

9. על האליטה בתקשורת

דן כספי

כבכל מוסד חברתי אחר, גם במוסד התקשורת בישראל מתקיימת החלוקה הבסיסית בין אליטה ללא-אליטה, בין ממלאי תפקידים בכירים שתופסים עמדות בכירות בסוגי פעילות למיניהם ובין אחרים הנשמעים להם, בין המובילים למובלים. כל התייחסות לאליטה התקשורתית בישראל כמוה כהליכה בין עצים ביער רחב ממדים. הדיון הציבורי בדרך כלל רואה במוסד התקשורת מקשה אחת, ואינו מבחין בחלקים בתוכו. לרוב נהוג לשרטט פרופילים סוציו-דמוגרפיים כלליים, ואלו אינם עלולים אלא לחזק דימויים פולקלוריסטיים שכיחים.¹ מבחינה זו, הטיול הזה ביער התקשורת לא זו בלבד שהוא חלוצי, אלא הוא אף אמור לסמן מסלולים ושביילי הליכה ומחקר בהמשך.

שדרות באליטה התקשורתית

מי הם אפוא ממלאי התפקידים הבכירים בארגוני התקשורת הנשענים על אמצעי התקשורת? בשם עקרון הריבוד נתמקד בעיתונים ובערוצי שידור עיקריים ולא בארגונים המפיקים פרסומים תקופתיים, ספרים או סרטי קולנוע. תשומת הלב נתמקד בעיקר בתקשורת הכללית, אבל מפעם לפעם יופנה הבזק גם לעבר שביל התקשורת המגזרית, שהוא לעצמו ראוי לסיור נפרד. בין ממלאי התפקידים הבכירים אפשר להבחין לפי מיקומם בארגון התקשורת. בניסיון חלוצי הוצע להבחין בין 'מנהלים' (executives, המו"ל ועורכים) ובין אנשי סגל (staffers, כתבים, משכתבים, מגיחים ודומיהם), וביניהם ניצבים עורכי משנה, עורכי חדשות

1 ליכטר ואחרים 1986.



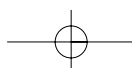
ועורכי מדורים, בעלי מעמד ביניים (interstitial status).² אפשר להוסיף ולהבחין בין ארבע קבוצות של תפקידים בכירים – מו"לים, מנהלים, עורכים ומפורסמים. זאת ועוד, בכל אחת מארבע הקבוצות יש רבדים ושכילים פנימיים ונסתרים מעין החולף, ולהם תוקדש עיקר תשומת הלב. מה מבדיל בין העצים למיניהם? דרך אחת להבדיל בין ממלאי התפקידים בארגוני תקשורת היא לפי שלושה קני מידה בסיסיים של מעמד בחברה, הלוא הם כסף, כוח ויוקרה (לוח 9.1).

לוח 9.1: שדרות באליטה התקשורתית לפי מרכיבי מעמד

יוקרה	כוח	כסף	
++	+++	+++	בעלים, משקיעים ומו"לים
+	++	++	מנהלים
++	++	++	עורכים
+++	+	++	מפורסמים, 'כוכבים'

מקרא: + = מעט; ++ = הרבה; +++ = הרבה מאוד

על פי הניתוח הזה, מעמדם של המשקיעים והמו"לים עשוי להיות הרם ביותר מכל יתר השדרות, ולו רק משום שהוא נשען חזק יותר מן האחרים על שלושת מרכיבי המעמד גם יחד. עם זאת, עמוד היוקרה של הבעלים עלול להתקצר מעט משני העמודים האחרים, ולו רק משום החשד הרווח תדיר כלפיהם על ניצול לרעה של הכוח והכסף, אם בקביעת מדיניות הפרסום ואם בהפעלת השפעה על מערכות אחרות, בעיקר על הדרג הפוליטי. להלכה, האתוס העיתונאי הפרופסיונלי מניח 'הפרדת רשויות' בין המערכת העיתונאית והמקצועית ובין אגפי הארגון האחרים: המו"ל והמשקיע אמורים להיות מעוקרים מהשפעה על תוכני הפרסום, והעורך הראשי ויתר העיתונאים משוחררים מתכתיבים עסקיים וכלכליים. המציאות כמובן מורכבת יותר. כל השדרות האחרות בארגוני התקשורת כפופות למשקיעים ולמו"לים, וכאמרה העממית 'בעל המאה הוא בעל הדעה', מעמדם הבלתי מעורער רק מוסיף להתבצר. מהבחינה הזאת כל אחת מיתר השדרות נחותה לעומת המשקיעים, אם בכספה ואם בכוחה. לכאורה, המנהלים והעורכים הראשיים מתוגמלים היטב, ולו רק משום שכישוריהם הנדירים עשויים לקבוע את גורל הנכס של המשקיעים. אלא שכל אחד מהם, מנהל הארגון והעורך הראשי, נתון לחסדיו של המו"ל, הפוסק האחרון. הבדל מה יש בין השניים. העורך מזוהה עם ארגון





על האליטה בתקשורת | 159

התקשורת ותפוקתו, ולכן יש שיוקרתו גבוהה יותר מזו של המנכ"ל, שעבודתו סמויה מעין הציבור.

העורך הראשי מנצח על ממלאי התפקידים המקצועיים, יהיו אלה עורכי משנה, עורכי מוספים, ראשי תחומים, דסקים, כתבים, מראיינים מגישים או שדרים. אלה זוכים מעצם עבודתם לבולטות תקשורתית גבוהה יותר וגם למעמד רם יותר לעומת עמיתיהם ממלאי תפקידים מנהלתיים לסוגיהם: טכנאים, מהנדסים, אנשי שיווק ותפוצה. ככל שאלה הם 'חיילים אלמונים', בכל זאת תרומתם לארגון מכרעת, ואילו משקלו של מנכ"ל ארגון מכריע לעתים יותר מזה של עורך ראשי. מנכ"ל יעיל יכול להבטיח לא רק גיוס משאבים חיוניים לארגון – כספיים ואנושיים – אלא גם חלוקה נכונה שלהם, למשל באמצעות תכנון נכון של לוח משדרים והטלת משימות על שדרים ומפיקים, ועל כך להלן.

דורות ותמורות באליטה התקשורתית

מי שמסייר ביער התקשורת הישראלית אינו יכול להתעלם מן הטבעות ההיסטוריות החקוקות בגזעי העצים ומן התהליכים הכלליים שפקדו ופוקדים את מוסד התקשורת. שלושה דורות עיקריים אפשר לראות באליטה התקשורתית: דור המייסדים, דור ההמשך והדור החדש. שורשיו של מוסד התקשורת הישראלי, כמוהו כיתר המוסדות, נטועים בחברת היישוב. באותם ימים נרקמו יחסים הדוקים בין אליטות שונות, ובכללם בין האליטה התקשורתית לאליטה הפוליטית, שחברו יחד במאמץ הלאומי המשותף. אלה היו ימי הזוהר של העיתונות הכתובה, ורוב העיתונים שימשו במה רעיונית וביטאון לתנועות פוליטיות ביישוב. על כן פיתחו עורכי העיתונים זיקה למנהיגי התנועה או המפלגה, ובמקרים אחדים התממשה זהות פרסונלית בין מנהיגים פוליטיים ובין עורכי העיתונים.³ באקלים האידאולוגי הכללי היתה העיתונות הפרטית, האזרחית, משנית; בעליה והעורכים בה היו בעלי מעמד נחות לעומת עורכי הפרסומים התנועתיים שניצחו על השיח הציבורי ביישוב היהודי: הפובליציסטיקה והפולמוס נחשבו לעיקר בעמודי העיתונים. לכן אכלסה האליטה התקשורתית באותם ימים שמות מנהיגים פוליטיים שהיה להם חלק פעיל בעריכת עיתונים.⁴

עם הקמת המדינה פינו האבות המייסדים את מקומם לדור הממשיכים, ורובם

3 גורן 1976.

4 בין היתר, אפשר לציין את ברל כצנלסון, עורכו הראשון והמיתולוגי של 'דבר', משה סנה, זאב ז'בוטינסקי, מנחם בגין, משה שרת ואחרים (מירס 2003). לצדם הניחו אושיות לעיתונות פרטית גרשום שוקן – 'הארץ', גרשון אגרון – 'גרזולם פוסט', יהודה מוזס – 'ידיעות אחרונות'.

של אלה סימלו רציפות פרסונלית והמשכיות בין התקופות. חילופי המשמרות בתקשורת התרחשו כד בכד עם חילופים באליטות אחרות, ובעיקר באליטה הפוליטית, ו'משמרת צעירה' החליפה את מייסדי העיתונות העברית.⁵ המפה התקשורתית היציבה למדי בשני העשורים הראשונים להקמת המדינה החדשה אפשרה חילופי משמרות בקהילה התקשורתית בלא זעזועים בין־דוריים. העיתונות הכתובה שמרה על מעמדה ההגמוני, לא מעט בזכות פיקוח פוליטי על שידורי הרדיו ובלימת פתיחתם של שידורי הטלוויזיה. עורכי עיתונים מפלגתיים, עיתונאים ופובליציסטים הוסיפו אפוא לאייש את שורות האליטה התקשורתית מעבר למקובל במדינות המערב. הללו חוו מקרוב את התהליך ההיסטורי הדרמטי של המפעל הציוני והיו חלק ממנו, ובתור שכאלה הבטיחו מעין רציפות בין שתי התקופות, לפני הקמת המדינה ואחריה. השינויים הפרסונליים היו הדרגתיים ונטולי יומרה דרמטית. ההגירה ההמונית בשנים הראשונות הצמיחה עיתונות מסועפת בשפות אחרות, ועורכים ועיתונאים בה התדפקו על דלת האליטה הוותיקה בעלת השורשים היישוביים, ואחדים מהם אף הצליחו והשתלבו לימים בעיתונות העברית.⁶ עם הזמן היטיבו השינויים הדמוגרפיים עם העיתונות הפרטית אבל לא עם העיתונות האידאולוגית והמפלגתית. ככל שעיתונים פרטיים התבססו והיו בעלי תפוצה גדולה יותר וכד בכד דעכו העיתונים המפלגתיים, כן השתפר מעמדם של המו"לים הפרטיים והעושים בעיתונות.

רק אחרי מלחמת ששת הימים, עם הסרת ההתנגדות לטלוויזיה, נכנסו לאליטה התקשורתית שדרי רדיו וטלוויזיה. הללו קנו להם מעמד רם במשך יותר משני עשורים. באמצע שנות השמונים אימצה הממשלה מדיניות של דה־רגולציה ועקב כך התרכו ערוצי השידור. עם הזמן הפרידה המועצה לשידורי טלוויזיה בכבלים ובלוויין בין זיכיון לנשיאת ערוצים ובין זיכיון לאספקת תוכן, וזכייני השידור בכבלים ובלוויין איבדו את המונופול על התוכן ונאלצו לרכוש ולהעביר ערוצי נישא המתמחים בתוכן מסוים או מיועדים לקהל צופים מסוים. עקב כך הסתעף בתחילת המילניום החדש מערך השידורים בישראל, והיום יש בו שפע של ארגוני שידור של רדיו וטלוויזיה, שכל אחד מהם מקנה לממלאי תפקידים בכירים בו כרטיס כניסה לאליטה התקשורתית.⁷

5 אלמוג 2004.

