

יאיר גלילי וטל לאור

ייצוג מיעוטים בתקשורת: המגזר החרדי בתוכניות בוקר יומיות – בידור וסאטירה מעל גלי האתר בישראל

התקשורת מבנה את סדר היום, ובאפשרותה להבנות עבור צרכניה מציאות אשר במקרים לא מעטים שונה מהמציאות "האמיתית". אחד המסרים שהתקשורת עוסקת בהם דרך קבע הוא ההבחנה בין קבוצות חברתיות. תהליך הייצוג בתקשורת הוא תהליך מתמיד של הבניית זהויות, המשמש גם ככוח היוצר סטריאוטיפים ודעות קדומות, שבעזרתם מובנית השונות החברתית. מחקר זה בחן את ייצוג המיעוט החרדי בתוכניות בידור וסאטירה יומיות ברדיו באמצעות ניתוח תוכן של מערכונים ושל שיח השדרנים העוסקים במיעוט החרדי ובעולמות תוכן דתיים. ממצאי המחקר מראים כי התקשורת החילונית מציגה ציבור זה באופן שלילי, סטריאוטיפי ומכליל, וכציבור שונה מהכלל, שנמצא מחוץ לקונצנזוס.

תאריכים: רדיו, חרדים, בידור, סטירה, ייצוג מגזרי

מבוא

הבניית זהויות קשורה בתהליך הייצוג התקשורתי, אשר יש ביכולתו להבנות שונות חברתית באמצעות יצירת סטריאוטיפים ודעות קדומות (פירסט ולנקרי, 2013; כספי, 1993). הסטריאוטיפ מאפשר ליוצרי הטקסט להיעזר במספר מצומצם של מסמנים כדי לשרטט דמות שלמה (קמה ופירסט, 2015), צמצום המוביל לפגיעה בייצוגן של קבוצות חברתיות רבות, כך שבמרחב הציבורי ישנם קולות שאינם מושמעים. החרדים הינם קבוצה מתבדלת, ולפיכך נתפסים כקבוצת מיעוט על אף גודלם היחסי באוכלוסייה. באופן טבעי, התבדלותם מובילה לריחוק ולחוסר ידע, היוצרים יחד מערכת סטריאוטיפים נרחבת. ישנה הכחדה סימבולית והדרה ברורה של חרדים באמצעי התקשורת, והם מופיעים במדיה זו במידה מועטה בלבד, שלילית בעיקרה. כך, נראה כי היחס שניתן לקבוצה זו רק מגביר את השסע עד שאיננו ניתן לגישור. ככל שהשסע החברתי בינה לבין החברה החילונית גדל, כך מצטמצמים הידע סביב הציבור החרדי וההכרה בו.

Ygalily@idc.ac.il; Tallaor10@gmail.com

מחקר ייחודי זה בא לבחון לראשונה את אופן הסיקור והייצוג של המיעוט החרדי בתוכניות הבידור והסאטירה היומיות ברדיו. בחינת הרדיו כפלטפורמת מחקר יש בכוחה להאיר את אופן ייצוג החרדים כפי שהם מופיעים במרחב הציבורי הנגיש ביותר לאוכלוסייה מכל קצות הקשת החברתית והכלכלית. עריכת המערכונים והשיח בין השדרנים בתוכניות הבידור הללו, הינם אינטואיטיביים ו"נרקמים" בזמן הקצר שלפני התוכנית, היות ומדובר בתוכניות בוקר מובילות, והידיעות מתבססות על הפרסומים בעיתוני הבוקר. לפיכך, בחינת התוכן בתוכניות אלו יכולה להעיד על התחושות, הרגשות והתפיסות האותנטיות של אנשי התקשורת, אשר באים לידי ביטוי בייצוג החרדים. יתרה מכך, תוכניות אלה משודרות ב"שעת השיא" ולהן שיעורי האזנה גבוהים, ולכן יש בכוחן להשפיע על תפיסות בקרב המאזינים, לעצב אותן ולקבץ את הסטריאוטיפים הרווחים בחברה.

סקירת ספרות

המציאות התקשורתית ומאפייניה

מאז היווסדם מספקים אמצעי התקשורת לצרכנים מידע יומיומי על הסוכב אותם. על-ידי שימוש בעיתונות, ברדיו, בקולנוע, בספרות ובאינטרנט מופצים מסרים לכל העולם. מסרים אלה, גם אם בבסיסם עוסקים בנושאי חדשות, כלכלה, תרבות ופנאי, מכילים רבדים עמוקים יותר. מסרי התקשורת לא תמיד מובנים כראוי על-ידי הצרכנים, אך אין ספק כי הם מטביעים את חותמם בחברה. לדוגמא, אסכולות מחקר שהתגבשו בשנות החמישים הצביעו על תפקידיה של תקשורת ההמונים בביטוי דעותיו של המעמד השליט ובהעברתם לאזרחים, בשכנוע הנשלטים שהמצב הקיים פועל לטובתם. בדרך זו התקשורת מבססת את יחסי הכוחות השוררים בין המעמד השליט לנשלטים (שימור היציבות החברתית) וכן מסכלת כל ניסיון מחאה של כוחות מתנגדים ושוללת מהם כל הכרה ותמיכה ציבורית (McQuail, 2005; Mariotti, 2013).

לרוב המציאות התקשורתית נתפסת על ידי הצרכנים כמשקפת את המציאות החברתית כפשוטה. אולם, למעשה, התקשורת משפיעה עליהם לאמץ את הגדרותיה לגבי המציאות כאילו הן הנכונות והטבעיות, וכאילו כך הדברים אכן מתרחשים במציאות. כאמור, התקשורת אף מתפקדת כמשמרת את הסטטוס קוו החברתי והפוליטי (מנדלסון-מעוז ושיייר-ליבני, 2011; Mariotti, 2013). למרות זאת, התקשורת מסוגלת לשמש גם מנוף לשינוי חברתי בעל השלכות פוליטיות (קמה ופירסט, 2015).

יורגן הברמאס (Habermas, 1989) התייחס למרחב הציבורי כאל מקום שבו אזרחים נפגשים כדי להחליף דעות ורעיונות. זהו שוק חופשי של דעות, שבו אנשים מנהלים דיון רציונלי על נושאים בעלי חשיבות חברתית ופוליטית. זאת ועוד, קיומו של המרחב הציבורי קריטי להתגבשות וליצירה של דעת קהל. המדיה התקשורתית, כהגדרתה, מייצרת תשתית למרחב ציבורי כזה, שבו אנשים יכולים להשמיע את קולם ולהישף, וכן ללמוד על הקורה כדי להבין על מה הם מדברים בדיוניהם. צמיחתה של תקשורת ההמונים המסחרית הביאה לכך שהמדיה משמשת פחות ככלי לדיון ציבורי ויותר כמוצר צרכני. בעקבות זאת, גם המסרים שאותם מקבל הצרכן אינם מועברים כדיון אפשרי לערעור ולוויכוח אלא כעובדה קיימת. בנוסף, בעוד שהמרחב הציבורי אמור לאפשר השתתפות של גורמים מכל קצות הקשת החברתית והפוליטית, השתתפות שוויונית, נטולת אינטרס, רבים מטילים ספק ביכולתן של קבוצות מיעוט לקחת חלק בשיח הציבורי (Curran, 1991).

ייצוג בתקשורת

אחד המסרים שהתקשורת עוסקת בהם דרך קבע הוא ההבחנה בין קבוצות חברתיות. אין-ספור כתבות, טקסטים, תוכניות וראיונות עוסקים באופן תדיר בנושאים דוגמת עשירים מול עניים, אנשי ממשל מול האזרח הפשוט, ערבים מול יהודים, אשכנזים מול מזרחים, וכן בנושא דתיים מול חילונים (מנדלסון-מעוז ושטייר-ליבני, 2011; פירסט וענבר-לנקרי, 2013; Lemish, 2000). יש לכך חשיבות מכרעת, היות שאמצעי התקשורת מקנים לפרט ערכים חברתיים באמצעות העברה של אינפורמציה והטמעת רעיונות, דעות, אמונות, ערכים והתנהגויות (פוסטמן, 1998; Yurttas & Sisman, 2012). במרחב הציבורי ישנם קולות הנשמעים במשורה, או אינם נשמעים כלל. ייצוג קשור באופן הדוק למאבק בין הכוחות החברתיים השונים בחברה. כמו כן, תהליך הייצוג בתקשורת הוא תהליך מתמיד של הבניית זהויות, המהווה גם כוח היוצר סטריאוטיפים ודעות קדומות שבעזרתם מובנית השונוות החברתית (פירסט וענבר-לנקרי, 2013). הסטריאוטיפ הוא "הקוד הגלוי בטקסט התקשורתי" (פירסט ורמר-ביאל, 2007: 4), והוא קיים בכל טקסט תקשורתי, לא רק כתוצר, אלא גם כאמצעי, היות שהוא מאפשר ליוצרי הטקסט להיעזר במספר מצומצם של מסמנים כדי לשרטט דמות שלמה, מבלי להכביר מילים (קמה ופירסט, 2015). לדוגמא, ניתן להצביע על נטייתם של אמצעי התקשורת להתמקד בדמויות בולטות ומוחצנות המזינות את הסטריאוטיפ הקיים. עם זאת, צמצום זה מביא כאמור לפגיעה בייצוג של קבוצות חברתיות רבות, שכן לרוב הדמות הצבעונית והמוחצנת לאו דווקא מייצגת את הציבור כולו או מהווה מראה שלו (טורין, 2014). כדי לבחון את "הקוד הסמוי" של הסטריאוטיפ מציע שניד (1994) שלוש פרספקטיבות עיקריות לבחינת

הייצוג: מיסטיפיקציה – תיאור קהלים על בסיס תפיסה גזענית, דימויים עצמיים ורקע כלכלי-חברתי; מחיקה – הדרה מהשיח החברתי והתקשורת; סימון – הענקת מאפיינים חיצוניים לקהל זה (פירסט, ורמר וביאל, 2007). תהליך קיבוע הסטריאוטיפים נעשה תוך הפרדה בין "הנורמלי והמקובל" לבין "הלא נורמלי והשונה" (פירסט ואברהם, 2007). כך, במקרים המועטים שבהם השיח הציבורי מתמקד בקבוצת הדרה, דוגמת דתים או מהגרים, ההתייחסות נעשית באופן שאינו אובייקטיבי, אלא נוטה לדעה שלילית, תוך התמקדות בנושאים כמו פשע, אלימות, מהומות, אי-שקט חברתי ומצוקות (בר-לב, 2007; פירסט ואברהם, 2007; פירסט וענבר-לנקרי, 2013). טיפוח הדימויים השליליים והסטריאוטיפיים לגבי קבוצות המיעוט מביא לא רק להדרתם מהמרחב הציבורי, אלא לפגיעה בזכותם הבסיסית לקחת חלק שווה בחברה, בהחלטות הציבוריות ובהשפעה על חייהם, ובכך הוא מנציח את מיקומן של קבוצות המיעוט בשולי החברה (ישובי, 2001; פירסט, 2001; פירסט וענבר-לנקרי, 2013).

