

של מבקריו דומה *cursorinfo* לעיתון הבין-לאומי *mignews*. מלוח 2 עולה כי רק מחצית מבין המבקרים באתר מתגוררים בישראל, 16% מהמבקרים מתגוררים ברוסיה ובאוקראינה, ושיעור דומה בארצות הברית ובקנדה. זאת ועוד: בדומה ל-*mignews*, גם ב-*cursorinfo* יש קישורים הדדיים לעיתונים מקוונים בחבר העמים ולפורטל הישראלי בשפה הרוסית *zahav.ru*. עוד קו דמיון בין שני האתרים הוא היעדר תכונות אינטראקטיביות, כגון talkback ופורום.

עם זאת חשוב להדגיש כי שני עיתונים אלה אינם יוצאים מן הכלל בחוסר האינטראקטיביות שלהם בנוף העיתונים המקוונים בשפה הרוסית בישראל. למעשה, מבין חמשת העיתונים בעלי מדרוג גבוה, רק לעיתון אחד יש פורום משלו. בשל היעדר הפורומים המתנהלים מטעם העיתונים המובילים התפתחו בישראל פורומים עצמאיים בשפה הרוסית, הנהנים מפופולריות רבה בקרב הגולשים. בפורום העצמאי הגדול ביותר, www.israel-forum.org, 8,896 חברים רשומים, 34,396 נושאים שהועלו לדיון ו-843,190 הודעות שהצטברו עד סוף אוגוסט 2005. נראה עוד כי כיום אנו עדים לתחילתו של שיתוף פעולה בין העיתונים המקוונים לבין הפורומים העצמאיים, אשר בא לידי ביטוי בהצבת קישורים מהעיתון המקוון אל אחד הפורומים.

הפורומים הישראליים בשפה הרוסית עוסקים במגוון רחב של נושאים החל בפוליטיקה, עבור בסוגיות קהילתיות העומדות על סדר יומה של קהילת דוברי הרוסית וכלה בבידור, בזוגיות ובבעלי חיים, אשר מיועדים למגוון רחב של קהלים על פי גיל, העדפות פוליטיות ומקום גאוגרפי. עוד תכונה הראויה לתשומת לב מיוחדת היא נוכחותם בדיוני הפורומים של חברים המתגוררים מחוץ לגבולות ישראל ואשר לוקחים חלק פעיל הן בדיונים הפוליטיים הן בדיונים העוסקים בהוויי המשותף למהגרים באשר הם.

העיתון הפופולרי news.israelinfo.ru, אשר נוסד בשנת 2004, מייצג פורמט אחר של העיתונות המקוונת בשפה הרוסית בישראל, והוא נמצא בבעלות החברה InterLink Info. בדומה ל-*cursorinfo*, גם עיתון זה מרבה לעסוק באירועים בישראל: כ-80% מהידעות המופיעות בעמוד השער של האתר הן ידיעות העוסקות באירועים בישראל, החל בפוליטיקה ובאקטואליה וכלה בתרבות, בבריאות ובמדע. עם זאת, שלא כ-*cursorinfo*, הנוטה לסקר אירועים בעלי חשיבות כלל-ארצית, *israelinfo* שם דגש

מיוחד בחדשות מקומיות, שהן כ-40% מכלל הידיעות העוסקות בישראל. יתרה מזו, לעיתון זה קישורים לרשת של 32 מהדורות מקומיות של ערים בעלות ריכוז גבוה של תושבים דוברי רוסית. המכוונות הפנים-ישראלית של העיתון באה לידי ביטוי גם בפרופיל הגאוגרפי של המבקרים בו. מלוח 2 לעיל עולה כי קרוב לשני שלישים מבין המבקרים מתגוררים מישראל, וזאת בהשוואה ל-50% מבקרים מישראל ב-*mignews* או ב-*cursorinfo*. עם זאת גם *israelinfo* מושך אליו קהל גולשים בין-לאומי, שבו 7% הם מבקרים מחבר העמים, ו-4% מבקרים מארצות הברית ומקנדה.

עוד להבדיל מ-*mignews* ו-*cursorinfo*, העיתון *israelinfo* מנצל יותר מהם את הפוטנציאל האינטראקטיבי של העיתונות המקוונת. אמנם גם עיתון זה אינו מאפשר למבקרו להגיב לכתבות באמצעות *talkback*, אך בסופה של כל ידיעה מופיעה הזמנה לבקר בפורום של *israelinfo* ולהגיב על נושא הכתבה. בפורום של העיתון 5,075 חברים, והוא צבר עד סוף אוגוסט 2005 143,842 הודעות. בפורום שלוש קבוצות דיון עיקריות: 'עם [people]' (1,170 נושאים ו-32,408 הודעות), 'פוליטיקה וכלכלה' (584 נושאים ו-17,757 הודעות) ו'דת' (216 נושאים ו-12,218 הודעות); כשלושים קבוצות דיון התואמות את החלוקה הגאוגרפית של המהדורות המקומיות של העיתון (בהן קבוצת הדיון הגדולה ביותר היא קבוצה של חיפה - 887 נושאים ו-17,550 הודעות); ותשע קבוצות דיון הבנויות סביב תחומי עניין משותפים, כגון בעלי חיים או תופעות על-טבעיות. הפורום של *israelinfo* מתאפיין במדיניות ליברלית למדי, והוא מאפשר לחבריו ליזום דיון במגוון רחב של נושאים התואמים את קבוצות הדיון.

מניתוח הדף הראשי של העיתון עולה עוד כי ל-*israelinfo* יש דייג'סט ידיעות, והן מתפרסמות בשלושה עיתוני אינטרנט ישראליים בשפה הרוסית (*mignews*, *cursorinfo*, **ערוץ 7**) ובשלושה עיתונים מקוונים שמקורם בחבר העמים (*newsru*, *lenta*, *gazeta*). כמו כן, העיתון מאפשר לקוראיו להאזין לשידורים מקוונים של שבע תחנות רדיו בשפה העברית, בהן רשת ב, רדיוס וגלגל"צ, לתחנה הישראלית בשפה הרוסית רק"ע, ל-14 תחנות המשדרות מחבר העמים ולשתי תחנות בשפה הרוסית המשדרות ממדינות אירופה. על כן אפשר לטעון כי גם לעיתון זה, שהוא כאמור בעל מכוונות ישראלית מובהקת, זיקה לאמצעי התקשורת בשפה הרוסית בחבר העמים ובמדינות אחרות. עוד בדומה ל-*mignews* ו-*cursorinfo* כל הפרסומות באתר הן

פרסומות המיועדות לקהל צרכנים ישראלי, בהן פרסומות של HOT, תנובה וקליניקה SUN.

פורטלים

הקטגוריה השנייה של אתרים בשפה הרוסית בעלת רכיבים חדשתיים היא הפורטלים הזוכים יחד לכ־55,000 מבקרים ביממה. את מגוון הפורטלים אפשר לחלק לשני סוגים עיקריים: פורטלים בעלי אופי כללי ופורטלים המיועדים לקהלים ספציפיים, בדרך כלל צעירים ובני נוער. פורטלים בעלי אופי כללי בנויים במתכונת הדומה לזו של הפורטלים בשפה העברית, והם מציעים תקציר חדשות בישראל, בחבר העמים ובשאר העולם, באנרים בתחומים מגוונים, בהם כלכלה, אינטרנט וטכנולוגיה, ספורט ותרבות, משחקים וחומרים בידוריים, וכן יישומים אחרים, כגון דואר אלקטרוני, פורומים, צ'טים, היכרויות, מכרזים וקישורים לסוגים של מידע, בכללם מודיעין של חברות אוטובוסים, רכבת ישראל וספקי תקשורת.

מבין הפורטלים בעלי האופי הכללי, פורטל www.zahav.ru, בבעלות משותפת של חברת Microsoft וחברת תקשורת ישראלית אינטרנט זהב, הוא הפופולרי ביותר וזוכה לכ־20,000 מבקרים ביממה, מתוכם 76% מתגוררים בישראל. יש לציין כי מתוך הפורטלים הישראליים בשפה הרוסית זהו הפורטל היחיד שהוא מהדורה רוסית של פורטל בשפה העברית, smile.msn.co.il, אם כי תוכנם של שני הפורטלים שונה ומותאם לצרכים ייחודיים של שני קהלים שונים זה מזה.

הפורטל נסמך על החדשות שמספקים *mignews* ו־*cursorinfo* וכן עיתון מקוון בשפה הרוסית השייך לרשת BBC (*BBCRussian.com*). נוסף על תקציר החדשות, יש לפורטל קישורים למהדורה המלאה של *mignews* ו־*cursorinfo*, לאתר פובליציסטי *isramir* הנתמך על ידי אינטרנט זהב, לארבעה עיתונים מקוונים שמקורם בחבר העמים, לשני עיתוני ספורט וכן לאתרים של תחנת הרדיו הישראלית בשפה הרוסית *Pervoe radio* ולשלושה ערוצי טלוויזיה זרים בשפה הרוסית. בצד דייג'סט עיתונות מקוונת, יש לפורטל עשרים יישומים ושירותים, בהם מכרזים, תיירות, בילוי ופנאי, משחקים, תַכנה והיכרויות. כמו כן יש לפורטל קישור אל אחד מאתרי הבלוגים הפופולריים ביותר בשפה הרוסית בישראל, www.botinok.co.il, הזוכה לכ־4,000 מבקרים ביום בממוצע וגם הוא בבעלותה של אינטרנט זהב.

אתרים של אמצעי השידור

מבין האתרים השייכים לאמצעי השידור שמקורם בישראל איתרנו שני אתרים מרכזיים: אחד מהם שייך לתחנת הרדיו הפירטית ערוץ 7, והשני שייך לתחנה אזורית בשפה הרוסית Pervoe Radio. האתר של ערוץ 7 (www.sedmoykanal.org) הוא למעשה עיתון מקוון המופיע בססמה 'חדשות ישראליות בשפה הרוסית' וזוכה בממוצע לכ-5,000 מבקרים ביממה. באתר מבזקי חדשות המתעדכנים כמה פעמים ביום וסרגל ניווט של באנרים העוסקים במגוון רחב של נושאים, בהם פרשנות פוליטית, כלכלה, בריאות, הומור, היסטוריה של עלייה (בהזגשת תרומתם של העולים מחבר העמים למפעל הציוני), יהדות ודיגיטל של עיתונות בשפה העברית. האתר ברוסית מקושר למהדורות בעברית, באנגלית ובצרפתית של ערוץ 7, אם כי תוכןן של המהדורות אינו זהה. למבקרי האתר ניתנת גם האפשרות להאזין לשידורים בזמן אמת של ערוץ 7 ברוסית.

ל-*sedmoykanal* מכוונות ישראלית מובהקת, והוא מסקר בהרחבה אירועים בישראל, ושם דגש מיוחד בידיעות הקשורות לקונפליקט הישראלי-פלסטיני. מניתוח של סיקור חדשות יומי עולה כי קרוב לשלושה רבעים מן הידיעות עוסקות באירועים בישראל, כ-20% עוסקות באירועים בעולם, ורק כ-5% עוסקות באירועים בחבר העמים. כמו כן, רק כ-10% מבין הידיעות שעסקו בישראל היו ידיעות שאינן קשורות באופן ישיר או עקיף למדיניות החוץ של ישראל ולקונפליקט הישראלי-פלסטיני.

בניגוד לעיתוננים המקוונים אשר סוקרו לעיל והמשתדלים, כאמור, לשמור על אופיים הניטרלי, *sedmoykanal* אינו מסתיר את דעותיו הנציות ומרבה לפרסם טורי דעות ופרשנות ברוח מחנה הימין. גם ניתוח הקישורים של *sedmoykanal* מעיד על אופיו הפוליטי הימני הבא לידי ביטוי בקישורים אל אתרים בשפה הרוסית, כולם בעלי אופי פוליטי או דתי, בהם אתר התנועה 'הבית הלאומי', האתר של 'מולדת', אתר של מועדון השירה הפוליטית 'זמרת הארץ', אתר התנועה 'חוג הפרופסורים לחוסן מדיני וכלכלי', אתר התנועה 'זו ארצנו', אתר פובליציסטי 'מעוף', אתר בנושאי יהדות השייך למרכז לתרבות ולמורשת יהודית 'מחניים' ופורום של תנועת בני עקיבא בשפה הרוסית. חשוב להדגיש כי בניגוד לעיתוננים מקוונים שסוקרו לעיל, כל האתרים שאליהם מקושר *sedmoykanal* הם אתרים שמקורם בישראל.

עוד הבדל בין האתר של ערוץ 7 לבין עיתונים מקוונים עצמאיים נעוץ בתכונותיו האינטראקטיביות. רוב העיתונים המקוונים בשפה הרוסית בישראל בנויים, כאמור, בפורמט הדומה לזה של עיתונים מקוונים בחבר העמים ואינם מאפשרים לקוראיהם להגיב על ידיעות באמצעות talkback, ואילו האתר של ערוץ 7 בולט באופיו האינטראקטיבי ומאפשר לקוראיו לפרסם תגובות הן במדור החדשות הן במדור הדעות והפרשנות. בכך דומה האתר ברוסית למהדורה העברית של ערוץ 7, בעלת אותם האלמנטים האינטראקטיביים.

