

## “עם כל תלמידי שלטטתי”: מורים, תלמידים ולימודי התקשורת

במאמר זה אני מבקשת להאיר היבטים מספר של לימודי התקשורת כתחום הוראה, ולעמוד על מרכיבי השיח הייחודי, הנוצר בין מורים ותלמידים המתמודדים בצוותא עם האתגרים הטמונים בבחינה מושכלת של מבעי המדיה השונים (ראו הרחבה בתכנית הבחירה “תקשורת המונים”, התשנ”ג, עמ’ 5-6). התנסות לימודית משותפת זו כרוכה בנכונות המורה להיענות לחילופים התכופים המתרחשים בתפקידי המשתתפים בה: מורה ו”לומד”, תלמיד ו”מלמד”. הוראת התקשורת מזמנת התמודדות עם תחום שהשתנות תמידית בכל מרכיביו - המערכתיים, הטכנולוגיים והלשוניים - היא אחת מתכונותיו המרכזיות. זהו תחום המתעשר תדיר בסוגות ובערוצי מבעי מגוונים המקיימים ביניהם קשרים אינטר-טקסטואליים: בצד הדיון בעיתונות הכתובה והמשודרת, בסוגות טלוויזיוניות ובסרטי קולנוע, לימודי התקשורת עוסקים גם במבעים חזותיים כתצלומים וקומיקס, וידיאו-קליפים ומשחקי מחשב, סרטי אנימציה, פרסומות ועוד.

העיסוק במדיה כתחום הוראה מחייב גם עיון מתחדש בהגדרת מעגלי התקשורת המורכבים שמקיימת המדיה באמצעות מבעיה עם קהליה השונים. חשוב לציין כי החשיפה למבעי התקשורת מלווה לא פעם במעורבות אישית של המורה והתלמיד כאחד, ותופעה זו מציבה את המורים בעמדה קבועה של פיצול בין מעמדם כצרכנים של מבעי המדיה (כחוקרים של אותם מבעים עצמם, בין מיומנותם כמבקרים וכ”מפענחים מומחים” של מבעי המדיה ובין תחומי אחריותם כמורי התחום כלפי תלמידיהם.

קדימון (“פרומו”) הולם למאמר העוסק במורים, תלמידים ובהוראת התחום הקרוי “לימודי תקשורת” ניתן היה להציע, למשל, פתיח כזה:

ד”ר איילת כהן היא ראש החוג לתקשורת במכללה ע”ש דוד ילין ומרצה בחוג לתקשורת באוניברסיטה העברית בירושלים.

"במענה לאתגר המוצע בעצם הניסיון ללחוץ לרגע על כפתור ה-pause, להקפיא frame מקרי מתוך הווידאו-קליפ של חיינו ולסמן ב-bold את מאפייני הישות החמקמקה, הבין-תחומית והרב-ערוצית, הדינמית והמתרחבת של תחום ההוראה הצעיר הקרוי "תקשורת" בכבליה המפוקפקים של הגדרה הנכונה תמיד רק לשעתה, ננסה לפתוח Windows למאפיינים המיוחדים של מי שלומדים ומלמדים תחום זה"



[ואמורים להכיר את סגנון השיח, שדות המשמעות ותחומי התוכן שמהם נלקחו הדימויים והאזכורים המופיעים בפסקה זו; אפשר וכדאי להיעזר במיומנויות התלמידים בגלישה ובשלטוט (Zapping)].

מעבר להיכרות עם ההיבטים הטכנולוגיים ואילוסי המערכת של אמצעי התקשורת, לימודי התקשורת כרוכים, אם כן, בקניית לשון מורכבת חזותית ומילולית, הנתונה אף היא, מעצם טיבו של תחום העולם שלהם לשינויים תדירים. גם כאן, כמו באינטראקציות רבות המתרחשות בלומדים למלמדים בשיעורי התקשורת, הגבולות מיטשטשים בין תפקידי המשתתפים. התלמידים יכולים לא פעם לשמש כמתווכים, כפרשנים וכמתרגמים - כמורים למוריהם. כדי לחדד את ההבחנה בין תפקידי המשתתפים באינטראקציה המיוחדת לשיעורי התקשורת, אני מציע להבחין בין מורה העוסק בהוראת התחום ותלמיד שלומד "תקשורת" בתיווכו של המורה, לבין ראייה מקבילה של המורה והתלמיד כחברים

שותפים בקבוצת צרכני המדיה, שבמסגרתה הם מתנסים בהתמודדות משותפת עם מבעי התקשורת.

כדי לחדד את ההתבוננות בכמה מן האתגרים העומדים בפני לומדים ומלמדים המתנסים בצוותא בלימודי התקשורת, בחרתי להתמקד, לאחר כמה הערות על מטרות לימודי התקשורת ועל ייחודה של ההתנסות המשותפת למורה ולתלמידיו, בשלושה תחומי דיון המאירים פנים שונות של ההתנסות הזאת. התחום האחד יעסוק במבעי מדיה הפונים לקהל מפולח (כאן: מבוגרים וצעירים); תחום הדיון השני יעסוק בפניו השונות של מושג ה"חידוש" והשלכותיו על לימודי התקשורת, והמוקד השלישי יצביע על הפיתוי והסכנה שבהפיכת צרכן מבעי המדיה ה"נאיבי" למפענח מיומן ומתורכס מדי של מבעים אלה, ועל השלכותיה של תופעה כזו על אופי לימודי התקשורת.

