009 ב א. אריאן ומ. שמיר (עורכים) *הבחירות בישראל 2009* (ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2011).

⁴⁶ A. Arian, G. Weimann, and G. Wolfsfeld "Balance in Election Coverage" In A. Arian & M. Shamir (Eds.), *The Elections in Israel, 1996*, Albany, NY: State University of New York Press, 1999.

⁴⁷ T. Shaefer, G. Weimann, and Y. Tsfati, Y. "Campaigns in the Holy Land: The Content and Effects of Election News Coverage in Israel. In J. Stronbeck and L. L. Kaid (Eds.), *The Handbook of Election News Coverage around the World*. New York: Routledge, 2008.

⁴⁸ י. צפתי, י. תמיר שפר וגבריאל וימן "המלחמה על סדר היום: המערכה בעזה ומערכת הבחירות 2009 ב א. אריאן ומ. שמיר (עורכים) *הבחירות בישראל 2009* (ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2011).

מפלגה אחת שכן קיבלה כמות יוצאת דופן של ביקורת בחדשות היתה מפלגתו של אביגדור ליברמן: ישראל-ביתנו. בעוד ביקורת כלפי קדימה והליכוד ניתן היה למצוא בכמעט 60% מהסיפורים בחדשות, בישראל ביתנו מדובר היה ב-83% מהכתבות. פרשנים רבים האשימו את מפלגתו של ליברמן על כך שניהלה קמפיין גזעני.

⁴⁹ וימן, ג. י. צפתי ות. שפר "התקשורת ומערכת הבחירות 2006 - צורכי הציבור ועמדותיו לעומת תפקוד התקשורת" בתוך א. אריאן ומ. שמיר הבחירות בישראל – 2006 (המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2007).

[Type text]

פרק 4:
לספר סיפור טוב

© כל הזכויות שמורות למחבר 2012

הנה דבר נחמד שתוכלו לעשות בפעם הבאה שתשתעממו. קחו עיתון, או היכנסו לאחד ממקורות החדשות המקוונים המועדפים עליכם באינטרנט, ואתרו את כל המילים, הביטויים, הציטוטים והתצלומים שנעשה בהם שימוש כדי להפוך את הדיווח ליותר דרמטי. אתם תמצאו, למשל, שפוליטיקאים כמעט לעולם לא **כועסים** זה על זה, הם תמיד **זועמים**. כאשר מתרחש משהו רציני בישראל, זה לעולם לא **בעיה** או **מכשול**, זה תמיד **משבר**. כאשר אנשים **פוזדים** ממהו, הם ללא ספק **בפניקה**. אלו שבשלטון לעולם לא עושים **טעויות** או **שגיאות בשיפוט**. יהיה הדבר שהם עשו אשר יהיה, הוא ללא ספק **פרשה**, **מחדל** או **אסון**. כותרות, כמובן, מעוצבות במיוחד כדי לקבל את תשומת ליבכם, ולכן אתם עשויים לעיתים קרובות לגלות שהדיווח החדשותי עצמו שונה מאוד ממה שמכרו לכם בכותרות. אותו הדבר נכון לגבי הציטוטים, התצלומים וסרטוני הווידאו המוצגים: הם נבחרו לא משום שהם מייצגים בהכרח את מה שקרה, אלא משום שהם הופכים את הדיווח לדרמטי יותר. זו, ככל הנראה, הסיבה לכך שהמשתתפים באירועים בעלי ערך חדשותי כמעט תמיד מופתעים מהפער הגדול בין מה שהם חוו לבין האופן שבו דיווחו עליו בחדשות.

בעוד שאנשים רבים משוכנעים שכתבים מבליים את זמנם במציאת דרכים לתמרון דעת הקהל, בעדיפות הראשונה של הכתבים נמצא הצורך למשוך קהל רחב. בעוד שעיתונאים רוצים גם להשפיע על מה שקורה בקהילה ובמדינה שלהם, הסיוט הכי גדול שלהם הוא שהמתחרים שלהם יקדימו לפרסם לפנייהם ויזכו ב"סקופ". בעידן הדיגיטלי החשיבות של המהירות גדלה באופן משמעותי, מה שמשאיר לכתבים מעט זמן לייצר חדשות רציניות. לפיכך, העיקרון הרביעי בהבנת התקשורת והפוליטיקה: התקשורת מסורה יותר מכל דבר אחר לספר סיפור טוב, והדבר יכול, לעיתים, להשפיע מאוד על התהליך הפוליטי.

אין זה אומר שלכל דיווח דרמטי יש השפעה רבה. פוליטיקאים ומקבלי החלטות אחרים, בייחוד אלה שמסוקרים לעיתים קרובות, למדו שלא לקחת דיווחים חדשותיים ברצינות רבה מדי. זו הסיבה שהעיקרון קובע שעיתונאים צריכים לספר סיפור טוב "וזה יכול לעיתים להשפיע מאוד על התהליך הפוליטי". השפעה של החיפוש הכפייתי אחר דרמה דומה יותר להשפעות המצטברות של אכילת ג'אנק פוד מאשר להשפעה של ארוחה אחת ממזון זה.

ראוי לעצור לרגע ולחשוב מדוע אנחנו בכלל מכנים את זה "סיפור" חדשותי. סיבה אחת היא שמצפים מכל מה שמדווח בחדשות לכלול את כל האלמנטים של סיפור טוב. עליו להכיל גיבורים ונבלים, סכסוך (בייחוד סכסוך עקוב מדם), דמויות מעניינות, ומעל לכול, מנה גדושה של דרמה. דיווחים חדשותיים רבים נבנים כפרקים בסדרה מתמשכת ("הפלסטינים והשטחים", "דתיים נגד חילוניים", "כל העולם שונא אותנו"). הפרקים הטובים ביותר צריכים להיות מספיק מרתקים על מנת שהקהל ירגיש שהוא חייב לחזור ולראות כיצד מתפתח הסיפור. אתם מכירים את זה שלעיתים קרובות מספרים לכם לפני הסרט שהוא "מבוסס על סיפור אמיתי". ישנן פעמים בהן אני מרגיש שיש לציין זאת לפני תחילת מהדורת החדשות.

דרך טובה ומקובלת בשנים האחרונות לאפיין את התופעה הזו היא אינפוטיינמנט (information + entertainment). מדובר בכינוי לא מחמיא במיוחד, לחדשות שמטרתן העיקרית לבדר את הציבור ולא להעביר באופן רציני מידע וניתוח של אירועים אקטואליים. במילים אחרות, מדובר בתופעה שבה החדשות הופכות לערוץ בידור נוסף. יש קורטוב של אמת בטענה הזו, אולם לא באופן גורף. הדגש על דרמה משפיע על כל שלב בתהליך העריכה: בחירת

האנשים והאירועים לסיקור, סוג השאלות אותן שואלים העיתונאים, המידע שנאסף ונפסל, התצלומים וסרטוני הווידאו, יצירת הכותרות והדרכים בהן הדיווח הסופי מיוצר ומוצג לציבור. אין צורך לומר לאף אחד מהמקצוענים שמעורבים בתהליך זה מהם המרכיבים של סיפור חדשותי טוב. עיתונאים לומדים בשלב מוקדם מאוד בקריירה שלהם מה מוכר, ומה לא.

בעוד שכל אמצעי התקשורת מעוניינים בסיפורים דרמטיים, ישנם כאלה שמפחיתים במכוון את רמת הסנסציה בסיקור שלהם. הדוגמה הישראלית הבולטת ביותר היא עיתון הארץ, שעושה שימוש בגישה אנליטית יותר לאקטואליה, ושם פחות דגש על בידור. זה מסביר מדוע יש לעיתון כה מעט קוראים. ישנם גם העיתונים הכלכליים דוגמת גלובס, דה מרקר וכלכליסט שמכוונים לאליטה הכלכלית, וגם הם פחות סנסציוניים לעומת העיתונים הפופולריים יותר. ניתן למצוא עוד כמה תכניות אקטואליה רציניות בטלוויזיה וברדיו, אך תכניות אלה לעולם לא משודרות בפריים טיים.

הצורך הזה בדיווח דרמטי יכול להיחשב כדרך נוספת בה התקשורת הופכת את עולם הפוליטיקה לחדשות. בחזרה למעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה, ניתן לחשוב עליו במונחים של שלושה שלבים. השלב הראשון הוא כשמשוהו מתרחש בעולם הפוליטי – לדוגמה, אישומים פליליים בלקיחת שוחד מוגשים נגד שר. בשלב השני התקשורת הופכת את האירוע הזה לדיווח חדשותי. כתבים ינסו לגלות יותר פרטים אודות השוחד. התיאורים שלהם יהיו מוגזמים ודרמטיים, תוך כדי הדגשת הצדדים היותר מלוכלכים, תוך המעטה בחשיבות כל סימן המעיד על כך שהשר חף מפשע. השלב השלישי של מעגל הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה מתרחש כאשר דיווחים אלה מופצים לציבור, באופן שיגרום לאנשים להיות ציניים ביחס למנהיגה, מפלגתם או (כשמצורפים סיפורים דומים) כלפי המערכת הפוליטית כולה.

הדיון שלנו יתמקד בשלושה תחומים שבהם התהליכים שתוארו משמעותיים במיוחד. הראשון עוסק בנטייה של התקשורת להיות שלילית וצינית ביותר כלפי מנהיגים פוליטיים, בייחוד במהלך מסע בחירות. זהו נושא חשוב, היות וישנן ראיות שמעידות על כך שהזרימה הקבועה של החדשות הציניות גורמת לאזרחים רבים לאבד את אמונם במנהיגיהם ובמערכת הפוליטית. התחום השני הוא האופן בו מתמודדת התקשורת עם מלחמות וטרור. לציבור יש צמא לא ייאמן לחדשות על סכסוכים אלימים, ולדרך בה בוחרת התקשורת לסקר אותם יש השלכות מעמיקות על אופן התגובה של אזרחים ושל ממשלות. דבר דומה ניתן לומר על הנושא השלישי: תפקיד התקשורת החדשותית בתהליך השלום. תהליך שלום, למרבה הצער, הוא בדרך כלל משעמם למדי. מסתבר שהדבר מוביל לסתירה פנימית בין מה שעיתונאים צריכים על מנת לייצר דיווח חדשותי טוב, ובין מה שדיפלומטים צריכים על מנת לקדם את תהליך השלום. יצירת התנאים לתהליך שלום מוצלח היא לעולם לא קלה, אך הדגש שהתקשורת שמה על דרמה הופך את הדבר לקשה הרבה יותר.

הציניקנים האולטימטיביים

דמיינו את הכותרת הבאה: "ראש הממשלה אמר את האמת היום". כמובן שזה רעיון מגוחך (אני מתכוון לכותרת, לא לזה שראש הממשלה יאמר את האמת). עיתונאים הם הציניקנים האולטימטיביים. אם היה עלינו לשפוט על פי החדשות שאנו קוראים, יהיה קשה מאוד למצוא פוליטיקאי הגון אחד. על פי השקפה זו, יש למנהיגים שלנו רק מטרה אחת: להיבחר, ולהישאר בתפקיד. ואם זה אומר שעליהם לשקר ולרמות, נחא. אחרי הכול, האם זו לא המשמעות של הפוליטיקה?

ג'וזף קפלה (Cappella) וקתלין ג'יימסון (Jamieson) מציעים תיאוריה מעניינת אודות ציניות בתקשורת. הם מכנים אותה: **הספירלה של הציניות** (*The Spiral of Cynicism*).¹ התקשורת, הם טוענים, כמעט תמיד משתמשת ב"מסגרות אסטרטגיות" על מנת לסקר פוליטיקה. מסגרת אסטרטגית היא כזו שרואה בפוליטיקה פשוט תחרות מתמשכת בזה אחר זה. נקודת מבט זו מרמזת על כך שכל דבר שפוליטיקאים עושים ואומרים מתוכנן כך שהם יישארו פופולריים וימשיכו להיבחר. ניצחון הוא הדבר היחיד החשוב. עיתונאים שמשתמשים במסגרת זו, עושים שימוש במטאפורות הלקוחות או מעולם הספורט ("נוקאאוט") או מעולם המלחמה (קרב קשה). זוהי דרך צינית להסתכל על פוליטיקה, משום שזה מרמז לכך שלמנהיגים לא באמת אכפת ממדינתם, אלא רק מהרווח האישי שלהם.

זהו מצב ספירלי הואיל והעובדה שעיתונאים מחפשים אחר סיפורים ציניים פירושה שפוליטיקאים מאמינים שהם צריכים לספק סיפורים מסוג זה, בייחוד לגבי היריבים שלהם, על מנת להיכנס לחדשות. הציבור אז מקבל זרימה תמידית של חדשות שליליות אודות מנהיגיו, וזה מגביר את הציניות שהם חשים ביחס למערכת הפוליטית. ולבסוף, עיתונאים נעשים משוכנעים אף יותר שזה מה שהקהל רוצה, ושמים דגש אפילו רב יותר על סיקור ציני. הסכנה הגדולה ביותר של כל זה היא שאנשים מאבדים את אמונתם במערכת הפוליטית. חוקרים רבים מאמינים שזו אחת הסיבות לאבדן האמון הפוליטי בדמוקרטיות מערביות.²

הראיות הטובות ביותר לספירלה הזו מתגלות במהלך מסעות בחירות. עיתונאים מעוניינים יותר בסיקור המרוץ עצמו מאשר בכל ההבדלים באידיאולוגיות או במדיניות בקרב המועמדים השונים. ישנם אינספור דיווחים אודות טקטיקות, אסטרטגיות, תככים, סקרים לגבי מי מוביל ובכמה. חוקרים בתקשורת פוליטית מכנים זאת "סיקור מרוץ סוסים" משום שהדבר היחיד שנראה שמעניין את העיתונאים הוא מי יזכה במרוץ.³

על אף שביקורת זו מעוגנת בעיקר במחקר האמריקני, ממצאים רבים מעידים על כך שחלק גדול מסיקור מסעות הבחירות בישראל עוסק גם הוא במרוץ סוסים: אסטרטגיות המסע של המפלגות, התככים שמאחורי הקלעים והסקרים האינסופיים החוזים את התוצאה. צפתי (Tsfati), שפר (Sheafer) ווימן (Weimann) מצאו כי בבחירות 2009 86% מכל הידיעות החדשותיות בטלוויזיה בישראל כללו, לפחות בחלקם, סיקור כלשהו מסוג מרוץ הסוסים.⁴ אולם, מסתבר שההבחנה התפיסתית בין סיקור "אסטרטגי" וסיקור "בסיסי" אינה חדה לחלוטין כפי שנטען ברוב הספרות המקצועית בתחום. המחקרים מצאו גם ש-81% מהידיעות החדשותיות כללו גם התייחסות אחת לפחות לנושא בסיס, כמו ביטחון. באופן כללי, הממצאים מישראל מעידים על כך שהייתה ללא ספק עלייה בסיקור חדשותי אסטרטגי של מסעות בחירות, אולם זה לא אומר שהעיתונות בישראל התעלמה לחלוטין מהנושאים האמתיים.

חדשות אודות מסעות בחירות הפכו ללא ספק לשליליות וביקורתיות יותר במהלך השנים. תומס פטרסון (Patterson) מצא שבמהלך מסע קנדי-ניקסון בשנת 1960, 25% בלבד מכל סיקור הבחירות היה שלילי.⁵ עד שנות ה-80 של המאה ה-20 היחס השתנה ליותר מ-50%, ובמסע של שנת 2000, אחוזי החדשות השליליות עלו ל-60%. הצורך הזה של עיתונאים להביך מועמדים ומפלגות פוליטיות הוא הדגמה מצוינת למחיר אותו משלמות דמוקרטיות מודרניות בגלל שהעיתונות מכוונת כל כך לבידור. מועמדים מוצאים שקשה מאוד להתמודד לתפקיד ללא תקלות או שערוריות מסוג כזה או אחר.

קחו בחשבון את הסיפורים הגדולים ביותר של מרוץ הבחירות המקדימות בין המועמדים הדמוקרטיים הילרי קלינטון וברק אובאמה בשנת 2008. תקרית אופיינית אחת עסקה בכומר של אובאמה שהעיר הערות שנתפסו כאנטי-אמריקניות בעליל. דיווח זה קיבל כמות אדירה של פרסום בתקשורת למרות העובדה שהייתה זו למעשה אשמה עקב קירבה. הדיווח אז קיבל "רגליים" כאשר מבקריו של אובאמה טענו שהוא לא היה תוקפני מספיק כשגינה את הכומר. בהזדמנות אחרת מצאו העיתונאים הרעבים את הילרי קלינטון כקורבן ראוי לציד מתוקשר, היה זה בעקבות טענה של קלינטון שלפיה במהלך ביקור בבוסניה, בשנת 1996, היא נחתה באזור תחת אש צלפים. סרטוני וידאו של הביקור שלה הציגו אווירה הרבה יותר פסטורלית באותה העת, והילרי נאלצה להודות שהיא "כשלה בלשונה".

הבחירות המקדימות של מפלגת הרפובליקנים בשנת 2011 סיפקו גם הן הרבה ממה שמכונה עיתונות "תפסתי אותך" (באנגלית "gotcha", משילוב המילים "got you"). היה את רגע ה"אופס!" המפורסם של ריק פרי בו, במהלך דיון מונחה בקרב המועמדים, הוא החל למנות את שלוש הסוכנויות שתכנן לחסל לכשיהיה נשיא. לאחר שציין את משרדי המסחר והחינוך הוא נאלץ להודות שאינו מצליח להיזכר במשרד השלישי. הרגע המביך נמשך זמן די רב, עד שלבסוף הוא ויתר ("אני לא זוכר. מצטער, אופס").⁶ היה זה, אגב, משרד האנרגיה. הרמן קיין סיפק גם הוא חומרים רבים עבור עיתונאים וקומיקאים כאשר הועלו נגדו האשמות על הטרדה מינית. אחת הדרכים המצחיקות ביותר שלו להתגונן הייתה: "עבור כל אדם אחד שיוצא בהאשמה כוזבת, ישנם בוודאי אלפים שיאמרו שאף לא אחת מפעילויות מסוג זה הגיעה אי פעם מהרמן קיין".⁷ אני בטוח שכל אזרח אמריקני נרגע לנוכח העובדה שהיו הרבה נשים שהוא לא הטריד אותן.

האינטרנט מבטיח שכל הדיווחים המביכים לא רק יופצו באופן מהיר יותר אלא גם לקהל גדול יותר. דיווח בחירות בידורי מהבחירות המקדימות של 2008, לדוגמה, עסק באובאמה ובמשחק הכדור הגרוע שלו במהלך המרוץ. ההישג שלו הסתכם ב-37 נקודות בלבד. מיליוני האזרחים שלא הצליחו לראות את משחק הכדור הגרוע שלו בחדשות הערב יכלו לראות זאת ביו-טיוב ובאתרים דומים. אתם יכולים להיות בטוחים לגמרי שיותר אנשים ידעו אודות ההישג המביך של אובאמה בכדור מאשר אודות הצעתו המפורטת לרפורמה בשירותי הבריאות. לפעמים נדמה שמעקב אחר הסיקור התקשורתי של הפוליטיקה בארה"ב דומה למדיי לצפייה באינספור פרקים של "פספוסים".

סיקור הבחירות בישראל הפך גם הוא לשלילי יותר במהלך השנים. יריב צפתי, תמיר שפר וגבי וימן בדקו את כמות הידיעות החדשותיות ששודרו בטלוויזיה אודות המפלגות הפוליטיות הגדולות שכללו ביקורת מסוג כלשהו. שיעור הכתבות השליליות במהלך מסעי הבחירות של 1996 ו-1999 היה נמוך מאוד: פחות מ-10% מכל הידיעות היו שליליות. במסע של 2003 אחוז החדשות השליליות כבר עלה ל-60% בערך וב-2009 הוא הגיע ל-63%. בעוד שרמת השלילה יכולה ללא ספק לעלות ולרדת במהלך מסעות בחירות שונים, המגמה הכללית, הן בארה"ב והן בישראל, היא ברורה מאוד: רוב הדברים שהאזרחים בשתי המדינות שומעים על בחירות הם שליליים.

קוראים ישראלים עשויים לטעון בצדק שסיקור בחירות כאן אינו טיפשי כמו שהוא בארה"ב. יש פחות עניין, למשל, בחיי המין של המועמד. במדינת ישראל הציניות נוטה להתמקד בנושאים העוסקים בשחיתות, בשימוש בתרגילים מלוכלכים במסע הבחירות או בהשמצות המוטחות מפי היריבים. התוצאות, עם זאת, עשויות להיות זהות: בוז כולל כלפי פוליטיקה.

בעוד שישנם ללא ספק דברים טובים בעיתונות תוקפנית, חשוב גם לזכור את הצד השלילי. הבחירות, כך אומרים לנו, אמורות להיות "חגיגת הדמוקרטיה", הזמן בו מזכירים לאזרחים עד כמה טוב להיות בחברה חופשית ופתוחה, בה לכולנו יש השפעה אמיתית על בחירת המנהיגים שלנו. המצב האידיאלי כאן הוא שהמועמדים השונים והמפלגות כולם כאחד יקבלו הזדמנות לספר לנו מה הם יעשו אם ייבחרו, ואנחנו בוחרים בהתבסס על אידיאולוגיה, על המדיניות המוצגת בפנינו ועל היכולת היחסית של אלו המתחרים על ההנהגה. תפקיד התקשורת הוא להיות האחראית, בין היתר, על העברת כל המידע שאנו זקוקים לו על מנת שנוכל לעשות החלטות.

המציאות שונה מאוד. על מנת להפוך את הדיווח למבדר יותר, עיתונאים מנסים לדווח לנו מה "באמת" קורה מאחורי הקלעים. הם בדרך כלל לועגים למועמדים ומטילים ספק בעקביות ברבים מהדברים הנאמרים. אין שום רע במתיחת ביקורת על מועמדים ועל מפלגות. להיפך, צריך ליידע את הציבור כאשר פוליטיקאים מתנהגים באופן לא הוגן, מטופש או מושחת. עם זאת, כשזה הופך למצב ברירת המחדל של הדיווח, ההשלכות עשויות להיות משמעותיות. כל דמוקרטיה תחוה קושי בתפקוד כשכל כך הרבה אנשים מאבדים את אמונם במערכת הפוליטית. במקום לחגוג את הדמוקרטיה, מסעות בחירות הופכים להזדמנות נוספת לערער את אמונם של אזרחים במערכת.

הנוסטלגיה כבר אינה מה שהייתה פעם

העלייה של עיתונות ה"תפסתי אותך" מסייעת להסביר תופעה מעניינת נוספת. אנשים תמיד מתלוננים על כך "שאינן לנו מנהיגים דגולים כמו שהיו לנו פעם". חישבו לדוגמה על האופן שבו ישראלים מדברים על ראש הממשלה הראשון: דוד בן-גוריון. מלבד הנוסטלגיה הרגילה למנהיגי עבר, בן-גוריון היה ללא ספק מדינאי דגול שסייע להבטיח את הקמתה של ישראל ואת הישרדותה כמדינה. ישנו, עם זאת, הסבר נוסף למוניטין הרב שלו. התקשורת הישראלית בימים ההם הייתה הרבה פחות ביקורתית כלפי ההנהגה הפוליטית.⁸

היו מספר סיבות להבדלים הללו. הסיבה הראשונה היא שבעוד שהיו ללא ספק מספיק דיווחים שביקרו את מדיניות הממשלה, התקשורת הישראלית הייתה גם מחויבת מבחינה אידיאולוגית להצלחתה של המדינה הצעירה; הדבר הוביל ליותר סיקור חיובי של הישגי הממשלה, בייחוד ביחס לביטחון וליחסים בינלאומיים. בנוסף, התקשורת הישראלית הייתה יותר אידיאולוגית, ופחות ממוסחרת וסנסציונית. פירושו של דבר שעיתונאים היו מונעים פחות מהדחף לייצר חדשות מזעזעות ומפחידות, או להדגיש סיפורים אישיים שליליים. בסופו של דבר, לממשלת בן-גוריון הייתה יותר שליטה פוליטית על חלק נכבד מהתקשורת. לא היו תחנות טלוויזיה, עיתון ההסתדרות "דבר", שנשלט על ידי מפלגתו של בן-גוריון, היה אחד העיתונים הראשיים, וקול ישראל היה נתון תחת שליטה ישירה של משרד ראש הממשלה.

ממצאים ממדינות אחרות יכולים ללמד על תמונה דומה. כשמדובר בנוסטלגיה פוליטית, מעט נשיאים אמריקניים יכולים להתחרות בג'ון פ. קנדי שזוכה ליראת כבוד בקרב הציבור בארה"ב. ייתכן שקנדי אכן היה אחד מהנשיאים הטובים יותר, ולעצם העובדה שהוא נרצח הייתה ללא ספק השפעה חשובה על מורשתו. אין ספק שהעובדה שאמריקנים צפו בסיקור הדרמטי של הרצח בטלוויזיה – שהפכה לנגישה מספר שנים בלבד קודם לכן – מילאה תפקיד חשוב אף היא

בתהליך ההיסטורי. אולם ישנה סיבה נוספת לכך שקנדי היה כה מוערך: הוא כמעט תמיד קיבל עיתונות טובה.⁹

בואו נתייחס לעובדה, למשל, שמרבית ההיסטוריונים מאמינים שקנדי היה רודף שמלות בדומה לביל קלינטון, כולל רומן לכאורה שיוחס לו עם השחקנית מרילין מונרו. סיפור אודות נשיא ארה"ב המנהל מערכת יחסים עם כוכבת הוליוודית ייחשב כיום לסיפור העשור. אולם באותה העת, עיתונאים אמריקניים לא חשו שהיה זה הולם לדווח על פרשיית אהבים מחוץ לנישואין של המנהיג שלהם, והמשך כהונתו של קנדי הייתה למעשה נטולת שערוריות.

ליכותו של פיליפ גרהם (Graham), מוציא לאור לשעבר של העיתון וושינגטון פוסט, נזקפת המימרה: "עיתונאות היא הטיוטה הראשונה של ההיסטוריה".¹⁰ ללא ספק, יש אמת רבה ברעיון זה, והוא מסייע להסביר מדוע המוניטין ההיסטורי של מנהיגי העבר יהיה הרבה יותר חיובי מאשר ההיסטוריה שנכתבת כיום, ותיכתב בעתיד, אודות מנהיגים מודרניים.

לתקוף את היריבים שלך: תמיד רעיון טוב

בהמשך לדברים שנידונו קודם לכן, הפוליטיקאים גם הם ממלאים תפקיד חשוב בספירתל הצניניות. במהלך מסעות בחירות, יש למועמדים מניעים רבים מאוד "ללכת על השלילי". לשימוש בפרסומות תוקפניות (attack ads) כנגד המתחרים, יש שני יתרונות עיקריים. ראשית, בהתחשב בנקודת המבט הצנינית שיש לרוב הציבור ביחס לפוליטיקאים, מנהיגים יודעים שיהיה להם קשה לשכנע את הציבור במעלותיהם הטובות. לרוב הפוליטיקאים יהיה קל יותר לשכנע מצביעים בכך שעל אף מגרעותיהם, יהיו אשר יהיו, אלה של המועמד היריב גרועות יותר.

הסיבה השנייה היא שאתם מקבלים תמורה גדולה יותר עבור הכסף ששילמתם עבור פרסומות שליליות מאשר חיוביות. פרסומת פוליטית שמציינת כמה אתם נהדרים אין לה כמעט סיכוי לפרוץ לחדשות. אך למתקפה מלוכלכת כלפי יריבכם ("אם האדם אמר אי פעם את האמת, אני יכול להבטיח לך שזה היה במקרה") יש פוטנציאל להפוך לסיפור חדשותי גדול. אם התקשורת והאינטרנט לוקחים את המתקפה שלכם ועושים ממנה עניין גדול, זה יכול להיות מכרה זהב עבורכם. לא רק שיש לכם קהל גדול יותר למתקפה שלכם, אלא שכאשר היא מוצגת כחדשות, ולא כפרסומת, הסיפור נחשב לאמין יותר. לעיתים, פוליטיקאים ישלמו מחיר מסוים עבור "ללכת על השלילי", אולם מרבית המנהיגים יחליטו בדרך כלל שזה שווה את הסיכון (ביחוד אם הם נמצאים מאחור בסקרים).

ג'ון גיר (Geer) נמצא בין הסוברים שההשפעה הישירה של הפרסומות היא הרבה פחות חשובה מהסיקור החדשותי שהפרסומות מייצרות.¹¹ התקשורת ללא ספק מקדישה תשומת לב הרבה יותר גדולה לפרסומות בחירות, בייחוד לפרסומות שליליות. גיר מצא שמספר הדיווחים החדשותיים אודות פרסומות בחירות בעיתונים ניו יורק טיימס וושינגטון פוסט עלו מפחות מ-50 בשנת 1960 לשיא של 250 בשנת 2004, עם ירידה קלה בלבד במהלך בחירות 2008. המחבר מדווח שמאז שנת 2000 מעל 80% מהדיווחים עסקו בפרסומות שליליות.

ישנן מספר דוגמאות מארה"ב ומישראל המעידות על כך שתקיפת היריבים יכולה להגדיל את הסיכוי של המועמד להצליח. ייתכן ששלוש הפרסומות התוקפניות המוצלחות ביותר בהיסטוריה של ארה"ב היו "תשדיר החרציות" שנעשה בו שימוש במסע הבחירות של 1964, הפרסומת "וילי הורטון" בו נעשה שימוש נגד המושל מייקל דוקאקיס בשנת 1988 והפרסומת

"ספינות הסיור" שתקף את הסנטור ג'ון קרי בשנת 2004. בפרסומת החרציות השתמש הנשיא ג'ונסון, שהתמודד מול המועמד הרפובליקני בארי גולדוטר. חשוב לזכור שבשנת 1964 אנשים רבים האמינו שקיימות אפשרות אמיתית למלחמה גרעינית עם ברית המועצות. התשדיר הציג ילדה קטנה משוטטת באחו, תולשת את עלי הכותרת של פרח החרצית וסופרת אותם בסדר עולה מאחת עד עשר (עם מעט שגיאות בדרך). ברגע מסוים קול גברי עמוק מתחיל לספור בסדר יורד (7, 6, 5...) ונשמע בדיוק כמו הספירה לאחור של שיגור טיל. בנקודה זו הילדה הקטנה מביטה אל השמיים, וכשהספירה מגיעה לאפס, נראה הבזק אור ופטריית עשן. ברקע נשמע קולו של לינדון ג'ונסון שאומר (בין היתר): "עלינו לאהוב איש את רעהו, או שעלינו למות".

משתמע מכך בבירור שבחירתו של בארי גולדוטר לנשיאות תוביל למלחמה גרעינית. הדעה הרווחת היא שפרסומת זו היוותה גורם שסייע לניצחונו הסוחף של ג'ונסון.¹² ישנן שתי עובדות מרתקות ביחס לפרסומת זו שאותן יש לציין. הראשונה היא שהפרסומת הייתה כה שנויה במחלוקת שהיא שודרה פעם אחת בלבד. אם המסר היה כל כך יעיל כפי שרבים חושבים, סביר להניח שהוא עבר יותר הודות לסיקור התקשורתי על הפרסומת, מאשר הפרסומת עצמה. העובדה השנייה היא ששמו של גולדוטר אפילו לא מוזכר בתשדיר. ייתכן שההקשר התת-הכרתי לגולדוטר אותו עשו המצביעים, הפך אותו למוצלח עוד יותר.

פרסומת תוקפנית נוספת הייתה הפרסום על וילי הורטון. וילי הורטון היה רוצח שנמצא אשם וקיבל עונש מאסר עולם במסצ'וסטס. מייקל דוקאקיס היה המושל של מסצ'וסטס אשר באותה עת הייתה מונהגת בה תכנית לחופשת סוף שבוע עבור אסירים, שאפשרה גם לרוצחים לצאת לחופשות. הורטון לא חזר מחופשתו, ובמקום זה אנס אישה ודקר את ארוסה. על אף שדוקאקיס לא יזם את תכנית החופשות, הוא תמך בה כאמצעי שיקום בטענה שהיא עבדה ב-99% מהמקרים. לאחר שדוקאקיס זכה במועמדות לנשיאות מטעם הדמוקרטים, החל זרם בלתי פוסק של פרסומות תוקפניות (attack ads) ביחס למדיניות החופשות, ובמהרה זה הפך לנושא תעמולה ראשי. פרשנים רבים האמינו ששינוי זה בסדר היום של הבחירות היה גורם חשוב בניצחונו המוחץ של בוש על פני דוקאקיס.¹³

לאחר מכן היו הפרסומות התוקפניות נגד המועמד הדמוקרטי ג'ון קרי בשנת 2004 שנוצרו על ידי "וטיקי ספינות הסיור למען האמת" (Swift Boat Veterans for Truth (SBVT)¹⁴ באותה עת ג'ון קרי נחשב לגיבור מלחמה הודות למדליות בהן זכה כמפקד ספינות הסיור (Swift Boat) במלחמת וייטנאם. עובדה זו נחשבה ליתרון גדול במרוץ נגד ג'ורג' ווקר בוש, בייחוד בהתחשב בהיעדר ניסיונו הקרבי של בוש. אלא שאחרי שקרי סיים את שירותו הצבאי הוא הפך למתנגד קולני במיוחד למלחמת וייטנאם, וזה הכעיס יוצאי צבא רבים. מחאת וטיקי ספינות הסיור ייצרה כמות גדולה של פרסומות שליליות כנגד קרי שתקפו אותו על הביקורת שמתח על המלחמה, וטענו שהמועמד אינו ראוי למדליות שלו.