מקומונים

בצד רשת ענפה של עיתונים מקוונים בעלי אופי כלל-ארצי אותרו שלושה עיתונים מקומיים: של הערים באר שבע, ראשון לציון ופתח תקווה, וכן פורטל עיתונות מקומית (ru.local.co.il) המאגד 25 מהדורות של ערים ומועצות מקומיות. מלוח 1 עולה כי המקומון של באר שבע (www.beer7.net) הוא האתר הפופולרי ביותר.⁵ עמוד השער של המקומון מציע למבקרו סיקור שבועי של חדשות מקומיות המתעדכן בתדירות נמוכה יחסית, יום אחד עד שלושה ימים. הרוב המוחלט של החדשות עוסק באירועים העומדים על סדר היום של העיר באותו שבוע, ולא באירועים הפנים-קהילתיים של תושבי העיר דוברי הרוסית. מצד אחר, במדורים העוסקים בחדשות 'רכות' בתחומי תרבות וחברה בולטת מכוונת פנים-קהילתית של העיתון, והיא באה לידי ביטוי בידיעות העוסקות באירועי התרבות ב'רחוב הרוסי' של באר שבע או בפעילי תרבות שמוצאם בחבר העמים.

נוסף על חדשות מקומיות, סרגל הניווט של האתר מציע באנרים בנושאי פוליטיקה, כלכלה, ספורט ופילילים. מניתוח הידיעות המתפרסמות במדורים אלה אפשר ללמוד כי יש לאתר זיקה לעיתון המקוון *vestnik.co.il*, כי יותר מ-90% מהידיעות הן ידיעות שפורסמו בעיתון זה. ידיעות אחרות מקורן בעיתונים מקוונים אחרים בשפה הרוסית, כגון *israelinfo* ו-*mignews*, וכן בעיתון המודפס בשפה הרוסית *Vesti*. בתחתית עמוד השער מופיע תקציר חדשות מהעולם וממדינות חבר העמים, וכל

הידיעות מקורן בעיתון המקוון בשפה הרוסית *isra.com*. לאתר יש גם פורום שרשומים בו 1,245 חברים, לוח מודעות והיכרויות, והוא עורך סקרים תקופתיים בנושאים הרלוונטיים לתושבי באר שבע. כך למשל, על השאלה 'האם סמים מהווים בעיה רצינית לעיר באר שבע?' שהתפרסמה באתר בחודש ספטמבר 2005, השיבו 183 גולשים.

חשוב לציין כי האתר מציע למבקרו 19 קישורים לתחנות רדיו וטלוויזיה, המאפשרים האזנה או צפייה בזמן אמת בתחנה שנבחרה. כל הקישורים, חוץ מאחד, הם לתחנות רדיו וטלוויזיה בחבר העמים, בכללן ערוץ רוסי ממלכתי ORT, ערוץ המוזיקה בשפה הרוסית, ערוץ הסרטים, תחנות של מוסיקת ג'אז ופופ ועוד. התחנה הישראלית היחידה שאליה מקושר האתר היא תחנת הרדיו בשפה הרוסית *www.radio.ashdod.ru*. הקישורים הנוחים למגוון כה רחב של תחנות רדיו וטלוויזיה מסבירים, ככל הנראה, את הפופולריות הרבה של האתר הבאר שבעי ואת הפרופיל הבין-לאומי של מבקרו. מלוח 2 עולה כי רק 60% מבין המבקרים באתר מתגוררים בישראל, 11% מתגוררים במדינות חבר העמים, ו-5% הם תושבי ארצות הברית וקנדה.

בצד מקומונים עצמאיים, למשל מקומון באר שבע, אפשר למצוא מגוון רחב של מהדורות מקומיות בשפה הרוסית המאוגדות במסגרת ארגונית משותפת. כך, הפורטל *ru.local.co.il* מאגד 25 מהדורות מקומיות, והוא שייך לחברת לוקאל אינטראקטיב, שבבעלותה גם פורטל עיתונים מקומיים בשפה העברית *local.co.il*. עוד דוגמה אפשר למצוא בעיתון המקוון *israelinfo*, שבו רשת של 32 מהדורות מקומיות.

אתרים פובליציסטיים ואתרים מפלגתיים

נוסף על עיתונים מקוונים, ארציים ומקומיים, שבדרך כלל נמנעים מהבעת עמדות פוליטיות ומעדיפים פרסום ידיעות חדשותיות מפרסום טורי פרשנות, המרחב הווירטואלי בשפה הרוסית בישראל כולל גם אתרים פובליציסטיים בעלי אופי פוליטי מובהק. אתרים אלה ברובם הם בעלי צביון ימני, ובהם מוצאים את ביטויים פוליטיקאים ואנשי ציבור, אך גם אנשים מן השורה הנמנים עם 'המחנה הלאומי'. האתר הפופולרי ביותר בקבוצת אתרים זו הוא *www.tjews.net/maof* בבעלות הארגון הוולונטרי 'קבוצה אנליטית מעוף'. עמוד השער של האתר מביא מבזקי חדשות

שנלקחו מתוך העיתון המקוון של ערוץ 7, טורי דעות ופרשנות בנושאים פוליטיים, מדורים המסקרים היבטים היסטוריים ומשפטיים של הקונפליקט הישראלי-פלסטיני ודייג'סט כתבות המתורגמות לרוסית מתוך עיתוני הימין 'בשבע' ו'מקור ראשון'. לאתר זה אין פורום עצמאי, אך יש לו קישור לקבוצת הדיון בנושא גוש קטיף השייכת לפורום של העיתון המקוון *israelinfo*. מבין הנושאים שנדונו בקבוצת דיון זו הנושא 'כאשר דמוקרטיה הופכת לטרור' היה הפופולרי ביותר וזכה ל-256 הודעות ו-3,005 כניסות.

אתר זה מעניין במיוחד לפי כמות הקישורים שלו (65 במספר) השייכים ברובם לעיתונים מקוונים ולאחרים פובליציסטיים אחרים בעלי צביון פוליטי ימני, לאתרים של מפלגות ותנועות פוליטיות של מחנה הימין ולאחרי ההנצחה של קרבנות פיגועי הטרור, כגון אתר ההנצחה של קרבנות הפיגוע בדולפינריום. זאת ועוד: מתוך ניתוח הקישורים של האתר עולה כי הוא מבקש למצב את עצמו כאתר כלל-יהודי, המאחד את היהודים דוברי הרוסית בכל העולם, מה שבא לידי ביטוי בקישור לאתרים בעלי צביון יהודי מובהק במדינות אחרות, כגון 'העולם היהודי' (www.evreimir.com), שמקורו בארצות הברית, ו'חדשות יהודיות' (www.enovosti.ru), שמקורו בחבר העמים.

אתרים בעלי צביון פוליטי ימני בולטים גם בקטגוריה של אתרים השייכים למפלגות ולתנועות פוליטיות, כגון אתרים של 'מנהיגות יהודית', 'ישראל ביתנו' ו'מולדת'. מבין האתרים של מפלגות ותנועות השמאל אותרו האתרים השייכים ל'שינוי', ל'מר"צ' ול'חד"ש', אך אתרים אלה אינם משויכים למוני המדרוג, ועל כן לא נכללו במחקר הנוכחי. מלוח 1 עולה כי האתר השייך לתנועה 'מנהיגות יהודית' (www.manhigut.org) הוא הפופולרי ביותר, והוא זוכה לכ-500 מבקרים ביממה. האתר הוקם על ידי משה פייגלין, ממייסדי התנועה 'זו ארצנו' וכיום יושב ראש התנועה 'מנהיגות יהודית'. האתר ברוסית מקושר למהדורות בעברית, באנגלית ובצרפתית של 'מנהיגות יהודית', אך תוכנו של מהדורות אלו אינו זהה. האתר מביא תקציר חדשות שבועי, טורי דעות ופרשנות בנושאים פוליטיים (כמחציתם פרי עטו של מייסד האתר), קישורים להופעות הטלוויזיוניות של משה פייגלין בערוצים הרוסיים וקישור לאתר תנועת 'הבית הלאומי'.

כתבי עת מקוונים

בקטגוריה האחרונה של עיתוני האינטרנט בשפה הרוסית כתבי עת המתמחים בנושאים ובקהלים מגוונים, החל בהומור וקטירה וכלה בספורט, דיג ומחשבים. מעניין לציין כי בקטגוריה זו עיתונים רבים היוצאים גם במהדורה המודפסת, כשליש מכלל הפרסומים הכלולים במדגם. מלוח 1 עולה עוד כי כתב העת הוותיק 'בסדר?' (www.beseder.ru) בבעלות Beseder Ltd. הוא השני בפופולריות בקטגוריה זו וזוכה במוצע לכ־400 מבקרים ביממה. לעיתון זה היסטוריה ארוכת שנים: הוא התחיל את דרכו בשנת 1991 כשבועון הומור וקטירה מודפס שהופץ תחילה באופן עצמאי ולאחר מכן כמוסף שבועי של העיתונים הראשיים בשפה הרוסית *Vesti* ו־*Novosty Nedeli*; כיום 'בסדר?' הוא המוסף השבועי של *Vesti* שבעלות התאגיד הישראלי 'ידיעות תקשורת' וירחון עצמאי המופץ למנויים.

המהדורה המקוונת של 'בסדר?' נוסדה בשנת 2003, והיא דומה בעיצובה הגרפי, במדורים ובתוכן הכתבות לשבועון המודפס. המייסד והעורך של השבועון המודפס ושל העיתון המקוון הוא הסטיריקן מרק גלסניק, שהיטיב להתאים את צורת העיתון ואת תכניו לרוח התקופה ולהתפתחויות הטכנולוגיות, ובכך הפך את 'בסדר?' לאחד העיתונים היחידים בשפה הרוסית שנוסדו בתחילת שנות התשעים ושרדו עד היום. עמוד השער של העיתון המקוון מביא ידיעות חדשותיות, רובן על ישראל, המוצגות מזווית הומוריסטית, טורים סטיריים וארכיון גיליונות קודמים מ־פברואר 2002.

באתר מגוון רחב של קישורים לעיתוני האינטרנט ולפורטלים בישראל ובחבר העמים, כגון פורטל היהדות בשפה הרוסית www.evrey.com, עיתון ישראלי מקוון בשפה הרוסית *cursorinfo*, פורטל מרכזי של יהודי חבר העמים www.sem40.ru, שני עיתונים מקוונים שמקורם בחבר העמים ופורטל ישראלי בשפה הרוסית zahav.ru בבעלותה של אינטרנט זהב. ההתפלגות הגאוגרפית של המבקרים באתר מעידה ש'בסדר?' פופולרי מאוד בקרב התפוצה הרוסית. רק כ־40% מבין מבקרי האתר מתגוררים בישראל, ואילו כל שאר המבקרים מתחלקים בשיעורים דומים בין ארצות הברית, חבר העמים ומדינות מערב אירופה.

כתב עת פופולרי אחר בקטגוריה זו הוא עיתון הספורט www.israelfootball.com, אשר זוכה בממוצע לכ-400 מבקרים ביממה.⁶ כ-60% מהידיעות החדשותיות המופיעות בעמוד השער של העיתון עוסקות באירועי הכדורגל הישראלי, ו-40% מהידיעות עוסקות באירועי הכדורגל באירופה ובחבר העמים. בסרגל הניווט של האתר באנרים בנושאים כגון מועדוני כדורגל ישראליים, אליפות ישראל, נבחרת ישראל וגביע אירופה. עוד באתר מגוון רחב של מדורים, בהם היסטוריה של הכדורגל הישראלי, סטטיסטיקה ופרשנות ולוח תוצאות משחקים בישראל, באירופה ובחבר העמים המתפרסמות בזמן אמת.

שלא ככתב העת 'בסדר?', שאינו כולל רכיבים אינטראקטיביים, *israelfootball* מנצל היטב את הפוטנציאל האינטראקטיבי של האינטרנט, מה שבה לידי ביטוי בסקרים תקופתיים בקרב הגולשים ובפורום פעיל. *israelfootball* עורך סקרים חודשיים שבהם משתתפים 200-300 גולשים, והם מביעים את עמדתם בנוגע לאופן הניהול של הכדורגל הישראלי ולהישגים עתידיים של הקבוצות השונות. בפורום של העיתון רשומים 145 חברים, ועד סוף אוגוסט 2005 הוא צבר 19,702 הודעות. קבוצת הדיון הפופולרית ביותר היא 'האליפות שלנו', ובה 6,361 הודעות. כמו כן האתר מביא קישורים לעיתון כדורגל שמקורו בחבר העמים, המסקר חדשות כדורגל ברוסיה, באוקראינה ובאירופה, לעיתון כדורגל בשפה הרוסית שמקורו בספרד, לפורטל הישראלי בשפה הרוסית zahav.ru ולבלוג botinok השייך גם הוא לאינטרנט זהב.

