

פרק רביעי: תפיסת תפקיד התקשורת

נוכחותה ההולכת וגוברת של תקשורת ההמונים בזירה הציבורית והפוליטית והיותה הספקית הראשית של מידע לציבור הקנו לה חשיבות רבה בסדר החברתי.¹³⁶ במשך השנים נוסחו תפיסות שונות לבחינת מקומה של התקשורת בחברה. לפי אחת התפיסות, התקשורת מארגנת וממיינת עבור נמעניה את הידע החברתי ואת עולם הדימויים החברתיים לגבי המציאות. היא עושה זאת באופן סלקטיבי ובכפוף לסולם הערכים והנורמות השליטות בחברה. בדרך זו היא קובעת גם מה יישאר מחוץ לתמונה ויוקע כחריג. התקשורת נוטלת חלק מרכזי בקיבוע של דימויים ובעיצוב האירועים, והיא משמשת זירה של משא ומתן פרשני למשמעותם וליצירת השקפת עולם.¹³⁷

אולם התקשורת אינה חיצונית לחברה ואינה נכפית עליה. החברה היא שמעמידה ערוצים לרשות התקשורת, והיא הקובעת עבורה את כללי פעולתה. התקשורת משתפת בכתיבת אמונותיה של החברה והזיכרון הקולקטיבי שלה. במילים אחרות, התקשורת שותפה להבעה החברתית, התרבותית והפוליטית.¹³⁸ לצד תפקידים אלו, מאחר שהתקשורת אינה מסוגלת לשקף כבמראה את המציאות, היא גם ממסגרת אותה עבור נמעניה, שהרי כל אירוע מורכב מאין-ספור פרטים ויש לו כמה זוויות ראייה, ללא אפשרות להציג את כולם. אירוע עשוי להיות מובן רק אם הוא ממוקם בתוך טווח של קודים חברתיים ותרבותיים ידועים. התוצאה היא שבתהליך תיאורו של אירוע, התקשורת מגדירה ומעצבת אותו מחדש וכך היא מבנה מציאות ויוצרת דימויים ומשמעויות.¹³⁹ בתהליך זה התקשורת ממיינת את הנושאים לקטגוריות שונות, מחליטה אילו פרטים להדגיש ומאיזו זווית. בחירה בזווית ראייה אחת ולא באחרת היא בחירה במסגרת מסוימת. כך נוצרות סגירויות של משמעויות לגבי נושאים הנוגעים לערכים מרכזיים של החברה. במקרים מסוימים הסיקור התקשורתי מסדר את האירועים במסגרות קיימות, וכך מעניק משמעות לרצף של אירועים עבור נמעניו.¹⁴⁰

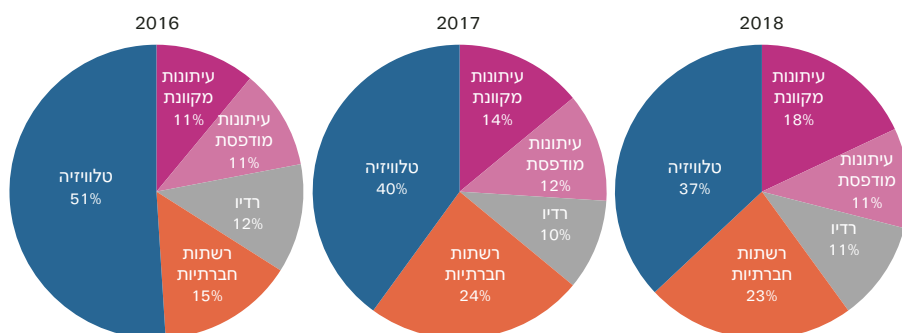
היבטים אלה באים לידי ביטוי במיוחד כאשר בוחנים את מקומה של התקשורת בתחום הביטחון הלאומי. אומנם התפקידים החברתיים של התקשורת הם בעלי חשיבות גבוהה בכל החברות ובכל הזמנים – בעיתות שלום כמו גם בעיתות משבר, אולם עיתות משבר שמתאפיינות בעלייה משמעותית בתחושת האיום ואי-הוודאות