6 בין הבולטים שבהם היו הסטיריקן אפרים קישון ועמיתו יוסף לפיד, לימים שר המשפטים, שהחלו בעיתון בשפתם, בהונגריה, ועברו עם הזמן ל'מעריב'.

7 חוץ מערוצי הטלוויזיה הזרים המועברים בכבלים ובלוויין, משודרים ערוצי תוכן רבים. לפי מיון אחד אפשר להבחין בין: 1. ערוצים שהזכייין מפיק בין במישרין ובין באמצעות קבלן וכלולים בחבילת בסיס – ערוצים 3, 4, 5, 6, 8 בכבלים; 2. הערוצים שהזכייין רוכש מחברות ומוכר



עלייתם של ברוני התקשורת

התמורה הדרמטית בהפרטת התקשורת הישראלית מתמצית אולי בעלייתם של 'ברוני התקשורת', שהוא לעצמו תואר אליטיסטי. במידה רבה הדבר התאפשר עקב שילוב בין תהליכים מקומיים וכלל-עולמיים, גלובליים. ככל שהתרכו הארגונים והחריפה התחרות ביניהם, כך התחזקה מגמה של ריכוז הבעלות בידי כמה תאגידי תקשורת. פעילותם של אילי הון ותקשורת (media moguls) לא פסחה על ישראל. יזמים ומשקיעים, מקומיים ומבחוץ, לרוב יהודים, התעניינו בעסקי התקשורת כמיזם אחד מני רבים, וכך קנו להם כרטיס כניסה לאליטה התקשורתית. נראה שיש שלושה זנים של ברוני תקשורת – המו"לים הוותיקים, המשקיעים הישראלים ומשקיעי חוץ. המו"לים הוותיקים, או שמא 'ברונים ותיקים', יכולים להתהדר בייחוס משפחתי, והם נושאים גנים של מעין אצולה תקשורתית: זוהי מעין אריסטוקרטיה תקשורתית, דקיקה אך חזקה. נראה שרק שניים נותרו ראויים לתואר הזה, ולו רק בשל ייחוס משפחתי, הלוא הם ארנון מוזס ועמוס שוקן: שני המו"לים הם בני אותה קבוצת גיל, כל אחד מהם ירש עיתון מאביו, ובעצם פעילותו ייסד מעין שושלת, דינסטיה תקשורתית. כל אחד מהם הצליח, במידה זו או אחרת, להפוך את היומון שנפל בחלקו בירושה המשפחתית למעין ציר שסביבו מתפתח תאגיד תקשורת.⁸

מבין השניים היטיב לעשות ארנון מוזס, שביסס את 'ידיעות אחרונות' כיומון הנפוץ ביותר, שאף הוכרז בשנת 1994 מונופול באספקת מידע כתוב בעברית. עם השנים היה היומון לעמוד התווך של תאגיד מצליח, תחילה תאגיד מתמחה (concentrated), שהתמחה בעיתונות כתובה למיניה, אחר כך תאגיד רב-אמצעי (cross-media), שמושקע גם בתעשיית השידור, ולבסוף תאגיד רב-תעשייתי (cross-industry), שמשקיע גם בענפי תעשייה. הצלחתו של עמוס שוקן, לעומתו, היתה צנועה יותר: הוא לא הצליח לזכות בזיכיונות שידור, ועל כן נאלץ להסתפק בתאגיד תקשורת מתמחה, שגם משמר את המורשת האיכותית של יומון הציר,

בתשלום – ערוצי ספורט וילדים או ערוץ תכלת; 3. ערוצים ייעודיים שעל הקמתם התקבלה החלטה בעקבות המלצות ועדת פלד – ערוץ המוזיקה, ישראל פלוס ברוסית, ובעתיד גם ערוץ החדשות, ערוץ בערבית וערוץ למורשת ישראל; 4. ערוצים 'מגוירים', ערוצים זרים שניתן להם רישיון לשידור עצמאי בהתניה להפקת מקור והזכיין רוכש ומוכר בתשלום – ערוץ ההיסטוריה, טבע הדברים, ולהבדיל ערוץ הפלייבוי. פרטים נוספים באתר משרד התקשורת:

http://www.moc.gov.il/moc/doa_iis.dll/Serve/item/English/1.1.7.1.html

8 שירותו הצבאי של רוני שוקן בגלי צה"ל היה בסיס להערכות שמו"ל הארץ דואג לדור הבא.

ראו ברנע 2004. <http://www.idi.org.il/hebrew/seventheye/article.php?id=1896>.

הלוא הוא 'הארץ'. עסקי התאגיד מתמקדים בעיקר בעיתונות המקומית ובמו"לות של ספרים.

בראשית שנות התשעים נראה שההגמוניה של אצולת התקשורת הישראלית נקטעה. בעקבות מותו הפתאומי של רוברט מקסוול רכש יעקב נמרודי את היומון 'מעריב' ואת הפרסומים המסונפים לו והעמיד בראש העיתון את בנו. כמו שני עמיתיו הוותיקים, גם עופר נמרודי זכה בתואר של 'ברון תקשורת' בזכות 'ירושה' מאביו. כך היה 'מעריב', היומון השני בתפוצתו, לחלק מתאגיד רב-תעשייתי, 'הכשרת היישוב', החולש על עסקי מקרקעין ופיננסים. אלא של'ברון התקשורת' השלישי בעיתונות הישראלית לא היה ייחוס אריסטוקרטי משפחתי. יותר מכול סימנה כניסתה של משפחת נמרודי את קץ ההגמוניה של אצולת התקשורת לטובתה של אצולת הממון. משפחת נמרודי, בעלת תאגיד פיננסים שצברה את הונה בסחר חוץ, יכלה לגשר בין המו"לים הוותיקים ובין דור המשקיעים החדש, משקיעי החוץ והמקומיים.

כבר עם חלוקת הזיכיונות לערוץ 2 וככל ש'נפתחו' השמים, שבה ונסדקה ההגמוניה של שלושת ברוני התקשורת, ויזמים וגופים כלכליים התפתו להשקיע בענף התקשורת, וגם בעיתונות הכתובה, מרחב המחיה המקורי של שלושת התאגידים. אולי רוברט מקסוול, שרכש את היומון 'מעריב' בסוף שנות השמונים, היה הסנונית שבישרה את הגל החדש של משקיעי חוץ. סנונית נוספת היתה תאגיד התקשורת הבינ-לאומי הולינג'ר, שרכש את העיתון 'ג'רוזלם פוסט' שנקלע למצוקה כלכלית באפריל 1989. גל משקיעי החוץ התעצם כעבור עשור והזורים הון לתקשורת הישראלית. רוב משקיעי החוץ הם בעלי הון יהודים שמבקשים להעמיק את מעורבותם ואת השפעתם בנעשה בישראל, והתקשורת היא בעיניהם עוד תחום עסקי מושך ומפתה מני רבים. בחודש מאי 1998 רכש איל ההון הרוסי ולדימיר גוסינסקי עשרים וחמישה אחוז ממניות 'מעריב אחזקות' בשמונים וחמישה מיליון דולר.⁹ עמיתו לב לבייב, בעל קבוצת 'אפריקה ישראל', רכש שליטה בחברת 'יש טלקנל', שקיבלה את הזיכיון על הערוץ הייעודי ישראל פלוס (ערוץ 9). איל הון יהודי אמריקני, רון לאודר, רכש תחילה עשרים וארבעה אחוז מערוץ התכלת, בכבלים ובלוויין, ובסוף שנת 2003 גם ארבעים אחוז מערוץ 10.10 גם תד אריסון

9 קרא 1998.

10 ר' דינר-קורן, 'האיש ששוכנע להמר על ערוץ 10', הארץ, 24.12.2003. לפני כן רכש לאודר את אולפני ההפקה 'אולפני הבירה' או JCS, ופיתח אותם לגורם מרכזי בתחום השידור. אולפני הבירה הם מהגדולים בישראל, והם מספקים מגוון שירותים לתחנות שידור זרות וגם משתתפים בהפקת ערוצי תוכן לכבלים וללוויין – ערוצי ספורט וערוץ ישראל פלוס ברוסית (<http://www.jcs.co.il>).



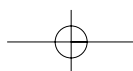
על האליטה בתקשורת | 163

רכש בשעתו בעלות על השבועון 'אנשים'¹¹. בזכות משקיעים אלה היו אמצעי התקשורת המקומיים לחלק מתאגידים רב-תעשייתיים בין-לאומיים וגלובליים. עם כניסתם לישראל לא זו בלבד שהמשקיעים רעננו את פני האליטה התקשורתית, אלא הם אף סימנו את המסלול להידוק הקשר המשולש הון-עיתון-שלטון. אכן, אילי ההון הזרים קראו תיגר על מעמד הבלעדי של ברונת התקשורת הוותיקים ועל היחס ה'סנטימנטלי' לתקשורת. תחת זאת המשקיעים החדשים, המקומיים ומשקיעי החוץ, מתייחסים לתקשורת כמושגים כלכליים וכוחניים. אף אם ההשקעה בתקשורת אינה משתלמת ביותר, יש בה זוהר (glamour) כמו תועלת, והעיקר – היא נושאת ריבית פוליטית. על כן אפשר להבדיל בין הברונים הוותיקים, ששליחותם העיתונאית עדיין מקופלת בירושה מאביהם, ובין הברונים החדשים, שמחשיבים בעיקר את הרווחים הפוטנציאליים המגוונים הצפונים בהשקעתם. אפשר שהמשקיעים המקומיים חדורים יותר מניע של 'שליח לחמך' לעומת עמיתיהם מן החוץ, ולו רק משום שרוב עסקיהם האחרים מצויים בישראל. בעיניהם, בעלות כלשהי על אמצעי תקשורת עשויה לשפר את כושר המיקוח בחזיתות אחרות, וכמובן, מקנה להם כרטיס ביקור עתיר זוהר לאליטה התקשורתית. מהבחינה הזאת משקיעים מקומיים מתגלים לעתים כתאבי שררה יותר מעמיתיהם מחוץ: לדידם, רכישת מעמד אגב שליטה באמצעי תקשורת יכולה להעניק להם גישה לאליטות אחרות, בעיקר בעלות שררה. בתוך כך נראה שאפשר להבחין בין המשקיעים לפי קנה מידה גאוגרפי: בין אלה שרכשו בעלות על אמצעי תקשורת כלל-ארצי ובין מי שהשקעתם הספיקה לאמצעי תקשורת מגזרי. אפשר שהמצליח מכולם בקבוצה הראשונה הוא אליעזר פישמן, איש פיננסים שנוסף על היומון הכלכלי 'גלובס' הגדיל את חלקו בתאגיד 'דיעות תקשורת' לשלושים ושמונה אחוז, ובאמצעותו גם בשידורי הטלוויזיה, בכבלים ובערוץ 12.2 יזמים כלכליים אחרים, כמו יצחק תשובה ושמואל דנקנר,¹³ מושקעים בשתיים מבין שלוש חברות הכבלים.

