



סקירה

זינוק בעלייה

03 בדצמבר 2018 | מאת: ד"ר תהילה שוורץ אלטשולר

העלייה באמון הציבור הישראלי בתקשורת אינה בהכרח תוצאה של בדק בית עצמאי בקרב התקשורת הישראלית, אלא חלק ממגמה עולמית שנקשרת בירידת האמון ברשתות החברתיות, עלייה במודעות על האופן בו הן משמשות כלי בידי הפוליטיקאים ובחזרה ל"מבוגר האחראי".



Shutterstock

אחרי שבשנת 2016 הגיע אמון הציבור הישראלי בתקשורת לשפל של כל הזמנים, כנראה שהרגל בעטה בקרקעית הבריקה, והעליה שראינו בשנת 2017 הופכת למגמה בשנת 2018. עלייה נוספת של עוד 3 אחוז באמון הציבור מייצבת אותנו על 31% מן הציבור שיש לו אמון מסוים או אמון רב בתקשורת הישראלית. עדיין נמוך ביחס למוסדות שלטוניים רבים אחרים, אך ללא ספק - שינוי.

העלייה באמון הציבור בתקשורת היא עניין חשוב משום שקיימת קורלציה חזקה בין אמון בתקשורת לאמון במוסדות חברתיים-שלטוניים אחרים. הקורלציה הזו באה לידי ביטוי בנתונים שהוצגו לפני מספר חודשים על ידי מכון המחקר Pew. לפי הנתונים ישראל נמצא במיקום נמוך יחסית: האמון אצלנו הן בתקשורת והן בממשלה, נמוך, בהשוואה למשל לגוש של הולנד, גרמניה, קנדה ושוודיה.

ירידה באמון הציבור בתקשורת היא נתון מטריד מצד אחד ומשמח מצד שני, משום שהיא עשויה ללמד על כך שהציבור מודע יותר להטיות המובנות של מוסד התקשורת. עם זאת, מחקרים 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 לייצר חשיפה, תיקון ליקויים ואז להגביר שוב את האמון הציבורי במוסדות השלטוניים. והנה, הדבר קורה לנגד עינינו! הירידה נבלמה ומתחילה עלייה מחודשת באמון הציבור בתקשורת.

אפשר היה לסיים כאן, ולומר בפשטות כי העלייה המחודשת באמון משקפת את העובדה שהתקשורת הישראלית עברה את תהליך התיקון המתבקש, בעיקר בהקשרים של חשיפת שחיתות פנימית, ניסיון לתקן פרקטיקות עיתונאיות של הטיה, ותהליכי גיוון והכלה מואצים, שהתבטאו בעיגון מקומם של כלי תקשורת המזוהים עם הימין, ועיתונאים ימנים במובהק באמצעי התקשורת האחרים.

בפועל, כנראה שהמציאות מורכבת יותר. באופן פשוט, אם העלייה באמון הייתה משקפת את התובנה שמדובר בתיקון עצמי של התקשורת, לא היינו רואים ממצאים כגון זה ש-58% מהציבור סבורים שהתקשורת היא מוסד מושחת, או שרק 11% מהנסקרים סבורים שהתקשורת היא האמצעי היעיל ביותר למאבק בשחיתות, לעומת 51% שסבורים, למשל, שענישה מרתיעה היא האמצעי היעיל ביותר. מה שעוד תומך במחשבה שכנראה לא מדובר בשיקוף של תהליכי תיקון של התקשורת הוא שהנתונים האלה משקפים מגמות בינלאומיות ולא רק את המתרחש בישראל. בנוסף, העלייה באמון משקפת קיטוב חברתי משמעותי ומלמדת על פער כמעט בלתי נתפס בין המרכז והשמאל לבין הימין לגבי האמון בתקשורת.

גם במדינות אחרות בעולם הנתונים מלמדים שחלה ירידה באמון בתקשורת לפני מספר שנים, בעוד שבשנתיים האחרונות חלה עליה. תמונת מצב זו מובילה להבנה שמדובר בעניין רחב יותר, שנוגע ליחסים שבין התקשורת הממוסדת לרשתות החברתיות, ולא רק בתהליכי תיקון פנימיים בתקשורת הישראלית.