התקשורת כמעצבת מציאות

היסוד הרעיוני שעליו מושתתת הגישה התרבותית רואה בתוצרי התקשורת המקור שממנו אנו מעצבים את זהותנו, את תחושת העצמיות שלנו, את תודעת מעמדנו ואת השתייכותנו הקבוצתית (קלנר, 1995). אותם דימויים מסייעים בעיצוב השקפת העולם של כל אדם. התקשורת מהווה מוקד לאינטראקציה בין שחקנים חברתיים שונים ומשפיעה על יחסי הכוחות ביניהם. יחסי הכוחות הללו משכפלים ומפיצים משמעויות וערכים, שמהם בונים הצרכנים את השקפת עולמם. הייצוג השגוי של קבוצות מיעוטים מהווה ביטוי סמלי ליחסי הכוחות החושפים את האידיאולוגיות הדומיננטיות בחברה נתונה בזמן נתון. ניתן לדמות זאת על-ידי קו ליניארי, שבתחילתו מצויה המציאות כפי שהיא, על שלל אזרחיה וגווניה, לאחריה מגיעים אמצעי התקשורת הבונים ומשדרים את תוכניהם על בסיס אותה מציאות. לאחר מכן מגיע הצרכן, אשר חווה את המציאות מחדש דרך המסנן התקשורתי, ובסוף אותו הקו עומדת החברה בכללותה, אשר מורכבת מאותם יחידים שספגו את המציאות התקשורתית. המסנן התקשורתי משנה את המציאות, ולמעשה גורם ליצרן המקורי, הצרכן הפשוט, לחוות את עצמו בעיניים של אחת מקבוצות הכוח השולטות בתקשורת (קלנר, 1995). כך לדוגמא, מחקרים מראים כי קשישים, ילדים, נשים, מהגרים ומוגבלים אינם מיוצגים מספיק בתקשורת בארצות הברית ביחס למספרם באוכלוסייה, ולעומת זאת, גברים לבנים שכיחים בתקשורת. הימצאות על המסך משדרת לצרכן כי לקבוצה זו יש משקל בחברה, בעוד שהיעדרות מן התקשורת משמעה שלקבוצה זו אין חשיבות, והיא נמצאת בשולי החברה (טורין, 2014). במדינות שונות נמצא כי קבוצות המיעוט מוצגות במדיה כאשר הן מעורבות באירועים שליליים, אך נעדרות ממנה

בהקשרים אחרים (Mahatani, 2001; Lemiss, 2000; פירסט וענבר-לנקרי, 2013). גם בישראל, נראה שהתקשורת אינה מעניקה ייצוג נאות ושוויוני לכל אותן קבוצות. דוח המדיה של רשות השידור מצא כי הקבוצה הדומיננטית על המרקע מורכבת מגברים, יהודים, חילונים, אשכנזים, וכאלה שאינם עולים. בה בעת ישנו תת-ייצוג ברור של קבוצות אחרות: ערבים, עולים, חרדים ודתיים (Lemish, 2000; פירסט וענבר-לנקרי, 2013). באמצעות פרקטיקות מסוגר שונות שבהן נוקטת התקשורת מוכנסות קבוצות מיעוט שונות בחברה למרחב המדיה באופן ממוקד וסטריאוטיפי, כבעלות אפיונים ספציפיים המיוחסים להן מנקודת מבטו של המרכז הדומיננטי, הגברי, החזק והאשכנזי (שירן, 2001).

יש לציין כי כדי שהמסר ישפיע, על הצרכן לתפוס אותו מלכתחילה כמקור בעל משמעות (הול, 1993). מערכת זו של משמעויות מפוענחות היא זו שיכולה ללמד ולשכנע, ויש לה השלכות תפיסתיות, הכרתיות, רגשיות, אידאולוגיות והתנהגותיות מורכבות ביותר. ההנחה היא כי האופן שבו מידע מועבר באמצעי התקשורת יכול להשפיע בהמשך על האופן שבו יובן אותו מידע על ידי הצרכנים (לימור, אדוני ומן, 2007; Scheufele & Tewksbury, 2007). כך, ההחלטה אילו נושאים לסקר, כיצד לסקר אותם ובאיזו מידת בולטות משפיעה באופן מהותי על התפיסות הרווחות בציבור (לירן-אלפר וצרפתי, 2012). כלים אלו מוזכרים במחקרים שונים כ"מסגרות מדיה", אשר נמצא כי לעיתים הן אכן משקפות את המציאות, אך לעיתים קרובות הן מבנות נרטיבים, סטריאוטיפים ומיתוסים תרבותיים משותפים לחברה (Gamson, 1989). אחת ההבניות הבולטות בהקשר של ייצוג מיעוטים היא הבניית "האחר", קרי, באמצעות הדימויים המוצגים לצרכנים ומסגור אירועים שונים בדרך כזו או אחרת, התקשורת מבנה לצרכנים את השייכות לקבוצה מסוימת ויוצרת הפרדה בין "אנחנו" – הקבוצה הדומיננטית, לבין "הם" – קבוצת המיעוט (פירסט, 2001).

כאמור, ההנחה היא כי הייצוג משפיע על התפיסה החברתית של החברה את קבוצות המיעוט, ובכך משפיעה על מעמדה החברתי. נוסף לכך, הייצוג משפיע על התפיסה העצמית של חברי הקבוצה (טורין, 2014). קרי, הייצוג הסטריאוטיפי בתקשורת מאומץ ומופנם על ידי קבוצת המיעוט, הפועלת בתוך המרחב הדומיננטי, המצפה מהם לקונפורמיות (Mahtani, 2001; שירן, 2001)

ייצוג חרדים

בהתמקדות בקבוצת הייצוג שנבחנה במחקר זה, חרדים, נראה כי קיימת הכחדה סימבולית והדרה של חרדים באמצעי התקשורת (אברהם, אלפנט-לפלר ופירסט, 2004; לאור, אלפנט-לפלר ופירסט, 2006; פירסט וענבר-לנקרי, 2013). הקבוצה מופיעה ומוזכרת

באמצעי התקשורת, אך במידה מועטה. בתוכניות אקטואליה היא מופיעה יותר מאשר בתוכניות דרמה ומציאות, אך גם בהן היא אינה מופיעה בהקשרים המזוהים עם הקבוצה אלא רק בהקשרים כלליים-חברתיים או בהקשרים הנוגעים לשסע הדתי (פירסט וענבר-לנקרי, 2013).

בניתוח המרכיבים התקשורתיים נמצא כי בשנת 2011 זוהו 95% מהדמויות אשר נותחו בכל הסוגות (תוכניות חדשות, אקטואליה ותחקיר, לייף סטייל, דרמה, ריאליטי, בידור ושעשועונים) כחילוניות, ורק 5% זוהו כדתיים או חרדים. נתון זה מהווה ירידה של כ-4% משנת 2006 (לאור, אלפנט-לפלר ופירסט, 2006). ממצא זה מעניין ביותר, היות שיחסם המספרי של קבוצות הדתיים והחרדים באוכלוסייה הכללית עומד על 12% מהאוכלוסייה ו-8% מהאוכלוסייה, בהתאמה. קרי, ניתן להצביע על כך שבאופן כמעט גורף 20% מהאוכלוסייה, דתיים וחרדים, אינם מיוצגים כראוי באמצעי התקשורת (אברהם, אלפנט-לפלר ופירסט, 2004; לאור, אלפנט-לפלר ופירסט, 2006; פירסט וענבר-לנקרי, 2013). החוקרים מצביעים על כך שהדבר קשור באופן שבו הקבוצה הדומיננטית "שולטת" בתפקידי המפתח באמצעי התקשורת. קרי, המראיינים, המומחים, הפרשנים וכן הלאה, הם מקרב הקבוצה הדומיננטית, ובאופן זה משועתקת הדומיננטיות של קבוצה זו (פירסט וענבר-לנקרי, 2013).

מהשוואה בין מחקרים שנערכו לאורך השנים עולה ששיעור הדמויות החרדיות והדתיות שהופיעו בהקשרים של אירועי אי-סדר הולך ופוחת במהלך השנים. עם זאת, ירידה באחוזים בהיבט זה מציגה ירידה באחוזי ההתעניינות, הייצוג והחשיפה (פירסט וענבר-לנקרי, 2013).

מבדיקה שנערכה על ידי רשות השידור עולה כי שיעור המגישים שזוהו כחרדים כמעט אפסי ביחס לקבוצה הדומיננטית: יהודים, גברים, אשכנזים וחילונים. החרדי לא מתפקד בתקשורת כאדם חשוב, פרשן, איש ציבור או אדם שיש לו מה להוסיף על הנאמר, אלא כ"מושא האירוע" וכ"תפאורה" בלבד (פירסט וענבר-לנקרי, 2013).

