

בעוד שבמהדורות החדשות הצגה סטראוטיפית ושטחית של קבוצות המיעוט נתפסת כלא לגיטימית כלל.

מהדיון בקבוצות עולה, כי התחושה המרכזית המלווה את הצופים, המצביעים על קיפוח וחוסר איזון היא **אכזבה, ולא כעס**. ניכר, כי קיימת השלמה בקרב משתתפי המחקר כי קיימים "חוקי משחק" לכללים חברתיים שאינם משרתים בצורה שווה את כל החלקים באוכלוסייה. רבים ממשתתפי המחקר מקרב המיעוטים מציינים, כי אינם יכולים לשנות מצב זה בשל היות ערוצים אלה בבעלות פרטית.

נראה, כי במרבית המקרים מידת הביקורת כלפי נושא הייצוגיות נמוכה, וניכר, כי הנושא אינו מעורר עוצמות רגשיות בקרב משתתפי המחקר. ייתכן שהדבר נובע מהתחושה כי הטלוויזיה מנסה לשקף את המציאות אך משנית לה.

ניכר, כי האכזבה מחוסר האיזון שבשידורי הטלוויזיה נובעת מעצם תפיסתה ככלי בידי בעלי ההון כדי לקבע את המציאות. נראה כי האכזבה נובעת מהתחושה שהטלוויזיה מכפיפה את העוני והמצב החברתי לצרכיה, ולא מכפיפה את עצמה לתיקון המצב החברתי כלכלי. במובן זה ניתן לומר שבקרב רבים מהמיעוטים קיימת תחושה שה"טלוויזיה" בוגדת בהם ולעתים אף מנצלת אותם.

נראה כי במקרים רבים, הטלוויזיה המסחרית מציגה מיעוטים בחברה רק בשל היותם חלק מקבוצת שיוך, ללא התייחסות פרסונלית אמיתית. תחושה זו בולטת בעיקר בקשר להתייחסות ל: ערבים, מתנחלים, חרדיים, אמהות חד הוריות, נכים ותושבי פריפריה. קיימת תחושה שההתייחסות אליהם תעשה סביב שיוכם הקבוצתי. ניכר כי רבים ממשתתפי המחקר חשים שלמעט מקרים אלה, שבהם הפרט ימלא תפקיד מתוקף שיוכו הקבוצתי, ייטה השידור המסחרי להתעלם מקיומם.

מהדיון בקבוצות עולה, כי במקרים רבים, השידור בהתייחסות לקבוצות אלה (ערבים, מתנחלים, חרדיים, אמהות חד הוריות, נכים ותושבי פריפריה) ידגיש בעיקר אלמנטים קיצוניים, המדגישים את שונותם ביחס לקבוצת "הרוב" תוך הצגת נקודת מבט שלילית בצורה ברורה או מרומזת, המעמידה בספק את לגיטימיות טענותיהם ומצוקתם.

ניתן לומר שבמרבית הקבוצות, יש הסכמה כי קיימת היררכיה באופן שבו הטלוויזיה משקפת את נציגי הקבוצות השונות בחברה הישראלית.

ניתן לחלק את היררכיית הייצוג עפ"י המעמדות האלה :

הקבוצה המועדפת מורכבת מפרטים בעלי שילוב מאפיינים: נטייה לגברים, אשכנזים, צעירים, תושבי המרכז, יפי מראה, "מקורבים לצלחת", משכילים, ותיקים, בעלי דעות שמאלניות.

הקבוצה המקופחת מורכבת מפרטים הכוללים שילוב מאפיינים : דתיים, ערבים, תושבי פריפריה, מזרחיים, עולים חדשים, משפחות חד הוריות, בעלי דעות ימניות, נכים.

