

בְּפֶרֶם לַמַּחְקֵר

עבודות דוקטור

העיתונות הישראלית נגד אונס והתאבדות בשנים 1958-1962

טל שטרסמן שפירא

בהנחיית פרופ' גדעון קוז, אוניברסיטת פריס 8, צרפת, 2016.

La presse israélienne contre le viol et le suicide entre les années 1958 et 1962

Tal Strassman-Shapira

Sous la direction du Prof. Gideon Kouts, Université Paris 8, 2016.

ב-10 בינואר 1960 נערכה בתל-אביב ישיבה מיוחדת של ועדת משנה לוועדת העורכים, בהשתתפות שני עורכי עיתונים בכירים: אריה דיסנצ'יק, העורך הראשי של מעריב, וגרשום שוקן, העורך הראשי של הארץ. ועדה זו מונתה אד-הוק בידי ועדת העורכים לשם קבלת החלטה יוצאת דופן של צנזורה עצמית: העורכים נטלו על עצמם הגבלות על כמות הידיעות שתתפרסמה בעיתונות הכתובה בנושאים הקשורים למקרי התאבדות ואונס ועל ניסוחן.

מטרת המחקר הייתה לבדוק את הנסיבות שהביאו לקבלת ההחלטה, אם היא יושמה, ואם כן, אם הייתה קורלציה בין מיעוט פרסומי ההתאבדות והאונס לבין התרחשות המקרים בפועל. היום, כמעט שישים שנים אחרי ההחלטה, קשה לברר מה גרם לוועדת העורכים לקבל אותה. לא ברור באיזו מידה הועברה החלטת ועדת העורכים כהנחיה חד משמעית של עורכי העיתונים לכתבים ולעורכי המשנה. קשה גם להבין את המניעים של העורכים להגביל עצמם לשני נושאים אלה, התאבדות ואונס. החלטת הצנזורה העצמית של ועדת העורכים

בנושאי התאבדות ואונס מפתיעה. מבחינה מקצועית היא מנוגדת לכאורה ליצר העיתונאי להיות הראשון שמפרסם מידע לציבור.

איסוף החומר הכתוב היה מורכב. נערך חיפוש אחר מסמכים בני מעל חמישים שנה, שחלקם נמצאו במרתפי ארכיונים, ארכיון אגודת העיתונאים, ארכיון ספריית העיתונות באוניברסיטת תל-אביב וארכיונים פרטיים של אספני עיתונות. גיליונות העיתונים שנבדקו (מהשנים 1958-1962) נמצאו בספריית העיתונות שער ציון בית אריאלה בתל-אביב ובספריית יד טבנקין שבסמינר רמת אפעל. נוסף על כך רואיינו עיתונאים ועורכים מהתקופה הנחקרת, וכן מדינאים ואנשי משטרה. במחקר נבחנו ההחלטה והגורמים לה, יישומה, גלגוליה במשך השנים והשלכותיה בהתבסס על היבטים שונים של המצב בישראל באותה עת: העלייה הגדולה והמורכבות החברתית ששררה בעקבותיה, יחסי העיתונאים והמנהיגים והחוקים שנהגו אז. בישראל, מדינה שנמצאה רוב שנות קיומה במצב מלחמה, הצרכים הקיומיים-ביטחוניים הכתיבו את הצורך בהטלת צנזורה על כמה נושאים שהשפיעו על ביטחון המדינה. בתקופת ההחלטה, בשנות המדינה הראשונות, היו עורכי העיתונים נכונים לקבל על עצמם הגבלות משמעותיות, בראש ובראשונה בתחום הסיקור הביטחוני, באמצעות הסכמה לצנזורה והחלטות של ועדת העורכים כדי להגן על ביטחון המדינה. התחומים האסורים לפרסום בהסכמה, כמו יחסי העיתונות והצנזורה, השתנו מזמן לזמן. בשנות החמישים קיבלו העיתונאים הישראלים כמעט בלי מחאה חוקים ותקנות מגבילים שממשיכיהם היום לא היו מקבלים על עצמם.

