

סקירת ספרים

מדברים אקטואליה – אוריינות תקשורת. מירה פוירשטיין (2016) ת"א: מכון מופ"ת,

318 עמודים.

אבשלום גינוסר*

ספרה החדש של מירה פוירשטיין "מדברים אקטואליה: אוריינות תקשורת" בהוצאת מכון מופ"ת יצא לאור בתקופה בעייתית ללימודי התקשורת. כמעט כל המחלקות ובתי הספר לתקשורת במוסדות ההשכלה הגבוהה בישראל – אוניברסיטאות ומכללות כאחד – סובלים בשלוש-ארבע השנים האחרונות מירידה ניכרת במספר הסטודנטים, זאת לאחר יותר מעשור של שיגשוג ופריחה. אחת הסיבות לירידה זו היא הקמתן של מחלקות חדשות לתקשורת כמעט בכל מוסד אקדמי בישראל, תוך מתן הכרה בהן על ידי המועצה להשכלה גבוהה, כלומר ההיצע גדל מאוד כאשר הביקוש לא גדל ואף קטן. סיבה אפשרית שנייה היא הקשיים של תעשיית התקשורת על ענפיה השונים להציע תעסוקה לבוגרים האקדמיים של התחום. יש הסבורים שירידת קרנה של התקשורת המסורתית תרמה אף היא לנסיגה במספרי הסטודנטים המתעניינים בתחום. תפנית זו במעמד לימודי התקשורת במוסדות להשכלה גבוהה רלבנטית מאוד לספר החדש, שכן הוא מיועד בראש ובראשונה למלמדים תקשורת ולאלו הלומדים כיצד ללמד תקשורת (סטודנטים במכללות להוראה המעוניינים ללמד תקשורת בבתי הספר התיכוניים). האם הירידה ברצון ללמוד תקשורת קיימת כבר בבתי הספר התיכוניים? אין לי תשובה על כך, אבל אם אכן יש ירידה כזו – ייתכן והיא מרמזת גם על המשך מגמת הנסיגה בלימודי תקשורת גם באקדמיה. ואם כך – למי יהיה מיועד הספר החדש? אבל בינתיים, אין ספק שהוצאתו לאור של ספר ללימוד תקשורת בעברית היא מאורע חיובי ביותר, שכן למרות מרכזיותו של התחום יש בו מעט מאוד ספרי מחקר בכלל וספרי לימוד בפרט בעברית. מניסיוני בהוראה באקדמיה, אני יכול להעיד שלא רק תלמידי תיכון המתעניינים בתקשורת ולא רק סטודנטים להוראת תקשורת ייצאו נשכרים מעיון בספר זה, אלא גם סטודנטים לתקשורת, שרבים מהם, כמו סטודנטים ישראלים רבים בתחומי לימוד אחרים, מתקשים להתמודד עם תכנים הרלבנטיים להם שאת רובם ניתן למצוא אך ורק באנגלית.

בספר של פוירשטיין יש שלושה רבדים שונים, שאמנם אינם מוצהרים ככאלה על ידי המחברת, אך הם שזורים זה בזה לכל אורכו: הרובד של תחום הדעת (תקשורת), הרובד הפדגוגי (הוראת תקשורת), והרובד החברתי-אזרחי (חינוכם של אזרחים מודעים, פעילים, ומשתתפים). מבנה-העל המאחד את שלושת הרבדים (או "המסגרת המושגית" של הספר, כהגדרת המחברת) הוא "אוריינות תקשורת", כניסוחה של כותרת המשנה של הספר.

*ד"ר אבשלום גינוסר (avshalomg@yvc.ac.il), מרצה בכיר בחוג לתקשורת במכללה האקדמית עמק יזרעאל

ליתר דיוק, המחברת משתמשת ב"מודל החינוך לאוריינות תקשורת" (Media Literacy Education) (Bazalgette, 1989) כבסיס לדיון בשלוש נקודות מבט לחקר ביקורתי של טקסטים תקשורתיים. אחזור לעניין זה בהמשך, אולם תחילה לשלושת הרבדים הסמויים-למחצה של הספר.

