



מדודלי לדיגיטלי

50 שנות
טלוויזיה לילדים
בישראל

יובל גוז'נסקי

"רגע עם דודלי", מבית הטלוויזיה החינוכית הישראלית בעידן הערוץ היחיד (צילום: דב תנא/מיכה בראון, באדיבות הטלוויזיה החינוכית הישראלית).
בסדרה זו נקבעו הדפוסים לאופי היחסים בין מבוגרים וילדים בטלוויזיה החינוכית



עטיפת הספר של ד"ר יובל גוז'נסקי

בארצות הברית), הרואה בשידור מוצר אחד מני רבים בכלכלת השוק. הצופים הם הלקוחות והשידורים הם מצרך; כל ערוץ מנסה למשוך צרכנים ולספק את צורכיהם לפי יכולתו ולפי תפיסותיו ותנאי השוק שהוא פועל בו (כספי 2005).

על בסיס החלוקה לתקופות היסטוריות ותרבותיות שהציעו רוג'רס ואחרים בכל הקשור להיסטוריה של הטלוויזיה האמריקנית, ועל בסיס החלוקה שהציע מדהרסט בכל הקשור לטלוויזיה הבריטית (Rogers et al. 2002; Medhurst 2006), מזהה המחקר בעידן הנוכחי שלוש תקופות מרכזיות בתולדות הטלוויזיה בכלל. כל תקופה מתאפיינת במסה קריטית של שינויים – טכנולוגיים, כלכליים, מוסדיים, חברתיים או תרבותיים.¹ מדהרסט מציג המחשה תמציתית של מאפייני שלוש התקופות (לוח 1).

1 ויכוח שטרם הוכרע מתנהל סביב השאלה אם העידן הדיגיטלי ושירותי הצפייה המקוונים מכוננים תקופה היסטורית חדשה (ראו למשל: Jenner 2016).



Fadi Tahter/ PRIX JEUNESSE

ד"ר יובל גוז'נסקי חוקר תרבות ומדיה לילדים, מרצה במכללה האקדמית ספיר ובאוניברסיטת תל-אביב. ד"ר גוז'נסקי חוקר ומלמד תיאוריה ופרקטיקה של עשייה טלוויזיונית לילדים בארץ ובעולם.

קוראים לי קישקשתא
קישקשתא זה שמי
כמעט ושכחתי: שלום!
אני שר ורוקד לי כמעט בעצמי
בתוכנית "מה פתאום?"

מתוך שיר הפתיחה של הסדרה
"מה פתאום?", מילים: לאה נאור

מה פתאום, לחן: בלכרוביץ מישה מילים: נאווה לאה © כל הזכויות שמורות למחברים ולאקו"ם.

פרק המבוא מתוך הספר **מדודלי לדיגיטלי – 50 שנות טלוויזיה לילדים בישראל**, מאת ד"ר יובל גוז'נסקי.

מבוא

חקר השינויים בתפיסת הילדות בשידורים לילדים בישראל, העומד במרכז ספר זה, מבוסס על חקר תולדות הטלוויזיה בכלל, אחד מתחומי המחקר הדינמיים בראשית המאה ה-21 (Jacobs 2006). ההיסטוריה של שידורי הטלוויזיה היא ההיסטוריה של הפקת התוכניות ותוכניהן, של הפצתן, של המוסדות הקשורים בהפקתן ושל השימושים בהן. שני דגמים מרכזיים מאפיינים את התפתחות אמצעי השידור הקרוי טלוויזיה ברחבי העולם. האחד הוא דגם השידור הציבורי (שמייצגת תפיסת השידור של ה-BBC בבריטניה), הרואה בשידור נכס בבעלות כלל הציבור. לפי תפיסה זו השידור הוא שירות האמור לספק את צורכיהם התקשורתיים של כל האזרחים, והציבור, בהיותו בעל השידור, אמור לפקח על הערוצים. הדגם האחר הוא דגם השידור הפרטי (שמייצגת תפיסת השידור של רשתות השידור הגדולות