דיון ומסקנות

בראש ובראשונה המחקר הנוכחי חושף את המגוון הרחב של עשרות עיתוני האינטרנט בשפה הרוסית שהתפתחו בישראל בתחילת שנות ה-2000, ואפשר לחלקם לשבעה סוגים עיקריים: עיתונים מקוונים, פורטלים, אתרים של אמצעי השידור, מקומונים, אתרים פובליציסטיים, אתרים של מפלגות ותנועות פוליטיות וכתבי עת. על כן אפשר לטעון כי אם העשור הקודם היה עשור העיתונות המודפסת בשפה הרוסית בישראל, העשור הנוכחי הוא עשור העיתונות המקוונת, והיא מרחיבה את יכולתם של

אמצעי התקשורת המסורתיים בשפה הרוסית לספק את צורכיהם האינפורמטיביים והאינטגרטיביים של המהגרים.

למעשה, ממצאי המחקר מעידים שצמיחתה של העיתונות המקוונת בשפה הרוסית מתרחשת בד בבד עם דעיכתה של העיתונות הכתובה, ביחוד העיתונים היומיים. לא במקרה נסגרו בתחילת שנות ה-2000 שלושה מתוך ארבעת היומונים בשפה הרוסית שהיו בישראל בעשור הקודם, ואילו העיתון היומי היחיד שנותר (*Vesti*) זוכה בימי חול לתפוצה של כמה אלפים. בד בבד עם סגירתם של העיתונים היומיים, הידלדלו שורותיהם של השבועונים, ובהשוואה לעשרות השבועונים שראו אור בישראל בשנות התשעים, יש היום שישה שבועונים בלבד (כספי ואליאס, 2000; Elias, 2005). זאת ועוד: המעבר מהעיתונות המודפסת לעיתונות המקוונת התרחש לא רק בקרב הקוראים, אלא גם בקרב העיתונאים, וכיום בין הכתבים ובעלי הטורים בעיתונים המקוונים אפשר למצוא רבים מבין העיתונאים הוותיקים, אשר תרמו לפני עשור לצמיחתה ולהתרחבותה של העיתונות הכתובה בשפה הרוסית בישראל.

ממצאי המחקר אינם מעידים על ניסיונות של העיתונות המודפסת להתאים את עצמה לשינויי התקופה. רק אחד מתשעת העיתונים הכלולים במדגם (maxi.co.il) נמצא בבעלות חברה המוציאה לאור גם שבועון מודפס בשם דומה ('מקסימוס'). מעניין לציין כי שבועון זה חדש יחסית בשוק העיתונות המודפסת בשפה הרוסית בישראל (נוסד בשנת 2003), מה שמרמז על פתיחותו כלפי המדיום החדש וניצול הפוטנציאל שלו למטרותיו השיווקיות. העיתונים הוותיקים, לעומת זאת, שבוים ככל הנראה בתפיסות מיושנות ואינם ממהרים להיכנס למרחב הווירטואלי.

עוד נראה כי ארבעת העיתונים המקוונים (*mignews*, *cursorinfo*), מרכזים סביבם יותר מ-90% מסך המבקרים בעיתונים המקוונים בשפה הרוסית שמקורם בישראל, מה שמעיד על הופעתם של עיתונים מובילים ועל דחיקתם לשוליים ואף על דעיכתם העתידית של עיתונים בעלי מדרוג נמוך. מעמדם הדומיננטי של עיתונים אלה בא לידי ביטוי גם במספר הקישורים אליהם מתוך אתרים אחרים, והגולשים המבקרים בפורטלים או בכתבי עת ואשר מעוניינים בעדכון חדשותי מובילים בדרך כלל לאותם העיתונים המרכזיים. מצב זה דומה לשוק העיתונות המקוונת בשפה העברית, שגם הוא בשליטת מעט עיתונים.

כמו העיתוננים המודפסים בשפה הרוסית, שהיו מאוגדים סביב שלושה תאגידי תקשורת (כספי ואליאס, 2000), נראה כי התופעה חודרת גם לשוק עיתוני האינטרנט. כך, ארבעה מתוך חמשת העיתוננים בעלי המדרוג הגבוה ביותר שייכים לארגוני תקשורת שבבעלותם עוד אתרים: עיתונים מקוונים, פורטלים, כתבי עת ואתרים בעלי אופי לא חדשותי. עם זאת חשוב לסייג ולומר כי שאלת הבעלות הייתה שאלה מורכבת לבדיקה, מאחר שעיתוננים רבים אינם מוסרים פרטים על האתר ובעליו, ועל כן מחקר עתידי שיתמקד בשאלת הבעלות ומקורות המימון של עיתוני האינטרנט בשפה הרוסית עשוי להוסיף פרטים באשר לאופי הקשר הכלכלי בין האתרים.

תופעה אחרת הראויה לתשומת לב מיוחדת היא כניסתם של תאגידי בין-לאומיים וספקי תקשורת ישראלים לעיתוני האינטרנט בשפה הרוסית בישראל. הסנוניות הראשונות בתחום זה היו חברת התקשורת הישראלית אינטרנט זהב ותאגיד Microsoft, אשר הקימו יחד פורטל zahav.ru, שהפך במהרה לפורטל בעל המדרוג הגבוה ביותר בין הפורטלים בשפה הרוסית בישראל. נוסף על כך אפשר לטעון כי בכוונתן של חברות אלה לנכס לעצמן נתח שוק גדול מקרב הגולשים דוברי הרוסית, מה שבא לידי ביטוי בריבוי הקישורים אל zahav.ru מתוך עיתונים מקוונים ואתרים אחרים בשפה הרוסית.⁷ יתרה מזו, מיקומם של הקישורים בחלק מהאתרים מעיד על שיתוף כלכלי אפשרי בינם לבין zahav.ru, מאחר שהקישור אליו ממוקם בסרגל הניווט של אותם האתרים, ובחלקם אף מצוין כי האתר הוקם בתמיכתה של zahav.ru. מצד אחר, לפי שעה נראה כי תאגידי תקשורת ישראלים אינם ממהרים להיכנס לתחום העיתונות המקוונת בשפה הרוסית, כפי שקרה בתחילת שנות התשעים עם העיתונות המודפסת ברוסית, שבה גילו עניין כל העיתוננים הגדולים בשפה העברית (כספי ואליאס, 2000).

אשר לאופי הסיקור החדשותי, רוב העיתוננים המקוונים, חוץ מ-*mignews*, אפשר להגדירם 'עיתוננים ישראלים בשפה הרוסית', והם מתאפיינים בסיקור מקיף של המתרחש בישראל בהדגשת אירועי פוליטיקה ואקטואליה ובסיקור מועט של אירועים בחבר העמים ובשאר העולם. ואולם יש לסייג ולומר כי שום עיתון מבין העיתוננים המובילים

7 טענה זו מקבלת משנה תוקף לאור הפרסום בדבר המגעים בין אינטרנט זהב לבין ערוץ 9 (ערוץ ישראלי בשפה הרוסית) להקמת פורטל אינטרנט חדש בשפה הרוסית, ובו תכנים מערוץ 9, בעיקר מתחום החדשות (מתוך www.haaretz.co.il, 19.9.2005).

בשפה הרוסית בישראל, פרט לאתר של ערוץ 7, אינו משוחרר מהזיקה למדינת המוצא ולקהילות מהגרים במדינות אחרות, אשר באה לידי ביטוי בקישורים למגוון רחב של עיתונים מקוונים בחבר העמים, בארצות הברית ובמערב אירופה. דפוס זה דומה לעיתונים היומיים בשפה הרוסית שבהם עסק רוב החומר המערכתי באירועים בישראל, ואילו סיקור האירועים בחבר העמים הוגש בפורמט של מוסף שבועי (Elias, 2005).

מניתוח הקישורים עולה עוד כי הבחירה בקישור לעיתון כלשהו מותנית באוריינטציה הפוליטית של האתר. בעיתונים מקוונים בעלי עמדה פוליטית ניטרלית יש בדרך כלל קישורים אל אתרים בעלי אופי ניטרלי גם הם, ואילו עיתונים ואתרים פובליציסטיים המחזיקים בעמדות פוליטיות נציות נוטים להחליף קישורים עם אתרים פוליטיים התואמים את השקפתם או עם אתרים בעלי אופי יהודי מוצהר. לפי ממצאים אלה אנו עדים להיווצרות רשתות אתרים בין-לאומיות המבוססות על התאמה פוליטית ואידאולוגית.

העיתונים המקוונים בשפה הרוסית חוצים את הגבולות הלאומיים לא רק בהוספת הקישורים אל עיתונים מקוונים במדינות אחרות, אלא גם בפרופיל הגאוגרפי של המבקרים בהם. השיעור הממוצע של המבקרים המתגוררים מחוץ לגבולות ישראל ברוב העיתונים הוא 40%-50%. יוצא מן הכלל בעניין זה עיתון *israelinfo*, המאופיין בשיעור הגבוה ביותר של מבקרים מישראל: כ-70%. הסבר לכך אפשר למצוא במכוונות הפנים-ארצית של עיתון זה הבאה לידי ביטוי בדגש מיוחד על חדשות מקומיות. גם פרסומים מקוונים אחרים, כגון כתבי עת ומקומונים, נהנים מקהל מבקרים בין-לאומי. כך, כ-60% מהמבקרים בעיתון ההומור והסאטירה 'בסדר?' וכ-40% מהמבקרים במקומון של העיר באר שבע מתגוררים מחוץ לגבולות ישראל. ממצאים אלה תומכים בממצאי מחקרו של Sapienza (2001), אשר מצא כי חלק ניכר ממבקריהם של המקומונים המקוונים בשפה הרוסית בארצות הברית מתגוררים מחוץ לגבולות המדינה.

אפשר לטעון אפוא כי עיתוני האינטרנט בשפה הרוסית שמקורם בישראל תורמים נדבך חשוב ליצירת קהילת מהגרים טרנס-לאומית החולקים ביניהם לא רק שפה והיסטוריה אלא גם תחומי עניין משותפים בהווה. יתרה מזו, הפורומים מאפשרים מפגש בין דוברי הרוסית המתגוררים במדינות השונות ומספקים להם במה לדיון בסוגיות שהן חלק בלתי נפרד מן ההוויי המשותף שלהם כחברים בקהילת מהגרים טרנס-

לאומית. איכויות אלה עושות את עיתוני האינטרנט בשפה הרוסית לסוגיהם יעילים במיוחד בחיזוק הקשרים בתוך קהילת המהגרים דוברי הרוסית בתפוצות ובגיבושה לקבוצה בעלת זהות אתנית ותרבותית מובחנת. עוד תכונה משותפת לעיתונים המקוונים בשפה הרוסית היא שעיתונים אלה אינם ממצים את הפוטנציאל האינטראקטיבי של האינטרנט, מאחר שרובם אינם מאפשרים שליחת תגובות של הגולשים לכתבות באמצעות talkback. ככל הנראה, דפוס זה משקף תרבות פוליטית המיובאת מארץ המוצא, מאחר שגם ברוב העיתונים המקוונים בחבר העמים אין רכיבים אינטראקטיביים, בין היתר בשל החיסכון בעלויות. העיתון המקוון מטעם ערוץ 7 הוא יוצא מן הכלל. אפשר לטעון כי בהיותו בבעלות ארגון תקשורת ישראלי, בנוי *sedmoykanal* במתכונת הנהוגה בעיתונים מקוונים בשפה העברית, שה-*talkback* הפך בהם לאחד מסימני ההיכר של המהפכה הדיגיטלית.

עיתון מקוון אחר בעל רכיב *talkback* הוא *isramir*, שהוקם רק לאחרונה ונמצא בשלבים ראשוניים של השגת קהל הקוראים. על כן, הוספת אלמנטים אינטראקטיביים אפשר לפרשה כניסיון של העיתון החדש להתחרות בעיתונים הוותיקים ממנו באמצעות מתן ההזדמנות הנחשקת לקוראים להביע את דעתם. אפשר אף לשער כי אם ניסיון זה יצליח, ייתכן שהעיתונים הוותיקים יאלצו להתאים את עצמם לרוח התקופה ולהכניס אפשרויות אינטראקטיביות.

חוסר האינטראקטיביות של העיתונים המקוונים בא לידי ביטוי גם במיעוט העיתונים עם פורום. למעשה, מבין העיתונים המובילים רק לעיתון *israelinfo* יש פורום המאפשר לקוראים להגיב על ידיעות שפורסמו באתר או ליזום דיון בנושאים אחרים. מעניין לציין כי פורומים נפוצים הרבה יותר דווקא בעיתונים מקוונים בעלי מדרוג נמוך, מקומונים וכתבי עת, שברובם אפשר למצוא פורום פעיל, תכונה שאפשר לפרשה כניסיון של העיתונים הקטנים להתחרות בעיתונים בעלי מדרוג גבוה על ידי סיפוק צרכים אינטגרטיביים של הגולשים שהעיתונים הגדולים אינם ממלאים.