11 קרא 1998.

12 בעקבות התערבותו של הממונה על ההגבלים העסקיים נאלצה קבוצת 'פישמן-בראון' להסתפק ברבע מן הבעלות על 'דיעות אחרונות' ולהעביר שלושה-עשר אחוז לניהולו של נאמן, עד למכירתם לצד שלישי (גלובס, 14.1.2004).

13 עסקי קבוצת דנקנר בתחום התקשורת כוללים בין היתר את השליטה בחברת הכבלים 'מתב דיגיטל' (48 אחוז באמצעות 'מערכות תקשורת בכבלים'), ומניות מיעוט בחברת התקשורת הסלולרית 'פרטנר' (15.3 אחוז). בעצם מדובר בתאגיד רב-תעשייתי, שכן משפחת דנקנר פעילה כמעט בכל תחומי המשק, ובעיקר בבנקאות (חלק מגרעין השליטה בבנק הפועלים), בתחום האנרגיה (חברת הדלק והגז 'דור'), בתחום הנדל"ן (שכונות מגורים ומרכזי קניות) ועוד.



התקשורת המגזרית לגווניה משכה מטבעה משקיעים בעלי משאבים צנועים יותר. העיתונות הרוסית שפרחה בשנות התשעים הצמיחה שני ברוני תקשורת חדשים – **אלי עזור ואילן כפיר**. עזור הצליח לפרוץ מן הנישה הרוסית ולפתח תאגיד תקשורת רב-אמצעי בתחום התקשורת המגזרית, ולו רק משום שהעתיק את כובר העסקים לערוצי שידור ספורט וזכויות שידור של אירועי ספורט. גם **שלמה בן-צבי** עשה דרך דומה מתקשורת מגזרית לתקשורת כלל-ארצית. אפשר שהמזדנבים בשדרה הם המשקיעים בתקשורת המגזרית. גם כאן אפשר להבחין בין ברוני תקשורת מקומיים, שהצליחו לפתח מיני-רשתות של מקומונים, כמו **אלון אלרואי ויעקב שחם**, ובין משקיעים שידם לא השיגה לפי שעה יותר ממקומון או תחנת רדיו אזורית. תאגידים פיננסיים החלו להתעניין בתקשורת מגזרית ממש כשם שתאגידים בין-לאומיים התעניינו בתקשורת הישראלית. התאגיד בראשותם של האחים **בני ויהורם גאון** הוא אחד הנציגים הבולטים בהקשר זה.

כניסתם של יזמים כלכליים חדשים החישה את המהפך באוריינטציה במוסד התקשורת ואל מוסד התקשורת. היא האיצה את המעבר מאוריינטציה חברתית שניכרה בפעילות התקשורתית בעשורים הראשונים לאוריינטציה כלכלית, שבה הארגונים מתנהלים לפי ההיגיון של כוחות השוק. המהפך באוריינטציה מהדהד ביחס לתקשורת ובמינוח המשמש לו. התקשורת היתה לענף תעשייה, שמייצרת מוצרים במקום שירותים, לצרכנים ולא למען ציבור של אזרחים. לפיכך השתנו היחסים בין העיתונאי והשדר ובין הקורא והצופה ליחסי חיזור שבין יצרן לצרכן. הראשונים אינם משרתים עוד קהל של נמענים, אלא מייצרים מצרך לטעמם של צרכנים, לרוב לפי כללי הרייטינג.

שעתם של מנהלי המדיה

תהליך ההפרטה הגובר בתקשורת הישראלית חולל שינויים מזורזים במבנה הארגוני, ובעיקר במעמדם של ממלאי התפקידים בארגוני התקשורת. בייחוד חלו שינויים בחלוקת העבודה בין שלושת ממלאי התפקידים העיקריים בארגון – משקיעים/בעלים, מנהלים ועורכים. אפשר לראות שישה דפוסים עיקריים של

לוח 9.2: דגמי שליטה בארגון תקשורת

דגם א	דגם ב	דגם ג	דגם ד	דגם ה	דגם ו
בעלים-מנכ"ל-עורך	בעלים	בעלים-מנכ"ל	בעלים-עורך	בעלים	בעלים
מנכ"ל לצד עורך	עורך	עורך	מנכ"ל	מנכ"ל-עורך	מנכ"ל
עורך					



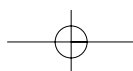
על האליטה בתקשורת | 165

חלוקת העבודה והסמכויות בין שלושת ממלאי התפקידים הבכירים – מו"ל, מנהל ועורך (לוח 9.2).

דגם א אופייני לארגון זעיר, בדרך כלל מקומון או תחנת רדיו פירטית, חסר דיפרנציאציה פנימית כלשהי. דגם ה' מאפיין ארגונים ציבוריים שבהם הבעלים – ממשלה, אזרחים או גוף כלשהו – מטיל על מנכ"ל גם תפקיד של עורך ראשי. שלושת הדגמים ב, ג, ד אמנם מבליטים את מעמדו הבכיר של המשקיע, אבל היחסים בין המנהל ובין העורך משתנים: שני הדגמים המותירים עצמאות לעורך מאפיינים, ואולי לא במקרה, תאגידי תקשורת בבעלותם של ברוני התקשורת הוותיקים: האצילות מחייבת את כיבוד העורך! דגם ב מתאר את חלוקת הסמכויות ב'הארץ': עמוס שוקן, בעל העיתון, חילק סמכויות שווה בשווה בין העורך למנכ"ל. עמיתו, נוני מוזס, העדיף להשאיר את סמכויות הניהול של 'דיעות אחרונות' בידיו, ולהאציל מסמכויות העריכה שלו על משה ורדי. דגם ד, לעומת זאת, עשוי להתאים ל'מעריב'. צעיר ברוני התקשורת בעיתונות הכתובה, עפר נמרודי, אמנם מינה פורמלית את אמנון דנקנר לעורך 'מעריב', אבל בפועל הוא נותר מעורב, לדבריו, גם בענייני עריכה.¹⁴ בדגם ו יש חלוקת סמכויות היררכית – העורך כפוף למנכ"ל הארגון – והוא מאפיין את התפיסה הכלכלית של ארגוני התקשורת החדשים, בדרך כלל ארגוני תקשורת שמשתייכים לתאגידי תקשורת רב-ערוציים ורב-תחומיים, מקומיים או בין-לאומיים. על פי רוב המנכ"ל הוא נציג המשקיעים, ותפקידו להשגיח שהארגון כולו וממלאי התפקידים בו, ובכללם העורך הראשי, ינהגו על פי שיקולי רווחיות.

לעתים אפשר לתלות את חוסר האיזון בין שתי תת-המערכות בארגון התקשורת – העיתונאית-הפקתית והמנהלתית – ביעדיו העסקיים של הארגון. ארגונים של שידורי טלוויזיה בכבלים או בלוויין, למשל, מתמחים בהעברת ערוצים קיימים ולא בהפקת תכנים משל עצמם או באספקת מידע דווקא. לכן מיומנויות שיווק וניהול חשובות בארגונים אלה לאין ערוך יותר מניצוח על הפקת תכנים. מטעמים אלה בעלי הארגון מעדיפים לטפח שדרה של בעלי מיומנויות ניהול; הללו גויסו מחוץ לענף התקשורת, הם צעירים יחסית, רובם נעדרי רקע מוקדם בעשייה תקשורתית, וכנראה בכך מעלתם. בזכות מיומנויות ניהול עסקי הם מסוגלים לתחום את העשייה התקשורתית, שהיא מטבעה יצירתית ופורקת מסגרות, בסד של משמעת ארגונית,

14 בראיון לכתב 'גלובס' שי שלו התוודה עופר נמרודי: 'לפני 12 שנה הייתי חסר ניסיון, ולא היה אף אחד שידריך אותי. בגלל זה עשיתי טעויות, אבל מהר מאד הפנמתי [...] בעבר לא הייתי חושב פעמיים לפני שהייתי מתערב בתכנים בעיתון. אבל מאז עברו הרבה מילים בנהר של מעריב' (ש' שלו, גלובס, 1.4.2004).





כמתחייב משיקולי רווח והפסד.¹⁵ מנכ"לים בארגוני תקשורת בעלי מכוונות כלכלית מסתייעים בדרך כלל בעוזרים ובסמנכ"לים מתמחים – לענייני שיווק, הפצה, כספים או כוח אדם. באקלים הערכי החדש יחידות ניהול ושיווק נחשבות יותר מיחידות תוכן, וממלאי התפקידים בהתאם: העורך והאחראים על הפקת התכנים כפופים למנהל.

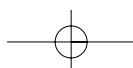
בשל מנגנון של היצע תפקידים ניהוליים וביקוש לבעלי כישורי ניהול של ארגוני תקשורת, בדרך כלל ממלאי תפקידים ניהוליים בכירים מתוגמלים היטב לפי הישגיהם, ואף מתניידים בין ארגוני תקשורת. מנהלי מדיה עוברים בתדירות גבוהה בין ארגוני התקשורת. המוביליות הגבוהה יחסית מכניסה מידה ניכרת של נזילות ואי יציבות לעומת התת-מערכת המקצועית. בעבר יצאה גאוותו של ארגון התקשורת על מי שעמד בראש המערכת, העורך, ואילו היום נראה שהמנהל הוא מקור הגאווה וההצלחה. מאחר שהמנהל מזוהה יותר מבעבר עם הצלחת הארגון, וזו נמדדת בעיקר במונחים כלכליים, כל שינוי לרעה במאזן הארגון עלול להביא לתנודות אישיות בצמרת.¹⁶

עורכים ועיתונאים

שדרה נוספת באליטה התקשורתית היא של ממלאי תפקידים בכירים במערכת הפקת התכנים: עורכים וכתבים. בצד העורך הראשי או האחראי פועלים עורכים כלליים או עורכים מתמחים, של מוסף בעיתון או מדור, וכן ראשי דסק, רכזי מערכת ועיתונאים, ומקבליהם באמצעי השידור, הלוא הם מפיקים, עורכים, מגישים וכתבים. מטבע הדברים הם פעילים ובולטים בארגוני תקשורת חדשותיים – news media – ובארגוני תוכן גדולים יותר מאשר בארגונים המתמחים בהפצתם של ערוצי שידור. במידה רבה זוהי 'השדרה הייצוגית' של מוסד התקשורת, אם בשיח הציבורי ואם בדיון האקדמי, ולא במקרה: הללו ממצים את יכולת התיווך של אמצעי התקשורת, כפי שעוד יידון להלן. על כן, לא מעט בזכות אותם עיתונאים, שהם רק מיעוט המועסקים בארגוני

15 עם המעמד החדש של מנהלי מדיה נמנים בין היתר עופר בלוך, מנכ"ל 'יס'; שמעון אלקבץ, עד לא מזמן בעל תפקידי ניהול אחדים ב'מעריב' ואיש אמונו של נמרודי שעבר לעבוד בתאגיד התקשורת 'הירש מדיה' של שלמה בן-צבי; אורי שנער, נשיא קבוצת 'קשת'; אבי ניר, מנכ"ל קשת; רם בלינקוב, מנכ"ל חברת הכבלים; מודי פרידמן, לשעבר מנכ"ל ערוץ 10.

