

סקירת ספרים

פוליטיקה תקשורתית בת זמננו: אזרחות מקוונת בעידן של מדיה On-Line, חלק א

אורית גלילי-צוקר, תל אביב: רמות (אוניברסיטת תל-אביב), 2008, 268 עמודים

יריב צפתי*

תחום התקשורת הפוליטית התרחב מאוד בשנים האחרונות בישראל כתחום מחקר, הוראה ועיסוק. למרות זאת היצע הטקסטים הבסיסיים הערכניים בעברית בתחום זה, לצורכי הוראה ועיון, דל מאוד. ספרה החדש של גלילי-צוקר הוא אפוא בשורה משמחת למורים ולתלמידים בענף זה. אמנם הספר אינו מציע חידוש תאורטי, וגם אינו מתיימר לעשות זאת, אך הוא מתמקד בתיאור עדכני של מצב הספרות המחקרית בנושא.

יתרונותיו של הטקסט רבים: הוא כתוב בשפה עיתונאית ברורה וקולחת, הוא נשען על שפע מקורות, והוא מציע לקורא מסע מגוון ועשיר בנבכי היחסים הסבוכים של פוליטיקה ותקשורת, שכן הכותבת אינה מסתפקת בסקירה של מחקר ושל הגות אקדמיים – החל בהברמאס, גופמן, פייר בורדייה ופוסטמן, דרך שאדסון ומקומבס ושאו וכלה בפטרסון, קפאלה וג'יימסון, אינגאר, זאלר ודונסבך – אלא היא נשענת גם על נאומים פוליטיים, על כתבות עיתונאיות, על מאמרי מערכת של עיתונאים חשובים מרחבי העולם, על אתרי אינטרנט שונים (אם כי לא הייתי מרחיק לכת עד וויקיפדיה ווואלה-פדיה) ועל עבודות סטודנטאיליות. אחד מיתרונותיו החשובים של הטקסט הוא השימוש באנקדוטות ובדוגמאות רבות, בדיוק מן הסוג החסר לי לא פעם בהוראה – החל באנדרו ג'קסון וכלה במשה קצב, בדוח וינוגרד, בג'סי ונטורה ובארנולד שוורצנגר. מעלה

* ד"ר יריב צפתי (ytsfati@com.haifa.ac.il) הוא מרצה בכיר בחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה.

משמחת במיוחד היא שהמסע שמציעה לנו גלילי-צוקר אל נבכי היחסים שבין פוליטיקה ובין תקשורת עוצר בתחנות רבות בעולם ואינו מסתפק רק בדוגמאות מן ההקשרים הישראלי והאמריקני. הקורא נחשף לנאומים ולמאמרים של טוני בלייר, למחקרים על קמפיינים פוליטיים בגרמניה ובבריטניה, לאנקדוטות הקשורות לגירושין של ניקולה סרקוזי ולמסעות הבחירות של ברלוסקוני וכן לסיפורים בדבר יחסי התקשורת הרוסית עם ולדימיר פוטין ועוד.

הספר מתאר את השינויים ביחסים שבין פוליטיקה ובין תקשורת בעשורים האחרונים ומתעכב על השינויים הכלכליים הפוקדים את שוק התקשורת בעולם בשנים האחרונות ועל השפעת שינויים אלו על סיקור התחום הפוליטי. התהליך המשמעותי ביותר הפוקד את העיתונות הכתובה הוא מכירת שליטתם בעיתונים של תאגידים משפחתיים לחברות ציבוריות הנסחרות בבורסה והנמצאות למעשה בשליטת קרנות השקעות. שינוי זה מכתוב קיצוצים תקציביים כדי למקסם רווחים, תהליך המוביל למעשה להיעלמות עיתונות האיכות המודפסת. תהליך זה מלווה במסחור המדיה החדשותית האלקטרונית, מסחור הנובע מן הירידה בהכנסות מפרסום במדיה האלקטרונית בגלל ריבוי הערוצים, והוא מחולל לחצים לשלב תכנים בידוריים בחדשותיים כדי להרחיב למקסימום את גודל הקהל.