### **א. השפעת המדיה על עיצובה של תמונת עולם ומטרות לימודי התקשורת**

אמצעי התקשורת מעצבים שטחים נרחבים בתמונת העולם שלנו, והתמודדות עם השפעתם כרוכה במודעות לאופים המניפולטיבי ובהבנת הדרך שבה הם משנים את תחושת המקום והזמן. המדיה גורמת לטשטוש הגבולות המסורתיים שהתקיימו בין תחומים מרכזיים בחיינו החברתיים, ומבעיה חושפים התרחשויות שנמצאו בעבר מאחורי הקלעים (מאירוביץ, 1985). מוכרים גם ההתרעה מפני ההתמכרות וההשפעה החזקה שיש למדיה על התנהגות מיידית ורחוקה, הסכנה בהצגה שטחית וסכמתית של חלקי מציאות, והמחקרים השונים המצביעים על השפעות שליליות אפשריות של המדיה על קהל צעיר (ראו, למשל, פוסטמן, 1982, 1985).

אנו מודעים היטב למעמדם של אמצעי התקשורת כערוצי מידע ובידור, כמקור להתעדכנות בתחומי החיים השונים, כמעצבי תפיסות חברתיות וכמעצבי מציאות. אנו ערים לרמת הנגישות הגבוהה שלהם ולתחומי השפעתם ההולכים ומתפשטים (להרחבה ראו, למשל, Katz and Blumler, 1974). מודעות זו מחזקת את הצורך הדחוף בפיתוח יכולת ההתמודדות של מבוגרים וילדים כאחד עם המרכיבים השונים של מבעים אלה באמצעות סיגול והקניה של מיומנויות פיענוח מורכבות. מטרותיו העיקריות של המורה לתקשורת יהיו, אם כן, להכשיר את עצמו ולכוון את תלמידיו לדעת להפיק מהמדיה את היתרונות הגלומים בה, תוך מודעות

למאפייניה הצורניים והתוכניים, לדרכי הבניית המציאות שלה ולמידת כוח השפעתה.

חשוב לא פחות לזכור כי למדיה תפקיד חשוב גם בעיצובן של נורמות תרבותיות וחברתיות [הרחבה על תחום חקר התרבות (cultural studies) ראו, למשל, אצל Morely, 1992]. באמצעותה מתוודעים הצרכנים לקבוצות חברתיות שונות ומתעדכנים בסוגות, במושגים ובתחומי עניין חברתיים. מטרה נוספת של הוראת התקשורת תהיה, אם כן, לזהות ולחקור נורמות תרבותיות וחברתיות אלה, המיוצגות במדיה בכלל סוגותיה השונות. משדרים וכתבות העוסקים בחדשות, תכניות אירוח טלוויזיוניות, קומדיות מצבים, מאמרי פרשנות בעיתונות, וידאו-קליפים, משדרי תעמולה לבחירות ועוד, תוך דיון ממוקד בשני כיווני התחום: בתוכני המבעים (מה אומרים) ובלשונם (איך אומרים).

דיון משותף של מורים ותלמידים בהיבטים אלה של מבעי המדיה ימקד את הלימוד הן ברכישת כלים להתמודדות עם כוח ההשפעה של אמצעי התקשורת, והן בראיית המדיה כמסגרת חשובה להכרת הגדרות ומערכות נורמות חברתיות ותרבותיות.

### **ב. ההתנסות הכפולה של המורה והסכנה השמורה בהנאה**

ההתנסות הכפולה של המורים לתקשורת, כמי שמקנים לתלמידיהם מיומנויות לעיסוק ביקורתי במדיה, ובו-בזמן כמי שמתנסים בעצמם בסיגול מיומנויות אלה תוך התוודעות לתחום הוראה חדש יחסית, תובענה מהם, כאמור, להביע נכונות לראות עצמם בעת ובעונה אחת כמורים לתלמידים, כצרכנים פעילים ומודעים של מבעי התקשורת וכמי שבוחרים אותם מבעים עצמם כתחום מחקר.

לימודי התקשורת הם גם תחום שבו התלמידים יודעים לא פעם יותר ממוריהם. תלמידים אלה, שאחת ידם אוחות בשלט והשנייה מחזקת בזרוע העכבר, נהנים מיתרון הידיעה הטכנולוגית שבאה להם באופן טבעי, ועל כן גם הבקיאות בדקויות השונות של המורכבות המילולית והחזותית של מבעי המדיה השונים, מקומדיות מצבים ועד לווידיאו-קליפים ולמשחק מחשב. המורים עומדים כך לא פעם בפני אתגר לא פשוט המתקיים בצורה "להחליף תפקידים" ולהתגלות כ"תלמיד של תלמידך". ההבלגה על חילוק התפקידים הזמניים הללו מהותית וחשובה להבנת ההתנסות המשותפת

למורה ולתלמיד, היוצרים בצוותא מסגרת של התבוננות ביקורתית במדיה: המורה משמש כמתווה מסגרות הלימוד, כמתווך בין מבעי המדיה לבין התלמידים-הנמענים, כמכוון להתבוננות במרכיבים תוכניים וצורניים, כמצביע על מוקדי השיחה וכמנחה הדיון המסכם במבעים. במהלך הדיון המשותף הוא מביע נכונות ללמוד מתלמידיו, ובכך הוא מחזק את תחושת "האוירה הדמוקרטית", החשובה לאופי המיוחד של תחום ההוראה.

