

היכן חבוייה ההשפעה האמיתית?

תקשורת ותקשורת אלטרנטיבית בבחירות בישראל 1996

תמר ליבס, יורם פרי, צפירה גרבולסקי

בבחירות '96 נדמה היה שהטלוויזיה תמלא תפקיד מרכזי, יותר מאי פעם בעבר. פוליטיקאים, עתונאים, ואף הציבור בכללו, העריכו כי השינוי בשיטת המימשל וקיום בחירות ישירות לראשות הממשלה יהפכו את הטלוויזיה לזירת המשחק החשובה ביותר של מערכת הבחירות (פרי, 1995, אותות 1996). יתר על כן, רווחה גם ההערכה, כי מכיוון שלתקשורת יש הטיה שמאלנית היא תסייע יותר לשמעון פרס, למפלגת העבודה ולשמאל. זה לא קרה. שמעון פרס לא נבחר, ומפלגת העבודה איבדה את השלטון. אבל האם ההערכות בדבר מרכזיות התקשורת היו מוטעות? האם בבחירות אישיות לראשות הממשלה, בעידן רב ערוצי, לא נעשית הטלוויזיה זירת ההתמודדות העיקרית? האין לה משקל מכריע על תוצאות הבחירות?

אנו מבקשים לטעון כאן שלוש טענות. ראשית, שלשידורי תעמולת הבחירות בטלוויזיה היתה השפעה פחותה מזו שיוחסה להם. שנית, שההשפעה שהיתה לטלוויזיה לא נמצאה במקום שהניחו שהיא קיימת, קרי במסע התעמולה, אלא במקום אחר לגמרי — במודוס אופרנדי של מחלקת החדשות, במיוחד באופן הסיקור שלה את אירועי הטיור שהתרחשו סמוך לבחירות. ושלישית — נצביע על מגמה, לפיה הדיון הציבורי עובר מן המרחב הציבורי של התקשורת הלאומית אל "מרחבונים" (sphericules) רב תרבותיים (Gitlin, 1966), שבהם מדברות קבוצות תרבותיות עם עצמן. מרחבים מפוצלים אלה עשויים להוות אתר אלטרנטיבי ל"שיח ושיג" האלקטרוני ("crosstalk" (Just et al., 1966) המתנהל במרחב הציבורי הלאומי, וליצור בעיה לתיאוריה החברתית הרואה במרחב זה תנאי חיוני לקיום חברה דמוקרטית. השיח הפנים קהילתי עצמו התנהל בערוצים מגוונים, חלקם שייכים למה שנקרא "תקשורת קטנה" (Shinar, 1987, Teheranian, 1979), אחרים הם בעלי אופי טכנולוגי מתקדם ביותר, והאפקטיביים מכולם הם אלה המהווים צירוף יצירתי של השניים.

כך היינו עדים לפיצול וריבוי של ערוצי עתונות, רדיו וטלוויזיה, לקלטות וקסטות, להטפות בבתי כנסת ובמסגדים בשלוש שפות, כשכולם מתחרים על מקום המפגש הציבורי של החברה הישראלית. ערוצים אלה פועלים במסגרת מובלעות אתניות ותרבותיות (סיוון,

א. מדוע השפעת מסע הבחירות היתה שולית?

א: מדוע הטלוויזיה נראתה חשובה יותר מבעבר? הנהגת בחירה ישירה לראשות הממשלה העצימה את התופעה שזכתה כבר בעבר לכינוי "האמריקניזציה של המערכת הפוליטית הישראלית", שביטוייה המובהק הוא ביישום המודל של "מערכת בחירות שהמדיה במרכזה" (Swanson and Mancini, 1966; Griffin and Negrine and Papathanassopoulos, 1996). פיצול הקול לשניים, והצבת המועמד לראשות הממשלה במוקד תשומת הלב הציבורית, שינו את אופי הבחירות. המשקל הוסט מן המפלגה, האידיאולוגיה והמצע אל אישיותו של המנהיג. החדרתו של מרכיב רובני לשיטת הבחירות היחסית גורמת לפרסונליזציה של הבחירות. בתהליך זה, שבו הבחירות הופכות ל"מירוץ", עולה חשיבות הטלוויזיה על חשבון העתונות הכתובה, שהיתה בעבר הזירה העיקרית של הדיון הציבורי, וזו מבליטה יותר את המימד הוויזואלי, האמוציונלי והפרסונלי על חשבון המימדים האחרים (Meyrowitz, 1985; Jamieson, 1996).

אכן, בבחירות 1996 היתה התקשורת עסוקה יותר מבעבר בקמפיין עצמו, והתמקדה במערכת הבחירות הרבה פחות מאשר בדיון הפוליטי (Patterson, 1993). עתונאים בעתונים, ברדיו ובטלוויזיה עקבו אחר מהלכי המערכה, הירכו בפרטים על האסטרטגיה והטקטיקה, תיארו אותה יותר מאי פעם במושגי מירון סוסים,

מועמדים ענה על הצורך של שני הערוצים לייצר דרמה עוצרת נשימה. התחרות ביניהם הביאה לפיתוח סגנון דרמטי חדש של מישדרי חדשות ולהיווצרות סוג מישדרים חדש, "פוליבדור", כמו "משחק השבוע" (שכת בבוקר, הערוץ הראשון), שהוקלט במכון ספורט, כשהמתתפים – פוליטיקאים, פירסומאים, עתונאים ופרשנים, יושבים ליד מיתקני כושר או אפילו עליהם.

מדוע היתה זו טעות לייחס לטלוויזיה משקל כה רב?

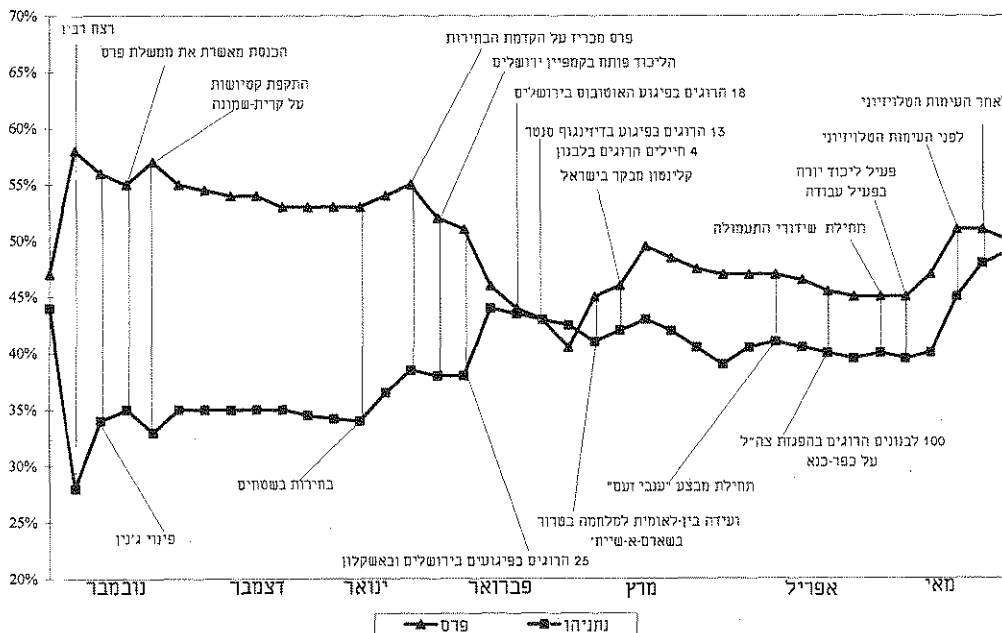
האמונה שהמערכה הטלוויזיונית תהיה מכרעת יותר מאי פעם בעבר התבררה כלא נכונה. בראש וראשונה מכיוון שתשדירי התעמולה לא היו מסוגלים להתחרות עם מהדורות חדשות דרמטיות ביותר, ובוודאי לא עם אלה שהציגו פיגועי טירור בליבה של תל אביב. השינויים המשמעותיים בכוונות ההצבעה של הציבור בישראל בבחירות לכנסת ה-14 התרחשו לאחר סידרת פיגועי המתאבדים של החמאס בירושלים ותל-אביב (פברואר-מרס '96), ובמידה מעטה יותר התקפות חיזבאללה בצפון הארץ שהביאו למבצע "ענבי זעם" (11-26 באפריל 1996), כפי שמראה טבלה מס' 1. בהמשך נטען, כי לא ניתן להפריד בין האירועים עצמם לבין אופי הייצוג הטלוויזיוני שלהם. השפעת הטלוויזיה על דעת הקהל – למעט השפעת העימות בין פרס ונתניהו – לא היתה במסע הבחירות הטלוויזיוני, אלא באופן הכיסוי של פיגועי ההתאבדות. אחת הסיבות היא העובדה ששיעור הצפייה בו היה נמוך למדי, נמוך יותר מאי פעם בעבר (אריאן ושמיר, 1996).

תחרות כדורגל או כדורסל, איגרוף, היאבקות חופשית ומטפורות אחרות מעולם הספורט.

גם הפוליטיקאים עצמם העריכו, שלתשדירי התעמולה בטלוויזיה תהיה השפעה רבה על דעת הקהל, ובעיקר על הבוחרים שטרם גיבשו דעתם עם תחילת המערכה (Schudson, 1995). עצם בחירתו של מועמד הליכוד נתניהו ביטאה את האמונה, שרק פוליטיקאי המשתבח ביכולת התיקשור הטלוויזיונית יוכל לנצח בבחירות הבאות. אלמלא אמונה זו ביכולת הטלוויזיה להגיע ללבבות הבוחרים, לא היו מנהיגי הליכוד טורחים לתקוף באופן כה נמרץ את התקשורת על ה"הטיה השמאלנית" שלה, ויחד עם זה עושים כל מאמץ להופיע במישדריה, כשם שעשו פוליטיקאים מהמפלגות האחרות, על אף שעצם ההופעה היתה כרוכה לעיתים בעמידה מול מראיינים ביקורתיים, בשאלות מביכות, או בהשתטות של ממש (פרי, 1995). לאמונה ש"לראות פירושו להאמין" היה לכאורה על מה לסמוך. ואכן, עם תחילת מערכת הבחירות הראה סקר של מכון המחקר של "דחף" שרק תשעה אחוזים מאמינים לעתוננים, ואילו 55 אחוזים נותנים אמון בטלוויזיה.

