



דניאלה מלר | ילדה כותאב; נעלי אילת ותפוחים מסוכרים  
שמן על קנבס | 2019

## מגדר | כתב עת אקדמי רב תחומי למגדר ופמיניזם

### גיליון שישי | דצמבר 2019

## יובל גוז'נסקי ודפנה למיש | עדיין "הבנים על הבנות": עשור חלף ומה השתנה בייצוג מגדרי בטלוויזיה לילדים בישראל?

### תקציר

עשר שנים לאחר המיפוי הראשון של ייצוג מגדרי בטלוויזיה לילדים בישראל, מבקש המחקר הכמותי הנוכחי לבחון מחדש את ייצוגי המגדר בארץ. כחלק ממחקר בין-לאומי בשמונה מדינות נבחנו שלוש שאלות מרכזיות: הראשונה מתייחסת למאפייני תוכניות הטלוויזיה לילדים בכללם; השנייה מתייחסת למאפייני הייצוג המגדרי של הדמויות הבדיוניות; והשלישית, שהיא חידוש ביחס למחקר הקודם, מתייחסת למאפיינים המגדריים של צוותי ההפקה של התוכניות עצמן. הממצאים הושוו בהצלבה בממד הזמן (2007 לעומת 2017), ובממד המרחב השידורי (ישראל לעומת מדינות אחרות, גופי שידור ציבוריים לעומת גופים פרטיים וגלובליים).

המחקר בחן שבעה ערוצי ילדים מרכזיים בישראל בסתיו 2017: ערוץ הילדים, ניקלודיאון, דיסני, זום, הופ!, ניק' ג'וניור והטלוויזיה החינוכית הישראלית (טח"י). מכל ערוץ נדגמו שני ימי שידור, סה"כ 213 שעות, שבהם 666 תוכניות (633 תוכניות בדיוניות) ו-2,625 דמויות (2,568 דמויות בדיוניות).

קווי המתאר המגדריים שעלו מן הניתוח מגלים כי חלה ירידה של 6.2% בייצוג של דמויות נשיות, כאשר בהשוואה בין-לאומית ישראל מוקמה במקום האחרון בשיעור הדמויות הנשיות. למרות

שיפור בכמות הפקות המקור (עלייה של כ-8%), הרי עדיין מעל 3/4 מהתוכניות ששודרו היו מחו"ל. בדומה למתרחש בעולם, רוב מוחלט (95%) מן התוכניות היו בדיוניות (fiction), תוך היעלמותן הכמעט-מוחלטת של תוכניות לא-בדיוניות (non-fiction).

מיפוי דימויי המגדר של הדמויות הבדיוניות גילה ירידה במספר הדמויות האנושיות ומנגד עלייה במספר המפלצות והיצורים המיתיים. בקרב הדמויות האנושיות נמצא ייצוג עודף של לבנים והמשך של ייצוג מגדרי סטריאוטיפי, שבו דמויות נשיות מונהגות על ידי בנים, רזות ומצייתות לציפייה החברתית להיות "ילדות טובות". מיפוי מאחורי הקלעים של התוכניות גילה כי גברים דומיננטיים יותר במקצועות הבימוי והיצירה, ואילו נשים תופסות מקום מרכזי יותר בתחום ההפקה והתסריטאות. הדיון בממצאים אלו עוסק בקשר שבין דימויים לבין יוצריהם ובהשלכות הפוטנציאליות על מגדר, ילדות והתבגרות בישראל.

---

**יובל גוז'נסקי:** חוקר תרבות ומדיה לילדים, מרצה במכללה האקדמית ספיר ובאוניברסיטת תל-אביב. פרסם מאמרים בתחום המדיה לילדים בכתבי עת אקדמיים מובילים. בשנת 2019 פורסם ספרו: "מדודלי לדיגיטלי: 50 שנות טלוויזיה לילדים בישראל".

**דפנה למיש:** סגנית דיקאן בבית הספר לתקשורת ומידע באוניברסיטת רטגרס בניו ג'רזי, מייסדת כתב העת הבינלאומי Journal of Children and Media. תחומי מחקר: ייצוג מגדרי; טלוויזיה וילדים; הבנייה של זהות מגדרית בקרב ילדים.

---

**מילות מפתח:** טלוויזיה לילדים, הפקה, סטריאוטיפ, ייצוג, בדיון, בינלאומי

## כללי

עשור חלף מאז המחקר הראשון אשר מיפה דימויי מגדר בתוכניות טלוויזיה לילדים ששודרו בערוצים בישראל (למיש, 2011) ובעולם (Götz & Lemish, 2012), ופרויקט המחקר הבין-לאומי חזר וביקש לבחון כמותית מהם דימויי המגדר שמוצגים לילדים ולילדות בארץ ובעולם? מה השתנה בעשור האחרון בישראל? למחקר הפעם נוספו גם פרמטרים חדשים,

והעיקרי בהם בחן את המגדר של העובדים מאחורי הקלעים של הכנת התכנים לילדים: בימוי, יצירה, תסריט והפקה. מה ניתן ללמוד מכך על שדה ההפקה של הטלוויזיה לילדים?<sup>1</sup>

## שדה הטלוויזיה לילדים בישראל

שדה הטלוויזיה לילדים השתנה דרמטית בעשור השני של המאה ה-21. בעת המחקר הנוכחי הוא מנה 19 ערוצי טלוויזיה שונים לילדים בגילי 2-12, אשר חילקו את הילדות ואת קהל היעד שלהם לתת-קבוצות על פי גיל, תחומי עניין ולעיתים גם מגדר, כאשר ערוץ דיסני בישראל מגדיר עצמו "ערוץ מוטה בנות" (גוז'נסקי, 2019). בהשוואה לעשור הקודם, שודרו יותר ערוצי ילדים, כאשר למשל בשנת 2011 ערוצי דיסני וניקלודיאון פיצלו את שידוריהם לגיל הרך והוסיפו ערוצים נפרדים בשם דיסני ג'וניור וניק' ג'וניור. ערוצים אלו היו בבעלות של גופים שונים: הטלוויזיה החינוכית הישראלית (טח"י) היא ערוץ שידור ציבורי; אחרים היו ערוצים פרטיים מקומיים – כמו ערוץ הילדים, זום או הופ!; והיו גם ערוצים שהיו חלק מתאגידי מדיה גלובליים – כמו דיסני וניקלודיאון. כולם שידרו בערוצי טלוויזיה משל עצמם והתחרו על ליבם של הילדים הצופים, ושל הוריהם, שהיו מעורבים יותר בבחירת התכנים בגילים הצעירים (Gozansky, 2017).

התחרות על ליבם של הצופים והצופות התרחבה במהירות באותו עשור גם למדיה הדיגיטליים. כל הערוצים היו פעילים מאוד ברשת האינטרנט: באתרי בית ייעודיים, בערוצי YouTube, בשיתופי פעולה מסחריים עם גופים אינטרנטיים (דוגמת ש"פ בין ניקלודיאון לאתר וואלה). הערוצים היו פעילים גם ברשתות החברתיות, למרות מגבלות הגיל הקיימות באחדות מהרשתות הללו.<sup>2</sup> ככל שהצפייה של ילדים בתכנים עברה ממכשיר הטלוויזיה למגוון מכשירים ובעיקר לטאבלטים ולטלפונים חכמים (Ofcom, 2019), הפעילו ערוצי השידור הישראליים גם אפליקציות סלולריות המבוססות על המותגים שבבעלות או בזיכיון של הערוץ. פעילויות תוכן עשירות אלו, המכונות transmedia storytelling (Jenkins, )

---

<sup>1</sup> המחקר נערך ביוזמה ובמימון של Dr. Maya Götz, העומדת בראש מכון מחקר במינכן גרמניה בשם The International Central Institute of Youth and Educational Television (IZI) of the Bavarian Broadcasting Corporation. ברצוננו להודות לעוזרות המחקר, אלונה קדם ועינב גוז'נסקי, על תרומתן הרבה לחלקו הישראלי של המחקר.

<sup>2</sup> חלק מהפעילויות ברשתות החברתיות פנה בעיקר להורים ולא רק לילדים, בעיקר בערוצים לגילים הצעירים.

(2010; Scolari, 2009), איפשרו הרחבה והמשך של הפצת התוכן הבדיוני, הדימויים והסיפורים בפלטפורמות מדיה שונות. עם זאת, הבסיס של אותם דימויים היה התוכן הטלוויזיוני, שהופק בדרך כלל עבור ערוצי השידור השונים.<sup>3</sup>

התחרות על העניין והקשב של הילדים שוב איננה מתנהלת רק בין תכנים של ערוצי הטלוויזיה לילדים, אלא גם, ואולי בעיקר, בינם לבין תכנים בפלטפורמות מדיה דיגיטליות מקוונות שהתרחבו יותר מאי פעם (Ofcom, 2019). עם זאת, לרשות הערוצים עומדים שני יתרונות מרכזיים: הראשון בהם הוא השפה. כל הערוצים משדרים בעברית (כשפת מקור, בדיבור ולעיתים לגילים הבוגרים יותר בתרגום), ובכך הם מטבְּעֵם נגישים לילדים ישראלים יותר מאשר רוב התכנים המגיעים מארצות זרות. השני, רוב ערוצי התוכן הדיגיטליים המתחרים הם עדיין דלי תקציב באופן יחסי (ואנו מדגישים כי ייתכן בהחלט כי מדובר במצב דברים זמני). עלות הפקת תוכן עלילתי ובדיוני (אנימציה, סיטקום או דרמה יומית) עדיין גבוהה מאוד, ולכן מחוץ להישג ידם של יוטיוברים עצמאיים. תוכן כזה נוצר על ידי ערוצי השידור הטלוויזיוניים הוותיקים, הנהנים ממקורות מימון מסודרים וברורים בדמותן של חברות הכבלים והלוויין המתפרנסות מתשלומי מנויים תמורת שירותיהן. במונחים שטבע חוקר התרבות והסוציולוג פייר בורדייה (2005), ניתן לזהות כי ערוצי הטלוויזיה הוותיקים לילדים הם בעלי ההון התרבותי הדומיננטי, המפעילים "אסטרטגיות של שימור" על מנת לשמר את ההגמוניה שלהם בשדה התוכן לילדים. למרות שלא ברור אם דומיננטיות זו תישמר גם בעשורים הבאים, אין ספק כי בעת המחקר הנוכחי ערוצי הילדים הם עדיין מי שיוצרים, משדרים ומפיצים תכנים בדיוניים רבים, ולכן יש חשיבות ומשמעות רבה למיפוי תמונת העולם המגדרית המשודרת כיום לילדים בישראל.

### דימויי מגדר בטלוויזיה לילדים והבנייה מגדרית

בשנים האחרונות הצטבר גוף מחקרי משמעותי בנושא דימויי מגדר בטלוויזיה לילדים כמו גם ההשלכות האפשריות על הבנייה מגדרית של הצופים בהן (Götz & Lemish, 2012);

<sup>3</sup> המחקר הנוכחי עוסק בדימויי מגדר בתכנים הטלוויזיוניים בלבד, ויש בהחלט מקום לבחון לעומק את הדימיון והשוני בין אותם דימויים בתוכן הטלוויזיוני לבין הייצוג שלהם מעבר לשידור הליניארי (באתרים, באפליקציות וברשתות החברתיות).

