

## תוכן עניינים

3	מבוא .....
4	1. סקירת ספרות .....
4	1.1 תיאוריות של תקשורת כתרבות .....
4	1.1.1 תיאוריות מסורתיות של חקר תקשורת .....
4	1.1.2 תיאוריות ביקורתיות על תקשורת כתרבות .....
6	1.2 חירשים וכבדי שמיעה במציאות הישראלית .....
6	1.2.1 מאפיינים של לקות שמיעה וחירשות .....
7	1.2.2 התייחסותה של החברה לכבד השמיעה והחירש .....
8	1.3 ייצוג של בעלי מוגבלויות בארץ ובעולם .....
8	1.3.1 יחס החברה לבעלי מוגבלויות .....
9	1.3.2 מאפייני ייצוג של בעלי מוגבלויות .....
10	1.3.3 ייצוגים של חירשים במדיה העולמית .....
11	1.4 ייצוג של קהילת החירשים בישראל .....
13	2. שיטות מחקר .....
13	2.1 שדה המחקר והקטעים המנותחים .....
14	2.3 ניתוח הנתונים .....
15	3. ממצאי המחקר .....
15	3.1 ניתוח ייצוג של כבדי שמיעה בתכנית המציאות האח הגדול .....
15	3.1.1 ארז רב עם פותנה .....
17	3.1.2 ארז משוחח עם 'האח הגדול' .....
18	3.1.3 ארז מבקש לעשות ישיבה .....
19	3.2 ניתוח ייצוג של כבדי שמיעה בסדרת הדרמה הסטירית 'ויקי ואני' .....
19	3.2.1 ונדי מביאה את החבר למשרד .....
20	3.2.2 ונדי משוחחת עם דדי בהפסקת סיגריה .....
21	3.2.3 מבורך פוגש את קבוצת הפוקר של כבדות השמיעה .....
23	3.3 ניתוח ייצוג של כבדי שמיעה בסדרת הסיטקום 'רמזור' .....
23	3.3.1 חפר נתקל בכבד שמיעה .....
24	3.3.2 חפר ואמיר דנים בהתחזותו .....
26	4. דיון ומסקנות .....
30	5. מקורות .....
32	נספחים .....
32	נספח א': הטקסטים המנותחים .....

## מבוא

לפי גישת תקשורת כתרבות, המדיה מהווה חלק בלתי נפרד מהשיח. הן באופן שבו היא מחנכת את הציבור כדי להבין רעיונות ונרטיבים שונים, והן באופן שהיא קובעת, במידה רבה עד מאד, מי ישתתף בשיח, ומי יקבל במה להשמיע את קולו. כך, נוצרת הדרה של רבים בחברה, אשר זוכים בחסות המדיה, לייצוג 'נחות', ובכל מקרה סטיגמתי, המקשה עליהם להילחם על זכויותיהם ועל כן, כתוצאה של אלו, להשתלב כראוי ובאופן שוויוני בחברה, אם ברמה התרבותית, חברתית, ואף כלכלית (לוי וזיסקינד, 2013). מציאות זו אינה שונה כאשר בוחנים את מצבם של כבדי השמיעה. כבדי השמיעה והחירשים, מהווים תופעה ייחודית בנוף האוכלוסיות המוחלשות בכלל, ובעלי המוגבלויות בפרט, מכיוון שאלו, בניגוד לקבוצות וקהילות אחרות רבות, אינם רק מגדירים את עצמם כקהילה בעלת עולם תרבותי משלה, המבוסס על שפה ייחודית ובלעדית של שפת הסימנים, אלא גם דוחים את ראייתם כבעלי מוגבלות או נכות כזאת או אחרת (Maxwell-McCaw, Leigh & Marcus, 2019).