גם לטלוויזיה עצמה היה עניין בטיפוח האמונה שהיא משמשת זירת ההתמודדות העיקרית בבחירות. בחירות '96 היו הראשונות שבהן התקיימה תחרות בין שני ערוצים. המאבק על ה"רייטינג" התעצם כל כך עד שבתיאור של אחד העתוננים הוא הפך להיות כמעט שווה משקל לבחירות עצמן: "מדברים על ערב הבחירות כעל משחק הגמר בין 'מבט' ל'חדשות ערוץ 2'" (עתון ירושלים, 1 במרס 1996). המיסגור של מערכת הבחירות כמירוץ בין שני

טבלה מס' 1
מערכת הבחירות 1996: התמיכה בפרס ונתניהו





צילום: ישראל הדרי

עימות פרס־נתיחה, 27 במאי 1996

השלילי (negative campaign) שניהל הליכוד, על אף העובדה (או אולי בשל העדר ידע מקצועי) שקמפיין נגטיבי יעיל יותר מקמפיין פוזיטיבי (Jamieson, 1992: 41). לקמפיין הרדום תרמה גם החלטה הקשורה לעניין זה, שלא להשתמש ברצח רבין כמוטיב בהסברת "העבודה" למרות שהרצח יוחס במידה רבה להסתה הפוליטית הנמשכת מצד הימין (Wolfsfeld, in press). בקבוצות המיקוד – טכניקה שכל המפלגות הירבו להשתמש בה ב־96' – התברר שקיים ציבור גדול של תומכי ליכוד שהביע נכונות להצביע כעד פרס בעקבות הרצח, אולם שימוש ברצח במסע הבחירות עלול להיתפש על ידו כהאשמה ישירה וכהתגרות, ועלול לדחוף אותו לחזור הביתה ולהצביע בעד נתיחה.³

גורם נוסף שהיקחה את האינטנסיביות של הקמפיין היתה ההחלטה שנתקבלה בשתי המפלגות הגדולות, לצמצם ככל הניתן את ההבדלים ביניהן כדי לשכנע את הבוחרים הנמצאים במרכז המפה הפוליטית. לפיכך הליכוד החל להבליט את המושג "שלום" בהסברתו ונתיחה שינה את סגנון הופעתו.⁴ ההחלטות על מיצוב מרכזי ועל טשטוש ההבדלים האידיאולוגיים בשתי המפלגות (בתחום הכלכלי ממילא לא היה הבדל עקרוני ביניהן) הביאו לשימוש ברטוריקה דומה בשתי המפלגות ולכך שחלק מסיסמאות

הירידה בחשיבות תעמולת הבחירות בטלוויזיה היתה גם תוצאה של התפישה האסטרטגית של מעצבי קמפיין הבחירות במפלגת העבודה. אלה העריכו, כי ההימצאות בשלטון (incumbency) מאפשרת התעלמות מן היריב וניצול היתרון שיש לקמפיין־של־חדשות (news campaign). במסגרת זו נכללו ביקוריו של ראש הממשלה פרס בחו"ל, הכינוס הבין לאומי נגד הטרור שנערך בשארם א שייח' וביקורו של הנשיא קלינטון בישראל. לליכוד ולמפלגות האופוזיציה לא נותר אלא לטעון, במידה לא קטנה של צדק, כי חלק גדול מפעולות אלה של פרס והממשלה, ואפילו של קלינטון, נועדו לשמש לצרכי תעמולת הבחירות.²

עקרון אחר בתפישה האסטרטגית של קמפיין "העבודה", היה מדיניות ה"נמנמת", "טקטיקת השקט" (נויבך, 1996: 271), או ברוח מטפורות הספורט ששררו במערכת הבחירות של 96' – "עקרון הבונקר", קרי, משחק של הגנה בלבד, ללא מיתקפה על היריב. ובמושגי בחירות, צימצום הקמפיין ככל שרק ניתן, הן מבחינת מישכו הן מבחינת האינטנסיביות שלו, כדי להקטין את סיכויי הטוען לכתר (challenger) לחשיפה תקשורתית ולמעמד שווה משקל לאלה של המכהן בתפקיד. כה דומיננטי היה עקרון זה, עד כי הביא את מטה "העבודה" שלא להגיב אפילו על הקמפיין

דבר הפוך: חלה ירידה בשיעור הצופים בתשדירי הבחירות לעומת מערכת הבחירות ב-1992. רק 21 לעומת 25 אחוזים בשנת '92 ראו את כל התשדירים או כמעט את כולם. 46 אחוזים, לעומת 40 אחוזים ב-'92 כלל לא צפו בתשדירים, או צפו בהם לעיתים רחוקות (Wolfsfeld, 1996).

היוצא מן הכלל בתשדירי התעמולה היה העימות בין המועמדים שנערך ב-27 במאי. השידור נבנה מלכתחילה כאירוע מדיה ונעשה לקראתו מסע הכנה אינטנסיבי. ואכן, בערב זה חלה עלייה משמעותית בצפייה. (נתוני סוקרים שונים נעים מ-40 ועד ל-80 אחוזים בקירוב). העימות העניק לנתניהו סטטוס שווה, ולכן הפך אותו לבר תחרות לראש הממשלה, דבר שמפלגת העבודה התאמצה בכל תוקף למנוע ממנו לאורך כל מערכת הבחירות. יכולתו הטלוויזיונית של נתניהו שיחקה לטובתו לעומת פרס, שנראה זקן ועייף. אבל אם בליל העימות עדיין הצליחו מסבירי "העבודה" ליצור תחושה שההתמודדות הסתיימה בתיקו, הרי שתגובות התקשורת למחרת הצביעו על עדיפות לנתניהו, וקיבעו את הלך הרוח הזה.⁵

הקמפיין הטלוויזיוני של 1996 לא שינה, בסופו של דבר, את היחס שבין שני הגושים הפוליטיים בישראל. זה 20 שנה נחלקת החברה הישראלית פחות או יותר באמצע, והמערכת הפוליטית נתונה בתיקו צמוד, עם יתרון קל לימין. בבחירות של 1977 ("המהפך") השיג גוש הימין-דתיים 51.34 אחוז ומאז לא ירד שיעור זה בשלוש מערכות הבחירות של 1982, 1986, ו-1992. למרות שבבחירות '96 זכו לייצוג בכנסת שתי מפלגות חדשות, "הדרך השלישית" ו"ישראל בעלייה", התיקו בין שני המחנות הפוליטיים העיקריים לא השתנה ביסודו לעומת הבחירות של 1992. הפרש קטן של קולות, 14,729 מצביעים בסך הכל, הציבו את בנימין נתניהו בראש קואליציה לאומית, במקום ממשלת השמאל בראשות פרס.

במהלך שנת הבחירות חל פעמיים שינוי משמעותי ודרמטי בדעת הקהל בישראל: לאחר רצח רבין ובעקבות פיגועי הטירור. כל סקרי דעת הקהל שנערכו בתקופה זו מורים על שתי נקודות אלה כעל נקודות ציון מרכזיות, אם כי הסוקרים חלוקים לגבי הנתונים המספריים המדויקים. טבלה מס' 1 ממחישה את המגמה: רצח רבין שבר את התיקו בין שני הגושים ונתן למפלגת העבודה ולשמאל יתרון משמעותי, שהגיע עד 30 אחוזים. סדרת פיגועי הטירור הפכה את היוצרות והחזירה הביתה את תומכי הימין, שהרצח הביאם לכלל החלטה מוקדמת להצביע בעד שמעון פרס. (הזרעה הבינאומית נגד הטירור שיפרה אמנם במקצת את מעמדו של פרס, לאחר שנתניהו החל להוביל במירוץ, אך מצב התיקו חזר). אבל מה היה חלקה של הטלוויזיה בתהליך זה?

הבחירות נראו זהות לחלוטין זו לזו. "העבודה" אימצה את הביטחון (המונופול של הליכוד) עם "ישראל חזקה עם פרס"; הליכוד אימץ את השלום עם "נתניהו" – עושים שלום בטוח". כך היה גם השימוש בסמלים במודעות התעמולה. הדרך שבה הציגו שתי המפלגות את מועמדיהן, למשל, היתה זהה בדיוק. שניהם הופיעו כשבצים דגל המדינה והצבעים השולטים הם כחול-לבן.

אבל גם צורת הטיפול של הטלוויזיה בבחירות המעיטה מעצם חשיבותו של הקמפיין הטלוויזיוני. עצם ההתמקדות במימד הטקטי של הבחירות, טכניקות התעמולה ושיטות הפירסום, הביאה את העתונות להתייחס אל הקמפיין כאל בידור, ולעסוק בו בדרך לגלגנית, ביקורתית ואפילו לוחמנית, ("attack journalism") בדומה לתהליך שהתרחש בארצות הברית (Sabato, 1992). "ההדרגה של המימד האסטרטגי על פני המימד התוכני במערכת בחירות טלוויזיונית", כדברי ג'מיסון, "מזמינה את הצופים והקוראים כאחד לראות עצמם לא ככותרים, אלא כצופים המבקרים את ההופעה של אלה המתבססים על מניפולציות ציניות" (Jamieson, 1992: 10). לכל אורך הקמפיין לא חסכה העתונות ביקורת על אופיו המניפולטיבי, על העדפת הטכניקה על פני המהות, על העדר מערכת בחירות "אמיתית", כפי ש"היתה פעם" (אריאן, 1996). השנה נוספו גם מדורים חדשים של מעקב אחר המודעות והמישדירים וביקורת שלהם. כך למשל זכורה המבוכה במטה הליכוד, כאשר הטלוויזיה חשפה את הדרך שבה צולם ג'ינגל הבחירות המרכזי, והתחוויר שהיונה הלבנה, המבטאת את הכמיהה לשלום, נקשרה ברגליה למוט לצורך הצילום, ומה שנראה כריתוף אצילי לא היה אלא פירפור של אסירה מעונה. כך נחשף הציבור לפער העמוק שבין התדמית הטלוויזיונית המלככת לבין המציאות המרה שמאחוריה.

גם הציבור מצידו התייחס לתשדירי הטלוויזיה בבחירות באורח ביקורתי יותר, ולא היה מעוניין בסיקור התקשורתי הרחב של מערכת הבחירות. סקר אחד מצא, כי קרוב לשני שלישי מהציבור סבורים ש"התקשורת מקדישה יותר מדי מקום וזמן למערכת הבחירות". רק פחות משליש, 32 אחוזים, סברו כי היא מקדישה את המקום הנכון, ואילו ארבעה אחוזים בלבד היו מעוניינים בכיסוי רב יותר (סקר סמית, עתון שיש, 4 באפריל 1996). מעניינת במיוחד העובדה, כי שיעור המתלוננים על טיפול תקשורתי רב מדי בבחירות גבוה יותר דווקא בקרב אלה שטרם התליטו בעד מי לבחור, הרבה יותר מאשר אצל אלה שגיבשו כבר את כוונות ההצבעה שלהם, והוא הגיע לשלושה רבעים מהם (הסקר כלל מדגם מייצג של האוכלוסייה היהודית הבוגרת).