16 אולי אין זה מקרה שהמשבר הכלכלי המתמשך גרר בראשית 2004 את התפטרותם של כמה מנהלי ארגוני תקשורת, ארציים – 'הארץ' למשל – וערוצי נישא בטלוויזיה – ערוץ המוזיקה וערוץ ישראל פלוס.





על האליטה בתקשורת | 167

התקשורת, יש המייחסים למוסד התקשורת כולו דימוי אליטיסטי. נראה שמטעמי נוחות המחקרים הספורים מעדיפים להתמקד בעורכים ובעיתונאים הבכירים, ואין פלא אפוא שאכן נמצא פרופיל אליטיסטי לאנשי התקשורת החשובים. כבר בסקר חלוצי בעשור הראשון של המדינה נמצא שרוב העיתונאים בישראל הם ותיקים וילידי ארצות הנצרות, אירופה ואמריקה. בשנות השישים נסקרו שלוש מאות חמישים ותשעה עיתונאים, ושוב עלה אותו פרופיל סוציו-דמוגרפי שאינו תואם את הרכב האוכלוסייה: כשלושה רבעים מן העיתונאים הם ילידי ארצות אירופה, אמריקה ואוסטרליה. לילידי הארץ וליילידי ארצות המזרח, שהיו כל אחד כשליש מהאוכלוסייה היהודית באותה עת, היה תתייצוג בקרב העיתונאים, 20.3 אחוז ו-6.4 אחוזים, בהתאם.¹⁷ לפי אותו סקר, יותר ממחצית העיתונאים הם בני יותר מארבעים. נראה שהפרופיל הזה נשאר יציב למדי בשלושת העשורים הראשונים של המדינה, והוא עולה גם בבדיקה מצומצמת יותר של מאה ואחד עורכים, שבכללם גם מנהלים ברשות השידור: ייצוג יתר לוותיקים, לבעלי השכלה אקדמית וליילידי ארצות המערב, רובם מבוגרים למדי, שמונים ושישה מהם ממוצא מערבי, שלושה רבעים מהם באו ארצה לפני הקמת המדינה וארבע חמישיות בעלי השכלה אקדמית. גם ממצאי מחקר מאוחר יותר על פרופיל העיתונאי הישראלי חוזרים וחושפים הברלים סוציו-דמוגרפיים בין ממלאי התפקידים הבכירים ובין עמיתיהם ה'זוטרים' בארגוני תקשורת חדשותיים, וגם הברלים ביניהם בתפיסות התפקיד.¹⁸

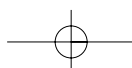
אולי אין זה מקרה שהבכירים נוטים להיות מבוגרים יותר, משכילים יותר, ושברוב הבכירים שיעור הגברים רב יותר מאשר בקרב העיתונאים הזוטרים. נראה שגם בתקשורת דרושים ותק וניסיון כדי להעפיל לצמרת. לפיכך הכתבים הבכירים גם משתכרים יותר מעמיתיהם הזוטרים וגם מתאפיינים יותר בעבר של שירות קרבי בצה"ל.¹⁹ ממצאי מחקרים שבים ומבססים דימוי אליטיסטי כולל וסוחף של המועסקים בתקשורת. נוח לאמץ את הפרופיל הזה, ולו רק משום שהוא מחמיא למועסקים בתקשורת, כפי שמעידה אחת השדריות המפורסמות:

השליטה בתקשורת הישראלית היא בידי גברים יהודים אשכנזים וחילונים.

17 שניצר 1964.

18 תודתי העמוקה לד"ר יריב צפתי על שנידב מממצאי מחקרו שעומד להתפרסם בקרוב. במחקר השתתפו מאה ושמונה עיתונאים ועורכים זוטרים, שהתבקשו למלא בעצמם שאלון ולהחזירו בדואר, ומאה ואחד בכירים, שרואיינו בטלפון.

19 במידה רבה ממצאים אלה מתיישבים עם מחקר מוקדם על האליטה התקשורתית בארצות הברית, שבו נמצא בין היתר כי 'האליטה התקשורתית מורכבת בעיקר מגברים לבנים בשנות השלושים והארבעים לחייהם. רק אחד מתוך עשרים הוא לא-לבן, ואחד מחמישה הוא אישה. אלו בעלי מקצוע בעלי השכלה גבוהה והכנסה גבוהה' (ליכטר ורותמן 1982).





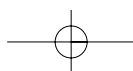
אז נכון, יש עופר נמרודי ויש אילנה דייך ויש אותי. אבל התמונה הכללית היא שגם המו"לים, גם בעלי הטורים, גם העורכים וגם העיתונאים בעלי השפעה הם גברים אשכנזים יהודים וחילונים. רובם באים מרקע של תנועת העבודה לשעבר. רובם נמצאים מעט שמאלה מהמרכז בעמדותיהם המדיניות והרבה ימינה מהמרכז בעמדותיהם הכלכליות. הם קבוצה מאוד מאוד מאופיינת, מאוד אחידה, וההגמוניה נמצאת בידיה באופן מוחלט.²⁰

אימוץ הדימוי האליטיסטי של מוסד התקשורת בכללו, גם אם הוא יוצר תמונה מסולפת, עשוי להיות רב-תכליתי: הוא מעצים את מעמדם של אנשי התקשורת ומספק טיעונים רטוריים במשא ומתן הניטש לעתים על הנגישות למוסד התקשורת ועל חלוקת התפקידים בתוכו. שכן לצדם של הבכירים לשדרותיהם בארגוני התקשורת, הולכים ומתרחבים ממדי ה'פרולטריון' התקשורת, אלה המועסקים בתנאים מידרדרים, כפי שעוד יובהר להלן. אמנם יש רובר דיק של אצולה תקשורתית, אותם מתי מעט ממלאי תפקידים בכירים בעלי ייחוס משפחתי או דור שני ושלישי לעיתונאים,²¹ אבל השביל הקצרצר של האצולה התקשורתית עשוי אף להפריך חששות לקיום גילדה מקצועית מבוססת. אמנם היו ויש ניסיונות להבליט את הרציפות הבין-דורית בתקשורת ההולמת כל מקצוע ואומנות,²² אבל זו נמוכה מאוד לעומת מקצועות אחרים – רפואה, עריכת דין או ראיית חשבון – ולא במקרה. התמורות שטלטלו את מפת התקשורת במשך שנים הזרימו כוחות חדשים ולא עודדו טיפוח מסורת עיתונאית בין-דורית. ממצאי מחקרו של צפתי חשפו אמנם שהבכירים הרגישו עצמאים יותר בעבודתם, יותר שביעות רצון ויותר ביטחון בקריירה העיתונאית: הם העידו שבכוונתם להוסיף ולעסוק בעיתונות בעתיד. אלא שתנאי ההעסקה של זוטרים בארגוני תקשורת מחדירים בהם גם ספקות בנוגע לעתיד, מה גם שאחדים מהם רואים בעיסוק העיתונאי תחנת ביניים, מעין 'קרש קפיצה' לעיסוקים משתלמים יותר, למשל בתחומי הדוברות, היח"צנות, הפרסום והניהול.

20 שלי יחימוביץ מצוטטת אצל א' שביט, 'יש לי אג'נדה', מוסף הארץ, 19.12.2003.

21 אולי הבולט שבהם הוא משה ורדי, עורך 'דיעות אחרונות' לשעבר ובנו של ד"ר הרצל רוזנבלום, עורכו הקודם של העיתון. אבות ובנים נוספים בתקשורת הישראלית: אורי וגיל קיסרי, משה וגיל חובב, שמעון וגדעון סאמט, פרופ' יחיאל ויאב לימור, נחמן ועידו שי, יוסף (טומי) ויאיר לפיד, חיים ויונתן יבין, דניאל וירון פאר, שמעון ואורלי וילנאי, עוזי ואייל פלד, נסים ואריאל משעל, חגי ועמית סגל ושמואל ועמנואל רוזן.

22 בשנתון של אגודת העיתונאים בתל אביב התפרסם מדור 'מעשי אבות ירשו בני', ובארבעים עמודים נפרשו שמותיהם של שלושה-עשר עיתונאים בניים שהמשיכו בדרכי אבות, ובכללם יעקב ויוסי אחימאיר, עידו דיסנצ'יק, גיל קיסרי, אמנון קפליוק ומנחם תלמי ('ספר השנה של העיתונאים', תשכ"ז, עמ' 103-143).





על האליטה בתקשורת | 169

בנסיבות המתוארות אין פלא שהתקשורת המגזרית שימשה חלופה מסוימת לכוחות חדשים בחברה הישראלית שהתקשו לחדור לתקשורת הארצית. הנגישות לאליטה בתקשורת המגזרית מאזנת מעט את הפרופיל הסוציו-דמוגרפי האליטיסטי משהו של הבכירים בארגוני התקשורת הכלל-ארציים. נראה שהתקשורת המקומית היתה ונשארה בעיני רבים חלופה לאליטה הארצית וגם מסלול ניידות לעברה. התקשורת המגזרית, ובייחוד התקשורת המקומית לדורותיה, מילאה כמה תפקידים: לפרקים היתה אולפנא להכשרה של קאדרים צעירים ומסלול ניידות לתקשורת הארצית,²³ ולעתים שימשה מפלט לתסכולם של כתבים ועיתונאים בתקשורת הארצית שזכו לתהילה ומוניטין בזירה המקומית. בבדיקה של פרופיל עורכי המקומונים נמצא שהם צעירים יותר לעומת עמיתיהם ביומונים הארציים, רובם אינם ילידי הארץ, אלא היגרו מארצות האסלאם לאחר הקמת המדינה, והם מייצגים את הכוחות החדשים ביישובים מחוץ למרכז, ביישובי עולים ובעיירות פיתוח.²⁴ הדברים אמורים בייחוד באמצעי התקשורת המקומיים בעברית, ובכלל זה מקומונים ותחנות שידור, ופחות בתקשורת בערבית, ברוסית ובתקשורת החרדית. בכל אחת מאלה הניידות לתקשורת הארצית היתה ונשארה חסומה כמעט לחלוטין, אם מחמת אילוצי שפה ואם בשל אילוצים תרבותיים ופוליטיים אחרים. הדבר אמור בייחוד במגזר הערבי, שכנראה בשל נסיבות פוליטיות ותרבותיות, שפה ויחסים מתוחים בין הרוב היהודי למיעוט הערבי, רק עיתונאים ערבים ספורים נקלטו באמצעי התקשורת הארציים בעברית, וממילא מיעוט שבמיעוט הצליחו לחדור לאליטה התקשורתית.²⁵

כוכבים כתחליף אליטה

באקלים ערכי משתנה, ובייחוד בתנאי תחרות מחריפה בין אמצעי תקשורת למיניהם, הלכה והתרחבה שדרת המפורסמים: עיתונאים ושדרים המצטיינים

23 כמה עיתונאים בכירים החלו את דרכם בעיתונות המקומית, ובכללם חנוך מרמרי – עורך 'הארץ' לשעבר; שמעון אלקבץ – סמנכ"ל 'מעריב' ואחראי על רשת מקומוני 'מעריב'; אהוד אשרי – עורך 'מוסף הארץ' לשעבר; רותי יובל – לשעבר עורכת מוסף '7 ימים' של 'ידיעות אחרונות'; דרור גלעזר – עורך תוכנית התחקירים 'עובדה' בערוץ 2, ועוד.

