

קשר למחקר

עבודת דוקטור

מיתוגה של "הארץ המובטחת" וזהותה של מדינת ישראל כחברה יהודית-ישראלית חדשה

דורון נחמיאס

בהנחיית פרופ' גדעון קוז, אוניברסיטת פריס 8, 2015

Le Branding de la 'Terre promise' et l'identité d'Israël comme société juive- israélienne nouvelle

Doron Nachmias

Sous le direction de Prof. Gideon Kouts, Université
Paris 8

המחקר בחן כיצד הובנתה ומותגה הארץ המובטחת והזהות החדשה של החברה היהודית-ישראלית, מן "היהודי הישן" בגולה, ל"יהודי החדש" עם הקמת התנועה הציונית, ל"עברי" בראשית העליות הראשונות לאדמת ארץ ישראל בראשית המאה העשרים, ולזהות ה"צבר" ו"הישראלי" מהקמת המדינה ב-1948 ועד היום. התשובה על שאלות המחקר ניתנה באמצעות ניתוח המקרה של העם היהודי מהמאה השמונה-עשרה עד ימינו. בתקופה זו אירע משבר בזהות הלאומים בחברה האירופית, וחלו תמורות אידאולוגיות חברתיות, טכנולוגיות ותקשורתיות מפליגות. שינויים היסטוריים אלה מסייעים להבין את האירוע היהודי הייחודי. העם היהודי, בדרך כלל מיעוט עם זכויות מוגבלות ונרדף בחלק ממדינות אירופה, היה שותף לרעיונות הנאורות וההשכלה, אך גם קיבל השראה מרעיון "האדם החדש".

כלי העבודה במחקר היו מערכות מושגים ותפיסות היסטוריות, פוליטיות, פילוסופיות, ספרותיות, דתיות ושל חקר התרבות. המחקר מציע גישה רב ממדית ורב תחומית לבחינת הדרך שבה נעשה שימוש במיתוס, באתוס, בנרטיב ובסמלים לאומיים כדי להעביר מסרים פרסומיים, תעמולה וחינוך תוך שימוש בתשתיות ובערכים תרבותיים. בתחום חקר המיתוסים הוצגו במחקר זה תאוריות וגישות מתחומי הספרות, האנתרופולוגיה, הפסיכואנליזה, הסמיוטיקה, ההיסטוריה והתקשורת. לאור מגוון ההגדרות והגישות למיתוס נבחרה הגדרה המשלבת בין הגישה מתחום הספרות להגדרות מודרניות.

מבחינה היסטורית וחברתית המחקר שופך אור על יצירת המיתוסים ביהדות ובחברה הישראלית החדשה שאומצו על ידי התעמולה וההסברה מכמה מקורות עיקריים. האחד, מיתוסים שמקורם בתרבות היהודית (ובראשם התנ"ך) כמו מיתוס יציאת מצרים עם המוטיב יציאה מעבודות לחרות; מיתוס מצדה עם המוטיב "מעטים מול רבים". השני, מיתוסים שמקורם בתרבות הציונית ושנולדו והתגבשו במאה השנים האחרונות, כמו מיתוס יוסף טרומפלדור ותל חי עם המוטיב "טוב למות בעד ארצנו". השלישי, מיתוסים חדשים שנוצרו והתפתחו בחברה הישראלית החדשה כמו מיתוס החלוץ, מיתוס הצבר, מיתוס קיבוץ גלויות, מיתוס "כל העולם נגדנו". חשיבותם ומשמעותם של המיתוס והאתוס בחברה הישראלית על מרכיביהם השונים – הנרטיב, המשמעות והריטואל – מצביעים על המשקל המשתנה לאורך השנים של המיתוס בזיכרון הקולקטיבי של העם היהודי בישראל.

מההיבט השיווקי המחקר מעשיר את הידע על הגורמים התרבותיים והחברתיים שהשפיעו על מיתוג זהותם של העם היהודי ומדינת ישראל, תוך בחינת האמצעים הקריאטיביים שבהם השתמשה התעמולה הישראלית לאורך השנים. מסקנות המחקר הן שהתנועה הציונית בנתה אסטרטגיה ותפיסה אידאולוגית בהנהגת הכוחות הפוליטיים (מדינאים, אנשי צבא, סופרים, עיתונאים, אנשי אקדמיה ומעצבי דעת קהל), שעשו שימוש בכלים כמיתוסים, אתוס, נרטיבים וסמלים ליצירת זהות יהודית חדשה ו"כור היתוך" למהגרים לארץ ישראל.

