

ספר לספרים

עיתונות הנשים הפופולרית כמקור למחקרים היסטוריים

שרון גבע, האשה מה אומרת? נשים בישראל בשנות המדינה הראשונות, ירושלים: הוצאת מאגנס, 2021, 293 עמ'.

הספר "חותר להאיר את מקומן של נשים ולהשמיע את קולותיהן" (עמ' 13), ומבקש לשרטט תמונה מפורטת של ההיסטוריה של נשים בישראל בשנות המדינה הראשונות. גבע עוסקת בחיי היום-יום של נשים, פועלן, דעותיהן ורגשותיהן: "מה נשמע ואיך המרגש, איך הולך בבית ומה חדש בעבודה, איך את מסתדרת ומה את אומרת?" (עמ' ז). הספר מדגים באופן משכנע את טענתו של המחקר הפמיניסטי המקומי כי שנות החמישים היו שנים של "שפל פמיניסטי בתולדות מדינת ישראל" (עמ' 268). פרויקט בניין האומה עמד בראש סדר היום של המדינה הצעירה ודחק את סוגיית אי השוויון המגדרי בחברה. נשים בישראל הפנימו את אתוס הממלכתיות, את מערכת הערכים ההגמונית שקראה לפרט להתגייס למשימות הלאום ואת התביעה מנשים להתמקד בהקמת משפחה ובניהול משק בית כמשימה לאומית. הטענה המרכזית של גבע היא שהנשים עצמן השתתפו בשעתוק תפיסה דכאנית זו והיו "גורם רב עוצמה שפעל באינטנסיביות להחלשת נשים בישראל", שכן הן "השתתפו באופן גלוי ופעיל בדיכוי ציבור הנשים בכלל" (עמ' 14). טענה זו נפרשת בשלושה ממדים מרכזיים בחייהן של נשים: האישה כאזרחית המדינה, כאם המשפחה, וכעובדת בבית ומחוץ לבית.

הספר מאופיין בלקטנות של אייטמים עיתונאיים, פיסות מידע ואנקדוטות, שיחדיו קלועים ברהיטות ובלשון סיפורית ויוצרים תיאור מעובה ומוחשי של רוח התקופה. לאורך הספר זורעת המחברת עובדות שלא זכו עד כה לבולטות, דוגמת התאבדותה של רבקה גובר "אם הבנים" בזקנתה (עמ' 118), ואנקדוטות עלומות, דוגמת הזכייה של אליס שלוי שלימים הייתה מייסדת הארגון הפמיניסטי הליברלי בישראל, שדולת הנשים, בתחרות עקרת הבית הישראלית בשנת 1958 (עמ' 209-210). התוצאה היא ספר שופע, מרתק וקריא גם לקהל שאינו מומחה.

הספר מצטרף למפעל המתמשך והחשוב שגבע מקדמת מזה שנים – להנכיח נשים בארץ בהיסטוריה באמצעות מחקר אקדמי, אבל גם באמצעות הוראה. היא רותמת למאמץ את דור ההמשך – סטודנטיות וסטודנטים – באמצעות העלאת ערכים על נשים ישראליות מההיסטוריה לוויקיפדיה. בדומה לכך היא עמלה על הנגשת הידע על נשים בהיסטוריה לציבור רחב בזירות פופולריות כמו עיתונות יומית ופינה קבועה ברדיו.

במובן זה גבע ממשיכה את דרכן של מנהיגות ישראליות שסדקו את החציצה המקובלת בין הפרטי לציבורי וראו במרחבים פופולריים, ובמיוחד עיתוני נשים מסחריים, זירה לגיטימית ואף חשובה לכיטוי ולהשפעה. כך למשל חנה זמר, עורכת עיתון דבר שהתמידה לכתוב מאמרי דעה בעיתון הנשים לאשה במשך עשרות שנים. בלאשה כתבה זמר הן על נושאים שנתפסו כעומדים ברומו של עולם, עליהם כתבה במאמרי המערכת של דבר הן על "תורת הדברים הקטנים". גם שולמית אלוני, הפוליטיקאית הבכירה והפעילה החברתית פרסמה טור קבוע בלאשה במשך למעלה מעשרים שנה.

הספר מתמקד "בשנות המדינה הראשונות" – ללא ספק תקופה פורמטיבית וחשובה למחקר. הגדרה תקופתית גמישה זו של התקופה הראשונה לתולדות מדינת ישראל עוררנה מותירה שאלות שיש להשיב עליהן: האם הניתוח מצביע על התפתחות לאורך זמן? האם ניכרת חלוקה לתת תקופות בתוך תקופת הזמן הארוכה הזאת? האם ימי מלחמת סיני (1956) זימנו שינוי בהלך הרוח?