(Lemish, 2010). התמונה המצטיירת לאורך זמן היא שיטתית למדי מעבר להקשרים תרבותיים, תכנים טלוויזיוניים וגיל קהלי היעד. המסכים ממשיכים להציג תמונה בלתי-שוויונית של ריבוי בנים (כשני שלישי, בהכללה), של סטריאוטיפיים מגדריים בתחומי ההופעה, ההתנהגות ותכונות אופי. עבור בנות, מראה חיצוני ורומנטיקה ממשיכים להיות מוצגים כמסלול המרכזי לאושר ולהגשמה עצמית בעת ההתבגרות, בעוד בנים מונָעים על ידי השאיפה לכוח פיזי, הרפתקנות, תחרותיות והישגים. תוכניות רבות מציגות עלילות שחוקות ומוֹפְרות של גרסאות סיפורי "סינדרלה" ו"עלמה במצוקה" אשר בהן בנות נושעות באמצעות דמויות גבריות. חייהן סובבים לא פעם סביב טיפול ותמיכה באחרים, ואילו ההשקעה העצמית מתועלת לכיוון של הופעה חיצונית והתייפופות במאמצים להשיג תשומת לב של בנים.

יתרה מזאת, המסכים לילדים ברחבי העולם מציגים תרבויות מפוצלות לבנים ולבנות בערוצים שונים ובתוכניות המכוונות באופן ספציפי לאחד משני המגדרים. מאפייני הפקה שונים – כגון קצב עריכה, פורמטים של תוכניות, מוסיקת רקע, שימוש בצבעים כדי לאותת זהות מגדרית (כדוגמת ורוד וסגול לבנות וכחול ומתכתי לבנים) – כל אלה מְבְנִים לילדים תמונת עולם שעל פיה בנים ובנות חיים בתרבויות שונות, מתעניינים ועוסקים בפעילויות שונות, אינם משתפים פעולה ונפגשים בעיקר סביב עלילות רומנטיות (Lemish, 2010). כמובן שהשמרנות המגדרית המופְרת בטלוויזיה לילדים נסדקת לעיתים על ידי הצגת דמויות השוברות סטריאוטיפיים מוסכמים: בנות מוכשרות, עצמאיות וחזקות, בנים המציגים צדדים פגיעים ורגשיים ומתייחסים בשוויון לבנות, ומשפחות המציגות חלוקת תפקידים שוויונית בין ההורים. יחד עם זאת, מרבית התוכניות המופצות ומשודרות בעולם ממשיכות לשדר את התוכניות שהופקו בעשרים השנים האחרונות עם מעט מאוד חדשנות ושברית מוסכמות (Lemish, 2010).

אחת הסיבות לקושי להוביל שינוי משמעותי בתמונת העולם החברתי בטלוויזיה לילדים כרוכה בתפיסה של "הקהל המשתמע" ("implied audience") (Lemish, 2010). כלומר, התפיסה של אנשי התעשייה את קהל היעד. ההנחה שבנות תצפינה בתוכניות המיועדות לבנים שבמרכזן דמויות בנים המובילות את העלילה, ואילו בנים לא יצפו בתוכניות של בנות עם בנות במרכז העלילה, גורמת לכך שהתעשייה מעדיפה להתמקד בתוכניות המעמידות במרכזן דמויות של בנים. טיעון נוסף מקשר בין ציות לסטריאוטיפיים מגדריים לבין

המוצרים הנלווים לתוכניות הטלוויזיה (משחקים, צעצועים, בגדים, תיקים, כלי כתיבה וכדומה), הנארזים ומקודמים על פי קודים מגדריים ברורים הנועלים גם תוכנית עם פוטנציאל פרוגרסיבי לתוך מסגרת שמרנית. כך לדוגמה, דמותה של דורה (ניקלודיאון) – הילדה העצמאית והנבונה, דוברת הספרדית היוצאת להרפתקאות בטבע, שהייתה פופולרית ברמה שווה בקרב בנים ובנות בגיל הרך – הוטבעה בעיקר על תיקי גב ורודים. חלק ממשחקי דורה נארזו באריזות ורודות וסגולות עם קישוטים בעלי קונטציה תרבותית "נשית" והוצבו במדפים באזור צעצועי ילדות – ובכך גם דורה השוויונית "ננעלה" כדמות המיועדת בעיקר לבנות (Lemish, 2010), ואילו יוצרי הסדרה פיתחו סדרה נוספת שהעמידה במרכז את דייגו, בן-דודה של דורה, כדי לענות לטעמו של קהל הבנים.

לחשיפה מצטברת לתמונת העולם החברתית המוצגת לילדים בטלוויזיה יש השלכות על תפיסת הזהות העצמית, דימוי וערך עצמי (Lemish, 2015), כמו גם על השתרשותן של תפיסות סטריאוטיפיות כלפי קבוצות אוכלוסיה שונות. המחקר המצטבר בתחום טוען לקשרים בין חשיפה מצטברת לדימויים סטריאוטיפיים של בנות לבין דימוי עצמי נמוך, הפרעות אכילה, עמדות שמרניות ותפיסה מעוותת לגבי החשיבות של מראה חיצוני על פני אישיות והישגים. בדומה, חשיפה מצטברת לדימויים סטריאוטיפיים של בנים נמצאה קשורה בדיכוי רגשי, תפיסה מעוותת של החשיבות של כוחניות, עמדות שמרניות וציפיות בלתי-מציאותיות כלפי בנות-זוג פוטנציאליות (Dill-Shackleford et al., 2017; Lemish, 2015).

## המחקר הנוכחי

המחקר הנוכחי מציע מיפוי כמותי של תמונת העולם המגדרית שהוצגה בשידור של תוכניות טלוויזיה בדיוניות (fiction) לילדים בישראל ומי העומדים מאחורי יצירת תמונת עולם זו. ברור לנו לגמרי כי תכנים אלו אינם היחידים אליהם נחשפים הילדים בישראל. יחד עם זאת, בהיות ערוצי הטלוויזיה לילדים בעלי יומרה להציג תוכן המיועד באופן מיוחד לילדים בגיל 2-12, הרי שיש חשיבות לנסות לבחון שוב, עשר שנים לאחר הבחינה הראשונה, מהי תמונת העולם המגדרית שעולה מן השידורים. בדיקה זו חשובה במיוחד לאור העובדה שתקופה זו

התאפיינה בהתגברות המודעות לשוויון מגדרי בציבור, כמו גם בהתעשרות במחקרים ובפעילות ציבורית וחינוכית בתחום, כולל בארגוני התקשורת השונים.<sup>4</sup> במחקר הנוכחי נבחנו שלוש שאלות מרכזיות: (א) מהם מאפייני תוכניות הטלוויזיה לילדים מבחינת מקור ההפקה, הערוצים השונים והסוגות הפופולריות שבהם? (ב) מהם מאפייני הייצוג של הדמויות הבדיוניות המרכזיות והמשניות בתוכניות טלוויזיה לילדים, מבחינת מגדר, סוג הדמויות, מוצא, מעמד כלכלי, מראה, גיל, מוגבלויות וחלוקת תפקידים? (ג) מהם מאפייני צוותי ההפקה של התוכניות עצמן, כלומר, מהו המגדר של מי שעבדו מאחורי הקלעים של הפקת התוכניות? בהיעדר נתונים מדויקים לגבי כלל העוסקים בתוכן לילדים, הרי שניתוח שמבוסס על רשימת הקרדיטים לבעלי המקצוע של התוכניות עצמן עשוי להיות בעל משמעות לזיהוי שאלה מגדרית ומקצועית זו.

ביחס לשלוש שאלות אלו הוספנו במידת האפשר שני ממדי השוואה נוספים, בהצלבה בין הנתונים השונים שברשותנו: הן בממד הזמן השידורי (2007 לעומת 2017), והן בממד המרחב השידורי (למשל: ישראל לעומת מדינות אחרות,<sup>5</sup> גופי שידור ציבוריים לעומת גופי שידור פרטיים).

## שיטת המחקר

המחקר הנוכחי נערך בשמונה מדינות ברחבי העולם (לפי סדר אלף-בית): ארצות הברית, בלגיה, בריטניה, גרמניה, טאיוואן, ישראל, קובה וקנדה.<sup>6</sup> בישראל נבחר מדגם מייצג של תוכניות טלוויזיה לילדים משבעה ערוצי שידור ליניאריים מרכזיים הפונים לילדים עד גיל 12.<sup>7</sup> על פי הנחיות המחקר הבין-לאומי נבחרו הערוצים בעלי נתוני הצפייה הגבוהים ביותר באותה עת לפי נתוני הוועדה הישראלית למדרוג וכן הערוץ הציבורי, שאמנם אינו נהנה משיעורי צפייה גבוהים בשידור הליניארי, אך היה פעיל מאוד בפלטפורמות דיגיטליות,

---

<sup>4</sup> למשל, בחתימה מחודשת על אמנה משותפת לתכני הטלוויזיה לילדים ולנוער בישראל ביוזמת המועצה לשידורי כבלים ולווין (המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין, 2016).

<sup>5</sup> חלקים מן המחקר ההשוואתי הבין-לאומי התפרסמו בתוך Götz et al., 2018. חלקים ממצאי המחקר האמריקאי התפרסמו בתוך Lemish & Johnson Russo, 2019.

<sup>6</sup> חלקים מן הניתוח הראשוני של המחקר ההשוואתי הבין-לאומי ניתנים לצפייה באתר מכון IZI: <http://childrens-tv-worldwide.com/#genderrepresentationz>

<sup>7</sup> כל הערוצים פעלו בשפה העברית, תוך התעלמות כמעט מוחלטת מדוברי השפה הערבית בישראל.

שבהן ניתן לצפות בכל התכנים של הערוץ. לפיכך, המדגם ייצג את מגוון הערוצים לקבוצות הגיל השונות של קהל היעד, ולמגוון ארגוני השידור שפעלו באותה עת בשדה הטלוויזיה לילדים בישראל (פרטי, ציבורי וכאלה השייכים לתאגיד גלובלי).<sup>8</sup>

שבעת ערוצי ילדים נדגמו לפי החלוקה הבאה: 4 ערוצים פרטיים לגילי ביה"ס היסודי (-12 (7): ערוץ הילדים, ניקלודיאון, דיסני וכן זום; 2 ערוצים פרטיים לילדי הגן (3-6): הופ! וניק ג'וניור, וערוץ ציבורי אחד שפנה לגילי 4-10 – הטלוויזיה החינוכית הישראלית (טח"י) בערוץ 23. מכל ערוץ הוקלטו בסתיו של שנת 2017 שני ימי שידור מלאים (14-16 שעות בכל יום) במסגרת שידורי הכבלים. יום השידורים הראשון של כל ערוץ הוקלט בספטמבר והשני באוקטובר, בשני ימים שונים מימי שבוע רגיל (א'-ה', לא כולל שישי-שבת או חגים).