נראה, כי ככל שהפרט או הנושא המוצג בשידור הוא בעל יותר מרכיבים תוך קבוצתיים כך זהותו המיוצגת תהיה בולטת יותר. כך למשל, ערבי דתי, מזרחי מהפריפריה או עולה חדשה חד הורית ייתפסו כמוצגים באור שלילי. עם זאת, מהקבוצות עולה, כי איכות הייצוג כיום שונה מהעבר (לפני עשור למשל), ובמקרים רבים השידור היום נוטה להיות מאוזן יותר.

5. סיכום

במחקר זה בדקנו את אופני הייצוג של קבוצות חברתיות שונות בזמן צפיית שיא בשידורי הטלוויזיה המסחרית. כל הסוגות המרכזיות נותחו בשילוב שלושה ממדים של אופני הייצוג: היקף ההופעה, הקשר הייצוג ואיכותו (בולטות, הקשר וביוגרפיה, דפוסי הופעה והתנהגות) ויחסי הכוח בין הקבוצות, כפי שהם מוצגים על המרקע. עריכת המחקר היא צעד ראשוני וחלוצי ממספר היבטים. ראשית, זוהי הפעם הראשונה שבה לוקח הרגולטור על עצמו לבדוק באופן שיטתי ובאמות מידה אקדמיות את נושא ייצוג המיעוטים בטלוויזיה המסחרית. ללא ספק, יש בכך אמירה בעניין החשיבות שאנו רואים בקידום הגיוון התרבותי בשידור. נוסף לכך, מחקרים קודמים אשר בדקו ייצוג של קבוצות מיעוט בישראל התמקדו בדרך כלל בבדיקת הצגתה של קבוצת מיעוט זו או אחרת. מחקרנו מהווה חידוש בכך שהוא בודק במקביל ייצוג של קבוצות מיעוט רבות, מיעוטים אתניים וסוציולוגיים. הרציונל בהתייחסות כוללת לנושא הוא ההבנה, כי יחסי רוב-מיעוט הם העומדים בבסיס הייצוג הלקוי של חברי קבוצות מיעוט. ההבחנה בין "אנחנו" ו"הם", ויהיו "הם" אשר יהיו, היא שמכתיבה את אופן ההתייחסות לאחר. בכך מקבלים ממצאי המחקר משמעות רחבה יותר, אשר ניתן להשליכה גם על חברות אחרות, ובוודאי על כלי תקשורת אחרים. זאת ועוד, היקף הניתוח והמבט הרחב על שידורי הטלוויזיה המסחרית, בזמן צפיית השיא, על הסוגות השונות המופיעות בהם, ייחודיים אף הם. מרבית המחקרים מתמקדים בסוגה אחת ובפרק זמן מצומצם יותר, ואילו במחקר הנוכחי שילוב שיטות המחקר, ניתוח התוכן הכמותי והאיכותני וקבוצות המיקוד, מאפשרים לנו לקבל תמונה שלמה ומקיפה.

חשיבות ההצגה של מגוון של פנים, צבעים ולאומים היא בהעברת התחושה שהחברה מורכבת ממגוון של אנשים שווים ואינה שמורה לקבוצה מסוימת. פירושו של המושג "גיוון תרבותי" בזירה התקשורתית הוא הצגה של הקבוצות הרבות המצויות בחברה נתונה בסוגות הטלוויזיוניות בצורה טבעית ובהקשרים שונים, בדומה להצגת קבוצות הרוב, ללא האזיקים הסטראוטיפיים הבנויים מדימויים של סוטים, עניים ומובטלים, חסרי השכלה, או פרובוקטורים. קבוצות מחפשות לגיטימציה למעמדן, לתרבותן, לשפתן, למאפיינים הפיזיים של חבריהן. הופעה מגוונת ומכובדת של הללו בכלי התקשורת השונים מעניקה לחבריהן לגיטימציה. אם התרבות, המסורת וההיסטוריה של קבוצה לא מופיעות על המרקע הן אינן נתפסות כחלק מהכלל ומהשיח הציבורי; אם אינן על המרקע הן תמיד תהיינה זרות לחברי הקבוצות האחרות.