החרדים נתפסים כקבוצת מיעוט על אף גודלם היחסי באוכלוסייה מסיבה אחת עיקרית – הם קבוצה מתבדלת. באופן טבעי, הריחוק, חוסר הידע וההרגשה הפנימית יוצרים יחד מערכת סטריאוטיפים רחבה. לדוגמא, כאשר מדווח על אירוע שלילי שבמרכזו עומד חרדי, הפרט הראשון שיוצג הוא תיאורו הדתי (זילברשלג, 2001). זילברשלג מגדיר את תדמית החרדי בתקשורת כשלילית מיסודה, החרדי מוצג כמזלזל בחילונים ובסמלי המדינה, משתמט משירות צבאי, אלים, עניו ו"פרזיט": "החרדי המקנן בתקשורת הישראלית, מזלזל בחילונים, שורף את דגל ישראל פעמיים בשנה, משתמט משירות צבאי, פרזיט החי על חשבון הציבור. החרדי הזה שהוא ביסודו חרדי וירטואלי וכל קשר בינו לבין אנשים חרדים מקרי בהחלט, הוא יציר כפיה של תקשורת..." (זילברשלג, 2001:

42). קרי, זילברשלג טוען כי התקשורת יוצרת "מצג שווא" של חרדיות (שם), שאינה מייצגת כלל את הציבור החרדי.

כך, נראה כי לרוב יוצג החרדי בהקשר של אירועי אי-סדר: ידוי אבנים, הפגנות, אי-השתתפות בחגים ובאירועים אזרחיים דוגמת יום הזיכרון לשואה ועוד (זילברשלג, 2001; טורין, 2014).

הלינגר וראשי (2011) מגדירים את היחס לקבוצה זו כיצירת שסע חברתי קשה לגישור. השסע משקף את הניגודים העמוקים בציבור הישראלי. נמצא כי בקרב הציבור קיים אנטגוניזם כלפי החרדים, חשש מפני השתלטותם על שכונות ועל החברה, והם נתפסים כמאיימים. נראה כי תחושות אלו נובעות באופן ישיר מן ההבדל שבין ערכי החברה החרדית לאלה של החברה החילונית, נתון המשקף חוסר סובלנות חברתית גם ללא תיווך תקשורתי (שטרוך ושוורץ, 1998).

רכים מהחרדים אינם רואים בתקשורת חושפת עוולות או מחברת קצוות, אלא רואים בה גורם שלילי ביותר (הלינגר וראשי, 2011). לפיכך, במקום לקחת חלק בתקשורת הכללית ולבנות את המקום שלהם בתוכה, הם יצרו מערכות תקשורת חלופיות של עיתונות מקומית וארצית, וכן תחנות רדיו והפצת שמע של שיעורי תורה. נראה כי בנייתה של מערכת תקשורתית נפרדת סותמת את הגולל על חיבור אפשרי בין החרדים לכלל הציבור.

למרות זאת, ניתן למצוא נקודות חיבור. ישנם בודדים בתקשורת הכללית המשתייכים לזרם החרדי, בהם סיוון רהב-מאיר, עיתונאית ערוץ 2 וגלי צה"ל. אך לסיכומו של עניין, ניתן לומר כי לתקשורת תפקיד מרכזי בשימור השסע ולעיתים אף ביצירתו (הלינגר וראשי, 2011).

הומור וסאטירה

הומור יכול להתפרש ולהתקבל באופנים שונים, ולפיכך הוא פוליסמי מטבעו ונתון לפרשנות (זיידמן, 1994). מחד גיסא, הומור יכול לאחד קבוצה באמצעות ליכודה סביב שפה משותפת אחת, ומאידך גיסא, לפגוע ולפגום ביחסים בין חבריה. באמצעות ההומור יכולה החברה להעלות לדיון נושאים רגישים מבחינה חברתית ולהעביר ביקורת על פרטים בחברה ועל הנמצאים בעמדות הכוח והשליטה (נבו-אשכול 1988; זיידמן, 1994; זיו, 1996; Martineau, 1972; Koestler, 1964). כך, יש המדגישים דווקא את תפקידו ה"חינוכי" של ההומור, אשר משמש כלי להוקעת תופעות המנוגדות לציפיות החברה ולדיכוי של אלמנטים הסוטים מהנורמות המקובלות (ברגסון 1899; זיידמן, 1994). מטרתן של תוכניות הסאטירה להבדיל בין המציאות הקיימת לבין האידאל באמצעות הצבעה על האבסורד במצב הקיים, ולנסות להשפיע על אנשים לשנות עמדות (מנדלסון-

מעוז ושטייר-ליבני, 2011; נבו-אשכול 1988; זיידמן, 1994; זיו, 1996; Koestler, 1964; (Martineau, 1972).

סוגת תוכניות הסאטירה היא הסוגה הפוליטית ביותר, ולפיכך היא ניתנת לקריאה באופנים שונים, עובדה המקשה על ניתוחה (אברהם ואחרים, 2004). תוכניות סאטירה מבוססות על המציאות, אך הן אינן מעתיקות אותה כפי שהיא, אלא דווקא מתרחקות ממנה באמצעות עיוות והגזמה (מנדלסון-מעוז ושטייר-ליבני, 2011). חוקרים שונים מצביעים על העובדה כי התייחסות לקבוצה במסגרת תוכניות סאטירה משעתקת את הסטיגמה בחברה על ידי ייחוס של מאפיינים גופניים ונפשיים לקבוצות השונות. בכך לוקחות חלק תוכניות הסאטירה בהכנייה החברתית המקובלת בחברה (פירסט ורמר-ביאל, 2007). עם זאת, יש הטוענים כי מאחר שהסטריאוטיפ מוצג בתוכניות סאטירה באופן מוגזם ומגוחך, הדבר תורם, ואולי אף נועד לתרום, דווקא לפירוקו: "כל הומור עושה שימוש בסטריאוטיפים, אך לעיתים הוא מחזק אותם ולפעמים חותר תחתיהם" (אברהם ואחרים, 2004: 76). כלומר, תוכניות הסאטירה אמורות לבקר את המציאות, למחות בחריפות נגד אי-צדק חברתי, ובכך לחתור נגד הסדר החברתי הקיים. אך למעשה, לעיתים קרובות הן משעתקות את התפיסות ההגמוניות, מחזקות את הסטריאוטיפים הקיימים בחברה ואינן מציבות אופוזיציה לסדר החברתי הקיים (שטייר-ליבני, 2014).

שאלות והשערות מחקר

סקירת הספרות מציגה תמונת מצב שלפיה התקשורת מסקרת קבוצות מיעוט באור שלילי הכולל שימוש רב בסטריאוטיפים, ומקשרת בין קבוצות אלה לאירועי "אי-סדר" בחברה. כאמור, לעיתים תוכניות הסאטירה משעתקות את התפיסות ההגמוניות ומחזקות את הסטריאוטיפים הקיימים בחברה. לפיכך, השערות המחקר העומדות בבסיס מחקר זה הן:

1. ייצוג החרדים יהיה לרוב בנימה שלילית או בהקשרים שליליים.
2. ייצוג החרדים ילווה לרוב בסטריאוטיפים ובהכללה.
3. המיעוט החרדי יוצג כשונה (מוזר) וכחורג מן הקונצנזוס החברתי.

הליך המחקר

מחקר זה עושה שימוש בניתוח תוכן טקסטואלי-תמטי-פרשני כדי לבחון את ייצוג המיעוט החרדי בתוכניות בידור וסאטירה שונות ברדיו הפונות לציבור החילוני. ניתוח תוכן הוא אחת השיטות המקובלות להפקת מידע מתוכני התקשורת (Riff et al., 1998). שיטה זו הוגדרה באופנים מגוונים על ידי חוקרים שונים. על פי פרס ויצבי (1984), שיטה זו משתמשת בחומר קיים (ספרים, נאומים, עיתונים וכד') או בחומר השמור בדרך

אחרת (הקלטות, חפצי אומנות וכד') כדי ללמוד על אודות ההתנהגות האנושית. השיטה מבוססת בעיקרה על איסוף נתונים מדידים וכמותיים. ניתוח התוכן כשיטה משלב בתוכו הן ניתוח נתונים והן תצפית, אלא שבמקום לערוך תצפיות במישרין על התנהגותם של אנשים או לשאול אותם אודותיה, נוטל החוקר את התוצר שיצרו אנשים ושואל שאלות לגביו (נחמיאס ונחמיאס, 1982). יתרונותיה של השיטה טמונים בכך שתצפיות אלה אינן ניתנות כתגובה למחקר, ובכך שניתן באמצעותן לכסות משך זמן ארוך (קראוס ואחרים, 1978), יתרונות שהיו לעזר רב במחקר זה.

ניתוח התוכן במחקר הנוכחי נערך במשך חצי שנה (ינואר-יוני 2015) בשלוש תוכניות בוקר יומיות ברדיו, המשודרות בין השעות 07:00-09:00, שעוסקות בהומור וסאטירה: "שי ודרור" לראשית הפסקה; "טל ואביעד", באקו 99FM; ו"סלוצקי ודומינגו" ברדיו תל אביב. התוכניות נסקרו, ואותרו בהן כל הקטעים הקשורים לחרדים ולעולמות תוכן דתיים. בחירה ברדיו כפלטפורמת המחקר נעשתה מתוך רצון לבדיקת ייצוג החרדים כפי שהם מופיעים במרחב הציבורי הנגיש ביותר לאוכלוסייה מכל קצות הקשת החברתית והכלכלית.