TV3 משנת 2000 ואילך	TV2 שנות ה־80 וה־90 של המאה ה־20	TV1 משנות ה־30 ועד שנות ה־70 של המאה ה־20
שפע (Plenty)	זמינות (Availability)	נדירות (Scarcity)
שליטה של כוחות השוק	הסרת פיקוח ממשלתי	שליטה של המדינה
שידור נישתי (Niche Programing)	שידור מבוזר (Narrowcasting)	שידור כללי (Broadcasting)
מגוון דרכי הפצה ושידור	שידורי כבלים ולוויין	מספר מוגבל של ערוצים המשודרים באוויר
גלובלית	לאומית או בין־לאומית	לאומית
שידור דיגיטלי; רזולוציית HD	שידור אנלוגי; צבע	שידור אנלוגי; שחור לבן
DVD	וידיאו	שידור חי
קהל אינטראקטיבי	קהל רחב	קהל פסיבי
לוח שידורים גמיש ואישי	לוח שידורים קשיח	לוח שידורים מוגבל
קיים ויכוח על האיכות	תור הזהב	שלבי ניסיון

לוח 1 פריודיזציה של הטלוויזיה לפי מדהרסט (Medhurst 2006, 123)

המדיום הטלוויזיוני בהגשמת היעדים של עיצוב האומה והחברה (וינקלר 2006). בשיח שליווה את הדיון בדבר כניסת הטלוויזיה לחייהם של היחיד, המשפחה והחברה בישראל הציג הממסד טיעונים וחששות שונים: פחד מפני שידורי המדינות השכנות, שזוהו כ"תרבות ערבית נמוכה" ונטען כי ישפיעו לרעה על האזרחים הישראלים דוברי הערבית שצפו בהם (יהודים וערבים); דאגה מפני השפעתה השלילית של התרבות הפופולרית האמריקנית על הצעירים הישראלים; וחשש שהטלוויזיה תפגע בניסיון לחדש את התרבות העברית (ליבס 1999; Oren 2003). שיקול כלכלי שהועלה בדיון היה דאגתם של בעלי בתי הקולנוע מפני "התמוטטות ענף הקולנוע בישראל" (ברון 1962). אך נראה כי השיקול הפוליטי היה המשמעותי ביותר. פוליטיקאים רבים, ובראשם ראש הממשלה דאז דוד בן-גוריון, חששו שכניסת הטלוויזיה תיצור פרסונליזציה של הפוליטיקה (ליבס 1999), וכן בלט רצונן של ממשלות ישראל להבטיח את כפיפות אמצעי התקשורת לרצונן ולשליטתן (צוקרמן 1999א). בשל לבטים אלה, את כניסתה של הטלוויזיה לישראל בישרה דווקא הקמתה של הטלוויזיה הלימודית בשנת 1966, כשנתיים לפני שהוקמה הטלוויזיה הכללית.

כניסת הטלוויזיה לישראל

בתולדות הטלוויזיה הישראלית שלבים דומים לאלה האופייניים להתפתחותה בעולם, אך בצידם ישנם גם מרכיבים ייחודיים מקומיים, המשקפים את ההתפתחות החברתית, הכלכלית, הפוליטית והתרבותית בישראל, ובעיקר את מידת עוצמתה של תפיסת הממלכתיות הציונית (צוקרמן 1999א).

על עצם קיומם של שידורי טלוויזיה התנהל בישראל ויכוח ציבורי ממושך. להתחלת השידורים הסכימו בממשלת ישראל רק באמצע שנות ה־60 של המאה ה־20, כמעט שני עשורים לאחר שהחלו שידורי טלוויזיה קבועים באירופה, בצפון אמריקה ובמדינות השכנות במזרח התיכון. מגוון השיקולים שעיקבו את הכרעת הממשלה להקים ערוץ טלוויזיה ממלכתי נתונים במחלוקת. חוקרים אחדים מדגישים את הטיעונים הביטחוניים שהועלו על רקע ההכנות למלחמת ששת הימים (1967), ובהם תפוצת ערוצי טלוויזיה במדינות הערביות השכנות (צוקרמן 1999א; Katz 1971). אחרים מציינים כי השיקולים הביטחוניים היו רק זרז, וכי הדיון הציבורי עד 1967 נסב בעיקרו על שאלת תרומתו של