אפשר לשער שההחלטה של ועדת העורכים מינואר 1960, שבה מתמקדת עבודה זו, נבעה מהשקפת העולם המקצועית של קובעי מדיניות הפרסום, שלעיתונות יש השפעה מורלית, רגשית ופסיכולוגית על צרכני העיתון מעבר לתפקידה בהעברת מידע. בשנות המדינה הראשונות, התקופה שבה עוסק המחקר, הגיעו לישראל עולים רבים מתרבויות שונות. העיתונאים והעורכים ראו עצמם גם כאחראים לחינוך העולים ולהרחבת היכרותם עם מנהגי החברה המתהווה. הגבלה עצמית זו של אי-פרסום מורחב ומפורט בנושאי התאבדות ואונס באה מתוך כוונה למנוע נזק פסיכולוגי ופילילי שכרוך בפרסומים מסוג זה כגון פעולות חיקוי. השערה אחרת היא שבן-גוריון כיוון את העורכים לקבל אותה

הממצאים מראים כי פרויקט זה עבר תהליכים מכוננים, מורכבים ובירוקרטיים במעורבותם של שלושה גופי ממשלה: משרד החינוך, משרד התקשורת ורשות השידור. תהליך זה החל בתחילת שנות התשעים, וכיום פועלות כחמישים תחנות רדיו חינוכיות בלמעלה משמונים מוסדות חינוך: בתי ספר יסודיים ותיכונים, מתנ"סים, מכללות ואוניברסיטאות ברחבי הארץ. חזונו של מייסדי הפרויקט בקול ישראל היה להכשיר ברדיו החינוכי אנשי תקשורת בעלי הבנה תקשורתית, עם גוון וצבעים אחרים, בעלי ראייה ליברלית וערכים דמוקרטיים. זאת ועוד, בהקמת הרדיו החינוכי הייתה אג'נדה נסתרת, שכן הרדיו החינוכי נועד לשמש כלי ב"מלחמת האליטות", קרי להיות מתחרה להכשרת אנשי תקשורת בגלי צה"ל ולשמור על מונופול על שידור מקומי מול התחנות האזוריות המסחריות של הרשות השנייה.

המחקר מעלה כי בתי הספר לתקשורת מאמינים בהתנסות מעשית. הסטודנטים רוכשים יכולות וכישורים רבים הן ברמה הפרקטית הן ברמת הבנת עולם התקשורת. הסטודנטים מפעילים את תחנות הרדיו החינוכיות עם מוטיבציה גבוהה ורואים בעשייה הגשמה עצמית. מאמצים אלה של הסטודנטים והמוסדות האקדמיים נושאים פרי ותעשיית התקשורת מכירה בניסיונם של בוגרי הרדיו החינוכי לשם השתלבות בתעשייה. לרוב תחנות הרדיו החינוכיות אין מדיניות תוכן וקו מוסיקלי היות שתוכן התכניות והמוסיקה המשודרת נקבעות בידי הסטודנטים ועוסקות בתכנים קרובים ללבם. לרוב משודרים תכנים המסוקרים בתקשורת הארצית, אך לעתים מוצגים נושאים אלה מנקודות מבט ומהיבטים ייחודיים.

מקורות תאולוגיים בתפיסתו הלאומית של אליעזר בן-יהודה

דוד לביא

בהנחיית פרופ' גדעון קוץ ופרופ' מריה גוראה, אוניברסיטת פריס 8, צרפת, 2015.

Sources théologiques dans la conception nationale d'Eliezer Ben Yehuda

David Lavi

Sous la direction de Prof. Gideon Kouts et Prof. Maria Gorea, Université Paris 8, 2015.

עבודת הדוקטור מתארת את שיטת העבודה של אליעזר בן-יהודה (1858-1922) בעיתוניו **הצבי והאור**, תוך התמקדות בנושאים יהודיים. במחקר מתוארת יצירתה של תודעת הלאומיות היהודית בארץ ישראל בידי בן-יהודה מראשיתה (1881), תהליך החופף במידה רבה לשנותיה הראשונות של הלאומיות העברית בארץ ישראל. המחקר חושף את שיטתו של בן-יהודה, המתבססת על זיהוי מושגים, נרטיבים ורעיונות

כדי למנוע מציבור קוראי העיתונים חשיפה לקשיים ששררו באותה תקופה בכל תחומי החיים.

מחקר זה הוא הראשון על צנזורה עצמית בנושאי התאבדות ואונס. זו התייחסות ראשונה לצנזורה עצמית זו שהטילו על עצמם חברי ועדת העורכים בינואר 1960. לצורך המחקר נערכה בדיקה השוואתית, כמותית ואיכותנית של החומר שפורסם בנושאים אלה בשנים 1958 עד 1962, כלומר לפני קבלת ההחלטה ואחריה, בשלושה עיתונים: **מעריב** (עיתון בלתי תלוי), **דבר** (העיתון הרשמי של ההסתדרות) ו**הצופה** (בטאון דתי-לאומי).

בדיקת הידיעות שפורסמו בעיתונים הראתה שהחלטה לא יושמה במלואה אף על פי שבזמנה היא השפיעה על כמות הדיווחים ואיכותם. היא יושמה באופן חלקי ולזמן מוגבל. בדיקת העיתונים וההשוואה לנתוני המשטרה והלמ"ס הראתה שצמצום כמות הפרסומים ושינוי המינוחים שבהם השתמשו בעקבות יישום ההחלטה לא השפיעו על היקף ההתאבדויות ועל ניסיונות ההתאבדות בפועל. מספר המקרים שאירעו בפועל בשני התחומים, התאבדות ואונס, לא קטן לאחר ההחלטה.