גם הבחירה בתוכניות מתחנות שונות נועדה להרחבת היריעה ולבחינה כיצד מיוצגים החרדים ברוב תוכניות הבוקר המובילות העוסקות בבידור, הומור וסאטירה. מאחר שמדובר בתוכניות בוקר המשודרות באופן יומי, תוכניות אלו מתבססות לרוב על ידיעות שפורסמו בעיתוני הבוקר, כך שעריכת המערכונים והשיח בין השדרנים "נרקמים" ונערכים בזמן קצר לפני התוכנית, כמעט ללא הכנה מוקדמת. כך הופכות תוכניות אלו לאינטואיטיביות ומתבססות על הידע האישי של המגישים ועל גישתם האישית לציבור החרדי. לפיכך מהוות תוכניות אלו צוהר מרתק לתחושות, לרגשות ולתפיסות האוטנטיות של אנשי התקשורת, אשר באות לידי ביטוי בייצוג החרדים. יש לציין כי תוכניות אלו משודרות ב"שעת השיא" (Prime Time), והן בעלות שיעורי האזנה גבוהים בשל הקהל ה"שבו" ברובו, המאזין לתוכנית בדרכו ללימודים או לעבודה. כך לדוגמא, התוכנית "שי ודרור" קיבלה בשנת 2014 את פרס תוכנית המלל הטובה ביותר, ותוכנית הבוקר של טל ואביעד היא התוכנית המואזנת ביותר באתר אייקסט, המספק תכנים להאזנה לפי דרישה.¹ בנוסף, תוכניות אלו משודרות בסינדיקציה, ובכך משודרות למעשה כמעט בכל הארץ.

תמצאים

"החרדי המכוער" – השימוש בציניות בייצוג חרדים

השיח הציני משרת לא פעם את תוכניות הסאטירה בכואן להציג נושאים שלא קל לדבר עליהם, לרון בהם ולשמוע אותם. באמצעות הסאטירה ניתן להציג את המציאות באופן שבו היא נתקבל טוב יותר. בתוכניות הרדיו של טל ואביעד, שי ודרור וסלוצקי ודומינגו נעשה בחלק מהשיחות שימוש ציני בהתייחסות לאדם החרדי, כאשר נמצאו שלושה אופנים עיקריים לייצוגו: "סטלנים", "קומבינטורים" ו"חשוכים". לצד זאת נמצאה התייחסות חוזרת ונשנית למנהיגי הציבור, שבה באים לידי ביטוי כל המאפיינים הללו.

"הסטלנים"

בשיחה בתוכנית הרדיו של טל ואביעד,² המדברת על מפלגת הברסלבים,³ חסידי רבי נחמן מאומן, נאמר כך:

"מפלגת הברסלבים יכולים אולי להתאחד עם עלה ירוק לכדי מנדט, זה נשמע לי אותו ספקטרום של סאטלה. אתה רואה את אלו רוקדים על ה"car" שלהם ואת אלו רוקדים על שלהם. זה הרי אותו דבר. עם שינויים קלים של ה"outfitt", זה נראה אותו דבר. אגב, חלק גדול מהברסלבים יש להם היסטוריה של שאכטה אחת יותר מדי, בואו נודה בזה". אמירות אלו משקפות את דעתם של השדרנים על הציבור החרדי כ"סטלן", שאינו פיכח. הציבור החרדי מוצג כציבור שאיבד את דעתו בעקבות שימוש מוגבר בסמים. הברסלבים נמצאים על ציר נפרד. הם לא ניצבים על אותו הספקטרום של האדם הרגיל, אלא על "ציר הסטלנים" – כך נאמר בהמשך בזלזול. "יש רצף כזה, איזושהו ציר – אתה יכול להיות סטלן סטלן סטלן סטלן – ברסלב". אמירה זו מתכתבת עם "הסמל" המייצג של הקבוצה – "נ, נח, נחמן, נחמן מאומן...". – ובכך, מנופץ ומחולל הסמל הקדוש עבור קבוצה זו. בנוסף, נראה שהסטריאוטיפ של הברסלבים כ"סטלנים" מתבסס למעשה על עקרון השמחה התמידית של הקבוצה, אלא שעיקרון זה מומר לדבר שאינו חוקי, שסוטה מהנורמות החברתיות.

גם בתוכנית הרדיו של שי ודרור⁴ מתייחסים לציבור החרדי כאל "סטלנים":
 "האם מותר לעשן קנאביס בשנת שמיטה? יש לאנשים אישור רפואי, ובכל זאת מעדיפים לגדל בגינה גראס לשימוש עצמי, אבל כידוע השנה היא שנת שמיטה ולכן רוצים לדעת המשתמשים האם יוכלו להשתמש בפרחים מהשתיל, או שעליהם למצוא פתרון אחר..."

במהלך שידור ה"ידיעה", שי מחקה דמותו של רב שאמר כי "יכול הבנאדם לעשן קנאביס בשנת שמיטה אם הוא שומט את הג'וינט השביעי בכל עישון. כך הוא בעצם עשה שמיטה כהלכה..."

נראה כי ישנה ציפייה שרב, המצטייר כבעל ערכים ודרך ארץ, לא יגלה בקיאות והבנה בנושא, בעוד שהמערכון מעיד על ההיפך מכך. החיקוי של הרב ותוכן דבריו מציגים בקיאות בנושא הסמים, הג'וינטים והעישון. למעשה, הידיעה באה להראות שהציבור החרדי משתמש באופן שוטף בסמים והחרדים אף מגדלים בביתם גראס, מה שמאפיין "סטלנים" – אנשים שצורכים ג'וינטים באופן קבוע. קרי, גם במערכון זה החרדים מוצגים כ"סטלנים", ומכאן כלא מציאותיים, לא חוקיים וכסוטים מהנורמות המקובלות בחברה. כפי שעולה מניתוח המערכונים, אמונתם של החרדים מצטיירת בעיני החילונים כאמונה מזויפת, סוריאליסטית והזויה, לא מציאותית, בדומה למציאות שאותה חווה אדם שמשתמש בסמים.

"הקומבינטורים"

אייטמים רבים בתוכניות שנותחו במחקר זה הציגו את המיעוט החרדי כ"קומבינטור". כדוגמא לכך ניתן להצביע על הדיאלוג הבא, הלקוח מתוכניתם של טל ואביעד:⁵

"טל: אני תמיד תוהה מה הקומבינה כשאתה מקבל את הטלפונים... ואתה עונה וזה או ברכה מאיזה רב, או 'בואו לחגוג איתנו במערת המכפלה'..."

אביעד: "עד שיום אחד אני אבוא ואני אגיד, 'עכשיו שידוך, עכשיו!'"

לפי התפיסה שמוצגת בדיאלוג זה החרדים הם תאבי בצע ועסקנים, המנסים תמיד "למכור" משהו, גם במחיר של שימוש באלמנטים דתיים (מכירת ברכה, במקרה זה). בכך ניכרת זילות של הדתיים עצמם ב"יוקרתה" של הברכה – ברכה לכל דורש עבור כסף. עצם הצגתו של מקרה זה מבליט את הזלזול ביכולתה של הברכה, אף מצידם של החרדים, ששוחקים את יוקרתה של הברכה עבור כסף. בנוסף, מן הדיאלוג בין השדרנים משתמעת הטענה שלפיה החרדים נכנסים לחיים הפרטיים של הציבור הכללי בדרך שאינה ראויה, ובכך מאיימים במידת-מה על המרחב הפרטי.

הדיאלוג הבא, הלקוח מתוכניתם של שי ודרור, מתייחס ל"קומבינה" מסוג אחר – "כיפוף" ההלכה והדת בהתאם לצורך:

אורי גוטליב: "אם דקה לפני המוות אני חוזר בתשובה, זה מתקבל נכון?"

דרור: "שמע ישראל ה' אלוהינו ה' אחד" זה המנטרה שמובילה אותך ישירות לגן העדן."⁶

"שמע ישראל" הוא קטע מתפילה שנאמרת מספר פעמים ביום, שלפיה האדם מקבל על עצמו את אלוהים כסמכות לטוב ולרע. זוהי אחת התפילות המקודשות ביהדות,

וכאן יש מעין זלזול בה, וטענה כי החרדים יכולים "לקנות" הכול באמירה אחת. אמירה מסוג זה מתייחסת בצניניות לדת ומציגה אותה כקטנונית, הסובבת סביב מנהגים קטנים ולא מהותיים. הציטוט לעיל מציג טענה שלפיה גורלו של האדם בעולם הבא (גן-עדן/ גיהנום) תלוי כביכול במילים בלבד (התפילה) ולא במעשים. זהו שילוב של שיח מִחֻלָּן לפרקטיקה מקודשת, ומכאן חילולה, ללא קבלה או ניסיון להבינה. בשיח פנים-חרדי יִשְׁנָה, ככל הנראה, גם ביקורת על חרדים שסטו מדרך הישר, ומאמינים שבאמצעות תפילותם יכפר אלוהים על מעשיהם. ביקורת זו מגיעה באופן ענייני ורציונלי מבחינת החרדים, ואילו כאן אננו רואים זלזול בפונקציונאליות של התפילה.

גם המערכון הלקוח מ"שי ודרור" שהוזכר לעיל – היתר לגדל מריחואנה רפואית בשנת שמיטה – מציג התייחסות דומה למיעוט החרדי: החרדים מנסים כל העת "לכופף" את ההלכה לצורכיהם.

בדיאלוג הבא מותחים טל ואביעד ביקורת על גל החזרה בתשובה הנפוץ בקרב הידוענים:⁷

אביעד: "בוא נדבר על ה-BBF החדש של אלוהים..."

טל: "יובל המבולבל מתחזק... בקרוב יובל המבולבל יפסיק להופיע בשבתות, הוא אומר 'תמיד היה לי קשר לדת ובשנה האחרונה אני יותר מתחזק, אני עושה את זה לאט לאט כי אני מאמין שאם אדם עף גבוה מדי בסוף הוא יתיימש. החלטתי שמספמבר בעזרת השם אני מפסיק לעבוד בשבת'".