בגלל היעדר פורומים מטעם העיתונים המקוונים התפתחו בשנים האחרונות בישראל פורומים עצמאיים בשפה הרוסית העוסקים במגוון נושאים: החל בפוליטיקה, עבור בסוגיות קהילתיות וכלה בבידור, בזוגיות או בבעלי חיים, ואשר מיועדים למגוון רחב של קהלים על פי גיל, העדפות פוליטיות או מקום גאוגרפי. נראה עוד כי כיום אנו עדים לתחילתו של

שיתוף פעולה בין העיתונאים המקוונים לבין הפורומים, וכשלושה עיתונאים הכלולים במדגם כבר מכילים קישור לאחד הפורומים העצמאיים. עוד עולה מממצאי המחקר כי האינטרנט מאפשר את צמיחתם של כתבי עת המתמחים בקשת רחבה של נושאים והאמורים לענות על הצרכים המגוונים של ציבור דוברי הרוסית בישראל, כגון עיתוני הומור וקטירה, עיתוני ספורט, כתבי עת ספרותיים ואף עיתוני דיג. אמנם כתבי עת מודפסים בשפה הרוסית היו קיימים גם בשנות התשעים, אך כיוון שפנו לקהל הומוגני וקטן למדי, הייתה תוחלת החיים שלהם קצרה במיוחד, והם היו נעלמים במהרה או הופכים למוספים שבועיים או חודשיים של העיתונאים היומיים (כספי ואליאס, 2000). נראה שהאינטרנט מביא עדנה מחדשת לאותם עיתוני הנישה, בהיותו מדיום חסכוני יותר בהוצאות ייצור והפצה, ועל כן אפשר לצפות להמשך התפתחותם והתרחבותם של כתבי עת מקוונים בשפה הרוסית. עוד חשוב להדגיש כי דווקא עיתונאים אלה מתייחדים באופיים האינטראקטיבי, ובכך הם מספקים במה לציבור המהגרים בעלי העניין או התחביב המשותפים. לבסוף, אפשר להניח כי לקראת הבחירות הקרובות, הן לכנסת הן למועצות המקומיות, יתפסו עיתוני האינטרנט ברוסית תאוצה נוספת, בדיוק כפי שקרה לפני עשור לאחות הגדולה שלהם: העיתונות המודפסת בשפה הרוסית. יש לצפות כי פוליטיקאים מכל קצות הקשת הפוליטית יהיו שותפים פעילים בכל צורות העיתונות האלקטרונית וזירימו משאבים רבים לעיתונאים המקוונים, לאתרים הפובליציסטיים ולעיתונות המקומית בשפה הרוסית, שעודה בחיתוליה.

רשימת המקורות

זלצר, מ' (1998). **תקשורת של מהגרים: תקשורת בשפה הרוסית בישראל**, עבודת מוסמך, אוניברסיטת תל-אביב.

כספי, ד' (2005). **מיון של עיתוני אינטרנט**, הרצאה במסגרת יום עיון על התקשורת המקוונת בישראל, ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה (15 בפברואר).

כספי, ד', ונ' אליאס (2000). 'להיות כאן ולהרגיש שם: על התקשורת בשפה הרוסית בישראל', **סוציולוגיה ישראלית** (2): 455-415.

- Caspi, D., H. Adoni, A. Cohen, and N. Elias (2002). 'Red, White and Blue: The Russian Media in Israel', *Gazette* 64(6): 537-556.
- Elias, N. (2005). *Israel: Russian-Language Media Guide*, Research Report, Tel Aviv: The U.S. Embassy.
- Fialkova, L. (2005). 'Emigrants from the FSU and the Russian-Language Internet', *Toronto Slavic Quarterly* 12 [On-line].
www.utoronto.ca/tsq/12/fialkova12.shtml
- Georgiou, M. (2003). 'Diasporic Communities On-Line: A Bottom Up Experience of Transnationalism', in: K. Sarikakis and D. Thussu (eds.), *The Ideology of the Internet: Concepts, Policies, Uses*, NY: Hampton Press.
- Hanafi, S. (2001). *Reshaping the Geography: Palestinian Communities Networks in Europe and the New Media*, Paper presented at the Second Mediterranean Social and Political Research Meeting, Florence (March 21-25).
- Kozar, S. (2002). 'Leaves Gleaned from the Ten-Thousand-Dimensional Web in Heaven: Chinese On-Line Publications in Canada', *Journal of American Folklore* 115(456): 129-153.
- Mitra, A. (1997). 'Diasporic Web Sites: Ingroup and Outgroup Discourse', *Critical Studies in Mass Communication* 14(2): 158-181.
- Riggins, S. H. (1992). 'The Media Imperative: Ethnic Minority Survival in the Age of Mass Communication', in: S. H. Riggins (ed.), *Ethnic Minority Media*, Newbury Park, CA: Sage, pp.1-23.
- Rouse, R. (1995). 'Questions of Identity: Personhood and Collectivity in Transnational Migration to the U.S.', *Critique of Anthropology* 15(4): 351-380.
- Sapienza, F. (2001). 'Nurturing Translocal Communication: Russian Immigrants on the World Wide Web', *Technical Communication* 48(4): 435-448.

- Wang, S. (1995). *History of Overseas Chinese Publications*, Proceedings of the 1995 International Conference on the Chinese-Language Press and Communication of Culture, Wuhan: Huazhong University of Science and Technology Press, pp. 29-34.
- Yang, G. (2003). 'The Internet and the Rise of a Transnational Chinese Cultural Sphere', *Media, Culture and Society* 25: 469-490.
- Zhang, K., and H. Xiaoming (1999). 'The Internet and the Ethnic Press: A Study of Electronic Chinese Publications', *Information Society* 15(1): 21-31.

רשת ללא גבולות

שימושי האינטרנט והעיתונות המקוונת בקרב האוכלוסייה הערבית בישראל

מוסטפא כבהא

מבוא

לפני עשור נשאלה השאלה אם התקשורת בשפה הערבית בישראל היא חלק מהתקשורת הישראלית או שלוחה של המרחב הערבי המזרח-תיכוני. התשובה הייתה אז ברורה וכמעט החלטית: התקשורת בשפה הערבית בישראל היא חלק, בעל מאפיינים מיוחדים, של התקשורת הישראלית; היא גם אולי מי שאמר שהיא שבט מהשבטים של התקשורת הכלל-ישראלית. דבר זה אינו ברור כלל וכלל עכשיו, כי היחסים עם המרחב הערבי התהדקו מאוד, ועל כן אפשר להניח שהתהדקות זו באה על חשבון הקשרים עם שאר השבטים של התקשורת הישראלית.

הדבר קרה באמצעות שתי מהפכות אשר התחוללו בצריכת התקשורת בקרב האוכלוסייה הערבית במדינת ישראל. המהפכה הראשונה התחילה במחצית הראשונה של שנות התשעים של המאה הקודמת, עם חשיפת הציבור הזה לשידורי הלוויין מן המרחב הערבי. זה התחיל ב־1991 עם שידורי MBC, אשר נוהלה על ידי משקיעים סעודיים ושידרה מלונדון. תחנות טלוויזיה מקומיות, אשר פעלו באופן פירטי, התחילו לקלוט את השידורים האלה בצלחות ולשדר אותם כך שייקלטו אצל קהלי היעד שלהם שחסרו להם אז האמצעים הטכנולוגיים לקלוט את שידורי הלוויין המשודרים מלונדון, ואחר כך מביירות, מקהיר וממדינות המפרץ. תהליך זה התעצם למבול תקשורת בשלהי המאה העשרים ובשנים הראשונות של

* כל אתרי האינטרנט המופיעים במאמר זה אוחרו לאחרונה באוגוסט 2006.

המאה העשרים ואחת. דהיינו התקיימה חשיפה גדולה מאוד לתחנות הלוויין, ובשל כך - עזיבה המונית של צרכנים של התקשורת הישראלית (Kabha, 2004). המהפכה השנייה התרחשה בשנים האחרונות של המאה העשרים, ועניינה השימוש באינטרנט.

שתי המהפכות האלה שברו מוסכמות רבות וביתקו כבלים רבים אשר אפיינו את הדפוסים של צריכת התקשורת של האוכלוסייה הערבית בישראל. התמורה העיקרית הייתה הכרסום הרב ביכולתם של מנגנוני ההכוונה והפיקוח שהפעיל הממסד של הרוב על אמצעי התקשורת המופנים לאוכלוסייה הערבית. כרסום זה התבטא בירידה ניכרת בשיעור הצריכה של אמצעי התקשורת שהפעילו מנגנוני הממסד, קרי 'קול ישראל בערבית', המחלקה הערבית של הטלוויזיה הישראלית, ובצריכה של העיתונות המודפסת בשפה העברית. גם הניסיון להקים ערוץ לוויין ישראלי בערבית לא הצליח למנוע את הנהירה לצפייה בערוצי הלוויין הבאים מהמרחב הערבי (כספי, 2005: 92-105). ההמולה הרבה וההשקעה הגדולה בפרויקט זה לא הצליחו להציב ערוץ זה במדד התקשורת הנצפית של צרכני התקשורת הערבים בישראל. בעצם אפשר לומר כי מה שהתחיל בקול תרועה רמה נגמר בקול ענות חלושה, אולי בעיקר בשל האוריינטציה התעמולתית של ערוץ זה, אשר היה מעין ניסיון לחזור לימי התקשורת התעמולתית שאפיינה את מלחמת התעמולה נגד המשטר של ג'מאל עבד אל-נאצר בשנות החמישים והשישים של המאה הקודמת.

המהפכה השנייה היא נושאו של מאמר זה. השימוש באינטרנט הפך את מלאכתם של העוסקים בעיתונות בשפה הערבית בישראל למשוחררת יותר מבעבר ומפוקחת ומכוונת פחות מבעבר. שינוי זה נוצל עד תום הן על ידי הכותבים הן על ידי הגולשים והמגיבים. משמעות הדבר היא שאוכלוסייה זו נהנתה מחופש ביטוי רחב יותר יחסית לימים קודמים, בעיקר בכל הנוגע למעורבות במה שנעשה במרחב. בד בבד אפשר לראות מיידה רבה של השתחררות מכבלים חברתיים ביחסים בין עמים (יחסי רוב-מיעוט למשל), ביחסים בין עדות ובהתייחסויות רבות לרכיבים הפנימיים של החברה הערבית.

כאמור, חקר נושא זה עודנו בחיתוליו, ועל כן אין נתונים רבים ומקיפים על אודות היקף הצריכה ודפוסיה, על התפלגות הצרכנים, על שיוכיהם (לאומי, אזרחי) וכדומה. אשר על כן אתמקד במיפוי, בהצגה ובניתוח של החומר הנתון.

כניסת הרשת אל העולם הערבי

כדי להבין בהקשר הרחב את דפוסי כניסתו של האינטרנט לשימוש האוכלוסייה הערבית בישראל, ראיתי לנכון להציג את דרכי הכניסה של רשת זו לשימוש בחברות ערביות ומוסלמיות בכללן; זאת אף שאני מבין בבירור את הייחוד של החברה הערבית בישראל, מיעוט לאומי ותרבותי המחפש בהתמדה גשרים וקשרים עם המרחב הערבי. לכן חשבתי שיש מקום לסרטט את הקונטקסט הרחב של השימוש באינטרנט ואת הממד ההיסטורי של ההתפתחות באינטרנט בקרב חברות אלו. כל זאת כמבוא וכאמצעי לשם הבנת דפוסי השימוש ברשת בחברה הערבית בישראל.

בשנת 1996 נוסד פורום הדיונים הערבי הראשון באמצעות האינטרנט. הוא נרשם באיחוד האמירויות הערביות, וכתובתו הייתה www.alsaha.com ולחלופין www.alsaha.fares.net. אתר זה היה אתר פלורליסטי לדיונים, והשתתפו בו אנשים מזרמים רעיוניים ומרקעים חברתיים ופוליטיים מגוונים בעולם הערבי. לפני המשתתפים בדיונים הללו עמד (עד 1998) מכשול גדול: אי-יכולתם להשתמש בשפת האם שלהם (הערבית) כשפת דיונים. הם היו צריכים לבחור באחת משלוש אפשרויות: להשתמש באנגלית (בכך בחר מי שידע להתנסח בשפה זו), או להשתמש בערבית כתובה באותיות לטיניות,¹ או לא להשתתף בדיונים כלל. מכשול זה הוסר בשנת 1998, כשהשפה הערבית הפכה לראשונה לשפת שימוש בדואר האלקטרוני (לצד האנגלית). הדבר התאפשר בעת שנוסד בירדן האתר www.maktoob.com. אתר זה הפך בתקופה קצרה לאתר הדיונים הפופולרי ביותר בעולם הערבי. בשנת 2001 רשם האתר מיליון כניסות לשנה; בשנת 2003 עלה המספר ל-3.5 מיליון כניסות; ובאביב 2005 נסק המספר לקרוב לארבעה מיליון.²

שירותי הרשת בערבית הלכו והתרחבו עם הזמן. בקיץ 1998 חנכה רשת אל-ג'זירה, תחנת הלוויין הערבית המפורסמת ביותר, את אתר

1 השימוש בערבית הכתובה באותיות לטיניות יצר עם הזמן ביטויים וקיצורים חדשים שלא היו ידועים בשפת הכתיבה הערבית הסטנדרטית.