24 כספי 1986, עמ' 52.

25 לא במקרה השידור הציבורי היה כנראה פתוח יותר לבני המיעוט הערבי, ואולי שלושה שמות מחלצים את הסגרגציה הכמעט מוחלטת בין שתי הקהילות. הבכיר מבין השלושה הוא רפיק חלבי, עד לא מזמן ראש חטיבת החדשות בטלוויזיה ברשות השידור. כמוהו דרך כוכבם של זוהיר בהלול, שדר ספורט בעברית ברשות השידור, ושל הכתב סולימאן א-שאפעי בערוץ 2 בטלוויזיה.



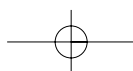
בתפקודם וביכולתם למשוך תשומת לב של קוראים, מאזינים וצופים, הלוא הם אותם 'כוכבי תקשורת'. במידה רבה הכוכבות היא מעין תחליף אליטה. 'הכוכבים' אמנם תופסים מקום בולט בארגוני תקשורת, אבל לא כל מי שחשוב הוא גם משפיע, ולא כל מי שבחיר הוא גם בכיר. מקומו של ה'כוכב' באליטה מותנה בהישגיו השוטפים, לרבות הזיקה המיוחדת שבינו ובין מעריציו הרבים. הכוכבות מתוגמלת היטב, אבל בה בשעה היא מעמיקה את הפערים בין כוכבי התקשורת לעמיתיהם. לכאורה, תגמול דיפרנציאלי לפי הישגים אישיים נועד לתמרץ ולהשיג מצוינות. אלא שהכוכבות כשיטה מסיפה עוד מרכיב בלתי מייצב, חוץ מן המנהלים המתחלפים באליטה התקשורתית: בדרך כלל כוכבי התקשורת זורחים ודועכים לפרקים, לפי קצב הרייטינג ושל טעם הקהל ההפכפך.²⁶ ככל תחום יצירתי, העיסוק התקשורתי הוא שוחק ותוחלת המעמד של המפורסמים עלולה להתקצר. כוכבי תקשורת נהנים בעיקר מיוקרה, והם מוגדרים מפורסמים

כי –

...they are celebrated because they are displayed as celebrities. If they are not thus celebrated, in due time – often very short – they lose their jobs.²⁷

אפשר אפוא לומר ששכבת הכוכבים פתוחה ונזילה יותר: מפורסמים נכנסים ויוצאים, כוכבים זורחים ודועכים, הכול לפי יכולתם וכישרונם למשוך את תשומת לב הציבור ולשמור על חנם בעיניו. ככל שהעמיקה תרבות הרייטינג לחדור למוסד התקשורת הישראלי, כך הלכה וקנתה לה שיטת הכוכבות אחיזה בה. כוכבי התקשורת היו לקטר המוביל את המרדף אחרי הרייטינג, את מסע החיזורים אחרי ציבור הצרכנים ולגורם עיקרי בקביעת ההצלחה הכלכלית של ארגון תקשורת. שיטת התגמול הדיפרנציאלית מרחיבה את הפערים ביניהם ובין עמיתיהם, ואחראית, כאמור, להיווצרותו של פרולטריון, אותם ממלאי תפקידים נטולי זוהר שנאלצים להסתפק בתגמולים כספיים צנועים. בפערים המעמיקים בהיררכיה התקשורתית יש לתלות מתחים מצטברים בין ממלאי התפקידים הבכירים ללא בכירים, בין המתוגמלים היטב לפחות מתוגמלים. ככל שהתגמול הדיפרנציאלי מתמרץ לתחרותיות ולהישגיות, כך הוא אחראי לתופעות לוואי – ירידה באיכות המתגייסים לתקשורת, תחלופה אישית גבוהה וכרסום ווחל בסטנדרטים.

26 ראו, למשל, דעיכתו הפתאומית של השדר רב-המוניטין יוסי סיאס: <http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-2901316,00.html>
27 מילס 1957, עמ' 74.





על האליטה בתקשורת | 171

למען הדיוק, אפשר להבחין בין שני שבילים בשדרת המפורסמים, והם מסודרים לפי תחומי פעילותם – מפורסמים בתחום החדשות והאקטואליה לעומת מפורסמים בתחומי כתיבה ושידור אחרים, כגון תוכניות/כתבות, תכנים בדיויים, ובעיקר בידור. בכל אחד משני השבילים בשדרה, שהם בדרך כלל מקבילים, אפשר להוסיף ולהבחין בדרגות פרסום לפי מספר אמצעי תקשורת – בין כוכבים 'חד-ערוציים' לכוכבים 'רב-ערוציים'. הראשונים מיקדו את פעילותם רק באמצעי תקשורת אחד, יהיה זה עיתון, ערוץ שידור, רדיו או טלוויזיה, ולפיכך הם נחלקים לפי תחומי עיסוקם – כתבים, פרשנים, מגישים, וכד'. ככל שהמפורסם מרבה לפעול ביותר ערוצים, כך הניידות שלו בין הערוצים גבוהה יותר, הוא זוכה להערכה רבה יותר ומאריך את תוחלת הכוכבות שלו. לעומת זאת, דרכו של הכוכב עתידה להתקצר ככל שהוא ממצה את כישוריו למדיום אחד. היכולת לנוע בין אמצעי תקשורת עשויה להאריך את הצלחתו. מי שממצה את עצמו בטלוויזיה, למשל, יכול לשוב לרדיו או לעיתון, ולהפך. הפעילות הברזומנית בכמה אמצעי תקשורת עשויה לשמר את מעמדו של כוכב תקשורת, והיא יוצרת מעמד חדש של 'כוכבות צולבת-מדיה' – cross-media celebrity (לוח 9.3).

לוח 9.3: סוגים של כוכבות צולבת

עיתונות	רדיו	טלוויזיה	
+			א1. כוכב חד-ערוצי
	+		ב1. כוכב חד-ערוצי
		+	ג1. כוכב חד-ערוצי
+	+		א2. כוכב דו-ערוצי
	+	+	ב2. כוכב דו-ערוצי
+		+	ג2. כוכב דו-ערוצי
+	+	+	3. כוכב תלת-ערוצי

הקטע בשדרה שמאכלס מפורסמים בתחום האקטואליה מצומצם רק לאמצעי תקשורת חדשותיים – news media. גם בקטע הזה אפשר להבדיל בין מפורסמים לפי תחום עיסוקם והתמחותם. הבולטים מכולם הם מגישי החדשות באמצעי השידור (anchorperson) – קריינים ברדיו, ויותר מהם עמיתיהם בטלוויזיה. מזדנבים אחריהם מגישים של יומנים, מגזינים ותוכניות אירוח בתחום האקטואליה, ברדיו כמו בטלוויזיה. כאמור, לא כל מגיש חדשות הוא בהכרח מפורסם. בשל קונספציה שמקורה בטלוויזיה האמריקנית, מגישי חדשות בטלוויזיה מזוהים עם

המהדורה, עם הפופולריות שלה וגם עם הצלחתה הכלכלית. בכוחם למשוך צופים ומאזינים ולהשפיע על הרייטינג. מבחינה זו, מגישי החדשות בטלוויזיה הם שווי מעמד לכוכבי בידור. כמובן הם מתוגמלים בעין יפה, ולו רק משום שהם נכס כלכלי וכישוריהם האישיים נדירים. הידוע והוותיק שבהם הוא חיים יבין בערוץ 1, שקנה לו מעמד דומה לזה של וולטר קרונקייט ברשת הטלוויזיה האמריקנית סי־בי־אס. הדמיון בין אמצעי השידור מניב כוכבות צולבת שכיחה יותר בין רדיו לטלוויזיה ופחות בין אחד מאמצעי השידור לעיתונות הכתובה. כך אפשר להסביר גם את המקרים המעטים של עיתונאים שהיו לשרדים מפורסמים. קברניטי ערוצי הטלוויזיה החדשים העדיפו לגייס בעיקר פורשים מרשות השידור או בוגרי התחנה הצבאית. מעטים יותר עשו את הדרך בכיוון ההפוך, מן השידור לעיתונות הכתובה. לאחר התנסות עיתונאית ב'דיעות אחרונות', למשל, החליט ירון לונדון לשוב לאולפני הטלוויזיה בד בבד עם המשך פעילותו הפובליציסטית.

כנראה משום שאין להם מחויבות או השתייכות ארגונית קבועה, רק ספורים, כמו גדעון רייכר ונתן זהבי מסוגלים 'לשלט' בין המדיומים למיניהם, לא מעט בזכות סגנונם המיוחד. ההצלחה הרב־ערוצית אינה מבטיחה דווקא הערכה של עמיתים, ולו רק משום שהעסקתם היא ארעית: לעתים המשלטים בין כל אמצעי התקשורת נתפסים כמעין 'כלבוניקים' שלא הצליחו מטעמים שונים (משמעת, יחסי אנוש ועוד) לבסס את מעמדם באחד מארגוני התקשורת. להבדיל מ'כוכבות צולבת מדיה' ובמקביל לה, הולכת ומתהווה 'כוכבות צולבת סוגות' (cross-genre celebrity). ניצניה נבטו לא מעט בזכות הניידות בין הסוגות בתוך אותו מדיום, בדרך כלל מספורט לחדשות, למשל דן שילון, ומחדשות לתוכניות אירוח באמצעי השידור או מדיווח חדשותי לכתיבה מגזינית וכתיבה פובליציסטית בעיתונות הכתובה. התופעה הלכה והתרחבה ככל שהלכו והיטשטשו הגבולות בין תכנים ובין סוגות. בגלל 'בידורמידע', infotainment, טשטוש תחומים בין מידע לבידור, עיתונאים וכתבים נוטים לארוז תוכני אקטואליה בעטיפה בידורית. כמה עיתונאים, למשל, עברו מעין הסכה למגישי תוכניות אירוח שבהן משולבים תוכני אקטואליה עם בידור.

בדרך כלל שני הסוגים של כוכבות צולבת, מדיה וסוגות, משולבים זה בזה: מי שמשלט בין סוגות קרוב לוודאי עושה זאת בכמה אמצעי תקשורת. גם ארגון התקשורת לעתים מעוניין שעיתונאיו יבלטו באמצעי תקשורת אחרים, אבל בלי לאבד את הבלעדיות על החומרים המקוריים. העיתונים בדרך כלל מתנגדים שכתבים שלהם יופיעו בטלוויזיה מחשש שהדבר יזיק לעבודה השוטפת. העיתונאים והפרשנים החריגים שמאשרים להם להופיע בטלוויזיה מעידים על מעמד המועדף, ולו רק משום שהופעתם עשויה לתרום למוניטין של העיתון.