הטלוויזיה הלימודית עוררה פחות התנגדויות, שכן בתחילת דרכה דובר ברשת מצומצמת וניסיונית לבתי הספר שתשדר שידורים חינוכיים במסגרת הלימודים הסדירה, ללא בידור וללא פרסומות – אף שחשש כלשהו מהתערבות חיצונית בתרבות ובחינוך אכן עלה, משום שהטלוויזיה הלימודית הוקמה בכספי תרומה של קרן יד הנדיב מיסודה של קרן רוטשילד (ברון 1962; כספי ולימור 1992). ככל הנראה, את האפשרות לכניסת הטלוויזיה לישראל סימנו בעיקר התפטרותו של בן-גוריון מראשות הממשלה והבחירה בלוי אשכול לתפקיד, שכן כבר בראשית כהונתו הכריז אשכול מעל בימת הכנסת כי יתמוך בהקמת ערוץ טלוויזיה. במרץ 1967 אישרה הממשלה ברוב של שמונה נגד חמישה החלטה בדבר הקמת טלוויזיה כללית שתפעל במסגרת חוק רשות השידור (גיל 1986). הבסיס להקמת הטלוויזיה הכללית היה פוליטי במהותו, ומלחמת ששת הימים הייתה זרז משמעותי לכך. בדיון שהתקיים בכנסת בנובמבר באותה שנה הביטח השר ישראל גלילי, שהיה ממונה על יישום חוק רשות השידור, כי "טלוויזיה בישראל לא תהא בהולה אחר בצע כסף, לרווחתם של בעלים פרטיים [...] היא לא תהיה אביזר שלטוני של קואליציה זו או אחרת, אלא שירות ציבורי חברתי ממלכתי כללי, הנתון לסמכותה של רשות ציבורית"². הבחירה להחיל על הטלוויזיה הכללית את חוק רשות השידור אימצה את תפיסת השידור הציבורי כשירות לכלל האוכלוסייה (כספי 2005).

כאמור, לתיאור התפתחות הטלוויזיה לילדים בישראל הצעתי את החלוקה לעידן הערוץ היחיד, עידן הבלעדיות החדשה ועידן התחרות. גם בהתפתחות הטלוויזיה בישראל בכללה רווחת בקרב החוקרים חלוקה לתקופות: קונצנזוס של ערוץ אחד, עידן הטלוויזיה המסחרית וריבוי הערוצים, ועידן הטלוויזיה שאחרי (חרל"פ 2016; צוקרמן 1999א). מונופול השידור הממלכתי והציבורי היה מאפיין ייחודי של התקופה הראשונה, שנמשכה מסוף שנות ה־60 ועד סוף שנות ה־80 של המאה ה־20. הטלוויזיה הישראלית הכללית והטלוויזיה הלימודית, שקיבלה מעמד של גוף ממשלתי במסגרת משרד החינוך, חלקו את שעות השידור בערוץ הישראלי היחיד. התקופה השנייה – עידן הטלוויזיה המסחרית וריבוי הערוצים, החלה בישראל כ־20 שנה מאוחר יותר. ב־1986 החלו

² "הודעת הממשלה בדבר הקמת טלוויזיה כללית", פרוטוקול ישיבה 215 של הכנסת השישית, 1967, דברי הכנסת (להלן: ד"ה), 13 בנובמבר, עמ' 124–129.