המדגם הישראלי כלל 213 שעות שידור (14 ימים מלאים) ומספר התוכניות במדגם עמד על 666 תוכניות (מתוכן 633 בדיוניות). המספר הכולל של הדמויות בכל התוכניות (בדיוניות ולא-בדיוניות ביחד) עמד על 2,625, מתוכן היו 2,568 דמויות בדיוניות.

ניתוח התוכניות נעשה על פי ספר קידוד תוכן כמותני אחיד, שהוכן במשותף על ידי ד"ר מאיה גוץ ממכון המחקר IZI והמחברת השנייה של מאמר זה, ובהתייעצות משתפת עם עורכי המחקר במדינות השונות ובכללם המחבר הראשון. ספר הקידוד בחן ייצוג מגדרי במגוון נושאים וכלל התייחסות למשתנים הבאים: ניתוח התוכניות בכללן (ארץ ההפקה, ערוץ השידור, שם התוכנית והפרק, סוגה וגיל קהל היעד); ניתוח של אנשי העשייה של התוכניות (התפקיד, המגדר ואופן העבודה – בצוות או ביחידים); ניתוח הדמויות שהוצגו בתוכניות הבדיוניות. דמויות המשנה נספרו ונותחו באופן כללי ביחס למגדר ולסוג הדמות (בעלי חיים, דמויות אנושיות, מפלצות ויצורים מיתיים, צמחים, רובוטים ואחר). הדמויות הראשיות האנושיות בכל פרק בתוכניות הבדיוניות, שהוגדרו כמי שהיו בעלות פעילות משמעותית לאותו פרק ברמת העלילה ומשך הזמן בו הן הופיעו, נותחו באופן מפורט בהתאם למשתנים הבאים: מגדר (נשי, גברי, לא מזוהה); רקע אתני (שנבחן לפי צבע עור: לבן/ה, שחור/ה, מזרח-תיכוני/ת, לטיני/ת, אסייתי/ת ואחר/ת); תפקיד בעלילה (פרוטגוניסט/ית,

8 בהתאם לחוק בישראל, בכל הערוצים שנדגמו לא שולבו פרסומות, ובהתאם לכך, בין התוכניות היו רק מקבצי קדימונים. מקבצים אלו לא נבחנו מאחר ולא היו תוכן בדיוני עצמאי.



אנטגוניסט/ית, אחר/ת); צבע שיער (קירח/ללא שיער, שחור, בלונד, חום, אפור/לבן, אדום, ורוד, סגול ואחר); גיל (תינוק/ת, ילד/ה, נער/ה, מבוגר/ת, קשיש/ה ולא מזוהה); משקל גוף (רזה מאוד, רזה, ממוצע/ת, עודף משקל, עודף משקל רב); מוגבלויות (ללא מוגבלות, עם מוגבלות ברורה, עם מחלה קשה); מעמד כלכלי-חברתי (מעמד נמוך, מעמד ביניים, מעמד בינוני-גבוה, מעמד גבוה, לא מזוהה); דרך מרכזית לפתרון בעיות (מדע, טכנולוגיה, הנדסה ומתמטיקה [STEM], קסם, דיבור, כוח פיזי, אחר); חברתיות (בודד/ה, חלק מזוג, חלק מקבוצה, אחר); הייררכיית תפקידים (מנהיג/ה, מונהג/ת, שוויוני/ה ואחר).

את הקידוד ביצעו שתי עוזרות מחקר, סטודנטיות מצטיינות שהוכשרו במיוחד לכך על ידי עורכי המחקר בישראל. 14% מן המדגם (כ-30 שעות מערוצים שונים) נותחו במקביל על ידי שתי המקודדות, ולפני המשך הקידוד כולו נערכה השוואת מהימנות בין הממצאים, תוך דיון וגיבוש הסכמות לגבי הפערים בקידוד, כמקובל בגישת הקונצנזוס בין מקודדים. עיקר ההבדלים בין המקודדות (כמו גם במחקר הבין-לאומי) היה בקידוד המראה החיצוני של הדמויות (רקע אתני ומבנה גוף), שהיו סוגיות סובייקטיביות יותר משאר המשתנים כמו צבע שיער, גיל או מוגבלויות פיזיות. קשיים נוספים שעלו בעת הניתוח היו: הבדלה בין דמויות ראשיות לבין דמויות משניות משמעותיות, וזיהוי פרטי היוצרים, שבו נאלצנו להתבסס על חיפוש באינטרנט, בהתאם להנחיות המחקר הבין-לאומי.

בבואנו להציג את עיקרי תוצאות המחקר בהקשר ההשוואתי הבין-לאומי וההיסטורי, בחרנו להתמקד בקווי המתאר המגדריים העולים מן ההשוואה של התמונה הכללית שעלתה בשתי התקופות, מבלי להתיימר להציג השוואה סטטיסטית כמותית מדויקת. בחירה זו נעשתה בשל קשיים מתודולוגיים מרובים, כולל מידת האמינות של הקידוד במדינות השונות, והעובדה שבחירת הערוצים בשנת 2007 לעומת שנת 2017 נומקה באופן שונה וקודדה על ידי מקודדים שונים. לאור זאת בחרנו להתמקד באופן סלקטיבי בתמונת המאקרו העולה מן הנתונים בעלי האמינות הגבוהה יותר, אשר מאפשרים מיפוי של השינויים בדימויי מגדר בשדה ההפקה לילדים.

**ממצאים:****מאפייני תוכניות הטלוויזיה לילדים**

בדומה למחקר מהעשור הקודם, גם במחקר הנוכחי בלטו שני ממצאים מרכזיים הקשורים להבנת ההקשר של שדה הטלוויזיה לילדים בישראל בכללותו. הממצא הראשון קשור לארץ ההפקה של התוכניות ששודרו. בשנת 2017, רוב התוכניות הבדיוניות לילדים ששודרו בשבעת הערוצים היו תוכניות שהופקו בחו"ל (76.2%). הפקות מקור ישראליות היו מעט יותר מחמישית (21.4%), ומספר קטן מאוד של הפקות היו קופרודוקציות, כלומר הפקות משותפות בין שתי מדינות או יותר (2.4%). עם זאת, בהשוואה לעשור הקודם (2007), חלה עלייה משמעותית בכמות הפקות המקור ששודרו בכלל הערוצים (21.4% ב-2017 לעומת 13.1% ב-2007). אחת הסיבות לגידול בכמות ההפקות הישראליות היא ריבוי הפקות הדרמות היומיות והסיטקומים הישראליים המקוריים בערוצים לגילי ביה"ס היסודי, אשר הונעה בחלקה על ידי התחרות של ערוצי הילדים אל מול המדיה הדיגיטליים (Gozansky, 2018). סיבה נוספת לעלייה בהפקות מקור ישראליות נובעת מחזרתה של הטלוויזיה החינוכית הישראלית להפקה מאסיבית של תוכן לילדים (גוז'נסקי, 2019), כפי שניתן לראות מן הנתון הבא במחקר הנוכחי: השוואה בין הערוצים הפרטיים לבין הערוץ הציבורי (טח"י), מראה כי בחינוכית שיעור הפקות המקור היה גבוה יותר - 26% לעומת 20.8% בערוצים הפרטיים. תמונת ראי של נתון זה, הייתה ששיעור תוכניות הרכש מחו"ל היה גבוה יותר בקרב הערוצים הפרטיים (77.6%) לעומת 65.8% בערוץ הציבורי. נתונים אלה נבעו בעיקר מהעובדה שעלות פרק של תוכנית קנויה מחו"ל זולה בהרבה מהפקת מקור, וכן שהערוצים השייכים לתאגידים גלובליים, משדרים בעיקר תוכניות מספריית התוכן העשירה של ערוצי האם האמריקאיים שלהם. למרות האופטימיות המסוימת שניתן למצוא בעלייה זו של הפקות מקור ישראליות, הרי עדיין ניתן לראות כי את עיקר השידורים לילדים ישראלים תופסים תכנים מחו"ל. לאור זאת, בכל נתון לגבי ייצוג הדמויות צריך לקחת בחשבון כי מדובר בתוכניות שרובן הופקו בחו"ל ולא בישראל.

הממצא המרכזי השני נוגע לסוגות השונות (ז'אנרים) בשידורי הטלוויזיה לילדים בישראל בעידן הנוכחי. רוב מוחלט של 95% מתוך 666 התוכניות ששודרו בישראל היו תוכניות בדיוניות (fiction) (633 תוכניות), ורק 5% היו תוכניות לא-בדיוניות (non-fiction), ובהן

תוכניות אירוח והנחיה, שעשועונים, סרטים תיעודיים או חדשות (33 תוכניות). בהשוואה לעשור הקודם (שנת 2007), חלה עלייה משמעותית בשידור תוכניות בדיוניות (95% ב-2017 לעומת 67.4% ב-2007), וירידה בשיעור התוכניות הלא-בדיוניות. השוואה בין הערוצים הפרטיים לבין הערוץ הציבורי מראה כי בחינוכית שיעור התוכניות הלא-בדיוניות היה גבוה בהרבה – 25.5% לעומת 1.4% בלבד בערוצים הפרטיים (הישראליים והגלובליים). התמונה העולה מן הנתונים מראה, כי בדומה למתרחש בעולם, רוב התוכניות בערוצי הטלוויזיה לילדים הן דרמטיות ורק מיעוט קטן עוסק בתוכן תיעודי או מגזיני. הדבר תואם את ממצאי המחקר האיכותני המצביע על ירידה בכל העיסוק התיעודי או החדשתי במציאות הישראלית בערוצי הילדים בארץ (גוז'נסקי, 2019). לפי מחקר זה, את תוכניות האולפן בשידור חי, שהיו בעבר הקשר הישיר על מסך הערוצים הליניאריים עם סדר היום של הילדים בבית, החליף קשר ישיר עם הילדים ברשתות החברתיות (למשל, יום המשפחה מצוין דרך אותן רשתות חברתיות, כאשר על המסך מוקרנים פרקים עלילתיים של סדרות העוסקים בנושאים קרובים).