הפרסומות של וטיקי ספינות הסיור ייצרו כמות אדירה של חדשות. במחקר של גיר, שהוזכר קודם לכן, היקף הדיווח אודות הפרסומת בניו יורק טיימס ובוושינגטון פוסט היה גבוה בצורה יוצאת דופן, ועמד על 344 כתבות במשך שלושה חודשים בלבד.¹⁵ רק כדי להמחיש עד כמה הצליחה הפרסומת הזו לייצר תשומת-לב, ערך גיר השוואה בין כמות החדשות שהתקבלו מפרסומת ספינות הסיור, לזו שהתקבלה בעקבות שש פרסומות תוקפניות מפורסמות אחרות

(כולל תשדיר החרציות ופרסומות וילי הורטון). מסתבר שמסע הפרסום של ספינות הסיור ייצרה יותר דיווחים מאשר כל שאר התשדירים **גם יחד**. למעשה, גיר בדק את התקשורת החדשותית הכללית יותר, ומצא דבר שרבים יחשיבו כמסקנות מדהימות: במהלך סיקור הבחירות של 2004 מספר הידיעות שעסקו בנושא הזה היה גבוה ב- 40% ממספר הידיעות שעסקו במלחמה בעיראק. ישנם ממצאים הן מארה"ב והן מישראל שמעידים על כך שהשימוש בפרסומות תוקפניות נמצא בעלייה. במחקר שנערך על ידי ג'ון גיר נמצא ששיעור הפרסומות השליליות במסעי בחירות אמריקניים עלה מ-20% בשנות ה-70 של המאה ה-20 ל-40% בשנות ה-90, והגיע לשיא של 60% במסע הבחירות של שנת 2008.¹⁶ אחוז הפרסומות התוקפניות בישראל הוא ככל הנראה דומה. מחקרם של יריב צפתי, גבי וימן ותמיר שפר מצא שבשנת 2009 שיעור הפרסומות התוקפניות בהם השתמשו שלוש המפלגות הפוליטיות הגדולות עמד על 57%.¹⁷ בהשוואה, אחוזי הפרסומות התוקפניות שנראו בבחירות 2003 היו 45% וב-2006 עמד על 42%. סביר להניח כי מסעות בחירות אחדים יכולים היו להיות פחות סוערים מאחרים, כך ששיעור הפרסומות השליליות יכול אף לרדת במסעות בחירות עתידיים. החוכמה היא לבדוק את המגמה הכללית, ובהתבסס על מידע זמין, יש סיבה טובה להאמין שיהיו אפילו עוד יותר השמצות בשנים הבאות.

הדוגמה הישראלית הטובה ביותר לתופעה זו באה ממסע בחירות 1996 בין שמעון פרס ובנימין נתניהו. גבי וימן ואני חקרנו את המאבק על סדר היום של הבחירות.¹⁸ פרס היה ראש הממשלה באותה העת, ובעוד שהשיג רמת תמיכה גבוהה לאחר רצח רבין, הפופולריות שלו ירדה בגלל פיגועי טרור נוראיים שהתרחשו. למרות זאת, פרס הוביל במהלך מסע הבחירות, והדעה הרווחת הייתה שהוא ייבחר מחדש בבחירות האישיות לראשות הממשלה שהונהגו לראשונה בישראל במערכת בחירות זו.

המחקר התבסס על ניתוח תוכן של תשדירי בחירות ששודרו בטלוויזיה ושל חדשות אודות מסע הבחירות שהופיעו במהדורות החדשות. ניתוח תשדירי הבחירות סיפק מידע אודות הנושאים אותם **רצה** כל מתמודד להדגיש, בעוד שצפייה בחדשות הראתה לנו אילו נושאים הודגשו **בפועל** בסיקורי החדשות. המסע של נתניהו תקף את פרס בשני אופנים. קו ההתקפה הראשון טען שממשלתו של פרס לא מנעה את הטרור, והשני היה ש"פרס יחלק את ירושלים". שלא במפתיע, מסעו של פרס לא התייחס כל כך לנושא הטרור ולא למה שעשוי לקרות לירושלים. הדגש בתשדיריו התמקד בצורך להמשיך את תהליך השלום עם הפלסטינים, ובאפשרות להתחלת תהליך דומה עם סוריה.

תוצאות המחקר העידו על כך שלאחר שהחלו לשדר את התשדירים, הייתה עלייה משמעותית בכמות הידיעות החדשותיות שעסקו בשני הנושאים המרכזיים של נתניהו, וירידה בכמות תשומת הלב שניתנה לנושאים של פרס. יש לציין **שלא** היו פיגועי טרור במהלך תקופה זו, לכן לא ניתן היה ליחס את העלייה בתשומת הלב החדשותית לטרור לאירועים ממשיים. האשמתו של פרס בכך שהוא נוקט גישה רכה מדי לטרור, או בכוונתו לחלק את ירושלים, היו דרמטיות הרבה יותר מאשר מסריו של פרס אודות המשך תהליך השלום. תשדירי בחירות שליליים הם פשוט בעלי ערך חדשותי רב יותר מתשדירים חיוביים.

מעניין שפרס יכול היה להשתמש במתקפה שלילית מאוד כלפי נתניהו, אך מסיבה כלשהי בחר שלא לעשות זאת. לאחר רצח רבין היו כאלו שהאשימו את נתניהו באחריות עקיפה ביחס למה שקרה בשל כל ההסתה נגד ראש הממשלה במהלך ההפגנות נגד הסכם אוסלו. אם פרס היה

בוחר להשתמש בצורת מתקפה זו, זה ללא ספק היה מייצר כותרות. לא ברור מדוע פרס החליט נגד טקטיקה זו. עבור חוקרי מסעי בחירות ישראלים, יכולתו של פרס להפסיד בבחירות היא בלתי רגילה, בייחוד אם מחשיבים את ההפסד לתפקיד נשיא מול משה קצב בשנת 2000. נדמה כמעט כי פרס עבד כל הזמן על ספר אודות "עשרת הדרכים הטובות ביותר להפסיד בבחירות". אם כן, אין ספק שמסע הבחירות שלו ב-1996 היה נחשב לאחד הפרקים הטובים ביותר בספר.

אין דרך להוכיח שההצלחה היחסית של נתניהו לשלוט בסדר היום של הבחירות הייתה הסיבה לכך שהביס את פרס בבחירות. ראוי לציין, עם זאת, שפער הניצחון של נתניהו היה כ-29,000 קולות, פחות מאחוז מסך הקולות הכולל. גם אם לשינוי הזה בסדר היום האלקטורלי הייתה השפעה קטנה מאוד על התוצאות הסופיות, זה היה מספיק להכרעה בבחירות. דוגמה זו מדגימה שוב שבעקבות אופי החדשות, הגיוני יותר, למרבה הצער, לתקוף את יריביו יותר מאשר לדבר על ההישגים שלנו או אלו.

לא כל אמצעי התקשורת נבראו שווים

כאשר מדברים על הדרכים בהן הצורך לבדר משפיע על החדשות, חשוב לזכור שוב שלא כל אמצעי התקשורת רודפי סנסציות במידה שווה. זה חשוב, משום שישנו קשר ישיר בין רדיפת סנסציות לסיקור ציני. כשעיתונאים מעוניינים יותר במציאת חומרים מהממים מאשר במסירת מידע לציבור, סביר יותר שהם יהפכו פוליטיקאים לנבלים מרושעים או לאידיוטם גמורים. כאשר התהליך הפוליטי הופך למלודרמה, העיתונאים לעיתים קרובות הופכים עצמם לגיבורים האמיתיים של הסיפור.

על מנת להבין כיצד רמת הסנסציה יכולה להשתנות, עליכם לחשוב על ההבדלים בין אמצעי תקשורת חדשותיים (למשל ידיעות אחרונות לעומת הארץ), בין מדינות שונות (חדשות בריטיות לעומת חדשות אמריקניות או ישראליות) ותקופות היסטוריות שונות (שנות ה-50 של המאה ה-20 בהשוואה להיום). בכל אחד מהמקרים ניתן למצוא הבדלים אדירים במידה שבה התקשורת מייחסת חשיבות לבידור.

דרך אחת לחשוב על ההבדלים בין אמצעי התקשורת החדשותיים ביחס לרדיפת סנסציות היא להבחין בין "חדשות קשות" (hard news) ו"חדשות רכות" (soft news).¹⁹ כמו במקרים דומים, עדיף לחשוב על כך כרצף, יותר מאשר כדיכוטומיה. בקצה הרצף של החדשות הקשות תמצאו פחות סנסציות והדיווחים יהיו פחות רגשניים ויותר רציניים. הסיפורים גם ייבחרו על פי משמעותם הכללית יותר מאשר על פי רמת הדרמה שהם מספקים. חדשות קשות ללא ספק עוסקות בשערוריות וכדומה, אך ניתן לתרגם את הנימה היותר עגומה שלהן לכבוד מסוג מסוים לבעלי הכוח (שזה גם טוב וגם רע).

הטווח בתוך מה שמכונה תכניות חדשות רכות הוא רחב יותר. הוא יכול לכלול הכול, החל מתכניות תחקיר דוגמת "עובדה" עד תכניות חדשותיות מדומות דוגמת "ארץ נהדרת". בעוד שהתכנית הראשונה, עובדה, היא ללא ספק רצינית יותר מהאחרונה, הן חולקות ביניהן גישה צינית מאוד כלפי בעלי הכוח. נערכו מחקרים בארה"ב אודות הפופולריות של תכנית החדשות המדומות שמכונה ה"דיילי שואו" (The Daily Show). כפי שניתן לצפות, הצופים בתכנית, וזה לא מפתיע שאלו הם הצופים בתכניות אלו, נוטים יותר לחשוב באופן שלילי על מנהיגים פוליטיים

(על אף שלא ברור אם הציניות הפוליטית מובילה לצפייה בתכנית, או שצפייה בה מובילה לציניות).²⁰

חשוב לתת את הדעת על הומור פוליטי, משום שמספר גדל והולך של בני הדור הצעיר תלוי בתכניות קומיות כמקור למידע הפוליטי שלהם. דוח מכון המחקר פיו של שנת 2004 מצא ש-21% מהצעירים (18-29) טענו שהם בדרך כלל מלקטים מידע פוליטי מתכניות קומדיה בטלוויזיה.²¹ לעומת זאת, 16% מקבלים מידע מתכניות דיבור ברדיו, 18% מתכניות בוקר בטלוויזיה ו-9% ממגזיני חדשות.

צעירים בישראל עשויים גם הם יותר לקבל חלק ניכר מהמידע הפוליטי שלהם מתכניות של סאטירה וקומדיה בטלוויזיה. מיטל בלמס (Balmas, 2008) ערכה מחקר שבדק בפלחים השונים באוכלוסייה כמה צפו במהדורות החדשות, וכמה צפו בתכנית הסאטירה "ארץ נהדרת". היא התעניינה בהשפעה שיש לחשיפה לסוגים השונים הללו על הדימוי בציבור של הפוליטיקאים. היא מצאה שצעירים (גילאי 18-32) היו אלה שהכי סביר שיצפו בארץ נהדרת, והכי פחות סביר שיצפו במהדורת החדשות בטלוויזיה. מעניין עוד יותר שהדימוי שיש להם על המנהיגים שעליהם נשאלו (אהוד אולמרט, עמיר פרץ ובנימין נתניהו) היה שלילי יותר בהשוואה קבוצות הגיל המבוגרות יותר, וקרוב יותר לדימוי שהוצג בתכנית הסאטירה. אף על פי שעלינו להיות זהירים לפני שנסיק מסקנות המבוססות על מחקר אחד, ממצאים אלה מעידים על כך שסאטירה היא מקור חשוב להבנת הפוליטיקה בקרב צעירים בישראל, ושהיא יכולה להגדיל את רמת הציניות שלהם.

חולי תקשורת או מעגל היושר?

אחד הענפים החשובים שצומחים מסדרת מחקרים אלה עוסק במה שכונה "חולי תקשורת" (media malaise), הרעיון שחשיפה מתמשכת לשלילה שמסדרת התקשורת מובילה לא רק לאזרחים ציניים, אלא גם מעודדת אנשים "לצאת מהפוליטיקה" לחלוטין.²² הטענה היא שכאשר אנשים מאבדים אמון במערכת הפוליטית, יש להם פחות מוטיבציה להיות מעורבים. כמובן, אם זה נכון, תוצאה כזו עשויה להוות אסון לדמוקרטיה. גם כאן, מרבית המחקר בנושא מקורו בארה"ב.

מחקר שנערך על ידי ליסה מולר (Muller) וברונו ווסט (Wuest) בשנת 2009 מהווה דוגמה טובה לכך.²³ הם בדקו את היחסים בין סיקור תקשורתי ומעורבות פוליטית ב-15 דמוקרטיה מערבית. הם מצאו שככל שהיה דגש רב יותר על שחיתות בתקשורת, פחות אנשים עשויים היו להצביע. הם סיכמו את ממצאיהם כך: "על ידי דיווח ביקורתי אודות פעולות האליטה הפוליטית, התקשורת מרחיקה אנשים מהקלפיות, במקום לסייע להם לעשות החלטות מושכלות ולגרום לנאשמים בשחיתות לשאת באחריות."²⁴

פיפה נוריס (Norris), אחת מהחוקרים החשובים בתחום, טוענת כי קו חקירה זה אינו נכון.²⁵ נוריס מוכנה לקבל את מה שהיא מכנה "גרסה חלשה יותר" של תזת החולי התקשורתי, לפיה חדשות שליליות מתמשכות יכולות לשחוק את התמיכה במנהיגים מסוימים ובמדיניות מסוימת. היא מצאה, למשל, שסיקור חדשותי במדינות מערביות אירופיות היה ספקני בעקביות לגבי היורו, ושהייתה לזה השפעה על תמיכת הציבור במדיניות זו. אלא שהמחקר שלה בארה"ב ובמערב אירופה הגיע למסקנה הפוכה לחלוטין כשמדובר במחויבות אזרחית (civic

(engagement – מעורבות אנשים בפוליטיקה. נוריס מציעה תזת-נגד אותה היא מכנה מעגל היושר (virtuous circle): הקשבה לתקשורת החדשותית **מגבירה** את נטייתם של אנשים להיות מעורבים בפוליטיקה, מה שמעודד הקשבה נוספת לחדשות. נקודת מבט זו מכונה לעיתים השערת ה"הנעה" (mobilization). נוריס מתעודדת במיוחד מטכנולוגיות המידע החדשות בטענה שהאינטרנט מספק גישה אינטראקטיבית גוברת להשגת מידע פוליטי.

באופן מרתק ומפתיע, הממצא היחידי שיש לנו מהמחקר הישראלי אודות נקודה זו תומך בטיעונה של נוריס. מדובר במחקרם של תמיר שפר, גבי וימן ויאיר צפתי שבחנו את צריכת החדשות של אנשים, כמו גם את מספר המשתנים הרלוונטיים במסע הבחירות בשנת 2006. החוקרים מצאו קשר חיובי בין חשיפה לחדשות ובין אמון בדמוקרטיה הישראלית, כמו גם לכוונה להצביע בבחירות הבאות.²⁶

אפשרות אחת להתמודדות עם ממצאים סותרים אלו היא להניח שלסוגי תקשורת שונים יש השפעות שונות על האופן שבו אנשים שונים מתייחסים לפוליטיקה. חישבו, לדוגמה, על ההשפעה של מידת הסנסציוניות של התקשורת, שנידונה קודם לכן. בהתחשב בכך שהתקשורת הסנסציונית נוטה להיות צינית יותר, אפשר לצפות שחדשות שליליות יגרמו לאנשים לאבד עניין בפוליטיקה ולהיות מעורבים פחות. לעומת זאת, אפשר להניח שאלה המקבלים את החדשות ממקורות רציניים יותר, קרוב לוודאי שיהיו גם אלה שמעורבים יותר פוליטית.

במחקר שבוצע בהולנד, לדוגמה, קיאס ארטס (Aarts) והולי סמטקו (Semetko) בחנו את ההבדל בין אנשים בעלי ידע רב יותר שנטו לצפות בערוצי השירות הציבורי, ובין אזרחים בעלי ידע מועט יותר שעשויים יותר לקבל את החדשות מתחנות מסחריות שבהן חדשות-בידוריות יותר שכיחות.²⁷ הם מצאו מתאם בין צפייה בחדשות בתחנות הציבוריות ומחויבויות פוליטיות רבות יותר, בעוד שאלו שבחרו בתחנות המסחריות הפגינו עמדות ציניות יותר כלפי פוליטיקה, והסבירות שישתתפו בה לפיכך נמוכה יותר. זה מעיד על כך שבעוד שאליטות מסוימות יכולות להתגייס ל"מעגל יושר" מסוג כלשהו, רוב האזרחים שסומכים על תקשורת חדשותית מבדרת יותר עשויים להפוך לחלק מספירלת הציניות.

כפי שצוין, אחת השאלות החשובות ביותר שעלו במחקר מסוג זה עוסקת ב"כיוון הסיבתיות" (direction of causality). הנושא הוא האם האוריינטציה הכללית של אנשים לפוליטיקה (למשל צינית) גורמת להם **לבחור** בתקשורת מסוג מסוים (יותר סנסציונית), או שהעובדה שהם צופים בתקשורת חדשותית מסוג מסוים היא ה**סיבה** שהם יותר (או פחות) ציניים. זוהי שאלה תקפה, אולם כל עוד שתי האסכולות מדברות על "מעגל" סיבתי, אין הכרח לקבל תשובה מוחלטת.

האם המדיה החדשה פחות צינית?

האם שימוש שכיח יותר בתקשורת החדשה מוריד את רמת הציניות בקרב הציבור? אופטימיסטים מצביעים על כך שכיום מנהיגים יכולים לדבר באופן ישיר יותר אל מצביעים, והדבר הזה מספק אמצעי לעקוף את התקשורת המסורתית. בנוסף, העובדה שאזרחים יכולים, לפחות באופן תיאורטי, לפעול באינטראקטיביות עם מועמדים ומנהיגים פוליטיים, יכול להוביל

להשתתפות רבה יותר בפוליטיקה. מסע הבחירות של אובאמה שהצליח לגרום לכל כך הרבה אנשים לתרום כסף ולהיות מעורבים במסע שלו דרך פייסבוק - היא דוגמה טובה לפוטנציאל הזה. ישנן מספר סיבות שלא להיות יותר מדיי מוקסמים ממה שהאינטרנט יכול להציע בתחום זה. קודם כול, מרבית אתרי האינטרנט החדשניים הפופולריים נראים מאוד דומים למה שניתן למצוא בתקשורת המסורתית. שנית, האינטרנט הוא מעל לכול אודות בחירה, ורוב החיפושים הפופולריים קשורים לסקס ולספורט, יותר מאשר לפוליטיקה. לבסוף, בהתחשב ברמת הציניות העצומה המאפיינת את הפוליטיקה כיום, קשה לדמיין כיצד גורם אחד יכול לשבור את המעגל. כל השינויים שעשויים להתרחש יחולו באיטיות ובהדרגתיות.

על אף שהדיון מתמשך, ישנן ראיות טובות לכך שרוב התקשורת החדשנית, רוב האזרחים ורוב הפוליטיקאים, ימשיכו להיות ציניים. מעגל זה הוא אחת התוצאות המשמעותיות ביותר של הצורך של העיתונאים לבדר אותנו כל הזמן. ישנן, עם זאת, השפעות שליליות אחרות על האופן בו עיתונאים מספרים סיפורים חשובים לא פחות, כולל הדחף להוסיף דרמה לסיקור מלחמה וטרור, נושא שיידון בהמשך.

מטרת החלק שדן בציניות הייתה לבחון את ההשפעות הבעייתיות שיש לזרם רציף של חדשות שליליות. קל להבין מדוע עיתונאים מרגישים צורך לספר סיפורים מרתקים. הבעיה היא שסיפורים חיוביים יותר אודות המערכת הפוליטית נשארים מחוץ למערך היומי. ואם לא די בכך, אנו תלויים בתקשורת כמעט בכל דבר שאנו לומדים אודות הפוליטיקה, לכן כמעט בלתי אפשרי לחשוב באופן חיובי על המנהיגים שלנו ועל התהליך הפוליטי. יותר מכול, מצערת העובדה שציניות עיתונאית והטלת רפש מצד מועמדים נוטות להגיע לשיא במהלך מסעי בחירות.

ייתכן שהיו זמנים בהם עיתונאים היו מצייתים באופן מוגזם לפוליטיקאים, מוכנים יותר מדי פשוט להעביר את הודעותיהם ופעולותיהם של המנהיגים ללא כל פרשנות או ספקנות. גם מצב כזה הוא בעייתי. אם התקשורת רוצה למלא את תפקידה ככלב שמירה, עליה תמיד לשאול את השאלות הקשות ולגרום למנהיגים פוליטיים לשאת באחריות על פעולותיהם ומעשיהם. עם זאת, ישנו הבדל משמעותי בין ספקנות לציניות, ונדמה היה כי המטוטלת הנורמטיבית התנדנדה חזק מדי בכיוון ההפוך. גם לפוליטיקה וגם לפוליטיקאים יש צד חיובי וצד שלילי, ובאחריותם של העיתונאים לדווח לנו על שניהם.

הדרמה של המלחמה והטרור

לצורך הכפייתי של התקשורת בדרמה יש גם השפעה רבה על האופן שבו היא מדווחת על סכסוכים אלימים. זה לא נעים לשמוע, אך לתקשורת יש עניין כלכלי ברור בסכסוכים. פרשן עיתון ניוזויק, אוון תומס (Thomas), מנסח זאת בצורה יפה במאמר שפרסם במרץ 2008:

אמצעי התקשורת המרכזיים (עליהם הבלוגרים אוהבים להתלונן) הם בעלי דעה קדומה, אך לא מבחינה אידיאולוגית. ההטיה האמיתית של העיתונות היא לכיוון סכסוכים. לעורכים, גם לאלו שצעדו בהפגנות נגד המלחמה בתקופת וייטנאם, יש חולשה למלחמה, שהיא הסכסוך האולטימטיבי.²⁸

אין דבר שמושך את תשומת ליבו של הציבור לחדשות כמו מלחמה. זה היה נכון הרבה לפני שסי.אן.אן התפרסמה בכל העולם בזכות סיקור מלחמת המפרץ בשנת 1991. הדרכים בהן מלחמות יכולות להועיל מבחינה כלכלית הפכו ברורות במיוחד לאיל התקשורת האגדי ויליאם

רנדולף הרסט, שהחל לעשות את הונו בסוף המאה ה-19. הרסט הפיק סדרת עיתונים רודפי סנסציות שעליהם נאמר שלעיתים מקריבים את האמת בשם המכירות.²⁹ למעשה הביטוי "עיתונות צהובה" מקורו בדמות מצוירת קומית, הילד הצהוב, שהופיע באחד מעיתוניו. הרסט, כמו המתחרה הראשי שלו ג'וזף פוליצר, הואשמו על ידי רבים בכך שסייעו בהצתת מלחמת ארה"ב-ספרד בשנת 1898. עיתונו של הרסט הכיל סיפורים גרפיים במיוחד אודות אכזריות הספרדים כלפי מורדים קובניים, ורבים האמינו שהמטרה של הכנסתם של סיפורים אלו לעיתון הייתה להפעיל לחץ על ארה"ב להתערב. תהיה האמת מאחורי טיעונים אלה אשר תהיה, עובדה אחת נותרת בעינה: שני בעלי העיתונים עשו הון באמצעות הסיקור הסנסציוני שלהם את המלחמה.

מעט אירועים מספקים יותר דרמה ממלחמה, בייחוד כאשר מדינתכם שלכם מעורבת. הדרמה שיש באירועים אלימים מסוג זה מתאימה במיוחד לחדשות הטלוויזיה, שבה צופים יכולים לראות ולשמוע את הדברים הנוראים שמתרחשים: פיצוצים, קורבנות ועובדי אורח היסטריים, שריפות, שכונות נהרסות, גופות מתים נגררות אל מחוץ לבניינים בוערים, חיילים פצועים מתפתלים מכאבים וארונות קבורה מורדים לבור באדמה. העובדה שעיתונאים מסכנים את חייהם ואף מאבדים אותם על מנת לכסות את הסיפורים הללו אומרת לכם עד כמה הם חשובים לתעשיית החדשות. ישנם מעט נתיבים מהירים יותר לגדולה עיתונאית מאשר להיות כתב צבאי מצליח; רבים מהפרסים החשובים ביותר ניתנים לאלו המסקרים מלחמות.

העובדה שמלחמה מייצרת חדשות נהדרות נכונה בישראל בדיוק כמו במדינות אחרות. ישנם כמובן מספר הבדלים חשובים. בישראל יש מלחמות לעיתים קרובות יותר מאשר במדינות אחרות, יש לנו הרבה יותר סיכויים להיות מושפעים אישית ממלחמות. אפילו כאשר המדינה אינה מעורבת במלחמה, אנשים משני צדי הסכסוך הישראלי ערבי נהרגים כל הזמן. פירוש הדבר שחדשות הקשורות לנושאים ביטחוניים כמעט תמיד מקבלות עדיפות ראשונה במערך החדשות, ושעיתונאים המסקרים את מערכת הביטחון או את ענייני הערבים נחשבים בין הכתבים החשובים ביותר בכל ארגון חדשות.

כאשר נושאים ביטחוניים מקבלים יתרונות מסוג זה בחדשות, פירוש הדבר גם שנושאים אחרים, פחות דרמטיים, ירדו למקום נמוך יותר במערך, או שיעלימו מהם עין לגמרי. אחת הדוגמאות הבולטות היא נושא העוני. ישנם מעט מאוד אירועים דרמטיים הקשורים לעוני, ולכן סוגיה חברתית נוראית זו זוכה למעט מאוד סיקור תקשורתי. במחקר שנערך על ידי המחבר בשיתוף עם יפעת מחקרי מידע מתקדמים, נבדקה כמות החדשות אודות עוני שהופיעו במהלך שנה שלמה בארבעה עיתונים יומיים: ידיעות אחרונות, מעריב, הארץ וגלובס.³⁰ חלקם של הדיווחים על עוני מסך דיווחי החדשות בממוצע היה השיעור האומלל של 0.3%. בהשוואה נמצא שהיו פי שבע כתבות אודות בנקים ויותר מפי שלוש כתבות על חברות סלולריות. תאונות הדרכים שגורמות למוות הרבה יותר מאשר מלחמות וטרור, קיבלו כמות סיקור קטנה בדומה לנושא העוני. ייתכן שהמחאות החברתיות ההמוניות שהתקיימו במהלך קיץ 2011 שינו את הממצאים האלו לזמן מה, אך לא סביר להניח שהייתה להן השפעה ארוכת טווח על מה צריך להיות שיעור העוני על מנת שייחשב לבעל ערך חדשותי.

חדשות על מלחמה הן **פחות** ציניות בדרך כלל מחדשות פוליטיות מסוג אחר, בייחוד בשלבים המוקדמים של הסכסוך. ישנן מספר סיבות לכך. ראשית, עיתונאים הם גם אזרחים, וגם הם לעיתים נסחפים בגל הפטריוטיות המלווה את פרוץ המלחמה. בנוסף, אותם עיתונאים, שאולי

מטילים ספק במלחמה, מבינים שרבים בקהל שלהם יכעסו על כל דיווח המרמז לחוסר נאמנות לאומית. לבסוף, ישנו הבדל גדול בין סיקור חדשות שגרתיות אודות מנהיגים פוליטיים לבין סיקור מלחמות. עורכים וכתבים הגיעו לכך שהם מאמינים שחדשות פוליטיות צריכות להיות ציניות על מנת להיות מעניינות ("חדשות טובות הן לא חדשות"). מלחמה עם זאת, היא תמיד מעניינת. למעשה, נקיטת עמדה מרוחקת או צינית כלפי האלימות עשויה להקטין את רמת הדרמה הקשורה במלחמה.

סיקור מלחמות הפך אף יותר דרמטי בשנים האחרונות בשל היכולת לסקר בשידור חי במהלך הקרבות, ומשום שהצבא הפך למיומן יותר בהזרמה קבועה של מידע חזותי ודיווחים לתקשורת. נקודת המפנה הייתה במלחמת המפרץ בשנת 1991 כשעיתונאים קיבלו כמות אינסופית, לכאורה, של צילומים מרהיבים של שמי בגדד מוארים כמו במופע זיקוקים, של סרטוני וידאו של פצצות חכמות המאתרות ומפוצצות את המטרות שלהן, של מטוסי קרב ממריאים מנושאות מטוסים ושל נחשולי ההתפוצצויות של טילי שיוט מונחים ביציאתם מספינות בעלות הברית אל עבר האויב. מבקרים רבים דיברו באותה עת על העובדה שמלחמת המפרץ סוקרה יותר כמו משחק וידאו מאשר כמו סכסוך טרגי בו אלפי אנשים נהרגים.³¹

השלבים הראשונים של מלחמת עיראק בשנת 2003 היו אינטנסיביים באותה מידה וסיפקו כמות מסיבית של דרמה. המתקפה האווירית המסיבית על בגדד כונתה בשניות "הלם ומורא", ושוב, צופים קיבלו "מופע" שיכול היה להאפיל על כל סיפור בדיוני דומה. העלילה הפותחת של מלחמה זו הייתה אף יותר מעניינת משום שהנבל בסיפור, סדאם חוסיין, התחמק במהלך הסיבוב הראשון של הלחימה. העובדה שכולם "ידעו" שיש בידיו של סדאם נשק להשמדה המונית הוסיפה למתיחות ולדריכות, מתוך החשש שהרוזן עשוי לעשות שימוש בגז או בנשק ביולוגי נגד חיילים אמריקניים.³²

אחת הבריות היותר מעניינים במלחמת עיראק ב-2003 הייתה השימוש בהטמעה (embedment) לפיה הכתבים מוטמעים בכוח הלוחם. כתבים אלו הסתפחו ליחידות לחימה על מנת לאפשר סיקור חי מהחזית. העסקה הייתה די ברורה: הכתבים קיבלו גישה חסרת תקדים ללחימה, והצבא קיבל בתמורה שליטה בקו העלילה. עצם העובדה שכתבים מבליים זמן רב כל כך בשטח עם החיילים מובילה באופן בלתי נמנע לקרבה המשפיעה על הסיקור המלחמתי. המדען הפוליטי לאנס בנט (Bennett) תיאר את היחסים הללו:

מאחורי כל עיתונאי מסתתר לו הרפתקן חבוי המחפש להיות במרכז העניינים, ולהביא את הסיפור הגדול. ככל הנראה, אין דרך קרובה יותר לספר על מלחמת עיראק מאשר מתוך טנק השועט ברחבי המדבר אל עבר בגדד. כמעט כל עיתונאי מכובד (כולל אלה שמבוגרים מדי מכדי לצאת לשטח בעצמם) הריע בתחילה על ההטמעה הצבאית שהקנתה כרטיס לשורה הראשונה של עיתונאות מעולה, נקודת מבט שתביא את המציאות הבלתי מצונזרת של המלחמה לעם האמריקני. רק מאוחר יותר יודו עיתונאים אחדים במה שיכולים היו לראות מלכתחילה: שהסיפור הגדול הוכתב מושינגטון, והסצנות מתוך הטנקים היו קצת יותר מקטעי סרטים מסוג ב' למילוי זמן שאישרו את הסיפור שסופר על ידי הממשלה.³³

בישראל, היחסים בין עיתונאים לצבא שונים מאוד, ואולי אף יותר בעייתיים. המייחד את העיתונאים לענייני צבא בישראל הוא שכולם שירתו בצבא, חלקם ממשיכים לשרת בשירות מילואים ולכולם יש חברים ומשפחה שגם הם חיילים. בעוד שלעיתונאים המסקרים מקורות

רשמיים על בסיס קבוע יש בעיה בשמירת המרחק המקצועי, האתגרים מולם עומדים הכתבים הישראלים בסיקור הצבא ניכרים הרבה יותר.

אז מה אנחנו למדים מכל זה אודות תפקיד התקשורת במלחמה? ראשית, אמנם קשה להודות בזה, אבל מלחמה היא טובה מאוד לעסקי החדשות. מלחמה מספקת רמת דרמה שקשה למצוא בכל מקום אחר, וניתן לראות זאת בתשומת הלב הרבה שהתקשורת מקדישה לסיפור ובמעמד המקצועי הגבוה שזוכים לו אלו שמסקרים את הסכסוכים הללו. שנית, בגלל רמת הדרמה שמספקת המלחמה ובשל הקדחת הפטריוטית הסובבת את השלבים הראשונים של סכסוכים מסוג זה, סיקור סכסוכים אלה נוטה להיות פחות ציני מחדשות פוליטיות מסוגים אחרים. למעשה, התקשורת יכולה לעתים קרובות להפוך לחלק אינטגרלי ממאמצי הממשלה לגייס את ההנהגה הפוליטית ואת הציבור לתמיכה במאמצי המלחמה.

הסיקור העיתונאי הנלהב של שלבי המלחמה המוקדמים מביא לשתי השלכות ממשיות על התהליך הפוליטי. ראשית, המנהיגים הפוליטיים, שאולי היו להם הסתייגויות לגבי המלחמה, נמנעים מלמתוח ביקורת על הממשלה, ואפשר להבין זאת. בהינתן האקלים הפוליטי, שאותו התקשורת החדשותית הן משקפת והן מעצימה – מהלך ביקורתי כזה עשוי להסתמן כהתאבדות פוליטית. שנית, הציבור הרחב נשאר לעיתים קרובות לא מודע לסיכונים ולמחירים הכבדים הנלווים למלחמות. התקשורת מתחילה לספר את החלק הזה, הטרגי יותר של הסיפור, רק בשלב מאוחר יותר; יציאה למלחמה כמעט תמיד נראית פחות מורכבת ומסוכנת בתחילתה מאשר בסופה.

מופע האימים הידוע כטרור

קיים רק סוג אחד של אלימות שיכול להתחרות עם מלחמה על תשומת לב התקשורת: טרור. האופן בו מתייחסים עיתונאים מערביים וטרוריסטים זה לזה מספק תובנות מרתקות לגבי כיצד הדגש על הדרמה בחדשות יכול להשפיע באופן משמעותי על התהליך הפוליטי. חשוב לציין שוב כי טרוריסטים הם קוראי התיגר האולטימטיביים של "הדלת האחורית". ללא מעשי אלימות מזעזעים, מעט אנשים בעולם היו בכלל שומעים על הצבא האירי הרפובליקאי IRA, על אל-קעידה, החמאס או החיזבאללה. חשיפה לכמות אדירה של סיקורים חדשותיים הכרחית עבור מרבית הקבוצות הללו, היות והפצת אימה בקרב האוכלוסייה הכללית היא לעיתים חשובה להם הרבה יותר מהאנשים שהם הורגים. כשראש הממשלה לשעבר של בריטניה, מרגרט תאצ'ר, הורתה על חרם על כל הראיונות עם הצבא האירי הרפובליקאי, היא טענה שהפרסום הוא "החמצן של הטרור".³⁴

בין העיתונאים המערביים לטרוריסטים יש יחסי אהבה-שנאה. טרוריסטים שונאים את העיתונות המערבית, אך זקוקים לתקשורת על מנת להפיץ את המסרים המפחידים שלהם. קבוצות טרור הפכו מתוחכמות יותר ויותר ומפיצות קלטות וידאו לתקשורת לפני תקיפות ואחריהן. פרסום מסוג זה מגביר בצורה ניכרת את ההשפעה של פעולות אלה. עורכים מערביים, למרות שזה מתחת לכבודם, אינם יכולים לעמוד בפני הפיתוי של הצגת סרטונים אלו שוב ושוב, משום שהם מספקים דרמה יותר מכל תכנית ריאליטי. חוץ מזה, כל הצילומים האלה הופכים בקלות לזמינים באינטרנט. אחת הדוגמאות הנלעגות ביותר של ז'אנר זה בה השתמשו מספר קיצוניים אסלאמיים היא סצנה בה טרוריסטים רעולי פנים עומדים מעל בני ערובה ומאיימים

בעריפת ראשם. דיווחים מסוג זה הם מרתקים בדיוק כשם שהם דוחים. אנשי מקצוע בתחום החדשות שמשדרים דיווחים מסוג זה סולדים מהם כמו כולנו, אך בהתחשב בלחץ התחרות, מעטים מסוגלים להימנע מפרסומם.