למרות נקודת מבט זו, בפועל, ייצוגם של החירשים וכבדי השמיעה, כפי שיוצג בהרחבה במסגרת סקירת הספרות, דומה בעיקרו לייצוגים של בעלי מוגבלויות אחרים, כאלו המופיעים באופן נדיר תחת סוגות התרבות הפופולאריות, כמו הטלוויזיה או הקולנוע, וכאשר אלו בכל זאת מופיעים, הם מתוארים כך שכבדות השמיעה מהווה את המאפיין העיקרי של עולמם, וכזו המבטאת חוסר יכולת, נזקקות, ואף מוות (פירסט וענברי-לנקרי, 2013). עם זאת, תחת השינויים הרוחשים בעולם המערבי, אם בצורת התקשורת של אזרחים בניהם לבין הממסד, ובאם בתופעות גלובליות, ניתן להאמין כי ייצוגים אלו מתקדמים ומשתנים עם הזמן. על רקע זה, ותוך ניסיון לבחון השערה זו, שאלת המחקר שעוצבה לטובת עבודה זו הינה **'כיצד מתבטאים ההבדלים בין הייצוג של בעלי לקויות שמיעה בתוכן 'מבויס' (כמו סדרות) ותכניות 'מציאותיות'?** ההשוואה היא בין תוכן מבויס לתוכניות מציאותיות?

בחינת ההבדלים בין שתי סוגות אלו תאפשר לקבל תמונה יחסית עשירה ומורכבת על אופי הייצוג של בעלי מוגבלויות שמיעה, הנובעת מהגידול (כפי שעולה מתוך סקירת הספרות הראשונית) של ייצוג זה, בארץ ובעולם. כך ניתן יהיה ללמוד אם גדילה זו ברמת הייצוג הינה גדילה חיובית, המבטאת שינוי בתפיסות הציבור הנוגע לאוכלוסייה זו.

כדי לבדוק שאלה זו, ייבחנו מספר סצנות מתוך הסאטירה הפוליטית "ויקי ואני", אשר שודרה בשנת 2017 בערוץ 10 דאז, מספר סצנות מתוך הסדרה 'רמזור', קומדיה המחקה סיטקומים אמריקאים מצליחים תחת ההקשר הישראלי. ולבסוף, ייבחנו מספר סצנות מתוך תכנית המציאות 'האח הגדול', בה השתתף כבד שמיעה, ובסדרה המהווה קרקע של מחקר סוציולוגי זה שנים רבות. כך ניתן יהיה ללמוד באמצעות ניתוח תוכן (על פי העקרונות של פייסק) על ההבדלים ועל המשמעויות של אופני הייצוג השונים.

למידה על ייצוגם של כבדי השמיעה בטלוויזיה הישראלית, יהווה מחקר כמעט ראשוני מסוגו בהקשר הישראלי, ועל כן יוסיף רבות להבנה על האופן שבו החברה הישראלית, על רקע המאפיינים הייחודיים של היווצרות העולם התרבותי שלה, מוסיפה להכיל ולקבל אוכלוסיות שוליים לתוכה. לצד זאת, היא תאפשר התבוננות נוספות על היעילות שבמחקר התרבותי, ובניתוח התוכן, כדרך להסקת מסקנות חדשות ומעניינות הנוגעות לטבעה של החברה הנתונה.

## 1. סקירת ספרות

בהתאם לנושא המחקר הנבחר, סקירת הספרות תחולק לארבעה חלקים. בחלק הראשון אעסוק בקצרה בתיאוריות מרכזיות העוסקות בקשר שבין תקשורת ותרבות, כך שיתברר הרקע והמשמעות של הבנת ייצוגים של אוכלוסיות שונות בכלל, וייצוגים של אוכלוסיות בישראל בפרט. בחלק השני של סקירת הספרות, אתמקד באוכלוסייה אשר תוצב במרכז עבודה זו, בדמות עולמם ומצבם של חירשים וכבדי שמיעה, ואופן התמודדותם והשתלבותם בחברה. בחלק השלישי, אציג את הספרות הקיימת העוסקת בייצוג של כבדי שמיעה וחירשים בתרבות הפופולארית, תוך בחינה של ההיבט הכללי והבינלאומי. בחלק הרביעי והאחרון, יוצגו המחקרים המעטים הקיימים בנושא, בהקשר של הייצוג הישראלי של כבדי שמיעה וחירשים, לטובת הגדרת שאלת המחקר ועיצובו.