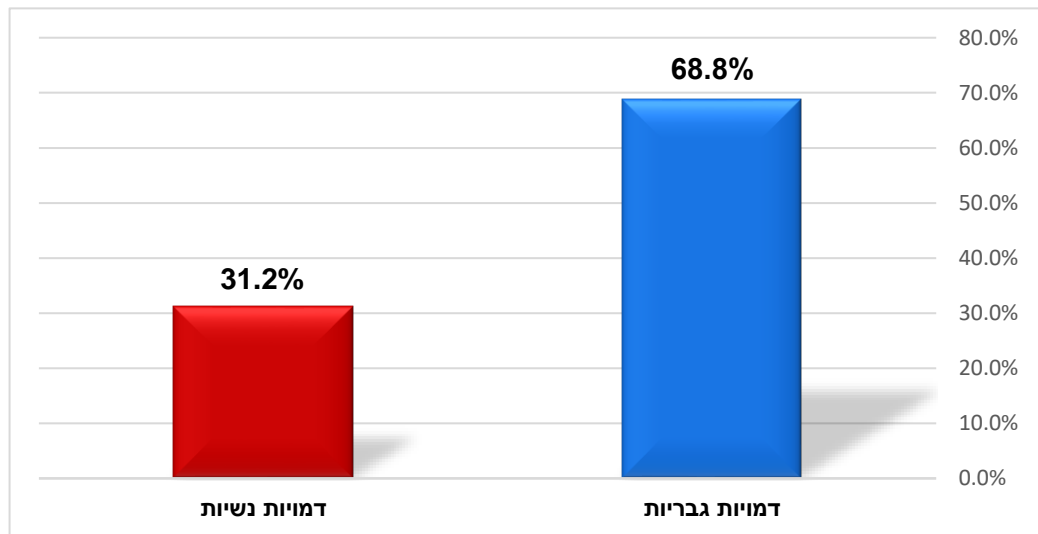
הממצאים מראים כי מתוך 633 התוכניות הבדיוניות, 76.7% היו באנימציה (483 תוכניות), 19.7% היו "לייב אקשן" עם שחקנים אנושיים (124 תוכניות) ו-3.7% היו בפורמט מעורב (23 תוכניות). הנתונים הללו דומים לנתונים מלפני עשור (2007). בדומה לנתונים הבין-לאומיים, אנימציה נותרה הסוגה הפופולרית ביותר בשידור לילדים בכל הארצות. בהשוואה בין-לאומית, ערוצי הילדים בישראל ממוקמים במקום השני אחרי בריטניה בשיעור תוכניות הלייב אקשן עם שחקנים. ריבוי תוכניות אלו נובע במידה רבה מעלייה בהפקות מקור דרמטיות ישראליות בעברית (Gozansky, 2018).

בנקודה זו בולט הבדל משמעותי בשנת 2017 בין הערוצים הפרטיים לבין הערוץ הציבורי (חינוכית): בערוצים הפרטיים היו יותר תוכניות בדיוניות עם שחקנים אנושיים (20%), לעומת רק 13.7% בערוץ הציבורי. הערוץ הציבורי בלט בעיקר בסוג מסוים של תוכניות, מה שכונה במחקר "פורמט מעורב", אשר כלל מגוון תוכניות אירוח אולפניות כמו "מה זה מוזה", בהנחיית ירון לונדון ובהשתתפות אורחים וילדים באולפן (גוז'נסקי, 2019). הנתח של תוכניות בפורמט מעורב בערוץ הציבורי היה 17.8%, לעומת כל הערוצים הפרטיים ביחד, אשר שידרו רק 1.8%, כלומר, כמעט פי 10 יותר בערוץ הציבורי. הערוצים הפרטיים גם העדיפו יותר לשדר תוכניות אנימציה – 77.7% מכלל השידורים לעומת 68.5% בחינוכית.

לבולטות של סוגת האנימציה בשידורים המיועדים לילדים יש השלכות רבות-משמעות מבחינת הייצוג המגדרי בהן, שכן הפקת אנימציה היא יקרה מאוד ועל פי רוב נרכשת לשידור בארץ מחברות הפקה זרות המפיקות תוכניות עבור השוק הבין-לאומי. לאור זאת, דימויי מגדר מתקבעים בתוכניות טלוויזיה מרחבי העולם ומקשים על נסיונות מקומיים לחרוג מהם, גם כשאלו קיימים.

### דימויי המגדר של הדמויות

בכלל התוכניות שנבחנו במחקר הנוכחי (בדיוניות ולא-בדיוניות) בטלוויזיה לילדים בישראל נמצאו 2,625 דמויות ראשיות. השוואה בין שיעורי הדמויות הנשיות והגבריות מגלה חוסר שוויון בולט. נמצא כי 68.8% מן הדמויות הראשיות היו גבריות ורק 31.2% היו דמויות נשיות. כלומר, בממוצע על כל דמות נשית הופיעו 2.2 דמויות גבריות.



תרשים מס' 1: מגדר הדמויות הראשיות בערוצי הילדים בישראל 2017 (בדיוני ולא-בדיוני, n=2,625)

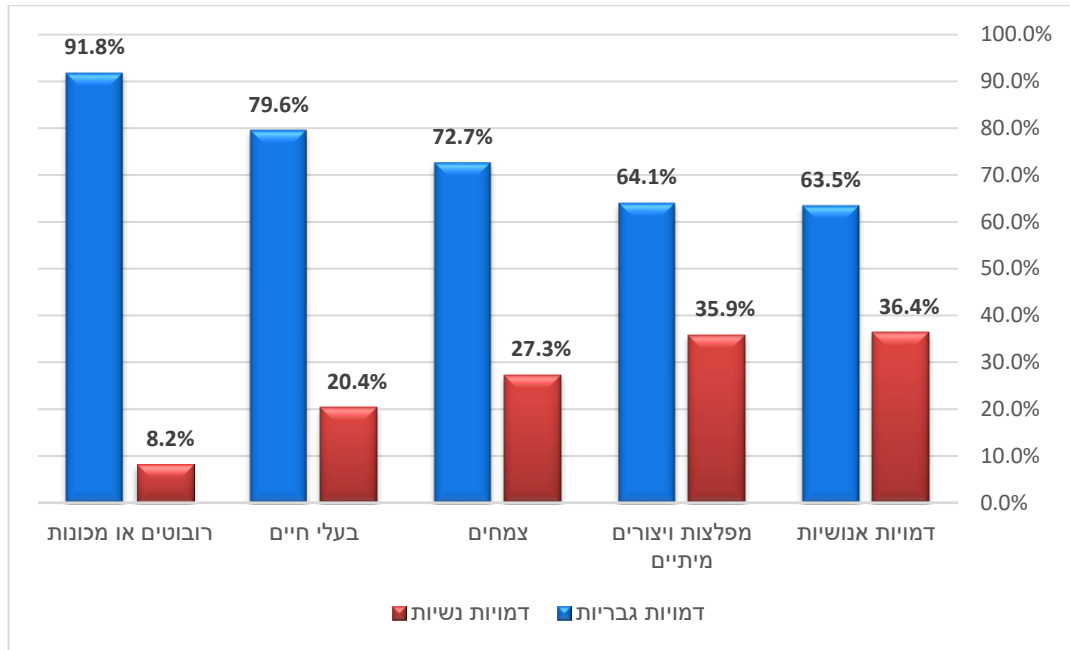
למרות התחושה כי שוויון בייצוג המגדרי הוא סוגיה שנמצאת על סדר היום הציבורי מזה תקופה ארוכה, דווקא בעשור האחרון חלה ירידה משמעותית בשיעור הדמויות הנשיות בטלוויזיה לילדים בישראל. בהשוואה לעשור הקודם, חלה ירידה של 6.2% בשיעור הדמויות הנשיות (31.2% ב-2017 לעומת 37.4% ב-2007). זאת ועוד, בהשוואה הבין-לאומית נמצא כי בשנת 2017 דורגה ישראל במקום האחרון בשיעור הדמויות הנשיות בטלוויזיה לילדים (כאשר השיעור הגבוה ביותר נמצא בקובה, בה קיים שידור ציבורי בלבד ושיעור הדמויות

הנשיות עמד על 41.1%. בארה"ב, היצואנית הגדולה ביותר של תוכניות לילדים לשאר העולם, עמד שיעור הדמויות הנשיות על 38%, עלייה של 5% מאז 2007). השוואה בין הערוצים הפרטיים לבין הערוץ הציבורי מראה כי בחינוכית היחס בין דמויות נשיות לדמויות גבריות היה מאוזן יותר (38.1% דמויות נשיות בחינוכית, לעומת 30.5% בערוצים הפרטיים). למרות שניתן לזהות כי בחינוכית נעשה מאמץ להציג יותר שוויון מגדרי, ראוי לציין כי גם בערוץ הציבורי היחס בין דמויות נשיות (38.1%) לדמויות גבריות (61.9%) עדיין רחוק מלהיות שוויוני.

### ייצוג מגדרי בתוכן הבדיוני: מיפוי סוג הדמויות

בתוכניות הבדיוניות, שהיו כאמור רוב מוחלט במדגם, נמצאו 2,568 דמויות ראשיות (מצולמות ומצוירות גם יחד). מתוכן 55.4% היו דמויות אנושיות (1,421 דמויות), 24.9% היו בעלי חיים (639 דמויות), 15.4% מפלצות ויצורים מיתיים (394 דמויות), 3.8% היו רובוטים או מכונות (98 דמויות), 0.4% היו צמחים, 0.1% הוגדרו בקידוד כאחרים. ישראל מצויה מעט מעל הממוצע העולמי בשיעור הדמויות האנושיות (שעומד במדגם העולמי על 54.9%). עם זאת, מאחר ורוב התוכניות הבדיוניות כוללות אנימציה (יותר מ-3/4), אין זה מפתיע שרבות מהדמויות הן בעלי חיים, מפלצות ויצורים מיתיים ומכונות (כ-45% ביחד). בהשוואה לעשור הקודם חלה ירידה של 11.6% במספר הדמויות האנושיות (55.4% ב-2017 לעומת 67% ב-2007), ולעומת זאת, חלה עלייה משמעותית במספר המפלצות (מ-3% ב-2007 ל-15.4% ב-2017).

התבוננות מעמיקה בחלוקה הפנימית של המגדר בתוך סוגי הדמויות בתוכן הבדיוני מגלה פערים משתנים בייצוג המגדרי. בעוד שבקרב הדמויות האנושיות שיעור הדמויות הנשיות הוא 36.4%, הרי בקרב בעלי החיים יש ייצוג של 20.4% לדמויות נשיות ורק 8.2% מן הדמויות של הרובוטים/מכונות הן דמויות נשיות. בהשוואה לעשור הקודם מתגלה תהליך מעניין בו מצד אחד, שיעור הדמויות הנשיות בקרב הדמויות האנושיות בתוכן בדיוני ירד בכ-10% (מ-46% ב-2007 ל-36.4% ב-2017), ומצד שני, שיעור הדמויות הנשיות בקרב המפלצות והייצורים המיתיים עלה (מ-12.5% ב-2007 ל-35.9% ב-2017), מגמה שתאמה את המדגם האמריקאי.



תרשים מס' 2: סוגי דמויות בתוכן בדיוני לפי מגדר (באחוזים, n=2,568)

מהתבוננות בכלל הנתונים שהוצגו עד כה עולה תמונה דומה לממצאים מן העשור הקודם. ככל שהדמויות הן תוצר של הבנייה, כלומר, יצירה דמיונית של גיבורי עלילה שאינם אנושיים, הרי "תפיסת 'ברירת המחדל' של הנורמלי והשכיח בסרטי אנימציה נותרה אפוא גברית, שכן מאומה אינו מונע מיוצרי האנימציה לבחור בארנבת במקום בארנב, בפרישה במקום בכריש וברובוטית במקום ברובוט" (למיש, 2011, עמ' 73). זאת ועוד, למרות קמפיינים רבים ולחץ ציבורי מצד ארגונים לשוויון מגדרי, בפועל, הדימויים על המסך של ערוצי הילדים (ובעיקר באנימציה) מציגים חלוקה מגדרית לא שוויונית באופן בולט. אמנם ניכר שיפור מסוים בשיעור הדמויות הנשיות בקרב המפלצות והייצורים המיתיים, אבל עדיין ניכר כי בתוכניות דרמטיות בהשתתפות שחקנים בשר ודם נמצא איזון מגדרי רב יותר. ראוי להזכיר כי רוב תוכניות האנימציה מקורן בהפקות זרות, המדובבות לעברית. נתון זה אולי פוטר מן האחריות לשוויון מגדרי בתכנים המוצגים את יוצרי התוכן הישראלי המקורי, אבל לא את מנהלי הערוצים ואחראי הרכש שלהם, אשר בוחרים בתוכניות האנימציה הזרות לשידור אצלם.