היחסים בין עיתונאים ישראלים לארגוני טרור מרתקים במיוחד בהקשר זה. היו זמנים בהם ראיונות עם חברי אש"ף הוצאו מחוץ לחוק. כיום ראיונות עם מנהיגי חמאס מתרחשים באופן קבוע, ורק מעט פרשנים מוצאים ששיתוף פעולה מסוג זה הוא בעייתי. חישובו על כך, כמה מוזר הדבר שלחמאס, שביצע חלק ממתקפות הטרור המחרידות ביותר בישראל, יש דובר שמדבר עברית ומרואיין לעיתים קרובות ברדיו הישראלי. זה מאפשר לחמאס לפחות להפיץ את המסר שלו לציבור הישראלי. גם אם השאלות שנשאלות הן לרוב עוינות ("איך אתם יכולים להצדיק הרג של ילדים?") הארגון עדיין מקבל הזדמנות חשובה לדבר.

תופעה זו מחזירה אותנו לטענה שההשפעות של ההטיה **המסחרית** הן משמעותיות הרבה יותר מאלה הנובעות מההטיה **האידיאולוגית**. כשעיתונאים צריכים לבחור בין העדפתם הפוליטית האישית ("אני שונא טרוריסטים") ובין שיקוליהם המקצועיים ("אלוהים, ראית מה הוא עשה? תשדר את זה שוב") הדחף שלהם לייצר סיפור טוב כמעט תמיד ינצח. שיקולים אידיאולוגיים עשויים להשפיע על האופן בו הסיפור מסופר, אך לא כל כך על השאלה אם הוא יסופר, או כמה זמן ומקום יקבל נושא הטרור.

בואו נחזור לרעיון תהליך הפוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה על מנת להבין טוב יותר את הדרכים שבהן הכפייתיות של העיתונאים להשתמש בדרמה משפיעה על הפוליטיקה של הטרור. כדוגמה, חישובו על ההשפעות של מתקפת אל-קעידה על ארה"ב ב-11 בספטמבר, 2001. גם כאן, המעגל מתחיל עם מה שמתרחש בזירה הפוליטית: אל-קעידה הוציאה לפועל מתקפה איומה ונוראה על ארה"ב, ששינתה את בצורה קיצונית את הסביבה הפוליטית: המלחמה בטרור הפכה למוקד מרכזי עבור ארה"ב וממשלות רבות ברחבי העולם.

בשלב השני, ארה"ב והתקשורת הבינלאומית הגיבו לשינוי זה באמצעות הקצאת מקום וזמן בהיקף גדל והולך לנושא הטרור. כל קלטת וידאו ששוחזרה על ידי אוסאמה בן לאדן הפכה לאירוע חדשותי מרכזי, ופרשנים הופיעו ללא הרף בטלוויזיה בניסיון להעריך את חומרת האיומים העדכניים ביותר באותה העת. בנוסף, עיתונאים החלו לייחס לאל-קעידה כל מתקפת טרור שהתרחשה. גם כאשר לא היה קיים כל קשר, עיתונאים יכולים היו לטעון שהמתקפה הייתה "בהשראת" אל-קעידה. בעולם החדשות הבידוריות, ניתן לתרגם סלבריטאים לרייטינג, גם כאשר הסלבריטאים הם טרוריסטים.

החלק השלישי במעגל עוסק בהשפעה של החלטות העריכה הללו על הזירה הפוליטית. השפעה חיובית אחת של התייחסות תקשורתית כה רבה היא שמדינות מערביות משקיעות משאבים רבים יותר למניעת הטרור. אולם לתשומת הלב של המערב לטרור עלולה להיות גם השפעה שלילית על הזירה הפוליטית. דיווחים חדשותיים מפחידים יותר מובילים לרמות פחד גבוהות יותר בקרב האוכלוסייה, מה שעוזר לקבוצות טרור להשיג את אחד היעדים העיקריים שלהן. נוסף על כך, כשמתקפות טרור מועצמות על ידי התקשורת, הדבר מעלה את מעמדן הבינלאומי של הקבוצות הללו, ומקל עליהן לגייס כספים ותומכים חדשים.

מצב זה עלול גם להוביל לתועלות פוליטיות ממשיות. ישנה סיבה טובה להאמין, לדוגמה, שהעצמה זו מצד התקשורת היא אחת הסיבות לכך שתנועת החמאס נהנתה מהצלחה פוליטית כזו בקרב הפלסטינים. התגובה הכמעט היסטורית של התקשורת הישראלית (שהפלסטינים

המתגוררים בשטחים עוקבים אחריה מקרוב) סיפקה המחשה גרפית לכך שלקבוצה הייתה השפעה הרסנית על האויב שלה.³⁵

חשוב להבין שלא צריך לראות בהחלטה להפוך את הטרור לחדשות עיקריות דבר בלתי נמנע. היו זמנים בישראל בהם מתקפות טרור קיבלו סיקור הרבה פחות היסטורי. הנה ציטוט מאחד מיועציו הקרובים ביותר של ראש הממשלה רבין, שהתלונן על השינוי באופן בו מתקפות טרור מסוקרות בעיתונות הישראלית: על ידי השוואתם למתקפה שהתרחשה בשנת 1970.³⁶

אין להשוות בין הסיקור כיום ובין איך שהוא היה בעבר. 24 חיילים נהרגו במשאית נושאת תחמושת לאחר משימה במצריים... הייתה כותרת רגילה בידיעות אחרונות. כלל לא דומה למה שיש לכם היום. היו שתי תמונות, רשימת ההרוגים וזה הכול. יומיים לאחר מכן לא היה דבר. כיום, עם כל התמונות, הכותרות והצבע - זהו עולם שונה לגמרי... כתבתי פעם אודות פצצה שהתפוצצה בתחנה המרכזית בתל אביב. הייתה זו כתבה של עמוד אחד. עמוד וחצי בידיעות אחרונות וזה היה סוף הסיפור. אנשים נהרגו. כיום פצצה בתחנה המרכזית בתל אביב תיראה כמו סוף העולם.³⁷

ישנו שיעור חשוב נוסף שאנו יכולים ללמוד מכל זה שיידון בפירוט רב יותר בפרק הבא. חלק גדול מההשפעה המשמעותית של התקשורת על התהליך הפוליטי אפשר להגדיר **כתוצאות לא מכוונות** (unintended consequences) של אופן יצירת חדשות. לרוב המכריע של העיתונאים אין כל כוונה לסייע לטרוריסטים; הם שונאים אותם בדיוק כמו כלנו. מה שקורה הוא פשוט תוצר לוואי רע של נוהלי עריכה של החדשות שממצבים את הדרמה במקום הראשון. לסיכום, חדשות אודות טרור הן דרמטיות מטבען, וזוהי הסיבה שעיתונאים תמיד ראו בו מקור נהדר לסיפורים טובים. סיקור זה של מלחמה וטרור הוא בדרך כלל הרבה פחות ציני, ככל הנראה משום שגישה מסוג זה תגרע מהדרמה. למעשה, כשמדובר במלחמות, הסיקור יכול להיות אף נלהב, מה שיכול להיות גם בעייתי. הנהלים לסיקור טרור מהווים גם הם סיבה לחשש, היות שהם יכולים בסופו של דבר להקל עוד יותר על קיצוניים מסוג זה להשיג את מטרותיהם. בעוד שהסיבות לכך יכולות להיות מובנות, הן מבליטות את ההשלכות החמורות שיש לשימת דגש חשוב כזה על סיפורים "טובים".

חדשות ושלום

לצורך בדרמה יש לא רק השפעה בעייתית על האופן שבו סכסוכים מסוקרים, אלא גם על הניסיונות לסיים את הסכסוך. ישנה סתירה פנימית בין הצורך בשלום לבין הצורך בחדשות. תהליך שלום מוצלח דורש סבלנות, והתקשורת דורשת מיידיות. שלום יתפתח קרוב לוודאי בתוך סביבה רגועה, ולתקשורת יש עניין כפייתי באיומים ובאלימות. בניית שלום הוא תהליך מורכב, והתקשורת מתמודדת כמעט באופן בלעדי עם אירועים פשוטים. התקדמות לקראת שלום דורשת לפחות הבנה מינימלית של הצרכים של הצד השני, אך התקשורת מחזקת את האתנוצנטריות והעוינות כלפי אויבים. כל אלו בדרך כלל מובילים לזרימה קבועה של חדשות שליליות אודות השלום למעורבים בסכסוך, ומקשים עוד יותר על הניסיון להגיע לפשרה מסוג כלשהו.³⁸

ניתן להבין את תפקיד התקשורת בניסיונות להשיג שלום גם כמקרה של תוצאות לא מכוונות. כמעט כולם מעדיפים שלום על פני מלחמה, כולל אלו שעובדים בעסקי החדשות. אף על

פי כן, ההגדרות של מה שנחשב לחדשות בדרך כלל גורמות לתקשורת למלא תפקיד הרסני בתהליך השלום.

ישנן שתי סיבות עיקריות לכך שחדשות ושלוש כמעט תמיד לא הולכים יחד. הראשונה קשורה לצורך של עיתונאים בדרמה: תהליך שלום הוא בעיקר משעמם. תהליך שלום כולל בדרך כלל חבורה של מדינאים אפורים בפגישות ארוכות, העוסקות באינספור פרטים אודות כיצד השלום אמור לעבוד. גרוע מכך, גם אם הם מתקדמים, מדינאים מאומנים לשמור זאת בסוד, היות והדלפות יכולות לפגוע, ואף להרוס, את התהליך. שלא כמו במלחמות, בהן עיתונאים מקבלים זרם שוטף של אירועים דרמטיים, עיתונאים שהוקצו ל"מסלול השלום" מוצאים לעיתים רחוקות משהו דרמטי שניתן לדווח עליו. לעיתים המצב כה גרוע שהעיתונאים מוצאים את עצמם מדברים על נושאים בוערים מה אכלו צוותי המשא ומתן לארוחת הצהריים.

לכל אלו שאינם משוכנעים שתהליך השלום משעמם, אני מציע שתחשבו על כל הספרים, תכניות הטלוויזיה והסרטים שקראתם וראיתם על תהליכי שלום. נסו לנקוב לפחות בשמו של אחד מהם. כעת חישבו על מספר הספרים, תכניות הטלוויזיה והסרטים על טרור ומלחמה. עם זה דווקא לא הייתה בעיה, נכון? מעולם לא היה דיון בשאלה מי יגלם את יצחק רבין בסרט על תהליך הסכם אוסלו. למעשה, מעולם לא היה דיון כלשהו על הפקת סרט כזה. פשוט אין כל רווח משלום, וזה נכון לגבי סיפורת ומציאות כאחד.

קיים מצב אחד בו הדגש על דרמה הוא למעשה טוב לשלום: כאשר התהליך מסתיים, והמנהיגים מחליטים לערוך טקס מרכזי כדי לחגוג. רק אז הופך השלום לאירוע מרכזי. המארגנים מוציאים את הילדים, היונים והמוסיקה; המנהיגים חותמים על ההסכמים ולוחצים ידיים (בשאלה האם יהיו חיבוקים ונשיקות לעיתים דנים מראש). התרוממות הרוח היא צו השעה, והתקשורת מוצאת שאירועים מסוג זה הם מעניינים מספיק על מנת לספק סיקור חגיגי חי. אולם ברגע שהטקסים מסתיימים, עיתונאים שועטים אל עבר הגבעות במרוץ למציאת סכסוך חדש לסקר.

גורם שני לכך שהחדשות והשלום לא ממש מסתדרים ביניהם, קשור בהשפעת **המיידיזם**. ככל שהחדשות יותר רעננות, כך הן יותר מעניינות ומלהיבות. חדשות מתמקדות באירועים שזה עתה התרחשו. למרות שזה היה נכון מאז ומתמיד – ומכאן השם **חדשות** – עקב שינויים טכנולוגיים אנשים הגיעו לשלב בו הם מצפים לחדשות **מיידיזם**. אולם, כמו בדברים רבים אחרים, מהר יותר איננו בהכרח טוב יותר. הנה עובדה חשובה שיש לזכור: **חדשות עוסקות באירועים, לא בתהליכים**. תהליך שלום עשוי להימשך זמן רב, והתקשורת, כידוע, לא אוהבת לחכות. נוהלי עריכה אלה עומדים בדרכם של האזרחים לקבל פרספקטיבה ארוכת טווח על המתרחש.

ניתן לחשוב על שלום כהשקעה לטווח ארוך למדי. דמיינו שאתם גרים במדינה שסועת קרבות (כמו ישראל), והחלטתם להשקיע במניית השלום, למרות שרבים מחברכם הזהירו אתכם שלא לקחת סיכון כזה. למרבה הצער, כעבור שנה בערך אין לכם כל כך מושג אם הייתה איזושהי התקדמות ביחס למניה זו. אתם כן מקבלים דיווחים כלשהם על השיחות, אך בהתחשב באופיין של החדשות, מרבית האירועים הדרמטיים יותר הם שליליים (כמו משבר בשיחות, או שאנשים נהרגים). בשלב זה ישנם אתם תקבלו, ככל הנראה, המלצות מכירה מאנשים רבים יותר. זה לא מפתיע שאנשים רבים מוצאים את עצמם מושכים את כספם מהשלום, ומשקיעים אותו במשהו מבוסס יותר, כמו מניות ביטחוניות.

הסכם אוסלו

דוגמה חשובה לאופן בו הדגש על הדרמה והמיידיות משפיע על סיקור חדשותי ניתן למצוא במחקר שבדק את תפקיד התקשורת בתהליך אוסלו לשלום בין ישראל לפלסטינים בראשית שנות ה-90 של המאה ה-20.³⁹ המשא ומתן בין שני הצדדים נמשך לאורך שנים, ומלבד שתי פריצות דרך לא היה כל כך על מה לדווח. הייתה כמות רבה של חדשות שליליות לדווח עליהן, כולל מספר רב של מתקפות טרור מצד קבוצות פלסטיניות שהותירו מאות ישראלים הרוגים, וטבח אחד בו נרצחו 29 מתפללים פלסטינים על ידי מתנחל ישראלי. היו גם מספר רב של מחאות, בחלקן אלימות. בסופו של דבר, ראש הממשלה יצחק רבין נרצח בידי מתנקש יהודי ימני שהיה נחוש לסכל את התהליך. בניתוח תוכן של החדשות הישראליות נמצא שבמשך כל התהליך היו הרבה יותר חדשות שליליות אודות תהליך השלום מאשר חדשות חיוביות.⁴⁰

התקשורת הישראלית היא סנסציונית באופן יחסי, וזה היה ברור באופן שבו היא דיווחה על האלימות. לאחר כל מתקפת טרור נעצרו כל השידורים הרגילים, וברדיו הושמעו שירים עצובים בלבד. התקשורת החדשותית הפכה למוקד האבל העיקרי, וכמעט שלא שודר דבר שלא שיקף, חיזק והגביר את תחושת הצער והכעס שהתפשטה בקרב החברה הישראלית. תמונות גרפיות קשות של המוות וההרס הוצגו בעיתונים ועל מסכי הטלוויזיה. סיפורים קורעי לב על המשפחות שנהרסו שודרו ללא הרף, והטלוויזיה סיקרה לוויית רבות. היו גם קריאות רבות לנקמה בפלסטינים ואיומים אלה בלטו מאוד בתקשורת.

הנימה הסנסציונית של העיתונות הישראלית השפיעה גם היא על תנועות מחאה של הימין שניסו לעצור את התהליך. היה ברור מאוד מלכתחילה שככל שהרטוריקה והפעולות היו קיצוניות יותר, תעלה הסבירות שקולם של המוחים יישמע. שלא במפתיע, קבוצות שכינו את ראש הממשלה בוגד, או שזרקו מסמרים ושפכו שמן בכבישים מהירים, היו בעלות ערך חדשותי רב יותר מאשר אנשים שבסך הכל נאמו נגד תהליך אוסלו. קבוצות מתנגדות מתונות יותר בישראל הרגישו שלמרות גודלן הן נדחקו לשוליים, משום שתשומת לב תקשורתית כה רבה ניתנה לקבוצות קטנות, קיצוניות יותר. ראיונות שנערכו עם מקורות פלסטינים חשפו תסכול דומה מאוד. בעוד שהם ניסו לנהל חוזה שלום עם ישראל, החמאס וקבוצות קיצוניות אחרות השיגו סיקור תקשורתי רב יותר באמצעות השימוש בטרור.⁴¹

אחד הדברים החשובים שמתרחשים ככל הנראה במהלך מעגל אלימות שכזה הוא שכל צד נעשה משוכנע שהקיצונים **מייצגים** את הצד השני; נדמה שהשלום אינו אפשרי. זה מחזיר אותנו לעקרון הסטייה המייצגת שנידונה בפרק 3. על אף שמרבית הציבור יודע שמעשי האלימות הם יוצאים מן הכלל, ולא הכלל, קשה שלא להסיק שאלו שנמצאים בצד השני הם כולם אלימים ("כל מה שמעניין אותם זה להרוג אותנו"). הרוב המכריע של אנשים מהצד השני שאינם אלימים לא נחשבים לבעלי ערך חדשותי.

יש שיגידו שבאמצעות שימת דגש על אלימות וקיצוניות במהלך תהליך הסכם אוסלו התקשורת בסך הכל שיקפה את המציאות הנוראית. המצב בשטח היה אכן קשה, אולם התקשורת גרמה לו להיראות אף יותר טראומטי. חישובו על סנסציה ככפתור לעוצמת קול מסוג כלשהו. בעלים ועורכים שולטים על הכפתור, ובעוד שחלקם יעדיפו לשמור על עוצמת קול נמוכה, אחרים יעדיפו להפציץ בחדשות כאילו שהקהל שלהם היה במופע רוק. אלו שמעדיפים להגביר את עוצמת הקול יודעים שזה יעלה את רמת הדרמה, ויגדיל את הקהל שלהם. כפי שנידון קודם לכן,

ניתן למצוא הוכחות לכך שנעשות בחירות עריכה אם בוחנים כיצד טרור מסוקר על ידי התקשורת הישראלית כיום, בהשוואה לאופן הסיקור בעבר.

ישנו גם ממצא אמפירי לכך שיש לשיקולי עריכה של חדשות השפעה שלילית משמעותית על הציבור הישראלי. תמיר שפר (Sheafer) ושירה דביר (Dvir) בדקו את היקף ההשפעה של המסגור השלילי של השלום על דעת הקהל ביחס לתהליך השלום הישראלי-פלסטיני.⁴² הם בחנו 92 חודשים של סיקור ומספר זהה של סקרי דעת קהל אודות אוסלו. החוקרים הגיעו לשתי מסקנות חשובות. ראשית, למסגור השלילי של הדיווחים בהקשר לביטחון ולשלום אכן הייתה השפעה על דעת הקהל **מעל ומעבר** לרמת האלימות בפועל. נימת הסיקור ללא ספק תאמה את המצב הביטחוני, אך לסיקור הייתה גם השפעה **בלתי תלויה** על עמדותיהם של אנשים. שנית, סיקור שלילי של אוסלו השפיע על עמדותיהם של אנשים כלפי שלום יותר מאשר כל חדשות חיוביות אחרות. כמו תמיד, קל הרבה יותר לשרוף בית מאשר לבנות אותו. גם אם מנהיגים צריכים היו להיות בעמדה שתקדם חדשות חיוביות אודות שלום, אין להם סיכוי.

כל הדיון הזה אודות תקשורת ושלום ללא ספק מפתיע קוראים אחדים, וקרוב לוודאי מרגיז אחרים. רבים מכס ודאי חושבים או "יודעים בוודאות", "שעיתונאים ישראלים הם שמאלנים, ויעשו הכל כדי לסייע לשמאל". כאשר רבין היה ראש ממשלה התפיסה הזו נחשבה על ידי רבים כעובדה שאין להתווכח עליה. הדבר מתייחס, כמובן, לדיון שכבר ערכנו בפרק השלישי אודות הקושי שבהגדרת אומדן ההטיה האידיאולוגית. אף על פי כן, תנו לי להציע שתי דרכים לחשוב על הנושא הזה, שיתנו לכם סיבה לפחות להטיל ספק בהשערה שלכם בנושא זה.

קו הטיעון הראשון מבוסס על מטאפורה. לזוג הורים מסוים יש שני ילדים, ילד בן 10 ששמו סכסוכי ונערה בת 15 ששמה שלומית. הילד, כפי שבטח ניחשתם משמו, מסתבך כל הזמן בצרות. הוא תמיד מעורב בקטטות בבית הספר, הוא מתחצף כשמגיעים אורחים לבית ומסרב לעשות כל דבר שהוריו מבקשים ממנו. שלומית היא בדיוק ההיפך ממנו: היא ילדה כמעט מושלמת. מתנהגת יפה, מקבלת ציונים טובים בלימודים ובוגרת מאוד לגילה (גילוי נאות: אני אבא לשתי בנות).

ההורים לא אוהבים להודות בזה, אך האמת היא שהם אוהבים את שלומית יותר מאשר את סכסוכי. הבעיה היא שהם מוצאים את עצמם מעניקים את כל תשומת ליבם לסכסוכי, ובכך קרוב לוודאי מחזקים את התנהגותו הרעה. מדוע? כי כפי שאולי שיערתם אחת הסיבות לכך שהילד מתנהג כפי שהוא מתנהג היא הרצון שלו לזכות בתשומת ליבם של הוריו. אם זו המוטיבציה, אז זה עובד. בכל הנוגע לשלומית, יהיה זה מפתיע אם היא לא תרגיש קצת מוזנחת ושמקבלים אותה כמובנת מאליה.

זה נכון גם לגבי עיתונאים. בואו נצא מנקודת הנחה שרוב העיתונאים בישראל מזוהים עם המרכז ועם השמאל של הקשת הפוליטית. זאת ועוד, נניח שבתוך תוכם הם באמת רוצים שלום, אך כשמדובר בייצור חדשות הם מעניקים את כל תשומת הלב שלהם לסכסוך ולמלחמה. למעשה, היות וקיצוניים אוהבים התייחסות ציבורית, התקשורת עשויה לחזק בדיוק את אותה ההתנהגות שהיא מתעבת. שוב אנחנו מתייחסים להשלכות הלא מכוונות הנובעות מהגדרות החדשות.

דרך נוספת לחשוב על זה היא לשקול האם טיעון הנגד בכלל הגיוני. בצורתו הטהורה, יש לטעון שאין כל סתירה בין חדשות לשלום. לו הייתה ניתנת הבחירה ליצירת דיווחים חדשניים, עיתונאים היו מעדיפים לדווח על רגיעה מאשר על סכסוך. האם מישו באמת יכול לטעון שעיתונאים מעדיפים לדווח על אירועים חיוביים יותר מאשר על שליליים, ושיש להם סלידה אמיתית מדיווח על דם ומוות? כדי להאמין בכך צריך להניח שדיווחים חיוביים אודות שלום ואהבה מוכרים עיתונאים הרבה יותר מאשר דיווחים דרמטיים על אלימות. כאשר מנסחים זאת כך, אתם מבינים טוב יותר, כך אני מקווה, כיצד אפילו לעיתונאים יוניים אין בעצם אפשרות אלא לפרסם חדשות ניציות. למרות זאת, ישנם מקרים יוצאים מהכלל, ועל החשוב ביניהם, שהתרחש בצפון אירלנד, נדון בהמשך.

כל זאת לא בא לרמז שהתקשורת הייתה הסיבה העיקרית לכישלון תהליך הסכם אוסלו. שוב, גורמים פוליטיים חשובים הרבה יותר לקביעת גורל המאמצים הללו מאשר האופן שבו הם סוקרו. תהליך אוסלו קרוב לוודאי נידון לכישלון עוד לפני שהחל. אם להזכיר רק סיבה אחת, היו יותר מדי קבוצות משמעותיות בשתי החברות שהתנגדו להסכם, והרבה יותר קל להרוס תהליך שלום מאשר להביאו לידי מימוש. הטיעון שהועלה כאן הוא שהתקשורת הישראלית והפלסטינית לקחה תהליך שלום בעייתי והפכה אותו לבעייתי יותר.⁴³

היוצא מן הכלל - צפון אירלנד

דרך נוספת להבין סתירות בין חדשות לשלום היא לבדוק מקרה בו כפתור עוצמת הקול מכוון לעוצמה נמוכה. בהתחשב בכל אשר נאמר עד כה, ככל שרמת הסנסציה נמוכה יותר בסיקור התקשורתי, כך פוחתת ההשפעה ההרסנית של התקשורת על מאמצי השלום. אנחנו יכולים לראות כיצד הדבר בא לידי ביטוי בצפון אירלנד. כפי שנידון בפרק 2, סיבה אחת לכך שהתקשורת מילאה תפקיד חיובי יותר בתהליך שלום זה הייתה בגלל סביבה פוליטית אוהדת יותר כלפי התהליך. הייתה גם סיבה נוספת: הנורמות המקצועיות של העיתונאים באזור ספציפי זה של העולם.

התקשורת בצפון אירלנד היא הרבה פחות סנסציונית בהשוואה לתקשורת במדינות מערביות רבות אחרות, והייתה לכך השפעה משמעותית על סיקור תהליך השלום.⁴⁴ אמצעי התקשורת בצפון אירלנד שמרנים במיוחד, בין השאר בשל השפעות דתיות חזקות בחברה זו. לרמת הסנסציה הנמוכה יחסית יש השפעה מרגיעה חשובה על כל השחקנים הפוליטיים שמרגישים פחות לחץ להחריף את הרטוריקה שלהם ואת הטקטיקות שלהם על מנת להיכנס לחדשות. עיתונאים רבים בצפון אירלנד הגיעו להחלטה מודעת להוריד את רמת הדרמה, משום שהבינו את מידת הנזק שיכולה להיות לסיקור יותר טעון רגשית. אחת ההערות המאירות ביותר ביחס לבעיה זו הגיעה מעיתונאי מקומי שסיפר לי ש"סנסציה יכולה לעלות בחיי אדם".⁴⁵

דוגמה טובה לחשש זה היא שעורכים בצפון אירלנד חושבים היטב לפני שהם שולחים כתבים לסקר אלימות ברחובות. הם חוששים באופן מובן שלתקשורת, בייחוד לזו עם מצלמות הטלוויזיה, יכולה להיות השפעה מזיקה על מה שמתרחש בשטח. פרשן של אחת מתחנות הרדיו דיבר על הדרכים שהביאו להתפתחותה של רגישות זו במשך השנים.

בתחילה על כל אלימות רחוב, כל הפרעת סדר אזרחי כלשהי, היינו שולחים כתבים שידווחו ממקום האירוע... עם התפתחות המצב, התקשורת, אני לא מדבר אך ורק על התחנה שלנו אלא באופן כללי יותר, הבינה שאנשים שיחקו לעין המצלמה. אני מתכוון לכך שהיו לילות בהם התרחשו מעשי אלימות רבים, רמת אלימות גבוהה בהשוואה לראשית האירועים, ואף אחד לא הלך. היה זה

פשוט מקרה של אלימות מתמשכת, אל תכבידו על המצב בנוכחותכם, אתה יודע, תנו להם להסדיר את הדברים איך שהם רוצים, בצורה הטובה ביותר שהם יכולים, אך אל תתנו להם את חמצן הפרסום להכאיב ולפגוע עוד יותר בצד הנגדי.⁴⁶

להחלטה זו לשמור על רמת סנסציה נמוכה יש השלכות חשובות על הסיכויים להשגת שלום באזור זה. כששמים דגש רב על דרמה, שחקנים מרגישים לחץ קבוע להיות יותר קיצוניים על מנת שישמעו אותם. לחץ זה הוא סיבה נוספת לכך שההשפעה של התקשורת הישראלית על תהליך השלום הייתה כה שונה מזו של צפון אירלנד.⁴⁷ בישראל, כל השחקנים הפוליטיים התחרו על הכניסה לחדשות ואחת הדרכים הטובות ביותר לעשות זאת הייתה להיות קיצוניים יותר. בצפון אירלנד התקשורת שירתה כגורם מרגיע והגדילה את הסיכויים לשלום, בישראל התקשורת הייתה זרז משמעותי להעצמת הפחדים והמתח.

אם כן, כעת אתם מבינים טוב יותר שהחלטות עריכה בדבר הדרכים שיינקטו לשם הבאת דיווחים חדשותיים יכולות לגרום להשלכות משמעותיות על הסיכויים לשלום. ככל שהתקשורת סנסציונית יותר, כך יגברו סיכוייה ללבות את להבות העוינות והאלימות. כאשר עיתונאים מחליטים, מצד שני, להוריד את רמת התוכן הרגשי, התקשורת יכולה לסייע לניסיונות להביא לפיוס בין אויבים. המקרה של התקשורת בצפון אירלנד הוא אולי יוצא דופן נדיר שמוכיח את הכלל, אך הוא אומר לנו המון על התפקיד החשוב שהתקשורת יכולה למלא במהלך סכסוכים.

האם חדשות בידוריות כולן רעות?

שווה לסיים את הפרק הזה בהערת אזהרה עבור כל אלה שמותחים ביקורת על חדשות בידוריות. אם החדשות היו יותר מאופקות כפי שנדמה שאחדים חושבים, מעט מאוד אנשים היו מתייחסים אליהן. כאשר יותר אנשים עוקבים אחר אירועים עכשוויים, יש בכך משהו חיובי. הסיבה העיקרית לעשיית החדשות ליותר מבדרות היא על מנת להגדיל את כמות הקהל. זוהי אחת הסיבות העיקריות לכך שאנשים רבים כל כך – בייחוד צעירים – נהנים מתכניות כמו ארץ נהדרת בישראל או הדיילי שואו בארה"ב. לכן, גם לדגש על הדרמה בחדשות יש יתרון מרכזי: אזרחים רבים יותר עוקבים אחרי אירועים אקטואליים.

אפשר להעלות טיעון דומה אודות האופי הבעייתי של חדשות טלוויזיה בהשוואה לעיתונות רציניים. מרבית האנשים בארה"ב עדיין מציינים את הטלוויזיה כמקור חדשות עיקרי שלהם, אף שהאינטרנט נמצא בסמוך אליה, במקום השני.⁴⁸ ישנם אזרחים רבים שפשוט אין להם את הסבלנות, או במקרים מסוימים אפילו את היכולת, לשבת ולקרוא עיתון רציני. הסיבה לכך שאנשים רבים כל כך תלויים בחדשות הטלוויזיה היא שדיווחים חזותיים קצרים הם גם מעניינים יותר, וגם קלים יותר להבנה. עבור אנשים רבים הבחירה היא אינה בין טלוויזיה, אינטרנט או עיתון; היא או טלוויזיה, או כלום.

מתיו באום (Baum) מעלה את אותה הנקודה במחקרו הנרחב על חדשות רכות.⁴⁹ הוא טוען כי צורת חדשות מסוג זה מספקת לאנשים רבים מקור נגיש ומוכן למידע פוליטי. הוא מציין כי כמות הקהל הצופה בחדשות רכות היא גדולה מאוד, ושחדשות קשות פשוט לא מסוגלות לענות על הצרכים של אנשים אלו.

דיון משעשע למדי בהקשר לנושא זה התנהל בין חוקר התקשורת מייקל שדסון (Schudson) ואיש מדעי המדינה מייקל דלי-קרפיני (Delli Carpini) אודות אילו דמויות

מתכנית הטלוויזיה "משפחת סימפסון" מייצגת את האזרח האידיאלי, ומי מהן מתארת יותר במדויק את האידיאל הזה.⁵⁰ שדסון טען שרבים יחשיבו את ליסה סימפסון כאזרח האידיאלי משום שיש לה מצפון, היא מלומדת, מסיקה מסקנות, חושבת ובטח מעדיפה דיון פוליטי פתוח ואדיב. הוא ציין, עם זאת, שאלו שחושבים על בארט כאנטי-אזרח טועים. חוסר הכבוד שלו והכפייתיות שלו בנושא אחד עשויה לאפיין את בעלי המוטיבציה להיות מעורבים בפוליטיקה. דלי-קרפיני לקח את הרעיון הזה ודיבר על כמה סוגים שונים של אזרחים קיימים במציאות.

אזרחים הם מגוון המורכב מדמויות כמו "ליסה" ו"הומר" ו"מארג" ו"בארט", כמו גם מ"מר ברנס" ו"ראש העיר קווימבי" ו"אפו". עולם המורכב מליסה סימפסון בלבד יכול להיות פנטזיה, אך עולם בלעדיה יהיה טרגדיה. ואוסף, עולם עם יותר אזרחים כמוה נשאר אפשרות – אם תינתן לכך הזדמנות.⁵¹

יש לזכור שלאילו שהם "ליסה" שבאמת אכפת להם מפוליטיקה, יש אינספור ספרים, עיתונים ואתרים ברשת שאליהם הם יכולים לפנות. יש להם גישה למאות מחקרים מתוחכמים, והם יכולים גם להשיג דיווחים חדשניים מכל מדינה בעולם. אך על מנת למשוך את "המארגיות" והבארטים" (ואפילו גם ה"הומרים" אם זה כולל את הסופגניות) אנחנו צריכים תקשורת מסוגים שונים שמספקת כמות כלשהי של בידור. ניתן לנסח את השאלה האמיתית כך: האם טוב יותר שיהיו יותר אנשים שמקבלים חדשות שהן מעט שטחיות, או פחות אנשים שצורכים גרסאות רציניות יותר?

כל עוד חדשות הן עסק, אין לנו באמת ברירה. יצירת החדשות היא עסקה מתמשכת בין אלו שמייצרים את החדשות לבין אלו שצורכים אותן. יוצרי חדשות ימשיכו לעשות כל שביכולתם להרחיב את גודל הקהל, וזה יהיה אף נכון יותר כשהיה קשה יותר להשיג זאת בעידן הדיגיטלי. פרק זה הסביר מדוע סיפור טוב הוא חלק כה חשוב ביצירת חדשות וחלק מהתוצאות המשמעותיות שקשורות להעדפה זו. עיתונאים יודעים שאנשים תמיד מחפשים אחר סיפורים טובים, ואם הם לא ימצאו אותם ממקור חדשותי אחד, הקהל יעבור למקור אחר. הודגש גם כי לא כל אמצעי התקשורת דומים: ישנם בעלי דחף גדול יותר לדרמה וסנסציה מאשר אחרים. באשר לתוצאות, ישנה סיבה טובה להאמין שדגש זה הוא אחד הגורמים המובילים לציבור שיחסו לפוליטיקה יותר ציני והוא פחות מאמין במנהיגיו ובמוסדותיו. הרצון לשמור על כך שהציבור יהיה מעורב, גם מוביל לתיאור בעייתי ואף מסוכן במיוחד של אופי מלחמות וטרור. לבסוף, היות שסכסוכים תמיד יהיו מעניינים יותר משלום, עיתונאים לעיתים קרובות הופכים את השלום והפיוס בעולם קשים יותר להשגה. אז גם אם יש יתרונות לחדשות מבדרות, חשוב לזכור תמיד את הסיכונים הרציניים שהן מציבות בפני בריאות הציבור.