פרויקט הרדיו החינוכי בישראל: תחנות הרדיו החינוכיות במכללות ובאוניברסיטאות בישראל

טל לאור

בהנחיית פרופ' גדעון קוץ ופרופ' מריה גוראה, אוניברסיטת פריס 8, 2016.

Le projet de la radio étudiante en Israël: les stations de radio étudiante dans les collèges et universités en Israël

Tal Laor

Sous la direction de Prof. Gideon Kouts et Prof. Maria Gorea, Université Paris 8, 2016.

בישראל פועלות תחנות רדיו חינוכיות במוסדות חינוך מזה כחצי יובל שנים. מטרתו של המחקר הנוכחי לעמוד על התפתחותו של הרדיו החינוכי בישראל ועל מאפייני התוכן בתחנות החינוכיות, לצד מיפוי תפקידי ותרומתו לסטודנטים, לתעשיית התקשורת בכלל ולרדיו בפרט. כדי להתחקות אחר נקודות הציון ההיסטוריות בהתפתחות של פרויקט זה, נותחו מסמכים מגנזך קול ישראל ונערכו ראיונות עם בכיריו. כדי לעמוד על תרומתו של הרדיו החינוכי נערכו סקרים עם גורמים בתעשיית התקשורת וראיונות עם פעילים בתחום הרדיו החינוכי. ועל מנת לבחון מהם התכנים שבהם עוסק הרדיו החינוכי נותחו לוחות המשדרים של תחנות הרדיו החינוכיות ונערכה השוואה ללוחות המשדרים של תחנות הרדיו הארציות המובילות. כמו כן נערכו ראיונות עם אנשי מפתח ברדיו החינוכי ועם סטודנטים ובוגרים.

של היישוב החדש. חלק מההתנסויות התרבותיות המדווחות היו אלה של בן־יהודה עצמו. בכך הוא העמיד את עצמו כדמות הראויה לייצג את הכלל.

בן־יהודה עסק בתרבות ובפוליטיקה רעיונית, ועיתוניו היו לרשומה הממסדית העיקרית של הדת הפוליטית החדשה, ולסוג של ממסד פוליטי.

עבודות תזה לתואר שני

בולטות בקהילות ידע מקוונות כמנהיגות דעה

שרונה אביטאי

בהנחיית פרופ' שיוף רפאלי וד"ר ירון אריאל, החוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה, 2014.

קהילות ידע מקוונות הן כלי ליצירה של ידע, ושיתוף אנשים אשר אינם נדרשים להיפגש פנים אל פנים ואינם תלויים בתיאום זמן או במיקום גאוגרפי. תחת המסגרת המושגית של מנהיגות דעה, בוחן המחקר את בולטות המשתתפים בקהילות ידע מקוונות של משרד העבודה והרווחה הישראלי. הקהילה הראשונה הוקמה בשנת 2006 וכיום יש 26 קהילות, המונות למעלה מ־6,000 משתמשים רשומים. הרקע התאורטי כולל סקירה של ההגדרות המושגיות של "קהילה מקוונת", הגדרות שונות של "נוכחות חברתית" ו"בולטות" ובחינה של המושג "מנהיגי דעה" בהגדרתו הקלאסית ובקישורו לקהילות המקוונות. שלוש שאלות מרכזיות נגזרו מהרקע התאורטי: שאלת המחקר ראשונה בוחנת את מאפייניהם של משתתפים בולטים בקהילות ידע מקוונות מקצועית, השאלה השנייה בוחנת את המידה שבה אפשר לאפיין את הבולטות בקהילות ידע מקוונות לאור ההגדרות הקלאסיות של מנהיגי דעה. השאלה השלישית מבקשת למצוא קשר בין המרכיבים הבאים: (א) הבולטות של המשתתף בקהילות ידע מקוונות; (ב) הערכת המשתתף כבולט בקהילה על ידי אחרים; (ג) הערכה שלו עצמו של מידת החוזק האישי שלו בקהילה.