### 1.1 תיאוריות של תקשורת ותרבות

#### 1.1.1 תיאוריות מסורתיות של חקר תקשורת

תיאוריות התקשורת ותרבות, הינם תולדה חשיבה פילוסופית וסוציולוגית, המתאפיינת בעירובם של דיסציפלינות רבות ואחרות, המבקשות להבין את מקומה של התקשורת ושל התרבות, בתוך המציאות החברתית, ובאופן שבו הסדר החברתי מתעצב בעקבות תוצרים תרבותיים (לויין וזיסקינד, 2013). במסגרת לימודי התרבות, התפתחו ועוצבו תיאוריות רבות, אותם ניתן לחלק לשניים עיקריות. ראשונים הינם התיאוריות המסורתיות, אשר התפתחו במהלך המאה ה-19, ואשר ביקשו להסביר את תפקידה של התרבות והתקשורת כמשחקות תפקיד מרכזי וחשוב בחברה (קארי, 2013).

כך למשל, בעבודותיו של גופמן (Goffman, 1974), זה מתרכז בתפקידם החברתי של הצרכנים כאשר אלו צופים בטלוויזיה. כך, ניתן להבין את ההבדלים המשמעותיים הקיימים בבחירה (ולזמן ממושך, באילוץ לבחור בערוץ היחיד שהיה קיים – הערוץ הממלכתי) בין הערוץ הראשון (כיום 'כאן') לבין הבחירה בערוץ השני (גם היום, עדיין ערוץ 2, הערוץ המסחרי). כך ניתן ללמוד על האופן שבו בערוץ אחד, נדרשים הצופים לשמש כאזרחים, המשתתפים במאמץ החברתי (שבמקרה זה, מהווה צריכה ואימוץ נרטיבים ממלכתיים-לאומיים), לעומת השימוש בערוץ 2, המהווה בידור (עליו משלם הצרכן בצפייה בפרסומות). כלומר, וכפי שגופמן ביקש לקבוע, לצרכן יש תפקיד אותו הוא לוקח על עצמו מטעמים חברתיים, בכל פעם שהוא בוחר בפלטפורמה אחת על פני אחרת (סרט קולנוע על פני תיאטרון, ערוץ 2 על פני ערוץ כאן, וכדומה).

בעוד שתיאוריות אלו הינן קריטיות להבנתה הבסיסית של מקומה של התקשורת, תקשורת ההמונים והתרבות במציאות החברתית, זה כמאה שנה שתיאוריות ביקורתיות, לרבות אלו המרקסיסטיות, הינן אלו העומדות בלב החקר האקדמי על התקשורת והתרבות, כפי שיעלה בסעיף הבא.

#### 1.1.2 תיאוריות ביקורתיות על תקשורת ותרבות

ניתן לומר, כי כבר ההבדלים בין שתי התיאוריות שהוצגו עד כה מבטאים את השינוי ההדרגתי שעבר המחקר והתיאוריה על הקשר בין הציבור לבין תקשורת ההמונים והשפעתה של התרבות, מתפיסה שבה הציבור הינו אובייקט אשר שליטתו והחלטותיו הינם מינוריות, ואילו המסר וכוונתו של יצרן התוכן הינם החשובים, לתפיסה שבה לציבור יש תפיסה רציונלית ודומיננטית הקובעת את הפלטפורמה הנבחרת, התיאוריות הביקורתיות מתארות מציאות אחרת ונוקבת יותר, המעניקה לשליטה באותן פלטפורמות של תקשורת ההמונים היבט שלילי (לויין וזיסקינד, 2013). תיאוריות אלו, אשר נשענות ברובן על הגישה המרקסיסטית,