תחושה זו מתחזקת כאשר המורה, במקביל לתפקידו כמנחה וכמתווך, מתנסה בעצמו ויחד עם תלמידיו בהוויה המשותפת לכל אזרח במדינה דמוקרטית, שהמדיה ממלאת תפקיד מרכזי בחייו. כקהילה של צרכני מדיה דומים המורה ותלמידיו בכמה אופנים: בהנאה מהאפשרות להתנתק ולברוח למחוזות אחרים (ראו הרחבה אצל Fiske, 1987), בצריכת המדיה למטרות חיברות, ובאפשרות להתעדכן בידע מגוון ולחזק את תחושת ההשתייכות לעולמם הקרוב והמורחב כאחד. זהו יתרונו וסוד קסמו של התחום: הן המורה והן תלמידיו "חיים" את התקשורת ולא רק "לומדים" אותה. תלמידים ומורים כאחד יגשו ברצון לבחינתם של מבעים שהם מתעניינים בהם ממילא, ממשדרי ספורט ועד לתכניות סאטירה טלוויזיוניות, מטור פובליציסטי בעיתון וקריקטורה פוליטית ועד לסרטי קולנוע ולאתרים באינטרנט. זו גם הסכנה הטמונה בלימודי התקשורת כתחום הוראה: המעורבות האישית, התגובה הרגשית החזקה למבעי מדיה שונים וההנאה מעצם העיסוק במרכיבי המבעים ומהפקתם עלולות להסתמן כמטרת הלימוד, ולא כחלק מתהליך ההבנה העמוקה של דרכי הבנייתם של תוכני המדיה והשפעתם על הקהל.

יש חשיבות רבה למתן מקום והתייחסות רצינית, בלתי מתערבת, לתגובותיהם הראשונות של צרכני המדיה - צופים, מאזינים וקוראים - למבעים המוצגים בפניהם; אך זהו רק השלב הראשון ב"לימוד התקשורת". התנסות משותפת בהפקת פרסומת אינה שלמה ללא דיון ביקורתי במרכיבי הדרך שבה המוצר שיצרו התלמידים פונה אל צרכניו. הבעת תגובה רגשית למרכיביו של עימות טלוויזיוני בין מתמרדים פוליטיים ללא סיכום כיווני המחשבה השונים ועיגון הדיון בדרכים שבהם כוונו מבעי המדיה ליצירת תגובות אלה, מותירה את הדיון בשלבו הראשוני ומרחיקה את המשתתפים בשיח ממטרת ההוראה: הדיון הביקורתי בגורמים שהובילו לתגובה זו. עם זאת חשוב לציין כי מדובר בהוויה מתמשכת של חשיפה למדיה ושל צבירת ידע וקביעת עמדה על אודות מרכיביה השונים. הדיון במבעי המדיה

מחייב, אם כן, התייחסות חוזרת ובחינה מחודשת של האיזון בין נקודת הראות הסובייקטיבית של ה"צרכן" לבין שכלול הכלים הביקורתיים של ה"מבקר", מורה ותלמיד כאחד.

### ג. הצגת סיטואציה של לימוד משותף: מבעים המכוונים לקהל מפולח

דוגמה לתופעה שבה המדיה מעודדת דפוס של התנסות משותפת בין המבוגרים (המורה וגם ההורים) לבין הילדים כצרכני מדיה היא ביצירתם של מבעים המיועדים לקהלים מפולחים והנהנים מפופולריות בקרב מבוגרים וילדים כאחד. תפיסה זו מתבטאת בכך שמשבצים במבעים (חזותיים בעיקר) תכנים מספר המוצעים ברבדים שונים של פיענוח במבע המחולק ל"רצועות" או ל"פלחים" (strips) המיועדים לקהלים מגוונים. מגמה זו ניזונה גם מתפיסת הגבולות הגמישים בין הז'אנרים השונים ומשתמשת בה (על סוגות טלוויזיוניות ראו, למשל, Himmelstein, 1984). כל אחד מהצופים יכול לזהות את ה"פלח" שלו, הן מבחינת התוכן והן מבחינת הסגנון. כך נוצרים סדרות טלוויזיה, סרטי אנימציה ותשדירי פרסומת הפועלים כמניפה, שכל אחת משלוחותיה מכווונת לקהלים שונים: למבוגרים, לילדים, לצעירים, לקבוצות חברתיות שונות. המבע מעוצב כמכלול עצמאי, המוצע כטקסט אוטונומי, אך כל אחד מקהלי היעד הפוטנציאליים מאתר בו את ה"פלח" שלו, ומגיב באמצעותו לתוכן המעוצב "בשבילו". כך, בסרט פרסומת מצויר לחטיף, ייהנו ילדים ממרכיביו של סרט האנימציה - הציור, קולות הדמויות, דפוסי העלילה המוכרים (מרדפים, "גאגים" וכדומה) - ואילו המבוגרים ייהנו מהסאטירה החברתית מאזכורים לסרטי קולנוע וממשפטים נבחרים שהושמו בפי הדמויות המצוירות כקריצה לקהל היעד של מי שייענו, בסופו של דבר, לתביעה "קנו לי את החטיף שראיתי בפרסומת", וישלימו את מעגל התקשורת בהגשמת מטרת המפרסם.

לפנייה לקהל מפולח כמה מאפיינים מרכזיים: במוקד תשומת הלב של המפיק עומד המפענח. הן היוצר והן הקהל נדרשים לראייה רב-ממדית של הדברים, ועל כן בנוי משדר כזה ממספר רב של מוקדי תשומת לב בהתאם לתפיסה המרובדת של הקהל וראיית קהל היעד בעין המפיקים מוצגת תמונה מורכבת של נושאי המשדר, המשקפת לא פעם, בו-זמנית היבטים חברתיים מגוונים.

