

ייצוג בתקשורת של הקשר שבין ארגוני מגזר שלישי לבין בתי הספר

בעיתונות יומית בבריטניה ובישראל

חן טוקר, אוניברסיטת תל אביב, Tuckerkhen@gmail.com

ד"ר מירי ימיני, אוניברסיטת תל אביב, Miriye@post.tau.ac.il

ד"ר ערן תמיר, אוניברסיטת תל אביב, Etamir88@brandeis.edu

רקע: המעורבות של ארגוני המגזר השלישי במערכת החינוך הציבורית היא תופעה גלובלית, אשר הולכת ומתגברת (Ball, 2007; Rose, 2010). המעורבות מתבטאת בצורות שונות במדינות שונות- בין היתר על ידי הפעלת תכניות שונות בבתי הספר בישראל (Yemini & Sagie, 2015), ועל ידי בעלות על בתי ספר בצורת אקדמיות (Chitty, 2014) בבריטניה. התופעה מסמנת את ההתרחבות של המדיניות הניאו-ליברלית במערכת החינוך (Silova, 2008). תקשורת ההמונים מהווה זירה משמעותית שבה מתנהל, ולעיתים גם מוכרע, המאבק על מדיניות החינוך (Tamir & Davidson, 2011; Blackmore & Thorpe, 2003, 2011; Baroutsis, 2016). עד כה, המחקר הבוחן את הסיקור התקשורתי של ארגוני המגזר השלישי הוא מועט (בעיקר Hale, 2007), ולא הוצעו מחקרים וניתוח עיתונאי שיטתי השוואתי של מעורבות ארגוני המגזר השלישי במערכות החינוך.

מטרות: מטרת המחקר הייתה למלא את הפער הקיים, על ידי מיפוי, אפיון ושיקוף של השיח התקשורתי והסיקור של יחסי הגומלין בין בתי הספר לארגוני המגזר השלישי בבריטניה ובישראל. **שיטה:** במסגרת המחקר נותחו כ-153 כתבות מארבעה עיתונים יומיים בישראל ובבריטניה, אשר פונים לקהלים שונים - אליטיסטי ועממי. במחקר נעשה שימוש בשתי מתודולוגיות משלימות לניתוח: ניתוח שיח ביקורתי (CDA) ותיאוריית המסגור.

ממצאים: מניתוח ודיון בממצאי המחקר עולה כי קיימים פערים ניכרים בסיקור התקשורתי של יחסי הגומלין בין בתי הספר לארגוני המגזר השלישי בין עיתונים אליטיסטיים לבין עיתונים פופולריים בהקשר של מערכות החינוך הישראלית והבריטית. הפערים בין העיתונים השונים ניכרים בפרספקטיבה, בגישה, ובעמדה אשר ננקטה כלפי הקשר בין העמותות לבין בתי הספר. העיתונים הפופולריים לרוב נטלו עמדה התומכת בהשתתפותם של ארגוני המגזר השלישי בתחום, והציעו ביקורת מוגבלת, אם בכלל. לעומתם, העיתונים האליטיסטיים לקחו על עצמם תפקיד ביקורתי, באמצעות תחקירים ומתן שפע מידע המאפשר לקורא לגבש דעה עצמאית בנושא.

תרומות ומחקרי המשך: אופן הכתיבה והמסגור של כתבות יכולים להשפיע על הקורא ועל עמדתו, ואף על רמת ההשתתפות הדמוקרטית של הקורא ולהניעו לפעולה (McLeod, Scheufele & Moy, 1999), ומכאן חשיבותו של המחקר. נדרשת המשך בחינה של הנושא גם במדינות אחרות והקשרים אחרים, כגון בהקשר של חברות וארגונים למטרות רווח.