הסקר השנתי לגבי אמון הציבור בתקשורת האמריקנית, שמבצע מכון גאלופ בארצות הברית כבר שנים רבות, מלמד שאם נראה היה ששנת 2016 סימלה את השפל הגדול שאחריו לא תהיה עוד תקומה לאמון הציבור בתקשורת האמריקנית, המגמה התהפכה ובשנתיים האחרונות נרשמה עלייה. האמון של תומכי המפלגה הדמוקרטית בתקשורת עמד ב-2018 על 76%, גבוה יותר ממה שנמדד מאז 1997. אצל אלו המגדירים עצמם כ'עצמאיים' מבחינה פוליטית, מדובר ב-42%, גם כאן מדובר ברמת האמון הגבוהה ביותר שנמדדה עבור קבוצה זו מאז 2005. גם בקרב תומכי הרפובליקנים חלה עלייה מ-14% בלבד בשנת 2016, ל-21% כיום, הגם שעדיין מדובר במספרים נמוכים. נכון לעכשיו, רמות האמון לא חוזרות לאלה של שנות התשעים של המאה העשרים, אבל ההידרדרות נבלמה.

נתונים דומים מאד אפשר לראות בבריטניה, בסקר האמון שעורכת חברת אדלמן. הדמיון בין שלוש המדינות אינו מפתיע בהקשר של הירידה באמון - מפני שהעלייה בהבנה הציבורית בנוגע להטיות של התקשורת וליאנטרסים שלה התבצעה בין השאר בגלל הרשתות החברתיות שהפכו לאתרי ביקורת תקשורת ענקיים. שבהן כל משתמש יכול היה לומר לחבריו, עוקביו, ולעולם כולו – ראו מה קראתי בעיתון והנה אסביר לכם מדוע זה שקרי, מוטע או מושחת.

העניין הוא שדווקא הרשתות החברתיות, שהיוו הזרז החזק ביותר לחשיפת האנטרסים התקשורתיים ולהוצאת התקשורת מהארון, מתחילות לאבד מקסמן. החל מאמצע שנות האלפיים, עם פריצתן של הרשתות, חזינו במהלך חברתי מטלטל של מעבר מאמון בסמכות, בבעלי סמכות, במוסדות המשקפים סמכות, לאמון ב"אנשים הקטנים", בחברים ברשתות, ב"מישהו כמוני". דומה היה שאין עוד צורך בתקשורת ממוסדת, בעורכים מטעם או במי שעשוי לקבוע עבורנו חדשות וסדר יום, שעה שניתן לקבל את כל המידע הדרוש דרך פיד הפייסבוק.

השנתיים האחרונות הביאו אל מודעות הציבורית את ההטיות המוטמעות ברשת החברתית עצמה, את יכולותיה להתאמת מסרים לקהלים מפולחים מידי, את ה"פייק ניוז" וההתפזרות הוויראלית של הדיס-אינפורמציה, את מעורבותן של מדינות זרות ושל מנהלי קמפיינים פוליטיים ציניים במניפולציות על דעת הקהל, ואת תופעת "מערות ההדהוד" והקיטוב החברתי והפוליטי שנוצר ברשתות. בקיצור, השנתיים האחרונות הוכיחו שפלטפורמות המדיה החברתית אינן, כפי שרצינו לחשוב, המסד החדש לשיח ציבורי שוויוני, אלא ברוקריות של פרסומות המבקשות למקסם את הרווחים שלהן בכל רגע נתון. במובן הזה, העלייה המחודשת באמון בתקשורת הממוסדת מלמדת על האכזבה מן הרשתות החברתיות ומצביעה על כמיהה למבוגר אחראי שיוכל לתת פשר והקשר למציאות-אנשים לא מחפשים אמון אלא אמת.

בדו"ח האמון הבינלאומי של חברת אדלמן, שבדק את האמון במוסדות ציבוריים ושלטוניים באופן השוואתי במספר רב של מדינות, נמצא הנתון התומך במסקנה הזאת. נתונים דומים מלמדים על כך שגם בבריטניה, נקודת השפל באמון בעיתונות הממוסדת, סביב השנים 2015-2016, הייתה נקודת השיא באמון ברשתות החברתיות, אך המגמה התהפכה.

יש לשער שמגמה דומה של איבוד האמון ברשתות לטובת החזרת אמון בתקשורת המסורתית קיימת גם בישראל. זו אולי נקודת ההזדמנות של התקשורת הממוסדת להחזיר לעצמה את תפקיד המבוגר האחראי בתיווך המציאות לאנשים, שכל הנראה זקוקים לתיווך הזה, כשהוא נעשה על ידי חברות מקומיות שהמכוונות שלהן היא עשיית טוב חברתי ולא רק מיקסום רווחים עבור תאגידים גלובליים.