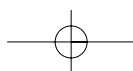
בדרך כלל המעבר מאמצעי לאמצעי בתקשורת אינו נעשה דווקא מבחירה חופשית, אלא מתוך אילוצים פרזואיים, כמו שינויים בארגון, פיטורים, מיצוי הפוטנציאל או חיכוך אישי. המוכשרים ביותר עוברים בין אמצעי תקשורת מתוך בחירה חופשית וגם מכתבים את תנאי העסקתם.²⁸ לפעמים ארגון תקשורת מעדיף להעסיק את המפורסם כדי למנוע מן המתחרה להסתייע בו, ולו רק משום שהנזק של המתחרה מהיעדרו של המפורסם גדול מן התועלת שהוא עשוי להפיק ממנו! כוכבות צולבת, של אמצעי תקשורת וסוגות, מאפשרת גיוון תפקידים – למשל כתב או פרשן בעיתונות ומנחה בתוכנית טלוויזיה, או מעין 'פיצול אישיות' לגיטימי, למשל כתב רציני ומעמיק בטלוויזיה ומגיש קליל ובדחן ברדיו – ועל כל פנים יש בה כדי להעצים את המעמד האישי של המפורסם. כוכבות צולבת שכיחה יותר בקרב המפורסמים בתחומי הכתבות, התוכניות והבידור הקל. תחלופה אישית גבוהה היא אחד המאפיינים הבולטים בחלק זה של האליטה. כידוע, השחיקה היתה מאז ומתמיד אחד האיומים החמורים על מפורסמים באשר הם. לעתים כוכבות צולבת עשויה להציל משכחה, להאריך את תוחלת הקריירה או להאט את דעיכתם של הכוכבים.

הבולטים ביותר בשביל הזה הם 'שוברי הרייטינג', מפורסמים שמזוהים עם התוכניות המובילות בטבלת הרייטינג, לפי ההגדרה העצמית של ארגוני השידור בפרסומים הרשמיים מטעמם: רובם מנחי תוכניות בידור כמו דודו טופז וארז טל.²⁹ אחרים הצליחו לצבור שיעורי פופולריות נאים, אם בזכות תוכניות אירוח כמו יאיר לפיד ואם בזכות תוכניות תעודה ותחקירים, כמו אילנה דיין ורפי גינת. המקבילים להם בעיתונות הכתובה הם בעלי מדור קבוע, שבזכות סגנון כתיבה הצליחו לרכוש חוג קוראים נאמנים, למשל דורון רוזנבלום. גם כוכבי הבידור עוברים בעיקר בין אמצעי תקשורת קרובים, בעיקר רדיו וטלוויזיה. על כן, כמוהם כמפורסמים באקטואליה, גם כוכבי הבידור ומגישי התוכניות שומרים אמונים לכור מחצבתם ונוצרים חסד לתחנת הרדיו. הבולטות הרדיופוניית מחזקת בדרך כלל את מעמד הכוכבות בטלוויזיה.

קבוצה בולטת אחרת היא זמרים שפתחו בקריירה שנייה בערוצי השידור, ברדיו או בטלוויזיה. עמה נמנה בין היתר יהורם גאון. את אלה הכוכבות הצולבת עשויה להציל מאימת השכחה או לפחות להאריך את תוחלת הבולטות הציבורית. לעומת

28 המקרה הבולט מכולם הוא אורי ארז טל, שעבר בשנה אחת מערוץ 2 לערוץ 10 ובחזרה, בתנאים כלכליים מופלגים (ע' באליוט, 'עוד סיבוב על גלגל המזל', הארץ, 17.3.2004).

29 ראו, למשל, את אתר האינטרנט של קבוצת קשת, אחת הזכייניות בערוץ 2: <http://www.keshet-tv.com/Stars.asp> אורי אין זה מקרה שהרשימה כוללת 'כוכבי בידור' ומתעלמת כמעט לחלוטין ממפורסמים בתוכניות אירוח.



זמרים, שחקני במה ומסך מתקשים לרענן את הקריירה שלהם בארגוני תקשורת: רק שחקנים ספורים הצליחו להשתלב בלוח המשדרים, ואף פחות מכך בעיתונות הכתובה. מטעמים דומים הלכה והתרחבה תופעה של דוגמגישות, ודוגמניות, וגם דוגמנים, נוטפי זוהר משובצים חרף מיומנויות אישיות מוגבלות לתפקידי הנחיה של תוכניות בידור ואירוח.

שביל אחר בשדרת הכוכבים מאכלס מומחים למיניהם, שמיטיבים לתרגם את כישוריהם ואת המוניטין שלהם בתחומי עיסוקם לצורכי המדיה. לשלוש קבוצות עיקריות אפשר לחלק אותם – פובליציסטים, פרשנים ומומחים המשתתפים בתוכניות ובמדורים בעיתונות הכתובה. הצד השווה שבשלוש קבוצות המפורסמים הוא שהם יבואני ידע וכישורים למדיה: נוכחותם מרעננת את מאגר הכישרונות ולעתים אף חיונית להעלאת איכות התכנים באמצעי התקשורת. העסקתם של המומחים נוחה גם לארגוני התקשורת, ולו רק על שום עלותם הנמוכה יחסית: הם מתוגמלים בדרך כלל לפי יחידות, כתיבה ושידור, ורק למעטים חוזה אישי, שגם הוא ארעי כמובן. כדי להתמודד עם הדימוי השכיח שדבק באנשי התקשורת כאליטה אשכנזית, חיפשו דמויות פולקלוריסטיות ומנוגדות לדימוי האליטיסטי, למשל איריס מזרחי ו'ו'ו'ו' אבוטבול.³⁰ תחילה ניתן להם פתחון פה במשדרים הקיימים, אם כדי לגוון את קשת הקולות והדעות ואם מתוך גישה אנתרופולוגית של 'לרדת אל העם'. אלא שבזכות הניחוח האותנטי והתנסחותם הבלתי אמצעית שמבדלת אותם ממסורת השידור המקצועית, הצליחו הללו מעל המצופה, זכו לפופולריות רבה בקרב הציבור, והיו חיש מהר לכוכבים בכמה אמצעי תקשורת ובכמה סוגות.

הפרשנות היא סוגה של פובליציסטיקה. שלא כפובליציסט, לפרשן מנדט ברור של הענקת משמעויות לאירועים המדווחים, ואולי משום כך הוא גם יכול להשפיע על דעת הקהל.³¹ מהבחינה הזאת, לפרשן מעמד בכיר יותר מלכתב, הרפורטר. אפשר להבחין בין פרשנים קבועים של ארגוני תקשורת בתחומים שונים ובין פרשנים אורחים חד-פעמיים או מזדמנים. לעתים ניטשת מעין תחרות בין הכתב לפרשן באותו תחום, ודעתנותו של הפרשן מאפילה על המידע של הכתב. מיסודו של הפרשן ויתרונו על פני הכתב עשויים להשפיע על איכות המידע הנמסר לציבור: ככל שהפרשן משתלט על הדיווח, כך אמצעי התקשורת עוסקים יותר בהבניית המציאות מאשר בדיווח עליה.

30 על עלייתו המטאורית ראו נ' ליבנה, 'סטיפה אוטנטית', מוסף הארץ, 28.8.2003, או: <http://news.walla.co.il/?w=/433584>

31 פייג' ואחרים 1987.



על האליטה בתקשורת | 175

שיתופם של מומחים החל כנראה במדורי הייעוץ למיניהם, כמקובל גם במדינות אחרות. לסוגה היתה עדנה עם ריבוי ערוצי השידור המסחריים והחרפת התחרות. לא מעט בעקבות הצלחת הסוגה בתחנות שידור ברחבי העולם, דרך כוכבם של שדרים שכדברי המבקרים, הופכים 'את נפש האדם למשטח מוכתם שמנקים בעזרת תכשיר פלא, מעין סנו־נפש. את המצפון אפשר להשליך למכונת הכביסה כמו חולצה מרובבת. הכל אינסטנט'.³² כדאי להסב את תשומת הלב לסוג מתהווה של 'כוכבות תקשורת'. רבות דובר בדפוסי הניידות הדו־סטרתית בין פוליטיקה לתקשורת. לא היה צורך בהשראת הדגם האמריקני, שדוגמאות רבות ועסיסיות בו מוכרות היטב ונידונו בהרחבה – מנשיא ארצות הברית רונלד רייגן, שחקן מערבוניים לשעבר, ועד מושל קליפורניה, כוכב סרטי הפעולה ארנולד שוורצנגר. כאמור, בדור הראשון של האליטה התקשורתית היתה הזהות הפרסונלית בין פוליטיקאי לעיתונאי שכיחה למדי ורב־תכליתית. אבל גם אחר כך הכריזו רבים מחברי כנסת על עיתונאות כמשלח ידם,³³ אף שמעטים הפוליטיקאים שהתנסו בעיתונאות של ממש.³⁴ כשם שכמה אמנים ובדרנים ניסו את כוחם בפוליטיקה, בעיקר המקומית,³⁵ מסתמנת נטייה הפוכה, בשלב זה מצומצמת לרשות השידור, שפוליטיקאים בדימוס פותחים ב'קריירה' חדשה של שדרים.³⁶ לדידם, השידור הוא דרך להשרדות בתודעת הציבור.

דיון: תהליכים ותמורות באליטה התקשורתית

מוסד התקשורת נתפס כמוקד עוצמה ומוענקת לו מעין תווית אליטיסטית, ולא רק בישראל. בגלל ההערכה הכוללת למוסד התקשורת ותפיסתו כמקשה אחת

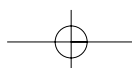
32 באלינט 2002. למשל, יובב כ"ץ בקול ישראל, ורדה רוזאל-ז'קונט, איריס קול, פרופ' רפי קרסו ושמוליק טיאר ברדיו האזורי, ודנה מודן בערוץ הטלוויזיה בيف (באלינט 2002).

33 כספי ולימור 1992, עמ' 220.

34 הבולט שבהם הוא שר המשפטים לשעבר יוסף לפיד, לשעבר כוכב צולב מדיה וסוגות. פחות ידוע ששר החוץ לשעבר סילבן שלום היה בעבר כתב לענייני כלכלה ביומן 'חדשות'. בשנות השישים היה יוסי שריד בין מקימי יומן החדשות בקול ישראל.

35 מבין האמנים הראשון היה הזמר יהורם גאון, שנבחר למועצת עיריית ירושלים. בעקבותיו נבחרו שמואל וילוז'ני, רון לוונטל ואורנה בנאי, כל אחד ואחת בכהונה אחרת, למועצת עיריית תל אביב. הברדן ספי ריבלין נכנס למועצת עיריית ראשון לציון.