מניתוח מהדורות החדשות, תכניות התחקירים והאקטואליה, תכניות האירוח והסאטירה, השעשועונים והדרמות עולה, כי על המרקע קיימת קבוצה דומיננטית שמורכבת מגברים, יהודים, חילוניים, אשכנזים וותיקים. במקביל לדומיננטיות זו קיימת הכחדה סמלית והדרה ברורה של קבוצות אחרות: ערבים, חרדיים ועולים. נוסף לכך, קיימות קבוצות שניתן לאתר אותן על המרקע, אך הן עדיין סובלות מתת ייצוג והן: דתיים לאומיים, נשים ומזרחיים.

מניתוח מהדורות החדשות ותכניות האקטואליה והתחקירים עולה כי "קבוצות הנגד", אלה השונות מהפרופיל השולט באולפן ובכתבות השטח, אינן זוכות לייצוג הולם ושיעור הופעתן קטן משיעורן באוכלוסייה, חלק מהן אף מוכחד סמלית ולא ניתן למצוא אותן על המרקע כלל. עוד

עלה מהניתוח כי חברי קבוצות הרוב, הזוכים להופיע יותר במהדורות החדשות ובתכניות אקטואליה ותחקיר, מופיעים בהקשר חיובי הרבה יותר מזה שזוכים לו חברי קבוצות המיעוט. אלה האחרונים זוכים בעיקר להופיע במהדורות החדשות בהקשרים שליליים ובאירועי אי סדר, ולהתעלמות מאירועי סדר חיוביים כאשר הם מתרחשים אצלם. זאת ועוד, נראה כי קבוצות אלה מעניינות את עורכי המהדורות רק בנושאים הקשורים או הרלוונטיים לקבוצה הדומיננטית: הסכסוך הישראלי-פלסטיני, פוליטיקה פנימית ועוד. מחד גיסא הדומיננטיות של אותן קבוצות - יהודים, גברים, חילוניים, אשכנזים וותיקים - מאפשרת את תפיסת כוחן כמצב טבעי. מאידך גיסא היא מקבעת את הדימוי החד ממדי של קבוצות המיעוט בשיח הציבורי.

מצאנו, כי רוב הדמויות הזוכות להופעה במהדורות החדשות מתנהגות על פי כללי התנהגות נורמטיביים; הן רציונליות, לא אלימות, בעלות דעות מתונות, התנהגות מתונה ושקולה. הניתוח הראה, כי דמות בעלת דפוסי התנהגות שלילית שייכת, בדרך כלל, לקבוצות המיעוט. כלומר, המשתתפים מוצגים בעזרת התנהגות נורמטיבית, אולם כאשר זו סוטה מהנורמה נמצא ייצוג בולט יותר לקבוצות ה"אחרות". הסוטים מהנורמה הם בדרך כלל חברי קבוצות המיעוט. דווקא הסטייה מהנורמה מאפשרת להם להופיע בחדשות.

בחלק מהסוגות - תכניות אירוח, שעשועונים ודרמות - מצאנו את אותה קבוצה דומיננטית שלצדה מזרחיים ונשים (נוכחותם מצומצמת ביחס לחלקם באוכלוסייה), והכחדה סמלית גורפת של ערבים, דתיים לאומים, חרדיים ועולים. ככלל, ניתן לומר כי הפרופיל של האורחים בתכניות האירוח דומה לאלו המופיעים בחדשות ובאקטואליה. נראותם של מזרחיים ונשים בתכניות האירוח שונה מזו של הקבוצה הדומיננטית והם מהווים במובנים רבים ה"אחר", המסומן, הניגוד הבינארי במערך יחסי הכוח. הקבוצה הדומיננטית נוטה לעסוק בנושאים המרכזיים המעסיקים את המרחב הציבורי (פוליטיקה, כלכלה, ביטחון). היא בעלת הממון, גרה בעיקר במרכז הארץ, רציונלית, שקולה ובעלת עמדה שמרנית. הקבוצה ה"אחרת" (בעיקר הנשים) נוטה לעסוק בנושאים מגוונים של המרחב הפרטי (בישול, עיצוב ותפיסות רוחניות), נוטה להיות יותר ענייה, גרה בפריפריה, רגשנית, יותר פרובוקטיבית ונוטה להתנהגות אלימה.