מדגישות ביתר שאת את מקומם ותפקידם המרכזי של אמצעי התקשורת בחברה. ואכן, כפי שעולה ממחקרים בעולם ובישראל, בתקופות אלה מתעצמים עד מאוד תפקידיה של התקשורת, והיא מקדישה מקום מרכזי ומשאבים רבים למתן מענה לצרכים קוגניטיביים של מידע ופרשנות על המתרחש, לצרכים רגשיים ואסקפיסטיים שכוללים הקלת החששות והפחדים, הפחתת המתחים, עידוד ונחמה, וכן מתן מענה לצרכים אינטגרטיביים של הבטחת יציבות, גיוס סולידריות וחיוזוק תחושת אחדות חברתית.¹⁴¹ מצבים אלה מאתגרים ומחדדים את הדילמות של אנשי התקשורת ביחס לתפיסת תפקידם. כך למשל, עליהם להחליט אם ליצור דרמה ובכך להעצים את המשבר, או להעביר מסרים מרגיעים ובכך לתרום לדעיכתו; אם להדגיש עובדות המבטאות קונצנזוס כדי לתרום לליכוד העם, או דווקא עובדות השנויות במחלוקת שיעוררו עימותים ציבוריים; אם למסור את המידע והפרשנות בדרך שיגבירו וייצבו את האמון במנהיגות, או למתוח ביקורת על מי שמנהל את המשבר, ואולי בכך לזרוע אי-אמון.¹⁴² מכאן עולה חשיבות הבחינה של עמדות הציבור באשר לתפיסת תפקיד התקשורת בתחום הביטחון הלאומי. פרק זה יתמקד בשאלה כיצד תפס הציבור את תפקיד התקשורת בשנים 2015-2018. תחילה תוצג תפיסת הציבור בדבר מקומה של התקשורת בעיצוב השקפת עולמו המדינית-ביטחונית. לאחר מכן ייבחנו עמדות הציבור בנוגע לתפקוד התקשורת הלכה למעשה, ובעיקר סביב סוגיות של פטריוטיות וחוסן לאומי, ולבסוף יוצגו עמדות הציבור באשר לסיקור אירועי טרור ולסיקור התקשורתי של צה"ל.

מקומה של התקשורת בעיצוב השקפת עולם מדינית-ביטחונית

התרחבות הזירה התקשורתית בעשור האחרון יצרה סביבת פעולה חדשה כאשר אל אמצעי התקשורת המסורתיים – העיתון, הטלוויזיה והרדיו – הצטרפו אמצעים חדשים. התפתחות האינטרנט היוותה קפיצת מדרגה כשהוא הפך גם לספק חדשות, בעיקר באמצעות העיתונות המקוונת. בהמשך האיצה תופעת הרשתות החברתיות את מגמת ההתרחבות לאור היכולת לשתף טקסט, תמונות וסרטונים בזמן אמת למספר עצום של אנשים, ומכל מקום בעולם. בעידן הדיגיטלי נראה היה כי "מדורת השבט" – הטלוויזיה – נעשתה פחות ופחות רלוונטית. אם בעבר התכנסו בני המשפחה מול מסך הטלוויזיה כדי לשמוע מפי פרשנים על המתרחש, הרי בחלוף השנים, הודעות ה"דחיפה" שמועברות באמצעות הטלפון החכם החלו לספק עדכונים שוטפים ומידיים של חדשות, לרבות על אודות אירועים ביטחוניים. נוסף על כך, פוליטיקאים, גורמי הביטחון השונים כגון צה"ל וכן אנשי תקשורת החלו להחזיק חשבונות ברשתות החברתיות (פייסבוק, טוויטר, יוטיוב ועוד), שדרכם הם מפצים הודעות רשמיות אשר לעיתים מייתרות עבור רבים מהם את הצורך בתיווך של אמצעי התקשורת ביניהם לבין הציבור. עם זאת, חשוב לציין כי מחקרים בישראל ובעולם הראו כי על אף עלייתו של האינטרנט

כספק חדשות וכגורם שנתפס על ידי משתמשיו כמקור להשגת מידע מגוון, שאינו זמין להם ממקורות אחרים, הוא לא החליף את אמצעי התקשורת המסורתיים אלא הפך לאפיק מידע נוסף לקבלת מידע עבור אלה שמלכתחילה מגלים עניין בחדשות. במילים אחרות, החשיפה לאמצעי החדש אינה באה על חשבון צריכת אמצעי תקשורת אחרים. על רקע זה ביקש המחקר הנוכחי לבחון מהו אמצעי התקשורת המשפיע יותר מכול על השקפת עולמו המדינית-ביטחונית של הציבור בישראל.



תרשים 63: מהו אמצעי התקשורת שמשפיע על השקפת עולמך המדינית-ביטחונית יותר מכול? 2018-2016