העניין המועט יחסית בסיקור הבחירות בא לידי ביטוי בשיעור הצפייה הנמוך יחסית בתשדירים. הציפיות הגבוהות מן הטלוויזיה במערכת הבחירות של 1996, והעובדה שהפעם, בניגוד לעבר, שודרו תשדירי התעמולה בשני ערוצים בשעות שונות, אמורות היו להביא לעלייה בשיעור הצופים בתשדירים, אך למעשה קרה

בשנים האחרונות כ"מרתון אסון" (ליכס, בדפוס). זהו ז'אנר שנעשה מקובל גם בעולם כל אימת שמתחוללים אסונות המוניים (כמו רעידת האדמה בסאן פרנציסקו ב-1992, המהומות בלוס אנג'לס לאחר פרשת רודני קינג באותה שנה, או התפוצצות מטוס TWA ב-1996). שני הערוצים של הטלוויזיה הישראלית טיפלו בפיגועי הטירור באופן זהה. שניהם ביטלו את לוח המשדרים ונכנסו למתכונת של שידור חי. השידורים השיגוריים הופסקו מיום ראשון בכוכר, ה'3 במרס, לאחר פיצוץ האוטובוס בירושלים ועד לליל ה'5 במרס, 24 שעות לאחר הפיצוץ בדיזנגוף סנטר בתל אביב. הסיקור החי של האסון נמשך אפוא לאורך של לא פחות מ-60 שעות רצופות.⁶

בניגוד לצפייה בטלוויזיה בימי שגרה, במרתון אסון הצפייה נעשית העיסוק העיקרי, עד כדי כך שרבים אף אינם הולכים לעבודה כלל. זהו מצב מיוחד שיש בו מידה גבוהה של פגיעות וחולשה, מתח רב ותחושת חוסר ביטחון. הממשלה נראית כמי שאיבדה את השליטה במצב, נוהגת באופן איטי, כבד ומסורבל, ומאבדת בבת אחת את אמינותה. לעומת זאת דווקא הטלוויזיה,

ב. אפקטיביות הדיווח של "מרתון אסון"

עוצמתם הטלוויזיונית של אירועים טראגיים, כמו רצח ראש הממשלה או פיגועי הטירור, מגמדת אפילו את תשדירי הבחירות המקוריים והיצירתיים ביותר. כששאלות של חיים ומוות מעסיקות את הציבור, עוברת זירת הדיון הפוליטי מתשדירי התעמולה למהדורות החדשות. אמנם "מעולם לא היתה מערכת בחירות כמו זו הנוכחית שבה רוקדים הפוליטיקאים ובראשם נתניהו ופרס לפי חלילם של מוכרי התחתונים והבמבה" (חנה קים, "דבר המפרסם", הארץ, 22 באפריל 1996). אולם מצד שני עתונאים, מומחי פירסום ואף חלק מן הפוליטיקאים עצמם, הזכירו לציבור שוב ושוב, כי הקמפיין אינו אלא חבילת טריקים של קידום מכירות. מה שהשפיע על מצב הרוח הלאומי היה האופן שבו סיקרה התקשורת, ובעיקר הטלוויזיה, את אירועי הטירור של החמאס. אופן טיפול זה הוא שמחייב להגיע למסקנה, כי בניגוד לטענה המקובלת, בבחירות 1996 שיחקה המדיה בסופו של דבר לטובתו של גוש הימין. ארבעת פיגועי הטירור של מתאבדי החמאס בראשית חודש מרס 1996 טופלו על ידי הטלוויזיה הישראלית במתכונת שפותחה



צילום: חיים אזולאי

חיילים מצביעים במוצב צה"ל בדרום לבנון

פיגועי ההתאבדות של החמאס בפברואר-מרס והייצוג שלהם בטלוויזיה בז'אנר המרתון של האסון, השפיע על מערכת הבחירות יותר מכל. התקשורת הציבה את נושא הביטחון האישי בראש סדר היום שלה ולכן גם בראש סדר היום הציבורי וזה של הפוליטיקאים והאסטרטגים של מערכת הבחירות. בכך ניתן יתרון לליכוד ולנתניהו שעמדתם בנושא נהנתה מתמיכה רבה יותר בציבור מאשר זו של העבודה ופרס. היא אף אילצה את פרס לשנות את מדיניותו, ולעבור מנוסחת השתלבות במזרח התיכון החדש לנוסחת ההפרדה מן הפלסטינים.⁸

המגבלות של אנשי "התקשורת השמאלנית"

את ההשפעה הרבה שיש לשידורי מרתון אסון אפשר לראות גם בהקשר אחר, והוא – היתרון הטלוויזיוני שיש לאירועים על פני תהליכים ארוכים ומורכבים. הטלוויזיה מעדיפה מסר פשוט על פני מסר מורכב ומסובך. ההגדרה של חדשות כמשהו שקרה בין המישור של אמש למישור של הערב פירושה שאירוע דרמטי – גם אם יראה יום לאחר מכן כטריויאלי וחסר חשיבות – ייכלל בשידור, בעוד שלכל אחד מהצעדים הקטנים, שנעשים כחלק ממהלך ארוך ומפותל, אין כמעט סיכוי לחדור למהדורת החדשות (Edelman, 1988). זוהי סיבה אחת לעובדה שההישגים המדיניים שהשיגו רבין ופרס ביחסים עם הפלסטינים ומדינות ערב לא זכו לביטוי הולם על המסך. הזכרון של אירועי המדיה החגיגיים של טקסי השלום התעמעם עד שהחלה מערכת הבחירות (בדפוס Liebes and Katz), בעוד שהסכם אוסלו נפרט לסעיפי סעיפים מייגעים של משא ומתן דיפלומטי נפתל, עמדו אירועי הטיור, חדים, נוקבים ודרמטיים, במרכז התקופה של מערכת הבחירות.

יתרון האירועים על פני תהליכים משתלב ביתרון שיש למסרים פשוטים, קליטים ומובנים מאליהם, לעומת אידיאות מורכבות, המחייבות רמת תיחום וזמן כדי שניתן יהיה לקלוט ולהבין. עימות טלוויזיוני המקצה 90 שניות למתן תשובה לשאלה מורכבת ומסובכת הוא דוגמה לכך. מצב זה נתן יתרון לקמפיין של הליכוד ומהווה קושי היסטורי למפלגת העבודה, שהמערכת האידיאולוגית שלה מורכבת הרבה יותר (Peri, 1988). הוא בא לידי ביטוי גם במישור האישי, בהבדל הגדול בסגנון ההופעה של נתניהו לבין שפת הגוף והרטוריקה של שמעון פרס. כללי המשחק שנקבעו בעימות הטלוויזיוני בין השניים נתנו בשל כך יתרון רב לראשון. הם לא איפשרו יותר מאשר סיסמאות של סאונדבייט, וקרה כדיוק מה שמתארים אלגר ופטרסון בארה"ב (Paterson, 1980: 31; Alger, 1989: 208-230).

מרתון אסון יכול לשמש דוגמה טובה לעקרון העתונאי לפיו "אובייקטיביות" בדיווח מושגת על ידי איזון בין הצגת הממשלה כפועלת, או כאחראית על מחדלים, לבין האופוזיציה כמגיבה. הממשלה חוגגת כאשר היא יוזמת אירועים, וככל שהם יותר דרמטיים כך ייטב. יומה הגדול של האופוזיציה מגיע כאשר

המגיעה מיד למקום האירוע הראשי, מדווחת על המתרחש ממוקדי שידור רבים, ומקיימת דיון מתמשך במצב שנוצר. היא זו שנראית כאילו היא שולטת במצב וזוכה לאמינות גבוהה.

אולם במצב המיוחד הזה גם אנשי התקשורת המקצוענים נמצאים במילכוד. התחרות שבין ערוצי הטלוויזיה השונים מביאה את אנשי הטלוויזיה להבליט את היסוד הדרמטי בסיקור. שנית, דווקא הקידמה הטכנולוגית גורמת להקטנת הפיקוח העריכתי. הימצאות המצלמות במוקדי האסון ועצם השידור החי והבלתי פוסק מפחיתים את יכולת השליטה של עורכי התוכניות בחומרים המשודרים. לאחר הפיגועים שידר הערוץ הראשון משמונה נקודות שידור. שוב ושוב חזרו התמונות של הגוויות השרופות, הפצועים הנאנקים, ההלם והאימה של הניצולים. אל האולפנים הובאו קרובי הנפגעים, קורבנות פעולות טירור בעבר, מומחים יותר ומומחים פחות לביטחון וכולם האשימו את הממשלה כאחראית למחדל.

בהתרגשות שאחזה את המראיינים והמראיינים כאחד, בבועה הסגורה הזו של אירוע התקשורת המיוחד הזה, נשכח לרגע הכל. נשכח שבעבר נגרמו כבר אסונות גדולים יותר (2,700 הרוגים במלחמת יום הכיפורים, או 650 במלחמה היוזמה בלבנון) נשכחו מראות האינתיפדה ותקופות של מתת וסיכון ביטחוני גדולים לאין שיעור. אפילו הנשיא עזר וייצמן קבע ש"אלה הם הימים הקשים ביותר שידעה ישראל", משפט שבחלוף יממה או שתיים יישמע חסר פרופורציה.

במשך השעות הארוכות של המישורים האלה ישבו הישראלים מול מקלטי הטלוויזיה כששדריה המתינו מאחרי דלת משרד הביטחון בצפייה דרוכה לשמוע מה החליטה הממשלה לעשות. בשכחם לרגע, כי לבעיית הטיור אין פתרון מידי, לחצו על נציגי השלטונות לתגובה מיידית ורדיקלית, ביקשו "אקשן" וביטלו כל תגובה ממשלתית המתפרשת כדחייה של החלטה כזו. בתגובה לתשובתו של השר מיכה חריש, כי הממשלה החליטה להקים ועדה שתרכז את המאבק בטיור אמר הכתב הלחץ: מה, זה הכל?

באותה עת הועלו שוב ושוב לשידור מומחי ביטחון ותיקים, התחרים ומופיעים ברגעי משבר כאלה, ביניהם מי שנשכחו ואחרים שנעשו פוליטיקאים. כמעט שלא הוזכרו מחדלים וכשלונות מתקופתם. טון הדיון הביקורתי והתוקפני העמיד את המימשל תחת אש צולבת. הביקורת ה"אובייקטיבית" של העתונאים והמומחים חיצקה את האמינות של תעמולת הליכוד – שהאשים את הממשלה שהיא עושה שלום אך מפקירה את הביטחון. מוטיב הפחד, שהיה מרכזי בקמפיין הנגיבי של הליכוד, זכה במישנה לגיטימיות וזו ליוותה אותו במשך החודשים שנותרו עד יום הבחירות. המעניין הוא, שבתקופה כזו הוזמנו לשידור יותר אנשי אופוזיציה מאשר נציגי הממשלה. בעוד שלאורך מערכת הבחירות הופיע ראש הממשלה פעמים רבות יותר בשני ערוצי הטלוויזיה מאשר ראש האופוזיציה, בימים של פיגועי הטיור התהפכו היצירות ונתניהו קיבל יותר זמן מסך מפרס.⁹

באופן משמעותי בכוחן של מפלגות המרכז הפוליטי. אופיה של החברה הישראלית כתורה המורכבת מקהילות תרבותיות שונות מחוברות בקשרים רופפים קיבל, בגלל שיטת הבחירות החדשה, ביטוי וגיבוש פוליטי. התגברות דפוס ההצבעה הקולקטיביסטי היתה קשורה בהיחלשות הקשרים האינטגרטיביים-לאומיים של הטלוויזיה הלאומית ובהתחזקות במקביל של התקשורת האלטרנטיבית, צינורות התקשורת הקהילתיים.

כמה שאלות צריכות להיבחן לגבי תפקיד המדיה בדפוסי הבחירות של קבוצות אלה. ראשית, באיזו מידה השתתפו קהילות אלה, באמצעות המדיה הלאומית, במרחב הציבורי הכללי, וזאת בהשוואה למעורבותם במדיה הקהילתית שלהם. שנית, האם תפקידה של התקשורת בקהילות אלה, המאופיינות על ידי מערכת נורמטיבית ברורה ופיקוח חברתי נוקשה, פחות חשוב מאשר התקשורת בחברה הרחבה? התשובה לשאלה הראשונה מותנית בסוג הקהילה. כפי שנראה בפירוט, אלה מהן שמבקשות להגדיל את מספר חבריהן (בעיקר ש"ס אבל גם קבוצות דתיות אחרות) פועלות בשתי התזויות, מתזורת אחר תומכים פוטנציאליים בטלוויזיה הכללית ומחזקות את תומכיהן וחבריהן בתקשורת הקהילתית. באשר לשאלה השנייה, התקשורת הלאומית עשויה להיות בעלת תפקיד נחות בקהילות אלה, כפי שיפורט להלן. זאת, משום שבמסגרת קולקטיביסטית כזו יש מספר קטן יותר של "מהססים" הניתנים להשפעה במערכת הבחירות. לשון אחר, הזהות הקבוצתית חזקה מאוד, וכוללת סנקציות נגד חריגים, במידה כזו שהיא יכולה לדחוק לשוליים השפעות המכוונות ישירות לשינוי דעתו של הפרט.