שידורי ניסיון של ערוץ הטלוויזיה המסחרי הראשון ערוץ 2,³ וב־1993 החלו שידוריו הסדירים. ערוץ 10 המסחרי החל לשדר בשנת 2002. שידורי הטלוויזיה בכבלים החלו בשנת 1989. בתחילה ניתן הזיכיון לשידור למנויים באמצעות כבלים חוקיים לכמה חברות בפריסה אזורית, וב־2003 הן אוחדו לכדי חברה אחת: HOT.⁴ כשלוש שנים לפני כן, בשנת 2000, הצטרפה לתחום הרב ערוצי גם חברת די־בי־אס שירותי לוויין, והקימה את yes.⁵ תקופה זו אופיינה בריבוי ערוצים למגוון קהלי יעד ספציפיים (למשל, ערוץ לחובבי ספורט, לחובבי טבע, לחובבי סרטים ועוד), וכל ערוץ שידר לוח שידורים ליניארי שקבעו מנהליו. ראשית התקופה השלישית בתולדות הטלוויזיה הישראלית, שאיתי חרל"פ (2014) מכנה "הטלוויזיה שאחרי" (Post-Television), מזוהה עם הכנסת שירותי הצפייה לפי דרישה (VOD) למינויי חברות הכבלים והלוויין ב־2005. הצפייה הלא ליניארית, שפירושה אפשרויות בחירה אישית של תכנים לצפייה בכל זמן ומקום, הן במכשיר הטלוויזיה עצמו (VOD, ממירים מקליטים) והן במגוון מכשירים דיגיטליים (ברשת האינטרנט והסלולר), חוללה שינויים דרמטיים, שינויים שהדור הצעיר נחשב למובילם. בתקופה זו משתנות דרכי הצריכה של התוכן הטלוויזיוני, הגישה במרחב ובזמן למגוון טקסטים ברחבי העולם גוברת, ובשל כך משתנים גם הטקסטים הטלוויזיוניים עצמם. אפשרויות הבחירה והמגוון העצום מעוררים תחרות אדירה על ליבם של קהלים שונים, ואינטרסים מקומיים משתלבים עוד יותר באינטרסים גלובליים של תאגידי מדיה.

בעידן "הטלוויזיה שאחרי" מתאפיינת הטלוויזיה בישראל בדרמות איכות (חרל"פ 2011) ובטלוויזיה בשידור חי, כמו תוכניות ריאליטי ושידורי ספורט. בצד שפע התכנים מרחבי העולם ניכר בה שפע חסר תקדים של תכנים טלוויזיוניים המופקים בישראל, הן בערוצים הציבוריים, הן במסחריים והן באופן עצמאי

³ בראשית דרכו חולק שבוע השידורים בערוץ 2 בין כמה זכייניות, ובנובמבר 2017 פוצל הערוץ לשני ערוצים נפרדים: קשת ורשת. בתחילת 2019 התאחדו רשת וערוץ 10 לערוץ אחד.

⁴ בשנת 2012 רכשה את HOT החברה הבין־לאומית קול הולדינגס (Cool Holdings), בבעלות פטריק דרהי. החברה הודיעה כי בעתיד HOT צפויה לשנות את שמה לאלטיס (Altice), כשמו המסחרי של התאגיד כולו.

⁵ בבעלות החברות בזק, יורקום ואחרות שהיו בשליטת שאל אלוביץ'.



שילוט חוצות של "אגלים", דרמה יומית מבית ערוץ הילדים ב-HOT בעידן התחרות (צילום: יובל גוז'נסקי). הסדרה משלבת מדע בדיוני, טלנובלה ודרמת נעורים. ריבוי סדרות הדרמה היומיות היה המענה של ערוצי הילדים ופלטפורמות הטלוויזיה הרב-ערוצית בתחרות עם הדיגיטל

טלוויזיה לילדים כפנטזיה על הילדות: קהילת ההפקה

כאמור, עניינו של ספר זה בהיסטוריה של הטלוויזיה לילדים בישראל. הניתוח ההיסטורי תרבותי המוצג כאן מתבסס על חקר קהילת ההפקה, תחום שכמעט לא נחקר בטלוויזיה לילדים בארץ, בוודאי לא בהיקף נרחב. אנשי ההפקה הם קהילה פרשנית, כלומר קבוצת אנשים שעל בסיס מסורות מוגדרות, היסטוריה מקצועית, משאבים אינטלקטואליים ודפוסי התנהלות ודיון - מעצבים דרכים משותפות של הבנה, תגובה וייצוג של

באינטרנט. הצטרפותה של חברת סלקום tv לשירותי הטלוויזיה הרב-ערוצית בדצמבר 2014 והצטרפותה של פרטנר tv בעקבותיה, בשנת 2017; תהליך החקיקה והיישום של חוק השידור הציבורי החדש ועליית תאגיד כאן בשנת 2017; פיצול ערוץ 2 המסחרי לשני ערוצים נפרדים בבעלות הזכייניות קשת ורשת, ומייד אחריו המיזוג בין רשת לבין ערוץ 10; עלייתם ונפילתם של ערוצי טלוויזיה שונים, ובהם גם ערוצי ילדים - כל אלה ממחישים כי הטלוויזיה ממשיכה לעמוד במוקדם של ויכוחים פוליטיים ואידיאולוגיים ושל עימותים כלכליים במערכת היחסים החברתית והתרבותית במדינת ישראל.