למסחור המדיה החדשותית מתלווה משבר מתמשך הפוקד את ארגוני השידור הציבורי ברחבי העולם, שחלקם פועלים בחשש אמתי מפני אבדן המימון הציבורי. כאשר לתהליכים אלו מתווספים שינויים מן הכיוון הפוליטי – כמו ירידה במעמד המפלגות ועלייה בחשיבות אישיותם של המועמדים (לצד מעבר של ידוענים מתחומי הבידור והספורט לפוליטיקה), התחזקות מעמדם של יועצי התקשורת ומומחי הספין, אמריקניזציה של מערכות בחירות, עליית הקמפיין השלילי והיחלשות הרגולציה הממשלתית – התוצאה היא ירידה ניכרת באיכות השיח הדמוקרטי והתמקדות תקשורתית באריזה ולא בתוכן, באסטרטגיה ולא במהות. התוצר הוא תהליך שאפשר לכנותו "פאודליזציה מחדש" של המרחב הציבורי שבמסגרתו מתרחש מעבר מדיון רציונלי ושיטתי לעירוב של אינפורמציה ובידור, מעבר הגורר עלייה בציניות של האזרחים כלפי הפוליטיקה.

ברמה הנורמטיבית מעניין לציין שלמרות שהספר מבקר באפקטיביות את ההתפתחויות הללו, הוא מסתיים בפרק העוסק בקמפיינים והסוקר למשל את התנאים שבהם קמפיינים שליליים אפקטיביים יותר מקמפיינים חיוביים (למשל, "שימוש באסטרטגיה שלילית מומלץ למועמדים שהסקרים אינם מנבאים להם הצלחה ולמועמדים שאינם מכהנים במשרה שאותה הם עלולים לסכן", עמ' 147), את האלמנטים והנושאים שמועמדים צריכים להבליט בקמפיין ואת הדרכים למיתוג אפקטיבי של מועמד. בכך הספר עשוי לתרום לחיזוק אפשרי של

סוג הקמפיין שאותו הוא מבקר בחריפות בפרקים הקודמים (זאת בהנחה שחלק מקוראיו עוסקים או יעסקו בשיווק פוליטי או בייעוץ תקשורתי).

הרכיב "כרך א" בכותר מרמז שזהו כרך ראשון בפרויקט שיהיה לו המשך. אם כך, סביר להניח שנושאים מסוימים שאינם מוצגים בכרך הנוכחי – למשל הוויכוח בדבר השפעות קמפיינים שליליים על אחוז ההשתתפות בהצבעה, הגורמים המשפיעים על עבודת העיתונאים, העמקת הדיון במושג "ערכי חדשותיות", הצגת הוויכוח בדבר adwatch ועוד – ימצאו את דרכם לכרך הבא. גם עיקר הכותר, "אזרחות אלקטרונית בעידן של דמוקרטיה On-Line", איננו מייצג היטב את הטקסט הנוכחי, ויש לקוות שהכרך הבא יכלול התייחסות מעמיקה למושג "אזרחות" בעידן האלקטרוני, מושג שנדון רק ביעף בפרק 3 של הכרך הנוכחי.

על אף רוחב היריעה, הסגנון העשיר והדוגמאות הרבות והמגוונות, לכרך הנוכחי יש גם כמה נקודות חולשה. אחת מהן היא שהספרות אינה תמיד מאורגנת באופן האפקטיבי ביותר. לדוגמה, אפשר למצוא בספר חזרות על רעיונות מסוימים הנדונים בפיוור בפרקים אחרים, כגון המסגור שנדון באופן דומה בפרקים 1, 4 ו-5. גם יש לא מעט אי-דיוקים. כך למשל אני חולק על הקביעה כי "מחקר דעת הקהל צמח מתוך לימוד השפעות המדיה" (עמ' 118), ואני סבור כי היו למושג שורשים בפסיכולוגיה ובמדעי המדינה שקדמו למחקרי ההשפעות. גם אם אפשר לראות במסגור "טעות מדידה" או "הסטה על בסיס סוציולוגי", על הקביעה ש"מסגור הוא לא הסטה על בסיס אידאולוגי" יהיו עוררין רבים, כולל רוברט אנטמן, שחלק מעבודותיו נסקר בטקסט. התאוריה של "מעגל הקסמים" של פיפה נוריס נסקרת במילים "האזרחים יודעים יותר מידי בנוגע לפוליטיקה, ויחד עם זאת, האזרחים אינם יודעים די", וגלילי-צוקר טוענת כי "לדעת נוריס, הייצוג הציני והשלילי של המערכת הפוליטית מפחית את ההשתתפות הפוליטית" (עמ' 67). אינני שותף לפרשנות זו לספרה של נוריס, שלמיטב הבנתי טוענת שההיצע המוגבר של ערוצי מידע ובידור יוצר מצב שבו המעורבים בפוליטיקה הופכים למעורבים יותר מבעבר, ואלו שאינם מעורבים הופכים למעורבים פחות מבעבר. נוריס גם מודאגת פחות מאחרים ממשבר ההשתתפות הפוליטית בדמוקרטיה המערביות. היא אף טוענת שברבות מן הדמוקרטיה המערביות אין כלל מגמה ברורה של ירידה בהשתתפות, לפי מיטב הבנתי את הטקסט שלה.