כפי שניתן ללמוד מתרשים 63, רוב הציבור העיד כי הטלוויזיה היא אמצעי התקשורת שהשפיע על השקפת עולמו יותר מכל האחרים, זאת בפער משמעותי מאמצעי התקשורת האחרים; 51-37 אחוזים מהציבור ייחסו את ההשפעה הרבה ביותר לטלוויזיה, 24-15 אחוזים לרשתות החברתיות, 22-29 אחוזים לעיתונות על סוגיה (11-18 אחוזים לעיתונות המקוונת ו-11-12 אחוזים לעיתונות המודפסת) ו-10-12 אחוזים לרדיו. עם זאת ניכר כי השפעתה של הטלוויזיה הלכה ופחתה משנה לשנה, לטובת הרשתות החברתיות והעיתונות המקוונת. בשנת 2016 ייחסו 51 אחוזים את ההשפעה הרבה ביותר לטלוויזיה, ואילו בשנת 2017 מדובר היה ב-40 אחוזים, ובשנת 2018 ב-37 אחוזים. ומנגד, בשנת 2016 ייחסו 15 אחוזים את ההשפעה הרבה ביותר לרשתות החברתיות, 24 אחוזים בשנת 2017 ו-23 אחוזים בשנת 2018. עלייה מסוימת נמצאה גם ביחס לעיתונות המקוונת, מ-11 אחוזים בשנת 2016 ל-14 אחוזים בשנת 2016 ו-18 אחוזים בשנת 2018. ביחס לעיתונות המודפסת ולרדיו הנתונים היו יציבים ולא נמצא שינוי. יש לציין כי בתקופת המחקר הנוכחי, גופי התקשורת המסורתיים הרחיבו את פעילותם התקשורתית הקלאסית לרשתות החברתיות, ובעיקר לפייסבוק וליוטיוב. המשמעות היא שהצריכה התקשורתית ברשתות החלה לכלול גם תכנים חדשותיים במתכונת דומה לעבר, אך באמצעות פלטפורמה אחרת. ייתכן שמקרב אלו שייחסו

לרשתות החברתיות את ההשפעה הרבה ביותר, מדובר למעשה בהרחבה של אותם אמצעי תקשורת מסורתיים (בעיקר טלוויזיה ועיתונות). במילים אחרות, מדובר ב"אותה הגברת בשינוי אדרת".

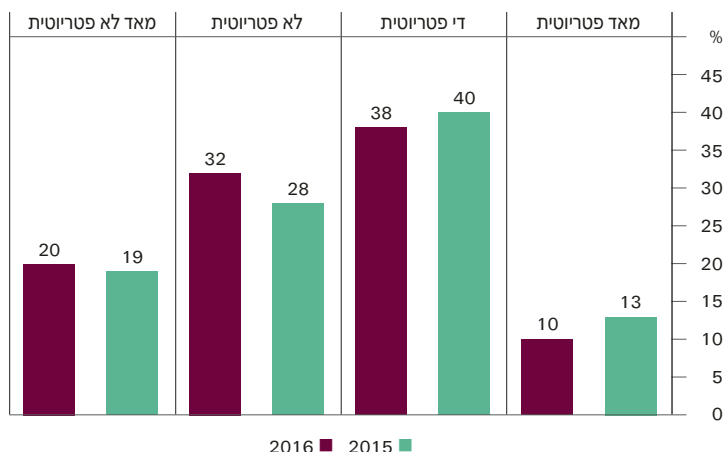
נראה אם כן שהמענה על שאלה זו מלמד, גם אם באופן עקיף, כי הטענות שנשמעות מזה שנים על מותה של הטלוויזיה כאמצעי מלכד מבחינה לאומית בישראל היו מוקדמות. השידור אומנם עבר שינוי, אולם המגמות המסחריות בתקשורת אינן מעידות בהכרח על סדיקתו של השיח ההגמוני וההומוגני מבחינה לאומית. ממחקרים עולה כי בסופו של דבר, זכייני הטלוויזיה המסחרית בישראל מבקשים שהשידור יתפס כבעל אופי לאומי ישראלי.¹⁴³

בנושא זה לא נמצאו הבדלים בבחינת השייך הפוליטי של המרואיינים. לעומת זאת נמצא כי רמת הדתיות וגיל הנשאלים היו הגורם העיקרי שמשפיע על אופי הצריכה התקשורתית. המרואיינים מקרב האוכלוסייה החרדית והדתית העידו כי הרדיו היה אמצעי התקשורת שהשפיע יותר מכול על השקפת עולמם המדינית-ביטחונית, זאת בפער ניכר מהאוכלוסייה החילונית והמסורתית. לעומת זאת, המרואיינים מקרב האוכלוסייה החילונית והמסורתית ייחסו לטלוויזיה את ההשפעה הרבה ביותר, במידה רבה יותר מאשר האוכלוסייה החרדית והדתית. גם ביחס לגיל המרואיינים הנתונים היו צפויים: צעירים (בני 18–44) ייחסו לרשתות החברתיות את ההשפעה הרבה ביותר על עיצוב השקפת עולמם, יותר מאשר קבוצות הגיל המבוגרות יותר.