2 הנתונים לקוחים מתוך: International Telecommunication Union: Internet indicators, users and number of PCs. www.itu.int/ITU-D/ict/statistics

החדשות שלה באינטרנט: www.aljazeera.net. כמו תחנת הלוויין עצמה, הפך גם אתר זה ללהיט בתוך זמן קצר מאוד, ומספר הגולשים בו טיפס במהירות למיליון ביום. בעקבות ההצלחה המסחררת של אתר החדשות של אל-ג'זירה באינטרנט, ייסדו גם רשתות לוויין וחדשות בין-לאומיות, כמו BBC ו-CNN, אתרי חדשות בערבית, אולי כדי להגיע לדעת הקהל הערבית, במיוחד לנוכח האירועים באפגניסטן ובעיראק. אתר BBC, שכתובתו www.BBC.arabic.com, נוסד בתחילת נובמבר 1999 והפך לאחד האתרים הפופולריים ביותר מבין 43 האתרים ש-BBC מפעילה בשפות שונות. לדעת מפעילי האתר בערבית, הפופולריות של האתר הרקיעה שחקים עד כדי כך שהתחילו להפעיל באתר מדור ללימודי השפה האנגלית.³ הדבר אולי יכול ללמד על שאיפה בקרב דוברי השפה הערבית להגביר את תדירות השימוש בשירותי האינטרנט באמצעות למידתה של השפה העיקרית של הרשת. גורם אפשרי אחר להסבר הנהירה של הגולשים דוברי הערבית לאתר זה הוא האמון הרב שהאתר זוכה לו הודות לניסיונו לשמור על ניטרליות יחסית בשאלות הבוערות המעניינות את צרכן החדשות הערבי, בדומה לתחנת השידור של BBC בערבית; לתחנה זו, המשדרת לעולם הערבי מאז 1939, מוניטין טובים הבאים לידי ביטוי באמון שרוחשים לה צרכניה.

דברים אלו אי-אפשר לומר למשל על אתר האינטרנט של CNN בערבית. אתר זה, שכתובתו ברשת www.CNN.arabic.com, נוסד בדובאי בשנת 2001 והעיד על עצמו שהוא 'מגיש את החדשות מנקודת ראות ערבית'.⁴ הממונים על האתר גם טוענים שהם בחרו את מיטב הכישרונות התקשורתיים בעולם הערבי כדי שהעבודה באתר תהיה מקצועית לעילא ולעילא.⁵ חרף זאת לא הצליח אתר זה לייצב את עצמו מעל אתרי אל-ג'זירה ו-BBC, כנראה בשל מידה קטנה של אמון גולשים בו; מה גם שניכרת באתר מגמה תעמולתית לטובת המדיניות האמריקנית במזרח התיכון ונגד המתנגדים למדיניות זו.

האתרים שעשו חיל מבחינת שיעור הגלישה בקרב קהלי הגולשים הערבים והמוסלמים היו האתרים בעלי האוריינטציה האסלאמית. אתרים

3 כך נכתב בתעודת הזהות של האתר www.BBC.arabic.com

4 כך נכתב בתעודת הזהות של האתר www.CNN.arabic.com

אלו זכו להצלחה רבה יותר מאתרים חילוניים או אתרים בעלי אוריינטציה רעיונית אחרת. האתרים בעלי האוריינטציה האסלאמית הפכו לאתרי בילוי של מאות אלפי גולשים זמן קצר לאחר הקמתם. הם נחלקים לשתי קטגוריות עיקריות: הראשונה - מטיפים בעלי השפעה המבקשים לחולל שינוי חברתי המבוסס על התורה האסלאמית, והשנייה - תנועות אסלאמיות רדיקליות המטפחות את רעיון ההתנגשות עם המערב ועם סוכנוי כאמצעי לשינוי פנים-אסלאמי. אחדים מבין אתרים אלו מציגים גם סרט חדשות המתעדכן פעמים אחדות ביום, ובו מובאות בעיקר חדשות מן המקומות שיש בהם מאבק בין כוחות אסלאמיים לבין גורמים מערביים אחרים: עיראק, אפגניסטן ושטחי הרשות הפלסטינית.

עם הקבוצה הראשונה נמנה האתר של המטיף המצרי השיח' יוסף אל-קרד'אוי, המתגורר בנסיכות קטר זה ארבעה עשורים ומרצה שם באוניברסיטה של אל-דוחה. איש זה, שגורש ממצרים בשל חברותו בארגון האחים המוסלמים, עשה תפנית במחצית השנייה של שנות התשעים, כשהתחיל להופיע בתכנית בענייני שאריעה והתפתחויות אקטואליות בחברות האסלאמיות ובחברה הבין-לאומית. הוא הפך לאחד מפוסקי השאריעה החשובים ביותר בעולם האסלאם בשל גישתו הפרגמטיסטית החדשה. בשנת 1997 היה מן היוזמים של אתר שביקש להפיץ את ראייתו לרעיונות האסלאם מתוך הוראת הדרך שהאסלאם צריך לנקוט כדי להתמודד עם ההתפתחויות החדשות. כתובתו של אתר זה ברשת היא www.islamonline.net, ובפירוט www.islamonline.net/english/index.shtml. האתר הפך בתוך זמן קצר לאתר האסלאמי הפופולרי ביותר בעולם.⁶

עמדת הבכורה של אתר זה לא נמשכה זמן רב. בשנת 2002 ייסד מטיף מצרי צעיר היושב בלונדון אתר שכתובתו ברשת היא www.amrkhaleed.net. איש זה, המופיע גם הוא בשתי תחנות לוויין בעלות השפעה ('אקרא' ו-ART) בבעלות סעודית, מרתק אליו עשרות אלפי צעירים ערבים המגלים התעניינות בתוכני האתר. בשנת 2004 הצליח אתר זה לעבור במספר הגולשים והמנויים שלו את האתר של אל-קרד'אוי. בנובמבר 2003 היה מספר המנויים 76,800, והוא עלה במאי 2005 ל-193,600.⁷

6 הופהאינו, 2005.

את התופעה של עמרו ח'אלד תיאר אתר האיגוד האסלאמי בלונדון כך:

עמרו ח'אלד מייצג בהצטיינות את הרוח אשר מושכת את הצעירים הערבים לאינטרנט, ואפילו יותר מזה: הוא התחיל בתנועה חדשה אשר לא חשבו עליה לפני כן המנהיגים המסורתיים המוסלמים והלא מוסלמים [...] באמצעות התופעה הזאת אתה יכול לחוש את הדופק של מאה אלף צעירים ערבים אשר נוהגים לבקר באתר של עמרו ח'אלד. צעירים אלו קיבלו את מה שלא ניתן להם שנים ארוכות: האמונה ביכולת שלהם לחולל שינוי ולעשות מעשה. יש שינוי אמתי אשר הופיע סוף סוף [...] צעירים אלו מאסו בסכסוכים הפוליטיים והדתיים המסורתיים, ואין להם כוונה לאבד יותר מדי זמן בוויכוחים.⁸

תופעת עמרו ח'אלד הפחידה אולי את הממשל במצרים, ועל כן הוא גורש בשנת 2002 מקהיר ועבר ללונדון, שם ייסד את האתר שלו. בלונדון עשה נפשות גם בהופעות פומביות, הזוכות לסיקור נרחב גם בתחנות הלוויין הערביות. הדבר אולי דומה לתופעת המטיפים הנוצרים המנצלים את אמצעי התקשורת לדרשותיהם ולעשיית נפשות כדרכם של מיסיונרים. אך אין זה המקום להרחיב בהשוואה בין שני הדפוסים.

אשר לתנועות האסלאמיות הרדיקליות, האתר הראשון של תנועות אלו היה אתר 'אל-מחיט', שכתובתו ברשת www.moheet.com. אתר זה הוקם בשנת 1998 ונרשם בדובאי באיחוד האמירויות. באתר זה מודגשים בדרך כלל רעיונות אסלאמיים פונדמנטליסטיים. מלבד השיח נגד המערב ותרבותו יש גם שיח ער נגד קבוצות אסלאמיות אחרות מתוך חדירה לוויכוחים תאולוגיים-משפטיים הנסבים סביב שאלות והתפתחויות אקטואליות וסביב עמדת האסלאם כלפיהם. בולטים למשל השיח והוויכוחים בין הקבוצות השייכות לזרם הוואאבי הפונדמנטליסטי ובין קבוצת אל-אחבאש, המייצגת רעיונות ליברליים ואוניברסליים.⁹ נטייה זו

8 דברים אלו מובאים בכותרת 'תופעה ושמה עמרו ח'אלד', והם מופיעים באתר של האיגוד המוסלמי בלונדון:

www.mabonline.net/islam/personalities/.articles/amrkhald.htm

9 שתי הקבוצות משתמשות באינטרנט ככלי ניגוח עיקרי, ולשם כך הן משתמשות בכמה אתרים לכל קבוצה, מקצתם מוצהרים ואחרים מוסווים. הקבוצות הוואאביות משתמשות למשל באתרים www.albarghothy.net או www.islamicweb.com, וקבוצת אל-אחבאש משתמשת באתר www.alhabashi.info. על פולמוס זה בין שתי הקבוצות ראו Kabha and Erlich, 2006.

לפולמוס רעיוני התגברה לנוכח הפלישה האמריקנית לעיראק במרס 2003. מיד עם פרוץ המלחמה הוקם האתר הנחשב היום למוביל באתרים האסלאמיים הרדיקליים: אתר הזיכרון האסלאמי שכתובתו ברשת www.islammemo.cc. מבחינת תפוצתו, כבר ב־2004 השאיר האתר את שאר האתרים מאחוריו, בייחוד כשהתחיל לפרסם חדשות מן המלחמה בעיראק, ובמיוחד ממקומות שהתקשורת הרגילה התקשתה להגיע אליהם (הקרבות בעיר פלוג'ה) (הופהאינו, 2005: 65).

האתרים השייכים לקבוצות אלו הולכים ומתרבים עם הזמן, אך הם סובלים מאילוץ קשה מאוד: החשש ממעקב של האמריקנים ובעלי בריתם. הם אינם מצליחים לתחזק את התפוצה הגדולה שלהם ולבנות לעצמם קהל גולשים קבוע בשל שינויים תכופים בכתובות ובשמות. אילווצים אלו מצמצמים מאוד את היכולת שלהם להגיע לקהל רחב. רק העוקבים מקרוב אחרי השינויים יכולים להתעדכן בהם ולעקוב אחרי אתרים אלו (שם: 66).

הבלוגים בעולם הערבי

גם תופעת הבלוגרים, נושא חדש באפנת האינטרנט, לא פסחה על העולם הערבי־מוסלמי. אמנם היא נכנסה אליו באיחור לעומת המערב, אך עם הזמן הפכה לתופעה מקובלת מאוד בקרב משכילים, אינטלקטואלים ועיתונאים. בעולם המוסלמי בולטת התופעה במיוחד באירן, שם נאנקת התקשורת מצנזורה הדוקה. תופעת הבלוגרים נחשבת ל'תקשורת אלטרנטיבית', ולנוכח העובדה שיש משכילים אירניים רבים בעלי מיומנות כתיבה ושימוש בטכנולוגיה הזאת הן בתוך אירן הן מחוצה לה, הפך הבלוג לדרך פופולרית לגולשים אירניים בפרסית ובאנגלית. מספרם של הבלוגרים האירניים באנגלית ובפרסית מוערך כיום ב־700,000 בקירוב, מהם 40,000–110,000 אתרים פעילים.¹⁰

בעולם הערבי היה זה הסופר עבדאללה אל־מהירי מאבו ד'אבי אשר ייסד את אתר הבלוג הראשון בשפה הערבית, אתר שכתובתו ברשת www.serdal.com. לאיש זה שמורות זכויות היוצרים של הביטוי הערבי של הבלוג: 'מִדְוֹנָה', מלשון 'תְּדוּוֹן', קרי רישום. אך הבלוג הערבי המפורסם ביותר נמצא בכתובת www.salampax.com, ובו תיעד הכותב

10 ריאיון עם חוסיין דר'ח'שאן שביקר בישראל בשבוע האחרון של ינואר 2006. הריאיון הופיע באתר www.ynet.co.il ביום 30.1.2006.

את חייו בבגדד מספטמבר 2002 ועד אוגוסט 2004, ובתקופה זו 17 חודשים בכיבוש האמריקני.¹¹ ניסיונו של האיש תועד גם בסרט שהופק בשנת 2005 ואשר נקרא 'חייו של בלוגר בבגדד', ובו תיאורים מרהיבים על השינויים בעיראק לאחר הדחת המשטר הקודם. הבולט בתיאורים הוא חידוש מסורת 'טקסי עאשורא' של העדה השיעית, טקסים שהיו אסורים במשך 35 שנות שלטון הבעת'.