לטקסט של גלילי-צוקר נטייה להתייחס למחקר התקשורת כאל תת-ענף של מדעי המדינה (למשל, "ספר זה [...] עוסק לטעמי באחד התחומים המרתקים במדע המדינה והוא ניתוח תופעת הסימביוזה המוחלטת בין שתי זירות העוברות בעשורים האחרונים שינויים דרמטיים – הזירה הפוליטית והזירה התקשורתית", עמ' 9, וראו התייחסות דומה בעמ' 56). אינני שותף לתפיסה זו של הדיסציפלינה התקשורתית, שצמחה גם מלימודי הרטוריקה, העיתונאות והסוציולוגיה והושפעה

רבות מן הפסיכולוגיה החברתית של שנות החמישים של המאה העשרים. גלילי-צוקר גם ממעטת מאוד להתייחס לנושאים מתודולוגיים העולים מתוך העבודות שהיא מצטטת. כך למשל היא אינה מטיילה ספק בכיוון הסיבתי של העבודות שמצאו קשר בין חשיפה ובין תקשורת או קמפיין והשתתפות פוליטית נמוכה. עובדה זו מצערת, בהתחשב בכך שחלק מקהל היעד של הספר הוא תלמידים לתואר הראשון, ושמטרתה של ההכשרה האקדמית היא להקנות בצד גוף הידע גם חשיבה ביקורתית וכלים לרכישת ידע עתידי.

נושא אחרון, שלמען האמת גם אני מתקשה בו מאוד בכתיבתי בעברית, קשור לתרגום לעברית של מונחים מספרות המחקר (למשל המונחים "מדיות", "נגטיב קמפיין", "ספין דוקטורס", "סאונד-בייטס" ו"אינפוטיינמנט", החוזרים שוב ושוב בספר). למרות הכתיבה הרהוטה, הברורה והקולחת אפשר למצוא בספר טעויות גהה (בעיקר ברשימות המקורות שבסוף הפרקים) וטעויות ניסוח (למשל בעמ' 96 למעלה). לא מצאתי בספר התייחסות לזהותם של העורך המדעי או של עורך הלשון של הספר, אך רבות מבעיות אלו הן בתחום סמכותו של העורך לסוגיו ושל תהליך השיפוט המדעי.

חרף כל אלה אין ספק שהופעתו של ספרה של גלילי-צוקר הוא בשורה טובה לתלמידי התקשורת הפוליטית בישראל ולמוריה. רוחב היריעה, העושר של הדוגמאות והקשרים, הסקירה המקיפה והטיעונים לגופו של עניין, כל אלה מבטיחים שהספר יהיה לעזר לקוראיו. למדתי רבות מקריאת הספר, ואני משוכנע שהוא יעשיר את הוראת התקשורת הפוליטית בישראל. יתר על כן: התרומה הפוטנציאלית של הספר גדולה אף יותר, כי כמעט אי-אפשר למצוא ספרות מחקרית בעברית על אודות משבר ההשתתפות ועל אודות הירידה באיכות השיח הדמוקרטי במרחב הציבורי. תקוותי היא שאת ספרה של גלילי-צוקר יקראו גם עיתונאים, יועצי תקשורת ופוליטיקאים. אולי לחשיפה לסקירתה הקולחת של גלילי-צוקר בדבר משבר השיח הדמוקרטי תהיה השפעה ברוכה גם על אלו היכולים להשפיע על איכות השיח הלכה למעשה.