העולם (Buckingham *et al.* 1999). מבוגרים המפיקים תוכניות לילדים נדרשים להביא בחשבון את הצרכים הקוגניטיביים, הרגשיים וההתפתחותיים של קהל היעד. מעצם טבעה, טלוויזיה לילדים מייצרת תפיסה של ילדות ומשמרת אותה כנפרדת מעולם המבוגרים. תפיסה זו, שהיא בהכרח גם פנטזיה על הילדות, משלבת לא אחת נוסטלגיה ואירוניה גם יחד: מצד אחד, נוסטלגיה לזמנים תמימים יותר, שבהם הדברים היו ברורים יותר; ומצד שני, תחושה של עליונות על העבר, שכן האירוניה מאפשרת ליוצרים להתנהג ולחשוב בצורה ילדית לכאורה. בטקסט הטלוויזיוני, תפיסה תרבותית זו של ילדות משקפת בהכרח את השאיפות, תחומי העניין והחלומות של המבוגרים בקשר לילדים, ואת האופן שבו הם רוצים להשפיע על חשיבת הילדים ועל רגשותיהם (Buckingham 2002; Bryant 2007).

לקהילת העשייה וההפקה הטלוויזיונית לילדים בישראל כמה מאפיינים ייחודיים. ראשית, זוהי קהילה קטנה יחסית, המונה בין עשרות למאות בודדות של נשים וגברים. בהיעדר נתונים סטטיסטיים מדויקים אפשר לשער שגם בישראל, בדומה למצב בעולם (Lemish 2010), נשים הן שני שלישים מהעובדים בקהילה זו (שלא במקרה, גם במחקר הנוכחי נשים הן 66.6 אחוזים מהמרוואיינים). שנית, הניידות הפנימית בקהילה זו גבוהה. רבים מהמרוואיינים מילאו במהלך חייהם המקצועיים תפקידים שונים בחברות הפקה שונות, בשירות ערוצי ילדים שונים. שלישית, הידע הקיים בקהילה לרוב נצבר בעבודה ומועבר בעל פה, כעין מסורת או הביטוס. בין השאר, הידע דינמי משום שהוא נתון כל העת לדיאלוג עם קהילת הטלוויזיה למבוגרים בישראל, עם תרבות הילד ועם התכנים בטלוויזיה לילדים בארץ ובעולם. ורביעית, בין השאר בשל מיעוט המחקרים המקיפים על ילדים ומדיה בארץ, במקרים רבים, כפי שאפשר לראות גם במחקר זה, מסתמכים היוצרים על תחושות בטן, על שיחות אקראיות עם אחרים בקהילת היוצרים או בקרב הצופים, ובמיוחד על היכרותם האישית עם ילדים (בני משפחה ואחרים), כקנה מידה לעבודה על תוכני הטלוויזיה. צלילה רוז (2010), שניהלה במשך 22 שנים את מחלקת הילדים והנוער של הטלוויזיה הישראלית, תיארה את אופני הפעולה של המפיקים והעורכים במחלקה בראשית ימיה: "לא התחלנו בחשיבה מתודית בכלל [...] קיבלתי הכשרה לעבוד עם ילדים אבל לא בדקנו את עצמנו במיקרוסקופ, הלכנו יותר עם אינטואיציה ושיחות בינינו. משוב בין המפיקים ובינם לביני".