36 כנראה אין זה מקרה ששלושת הפוליטיקאים בדימוס מצאו תנחומים ברשות השידור, אולי בזכות הקשרים המיוחדים עם קברניטיה; בולט מכולם השר לשעבר, שבתוקף תפקידו היה אחראי על חוק רשות השידור, ד"ר רענן כהן, שהנחה תוכנית רדיו על ענייני המיעוט הערבי. קדמו לו שני חברי כנסת לשעבר – אלי גולדשמידט מהעבודה ונחום לנגנטל מהמפד"ל, הראשון מגיש תוכנית אירוח בערוץ 33 והשני מגיש תוכנית אירוח לשומרי מסורת בערוץ 1.





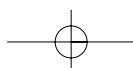
מתעלמים מהרבדים בו ומההבחנה בין ממלאי התפקידים בו. נראה שבתוך מוסד התקשורת מתקיים מבנה ריבודי רגיל, ואליטה תקשורתית היא חלק ממנו. המבנה הריבודי של התקשורת נעלם מעיני הציבור, אבל בעיקרו הוא תבנית נוף של תמורות במוסד התקשורת.

1. **מהפך באוריינטציות ערכיות:** עם שינוי הערכים המקיף והכללי בחברה הישראלית, ובאליטה בפרט,³⁷ חל מעבר הדרגתי מאוריינטציה חברתית לאוריינטציה כלכלית בתחום התקשורת, אגב סגידה ל'כוחות השוק' ול'תרבות הרייטינג'. התהליך התאפשר בין היתר בשל דעיכתה של העיתונות המפלגתית והאידיאולוגית שקרתה בד בבד עם שינויים דומים במוסד הפוליטי.
2. **דה-רגולציה במפת השידור:** בהשראת המהפך הערכי נקטו ממשלות ישראל מדיניות נאו-ליברלית שהאיצה שינויים דרמטיים במבנה השידור. לאחר יותר משלושה עשורים של מונופול של רשות השידור החלו ממשלות ישראל להנפיק זיכיונות שידור לרדיו ולטלוויזיה. מדיניות של 'שמים פתוחים' עשתה את השידור לתחום מפתח לזימים ומשקיעים, ואלו טיפחו את הזיקה המשולשת עיתון-הון-שלטון.
3. **ביזור התקשורת:** הלכי הרוח הנאו-ליברליים האיצו את תהליך הביזור במפת התקשורת, שבמשך שנים הצטמצם רק לעיתונות הכתובה. מסוף שנות השישים פרחה העיתונות המקומית,³⁸ ובשנות התשעים שגשה העיתונות הרוסית,³⁹ כל אחת במענה לצרכים תקשורתיים מגזריים שלא באו על סיפוקם בעיתונות הכלל-ארצית. באקלים משתנה של רב-תרבותיות התרבו והתגונו אמצעי התקשורת של מגזרים נוספים בחברה הישראלים ולמענם: למיעוטים לאומיים, תרבותיים ופוליטיים קמה תקשורת שמתמחה בצורכיהם המיוחדים, גם אם מקצתה היה לא חוקי.
4. **משבר בשידור הציבורי:** עקב ריבויים של ערוצי השידור הלך והעמיק המשבר הצפוי בשידור הציבורי. השינויים במפת השידור אמנם לא התירו את רסן הפיקוח הציבורי לחלוטין – אף שערוצי השידור החדשים ממומנים מפרסומת מסחרית הם נתונים בפיקוח ציבורי – אבל שמו קץ למונופול של רשות השידור. כבמדינות המערב, השידור במימון ציבורי

37 אלמוג 2004.

38 כספי 1986.

39 כספי ואחרים 2002.





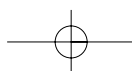
על האליטה בתקשורת | 177

נמצא בתחרות הולכת וגוברת עם הערוצים החדשים, והללו העמיקו את משבר הזהות של ערוצי השידור הוותיקים.

5. **צמיחתם של תאגידי תקשורת:** בנסיבות של תחרות מחריפה עם אמצעי השידור נוצרה שליטה, תחילה של שלושה תאגידי תקשורת, טריאופול, בעיתונות היומית העברית, ואחר כך נוספו ברונני תקשורת. הללו הקדימו וטיפחו אסטרטגיית הישרדות בעידן של ריבוי ערוצי שידור באמצעות בעלות צולבת על כמה ארגוני תקשורת, תחילה במסגרת של תאגידי תקשורת מתמחה, שאחר כך התפתחו לתאגידי תקשורת רב-תעשייתיים, שהתקשורת היא רק אפיק השקעה אחד שלהם.

תהליכים אלה ושכמותם לא איחרו להשתקף בהרכב האליטה התקשורתית. ככל שהואצו תהליכי ההפרטה בעיתונות הכתובה ובידור, ויזמים פרטיים מצאו כר פעולה במוסד התקשורת, עלה מעמדם של משקיעים, מנהלים ומפורסמים, ובד בבד ירדו משקלם ומעמדם של עורכים ועיתונאים. שלא כבדור המייסדים, היחס בין ארבע השדרות המרכזיות באליטה התקשורתית השתנה, ואף התהפך. המעבר לאוריינטציה כלכלית בתקשורת העלה את מעמדם של המשקיעים ושל מנהלי הארגונים. הטלוויזיה המסחרית הנשענת על רייטינג העלתה את מעמדם של מפורסמים למיניהם. שלא כשני הדורות הקודמים, בשל צמיחה גיוון באמצעי התקשורת תפחה האליטה התקשורתית ונעשתה הטרוגנית יותר, אבל גם יותר תוססת וחשופה לתחלופה אישית גבוהה יותר. במידה רבה התהליכים במוסד התקשורת הכניסו תזזית באליטה, וזו נעשתה גם פחות יציבה לעומת הדורות הקודמים. האי יציבות היחסית של האליטה התקשורתית אולי אינה חריגה בנוף האליטות, אבל היא עשויה להשפיע על יחסי הגומלין שבינה ובין אליטות אחרות, ובייחוד הפוליטית.

התחלופה הפרסונלית הגבוהה עלולה להקשות על יחסי הגומלין של מוסד התקשורת עם סביבתו, ובה בשעה היא עשויה לסייע למוסד הפוליטי לפקח, במישרין ובעקיפין, על אמצעי התקשורת, בייחוד משום שהדרג הפוליטי משמר דפוסי פיקוח שבאמצעותם הוא יכול לסנן מי יצטרף לאליטה התקשורתית. השידור היה לאחד הענפים הדומיננטיים שבהם שימר המוסד הפוליטי את זכותו להנפיק זיכיונות למשקיעים ולנהל עמם משא ומתן שוטף על תנאי הזיכיון. לא זו בלבד שזיכיונות שידור מונפקים לפרקי זמן קצובים, אלא שהמשקיעים שבים מפעם לפעם לשפר את התנאים, וכמובן להאריך את הזיכיונות. כך מתאפשר למוסד הפוליטי לבחון מפעם לפעם את הישגי הזכיינים, ובעצם להטביע חותם על האליטה התקשורתית.



התחרות הכלכלית הגוברת בין אמצעי התקשורת העמיקה את פערי התגמולים בין ממלאי התפקידים, ובשונה מן הדימויים, גם עיצבה מבנה ריבודי מגוון. בצד מגישים פופולריים וכוכבי מסך מבטיחי רייטינג וברוכי חוזים נדיבים, הולך ומתעבה 'הפרולטריון של התקשורת'. בעטייה של תחרות מחריפה וירידה ניכרת ברווחיות קברניטי תקשורת מעדיפים להעסיק צעירים, במשכורות מינימום וללא תנאים סוציאליים, במקום עיתונאים מנוסים שעלותם גבוהה פי ארבעה.⁴⁰ עם השכבה הזאת נמנים ממלאי תפקידים חיוניים – יוצרים, עיתונאים, תחקירנים, צלמים, טכנאים וכו' – ששכר עמלם זעום, ולעתים אף אינו מובטח כלל.⁴¹ אלה מספקים את חומרי הגלם הבסיסיים – ידיעות, כתבות, תחקירים ושירותים לוגיסטיים, שבלעדיהם המפורסמים לא יכולים לארוז את מרכולתם באריות 'נוצצות' המושכות את תשומת לבם של ההמונים. עם הרעת תנאי ההעסקה, נמשך תהליך הפמיניזציה של העיסוק התקשורתי, וזה רק הוסיף והעמיק את המתחים בין המעמדות במוסד התקשורת. לפי מניין אחד, בראשית המילניום היו נשים ארבעים אחוז מן המועסקים באמצעי התקשורת בישראל.⁴² אלא שרק נשים ספורות צלחו והגיעו לאחת השדרות הרמות. אמנם הן בולטות יותר בנוכחותן בשדרת המפורסמים, אבל בולטות בהיעדרן בשלוש השדרות האחרות – משקיעים/ מו"לים, מנהלים ועורכים. נוכחותן המצומצמת של נשים באליטה התקשורתית מלמדת יותר על הכלל – האליטה התקשורתית נותרה גברית.

בדיקות למיניהן חושפות בידול מגדרי כפול – בידול אנכי ובידול אופקי, הן בעיתונות הכתובה והן באמצעי השידור.⁴³ נשים וגברים ממלאים תפקידים שונים בארגוני תקשורת: 'נשים כמעט ואינן משתלבות בתפקידים הטכניים, אך הן שולטות בתפקידי שירותים ומינהל. בדומה, הן משתלבות פחות בחדשות ויותר במדיה לילדים, ובתחום צרכנות ואחזקת בית'. נשים מתרכזות בתפקידי שכתוב וכתבה, ואילו הגברים מתרכזים בתפקידי עריכה ופובליציסטיקה יוקרתיים יותר:

40 איציק 2000.

41 המצוקה הכלכלית של ערוץ 10 חשפה שוב את הפערים הריבודיים בין ממלאי התפקידים למיניהם: בעלי זיכיון השידור בערוץ הציגו לשני המגישים המפורסמים של מהדורת החדשות המרכזית חוזים אישיים מפתים, בני שש ספרות וברולרים, ואילו רוב הנושים שסיפקו לערוץ שירותים נאלצו להגיע להסדר של פריסת החובות או מחיקתם. על כך ראו:

<http://www.haaretz.co.il/hasite/pages/ShArtPE.jhtml?itemNo=388361&contrassID=2&subContrassID=6&sbSubContrassID=10>

42 לביא ולימור 2003; קראוס 2002. שיעור ההשתייכות של נשים לכוח העבודה בישראל הגיע בסוף שנת 2002 לארבעים ושמונה אחוז מכלל האוכלוסייה הבוגרת:

http://www.cbs.gov.il/hodaot2004/01_04_58.htm

43 לירן-אלפר 2000.