לכן, למשל, חוסר אהדה למועמד לראשות ממשלה לא ימנע מבחור שהוא חבר בקהילה כזו להצביע בעד אותו מועמד, אם מנהיגי הקהילה יצוו עליו לעשות כן. במשדר דוקומנטרי על הבחירות, "הנבחרים", התייחס מצביע חרדי להצבעה הגורפת שלה זכה נתיניהו מחוגים חרדיים על אף התנהגות המשפחתית המפוקפקת, והסביר כי אמנם במישור האישי ביבי נתיניהו מהווה בעיה, אולם "בבחירות האלה עומדים על הפרק נושאים הרבה יותר חשובים."

נבחון המובלעות התרבותיות (סיון, 1991) בבחירות '96 מעלה את שאלת חיוניותה בבחירות של התקשורת הקטנה, הפנים-קהילתית, תקשורת שהיתה עד כה נסתרת למדי. מה שמשותף לכל המפלגות שהצליחו בבחירות הוא שהקבוצות התרבותיות שעומדות בבסיסן — הערבים, העולים מרוסיה, החרדים, והמזרחיים המסורתיים של ש"ס — אינן מעוגנות בורם המרכזי של התרבות הישראלית. בעוד שלגבי העולים ניתן לטעון, שזוהי תוצאה מהגירה, ולפיכך זמנית, הקבוצות האחרות פיתחו ניכור ואף עוינות כלפי התרבות המודרנית, החילונית והליברלית של מרכז החברה הישראלית.

כפי שהראה סיון הצורך לקיים בתוך מובלעות אלה סולידריות פנימית חזקה, הוא שמביא לידי שימוש באסטרטגיה שמבליטה את אי המוסריות של החברה התיצנית, חברה הנתפשת כאיום שנגדו

דברים יוצאים מכלל השליטה של המימשל, וככל שהאסון גדול יותר — כך גדל יתרונה. אכן, בסיקור התגובה לפיגועי הטיור, אפילו עתונאים בעלי נטייה שמאלית, כאלה שהאמינו שאי אפשר להאשים את הממשלה בפיגועי המתאבדים, לא היו פחות ביקורתיים ותוקפניים, בעת שריאינו את נציגי המימשל. כללי ההתנהגות המקצועית והאילוצים המיבניים של המדיה האלקטרונית היו חזקים יותר מן הנטיות האידיאולוגיות והפוליטיות של העתונאים.

הביקורת על ההטייה השמאלנית של העתונות בישראל מוצדקת, בדומה לטענה על הליברליות של התקשורת בארה"ב. רוב מאמרי המערכת ורובם של כותבי המאמרים תמכו בהמשך תהליך השלום ולא הסתירו שהם מעדיפים את פרס. אבל דבר זה לא מנע מן העתונאים, כמו מכלי התקשורת האלקטרוניים, לטפל בפיגועי הטיור באופן שסייע להיווצרות הפניקה הציבורית. יתר על כן, העמדות הפוליטיות המפורשות באות לידי ביטוי בעיקר בעתונאים, ושם — במאמרים ובטורי דיעות, ובמדורים שהם הרבה פחות אפקטיביים מאשר מדורי החדשות, ולהם אחוז קוראים קטן יחסית. הוא הדין לגבי מדורי דעות מקבילים בטלוויזיה, המסומנים אף הם כ"לא אובייקטיביים" ולכן מעוררים את מנגנוני ההגנה של הצופים; סלקטיביות בצפייה, בפרשנות ובזכרון. החדשות, לעומת זאת, נתפשות כ"עובדות", ומשום כך חשודות פחות בהטייה ונתפשות בדרך כלל כמהימנות.

סיכומו של דבר, קשה לקבל את הטענה כי ההטייה השמאלית של התקשורת הישראלית שיחקה בתקופת מערכת הבחירות לטובתו של פרס ומחנה השמאל. המרתן אסון גרם לתוצאה ההפוכה. את מסע ההתקפה שערכו אנשי הליכוד לאורך מערכת הבחירות על "התקשורת השמאלנית" צריך לראות במידה לא מעטה גם כמתקפה טקטית. היא נועדה לעורר רגשות אשם בקרב העתונאים, וחרדה אצל עובדי השידור הציבורי, כדי להגביל את חופש הפעולה שלהם ולהביא אותם לשפר את עמדותיהם כלפי הליכוד. אכן יש עדויות לכך שהשיטה הועילה גם באשר לתקשורת (אהוד אשרי, הארץ, 21 במאי 1996).

ג. **האתגר של "מרחבונים התרבותיים" למרחב הציבורי**
התוצאה האלקטוראלית הבולטת ביותר של הבחירות לכנסת ב-1996 היה מעבר הבוחרים מתמיכה במפלגות של המרכז הפוליטי — העבודה והליכוד — לעבר מפלגות המייצגות אינטרסים תרבותיים סקטוריאליים ופריטקולריים. שתי הגדולות ירדו יחד ל-66 מושבים, השעור הקטן ביותר מאז הוקמו המערך והליכוד ב-1965, והמנצחים בבחירות היו שלוש קבוצות תרבותיות: הגוש הדתי-חרדי (שעלה מ-18 מושבים בכנסת ה-11 ל-23 בכנסת ה-14 ו-10 מושבים מתוכם קיבלה ש"ס), מפלגת העולים (שזכתה בשבעה מושבים, למרות שהשתתפה בבחירות זו הפעם הראשונה) והגוש הערבי (שצבר תשעה מושבים לעומת חמישה בכנסת היוצאת). חוק הבחירות החדש איפשר לקואליציה של קבוצות אתניות-דתיות-תרבותיות לזנב

יש להילחם. למרות שהחברות בקהילות אלה היא וולונטרית, הן משתמשות בסנקציות פנימיות ברמות שונות. הפיקוח החברתי הוא חזק ביותר אצל הקהילות החרדיות הקיצוניות, שם אסורה לחלוטין צפייה ואפילו החזקה של מכשירי טלוויזיה, והוא פחות חזק בקהילות של תומכי ש"ס, שחבריה הם קבוצה פחות קוהזיבית.¹⁰ בין חבריה יש המאזינים לתוכניות מסוימות ברדיו הממלכתי, אבל סולדים מהאופי ה"אפי" של השידור הציבורי, עימו קשה להם להזהות, ונהנים מתחנות הרדיו העצמאיות שלהם, "קול האמת" או אחת משלוש התחנות הפיראטיות האחרות ("רדיו עשר", "קול הנשמה" ו"ערוץ אלפיים").

האליטות הישראליות התעלמו כמעט לחלוטין מחוסר האמון ומן הניכור שרוחשות הקבוצות התרבותיות השונות כלפי כלי התקשורת הלאומיים. ניכור זה אינו שונה עקרונית מן הניכור שחשו ההמונים באיראן כלפי הטלוויזיה של השאה בתקופה שקדמה למהפכת חומייני. כפי שמראה טהרניאן במחקרו הקלאסי (Teheranian, 1979) למרות הפיקוח המוחלט של המשטר הדיקטטורי על הטלוויזיה, לא היתה לטלוויזיה של השאה כמעט כל השפעה על ההמונים. בשנים שקדמו לנפילת השאה היה לאיראנים אמון רב יותר בקולו של חומייני, שהגיע אליהם בקסטות מוכרות ממקום מושבו בפרז, ולהטפות של המולות במסגדים, מאשר לשאה ולטלוויזיה הלאומית שטיפחו תרבות מודרנית, שקושרה ישירות עם האימפריה הפרסית הפרה-איסלמית.

כשם שהאיראנים התנגדו למה שפירשו כניסיון לנתק אותם מהמסורת הדתית האיסלמית שלהם, כך גם הקהילות החרדיות בישראל רואות בטלוויזיה הממלכתית סכנה לערכים ולמסורת היהודיים. פעילי ש"ס מייצרים קלטות ובהן דרשות של רבנים ומטיפים, ואלה מופצות בכמויות אדירות לציבור התומכים. כיוון שבניגוד לאיראן ישראל היא מדינה דמוקרטית לא פעלו צינורות התקשורת הקהילתיים במחתרת, אבל עצם קיומם, ויותר מזה משמעותם החברתית והתרבותית, היו כמעט בלתי ידועים לישראלים מן הזרם המרכזי.

ש"ס: אימוץ טכנולוגיות תקשורתיות בקונטקסט מסורתי

ש"ס סיפור ההצלחה של בחירות '96, היתה הדינמית ביותר בניצול אמצעי התקשורת ההמוניים. זו היתה המפלגה הדתית הראשונה ששברה את הטאבו על השימוש בטלוויזיה בבחירות. כבר ב-1984 קיבלה אישור מיוחד לכך מהמסכות הרבנית העומדת בראשה, בנימוק של הצורך להרחיב את מעגל התמיכה הציבורית. אסטרטגיה זו הועילה מאוד ולתומכי המפלגה נוספו מזרחיים שאינם בהכרח חרדים או אדוקים. מאז נעשה שימוש יעיל ומתוחכם במדיה האלקטרונית לצורך הפצת השפעה הבין אישית המסורתית, השפעה שסייעה רבות ליצירת הזהות הקהילתית.

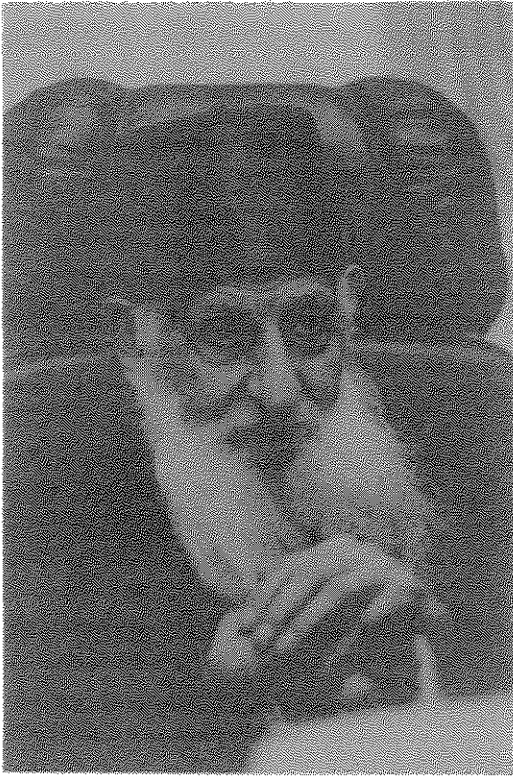
לפני הבחירות של 1996 צורפו גיינגלים של בחירות ופניות של

כוכבי תרבות שחזרו בתשובה להטפות הדתיות בקלטות שהפיצה תנועת ש"ס, כדי להגדיל את השפעתה גם בקרב קהל פוטנציאלי רחב יותר (בלונדהיים, 1993). ב-'96, כהמחשה לעקרון שהציג מקלוהן לפיו מדיום ישן משמש תוכן למדיום חדש יותר (McLuhan) (1964) נעשה שימוש רב בקלטות האלה במשרדי הרדיו הפירטיים של קהילות תומכי ש"ס. תחילה שימש "קול האמת" אמצעי להפצה של קלטות, שעסקו בהטפות ושיעורים דתיים בלבד. לאחר מכן החלו לשרר גם שידורים חיים ובהם שיעורים דתיים, משולבים בראיונות עם רבנים, פרקי תהילים ופיוטים דתיים. בהתקרב מועד הבחירות שימשו התחנות הפירטיות של ש"ס כדי להודיע על מועדי עצרות העם של המפלגה וכן לצורך שידור שלהן.