ממצאי המחקר בעזרת כלי הניתוח של המסד התאורטי, זיהו את התהליכים שהחברה היהודית עברה בגיבוש הזהות החדשה. המקרה היהודי-ישראלי, נושא שנדון בדרך כלל בעולם האקדמי בכלים של

פוליטיקאים, היסטוריונים, "אזרחים מן השורה" ובני משפחה לעצב את הזיכרון הקולקטיבי.

הפרק שבחן את ציר הזמן תיאר כיצד פנתה העיתונות לעבר, להווה ולעתיד בהתייחסותה למותו של ראש ממשלה. השימוש התכוף בפרסום סיפורים מעברם של המנהיגים הדגיש את תפקוד הקהילה העיתונאית כסוכנת זיכרון. סיפורי העבר עיצבו את זיכרון המדינאים לטוב ולרע והציגו דימוי ששיקף את העמדות האידאולוגיות והפוליטיות וחשף את האינטרסים המסחריים של כל עיתון. תוך התייחסות ברורה להיבטים עכשוויים, העיתונות הישראלית השתמשה בזיכרון ראשי הממשלה לשתי מטרות מרכזיות: (1) הבעת ביקורת, או תמיכה, במפלגות ובבעלי תפקידים במערכת הפוליטית הנוכחית; (2) עידוד תהליכים מדיניים שעומדים על הפרק או מחאה נגדם.

אני, רובוט. אתה, עיתונאי. מי המחבר? תפיסות מחבר, מדיניות מזפים וגילוי נאות בעיתונות רובוטית

טל מונטל

בהנחיית פרופ' צבי רייך, המחלקה לתקשורת, אוניברסיטת
בן-גוריון בנגב, 2015.

המחקר מטפל באחד האספקטים העמוקים ביותר והשנויים ביותר במחלוקת סביב העיתונות הרובוטית (Robot journalism): שאלת המחבר האלגוריתמי. השאלות שעומדות במרכזו הן: מי יכול ומי צריך להיחשב כמחבר של תוכן עיתונאי טקסטואלי וחזותי שנוצר באופן אוטומטי, ובמידה מסוימת גם אוטונומי, על ידי אלגוריתמים וכלי תוכנה ייעודיים, המבוססים על טכניקות של בינה מלאכותית ועיבוד שפה טבעית.

אלגוריתמים אלה, הנמצאים בשימוש הולך וגובר של גופי תקשורת ועיתונות מרכזיים חלוציים, בעיקר מארצות הברית, דוגמת *Associated Press, Forbes, L.A. Times, ProPublica* ועוד, מאפשרים לארגונים אלה הפקה מהירה של תוכן נרטיבי. תוכן זה מותאם לקורא מבחינת דרכי השימוש בקול, בסגנון ובטון, ומופק בעלות שולית נמוכה, תוך מתן מענה לקהלי קוראים נוספים בתחומי סיקור שונים, כגון: תחזיות פיננסיות, תקצירי ספורט, דיווחי מזג אוויר, סקירות נדל"ן ועוד. השימוש בטכנולוגיה זו הוא בעל השלכות פרקטיות, סוציו-פוליטיות, פסיכולוגיות, משפטיות ותעסוקתיות הן על קהל הקוראים והן על הארגונים החדשתיים והעיתונאים עצמם, ומכאן חשיבותו של המחקר. המחקר מנסה לברר מי ראוי להיחשב למחבר (Author) של ידיעות חדשותיות מבוססות אלגוריתם, שמומחים חוזים כי הן עשויות לתפוס חלקים משמעותיים מהתוכן העיתונאי בשנים הקרובות, וכיצד ראוי לייחס ולסמן ידיעות אלה, באמצעות מזכים (Bylines) וגילוי נאות, באופן שישירת באופן מיטבי את צרכי הציבור ואת תפיסותיו כלפי תוכן אוטומטי.

המחקר משלב ראיונות עם אנשי מפתח ומומחים בקומץ ארגוני החדשות החלוציים בעולם שמפרסמים באופן סדיר תכנים אלגוריתמיים, עם ניתוח תוכן כמותני של ידיעות אלגוריתמיות המתפרסמות באתריהם

מדעי הרוח, סוציולוגיה ומדעי המדינה, נבחן ונחקר כאן גם בכלים של מדעי הניהול, התקשורת והחברה.

ההנחה הבסיסית בהעתקת מונח המיתוג מעולם התוכן השייווקי לעולם התוכן המדינתי, החברתי וההיסטורי היא כי בשינוי הגדרות המתחייבות מהמרת "מיתוג שיווקי" ל"מיתוג מדינתי" התכנון, הביצוע, המדידה, ההערכה והתוצאה יהיו דומים או זהים.