פטריוטיות, חוסן לאומי ותקשורת

ממצאים אמפיריים רבים מעידים כי התקשורת במדינות דמוקרטיות, ובכלל זה בישראל, פועלת באופן שונה בעיתות שגרה לעומת עיתות משבר. דפוס הטיפול התקשורתי הפטריוטי, של שיתוף פעולה והתגייסות מרצון של התקשורת לטובת הסוגיות הביטחוניות, גובר בעת משבר. תופעה זו מכונה לעיתים בספרות בשם "התכנסות סביב הדגל".¹⁴⁴ במצבים מעין אלה התקשורת חשה שעליה לסייע לליכוד השורות הלאומי, להירתם לגיבוש הקונצנזוס ולשמור על המורל הלאומי. כמו כן היא מאמצת מרצון את האינטרסים הלאומיים כפי שהממשלה מגדירה אותם, מוותרת על הביקורת כלפי הממסד וממתינה עד לאחר תום המשבר.¹⁴⁵ ביחס לישראל, יש הטוענים כי התקשורת נוקטת פעמים רבות גישה זו גם בעיתות שגרה ורואה במלחמה חלק בלתי נפרד של החיים בישראל, ועל כן ניתן למצוא דפוסים אלה גם כאשר לא מדובר במצב משברי.¹⁴⁶ ברם, מאחר שבמשברים ביטחוניים שוררת תחושה של לחץ לצד תחושת פטריוטיות, הרי למרות דפוס הטיפול התקשורתי שתוארו, גוברים הקולות הפוליטיים והציבוריים שמותחים ביקורת על התקשורת ומאשימים אותה בפגיעה במורל הציבור ובביטחון המדינה.¹⁴⁷ במסגרת המחקר הנוכחי, בתקופת "גל הטרור" (2015–2016) הציבור נשאל

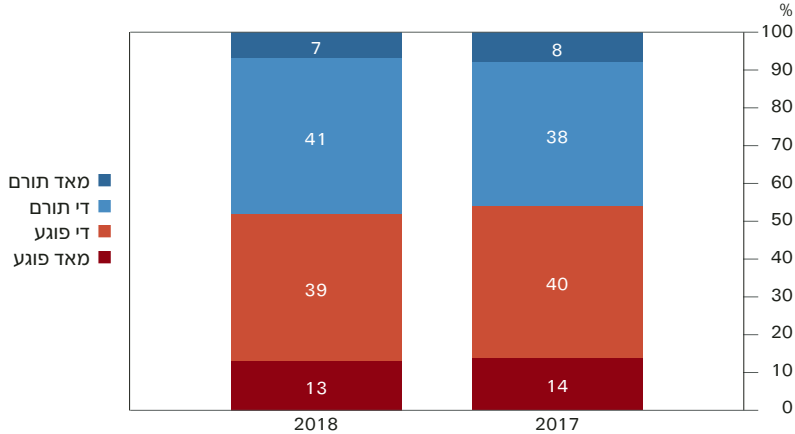
אם לדעתו התקשורת הישראלית פטריוטית. כפי שמשקף מתרשים 64, הנשאלים היו חצויים במענה לשאלה זו. כמחציתם (47-52 אחוזים) סברו כי התקשורת הישראלית לא פטריוטית, ואילו המחצית השנייה (48-53 אחוזים) היו בדעה שהיא פטריוטית.



תרשים 64: האם לדעתך התקשורת הישראלית פטריוטית? 2016-2015

בשאלה משלימה שנשאלה בשנים 2017-2018 נבחן גם מקומה של התקשורת כתורמת לחוסן הלאומי של הציבור או פוגעת בו (ראו תרשים 65). כפי שעולה ממחקרים, אמצעי התקשורת עשויים לשמש כלי חשוב בקידום החוסן של הציבור. הדבר בא לידי ביטוי בכך שהם משמשים כלי להעברת מידע, למשל פרסום הנחיות בנושא התגוננות וכל מידע שמאפשר קיום שגרת חיים, במטרה להפחית את אי-הוודאות ולחזק את תחושת השליטה של הציבור במצב, הן באמצעות יצירת "גאוות יחידה" – חיזוק הגאווה של התושבים במקום המגורים שלהם ושמירת החיבור שלהם לבית, והן באמצעות בניית אמון במוסדות, במטרה ליצור תחושה שיש על מי לסמוך.¹⁴⁸ ברוח זו הציבור נשאל באיזו מידה לדעתו הסיקור התקשורתי תורם לחוסן הלאומי או פוגע בו. גם בסוגיה זו, וכפי שתרשים 65 ממחיש, הציבור היה חצוי; קרוב למחצית (46-48 אחוזים) סברו כי הסיקור התקשורתי תורם לחוסן הלאומי, ומעט יותר ממחצית (52-54 אחוזים) סברו שהוא פוגע בו. נמצא הבדל משמעותי בבחינת רמת הדתיות של המרואיינים: מסורתיים, דתיים וחרדים סברו כי התקשורת פוגעת בחוסן הלאומי (66-72 אחוזים), יותר מאשר חילונים (45 אחוזים). כך גם לגבי שיוך פוליטי: מי שהגדירו עצמם ימין (64 אחוזים) היו בדעה כי התקשורת פוגעת בחוסן הלאומי, יותר מאלה שהגדירו עצמם כמרכז או שמאל (37-40 אחוזים). נתונים אלה עולים בקנה אחד עם הביקורת שנשמעת בישראל בדרך כלל מכיוון המפה הימנית כלפי תפקודה של התקשורת