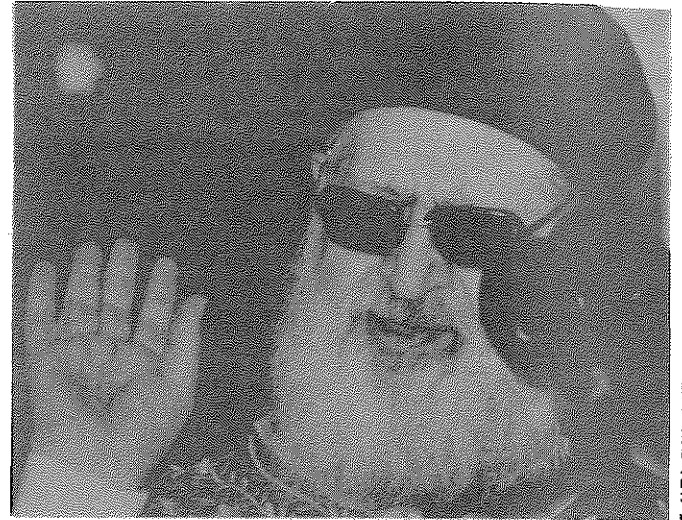
תהליך דומה לזה שעבר על הרדיו של ש"ס, התרחש גם בערוץ הטלוויזיה של התנועה. זמן מה לאחר בחירות 1992 החלה ש"ס לשרר בשידור חי את השיעור השבועי שנתן הרב עובדיה יוסף, המנהיג הרוחני של התנועה, מהשיבה שלו בירושלים. שידור זה הועבר באמצעות לוויין ונקלט בכ-20 מרכזים בכל רחבי הארץ, שם נאספו מאות חברי התנועה כדי להאזין לרבם. ב-1996 גדל מספר מקומות הכינוס האלה והגיע ל-300 בתי כנסת ומרכזים קהילתיים בכל רחבי הארץ בהם נאספו בכל שבוע כ-50,000-60,000 משתתפים. ככל שהתקרבו הבחירות שולבו יותר ויותר נושאים פוליטיים וחברתיים במסגרת לימודי הדת.¹¹

כך, בניגוד לדימוי של הטלוויזיה כמי שמשדרת ישירות לבודדים, נוצלה התקשורת ההמונית לחברי הקהילה, ביושבם יחדיו באולם ציבורי באורח המסורתי לפיו נהגו ללמוד ולהתפלל (Merton and Lazarsfeld, 1946), וכך הבטיחה חיזוק בין אישי למסר המשודר. ההקשר של הצפייה הוא ההופך את הטלוויזיה ממדיום המוני למדיום קהילתי קטן. למרות שכל אחד יכול לצפות בשידור המועבר, רק אלה השייכים לקהילה ומעוניינים לעשות את המאמץ משתתפים בחוויה הקולקטיבית. בעוד שהמדיה האלטרנטיבית במשטרים דיקטטורים, כמו ברוסיה הסובייטית או באיראן, היתה "קטנה" בגלל אופיה המתחרתי, וניתנה להעברה רק באמצעים בין אישיים (כמו קלטות ופקסים), בחברות פתוחות כמו ישראל, ניתן לעשות שימוש במדיה ההמונית עצמה לצרכים הקהילתיים. תהליך זה של אימוץ ערוצי מדיה המוניים על ידי המובלעות התרבותיות הוא חלק מההתפתחות הכללית שנצפתה בעולם, של סגמנטציה של התקשורת ההמונית למספר רב של ערוצים המשרתים קהלי צופים ספציפיים (Katz, 1996).

בנוסף לארגון קליטת התקשורת ההמונית בהקשר חברתי של הקהילה, עשתה ש"ס שימוש מושכל במערכת הבחירות גם בצורות בין אישיות מסורתיות אחרות. הבולטת ביותר היתה ערכת הבחירות של ש"ס. ערכה זו חולקה על ידי פעילים מבית לבית, ואף הוענקה למשתתפים בעצרות ההמוניות בנוכחותו של הרב כדורי, המקובל הקשיש בן ה-102. הערכה — קמיע, תמונת הרב, נר נשמה ומסכת ברכות שלו — הבטיחה למקבליה שהתחייבו בחתימת ידם להצביע



צילום: מלש 90



צילום: נאור רות

שניים מגורמי ההצלחה של ש"ס בבחירות: הרב עובדיה יוסף (למעלה) והמקובל הרב כדורי (משמאל)

לידי ביטוי בשלושה צינורות תקשורת עיקריים: עתונים יומיים, עלונים המחולקים בבתי הכנסת ופשוטילים — עתוני הקיר. האחרונים היו הבולטים ביותר גם לעין זר. לאורך כל מערכת הבחירות היו איזורי המגורים של קהילות אלה מכוסים מודעות ופשוטילים, שהודבקו מדי לילה וכללו תגובות על אירועים, הצהרות והתבטאויות פוליטיות של המנהיגות. אמצעי נפוץ אחר היה דיורר ישיר — דפי מידע שהוכנסו בוקר בוקר מתחת לדלתות הכניסה בבתי המגורים של חברי הקהילה.

התפוצה הרבה ביותר בקהילה החרדית (ובקהילות הדתיות האחרות) היתה לעלונים שהגיעו ל-3,800 בתי כנסת ברחבי הארץ ולמאות אלפי אנשים. (נדב כהן, "משיח לא בא — העלונים הגיעו", דבר ראשון, 24 במרס 1996). רובם הגדול מופיע במתכונת שבועית, והם נועדו לעסוק בסוגיות דתיות — בראש וראשונה בפרשת השבוע — אך בשל המעורבות של הדת בפוליטיקה הישראלית מטפלים גם בנושאים אחרים, ציבוריים ופוליטיים. (רפל, 1991). התרחבות הפעילות הפוליטית בשנות ה-80 בציבוריות הדתית — הופעת ש"ס, הפילוג ב"אגודת ישראל", כניסת חב"ד לפוליטיקה ותזוזת המפד"ל ימינה — הביאה עימה אינטנסיביות והתפשטות בתחום התקשורת הפוליטית בקרב החרדים, וחלק מהעלונים הפכו למעין שבועונים מפלגתיים. כך החל להופיע בשנת

בעד המפלגה "ברכה, הגנה והצלחה". בתרבות של קהילה זו, בעלת המסורת התרבותית האוראלית העשירה, מיוחסת עוצמה רבה למילים, במיוחד בשימוש שנעשה בהן לצורך התחייבות בשבועה, בעל פה או בכתב. הפרתה של התחייבות כזו עלולה להמיט אסון (Ong, 1983). בצדק כונה הרב כדורי במשדר הדוקומנטרי "הנבחרים" של חיים יבין "קבלן הקולות הגדול ביותר במדינה"¹². בין אם נובע הדבר מתוך מגעים אידיאולוגיים, או בשל הבדלי הלשון והמוצא האתני, גבולותיהן של שלוש המובלעות הקהילתיות האחרות בישראל תחומים באופן הרבה יותר כרוך. לחברות בקהילות אלה יש אופי טוטאלי, והקשרים עם החברה שמהוצה להם מוגבלים. למרות שיש הבדל במידת הנגישות של קבוצות אלה אל התקשורת הלאומית, לכולן יש מערכות חינוכיות של תקשורת פנים קהילתית.

תקשורת קהילתית במובלעות החרדיות

בעוד שבקהילה המזרחית המסורתית של תומכי ש"ס חזקה המסורת התרבותית שבעל פה, ומשום כך היה שימוש כה רב בקלטות, בשידורי רדיו וכן בברכות, תעמולת הבחירות בקרב הקהילה החרדית האשכנזית — שבה אסורים ההאזנה לרדיו והצפייה בטלוויזיה — מתאפיינת בתרבות הכתב המושרשת בה. הדבר בא



צילום: קוקו, מעריב

ביום הבחירות בבני ברק

הכל קורא הציבור הדתי-חרדי בישראל 12 עתונים, בהם יומונים ארציים, שבועונים, ומקומונים. בין השבועונים בולט "השבוע" בעל העמדות הלאומניות הקיצוניות, (לאחר רצח רבין שקל היעף המשפטי לממשלה אפשרות לסגור אותו). בקיץ 1996 הוא החל מנהל מסע הסתה ברוח דומה לזה שניהל נגד רבין כלפי נשיא בית המשפט העליון השופט אהרון ברק (הארץ, 26 באוגוסט 1996). היחיד שמבטא עמדות יוניות, אלה של חצר האדמו"ר מבעלו, הוא השבועון "המחנה החרדי". יש גם שבועונים "מודרניים" יותר, כמו "יום השישי", או השבועון המודפס בצבע — "המשפחה", וכמובן עתוני חסידי הרבי מלובביץ ובהם "כפר חב"ד". בשנים האחרונות גדל גם מספר המקומונים וכיום יש ארבעה כאלה: "השבוע בפתח תקווה", "דתי צפוני", "דתי דרומי" והמקומון החרדי בירושלים "כל ב"י".

על פי ההערכה מגיעים העתונים והשבועונים הנקראים על ידי הקהילות הדתיות והחרדיות לאוכלוסייה של 130 אלף בתי אב, המונים לא פחות מ־640 אלף נפש, ומרוכזים בארבעה ריכוזים גדולים: ירושלים (35 אחוזים), בני ברק (30 אחוז), כ־25 אחוזים נוספים מרוכזים בשכונות וקריות הומוגניות, כמו קרית ספר, ביתר, עמנואל, אשדוד, וקריות חב"ד וגור, ורק 10-15 אחוזים מפוזרים באוכלוסייה הכללית, אם כי גם שם הם נוטים לחיות בקהילות חברתיות קרובות (אורי וודריגו-גרסיא, דבר השבוע, 26 בינואר 1996). העתונים הכתובים, ולא שידורי הרדיו או הטלוויזיה הכלל לאומיים הם המקור העיקרי של מידע בקרב הציבור האשכנזי-חרדי, ובמידה פחותה אצל הציבור הדתי-לאומי.

מערכת הבחירות שנערכה ברחוב הדתי אופיינה אפוא בשימוש דיפרנציאלי בצינורות השונים על פי מידת הריחוק והסגירות של הקבוצה הדתית מהחברה החילונית והמדיה הלאומית. קבוצות חרדיות קיצוניות, חסידי סאטמר או נטורי קרתא, השתמשו אך ורק בצינורות פנים קהילתיים בקריאה לחבריהם להימנע כלל מלהשתתף בבחירות (שאל פרץ, "תרמית הבחירות הגדולה", ידיעות אחרונות, 27 ביולי 1996). חסידי אגודת ישראל נמנעו אף הם מלעשות שימוש בטלוויזיה, אולם ניצלו את מכסת זמן השידורים שעמד לרשותם ברדיו הלאומי, אם כי בסופו של דבר העדיפו גם הם אגרות אישיות, פשקווילים ומאמרים בעתונים הפנימיים. דגל התורה עשתה בבחירות '96 צעד נוסף ונציגה בכנסת הרב רביץ הופיע, זו הפעם הראשונה במערכת בחירות, גם בטלוויזיה. ש"ס, שביקשה במערכת הבחירות הזו להרחיב את מעגל התמיכה שלה מבחורים מזרחיים חרדים גם לבוחרים מזרחיים מסורתיים, השתמשה לשם כך בכל קשת הכלים שעמדו לרשותה, כולל מודעות בעתונים היומיים ופניה בטלוויזיה הלאומית.