על האליטה בתקשורת | 179

נשים הן שני שלישים מן המשכתבים ורק חמישית מכותבי הפובליציסטיקה.⁴⁴ חוץ מהגשת חדשות ומשדרים, מסתמנת עלייה במספר הנשים בתפקידי עריכה ופובליציסטיקה בכירים באמצעי השידור: נשים הן ארבעים אחוז מכלל עורכי החדשות בקול ישראל ומחצית מהם בתחנה הצבאית.⁴⁵ בשל תחלופה כללית גבוהה יותר, צעירות יכולות להגיע לתפקידים בכירים יותר בגלי צה"ל מאשר בקול ישראל הוותיקה. פחות מעודדת התמונה בשדרות המו"לים והמנהלים, שנותרו גבריות בעיקרן.⁴⁶

גם בעניין זה נראה שהתקשורת המקומית פתוחה יותר לשילוב מגדרי נאות יותר.⁴⁷ אף אם הבידול המגדרי נשמר בעיקרו גם בעיתונות המקומית, נשים לא מעטות ממלאות תפקידי עורך ראשי בכמה מקומונים.⁴⁸ דווקא משום כך התקשורת המגזרית עלולה למלא תפקיד כפול – מצד אחד, בהיותה חלופה לתקשורת הכלל-ארצית, היא עשויה להפיג מתחים בין המעמדות, ומן הצד האחר, להנציח את הפערים ביניהם; קבוצות חלשות ומיעוטים מקופחים – נשים, מזרחים, דתיים, ערבים ומהגרים – עשויים להסתפק בתפקידים באמצעי התקשורת המגזריים שלהם עצמם, ולצמצם את התביעות לשילובם בתקשורת הארצית.⁴⁹ בדיעבד, האליטה התקשורתית עשויה לשקף מגמות סוציו-דמוגרפיות לטנטיות של סרגרציה מתמסדת. המעבר, שנמשך שנים, מ'כור ההיתוך' לפלורליזם מבוקר עשוי לעודד קליטה ייצוגית של קאדרים מקרב מיעוטים וקבוצות חלשות. מחלקות חדשות בערוצי הטלוויזיה, למשל, קולטות לאחרונה כתבים, דתיים וערבים, גם אם מבטאם וחיצוניותם בולטים. אלה מועסקים בעיקר על בסיס פונקציונלי, תחילה לסיקור המגזר שלהם, ואחר כך הם עשויים להשתלב לפי כישוריהם גם בתפקידים בכירים. עם זאת, שלא כמקובל במדינות אחרות, עדיין אין קריין חדשות, פרשן או מגיש משדר בעברית מקרב המיעוט הערבי.

במרוצת השנים היתה תחנת הרדיו הצבאית גלי צה"ל לא עוד ארגון תקשורת, אלא מעין בית ספר לאומי להכשרת הכוחות העיתונאיים החדשים.⁵⁰ ואמנם, רבים מבוגריה השתלבו באמצעי התקשורת הארציים וכוכבם של אחדים מהם דרך בהם,

44 לחובר 2000, עמ' 64-65.

45 לביא 2001.

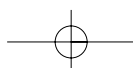
46 יוצאות מכלל זה יפה ויגוצקי, מנהלת הטלוויזיה החינוכית, איריס הוד, מנהלת ערוץ תכלת, ויוליה ברקוביץ, שניהלה את ערוץ הטלוויזיה ברוסית.

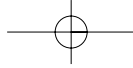
47 המגמה מצאה את ביטוייה גם בספרות. אולי אין זה מקרה שדמותה התוססת של כתבת במקומון בבאר שבע, ליזי בדיחי, עומדת במרכזם של רומנים פרי עטה של שולמית לפיד.

48 לחובר 2000.

49 הרצוג 1999.

50 כספי 2002.





בייחוד באמצעי השידור החדשים – מחלקות החדשות בערוצים 2 ו-10. מטעמים ברורים לא יכלה התחנה הצבאית לסטות מן המדיניות הרשמית, ומוכן שלא גייסה אף לא צעיר ערבי אחד. אלא שבכל השנים לא גויס לתחנה גם צעיר מקרב המיעוטים המשרתים בצה"ל – דרוזים, בדווים וצ'רקסים. להגנתה יהיו שיטענו שהצורך להבטיח סטנדרטים איכותיים של שידור יצר מעין סלקציה צפויה, וממילא נדחו צעירים מקרב מיעוטים שונים, לא רק לאומיים, שאינם שולטים כראוי בשפה העברית ולא הצליחו לעמוד במבחני הקבלה. אלא שמדיניות הגיוס וההכשרה של פרחי התקשורת במסגרת הצבאית הוסיפה לייצוג הדיפרנציאלי של המגזרים בחברה הישראלית בהרכבו של מוסד התקשורת:⁵¹ דחיתם של צעירים ממגזרים חלשים שללה מהם משאבים חיוניים בתחרות על התגייסותם למוסד התקשורת.⁵² פעמיה של האפליה המתקנת במדיניות גיוסם של צעירים לתחנה הדהדו באיחור מה ובקול ענות חלושה. רק בשנים האחרונות, בעקבות ביקורת ציבורית נמרצת, ניאותו קברניטי התחנה להתגמש ו'להקצות' מכסות מבוקרות לצעירים ממגזרים פריפריאליים, בעיקר מזרחים ומערי השדה.

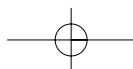
לסיכום: אכן, במהלך המסע ליער התקשורת הישראלית איתרנו כמה שטחות/ שדרות עיקריות של ממלאי תפקידים בכירים – מו"לים, מנהלים, עורכים ועיתונאים, מפורסמים באקטואליה ומפורסמים בתחומים אחרים (ראו לוח 9.4).

לוח 9.4: ממלאי תפקידים בכירים באמצעי תקשורת, שטחות ורכיבים

שדרות מול"ים, משקיעים	א. בעלים, מול"ים, משקיעים	ב. מנהלים	ג. עורכים ועיתונאים	ד. מפורסמים אקטואליה	ה. מפורסמים – תוכניות/כתבות
שבילים	מו"לים 'מיוחסים' מו"לים חדשים משקיעי חוץ משקיעים מקומיים/ ראשי תאגידים	מנכ"לים סמנכ"לים סמנכ"לים – מתמחים – כספים, כוח אדם, תפוצה, שיווק	עורכים ראשיים/ אחרים עורכי משנה עורכים מתמחים ראשי דסק	'כוכבות צולבת' – מדיה ו/או סוגות כתבים מגישים 'טוראים' פרשנים	'כוכבות צולבת' – מדיה ו/או סוגות מפיקים יוצרים, זמרים, שחקנים, יועצים, מומחים, פרשנים, מדריכי פנאי – טיול ובישול, כוכבים פולקלוריסטים

51 אברהם 2002.

52 כנגד טיעונים על שיקולים הישגיים בכררת מועמדים צעירים לתחנה הצבאית הוצגו עדויות על אפליה לטובה של בני מיוחסים, גם מהתקשורת. עלו אף מקרים של 'דור שני' בתקשורת, שהבוררים מטעם התחנה נחשדו בהעדפתם, כנהוג בכל גילדה מקצועית.





על האליטה בתקשורת | 181

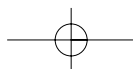
בכל שדרה אותרו שבילים ראשיים, אחרים נשארו לא מסומנים. האם אפשר להשוות בין המשקיעים ובין המפורסמים למיניהם? מי 'גבוה' יותר ומי נחשב יותר? כרגיל, כל השוואה בין קבוצות של ממלאי תפקידים כרוכה בהכללה ובהתעלמות מגוונים בתוך כל קבוצה. אמנם כבר לעיל הבחנו בין השדרות לפי שלושת קני המידה הבסיסיים של סטטוס: יוקרה, כסף וכוח. כאמור יכולת תיווך היא מרכיב של כוח. אמצעי התקשורת התבססו כמוקד עוצמה בחברה לא מעט בזכות עמדתם הפיבוטית, מיכולתם לתווך בין מגזרים בחברה, בין אליטות ובין לא-אליטות, בין האליטות השונות ובין חלקים באותה אליטה. לפיכך ככל שממלא תפקיד תורם, או נתפס כתורם, ליכולת התיווך, הוא עשוי לצבור מעמד נכבד יותר בקהילה התקשורתית. אפשר להעריך אפוא, בכל הזהירות הראויה, שיכולת התיווך משמשת קנה מידה חשוב להערכת מעמדן של השדרות ושל ממלאי התפקידים בכל שדרה (לוח 9.5).

לוח 9.5: ממלאי תפקידים בכירים לפי יכולת תיווך, גלויה וסמויה

שדרה	בעלים, מוליים, משקיעים	מנהלים	עורכים ועיתונאים	מפורסמים - אקטואליה	מפורסמים - תוכניות/ כתבות	יכולת תיווך
גלויה	++	+	+	+++	++	גלויה
סמויה	+++	+	+++	++	+	סמויה

מקרא: + = מעטה; ++ = רבה; +++ = רבה מאוד

נראה שהמפורסמים בחדשות ובאקטואליה הם המתחרים הגדולים במעמדם של משקיעים ובעלים, משום שביכולתם למשוך מפרסמים ולהשפיע על המאזנים של מעסיקיהם. ההבדלים המהותיים ביניהם עשויים להסביר את המתחים התכופים ביניהם. המפורסמים מתהדרים ביכולת תיווך גלויה, ולו רק בשל הבולטות התקשורתית העומדת להם כיתרון על פני הבעלים והמשקיעים. המשקיעים והבעלים, לעומתם, חייבים להצטנע דווקא, ולו רק מחשש לביקורת ציבורית. נחיתותם היחסית של ה'כוכבים' לעומת עמיתיהם עשויה לדרבן אותם לחפש מסלולי ניידות לשדרוג מעמדם: בעיקר הם מנסים לתרגם מוניטין מתכלה לעוצמה שרירה באמצעות כסף שצברו (ראו לוח 9.1). כך אפשר להסביר מגמה מתרחבת למדי של מפורסמים, נסים משעל וחיים הכט למשל, שעוברים לשדרת המשקיעים בערוצי שידור או, לחלופין, מקימים חברות הפקה ושירותים לאמצעי התקשורת, כמו ארז טל, רפי גינת ודודו טופז. כאמור, עורכים נאלצים להסתפק בהשפעה





סמויה, ואילו המנהלים למיניהם נותרים מעין 'חיילים אלמונים', לא טוראים אלא קצינים. למפורסמים בתוכניות, בכתבות ובכידור אמנם יש בולטות והם אף זוכים ליוקרה ולתגמול כספי גבוה, אבל יכולת התיווך שלהם מוגבלת לעומת עמיתיהם באקטואליה. הפתיחות של תוכניות ומוספים לאישי ציבור משפרת את יכולת התיווך שלהם. הנטייה הכללית של טשטוש גבולות בין אקטואליה לכידור, 'כידורמידע', מעודדת השתתפות של פוליטיקאים בתוכניות כידור, בכתבות פרופיל וב'רשימות צבע' עליהם. כנראה בהשראת 'הפוליטיקה החדשה' והפרסונליזציה של הפוליטיקה, פורמטים מעורבים של 'כידורמידע' צוברים יכולת תיווך פוליטי, ולו רק משום שבאמצעותם אפשר לחשוף היבטים אישיים, 'בחלוק ובנעלי בית'.⁵³ עיתונאים שמנחים תוכניות אירוח ומגזינים רק מקלים על פוליטיקאים לחצות עמם את הקווים ולהשתתף בפורמטים כידוריים, כמצוותם של היועצים והיח"צנים הסובבים אותם.