שאלות למחשבה ולדיון, פרק 4

1. ישנו ויכוח בתחום התקשורת הפוליטית אודות הבעיות והתועלות המיוחסות לחדשות בידוריות. מרבית אנשי האקדמיה מדברים על האופן בו הדגש על דרמה מעוות את הבנתנו של העולם הפוליטי. אחרים אומרים שיצירת החדשות בצורה מעניינת יותר מבטיחה שהרבה יותר אנשים יעקבו אחריהן. מה אתם חושבים?
2. נאמר כי אחת הבעיות בשימת דגש על דרמה הייתה שלעיתים קרובות קל יותר למנהיגים לקדם מלחמה מאשר שלום. האם תוכלו לחשוב על אסטרטגיות שמנהיגים יכולים היו לאמץ על מנת להפוך את תהליך השלום למעניין יותר עבור עיתונאים?

הערות

¹ J. N. Cappella and K. H. Jamieson, *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good* (Oxford University Press, USA, 1997).

R. D. Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* (Simon and Schuster, 2001); P. Moy and D. A. Scheufele, "Media Effects on Political and Social Trust." *Journalism and Mass Communication Quarterly* 77, no. 4 (2000); S. E. Bennett, S. L. Rhine, R. S. Flickinger, and L. L. M. Bennett, "Video Malaise" Revisited: Public Trust in the Media and Government." *The Harvard International Journal of Press/Politics* 4, no. 4 (1999); M. Hetherington, "Declining Trust and a Shrinking Policy Agenda: Why the Media Scholars Should Care." In R. P. Hart and D. Shaw (Eds.), *Communication in US elections: New agendas* (2001).

³ על סיקור מרוץ הסוסים ראו: J. N. Cappella and K. H. Jamieson, *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good* (Oxford University Press, 1997), S. Iyengar, H. Norpoth, and K. Hahn, "Consumer Demand for Election News: The Horserace Sells." *Journal of Politics* 66, no. 1 (2004).

⁴ יריב צפתי, תמיר שפר, גבריאל וימן המלחמה על סדר היום: המערכה בעזה ומערכת הבחירות 2009 בתקשורת. בתוך א. אריאן ומ. שמיר (עורכים) הבחירות בישראל 2009 (המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2011)

⁵ T. E. Patterson, *The Vanishing Voter* (Vintage Books, 2003).

⁶ <http://www.mediaite.com/tv/at-gop-debate-rick-perry-cant-remember-third-agency-he-would-end-as-president/>

⁷ <http://motherjones.com/mojo/2011/11/herman-cain-not-every-woman-i-know-has-accused-me-sexual-harassment>

⁸ מחקרו של רפי מן עומד בסתירה לדעה הרווחת בנושא זה בטענתו כי למרות מחויבות העיתונות לפרויקט הציוני, היא היתה ללא ספק הרבה יותר ביקורתיות כלפי ההנהגה המדינית ממה שנהגים לחשוב. ראו: רפי מן, "בניין האומה והמאבק על המרחב הציבורי: המימד התקשורתי בפעילותו של דוד בן-גוריון - 1963-1948", חיבור לשם קבלת התואר דוקטור לפילוסופיה, (אוניברסיטת תל-אביב, 2010)

⁹ J. P. Berry, *John F. Kennedy and the Media: The First Television President* (University Press of America, 1987).

¹⁰ Katherine Graham, *Personal History* (Vintage, 1998). בעוד שלרוב מיוחס הציטוט לפיליפ גרהאם, ישנן מספר עדויות הרומזות כי הראשון להשתמש בביטוי היה אלן בארת' בשנת 1943. ראו: <http://www.slate.com/id/2265540>

¹¹ J. G. Geer, "Fanning the Flames: The News Media's Role in the Rise of Negativity in Presidential Campaigns," in *Discussion Paper Series* (Joan Shorenstein Center on the Press, Politics, and Public Policy, Harvard University, February, 2010).

¹² אודות קמפיין 1964 ראו: J. H. White, *The Making of the President, 1964* (Signet, 1965); J. Matthews, "To Defeat a Maverick: The Goldwater Candidacy Revisited, 1963-1964," *Presidential Studies Quarterly* 27, no. 4 (1997); R. Dallek et al., *Flawed Giant: Lyndon Johnson and His Times, 1961-1973* (New York, 1998); G. Donaldson, *Liberalism's Last Hurrah: The Presidential Campaign of 1964* (ME Sharpe Inc, 2003).

¹³ מנהלי קמפיינים התאספו באוניברסיטת הרווארד על מנת לנתח ולהבין את שקרה בקמפיין 1988. ראו: D. R. Runkel, *Campaign for President: The Managers Look at '88* (Auburn House, 1989).

¹⁴ A. L. May, "Swift Boat Vets in 2004: Press Coverage of an Independent Campaign," *First Amend. L. Rev.* 4 (2005).

¹⁵ J. G. Geer, "Fanning the Flames: The News Media's Role in the Rise of Negativity in Presidential Campaigns." Joan Shorenstein Center on the Press, Politics, and Public Policy, Harvard University, February, 2010

¹⁶ שם

¹⁷ יריב צפתי (אוניברסיטת חיפה), גבריאל וימן (אוניברסיטת חיפה) ותמיר שפר (האוניברסיטה העברית) העבירו בנדיבותם, לכותב ספר זה, את הנתונים המקוריים ממחקרים אלה.

¹⁸ G. Weimann & G. Wolfsfeld, Struggles over the Electoral Agenda – The Elections of 1996 and 1999, In Asher Arian & Michal Shamir (eds.). The Elections in Israel, 1999. (State University of New York Press, 2002).

¹⁹ אודות "חדשות רכות" ראו: M. Prior, "News Vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout," *American Journal of Political Science* 49, no. 3 (2005); J. Baumgartner and J. S. Morris, "The Daily Show Effect: Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth," *American Politics Research* 34, no. 3 (2006); M. A. Baum and A. S. Jamison, "The Oprah Effect: How Soft News Helps Inattentive Citizens Vote Consistently," *Journal of Politics* 68, no. 4 (2006), M. A. Baum, "Circling the Wagons: Soft News and Isolationism in American Public Opinion," *International Studies Quarterly* 48, no. 2 (2004), M. A. Baum, "Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public," *American Political Science Review* 96, no. 01 (2004), M. A. Baum, "Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence?," *Political Communication* 20, no. 2 (2003).

²⁰ לדוגמה ראו: Baumgartner and Morris, "The Daily Show Effect: Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth," *American Politics Research* 34, no. 3 (2006):8-23.

²¹ A. Kohut, "Cable and Internet Loom Large in Fragmented Political News Universe," <http://www.pewinternet.org/Reports/2004/Cable-and-Internet-Loom-Large-in-Fragmented-Political-News-Universe>.

²² המונח המקורי לתיאור התופעה היה "חולי הוידאו" (video malaise) ראו: M. J. Robinson, "Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case Of 'The Selling of the Pentagon'." *The American Political Science Review* 70, no. 2 (1976); S. E. Bennett, S. L. Rhine, R. S. Flickinger, and L. L. M. Bennett, "Video Malaise" Revisited: Public Trust in the Media and Government"; M. Hetherington, "Declining Trust and a Shrinking Policy Agenda: Why the Media Scholars Should Care."

²³ L. Müller and B. Wüest, "Media Malaise or Mobilization: How Mass Media Affect Electoral Participation in Established Democracies," in *5th ECPR Conference* (Postdam, Germany: 2009).

²⁴ שם, עמ' 20

²⁵ P. Norris, *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies* (Cambridge Univ Press, 2000).

²⁶ T. Sheafer, G. Weinmann, and Y. Tsafati, "Campaigns in the Holy Land: The Content and Effects of Election News Coverage in Israel", in J. Stronback and L. L. Kaid, *The Handbook of Election News Coverage around the World* (Routledge, 2008).

²⁷ K. Aarts and H. A. Semetko, "The Divided Electorate: Media Use and Political Involvement," *The Journal of Politics* 65, no. 03 (2008).

²⁸ E. Thomas, "The Myth of Objectivity," *Newsweek* 2008.

²⁹ M. A. Lee and N. Solomon, *Unreliable Sources: A Guide to Detecting Bias in News Media* (Lyle Stuart, 1991), D. Nasaw, *The Chief: The Life of William Randolph Hearst* (Mariner Books, 2001), B. H. Procter, *William Randolph Hearst: The Early Years, 1863-1910* (Oxford University Press, USA, 1998).

³⁰ לקבלת עותק מהמחקר לקריאה, ניתן ליצור קשר עם "יפעת – מחקרי מידע מתקדמים" או עם מחבר הספר.

³¹ על תפקיד התקשורת במלחמת המפרץ ראו: R. Atkinson, *Crusade: The Untold Story of the Persian Gulf War* (New York: Mariner Books, 1994); W. L. Bennett and D. L. Paletz (Eds) *Taken by Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War* (Chicago: University of Chicago Press, 1994); W. Dorman and S. Livingston, "News and Historical Content: The Establishment Phase of the Persian Gulf Policy Debate.," in W. L. Bennett and D. Paletz (Eds.) *Taken by Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*, (Chicago: University of Chicago Press, 1994); Gannett Foundation Media Center, *The Media at War: The Press and the Persian Gulf Conflict*. (New York: Columbia University, 1991), J. R. MacArthur, *Second Front: Censorship and Propaganda in*

the 1991 Gulf War (University of California Press, 2004), G. Wolfsfeld, *Media and Political Conflict: News from the Middle East* (Cambridge University Press, 1997).

³² על תפקיד התקשורת במלחמה בעיראק בשנת 2003 ראו: S. Kull, C. Ramsay, and E. Lewis, "Misperceptions, the Media, and the Iraq War," *Political Science Quarterly* 118, no. 4 (2003); S. Aday, S. Livingston, and M. Hebert, "Embedding the Truth: A Cross-Cultural Analysis of Objectivity and Television Coverage of the Iraq War," *The Harvard International Journal of Press/Politics* 10, no. 3 (2005); W. L. Bennett, R. G. Lawrence, and S. Livingston, *When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina* (University Of Chicago Press, 2007); H. Tumber and J. Palmer, *Media at War: The Iraq Crisis* (Sage, 2004); J. Lewis, *Shoot First and Ask Questions Later: Media Coverage of the 2003 Iraq War* (Peter Lang, 2006).

³³ W. L. Bennett, "Operation Perfect Storm: The Press and the Iraq War," *Political Communication Report* 13, no. 3 (2003).

³⁴ ציטוט זה מופיע במספר רב של מאמרים. ראו לדוגמה: Michael Stohl, "Old Myths, New Fantasies and the Enduring Realities of Terrorism," *Critical Studies in Terrorism* 1, no. 1 (2008).

³⁵ G. Wolfsfeld, *Media and the Path to Peace* (Cambridge University Press, 2004).

³⁶ ככל הנראה התייחס היועץ למתקפת הטרור שהתרחשה ב-24 בינואר, לאחר "מבצע רודוס".

³⁷ הראיון נערך על ידי מחבר הספר ב-19 במרץ 1995. צוטט במאמר: Wolfsfeld, *Media and the Path to Peace* (Cambridge University Press, 2004) p. 56. ראו: http://he.wikipedia.org/wiki/אסון_משאית_התחמושת.

³⁸ Wolfsfeld, *Media and the Path to Peace*.

³⁹ שם

⁴⁰ שם

⁴¹ שם

⁴² T. Sheafer and S. Dvir-Gvirsman, "The Spoiler Effect: Framing Attitudes and Expectations Toward Peace. *Journal of Peace Research*, 47, No 2 (2010).

⁴³ שם

⁴⁴ שם

⁴⁵ שם עמ' 178

⁴⁶ הראיון נערך על ידי המחבר ב-13 באפריל 1999. ראו: שם

⁴⁷ הבדל חשוב נוסף בדרך בה התקשורת החדשה בצפון אירלנד סיקרה את תהליך השלום, הוא הכמות הנכבדה של עיתונות המשותפת לפרוטסטנטים ולקתולים באזור זה. העיתונים הפרוטסטנטים והקתולים משקיעים מאמצים רבים במשיכת קוראים משני צדדי הגדר האתנית ובתקשורת האלקטרונית ישנם עורכים וכתבים משתי הקהילות. משמעות הדבר היא כי לתקשורת יש עניין מסחרי במציאת שפה וגישת שלא ייפגעו בשני הצדדים המעורבים בסכסוך. ראו: שם.

⁴⁸ Pew Internet and American Life Project, "The New News Landscape: Rise of the Internet," <http://pewresearch.org/pubs/1508/internet-cell-phone-users-news-social-experience>.

⁴⁹ M. Baum, "A Coalition of the Unrestrained: Mass Media, Electoral Institutions and the Constraining Effect of Public Opinion Regarding Iraq," in *2008 Meeting of the American Political Science Association* (Boston, MA: 2008); M. Baum, "Circling the Wagons: Soft News and Isolationism in American Public Opinion," M. Baum, "Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public," M. Baum, "Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence?," M. Baum and A. S. Jamison, "The Oprah Effect: How Soft News Helps Inattentive Citizens Vote Consistently."

⁵⁰ למאמרו של שדסון ראו: M. Schudson, "A Family of Public Spheres," *Social Science Research Council*, <http://publicsphere.ssrc.org/schudson-a-family-of-public-spheres/>. של דלי-קרפיני ראו: Delli Carpini, "The Inherent Arbitrariness of the 'News' Versus

'Entertainment' Distinction." <http://publicsphere.ssrc.org/delli-carpini-the-inherent-arbitrariness-of-the-news-versus-entertainment-distinction>

⁵¹ Delli Carpini, "The Inherent Arbitrariness of the 'News' Versus 'Entertainment' Distinction."

חלק III :
השפעות התקשורת

כל הזכויות שמורות למחבר © 2012

בארבעת הפרקים הקודמים הנחנו שהבנת הדינמיקה של התקשורת הפוליטית חשובה, הואיל והתקשורת משפיעה על האופן שבו אנשים חושבים ומתנהגים מבחינה פוליטית. במובן מסוים, חלק זה מביא אותנו לסופו של המעגל שמתחיל בעולם הפוליטי שמספק את הנתונים ההתחלתיים. נתונים אלה מסוננים, עוברים פרשנות, נארזים על ידי התקשורת ואז נצרכים על ידי האנשים שעוקבים אחרי החדשות. השאלה המרכזית היא כיצד ההמרה של הפוליטיקה לתקשורת חדשותית משפיעה על הדרך שבה אנחנו רואים את העולם הפוליטי, ומגיבים אליו.

צריך להיות ברור שלתקשורת יש השפעה חשובה על כולנו. עבור הרוב המוחלט של האנשים, כמעט כל המידע על הפוליטיקה מקורו בתקשורת: אילו פוליטיקאים אמרו או עשו משהו שערורייתי במיוחד? אילו מדינות יוצאות למלחמה, והאם המדינה שלנו תהיה מעורבת? האם התרחשו פעולות טרור כלשהן, וכמה אנשים נהרגו? מה מצב הכלכלה? גם כאשר אנחנו נחשפים לנושאים מהסוג הזה בשיחות עם החברים, עם המשפחה או עם עמיתים לעבודה הם מתבססים כמעט תמיד על אמצעי התקשורת, כולל כמובן גם רשתות חברתיות.

גם אם זה ברור שלתקשורת יש השפעה על חיינו, הניסיון להבין את היקף ההשפעה ואת טיבה הוא עניין מורכב. אולם, המחקר בתחום הזה התקדם באופן משמעותי בשנים האחרונות. כיום אנחנו יודעים לומר כמה דברים על המצבים שבהם נצפה להשפעה של התקשורת, וגם לאפיין אנשים שעשויים להיות מושפעים יותר מהאחרים. כל זאת יידון בפרק 5.

פרק 5:

התקשורת תופסת אתכם כשאתם לא שמים לב

אני רוצה להציג בפניכם שני אנשים כדי שתחשבו עליהם. בואו נקרא להם יעל ואורי. נניח ששניהם בני 50 בערך ובעלי רמת השכלה דומה. התאריך הוא 1 בפברואר, 2009 והבחירות נקבעו להיערך ב-10 בפברואר. יעל ואורי יושבים בבתיים, צופים בטלוויזיה וחושבים על הבחירות הקרבות. על אף ששני הסיפורים הבאים הם דמיוניים, החליטו איזה תרחיש מציאותי יותר.

יעל היא בת 50 וכמעט תמיד הצביעה עבור הליכוד. היא הצביעה עבור רבין ב-1992 משום שהיא העריצה את האיש, אך התאכזבה קשות כשהוא חתם על הסכם אוסלו. יעל רוצה שיהיה שלום בדיוק כמו כל אחד אחר, אך מאמינה ש"רק הימין" יכול לעשות את זה. מבין כל המועמדים היא מאמינה שנתניהו הוא האדם המתאים ביותר להיות ראש ממשלה. בימים שלפני הבחירות פורסמו מספר סיפורים מביכים בחדשות על ביבי שרמזו לכך שהוא שיקר לגבי כמה מההישגים שלו בפעם הראשונה שניהן כראש ממשלה. כאשר פורסם סיפור אחד כזה בטלוויזיה, היא החלה לצעוק אל עבר המסך: "השמאלנים האלה. הם יעשו הכל כדי למנוע מנתניהו להיבחר". היא החליטה להפסיק לצפות בחדשות, ובמקום זה צפתה בפרק של "רמזור" ב-VOD.

אורי תמיד הצביע לשמאל. הוא מצביע לרוב למרצ, אך לעיתים מצביע עבור מפלגת העבודה. הוא לא חושב שציפי לבני כשירה להיות ראש ממשלה, אז קדימה היא מחוץ לתחום מבחינתו. קשה לו להחליט מה לעשות, ושלא כמו חבריו הוא החל לצפות בתשדירי הבחירות כמעט בכל ערב על מנת להחליט. אורי חושב שתשדירי הליכוד משכנעים במיוחד, וברגע האחרון הוא מחליט להצביע עבור המפלגה הזו.

אם אמרתם לעצמכם שהסיפור החדשתי הראשון אמין יותר, צדקתם. רוב האנשים שעוקבים אחרי החדשות לא משתכנעים מפרסומת או מכתבה אחת, ואפילו לא מעשר או עשרים כתבות. מעבר לכך, מעט מאוד אנשים צופים בתשדירי הבחירות בכל ערב, ואפשר לשער כי רק מעטים יחליטו למי להצביע לפי תשדירי בחירות. רוב הבוחרים מפתחים את הנאמנות הפוליטית שלהם זמן רב לפני שמסע הבחירות בכלל מתחיל. אם אכן אין השפעה ממשית לתקשורת, נשאלת השאלה מדוע המועמדים משקיעים כל כך הרבה מאמצים על מנת להיכנס לחדשות ומבזבזים מיליוני שקלים על תשדירי בחירות?

התשובה לשאלה זו די פשוטה. התקשורת החדשנית כן משפיעה על האופן שבו אנשים חושבים אודות פוליטיקה, ולא רק במהלך בחירות. אולם איך ומתי בדיוק היא משפיעה מורכבת יותר ממה שרבים חושבים. חוקרים בתחום התקשורת ומדע המדינה ופסיכולוגים חברתיים ניסו להבין את השאלות האלו במשך עשרות שנים. למעשה, דיונים אודות יעילות תקשורת השכנוע (persuasive communication) היו קיימים הרבה לפני כן: החל מהרטוריקה של אריסטו (Aristotle's

Rhetoric) כשכתב אודות הדרכים השונות בהן נושא יכול לשכנע אנשים.¹

בחקר התקשורת ידוע הנושא כשאלה של "השפעות". הייתם חושבים שכעבור כל כך הרבה זמן שהוקדש לחקירת הנושא תהיה לנו תשובה מוחלטת אודות האופן שבו אנשים מושפעים

מהתקשורת. אולם, האדם הוא יצור מורכב, ומסתבר שקהלים שונים מגיבים בדרכים משלהם לסוגים שונים של מסרים שמגיעים ממגוון ערוצים בנסיבות פוליטיות משתנות. רעיון זה עלה גם בעת הדיון ביחסים בין חדשות ציניות וחוסר האמון הפוליטי של אנשים. בגלל כל ההבדלים הללו בין אנשים, תוכן, תקשורת והקשר פוליטי – בלתי אפשרי למצוא תשובה פשוטה לשאלה כיצד חדשות פוליטיות ופרסום משפיעים על "אנשים". בנוסף, אם כן היינו ממצאים תשובה סופית לשאלה זו, חוקרים רבים היו מחוסרי עבודה.

מדוע זה כל כך מסובך? חישבו על המצב הבא. בראיון לטלוויזיה משנת 2008 עם המגיש צ'רלי גיבסון, טענה המועמדת לסגנית הנשיא, שרה פיילין, שהעובדה ש"אתם יכולים בעצם לראות את רוסיה מהיבשה כאן באלסקה" נותנת לה הבנה טובה יותר לפעולות המדינה הזו (רוסיה).² התקשורת האמריקנית עשתה מזה עניין ענק, וכל הקומיקאים בעולם "התנפלו" על החומר החדש שפיילין סיפקה למערכונים שלהם. ההערה עצמה וגם מערכון התכנית סאטרדיי נייט לייב שבו כיכבה דמותה של פיילין נצפו ביו-טיוב ובאתרים אחרים על ידי קהל עצום. בקיצור, כל מי ששם לב לעולם (וגם כאלה שלא שמים לב) שמעו על זה. נניח, למען הוויכוח, שלפחות לכמה אנשים היה פחות כבוד כלפי פיילין לאחר ששמעו את הסיפור הזה, ועבור חלקם פירוש הדבר היה שהם פחות עשויים להצביע עבור רשימת מקיין-פיילין. האם ניתן לייחס שינוי כזה לתקשורת?

הבעיה הראשונה העומדת בפנינו היא כיצד להפריד את ההשפעה של המעשה עצמו (פיילין אומרת משהו טיפשי) מהסיקור של מה שהתרחש (הטירוף התקשורתי שנוצר בעקבות זה). גם אם סקר הראה שאנשים איבדו את הערכתם לפיילין אנחנו עדיין לא יודעים מה באמת **גרם** לשינוי הזה: ההערה הטיפשית, סיקור ההערה או שניהם. דבר אחד שעשוי לעזור יהיה מחקר שיערוך השוואה בין הדעות של אלו שצפו וקראו אודות הקטע, ובין אלו שכמעט שלא הבחינו בו. אך גם אז, כיצד נוכל לדעת אם אלה שהייתה להם נטייה מוקדמת לא לחבב את פיילין היו אלה שעשויים היו לצפות בדיווח ולזכור אותו? אתם מתחילים לראות מדוע נושא ההשפעות התקשורתיות הוא כה מורכב.

אז מה אנחנו כן יודעים אודות השפעות התקשורת על חשיבה והתנהגות פוליטית? שלושה סוגים של השפעות בולטים בתחום התקשורת: מסגור, קביעת סדר יום והטרמה. **מסגור** (framing) בשלב זה של הקריאה זהו כבר מונח מוכר, המתייחס לפרשנות הניתנת לנושא ומשמשת הן פעילים פוליטיים שרוצים לקדם את עניינם, והן עיתונאים שמחפשים לספר סיפור קוהרנטי. אולם, כאן אנחנו מעוניינים לגלות באיזו מידה אזרחים מאמצים את המסגרות המפרשות המוצעות על ידי התקשורת. **קביעת סדר יום** (agenda setting) קשורה ליכולת של התקשורת לקבוע את ההעדפות הפוליטיות של הציבור. במילים אחרות, היא עוסקת ביכולת של התקשורת להשפיע על הנושאים שעליהם יחשבו אנשים בזמן נתון ובמקום נתון. ההשפעה השלישית, **הטרמה** (priming), היא אחת ההשפעות המעניינות ביותר שגילו חוקרים. היא הולכת צעד אחד קדימה אחרי קביעת סדר היום באומרה שהואיל והתקשורת יכולה להשפיע על מה לחשוב (למשל על הכלכלה) היא יכולה גם להשפיע על השיקולים השונים (למשל כלכליים) בהם אנחנו משתמשים כשאנחנו חושבים על מועמדים פוליטיים ועל נושאים פוליטיים מסוימים.

קיימות שתי השפעות תקשורתיות אחרות, כלליות יותר, שיידונו בפרק זה: למידה ושכנוע. השאלה האם אנשים לומדים מהתקשורת מקבלת הרבה פחות התייחסות במחקר לעומת ההשפעות האחרות, אך היא לא פחות חשובה. ההנחה היא שאם אנשים עוקבים אחר החדשות, הם יהיו בעלי מידע רב יותר, וזה יהפוך אותם לאזרחים טובים יותר. אז שאלות המחקר הראשיות שנשאלות בתחום זה הן עד כמה אנשים באמת לומדים מהחדשות, ואילו סוגים של אנשים עשויים ללמוד יותר מאחרים. אלא ששאלות אודות למידה אינן מוגבלות לשאלות על חדשות. מסתבר שאנשים יכולים גם ללמוד מסוגים אחרים של תקשורת פוליטית, דוגמת פרסומות פוליטיות.

ישנו גם מחקר נרחב למדי על האופן שבו ניתן לשכנע אנשים באמצעות תוכן תקשורתי. ישנם אנשים רבים שהקדישו את כל חייהם בחיפוש אחר תשובות לשאלה זו, בייחוד אנשים העוסקים בפרסום. אולם מסתבר ששכנוע אנשים לגבי נושאים פוליטיים הוא משימה קשה הרבה יותר מאשר לשכנע אותם לקנות מוצרים מסחריים.

הנושא המקשר בין כל ההשפעות הללו מוגדר כעיקרון החמישי שלנו: ההשפעות החשובות ביותר של התקשורת החדשותית על אזרחים נוטות להיות **בלתי מכוונות ובלתי מובחנות** (unintentional and unnoticed). העובדה שההשפעות התקשורתיות אינן מכוונות מתייחסת לכך שברוב המוחלט של המקרים עיתונאים אינם מנסים באופן מודע להשפיע על הדרך בה אנשים חושבים על פוליטיקה. כפי שהודגש לאורך הספר, מטרתם העיקרית היא לייצר סיפורים מעניינים שיתאימו מבחינה תרבותית לקהל שלהם וימשכו את תשומת הלב שלו. העובדה שלסיפורים אלה יש השפעה על הקהל נראית במקרה הטוב כתוצר לוואי בלתי מכוון. הרעיון שמרבית ההשפעות החשובות אינן מובחנות מעיד על כך שכאשר אנשים מודעים לכך שמישהו מנסה לשכנע אותם, הם נוטים פחות להשתכנע. אולם במקרים רבים, מסתבר, הם יכולים להיות מושפעים על ידי התקשורת מבלי שיחושו בכך. זה אחד הדברים שהופכים את התחום הזה למרתק כל כך.

מסגור – "הנה דרך טובה לחשוב על זה"

היזכרו בדיון אודות מסגור בפרק 3. כל אמצעי תקשורת משתמש במסגרות ככלי ארגון על מנת לייצר דיווח קוהרנטי. אחת הדוגמאות שבהן השתמשתי הייתה שבמהלך הפגנות בעלות ערך חדשותי, כוחות המשטרה בדרך כלל מקדמים מסגרת של חוק וסדר, בעוד שהמפגינים מקדמים מסגרת של אי-צדק. נאמר גם שהתקשורת עשויה לאמץ את מסגרת החוק והסדר לא משום שמטבעם הם אוהבים את המשטרה, אלא מכיוון שפעולה (action) תמיד תהיה בעלת ערך חדשותי רב יותר מאשר אידיאולוגיות.

אולם באיזו מידה אנשים **הצופים** בחדשות מסוג זה מאמצים מסגרת של חוק וסדר, או האם הם ישתמשו במסגרת שונה על מנת שמה שהם רואים יתקבל על דעתם? חלקם לבטח ידחו את מסגרת החוק והסדר, בייחוד אלו שמזדהים עם המפגינים. אחרים יעשו שימוש במסגרת משלהם. אני מוכן להמר על כך שחלקם אף עושים שימוש במסגרת שניתן להגדירה כ"מסגרת אופנה": "אני לא מאמין איזה בגדים הילדים האלה לובשים." בנוסף, מרביתם פשוט ישכחו את הסיפור כעבור מספר דקות (אלו המשתמשים במסגרת אופנה עשויים בהחלט להיכלל בקבוצה זו).

בואו נתחיל במספר ניסויים ידועים למדי לפיהם האופן שבו סוגיות ממוסגרות יכול להשפיע על האופן שבו אנשים מקבלים החלטות. בניסוי קלאסי שנערך על ידי עמוס טברסקי (Tversky) ודניאל כהנמן (Kahneman), התבקשו הנבדקים לבחור אחד מבין שני קווי המדיניות הבאים: ³

דמיינו שארה"ב נערכת לקראת התפרצות מחלה לא ידועה שמקורה באסיה הצפונית לגרום למותם של 600 בני אדם. הועלו שתי תכניות חלופיות להילחם במחלה. הניחו כי ההערכות המדעיות המדויקות של התוצאות של התכניות הן:

אם יאמצו את תכנית א', יינצלו 200 איש.

אם יאמצו את תכנית ב', קיימת הסתברות של $1/3$ שכל 600 האנשים יינצלו, והסתברות של $2/3$ שאיש לא יינצל.

איזו משתי התכניות הייתם מעדיפים?

תכנית א' או תכנית ב'?

כעת, בטרם אמשך, אבקש מכם לבחור (נא לא להציץ). אם לא הקדשתם לכך יותר מדי מחשבה, קיים סיכוי של 72% שבחרתם בתכנית א'. אני יודע זאת, משום ש-72% מהאנשים שקיבלו שאלה כזו בחרו בחלופה זו. האמת היא שכשמדענים מנתחים את הסוגיה הזו הם מיד יודעים שלשתי התכניות יש "ערך צפוי" זהה של הצלת 200 אנשים. אך הסיבה העיקרית שבגללה אנשים בוחרים בחלופה הראשונה היא משום שהם מרגישים טוב יותר לגבי רווח ודאי, מאשר לגבי אובדן אפשרי.

החוקרים הפכו את הנושא למעניין יותר כאשר ביקשו מהנבדקים לבחור בין אותן שתי תכניות, אך מסגרו אותן בדרך שונה. אם תבחרו בתכנית א', 400 אנשים ימותו. אם תבחרו בתכנית ב', קיימת הסתברות של $1/3$ שאיש לא ימות, ושל $2/3$, ש-600 אנשים ימותו. במקרה זה, 78% מהנבדקים בחרו **בתכנית ב'**. זוהי למעשה בחירה הזוהר לזו שבדוגמה הראשונה, אך כעת תכנית א' נראית פחות מושכת, משום שבמקום **להציל** 200 אנשים, אתם בעצם חורצים את דינם של 400 בני אדם **למוות**. מוות נחשב תמיד לכלי מסגור עוצמתי במיוחד.

ג'ורג' קוואטרון (Quattrone) ועמוס טברסקי ערכו ניסוי דומה בו ביקשו מאנשים לבחור בין תכנית אחת שתביא ל-95% תעסוקה, לעומת תכנית אחרת שתביא ל-5% אבטלה. ⁴ כפי שוודאי צפיתם, יותר אנשים העדיפו את מדיניות ה"תעסוקה" על פני התכנית השנייה של ה"אבטלה", על אף שהתוצאות הצפויות של שני קווי המדיניות זהות לחלוטין.

ברור מהדוגמאות הללו שמסגור אכן משפיע על האופן בו אנשים עושים בחירות. האופן בו מוצגת הבחירה יכולה לספק יתרונות לאפשרות אחת, וחסרונות לאחרת. תבנית זו אמורה להישמע מוכרת מפרק 3, שדן באופן בו אירועים מסוימים (למשל התבקעות מכלית נפט גדולה) נותנת לשחקנים פוליטיים מסוימים (קבוצות איכות הסביבה) יתרונות, ולשחקנים אחרים (חברות נפט) חסרונות. הסיבה היא שאירועים מסוג זה מספקים "ראיות" משכנעות שמסגרת אחת נשמעת יותר הגיונית מאשר האחרת.

הנה ניסוי מסגור נוסף הקרוב יותר לעולם הפוליטי. תומס נלסון (Nelson), רוזלי קלוסון (Clawson) וזואי אוקסלי (Oxley) הראו לאנשים שתי ידיעות חדשותיות שונות אודות אסיפה של הקו קלוקס קלאן (תנועה בארה"ב הנחשבת לגזענית בעיני רוב הצופים) שהתקיימה במדינת אוהיו.⁵ בידיעה הראשונה הודגשה מסגרת חופש הביטוי: השאלה הייתה האם יש לאפשר לחברי התנועה ה-KKK לדבר אל תומכיהם, ולאחרים לשמוע מה יש לארגון לומר. בידיעה השנייה נעשה שימוש במסגרת הסדר הציבורי. היא עסקה בעיקר בסכנות של האלימות הן מצד תומכי הקלאן והן מצד מפגיני-הנגד. אנשים רבים יותר היו מוכנים לאפשר את קיום האסיפה כאשר הנושא מוסגר כסוגיית זכויות האזרח, מאשר כשהוא מוסגר כשאלה של סדר ציבורי.

הבעיה עם כל הניסויים הללו היא שמספרים לאנשים דבר שמעולם לא שמעו עליו, וחושפים אותם למסגרת אחת בלבד, במקום לשתי מסגרות מתחרות או יותר. בנוסף, ניסויים אלה מתעלמים מהעובדה שקבוצות מסוימות מקובלות יותר מאחרות. היות והקו קלוקס קלאן נחשבים בעיני רוב האמריקנים לקבוצה קיצונית, אלו שמקדמים את זכויותיהם לחופש הדיבור יהיו קרוב לוודאי במצב של נחיתות תרבותית רצינית בניסיונותיהם לקדם כל מסגרת שנותנת לגיטימציה.