התופעה הפכה לנפוצה מאוד בשנים 2004-2005, והדבר מבטא אולי את חוסר שביעות הרצון של המשתתפים בפורומים של הדיונים מרמת הדיון והוויכוח או מרמת תפקודם של אמצעי התקשורת הקונוונציונליים. נימה זו אפשר למצוא בכתביהם של אלה אשר החליטו להקים לעצמם בלוג פרטי, שבו הם יכולים לבטא את עמדותיהם בלי ההגבלות של חוקי המשחק בפורומי הדיון. מספרם של בעלי הבלוגים הערביים הרשומים והפעילים עמד בדצמבר 2005 על 4,900 והוא עולה בממוצע של 11 אתרים ביום.¹² במצרים הוקם איגוד של הבלוגרים המצרים שכתובתו ברשת www.egybloggers.com. לאחרונה הוקם גם איגוד לבלוגרים הערביים שכתובתו ברשת www.arabblogcount.blogspot.com. איגוד זה ארגן בפברואר 2005 תחרות בשם 'פרס BABA לבחירת אתר הבלוג הטוב ביותר'.¹³

הדבר המרתק הוא שתופעה זו קיבלה תאוצה בארצות ובחברות הנמצאות במאבק מתמשך או במדינות שיש בהן הפעלה נוקשה של חוקי הצנזורה או בתנועות אסלאמיות הסובלות ממעקב בין-לאומי ומאשימות את המשטרים השונים בעולם בזיוף התכנים התקשורתיים. בנימה זו דיבר אחד הבלוגרים המוסלמים בראשית ינואר 2006, כשקרא להמוני גולשי האינטרנט המוסלמים לאמץ את השיטה:

בעולם היום נפוצה תופעה הנקראת BLOG, והיא אתר אישי מיוחד שבו אפשר לכתוב את מה שעובר עליך יום יום. בואו ננצל את השיטה הטובה הזאת כדי לשרת את נושא ההטפה לדת האסלאם ולשרת את כלל המוסלמים. כמה מרתק ומופלא לקרוא את מה שכותב האח מפלסטין או מעיראק או מאפגניסטן או מכל ארץ מוסלמית פגועה

11 סיפורו של בעל הבלוג אשר ענה לשם ראאד (כנראה אזרח אחת המדינות הערביות ששהה בעיראק) הובא בעיתון *Guardian* הבריטי בכותרת "Where is Raed?".

12 ראו www.arabblogcount.blogspot.com

13 ש.ס.

אחרת על חיי היום יום שלהם, הבעיות שלהם, החדשות שלהם (כפי שהם קורים באמת, ולא כפי שמעבירה אותם התקשורת הדור-פרצופית), הדאגות שלהם, הצרכים, איך הם חושבים, איך הם מביטים לעתיד. תאמינו לי זה יהיה פרויקט נפלא.¹⁴

על השאלות מה עומד מאחורי הגידול האינטנסיבי בקרב החברות הערביות באינטרנט ומהו הפרופיל החברתי של המצטרפים החדשים בשנים האחרונות, משיב החוקר הופהאינו:

מבחינה חברתית, שימושי הרשת נפוצו, בשנים האחרונות, בצורה מהירה יותר בקרב נשים וצעירים. בעוד שקבוצת הגיל 20-30 מובילה בתהליך הזה (שיעורם בקרב המשתמשים בשנת 2003 היה פי שניים משיעורם בכלל האוכלוסייה) [...] באיחוד האמירויות הערביות נמצא בשנת 2004 שמחצית מחברי קבוצת הגיל 15-24 נמנים עם משתמשי הרשת, והנשים שם, אשר היו רק 4% מהמשתמשים בשנת 1998, התקרבו ב-2005 ל-50% (הופהאינו, 2005: 64).

את הנתונים האלה אפשר להסביר במאבק של שתי קבוצות חברתיות אלו להשתחרר מכבלי החברה המסורתית באמצעות היחשפות לכלי הבעה, בלי שיהיה צורך להיחשף היחשפות פומבית לפני מפעילי הפיקוח והסייגים החברתיים. נוסף על שתי קבוצות אלו אפשר גם לומר שאנשי העיתונות והפעילים בעמותות של החברה האזרחית הם אלה שהיה להם מגע הדוק עם רשת האינטרנט בשל הצורך המובן לתקשר עם העולם החיצון. אם נניח שרוב הקבוצות הללו מרגישות היטב את ההגבלות של משטריהן על חופש הביטוי, נבין שחברי קבוצות אלו מצאו ברשת הזדמנות פז לעקוף את מנגנוני הפיקוח והצנזורה ואת ידם הכבדה של השלטונות באמצעות תקשורת אלטרנטיבית שבאמצעותה הם נהנים מחופש ביטוי רחב בהרבה מזה שבכלי התקשורת המסורתיים.

האוכלוסייה הערבית בישראל לנוכח מהפכת האינטרנט

מצבה של האוכלוסייה הערבית בישראל, כמיעוט לאומי ותרבותי הסובל מהדרה ומדחיקה לשוליה של חברת הרוב שהוא חי בתוכה, נותן לה את המוטיבציה הדרושה לנסות להשתמש באינטרנט ככלי אלטרנטיבי, אך גם

ככלי העוקף את הגבולות והסייגים אשר מנעו מאוכלוסייה זו להיות חלק מהמרחב שאליו היא שייכת מבחינה תרבותית, לאחר קרוב לשישה עשורים של ניתוק.

את האתרים שנוסדו בידי גורמים בקרב האוכלוסייה הערבית בישראל באינטרנט אפשר לחלק לחמש קטגוריות עיקריות: אתרי העיתונים הכתובים, אתרי חדשות, פורומים ובמות דיון, אתרי האגודות והעמותות של החברה האזרחית, ואתרים אישיים 'מעין בלוגים'.

א. אתרי העיתונים הכתובים

כמעט כל העיתונים הכתובים אשר צורכת האוכלוסייה הערבית בישראל - שני היומונים ('אל-אתחאד' ו'אל-פג'ר אל-ג'דיד'), השבועונים הגדולים ('כל אל-ערב', 'אל-צנארה' ו'פאנוראמא'), המקומונים ('חדית' אל-נאס', 'אל-עין' ו'אח'באר אל-נקב'), ירחונים ספרותיים ('משארף'), ירחוני נשים ומשפחה ('ליילכ', 'אשראקה', 'ליידי') - הקימו אתרים אשר הכילו בדרך כלל את רוב התכנים של העיתון המודפס (חוץ מפרסומות וממדורים אחדים). ברוב האתרים האלה אין באפשרות הקורא להגיב לתוכני העיתון המוצגים ברשת, ורק אחדים מאתרים אלו (העיתון 'אל-אתחאד', לדוגמה, אשר המאמרים העיקריים שלו מופיעים באתר של חד"ש) מאפשרים לקוראים להגיב לתוכני המאמרים; גם אז כנראה התגובות מסוננות, כי בדרך כלל מופיעות תגובות אוהדות לתוכני המאמרים, פרי עטם של כותבים המקורבים לזרם שהעיתון הוא הביטאון שלו. כתובת האתר ברשת www.aljabha.org.

ב. אתרי החדשות

בקטגוריה הזאת יש ארבעה אתרים של חדשות המתעדכנים בשעות היום ומנסים להביא את החדשות האחרונות זמן קצר לאחר התרחשות האירועים. הראשון הוא האתר www.arabs48.com, המתנהל כגוף עצמאי (מקצת התכנים שלו מופיעים בעיתון 'פצל אל-מקאל', ולכן יש מי שמכניס את שני הגופים תחת אותה מטרייה, אף שאלה גופים שונים זה מזה, בעלי הנהלות וחברי מערכת נפרדים), ושלושת האחרים הם אתרים הצמודים מאוד לשבועונים (www.panet.com סמוך לשולחנו של עורך 'פאנוראמא'; www.pls48.net סמוך לשולחנו של עורך העיתון 'צות אל-חק ואל-חריה', ביטאון התנועה האסלאמית, הזרם הלא פרלמנטרי; והאתר החדש ליד

עיתון 'אל-צנארה', שכתובתו ברשת (www.assennara.net). זאת נוסף על הניסיון של אתר החדשות של 'ידיעות אחרונות' בערבית אשר פעל במשך ארבע שנים (2001-2005) והפסיק להופיע בקיץ 2005, ובמקומו התחיל להופיע אתר החדשות של העיתון באנגלית.

1. אתר החדשות www.arabs48.com. נוסד ביוני 2002 על ידי חברת 'אמואג' לתקשורת', אשר מגדירה את עצמה כחברה עצמאית ללא מטרת רווח. מניות החברה מחולקות בין אחמד אבו-חסיין (רואה חשבון מאום אל-פחם), מחמד אבו אל-נדא (מהנדס מחשבים מבאקה אל-ע'רבייה), וליד ח'מיס (עו"ד מחיפה, חבר עיריית חיפה) ואחרים.¹⁵ האתר מגדיר את קהל היעד שלו כך: כלל דוברי הערבית בעולם, ארצות המרחב הערבי והאוכלוסייה הערבית בישראל. משימתו, כפי שהגדיר אותה האתר לפני קהל היעד שלו, היא הצגת מה שקורה בישראל ובשטחי הרשות הפלסטינית מנקודת ראות ערבית. במערכת האתר עובדים חמישה עורכים, והם מעסיקים מספר דומה של כתבי שטח, בהם הכתבת אלפת חדאד, המסקרת את חדשות רצועת עזה ולפעמים גם הגדה המערבית. נוסף על עבודת העורכים והכתבים האתר מגייס מאמרים פרי עטם של משכילים ערבים מישראל ומהעולם הערבי.¹⁶ לאתר יש קישור לכמאה אתרים של עיתונים, אתרי חדשות ותחנות לוויין ואתרי אגודות ועמותות של החברה האזרחית בעולם הערבי ומחוצה לו. כמו כן הוא מצוטט על ידי גדולי העיתונים הערביים במרחב הערבי ובאירופה, כמו 'אל-אהראם' (מצרים), 'אל-ספיר' (לבנון) ו'אל-קדס אל-ערבי' (לונדון). בסוף ינואר 2006 עמדה תפוצת האתר על 100,000 כניסות ליום, והמדורים הפופולריים הם לפי הסדר הזה: הכותרת הראשית, עניינים ישראלים, תרבות ואמנות ומדור מאמרים ודעות. לדבריו של מנהל האתר, הוא מסנן ומצנזר תגובות של קוראים כשמדובר בקללות או בשימוש במילים 'לא מוסריות'. הנהלת האתר התחילה לנקוט צעד זה לאחר התראה שקיבלה ממחלקת ההונאה במשטרה, אשר לטענתה קיבלה תלונה מגורמים בעדה הדרוזית המוחים על דברים בגנות העדה הזאת שהופיעו בתגובות הקוראים. בעניין הסינון נוקטים באתר, לפי דבריו של העורך, שלוש שיטות: מאמרים עם תגובות חופשיות, מאמרים או חדשות שהתגובות עליהן עוברות צנזורה ומאמרים

15 ריאיון עם יו"ר הנהלת האתר, אחמד אבו חוסיין, 2.2.2006.

וחדשות בלי אפשרות תגובה. הרגישויות הרבות המלוות את עבודת האתר, בייחוד בכל הנוגע למערכת היחסים הפנימית בחברה הערבית בישראל, הביאו לסגירת מדור הפורומים לאחר התקריות האלימות בכפר מע'אר בשלהי שנת 2004, בין תושבי הכפר בני העדה הנוצרית ובין התושבים האחרים בני העדה הדרוזית, תקריות אשר גררו התגוששויות מילוליות קשות בין שני המחנות ושלחוב הרוחות. נסיבות אלו העמידו את הנהלת האתר במצב מביך.¹⁷

בנובמבר 2005 מעיד אחמד אבו חוסיין, יו"ר הנהלת האתר, כי הוזמן לחקירה על ידי שירותי הביטחון הישראליים בנושא התנהלותו של האתר והקשרים שיש לו עם המרחב הערבי. וכך סיפר:

בחקירה הוזהרתי מלקיים קשר עם עיתונאים מהעולם הערבי והוזהרתי מלפרסם מאמרים של העיתונאי עבאס אסמאעיל, ראש הדסק הישראלי בעיתון 'אל-מסתקבל' הלבנוני, שלטענת החוקרים הוא מזוהה עם ארגון חזבאללה, ואסר עליי לקיים קשר, במישרין או בעקיפין, אתו.¹⁸

שם האתר מתייחס לכינוי של הערבים הפלסטינים הישראלים בעולם הערבי. הבעלים שלו מקורבים לבל"ד ואינם בהכרח חברים במפלגה זו. עם זה ניכרת היטב באתר רמת הזדהות גבוהה עם מפלגה זו, והוא נחשב היום לכלי החשוב ביותר המציג את האוריינטציה הלאומית.

לאתר הזה יש גם, מאז פברואר, אתר אח בעברית, 'מחסום', וכתובתו ברשת www.mahsoom.com. התגובות לאתר זה רבות ומעורבות: כותבים שם גם אנשים ששפת האם שלהם עברית, כמו אמנון רז-קרקסטיין, שרה אוסצקי-לזר וסמי שלום שטרית. אתר זה, על אף היותו אתר שאפשר לזהות בו את האוריינטציה הלאומית של בל"ד, שונה בהרבה מאמצעי תקשורת תעמולתיים ערביים שהופנו לאוכלוסייה היהודית באמצעות תוכני תעמולה שקופה ועברית עילגת: 'רדיו דמשק' ו'רדיו עמאן' והטלוויזיה המצרית. העברית של האתר היא ברמה גבוהה מאוד, ויש בו עורכי לשון ששפת האם שלהם עברית. יש באתר מעורבות ותגובות של גולשים יהודים. אמנם לפעמים אפשר לראות שהשמות יהודיים, אבל רמת העברית יכולה להסגיר את המוצא הלא יהודי של הגולש.