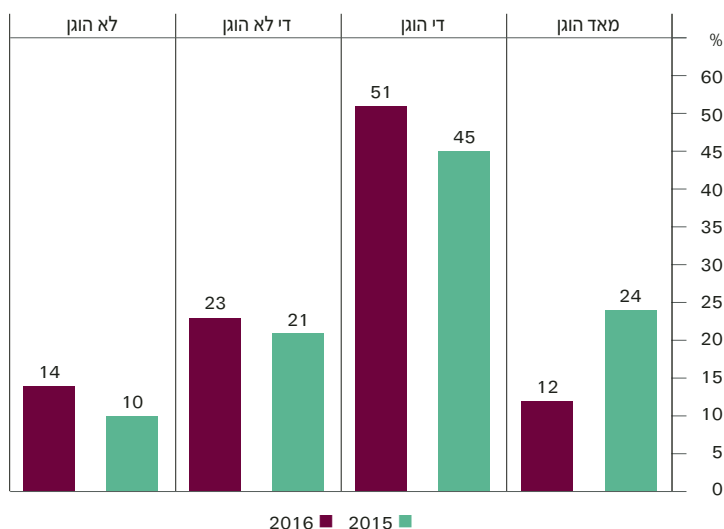
בישראל, אולם כדאי לשים לב שגם שיעור ניכר מאלה שהגדירו את עצמם מרכז או שמאל סברו שהתקשורת פוגעת בחוסן הלאומי.



תרשים 65: באיזו מידה לדעתך הסיקור התקשורתי תורם או פוגע בחוסן הלאומי?
2018, 2017

צה"ל בתקשורת

ממחקרים רבים עולה שהסיקור התקשורתי ברובו חיובי ואוהד לצה"ל,¹⁴⁹ בעיקר בכל הנוגע ל"חייל הפשוט".¹⁵⁰ ברוח זו המחקר בחן אם לדעת הציבור הסיקור של צה"ל בתקשורת הוגן או לא הוגן. כפי שעולה מתרשים 66, רוב הציבור (63-69 אחוזים) סבר כי הסיקור של צה"ל בתקשורת הישראלית הוגן. לעומת זאת, 31-37 אחוזים סברו שהסיקור לא הוגן. תפיסת הציבור כלפי הסיקור התקשורתי של צה"ל שונה, אם כן, מתפיסתו כלפי הסוגיות האחרות שנדונו עד כה בפרק זה. ביחס לסיקור צה"ל שררה הסכמה בקרב הציבור באשר לאופי הסיקור התקשורתי, אולם ביחס לפטריוטיות וחוסן לאומי בסיקור התקשורתי שררה מחלוקת, וחלק ניכר מהציבור סבר כי התקשורת לא פטריוטית ולא תורמת לחוסן הלאומי. נתון מעניין שמחזק את תפיסת הציבור ביחס לצה"ל עלה מתוך המענה לשאלה חד-פעמית שנשאלה סביב פרשת אלאור אזריה, על רקע העיסוק התקשורתי והציבורי הנרחב בפרשה. נמצא כי רוב הציבור (71 אחוזים) סבר כי העיסוק התקשורתי והציבורי בפרשה הזיק לצה"ל. רק 19 אחוזים סברו כי הוא לא השפיע על צה"ל ו-10 אחוזים חשבו שהוא תרם לו. נראה, אם כן, כי כפי שנכתב בפרק 'היחס לממסד הביטחוני' (ראו פרק ראשון בשער זה), נתונים אלה מלמדים, גם אם באופן עקיף, עד כמה הציבור היה מעוניין להשאיר את צה"ל מחוץ לוויכוחים פוליטיים ואידיאולוגיים.



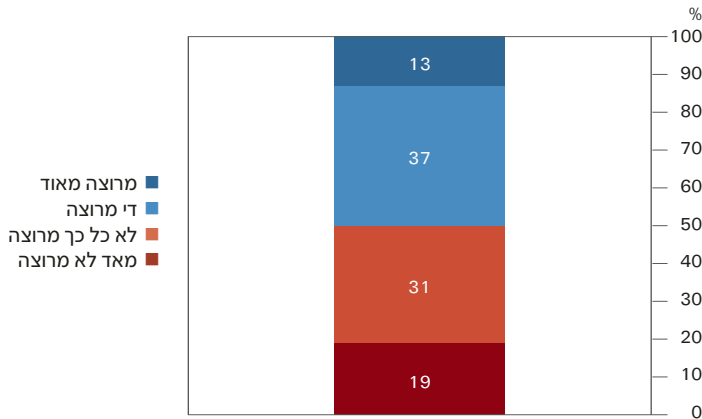
תרשים 66: האם לדעתך הסיקור של צה"ל בתקשורת הישראלית הוגן או לא הוגן?
2016-2015