מה שקורה במציאות הוא שכאשר אנשים מגבשים דעות לגבי נושאים הם בדרך כלל נחשפים ליותר ממסגרת אחת. למעשה, כאשר ישנן שתי מסגרות מתחרות, אזרחים ישמעו בדרך כלל אודות שתיהן במסגרת אותו דיווח. אם תחשבו על דיונים ציבוריים אודות השטחים, תיווכחו לדעת שריבוי המסגרות נוטה להגביל את היכולת של קבוצה אחת של שחקנים פוליטיים לשלוט בדרך בה אנשים חושבים לגבי סוגיה (שאלו חדשות טובות לדמוקרטיה). בנוסף, לכל מי שאכפת לו מהסוגיה הזו כבר יש דעה עליה, ולכן קיים סיכוי קטן שהוא יקבל מסגרת שונה שתוצע על ידי התקשורת או כל שחקן פוליטי מסוים אחר.

למרות זאת, התקשורת החדשותית יכולה להדגיש מסגרת אחת על פני השנייה, ולכך יכולה להיות השפעה משמעותית על הציבור. המחקר שצוין קודם לכן שנערך על ידי תמיר שפר (Sheaffer) ושירה דביר-גבירצמן (Dvir-Gvirsman) אודות תפקידה הבעייתי של התקשורת הישראלית במהלך שיחות אוסלו לשלום, מספק דוגמה מצוינת.⁶ חוקרים אלו, כזכור, ניסו להעריך את השפעת המסגרות הללו על הציבור הישראלי. הם מצאו שלא רק שהיו מסגרות שליליות לעיתים תכופות יותר, אלא שהייתה להם השפעה חזקה יותר על הציבור מאשר דיווחים עם מסגרות חיוביות. למעשה, כשעורכי המחקר שילבו את הכמות הרבה יותר של המסגרות השליליות של שלום עם השפעתן הרבה יותר הגיעו למסקנה ש"ההשפעה השלילית הממוצעת בחודש גדולה פי 25 מממוצע ההשפעה החיובית של מסגרות תקשורתיות חיוביות".⁷

כשחושבים על זה, הממצאים נשמעים הגיוניים לגמרי. כולנו עשויים יותר להגיב לפחדים מאשר לתקווה, וזוהי אחת הסיבות לכך שחדשות שליליות 'נמכרות' הרבה יותר טוב מחדשות חיוביות. כפי שנידון קודם לכן, זו גם הסיבה לכך שמועמדים ומפלגות מאמינים שלמסעות בחירות שליליים יש סיכוי טוב בהרבה להצליח, בהשוואה למסעות בחירות חיוביים. נראה שכל הממצאים מעידים על כך שהם צודקים.

בהמשך לנושא שבו עוסק פרק זה, מסגור עשוי גם להשפיע יותר על חשיבה פוליטית של אנשים כאשר המסגרות סמויות. שנטו איינגר (Iyengar) עושה הבחנה חשובה בעבודתו בין מסגרות חדשותיות משני סוגים.⁸ **מסגרות אפיזודיות** (Episodic frames) מציגות סיפורים כאירועים שעומדים בפני עצמם, מבלי להכניס את האירוע לפרספקטיבה כללית יותר. **מסגרות תימטיות** (Thematic frames), לעומת זאת, מספקות סוג מסוים של הקשר רחב יותר ומקשרות את האירוע למשהו כללי יותר. חישבו על שני דיווחים חדשותיים אפשריים אודות בעל שרצח את אשתו. הדיווח הראשון נותן את פרטי האירוע: מי היה מעורב, כיצד הוא עשה זאת, ומה שמעו השכנים. זהו סיפור עם מסגרת אפיזודית (קשורה למקרה שעומד בפני עצמו). הדיווח השני גם כן נותן את פרטי האירוע, אך אז דן בעובדה שזהו המקרה ה-20 השנה של בעל מתעלל שרוצח את אשתו. הכתב בדוגמה השנייה עשוי לשאול גם מה, אם בכלל, עושים השלטונות על מנת להתמודד עם הבעיה הזו. זוהי דוגמה למסגרת תימטית.

איינגר מדגיש שהשימוש בכל סוג מסוים של מסגרת יכול להשפיע על מי שנתפס כאחראי לבעיה חברתית. כשהתקשורת משתמשת במסגרת אפיזודית, רוב האנשים ימקדו את הכעס שלהם כלפי הבעל. בדיווח השני, לעומת זאת, השימוש במסגרת תימטית ייצור כעס כלפי המשטרה או השלטון המקומי.

אחד הניסויים המעניינים ביותר שביצע איינגר בדק מסגרות חדשותיות של עוני. איינגר מצא שמצב העוני סוקר בחדשות לעיתים רחוקות, אולם כאשר העיתונאים דיווחו כבר על הנושא הם השתמשו יותר במסגרת אפיזודית שדיברה רק על מקרה מסוים. על מנת להבין כיצד זה עשוי להשפיע על דעות, הוא ערך ניסוי בו הוצגו דיווחים חדשותיים שונים שנושאים עוני בפני קבוצות נבדקים שונות. חלקן קיבלו דיווחים שעשו שימוש במסגרות אפיזודיות שהתמקדו באנשים שסבלו משום שהם היו עניים. דיווח אחד מסוג זה היה אודות מספר משפחות בצפון המערב התיכון שלא יכולים היו לשלם את חשבונות החשמל. למשתתפים האחרים הראו דיווחים שעשו שימוש במסגרת תימטית אשר הציבה את העוני בהקשר פוליטי כללי יותר. דוגמה לדיווח מסוג זה הייתה ידיעה שכותרתה הייתה "עוני ארצי" ובה תועדו הן העלייה בקו העוני והן הקיצוץ המשמעותי בתכניות הרווחה החברתית הפדרלית. איינגר העלה השערה שלא לו שצפו בדיווחים עם המסגרת האפיזודית תהיה נטייה יותר להאשים את האנשים העניים עצמם כאחראיים לצרותיהם, בעוד שאלו שנחשפו לדיווחים עם המסגרת התימטית יאמינו יותר שהממשלה והחברה נושאות באשמה. זה בדיוק מה שקרה בניסוי שלו.⁹

דוגמה זו ממחישה בבירור כי חלק מההשפעות החשובות ביותר של התקשורת אינן מכוונות ואינן מובחנות. ההשפעות אינן מכוונות, משום שהכתבים שיצרו את הדיווחים האפיזודיים על עוני קרוב לוודאי התכוונו לעזור לקורבנות, ובמקום זאת ייתכן שעשו יותר רע מאשר טוב. אם צופים מגיעים למסקנה שהעניים הם האחראים למצבם, אז אין כל סיבה שהממשלה תעשה משהו בנידון. בנוסף לכך, ההשפעות אינן מובחנות, מכיוון שאם לא מסבים את תשומת ליבם של אנשים, הם לא חושבים שהם מגיבים לעובדה שהנושא החברתי הרציני הוצג למעשה כסיפור אישי.

עמידות בפני מסגרות תקשורתיות

ישנן סיבות נוספות לכך שההקשר הפוליטי מהווה גורם חשוב בהסברת ההשפעות של מסגרות חדשותיות. היזכרו בדמות הבדויה שלנו יעל. יעל הייתה תומכת ליכוד, לכן היא דחתה את הניסיונות של כתב החדשות למסגר את נתניהו בדרך שלילית. רוב האנשים שעושים את המאמץ לעקוב אחרי החדשות על בסיס קבוע נוטים לגבש דעות פוליטיות אודות נושאים פוליטיים, ולכן פחות סביר שיקבלו מסגרות מתחרות המוצעות על ידי העיתונות.

ישנן ראיות לכך שזה לא רק ישים למסגרות אידיאולוגיות (למשל כינוי הצעת חוק מסוימת "גזענית"), אלא גם למסגרות סמויות יותר העוסקות באופן שבו יש לחשוב על סוגיה. אתם בוודאי זוכרים את הדיון בפרק הקודם שבו עסקנו בשימוש יתר של עיתונאים במה שמכונה המסגרת "האסטרטגית" לסיקור בחירות. קפלה (Cappella) וגיימסון (Jamieson) דיברו על "ספירלת הציניות" - עיתונאים תורמים לחוסר האמון הכולל בפוליטיקה על ידי שימת דגש על אסטרטגיות ועל התחרות המתמשכת, ואין הם שמים די דגש על התוכן הפוליטי.¹⁰

בפרק הקודם ראינו שבעוד שאנשים רבים עשויים לקבל את המסגרת הזו ולהפוך לציניים יותר, אחרים עשויים להיות יותר חסינים. במאמר "ספירלה של ציניות עבור אנשים מסוימים" (A "Spiral of Cynicism for Some") ניקולס ולנטינו (Valentino), מתיו בקמן (Beckman) ותומס בר (Buhr) בחנו אילו סוגים של אזרחים עשויים יותר להיות מושפעים ממסגור אסטרטגי.¹¹ נבדקים נחלקו לשתי קבוצות. החוקרים הציגו בפני שתי הקבוצות דיווח חדשותי לפיו מושל משיגן הנמצא בתקופת מסע בחירות מציע מדיניות של קיצוץ בקצבאות רווחה. קבוצה אחת קיבלה את מה שהחוקרים כינו "מסגרת נושא" בה הוצג מומחה פוליטי שאמר כי "המושל רואה זאת כנושא חשוב עבור הבוחרים במשיגן" וכן ש"הוא זכה לפרסום ארצי בשל העמדה הקשוחה שלו". בגרסה עם המסגרת האסטרטגית המומחה אמר שהמושל עושה זאת על מנת "לגייס קולות לעצמו" והכתב המשיך בהערה שהמושל הוא "פוליטיקאי ממולח" שיועד כיצד להשתמש בנושא הרווחה על מנת להשיג קולות לעצמו". החוקרים הוסיפו גם תוצאות של סקר לידיעה האסטרטגית כדי להדגיש עוד יותר את פרספקטיבת "מרוץ הסוסים" - העיקר הניצחון.

החוקרים מצאו הבדלים משמעותיים בין נבדקים שהזדהו עם אחת המפלגות ובין שאר הנבדקים. הם מצאו שהנבדקים שלא היו מזוהים פוליטית ואנשים בעלי השכלה נמוכה נוטים יותר להיות מושפעים מצפייה בחדשות "אסטרטגיות". פירוש הדבר שאלו שלא שייכים למפלגה מסוימת יחד עם אנשים פחות משכילים, עשויים לקבל יותר את המסגרת הצינית הרווחת כל כך בחדשות בחירות. במילים אחרות, חוסר הידע הפוליטי והיעדר מחויבות פוליטית מחלישים את חסינותם למסגרות חדשותיות.

ישנה מסגרת תקשורתית מסוג אחד שנראה שהיא משפיעה על כולם. היא משפיעה על מנהיגים ועל אזרחים, על אלה שאכפת להם מהפוליטיקה ועל אלה שלא, ועל אנשים מכל רמות ההשכלה. מצב מסוג זה נוצר כשישנה רק מסגרת אחת **דומיננטית, ללא התנגדות**, שמשתמשים בה

בכל הדיווחים התקשורתיים. מצב זה עשוי לקרות בייחוד כשמסגרים אויבים לאומיים. גם כאן כוח המסגרת טמון בעובדה שהיא סמויה: כשכולם מניחים שמהו נכון, מעטים מבחינים כאשר דיווחי חדשות מיישמים את המסגרת.

חישבו על המסגרת "מצרים לא תתקוף את ישראל" ששלטה בימים שלפני מלחמת יום כיפור. הייתה הסכמה כוללת בקרב מנהיגי ישראל, פרשנים והציבור שהמצרים למדו את הלקח שלהם ב-1967. אותו הדבר נכון לגבי ארה"ב במהלך התקופה הידועה כ"מלחמה הקרה".¹² למעשה, כל הדיווחים החדשותיים אודות ברית המועצות שהופיעו בעיתונות האמריקאית התמקדו בהיקף האיום ובמה שנעשה למנוע אותו. הבודדים שניסו להציע גישה נוספת מוסגרו כחריגים פוליטיים, או אפילו כבוגדים. כאשר חברה שלמה מסכימה עם מסגרות פוליטיות מסוימות והתקשורת מחזקת אותן באופן קבוע, רק משהו שיחשוב באופן עצמאי במידה יוצאת דופן יוכל אולי למצוא מקור מידע חלופי אודות ברית המועצות. ניתן לטעון באופן זהה על מסגרות חדשותיות ביחס לאיראן הן בישראל והן בארה"ב.

אין זה אומר שהמסגרת הדומיננטית היא בהכרח שגויה. לעיתים היא תהיה נכונה, לעיתים שגויה ולעיתים רק חלק מהמסגרת יהיה שגוי. לישראל ולארה"ב יש אויבים אמיתיים, ורבים מהם מהווים איום רציני עבור ארצות אלו, או אפילו עבור העולם כולו. למרות עובדה זו, זהו תפקידה של העיתונות הדמוקרטית ושל הציבור תמיד להטיל ספק בכל מה שמנהיגים פוליטיים אומרים. גם אם בסופו של דבר המסקנה הסופית היא של הסכמה עם המסגרת הדומיננטית, עדיין יש לשאול את השאלות. אם יותר עיתונאים ישראלים היו מוכנים לעורר דיון אודות תקיפת מצריים וסוריה לפני מלחמת יום כיפור, חייהם של אנשים רבים קרוב לוודאי היו ניצלים. אמצעי התקשורת המרכזיים צריכים לפנות מקום להשקפות חלופיות אודות סוגיה, גם אם הן אינן פופולריות.

היום המצב הזה אולי פחות בעייתי, הודות לאינטרנט. כפי שידון ביתר הרחבה בהמשך, לאזרחים מעורבים יש נגישות טובה יותר וקלה יותר לנקודות מבט חלופיות. זה נכון גם לגבי עיתונאים שעובדים עבור אמצעי התקשורת המרכזיים; גם הם נמצאים במרחק מספר הקלקות ממגוון רחב של השקפות ביקורתיות, שחלקן ללא ספק מוצאות את דרכן לתודעתם. תמיד יהיו מסגרות ששולטות בשיח התקשורתי, אולם יש סיבה טובה להאמין שאלו שרוצים לאתגר את המסגרות הללו ימצאו שקל יותר לעשות זאת. יחד עם זאת עדיין נשארת השאלה האם עורכי חדשות בתקשורת המרכזית יפנו מקום להשקפות אלטרנטיביות אלו.

קביעת סדר יום

השפעה חשובה שנייה של התקשורת היא קביעת סדר יום. הרעיון של קביעת סדר יום ברור למדי. כשהתקשורת שמה נושאים מסוימים בראש סדר היום שלה, נושאים אלו עולים לראש סדר היום הציבורי. כיצד חוקרים מעריכים את השפעות קביעת סדר היום? ראשית הם בודקים אילו נושאים מרכזיים מקבלים את ההתייחסות הרבה ביותר בחדשות. בואו נניח שבשבוע מסוים התקשורת עשתה עניין שלם למשל מהמיתון הכלכלי, מהסיכונים למלחמה עם מצרים ומהחדשות שהועלו נגד שר האוצר על גידול מריחואנה בחווה שלו. אם תערכו סקר ותשאלו אנשים "מהן

לדעתכם, שלוש הסוגיות החשובות ביותר עמן מתמודדת ארה"ב כיום?", אלו הם הנושאים שאותם יצינו רוב האנשים. אלו הם הנושאים שעליהם חושבים אנשים. **שורת המיתוג** (tagline) להשפעה זו היא: "התקשורת אולי לא אומרת לנו **מה** לחשוב, אך היא כן אומרת לנו **על מה** לחשוב."¹³

בתחילה אולי זה לא ייראה מפתיע, או חשוב במיוחד. אולם, כשחושבים על מה שקורה לאחר מכן, זה הופך להיות משמעותי. הדבר הראשון שיש להבין הוא שעל ידי זה שהתקשורת החדשותית אומרת לנו על מה לחשוב, היא גם אומרת לנו על מה **לא** לחשוב. זכרו, יש לנו נקודת ראות מצומצמת מאוד של העולם. קיימות שתי יבשות שלמות אותן כמעט שלא מסקרים בתקשורת הישראלית: אוסטרליה ואפריקה. פירוש הדבר שכמעט לא קורה דבר בשתי היבשות הגדולות האלה שאי פעם יהפוך לסוגיה פוליטית בישראל (אלא אם כן צעיר ישראלי אובד או נהרג שם). זה כולל בחירות בארצות זרות, מלחמות, מחלות, רעב והפרות חמורות של זכויות אדם.

אותו הדבר נכון, אגב, גם לגבי ארה"ב. גם שם ישנם חלקים שלמים של העולם שהתקשורת מתעלמת מהם. רק כדי להמחיש לכם, ויין וונטה (Wanta), גיא גולן (Golan) וקולהם לי (Lee) בדקו את הסיקור החדשותי של ארצות זרות בארבע רשתות מרכזיות (ABC, CBS, NBC ו-CNN).¹⁴ הם בדקו סיקור של 138 מערכות בחירות שהתקיימו ברחבי העולם במשך תקופה של שנה וחצי. שמונה מערכות בחירות בלבד קיבלו סיקור בכל ארבע הרשתות, 10 קיבלו סיקור ביותר מרשת אחת, 18 קיבלו סיקור ברשת אחת בלבד ו-102 לא קיבלו סיקור כלל. כמות הסיקור שקיבלו שתי היבשות החבויות מעין כמעט לא הייתה קיימת. רק מערכת בחירות אחת באמריקה הלטינית סוקרה על ידי יותר מרשת אחת, **ואף לא אחת** ממערכות הבחירות באפריקה סוקרה על ידי יותר מתחנה אחת.

חשוב להדגיש בשלב זה כי לו היה למנהיגים פוליטיים עניין כלשהו במדינות אלו הן היו עולות באופן אוטומטי לראש סדר היום התקשורתי, ואז לראש סדר היום הציבורי (בהתאם למעגל פוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה). ניתן לומר דבר דומה לגבי סוגיה שנידונה קודם לכן: המספר הגבוה להחריד של אנשים שנהרגים בתאונות דרכים. לו מנהיגים פוליטיים היו חושבים שזהו נושא חשוב, התקשורת הייתה הולכת מהר בעקבותיהם. לכן זו טעות להתחיל לבדוק את נושא קביעת סדר היום רק על פי חקירת האופן שבו משפיעה התקשורת על הציבור. יש לשאול קודם **מי קובע את סדר היום התקשורתי?** לעיתים מתייחסים אל זה בספרות המקצועית **כבניית סדר היום** (agenda building) ועל אף שלא נעשה שימוש במונח זה קודם לכן, הרעיון עצמו הודגש לכל אורך ספר זה.¹⁵

אין זה אומר שהתקשורת חפה מכל אשמה כשבעיות חברתיות חשובות או אזורים בעולם אינם מקבלים התייחסות כלל. תקשורת בלתי תלויה באמת תפעל כדי להעלות לסדר היום נושאים חשובים שהאליטה הפוליטית מתעלמת מהם. זה מחזיר אותנו אל רעיון האינדקסינג (indexing) של בנט (Bennett) שנידון בפרק 1. אם התקשורת מסמנת רק את מה שהאליטה הפוליטית עוסקת בו בזמן מסוים, היא מצמצמת מאוד את תרומת העיתונאים לחברה. למרבה הצער, למעט יוצאים מן הכלל, מרבית הנושאים שעל סדר היום התקשורתי הם ביזמת ההנהגה הפוליטית.

מחקר שנערך על ידי תמיר שפר (Sheaffer) וגבריאל וימן (Weinmann) מספק ממצאים מישראל לגבי הצורך לחשוב גם על תפקיד התקשורת בקביעת סדר היום הציבורי.¹⁶ המחקר בדק את הדרכים בהן התקשורת החדשותית הישראלית הדגישה נושאים ביטחוניים במהלך ארבע מערכות

בחירות: 1996, 1999, 2001 ו-2003. המחקר פותח בצדק בבדיקה של מה שהתרחש במציאות. כצפוי, ככל שמניין ההרורים של אזרחים וחיילים בישראל עלה, כך הדגישה יותר התקשורת הישראלית את הנושאים הביטחוניים על פני נושאים כלכליים. לכך מתייחס המונח שהוזכר קודם לכן של בניית סדר יום. החוקרים מצאו בנוסף עדות טובה לבניית סדר יום: ככל שהתקשורת החדשותית הדגישה יותר את הנושאים הביטחוניים, כך הישראלים ראו אותם כנושאים חשובים יותר. מה שחשוב במיוחד, עם זאת, זה שהם מצאו שהתקשורת משפיעה על הציבור **מעל ומעבר** להשפעה הצפויה מהמצב הביטחוני **בפועל**. פירוש הדבר שיש לראות בתקשורת יותר ממראה שמשקפת את האירועים הפוליטיים, היא יכולה **להעצים** את האירועים הללו, ובכך להגדיל באופן משמעותי את ההשפעה שלהם על הציבור. ממצאים אלו עולים בקנה אחד עם המעגל פוליטיקה-תקשורת-פוליטיקה.

מקסוול מקומבס (McCombs) ודונלד שואו (Shaw), הנחשבים בעיני רבים כמייסדיה של תיאוריית קביעת סדר היום, מדברים על גורם אחר שיכול להגביל את יכולתה של התקשורת החדשותית לקבוע את סדר היום הציבורי.¹⁷ הם מבחינים בין נושאים "מטרידים" (obtrusive) לנושאים "לא-מטרידים" (non-obtrusive). נושא מטריד הוא נושא שלאנשים יש בו ניסיון אישי. דוגמה טובה לכך תהיה מחירי הדלק. אנשים לא צריכים את התקשורת שיגידו להם שמחירי הדלק עולים; הם יכולים לראות זאת בכל פעם שהם ממלאים את מכל הדלק. לעומת זאת, הסבירות שלאנשים תהיה התנסות אישית בנושא ההתחממות הגלובלית (גם אם הם נוטים להתלונן על כך בכל פעם שחם בחוץ) נמוכה יותר. ולכן נושא זה עשוי לזכות בעדיפות לכניסה לסדר היום רק כאשר מדגישים אותו בתקשורת החדשותית.

דנאווי (Dunaway), ברנטון (Branton) ואברז'ינו (Abrajano) ערכו מחקר מעניין על מידת החשיבות שאנשים ייחסו לבעיית ההגירה הבלתי-חוקית בארה"ב.¹⁸ הם הבחינו בין אנשים ממדינות גבול (מדינות שגבולן עם מקסיקו) שהיו עשויים להתמודד במישרין עם הסוגיה בסבירות גבוהה יותר, ובין אנשים ממדינות שאינן גובלות עם מקסיקו ששמעו על נושא ההגירה הבלתי-חוקית בעיקר דרך התקשורת. כצפוי, הסבירות של אלו שחיים במדינות שלא גובלות עם מקסיקו להיות מושפעים מהתקשורת הייתה גבוהה יותר מאלה שחיים במדינות הגבול. אלו שחיים במדינות הגבול חששו כל הזמן מבעיה זו היות שהיה זה נושא מטריד מבחינתם. עבור האחרים היה זה נושא לא מטריד, וזה מסביר מדוע הם היו תלויים בתקשורת שתספר להם מתי הנושא הופך לחשוב.

השפעות על קביעת סדר היום יכולות להיות משמעותיות במהלך מסעות בחירות, בייחוד בבחירות מקדימות.¹⁹ התקשורת מסייעת להחליט אילו מועמדים מתאימים להיבחר, ואילו אינם מתאימים, והתוצאה היא שמועמדים מסוימים מצליחים להיות חלק מסדר היום הציבורי ואחרים לא. הדבר נכון בישראל, בארה"ב ולמעשה בכל מדינה שעורכת בחירות מקדימות. חישבו על הבחירות המקדימות בישראל בהן חברי מפלגה מתבקשים לבחור מתוך רשימה ארוכה של מועמדים. מצביעים מעטים עשויים לדעת הרבה אודות כל המועמדים, כך "הכרת שמות" הופכת לגורם קריטי בבחירתם. אין ספק שמצביעים עשויים לזכור את שמות המועמדים שהם ראו בחדשות. אפשר לקוות שרוב המצביעים יזכרו גם את **הסיבה** שבזכותה המועמדים הופיעו בחדשות ושלא היה לה כל קשר להתנהגות לא ראויה או לחקירות משטרה.

בארה"ב ההשפעה של הופעה בחדשות במהלך הבחירות המקדימות היא קרוב לוודאי חשובה עוד יותר. הדבר הופך לקריטי במיוחד במהלך בחירות מקדימות לנשיאות, היות ולתקשורת יכולה להיות השפעה רבה על יכולתם של המועמדים לגייס כספים ולהניע מתנדבים. אם פוליטיקאי אינו נחשב כמועמד "רציני" בעיני התקשורת, הוא או היא יקבלו פחות תשומת לב, ויהיה להם סיכוי נמוך יותר להיבחר.

התקשורת כמובן לא מחליטה באופן שרירותי על המועמדים שהיא מעדיפה, רמת הסיקור מבוססת על מה שמתרחש בעולם הפוליטי. בראשית הבחירות המקדימות בשנת 2008, לדוגמה, מרבית הפרשנים היו בטוחים לגמרי שהילרי קלינטון מועמדת בטוחה עבור המפלגה הדמוקרטית ושרודולף ג'וליאני היה המועמד המוביל עבור המינוי הרפובליקני. ג'ון מקיין נחשב כבעל סיכויים קלושים. כשברק אובאמה וג'ון מקיין החלו לזכות בבחירות המקדימות, התקשורת הגיבה בהתאם. כלומר גם במקרה הזה צריך להתחיל בשאלה מה מתרחש בעולם הפוליטי לפני הניסיון להבין כיצד התקשורת מגיבה אליו וממירה אותו. עם זאת, ברגע שהתקשורת החליטה שמישהו אינו מועמד בר-קיימא, זוהי נשיקת מוות עבור מסע הבחירות שלו.

במהלך המרוץ לבחירות המקדימות של המפלגה הרפובליקנית בשנת 2012 סאטרדיי נייט לייב עשו מערכון מצחיק על הנושא הזה.²⁰ הרעיון היה שהמתמודדים הרפובליקניים ערכו עימות (דיבייט), והמיקום של כל אחד מהם שיקף את הצלחתם בסקרים. בזמן שמועמדים מרכזיים כמו המושל מיט רומני, המושל ריק פרי ואיש העסקים הרמן קיין עמדו על הבמה, המועמדים שנשרכו מאחור בסקרים באותה העת, כמו יושב ראש בית הנבחרים לשעבר ניוט גינגריץ' וחברת הקונגרס מישל בקמן, דיברו מתוך ארון המטאטאים. המושל רון פול היה במצב אף גרוע יותר כשדיבר מחניון התחנה, וסנטור ריק סנטורום (המתנגד לנישואים חד מיניים) מצא את עצמו בעמדה מביכה כשדיבר מתוך בר של הומואים.

קביעת סדר יום מספקת דוגמה נוספת לשאלה מדוע ההשפעות התקשורתיות החשובות ביותר אינן מכוונות ואינן מובחנות. הן בלתי מכוונות, משום שכשעיתונאים מחליטים למה יש ערך חדשותי הרב ביותר, לא סביר שהם יחשבו על האופן שבו זה ישפיע על העדפותיהם הפוליטיות של אנשים. כמו כן, לא ניתן להבחין בהשפעות אלה, משום שהקהל ברובו נאיבי, ופשוט מניח שאם התקשורת עושה עניין ממשוהו, הוא בטח חשוב. השפעות סמויות מסוג זה חשובות אף יותר כשאנחנו מגיעים למכלול ההשפעות המרתקות ביותר של התקשורת: הטרמה.

הטרמה

הטרמה (priming) לוקחת את הרעיון הבסיסי של קביעת סדר היום צעד אחד קדימה. מסתבר שכאשר התקשורת אומרת לנו על מה לחשוב, היא גם אומרת לנו בעקיפין מה לחשוב. הסיבה לכך היא שכשאר אנחנו חושבים על נושאים מסוימים לעומת נושאים אחרים, זה משנה את הדרך לפיה אנחנו מעריכים את המועמדים, המנהיגים והנושאים.

הטרמה עובדת כך. הניחו שהיה גל מחאה גדול וההתייחסות התקשורתית התמקדה בפערים החברתיים בישראל. זה קורה ממש לפני בחירות ומפלגות מסוימות מזדהות מטבע הדברים עם סוגיות חברתיות, בעוד שלאחרות אין הרבה מה לומר על הסוגיה. כאשר אנשים חושבים על כל אחת

מהמפלגות, הם הוטרמו – או הכינו אותם – על ידי התקשורת להשוות בין המפלגות מבחינת הצלחתה של כל אחת מהן להתמודד עם הפער החברתי. זה בהחלט לא אומר שכל או אפילו רוב המצביעים יעשו שימוש בקריטריון זה, אך משום שמספר רב יותר של אנשים יעשו זאת, המפלגות הללו יקבלו קרוב לוודאי יותר קולות. החוקרים שנטו איינגר (Iyengar) ודונלד קינדר (Kinder) מגדירים השפעות של הטרמה כ"שינויים בסטנדרטים שאנשים משתמשים בהם כשהם עושים הערכות פוליטיות".²¹

לאחר מתקפת ה-11 בספטמבר, למשל, דאגתם העיקרית של האמריקנים הייתה כיצד להגן על עצמם מהטרור. כל מנהיג פוליטי שנחשב לתקיף בנושא זה הפך ליותר פופולרי, בעוד שכל מי שלא חבר לנושא הטרור הייתה לו בעיה. הדוגמה הטובה ביותר למישהו שהפופולריות שלו עלתה, היה ראש העיר של ניו יורק רודולף ג'וליאני, שנחשב למועמד הרפובליקני המוביל לנשיאות בשנת 2008, בעיקר בזכות האופן בו התמודד עם המשבר לאחר התרסקות בנייני התאומים. במהלך הבחירות המקדימות של המפלגה הרפובליקנית הבדיחה הייתה שלכל משפט של ג'וליאני היו שלושה חלקים: נושא, פועל ו-9/11.²² הבעיה של ג'וליאני נבעה מכך שכאשר הוא התמודד לנשיאות, הטרור היה בתחתית סדר היום הפוליטי והתקשורתי, והמצב הכלכלי הנוראי והמלחמה בעירק עלו אל מעלה הרשימה. בשל השימוש ב"סרגל הכלכלי" החדש למדידת המועמדים, נראה ג'וליאני לא רק כמתמודד פחות אטרקטיבי, אלא שבגלל הנשיא בוש – שנתפס בעיני רבים כאחראי למשבר הכלכלי – כל המפלגה הרפובליקנית הייתה בבעיה.

ההבדל בין קביעת סדר יום והטרמה הוא שקביעת סדר יום מתייחסת רק למתאם שבין סדר היום התקשורתי וסדר היום הציבורי. הטרמה לוקחת את התהליך צעד אחד קדימה, ושואלת אודות ההשלכות של השינויים בסדר היום הציבורי. כיצד הדגשת נושא מסוים משפיעה על האופן שבו אנחנו מעריכים מועמדים, או מחליטים על עמדתנו ביחס לנושא מסוים? זה מה שהופך את ההטרמה למרתקת הרבה יותר ולהשפעה חשובה שיש לקחת אותה בחשבון.

זה מחזיר אותנו למחקר של שפר ווימן (2005) שבדק את העלייה והירידה של נושא הביטחון בתקשורת ובסדר היום הציבורי במהלך מסעי בחירות שונים. מניין ההרוגים כתוצאה מנושאים הקשורים בביטחון השתקפו בסדר היום התקשורתי, והבולטות של נושאים ביטחוניים בתקשורת השפיעה מעל ומעבר להשפעה של מה שהתרחש בשטח (אפקט קביעת סדר היום). ישנה חשיבות רבה מאוד למחקר זה, משום שבהתאם לתיאוריית ההטרמה המחישו עורכי המחקר כי למעגל זה הייתה השפעה גם על הבוחרים. אלו שחשבו שנושאים ביטחוניים היו החשובים ביותר במערכי בחירות מסוימים, היו גם עשויים יותר להצביע עבור מפלגות של "ביטחון ושלוש" ולא למפלגות "כלכלה-פנים" (דוגמת ש"ס). החוקרים דאגו לשלוט על גורמים אחרים שיכלו להשפיע על הצבעתם של אנשים, כמו דעותיהם ביחס לשטחים והזדהותם עם מפלגות מסוימות. הדבר ממחיש את העובדה שכאשר התקשורת הישראלית מציבה נושא מסוים על סדר היום, יכולה להיות לכך השפעה משמעותית על הקריטריון הספציפי שיש לבוחרים כשהם מחליטים עבור מי להצביע.

המחקר מצביע על ראיות רבות להשפעות ההטרמה גם במחקרים במדינות אחרות. דוגמה טובה לכך אפשר לראות במחקר של ג'יימס דרקמן (Druckman) שבדק את המרוץ לסנאט ארה"ב במינסוטה בשנת 2000.²³ ראשית, הוא בדק את הסיקור התקשורתי של מסע בחירות זה, ומצא שהיה

דגש לא פרופורציונלי על שני נושאים: ביטוח לאומי, והיושרה של מנהיגים. דרקמן פנה לבדוק עד כמה אנשים התייחסו לחדשות אודות מסע הבחירות, ואילו גורמים היו החשובים ביותר בהחלטה כיצד להצביע. האזרחים שעקבו מקרוב אחר המסע בתקשורת ראו בביטוח הלאומי וביושרתם של המנהיגים כגורמים החשובים ביותר שהשפיעו על החלטתם למי להצביע. הם **הוטרמו** לחשוב על המועמדים בהקשר של שני הנושאים הללו. מצביעים שלא התעניינו כל כך במעקב אחר מסע הבחירות השתמשו בקריטריון אחר בהחלטתם עבור מי להצביע.

ישנו דבר מפתיע במחקר זה. דווקא אלה שכן מתעניינים בפוליטיקה, עשויים יותר **לעבור תהליך של הטרמה**. פירוש הדבר שאלו שלא מתייחסים במידה רבה לחדשות הבחירות עשויים בעצם להיות יותר עצמאיים בדעתם על המסע מערכת הבחירות. במקרה זה ככל שרמת המעורבות נמוכה יותר, כך פוחתות ההשפעות.