אביעד: "זה מה שיפה בדת היהודית, שהיא כל כך אלסטית בפרשנות שלה. 'אני כל כך מתחזק שהחלטתי שמספמבר אני מפסיק לעבוד בשבת'. התייעצתי עם רבנים והם אמרו 'מצווה על כל יהודי לגזור את הקופון השמן בחופש הגדול.. ובספמבר להיות יהודי דתי קדוש צח וזך'".

טל: "כל עוד חשבון הבנק שלי מרוויח מזה, אחלה, אין לי שום בעיה להופיע בשבת ושאתם תיסעו להופעה שלי.. אבל בספמבר כשהשוק חלש, אני מתחזק. כשהשוק יורד, מעלתי הרוחנית עולה..."

דיאלוג זה מציג בצניניות רבה את ה"טרנד" של מפורסמים שחוזרים בתשובה, שמתקבל כהענקת משהו יוקרתי לאלוהים, ש"זוכה" בחבר חדש ומפורסם. במערכון זה ניתן לראות את הראייה הדיכוטומית של אנשים: חרדי – כל החובות הדתיים מוטלים עליו, וחילוני – שלא מקיים כל מצווה, כזו או אחרת. אין כאן ניסיון להבין את המורכבות של האדם ושל החזרה בתשובה, שהיא תהליך שלא מתרחש ביום אחד ובכת אחת. במערכון זה ניכר זלזול בתהליך חזרתו בתשובה של יובל המבולבל.⁸ המערכון מתרגם את התהליך ללעג המופנה כלפי הרבנים, שהתירו ליובל המבולבל לעבוד בשבת, ובמילים אחרות "כופפו" עבורו את ההלכה בעבור בצע כסף – "כסף דוחה שבת". זאת ועוד, ניתן לראות

בדברים אלה לעג לאפשרות של אדם לבחור את מעשיו, אם הם אינם עולים בקנה אחד עם תפיסות חילוניות.

באחת מתוכניותיהם⁹ יצרו שי ודרור ראיון מפוכק עם בחורה בשם פועה, שאותה משחק שי, כאשר דרור מראיין אותו (אותה) על הרעיון של שמירת נגיעה (איסור מגע בין גבר לאישה שאינם נשואים):

דרור: "מה אתם עושים לפני החתונה שלא עשו בדרור הקודם?"

פועה (שי): "לאבותינו היה אסור לגעת אחד בשני, שמרו נגיעה עד החתונה".

דרור: "במה זה שונה היום?"

פועה (שי): "אנחנו היום כבר מתחילות להשתרמט בגיל 13-14..."

דרור: "אתם כבר מרשים לעצמכם להתחבק פה ושם..."

פועה (שי): "להתחבק... קצת נשיקות, לפעמים הוא יכול לחפון שד... אנחנו כבר לא מה שהיה פעם".

דרור: "מה גורם לכם היום להרגיש תחושת שחרור מוחלטת מהאיסורים הנורא חמורים שהיו פעם?"

פועה (שי): "זה כבר לא מה שהיה פעם, האימהות היו בתולדות עד אחרי החתונה,

ותראה אותי, אני הייתי בתולה... מתקשה כבר להיזכר מתי זה היה..."

במהלך הריאיון דרור שואל את "פועה" על הרעיון של שמירת נגיעה, ומדוע היום נשמר פחות בציבור החרדי האיסור על נגיעה. פועה עונה כי "אנחנו כבר לא מה שהיה פעם". כלומר, גם כאן ישנה ביקורת על כך שהציבור החרדי מרשה לעצמו למתוח גבולות יותר מאשר בעבר. התפיסה שמוצגת כאן היא שישנה היחלשות במגזר החרדי, ובהדרגה הוא נעשה דומה למגזר החילוני. קרי, מתיחת הגבולות נועדה לצורך ההידמות לאדם החילוני, "המתקדם".

הטענה החבויה במערכון היא שבסופו של דבר הציבור החרדי "מכופף" את ההלכה ומתאים אותה לצרכיו. יש לציין כי קיים גם שיח פנים-חרדי על "הידרדרות" בשמירת חוקי הצניעות, אולם הנימה היא כמובן שונה, והיא באה כביקורת פנימית בונה ולא באופן של זלזול ובוטות. כמו כן, לא דומה ביקורת פנימית – של מי שהתנסה בשמירת חוקי הצניעות – לביקורת חיצונית של אלו המכירים את התופעה רק באופן בסיסי ושטוח ולא התנסו בה.

לסיכום, ניתן לומר כי הדת נתפסת על ידי השדרנים כאלסטית וכניתנת לשינוי על ידי המאמינים. לפיכך, הייצוג של "זוכים" החרדים הוא של "קומבינטורים" – עסקנים המקדמים את ענייני הקהילה החרדית ועוסקים לרוב בכל מה שקשור לכסף – ייצוג דומה לזה שהיה נפוץ בימי הביניים.

חשוכים

כאמור, תוכניות הבידור והסאטירה נמצאו כמייצגות את המיעוט החרדי באופן סטריאוטיפי, שהרי רובן מבוססות על השימוש בסטריאוטיפ לצורך קיצור תהליכים והעברת המסך למאזינים ולצופים באופן מהיר. מניחות הממצאים עלה כי הציבור החרדי נתפס על ידי השרדנים, ובהתאמה מוצג כך למאזינים, כציבור חשוך ופרימיטיבי באורח חייו ובמחשבתו. אפיון החברה החרדית כפרימיטיבית בא לידי ביטוי ביתר שאת בייצוג יחסה לנשים. למשל, ניתן לראות זאת בתיאורו המכליל של טל ברמן,¹⁰ בתוכנית הרדיו "טל ואביעד", "יש חברות שונות שרואות דברים בצורה אחרת, וחלק מהמבנה שעליו מושתתת החברה החרדית זה שהאישה מחזיקה את המשפחה, מנקה, הרבה פעמים גם עובדת בחוץ ומביאה את הכסף הביתה, כי הגבר יושב ולומד תורה כל היום וזאת השליחות הנעלית ביותר..." לפי התפיסה הרווחת בעולם החרדי על הגבר ללמוד תורה, ולפיכך מוטלת על האישה פרנסת המשפחה. לימוד התורה נחשב מצווה מהותית וחשובה שמסייעת לשמור על עם ישראל. במערכון זה, טענתו של ברמן מחזקת את הסטריאוטיפ הקיים על הציבור החרדי, שלפיו הגבר במשפחה אינו עובד והאישה היא המפרנסת. גישתו של ברמן, המזלזלת באורח החיים הזה ואולי אף מקנאת קלות במעמד הגבר בעולם החרדי, נובעת ככל הנראה מהגישה הקפיטליסטית והחילונית, הרואה בעבודה ערך יצרני נעלה, לעומת לימוד תורה שאינו יצרני, ולכן לא נחשב ראוי. בבסיס דבריו של ברמן וּבטון שבו נאמרו הדברים מסתתרת תפיסה פטרונית ואתנוצנטרית, הבוחנת את העולם החרדי במשקפיים "חילוניות", מתוך זהותו של השרדן. קרי, ברמן אינו מבין כי תפיסת העולם החרדית שונה במהותה, והוא רואה אותה כנחותה, בעוד שלדידו, תפיסת העולם שלו היא הנכונה. יש כאן תפיסה סטריאוטיפית שלפיה "כל החרדים" הם שוביניסטים החיים "על גבה" של האישה ש"מחזיקה את המשפחה".

בתוכנית אחרת של "טל ואביעד",¹¹ שיחה שלמה מתרכזת בייצוג הסטריאוטיפי של

האישה החרדית:

אביעד: ".... [ב]כנס שבו מפלגת 'יחד' פונה אל הנשים המצביעות הפוטנציאליות של המפלגה. בסוף הכנס חולק מעין צ'ופר, חפיסת שוקולד כחולה כזאת, שלמעלה כתוב 'יחד בראשות אלי ישי' ולמטה יש מסר כתוב, והמסר הכתוב הוא כך: 'חלקי את עבודות הפסח לעשרים עבודות קלות לביצוע, בכל יום שתבצעי, תני לעצמך קובייה אחת להצלחה. לא תאמיני איך תוך עשרים יום סיימת את המשימות וכבשת יעד'. והיעד הוא בית נקי... איזה יעד אחר יש לאישה בעולם הזה? איך אחרת היא תרוויח את השוקולד שלה אם לא תעמוד במשימת ניקיון הפסח שלה בעשרים יום בלבד?"

ניתן לראות כאן תיאור ציני של האישה החרדית, שכל תפקידה הוא להיות עקרת בית – "איזה יעד אחר יש לאישה בעולם הזה?" אביעד מקצין בשאלה צינית ומיתממת את ייעוד האישה במיעוט החרדי, כפי שהוא מוצג בתקשורת. בהמשך, שואל ברמן בתגובה: "רגע, היא לוקחת לכד את השוקולד או אחרי שהיא גמרה את הספונג'ה היא הולכת על ארבע לבעלה והוא זורק לה קובייה?" האישה החרדית מוצגת כאן כמעין שפחה לבעלה, חסרת עצמאות. יש כאן השוואה של האישה החרדית לכלב הקשור לבעליו ומתגמל בשיטת המקל והגור. שניהם ממשיכים את הקו הסטריאוטיפי שקיים בקרב החברה על המיעוט החרדי: הגבר הוא העליון, השולט, לומד תורה כל היום, והאישה עובדת, מנקה, מטפלת. לבסוף, מסכם טל את הדיון כך:

"... צריך לזכור תמיד שהאנשים האלה, החרדים, הם רואים את העולם במשקפיים שונים לחלוטין. זאת אומרת, כשאנחנו חושבים על כל דבר ומזדעזעים מדבר כזה זה כי בכסיס שלנו יש איזשהו סט של ערכים שהוא ליברלי, משוחרר, נאור, אולי חילוני, ויש גם אנשים שרואים אחרת לחלוטין את העולם. זאת אומרת הכמיהה לשוויון או לשחרור היא לא בדי.אן.איי שם בכלל ולא שואפים אליו כי היא לא משהו..."