ניתוח השינוי במגמת האמון בתקשורת בשנים האחרונות לפי מחנות פוליטיים, מלמד על תופעה מטרידה. בעוד שהאמון בתקשורת בקרב מצביעי השמאל והמרכז כמעט הכפיל את עצמו (מ-34.5% ל-62.5% למשל בקרב מצביעי השמאל), העלייה באמון בקרב מי שמגדירים עצמם כמשתייכים לגוש הימין היא נמוכה משמעותית (מ-10% ל-15% בקרב מצביעי הימין), וגם האמון הכללי של מצביעי הימין בתקשורת נמוך מאוד. כלומר, קיים קיטוב אדיר בין ימין ושמאל ביחס לאמון הציבורי הישראלי בתקשורת.

אם באמת התקשורת עברה תהליכי תיקון וגיוון, ואיננה כה "שמאלנית" כפי שהייתה בעבר, הרי שהדבר צריך היה להתבטא בראש ובראשונה בעלייה משמעותית באמון מצד מצביעי הימין. הנתונים מלמדים שהדבר לא מתרחש. אכן, אמון הציבור הימני גם הוא שינה מגמה וכבר אינו בירידה יותר, אך הוא עדיין נמוך מאד, והפער בין המחנות הוא אדיר.

הפער הזה משקף קיטוב גדל והולך בין המחנות הפוליטיים בישראל באופן כללי ביחס לתשתית האמון במוסדות דמוקרטיים, אבל יכול להצביע על כך שמדדי האמון אינם משקפים את אמון הציבור במוסדות אלא את עמדתם ביחס למי שמבקש לפגוע באותם המוסדות עצמם. תמיכה בתפיסה הזאת אפשר לראות דרך התבוננות בעלייה באמון במוסד ציבורי דומה למוסד התקשורת – המשטרה. שני המוסדות דומים משום שבנוסף למגוון תפקידיהם הם משמשים מוסדות של שמירת סף, בייחוד ככל שהדברים נוגעים לשחיתות של בכירים ובראשם ראש הממשלה. אכן, גם ביחס לאמון במשטרה אפשר לראות שפל בשנת 2016 ועלייה מתונה מאז. הנה הנתונים:

נתון מעניין נוסף שיכול לשפוך אור על התופעה הזאת של הקיטוב באמון בתקשורת בין ימין ושמאל הוא שגם בארצות הברית, אפשר לראות מגמה דומה. הפער באמון בתקשורת בין הרפובליקנים והדמוקרטים התרחב מאד ועומד על 55%. כלומר, עליה באמון אמנם מתרחש גם בקרב הרפובליקנים, אבל הפער הוא אדיר הן באחוזי העלייה והן באמון הסופי בתקשורת.

המשותף לארצות הברית ולישראל בשנים האחרונות הוא השימוש הנרחב שעושים ראשי המדינה (בעיקר נתניהו וטראמפ) בטקטיקה של מתקפה על התקשורת הממוסדת כחלק מאסטרטגיה שלטונית כוללת. המושג "פייק ניוז" משמש כדי לתקוף את התקשורת הממוסדת, ומערכת היחסים העכורה בין ראשי המדינה לבין התקשורת עברה מזמן בשתי המדינות את האיזון הנכון במערכת דמוקרטית והפכה לקרב סכינים המתרחש בעיקר דרך הרשתות החברתיות.

אין ספק שהטקטיקה הזאת תרמה לירידה באמון הציבור בתקשורת, אבל אפשר להסביר דרכה גם את העלייה המחודשת באמון. התשובה, ככל הנראה, נמצאת בצמד המילים החביב על מדעני מדינה: "בעיית הנציג", שמשמעה שנבחר ציבור מקדם אינטרסים עצמיים שלו על חשבון האינטרסים של הציבור אשר מינה אותו. ייתכן שאנו רואים עכשיו תופעה שלפיה הציבור כבר לא קונה יותר את סיפורי "התקשורת אשמה" בכל כשלי ראשי המדינה, ומבין שכאשר הם 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. ההבנה הזאת של בעיית הנציג מובילה את השמאל והמרכז - מי שממילא לא ראה בנציג הזה מישור לשאת אליו עיניים – לתת אמון רב יותר בתקשורת. אבל העלייה הקטנה באמון מצד מצביעי הימין מלמדת שגם הם כבר לא קונים את הסחורה הזאת. וזה כשלעצמו אמור להדליק נורת אזהרה בקרב המנהיגים שסבורים שמתקפות על התקשורת ימשיכו לשרת אותם לעולם לעד. לא סביר שתיאוריה זו תתממש- הן מפני שהעבודה דרך הרשת החברתית כדי לתקוף את התקשורת המסורתית מאבדת מקסמה, והן מפני שאפילו הציבור הימני כבר לא בהכרח מאמין לכך.