מבנה ההעסקה של העובדים בשדה הטלוויזיה לילדים בישראל התגבש בהתאם לנסיבות ההיסטוריות, הכלכליות והמוסדיות, והותאם לתנאי ההעסקה הכלליים במדינה. בשני גופי השידור הציבוריים הוותיקים, הטלוויזיה החינוכית ורשות השידור, עבדו המפיקים והעורכים הראשיים כשכירים, והעסקתם הייתה מתמשכת ורציפה. הודות למוסד הקביעות בעבודה בשירות הציבורי היו בהם מי שהמשיכו לעבוד בגופי השידור האלה עד יציאתם לפנסיה. לעומת זאת, העובדים בערוצי הילדים הפרטיים והמסחריים, גם כאשר היו שכירים, סבלו מממד של חוסר קביעות. הרכבי הצוותים השתנו תכופות, בין השאר משום שנפרדו מיוצרים שעזבו את קהילת ההפקה או שקלטו מצטרפים חדשים. מתוך 27 המרוואיינים הישראליים בספר זה, ארבע מרוואיינות ומרוואיין אחד פרשו לפנסיה לאחר שנים ארוכות של עבודה באותו גוף הפקה: הטלוויזיה החינוכית או מחלקת תוכניות הילדים והנוער של הערוץ הראשון. שישה רואיינו בגיל שהוגדר במחקר זה כוותיקים, מתוכם שלושה צברו ניסיון רב שנים באותו גוף הפקה בערוצים הציבוריים, ושניים הם המקימים והבעלים של ערוץ הופ!. גילם של רוב המרוואיינים בעת הראיונות היה 35-50, ולרובם עמדו 10 עד 20 שנות ניסיון בעבודה בערוצי ילדים שונים. כל המרוואיינים הפעילים היו עמוד השדרה של דרגי הניהול בפועל בערוצי הילדים השונים בעת הראיונות. רבים מהם עבדו זה בצד זה ונפגשו במסדרונות הערוצים השונים. קהילת ההפקה של הטלוויזיה לילדים בישראל היא אם כן "עולם קטן", והמנהלים והעובדים המועסקים בה מכירים היטב זה את זה (De Sola Pool and Kochen 1978; Schnettler 2009).

המחקר העומד בבסיסו של ספר זה העלה כי רובם המכריע של המרוואיינים הגיע לטלוויזיה לילדים בדרך המקרה. כמה מהיוצרות הוותיקות הגיעו מתחומים הקשורים בילדים, כמו חינוך והוראה, ו"נקלעו" לטלוויזיה בגיוסי העובדים שנערכו כשהערוצים הציבוריים הוקמו. אחרים עסקו בתקשורת ובטלוויזיה ואז גילו את השידורים לילדים באותו גוף שידור עצמו. צלילה רוז (2010) אמרה: "באו אנשים שהתפתחו בתוך התחנה, שהטלוויזיה הייתה הנושא שלהם בכלל, ובגלל נטיות הלב מצאו את עצמם בתוכניות הילדים. עבדנו יותר בגלל האהבה לנושא הילדים, והתפתחנו יחד עם זה". כך העידה גם דגנית אטיאס (2010), שהייתה מנהלת התוכניות בערוץ הילדים ובלוגי: "הגעתי לגמרי



צילום באדיבות קבוצת המדיה הופ!

"דפנה וודידור", מבית ערוץ הופ! בעידן התחרות (צילום: באדיבות קבוצת המדיה הופ!). חזרה לשיח טלוויזיוני מגוון לגיל הגן, המשמר את "תום הילדות" ומחליף את דמות המבוגר המחנך בדמות הורית

מרויאיינים כמשתתפים במחקר

המחקר בספר זה איכותני, ומבוסס על ראיונות עם בעלי תפקידים מובילים בתחום. בעשור השני של המאה ה-21 ואחת פועלים בישראל 19 ערוצים לילדים, בעיקר בשידורי הכבלים והלוויין (ראו לוח 2). לראיונות נבחרו מפיקים ויוצרים מתשעת הערוצים המרכזיים המפיקים תכנים לילדים: הטלוויזיה החינוכית הישראלית, מחלקת תוכניות הילדים והנוער של רשות השידור, ערוץ הילדים, ערוץ הופ!, ערוצי דיסני ודיסני ג'וניור (והערוץ פוקס קידס, שקדם לו), ערוץ לוגי, ערוצי ניקלודיאון וניק ג'וניור, ערוץ בייבי וערוץ zoom. לא נכללו במחקר ערוצים שכמעט לא נעשו בהם הפקות ישראליות מקוריות כמו ערוץ ג'וניור, ששידר בעיקר סדרות מהעבר, או ערוץ JimJam, ששידר באנגלית וברוסית. כמו כן לא נכללו ערוצים ששידרו רק סרטי קולנוע לילדים. כלי המחקר האיכותני שננקט הוא ריאיון חצי