כך, ברמן מציג בתגובתו את הגישה הרב־תרבותית – זו שמקבלת את התרבויות השונות. הוא מציין שישנן תרבותיות שונות, והוא גם מבקר את התפיסה החילונית שלפיה ניתן "להציל" את השונים ולכפות עליהם את הגישה האחרת. עם זאת, הוא עדיין מתבסס על סטריאוטיפים ועל דעות קדומות, וקובע ש"האנשים האלו" – קרי, החרדים כולם – הם חשוכים, לא מתקדמים, לא מבינים את העולם ועבדים למשהו. הטקסט מציג התנשאות מסוימת על הציבור החרדי ה"אחר", ובכך מעמיד את החברה החרדית והחברה החילונית כניגודים, כניצבים זה מול זה – "הם" מול "אנחנו". בתוכניתם ממשיכים טל ואביעד להבליט את חוסר הנאורות השורר בקרב המיעוט החרדי:

"היחידים שעדיין מקפידים על ההבדלה המטופשת הזאת בין הגברים לנשים זה הציבור החרדי. העיתונות החרדית לא מפרסמת תמונות של נשים וזה מזעזע. זה איום ונורא, זה חולה מאוד..."

כאן כבר אין ולו מעט הבנה לתרבות השונה, ומובעת פטרונויות גרידא. החרדים חשוכים וכך גם דעותיהם חשוכות.

דוגמה נוספת מתוכניתם של טל ואביעד¹² מתייחסת למגזר החרדי בטענה כי "החרדים מתגוננים מפני ההשפעות של העולם המודרני". מנימת הדברים ניתן לחוש זלזול בחרדי החי בתקופה קדומה בעוד שהחילוני הוא המתקדם, הנאור. החרדים נוקטים גישה מתגוננת, הם לא מנסים להתקדם ולהתאים עצמם לעולם ולחברה המודרנית, אלא מסתגרים בתוך

עצמם. קרי, אורח החיים ה"נכון" לתפיסתם של טל ואביעד הוא אורח החיים החילוני, בעוד תפיסת העולם החרדית שגויה במהותה. לסיכום, נראה כי תוכניות הבידור והסאטירה מציגות את החברה החרדית כשוביניסטית ומפלה, שבה הנשים כפופות לבעליהן ונחותות מהם, דבר שנובע מתפיסת העולם הפרימיטיבית של החרדים, שלא "התקדמו" ונשארו סגורים ומסוגרים בעולמם.

"עשה לך רב" – מנהיגי הציבור

במערכונים שעוסקים בציבור החרדי נמצאו מערכונים שעוסקים במנהיגי הציבור – הרבנים. כאמור, מערכונים רבים עוסקים במנהיגי הציבור החרדי ומציגים אותם כמובילי הנורמות שהוזכרו בסעיפים הקודמים – סאטלנים, קומבינטורים וחשוכים, בבחינת "הדג מסריח מהראש".

באחת מתוכניותיהם של שי ודרור¹³ הוצג ריאיון סאטירי מדומה של רזי ברקאי, מגיש תוכניות אקטואליה בגלי צה"ל, המראיין כביכול את הרב האחראי על המקוואות בשכונת מאה שערים בירושלים, שבה התפרסמה באותם הימים פרשייה שעסקה במצלמות שהותקנו במקוואות גברים:

דרור: "סערה בעולם החרדי: מסתבר שבהוראת הרבנים הותקנו מצלמות נסתרות במקוואות במאה שערים, כאילו וכתירוץ של שמירה על הטובלים, וכל העיתונות החרדית גועשת כי יש עירום וזה סיפור ענק".

רזי: "תשמע, בלי פורנו על הבוקר... כי הבוקר אנו רוצים לדבר עם הרב יעקב גוטה, מנהל המקוואות במאה שערים שהולך לשוחח איתנו על הפרשה הזו".
הרב גוטה (נכנס באמצע שיחה): "...אני פשוט לא אוהב שמציצים".
דרור: "אבל אתם מציצים. תסביר לנו מה זה צריך להיות".
הרב גוטה: "אני לא רוצה להסביר לחילוני כמוך. נאמר כבר בכתובים "נסתרות דרכי האל".

דרור: "אני לא מבין, זה נראה לך נורמאלי?"
הרב גוטה: "האמת, זה לא נורמאלי. לא האמנתי מה הולך פה עד שראיתי את זה בעצמי, יש כאן סרטונים שיעיפו לך את התפילין. אתה יודע שעלינו פה על נשים שְׂמֵרְמוֹת. ברור – טובלות בניגוד להלכה".

דרור: "בקיצור יש לכם מגרש בקרה מסודר. אתה יושב ורואה פורנו".
הרב גוטה: "יותר מזה! האולפן של אמנון יצחק זה כלום לעומת מה שיש פה. בחודש הבא אנו מתחילים למכור מנויים... שנאמר 'והצצת פה בלילה'".
דרור: "זה נשמע סוטה".

הרב גוטה: "אני סוטה? אני יזם!"

ריאיון סאטירי זה מראה את הזלזול, הציניות והביקורתיות השטחית כלפי המגזר החרדי, הנגזרים מכוח הרגל וללא ניסיון להבין את הדברים לעומקם. מערכון זה מציג את המקרה באופן מעוות וחסר בסיס עובדתי. כך, המערכון מתייחס אל מקוואות של נשים, בעוד המקרה שאליו מערכון זה מתייחס הוא התקנת מצלמות במקוואות גברים. בפועל הותקנו המצלמות על סמך רצון הקהילה החרדית למנוע מקרים של תקיפה מינית ושל גניבות. כך, פעולה שנועדה להגן על חברי הקהילה מוצגת במערכון זה כפגיעה מכוונת בנשים, ורבני הקהילה מוצגים כסוטים וכמטרידים.

דוגמא נוספת, הלקוחה מתוכנית הרדיו "סלוצקי ודומינגו", עולה ממילותיו של המשורר יהונתן גפן על פרשת הרב פינטו:¹⁴

"כתבתי על פרשת פינטו: 'כי הרב והניצב, זה מה שקורה עכשיו. בין טימברלייק לז'אגר, הכל טוב תודה לאל, אחרי חודשים בגלות, הרב פינטו נוחת בישראל. כן הוא כבר כאן רחמנא ניצלן, אל תדאגו, הוא ישמור על הישבן. עסקה שתשלח אותו ללא יותר משנה, והנדוניה – עד מדינה. הניצב נכנס לכוננות, פינטו הולך להפוך לשולה זקן של הרבנות. על השולחן טובות הנאה מכבוד הרב לארביב ומקורביו, הולך להיות קשה לחצי המנשה, כי עם כל הכבוד לאהבה, הוא לא רגיל לישיבה, וזו כבר השעה שמתגלגל כבר הרבה זמן, ולפי תקדים רוזן מישוהו ישלם בגדול ובמזומן'".

אנו עדים לכתיבה פרובוקטיבית על פרשת הרב פינטו,¹⁵ כאשר על פי הקטע, מנהיגי החרדים קשורים לשלטון ולפשע, ויודעים לצאת ממצבים מסוג זה על ידי שוחד ועסקנות. בתוכנית הרדיו של סלוצקי ודומינגו¹⁶ הובא ריאיון סאטירי בדוי עם "ראש עיריית בית שמש", המבסס את דעותיהם של השניים על המיעוט החרדי כציבור חשוך וחסר בינה, ומקבע את התפיסה שלפיה מנהיגי הציבור מושחתים ופושעים:

משה אבוטבול (לתומכיו שמפריעים לריאיון): "לכו תעשו משהו מועיל, תחפשו איזה חיילת לירוק עליה... (פונה למראיין): בטח קלטת שבית שמש זה בדיוק כמו פריז. למה, גם בפריז אתה לא יכול להסתובב ברחובות בלי להסתבך עם איזה עבריינים, ובקטע הזה אנחנו ופריז ערים תאומות..."

...חיים, תעשה לי טובה, תירק על הילדה שמה. מה למה? ראית איך היא מסתובבת בעיר עם גומי גם בידים ועגיל באוזניים? ... אני אדאג שכל מי שחילוני בבית שמש יוכל לחיות את החיים שלו ללא הפרעה... ללא חנויות פתוחות בשבת, ללא תחבורה בשבת, ללא רחובות פתוחים בשבת, ללא היתרי בנייה, ללא מנגלים..."

ולשאלת המראיין על זיופים בבחירות, אמר: "...לא היו זיופים בבחירות, הכול כשר. נשבע לך שבכיף הייתי נותן לך לדבר עם חלק גדול מהמצביעים שלנו, אבל הם נפטרו בפתאומיות אחרי ההצבעה בקלפי..."

גם כאן החרדים קשורים באירועים של פשע ואלומות. יש כאן הבניה של סטריאוטיפ באמצעות אימוץ מאפיין שלילי יחיד והשלכתו על כלל הקבוצה. כך נוצר הקישור בין חרדים לפשע ולאלימות.

נמצאו מספר מערכונים שעוסקים הן בציבור החרדי והן במנהיגיהם. במקרה שלהלן נותח המערכון במסגרת ההתייחסות לחרדים כ"סטלנים", אך הוא מתאים כאן גם בהקשר ליחס השדרנים למנהיגי הציבור:

שי ודרור במערכון על עישון קנאביס בשנת שמיטה:

רב (שי): "...יכול הבנאדם לעשן קנאביס בשנת שמיטה אם הוא שומט את הג'וינט השביעי בכל עישון. כך הוא בעצם עשה שמיטה כהלכה..."
 אנחנו רואים כאן זלזול במנהיג הקבוצה, כאשר הרב מוצג כמבין בעולם הסמים וממציא הלכות שיתאימו לנדרש. גם כאן ישנה הצגה של כלל הציבור – באמצעות הצגת המנהיג – כ"קומבינטור" "המכופף" את חוקי ההלכה.

