



מאמר דעה

אמון הציבור בתקשורת- בלימה, סיבוב ונסיקה?

14 בדצמבר 2017 | מאת: ד"ר תהילה שוורץ אלטשולר

בשנה שעברה הצביע מדד הדמוקרטיה, על שפל של כל הזמנים באמון הציבור בתקשורת. לעומת זאת, בשנת 2017 נראה שהמגמה נבלמה ומתחילה מגמה הפוכה. האמון של הציבור הישראלי במוסד התקשורת עלה ב-4% ועומד השנה על 28% לעומת 24% בשנה החולפת



ייתכן, אמנם, שמדובר בעליה חד פעמית ולא נדע באמת האם מדובר במגמה עד לנתוני השנה הבאה. כך או כך, כפי שכבר כתבתי כאן בעבר, הירידה באמון הציבור בתקשורת היא נתון מטריד אבל גם משמח, משום שהיא מלמדת על עליה בהבנה התקשורתית של הציבור. הציבור מבין שיש הרבה מאד לחצים על עיתונאים וגם סתם הטיות מובנות, וכפי שקורה ביחס לכל אחד מן המוסדות הציבוריים, ככל שהשקיפות רבה יותר ואנו נחשפים למוקדי הכוח ולאינטרסים, כך יורד האמון. כלומר, התהליך של ירידת אמון הציבור בתקשורת מלמד על שקיפות עמוקה יותר של התקשורת כלפי הציבור.

אלא, שמחקרים רבים שנערכו בעבר בנושא הקשר בין אמון ושקיפות, מצאו שהירידה באמון אמורה להתרחש לטווח קצר, ואחר כך לעלות שוב. זאת אחת הסיבות שבגללן אנו כחברה תומכים בשקיפות – כי אנו מאמינים שלטווח הארוך היא אמורה להגביר את האמון הציבורי במוסדות השלטוניים. והנה, הדבר קורה לנגד עינינו! הירידה נבלמת ומתחילה עליה מחודשת באמון הציבור בתקשורת. כפי שהגדיר בשנת 2009 בנימין נתניהו את תכניתו הכלכלית - "עצירת הנפילה, סיבוב ונסיקה". ככל הנראה אנו נמצאים כעת בין השלב הראשון לשני.

במערך היחסים העדין שבין התקשורת והציבור, נדרשה התקשורת לחשוף חלקים ניכרים מהקרביים שלה. ואף אחד, ובוודאי שלא הציבור – לא אוהב לראות איך מכינים מהקרביים האלה נקיקיות. אבל הירידה באמון מובילה לשיח של תיקון, והתיקון – בתורו – מוביל לעליה המחודשת באמון. אפשר להיות אופטימיים ולומר שיכול להיות שאכן התקשורת הישראלית עוברת תהליכי גיוון,

תהליכי עומק של שינוי שגורמים לה להבין היכן היו הכשלים ואפילו לאט לאט לתקן אותם באמצעות הוספה של שדרנים, תחקירים, תכניות או פינות המייצגות דעות מגוונות יותר – והציבור יודע להגיב לכך ומחזיר לה במטבע של עליה באמון.

באופן מעניין, התהליך שאנו רואים בישראל דומה למתרחש בארצות הברית. בסקר של גאלופ משנה שעברה, ירד אמון הציבור בתקשורת לשפל של כל הזמנים ואילו השנה, גם בסקר גאלופ וגם בסקרים נוספים כמו זה שבוצע על ידי רויטרס/ IPSOS בתחילת אוקטובר 2017, נראה היפוך מגמה מובהק:

בסקר נוסף של גאלופ, מיוני 2017, שעסק באופן פרטני באמון בעיתונים לחוד ובטלוויזיה לחוד, יותר אמריקנים אומרים שהם מאמינים לעיתונים מאשר לפני שנה. ברור שרמות האמון לא חוזרות לאלה של שנות התשעים של המאה העשרים, אבל ההידרדרות נבלמה. יותר מזה, העלייה שנרשמת באמון היא הגדולה ביותר ביחס לכל המוסדות האחרים שנבדקו באותו סקר.

הדמיון הזה בין ארצות הברית לישראל לא מפתיע - מפני שכאן ושם העלייה בהבנת התקשורת של הציבור ובחשיפת האינטרסים שלה מתבצעת, בצורה משמעותית, דרך הרשתות החברתיות שהפכו לאתרי ביקורת תקשורת ענקיים. כאן ושם יש תהליכי שקיפות, כאן ושם – האמון בתקשורת תלוי מאד בעמדה הפוליטית בתקופת זמן נתונה. למשל, בארה"ב אמון הרפובליקנים בתקשורת הרקיע שחקים שעה שנחשפה פרשת מוניקה לווינסקי - ביל קלינטון, ולעומת זאת האמון כיום עולה דווקא בקרב הדמוקרטים כשהתקשורת מבקרת את ממוסד טראמפ. בישראל, לפי מדד הדמוקרטיה, יש מתאם ישיר בין מי שדעותיו ימניות לבין מי שסבור שהתקשורת צובעת את המציאות בצבעים שחורים מכפי שצריך.

מה שעוד משותף לישראל ולארצות הברית – בצורה בוטה יותר מאשר בדמוקרטיה אחרות – הוא העובדה שראש המדינה (הנשיא שם וראש הממשלה אצלנו) משתמש בטקטיקה של מתקפה על התקשורת הממוסדת כחלק מאסטרטגיה שלטונית כוללת. ודווקא בשל כך מעניין לשאול: מה אומרת לנו בלימת המגמה של ירידת אמון הציבור בתקשורת?