כלי מחקר נוסף שסייע במקרה בוחן זה הוא מאגר המידע Brand Asset Valuator, המבוסס על תוצאות סקרים וקבוצות מיקוד שבדקים את ערכם, את כוחם ואת יוקרתם של עשרות אלפי מותגים לאורך עשורים. הכלי הזה מסייע לבחון ביצועים של מדינה לאו דווקא בכלים פוליטיים, אלא באמצעות תאוריות של פסיכולוגיית המונים, שיווק ואנתרופולוגיה חברתית.

המחקר שופך אור גם מבחינה פוליטית ותקשורתית על הקשר שבין פרסום לפסיכולוגיה וסוציאליזציה של ההמון) כמו הבניית זיכרון קולקטיבי בתרבות ובחברה, ותורם לחקר תעשיית הפרסום המשתמשת במיתוסים כדי להפוך את הרעיונות שהיא מקדמת למקובלים בתרבות ובחברה. השימוש בארבעת המשתנים של תמהיל השיווק במחקר עשוי, לפיכך, להיות בעל ערך יישומי לפוליטיקאים, למעצבי מדיניות ודעת קהל, ליועצי תקשורת ולפרסומאים המבקשים לפנות לקהלי יעד חדשים ושונים.

עבודות תזה לתואר שני

'אחרי מות קדושים': הנצחת ראשי ממשלה בעיתונות הישראלית

ברק בר-זווהר

בהנחיית פרופ' ז'רום בורדון וד"ר אייל זנדברג, החוג
לתקשורת, אוניברסיטת תל-אביב, 2014.

מחקר זה בדק כיצד סוקר מותם של ראשי ממשלת ישראל: דוד-בן-גוריון, גולה מאיר ומנחם בגין, בעיתונים דבר, הארץ, ידיעות אחרונות, הצופה והמודיע בחודש שלאחר מותם ובטקסי אזכרתם. בחינת החודש שלאחר המוות אפשרה לנתח, לתאר ולהציג דרכים שבהן עיתונים ישראלים מעצבים את הזיכרון הקולקטיבי של ראשי הממשלה המזוכרים לעיל. ניתוח סיקור ימי האזכרה לאורך השנים הצביע על מגמות של המשכיות ו/או שינויים בעיצוב הזיכרון הקולקטיבי על ציר הזמן ובהנחלתו. המחקר קשר שלוש זירות חשובות: עיתונות, מנהיגים פוליטיים וזיכרון קולקטיבי. בחינת שלושת המרכיבים הללו, לאורך ארבעה עשורים, התירה התייחסות בריזומנית הן לדפוסי העבודה של הממסד העיתונאי בישראל והן לאופני ההנצחה של מנהיגים בעיתונות הישראלית.

בבחינת ההנצחה המחקר התמקד בשני ממדי מחקר איכותניים: סמכות וזמן. הפרק שעסק בסמכות התעמק לא רק בטקסט הכתוב, אלא במידה רבה באנשים שכתבו, ערכו ופרסמו את הטקסט. פרק זה ניתח את הסוגיה למי וכיצד מוענקת סמכות להספיד ולהנציח ראש ממשלה בעיתונות המודפסת. נעשה ניסיון לבחון את התנאים המוקדמים שמנחים את מערכות העיתון בעודן מקנות סמכות לגורמים חוץ-עיתונאיים כגון

כאמצעי לשיפור אמינות עיתונאית. "ענן המסמכים" משמש כקטלוג מידע מקוון המכיל מסמכי מקור המייצגים גופים או מוסדות שונים. המסמכים נתרמים בידי עיתונאים, חוקרים וארכיונאים. הפרויקט מספק לעיתונאים המשתתפים בו אפשרות להטמיע את מסמכי המקור בידיעותיהם, ולצרף את הערותיהם להם. הקטלוג פתוח לציבור ומכיל מנוע חיפוש המאפשר חיפוש במסמכי המקור על פי נושא או שיוך מוסדי. בין המשתתפים בפרויקט אפשר למצוא כמה מארגוני החדשות החשובים בעולם, דוגמת הניו יורק טיימס והגרדיאן, וספקי מידע חדשותי אלטרנטיביים.