בפרשת "יובל המבולבל", שחזר בתשובה, מסכם אביעד כך:

"זה מה שיפה בדת היהודית, שהיא כל כך אלסטית בפרשנות שלה... התייעצתי עם רבנים והם אמרו 'מצווה על כל יהודי לגזור את הקופון השמן בחופש הגדול.. ובספטמבר להיות יהודי דתי קדוש צח וזך'..."

כפי שניתן לראות, ה"אלסטיות" של הדת היא תפיסה שחוזרת על עצמה במערכונים השונים. גם כאן הרבנים מוצגים כתאבי בצע המגמישים את הדת כדי להשיג משהו גשמי – כסף.

לעיתים קרובות הוזכרו מנהיגי הציבור החרדי בהקשר של פשע ואלומות. ייצוג מעין זה מחלל ומנפץ את הסמל הקדוש לציבור המאמינים, הוא הרב, ואף משליך על הציבור כולו את הביקורת, שכן, אם כך נוהגים המנהיגים – ודאי שכך נוהגים גם המאמינים. ההנהגה של הציבור החרדי מוצגת כמושחתת, מעין קבוצת מאפיונרים רודפי בצע, שאינם מחויבים באמת ובתמים לחוקים ההלכתיים, אלא משתמשים בהם ומתאימים אותם לאינטרסים שלהם.

דיון ומסקנות

מחקר זה בחן כיצד מיוצגים חרדים בתוכניות בידור וסאטירה המשודרות ברדיו בישראל בשעות הבוקר. מאחר שמדובר בתוכניות בוקר יומיות, עריכת התוכנית והגשתה נעשות לרוב באופן אינטואיטיבי וספונטני, ובכך נראה שיש בכוחן להצביע על תפיסתם האוטנטית של שדרני התוכנית, תפיסה אשר באה לידי ביטוי בייצוג החרדים.

על אף המדגם הקטן, אך האיכותי, שכן מדובר כאמור בשלוש תוכניות פופולאריות מאוד, הממצאים מדגישים כי החברה החרדית מוצגת לרוב באופן שלילי, אשר חוזר

על עצמו בווריאציות שונות. החרדי מוצג בתוכניות אלה כקומבינטור, כמסומם שאינו מחובר למציאות, אשר בוחר להתקרב לדת כשנוח לו. ההתייחסות לאדם החרדי היא כאל מי שבוחר להיות כזה עקב סיבות "לא נכונות", וכאל כאדם חסר ערכים ועקרונות, אשר בוחר בדת כדי לסדר לעצמו "חיים טובים". דוגמא בולטת לכך היא התייחסותם של טל ואביעד לחזרה בתשובה כנובעת ממניעים כלכליים. יחס זה עלול להגביר את השסע בין החברה החרדית לחילונית, כפי שהראו ראשי והלינגר (2011). לטענתם, היחס התקשורתי לקבוצה הדתית רק מגביר את השסע עד כדי כך שקיימת סכנה שלא ניתן יהיה לגישור. כך, נראה כי קיים אנטגוניזם כלפי החרדים, חשש מפני השתלטותם על השכונות ועל החברה, עד כדי תפיסתם כאיום חברתי. ממצאי מחקר זה מראים כי בעוד שהשסע החברתי גדל, הידע לגבי הציבור החרדי וההכרה בו הולכים מצטמצמים. התוכניות שנדגמו מציגות את האדם החרדי כשונה וכחורג מן הקונצנזוס באמצעות הצגתו כאדם חשוך, שאינו מחובר לעולם המודרני, המתקדם והליברלי – עולמו של האדם החילוני. קרי, החברה החרדית מוצגת כחברה פרימיטיבית אשר "תקועה" אי-שם מאחור בתקופה קדומה, שבה קיים חוסר שוויון בין גברים לנשים, כאשר על האישה מוטלים כל תפקידי הבית, לרבות פרנסה וגידול הילדים, בעוד הבעל לומד תורה בישיבה, אינו מעורב במשפחה ואינו תורם לה. נראה כי מתייחסים לאדם החרדי כאל משוגע, מטורף שחי בתקופה אחרת ואינו מבין את העולם המודרני החילוני. הספרות המחקרית מעידה כי תהליך הייצוג התקשורתי הוא תהליך מתמיד של הבניית זהות, ויש בכוחו ליצור סטריאוטיפים ודעות קדומות שבעזרתם נוצרת השונות החברתית (פירסט ולנקרי, 2013; כספי, 1993). מחקר זה מצא כי החרדים מוצגים באמצעות סטריאוטיפים והכללות, המציגים את החברה החרדית בכללה כחברה "קומבינטורית", המנסה למצוא דרכים קלות לחיות ולהתקדם על חשבון אחרים. בנוסף, מן המחקר עולה כי האדם החרדי מוצג כ"סטלן", קרי, לא מחובר למציאות. מקורו של ייצוג זה הוא בדרך חשיבה שלפיה כאשר אדם פועל באופן שונה ממך ולא מקיים אורח חיים דומה לזה שלך, נראה שהוא "סטלן" ואינו פיכח – הוא אחר ושונה. הממצאים מעידים כי לרוב החרדים מסוקרים בנימה ובאור שליליים. אחד הייצוגים הבולטים של האדם החרדי במחקר זה הוא כאדם דו-ערכי, המוכן "לכופף" את ערכיו בתמורה לרווח כזה או אחר. הדת מיוצגת כאלסטית – ניתנת לשינוי ול"כיפוף" בהתאם לנסיבות. זאת ועוד, נראה שעל פי השדרנים, קיים קונפליקט תמידי בין העולם החרדי לחילוני, קונפליקט אשר לא ניתן ליישבו, כך שקיימת התנגשות בין הדת לבין העולם המודרני. מכאן מתגבשת המחשבה כי כאשר האדם החרדי בוחר להיכנס לעולם המודרני, עליו לבחור על אילו מערכיו יותר על מנת להצטרף לקדמה. גם מנהיגי המגזר מוצגים בנימה ובאור שליליים, כמוכנים להגמיש בעת הצורך את החוקים עבור עצמם, עבור חבר מרעיהם ועבור המאמינים. למעשה, כאשר מוצג מנהיג

החברה באופן שלילי הדבר מסמל ביטול של החברה כולה. כך, המחקר מצא כי רבנים הוצגו כפושעים ותאבי בצע העוסקים בהלכות "קטנוניות" ומגוחכות, תוך שהם מתירים הלכות ועניינים והלכות מהותיים יותר.

מאחר שמדובר בתוכניות יומיות, המערכונים והשיח מתייחסים לדיווחים חדשותיים אחרונים ולסוגיות חשובות בסדר היום. כך, נראה כי בדומה לייצוג מיעוטים בתקשורת, המתמקד לרוב ב"אי־שקט", פשע ואליםמות (ברלב, 2007; פירסט ואברהם, 2007; פירסט וענבר־לנקרי, 2013), גם מחקר זה מצא כי סיקור המיעוט החרדי מתמקד לא פעם ב"אי־סדרים", דוגמת רבנים שפשעו. זאת ועוד, הסיקור נעשה באופן מכליל באמצעות סטריאוטיפים מובנים מראש ובאופן ביקורתי ומתנשא כלפי ה"אחר" החרדי, הנמצא מחוץ לקונצנזוס (פירסט ואברהם, 2007).

לסיכום, פורמט תוכניות הבוקר ברדיו, המשודרות בשידור חי ומתבססות על תוכן מעיתוני הבוקר, מביא לרוב לעריכה ולהגשה ספונטנית ואינטואיטיבית, זאת בניגוד לאמצעי התקשורת האחרים, שעוברים עריכה מוקפדת לפני הגעתם לצרכן. הדבר מדגיש ביתר שאת את אותנטיות התחושות, הרגשות והתפיסות של אנשי התקשורת ואת האופן שבו הם רואים את החרדים. השדרנים של תוכניות אלה מגיעים מהעולם החילוני, ולא בהכרח מכירים לעומק את העולם החרדי. תוצאות המחקר מחזקות מחקרים קודמים ומראות כי קיימת הכחדה סימבולית והדרה של חרדים באמצעי התקשורת (הלינגר וראשי, 2011; פירסט ואברהם, 2007; פירסט וענבר־לנקרי, 2013). כך, נוכחות הדמויות החרדיות במערכונים הייתה מועטה, וכאשר הופיעו – היה ייצוגם סטריאוטיפי ונשען על הנחות ועל השפעה חיצונית. בכך מסתמן כי במקום להוות אופוזיציה ולאגור את ההנחות הקיימות הם משתקים למעשה את התפיסות ההגמוניות. שעתוק זה מקבל משנה תוקף, שכן מדובר בתוכניות פופולאריות במיוחד, המשודרות בשעות השיא, ומשום כך יש בכוחן להשפיע על תפיסות בקרב המאזינים, לעצב אותן, ולקבע את הסטריאוטיפים הרווחים בחברה.

מתוך ממצאי המחקר נראה כי בדרך כלל התקשורת החילונית בוחרת להציג את הציבור החרדי באופן שלילי, סטריאוטיפי, מכליל וכציבור שונה, אחר, שנמצא מחוץ לקונצנזוס, והצגה זו נעשית באופן מתנשא ומזלזל. עוד עולה ממחקר זה כי המגמה בסיקור החסר של החברה החרדית נמשכת, ואוכלוסייה זו עדיין אינה מיוצגת כראוי באמצעי התקשורת (הלינגר וראשי, 2011; אברהם, אלפנט־לפלר ופירסט, 2004; לאור, אלפנט־לפלר ופירסט, 2006; פירסט וענבר־לנקרי, 2013). בכך יכול אופן סיקור זה להרחיב את השסע בין המגזרים ולהשאיר את המיעוט החרדי מחוץ לקונצנזוס.