מערכת הבחירות בקרב העולים והערבים

העתונות הכתובה היא זירת הדין הקהילתית בקרב ערביי ישראל

1984 ראשון עלוני כתי הכנסת "שבת בשבתו", המשמש מעין הרצאה מוקטנת של "הצופה", העתון היומי של מפלגה זו. ביטאון אחר הממומן מתקציב משרד הדתות הוא "תודעה", היוצא לאור על ידי עמותה "רשת ארצית להאדרת התודעה היהודית", אולם בפועל מבטא את הזרם הליטאי בציבור החרדי, המיוצג בכנסת על ידי "דגל התורה", וסר למרות הרב שך.

כתב עת פוליטי מובהק המבטא השקפות ימניות קיצוניות, המחולק אף הוא בכתי הכנסת מאמצע שנות ה־80, נקרא "עונג שבת", ויוצא לאור על ידי "העמותה להשרשת ערכים יהודיים לאומיים". ערב הבחירות ב־1996 פורסם בו מאמר של המועמד לראשות הממשלה נתניהו. ההכרה שבכתי הכנסת ישנו "קהל יעד שבו" הביאה גם את "מולדת", מפלגה שאינה דתית, אך פונה בין השאר לציבור דתי (במקום השני ברשימה לכנסת ה־14 הופיע הרב בני אלון, מראשי "זו ארצנו"), להפיץ עלון בכתי הכנסת.

מקום מיוחד תופשים ביטאוני חב"ד, קבוצה שידעה להפעיל מכפלת כוח במערכת הבחירות של '96. מרכז צעירי חב"ד מוציא לאור מדי שבוע עלון בשם "שיחת השבוע" וזה מחולק בכתי הכנסת בלא פחות מ־180 אלף עותקים! המחלוקת המפצלת את חב"ד בשאלת המהות המשיחית של הרב שניאורסון, הרבי מלובביץ, הביאה מאז 1994 להוצאתו לאור של עלון חב"די נוסף הנקרא "שיחת הגאולה". על העלונים השונים שמופצים בכתי הכנסת יש להוסיף גם את העלונים הקטנים של תנועות, כמו חסידות ברסלב בעלת הנטיות המיסטיות, או של קבוצות אידיאולוגיות דתיות אחרות. אחד מהן הוא למשל "אהלי יעקב", ביטאונה של "עמותת משכן אהלים" של הרב עוזי משולם המופץ במיוחד במקומות בהם יש ריכוזים של העדה התימנית, כמו דרום תל אביב, שעריים, יהוד, חדרה וראש העין. הניכור ממרכז החברה הישראלית מתבטא בביקורת החריפה כלפי המימסד הפוליטי והתרבותי, עוד יותר מזו שמופיעה בעלונים הדתיים של חב"ד, שאינם מצטיינים בהשלמה עם אופיה הדמוקרטי של המדינה. ראה בנדון למשל: "ישראל היא הדמוקרטיה היחידה במזרח" (דבר ראשון, 24 במרס 1996).

עלוני כתי הכנסת אינם באים במקום העתונים היומיים של הקהילות החרדיות. העתונות המפלגתית והאידיאולוגית שאיפיינה את ישראל עם קום המדינה הלכה ונעלמה. (שבוע לפני הבחירות נסגרו, לאחר 71 שנות קיום, אחד האחרונים שבהם, העתון "דבר ראשון", גלגולו בן השנה של "דבר"). במובלעות התרבותיות של החברה הישראלית, לעומת זאת, נמשך הדפוס הישן. תפוצת העתונות של הזרם המרכזי שם קטנה יחסית, והן מטפחות את העתונות הפנימית שלהן כאמצעי חשוב לתקשורת קהילתית.

מאז ראשית שנות ה־80 גדל מספר העתונים החרדיים. עד 1984 שלט בכיפה "המודיע", העתון היומי של אגודת ישראל. או אז קם לו מתחרה רציני בדמותו של "יתר נאמן" של הזרם החרדי הליטאי ("המתנגרים"), המייצג את מפלגת דגל התורה. בסך

על השפלת העולים, סטיגמטיזציה והתייחסות סטריאוטיפית כלפיהם ("כל הרוסים חברים במאפיה, כל הרוסיות – זונות"). אין פלא שבין התנאים שהציבה מפלגת "ישראל בעלייה", להצטרפות לממשלת נתיניהו היו סעיפים שעסקו, אולי לראשונה בתולדות משא ומתן קואליציוני בישראל, בנושאי תקשורת. בין השאר הובטחה להם גישה לערוצי השידור הציבורי ברדיו ובטלוויזיה, וכן חקיקה מיוחדת שתאסור על עתונים להזכיר את ארץ המוצא של מי שמואשם על ידי המשטרה במעשים אסורים.

תקשורת בין אישית ופיקוח חברתי הדוק התאפשרו ביתר קלות בשל הריכוז הקהילתי של העולים מרוסיה. בתקופה הקצרה של מגוריהם בארץ יצרו עולים אלה קהילות משלהם. כ־30 ערים יש להם ריכוז העולה על 5,000 נפש, בערים לא מעטות הם מהווים כרבע עד שליש מכלל האוכלוסייה. הבידול הקהילתי מעודד טיפוח זהות תרבותית נפרדת עד כדי כך שבמודעות בעתונות הרוסית שקראו להצבעה בעד מפלגת "ישראל בעלייה" התייחסו ל"עבודה" ולליכוד כאל "זרים" המשחקים באופן ציני בעולים מרוסיה. כך למשל, במודעה המציגה משחק שחמט בין שני שחקנים, המבטאים את שתי המפלגות הגדולות, אומר הטקסט: "מספיק להיות פיון במשחק של הזרים".

ערביי ישראל השופים הרבה יותר מן הרוסים לשפה העברית בשל הוותק שלהם בארץ. אולם הריכוז הגיאוגרפי המובהק ודפוסי הסמכות המסורתיים שלהם דומים יותר לאלה של קהילות החרדים, במיוחד במה שקשור להשפעת המנהיגות על הציבור, השפעה שבאה לידי ביטוי בהצבעה מרוכזת ואחידה ביום הבחירות. ההבדל הוא בכך, שאצל הערבים ההשפעה היא בעיקר של ראשי חמולות משפחתיות, יותר מאשר של הרב או האדמו"ר.

על אף שיש בין ערביי ישראל קוראי עברית (כמה עשרות אלפים, בעיקר קוראי "ידיעות אחרונות") תחושות הפער והניכור האתני-תרבותי מביאים את רובם להעדיף את העתונים בשפה הערבית. מספרם של אלה אינו יציב. יש ביניהם עתון יומי אחד ("אל איתחד" של רק"ת המודפס ב־5,000 עותקים ליום בקירוב), כ־15 שבועונים, הבולט שבהם הוא ה"אליסינארה" העצמאי, (כ־30,000 עותקים), "כול אל ערב" (מודפס ב־14,000 עותקים), שני שבועונים של התנועה האיסלמית שהגדול שבהם הוא "סאות אל חאק" (כ־8,000 עותקים), (המדיה במיגור הערבי, סקר מכון יפא, נצרת, ספטמבר 1995). בדומה למובלעות התרבותיות האחרות, ובשונה מן העתונות הישראלית העברית הארצית, משקל העתונים האידיאולוגיים-פוליטיים לא קטן לעומת אלה המוגדרים כמסחריים. זאת, על אף העובדה שבשנים האחרונות רווחה מאוד תופעה של הקמת מקומונים בעלי אופי מסחרי יותר בריכוזי האוכלוסייה הערבית.

ערביי ישראל מאזינים אמנם גם לשידורי הרדיו והטלוויזיה הממלכתיים, אולם כמו חברי הקהילה החרדית מתייחסים אליהם

וגם בקרב העולים מארצות חבר העמים. במקרה האחרון קשיים בהבנת השפה העברית הם אחד הגורמים להידוקקות לעתונות הפנימית. אולם זהו גורם חלקי, והרצון לשמור על המסגרת התרבותית הנפרדת עולה עליו. 450 אלף מבין 700 אלף העולים שהגיעו לישראל בשש השנים האחרונות היו זכאים להשתתף בבחירות. רמת ההשכלה הגבוהה שלהם, הרגלים תרבותיים שהביאו עימם, השוליות החברתית של מהגרים, והצורך במידע כדי להסתגל לחיים החדשים, כל אלה מביאים אותם להרבות בקריאת עתונים. ואכן, העתונות בשפה הרוסית פרוחה מאז סוף שנות ה־80. בשנת 1995, מתוך קוראי העתונים שבין העולים מארצות חבר העמים שמונה אחוזים בלבד קראו עתון יומי בשפה העברית והשאר קראו עתונים ברוסית.¹³ מספר קוראי השבועונים בשפה הרוסית גבוה עוד יותר, וששת השבועונים הגדולים נקראים על ידי קרוב ל־70 אחוז מכלל העולים. על פי הערכה מגיעה תפוצתם הכוללת של היומונים והשבועונים ברוסית המודפסים בארץ ליותר מ־100,000 עותקים בשבוע. ראוי לזכור, כי כל אחד מגיליונות אלה, ובעיקר השבועונים, נקרא על ידי מספר רב של אנשים. גם כהאזנה לרדיו וצפייה בטלוויזיה העולים מעדיפים שידורים בשפה הרוסית. רובם המכריע של העולים, כ־75 אחוזים מהם, צופה בתחנות הכבלים המשדרות רוסית. כ־55 אחוזים מהעולים, מאזין לשידורי הרדיו ברוסית של רק"ע (רשת קליטת עלייה) של קול ישראל.

כמו העתונות החרדית גם העתונות הרוסית מבטאת את הניכור והביקורת כלפי מרכז החברה הישראלית, והתקשורת הלאומית שלה, הנתפשת ככלי שרת שלו. מאז הבחירות ב־1992, שבהן רוב העולים תמכו במפלגת העבודה, הייתה העתונות הרוסית ביקורתית מאוד כלפי ממשלות רבין ופרס, האשימה אותן באי הענות לצרכי העולים. לא פחות ביקרה העתונות הרוסית את התקשורת בעברית



נתיניהו בעת מסע הבחירות במגזר הערבי

הישראלית. הדתיים ובמיוחד החרדים (כרבע מיליון בוחרים), הערבים (קרוב לחצי מיליון בוחרים), והרוסים (קרוב ל-450 אלף בוחרים) מהווים יחד כרבע מכלל בעלי זכות הבחירה בישראל.¹⁴ אולם התנהגותן של קבוצות אלה קבעה את תוצאות הבחירות הרבה יותר מאשר תנועת הבוחרים בין שתי המפלגות הגדולות ומפלגות הלוויין שלהן. עובדה זו היתה ידועה מראש למטה הבחירות של העבודה. במכתב ששלח ב-5 במאי 1996 לראשי מטות הבחירות ביישובים השונים, קבע מתאם מטות הבחירות ב"עבודה" ח"כ רענן כהן, שכדי להשיג רוב של מצביעים בעד שמעון פרס על המטה "למקד את פעולתו במאגרים שאינם מצביעי 'אמת' ועשויים לתמוך בשמעון פרס לראשות הממשלה."¹⁵ "מאגרים" אלה לפי סדר חשיבותם הם: "א. המצביעים הדתיים (מסורתיים, מפד"ל, ש"ס, חרדים); ב. העולים, על קבוצותיהם השונות; ג. הציבור הערבי והדרוזי." רק בסוף הרשימה הוא מזכיר את "מאוכזבי מפלגת הימין וכן מצביעי דוד לוי, רפול והליכוד, הדרך השלישית." אך ראשי מטה הבחירות של "העבודה" לא הבינו היכן מתרחש השיח הפוליטי המשמעותי בקהילות אלה. לפיכך לא הסיקו את המסקנות המתבקשות לגבי השימוש הנכון בערוצי התקשורת כדי להגיע לקהלי היעד הללו.¹⁷

מסקנות

בחירות '96 התנהלו בצל ההנחה שהנהגת בחירות אישיות לראשות הממשלה, והתחרות (לראשונה) בין שני ערוצי טלוויזיה לאומיים, יתוקו את מעמדה של הטלוויזיה כזירה המרכזית של הדיון הציבורי, ויהפכו את הקמפיין הטלוויזיוני לגורם המכריע במערכת הבחירות. טענתנו היא שהנחה זו שגויה משני טעמים. ראשית, התברר שלתשדירי התעמולה ולסיקור הבחירות, למעט לעימות פרס-נתניהו, היתה השפעה מועטה בלבד. שנית, במידה שהיתה לטלוויזיה השפעה על הבחירות, היא נבעה מפרקטיקות הסיקור הטלוויזיוני של פיגועי הטרור, בז'אנר של מרתון אסון. שלישית, הבחירות הוכרעו במידה רבה כמרחבים הרב תרבותיים של הקהילות הפרטיקולריות, שדיברו אל עצמן, תוך כדי תחרות עם הטלוויזיה הלאומית. כך קרה שקבוצות חשובות ביותר בחברה הישראלית לא השתתפו בדיון הציבורי בטלוויזיה, חלקן מאמינות לו באופן חלקי וחלקן מרוחקות ממנו לחלוטין.