תופעת הקהל המפולח מתקשרת לתופעת טשטוש הגבולות שבין מבוגרים לילדים. ילדים גדלים כשהם מוקפים בערוצי מדיה מגוונים, ומפתחים דרכים לפיתוח מיומנויות של פיענוח לשונות המדיה השונות. החיים עם ערוצי המבע המגוונים מקדמים את תפיסת המציאות באמצעות יחידות מידע מורכבות. כאשר צופים במדינאי בטלוויזיה, הדברים שהוא אומר, הדרך שבה צילמו אותו ושפת הגוף שלו נקבעים במכלול ההבנה כמקשה אחת. הילדים מכירים את "יצירת הזהות" המגוונת הזאת מנסיונם האישי: ההיסטוריה הפרטית שלהם מתועדת בווידיאו, באלבומי תמונות ובאוספי ציורים ותדפיסים של ציורי מחשב שיצרו. הם גדלים עם דימויים "מתנועעים ומדברים" שלהם ושל יצירותיהם. נוסף לכך את קשיי ההבחנה בין מציאות לדמיון בגיל צעיר, ומכאן תובלט חשיבות הבנתה של הלשון האסתטית המורכבת, שהילדים אמורים להיות אמונים על פיענוחה. חשוב לציין כי גם אם רמת הפיענוח של חלק מהרעיונות המוצעים במבע מסוים, כמו למשל סאטירה חברתית ופוליטית ומשחקי המילים, אינה שלמה, אין היא גורעת מהנאת הילדים, המגיבים "פלח שלהם", ואף תורמים לדיון המשפחתי המתעורר בעת הצפייה (Morley, 1986).

נקודה נוספת, הראויה להרחבה כאשר דנים בצפייה משותפת של קהל מפולח, היא ראיית המבעים השונים כמסגרת טבעית פתוחה לחיבורים בין לשונות מדיה וסוגות שונות. סממניה של הלשון הרב-קולית, החזותית והמילולית, העולה מגבולותיו של שיח בין-מבעי, מופיעים בכל ערוצי המבע ומשמשים כמתווכים בין יוצרי המבעים לקהלים מגוונים, המוסיפים עוד ועוד רבדים ליכולת הפיענוח הלשונית שלהם. ניתן, על כן, לראות בלשון זו תופעה כלל-תרבותית, ההולכת ותופסת מקום מרכזי, ומשמשת כאתגר לפיענוח בחברות שונות.

ההתבוננות במאפיינים אלה מעוררת עניין בתהליכי החשיבה והתפיסה הלשונית, הנדרשים לצורך פיענוחן של יחידות לשוניות מורכבות. שילוב של מרכיבי לשון כתובה ולשון חזותית לכלל יחידה עצמאית דורש חידוד והרחבה של תיאור תהליכים קוגניטיביים. כך גם ההתבוננות בקבוצת נמענים רבגונית, הנענית למסרים מורכבים ברמות שונות, בכיווני תגובה שונים ובכיווני תפיסת מציאות שונים; תגובה העשויה לנוע משביעות רצון עצמית על תחושת ה"ביחד" שבפיענוח המסרים השונים, ועד לתחושת אי-נחת מהפעלת המניפולציה המורכבת על חושי הקולט; תמונת המציאות, בהתאם לתחושות אלה, עשויה לנוע ממציאות "וירטואלית", בין-לאומית,

המורכבת מסמלים מוכרים, ועד לרצון להגדיר מחדש סממנים מקומיים, מוחשיים וקרובים יותר.

נעיר כאן כי פיענוחם של מבעים כאלה מחייב סדרה של מיומנויות לשוניות מורכבות, האמורות לבוא לידי יישום בתיהלוך (processing) של מבע דחוס וקצבי ביותר. האיזון שבין ההתפעלות מן הברק הסגנוני והיכולת לפענח את רובדי המשדר השונים לבין המודעות למניפולציות התוכניות - חשוב כשמדובר בקהל צעיר במיוחד, המודרך כך לקלוט ולעצב תמונת עולם הנתונה משלל דפוסים חוזרים, שהוא מתוודע אליהם בערוצי המבע השונים.

תהליך זה אף מניח את דבר קיומו של ידע עולם משותף למשתתפים במעגל הקשר, ואת קיומה של מערכת תרבותית רבגונית שחברים בה מבעים מתחומי אמצעי תקשורת ההמונים, הפרסום, הקולנוע וערוצי מבע אחרים. הנחה זו מחייבת את המוענים להגדיר את קהל היעד, שאליו הם פונים באמצעות הדפוסים הלשוניים המורכבים. הרמות השונות של הלשון החדשה מופנות, על כן, למנעד רחב של קהלים: מקהל ייחודי מצומצם, שהמיקוד בייצוגו של עולם תרבותי מתוחכם בדפוסים לשוניים הוא חלק מהעיסוק וההגדרה החברתיים שלו [כזו למשל היא הכתיבה לקהל צעיר, עירוני ומתוחכם במקומונים ובספרות שיוצריה משתייכים לחברה היוצרת המצומצמת הזו (כהן, 1999)]. מכאן נובעת לעתים החלטה מודעת על כתיבה לקהל מצומצם, או על "ירייה לשונית באפלה", בבחינת: "אני אכתוב, ויבין מה שיבין" ועד לכיוון לקהל יעד רחב, שהידע התרבותי שלו מורכב אמנם מתוכניהם של ערוצי מבע רבים, אך הדפוסים הלשוניים ומקורותיהם מצומצמים יחסית ובעלי מכנה משותף נמוך, וכך גם מנעד האזכורים התרבותיים השונים. תופעה זו מתקיימת למשל בסדרה "משפחת סימפסון", בעל רמת התחכום הגבוהה, שגם בה מתקיימים "פלחים" רבים דים כדי לזכות אותה באהדתו של קהל רב-גילי מפולח.