במקרה. למדתי בחוג לתסריטאות, ומישהו אמר לי שהקימו שידורים בכבלים ושאל אם אני מוכנה לבוא ולהחליף תסריטאי שחלה. זו הייתה עבודה מזדמנת של סטודנטית באוניברסיטה. כך יצא שהתחלתי כתסריטאית ממש כשהכבלים החלו לפעול ונשאבתי לשם". בהיעדר הכשרה אקדמית או מקצועית מסודרת בתחום ההפקה לילדים, נעזרה קהילת העשייה הטלוויזיונית לילדים בישראל בהרגלים ובפרקטיקות קולקטיביים כמקור למידע, לתפיסות ולרעיונות. היוצר מוטי אבירם (2010א, 11) תיאר בספרו פרקטיקה זו: "יוצרים חדשים לילדים עוברים את הכשרתם הראשונית בסדנאות פנימיות, המתקיימות בדרך כלל במחלקות ההפקה המתמחות ביצירת תוכן לילדים. וכך, מידע יקר זה נשאר בלתי מושג למי שנמצא מחוץ למסגרות אלו". מציאות זו מקנה חשיבות לראיונות איכותניים ככלי מחקר לבדיקת התפיסות התרבותיות שהנחו ועודן מנחות עשייה של טלוויזיה לילדים בישראל, וכן לניתוח ההיסטוריה שלה.

טלוויזיה לילדים במסגרת חקר תרבות הילד

תפיסותיהם של יוצרי הטלוויזיה לילדים בישראל הושפעו לאורך השנים מההבניה של הילדות כתופעה חברתית ותרבותית בתרבות המערבית הדומיננטית. ההוגה ניל פוסטמן (1986), למשל, טען כי הטלוויזיה מבטלת את ייחודה של הילדות, וכי השיפוט הרגשי של הדימויים בטלוויזיה גורם לילדים לאמץ תפיסות עולם של מבוגרים. לעומתו, דיוויד בקינגהם (Buckingham 2002) סבור שהטלוויזיה לילדים היא כלי המשרת את תפיסת המבוגרים שעולם הילדים נפרד משלהם. בהגדרתה, מסביר בקינגהם, הטלוויזיה לילדים היא תוצר עשייתם של מבוגרים שבביל ילדים, וככזו היא מייצגת את הפנטזיות של המבוגרים בכל הקשור לילדות (למשל, יכולתם לייצר את דימוי "תום הילדות" ולשמרו). התפיסות התרבותיות של עובדי הטלוויזיה לילדים הושפעו גם מצרכים כלכליים, פוליטיים וחברתיים. חברות הון המנצלות טכנולוגיות חדשות להפקת רווחים, מנהלות מעין משא ומתן עם הכוחות החברתיים המתנגדים, השמרניים והליברליים, ובהקשר של הטלוויזיה לילדים אפשר לראות כוחות חברתיים חיצוניים לטלוויזיה, כמו ארגונים קהילתיים, פוליטיים וממשלתיים, הפועלים להגבלת עיסוקן של התוכניות בכל הקשור לנושאים כמו מין ואלימות בין ילדים או להגבלת שימושן במילים גסות (גוז'נסקי, בדפוס; Mitroff and Herr Stephenson 2007; Pecora 2007).

