

מידע וידע בעיתוני נשים בישראל 1947-2002 - מגמות ושינויים: המקרה של

שבועון "לאישה" / מיכאלי נועה

תקציר:

רקע: לחקר העיתונות הפופולארית חשיבות רבה לצורכי הבנת המנטליות של החברה, המתבטאת ב"אסכולת האנל" (Annales) לפיה הבנת יצירה ספרותית מסוימת תלויה במיקומה במרחב התרבותי- חברתי וכי קיים קשר הדוק בין כותב היצירה לבין קהל היעד.

מטרה: הבנת חשיבות העיתון הפופולארי כערוץ מידע בתחומים חברתיים בקרב נשים, על ידי תיאור ובחינת המידע והידע שהוצע בעיתוני נשים בישראל במשך 55 שנים. למחקר שלושה רבדים: הראשון, מתייחס למידע והידע המוצע בעיתון נשים באופן כללי. השני, מטרתו לענות על שאלות המחקר שעניינן המאפיינים והמגמות של המדורים השונים ועוסקות בעיקר בנושאים הבאים: מין הכותב, סמכות הכותב ומין הנמען בכתבות והרובד השלישי דן בסוגיה האם ניתן להסיק על תמורות חברתיות וייצוג של תהליכים גלובליים במדורי העיתון השונים כגון התפתחות הטכנולוגיה, ניו- אייג' (רפואה אלטרנטיבית ומיסטיקה) ותנועת הצרכנות.

שיטה: שבועון "לאישה" נבחר לצורך מחקר זה, משום היותו שבועון הנשים הנפוץ והנקרא ביותר בישראל. השנים 1947-2002 חולקו ל-12 תקופות זמן בהפרש של חמש שנים. בכל שנה נדגם הגיליון הראשון שיצא לאור בכל חודש. סך הכל נדגמו 12 גיליונות בכל שנה (פרט לשנת 1947) ו-143 גיליונות נבדקו בכל תקופת המחקר על ידי טכניקת ניתוח התוכן (Content Analysis). לצורכי המחקר נבנה שאלון קידוד עבור כל אחד מהגיליונות שנדגמו, המורכב מ-13 חלקים, אחד עבור כל אחד ממדורי השבועון הקבועים.

תוצאות: מן הממצאים עולה כי המדורים המציעים מידע שימושי ועזרה עצמית הם הנפוצים ביותר. מדורי הבידור והפנאי בהם נכלל גם מדור הרכילות, מופיעים אף הם באופן קבוע לכל אורך שנות המחקר. כך גם הדבר לגבי המדורים דבר המערכת ומכתבים למערכת. סיפורי החיים, למרות העובדה שאינם מהווים מדור בהגדרתו הקלאסית, תפסו מקום מרכזי בעיתון נשים זה. מן הממצאים העוסקים בהתפלגותם של המדורים על פי שלושת הקטגוריות: מין הכותב, סמכות הכותב ומין הנמען, ניתן ללמוד כי בתשעה מבין 13 המדורים שנבדקו, מספר אחוזם של אנשי המקצוע עולה על זה של חברי מערכת שכתבו במדור. לגבי מין הנמען במדורים נמצא כי בשלושה מבין ארבעת המדורים בהם נבדקה קטגוריה זו, הייתה הפניה שלני המינים.

הממצאים העוסקים בתמורות חברתיות מראים כי לאורך כל המחקר, הופיע מדור הטכנולוגיה והמחשבים בתקופת מחקר אחת (שנת 2002), והתפרש על 1/3 עמוד בלבד בכל גיליון. השפעתה של תרבות הצריכה ניכרת בתכנים במדורי הטיפוח והיופי והצרכנות והשיווק. מדורים אלו שינו את אופיים והפכו פרסומיים לחלוטין. את התפתחות תנועת הניו- אייג' למעין דת, ניתן היה לחוש במסגרת המדורים המציעים תכנים העוסקים במיסטיקה ורפואה אלטרנטיבית.

מסקנות: מספרם הבולט של מדורי המידע השימושי והעזרה העצמית, קשורים לראייתו של העיתון את ייעודו כמקור למידע. הופעתם המרובה של תכנים העוסקים ברכילות ובחיייהם הפרטיים של מפורסמים שונים, ניתן ללמוד על התמורות שעברה החברה הישראלית, על התפתחותו של ז'אנר עיתונאי חדש ועל כרסום במעמדם של אנשים מפורסמים. למדור המכתבים

למערכת חשיבות רבה, והם ביטוי בולט לקשר הדו-סיטרי בין העיתון לבין קוראיו. התמורות שהתחוללו בעיתוני הנשים ושהושפעו מתהליכים חברתיים, משתקפים גם בסיפורי החיים וחשיבותם של תכנים כאלו היא במתן דוגמאות ומודלים לחיקוי. תהליך הפמיניזציה בעיתונות הישראלית (חדירתן של נשים לתחום העיתונאות) איננו מנותק מתמורות חברתיות-תרבותיות הפוקדות את העולם המערבי, שהן במידה רבה גם תולדה של שינויים ותמורות בקהילה התקשורתית בישראל. שינוי שמם של מוספי הנשים, שינוי בפניה הלשונית לקהל היעד וכן הכנסת תכנים המיועדים לשני המינים, עזרו במידה רבה לתדמיתו החדשה של עיתון הנשים, ככזה המתאים לשני המינים. בהנחה כי לעיתוני הנשים תפקיד בהבניית המציאות של קוראיהם, וכי הם פועלים לקידום הנשים, עולה התמיהה בדבר מיעוטם של תכנים העוסקים בטכנולוגיית המחשבים והאינטרנט בשבועון. התהליכים הגלובליים עליהם רצה המחקר לעמוד מראים את התפתחותה של תרבות הצריכה ועל המעבר לחברת השפע. התכנים הקשורים לניו-איג', מראים על פתיחות חברתית ועל רצון הקוראים לשפר את חייהם בדרכים חדשות.

מס' מיון בספריה :
E070.48347 מי.כ.מי תשס"ו

מס' מערכת בספריה :
1098574