מחקר זה מִיִּפֶּה את האופן בו משתמשים עיתונאים מסורתיים ואלטרנטיביים ב"ענן המסמכים", במטרה לבחון אם מדובר בערוץ טכנולוגי חדש בעל פוטנציאל לשיקום האמינות העיתונאית. לצורך כך נדגמו באקראי כמאתיים ידיעות עיתונאיות מהקטלוג המקוון ב"ענן המסמכים", ואליהן צורפו כ-315 מסמכים. הידיעות והמסמכים נותחו באמצעות שילוב שיטות איכותניות וכמותניות לניתוח תוכן. בתחילה זוהו כמה פונקציות שימוש מרכזיות במסמכים, ויתרונות ייחודיים לשימוש במסמכים העשויים לשפר אמינות עיתונאית. בשלב שני נותחו הידיעות בצורה כמותנית לבחינת שכיחותן של סוגי הידיעות, מחברי הידיעות (מסורתיים או אלטרנטיביים), פונקציות השימוש שזוהו וסממני שקיפות נוספים. ניתוח המסמכים כלל את סיווגם על פי תוכנם ומקורם. הממצאים מלמדים כי עיתונאים עושים שימוש נרחב במסמכי המקור כראיות וכאמצעי להוספת מידע משלים לידיעות. במרבית המקרים נמצא כי עיתונאים עושים שימוש במסמך לביסוס עובדתי של טענה ללא ניסיון לאמת או להפריך את המידע המסופק במסמך עצמו. מקורם של מרבית המסמכים שבהם נעשה שימוש הוא בגופים ובמוסדות ציבוריים, ובמרבית הידיעות נמצא לפחות מסמך אחד המייצג מקור בעל סמכות. הפרקטיקה הכרוכה בצירוף מסמך לידיעה באמצעות "ענן המסמכים" מאפשרת לעיתונאים שליטה טובה יותר במידע ובקורא מזו המתאפשרת באמצעות שימוש בקישור חיצוני, מייצרת שיתופי פעולה בין עיתונאים ומאפשרת לעיתונאים לחשוף את המידע שנמסר להם ממקורותיהם. הערך הראייתי הגבוה מאפשר לעיתונאים להציג חומרי גלם המספקים מצד אחד בסיס להצדקת טיעוניהם, ומצד שני מספקים לקורא חוויה פחות מתוכנת של האירוע, וחושפים במידת מה את תהליך העבודה העיתונאית.

ובאתרים של ארגונים נוספים, בשילוב עם קשת רחבה במיוחד של ספרות מחקר אקדמית מתחומי המשפט, הספרות, מדעי המחשב והתקשורת. ממצאי המחקר מצביעים על פערים משמעותיים בין המדיניות הננקטת והמדיניות העולה מספרות והמחקר, לבין תפיסות מחבר אנתרופומורפיות, כאלה הממוקדות במחבר בעל תצורה אנושית בלבד, בקרב מקבלי ההחלטות והמומחים. אלה מתקשים להכיר במחבר שאיננו אנושי לתוצרים אלגוריתמיים אלה. בארגונים העיתונאיים הנחקרים לא נהוגה מדיניות קרדיטים ייעודית, מקיפה ועקיבה, וזאת בניגוד לחשיבות הרבה שמייחסים המרואיינים לשקיפות לקהל הקוראים. המחקר מסתיים בהצעה למדיניות מקיפה ועקיבה של קרדיטים ולגילוי נאות לתוצרים עיתונאיים אלגוריתמיים, תוך שמירה על האינטרס הציבורי.

עיתונות בענן: פלטפורמה חדשה לבניית אמון בתקשורת?

ניב מור

בהנחיית פרופ' צבי רייך, המחלקה לתקשורת, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב, 2014.

שיפור אמון הציבור בתקשורת הפך חיוני להישרדותה של תעשיית החדשות המסורתית. שינויים טכנולוגיים וחברתיים משנים את הסביבה התקשורתית שבה פועלים עיתונאים וארגוני החדשות. ריבוי הפלטפורמות לפרסום, והכלים הטכנולוגיים המאפשרים לכל גורם לאסוף לעבד ולהפיץ מידע, יוצרים תחרות לעיתונאים ופוגעים במודל הכלכלי שעליו מתבססת תעשיית החדשות. לשיפור אמינותם נדרשים עיתונאים וארגוני חדשות לאמץ שיטות עבודה חדשות ונורמות מקצועיות, וללמוד לנצל את הכלים הטכנולוגיים העומדים לרשותם.

בשנת 2009 עלה לרשת "ענן המסמכים" (DocumentCloud), פרויקט ללא מטרת רווח, המאפשר לעיתונאים לצרף מסמכים לידיעותיהם המקוונות, במטרה לחזק את יכולתם להציג מקורות וראיות, המשמשים כבסיס המידע לסיפור החדשותי, ובכך לשפר את היכולת העיתונאית לייצר שקיפות בנוגע לתהליך העבודה. שקיפות הנוצרת מחשיפת תהליכי עבודה והצגת ראיות לקוראים מוזכרת בספרות