הניתוח מבוסס בעיקרו על העיתונות העשירה של התקופה ובעיקר על עיתונות ייעודית שפנתה לנשים ומדורי נשים בעיתונות הכללית, ולעיתים גם על ראיונות אישיים עם נשים בנות התקופה או קרובי משפחתן. רוב המקורות הטקסטואליים ידועים, אבל גבע עושה שימוש גם במקורות מוכרים פחות היום, כמו מגזין הנשים האישה במדינה – בטאון האיגוד לשווי זכויות נשים בישראל. למרות הגיוון הרב של הקורפוס המחקרי העיתונאי, המסקנה הנחרצת בספר היא שהתכנים דומים ו"הרוח במדורי הנשים היתה דומה". הספר אינו מבחין בין עיתונים בעלי מאפיינים שונים (מפלגתיים, תנועתיים, מסחריים), בין סוגות כתיבה שונות, בין מדורים שונים, בין סוגי אייטמים שונים ובין מאפייני כותבים וכותבות שונים. המסקנה על דמיון כה גורף בייצוג מעוררת סקרנות מצד מי שחוקרים תקשורת ועמלים לאתר הבדלים בין זירות עיתונאיות בשאלות כגון: אילו זירות נוטות לבטא את סדר היום המרכזי ואילו קוראות תיגר? באילו הקשרים נפערים הסדקים בהגמוניה? באמצעות אילו אסטרטגיות רטוריות וחזותיות? מהם היחסים שבין הממדים הרטוריים של הטקסטים לממדים החזותיים (שהם מרכזיים בעיתוני נשים)? מהם היחסים בין הטקסטים המערכתיים לטקסטים הפרסומיים?

לצד הממצא המרכזי של תכנים דומים ורוח דומה במגוון רחב של טקסטים, במקומות אחדים חושף הניתוח בספר שיחים מאתגרים ואף סותרים על חייהן של נשים בהקשרים השונים. מקומות אלה אינם רק הזרעים להתפתחות הפמיניסטית שעתידה להתרחש ביתר שאת בחברה הישראלית בעשורים הבאים, כי אם גם מלמדים אותנו על הפוטנציאל של עיתונות השוליים (דוגמת עיתוני הנשים שסבלו ועודם סובלים מדימוי ציבורי ומחקרי נמוך) להציע מסרים אלטרנטיביים וחתרניים לצד מסרים הגמוניים דכאניים? ואכן, מחקרים ביחס לעיתוני נשים בעולם מצביעים על המורכבות האידיאולוגית של עיתוני נשים כאסטרטגיה שיווקית בניסיון לפנות לקהלים מגוונים של נשים, אך גם ככיטוי לאמביוולנטיות אותנטית ביחס לדילמות מגדריות תקופתיות (ראו לדוגמה, Gough-Yates,

עיתוני נשים ביצירת שיח פוליטי רבגוני בעל תרומה לתהליכים דמוקרטיים, ומצביעים על האמצעים העיתונאיים שמאפשרים זאת.

חוקרות פמיניסטיות לעיתים מואשמות בהיאחזות ברגעים קטנים של חתרנות ותקווה לשינוי, ובנטייה להעלים עין מהקול ומהגוון הכלליים הפטריארכליים. אולם הספר האשה מה אומרת?, מנקודת מבט פמיניסטית אף היא, מבקש להטיל זרקור על הכוחות הדכאניים ואינו עושה הנחה לציבור הנשים. מסקנתה המרכזית של גבע היא כי "נשים היו גורם משמעותי בהחלשה של ציבור הנשים בישראל – בלי הברדל מפלגה, מוצא או ותק בארץ" (עמ' 266).