עלייתם של המרחבונים תוך כדי תחרות עם המרחב הציבורי נעלמה מעיניהם של הפוליטיקאים ומעצבי הקמפיין הפרופסיונליים של שתי המפלגות הגדולות, כמו גם מעיני העיתונאים והשדרים בתקשורת הלאומית. כל אלה היו שותפים לתפישה שהם פועלים במרחב הציבורי המשותף לכל, שהוא מעצם מהותו מוקד תשומת הלב של כל הקבוצות בחברה, כאמצעות המדיה הלאומית.

גם המובלעות התרבותיות נטלו חלק בתהליך ההדרה הסימלית שלהן, מהדיאלוג הלאומי, מכיוון שהקדישו פחות אנרגיה כדי

באופן מוגבל למדי. הללו נתפשים בעיניהם כרישמיים ותועמלניים. מאז מהפכת התקשורת ב-1993 חל גידול מהיר במספר הערוצים המקומיים דוברי הערבית, בין אם רדיו או בעיקר טלוויזיה, לרוב בכבלים. שידורים מסחריים אלה, רובם פיראטיים, נטלו חלק במערכת הבחירות. אף על פי כן, בתקופת מערכת הבחירות, העתונות המבטאת את הממד האידיאולוגי, נעשית חשובה יותר מאשר השידורים והעתונות הכתובה בערבית מעניינת את האנשים יותר מאשר השידורים.¹⁴

סיכומו של דבר, האוכלוסיה הערבית חשופה אמנם פוטנציאלית לתקשורת הלאומית אולם נראה, כי מערכת הבחירות המשמעותית בקהילה תרבותית זו התנהלה בצינורות התקשורת הפנים קהילתית. ביישובים הערביים בלטה תופעה זו לעין. מכוניות עם רמקולים נעו בהם והשמיעו סיסמאות, הצהרות וקריאות, תופעה שכבר נשכחה ברחוב היהודי. המואזינים במסגדים שילבו נושאים פוליטיים בדרשותיהם הדתיות, ושבוץ לפני הבחירות מלאו קירות הבתים ביישובים הערבים בכרזות קיר שקראו להצביע בעד פרס.

ערב הבחירות של 1996 היו נטיות ההצבעה הדומיננטיות של כל אחת מקבוצות תרבות אלה צפויות במידה רבה. תכליתה העיקרית של מערכת הבחירות היתה פחות להשפיע על עיצוב כוונות ההצבעה של הבוחרים, והרבה יותר – ללמד את המתמצאים פחות מהו פתק ההצבעה ה"נכון", וכן להגביר – באמצעות צינורות תקשורת פנימיים, כמגע בין אישי, ובסמכות של מנהיגות קהילתית – את המוטיבציה ואת מספר הפעילים במערכת הבחירות, ובעיקר להבטיח שביום הבחירות עצמו יממשו כמה שיותר בוחרים את עוצמתם הפוליטית. כפי שמחקרי תקשורת מראים זה מכבר, חיזוק עמדות התומכים ומקסימיזציה של פוטנציאל המצביעים, הם היעדים שאותם יכולים מנהלי הבחירות של המובלעות התרבותיות להשיג באופן האפקטיבי ביותר (Graber, 1993).

תוצאות הבחירות מגלות כהבירות, כי גישה זו אכן אומצה באופן אפקטיבי על ידי כל אחת מן המובלעות התרבותיות. רמת הגיוס בקירוב היתה גבוהה, ובאה לידי ביטוי במערכת הבחירות ובפעילות ביום הבחירות עצמו. אחוז ההשתתפות בבחירות ביישובי החרדים היה הגבוה מכל, ושם התקרב כמעט למיצוי אופטימלי של הפוטנציאל האלקטוראלי. בקרב הערבים חלה עלייה של כשבעה אחוזים בשיעור ההצבעה לעומת הבחירות של 1992 והוא הגיע ל-75.3 אחוזים. מאידך חלה ירידה יחסית ברמת המוטיבציה בקרב מצביעי העבודה. בתל אביב, שנתנה בבחירות אלה 55.1 אחוז לפרס ורק 44.9 אחוז לנתניהו, השתתפו 70.6 אחוז בלבד בבחירות, ואילו בירושלים, שם גבר נתניהו על פרס בשיעור של 69.9 אחוז לעומת 30.1 אחוז, השתתפו 79.3 אחוזים. (הממוצע הארצי בבחירות אלה היה 74.7 אחוז).

קהילות התרבותיות השונות בישראל, שניצחו במערכת הבחירות ויצרו את "קואליציית המיעוטים", אינן מהוות רוב בחברה



עולה מאתיופיה מצביעה באתר הקרוונים נוה כרמל צילום: הרצל

להציג את עמדותיהם במרחב הציבורי והעדיפו להשקיע את מירב המאמץ לשכנוע פוליטי בתוך הקהילה ולגיוס הקהילות בפריפריית האידיאולוגיות שלהן, שהיו מהססות כפוטנציה, לתמיכה במועמדן לראשות הממשלה. מבחינה אסטרטגית נראה הדבר הרבה יותר אפקטיבי להתמקד בקבוצות המיעוט שלהן מאשר לבזבז אנרגיה בוויכוחי סרק עם בעלי גישות יריבות על סדר היום הלאומי (ברפוס, Katz, 1996; Gross).

סוונסון ומנצ'יני (Swanson and Mancini, 1996) טוענים כי מודרניזציה, או "סטנדרטיזציה", משמעה הוא "דמוקרטיה שהתקשורת במרכזה". משום כך ארגנטינה או ונצואלה, חברות שאינן נשלטות על ידי הטלוויזיה, נתפשות בעיניהם כחברות פחות מפותחות, או יותר מסורתיות. שנער (Shinar, 1987: 171) מחזיק בדעה דומה. במחקרו על התקשורת בתהליך בניין לאום (nation building) הוא קובע, כי האפקטיביות של מערכות התקשורת האלטרנטיביות והמשלימות רבה יותר דווקא בשלב בניין הלאום, מאשר זו של התקשורת ההמונית, בשל כוח החודירה שלהן, אמינותן, והתאמתן להקשר החברתי של הקליטה.

ניתוח של המקרה הישראלי מוביל למסקנה אחרת. ראשית, הוא מלמד כי בעוד שחברות מודרניות התעלמו מהמשך קיומן של המובלעות התרבותיות והתקשורת הקהילתית, אלה ממשיכות להתקיים, אף זכו לחיות מחודשת בעידן הפוסט מודרני של הפוליטיקה-של-התרבות. כך, במקום לראות התפתחות לינארית של חברות ושל תקשורת, משלב אחד המאופיין על ידי חברות מסורתיות ומדיה קטנה, לשלב אחר של חברות מודרניות ומדיה המונית, אנו רואים כיצד האידיאל — של לאום מאוחד ושידור לאומי — מתפצל ומתפרק למיגוון של קהילות תרבותיות, אשר מגדירות את זהותן בתוך ספירות מופצלות ונבדלות.

בשלב זה לא מדובר רק בקומוניקציה בין אישית (Caspi, 1996), המחוזקת על ידי המדיה הקטנה, אלא במדיה המשלבת ערוצים של תקשורת המונית וטכנולוגיות תקשורת, אשר עקב ההתפתחויות הטכנולוגיות המואצות ומדיניות הדה-ירגולציה הפכו את השידור תחת פיקוח צנטרליסטי למשהו הנראה לקוח מן העבר. דבר זה קורה בעת שהמדיה הלאומית עצמה נעשית מופצלת גם היא — באמצעות ערוצים עולמיים המכוונים לקהלי יעד ספציפיים ועל ידי ערוצים רב תרבותיים פנימיים הפועלים במסגרת המרחבונים, ריבוי של ערוצים נעשה לכאורה נגיש לכל, אבל בפועל חשוף רק לאלה שיש להם חלק בזהויות התרבותיות הספציפיות.

בארצות הברית ובמקומות אחרים, תיאורטיקנים פוליטיים השותפים לתפישה שקיומו של מרחב ציבורי חיוני לרווחתה של הדמוקרטיה, חייבים לראות עתה, כי מטפורה זו אינה חיונית בהכרח. בהציגו את המקרה האמריקני טען גיטלין (1996) שהפוליטיקה הרב תרבותית נעה מהמרחב הציבורי לעבר מרחבים ציבוריים נפרדים, ובכך ביטלה את התפישה שטופחה כל כך על

ידי התיאורטיקנים בדבר "המפגש האפקטיבי הדמוקרטי של האזרחים אשר מגשרים על פני הבדלים חברתיים ואידיאולוגיים כדי ליצור סדר יום משותף ולנהל דיון בין גישות מנוגדות".

בישראל, שבה יש להכרעות פוליטיות משמעות קיומית של ממש, קיומו של מרחב ציבורי הוא קריטי, אם הישראליים מבקשים לטפח מחויבות חברתית ושותפות אזרחית. בהקשר זה יש ליחסים ההדדיים בין המרחב הציבורי מחד לבין המרחבים הקהילתיים מאידך תפקיד חשוב ביותר. מנקודת המבט של המדיה הלאומית צריך לשאול אם הכוח הפוליטי של המובלעות התרבותיות ייתן להן קול וישלב אותם בדיאלוג הציבורי, ואם המדיה המרכזית תתחיל להקשיב למה שנאמר במדיה האלטרנטיבית. מנקודת המבט של הערוצים הרב תרבותיים השאלה היא באיזו מידה ההכרה מצד המרכז תביא לטיפול דיאלוגי בין קהילתי, או להיפך, תחזק דווקא את הסגירות וההיבדלות שלהם, ואולי אף תחריף את המאבק האידיאולוגי שלהם כנגד הקבוצות האחרות.

ולבסוף, למרות האימוץ המוצלח של טכנולוגיות של תקשורת המונים על ידי המיעוטים התרבותיים נותר עדיין לבחון האם לטווח ארוך לא תוכח כנכונה דווקא ההנחה של הדטרמיניסטים הטכנולוגיים. אלה הרי יאמרו, שלמרות שטכנולוגיות התקשורת יפעלו לחיזוק הלכידות הפנימית והזהות הקהילתית של המובלעות התרבותיות, בסופו של דבר הם יפעלו לדיסאינטגרציה של קבוצות אלה (Katz, 1996). אחרי הכל, "ההגיון של המדיה" פירושו אימוץ של סגנון דומה, הן בתוכן הן בצורה, והחלפת האידיאולוגיה בבידור ובמסחריות.