במחקר שולבו שני מערכי מחקר: ניתוח תוכן כמותי של אלף הודעות בפורומים באתרי קהילות ידע מקוונות, ושאלון מקוון אשר הועבר בין החברים הרשומים בקהילות הידע (n=106). המשתתפים בקהילות אלה מזוהים בשמם ובתחום עיסוקם המקצועי ולכן אין בקרבם מנהיגי דעה לפי ההמשגה הקלאסית. עם זאת במרחב זה הם מתפקדים כסוג של קבוצת שווים, בעלי תחומי עניין משותפים ועובדים בתפקידים דומים (עובדים סוציאליים, רכזים, מפקחים, רופאים מתנדבים ועוד מגוון תפקידים בשירותי הרווחה). ממצאי המחקר מלמדים כי מאפייני האדם הבולט בקהילות הידע המקוונות הם ותק, מספר הקהילות שבהם הוא רשום, תחושת שייכות גבוהה ויחסים קרובים עם משתתפי הקהילה. השערת המחקר הראשונה שקיים קשר בין מידת הבולטות של משתתף במופעי הקהילה לרמת החוזק האישי בקהילה המוערכת על ידי המשתתף, לא אוששה. ההשערה השנייה, שקיים קשר חיובי בין מידת הבולטות של משתתף במופעי הקהילה כיוזם הדיונים למידה שהוא

תאולוגיים יהודיים והסבתם לצורכי הלאומיות, תוך כדי מה שנדמה כפעולה בתוך הסדר התרבותי הקיים. כיוון שהתאולוגיה היהודית לא הייתה חומר הגלם היחיד ללאומיות היהודית, מסמן מחקר זה את נקודות הממשק של חומר הגלם התאולוגי עם אידאולוגיות אחרות שהשפיעו על בן־יהודה, שאחת המרכזיות שבהן היא הנאורות האירופית.

המחקר ממפה את מערכת הרכיבים המחולצים מההון התרבותי התאולוגי ואת אופני ההצגה שלהם בעיתוני אליעזר בן־יהודה בשורת נושאים. הוא בוחן כיצד אורגנה רב־מערכת זו להון תרבותי לאומי, כיצד הותאמה במערכת הקשרים למערכות אחרות, ומה היה יחסה אל כור מחצבתה, ההון התרבותי היהודי.

עיתוני בן־יהודה עסקו ביצירת הקונסנזוס הלאומי באמצעות כלים אזרחיים לכאורה. קונסנזוס זה שימש תשתית אידאולוגית לעיצוב הלאומיות, ותפיסות מרכזיות בו חדרו אל תפיסת המדינה שבדרך בשנות הבריאה שלה, וסייע בעיצוב הגבולות הסימבוליים של הלאום. בפועל עסקו עיתוני בן־יהודה בתקנון התרבות החדשה באמצעים עיתונאיים לגיטימיים לכאורה: איסוף, עריכה, פסילה, מתן דגשים, קביעת היררכיה באמצעות גרפיקה, עימוד וכותרות, כתבות מקדמות וכתבות פולואפ וכיוצא באלה.

חידוש משמעותי במחקר הוא התפיסה שבן־יהודה ועיתוניו פעלו בשדה התאולוגיה הפוליטית. ממאות ראיות המוצגות במחקר מצטייר בן־יהודה כאחד מגדולי התאולוגים הפוליטיים של הלאומיות היהודית, אם לא הגדול שבהם. פעולתו בשדה השפה העברית, גם להשקפתו, הייתה משנית למלאכתו הלאומית. פעולתו בתחום זה הייתה רבת שנים, שיטתית ונגעה כמעט בכל תחומי החיים היהודיים. בשל זיקתה הרבה של הלאומיות היהודית בראשיתה לאסכולת היהדות כתרבות, כל מלאכת הנדסת תרבות עשויה להיות במשתמע בעלת משמעות במישור הלאומי־פוליטי.

פעילותו הלאומית של בן־יהודה, שהיה בעל ידע ניכר בהון התרבותי היהודי, התבססה על כינוס הידע היהודי, ארגונו מחדש, ובכרה קפדנית של יסודות לאומיים בתוכו. פעילות כינוס הידע המושגי היהודי התעלמה מהמחויבות לקונסטרוקציית העל של היהדות הדתית, ונעשתה באמצעות בניית ארכיב (מילון ומפעלי לשון נוספים) והגדרה מחדש של מושגים ביהדות באמצעות פעולה בתוך הלשון העברית. הקורפוס התאולוגי היהודי היה לחומר הגלם הראשוני של הלאומיות היהודית של בן־יהודה. כאתנר־סימבוליסט וכארכאולוג פוליטי, מלאכתו הייתה לגלות מחדש, לבחור ולפרש מחדש את העבר. בן־יהודה תפקד כהיסטוריון הבורר מתוך "חומר הגלם", כלשונו של אריק הובסבאום, את החומרים הראויים לשמש בשוק המסורות הלאומי, ועורך להם את האדפטציה הראויה. המצאת המסורת בידי בן־יהודה נעשתה מבלי להמציא כמעט דבר יש מאין, אסטרטגיה אשר בכוחה להגביר לכאורה את הנטייה לסווגה כפרמורדיאליסטית. חלק מפעולתו של בן־יהודה היה מכוון לאיתור עבר הרואי, אישים גדולים ותהילה מתוך נרטיבים יהודיים קיימים. על פי גישה זו, בן־יהודה היה מעורב בהמצאתה של מסורת באמצעות קידום רכיבים אלה אל קידמת התודעה באמצעות עיתוניו, וסימונם כרכיבים היסטוריים המתממשים אל תוך ההווה, ועל כן הם אקטואליים. הרכיבים המצופפים והמאורגנים מחדש הרכיבו קודקס חדש אשר איננו כתוב עלי ספר. דיווחי הביצועים התרבותיים אשר הכילו הון תרבותי מעובד ומעוצב מחדש, הועלו במחזוריות על דפי העיתון שהפך את תוכנם לקנון עברי חדש. מהלכים אלה סייעו בהכוונה התרבותית