סוציולוגיה של ילדות מדגישה כי קהל הילדים מובנה בתהליך מתמשך של הקשרים חברתיים. הילד הוא תמיד צופה פעיל, אך הוא פועל בתנאים חברתיים שאינם בשליטתו: זמינות השידורים ועלותם, המאבקים בין ערוצים ותאוריות מוסריות, פוליטיות, כלכליות, פסיכולוגיות וחינוכיות הבאות לידי ביטוי בכל תוכנית. ההבניה החברתית אם כן אינה נתון קבוע אלא פרי של משא ומתן בלתי פוסק בין המוסדות החברתיים, גופי ההפקה, הקהל (הילדים הצופים) והטקסט (Buckingham 2008). ניתוח ההתפתחות בכל אחת מהתקופות שהוגדרו בספר הנוכחי, ובכלל זה ניתוח התפיסות הרווחות בשאלות השידור הטלוויזיוני לילדים, ניתוח המבנה המוסדי וניתוח דרכי הפעולה, מביא בחשבון ספרות מחקרית, מקורות ראשוניים ועיתונאיים ותוכני טלוויזיה, אך בעיקר הוא מתבסס על תפיסות תרבותיות הנוגעות לטלוויזיה, לילדות ולקשר שביניהן, כפי שאפשר לזהות במובאות מתוך הראיונות האיכותניים שנערכו עם המפיקים והעורכים המרכזיים שפעלו בערוצי הילדים. ■

מובנה (ריאיון מודרך, ממוקד) (איילון וצבר בן-יהושע 2010), שכלל שאלות מסוגים שונים: שאלת פתיחה מפליגה (רחבה, כללית ופתוחה) כגון "ספר על עבודתך בטלוויזיה לילדים"; שאלות המשך כגון "מה מייחד את העבודה בטלוויזיה לילדים בעיניך?" ושאלות עקרוניות שנגזרו, למשל, מתיאור התפתחותה של הטלוויזיה לילדים בישראל מנקודת מבטם של העוסקים בהפקתה או מהרקע התאורטי הנוגע לתפיסת הילדות בקרב קהילת ההפקה, כגון "אילו שינויים חווית במהלך שנות העבודה שלך בטלוויזיה לילדים בישראל".⁶ החוקר ג'ון קלדוול (Caldwell 2008) הביע את החשש כי ככל שעולים בהיררכיה של ארגון השידור יורדת נכונותם של המרואיינים לספק תשובות כנות ועולה כמות התשובות המוכנות מראש, שדוברי הארגונים מספקים תדיר לצורכי יחסי ציבור. ניסיוני במחקר הנוכחי הפריך חשש זה, שכן האווירה והדברים שנאמרו ביטאו שיחה כנה. המרואיינים לא היססו למתוח ביקורת, ואפילו ביקורת עצמית, על התפיסות הרווחות בהווה או על התפיסות שהיו מקובלות בעבר בגופי השידור שעבדו בהם. המרואיינים היו משתתפים פעילים במחקר, והם נטלו חלק בהבניית המשמעות החברתית של נושא. למיטב הבנתי, הדיאלוג הכן נבע בעיקר מרצונם העז של היוצרים והמפיקים, שאף הסכימו לציין את שמם המלא, לספר את סיפורה של הטלוויזיה לילדים בישראל ולתת ביטוי לחשיבות שהם מייחסים לעבודתם היצירתית רבת השנים.

המחקר העומד בבסיסו של ספר זה הוביל למסקנה כי יובל שנותיה הראשונות של הטלוויזיה לילדים בישראל נחלק לשלוש תקופות מרכזיות: עידן הערוץ היחיד (1966-1989), עידן הבלעדיות החדשה (1989-2000) ועידן התחרות: ריבוי הערוצים והדיגיטל (2000-2016). חלוקה זו לתקופות מבהירה שלבים עיקריים בתמורות שחלו במישור הטכנולוגי, הכלכלי והתרבותי-חברתי, וכן במערכי הכוח ובתפיסות הדומיננטיות בשדה הטלוויזיה לילדים בישראל. אין כוונת מחקר זה לטעון כי תפיסות שאפיינו תקופה אחת לא התקיימו כלל בתקופות אחרות, אלא שיחסי הכוח השתנו בהם (פוקו 1996). המחקר מצביע על כך שגם אם תפיסות אחדות המשיכו להתקיים בתקופה אחרת הן איבדו ממרכזיותן, או שתפיסות חדשות גיבשו תנאים נאותים לשינוי התפיסה ההגמונית שרווחה לפנייהן (Bourdon et al. 2008).

6 פירוט מלא של כל ההיבטים המתודולוגיים ושיטות המחקר אפשר למצוא אצל גוז'נסקי 2012.