טרור ותקשורת

הדיון בנושא האחריות המוטלת על התקשורת בעת סיקור תקשורתי של אירועי טרור, בעולם בכלל ובישראל בפרט, עלה על סדר היום בעשורים האחרונים. למעשה, עדויות לחשיבות הנושא בישראל ניתן למצוא עוד מהעשורים הראשונים לאחר קום המדינה. כך למשל, הפיגוע במעלה העקרבים בשנת 1954 העלה שאלות בדבר הסיקור התקשורתי. זאת כאשר ניתנה הוראה להחזיר את הגופות – אחרי שהועברו לבאר-שבע – ולהציבן סמוך לאוטובוס, כדי שניתן יהיה לצלם תמונות קשות ולהפיץ לתקשורת העולמית. נקודת מפנה חשובה בסיקור הפיגועים חלה בשנות התשעים של המאה ה-20, עם כניסתם של אמצעי תקשורת חדשים לזירה, ואיתם גם תרבות ה"רייטינג". בתקופה זו גם החלו בהפעלת אולפני החדשות הפתוחים ללא הפסקה בערוצי הטלוויזיה וברשתות הרדיו. התופעה, שקשה למצוא לה תקדים בעולם, התרחבה עד מאוד במאה ה-21.

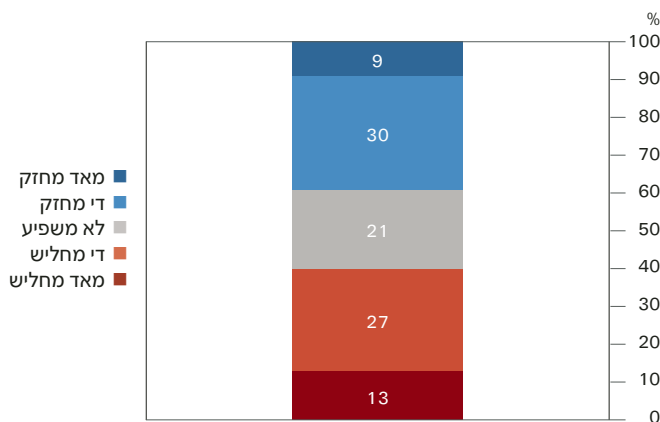
"גל הטרור" (2016-2015) שאירע בתקופת המחקר הנוכחי חידד במידה רבה מאוד את הדילמות לגבי אופן סיקור אירועי טרור. מצד אחד נשמעו טענות על כך שאופיו של הסיקור הישראלי – שהיה אינטנסיבי וחושפני וכלל סיקור גרפי של "אירועי הטרור", ובכלל זה תצלומים וסרטונים בזמן אמת של הפיגועים ושל הפצועים וההרוגים, שלעיתים זרמו ללא הפסקה וללא הבחנה בכלי התקשורת השונים – עלול היה ליצור התפרצות רגשות אימה ופחד, לזרוע תְּבִהֵלָה (פאניקה) ולהגביר את המתח שקיים בלאו הכי, ובכך לפגוע בסדר החברתי. זאת ועוד, סיקור מסוג זה לא שירת

את האינטרסים של הציבור אלא את מטרת הטרור, שהיא השלטת אימה ואיסדר על האוכלוסייה האזרחית, וכך בסופו של דבר הוא עלול לפגוע בביטחון הלאומי. התופעה אף זכתה לכינוי בספרות: "תיאטרון הטרור". מנגד היו שטענו כי לסיקור האינטנסיבי בזמן "אירועי הטרור", שכלל מידע רב ופרשנות, הייתה תרומה ישירה לביטחון האישי של האזרחים בכך שהוא סייע בידם בשאלה כיצד לכלכל את צעדיהם בסיטואציה הביטחונית המתפתחת, וכן היה מקור לנחמה ולהרגעת הפחדים.¹⁵¹ על רקע זה נוספו למחקר בתקופה זו שתי שאלות. השאלה הראשונה בחנה אם הציבור מרוצה או לא מרוצה מהאופן שבו התקשורת הישראלית מסקרת את פיגועי טרור (ראו תרשים 67). מהמענה לשאלה עלה כי מחצית (50 אחוזים) מהמראיינים היו מרוצים מהאופן שבו התקשורת הישראלית סיקרה את אירועי טרור, ואילו המחצית השנייה לא היו מרוצים.

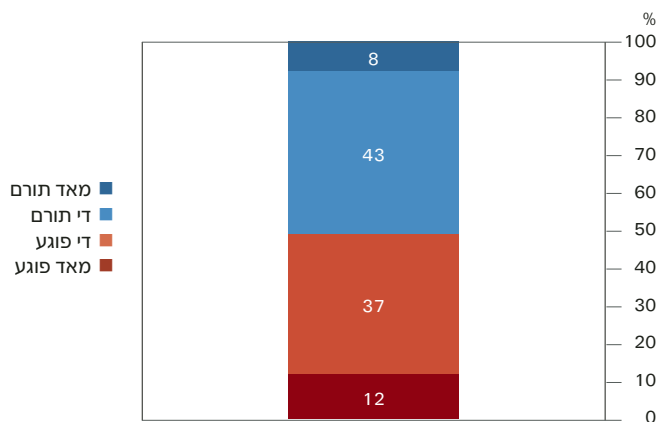


תרשים 67: האם אתה מרוצה או לא מרוצה מהאופן שבו התקשורת הישראלית מסקרת את פיגועי הטרור? 2015