בעיקרם להיבטים המסחריים (לדוגמה, שימוש בכלים שיווקיים) ולהיבטים של אחריות חברתית תאגידית (לדוגמה, הצגת המוזאון כתרומה לקהילה). עוד עולה כי מוצגים רבים בתצוגה שימשו זרז לסיפורים שבהם אפשר היה לזהות כמה נרטיבים: ציוני, טכנולוגי ושל שימור. נרטיבים אלה פונים למכנה משותף רחב ומכוונים לטעם פופולרי, שהוא אחד ממאפייני תעשיית התרבות. ממצאים בולטים נוספים מעידים על בחירות כרונולוגיות בתצוגה ובנרטיב שעולה מההדרכות. בחירות אלה מציגות את התאגיד באור חיובי ומסייעות בין היתר בבניית התדמית של התאגיד ובניסיונו לביצור הלגיטימציה שלו. חקר המוזאון התאגידי והניסיון להגדיר את מאפייניו מלמדים על תופעה רחבה המתרחשת בשנים האחרונות: חדירת גורמים מסחריים למוסדות תרבות ולמוסדות ציבוריים-ממשלתיים. תופעה זאת מאתגרת הן גורמים מסחריים והן גורמים ממשלתיים ומוסדות תרבות ויוצרת הזדמנויות, בין היתר, לשיתוף פעולה בין הגורמים השונים. מן המחקר עולה שהמוזאון התאגידי, הודות להיבטיו המסחריים, אינו משמש כאתר ביקורתי לשימור ידע תרבותי ולצבירתו, אך תרומתו החשובה היא פנייתו לקהל מגוון וטיפולו בנושאים שמונחים בשדה המוזאלי הכללי. מחקר זה מציע לבחון באופן מקיף יותר את ההשלכות של שיתוף פעולה כזה על תכני המוזאון, ואת הלגיטימציה שלה זוכים הגורמים המסחריים כחלק ממדיניות של הפרטת התרבות ומתופעה כללית של מסחור התרבות.

שכנוע באמצעות נרטיבים: תהליכים פסיכולוגיים בבסיס כוח השכנוע של תהליך ההזדהות עם דמויות בנרטיב

דיאנה דרוזין בן-מאיר

בהנחיית פרופ' יונתן כהן, החוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה, 2013.

מטרת העבודה הייתה לבחון את כוחם של תכנים המועברים באמצעות נרטיבים במדיה בשכנוע קהלים בנושאים חינוכיים ופרו-סוציאליים, בשונה ממידע המועבר במדיה ונועד לשכנע שלא בדרך של נרטיב. אחת הגישות שעוסקות בנושא מכונה "חינוך דרך בידור". לפיה אפשר לעקוף את מנגנוני התנגדות לשכנוע בנושא מסוים כאשר זה מועבר באמצעות תכנית בידורית, למשל הסיטקום **חברים**, שבו קודמו נושאים כגון שימוש בקונדומים והתנגדות לעישון.

באופן ספציפי המחקר הנוכחי נועד לבחון לעומק את אחד המנגנונים שהוכח במחקרים כתורם עיקרי ליכולת השכנוע של נרטיבים והוא תהליך ה"הזדהות". הכוונה לכך שכלל שצופה מזדהה יותר עם דמות מסוימת בנרטיב והוא נוטה יותר לאמץ את העמדות והתנהגות שלה. המחקר מציע הסבר ליכולת השכנוע של ההזדהות וגם דרך לבחון הסבר זה. כאשר צופה חש הזדהות עם דמות, אך זו מחזיקה בעמדה או מבצעת התנהגות שאינה מקובלת עליו, הוא חש דיסוננס בין עמדתו או התנהגותו לאלה של הדמות. תחושת הדיסוננס יכולה להיפתר על ידי שינוי העמדות וההתנהגות העתידית של הצופה, בהתאם לזו של הדמות. כדי לבחון הסבר זה נעשה שימוש בתאוריית הייחוס, כשהמחקר