להצבעה. עוצמת ההשפעה של הרב כדורי היתה כה גדולה, עד כי לדברי פרופ' אבי דגני, מנהל "מכון גיאוקרטוגרפיה" היתה תופעה זו, אותה כינה "תוספתן כדורי", אחת הסיבות המכריעות לחוסר הדיק של הסוקרים של תחזית הבחירות. "אנחנו לא יכולים למדוד את גודל התופעה של הצבעה בגלל חרמות או קמיעות. מדובר באוכלוסיה שאני לא יודע כיצד היא מתנהגת. יש כאן אלמנט של אוכלוסיה שאנחנו לא יכולים לתפוס בדרך הרגילה. העניין הזה השפיע כמוכח על אחוזי המפלגות האחרות" (הארץ, 13 במאי 1996).

13. סקר חשיפה לאמצעי התקשורת לשנת 1995, "תצפית", מכון למחקר ירושלים.
14. ראיון עם לוטפי משעור, אוגוסט 1996.
15. צריך לזכור כי יש קבוצות בקרב קהילות אלה שהניכור שלהן ממדינת ישראל והתבררה האזרחית מתבטא במדיניות של אי השתתפות כלל בבחירות. משום כך יש להוירד קבוצות אלה מהפוטנציאל האלקטורלי של המובלעות התרבותיות.
16. מכתב ח"כ כהן, חוזר מספר 5779, מרכז מפלגת העבודה תל אביב. יעדו האסטרטגי של המטה היה להגיע ל-1,650,000 קולות כשרים. בפועל קיבל שמעון פרס רק 1,471,566 קולות, לעומת נתניהו שזכה ב-1,501,023 קולות.
17. דו"ח שבת ויס, 1996.

ביבליוגרפיה

- אריאן, א. "לא מגוייטת, לא מגייסת", העין השביעית, יולי-אוגוסט, 1996, עמ' 4-5.
- בלונדהיים, מ. וקפלן ק. "רשעות השידור" - תקשורת וקלטות בחברה החרדית", קשר 14, 1993, עמ' 51-62.
- וייס, שבח, ניתוח תוצאות הבחירות לכנסת ה-14 ולראשות הממשלה 1996, תל אביב, מפלגת העבודה, 1996.
- כספית, ב. קריסטל ח. כפיר, א. התאבדות, מעריב, תל אביב, 1996.
- נויבך, ק. המיורץ, בחירות '96, ידיעות אחרונות וספרי חמד, תל אביב, 1996.
- סיוון, ע. "תרבות המובלעת", אלפיים 4, 1991, עמ' 45-98.
- פרי, י. "עידן הפוליטיקה החדשה", ספר השנה של העתונאים 5-1994, תל אביב 1994, עמ' 79-92.
- רפל, י. "עתוני בתי הכנסת", קשר 10, 1991, עמ' 109-112.
- שחר, א. "העתונות החרדית", ספר השנה של העתונאים, 1993, עמ' 124-130.

1. על הבחנה כזו בין הממד הוורבאלי לבין הממד הוויזואלי, מנקודת מבט השוואתית בין בריטניה וארצות הברית, ראו אצל Semateko et. al., 1991. ישראל נעה מכחינה זו מהעידן הוורבאלי לעבר העידן הוויזואלי. "בעידן הטלקרטיה", כתב דוד פדהצור, עורכו לשעבר של למרחב, "לא רלוונטית עצתו של מכס ובר ש'פוליטיקה עושים כמות ולא בתלקי גוף או נפש". התדמיתולוגיה גברה על האידיאולוגיה" (דבר ראשון, 22 במרס 1996).

2. סיכום זאת בעל הטור הפוליטי רון מיברג: "מעולם לא הגיעה ממשלה בישראל סמוך למועד הבחירות עם שורה כה ארוכה של מיציגים אורקוליים מאתוריה" (מעריב, 1 במאי 1996).

3. פורטוקול ישיבת לשכת מפלגת העבודה 1 ביולי 1996, דברי ראש מטה ההסברה של "העבודה" ח"כ חיים רמון בדיון על אסטרטגיית הבחירות. ראו גם יוסי ורט, "הנשק הסודי שלא הופעל" (העיר, 31 במאי 1996).

4. בעקבות פיגוע הטיורד באוטובוס קיבל בנימין נתניהו את המלצת הצוות האסטרטגי שלו להפסיק את הופעותיו עם הימין הקיצוני, למתן את סגנונו ולהופיע אישית "באופן ממלכתי". סקרים שנערכו בשבוע השני של מרס 1996 על ידי מטה הליכוד הראו כי הציבור אהב את הסגנון המכובד והמאופק שאימץ. (ורד לוי, "זה לא אותו ביבי", ירושלים, 1 במרס 1996).

5. זעמם של ראשי "העבודה" על ידיעות אחרונות היה עז. לעומת מעריב שפירסם סקר לפיו ניצח פרס בעימות, אמרה הכותרת הראשית בידיעות אחרונות, כי לפי סקר מינה צמח ניצח נתניהו, כשההבדל בין השניים היה פחות מארבעה אחוז, שהם בתחום סטיית התקן. לטענת קלמן גאייר, הסוקר הראשי של "העבודה", עברו באותו יום ממפלגת העבודה לליכוד 60 אלף קולות, רובם מצביעים לשעבר של הליכוד, 90 אחוז מהם מזוהים בגילאי 30-50, אולם כאלה שתומכים בתהליך השלום. הארץ, 2 באוגוסט 1996.

6. הציבור הישראלי, הרגיל כבר בשידורים מעין אלה, מצפה ברובו שיתחיל שינוי בלוח המישורים ורק מיעוט של 21 אחוזים סבור, כי אין צורך לעשות כן. (סקר מכון "גיאוקרטוגרפיה", ירושלים, 1 במרס 1996).

7. מעניין, אגב, היה למצוא בבדיקה כמותית, כי למרות אופיין האישי של הבחירות לראשות הממשלה, הופיעו פרס ונתניהו על המסך במידה מעטה יחסית, פרס הופיע כ-19 אחוז מתשדירי העבודה ונתניהו כ-21 אחוז מכל תשדירי הליכוד. לא היה הבדל מבחינה זו בין שני הערוצים או בין שתי המפלגות.

8. לא במקרה הואשמה התקשורת כ"מייצרת פניקה" (העיר, 8 במרס 1996), והטלוויזיה - על ידי פרופ' שלמה אבינרי וחוגים באינטליגנציה, כ"מסייעים לחמאס".

9. אגב, בטקטיקה דומה נקט מטה הבחירות של הליכוד כאשר מינה צוות עורכי דין שעקב מתחילת מערכת הבחירות אחר פעולות ראשי המטה של "העבודה", כדי ליצור אצלם אותה תחושת חרדה ולהגביל את חופש התמרון שלהם (כספית ואחרים 1996: 76-9).

10. תודתנו למנחם פרידמן על הערותיו בנושא זה.

11. מידע מועיל נמטר לנו על ידי גבי בוטבול ועל כך תודתנו.

12. מעניינת הדרך שבה הניכה המפד"ל לפעולה של הרב כדורי. אף היא שיחקה על אותו מגוש תרבותי והפעילה את רבניה כדי שישחררו ממחויבותם את אלה שנשבעו להצביע ש"ס. רבני המפד"ל עשו זאת בטענם, כי לברכות של כדורי אין כלל כוח השפעה, והן בבחינת "עבודת אלילים", ואפילו "נצרות", ומשום כך אפשר להתעלם מההתחייבות

- Gitlin, Todd. (In Press). Problems in the Theory and Practice of the Public Sphere. In Tamar Liebes and James Curran (Eds.), **Media, Culture and Identity**. London: Routledge.
- Graber, Doris A. (1993). **Mass Media and the American Politics**. Washington D.C.: QC Press.
- (1994). **Media Power in Politics** (3rd edition). Washington D.C.: QC Press.
- Griffin, Michael and Kagan, Simon. (1996). Picturing Culture in Political Spots: 1992 Campaigns in Israel and the United States. **Political Communication**, 13, 43-61.
- Gross, Larry. (In Press). Minorities, Majorities and the Media. In Tamar Liebes and James Curran, (Eds.), **Media, Culture and Identity**. London: Routledge.
- Jamieson, Kathleen. (1992). **Dirty Politics**. New York: Oxford University Press.
- Jamieson, Kathleen. (1996). **Packaging the Presidency**. New York: Oxford University Press.
- Just, Marion, R., Crigler, Ann, N., Alger, Dean, E., Cook, Timothy, E., Kern, Montague, & West, Darrell, M. (1996). **Crosstalk**. Chicago: The University of Chicago Press.
- Katz, Elihu. (1996). And Deliver Us from Segmentation. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 546, 22-33.
- Katz, Elihu & Haas, Hadassa. (1994). Twenty Years of Television in Israel: Are There Long-run Effects on Values and Cultural Practices?. **Stiftung Lesen**, 52, 80-91.
- Lazarsfeld, Paul & Merton, Robert. (1948). Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action. In L. Bryson (Ed.), **The Communication of Ideas**. New York: Harper.
- Liebes, Tamar. (In Press). Disaster Marathons: A Danger to the Political Processes? In Tamar Liebes and James Curran (Eds.), **Media, Culture and Identity**. London: Routledge.
- Liebes, Tamar & Katz, Elihu. (In Press). **Staging Peace: Televised Ceremonies of Reconciliation. The Communication Review**.
- Lehman-Wilzig, Samuel. (1994). The 1992 Media Campaign: Toward the Americanization of Israeli Elections? In Dan Elazar and Samuel Sandler (Eds.), **Israel at the Polls**. Laham Md.: University Press of America.
- McLuhan, Marshall. (1964). **Understanding Media**. New York: McGraw Hill.
- Meyrowitz, Joshua. (1985). **No Sense of Place**. New York: Oxford University Press.
- Negrine, Ralf & Papathanassopoulos, Stylianos. (1996). The "Americanization" of Political Communication: A Critique. **Press/Politics**, 1, 45-62.
- Ong, Walter, J. (1983). **Orality and Literacy: The Technologizing of the World**. London and New York: Mathuen.
- Patterson, Thomas. (1994). Quoted in Dean E. Alger, The Media Elections: Evidence on the Role and the Impact. In Doris Graber, **media Power in Politics**. Washington D.D.: CQ Press.
- Peri, Yoram. (1988). From Political Nationalism to Ethno-nationalism. In Y. Lukacs and A. M. Battah (Eds.), **The Arab-Israeli Conflict**. Boulder and London: Westview Press, 41-53.
- Sabato, L. J. (1992). Open Season: How the News Media Cover Presidential Campaign in the Age of Attack Journalism, In Mathew, D. Mc Cubbins (Ed.), **Under the Watchful Eye: Managing Television Campaigns in the Television Era**. Washington D.C.: CQ Press.
- Schudson, Michael. (1995). Trout or Hamburger: Politics and Telemythology. In **The Power of News**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Shinar, Dov. (1987). **Palestinian Voices: Communication and Nation Building in the West Bank**. Boulder: Lynne Rienner Publishers.
- Teherainian, Majid. (1979). **Iran: Communication, Alienation, Revolution**. *Intermedia*, 7, 6-12.
- Wolsfeld, Gadi. (1996). **The 96 Israeli Election Campaign on Television: Some Evidence on the Question of Influence**.