## ייצוג מגדרי בתוכן הבדיוני: מיפוי פעולת הדמויות

מבחינה בדיונית, רוב מוחלט של 90.3% מן הדמויות בתוכניות הטלוויזיה לילדים היו פרוטגוניסטיות ("דמויות טובות"), לעומת 9.5% בלבד של דמויות אנטגוניסטיות ("דמויות רעות"). בקרב הדמויות הפרוטגוניסטיות נמצא רוב בולט לדמויות גבריות - 68%, לעומת 32% לדמויות נשיות. בקרב הדמויות האנטגוניסטיות נמצא רוב בולט עוד יותר לדמויות גבריות - 75.8%. מכאן, בחלוקה הפנימית בתוך סוגי הדמויות ניתן לראות שדמויות נשיות הופיעו יותר כדמויות "חיוביות" ופחות כדמויות "שליליות". מעבר לחוסר השוויון המגדרי, יש כאן דוגמה מובהקת לתפיסה סטריאוטיפית, אשר מבנה ומזהה בנים וגברים כבעלי נטייה גדולה יותר להיות שובבים או רעים, לעומת בנות ונשים המצופות להיות "ילדות טובות" וקונפורמיות.

עבודת צוות מודגשת מאוד בתוכניות לילדים, כחלק מהערכים הליברליים החיוביים אשר מקודמים באופן נרחב בערוצי הילדים ברחבי העולם (Davis & Dickinson, 2004). במדגם הבין-לאומי הנוכחי עמד הייצוג של פעולת הגיבור הראשי במסגרת קבוצתית על 66.5%. בישראל רק 53.4% מן הדמויות הוצגו כפועלות בצוות קבוצתי המונה מספר דמויות. עם זאת, ישראל ממוקמת במקום הראשון בקרב הדמויות הפועלות בזוג (31.1%) כשיתר הדמויות הוצגו כפועלות לבדן (15.1%). לא נמצאו הבדלים משמעותיים בהרכב הפעולה הכללי של דמויות גבריות ונשיות. עם זאת, כאשר בוחנים מהו מקומה של הדמות בהיררכיה של העלילה, כלומר האם הדמות היא מנהיגה, מונהגת, או שוות-ערך, מתגלה הבדל בייצוג המגדרי. שיעור הדמויות הגבריות שהוצגו כמנהיגות מתוך כלל הדמויות הגבריות היה גבוה בכ-9% משיעור הדמויות הנשיות המנהיגות (41.8% דמויות גבריות - לעומת 32.9% דמויות נשיות). דמויות נשיות הוצגו יותר כחלק מקבוצת שוות (37% בקרב הדמויות הנשיות לעומת 28.8% בקרב דמויות גבריות). בקרב הדמויות המונהגות לא נמצאו הבדלים משמעותיים. דווקא הערוצים הפרטיים הציגו את הדמויות הנשיות יותר כמנהיגות (34%) לעומת הערוץ הציבורי שבו היה שיעורן רק 24.7%. בהשוואה לעשור הקודם, התמונה הכללית נשארה דומה, כאשר הפער בין דמויות מנהיגות גבריות לנשיות עלה מ-4% בשנת 2007 ל-9% בשנת 2017.

הסעיף השלישי בבחינת הייצוג המגדרי בהקשר של עלילת התוכניות היו דרכי פתרון הבעיות.<sup>9</sup> סדרות דרמטיות כוללות כמעט תמיד קונפליקט, שפירושו קושי איתו מתמודדת הדמות ועליו היא חייבת להתגבר כדי להגיע לסיום הסיפור (אבירם, 2010). בתוכניות לילדים בישראל, 48.7% מהדמויות פתרו בעיות בעזרת דיבור; 24.4% על ידי שימוש במדע, טכנולוגיה, הנדסה ומתמטיקה (STEM); 13.5% בעזרת כוח פיזי ו-9.9% בסיוע כוחות קסם (3.5% הוגדרו כאחרים). בהשוואה הבין-לאומית, ישראל עמדה במקום הראשון בשימוש מדעי-טכנולוגי של הדמויות לפתרון בעיות, כ-8% מעל הממוצע העולמי. בחינת האופן שבו עלילת הסדרה מבנה כיצד דמויות גבריות ונשיות פותרות בעיות עשויה להעיד על הבנייה מגדרית חברתית של אופי ויכולות. פתרון בעיות בעזרת דיבור היה נפוץ יותר בקרב הדמויות הנשיות (57.8%) לעומת הדמויות הגבריות (44.8%), וכך גם שימוש ב"קסם" (דמויות נשיות 11.9%, דמויות גבריות 8.6%). אצל הדמויות הגבריות שיעור גבוה יותר (27.9%) פותר בעיות בעזרת מדע, טכנולוגיה, הנדסה ומתמטיקה לעומת 16.8% בלבד בקרב דמויות נשיות, והוא גבוה יותר גם בפתרון בעיות בעזרת כוח פיזי (דמויות גבריות 15% לעומת נשיות רק 10.4%).

סיכום ביניים של שלושת מרכיבי הייצוג המגדרי בהקשר של פעולתן העלילתית של הדמויות מעלה, כי דמויות נשיות מוצגות יותר כמי שפותרות בעיות בעזרת דיבור או קסם, שבעיקרם אינם מחייבים למידה שיטתית ורציונלית, פועלות בצוותים של קבוצת שוות אך פחות מנהיגות, מפעילות כוח פיזי או כישורים מדעיים ומתמטיים. הדמויות הגבריות מופיעות באופן תדיר יותר כמובילות ומנהיגות, המפעילות כישורים טכנולוגיים לפתרון בעיות אך גם יותר כדמויות אנטגוניסטיות, בעלות תכונות שליליות. אבחנות מגדריות אלה תואמות תפיסות מסורתיות סטריאוטיפיות של הבדלים בין גבריות ונשיות במקום לאתגר אותן.

### ייצוג מגדרי בתוכן הבדיוני: מיפוי הדמויות האנושיות

ביחס למאפיינים הדמוגרפיים של 1,421 הדמויות האנושיות בתוכניות הבדיוניות בישראל נשמרה הדומיננטיות של הדמויות בעלות עור בהיר, שהוגדרו באופן כללי לבנים

<sup>9</sup> שאלה זו לא נבדקה במחקר הקודם של שנת 2007.



(Caucasians), אשר היוו 66.4% מכלל הדמויות שהוצגו.<sup>10</sup> דמויות בעלות גוון עור ומראה מזרח-תיכוני נמצאו במקום השני עם 12%, כהי-עור (שחורים) זכו לייצוג של 9.9%, ואחריהם 6.1% זוהו כלטינים, 4% ממוצא אסייתי, ועוד 1.6% כאחרים. הייצוג של דמויות לבנות דמה לממוצע הבין-לאומי (שעמד בשנת 2017 על 66.5%). עם זאת, בהשוואה בין-לאומית, ערוצי הילדים בישראל הציגו את שיעור המזרח-תיכוניים הגבוה ביותר (הממוצע הגלובלי עמד על 2.5%).<sup>11</sup> בהשוואה לעשור הקודם מתגלה תופעה מעניינת וראויה לציון מיוחד. למרות שנשמרה הדומיננטיות של הדמויות הלבנות, חלה ירידה של 10% בשיעורן מתוך כלל הדמויות האנושיות (לעומת 76.4% ב-2007).<sup>12</sup> מצד שני, התגלתה כמעט הכפלה של דמויות של שחורים (5.1% ב-2007), ועלייה בייצוג דמויות מזרח-תיכוניות (לעומת 2.3% ב-2007). ניתן לשער כי העלייה של כ-8% שזוהתה בכמות הפקות המקור הישראליות, כפי שצוין לעיל, שהייתה בעיקר בתוכן בדיוני (דרמות יומיות וסיטקומים), הביאה לעלייה בייצוג הכללי של דמויות בדיוניות מזרח-תיכוניות.<sup>13</sup> ביחס לדמויות של שחורים, ניתן להניח כי הדבר נובע בעיקר מעלייה בייצוגם בתוכן אמריקאי ובריטי המשודר באופן נרחב בערוצי הילדים בישראל (במדגם הנוכחי שיעור השחורים בשידורים בארה"ב היה 12.2% ובבריטניה 16.7%).

בחינת היחס של שלוש הקבוצות האתניות העיקריות בכל קבוצה מגדרית מגלה, כי דמויות נשיות הוצגו יותר מהממוצע הכללי כלבנות (68.4%) או כשחורות (12.4%), אך היה פחות ייצוג לדמויות נשיות מזרח-תיכוניות (8%). בקרב הדמויות הגבריות היה ייצוג גבוה יותר למזרח-תיכוניים (14.4%), ושיעור נמוך יותר של לבנים (65.2%) או שחורים (8.4%).

---

<sup>10</sup> האבחנה והקידוד האתני של הדמויות היו לעיתים משימה מורכבת, בגלל כמה סיבות, שהמרכזית בהן הייתה שחלק מהדמויות היו בעלות גוון עור לא מובהק ולכן היה טווח אפשרויות לקידוד אתני. הדבר נובע לעיתים מאסטרטגיה מסחרית שנועדה ליצור זהות לא ברורה, כדי למנוע ביקורת ציבורית או כדי לאפשר את מכירת התוכניות לארצות שונות. לכן, קטגוריית הדמויות "הלבנות" כללה גם את כל הדמויות שלא זוהו באופן מובהק כבעלות אתניות אחרת.

<sup>11</sup> ישראל הייתה המדינה היחידה במדגם מהמזרח התיכון.

<sup>12</sup> זוהי ירידה דומה לשיעור הדמויות הלבנות במדגם הבין-לאומי, אשר עמד בשנת 2007 על 72.2%.

<sup>13</sup> למרות שהיה צפוי למצוא על מסך הטלוויזיה הייעודית לילדים מגוון דמויות המייצגות את החברה הישראלית, דמויות חרדים וערבים נעדרו ממנו כמעט לחלוטין.

מהנתונים עולה כי למרות ירידה משיעורן בעשור הקודם, רוב הדמויות האנושיות על מסך הטלוויזיה לילדים הן עדיין לבנות.