בעוד שכל קבוצות המיעוט סובלות מייצוג טלוויזיוני בעייתי, ולכן נפגמת הלגיטימציה שלהן, אצל האזרחים הערבים הבעיה חמורה במיוחד. בעיית ייצוג הקבוצה כפולה: ראשית, האזרחים הערבים אינם מופיעים על המרקע, למעט הסוגות החדשותיות למיניהן. זאת ועוד, כאשר קבוצה זו זוכה לשניות מרקע הן מוקדשות (כמעט לגמרי) להצגתה בצורה שלילית, לצד התעלמות מוחלטת מהבעיות הכלכליות ומאיכות החיים של חבריה, כפי שמתחייב מהיותם אזרחים. כלומר, הקבוצה ממוסגרת באירועי אי-סדר, וללא התייחסות למצוקות הרבות של האוכלוסייה, המחסור במשאבים והאבטלה.

שנית, לנוכח הקונפליקט הפלסטיני-ישראלי בפרט והערבי-יהודי בכלל, מופיעות על המרקע דמויות פלסטיניות מהשטחים ומהרשות הפלסטינית ודמויות של ערבים ממדינות אחרות. מספרן של הדמויות הללו גבוה כמעט פי שלושה ממספרם של אזרחי המדינה הערבים המופיעים על המרקע. חלק נרחב מהדמויות הפלסטיניות המוצגות (מהשטחים) מעורבות בפעילות עוינת לחברה

הישראלית או מביעות התנגדות לה. הכמות המועטה של האזרחים הערביים "נבלעת" על ידי הכמות ואיכות הייצוג של הפלסטינים מהשטחים, לצד הנטייה של התקשורת להכללה של שתי הקבוצות. מצב זה משמש מקור לדה-לגיטימציה של הקבוצה בעיני היהודים ולכעס וניכור של הערבים אזרחי המדינה כלפי החברה הישראלית יהודית. ראוי לציין, כי חיזוק לממצאים אלו קיבלנו בכל קבוצות המיקוד. המשתתפים בקבוצות המיקוד הלינו על ייצוג הערבים בטלוויזיה וטענו כי יש לשנותו.

מקבלי ההחלטות בארגוני התקשורת המסחריים מעלים לעיתים תכניות כמו "כוכב נולד" ו"האקדמיה לצחוק" כהוכחה לגיוון תרבותי בשידורים המסחריים; אולם כדאי להדגיש, כי כאשר מדברים על גיוון תרבותי אמיתי בשידורים אין הכוונה לייצוג בתכנית אחת או לזוה שמראה דמויות מהפריפריה בתכניות בידור. הכוונה היא לשינוי אמיתי ביחסי הכוח בין רוב למיעוט - הפיכת המיעוטים לבעלי משמעות בתכנים ובחלקם ביצירה ובניהול התקשורת. גיוון תרבותי אמיתי דורש רוויזיה מוחלטת בהיקף ההופעה של מיעוטים בכל הסוגות, בנושאים המקושרים לחברי המיעוט, בדימוי עשיר, בנגישות למנהיגי הקבוצות והשמעת קולם, בשבירת הסטראוטיפים של מזרחי-ערס, ערבי-מפחיד או מתנחל-אלים ופנטי, בהקצאת משאבים רצינית בעת סיקור קבוצות השוליים, בנוכחות בתפקידי הפקה, הגשה, הנחיה ועוד.