יכול להיות שהתשובה נמצאת בצמד המילים החביב על מדעני מדינה: "בעיית הנציג", שמשמעה שנבחר ציבור מקדם אינטרסים עצמיים שלו על חשבון האינטרסים של הציבור אשר מינה אותו.

האם ייתכן שאנו רואים עכשיו תופעה שלפיה הציבור כבר לא קונה יותר את סיפורי "התקשורת אשמה" בכל כשלי ראשי המדינה? האם ייתכן שהציבור מבין באופן מסוים שכאשר ראשי מדינה תוקפים בצורה כה חזיתית את התקשורת, יש בכך גרעינים של אמת, אבל גם הרבה אינטרס עצמי פוליטי, ולא כזה שנובע מדאגה לכלל הציבור או לתיקון העולם?

אם מסתכלים על הנתונים שגורמים לעליית אמון הציבור בתקשורת בארצות הברית, אפשר לראות בסקר של גאלופ עליה משמעותית ביותר אצל הדמוקרטים, עליה מתונה בקרב הלא מזוהים ויציבות אצל הרפובליקנים:

אם יש משהו שעולה בבירור מהנתונים האלה הוא שהציבור האמריקני כבר לא קונה את האמירה של טראפ שהתקשורת היא אויבת העם. ברור שהציבור הלא רפובליקני, מגיב בריאקציה לקמפיין ה"פייק ניוז" של טראמפ ונותן בתקשורת יותר אמון, ברמות עצומות. אבל נראה שאפילו הרפובליקנים כבר התעייפו מהקמפיין הזה.

בישראל המצב דומה. אפשר לראות כמה ממצאים מעניינים שמאששים את "בעיית הנציג" – כלומר את התחושה בציבור שהעובדה שראש הממשלה תוקף את התקשורת בצורה כה חריפה, לא נובעת מרצונו להיטיב עם הציבור אלא בעיקר עם עצמו.

ראשית, ישנה עליה ביחס לשלוש השנים האחרונות באחוזים (הגבוהים מאד גם כך) מקרב הציבור שחושבים שפוליטיקאים דואגים יותר לאינטרסים שלהם מאשר לאלה של כלל הציבור:

שנית, קיימת התנגדות בקרב שלושה רבעים מן הציבור להיגד שלפיו צריך לסגור כלי תקשורת אם הוא מבקר את השלטון באופן חריף. כלומר, הציבור אולי מבטא חוסר אמון בתקשורת אבל במקביל לא מוכן לתרגם זאת להגבלתה על ידי פוליטיקאים שגם בהם הוא לא בדיוק מאמין.

ושלישית, אם מסתכלים על הממצאים בנוגע לרמת האמון הנמוכה בחדשות המגיעות מן הרשתות החברתיות, אפשר ללמוד שהטקטיקה שבה נוקטים נתניהו וטראמפ - ש"עוקפים" את התקשורת המסורתית באמצעות פניה בלתי אמצעית אל הציבור ברשתות החברתיות - לא עובדת. "אל תקשיבו לתקשורת", חוזר ואומר נתניהו לאזרחי ישראל, "בואו לדף הפייסבוק שלי ושם תוכלו לשמוע את האמת". והנה, הציבור מבין את הבעייתיות שיש בכך, ולא ממש מאמין. הוא סבור, עם כל הביקורת, שהטלוויזיה, הרדיו והעיתונים אמנים יותר.

ובאמצעות הברית, בדומה, סקר אוניברסיטאי שעליו דווח באתר פוליטיקו מלמד ש-54% מהציבור מאמין לתקשורת הממוסדת יותר מאשר לנשיא טראמפ בציצוי ברשתות כאשר מדובר בדיווח על נושאים חשובים ורק 36% מאמין לטראמפ יותר מאשר לתקשורת. גם בסקר הזה מדובר על שינוי מגמה ביחס לסקרים קודמים.

שנת 2017 עשויה להיזכר כשנת המפנה של אמון הציבור בתקשורת. הסיבות לכך יכולות להיות הפנמה עמוקה של שקיפות תקשורתית ושיפור בעבודת התקשורת, העובדה שהמתקפות על התקשורת מצד ראש הממשלה מיצו את עצמן והציבור מבין שהן משרתות את ראש הממשלה יותר מאשר את כלל הציבור, וגם התפכחות ביחס להטיות המובנות בתוך הרשתות החברתיות ולעובדה שיש להן תפקיד חשוב בהפצת פייק ניוז – יותר מאשר לתקשורת הממוסדת.

יש כאן, באופן פרדוקסלי, חבל הצלה לעיתונות, שמוטל עליה לעשות בו שימוש נכון ולממש את ההזדמנות למצב את עצמה מחדש ככלב השמירה, כמקום שבו עושים תחקירים טובים ומשמעותיים ולא "פייק ניוז", ממשים עקרונות של גיוון ושל שקיפות ומגנים על הדמוקרטיה ועל טוהר המידות.

תגיות:

סקרים ודעת קהל, רפורמות במדיה, דעת קהל, תקשורת, מדד הדמוקרטיה הישראלית, התוכנית לדמוקרטיה בעידן המידע, המרכז לערכים ולמוסדות דמוקרטיים, מרכז גוטמן לחקר דעת קהל ומדיניות

לכל הנושאים