ניתוח צבע השיער של הדמויות לפי מגדר מראה כי חום היה הצבע הדומיננטי ביותר שהוצג בטלוויזיה לילדים, אך בשיעור ניכר יותר בקרב דמויות גבריות (גבריות 42.3%, נשיות 30.8%), אחריו הופיעו בעלי שיער שחור (גבריות 26.5%, נשיות 23%). שיעור הדמויות הבלונדיניות הנשיות היה גבוה יותר מפי 3.5 לעומת דמויות גבריות (גבריות 6.8%, נשיות 24%), והוצגו פי 2 יותר דמויות נשיות ג'ינגיות (אדומות שיער) מאשר דמויות גבריות (גבריות 6.8%, נשיות 13.9%). מעט הקירחים שהוצגו היו כמעט תמיד דמויות גבריות (גבריות 5.8%, נשיות 0.4%), ובעלי שיער אפור או לבן הוצגו פי 3 אצל דמויות גבריות (גבריות 6.6%, נשיות 2.2%). בהשוואה לעשור הקודם חלה ירידה של 9% בשיעור הדמויות הגבריות בעלות שיער שחור (2007 – 35.6%), ולעומת זאת, עלייה בשיעור הדמויות הגבריות בעלות שיער חום (2007 – 25.9%).

התבוננות בייצוג של גיל לפי מגדר מראה כי מעט מאוד קשישים הוצגו בטלוויזיה לילדים (2.4% בקרב דמויות נשיות וגבריות כאחד). בקרב דמויות המבוגרים הוצגו יותר גברים מאשר נשים (גברים 32.2%, נשים 23.5%), ואילו בקרב בני הנוער נראו על המסך יותר נערות מאשר נערים (נערים 43.8%, נערות 55.1%). בקרב הילדים בגילי הגן וביה"ס היסודי הוצגו מעט יותר בנים מאשר בנות (בנים 21.2%, בנות 18.6%). פעוטות ותינוקות כמעט לא הוצגו, והמעט שהוצגו היו תינוקות בנים. בהשוואה בין-לאומית כללית של גיל הדמויות (שלא לפי מגדר מסוים), ישראל נמצאת במקום הראשון בייצוג דמויות של נוער (ישראל – 47.9%, ממוצע בין-לאומי – 35.6%). הייצוג הגבוה של נוער בלט גם בהשוואה בממד הזמן, כאשר בהשוואה למחקר הקודם בישראל חלה עלייה של כ-6% בשיעור דמויות נוער (מ-41.6% ב-2007 ל-47.9% ב-2017), על חשבון ירידה בשיעור הילדים והילדות בגיל ביה"ס היסודי שנראו על המסך (מ-26.8% ב-2007 ל-20.2% ב-2017).

בחינת מראה חיצוני, הכרוכה בהערכת הרזון/עודף המשקל של ייצוגי הדמויות היא סובייקטיבית ולכן קשה לניתוח והערכה מדויקים. למרות הניסיון שלנו לבסס טווח של 5 קטגוריות משקל: משקל כבד מאוד, משקל כבד, משקל ממוצע, משקל רזה ומשקל רזה

מאוד, עלה קושי בעיקר בהבחנה בין משקל ממוצע של דמויות מצוירות ואנושיות לעומת שני המשקלים הקרובים לממוצע (כבד או רזה). לפיכך יש לראות בתוצאות להלן התרשמות בלבד ולא הערכה מוחלטת, ותשומת הלב תינתן בעיקר לתחומי הקצה המשקלי. שיעור ניכר מהדמויות האנושיות שהוצגו בטלוויזיה לילדים היו רזות או רזות מאוד (41.4%), ורק דמויות מעטות היו בעלות משקל כבד או כבד מאוד (6%). ביחס המגדרי בקרב הדמויות הרזות, דמויות נשיות היו בשיעור ניכר יותר בקרב הדמויות הרזות והרזות מאוד (55.9% דמויות נשיות-33.1% דמויות גבריות), ואילו הדמויות הגבריות היו רבות יותר בקרב המשקלים הכבדים (2.5% דמויות נשיות ו-8% דמויות גבריות).

במחקר הנוכחי נבחנו שתי סוגיות אישיות וחברתיות נוספות: ייצוג של מוגבלויות ושל מצב חברתי-כלכלי. ביחס לייצוג מוגבלויות, נמצא כי 99% מן הדמויות היו ללא מגבלה פיזית או מחלה. רק 10 דמויות מתוך 1,421 דמויות הוצגו כבעלות מגבלה ברורה (4 דמויות גבריות ו-6 דמויות נשיות). ביחס למצב חברתי-כלכלי, רוב מוחלט של הדמויות היו ממעמד הביניים (74.4%). רובן של הדמויות הנותרות אופיינו כמגיעות ממעמד בינוני-גבוה, שסומנו כמתגוררות בבית מרווח ומרוהט היטב, עם בעלות על מוצרי צריכה שונים, וחיים ללא סימנים לחסך חומרי או מגבלות כלכליות (23.1%). גם הקצוות החברתיים לא זכו לייצוג, כאשר רק 2% מן הדמויות זוהו כמגיעות מהמעמד הכלכלי-חברתי הגבוה ורק 0.5% זוהו כמי שמגיעות ממעמד חברתי וכלכלי נמוך. לא נמצאו הבדלים מגדריים משמעותיים בשאלת המצב החברתי-כלכלי של הדמויות. בשתי סוגיות אלו – ייצוג המוגבלויות והמעמד החברתי-כלכלי – לא ניכר שינוי לעומת העשור הקודם, והן גם משקפות את הממצאים מהמחקר הבין-לאומי. בארה"ב לדוגמה, רק 2% מהדמויות קודדו כשייכות למעמד חברתי-כלכלי נמוך, וגם שם הייצוג של מוגבלויות ומחלות כרוניות היה פחות מ-1%.

מן הנתונים של מיפוי הדמויות האנושיות עולה כי קיים חוסר איזון בייצוג דמויות גבריות ונשיות של מבוגרים (יותר גברים מנשים), וחוסר איזון בייצוג של נוער (יותר נערות מנערים). ממצא זה תואם את התפיסה הפטריארכלית ההגמונית שנשים בוגרות מאבדות את ערכן החברתי (שפן הן כבר לא פוריות וגם לא נתפסות כמושכות כפי שהיו בצעירותן), בעוד גברים מבוגרים מחזקים את מעמדם, הנמדד בעיקר סביב צבירת הון חברתי וכלכלי המושג עם חלוף השנים. במקביל, נערות אשר נתפסות במיוחד כאטרקטיביות זוכות לתשומת לב

מרובה יותר מנערים. אם נוסיף לכך את צבע השיער, נוכל לזהות כי היוצרים של הטלוויזיה לילדים הציבו על המסך הרבה יותר נערות בלונדיניות מאשר ילדים צעירים בעלי שיער בלונדי (והרבה פחות נשים בעלות שיער אפור). גם ממצאים אלה תואמים את הסטריאוטיפים המגדריים המוכרים שעל פיהם צבע שיער בלונדיני אצל נשים (המזוהה עם מוצא אירופי ומעמד עליון) הוא בעל הילה של יופי ואילו צבע שיער אפור אצל נשים, המעיד על הזדקנות, מהווה איום על מהות הנשיות, הנמדדת באופן משמעותי על בסיס הופעה (Barak-Brandes & Kama, 2018). גם השכיחות הגבוהה יותר של שיער אדום אצל בנות מחזקת ממצאים ידועים – ההבנייה התרבותית של בנות "ג'ינג'יות" מייחסת להן תכונות של מרדנות ושבירת כללים חברתיים, ובכך תוחמת את הדמות הנשית העצמאית והאסרטיבית כמוגבלת לצבע שיער אחד מרכזי (Lemish, Floegel, & Lentz, 2018).

על המסך נראו מעט מאוד דמויות בעלות משקל-יתר, וזאת למרות נתונים על עלייה בתופעת השמנת היתר בקרב מבוגרים וילדים בישראל (אליזרע, 2018), וכמעט אף דמות בעלת מוגבלויות או מחלה כרונית. יחד עם זאת, כצפוי, דמויות נשיות נטו לרזון באופן משמעותי יותר מדמויות גבריות, ואילו עודף משקל הוצג יותר אצל דמויות גבריות. אידיאל היופי החברתי המעמיד בפני בנות ונשים אתגר של רזון בלתי-אפשרי, בין השאר באמצעות דימויים טלוויזיוניים, נמצא כרוך בעלייה בתדירות הפרעות אכילה ובדימוי עצמי נמוך בקרב נערות (Dill-Shackleford et al., 2017).

ביטוי נוסף לפער שבין המציאות לבין דימוייה בטלוויזיה לילדים מתייחס לייצוגי מעמד חברתי-כלכלי. למרות נתונים המראים שקרוב ל-30% מהילדים בישראל – שהם יותר מ-800,000 ילדים – חיים בעוני (אנדבלד, גוטליב, הלר ובראדי, 2018), הרי שרק 0.5% מן הדמויות בטלוויזיה לילדים היו עניות. לטענתנו יש חשיבות בהצגת מגוון דמויות עשיר, בעיצוב מודלים של קבלת השונה והאחר לא כקורבן או כנטול יכולות, אלא דווקא כדמות מורכבת שחווה עולם ומלואו של פעילויות, רגשות וקשרים אנושיים בדומה לילדים מבתים מבוססים כלכלית, בריאים ומקבוצות חברתיות דומיננטיות. מהמיפוי במחקר הנוכחי עולה כי תמונה מגוונת שכזו עדיין לא קיימת מספיק בשידורי הטלוויזיה לילדים בישראל.

## מיפוי הייצוג המגדרי מאחורי הקלעים<sup>14</sup>

ניתוח מגדרי של צוותי היצירה, התסריט, ההפקה והבימוי העומדים מאחורי הפקת התוכניות נועד להוסיף ממד חדש למיפוי המגדרי של שדה הטלוויזיה לילדים. אנשי ונשות תעשיית הטלוויזיה הם היוצרים את הדימויים התרבותיים המופיעים על המסך, ולכן לזהותם המגדרית והאתנית יש חשיבות בהבנת המבנים המייצרים אותם (Lemish, 2010). אין הכוונה לטעון כי רק נשים יכולות להביא לייצוג שוויוני בתכני התוכניות, אבל עם זאת ברור כי מגוון קולות ורקעים בקרב היוצרים עשוי להיות מתאים יותר לסביבת המדיה הנוכחית, שבה יש צורך בהצגת תכנים לקהל מגוון ולאור אידיאל החברה השוויונית. זיהוי היוצרים במחקר זה נעשה על פי רשימת הקרדיטים שהופיעה בסיום התוכנית, תוך הצלבה עם מספר מאגרי מידע מקוונים של תעשיית הטלוויזיה, כמו למשל IMDb.<sup>15</sup>

הבימוי של תוכניות טלוויזיה כרוך בעיצוב ובקבלת החלטות ביחס לצדדים החזותיים של תוכניות הטלוויזיה. בראש צוותי הבימוי של 633 התוכניות הבדיוניות ששודרו לילדים במדגם הנוכחי עמדו באופן מובהק גברים. 68.4% מן התוכניות בווימו על ידי גבר יחיד ועוד 17.5% בווימו על ידי צוות של גברים בלבד (ביחד מדובר בכ-86%, שהן 541 תוכניות). צוותים הכוללים גברים ונשים, כלומר לפחות אישה אחת בצוות, היוו 8.9% (56 תוכניות), ובמאות נשים יחידות ביימו רק 4.3% (27 תוכניות). בניגוד לצוותים של במאים גברים, לא היה אפילו צוות אחד המורכב מנשים בלבד, ועוד כ-1% לא זוהו. השוואה בין-לאומית מראה שהתמונה בכל העולם דומה: רוב מוחלט לבמאים גברים יחידים והיעדר כמעט מוחלט של צוותי בימוי של נשים בלבד (השיעור הגבוה ביותר של צוותים נשיים נמצא במחקר בארה"ב, וגם שם עמד על 1.4% בלבד).