השאלה השנייה בחנה אם לדעת הציבור דיווח על פיגועי טרור מחזק או מחליש את החוסן הלאומי (ראו תרשים 68). 39 אחוזים מהמראיינים סברו כי הסיקור התקשורתי מחזק את החוסן הלאומי, לעומת 40 אחוזים שסברו כי הוא מחליש אותו. 21 אחוזים סברו שהוא לא משפיע על החוסן הלאומי. ב־2016 הוצגה השאלה בניסוח מעט שונה (ראו תרשים 68), אולם הנתונים היו דומים. הציבור נשאל באיזו מידה לדעתו הסיקור התקשורתי של אירועי הטרור תורם ליכולת העמידה של הציבור או פוגע בה. גם במקרה זה הציבור היה חצוי. מחצית ממנו (51 אחוזים) סברו כי הוא תורם ליכולת עמידה של הציבור, ואילו והמחצית השנייה (49 אחוזים) היו בדעה שהוא פוגע.



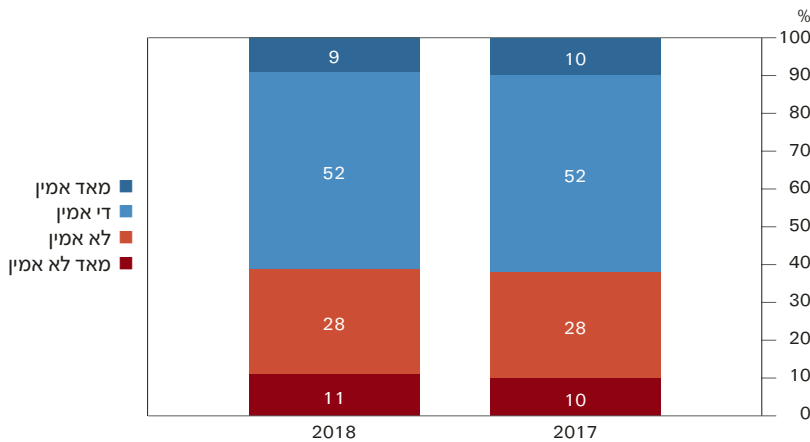
תרשים 68: באיזו מידה לדעתך הסיקור התקשורתי של פיגועי הטרור מחזק את החוסן הלאומי או מחליש אותו? 2015



תרשים 69: באיזו מידה לדעתך הסיקור התקשורתי של פיגועי הטרור תורם או פוגע ביכולת העמידה של הציבור? 2016

בשנת 2015 ניתנה למרואיינים באופן חד-פעמי אפשרות לפרט באופן חופשי ממה נובעת שביעות רצונם או אי-שביעות רצונם באשר לסיקור אירועי טרור. גם ממענה לשאלה זו ניתן ללמוד עד כמה הציבור היה חלוק בדעותיו באשר לאופיו של סיקור זה. מצד אחד, חלק ניכר מהמרואיינים הביעו שביעות רצון מאופיו של סיקור אירועי הטרור, כאשר הטיעונים הדומיננטיים היו על כך שהתקשורת ביצעה עבודה מקצועית ומדויקת וללא התלהמות של השדרים, היא העבירה צילומים מהשטח ומידע על המתרחש בזמן אמת ובמהירות, תוך מתן הסבר בהיר ומפורט, היא לא הסיתה ודיווחה על האירועים

באופן מאוזן. מן הצד השני נשמעו טענות על כך שהתקשורת חשפה מראות קשים, השידור היה ארוך ומייגע והתקשורת הגבירה את החרדה ועוררה תבהלה בקרב הציבור. טיעונים נוספים נשמעו על היחס של התקשורת ל"צד השני": "התקשורת תומכת בפלסטינים"; "התקשורת מסתירה מהציבור את ההסתה בצד הערבי"; "מציגה את המחבלים כקורבנות"; "מעודדת ערבים לבצע פיגועים"; "מצדיקה את הטרור". יש לציין כי מיעוט זניח מקרב אלה שהביעו אי־שביעות רצון מתחו ביקורת על כך שהתקשורת הציגה אך ורק את הצד הישראלי, לא הסבירה מהם הגורמים לביצוע אירועי הטרור, לא הראתה את הסבל הפלסטיני ואף עודדה פגיעה בערבים.