17 ראו למשל אתר www.arabs48.com מיום 12.5.2005.

18 ריאיון עם אבו חוסיין (לעיל הערה 15).

2. אתר החדשות www.panet.com. אתר זה נוסד בשנת 2004 כאתר חדשות המתגבר את אתר השבועון 'פאנורמא'. עורכו הוא הבעלים והעורך של העיתון הכתוב, העיתונאי בסאם ג'אבר, העומד בראש מערכת של 13 עורכים וכתבים, רובם עובדי השבועון. קהל היעד של אתר זה, לפי דבריו של העורך, הוא בראש ובראשונה האוכלוסייה הערבית בישראל. ובשל כך הדגש בחדשות ובמאמרים הוא בענייני אוכלוסייה זו. עם זה, במערכת האתר מדווחים על אלפי מבקרים ומגיבים מן העולם הערבי. ממוצע הכניסות לאתר ביום, לפי גרסת בעליו, הוא כ-200,000.¹⁹

עורך האתר מציין שהוא מצנזר את התגובות ונמנע מפרסום תגובות העלולות לשמש בסיס לתביעות דיבה. לדבריו, אנשי האתר עורכים צנזורה עצמית נוקבת, ואכן לא התקבלה עד כה שום התראה מצד הצנזורה הכללית או ממחלקות השלטון המטפלות בתוכני האינטרנט בארץ.²⁰ אשר למדורים הפופולריים באתר, העורך מונה את המדורים המופנים לשכבת גיל הנועורים שעמה נמנה שיעור ניכר מהגולשים באתר.²¹

3. אתר www.pls48.net. אתר זה, כפי שהזכרנו, קשור במידה מסוימת לעיתון 'צות אל-חַק ואל-חַריה', הביטאון של התנועה האסלאמית היוצא באום אל-פחם מאז 1989. האתר נוסד במאי 2004. במערכת עובדים שני עיתונאים, העורך הראשי עבד אל-חכים מפיד, מזכיר המערכת של 'צות אל-חַק ואל-חַריה', ועובד אחר המרכז את העבודה הטכנית של האתר. לצדם עובדים שלושה כתבים מתנדבים המסקרים את ההתרחשויות בחברה הערבית בישראל. בריאיון עם עורך האתר הוא דיווח שמספר הנכנסים לאתר בעלייה מתמדת: מספרם בסוף שנת 2004 עמד על 30,000 גולשים ביום, ובסוף 2005 עמד על 65,000 גולשים ביום.²² המדורים המועדפים בעיני הגולשים, לפי העורך, הם מדור החדשות המסקר את מסגד אל-אקצא והמדור 'בנק האינפורמציה'.²³

19 ריאיון עם העורך ובעלי האתר, בסאם ג'אבר, 4.2.2006.

20 שם.

21 שם.

22 ריאיון עם עורך האתר, עבד אל-חכים מפיד, 8.2.2006.

23 שם.

בתעודת הזהות של האתר הגדירוהו הממונים עליו כך:

אתר זה הוא אתר שדן בענייני הפלסטינים בתוך ישראל. הוא שואף להציג מידע על אודות אוכלוסייה זו שאין בו רק הממד האינפורמטיבי־חדשותי. אנו מתכוונים [באמצעות האתר] להכין את המידה הגדולה ביותר של אינפורמציה הנוגעת לפלסטינים של 1948. על כן ראינו לנכון להקים מאגר מידע רחב וכולל כדי שיהיה מקור לחוקרים, לאקדמאים ולאלה המגלים עניין בנושא הפלסטינים של 1948. כמו כן, אנו שואפים ליצור קשרים תרבותיים ותקשורתיים עם העולם הערבי.²⁴

את הדברים המייחדים את האתר, לדעת אנשי המערכת שלו, הם מסכמים במילים אלה:

האתר מתבלט בכך שהוא מציג את הנושאים הישראליים בהעמקה ובהרחבת יתר ולא מסתפק בפן החדשותי בלבד. כמו כן הוא מנסה להציג תמונה יותר ברורה וכוללת על אודות הפעילות האסלאמית בקרב הפלסטינים של 1948, מתוך הדגשת מקומה של פעילות מרכזית זו בכלל הפעילות החברתית והפוליטית בקרב הפלסטינים של 1948.²⁵

המעניין הוא שאתר זה אינו מנופף בססמה המפורסמת של התנועה האסלאמית 'האסלאם הוא הפתרון'. הוא אף מדגיש את הפן הלאומי־לוקלי, הפלסטיני, ומזדהה ככלי ביטוי של 'הפלסטינים', ולא של 'המוסלמים', של 1948.

4. אתר החדשות האלקטרוני של 'אל-צנארה'. כתובתו ברשת www.assennara.net. הוא נוסד בראשית פברואר 2006. הוא מכיל בדרך כלל את התכנים של השבועון בעדכוניים במרוצת השבוע. מבזקי החדשות נמסרים בסרט חדשות רץ, אך ללא ציון שעת העדכון או יכולת להרחיב מעט על אודות מבזקי החדשות. נראה שהוא מתעדכן פעמים אחדות ביום, אך לא בקצב המתקרב לאתרי חדשות רגילים. באתר מצוין שעורכו הוא עורך השבועון לוטפי משעור, ואכן בדברי העורך מופיעים לעתים קרובות

24 כך כתוב בתעודת הזהות של האתר בכותרת 'מי אנחנו?'. לפרטים נוספים ראו www.pls48.net.

קטעים מדברי עורך השבועון מאותו שבוע.²⁶ בגלל היותו אתר חדש, אין לממונים עליו נתונים על שיעור הגלישה או על פרופיל הגולשים.

5. האתר של המרכז הפלסטיני למחקרים ישראלים 'מדא'ר'. כתובתו של אתר זה ברשת היא: www.almash-had.madarcenter.org והוא נקרא 'אל-משהד אל-אסראאלי'. הוא התחיל את הופעתו באפריל 2001 בעריכת המשורר מחמד חמזה ע'נאיים מבאקה אל-ע'רבייה. לאחר מותו הפתאומי של האחרון ביוני 2004, עורך אותו היום הסופר והמבקר הספרותי אנטואן שלחת מעכו. בדצמבר 2005 קיבל העורך החדש צו חתום בידי אריאל שרון, בתוקף היותו שר הפנים, המונע ממנו לצאת את הארץ למשך שנה.²⁷ באתר זה יש גם מאמרים, מדור תרבות ובעיקר פרקי פרשנות לחדשות, ואלה מתחלפים בכל 24-36 שעות.²⁸

6. arabynet של 'ידיעות אחרונות'. אתר זה הוקם בשנת 2001 כגרסה הערבית של 'ידיעות אחרונות' והמשיך לפעול עד קיץ 2005. קהל היעד שלו היה הגולשים הערבים במרחב. הגרסה הערבית אינה זהה לגרסה העברית. למשל, בגרסה הערבית חסר מדור ספורט, אולי כדי להימנע מהיחשפות ל'מלחמת המילים' המתנהלת בגרסה העברית בין אוהדי בית"ר ירושלים ובין אוהדי איחוד בני סח'נין, מלחמה הגולשת בדרך כלל מתחום היריבות הפוליטית אל פסי ההכפשות וההשמצות הלאומיות. לא תמיד ברור אם המשמיץ הוא ערבי ישראלי או ערבי בשטחים הפלסטיניים או בירדן, אבל לפעמים האנשים מזדהים. רוב הכותבים בעיתון היו יהודים. נימת הדברים, הטרמינולוגיה והתרגומים מן הנוסח העברי מזכירים מאוד את הגישה ואת נימת הדברים של עיתוני הממסד הישנים 'אל-יום' ו'אל-אנבאא'.²⁹ במקצת המאמרים שהתפרסמו באתר מומחשת הגישה המזרחנית המתנשאת המוכרת לנו ממאמריהם של מיכאל אסף וגדעון ויגרט (עיתונאים שהיו פעילים במחלקה הערבית בסוכנות היהודית בתקופת המנדט ובמחלקה הערבית של מפא"י לאחר הקמת המדינה; אסף

26 ראו למשל אתר www.assennara.net מיום 10.2.2006.

27 על כך ראו www.arabs48.com מיום 25.12.2005.

28 ריאיון עם עורך האתר, אנטואן שלחת, 9.2.2006.

29 כבהא, 2002.

היה גם אחד העורכים של העיתון 'דבר' בשני העיתונים הללו. במאמרו 'ישראל בראי הערבים' (27.3.2002) כתב המזרחן גיא בכור:

היזמה הסעודית משקפת את המצוקה הקשה והאמתית של הערבים: איך אפשר לתאם בין הכעס בגין הצלחת האחר ובין הצורך לבנות יחסים אתו בצורה שתאפשר את ההצטרפות לעולם המחר.

לא קשה לנחש מי מייצג לדעת בכור את 'העולם הרחב' או את 'המחר'. למי שלא היטיב להבין את המסר, הוא ממשיך ואומר:

ישראל היא מדינה מצליחה, אחת מהמדינות העשירות בעולם. הכלכלה שלה משגגת על אף האינתיפאדה, והיא שווה את כל כלכלות שכנותיה ביחד. היא חלק מהמגזר המתקדם בעולם. שולטים בה החירות והדמוקרטיה שאינן באף מדינה ערבית. היא מהווה עם כל הכוח הטכנולוגי שלה את העתיד [...] ישראל מגשימה את כל מה שרצו הערבים לעצמם אך אין ביכולתם לעשות. כך, כשהם מתבוננים בישראל, הם מגלים שהם עניים ושוליים, אינם יכולים להשיג את הגלובליזציה, הטכנולוגיה והעתיד.

לצד הערבית העילגת וטעויות הדפוס והניתוח, המאמר שופע מושגים ומונחים שבהם הרבו להשתמש המזרחנים שהוזכרו לעיל, ושבעינייהם המאבק הערבי-ישראלי מבחין בבירור בין קדמה לבין פיגור, בין דמוקרטיה לבין דיקטטורה, ואפילו בין אור לבין חושך. מדי פעם בפעם ניסה בכור לחפות על גישות ועמדות יסוד אלו בניסיון 'להבין' את הערביות והפלטוניות, באמצעות ביקורת על ממשלת הימין השולטת בישראל. אך חיפוי זה נראה ברוב המקרים שקוף, חסר משמעות, ופעמים אף סובל מניגודים פנימיים בלתי מובנים (כך עשה למשל במאמרים שכתב ב-7.3.2002, ב-14.3.2002 וב-22.3.2002). עם זה יש לומר שהתכנים של האתר זכו לתגובות רבות בקרב האוכלוסייה הערבית בישראל ובקרב אוכלוסיית המרחב הערבי. באפריל 2002, בימי מבצע 'חומת מגן', הגיבו אנשים מהגדה המערבית ומרצועת עזה לתכנים של ynet מתוך המצור. הם התווכחו עם הכותבים, בעיקר עם מאמרי המזרחנים שביקשו לנתח את התהליכים בחברות הערביות. בקיץ 2005, מסיבות השמורות רק לממונים על האתר, הוחלט להפסיק את הפעלתו, ובמקומו מופעל היום אתר החדשות של 'ידיעות אחרונות' באנגלית.

ג. פורומים ובמות דיון

רבים מן המשתמשים בכלי עושים זאת בפורומים גדולים הפועלים במרחב, כמו אתר 'אל-בואבה אל-ערבייה', שכתובתו ברשת www.2n2n.com, או באתרים האסלאמיים 'אסלאם און-ליין' ו'ספינת אל-נג'את', ספינת הגאולה, שכתובתו ברשת www.annajat.org; באתר זה יש פורומים הדנים ביחסים בין שני הרכיבים העיקריים באומת האסלאם, סונים ושיעים, ופורומים לתחביבים ולאינטרנט. המתדיינים כאן אינם מתדיינים בדרך כלל כערבים פלסטיניים בישראל, אלא כחלק מקבוצות הדיון הרעיוניות; אי-אפשר לנחש את זהותם אלא אם הם מזדהים כך. כמה גולשים מתדיינים גם בבמת הדיון הפלסטינית שכתובתה ברשת www.palestinianforum.net. בפורום זה מתקיימים דיונים ערים בכל הנוגע לעניין הפלסטיני, כמו הזהות, הפליטים, הפתרונות האפשריים לסכסוך הישראלי-פלסטיני והיחסים של הפלסטינים עם שאר העמים הערביים.

יש אתרים אחרים מן המרחב הערבי המהווים אטרקציה לגולשים ערביים מישראל, כמו אתר המיועד רק לנשים, וכתובתו ברשת www.bnat.com; בפתח אתר זה מתנוסס המשפט 'לנשים בלבד'. הצבע הדומיננטי באתר הוא ורוד, ושם מתנהלים דיונים בעניינים נשיים, במות היכריות, תחביבים ועניינים מגוונים אחרים.