קטגוריית יוצר/ת התוכנית היא חדשה יחסית בתוכן טלוויזיוני. תפקיד זה מכונה בשפה המקצועית showrunner (Mittell, 2015), והוא מתייחס למי שהגה את הסדרה באופן מקורי; על פי רוב הכוונה היא לבעל הסמכות העליונה על הפן היצירתי וההפקתי של התוכנית, כמו גם על המבנה הסדרתי של עלילת הפרקים. בקרב מי שהוגדרו כיוצרי/ות

<sup>14</sup> סוגיית היוצרים של התכנים לילדים לא נבחנה במחקר הקודם בשנת 2007.

<sup>15</sup> IMDb הוא אתר בבעלות "אמזון" המכיל מידע על תעשיית הטלוויזיה, הקולנוע והבידור. אודות האתר: [https://www.imdb.com/pressroom/?ref\\_=ft\\_pr](https://www.imdb.com/pressroom/?ref_=ft_pr)

התוכניות, גברים יוצרים (יחידים או בצוות גברי בלבד) מנו ביחד 60.4% (381 תוכניות), בעוד נשים יוצרות (יחידות או בצוות נשי בלבד) נמצאו ב-10.1% מן התוכניות (64 תוכניות). צוותים הכוללים גברים ונשים יחדיו היוו 16.4% (103 תוכניות). ב-13.1% מן התוכניות לא הוגדרו יוצרים או שלא ניתן היה לזהות אותם בנפרד. כמו בסוגיית הבימוי, גם קטגוריית יוצרי התוכניות עמדה בסימן של דומיננטיות גברית, בישראל כמו גם במדגם הבין-לאומי. דווקא בצוותים משותפים של יוצרים ויוצרות ניצבת ישראל בראש טבלת ההשוואה הגלובלית (16.4% מכלל התוכניות בישראל לעומת 10.6% בממוצע הבין-לאומי). תסריטאים ותסריטאיות הם מי שכותבים את פרקי הסדרות, החל מהפעולות של הדמויות וכלה במילים שהן אומרות. עשייה אודיו-ויזואלית כרוכה תמיד בעבודה של צוות עובדים גדול מאוד, אך כיום מקובלת הנטייה לראות בתסריטאות את המקום המרכזי שבו נוצרת למעשה היצירה הטלוויזיונית (Mittell, 2015). תסריטים רבים נכתבים במשותף על ידי מספר תסריטאים, במה שזכה לכינוי "writers' room", כפי שעולה גם מן המחקר הנוכחי: צוותים הכוללים גברים ונשים היו 54.1% (341 תוכניות), צוותים של גברים בלבד מנו 22.4% (141 תוכניות), ואילו צוותים של נשים בלבד היו רק 0.3% (2 תוכניות). גברים תסריטאים שכתבו תוכניות לבדם מנו 17% (107 תוכניות), ונשים תסריטאיות שכתבו תוכניות לבדן היו 4.9% (31 תוכניות), ועוד 1.3% לא זוהו בוודאות. גם כאן תפסה ישראל את המקום הראשון בשיעור הצוותים בהם פעלו נשים וגברים ביחד, כמעט פי שניים מעל הממוצע הבין-לאומי (ישראל - 54.1% לעומת 28.4% בממוצע הבין-לאומי), ומצד שני דורגה במקום האחרון, נמוך ביותר מפי שניים מן הממוצע הבין-לאומי בקרב כותבים יחידים, גברים ונשים כאחד. מרכיב ההפקה נחלק לכמה תחומי אחריות, ובהם דאגה כלכלית להפקת התוכניות לצד דאגה להפעלת הצוותים השונים וכן להיבטים יצירתיים. נשים מיוצגות בתפקידי הפקה באופן ניכר יותר מאשר בשאר המרכיבים שהוצגו עד כה. רוב נמצא בקרב צוותי ההפקה המשותפים, שכללו לפחות אישה אחת, עם 37.9% (239 תוכניות), מפיקה בודדת נמצאה ב-16.5% (104 תוכניות) ואילו צוות הפקה של נשים בלבד היה עדיין נדיר יחסית עם 3.8% (24 תוכניות). מפיקים גברים יחידים היו ב-23.3% מהתוכניות (147 במספר) ואילו צוות של גברים בלבד ייצג 15.1% (95 תוכניות). 3.4% מן המפיקים לא ניתן היה לזהות. בהשוואה בין-לאומית ישראל נמצאת מעל הממוצע, ובמקום השני אחרי בריטניה בשיעור מפיקות יחידות (ישראל - 16.5%, ממוצע בין-לאומי - 11.9%), ובמקום הראשון בצוותים עם מפיקות נשים בלבד

(ישראל – 3.8%, ממוצע בין-לאומי – 1.7%). בצוותים של מפיקים ומפיקות, גברים ונשים יחד, ארה"ב מובילה בפער ניכר (64.3%), כאשר ישראל נמצאת רק מעט מתחת לממוצע (ישראל – 37.9%, ממוצע בין-לאומי – 40.9%).

לסיכום המיפוי של מאחורי הקלעים של יצירה, כתיבה, הפקה ובימוי של תוכניות טלוויזיה לילדים, ניתן לזהות מספר מאפיינים: בימוי הוא עדיין באופן מובהק מקצוע בעל שיעור גבוה של גברים, ולעומתו הפקה, שהוא מקצוע הכרוך יותר בארגון ובתיאום, הוא מקצוע שבו יש לנשים חלק מרכזי יותר. שיעור הנשים המוגדרות כיוצרות התוכנית גבוה משיעור הבמאיות, ובכל זאת מדובר בשיעור נמוך בקרב מי שמפתחים את עיקרי התוכן, הדמויות והעלילות של הסדרות לילדים ולילדות. בקרב צוותי כתיבת התסריטים והפקה, זוהה שיעור גבוה יותר של צוותים משותפים של נשים וגברים, ייתכן בשל הניידות הגבוהה בשוק העבודה הקטן של הטלוויזיה לילדים בישראל. יחד עם זאת, עדיין נמצא שיעור ניכר של צוותים שהורכבו מגברים בלבד, לעומת מיעוט צוותים של נשים בלבד. אמנם לא כל צוותי ההפקה הם ישראלים (שכן כאמור, שני שלישי מן התוכניות הופקו בחו"ל), אך עדיין הממצאים מצביעים על כך שבדומה לתוכן של הסדרות שילדים ישראלים צופים בהן, גם ביצירת התוכניות עדיין נעדרים נקודות המבט והקולות המגוונים שמייצגות נשים.<sup>16</sup>

## דיון ומסקנות

עשר שנים חלפו מאז המיפוי החלוצי של ייצוגי מגדר בטלוויזיה לילדים בישראל ועד המחקר הנוכחי; עשר שנים שבהן זכו נושאי שוויון מגדרי לתהודה ציבורית ואקדמית רבה, והייתה תקווה כי תמונת העולם החברתית השמרנית, זו שהציבה את הדמויות הגבריות במרכז ואת הדמויות הנשיות בשוליים, תהפוך בקרוב לנחלת העבר. אולם, כפי שהראה המחקר המקיף הנוכחי, המציאות המגדרית המשודרת מעל מסכי הטלוויזיה לילדים בישראל (וגם ברחבי העולם) לא השתפרה באופן משמעותי. בישראל היא אפילו נסוגה אחורנית, כאשר הממצא המרכזי, ייצוג של דמויות נשיות, ירד בעשור החולף בכ-6% ועומד כיום על 31.2% בלבד (כלומר, פחות משליש מן הדמויות). על סמך ירידה זו, ביחד עם העלייה

---

<sup>16</sup> המחקר הנוכחי מתמקד במגדר, אבל לצורך בחינת מגוון, ראוי לבחון במחקר המשך גם ייצוג של מגוון אתני, דתי ואחר בקרב היוצרים.

הדרמטית של יותר מ-25% בכמות התוכניות הבדיוניות, לכדי 95% מכלל התוכניות (על חשבון תוכניות לא-בדיוניות ופורמטים מעורבים); הירידה במספר הדמויות האנושיות בכלל (ומנגד העלייה במספר המפלצות ויצורים מיתיים); וההתעלמות המוחלטת ממשפחות במצב חברתי-כלכלי נמוך, ילדים עם השמנת ייתר או עם מוגבלויות, ניתן לקבוע כי תמונת העולם המוצגת על מסך הטלוויזיה לילדים הולכת ומתרחקת מן המציאות של חיי היומיום של ילדים וילדות ישראלים.

בעשור שבו קונפליקטים לאומיים, חברתיים, דתיים וביחס לזהות מינית החרפו בישראל ובעולם, בחרו מנהלי הטלוויזיה לילדים בישראל, ובמיוחד אלו מן הערוצים הפרטיים (בהם תוכן בדיוני עומד על 98.6%) לשדר יותר סיפורי עלילה בדיוניים על מפלצות על פני תמונה מציאותית של החיים היומיומיים. אמנם בעשור זה חלה עלייה יפה בהפקה של תוכן בהפקה מקומית (עלייה של 8.3% לכדי 21.4% מכלל ההפקות), אך רובן היו קומדיות מצבים משעשעות ודרמות יומיות (גוז'נסקי, 2019), אשר עליהן טען אחד היוצרים כי הן שטחיות ברמה העלילתית וברמה הרגשית גם יחד (Gozansky, 2018). כאשר מוסיפים לכך ש-51% מן האוכלוסיה שהן נשים זוכות ל-31.2% ייצוג על המסך, ושיעור המשפחות העניות, שנע בישראל סביב 19% (אנדבלד ואחרים, 2018), מקבל ייצוג של 0.5% בלבד על המסך, הרי שהמסקנה המתבקשת היא שגם בהפקות המקור שלה, הטלוויזיה לילדים בישראל בורחת למחוזות האסקפיזם השמרני: סיפורי עלילות בדיוניות אודות גיבורים (שהם בעיקר נוער) המנצחים את "הרעים".