תרשים 70: האם התקשורת הישראלית מדווחת בדרך כלל באופן אמין או לא אמין על המצב המדיני־ביטחוני? 2018, 2017

השאלה האחרונה, שנוספה למחקר בשנת 2017, מסכמת במידה רבה את מה שהוצג בפרק זה. המרואיינים נשאלו אם לדעתם התקשורת הישראלית מדווחת בדרך כלל באופן אמין או לא אמין על המצב המדיני־ביטחוני. מתרשים 70 עולה כי רוב הציבור (62 אחוזים) סבר כי התקשורת הישראלית מדווחת בדרך כלל באופן אמין על המצב המדיני־ביטחוני. באשר לשיוך הפוליטי של המרואיינים, אומנם נמצאו הבדלים בין השייכים השונים אך עדיין, בוודאי בהשוואה לשאלות שהוצגו בפרק זה, חלקים גדולים בציבור מכל גוני הקשת הפוליטית ייחסו אמינות לסיקור המדיני־ביטחוני בתקשורת (ימין – 54 אחוזים, מרכז – 75 אחוזים ושמאל – 80 אחוזים). פערים משמעותיים יותר נמצאו בבחינת רמת דתיות. מרואיינים מקרב האוכלוסייה החילונית סברו יותר ממרואיינים מקרב האוכלוסייה החרדית והדתית כי הסיקור התקשורתי אמין (72 אחוזים לעומת 42-46 אחוזים).

לסיכום, מהממצאים שהוצגו בפרק זה עולה כי באופן עקבי שררה מחלוקת בקרב הציבור באשר לתפקידה של התקשורת. במובנים מסוימים ממצאים אלה משמשים מעין בבואה של המחלוקות הקיימת בחברה הישראלית ביחס לסוגיות הביטחוניות השונות, כפי שהן משתקפות גם באשר למתווכת של אותה המציאות – התקשורת. חלקים גדולים בציבור סברו כי הסיקור התקשורתי בכלל, ובפרט בכל הנוגע לאירועי טרור, פגע בחוסן הלאומי וביכולת העמידה של הציבור, וכי התקשורת הישראלית לא פטריוטית. מעניין כי חלקים גדולים מהציבור סברו כך למרות שתקופת המחקר הנוכחי התאפיינה במגמה של התרחבות מספרם של כלי התקשורת והעיתונאים המזוהים עם הזרם השמרני-ימני במפה הפוליטית בישראל. מנגד, חלקים אחרים סברו בדיוק להפך – לתפיסתם, הסיקור תקשורתי תרם לחוסן הלאומי וליכולת העמידה של הציבור והתקשורת הישראלית הייתה פטריוטית.

לעומת מחלוקת זו נמצאה רמת הסכמה גבוהה יחסית באשר לאמינות הסיקור התקשורתי של המצב המדיני-ביטחוני בישראל. העובדה שרוב הציבור מייחס אמינות לתקשורת, בעידן שזוכה בשנים האחרונות לכינוי "פוסט אמת" ו"פייק ניוז", אינה מובנת מאליה. יש לזכור בהקשר זה את הביקורת הפוליטית והציבורית שנמתחה בישראל מזה שנים, ואף גברה בתקופת המחקר הנוכחי, כלפי מוסד התקשורת בכלל ואמינותו בפרט. בשיח הציבורי והפוליטי ידועות הסיסמאות: "תשקורת", "העם נגד תקשורת עוינת" ו"התקשורת שמאלנית". זאת ועוד, הנתון מעניין במיוחד לאור העובדה שבשאלות כלליות של אמון הציבור בתקשורת בעולם בכלל ובישראל בפרט, התקשורת זכתה מזה שנים לאמון נמוך במיוחד ביחס למוסדות האחרים.¹⁵² ייתכן שהציבור הבחין בין האמון בתקשורת כמוסד באופן כללי לבין אמינות הדיווח, ובמיוחד יש לזכור כי השאלה שהוצגה במסגרת המחקר הנוכחי התמקדה בתחום הביטחון – תחום מרכזי במציאות הישראלית שבו תלותו של הציבור בתקשורת גבוהה במיוחד. ייתכן כי יש קשר בין האמינות הגבוהה יחסית שהציבור ייחס לתקשורת בדווחה על המצב הביטחוני לבין העובדה שרמות החשיפה לחדשות בישראל גבוהות. ממחקרים עולה כי ככל שצריכת החדשות בתקשורת גוברת, כך גם עולה הנטייה להאמין לה.¹⁵³ ולבסוף, השאלות שהוצגו בפרק זה ניסו לתת מענה לעמדות הציבור ביחס לתפיסת תפקיד התקשורת הלכה למעשה, אולם הן לא נותנות מענה לציפיות הציבור ביחס לתפקיד זה. ממחקרים רבים עולה כי חלקים רחבים בציבור אכן סבורים כי התקשורת אינה יכולה להישאר ניטרלית ומשקיפה מן הצד, והם סבורים כי עליה להירתם למאמץ הלאומי, להיות פטריוטית ולכנס את הציבור סביב הדגל, בעיקר בזמן חירום ומלחמות.¹⁵⁴ נכון יהיה להעמיק בסוגיות אלה ובמשמעותן בעתיד.