ייתכן שמסקנה זו נובעת גם מנקודת מוצא נאיבית מדיי ביחס לשדה העיתונות שעומדת בבסיס הספר. ההנחה שהתמונה של העיתונות הכתובה העשירה של שנות החמישים: עיתונים יומיים, שבועונים, ירחונים – מפלגתיים, תנועתיים ומסחריים ובמיוחד מדורי הנשים ועיתוני הנשים – היא רק שיקוף של מציאות חייהן של נשים בישראל, של תפיסותיהן של הנשים נשואות הכתבות ושל קולן האוטנטי, אינה ביקורתית דיה. ההנחה כי הדברים שפורסמו בעיתונות הם תשובה לשאלה: "מה אמרו אז נשים על מקומן בחברה הישראלית?" (עמ' 13) אינה מביאה בחשבון את המכניזמים האידיאולוגיים – הפטריארכליים והאחרים – ואלה הפרופסיונליים והארגוניים שקיימים בשדה העיתונות. תפיסה הבנייתית שמביאה בחשבון מכניזמים אלה רלוונטית לעיתונות הנשים המפלגתית או התנועתית, אך גם לעיתוני הנשים המסחריים. עיתונים אלה הם בראש ובראשונה פרויקט שיווקי שמבקש למשוך ציבור רחב של קוראות ככל האפשר (הרצוג, 2000) ולפיכך אי אפשר להתעלם מההיבטים הכלכליים-פוליטיים של הפקתם (Gil, 2007); (Gough-Yates, 2003). כך למשל נעמי וולף (2004) הצביעה על תפקידם המרכזי של עיתוני הנשים בארצות הברית בשנות החמישים בהגבלת נשים למרחב הביתי כחלק ממערכת דיכוי פטריארכלית באמצעות קידום תעשיית מוצרי הצריכה לבית שהתפתחה כדי לאושש את המשק האמריקני שלאחר המלחמה.

מחקרים על עיתוני נשים בעולם מלמדים על תפקידם האידיאולוגי בהבניית נשיות בהקשר חברתי תרבותי מסוים. כך למשל מדגימים מחקרים היסטוריים על עיתוני נשים במערב את קיומם של פערים בין הייצוג ובין מציאות החיים של נשים. בתחום תעסוקת נשים מחוץ לבית, מחקרים על עיתוני נשים אמריקניים בין שתי המלחמות 1918-1941 (Marcellus, 2011) ובשנים 1950-1990 (Keller, 1994) מצאו שהם הציגו את עבודת הנשים כהרחבה של תפקיד הנשים כעקרות בית או צרכניות, והתעלמו מהעצמאות החברתית והכלכלית שנשים השיגו במציאות. דוגמה מעניינת נוספת היא מחקר על עיתונות נשים סובייטית שמצא כי משנות העשרים של המאה העשרים ועד סוף תקופת סטאלין קידמה עיתונות זו את אידיאל "האישה הסובייטית החדשה" על ידי עידוד נשים

לצאת מהבית למרחב הציבורי ולהפוך ליצרניות ובה בעת גם צרכניות. עיתוני הנשים הסובייטיים קידמו עירוב הגדרות של נשיות לא מסורתיות ומסורתיות, ונשים נקראו לאמץ מימונויות שיאפשרו להן לעבוד ולהילחם בזמן המלחמה, אבל גם להפגין נשיות רומנטית ואופנתית בבית (Attwood, 1999).

אימוץ גישה ביקורתית לעיתונות הנשים אינו מצמצם את הפוטנציאל שטמון בה לשמש מקור למחקרים היסטוריים, אלא דווקא מעמיק את האפשרות, שמצביעה עליה גבע "להתוודע ולדעת את הלכי הרוח והשקפות העולם הרווחות והנידחות" (עמ' 5).

עינת לחובר

מקורות

הרצוג, ח' (2000). "עתונות הנשים: מרחב משעתק או מרחב לקריאת תיגר?", קשר, 28, עמ' 43-52. וולף, נ' (1991/2004). מיתוס היופי: על השימוש בייצוגים של יופי נגד נשים (מגדרים), תל אביב: הקיבוץ המאוחד.

- Attwood, L. (1999). *Creating the New Soviet Woman: Women's Magazines as Engineers of Female Identity, 1922-53*, London and New York: Palgrave Macmillan.
- Forster, L. (2015). *Magazine Movements: Women's Culture, Feminisms and Media Form*, New York, NY: Bloomsbury.
- Gil, R. (2007). *Gender and the Media*, Cambridge, UK: Malden.
- Gough-Yates, A. (2003). *Understanding Women's Magazines: Publishing, Markets and Readerships*, London & New York: Routledge.
- Keller, K. (1994). *Mothers and Work in Popular American Magazines*, Westport, CN: Greenwood Press.
- Lachover E. (2019). "The Political and Civic Potential of Popular Women's Magazines: The Israeli Case", *International Journal of Communication*, 13, pp. 3403-3421.
- Lachover, E. (2020). "Multiplicity of Feminisms: Discourse on Women's Paid Work in the Israeli Popular Women's Magazine *La'isha* during Second-wave Feminism", *Feminist Media Studies*, 21(3), pp. 443-459.
- Marcellus, J. (2011). *Business Girls and Two-jobs Wives: Emerging Media Stereotypes of Employed Women*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Ytre-Arne, B. (2011). "Women's Magazines and the Public Sphere", *European Journal of Communication*, 26(3), pp. 247-261.
- Walker, N. (2000). *Shaping our Mother's World: American Women's Magazines*, Jackson, MS: University Press of Mississippi.