הסיטואציה המשותפת למורים ולתלמידים בשעת הצפייה בסדרה מסוג זה עשויה להיות מהנה ומועילה כאשר כל אחד מהמשתתפים משלים את פעריו של חברו: התלמידים יפענחו פרטים זעירים שיחמקו מעיני המורים בשל בקיאותם בלשון החזותית, ויוכלו להצביע על מרכיבים של סוגות החביבות עליהם; הם גם יוכלו להביע הזדהות עם הסיפור ועם הדמויות השונות. המורים יוכלו לעמוד על עקרונות הסאטירה החברתית או לעמוד



על מרכיבי הזיגור ועל הקונוונציות שלו, כדי להבהיר לצופים הצעירים יותר היכן עובר הגבול שבין מציאות לבין ייצוג מציאות נבחרת במסגרת של סוגה, בעיקר כשמדובר בייצוגן של מסגרות חברתיות ויחסים בין-אישיים בין בני משפחה, בין חברים וכדומה. יש לזכור כי ילדים מפרשים לעתים קרובות מבעי מדיה שונים, ובעיקר תכניות טלוויזיה, בהתאם לתפיסת עולמם, ולא פעם בדרך שונה מזו של המבוגרים (Buckingham, 1993). צריכה לא ביקורתית של מבעי המדיה - ובמקרה זה: מבעי מדיה הנתפסים כלגיטימיים בשל אופי הדמויות ובגלל סיטואציית הצפייה המשותפת - עלולה לגרום לעיצובה ולאישושה של תמונת מציאות מעוותת. יתרונם של מבעים מעין אלה הוא, אם כן, בהזדמנות להתנסות משותפת של מבוגרים וילדים בפיענוח המבע. האתגר בדיון בהם יהיה בהבחנה המשותפת במרכיבי התכנים המפולחים, ובהצבעה על דרכי ייצוג המציאות העולים מסך ההתרשמיות של הצופים השונים, תוך מודעות למסגרות הסוגה ולצרכים של כל אחד מסוגי הקהלים.

#### **ד. הוראת התקשורת ופניו השונות של המושג "חידוש"**

בדומה למושג הדיון שלהם, לימודי התקשורת הם תחום המתחדש ומתעדכן תדיר בכל מרכיביו. שינויים אלה מיוצגים במוקדים הרעיוניים ובדרכי הבנייתן של מסגרות הערכים המצויים בבסיסו של כל מבע תקשורתי. הדיון במאפייניהם המתעדכנים של מרכיבים אלה ניצב במרכז העיסוק במדיה בהקשריה החינוכיים.

המודעות למחויבות התחום לאירועים אקטואליים מחייבת את המורה גם לנכונות לגמישות בקביעת נושאי המפגשים עם התלמידים. קיום שיעור מתוכנן על סרטי אנימציה ביום בחירות פירושו כמובן החמצה של עצם התפיסה הייחודית של לימודי התקשורת כתחום הוראה.

העיסוק בלימודי התקשורת מחייב את המורה ואת תלמידיו למודעות מתמדת לשינויים המתחוללים במרכיבי התחום. כך למשל עשויים לעלות לדיון נושאים כגון אלה: הגבולות המיטשטשים בין סאטירה לבין אמירה פוליטית חריפה בתכנית כמו "החרצופים"; השלכותיה של תופעת המדיה המתבוננת בעצמה (כתבה בעיתון העוסקת בתכנית אירוח טלוויזיונית, ביקורת העיתונות ברדיו, התייחסויות, ציטוטים ואזכורים של מבעים המופיעים במדיום אחד - במדיום אחר) על ייצוג תמונת העולם; הדיון בצדדים האתיים של הייצוג הטלוויזיוני של משפטו של נבחר ציבור; בחינת

היחסים בין המדיה לבין השלטון בתקופת בחירות; משמעות השינוי שחל בדרכי ייצוג של נשים במשפחה בקומדיות מצבים; בחינת לשונם של מנחי התכניות בערוץ הילדים, וכדומה. בכל אחת מדוגמאות אלה מתקיימים שינויים המשמשים לא פעם מדד רגיש ומייצג של הלכי רוח חברתיים, והן עצמן משמשות נושא לדיון חברתי.

אני רוצה להצביע כאן על סכנה אפשרית הטמונה בנטייה אחר כיוון מסוים של פרשנות המדיה, העלולה לפגוע במי שעוסק בהוראת התחום. לעתים קרובות נוח למורה, כפרשן וכמתווך, לאמץ קו רעיוני שהמדיה מחזקת, כאשר היא מציגה נושא המצוי עדיין בתהליך של ליבון חברתי כעובדה מוגמרת, כחידוש מוסכם המשקף נורמות חברתיות ותרבותיות.

צרכני המדיה עשויים להיתקל, למשל, ב"הכרזות" על שינויים בסטריאו-טיפים חברתיים במסגרת סוגה פופולרית כקומדיית מצבים. ייתכן כאן ייצוג מתוחכם של דמות "חדשה", שלכאורה מוצגת כ"הפוך על הפוך", אך הכרזה זו מתגלגלת, מכוח הפופולריות של התכנית, במעין הצהרה על אמירה המתראה כמוסכמת. למעשה, אופן הצגת הדברים מותיר פתוח את הדיון הבעייתי בשינויים ובקביעה של סטריאוטיפים אלה, ואף תורם לא פעם להנצחה עקיפה של אותה מכשלה שמפניה אמור היה המשדר לכאורה, להתריע.