זוכה להערכה כמשתתף בולט בקהילה על ידי המשתתפים האחרים בקהילה, לא אוששה. לבסוף, ההשערה השלישית שקיים קשר חיובי בין הבולטות של משתתף במופעי הקהילה כמגיב בדיונים לבין המידה שהוא זוכה להערכה כמשתתף בולט בקהילה על ידי המשתתפים האחרים בקהילה אוששה. כלומר, מנהיג דעה שממנו מושכים ידע, סומכים על דעתו ומבקשים את עצתו הוא זה שגם נצפה כבולט במופעי בקהילה. הצעות למחקר המשך מועלות כתוצר של ממצאים אלה.

כשהמסחרי חוזר לתרבותי: ביטויים של אחריות חברתית תאגידית במוזאון התאגידי

עדי קויפמן-כהן

בהנחיית ד"ר רועי דוידזון, החוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה, 2013.

מחקר זה בחן את המוזאון התאגידי שנמצא על קו התפר שבין העולם העסקי. מוזאון זה מונע על ידי שאיפה לרווחיות לבין העולם המסורתי של המוזאון הציבורי, ולפיכך מתאפיין בהיבטים הלקוחים משני עולמות אלה: המסחרי והמוזאלי.

המוזאון התאגידי נבחן כחלק מתעשיית התרבות וכתופעה שמתפתחת בעקבות שינויים כלכליים, חברתיים, תרבותיים ופוליטיים, המשקפים את העידן הנאו-ליברלי. כמו כן הוא נבחן בהקשר לשיח האחריות החברתית התאגידית שתפס תאוצה משנות התשעים של המאה העשרים ועד היום.

שאלות המחקר בחנו את המוזאון התאגידי בשלושה היבטים עיקריים: מוזאליים, מסחריים ושל אחריות חברתית תאגידית. מתוך אלה נשאלו השאלות הבאות: כיצד באים לידי ביטוי המאפיינים המוזאליים לצד המאפיינים המסחריים במוזאון התאגידי ומהו היחס בין מאפיינים אלה? כיצד משמשים המאפיינים המוזאליים חלק ממימוש האחריות החברתית התאגידית ומהצורך של התאגיד להקים מוסד של תרבות גבוהה? ולבסוף, כיצד המאפיינים המסחריים משמשים את התאגיד בניסיון לביצור הלגיטימציה התאגידית, זאת בין היתר על ידי שימוש במוזאון ככלי מסחרי שמעצב זיכרון קולקטיבי ותורם ליצירת תדמית וזהות ארגונית?

מחקר נבחן שני מוזאוני תאגידיים בישראל: הרצלילינבלום, מוזאון לבנקאות ונוסטלגיה תל-אביבית ומוזאון המרצ'פן שבכפר תבור. כדי לענות על שאלות המחקר נבחרה שיטת מחקר איכותנית קונסטרוקטיביסטית שכללה בין היתר תצפיות משתתפות, ראיונות וניתוח מוצגים.

הממצאים שנאספו מיינו לקטגוריות בשלושת היבטים שבחתי לחקר – המסחרי, המוזאלי והיבט האחריות החברתית. אך החלוקה לקטגוריות אינה חד משמעית וישנם ממצאים שיכולים להשתייך ליותר מקטגוריה אחת. כדי לעמוד על מאפייניו הייחודיים של המוזאון התאגידי אל מול המוזאון הלא תאגידי (הקלאסי), נבחן המוזאון התאגידי גם בהשוואה להגדרת The International Council of Museums, המועצה הבינלאומית למוזאוני (מוזאוני). מן הממצאים עולה כי בשני המוזאוני התאגידיים מוטמעים המאפיינים של המוזאון הקלאסי, אך נמצאו אלמנטים נוספים הקשורים

הנחת היסוד הייתה שבאמצעות הבניית עבר משותף, הקהילות החברתיות מעצבות את תפיסת עולמן, ומכאן שעל חקר הזיכרון להתמקד באופן שבו משתלבת תודעת הפרטים עם המערכת החברתית. לכן, העבודה בחנה את מקומה של העיתונות באופן שבו מעוצב זיכרון השואה בחברה הערבית בישראל. כמו כן, נבחן תפקיד העיתונאים כמספרי סיפורים שממלאים תפקיד מרכזי בעיצוב התרבות והתודעה של החברה הערבית בישראל. העיתונאים מבקשים לתווך בין קהילתם לבין ה"אמת", ולשם כך הם זקוקים (בדומה להיסטוריונים) לסמכות מן הקהילה שתעצים את סמכותם כמתווכים בחברה הערבית, ביחס לזיכרון השואה.