מחקרים עתידיים

מחקרים עתידיים ראוי שיבחנו את ייצוגם של החרדים בתוכניות בידור וסאטירה מגזריים בעולם החרדי עצמו. מחקרים מסוג זה יוכלו לבחון אם קיימת ביקורת פנימית בקרב החרדים, כיצד היא באה לידי ביטוי וכיצד היא שונה מהאופן שבו מוצגת ביקורת זו בקרב התקשורת הכללית. בנוסף, ישפכו אור על האופן שבו חברה סגורה קוראת תיגר על מנהגי הקהילה, על מנהיגיה ועל דרכיה.

הערות

- 1 ראו תוכנית הבוקר: <http://b.walla.co.il/item/2901240>
- 2 <https://he.m.wikipedia.org/wiki/>
- 3 <http://mobile.mako.co.il/weekend-articles/Article-bfcc4113000c041006.htm>
- 4 <http://www.icast.co.il/homepage.aspx>
- 5 "טל ואביעד", מתאריך 5.3.15.
- 6 חסידות ברסלב היא זרם חרדי חסידי שנוסד על ידי רבי נחמן מברסלב בסוף המאה ה-18.
- 7 "שי ודרור", מתאריך 28.10.14.
- 8 "טל ואביעד", מתאריך 16.3.15.
- 9 "שי ודרור", מתאריך 2.10.14.
- 10 "טל ואביעד", מתאריך 31.3.15.
- 11 בראיונות שונים סיפר יובל שם טוב ("יובל המבולבל") כי הוא מתחזק מתוך חיבור לחסידות חב"ד.
- 12 "שי ודרור", מתאריך 4.1.15.
- 13 "טל ואביעד", מתאריך 1.5.15.
- 14 "טל ואביעד", מתאריך 12.3.15.
- 15 "טל ואביעד", מתאריך 12.3.15.
- 16 "שי ודרור", מתאריך 9.4.14.
- 17 "סלוצקי ודומינגו", מתאריך 28.5.14.
- 18 לקריאה נוספת: "פרשת הרב פינטו – כל מה שאתם צריכים לדעת".
- 19 <http://news.walla.co.il/item/2712825>
- 20 "סלוצקי ודומינגו", מתאריך 12.3.14.

רשימת המקורות

- אברהם, א', אלפנט-לפלאר, נ' ופירסט, ע'. 2004. הנעדרים והנוכחים בזמן צפיית שיא: מגוון תרבותי בשידורי ערוצי הטלוויזיה המסחריים בישראל. ירושלים: הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו.
- ברגסון, ה'. 1899. הצחוק. ירושלים: ראובן מס.
- ברלב, י'. 2007. ייצוג מיעוטים בשידור הציבור. עבודת M.A. שלא פורסמה. באר שבע: אוניברסיטת בן-גוריון.
- הול, ס'. 1993. הצפנה, פענוח. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), תקשורת כתרבות. כרך ב. 390-402. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- הלינגר, מ' וראשי, צ'. 2011. המיעוט החרדי והתקשורת הציבורית בישראל: בסיס לדיאלוג תרבותי המבוסס על תפקיד התקשורת בעיצובה של חברה אזרחית. תרבות דמוקרטית. 119-139.

- זיו, א'. 1996. הומור ואישיות. פפירוס, אוניברסיטת תל אביב.
- זיידמן, ע'. 1994. הומור. פפירוס, אוניברסיטת תל אביב.
- זילברשלג, ד'. 2001. חרדי וירטואלי. בתוך: נ' ישובי (עורכת), הדרה ודימוי שלילי: אי-שוויון בתקשורת הישראלית. 42-46. האגודה לזכויות האזרח.
- טורין, א'. 2014. ייצוגי מודים בתקשורת הישראלית. מכון מופ"ת.
- ישובי, נ'. 2001. אי שוויון בתקשורת וזכויות האדם. בתוך: נ' ישובי (עורכת), הדרה ודימוי שלילי: אי-שוויון בתקשורת הישראלית. 7-9. האגודה לזכויות האזרח.
- יונאי, י' וטורין, א'. 2000. להינות מטקסט רע: כיצד נשים חוות רומנים רומנטיים. פתו"ח, 4: 157-187.
- כהן, י'. 2012. התקשורת הדתית בישראל. בתוך: ר' מן וא' לב-און (עורכים), דו"ח שנתי: התקשורת בישראל. 82-90. אריאל: אוניברסיטת אריאל בשומרון.
- כספי, ד'. 1993. תקשורת המונים [יחידה 6]. 106-117. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- לאור, נ', אלפנט-לפטר, נ' ופירסט, ע'. 2006. הנעדרים והנוכחים בזמן צפיית שיא, מחקר מעקב: מגוון תרבותי בשידורי ערוצי הטלוויזיה המסחריים בישראל. ירושלים: הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו.
- לימור, י', אדוני, ח' ומן, ר'. 2007. לקסיקון לתקשורת. תל אביב: משכל. עמ' 330.
- לירן-אלפר, ד' וצרפתי, א'. 2012. "על זרי הדפני", הייצוג התקשורתי של מנהיגת המחאה בעיתונות המקוונת בישראל. קשר, 29: 39-43.
- נבר-אשכול, ע'. 1988. אשכול של הומור. תל אביב: עדנים.
- פוסטמן, נ'. 1998. קץ החינוך: הגדרה מחודשת למטרות בית הספר. רעננה: ספרית פועלים.
- פירסט, ע'. 2001. ייצוג הערבים בהדשות. בתוך: נ' ישובי (עורכת). הדרה ודימוי שלילי: אי-שוויון בתקשורת הישראלית. 27-31. תל אביב: האגודה לזכויות האזרח.
- פירסט, ע' וענבר-לנקרי, ח'. 2013. הנעדרים והנוכחים בזמן צפיית שיא, מחקר מעקב: מגוון תרבותי בשידורי ערוצי הטלוויזיה המסחריים בישראל. ירושלים: הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו.
- פירסט, ע' ואברהם, א'. 2007. כיכר השוק הומה? על הגיוון התרבותי בערוצי הטלוויזיה המסחריים בישראל ועל הדרכים לשיפורו. בתוך: ד' כספי (עורך), תקשורת ופוליטיקה בישראל. 134-161. ירושלים: ואן ליר, הקיבוץ המאוחד.
- פירסט, ע' ורמרי-ביאל, ש'. 2007. מ"סבאל"ה ירוק" ועד "להוריד את הזקנים מהכביש": ייצוגי זקנה בתוכנית הסאטירה "ארץ נהדרת" בתקופת הבחירות 2006. מסגרות מדיה: כתב עת ישראלי לתקשורת, 1: 27-60.
- קלנר, ד'. 1955. חקר תרבות, רב-תרבותיות ותרבות התקשורת. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), תקשורת כתרבות: טלוויזיה כסביבה של תרבות היום-יום. מקראה כרך א', 13-27.
- קמה, ע'. 2003. קריאה פעילה. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), תקשורת כתרבות. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- קמה, ע' ופירסט, ע'. 2015. על ההדרה. תל אביב: רסלינג.
- שטייר-לבני, ל'. 2014. סאטירה ושואה – דחיה ואשרור של הזכרון ההגמוני ב"ארץ נהדרת", הומור מקוון, 3: 6-18.
- שטרן, נ' ושוורץ, ש'. 1989. תפיסת קונפליקט עם חרדים, תפיסת ערכיהם הבסיסיים ואנטגוניזם של לא-חרדים כלפי חרדים. מגמות. 5-26.
- שירן, ו'. 2001. אנהנו מסעודה משרדות. בתוך: נ' ישובי (עורכת), הדרה ודימוי שלילי: אי-שוויון בתקשורת הישראלית. 7-9. האגודה לזכויות האזרח.

Curran, J. (1991). Rethinking the Media as a Public Sphere. in: P. Dahlgreen & C. Sparks (Eds.), *Communication and Citizenship*. London: Routledge.

Gamson, W. (1989). News as Framing. *American Behavioral Scientist*, 33(2): 157-161.

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.

Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In: *Culture, Media, language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Hutchison (128-138).

- Koestler, A. (1964). *The Act of Creation*. Dell Publishing New York.
- Lemish, D. (2000). The Whore and the Other Israeli Images of Female Immigrants from the Former USSR. *Gender & Society*, 14(2): 333–349.
- Mahtani, M. (2001). Representing Minorities: Canadian Media and Minority Identities. *Canadian Ethnic Studies*, 33(3): 99.
- Mariotti, S. L. (2013). Adorno on the Radio: Democratic Leadership as Democratic Pedagogy. *Political Theory*, 0090591713505093.
- Martineau, W. H. (1972). A Model of the Social Functions of Humor. In: J. H. Goldstein, & P. E. McGhee (Eds.), *The Psychology of Humor* (101–125). New York: Academic Press.
- McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Sage Publications, Inc.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57(1): 9–20.
- Yurttaş, Ö. U., & Şişman, B. (2012). Training Function of Media: A Research about University Radios in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 55: 106–114.

תוכניות רדיו

- "טל ואביעד" בהנחיית טל ברמן ואביעד קיסוס, ינואר-אפריל 2015, אקו FM99
- "שי ודרור" בהנחיית שי גולדשטיין ודרור רפאל, 2014-2015, רדיו ללא הפסקה, FM103
- "סלוצקי ודומינגו" בהנחיית הראל סלוצקי ועופר דומינגו, פברואר-מאי 2014, רדיו תל אביב, FM102