דוגמה לכך היא דרך ייצוגם של חילופי התפקידים המסורתיים של גברים ונשים בפרסומת: בפרסומות עכשוויות רבות (המוצגות כ"מיני-סיפור" ולעתים כסדרה של סיפורים בהמשכים), הנשים הן ש"קובעות" את שלב העלילה, ואילו הגברים נתפסים כחלשים, כנשלטים, כמי שמתבוננים בה מנקודת מבט פטרונית או מציגים אותם כ"אובייקט". לכאורה, מוצע כאן שינוי ו"תיקון" של מצב קיים. למעשה, במבט מעמיק יותר, נגלה כי דווקא ההצגה של חילופי התפקידים תוצע מנקודת מבט אירונית, כאומרת: "אנחנו רק צוחקים", ולמעשה מהדהדים ברקע במידה רבה לא פחות של עוצמת הסטריאוטיפים הישנים של גברים ונשים. הייצוג החדש, חשוב אם כן בשל הניסיון "להיראות אחרת", אך בעייתי משום שאינו מבקר את הסטריאוטיפים הישנים ואף אינו מציב להם חלופה ממשית. הבחירה בדרך של ציטוט הישן מתוך לגלוג מחזקת יותר מכל את תחושת המשחש שבחילופי התפקידים, את הצד המשעשע של הניסוי; הרושם הסופי, העמוק יותר של "שבירת הסטריאוטיפים", המופיעה ברמת הסיפור של משדר

הפרסומת, עלול לכוון דווקא לחיזוק הסטריאוטיפ הישן, מכיוון שהוא מוזכר ומצוטט מתוך אירוניה עצמית, תוך הסוואת הביקורת, ומבלי להעמיד לו חלופה משכנעת. ה"סיפור" המשכנע (והמהנה) עלול לכוון את המורה להציע פרסומת כזאת כמייצגת של נטייה לתיקון סטריאוטיפים קיימים; התעלמות מהכיוונים הנסתרים יותר של התופעה תוביל את הדיון להבנה שטחית של הייצוג המורכב והבעייתי של דמויות הגברים והנשים.

דוגמה אפשרית אחרת היא קומדיית מצבים ישראלית הממירה את הלעג לדמויות סטריאוטיפיות בחידוש שבסאטירה חובקת כל, השמה ללעג את "כולם" תוך שימוש חוזר באותם ביטויים גזעניים ומשפילים שכלפיהם, לכאורה, מתריסה המעטפת המאגדת של הסאטירה. פרשני המדיה (מורים, תלמידים, וכל צרכן מדיה אחר) עלולים להתפתות, בשל דרך ההצגה המשכנעת והרצון להיענות לחידוש, לטעון שאכן חל כאן שינוי מתקן בייצוגם של מרכיבים שליליים בנורמות החברתיות, ובכך להסיר מעצמם את האחריות לבדיקה מעמיקה יותר של מרכיבי "הייצוג החדש" של הנושא הטעון.

ה"ניסויים" התוכניים והצורניים בתחומים חברתיים - המיוצגים לא פעם בקומדיית מצבים, באופרת סבון, בטורי רכילות בעיתונות אך גם בדרך הצגתן של קבוצות חברתיות במבעים העוסקים בחדשות - מייצגים לא פעם רק רעיון חלקי או השקפה אחת מתוך רבות המתעוררות בחברה, מקדמים רעיון זה ומציגים אותו כהכרזה המבוססת על אידיאה חברתית אופנתית ובכך מחבלים בהבשלה האיטית של התהליך. שיקולים כלכליים ותכתיבים אידיאולוגיים עלולים להוביל את המדיה לקדם מרכיבים ראשוניים ולא פעם שטחיים של התופעה, תוך התעלמות מן העובדה שהיא מצויה עדיין במהלכו של ליבון חברתי. הצגתו של "חידוש" במבעי התקשורת מעודדת מעורבות רגשית, מחזקת הנאה מיידית מעצם המפגש עם החדש, ומובילה גם לתגובה ה"כלכלית" הרצויה. מתקיים כאן, אם כן, תהליך כפול: לאמצעי התקשורת תפקיד חשוב בהצבעה על מגמות חברתיות חדשות, אך חוסר זהירות בדרך הצגתו של החידוש, כשהוא עלוה ביכולת ההשפעה החזקה של דרך ההצגה במדיה, עלול לגרום לסכנה שבאימוץ החידוש כנתון מוסכם ולחבלה בתהליכים חברתיים שדורשים

## ה. צרכן "נאיבי", צרכן "מושכל" וצרכן "מתוחכם": הפיתוי והסכנה הטמונים בשאננות המבקר

תפקידו של המורה לתקשורת אינו מסתכם בעצם המטרה להכשיר צרכנים מושכלים, זהירים, "אורייניים" וביקורתיים של המדיה. לסיכום הדברים, ברצוני להוליך את קו המחשבה צעד נוסף הלאה, ולנסות לבחון את המשך השיח הנרקם בין המורה (הוא האזרח, הוא ה"לומד מתלמידיו"), שסיגל לעצמו, או שרואה עצמו כמי שסיגל לעצמו, מיומנויות של צרכן מדיה "מתקדם" - לבין תלמידו.

נראה לי שכאן עלולה להתעורר הסכנה, שהביטחון במיומנות הפיענוח שרכש תעורר את המורה (ודרכו - את תלמידיו) להשתכנע שעצם "חשיפת התחבולה" של מרכיבי המדיה השונים המשתקפים במבע היא גם סוף ההתמודדות מבחינתם: עלינו, הצרכנים המושכלים, כבר לא ניתן יהיה "לעבוד". עלינו כבר לא יפעילו מניפולציות. ככל שתחכמו של הצרכן הפרשן גובר, כך מתחדד גם החשש ש"שומרי הסף" של התקשורת (באורח אידיאלי - כל אחד מאתנו) עלולים לשוב ולהירדם בכורסת הטלוויזיה תחושת ידע מעין זו עלולה להוביל לשאננות, לביטחון מופרז בחסינות של הצרכן המושכל מפני כוחה של המדיה, ולהיחלשות מסוכנת של מצד הערנות התמידי, שהוא מהותי להתמודדות הנכונה עם מרכיבי המדיה.

ננסה לתאר זאת באמצעות שרטוט אפשרי של שלבי התמודדות של קת צרכנים עם מבעי מדיה, מן המצב הראשוני, הנאיבי, ועד להתמודדות המתוחכמת עם אותם מבעים. תפקיד המורה והתלמיד ייבחנו בכל אחד מן השלבים.