אפשר לבחון זאת באמצעות מושגים מרכזיים, כמו זיכרון קולקטיבי, שהוא תוצר של פרקטיקות חברתיות שמבטאות את מאזן יחסי הכוחות בחברה, זיכרון שמתפקד בין היתר כמין משא ומתן תרבותי שבו סיפורים שונים מתחרים על מקומם בהיסטוריה. הזיכרון הקולקטיבי הוא נרטיבי וארגון העבר כסיפור יכול להצדיק את פעילויות העבר ולהעניק לגיטימציה לפעולות ההווה. בתהליך יצירת הסיפור משתמשים מספרי הזיכרון הקולקטיבי במקורות היסטוריים ומבקשים ללמד את העבר כלקח המעוגן בהווה. לפיכך ההישענות על מקורות היסטוריים היא סלקטיבית ויצירתית, והזיכרון הקולקטיבי מטשטש את הקו המפריד בין עובדה לבידיון. לא מפתיע לגלות, לכן, שקבוצות חברתיות משתמשות בהנצחת עברן למטרות שונות. הבנת העיתונות הערבית-פלסטינית בישראל ככלי לעיצוב זהות מקבלת משנה תוקף בהבנת הרקע ההיסטורי של תהליך התפתחותה.

הבחירה של העיתונות הערבית להבליט דיון בנושא השואה או לחלופין להתעלם ממנו נטועה אף היא בהקשרים לאומיים-תרבותיים. כדי לדון בתפקיד השואה בעיצוב הזיכרון הקולקטיבי של החברה הערבית בישראל השתמשתי במושג 'נטורליזציה' (טבעון). הבניה זו או היעדרה מלמדת על התפיסה האידיאולוגית של העיתונות הערבית בנושא רגיש זה. מכאן שמשמעותם של הטקסטים העיתונאיים מובנית באמצעות מערכות של ייצוגים סימבוליים המרכיבים את השיח התרבותי-תקשורתי. המבנים והמשמעויות של מסגור זיכרון השואה נבחנו באמצעות שתי פרספקטיבות עיקריות: הפרספקטיבה הנרטיבית, המעוצבת מנקודת מבט תרבותית או אישית, והגישה ההבנייתית (constructivist), לפיה ידע הוא תוצר של הבניה אנושית ולא בהכרח שיקוף של מציאות "אובייקטיבית" שאותה חושפים.

כמה שאלות מרכזיות עלו בעת הדיון בנושא: לדוגמה, כיצד התקשורת הערבית-ישראלית מגדירה את השואה; מתי ואיך היא מספרת את סיפורה; למי מוענקת הסמכות והלגיטימציה לספר את סיפור השואה בעיתונות הערבית-ישראלית; מהם התכנים של סיפורים אלה ומאפייניהם; ומהן המשמעויות התרבותיות-סימבוליות הנובעות מתוך הבחירה בטרימינולוגיות שונות. בדקתי את שאלות המחקר באמצעות עיון בעיתונים בעלי אוריינטציה שונה: עיתונות מפלגתית קומוניסטית, עיתונות דתית ועיתונות פופולרית-מסחרית.

נוסף על הקורפוס המחקרי מוצג בעבודה ניתוח תוכן איכותני של כתבות שעסקו ביחס לשואה בהקשרים שונים, ציטוטים של מנהיגים בעתות משבר ושיח שהתקיים סביב הכחשת השואה. הרציונל שעמד מאחורי בחירת הכתבות התבסס על בחירה אסטרטגית של סיקור עיתונאי בנוגע לאירועים מרכזיים שנבחנו באמצעות חלוקה לשני צירים

הנוכחי הציע, בהתאם לידע תאורטי קודם, כי אם התנהגות הדמות תיחוס לגורם חיצוני ולא לאישיותה, ייווצר פחות דיסוננס אצל הצופה ויתרחש פחות שינוי בעמדותיו.

ההשערות נבחנו באמצעות ניסוי שבו 201 נבדקים חולקו לארבע קבוצות באופן אקראי. כל קבוצה קראה גרסה שונה של נרטיב שכנועי בנושא נהיגה בשכרות. השוני התמקד ברמת ההזדהות שהדמות הראשית מעוררת ובתיאור ייחוס הסיבתיות להתנהגותה. לאחר מכן הנבדקים ענו על שאלון אשר בחן, בין היתר, את עמדותיהם וכוונות ההתנהגות שלהם בנושא נהיגה בשכרות.