השפעות ההטרמה מספקות תובנה חשובה לשאלה מדוע המאבק על סדר יום של מסע בחירות חשוב כל כך. מומחים למדע המדינה מדברים לעתים קרובות על מפלגות פוליטיות ש"לוקחות בעלות" על נושאים מסוימים. הרפובליקנים, למשל, נתפסים בדרך כלל כקשוחים יותר בנושאי פשיעה לעומת הדמוקרטים. אם הם מסוגלים לשכנע את התקשורת שפשיעה הוא נושא בחירות חשוב, יש להם יתרונות משמעותיים על פני יריביהם. ייתכן שדגש זה בסיקור היה אחת הדרכים בהן ג'ורג' ווקר בוש הרפובליקני הביס את מייקל דוקאקיס הדמוקרטי בבחירות 1998.²⁴ כפי שנידון בפרק 4, מסע הבחירות של בוש הריץ כמות רבה של פרסומות בהם נאמר שכמושל מסצ'וסטס, דוקאקיס תמך בתכנית החופשות לאסירים שאפשרה לפושעים אלימים לצאת לרחובות. הפרסומות היו פחות חשובות לעומת ההתייחסות העצומה שקיבלה המתקפה של בוש בחדשות. לאחר מכן הייתה עלייה משמעותית במספר האנשים שאמרו שהם מתכוונים להצביע עבור בוש. חשיבות השפעות ההטרמה נעשו ברורות אף יותר ארבע שנים לאחר מכן, כשבוש הובס על ידי קלינטון עם סיסמת הבחירות שהפכה למפורסמת והורכבה מארבע מילים בלבד: "זאת היא הכלכלה, טמבל" (It's the Economy, Stupid). השלט הוצב בכניסה למטה הבחירות של קלינטון כדי להזכיר לכולם תמיד לחשוב על הכלכלה, משום שזה היה הנושא החזק ביותר של קלינטון.²⁵

הדיון אמור גם להזכיר לקוראים את הדיון שנערך בפרק הקודם אודות מסע הבחירות בין שמעון פרס ובנימין נתניהו בשנת 1996.²⁶ המסע של נתניהו הצליח להבטיח שנושא הטרור ו"פרס יחלק את ירושלים" יהיו גורמים חשובים על סדר היום של הבחירות. יש להודות שלא היו ממצאים ישירים לכך שמצביעים ששוכנעו לחשוב על הנושאים הללו נטו יותר להצביע עבור נתניהו, אך הצלחתו להתגבר על פיגור משמעותי בתמיכה, כפי שהתבטא בסקרים, מעידה על כך שזה אכן מה שקרה.

השפעות ההטרמה אינן מוגבלות לאופן בו חושבים על מועמדים פוליטיים; הן גם יכולות להשפיע על עמדות פוליטיות. מחקרים הראו, למשל, שאפריקנים-אמריקנים מיוצגים ביותר סיקורי פשיעה.²⁷ החוקרים טרוויס דיקסון (Dixon) וכריסטינה אזוקר (Azocar) ערכו מחקר ניסויי מעניין מאוד שבדק כיצד סיקורים מסוג זה יכולים להטרים אמריקנים לדבוק בעמדות שליליות יותר כלפי שחורים.²⁸ שאלת המחקר הייתה האם צרכני חדשות טלוויזיה כבדים היו עשויים יותר לפתח את

"סטריאוטיפ הפושע השחור". הם שיערו שכאשר אנשים כאלה נחשפו לדיווחי פשיעה בהם היה חשוד "לא מזהה", הדבר יפעיל את הסטריאוטיפ ותהיה לכך השפעה על האופן שבו הם חשבו על גזע ופשיעה. במילים אחרות, הם "הוטרמו" לקשר בין פשיעה ובין 'להיות שחור'. הם מצאו – לאחר בקרה על גורמים אחרים – שצרכני החדשות הכבדים שנחשפו לסוג דיווחי פשיעה מסוג "ניטרלי מבחינת גזע" אכן נטו יותר לבטא עמדות שליליות כלפי אפריקנים-אמריקנים. ליתר דיוק, צרכנים כבדים היו עשויים יותר לומר שכל כישלון מצדם של השחורים היה באשמתם, והם נטו גם לתמוך יותר בעונש המוות (כנראה משום שהם הניחו שלפושעים שחורים הייתה **נטייה מוקדמת** לפשיעה).

מחקר מעניין שנערך על ידי פטרישיה מוי (Moy), מייקל זנוקס (Xenos) וורנה הס (Hess) מצא שהשפעות הטרמה לא היו מוגבלות למה ששודר בחדשות.²⁹ אחת התופעות החדשות יותר בפוליטיקה האלקטורלית בארה"ב היא הופעת המועמדים בתכניות אירוח קומיות ליליות דוגמת טונייט שואו (Tonight Show) עם ג'יי לנו או דיוויד לטרמן. עורכי המחקר רצו לברר האם העובדה שמועמדים אלו הדגישו תכונות אישיות מסוימות בתכניות אלה תשפיע על הקריטריון בו ישתמשו אנשים כדי להעריך אותם. החוקרים בחנו מה קרה במהלך מסע הבחירות של שנת 2000, וערכו השוואה בין אלו שראו את ג'ורג' בוש בתכנית של דיוויד לטרמן לאלו שלא. אלו שצפו בתכנית היו עשויים יותר לראות בג'ורג' בוש אדם אכפתי יותר. חשוב מכך היה שתכונות אלה הפכו לקריטריון קריטי בקביעת דעתם הכללית על בוש: צופים "הוטרמו" לחשוב על אישיותו האכפתית כאשר התבקשו להביע עליו דעה.³⁰ עבור אלו שלא צפו, קריטריון האכפתיות היה הרבה פחות חשוב. כשחושבים על הטרמה, תהיה זו טעות להגביל את ההתמקדות שלנו בתקשורת החדשותית. תכניות בידור יכולות להיות מקור חשוב לא פחות להשפעות מסוג זה.

האם המדיה החדשה משנה הכל?

ישנו דיון מעניין בתחום התקשורת הפוליטית באשר לאופן שבו הופעת המדיה החדשה שינתה אולי את כל מה שאנחנו יודעים על ההשפעות התקשורתיות (בדיוק כשחשבנו שהגענו לאן-שהוא). אחד הטיעונים המסקרנים שהועלו היה שבעקבות השינויים המרכזיים שהתרחשו באופן שבו אנשים צורכים מידע פוליטי איננו יכולים עוד לדבר על ההשפעות של תקשורת "ההמונים". לאזרחים, בייחוד לאזרחים צעירים, יש הרבה יותר אפשרויות בחירה ביחס למקורות המידע החדשותיים שלהם, ולא לכולם תהיה אותה מסגרת או מיקום או אותו סדר יום. הדיון מתייחס לטענה קודמת שאומרת שאנחנו נעים מעידן השידורים הרחבים אל עידן השידורים הצרים.

סטיבן צ'אפי (Chaffee) ומרים מצגר (Metzger) היו בין הראשונים לדון בשאלה זו במאמר עם כותרת פרובוקטיבית: "סופה של תקשורת ההמונים" (The End of Mass Communication).³¹ הם טענו שככל שאנשים מוצאים את עצמם עם כמות רבה יותר של מקורות מגוונים של מידע פוליטי, העיסוק במסגרות אוניברסליות ובסדר יום נשמע פחות הגיוני. כשמדברים על קביעת סדר יום, הם מנסחים זאת כך: "הבעיה המרכזית בתיאוריית קביעת סדר היום תשתנה מהנושאים שהתקשורת אומרת לאנשים לחשוב עליהם, לאילו נושאים אנשים יאמרו לתקשורת שעליהם הם רוצים לחשוב".³²

לאנס בנט (Bennet) ושנטו איינגר (Iyengar) מעלים טענה דומה בעבודתם.³³ אחת הנקודות החשובות שהם מעלים היא שחלק נכבד מקהל חדשות טלוויזיה נוצר מצופים "לא מכוונים" (inadvertent). צופים אלו החליטו לצפות בחדשות פשוט כי הן היו הדבר היחיד ששודר בטלוויזיה. כיום, יש לאנשים כל כך הרבה ברירות שונות במה לצפות ומתי לצפות בהן שהקהל של רשתות החדשות מתכווץ. עורכי המחקר מצביעים על כך שבין 1968 ל-2003 כמות הקהל הכולל של רשתות החדשות ירד בכ-30 מיליון צופים. אחד השינויים המשמעותיים בעידן החדש הזה הוא שהקהל הופך יותר למפולח, כלומר, קיימים קהלים מסוגים שונים שסופגים תוכן מסוג שונה מאוד. בהתחשב במצב זה, זה בכלל לא הגיוני לדבר על סדר יום מאוחד או מסגרת כזו. עורכי המחקר אומרים שאנו נעים כנראה לקראת עידן "ההשפעות המינימליות".

תהליך דומה מתרחש בישראל. היו זמנים, לדוגמה, שכמעט כולם בישראל נהגו "לשבת סביב המדורה" בשעה תשע בערב. הם נהגו לשבת ולצפות בשעון ענק (כזה עם מחוגים) מתקתק את הדקות עד שתכנית החדשות "מבט" הייתה מתחילה. ערב אחרי ערב חיים יבין ("מר טלוויזיה") היה עולה לאוויר ומספר לנו מה קרה. אני יכול באופן אישי לספר לכם כיצד ישראלים רבים שטיילו בחו"ל היו נעשים עצבניים בשעה תשע בערב (על אף שזו לא הייתה השעה תשע בערב בישראל) משום שהיה כה מוזר לא לצפות בחדשות. לאחר מכן הגיעו שידורי חדשות בערוץ 2 ולאחריו ערוץ 10, ועם כניסת חברות הכבלים כל ערוצי החדשות הזרים (דוגמת סי.אן.אן ובי.בי.סי) היו לפתע זמינים לישראלים שהיו מוכנים ויכולים לצפות בהם. כעת צרפו זאת עם הנגישות של הישראלים לאינטרנט, ואתם מתחילים להבין עד כמה התרחבו האפשרויות למידע פוליטי עבור הציבור הישראלי.

למרות זאת, העובדה שישנם ערוצים חדשותיים **רבים** יותר אין פירושה שאנשים צורכים סוגים שונים של חדשות. האם באמת יש הבדל גדול אם אתם צופים בחדשות בערוץ 1, בערוץ 2 או בערוץ 10? מה ההבדל אם אתם עוקבים אחרי החדשות בעיתון ידיעות או באתר Ynet? ישנם כמה הבדלים כמובן, אך השוני לא יוביל להשפעות שונות כל כך על הקהל. למרבית העורכים באמצעי התקשורת המרכזיים יש רעיונות דומים מאוד לגבי מה נחשב כחדשות החשובות ביותר ובמידה רבה לאופן שבו יש לספר את הסיפור. נהלים אלה זהים, משום שכל העורכים שואפים להשיג את הקהל האפשרי הגדול ביותר.

השאלה האמיתית היא האם יש עלייה משמעותית בצריכת החדשות של הציבור דרך גופים חדשותיים בעלי תרבות או אידיאולוגיה מסוימים. ניתן לכלול ברשימה זו גופים חדשותיים ישראלים דוברי ערבית ורוסית, העיתונים הדתיים, ערוץ 9 וכל אתרי האינטרנט והבלוגים המיועדים לספק דרך חלופית לראות את העולם. בנוסף, נרצה לכלול ברשימה זו את הפופולריות העולה של עיתון "ישראל היום" שבעיני פרשנים רבים נחשב לעיתון ימני שמטרתו לתמוך בבנימין נתניהו ובליכוד. הודות להצלחתו העצומה, ההתפתחות האחרונה הזו מספקת נקודת מוצא מסקרנת ביותר להתחיל בחיפוש אחר השפעות, אולם למרבה הצער לא קיים כל מחקר בנושא.

בכל מקרה, מוקדם מדי להסיק שלקביעת סדר היום ולהטרמה אין השפעה על הציבור הרחב. ראוי לזכור שנושאים רבים שנידונים באינטרנט ובבלוגוספירה עולים קודם בתקשורת ההמונים. הדבר נכון בוודאי כשמדובר באירועים גדולים יותר דוגמת בחירות, מלחמות, אסונות טבע ומשברים

כלכליים. כאשר נושאים מתחממים, הם מתחממים בכל מקום, ופירוש הדבר שקביעת סדר היום וההטרמה הם ללא ספק עדיין רלוונטיים מאוד בעידן הדיגיטלי.

אם ישנה השפעה מסוג אחד שעשויה להיות מושפעת מהעלייה המטרפת במקורות מידע חלופיים היא מסגור. ככל שאנשים פונים למגוון גדל של ערוצי תקשורת, לפחות חלק מהם נחשפים למגוון רחב יותר של מסגרות פוליטיות. ברוב המקרים התפתחות זו צריכה להיחשב לחדשות טובות, משום שבדמוקרטיה בריאה צריכות להיות מגוון נקודות השקפה. הבעיה היא שאנשים רבים משתמשים בחופש החדש הזה כדי להימנע מלשמוע השקפות נוגדות. הם פונים רק לערוצים החדשותיים בכבלים, לאתרי אינטרנט ולבלוגים החולקים את השקפתם על העולם. התנהגות זו מכונה **חשיפה סלקטיבית** (selective exposure).

בכל מקרה, מסגור, קביעת סדר יום והטרמה הם עדיין שלוש דרכים יעילות מאוד לחשוב כיצד התקשורת, על כל צורותיה, יכולה להשפיע עלינו. המהפכה הדיגיטלית יכולה להוביל אותנו לשינוי בחשיבה שלנו על ההשפעות הללו, אך הרעיון הבסיסי נשאר חשוב.

למידה ושכנוע

ישנם שני סוגים נוספים של השפעות תקשורתיות שקיבלו התייחסות רבה בתחום התקשורת הפוליטית: למידה ושכנוע. מחקרי למידה ברורים למדי; הם בודקים באיזו מידה אנשים לומדים מהתקשורת, ומנסים לזהות את סוגי האזרחים שילמדו בסבירות הגבוהה ביותר. הנחת היסוד היא שככל שיש לאזרחים יותר ידע, כך הם עשויים לעשות בחירות מושכלות, והדבר מביא לדמוקרטיה בריאה יותר. ההשפעה השנייה שחוקרים בודקים היא שכנוע: באיזו מידה אנשים מושפעים ומשנים את עמדותיהם או את התנהגותם הפוליטית כתוצאה מחשיפה לתוכן מסווג שונים של תקשורת. מרבית השאלות בתחום עוסקות ביעילות הפרסום הפוליטי, במיוחד במהלך תעמולת בחירות. ישנן חדשות טובות וחדשות רעות לגבי למידה מהתקשורת. החדשות הטובות הן שאנשים יכולים ללמוד כמעט מכל סוג של תקשורת: חדשות קשות (hard news), חדשות רכות (Soft news) ואפילו פרסומות פוליטיות. העובדה שאפשר ללמוד מחדשות קשות אינה מפתיעה כלל. בעוד שאי אפשר לזכור כל ידיעה חדשותית בודדת שצופים בה או קוראים עליה, חלק מהמידע הזה יישמר. העובדה שאנשים יכולים ללמוד גם מחדשות רכות היא ממצא מעודד במיוחד, היות שהדבר מעיד על כך שאפילו הצופים בתכניות מסוג זה בחיפוש אחר בידור מקבלים משהו משמעותי מהחווייה.

מתיו באום (Baum) ואנג'לה ג'יימסון (Jamieson) טבעו שם נהדר לתופעה זו: "אפקט אופרה" ("The Oprah Effect") (עכשיו, כשהתכנית של אופרה וינפרי ירדה מהמסך, הם יצטרכו אולי לשנות את השם).³⁴ המחקר בוצע בשנת 2000 שהייתה שנת בחירות בה מועמדים משתי המפלגות הופיעו בתכניות האירוח הללו. הם מצאו ש-28% מהאמריקנים דיווחו על צפייה לפחות בתכנית אירוח אחת, כך שאנחנו מדברים על חלק נכבד מהציבור. החוקרים התעניינו האם אנשים שצפו בתכניות אלו היו בעמדה טובה יותר להצביע "בעקביות", כלומר היה קשר בין דעותיהם של מצביעים במגוון נושאים והמועמדים בהם הם תומכים. באום וג'יימסון מצאו, שאם שאר הדברים שווים, אנשים שצפו בתכניות אלה הפגינו הרגלי הצבעה עקביים יותר, לעומת אלה שלא צפו. כפי שמצביעים

עורכי המחקר, הדבר מעיד על כך שחדשות רכות עשויות לסייע לאזרחים מסוגים שונים לדעת יותר: "אחדים צריכים את הניו יורק טיימס כדי לקבוע איזה מועמד הם "צריכים" להעדיף; אחרים יכולים להסתדר באותה מידה עם אופרה".³⁵ זוהי דוגמה טובה נוספת, דרך אגב, להשפעה תקשורתית לא מכוונת, משום שמרבית הצופים מחפשים אחר בידור, אך משיגים בסופו של דבר יותר ידע פוליטי.

אנשים יכולים גם ללמוד באופן בלתי מכוון מצפייה בפרסומות פוליטיות. לפרסומות פוליטיות יש שם רע למדי. הם בדרך כלל מתויגים כצורה נמוכה וגסה של מניפולציה רגשית ללא תמורה של ערך חברתי. מסתבר שמבט קרוב יותר על פרסומות פוליטיות מגלה שיש בהם לא מעט תוכן משמעותי. הם מספרים למצביעים משהו אודות המועמדים, אודות הנושאים הנחשבים רלוונטיים ולכל הפחות משהו אודות המדיניות והחקיקה שהמועמד מקווה לחוקק. למעשה, בהתחשב בכך שהחדשות ברובן עוסקות ב"מירוץ הסוסים" בין המועמדים, ניתן למצוא יותר מידע ממשי בפרסומות מאשר בחדשות הבחירות.

מחקרים הראו שאנשים יכולים ללמוד די הרבה מפרסומות פוליטיות.³⁶ הם יכולים ללמוד על הנושאים המרכזיים ביותר במרוץ בחירות מסוים ועל כמה מהעמדות של המועמדים בנושאים מסוימים. בנוסף, הם מייצרים עניין במסע הבחירות, וזה עשוי לגרום לפחות לכמה אנשים לחפש אחד מידע נוסף בתקשורת החדשותית המסורתית, או באינטרנט.

ממצא זה נכון גם לגבי תשדירי בחירות בישראל. ישנו טקס מסוים המתרחש בכל פעם שמתקיימת מערכת בחירות. כולם מתלוננים על כך שתשדירי הבחירות הם בזבוז של זמן ושל כספי ציבור. מבקרים רוטנים על כך שהגינגלים, הבדיחות והסיסמאות לא ישכנעו אף אחד איך להצביע. הם גם מצביעים על כך שמעט מאוד אנשים עוד צופים בהם, וזה בהחלט נכון. סקרים מראים שבשנת 1981 שיא מדהים של 61% מהישראלים דיווחו על צפייה בתשדירים בכל ערב, או כמעט בכל ערב.³⁷ הפעם האחרונה שבדקו זאת זה היה בשנת 2006 ומספר זה צנח ל-11%. חשובה לא פחות הייתה העלייה המשמעותית באחוזים של אלו שדיווחו שמעולם לא צפו בתשדירים (מ-23% ל-41%) או שצפו בהם לעיתים רחוקות (מ-4% ל-23%). אחד ההיבטים המשעשעים יותר של דיון זה הוא שבכל פעם הפוליטיקאים מביטחים לשנות את החוק על מנת לפתור את הבעיה, מטבע הדברים, ברגע שמסע הבחירות מסתיים, הם שוכחים לגמרי מהבעיה ונוכחים בה רק במסע הבחירות הבא ("האם לא שינינו את זה כבר?") וזה מאוחר מדי לשנות משהו.

מעט מאוד אנשים מצדדים בתשדירים אלו, אלא אם מדובר באלה שמרוויחים כסף מהפקתם. אז תנו לי להיות בין המצדדים. תשדירי בחירות שהם פרסומות פוליטיות יכולים להיחשב כחינוך אזרחי. ראשית, יש בהם כמות לא מבוטלת של תוכן רציני, ואנשים יכולים ללמוד מהם. שנית, לתשדירים אלו יש פוטנציאל לעניין אנשים במערכת הבחירות, ואם יותר אנשים יצפו בהם, הם יכולים להגדיל את מספר הבוחרים שיצביעו. לבסוף, חשוב לספק למפלגות הקטנות ערוץ חינוך להפצת מסריהם לציבור הרחב. מפלגות אלה לא תקבלנה סיקור נרחב במערכת הבחירות, וגם אם הן כן יקבלו, סביר להניח שיהיה זה סיקור של הדלת האחורית שימסגר אותן כחריגות.

הבעיה העיקרית עם תשדירי בחירות היא המספר הקטן כל כך של הצופים. אפשר לפתור קושי זה על ידי שידורם בין תכניות, בדיוק כמו כל פרסומת אחרת. בימים עברו היה הגיוני למקם את תשדירי הבחירות במשבצת נפרדת. אנשים היו צופים בהם משום שלא היה משהו אחר בטלוויזיה

(אלא אם כן רציתם לצפות בטלוויזיה הירדנית שנהגה לעיתים לא לשדר את סוף הסרט). יתרה מכך, לפחות עד שנפתחו שידורי ערוץ 2 וערוץ 10, כל הרעיון של פרסומות בטלוויזיה היה במידה רבה זר לתרבות הישראלית. זה נכון שכל שהרעיון לשדר פרסומות פוליטיות בתקופת בחירות יגרום לסיבוכים כמו מי ישדר את הפרסומות שלו בשעות צפיית השיא, בפריים טיים. למרות זאת, שינוי מסוג זה יביא כמעט בטוח ליותר רווחים מאשר הפסדים.

החדשות הרעות ביחס ללמידה מהתקשורת

הדיון חוזר לדרכים בהן אנשים לומדים מהחדשות, וכמצופה ישנן כמה חדשות רעות בהקשר הזה. החלק הראשון של החדשות הרעות הוא שלא כל מה שאנשים "לומדים" מהחדשות הוא מדויק. אחד הרעיונות היותר חשובים במחקר התקשורת מכונה **תיאוריית עיבוד המציאות** (Cultivation Theory)³⁸. התיאוריה, שפותחה במקור על ידי ג'ורג' גרבנר (Gerbner) ולארי גרוס (Gross), טוענת כי צופים כבדים בטלוויזיה מאמינים שהדברים שמוצגים על המסך משקפים את המציאות.³⁹ המוח שלהם עובר "עיבוד" כתוצאה מצפייה רבה מדי בטלוויזיה כך שמתפתחת ראייה מעוותת של המציאות. החוקרים התעניינו בייחוד בממצאים המעידים על כך שבעקבות האלימות הגבוהה בטלוויזיה, אלו שצופים בה יותר, נוטים לראות את העולם כאלים יותר (ובצורה לא מציאותית), לעומת אלו שצופים פחות. ממצא זה זהה לעיקרון שנידון קודם לכן של סטייה ייצוגית (representative deviance) בה אנשים מאמינים בטעות שההתנהגות החרیגה המוצגת בתקשורת מייצגת את מה שקורה בדרך כלל. התיאוריה קיבלה לא מעט ביקורת במשך השנים, אולם רבים עדיין תומכים בטיעונים המרכזיים.⁴⁰

מחקר ראוי לציון נערך בתחום הזה על ידי דניאל רומר (Romer), קתלין גיימיסון (Jamieson) ושון אדאי (Aday).⁴¹ החוקרים התעניינו בניסיון להבין מדוע הציבור האמריקני בשנות ה-90 של המאה ה-20 המשיך להאמין שפשיעה אלימה הינה בעיה רחבה בקנה מידה ארצי, למרות העובדה שפשיעה מסוג זה ירדה בצורה דרמטית. החוקרים העלו השערה שמקור מידע מוטעה אחד חשוב לתופעה הזו היה החדשות המקומיות. חדשות מקומיות בארה"ב, לעומת חדשות הרשתות הארציות, ידועות בשימת דגש על פשיעה אלימה. בהתאם לעיקרי תיאוריית עיבוד המציאות, הם שיערו שככל שאנשים צופים יותר בחדשות המקומיות, כך הם מפחדים יותר מפשיעה, ויעריכו יתר על המידה את הסיכונים להפוך לקורבן. בהתבסס על מידע משלושה מחקרים שונים, זה בדיוק מה שהחוקרים מצאו. לאנשים שהיו צופים כבדים של חדשות מקומיות הייתה השקפה מעוותת יותר על המציאות כשמדובר היה בפשיעה, לעומת אלו שצפו פחות.

גם כאן אנחנו מדברים על השפעות תקשורתיות שהן גם בלתי מכוונות וגם בלתי מובחנות. עיתונאים המייצרים חדשות מקומיות מתמקדים בפשיעה אלימה לא משום שהם רוצים להונות אנשים; זה פשוט טוב לעסקים. בנוסף, לא סביר כלל שצופים כבדים של חדשות מבינים שהתפיסות שלהם מושפעות ממה שהם רואים. אם יישאלו, קרוב לוודאי שיגידו שהחדשות מתמקדות בדברים החשובים ביותר שמתרחשים בעיר שלהם. אולם, למעשה הם לא מודעים לאופן שבו הדיווחים החדשותיים הללו מעצבים את תפיסתם לגבי פשיעה.

החלק השני של החדשות הרעות אודות למידה מהתקשורת עוסק במי המרוויח הגדול מהמצב הזה. כאן יש למחקר עניין במי משיג את הידע הממשי מהחדשות. בדומה לדברים רבים בחיים, אלו העשירים במידע הופכים עשירים יותר, והעניים נשארים עניים. אנשים שמתעניינים בפוליטיקה הם לא רק אלה שיעקבו יותר אחר החדשות, הם גם אלה שיבינו ויזכרו טוב יותר את המידע שאליו נחשפו. ההבדל בדרך כלל קשור למעמד החברתי של האדם. בין הסיבות להבדל זה נכללת העובדה שמשפחות בעלות הכנסה גבוהה יותר הן בדרך כלל יותר משכילות, יש להן יותר כישורים תקשורתיים לרכישת מידע ולזכירתו, ולעיתים קרובות חיות בתרבות שמעודדת התעדכנות בנושאי אקטואליה. הבדל זה בין המעמדות מכונה בדרך כלל "פער הידע" (knowledge gap).⁴²

חוקרים והוגים העלו את השאלה האם פריצת העידן הדיגיטלי יכולה הייתה לחולל שינוי ולסייע לחסל, או לפחות לצמצם, את פער הידע. מרקוס פריור (Prior) ערך מחקר בנושא זה, ומסקנותיו רחוקות מלהיות מעודדות.⁴³ הוא מצא שהכניסה של הטלוויזיה בכבלים והאינטרנט דווקא **הגדילה** את הפערים בידע פוליטי. הוא טען שמשום שיש לאנשים ברירות רבות יותר, אלו שמעוניינים יותר בבידור עשויים פחות להיחשף לחדשות. אולי מדאיגה אף יותר הייתה מסקנתו שאלו שפונים לטלוויזיה בכבלים, למדיה החדשה ולתכניות בידור גם נוטים פחות להצביע, לעומת אלו שלא הייתה להם הבחירה הזו.

אם כן, ישנה מחלוקת משמעותית בתחום לגבי ההשפעות של התקשורת החדשותית. החוקרים היותר אופטימיים אומרים שהעובדה שאנשים כה רבים מחפשים אחר בידור אינה חמורה כל כך, הואיל והם לומדים בדרך, באופן בלתי מכוון, משהו על פוליטיקה. החוקרים הפסימיים טוענים שמשום שאנשים מוצאים שקל להם יותר להשיג בידור דרך התקשורת, פער המידע נעשה חמור יותר. מבולבלים? גם אני. אין לנו תשובה טובה לשאלה חשובה זו. נקווה שנגיע למסקנות מוצקות יותר בנושא זה בשנים הקרובות.

האם מישוה באמת משתכנע?

מנהיגים ופעילים פוליטיים מקדישים זמן רב בניסיון לשכנע אנשים בדברים רבים. הם מנסים לשכנע אותם להצביע בדרך מסוימת, למחזר, לצאת להפגנות, להתנגד לעונש המוות, לתמוך בזכות הנשים לבחור, או לעבור ליישוב בגליל שם יוכלו לאכול רק מזון שמתחיל באות ח' (בסוף יוצא שאתם אוכלים הרבה חסה עם חריף). השאלה החשובה ביותר של כל הקבוצות הללו היא "כיצד נוכל לשכנע אנשים לעשות מה שאנחנו רוצים שהם יעשו?"

כל מי שיכול לספק תשובה פשוטה לשאלה זו יכול היה להיות מאוד, מאוד עשיר. אחרי הכל, חישובו על מיליוני הדולרים שחברות ומפלגות פוליטיות שופכות על שיווק ופרסום. גם אם הייתה תשובה מסוג כלשהו, כולם כבר היו עושים שימוש בנוסחת הקסם. אם שני הצדדים בתחרות משתמשים באסטרטגיה דומה, הם פשוט יבטלו זה את זה, ולא יהיה יתרון לאף אחד מהצדדים. בנוסף, אם הייתה שיטה חזקה כזו מסוג זה, היו ללא ספק מדווחים עליה בתקשורת ואנשים היו לומדים כיצד לא להשתכנע. לכן, הייתי רוצה לשכנע אתכם למכור את חברת הסטארט-אפ שכנוע מהר ככל האפשר.

למעשה, הדיון הקודם אודות מסגור והטרמה עסק גם הוא בשכנוע. כשחוקנים פוליטיים מנסים להשפיע על האופן בו התקשורת ממסגרת אירועים או נושאים מסוימים הם מניחים שאם יצליחו, הקהל יאמץ את המסגרות המועדפות עליהם. באופן דומה, כשמועמדים נלחמים על סדר היום התקשורתי במהלך מסע בחירות, מטרתם היא לשכנע את האנשים לחשוב על נושאים מסוימים, ולא על אחרים. אף שלא כל מנהלי מסע בחירות מכירים את המונח הטרמה, הם יודעים שלגרום לאנשים לחשוב על נושאים מסוימים בדרך כלל "ישכנע" אותם להצביע בדרך מסוימת.

דרכים אחרות לשכנוע הן יותר ישירות, למשל כשמועמד, מפלגה או ארגון פוליטי שולחים מסר או באמצעות נאום שמדווח בתקשורת (כולל אתרי אינטרנט ובלוגים), או באמצעות פרסומות פוליטיות. ישנן שתי שאלות מרכזיות שמעניינות אותנו: (1) עד כמה קל לשכנע אנשים באמצעות מסרים פוליטיים? (2) אילו סוגים של אזרחים עשויים יותר להשתכנע?

לגיון זלר (Zaller), חוקר מדע המדינה שעשה עבודה פורצת דרך בתחום דעת הקהל, יש כמה תובנות שמסייעות לענות על השאלות האלה. זלר פיתח תיאוריה שגורסת כי כאשר מישהו מפתח, או משנה, את דעותיו ביחס למשהו הוא עובר שלושה שלבים, **לקבל, להסכים, לדגום (Sample)**

(Receive, Accept, RAS).⁴⁴ התיאוריה שלו ידועה כמודל RAS.

השלב הראשון אצל כל אחד שמשפיעים עליו הוא שעליו להיות חשוף למסר משכנע מסוג כלשהו (R: receive - הם מקבלים אותו) ישנם לא מעט אזרחים שאין להם מגע עם מסרים פוליטיים. הם לא רואים אותם בטלוויזיה, הם לא קוראים עליהם בעיתון והם בטח לעולם לא קוראים בלוג פוליטי. הם עשויים להיחשף לפרסומות פוליטיות במהלך מסע בחירות או כאשר תנועות פוליטיות יוזמות מסע ישיר מסוג מסוים, אך האזרחים שאינם מתעניינים בפוליטיקה לא ישימו לכך לב. לחלק מהאנשים הללו יש דעות בנושאים פוליטיים, ולרבים מהם אין. בכל מקרה, אין טעם לשאול אם הם מושפעים ממסרים פוליטיים, מפני שאנשים אלה רואים אותם לעיתים רחוקות בלבד. אנשים יכולים גם להימנע מקבלת מסרים עליהם הם חולקים על ידי כך שיגבילו את עצמם ככל האפשר למקורות חדשותיים שמספרים להם את מה שהם רוצים לשמוע. זוהי החשיפה הסלקטיבית שאלה התייחסו קודם לכן. בהתאם למה שנאמר קודם לכן אודות קהל יותר ויותר מפולח, קל יותר בעידן הטלוויזיה בכבלים והאינטרנט להימנע ממקורות תקשורתיים המכילים תוכן שמטריד אותנו. אין לנו מידע ישראלי בנושא זה, אולם ישנו מעט מארה"ב. על פי דוח מכון החקר פיו (Pew) שפורסם בשנת 2009 היה פער גדל ביחס בין הרפובליקנים והדמוקרטים שצפו בערוץ פוקס ניוז היותר שמרני או בשתי תחנות יותר ליברליות MSNBC או CNN.⁴⁵ בשנת 2008 45% מצופי MSNBC היו דמוקרטים, ורק 18% מקהל זה היו רפובליקנים. בקרב צופי CNN הייתה חלוקה דומה: הקהל היה מורכב מ-51% דמוקרטים ו-18% רפובליקנים. כשבחנו את פוקס ניוז המספרים היו כמעט הפוכים: 36% צפו בפוקס על בסיס קבוע, ורק 21% מהדמוקרטים צפו בערוץ. הממצאים בקשר לבלוגים הפוליטיים שאחריהם עוקבים אנשים היו מרשימים עוד יותר. לורנס (Lawrence), סידס (Sides) ופארל (Farrell) מצאו ש-94% מקוראי הבלוגים הפוליטיים צורכים רק בלוגים מצד

אחד של הקשת הפוליטית.⁴⁶ אז דרך אחת להגן על עצמכם משינוי עמדה היא פשוט להימנע ממגע עם השקפות שמרגיזות אתכם.

השלב השני במודל RAS של זלר בודק האם אנשים מקבלים (A: accept) את מה שהם שמעו בתקשורת כנכון.⁴⁷ זה מחזיר אותנו ליעל שדחתה את הדיווח החדשותי נגד נתניהו. הכתב השתמש במה שניתן לכנות מסגרת "נתניהו הוא שקרן". יעל סירבה לקבל את המסגרת הזו והכעס שלה כוון כלפי התקשורת על כך שהייתה כל כך צינית. כפי שנידון, לאנשים שעוקבים אחר החדשות על בסיס קבוע יש בדרך כלל דעות מוצקות, בייחוד לגבי נושאים מרכזיים כמו מי צריך להיות ראש הממשלה הבא. אנשים אלו אינם צופים בחדשות, הם למעשה נאבקים בהן. אתם מכירים אולי אנשים שצועקים אל עבר הטלוויזיה כשהם צופים בחדשות, וישנם כאלה שאף זורקים עליה דברים.

אז אתם בוודאי תוהים, אם אנשים מגנים על עצמם כל כך טוב משינוי דעותיהם, מדוע עמדות משתנות בכלל? זה מביא אותנו לחלק השלישי במודל של זלר, לדגום (S: sample). זלר מציע את הרעיון החדש לפיו כאשר אנשים מגבשים דעה על משהו הם בדרך כלל מבססים את החלטתם על שיקולים ש"נמצאים בראש" כאשר שואלים אותם. אנשים רק **דוגמים** מכל השיקולים האפשריים, ולשיקולים שהם מתחברים אליהם יותר מכל יש השפעה ישירה על הדעה הזו. הדרך שבה אנשים דוגמים אינה אקראית. השיקולים שהכי קל לחשוב עליהם הם אלה שמודגשים בתקשורת החדשותית בזמן מסוים ובמקום מסוים.