### מצב ראשון: צרכן המדיה "הנאיבי" - נקודת ההתחלה

מול אמצעי התקשורת ניצב הצרכן ה"נאיבי", זה שאינו נמצא בעמדת המתבונן-המבקר. צרכן כזה מתייחס אל המדיה מתוך גישה "בוהה שטחית, שממלאת צרכים של אֶסקפיזם ושל חיברות בלבד, ונתונה על גם להשפעה ישירה בנושאים כגון: עיצוב וקיבוע של סטריאוטיפים קבוצות שונות; הבניה וקיבוע של מציאות שנתפסת כ"אמיתית" מכיון ש"אמרו בחדשות"; חשיפה ישירה לייצוג מגוון של אלימות וכדומה (לטענת של פוסטמן, 1982, למשל, זהו מצבם של רוב צרכני המדיה). כאן, כאמור, מתמקד תפקידו של המורה לתקשורת בהכוונת תלמידיו לקראת היות צרכנים מיומנים וערניים של המבעים המוצעים להם.

**מצב שני: צרכן המדיה "המיומן" - המטרה המרכזית של לימודי התקשורת**

כאן כבר אמון התלמיד על התבוננות ביקורתית, על איתור התחבולות הרטוריות ועל עמידה על תרומתן להבניית המציאות. הוא כבר רוכש מיומנות בהעמדת מערכת הערכים האישית שלו מול תמונת העולם המעוצבת. הצרכן המיומן יוסיף ליהנות מיתרונות המדיה המופיעים במצב הראשון - תוך עמידה אוטומטית על המשמר מפני הסכנות הטמונות בה. זו, כאמור, מטרתם העיקרית של לימודי התקשורת כתחום הוראה.

**מצב שלישי: צרכן המדיה "המתוחכם" - יתרונות וסכנות**  
בניסיון להגדיר מצב זה אני מבקשת להתייחס אל המורה-המתווך יותר מאשר אל תלמידו - אם כי גם בין התלמידים יהיו בוודאי כאלה שיגיעו לדרגה דומה. צרכן המדיה "המתוחכם" כבר מתנסה בהתבוננות מורכבת, לא פעם חתרנית, עד כדי קריאת-יתר של המבעים השונים, ולעתים עד לזיכוי אפשרי של ההנאה הטמונה במצב ההתמודדות הראשון. מבעי המדיה נתפסים כאן כנושא למחקר, כיעד לדיון המיועד לקהילה מצומצמת של מביני דבר. צרכן כזה (והמורה לתקשורת עלול למצוא עצמו בעמדה דומה לזאת) עומד בפני סכנת ההתעלמות ממה שכבר נתפס בעיניו כמובן מאליו - המודעות למאפייני המדיה, לפונקציות שלה אצל קהילה ולאילוניה. בכך הוא עלול לאבד את הערנות הדרושה להתמודדות מתחדשת עם כל גרסה משתנה של המערכת הניצבת מולו, ולהוסיף להתמודד עם מבעים חדשים באמצעות כלים שהתיישנו, תוך איבוד היכולת לסמן שינויים תוכניים מהותיים.

הצרכן המתוחכם עלול למצוא עצמו בעמדתו הזחוחה של מי שחש עצמו עליון ומרוחק ממושא מחקרו, כמי שצפה ורואה עצמו מסוגל לצפות את המהלכים תלויי האידיאולוגיה והאילווצים הטכנולוגיים של המדיה, ומכאן - לראות עצמו כמי שאינו צריך להיזהר עוד מפני יכולתה המניפולטיבית.

מתוך ההנאה מרמת המיומנות שאליה הגיע הצרכן, ומתוך רצון לשכללה, הגבירה ולגלות באמצעותה דרכים חדשות להתענג על המדיה (מכיוון שאיננו מוכנים עוד להודות שאנחנו "נהנים סתם" לבהות בתכנית, אלא מתוך עליונות סלחנית של מי ש"מותר לו להרשות לעצמו מדי פעם"), עלולה להיווצר התופעה הבאה: המפענח המיומן ימצא עצמו "מתפעל חדש" ממיומנות המניפולציה של מעצבי המבעים, ומתוך ההנאה

שבהחזקה בידע, עלול הצרכן המתוחכם להגיע לכדי הזדהות והסכמה עם המבעים המניפולטיביים שאותם היה אמור לבקר. בדרך העקלקלה הזאת הוא עלול למצוא עצמו במצב חדש של התפעלות: לא מתוכנן דבריו של הפוליטיקאי (שלכאורה אינם "עובדים" על הצרכן המיומן) אלא מיכולתו הרטורית; לא מעצם השימוש הבעייתי בילדים כשחקנים בפרסומת, אלא מהמודעה המתוחכמת; אינך מסכימה עם ההעמדה הסטריאוטיפית של נשים באופרת סבון מסוימת, אבל את מתענגת על המיומנות האסתטית שבה עוצבה העמדה זו. מותר, ואף אופנתי, להתענג על הצורה, על חשיפת התבניות, על הכרת הטכניקה; ברור, יאמרו כאן הצרכנים המיומנים, שהתוכן לא ישפיע עלי לעולם.

"ראית איך הפוליטיקאי שולט במדיה, איך הוא יודע לחייך אל המצלמה להציג צדודית, להשתמש בסיסמאות קליטות?" יאמר הצרכן המושכח מדי לחברו לקהילת המבינים, וישכח להוסיף: וכמה מסוכנים הדברים שאמר? כמה מהדברים שאמר עלולים להיקלט ולהיקבע בתודעה? לכאורה הערה כזו מובנת מאליה ומובלעת. למעשה, מרבית צרכני המדיה יוותרו עם האפקט של כלל ההצגה, מבלי שיוכלו לנטרל את כוח הדברים באמצעות חשיפת התחבולות הרטוריות.