ברובד הראשון, תחום הדעת של תקשורת, משמש הספר מעין ספר לימוד בסיסי (textbook). במסגרת זו יש בספר דיון במושגים בסיסיים בשדה תקשורת ההמונים, כמו "קביעת סדר היום הציבורי", "חדשות", "מסגור", "אירועי תקשורת" ועוד. כמו כן, יש בו אזכורים והפניות לתיאוריות מסורתיות ולהוגים מרכזיים בתחום חקר התקשורת. מבחינה זו עושה הספר את מלאכתם של הסטודנטים להוראת תקשורת ושל עמיתיהם הסטודנטים לתקשורת קלה יותר, שכן במקום לקרוא סיכומים ותמציות של מאמרים ופרקים על יסודות חקר התקשורת (שכן רבים מהם אינם טורחים לקרוא את המקור עצמו) – אלה מוגשים להם כאן בכפית בדרך של תמצית של תמצית. אולם אליה וקוץ בה: הפניות אלה, הן אל המושגים הבסיסיים והן אל התיאוריות וההוגים, מפוזרות על פני הפרקים השונים של הספר ואינן מאורגנות במבנה רציף ובהיררכיה ברורה. תרופה מסוימת לכך נמצאת בנספח הראשון בספר שכותרתו היא "גישות תאורטיות: מדיה, קהל, חברה" (עמ' 257-268).

אשר לרובד השני – הרובד הפדגוגי – כאן הארגון הפנימי של הספר מסייע הרבה יותר. הפרק השני בספר מציג חמישה נושאים – אלימות, ספורט, ייצוג היופי, אבל ושכול, וסמים (כל אחד מהם נכתב על ידי מחבר אחר) – שמוצגים כמקרי מבחן לטיפול התקשורת באקטואליה. אינני משוכנע אמנם שאלה הנושאים הרלבנטיים ביותר או המייצגים ביותר לשם ניתוח טיפול התקשורת באקטואליה הישראלית, אולם הם משרתים היטב את ההדגמות המובאות בשלושת הפרקים העוקבים. כל אחד מפרקים אלה עוסק באחת מנקודות המבט שמרכיבות את מודל החינוך לאוריינות תקשורת: שפה, ייצוג, מציאות (פרק 3); מפיקים וקהלים (פרק 4); מסרים וערכים (פרק 5). בכל אחד מהפרקים כלולה סקירה תיאורטית של נקודת המבט הספציפית מתוך מודל אוריינות התקשורת ולאחריה מתכונים (או אולי מדריכים) לפעילות הוראתית/לימודית/תקשורתית הקשורה לנקודת המבט הזו והמתייחסת לכל אחד מחמשת מקרי הבחון. אני משער שהפעילויות המוצעות מיועדות לגשר עבור הסטודנטים לתקשורת ולהוראת התקשורת בין התיאוריה לבין המעשה של עולם התקשורת ואולי יש בכך משום מילוי של פער הקיים לפחות בחלק מהמוסדות האקדמיים. תמיכה ברובד הפדגוגי ניתן למצוא בשלושת הנספחים המופיעים בסופו של הספר: נספח 2 שבו הצעות לעבודה עם המודל לאוריינות מדיה (עמ' 269-280); נספח 3 שבו דוגמאות למערכי הוראה (עמ' 281-289); ונספח 4 שעוסק ב"הוראת האקטואליה בהקשר של תכנית הלימודים" (עמ' 290-292).

הרובד השלישי של הספר – החברתי-אזרחי – משולב בכל פרקיו של הספר אך בעיקר במבוא ובפרק 7 שכותרתו היא: "אוריינות תקשורת במבט-על". המחברת מדגישה חזור והדגש כי אוריינות תקשורת חיונית לאדם המודרני באשר הוא, לחברה הדמוקרטית, להעצמת האזרחים, ולהשתתפות פוליטית של אזרחים. טיפוס אוריינות תקשורת שאליו מתייחסת המחברת מגלם לא רק ידע והכרה של עולם התקשורת ומרכיביו השונים, אלא אוריינות תקשורת **ביקורתית**, שנועדה

להעניק ללומדים תקשורת "כישורי חשיבה ותקשורת ההולמים את החיים בעידן המדיה והטכנולוגיה של המאה ה-21" (עמ' 34). ויותר מכך – "מטרת החינוך לאוריינות מדיה היא להניע את האזרחים במשטר הדמוקרטי לאקטיביזם מול הממסד התקשורתי ומוסדות וארגונים אחרים בחברה (תאגידי תקשורת, בעלי הון והפוליטיקאים) שמעצבים את סדר היום התקשורתי, הציבורי והפוליטי" (עמ' 35). כלומר, הספר אינו מיועד – לדברי המחברת – רק ללומדי התקשורת והוראת התקשורת אלא לכלל האזרחים במדינה הדמוקרטית, ויש לו גם ייעוד להפכם לאזרחים פעילים המשתמשים בידע התקשורתי שלהם למען החברה. זוהי אכן שאיפה מרחיקת לכת ויש שיאמרו מרחיקת לכת מדי. אולם רעיון זה מחזיר אותי לנושא שבו פתחתי סקירה זו: הנסיגה במספר הצעירים המתעניינים בלימודי תקשורת באקדמיה בישראל.