קחו לדוגמה דעות סביב עד כמה ישראל צריכה להיות חברה דתית. הניחו שבדיוק לפני הבחירות היה סכסוך גדול בין המפלגות הדתיות והחילוניות בקואליציה בסוגיות של תקציב וחקיקה בנושאי דת. מטבע הדברים, טיעונים בסכסוך הזה, בייחוד אם הם לא נעימים, יקבלו התייחסות רבה למדי בחדשות. אם זה קורה בסמוך לבחירות, הדבר עשוי להעניק יתרונות חשובים למפלגות פוליטיות ששמות דגש על נושאים דתיים.

יש שיטענו שזה בדיוק מה שקרה בבחירות 2003 כשמפלגת שינוי הבטיחה לגייס חרדים לצה"ל ולגבש קואליציה ללא מפלגות דתיות. הם זכו ב-15 מושבים משום שעבור חלק מהבוחרים הכעס על המפלגות הדתיות היה במידה רבה בראש מעיינם. שינוי אכן סייעה להרכיב ממשלה (עם אריאל שרון כראש ממשלה) ללא מפלגות דתיות, וזה מסייע להסביר מדוע הקרע החילוני-דתי לא שימש עוד נושא בבחירות הבאות. זו הייתה, קרוב לוודאי, אחת הסיבות לכך ששינוי לא הצליחה אפילו לעבור את אחוז החסימה בבחירות האלה. אנשים לא חשבו על הדתיים, הם חשבו על נושאים אחרים. במילים אחרות, ניתן היה לטעון ששינוי נפלה קורבן להצלחתה שלה (היזהרו במה שאתם מבקשים).

אם אתם חושבים שהשלב השלישי של זלר נשמע מאוד דומה להטרמה, אתם צודקים. בהטרמה אנחנו מדברים על איך אנשים משנים את הסטנדרטים או הקריטריונים בהערכת הסיכויים של מועמדים בהתאם לשינוי בסדר היום התקשורתי. זה דומה מאוד לרעיון של זלר של שיקולים משתנים. רעיון זה של שיקולים משתנים קשור גם למאבק המתמשך על סדר היום החדשותי בזמן מסעות בחירות. מה שנמצא על סדר היום התקשורתי משפיע על מה ש"נמצא בראש" של אנשים, וזה בתורו משפיע באילו שיקולים משתמשים מצביעים מסוימים על מנת להעריך מועמדים. אם מועמדים

מסוגלים להשפיע על סדר היום החדשותי, או אם סתם מתמזל מזלם בשל אירוע מרכזי שמעלה את "הנושאים שלהם" לראש סדר היום התקשורתי, יותר אנשים יצביעו עבורם.

מי עשוי להיות מושפע במידה הרבה ביותר?

ישנם גם אנשים שסביר שיהיו מושפעים מהתוכן התקשורתי יותר מאחרים. קיים מחקר עצום בנושא זה, אך הדיון כאן יתמקד במשתנה שזר הדגיש בעבודתו: מודעות פוליטית.⁴⁸ מודעות פוליטית מתייחסת למידה שבה אנשים מתעניינים בפוליטיקה ועוקבים אחריה, והיא קשורה קשר צמוד לרמת הידע הפוליטי. על אף שייתכן שאתם חושבים כך, לא אלו שהכי פחות מודעים פוליטית הם אלו שיותר ניתנים לשכנוע. הסיבה היא, שקבוצה זו לא מקבלת הרבה מידע פוליטי, ולכן הם אינם נוחים לשכנוע. גם אלו עם המודעות הפוליטית הרבה ביותר אינם משתכנעים בקלות, משום שלאזרחים אלו יש מספיק מידע על מנת לדחות מסרים שעליהם הם חולקים. אז מי נשאר?

כפי שמתברר, בעלי רמת המודעות הפוליטית הבינונית הם אלו שעשויים להיות מושפעים על ידי התקשורת. לקבוצה זו יש מספיק ידע פוליטי קודם כדי לקבל ולהבין את המסרים שהם מקבלים, אך לא מספיק ידע כדי להציע טיעוני נגד. במילים אחרות, הם עשויים יותר להסכים עם מה שהם מקבלים מהתקשורת. כעת, רק במקרה שאתם חלק מהקבוצה הזו, עליי להרגיע אתכם שגם קבוצה זו אינה משתכנעת בקלות. היא פשוט הקבוצה שסבירותה להשתכנע ממה שהיא שומעת ורואה היא הגבוהה ביותר.

הקשר בין מודעות פוליטית ויכולת השכנוע מכונה בפי החוקרים קשר עקומי (קשר של עקומה, curvilinear). פירוש המונח הוא שאם ניצור גרף בו המודעות הפוליטית נמצאת על הציר האופקי (ציר ה-X) וההשתכנעות נמצאת על הציר האנכי (ציר ה-Y), הקו לא יהיה ישר, אלא עקומה בצורת האות U במהופך. ככל שמודעות פוליטית עולה, היא מגדילה את רמת הסבילות לשכנוע עד שהיא מגיעה לנקודת שיא מסוימת, וברגע שהיא עוברת את נקודה זו המודעות גוברת, ומובילה **לפחות סבילות** לשכנוע. הקשר המסובך במקצת הזה יכול להסביר את התוצאות המעורבות של המחקר (הפרדוקס) שנידון קודם לכן.

גרגורי הובר (Huber) וקווין ארסנו (Arceneaux) ערכו מחקר מצוין שבו גם נבדקה ישירות השאלה אילו מצביעים נתונים לשכנוע במידה הרבה ביותר על ידי פרסומת פוליטית.⁴⁹ היה זה מחקר מתוחכם במיוחד שנעשה בו מאמץ רב לבדוד את ההשפעות של הפרסומות הפוליטיות מכל יתר הגורמים שעשויים לשנות את דעתם של אנשים במסע הבחירות לנשיאות בשנת 2000. הם התמקדו באנשים שחיו באזורים בהם שודרה כמות ניכרת של פרסומת פוליטית עבור אל גור בהשוואה לאלו שחיו במקומות שבהם שודרו באופן משמעותי יותר פרסומות עבור ג'ורג' ווקר בוש. במובנים רבים מחקר זה נמנה בין הטובים ביותר שענו על השאלה האם השקעה כספית גדולה יותר עבור פרסום היא השקעה טובה עבור מועמדים.

המסקנות מעידות על כך שזהו כסף שהושקע בתבונה. הם מצאו שלפרסומות אלו הייתה השפעה רבה במיוחד על האופן בו אנשים תכננו להצביע, בייחוד על הקולות הצפים. חשוב לא פחות,

הם אישרו את השערות של זלר על קשר עקומי (curvilinear) בין מודעות פוליטית לשינוי דעה.⁵⁰ הייתה זו הקבוצה עם רמת מודעות בינונית שהייתה עשויה להשתכנע בסבירות הגבוהה ביותר מפרסומות פוליטיות.

ממצא זה מעיד על כך שעל אף הנושא הכללי של פרק זה, ישנם אזרחים שניתנים לשכנוע גם כשהם כן שמים לב. אנשים שאין להם דעה מוצקה על נושא והם בעלי רמת מודעות פוליטית אמצעית, הם אלה שעשויים להיכלל בקטגוריה זו. עם זאת, יש לזכור שתי נקודות. ראשית, כאשר אנשים אינם החלטיים לגבי נושא, הגיוני יותר לומר שהם **מגבשים** דעה מאשר **משנים** אותה. השאלה אם צריך לכנות את זה שכנוע פתוחה לדיון. שנית, חשוב לזכור שקבוצה זו לא עשויה לחפש אחר מידע פוליטי, אלא יותר להיתקל בו במקרה (דרך פרסומות בטלוויזיה למשל). הגיוני להניח שאלו שנחשפים שלא בכוונה לתוכן פוליטי לא שמים לב כל כך כמו אלה שכן מחפשים אחריו.

בדיוק כמו למכור סבון?

ניתן לשמוע לעיתים קרובות את הטענה שמכירת מועמד דומה למכירת כל מוצר אחר, למשל סבון. זה נכון שחלק מאותם מקצוענים עוסקים בפרסום משני הסוגים, ושלחלק מטכניקות השיווק יש הרבה מהמשותף. למרות זאת, ישנם הבדלים חשובים בין שני סוגי השכנוע. ההבדלים הללו הם הסיבה לכך שקשה יותר לשכנע מישהו לשנות את הצבעתו או את דעותיו לגבי נושא מאשר לשכנע אותו לקנות סבון חדש.

ההבדל העיקרי הראשון הוא שרוב האנשים בדרך כלל יותר מעורבים רגשית כאשר הם חושבים על פוליטיקה. אנשים שמצביעים בדרך כלל לוקחים את החלטתם ברצינות. מעשה ההצבעה אומר משהו חשוב עליהם ועל השקפת העולם שלהם יותר ממותג הסבון בו הם משתמשים. פירוש הדבר שכאשר מנסים לשכנע אותם לגבי פוליטיקה – בייחוד אם זה נתפס כפרסום – אנשים עשויים יותר להתנגד.

סיבה אחרת לכך שמעשה ההצבעה שונה מקניית סבון היא שאנשים מתבקשים לעשות החלטה רק כל כמה שנים, וגם אם הם משנים את דעתם יהיה עליהם לחכות די הרבה זמן לפני שהם יוכלו להביע את השינוי בלבם. הצבעה היא במובנים רבים השקעה שאתם מקווים שתניב לכם תשואות נאות. אך גם אם היא לא, אתם לא יכולים למשוך את הכסף שלכם בחזרה עד לבחירות הבאות. עם סבון, אתם תמיד יכולים לזרוק אותו, או אם אתם סטודנטים והפרוטה אינה מצויה בכיסכם, אתם יכולים להשתמש בו עד שייגמר ולקנות מותג אחר בפעם הבאה. לפיכך, רוב האנשים לוקחים את דעותיהם הפוליטיות יותר ברצינות בהשוואה לבחירות הקנייה שלהם.

הבדל אחרון וחשוב מאוד הוא כאשר אתם רואים פרסומות של סבון הן קרוב לוודאי יהיו המסר היחיד שתשמעו על המוצר. מלבד צרכנים מנוסים עם הרבה זמן פנוי, כמעט כל המידע שיש אודות המוצר מגיע מפרסום. כשמדובר בפוליטיקה, עם זאת, ישנן כמות רבה של חלופות ומקורות מתחרים של מידע, כולל מקור אחד שהוא המוקד המרכזי של ספר זה: החדשות. הסבירות גבוהה יותר שאנשים ידונו בפוליטיקה הן פנים מול פנים והן באופן מקוון, בעוד שדיונים סוערים על סבון הם די נדירים. כאשר אנשים מדברים זה עם זה על דבר מסוים מכנים זאת בספרות המקצועית תקשורת בין אישית, וגם היא מספקת מקור מתחרה נוסף לפרסומות פוליטיות. העובדה שאנשים מקבלים

מידע פוליטי ממקורות כה רבים מפחיתה את הסבירות שמקור אחד, למשל פרסום, ישכנע אותם לשנות את דעתם.

אם תרצו לערוך השוואה בין שכנוע אדם כיצד להצביע ובין דרך מסוימת לערוך קניות, עדיף יהיה לחשוב על משהו שרוכש מכונית. עבור רובנו, זוהי החלטה רצינית והיא כמעט תמיד קשורה בהתחייבות לכמה שנים לפחות. כמו כן, כשאנחנו קונים מכונית חדשה אנחנו אומרים משהו על עצמנו. האם זו מכונית ממוצעת או מפוארת? האם היא זוללת דלק, היברידית, או משהו באמצע? האם זו מכונית ספורט, מכונית מנהלים או רכב שטח? עכשיו חישבו על זה לרגע. מהם הסיכויים שתחליטו איזו מכונית לקנות על סמך מספר פרסומות? פרסומות למכוניות מעוצבות עשויות לגרום לכם לשקול דגם מסוים כשתעשו את ההחלטה הסופית. האמת היא שאם אתם אוהבים את המכונית בה אתם נוהגים קיים סיכוי טוב שתקנו את אותו הדגם (או תצביעו עבור אותה מפלגה) גם בפעם הבאה.

לסיכום

הנקודה שאותה יש לזכור מכל זה היא שכשם שאין לראות בתקשורת החדשותית מסוע להעברת מידע לציבור, כך אין לראות בציבור צרכן פסיבי של חדשות. זה תמיד היה נכון, אולם אנשים רבים הפכו אף יותר פעילים באופן בו הם מחפשים מידע פוליטי ומתייחסים אליו הודות לטלוויזיה בכבלים ולאינטרנט. עליכם להתחיל ברעיון שחלק מהאנשים בוחרים לעקוב אחר החדשות, וחלק בוחרים שלא לעשות זאת. ישנם המעדיפים להשיג מידע פוליטי מחדשות מדומות ותכניות בידור, ואחרים מעדיפים לבלות זמן רב בקריאה אודות פוליטיקה בעיתונים או לדון בנושאים עם חבריהם בפייסבוק. בנוסף, אזרחים מגיעים לחדשות עם רמות שונות של ידע והבנה ביחס לפוליטיקה, עם השקפות שונות על פוליטיקה ועם מערכות שונות של נושאים המעניינים אותם.

הרעיון שההשפעות התקשורתיות החשובות ביותר הן לא מובחנות הוא רעיון חשוב. בין אם מדובר במסגור, בקביעת סדר יום, בהטרמה או סתם בשכנוע, חוקרים צריכים לשים לב **במידה הרבה ביותר** כאשר כל האחרים שמים לב במידה הכי פחותה. מרבית האנשים מודעים מאוד למצב שבו מנהיגים פוליטיים מנסים לשכנע אותם או אפילו כאשר התקשורת החדשותית מקדמת קו מסוים. אולם רבות ממסגרות וסדרי היום בהם משתמשת התקשורת נתפסות טבעיות והולמות; הקהל כמעט לעולם לא חושב על החלטות מערכתיות שנעשו או על האופן שהן יכולות להשפיע על הדרך בה אנחנו חושבים על פוליטיקה.

אין דבר רע מטבעו בכל זה. שינוי בסביבה הפוליטית דורש בדרך כלל שינוי בהעדפות שלנו ולעיתים קרובות יש משהו חיובי בתקשורת החדשותית שמביאה נושאים חדשים לתשומת ליבנו. אין שום דבר רע באזרחים שמאותגרים כל הזמן לשקול מחדש את עמדותיהם כלפי נושא או מנהיג פוליטי. יותר מדי יציבות בקרב הציבור יכולה לגרום לקיפאון פוליטי.

מטרת ספר זה היא להפוך אתכם למודעים לאופן בו פועלת מערכת היחסים בין התקשורת לפוליטיקה, כך שתוכלו להיות צרכני חדשות מתוחכמים יותר. התקווה היא שבפעם הבאה שתיתקלו במצבים מסוג זה תקדישו קצת יותר מחשבה לגבי האופן בו מסגרות וסדר יום המוצגים על ידי התקשורת משפיעים על תפישתכם את העולם הפוליטי.

שאלות למחשבה ולדיון, פרק 5

1. האם אתם חושבים שיש לתקשורת החדשותית השפעה על האופן שבו אתם חושבים על פוליטיקה? האם אתם חושבים שיש לה השפעה על אנשים אחרים שאתם מכירים? הציעו מספר דוגמאות שיתמכו בעמדתכם.

2. חישבו על הנושאים הפוליטיים המרכזיים בהם עוסקת התקשורת בשבוע הנוכחי. בהתבסס על מה שלמדתם אודות קביעת סדר יום, האם אתם יכולים לומר שחשבתם יותר על הנושאים הללו או דנתם בהם עם אנשים שאתם מכירים? כעת חישבו על ההשפעות התקשורתיות הידועות כהטרמה. אם הבחירות הארציות היו נערכות היום, האם העובדה שאחד מנושאים אלו היה ממוקם גבוה על סדר היום התקשורתי מספקת יתרון חשוב לאחת מהמפלגות הפוליטיות? מדוע, או מדוע לא?

הערות

- ¹ E. Garver, *Aristotle's Rhetoric: An Art of Character* (University of Chicago Press, 1994).
- ² ABC News, "Sarah Palin ABC Gibson Interview - Russia Is Our Neighbor!," YouTube, <http://www.youtube.com/watch?v=cdfnFjQfzs>.
- ³ A. Tversky and D. Kahneman, "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice," *Science* 211, no. 4481 (1981).
- ⁴ G. A. Quattrone and A. Tversky, "Rational and Psychological Analyses of Political Choice," *The American Political Science Review* 82, no. 3 (1988).
- ⁵ T. E. Nelson, R. A. Clawson, and Z. M. Oxley, "Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance," *American Political Science Review* 91 (1997).
- ⁶ T. Sheafer and S. Dvir-Gvirsman, "The Spoiler Effect: Framing Attitudes and Expectations Toward Peace. *Journal of Peace Research*, 47, No 2 (2010).
- ⁷ שם. עמ' 211
- ⁸ S. Iyengar, *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues* (University of Chicago Press, 1994).
- ⁹ שם
- ¹⁰ J. N. Cappella and K. H. Jamieson, *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good* (Oxford University Press, USA, 1997).
- ¹¹ N. A. Valentino, M. N. Beckmann, and T. A. Buhr, "A Spiral of Cynicism for Some: The Contingent Effects of Campaign News Frames on Participation and Confidence in Government," *Political Communication* 18, no. 4 (2001).
- ¹² R. M. Entman, *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy* (University Of Chicago Press, 2004); D. C. Hallin, *The Uncensored War: The Media and Vietnam* (University of California Press, 1989); W. A. Gamson, *Talking Politics* (Cambridge University Press, 1992).
- ¹³ M. E. McCombs and D. L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972).
- ¹⁴ W. Wanta, G. Golan, and C. Lee, "Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations," *Journalism and Mass Communication Quarterly* 81, no. 2 (2004).
- ¹⁵ T. Sheafer and I. Gabay, "Mediated Public: סדר יום ראוי למחקרים מעניינים העוסקים בבניית סדר יום ראוי: ראוי למחקרים מעניינים העוסקים בבניית סדר יום ראוי," *Political Communication* 26, no. 4 (2009); T. Sheafer and G. Weimann, "Agenda Building, Agenda Setting, Priming, Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections," *The Journal of Communication* 55, no. 2 (2005); L. Van Noije, J. Kleinnijenhuis, and D. Oegema, "Loss of Parliamentary Control Due to Mediatization and Europeanization: A Longitudinal and Cross-Sectional Analysis of Agenda Building in the United Kingdom and the Netherlands," *British Journal of Political Science* 38, no. 03 (2008); W. Wanta and Y. Kalyango Jr, "Terrorism and Africa: A Study of Agenda Building in the United States," *International Journal of Public Opinion Research* 19, no. 4 (2007).
- ¹⁶ T. Sheafer and G. Weimann, G., "Agenda Building, Agenda Setting, Priming, Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections. *The Journal of Communication*, 55, No. 2 (2005).
- ¹⁷ M. McCombs, "A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future," *Journalism Studies* 6, no. 4 (2005).

¹⁸ J. Dunaway, R. P. Branton, and M. A. Abrajano, "Agenda Setting, Public Opinion, and the Issue of Immigration Reform*", *Social Science Quarterly* 91, no. 2 (2010).

¹⁹ מחקר מעניין ביותר בתחום קביעת סדר היום והטרמה במהלך הבחירות בישראל, נוגע בנושאים הקשורים למערכת היחסים בין שני התהליכים האלו. ראו: T. Sheafer, "How to Evaluate It: The Role of Story- Evaluative Tone in Agenda Setting and Priming," *Journal of Communication* 57, no. 1 (2007); T. Sheafer and G. Weimann, "Agenda Building, Agenda Setting, Priming, Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections." *Journal of Communication* (2005); M. Balmas and T. Sheafer, "Candidate Image in Election Campaigns: Attribute Agenda Setting, Affective Priming, and Voting Intentions," *International Journal of Public Opinion Research* (2010).

²⁰ http://www.huffingtonpost.com/2011/10/16/snl-yet-another-gop-debate_n_1013928.html

²¹ S. Iyengar and D. R. Kinder, *News That Matters: Television and American Opinion* (University of Chicago Press, 1988). p. 63

²² J. Farrell, "A Noun, a Verb and 9/11," ראו: *Concord Monitor*, <http://www.concordmonitor.com/article/noun-verb-and-911>.

²³ J. N. Druckman, "Priming the Vote: Campaign Effects in a U.S. Senate Election," *Political Psychology* (2004).

²⁴ D. R. Runkel, *Campaign for President: The Managers Look at '88* (Auburn House, 1989).

²⁵ מעניין שבעוד שההנחה המקובלת היא שהכלכלה היתה נושא המדיניות הקריטי שהביא לניצחונו של קלינטון ב-1992, לפחות חוקר אחד מצא שההבדלים בהשקפות המועמדים לגבי הפלות היו דווקא חשובים יותר. A. I. Abramowitz, "It's Abortion, Stupid: Policy Voting in the 1992 Presidential Election," *The Journal of Politics* 57, no. 01 (2009).

²⁶ G. Weimann & G. Wolfsfeld, Struggles over the Electoral Agenda – The Elections of 1996 and 1999, In Asher Arian & Michal Shamir (eds.). *The Elections in Israel, 1999*. (State University of New York Press, 2002).

²⁷ R. M. Entman and A. Rojecki, *The Black Image in the White Mind: Media and Race in America* (University of Chicago Press, 2001).

²⁸ T. L. Dixon and C. L. Azocar, "Priming Crime and Activating Blackness: Understanding the Psychological Impact of the Overrepresentation of Blacks as Lawbreakers on Television News," *Journal of Communication* 57, no. 2 (2007).

²⁹ P. Moy, M. A. Xenos, and V. K. Hess, "Priming Effects of Late-Night Comedy," *International Journal of Public Opinion Research* 18, no. 2 (2006).

³⁰ עם זאת, החוקרים לא מצאו אפקט הטרמה דומה עבור אל גור. החוקרים הציעו כי סיבה להבדל יכולה להיות שאנשים בשנת 2000 גיבשו דעה על בוש בלבד, זאת מאחר והכירו את אל גור שכיהן כבר כסגן נשיא.

³¹ S. H. Chaffee and M. J. Metzger, "The End of Mass Communication?," *Mass Communication & Society* 4, no. 4 (2001).

³² שם. עמ' 375

³³ W. L. Bennett and S. Iyengar, "A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication," *Journal of Communication* 58, no. 4 (2008).

³⁴ M. A. Baum and A. S. Jamison, "The Oprah Effect: How Soft News Helps Inattentive Citizens Vote Consistently," *Journal of Politics* 68, no. 4 (2006).

³⁵ שם. עמ' 947

³⁶ N. A. Valentino, V. L. Hutchings, and D. Williams, "The Impact of Political Advertising on Knowledge, Internet Information Seeking, and Candidate Preference," *Journal of Communication* 54, no. 2 (2004); K. Goldstein and T. N. Ridout,

"Measuring the Effects of Televised Political Advertising in the United States," (2004), L. L. Kaid and M. Postelnicu, "Political Advertising in the 2004 Election: Comparison of Traditional Television and Internet Messages," *American Behavioral Scientist* 49, no. 2 (2005).

³⁷ סקרים אלו נערכו על ידי המחבר באמצעות חברות סקרים שונות. למרבה הצער, מאחר והסקרים המוקדמים נערכו אך ורק בקרב יהודים ישראלים, הסטטיסטיקות מתייחסות לפלח זה של האוכלוסייה בלבד.

³⁸ לסקירה של מחקר בתחום זה, ראו: M. Morgan and J. Shanahan, "Two Decades of Cultivation Analysis: An Appraisal and Meta-Analysis," *Communication Yearbook* 20 (1997).

³⁹ G. Gerbner and L. Gross, "Living with Television: The Violence Profile," *Journal of Communication* 26, no. 2 (1976).

⁴⁰ על מנת להבין טוב יותר את המחלוקות בנושא, ראו: M. Morgan and J. Shanahan, "Two Decades of Cultivation Analysis: An Appraisal and Meta-Analysis."

⁴¹ D. Romer, K. H. Jamieson, and S. Aday, "Television News and the Cultivation of Fear of Crime," *Journal of Communication* 53, no. 1 (2003).

⁴² לסקירה של מחקר בתחום זה, ראו: K. Viswanath and J. R. Finnegan, "The Knowledge Gap Hypothesis: Twenty-Five Years Later," *Communication Yearbook* 19 (1996).

⁴³ M. Prior, "News Vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout," *American Journal of Political Science* 49, no. 3 (2005).

⁴⁴ J. Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion* (Cambridge University Press, 1992); J. Zaller, "The Myth of Massive Media Impact Revived: New Support for a Discredited Idea," *Political Persuasion and Attitude change* (1996).

⁴⁵ Pew Research Center for the People & the Press, "Partisanship and Cable News Audiences," Pew Research Center Publications, <http://pewresearch.org/pubs/1395/partisanship-fox-news-and-other-cable-news-audiences>.

⁴⁶ E. Lawrence, J. Sides, & H. Farrell, Self-segregation or deliberation? Blog Readership, Participation, and Polarization in American politics. *Perspectives on Politics* 8, no. 1 (2010).

⁴⁷ J. Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press (1992)

⁴⁸ שם

⁴⁹ G. A. Huber and K. Arceneaux, "Identifying the Persuasive Effects of Presidential Advertising," *American Journal of Political Science* 51, no. 4 (2007).

מעניין, שבניגוד למחקרים אחרים, הובר וארסנו מצאו למידה מועטה מפרסומות פוליטיות.

⁵⁰ מחבר ספר זה הגיע למסקנה זוהי במאמר שפורסם בשנת 1983. ראו: G. Wolfsfeld, "International Awareness, Information Processing, and Attitude Change: A Cross-cultural Experimental Study", *Political Communication and Persuasion* 2 (1983).

סוף דבר

© כל הזכויות שמורות למחבר 2012

אני מקווה שכעת אתם מבינים טוב יותר כיצד עולם התקשורת ועולם הפוליטיקה קשורים זה לזה. זהו עולם שבו מיליוני שחקנים פוליטיים ברחבי העולם מתחרים על מגוון עצום של אופנים ואמצעים של תקשורת שתסייע להם בהשגת מטרותיהם הפוליטיות. המטרות נעות בין ניסיון להיבחר, ועד למשהו שאפתני יותר כמו האטת קצב ההתחממות הגלובלית, או להביא שלום לאזור מוכה מלחמה. כמעט כל השחקנים הללו מבינים שיש להם סיכוי קלוש להצלחה פוליטית, אלא אם ישיגו רמה מסוימת של הצלחה תקשורתית.

קידום רעיונות בתקשורת היא משימה שלעולם אינה קלה כפי שהיא נראית על פניה. המקום והזמן מוגבלים, ועורכים יכולים לכלול רק מספר קטן של שחקנים פוליטיים בכל יום. שחקנים יכולים, כמובן, לפתוח בלוגים או אתרי חדשות חלופיים משלהם בהם יהיה להם מקום בלתי מוגבל להביע את עצמם. הבעיה היא שהקהל הפונה לאתרים מסוג זה הוא מצומצם ביותר. אלו שהתמזל מזלם להיכנס לתקשורת היותר מסורתית יאלצו להתמודד עם בעיה אחרת. ברגע שרעיונותיהם ופעולותיהם הפכו לדיווחים חדשותיים, הם לעיתים נדירות דומים לתשומות המקוריות, ולפעמים יוצאים כך שלא ניתן לזהותם. לעיתונאים יש את האינטרסים שלהם כשהם יוצרים דיווחים חדשותיים, ובעוד שהעברת הנושא לעולם התקשורת יכולה לעתים לסייע לשחקנים פוליטיים, במקרים רבים היא יכולה להיות הרסנית.

לאחר מכן ישנו הציבור, שגם לו יש סדר יום משלו. נדמה שאנשי מדע המדינה חושבים לעיתים שכולם מתעניינים בפוליטיקה כמוהם. האמת היא שאלא אם מתרחש משהו גדול, רוב האנשים יתעניינו הרבה יותר בחייהם שלהם מאשר במה שמתרחש בממשלה שלהם, שלא לדבר על יתר חלקי העולם. אלו שעוקבים אחר החדשות על בסיס קבוע מגבשים לעצמם הרגלים להתמודדות עמן, ומרבית הדיווחים נשכחים במהרה. הדיווחים שכן נשארים במחשבותיהם לזמן רב יותר עוברים בדרך כלל המרה קוגניטיבית שיכולה להיות משמעותית בדיוק כמו זו שהתרחשה כשהאירוע המקורי הפך לחדשות.

חשוב גם לזכור שאלו המנסים לעשות שימוש בתקשורת על מנת להשיג יעדים פוליטיים, לא תמיד מכוונים את מאמציהם כלפי הציבור הרחב. התקשורת יכולה גם להיות כלי רב עצמה להפעלת לחץ על פוליטיקאים, פקידים רשמיים בממשל או אפילו על מדינות אחרות. בעוד ששכנוע הציבור יכול לעיתים קרובות להועיל, יצירת קשר עם מקבלי החלטות היא לעיתים קרובות משמעותית הרבה יותר להשגת יעדים פוליטיים. בסופו של דבר, שחקנים פוליטיים רוצים להשפיע על הפוליטיקה, ופירושו של דבר השפעה על אלו הנמצאים בשלטון. בין אם המטרות עוסקות בהתחממות גלובלית, בשיעור המיסים, בביטחון או בהתקנת רמזור בצומת מסוכן, רק מספר קטן של אנשים בעלי עמדות מפתח יכולים באמת לעשות משהו בנידון. בעוד מגע ישיר בדרך כלל יהיה הדרך המועדפת להתמודד עם מקבלי החלטות, פרסום מהסוג הנכון יכול להיות כוח רב-עוצמה בקידום מקרה מסוים בקרב האליטות.

תחום התקשורת הפוליטית עוסק בהבנה כיצד כל התהליך הזה עובד. חמשת העקרונות התיאורטיים שפותחו בספר זה אמורים לספק לכם מספר תובנות ביחס לחוקי המשחק. יהיה זה הגיוני בשלב זה לספק לכם סקירה קצרה שלהם.

העיקרון הראשון היה: **כוח פוליטי בדרך כלל ניתן לתרגום לכוח תקשורתי**. עיקרון זה חשוב הואיל והוא מזכיר לנו שהתחרות על התקשורת לעולם אינה מתרחשת במגרש משחקים מאוזן. בעלי הכוח הפוליטי נכנסים לתקשורת דרך שער ה-VIP, המספק להם יתרונות רבים על פני אלו שנאלצים להיכנס דרך הכניסה האחורית. רק לעתים רחוקות צריכים בעלי הכוח לחכות בתור, בדרך כלל מתייחסים אליהם בכבוד רב ומספר נבחרים נחשבים לחשובים דיים כדי שצוות כתבים ימתין להעביר את המסר שלהם אל הקהל הרחב. החלשים מבחינה פוליטית, לעומת זאת, בדרך כלל צריכים לשלם את מחיר הפרת הסדר על מנת להיכנס, ואז אם לזרות עוד קצת מלח על הפצעים, למצוא את עצמם מתקבלים על ידי הקהל בקריאות בוז.

העיקרון השני בא להזכיר שגם לבעלי הכוח יכולות להיות בעיות עם התקשורת: **כשהשלטונות מאבדים שליטה על הפוליטיקה, הם גם מאבדים שליטה על החדשות**. הנקודה המרכזית כאן היא שבעוד שמנהיגים נוטים לראות את התקשורת כאשמה מרכזית בבעיות שלהם, יהיה זה לטובתם אם הם ינסו לבחון את הכישלונות הפוליטיים שלהם עצמם. זה נכון שהתקשורת מגזימה בבעיות מסוג זה וגורמת להן להיראות אף גרועות יותר ממה שהן בפועל. אולם, כשמנהיגים אינם מסוגלים לשלוט על אירועים, או מוצאים עצמם אבודים כשהם מנסים לשלוט על זרימת המידע, או אינם מסוגלים לגייס רמת קונצנזוס רחבה בקרב האליטה שתתמוך במדיניות שלהם - התקשורת תפנה נגדם. האתגרים העומדים בפני מנהיגים פוליטיים בתחומים אלו הופכים קשים יותר בעידן הדיגיטלי, אך אף אחד לא אמר מעולם שלהיות בשלטון זה דבר קל.

העיקרון השלישי בוחן הדברים מנקודת המבט של העיתונאים: **אין דבר כזה עיתונות אובייקטיבית (וגם לא יכולה להיות כזו)**. אחד הדברים החשובים שכדאי לכם לזכור מספר זה הוא ההבנה שכל ידיעה חדשותית שאתם רואים מעוגנת במקום ובזמן מסוים. לא רק שמספקים לכם רק מדגם קטן מאוד ולא מייצג של כל האירועים הפוליטיים שהתרחשו בעולם, אלא שגם הם נמסרים לכם במסגרת תרבותית מסוימת. חדשות הן במידה רבה מבנה חברתי. הכוח של חלק מסוגי ההטיות החשובים ביותר מושרש בעובדה שהם לרוב סמויים. אם אתם באמת מעוניינים לעקוב אחר הפוליטיקה, מחובתכם לאסוף את המידע שלכם ממגוון רחב של מקורות ככל האפשר. בעוד שדורות קודמים נאלצו לעבוד קשה למדי על מנת לעשות זאת, בעידן הדיגיטלי אין לכם באמת תירוצים. אין זה אומר שכל אחד מהאתרים החדשותיים שאליהם אתם פונים יהיה אובייקטיבי או "מאוזן", אולם אתם תיחשפו למספיק נקודות מבט שונות על מנת לבנות השקפה מגוונת ומורכבת יותר על העולם הפוליטי.

העיקרון הרביעי עוסק בהטיה חדשותית מסוג אחר, כזו שצברה התייחסות גוברת בקרב מלומדים וחוקרים: **התקשורת מחויבת יותר מכל דבר אחר לספר סיפור טוב, ולזה יכולה להיות לעיתים קרובות השפעה מרכזית על התהליך הפוליטי**. השיעור החשוב ביותר של פרק זה היה שלחיפוש המתמשך והכמעט אובססיבי של עיתונאים אחר דרמה יש מחיר כבד מבחינה חברתית. בעידן החדשות הבידוריות הפכנו כולנו לציניים ביחס לפוליטיקאים, ומנהיג שעושה עבודה טובה הוא בעל ערך חדשותי נמוך הרבה יותר לעומת אלו שמייצרים דרמה. בנוסף, מופעלת כמות אדירה של לחץ על פוליטיקאים לגרור את יריביהם לבוץ, משום שאלה הם סוגי הדיווחים המייצרים את הפרסום

הרב ביותר. בעייתי לא פחות הוא הדגש על דרמה, שהופך את התקשורת החדשותית לאמצעי מצוין לגיוס אנשים למלחמה, אך לכלי חלש כאשר מנסים להשיג פיוס או שלום.