יותר מזה - חלק מן הביקורת על ההטיות התקשורתיות לא באה מראשי המדינה אלא מעיתונאים ומאמצעי תקשורת שרואים חלק מתפקידם ושליחותם לתקוף באופן מתמשך אמצעי תקשורת ועיתונאים מתחרים. כך נוצר מצב מעניין שלפיו אנשים שהם חלק ממוסד התקשורת תוקפים את "התקשורת" על ההטיות שלה. יש לשער שגם למתקפות האלה הייתה תרומה לירידת אמון הציבור הימני באמצעי התקשורת. העובדה שמגמת הירידה נבלמה, עשויה ללמד שהציבור – ברמה משמעותית בשמאל ובמרכז, אך גם בימין - מבין שגם אנשי תקשורת, שבמקום לעשות תחקירים עיתונאיים ולתרום לשיח הציבורי באופן ראשוני, מעדיפים לעשות עבודה עיתונאית טפילית, שכל כולה מתמצה בביקורת על חלקים אחרים בשוק העיתונות, סובלים במידה מסוימת מ"בעיית הנציג".

בסיכומי של דבר, בין אם הסיבה להחזרת האמון היא שיפור בעבודת התקשורת, בין אם היא נוגעת לכך שהמתקפות על התקשורת מצד ראש הממשלה או אחרים סביבו מיצו את עצמן והציבור מבין שהן משרתות את התוקפים יותר מאשר את כלל הציבור, בין אם מדובר בהתפכחות ביחס להטיות המובנות בתוך הרשתות החברתיות ולעובדה שיש להן תפקיד חשוב בהפצת פייק ניוז – יותר מאשר לתקשורת הממוסדת, ובין אם מדובר בתגובת נגד של חלקים גדולים מן הציבור כנגד המתקפות על מוסד התקשורת עצמו, יש כאן חבל הצלה לתקשורת. מוטל עליה, על אף כל קשיי ההישרדות, לממש את ההזדמנות ולמצב את עצמה מחדש כמקום שבו עושים תחקירים טובים ומשמעותיים ולא דיסאינפורמציה, מקיימים הלכה למעשה עקרונות של גיוון ושל שקיפות ומגנים על הדמוקרטיה ועל טוהר המידות.

תגיות:

רפורמות במדיה, דעת קהל, תקשורת, התוכנית לדמוקרטיה בעידן המידע, המרכז לערכים ולמוסדות דמוקרטיים

לכל הנושאים

אבל, פילוח העלייה באמון מלמד על כך שהיא אינה נחלת כל הקבוצות בישראל, ולמעשה היא משקפת סטגנציה באמון מצד מי שמגדירים עצמם כמשתייכים למחנה הימין, ועליה משמעותית בקרב אנשי המרכז והשמאל. התופעה של הקיטוב בעמדות ביחס למשטרה מעניינת משום שכמו תהליך הגיוון שעובר על התקשורת הישראלית, גם השנים האחרונות היו בסימן מפכ"ל הנמנה על חוגי הימין. לכאורה, כל הסיבות לעליה באמון מצד מצביעי ימין. ובכל זאת, דווקא מצביעי השמאל והמרכז הם אלה שבגללם בעצם מתרחשת העליה באמון בשני מוסדות אלה. מצב זה מעלה את השאלה המטרידה האם הנתונים כלל לא מתייחסים לאמון הציבור במוסדות התקשורת והמשטרה, אלא משקפים תגובת נגד למתקפות מצד ראש הממשלה ותומכיו על המוסדות האלה. האם ייתכן שהעלייה באמון לא משקפת תיקון או שיפור בתפקוד התקשורת או המשטרה אלא ניסיון לייצר משקל נגד, כפי שאנשי המרכז והשמאל תופסים אותו, לניסיון המתמשך והלא ענייני לפגוע בלגיטימיות שלהם?