תקשורת יכולה להילמד כפרופסיה או יותר נכון כמקבץ של פרופסיות: עיתונות, פרסום, יחסי ציבור, מדיה חדשים, ועוד. כלומר, מוסדות הלימוד יכולים להציג עצמם כבית היוצר לאנשים מקצועיים עבור תעשיית התקשורת. תקשורת יכולה גם להילמד כתחום מחקרי גרידא במסגרת מדעי החברה, כפי שרבים מהחוגים באוניברסיטאות בישראל אכן עושים (כמסורת החוג הראשון באוניברסיטה העברית בירושלים). לימודי תקשורת יכולים גם לשלב את התחום המעשי-מקצועי עם התחום האקדמי-מחקרי כפי שעושות היום חלק מהמחלקות לתקשורת במכללות הציבוריות (דוגמת "עמק יזרעאל", "ספיר" ו"כנרת"). אולם, לימודי תקשורת יכולים למצב עצמם – או כביטוי השגור היום יותר: למתג עצמם – גם כלימודי יסוד להכרת החברה, הפוליטיקה, הדמוקרטיה, המעורבות האזרחית, ועוד. במסגרת כזו, לימוד לאוריינות תקשורת ביקורתית – כפי שהוא מוצג בספר זה – היא בסיס איתן גם ללימודים אקדמיים לתארים מתקדמים, לאו דווקא בתחום התקשורת.

ועוד הערה לסיום. המושג אוריינות תקשורת נוצר ונחקר בעידן התקשורת המסורתית כשכלי התקשורת הנפוצים היו העיתון המודפס, הרדיו והטלוויזיה. זה היה עידן שבו הגבולות בין התקשורת כמוסד לבין קהלי התקשורת היו מובחנים וברורים, שבו מסרי התקשורת הועברו בצורה חד-כיוונית, שבו צרכן התקשורת היה במידה רבה "שבוי" בידי מקצועני התקשורת. לכן, לימוד אוריינות תקשורת היה מתבקש מאליו כדי לצמצם את הפערים בין "היצרנים" לבין "הצרכנים". אולם, העידן הזה הולך ונעלם. העידן החדש, המקוון, מתאפיין בצרכן תקשורת שהוא במקרים רבים גם יצרן תקשורת, בכך שתעבורת מסרי התקשורת היא דו-כיוונית, שמגוון כלי התקשורת הוא עצום והנגישות אליהם קלה ומיידית. האם בעידן המקוון הזה אין טעם לדון בשינוי משמעותה של אוריינות התקשורת? בספר אין פרק שמוקדש לשאלה זו, אולם הנושא מופיע כמה פעמים לאורך פרקיו השונים של הספר. ראוי לציין שלוש מהן: בפרק הראשון (בעמ' 65-66) מוקדש סעיף קצר יחסית ל"חדשות ברשתות החברתיות", שעוסק בשתי תופעות הקשורות זו לזו: שינוי בהרגלי צריכת חדשות בעיקר אצל צעירים והשפעת "עריכת החדשות החברתית" (המלצות ברשתות החברתיות על קטעי חדשות ממקורות שונים, מסורתיים ומקוונים כאחד) על עבודת העיתונאים בערוצים המסורתיים. לעניות דעתי, נושא זה יכול היה לתפוס חלק גדול יותר בפרק זה. הדוגמה השנייה היא בפרק 3 שכותרתו היא "שפה, ייצוג, מציאות", בסעיף העוסק ב"חדשות מקוונות" (בעמ' 134-138). זוהי סקירה רחבה וממצה יותר שמציגה את מעורבותם של הצרכנים בעשייה העיתונאית מצד אחד ואת האתגר שמציבים אתרי החדשות המקוונים בפני

התקשורת המסורתית והעיתונאים בכלי התקשורת המסורתיים. ולבסוף, הדוגמה השלישית היא מתוך הפרק המסכם את הספר (פרק 7, עמ' 251-255), שעוסק רבות באוריינות דיגיטלית באופן כללי ומסתיים בהמלצה לקורא לעיין באתרים של ארגונים ואגודות בין-לאומיות לאוריינות מדיה. אני מצטרף להמלצה זו של המחברת.

רשימת המקורות

Bazalgette, C. (Ed.). (1989). Primary media education: A curriculum statement. London: British Film Institute.