באותה עת עליכם גם לזכור שלשמירה על חדשות מעניינות יש תועלת חשובה במיוחד: יותר אנשים עוקבים אחרי החדשות. גם אזרחים שמגבילים את עצמם לקומדיות פוליטיות, לומדים דבר או שניים על פוליטיקה. רובנו נסכים שזה עדיף על אזרחים מנותקים. אלו המעוניינים בניתוח פוליטי רציני, לא יתקשו למצוא אותו. בנוסף, חלק מהאזרחים המעורבים מבחינה פוליטית נמנים עם האוהדים גדולים ביותר של הבידור הפוליטי.

העיקרון האחרון הסביר כיצד ומתי התקשורת משפיעה על החשיבה וההתנהגות הפוליטית של אנשים: **ההשפעה החשובה ביותר של התקשורת על אזרחים נוטה להיות בלתי מכוונת ובלתי מובחנת.** המסר העיקרי הוא שבמקום לחשוב על מניפולציה מסיבית של התקשורת, תעשו מעשה נכון יותר אם תנסו לבחון את ההשלכות הבלתי מכוונות של הדרך בה יוצרים העיתונאים את החדשות. היסוד השני בטיעון זה הוא שאנשים עשויים להיות מושפעים על ידי התקשורת כאשר הם לא כל כך שמים לב. נקודות אלה רלוונטיות במיוחד כאשר אנו לוקחים בחשבון את שלושת סוגי ההשפעות שהודגשו: מסגור, קביעת סדר יום והטרמה.

חשוב גם לזכור את המכשולים העצומים עמם מתמודדים חוקרים בתחום זה כשהם מנסים לבדוד את ההשפעות שיש לתקשורת על אנשים משאר הגורמים השונים שיכולים להשפיע עליהם מבחינה פוליטית. וגרוע מזה, ייתכן מאוד שמסקנות רבות שהסקנו בתחום זה אינן תקפות עוד משום שעידן "תקשורת ההמונים" עשוי להתקרב לקיצו. אם כמות גדלה של אנשים ימצאו את עצמם פונים לאמצעי החדשות המקוונים ולא-מקוונים שמספרים להם את מה שהם רוצים לשמוע, ואם פחות אנשים ימצאו עצמם צופים "בלי כוונה" בחדשות, זהו משחק אחר לגמרי.

בכל זאת, שינויים אלה עשויים להוכיח עצמם כפחות מהפכניים ממה שהם נראים בנקודה זו בזמן. אירועים חדשותיים מרכזיים מסוקרים עדיין על ידי כל אמצעי תקשורת והממצאים מעידים על כך שהרוב המוחלט של הדיווחים החדשותיים עדיין נע מהתקשורת המסורתית אל המדיה החדשה, ולא להיפך. אז לעת עתה אנחנו יכולים להיות די בטוחים שמה שלמדנו כאן אודות ההשפעות של התקשורת החדשותית עדיין יעניק לכם נקודת מוצא טובה להבנה של מה שקורה לאנשים.

זהו סופו של המסע שלנו והתחלתו, אני מקווה, של אחר. קיימים אלפי חוקרים ברחבי העולם שמקדישים את חייהם לניסיון להבין את התקשורת ואת הפוליטיקה. אם נושא זה מעניין אתכם (איך לא?) אתם חייבים לעצמכם לקרוא עליו עוד קצת. כמו תמיד, במדעי החברה ומדעי הטבע, כאשר תשוטטו דרך העבודות הללו אתם תיתקלו בחילוקי דעות סוערים לגבי התפקיד אותו ממלאת, וחייבת למלא, התקשורת בפוליטיקה. ללא ספק אין שום רע בזה. למעשה עבור רבים מאתנו היעדר הקונצנזוס הזה הוא אחד הדברים שהופכים את העולם הזה לתחום מרתק כל כך למחקר. בדיוק כשם שאסור לכם לעולם לסמוך על מקור חדשותי אחד, כך גם אסור לכם לסמוך על מומחה אחד שיאמר לכם כיצד כל זה עובד. אחד הדברים המרכזיים שאנחנו מנסים ללמד במכללות ובאוניברסיטאות הוא כיצד לאמץ חשיבה ביקורתית. כדאי לכם ליישם את העיקרון הזה לכל סוג של מידע וידע שנקרים בדרככם. חשוב, באותה מידה, להשתמש בעין ביקורתית להבנת מחקר כמו גם לצריכת החדשות. ככל שיותר אנשים יאמצו את הגישה הזאת, כך הם יהפכו לאזרחים טובים יותר.

מקורות

- אברהם, א., ישראל הסמויה מעיני התקשורת: הקיבוצים, ההתנחלויות, ערי הפיתוח והישובים הערביים בעיתונות. ירושלים: אקדמון, 2001.
- אירם, ש., ולודבסקי, ע., מלחמה עד הרגע האחרון – התקשורת הישראלית במלחמת לבנון השנייה, ירושלים: קשב – מרכז להגנת הדמוקרטיה בישראל, 2007.
- בר-יוסף, א., הצופה שנרדם - הפתעת יום הכיפורים ומקורותיה. אור יהודה: הוצאת זמורה ביתן, 2001.
- וולפספלד, ג., וימן, ו., "המאבק על סדר היום התקשורתי 1996 ו-1999" בתוך: א. אריאן ומ. שמיר (עורכים), *הבחירות בישראל – 1999*, ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2001.
- וימן, ג., צפתי, י., שפר, ת., "התקשורת ומערכת הבחירות 2006 - צורכי הציבור ועמדותיו לעומת תפקוד התקשורת" בתוך: א. אריאן ומ. שמיר (עורכים), *הבחירות בישראל 2006* ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2007.
- מן, ר., בניין האומה והמאבק על המרחב הציבורי: המימד התקשורתי בפעילותו של דוד בן-גוריון 1948-1963. חיבור לשם קבלת התואר דוקטור לפילוסופיה, אוניברסיטת תל אביב, 2010.
- נגבי, מ., על חופש העיתונאי וחופש העיתונות בישראל, תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה, 2011.
- קרניאל, י., דיני התקשורת המסחרית, תל אביב: המכון למחקרי משפט וכלכלה, 2003.
- צפתי, י., שפר, ת., וימן, ג., "המלחמה על סדר היום: המערכה בעזה ומערכת הבחירות 2009" בתוך: א. אריאן ומ. שמיר (עורכים) *הבחירות בישראל 2009* ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2011.
- קשב - מרכז להגנת הדמוקרטיה בישראל: <http://www.keshev.org.il>

- Aarts, K., and H. A. Semetko. "The Divided Electorate: Media Use and Political Involvement." *The Journal of Politics* 65, no. 03 (2008): 759-84.
- ABC News. "Sarah Palin Abc Gibson Interview - Russia Is Our Neighbor!" YouTube, <http://www.youtube.com/watch?v=cdftnFjQfzs>.
- Abramowitz, A. I. "It's Abortion, Stupid: Policy Voting in the 1992 Presidential Election." *The Journal of Politics* 57, no. 01 (2009): 176-86.
- Aday, S., and S. Livingston. "Taking the State out of State--Media Relations Theory: How Transnational Advocacy Networks Are Changing the Press--State Dynamic." *Media, War & Conflict* 1, no. 1 (2008): 99.
- Aday, S., Livingston, S., and M. Hebert. "Embedding the Truth: A Cross-Cultural Analysis of Objectivity and Television Coverage of the Iraq War." *The Harvard International Journal of Press/Politics* 10, no. 3 (2005): 3-21.

- Arian, A., G. Weimann, and G. Wolfsfeld "Balance in Election Coverage" In A. Arian & M. Shamir (Eds.), *The Elections in Israel, 1996*, Albany, NY: State University of New York Press, 1999, 295-313.
- Atkinson, Rick. *Crusade: The Untold Story of the Persian Gulf War*. New York: Marinar Books, 1994.
- Avraham, E. and A. First. "Can a Regulator Change Representation of Minority Groups and Fair Reflection of Cultural Diversity in National Media Programs? Lessons from the Israeli Case Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 54, No. 1 (2010): 136-148.
- Avraham, E., G. Wolfsfeld, G., and I. Aburaiya, I. (2000). Dynamics in the news coverage of minorities: the case of the Arab citizens of Israel. *Journal of Communication Inquiry* 24, No. 2 (2000): 117-133.
- Balmas, M., and T. Sheafer. "Candidate Image in Election Campaigns: Attribute Agenda Setting, Affective Priming, and Voting Intentions." *International Journal of Public Opinion Research* 22, no. 2 (2010): 204.
- Balz, D., and H. Johnson. *The Battle for America 2008: The Story of an Extraordinary Election*. New York: Viking (2009).
- Baum, M. A. "Circling the Wagons: Soft News and Isolationism in American Public Opinion." *International Studies Quarterly* 48, no. 2 (2004): 313-338.
- Baum, M. A. "Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public." *American Political Science Review* 96, no. 01 (2004): 91-109.
- Baum, M.A. "Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence?," *Political Communication* 20, no. 2 (2003)
- Baum, M. A., and A. S. Jamison. "The Oprah Effect: How Soft News Helps Inattentive Citizens Vote Consistently." *Journal of Politics* 68, no. 4 (2006): 946-59.
- Baum, M. A. "A Coalition of the Unrestrained: Mass Media, Electoral Institutions and the Constraining Effect of Public Opinion Regarding Iraq." In 2008 Meeting of the American Political Science Association, Boston.

- Baumgartner, F. R., S. De Boef, and A. E. Boydstun. *The Decline of the Death Penalty and the Discovery of Innocence*. New York: Cambridge University Press, 2008.
- Baumgartner, J., and J. S. Morris. "The Daily Show Effect: Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth." *American Politics Research* 34, no. 3 (2006): 8-23.
- Bennett, S. E., S.L. Rhine, R.S. Flickinger, & L.L. Bennett. "Video Malaise" Revisited: Public Trust in the Media and Government". *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 4(4), 8-23.
- Bennett, W. L. "Toward a Theory of Press-State Relations in the United-States." *Journal of Communication* 40, no. 2 (1990): 103-25.
- Bennett, W. L. *News: The Politics of Illusion*. New York: Longman, 2002.
- Bennett, W. L. "Operation Perfect Storm: The Press and the Iraq War." *Political Communication Report* 13, no. 3 (2003).
- Bennett, W. L., and S. Iyengar. "A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication." *Journal of Communication* 58, no. 4 (2008): 707-731.
- Bennett, W. L., R. G. Lawrence, and S. Livingston. "None Dare Call It Torture: Indexing and the Limits of Press Independence in the Abu Ghraib Scandal." *Journal of Communication* 56, no. 3 (2006): 467-485.
- Bennett, W. L., R. G. Lawrence, and S. Livingston. *When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*. Chicago: University Of Chicago Press, 2007.
- Bennett, W. L. and D. L. Paletz, (Eds). *Taken by Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.
- Berry, J. P. *John F. Kennedy and the Media: The First Television President*: University Press of America, 1987.
- Caldwell IV, W.B., D. Murphy, and A. Menning, "Learning to Leverage New Media: The Israeli Defense Forces in Recent Conflicts", *Military Review*, (May-June, 2009), 2-10.

- Cappella, J. N., and K. H. Jamieson. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. New York: Oxford University Press, USA, 1997.
- Chaffee, S. H., and M. J. Metzger. "The End of Mass Communication?" *Mass Communication & Society* 4, no. 4 (2001): 365-379.
- Cottle, S. "Media Research and Ethnic Minorities: Mapping the Field." *Ethnic Minorities and the Media* (2000): 1-30.
- Covert, T.J., and P. Washburn. "Measuring Media Bias: A Content Analysis of Time and Newsweek Coverage of Domestic Social Issues, 1975-2000." *Social Science Quarterly* 88, no. 3 (2007): 690-706.
- Cronkite, W. *A Reporter's Life*: Random House, Inc., 1997.
- D'Alessio, D., and M. Allen. "Media Bias in Presidential Elections: A Meta-Analysis." *Journal of Communication* 50, no. 4 (2000): 133-56.
- Dallek, R., L. C. Gardner, T. Gittinger, D. M. Barrett, M. Beschloss, J. K. Galbraith, and A. R. Isaacs. *Flawed Giant: Lyndon Johnson and His Times, 1961-1973*: New York: Oxford University Press, 1998.
- Danner, Mark. "Words in a Time of War: On Rhetoric, Truth and Power." Mark Danner.com, <http://www.markdanner.com/articles/show/136>.
- Darby, J. *Northern Ireland: The Background to the Conflict*. Syracuse, NY: Syracuse University Press, 1987.
- Delli Carpini, M. X. "The Inherent Arbitrariness of the 'News' Versus 'Entertainment' Distinction." Social Science Research Council, <http://publicsphere.ssrc.org/delli-carpini-the-inherent-arbitrariness-of-the-news-versus-entertainment-distinction/>
- Denton, R. *The 2008 Presidential Campaign: A Communication Perspective*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2009.
- Dixon, T. L., and C. L. Azocar. "Priming Crime and Activating Blackness: Understanding the Psychological Impact of the Overrepresentation of Blacks as Lawbreakers on Television News." *Journal of Communication* 57, no. 2 (2007): 229-253.
- Donaldson, G. *Liberalism's Last Hurrah: The Presidential Campaign of 1964*: ME Sharpe Inc, 2003.

- Dorman, W., and S. Livingston. "News and Historical Content: The Establishment Phase of the Persian Gulf Policy Debate." In W. L. Bennett and D. L. Paletz (Eds.), *Taken by Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.
- Druckman, J. N. "Priming the Vote: Campaign Effects in a U.S. Senate Election." *Political Psychology* (2004): 577-594.
- Dunaway, J., R. P. Branton, and M. A. Abrajano. "Agenda Setting, Public Opinion, and the Issue of Immigration Reform." *Social Science Quarterly* 91, no. 2 (2010): 359-78.
- Elliot, J. "The Ten Most Important WikiLeaks Revelations." http://www.salon.com/news/wikileaks/?story=/political/war_room/2010/11/29/wikileaks_roundup.
- El-Nawawy, M., and A. Iskander. *Al-Jazeera: How the Free Arab News Network Scooped the World and Changed the Middle East*. New York: Basic Books, 2002.
- Entman, R. A. "Framing Us Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents." *Journal of Communication* 41, no. 4 (1991): 6-27.
- Entman, R. M. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and Us Foreign Policy*. Chicago: University Of Chicago Press, 2004.
- Entman, R. M. "Blacks in the News: Television, Modern Racism, and Cultural Change." In A. Reyonlds and B. Barnett (Eds.), *Communication and Law: Multidisciplinary Approaches to Research*, New York: Routledge, 2006 205-226.
- Entman, R. M., and A. Rojecki. *The Black Image in the White Mind: Media and Race in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2001.
- Esfandiari, Golnaz "The Twitter Devolution." *Foreign Policy*, http://www.foreignpolicy.com/articles/2010/06/07/the_twitter_revolution_that_wasnt.

- Fahmy, S., and T. J. Johnson. "Show the Truth and Let Al Jazeera Audience Decide: Support for Use of Graphic Imagery among Al Jazeera Viewers." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51, No. 2 (2007): 245-264.
- Fairness and Accuracy in Reporting. "Examining The 'Liberal Media' Claim." Fairness and Accuracy in Reporting, <http://www.fair.org/index.php?page=2447>.
- Farrell, Joelle "A Noun, a Verb and 9/11." *Concord Monitor*, <http://www.concordmonitor.com/article/noun-verb-and-911>.
- Fay, M. T., M. Morrissey, and M. Smyth. *Northern Ireland's Troubles: The Human Costs*. London: Pluto Press, 1999.
- First, A., "Enemies, Fellow Victims, or the Forgotten? News Coverage of Israeli-Arabs in the 21st Century." *Conflict and Communication Online* 9, No. 2 (2010).
- Gamson, W. A. *Talking Politics*. New York: Cambridge University Press, 1992.
- Gamson, W. A, and A. Modigliani Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach." *American Journal of Sociology* 95, no. 1 (1989): 1-37.
- Gamson, W. A., D. Croteau, W. Hoynes, and T. Sasson. "Media Images and the Social Construction of Reality". *Annual Review of Sociology* 18 (1992): 373-393.
- Gannett Foundation Media Center. *The Media at War: The Press and the Persian Gulf Conflict*. New York: Columbia University, 1991.
- Garver, E. *Aristotle's Rhetoric: An Art of Character*: University of Chicago Press, 1994.
- Geer, John G. "Fanning the Flames: The News Media's Role in the Rise of Negativity in Presidential Campaigns." In *Discussion Paper Series*: Joan Shorenstein Center on the Press, Politics, and Public Policy, Harvard University, February, 2010.
- Gerbner, G., and L. Gross. "Living with Television: The Violence Profile." *Journal of Communication* 26, no. 2 (1976): 172-94.
- Goldberg, B. "Bias: A CBS Insider Exposes How the Media Distort the News." *Journalism Studies* 4, no. 2 (2003): 287-94.

- Goldman, Peter, DeFrank Thomas M., Miller, Mark, Murr, Andrew, and Matthews Tom. *Quest for the Presidency 1992* College Station, Texas: Texas A & U Press, 1994.
- Goldstein, K., and T. N. Ridout. "Measuring the Effects of Televised Political Advertising in the United States." *Annual Review of Political Science* 7 (2004): 205-26.
- Graham, K., *Personal History*. New York: Random House LLC, 1998
- Groseclose, T., and J. Milyo. "A Measure of Media Bias." *The Quarterly Journal of Economics* 120, no. 4 (2005): 1191-237.
- Halberstram, D. *The Powers That Be*. New York: Alfred A. Knopf, 1979.
- Hallin, D. C. *The Uncensored War: The Media and Vietnam*: University of California Press, 1989.
- Hammond, W. M. *Reporting Vietnam: Media and Military at War*. Lawrence: University Press of Kansas, 1998.
- Heilemann, J., and M. Halperin. *Game Change: Obama and the Clintons, McCain and Palin, and the Race of a Lifetime*: Harper, 2010.
- Hersh, Seymour. *Chain of Command: The Road from 9/11 to Abu Ghraib*. New York: New York: HarperCollins, 2004.
- Hetherington, M. "Declining Trust and a Shrinking Policy Agenda: Why the Media Scholars Should Care." In R. P. Hart and D. Shaw (Eds.), *Communication in US elections: New agendas* (2001): 105-21.
- Huber, G. A., and K. Arceneaux. "Identifying the Persuasive Effects of Presidential Advertising." *American Journal of Political Science* 51, no. 4 (2007): 957-77.
- INDenverTimes. "Boulder Police Will Be Scrutinizing Naked Bicyclists in Saturday Protest." INDenver Times, <http://www.indenvertimes.com/boulder-police-will-bescrutinizing-naked-bicyclists-in-saturday-protest/comment-page-1/>.
- Israeli Ministry for Foreign Affairs. "More Israelis Have Been Killed by Palestinian Terrorists since Oslo." Israeli Ministry for Foreign Affairs, [www.mfa.gov.il/MFA/MFAArchive/1990_1999/1998/9/More%20Israelis%20Have%20Been%20Killed%](http://www.mfa.gov.il/MFA/MFAArchive/1990_1999/1998/9/More%20Israelis%20Have%20Been%20Killed%20).

- Iyengar, S. *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*: University of Chicago Press, 1994.
- Iyengar, S., H. Norpoth, and K.S. Hahn, K. S. "Consumer demand for election news: The horserace sells". *Journal of Politics*, 66, no. 1 (2004): 157-175.
- Iyengar, S., and D. R. Kinder. *News That Matters: Television and American Opinion*: University of Chicago Press, 1988.
- Jaspersen, A. E., and M. O. El-Kikhia. "CNN and Al-Jazeera's Media Coverage of America's War in Afghanistan." In P. Norris, M. Kern, and M. Just (Eds.), *Framing Terrorism: The News Media, the Government, and the Public*, 113-32, 2003.
- Johnson, T. J., and S. Fahmy. "The CNN of the Arab World or a Shill for Terrorists?: How Support for Press Freedom and Political Ideology Predict Credibility of Al-Jazeera among Its Audience." *International Communication Gazette* 70, no. 5 (2008): 338-360.
- Kaid, L. L., and M. Postelnicu. "Political Advertising in the 2004 Election: Comparison of Traditional Television and Internet Messages." *American Behavioral Scientist* 49, no. 2 (2005): 265-278.
- Kalb, M., & C. Saivetz (2007). The Israeli—Hezbollah war of 2006: The media as a weapon in asymmetrical conflict. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12, no. 3 (2007) 43-66.
- Kirk, R. *The Conservative Mind: From Burke to Eliot*: Regnery Press, 2001.
- Kohut, Andrew. "Cable and Internet Loom Large in Fragmented Political News Universe." <http://www.pewinternet.org/Reports/2004/Cable-and-Internet-Loom-Large-in-Fragmented-Political-News-Universe>.
- Komonews. "Naked Bicyclists Ride in Protest over Environmental Abuse." Komonews.com, [http:// www.komonews.com/ news /archive /4126851.html](http://www.komonews.com/news/archive/4126851.html).
- Krugman, P. "The Conscience of a Liberal." New York: (2007).
- Kull, S., C. Ramsay, and E. Lewis. "Misperceptions, the Media, and the Iraq War." *Political Science Quarterly* 118, no. 4 (2003): 569-98.

- Laser, Mathew. "Ralph Nader: Internet Not So Hot At "Motivating Action"."
<http://arstechnica.com/web/news/2009/05/ralph-nader-internet-not-so-hot-at-motivating-action.ars>.
- Lawrence E., J. Sides and H. Farrell. "Self-segregation or deliberation? Blog Readership, Participation, and Polarization in American politics." *Perspectives on Politics* 8, no. 1 (2010): 141-157.
- Lawrence, R. G. *The Politics of Force: Media and the Construction of Police Brutality*. Berkeley, California: University of California Press, 2000.
- Lee, M. A., and N. Solomon. *Unreliable Sources: A Guide to Detecting Bias in News Media*. New York: Lyle Stuart, 1991.
- Leskovec, J., L. Backstrom, and J. Kleinberg. "Meme-Tracking and the Dynamics of the News Cycle." Paper presented at the 15th International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, Paris, France 2009.
- Lewis, J. *Shoot First and Ask Questions Later: Media Coverage of the 2003 Iraq War*. New York: Peter Lang, 2006.
- Lichter, S. R., S. Rothman, and L. S. Lichter. *The Media Elite: America's New Powerbrokers*. New York: Hastings House, 1990.
- Livingston, S., and D. A. Van Belle. "The Effects of Satellite Technology on Newsgathering from Remote Locations." *Political Communication* 22, no. 1 (2005): 45-62.
- Livingston, S., and W. L. Bennett. "Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News?" *Political Communication* 20, no. 4 (2003): 363-80.
- Lukacs, Y. *Israel, Jordan, and the Peace Process*. Syracuse, NY: Syracuse University Press, 1999.
- Lynch, M. *Voices of the New Arab Public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today*. New York: Columbia University Press, 2006.
- MacArthur, J. R. *Second Front: Censorship and Propaganda in the 1991 Gulf War*. Berkeley: University of California Press, 2004.
- Matthews, J. J. "To Defeat a Maverick: The Goldwater Candidacy Revisited, 1963-1964." *Presidential Studies Quarterly* 27, no. 4 (1997).

- May, A. L. "Swift Boat Vets in 2004: Press Coverage of an Independent Campaign." *First Amendment Law Review* 4 (2005): 66.
- Mazzetti, M., J. Perlez, E. Schmitt, and A. W. Lehren. "Pakistan Aids Insurgency in Afghanistan, Reports Assert." http://www.nytimes.com/2010/07/26/world/asia/26isi.html?_r=1.
- McCombs, M. "A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future." *Journalism Studies* 6, no. 4 (2005): 543-57.
- McCombs, M. E., and D. L. Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176-187.
- McGarry, J., and B. O'Leary. *The Northern Ireland Conflict: Consociational Engagements*. New York: Oxford University Press, USA, 2004.
- Mermin, J. *Debating War and Peace: Media Coverage of Us Intervention in the Post-Vietnam Era*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1999.
- Miles, H. *Al-Jazeera: The inside Story of the Arab News Channel That Is Challenging the West*. New York: Grove Press, 2005.
- Mills, David. "Attack of the Giant Negroes!!" Undercover Black Man, <http://undercoverblackman.blogspot.com/2007/07/attack-of-giant-negroes.html>.
- Mitchell, G. J. *Making Peace*. Berkeley: University of California Press, 2000.
- Morgan, M., and J. Shanahan. "Two Decades of Cultivation Analysis: An Appraisal and Meta-Analysis." *Communication yearbook* 20 (1997): 1-45.
- Morozov, Evgeny. "From Slacktivism to Activism." *Foreign Policy*, http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/09/05/from_slacktivism_to_activism.
- Moy, P., and D. A. Scheufele. "Media Effects on Political and Social Trust." *Journalism and Mass Communication Quarterly* 77, no. 4 (2000): 744-759.
- Moy, P., M. A. Xenos, and V. K. Hess. "Priming Effects of Late-Night Comedy." *International Journal of Public Opinion Research* 18, no. 2 (2006): 198-210.

- Müller, L. and B. Wüest, Bruno. "Media Malaise or Mobilization :How Mass Media Affect Electoral Participation in Established Democracies." In *5th ECPR Conference*. Postdam, Germany, 2009.
- Nasaw, D. *The Chief: The Life of William Randolph Hearst*. Boston: Mariner Books, 2001.
- National Commission on Terrorist Attacks Upon the United States. "Al Qaeda Aims at the American Homeland." U.S. Government Printing Office http://govinfo.library.unt.edu/911/report/911Report_Ch5.pdf.
- Nelson, T. E., R. A. Clawson, and Z. M. Oxley. "Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance." *American Political Science Review* 91 (1997): 567-84.
- Niven, D. *Tilt?: The Search for Media Bias*. Westport Ct: Praeger, 2002.
- Norris, P. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. New York: Cambridge University Press, 2000.
- Paterson, C. "News Agency Dominance in International News on the Internet." In D. Skinner, J. R. Compton, and M. Gasher (Eds.), *Converging Media, Diverging Interests: A Political Economy of News in the United States and Canada*, Lanham, MA: Lexington Books, 2005.
- Patterson, T. E. *The Vanishing Voter*. New York: Vintage Books, 2003.
- Patterson, T. E. *Out of order*. New York: Knopf, 1994.
- Patterson, T. E. and W. Donsbagh. "News Decisions: Journalists as Partisan Actors." *Political Communication* 13, no. 4 (1996): 455-68.
- Peri, Y. *The Assassination of Yitzhak Rabin*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2000.
- Pew Internet and American Life Project. "The New News Landscape: Rise of the Internet." <http://pewresearch.org/pubs/1508/internet-cell-phone-users-news-social-experience>.
- Pew Project for Excellence in Journalism. "The State of the News Media: An Annual Report on American Journalism (Online)." Pew Research Center for People and the Press <http://www.stateofthemedias.org/2010/onlineaudience.php#whoareonline>.

- Pew Research Center for the People & the Press. "Partisanship and Cable News Audiences." Pew Research Center Publications, <http://pewresearch.org/pubs/1395/partisanship-fox-news-and--other-cable-news-audiences>.
- Pew Research Center for the People & the Press. "Most Voters Say News Media Wants Obama to Win." Pew Research Center for the People and the Press,, <http://pewresearch.org/pubs/1003/joe-the-plumber>.
- Pew Research Center Project for Excellence in Journalism. "How the Press Reported the 2008 General Election." Pew Research Center for The People and the Press, <http://www.journalism.org/node/13307>.
- Prior, M. "News Vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout." *American Journal of Political Science* 49, no. 3 (2005): 577-592.
- Procter, B. H. *William Randolph Hearst: The Early Years, 1863-1910*. New York: Oxford University Press, USA, 1998.
- Putnam, R. D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster, 2001.
- Quattrone, G. A. A. Tversky, "Rational and Psychological Analyses of Political Choice." *The American Political Science Review* 82, no. 3 (1988): 719-736.
- Roberts, G., and H. Klibanoff. *The Race Beat: The Press, the Civil Rights Struggle, and the Awakening of a Nation*. New York: Alfred A. Knopf, 2006.
- Robinson, M. J. "Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case Of" The Selling of the Pentagon"." *The American Political Science Review* 70, no. 2 (1976): 409-32.
- Romer, D., K. H. Jamieson, and S. Aday. "Television News and the Cultivation of Fear of Crime." *Journal of Communication* 53, no. 1 (2003): 88-104.
- Ruane, J., and J. Todd. *The Dynamics of Conflict in Northern Ireland: Power, Conflict, and Emancipation*. New York: Cambridge University Press, 1996.
- Runkel, D. R. *Campaign for President. The Managers Look at '88*. Dover, MA: Auburn House Pub. Co., 1989.

- Schechterman, Joel. "Iran's Twitter Revolution? Maybe Not Yet." Bloomberg.com, <http://www.businessweek.com/technology/content/jun2009/tc20090617803990.htm>.
- Schudson, Michael. "A Family of Public Spheres." Social Science Research Council, <http://publicsphere.ssrc.org/schudson-a-family-of-public-spheres/>
- Sheafer, T. "How to Evaluate It: The Role of Story-Evaluative Tone in Agenda Setting and Priming." *Journal of Communication* 57, no. 1 (2007): 21-39.
- Sheafer, T. and S. Dvir-Gvirsman, "The Spoiler Effect: Framing Attitudes and Expectations Toward Peace. *Journal of Peace Research*, 47, No 2 (2010): 205-215.
- Sheafer, T., and G. Weimann. "Agenda Building, Agenda Setting, Priming, Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections." *The Journal of Communication* 55, no. 2 (2005): 347-365.
- Shaefer, T., G. Weimann, and Y. Tsfati, Y. "Campaigns in the Holy Land: The Content and Effects of Election News Coverage in Israel. In J. Stronbeck and L. L. Kaid (Eds.), *The Handbook of Election News Coverage around the World*. New York: Routledge, 2008, 209-223.
- Sheafer, T., and I. Gabay. "Mediated Public Diplomacy: A Strategic Contest over International Agenda Building and Frame Building." *Political Communication* 26, no. 4 (2009): 447-467.
- Sprinzak, E. *Brother against Brother: Violence and Extremism in Israeli Politics from Altalena to the Rabin Assassination*. New York: Free Press, 1999.
- Steinberg, G. M. "Peace, Security and Terror in the 1996 Elections. *Israel Affairs* 4, no. 1 (1997): 209-234.
- Stohl, Michael. "Old Myths, New Fantasies and the Enduring Realities of Terrorism." *Critical Studies in Terrorism* 1, no. 1 (2008): 5-16.
- Thomas, Evan "The Myth of Objectivity." *Newsweek* 2008, 43-44.
- Tumber, H., and J. Palmer. *Media at War: The Iraq Crisis*. Thousand Island, Calif.: Sage, 2004.

- Tversky, A., and D. Kahneman. "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice." *Science* 211, no. 4481 (1981): 453-458
- Tyndall Report. "Tyndall Report 2009 in Review." <http://tyndallreport.com/yearinreview2009>.
- Valentino, N. A., M. N. Beckmann, and T. A. Buhr. "A Spiral of Cynicism for Some: The Contingent Effects of Campaign News Frames on Participation and Confidence in Government." *Political Communication* 18, no. 4 (2001): 347-367.
- Valentino, N. A., V. L. Hutchings, and D. Williams. "The Impact of Political Advertising on Knowledge, Internet Information Seeking, and Candidate Preference." *Journal of Communication* 54, no. 2 (2004): 337-354.
- Van Dijk, T. A. "New(S) Racism: A Discourse Analytical Approach." *Ethnic Minorities and the Media* (2000): 33-49.
- Van Noije, L., J. Kleinnijenhuis, and D. Oegema, "Loss of Parliamentary Control Due to Mediatization and Europeanization: A Longitudinal and Cross-Sectional Analysis of Agenda Building in the United Kingdom and the Netherlands," *British Journal of Political Science* 38, no. 3 (2008), 455-478.
- Viswanath, K. and J. R. Finnegan, "The Knowledge Gap Hypothesis: Twenty-Five Years Later," *Communication Yearbook* 19, Thousand Oaks, CA: Sage, 1996, 187-227.
- Wanta, W., G. Golan, and C. Lee, "Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations." *Journalism and Mass Communication Quarterly* 81, no. 2 (2004), 364-367.
- Wanta, W., and Y. Kalyango Jr, "Terrorism and Africa: A Study of Agenda Building in the United States." *International Journal of Public Opinion Research* 19, no. 4 (2007), 435-450.
- Washington Times Staff. "Editorial: Iran's Twitter Revolution" <http://www.washingtontimes.com/news/2009/jun/16/irans-twitter-revolution/>.
- Weinmann, G., *Terror on the Internet: The New Arena, the New Challenges*. Washington, D.C.: The United States Institute of Peace, 2006.

- Weimann G. and G. Wolfsfeld, "Struggles over the Electoral Agenda – The Elections of 1996 and 1999", In A. Arian and M. Shamir (Eds.). *The Elections in Israel, 1999*. New York: State University of New York Press, 2002.
- White, T. H. *The Making of the President, 1964*. New York: Signet, 1965.
- Wolfsfeld, G. *Media and Political Conflict: News from the Middle East*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1997.
- Wolfsfeld, G. *Media and the Path to Peace*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2004.
- Wolfsfeld, G. "International Awareness, Information Processing, and Attitude Change: A Cross-cultural Experimental Study", *Political Communication and Persuasion*, 2, no. 2 (1983): 127-145.
- Wolfsfeld, G., E. Segev, and T. Sheafer, "The Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First. *The International Journal of Press/Politics*, 18, no. 2 (2013): 115-137
- Wolfsfeld, G., P. Frosh and M.T. Awabdy. "Covering Death in Conflicts: Coverage of the Second Intifada on Israeli and Palestinian Television". *Journal of Peace Research* 45 No. 3 (2008): 401-417.
- Wolfsfeld, G., E. Y. Alimi, and W. Kailani. "News Media and Peace Building in Asymmetrical Conflicts: The Flow of News between Jordan and Israel." *Political Studies* 56, no. 2 (2008): 374-398.
- Wolfsfeld, G., E. Avraham, E., and I. Aburaiya. "When prophesy always fails: Israeli press coverage of the Arab minority's Land Day Protests". *Political Communication* 17, No. 2 (2000): 115-131.
- Wyatt, C. R. *Paper Soldiers*. Chicago: University of Chicago Press, 1995.
- Zaller, J. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press, 1992.
- Zaller, J. "The Myth of Massive Media Impact Revived: New Support for a Discredited Idea." In D. C. Mutz, P. M. Sniderman, and R. A. Brody (Eds.), *Political Persuasion and Attitude Change*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996, 17–78.

Zayani, M. *The Al Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media*. London: Paradigm, 2005.