הממצאים תמכו בהשערה כי ככל שההזדהות של האדם עם דמות בנרטיב גבוהה יותר, היא מובילה לשכנוע רב יותר. אך בניגוד להשערה השנייה, בתנאי של הזדהות נמוכה השכנוע היה רב יותר דווקא כאשר ייחוס הסיבתיות היה חיצוני ולא פנימי. בתנאי של הזדהות גבוהה, לעומת זאת, לא נמצא אפקט של ייחוס. הדיון במחקר הנוכחי מציע כמה הסברים אפשריים לממצאים מפתיעים אלה ונותן כמה כיווני מחשבה למחקרים עתידיים בנושא.

בין אל כארת'ה לבין ההולוקוסט

تسوكولوهاو ءثر اكلا نيي

עיצוב שיח השואה בעיתונות בשפה הערבית בישראל

אספהאן בהלול

בהנחיית פרופ' מוסטפא כבהא וד"ר אורן מאירס, החוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה, 2013.

הזירה התקשורתית נתפסת כאתר מרכזי להפצה ולשעתוק של משמעויות תרבותיות ושל דפוסים חברתיים, ובכך היא משקפת תפיסות, עמדות וערכים. העיתונות הערבית בישראל היא כלי לעיצוב דמותה של החברה הערבית-פלסטינית המתלבטת בין שתי זהויות: הלאומית מזו והאזרחית מזו. לעיתונות הערבית בישראל נועד תפקיד מרכזי בבחינת דילמות של זהות: מגמות של פלסטיניזציה מכאן וישראליזציה מכאן העמידו את העיתונות הערבית בישראל לפני עימות במידה רבה גם בשל תלותה במשאבים החיוניים לקיומה, שנמצאו בידי הממסד הישראלי. התלבטויות אלה ניכרות בדרך שבה מגדירה העיתונות הפלסטינית בישראל את זהותה ובמינוח המשמש אותה בהגדרת זהות קולקטיבית. לתקשורת יש אפוא תפקיד מכריע בעיצוב הזיכרון, וכלי התקשורת החדשותיים, כמעצבי תרבות, מנציחים זיכרונות שמסמלים את מאגר הזיכרונות הלאומיים הקולקטיביים המשותפים בחייה של האומה היהודית ומעצבים אותם, מצד אחד, וכוללים גם את הזיכרון הקולקטיבי הערבי מן הצד האחר. אפשר לבחון את זיכרון השואה בישראל ואת השיח הערבי על זיכרון השואה באמצעות הגישה התרבותית לחקר התקשורת. הפעולה העיתונאית חושפת מנגנונים אידאולוגיים, וכך המדיה בכלל והעיתונות בפרט מבנים נרטיבים לאומיים בקרב קהילייה מדומינת שלפרטים בה יש תחושה של שותפות גורל.

מקובל לכותם "בני הדור השני"). הכותבים שעוסקים בנושא הם בדרך כלל אנשי רוח ואינטלקטואלים מן העולם הערבי; וכך, במקרים רבים הסמכות לדבר על השואה "מיובאת" לעיתונות באמצעות אנשי רוח ואינטלקטואלים בעולם הערבי, והדיון בה נערך לרוב בהקשר של הסכסוך הישראלי-פלסטיני.

הדיון בסיפור השואה בתקשורת מתקיים בדרך כלל בשני אירועים מרכזיים: יום הזיכרון לשואה ולגבורה בישראל, שהוא היום שבו פרץ מרד גטו ורשה, ויום הזיכרון הבין-לאומי לשואה שמתקיים ב־27 בינואר, שהוא יום שחרור מחנה הריכוז אושוויץ בידי הצבא האדום. השיח מתבטא בהעלאת הסוגיה בפורומים בין-לאומיים סביב אירועים היסטוריים והסכסוך הישראלי-פלסטיני.

מרכזיים: זיכרון הנצחתי, כלומר כתבות שהתפרסמו סביב הנושא ביום השואה, וזיכרון לא-הנצחתי, כלומר בחינת הסיקור בתאריכים אחרים. ממצאי המחקר מלמדים כי הכתיבה של העיתונות בשפה הערבית בישראל בנושא זה הושפעה באופן ישיר מהסכסוך הישראלי-פלסטיני. ביטויי משתקפים בעיקר באירועי משבר לאומיים ומלמדים כי השואה אינה מסוקרת ומיוצגת בעיתונות בהקשרים המוכרים בתרבות הישראלית-יהודית, וגם הייצוג שהיא זוכה לו שונה מזה המקובל בעיתונות העברית. באופן טבעי, העיתונאים המספרים את סיפור השואה אינם שואבים את האישור והלגיטימציה לספר את הסיפור מתוקף סמכותם הביוגרפית כמו רבים מהעיתונאים היהודים, שהם בני הדור הראשון לשואה או צאצאיהם הישירים (שלעתים קרובות