בהיותו של מחקר זה ניתוח תוכן כמותי, אין לנו אלא לנסות ולשער ביחס לסיבות האפשריות של התמונה העולה ממנו. הבחירה של רוב התוכניות להציג דמויות גבריות כמי שמובילות את העלילה וכשובבים בעלי עור ושיער כהים יותר, ואילו את הבנות כבלונדיניות ורזות יותר, כפותרות בעיות בעזרת דיבור וקסם ולא בעזרת ידע מדעי ומתמטי, היא בחירה להציג תמונת עולם חברתית שמרנית. תמונת ראי מסוימת של עולם זה התגלתה כאשר הפנינו את הזרקור לעבר אחורי הקלעים של התוכניות. העובדה כי רוב הבמאים והיוצרים הם גברים אינה יכולה להיתפס כמקריית לחלוטין. אין זה אומר כמובן שיוצר שהוא גבר מסוים הוא פחות שוויוני בהשקפתיו מיוצרת אישה, אבל תמונת המאקרו מצביעה על העובדה שההביטוס של היצירה הטלוויזיונית לילדים, במונחים של הסוציולוג פייר בורדייה (2005), הוא הביטוס ששולטת בו תמונת עולם שמרנית גברית. גם אם נמצא שיעור גבוה יותר של



תסריטאיות, הרי שההרגל ליצור דמויות של בעלי חיים או רובוטים שהם "גבריים", למרות שבאותה מידה הם יכלו להיות דמויות נשיות, מעיד על צורת החשיבה "השקופה" לכאורה של העשייה לילדים. הביטוס זה מתבסס על מספר הנחות יסוד שלא השתנו למרות שלא בוססו מחקרית מעולם, כמו שבנות יצפו בתכנים של בנים ובתוכניות שהדמויות המובילות שבהן הן גבריות, אך לא להיפך (Lemish, 2010); שילדים צעירים יצפו בתכנים של בוגרים יותר; או שילדים מעדיפים דמויות וסיפורים מופְּרֵים (Alexander & Owers, 2007). מעניין לציין כי הממצאים שלנו, כי התפקידים הראשיים בתעשיית הטלוויזיה לילדים נשלטים בעיקר על ידי גברים, סותרים את התפיסה המקובלת כי הטלוויזיה לילדים מאויישת דווקא יותר על ידי נשים (Lemish, 2010), בשל הסטטוס הנמוך של תחום זה לעומת תוכניות בשעות צפיית שיא, חדשות ואקטואליה בערוצים כלליים. כמו כן, טלוויזיה לילדים – כמו כל תחום העוסק בילדים, כדוגמת חינוך ורפואת ילדים – נתפסת כטריטוריה נשית בעקרה: הרחבה של התפקידים המסורתיים של נשים במרחב הפרטי אל עבר העולם התעסוקתי. מעניין אם כך כי למרות דימוי זה, אפילו התפקידים המרכזיים בטלוויזיה לילדים עדיין מאויישים ברובם על ידי גברים.

הסבר אפשרי נוסף קשור לתפיסת הילד והילדה כצרכנים, אשר הפכה בעשור האחרון לדומיננטית עוד יותר. התפיסה המבנה את הילדות מצד אחד כעידן של תמימות, אך מצד שני את הילדים והילדות עצמם כיצורים אנושיים הבוחרים באופן עצמאי את התכנים שהם צורכים, מתעלמת מן ההשפעה שיש למדיה המתווכים עצמם (Buckingham, 2011). בעידן של שינוי דרמטי בשדה המדיה לילדים מצאה עצמה הטלוויזיה לילדים מתחרה יותר ויותר עם סרטוני YouTube קצרים, ועם יוצרים עצמאיים כמו יוטיוברים וגיימרים. נוצרה התחושה כי כדי לשרוד חייבת הטלוויזיה לילדים לתפוס את הילדים הצופים כ"אזרחים צרכנים", תפיסה אשר לפי בנט-וויסר (Banet-Weiser, 2007) מבנה את הזהות של הילד כאזרח שווה-זכויות בתוך הספירה של הצריכה. בפועל, ערוצי הטלוויזיה לילדים הגדילו את כמות הפקות המקור היקרות ובמקביל, כל אחת מההפקות הפכה למותג בפני עצמו שכן כל סדרה בדיונית מורחבת לעולמות תוכן דיגיטליים נוספים, החל באתרי בית, דרך ערוצים ביוטיוב, פעילות ברשתות החברתיות השונות וכלה באפליקציות משחק שונות (Gozansky & Jonas Aharoni, forthcoming). באופן זה, דימויי המגדר המופיעים בתכנים הטלוויזיוניים משוחזרים בכל הזירות התקשורתיות האחרות ומקבלים משנה תוקף כחלק

מסביבה תקשורתית צפופה ומקיפה שלא ניתן לחמוק ממנה. הביקורת על דימויים אלה הינה לפיכך רלוונטית לכלל תרבות הילדים הפופולרית.

## סיכום

תמונת המאקרו הכללית אינה מורידה כמובן מערכם של תכנים ספציפיים מקוריים ומעשירים, שגם הם נוצרים בטלוויזיה לילדים בישראל בעידן הנוכחי, גם אם במספרים נמוכים יותר (גוז'נסקי, בדפוס), ומסמנים שיש עדיין אפשרות להציג תמונת עולם אחרת, כזו אשר נוגעת בחיי היומיום והדילמות הממשיות של ילדים וילדות ישראלים ומציגה תמונת עולם מגדרית וחברתית שוויונית יותר.

הביטוי הידוע "If you can't see it you can't be it" רלוונטי במיוחד למסקנות מחקר זה. הטלוויזיה, כידוע, איננה רק כלי בידורי – היא מהווה את אחד מסוכני הסוציאליזציה המרכזיים בחייהם של ילדים. היא מספקת דמויות לחיקוי ולהערכה, מגדירה ערכים הנתפסים כראויים בחברה, מאפשרת לילדים הצצה לעולם המבוגרים שמחוץ להישג ידם – כולל עולם מקצועי ומשפחתי הפורש בפניהם את הצפוי להם בעתיד. על יוצריה מוטלת אחריות כבדה לתמונת העולם שהם מציגים בפני הילדים. שאלת הקשר האפשרי בין זהות יוצרי התכנים לבין התכנים התקשורתיים שהם מייצרים מחייבת התבוננות ביקורתית על פניה של תעשיית הטלוויזיה לילדים בישראל – כמו בעולם. שינויים בהרכב התעסוקתי בתעשייה, אשר יביאו לגיוון בניסיון החברתי והאישי שהיוצרים מביאים עמם, יוכלו להעשיר את המסך בהצגת עולם חברתי שוויוני ומגוון יותר, לטובת הילדים הצופים והחברה בכללותה.

## מקורות

- אבירם, מ' (2010). *המדריך הגדול לכתיבת תסריטים לילדים*. רמת גן: רימונים.
- אליזרע, ר' (16 במאי, 2018). לראשונה בישראל: השמנה הוכרזה כמחלה. *Ynet*. נדלה מתוך <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5262087,00.html>
- אנדבלד, מ', גוטליב, ד', הלר, א' וכראדי ל' (2018). *ממדי העוני והפערים החברתיים – דוח שנתי, 2017*. נדלה מאתר המוסד לביטוח לאומי, מנהל המחקר והתכנון: [https://www.btl.gov.il/Publications/oni\\_report/Pages/oni2017.aspx](https://www.btl.gov.il/Publications/oni_report/Pages/oni2017.aspx)
- בורדייה, פ' (2005). *שאלות בסוציולוגיה*. תל אביב: הוצאת רסלינג.
- גוז'נסקי, י' (2019). *מדודלי לדיגיטלי: 50 שנות טלוויזיה לילדים בישראל*. רעננה: הוצאת הספרים של האוניברסיטה הפתוחה.
- גוז'נסקי, י' (בדפוס). "המתבגרים" בערוץ הילדים: התמודדות עם טאבו על דיון במיניות בטלוויזיה לילדים בישראל. *מסגרות מדיה*, 18.
- המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין (2016). מיקוד אסדרת רגולציית השידורים לגיל הרך, לילדים ולנוער של הגופים המפוקחים על ידי המועצה לשידורי כבלים ולוויין (החלטה מס' 1-5/2016). נדלה מאתר משרד התקשורת: [https://www.gov.il/BlobFolder/policy/27012018\\_21/he/television%20decision%2017\\_3\\_2016.pdf](https://www.gov.il/BlobFolder/policy/27012018_21/he/television%20decision%2017_3_2016.pdf)
- למיש, ד' (2011). "הבנים על הבנות": מיפוי מגדר ומשפחה של תוכניות טלוויזיה לילדים בישראל. *מסגרות מדיה*, 6, 61-88.

Alexander, A., & Owers, J. (2007). The economics of children's television. In J. A. Bryant (Ed.), *The children's television community* (pp. 57–74). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Banet-Weiser, S. (2007). *Kids rule! Nickelodeon and consumer citizenship*. Durham and London: Duke University Press.

Barak-Brandes, S. & Kama, A. (Eds.) (2018). *Feminist interrogations of women's head hair: A crown of glory and shame*. New York: Routledge.

- Buckingham, D. (2011). *The material child: Growing up in consumer culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Davis, G., & Dickinson, K. (2004). Introduction. In G. Davis & K. Dickinson (Eds.), *Teen TV: Genre, consumption & identity* (pp. 1–13). London: BFI.
- Dill-Shackleford, K. E., Ramasubramanian, S., Behm-Morawitz, E., Scharrer, E., Burgess, M. C. R., & Lemish, D. (2017). Social group stories in the media and child development. *Pediatrics*, 140(2), S157-S161.
- Götz, M., Hofmann, O., Mendel, C., Lemish, D., Scherr, S., Gozansky, Y., Huang, K., Prommer, E., Russo-Johnson, C., Sanabria, E., & Whitaker L. (2018). Whose story is being told? Results of an analysis of children's TV in 8 countries. *Television*, 31(E), 61-65.
- Götz, M. & Lemish, D. (Eds.) (2012). *Sexy girls, heroes and funny losers: Gender representations in children's TV around the world*. New York, NY: Peter Lang.
- Gozansky, Y. (2017). From pupils to consumers: The transformation of the concept of childhood in Israeli children's television. *Journal of Children and Media*, 11(1), 36-52.
- Gozansky, Y. (2018). Fifty years of drama on Israeli children's television: From teaching to competing. *Israel Studies Review*, 33(2), 123–147.
- Gozansky, Y., & Jonas Aharoni, G. (forthcoming). Transmedia storytelling on Israeli children's drama. In M. Talmon & Y. Levy (Eds.), *Israeli Television: Global contexts, local visions*. Abingdon, UK: Routledge.
- Jenkins, H. (2010). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus, continuum. *Journal of Media & Cultural Studies*, 24(6), 943–958.
- Lemish, D. (2010). *Screening gender on children's television: The views of producers around the world*. New York: Routledge.
- Lemish, D. (2015). *Children and media: A global perspective*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Lemish, D., Floegel, D., & Lentz, M., (2018). Fiery gingers: Red-headed girls in children's popular culture. In S. Barak-Brandes & A. Kama (Eds.), *Feminist interrogations of women's head hair: A crown of glory and shame* (pp. 23-38). New York: Routledge.

Lemish, D. & Russo Johnson, C. (2019). The landscape of children's TV in the US and Canada. White paper available at:

<https://static1.squarespace.com/static/5c0da585da02bc56793a0b31/t/5cb8ce1b15fcc0e19f3e16b9/1555615269351/The+Landscape+of+Children%27s+TV.pdf>

Mittell, J. (2015). Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling. New York: New York University Press.

Ofcom. (2019). Children and parents: Media use and attitudes report 2018. London: Ofcom.

Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586–606.