יש סכנה בהנאה (האסקפיסטית כשהיא לעצמה) מפיענוח מתוחכם מדי עמדת הכוח של המפענח עשויה לחתור תחתיו, ולהשיב את הכוח לאותה אשפי מניפולציה, שגילו נוסחה חדשה, מעין "גלולת שיתוק לקהילתי מתוחכמים". שכלול הצורה, המסרים המעורפלים, ובעיקר ההומו והערטול לכאורה של התחבולה המוצעת כשותפות סוד (תגובת הלע החוזרת ונשנית של מועמד לראשות הממשלה המשתתף בעימות) וכמעטפת לאותם רעיונות בעייתיים שמפניהם אמורים היינו כולנן להיזהר.

התוצאה של כל אלה, לאחר "טיול" מחשבתי ארוך, עלולה להסתמן כשיבה אל המצב הראשוני, ה"נאיבי", של צרכן המדיה: ערגה עזה לעולם שמימות, שבו קיים מנהיג שלא "משחק אותה", ומדיה שאינה אויב, כ אם מקום שאפשר סתם לברוח אליו ולצחוק בו, כשגם תקופת בחירות נוחה יותר לעיכול כשהיא מוצגת כמופע בידור. כולם "נרדמים בשמירה" גם "המצביע המסורתי" ששום תחבולה לא תעבוד עליו, גם מי שמשוכנע שאם שחקן כדורגל מפרסם מעדן חלב זוהי ערובה לערך הבריאות שבמוצו - וגם מי שעוסק בלהט של ידען בצורת המשדר ובפיצוח הקודים, תו

התעלמות מן הסכנה שבחלחול התוכן מתוך טענת המגן: "ממילא לא תעבדו עלי" או "הנוסחאות מוכרות מדי".

האם בכך שאתה יודע מה יאמר הפוליטיקאי - ואפילו, בקירוב, כיצד יאמר זאת - אתה חסין מפני השפעה? האם עצם הכרת הסוגה די בה כדי שלא להניח לה להשפיע על תפיסת המציאות שלך? אם אינך מצביע על התחבולות שוב ושוב, אינך ממקם אותן או מנסה לאתגר אותן, האם אינך מניח להן, בעצם, להשתכלל ולחדור?

המרת "סכנת העבודה בעיניים" ב"שותפות הסוד" אצל צרכן המדיה המתוחכם היא פעולה שתחילתה בהצלחה לרכוש מיומנות חשובה, והמשכה בהזנחת סגולותיה של אותה מיומנות. בתחושת הידיעה יש מידה לא מעטה של עונג מובן ואף רצוי מעצם ההצלחה האינטלקטואלית, אך עם סכנה של התאבנות ואבדן הערנות. סכנה זו חמורה במיוחד כשמדובר במורה-מתווך, הבא להעניק לתלמידיו ה"נאיביים" כלים להתמודדות עם עושה מחקר, שבעיניו הוא כבר "מפוענח מדי". התבוננות כזאת עלולה להוביל למצב שבו דיון בכיתה במבעי התקשורת יתמקד באפיון הדמויות, בהגדרת הסמלים ובהצבעה על אמצעי השכנוע - בלי להותיר מקום לדיון חסור, המעמיק, במרכיבים השונים של השיח שנוקם בין המדיה לקהליה. עלולה להיווצר כאן הזנחה של הדיון המהותי ברמות השונות של השכנוע הגלומות במבעים. מורה המזהה אצל עצמו או אצל תלמידיו סימנים של מיומנות יתר, כדאי שינסה לשחזר בעצמו את שני המצבים הראשונים של ההתמודדות עם המדיה, שתלמידיו מצויים עדיין בהם, כדי שיוכל להתנסות עמם מחדש בצורך בפיתוח כלים להתמודדות עם ה"מדיה".

לימודי התקשורת הם, כאמור, תחום חדש יחסית, הצובר פופולריות רבה בתי הספר, הן כתחום ייחודי שתלמידיו ניגשים לבחינות הבגרות, והן כתחום המזמן אפשרות לשילוב בין עשייה לבין לימוד תיאורטי, והמזמן אפשרויות לעבודה משותפת של מורים המלמדים מקצועות שונים. הדיון חשיבות, בהנאה, וגם בפיתויים ובסכנות העומדים בפני העוסקים בו תחודד בשל המהירות שבה מוצאים לימודי התקשורת את מקומם מערכות החינוך השונות. ההתבוננות בהיבטים המורכבים של שיח לומדי תקשורת ומלמדיה, שחלק קטן מהם הוצגו כאן, מוצעת כנקודה למחשבה עוסקים במלאכה.

## ביבליוגרפיה

תכנית הלימודים בתקשורת לבתי הספר היסודיים ולחטיבת הביניים ותכנית הלימודים בתקשורת לחטיבה העליונה, האגף לתכניות לימודים משרד החינוך, התרבות והספורט.

כהן, א' (1999), העיר ו"העיר": ייצוג המציאות החברתית במקומו, מגמות (בדפוס).

פוסטמן, נ' (1982), *אבדן הילדות, תרגום: יהודית כפרי*, ספרית פועלים תל-אביב.

iske, J. (1987), *Television Culture*, Methuen, London.

immelstein, H. (1984), *Television Myth and the American Mind*, Praeger, NY.

eyrowitz, J. (1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*, Oxford University Press, Oxford.

orely, D. (1986), *Family Television Cultural Power and Domestic Leisure*, Media, London.

stman, N. (1985), *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse and the Uses of Television: Teaching, Violence, Selling*, Academic Press, NY.