נוסף על אתרים אלו יש אתר שהבעלים שלו מכורדיסטן העיראקית, והוא מגדיר את עצמו כאתר שמאלני חילוני שכותרתו 'ביחד נגד האלימות והקיצוניות, ביחד למען דיאלוג תרבותי'. ואכן האתר נקרא 'הדיאלוג התרבותי', וכתובתו ברשת www.rezgar.com. באתר זה כותבים אנשי שמאל מרחבי המרחב כולו, ובין היתר גם יהודים ממוצא עיראקי (יחזקאל קוג'מן) ויהודים וערבים אנשי חד"ש ותנועות שמאל אחרות (רג'א זעאתרה, ברהום ג'ראיסי ומיכל שוורץ). בתכנים של האתר יש ביקורת נוקבת על תפקוד המשטרים באזור (כולל ישראל), והכותבים אינם חוסכים את שבת ביקורתם גם מארצות הברית ומהמדינות שלה באזור.³⁰

אשר לפורומים ולבמות הדיון המתקיימים באתרים ערביים ישראלים, ברוב אתרי החדשות הללו (חוץ מ-arabs48, אשר סגר אותם בינתיים) מתקיימים פורומים הדנים ברוב תחומי החיים ובסוגיות הנוגעות לאוכלוסייה הערבית בישראל. פעילים במיוחד הם הפורומים באתר panet

של העיתון 'פאנוראמא', המושך תשומת לב מיוחדת בעיקר של הצעירים.³¹ יש גם האתר 'יא הלא' שבו מוגשים שירותי אינפורמציה, ובין היתר הוא גם מפנה לפורומים המתקיימים בחסותו; כתובתו של האתר ברשת www.yahala.com.

ד. אתרי העמותות והאגודות של החברה האזרחית

יש אתרים של עמותות ואגודות העוסקות בבניית חברה אזרחית ערבית בישראל, בייחוד אגודת עדאללה העוסקת בזכויות האזרחיות של האוכלוסייה הערבית בישראל. כתובתו של האתר ברשת www.adalah.org. אגודות אחרות: אגודת הארבעים לכפרים הלא מוכרים, שכתובתה www.assoc40.org; מרכז מוסאוא, הנאבק על שוויון בין ערבים ליהודים במדינה, שכתובתו www.mossawacenter.org; המוסד הערבי לזכויות האדם, שכתובתו www.arabhara.org; איגוד העמותות הערביות 'אתג'אה', שכתובתו www.ittijah.org, אגודת הבית הפתוח להומוסקסואלים, אשר דואגת לפתח מודעות לעניין רגיש זה בחברה הערבית המסורתית, ושכתובתה www.alqaws.org. החומר באתרים אלו מוגש בשלוש שפות: ערבית, עברית ואנגלית, ולפעמים רק בשתי שפות: ערבית ואנגלית.

אתר מעניין אחר הוא 'ועד ההגנה על זכויות העקורים', שכתובתו ברשת www.ror194.org. אתר זה מייצג את אוכלוסיית פליטי הפנים בישראל או אלה המכונים 'נוכחים נפקדים'.³² הוא מעלה דיונים על פליטים, מנסה לאתר פליטים, לקשר בין קרובים ולהחליף דעות בנושאים בוערים בעניין הפלסטיני. באתר מנסים לרכז אינפורמציה על הכפרים הפלסטיניים שנהרסו בשנת 1948: מקלידים את שם הכפר, הפליטים יכולים להיכנס אליו, להוסיף את הפרטים שלהם ולכתוב עדויות על מה שקרה ב־48'. אתר מעניין זה מקיף מאוד, וההשתתפות של האנשים בו היא

31 ריאיון עם העורך והבעלים של האתר.

32 זהו סטטוס מוזר מאוד שכמעט אין שני לו בעולם. משמעות סטטוס זה היא שאוכלוסייה זו, ששיעורה כ־25% מן האוכלוסייה הערבית בישראל, היא בחזקת 'נפקדים', כי הם אינם מתגוררים בכפרים או בערים שגרו בהם לפני פרוץ מלחמת 1948 ובמרוצתה, ועל כן הם אינם יכולים לממש את בעלותם על נכסיהם במקומות המוצא שלהם (קרקעות, מבנים וכדומה), וזאת על אף היותם אזרחים ישראלים לכל דבר ועניין; גם אם הם מתגוררים קילומטרים ספורים מכפרי המוצא שלהם (פליטי צפונית המתגוררים בנצרת, כדוגמה).

מרחבי העולם, גם מקרב התפוצות הפלסטיניות באירופה, באמריקה, בקנדה ובאוסטרליה וגם ממחנות הפליטים ממדינות ערב.

ה. אתרים אישיים 'מעין בלוגים'

בקרוב האוכלוסייה הערבית, כמו בשאר אוכלוסיות העולם, קיימת תופעת האתרים האישיים של סופרים, עיתונאים, חוקרים, אמנים ושחקני ספורט, ובהם אינפורמציה מפורטת. אך המפתיע הוא שתופעת הבלוג, הנחשבת היום לתופעה חמה בארצות מתפתחות או בקרב מיעוטים אתניים הנאבקים למען שוויון, אינה מוכרת דיה בקרב אוכלוסייה זו. יש מעט מאוד אתרים אישיים שהם 'מעין בלוגים', אף שבעליהם כנראה אינם ערים לכך. דוגמה טובה הוא האתר של ד"ר פארוק מואסי מבאקה אל-ערבייה, סופר ומשורר ומרצה לספרות ערבית בכמה מכללות. אתר זה, שכתובתו ברשת www.faruqmawasi.tripod.com, הוקם בשנת 2004, ומאז היווסדו רשם 21,532 כניסות, בממוצע 60-70 כניסות ביום. ד"ר מואסי כותב שם התרשמויות או מתווכח או משיב כמעט מדי יום ביומו על שאלות ועל הערות של גולשים מכל רחבי העולם בנושאים הנוגעים ללשון ולספרות ערבית, ונוגע גם במצבה המיוחד של האוכלוסייה הערבית בישראל וביחסיה עם המרחב הערבי. באתר אחר המנוהל על ידי ד"ר מצלח כנאענה מעראבה שבגליל, וכתובתו ברשת www.jalili48.com, כותב בעלי האתר את רשמי ביקוריו התכופים בכפרים הפלסטיניים שנהרסו בשנת 1948. רשמים אלו, המלווים בדרך כלל בתמונות ובתמליל של שיחות שהיו לו עם עקורים מהכפרים, זוכים בדרך כלל לתגובות של פליטים מהתפוצות הפלסטיניות. מה שעלול למנוע מאתנו להגדיר את האתר כ'בלוג' הוא התדירות הלא רציפה שבעליו מעדכן את אתרו. ובכל זאת אפשר לראות בהתנהלות שם התנהלות של בלוגר בלי שיהיה ער לכך.

סיוכום

אפשר לומר אפוא שאוכלוסיית המיעוט הלאומי הערבי בישראל משכילה להשתלב במהפכה המקיפה של האינטרנט, והיא רואה בה כלי תקשורת אלטרנטיבי שיכול להתמודד עם קשיים ואילוצים שאוכלוסייה זו סבלה מהם לפני המהפכה האינטרנטית ומהפכת הלוויין שקדמה לה. במסגרת אילוצים אלו הייתה אוכלוסיית המיעוט הלאומי הערבי בישראל חייבת לצרוך כלי תקשורת מפוקחים ומבוקרים היטב על ידי הצנזורה של

הממסד. מהפכה זו של שימוש הולך וגובר באינטרנט שבה ומיקמה את האוכלוסייה הזאת במרחב הערבי הרחב, שבו השפה הערבית, השפה השגורה בפייהם של רוב צרכני התקשורת באוכלוסייה הערבית בישראל, היא השפה הדומיננטית, וקודי התרבות הערבית של אותו מרחב הם הקודים הדומיננטיים הנהירים ביותר לצרכנים אלו.

דבר זה נתן את אותותיו בקשר של צרכני התקשורת האלה עם כלי התקשורת בעברית ועם התקשורת הישראלית בכללה. נוכח הצפתם של הבתים הערביים בכלי תקשורת דוברי ערבית מהמרחב, אפשר לומר כמעט בוודאות שחל כרסום בשיעורם של אלה הרואים צורך בצריכת תקשורת בשפה שאינה שפת אם. ועם זה אפשר גם להניח שהקשר עם התקשורת העברית אינו ניתן לניתוק באופן מוחלט, וזאת בשל השתרשות מנהגי השימוש בכלי תקשורת אלו, מצד אחד, ובשל חוסר יכולתה של התקשורת המרחבית לסקר נושאים מסוימים הנוגעים לחיים השוטפים במדינת ישראל וליחסי רוב ומיעוט ודקויותיהם, מצד אחר.

רשימת המקורות

הופהאינו, א', 2005. 'האינטרנט בעולם הערבי, מגרש הליברליזם הפוליטי', **וג'האת נט'ר** 82 (נובמבר): 66 (בערבית).

כבהא, מ' (2002). 'בחזרה למקורות', **העין השביעית** 38: 46-47.

כספי, ד' (2005). **סליחה, תקלה! דעיכתה של רשות השידור**, מבשרת ציון: צבעונים.

Kabha, M. (2004). 'Attitudes of Palestinian-Israelis to Arab Satellite TV', *TBS* 12 (Spring-Summer): 13-14.

Kabha, M., and H. Erlich (2006). 'Al-Ahbash and Wahhabiyya Interpretation of Islam', *IJMES* 38: 519-538.

שער שלישי

ההשפעות של העיתונות המקוונת

קץ העיתון המודפס המסורתי

גורמים מאיימים בעיתונות המקוונת על העיתונות

המודפסת המסורתית

שמואל ליימן-ווילציג

מבוא

בהיסטוריה של תקשורת ההמונים היינו עדים למדיום חדש אשר בתחילת דרכו איים לחסל מדיום ותיק ממנו, או לפחות כך נדמה. הדפוס למשל החליף לחלוטין את כתב היד העשוי קלף; הטלפון וגם הפקס ערערו לגמרי את הצורך בטלגרף; התקליטור, ה-MP3, ה-Podcasts (שידור קטעי רדיו מתוצרת עצמית) ודומיהם הדיגיטליים תפסו את מקומם של התקליט ושל הקלטת (אודיו ווידאו).¹ מנגד ובה בעת העיתון המודפס המסורתי שרד

* כל אתרי האינטרנט המופיעים במאמר זה אוחרו לאחרונה באפריל 2006.

1 לא כאן המקום לדיון מעמיק ב'מדיום' לעומת 'מכשיר' תקשורת. אפשר לטעון שהתקליט והתקליטור הם בעצם **אותם** מדיומים, מאחר שההבדל העיקרי ביניהם הוא טכני ולא פונקציונלי. לעומת זאת לטלפון ולפקס תפקידים שונים מזה של הטלגרף. ובכל זאת ההבחנה אינה כה פשוטה. למשל, שלא כמו התקליט, ה-i-Pod מאפשר הקלטה, ולא רק השמעה; שלא כמו הקלטת, המכשירים הדיגיטליים מאפשרים שינוי בסדר ההשמעה ואף העברת הקול בלא לשחוק את איכותו. באותו האופן אין לטעון שהעיתון המקוון הוא אותו מדיום כמו העיתון המודפס, ושהוא רק 'מכשיר' חדש למילוי אותן פונקציות חדשותיות. כפי שמציגים כהן-אביגדור וליימן-ווילציג (Cohen-Avigdor and Lehman-Wilzig, 2007), לעיתון המקוון כמה **עשרות** תפקידים חדשים שאין לעיתון המודפס המסורתי. כך, אין מדובר בהחלפת פורמט אחד במשנהו, אלא - כפי שיוסבר בהמשך - בשינוי מהותי בהגדרת העיתון. אך אפילו אין מקבלים את הטענה שמדובר בשני מדיומים שונים, מאמר זה אינו דן בשאלה בדבר החלפת מדיום אחד במשנהו, אלא בהחלפת העיתון המודפס המסורתי בעיתון המקוון. בין שמדובר בשינוי מכשיר ובין שמדובר בשינוי מדיום, העניין כבד משקל מהבחינות

לאחר הופעת חדשות הרדיו והטלוויזיה; הקולנוע החזיק מעמד (אם כי נחלש משהו) לאחר הופעת הסרטים על מרקע הטלוויזיה; כתבי עת חדש-נושאים (וכמוהם הטלוויזיה הרגילה) לא טבעו בעולם של טלוויזיה בכבלים רב-ערוצי ומפולח קהל; ובינתיים מעמד הספר הקלסי אינו מעורער על ידי ספרי שמע או הספר האלקטרוני.

המדיום החדש התורן - האינטרנט - תופס תאוצה בעולם המערבי בקצב כמעט חסר תקדים.² נשאלת השאלה אם העיתון המודפס המסורתי יכול לשרוד למרות קיומו של האינטרנט, היות שהאינטרנט הוא גם מטה-מדיה (במה שאפשר להעביר דרכה מדיומים ספרתיים אחרים, כגון טלפניה, טלוויזיה ורדיו) וגם מולטי-מדיה (בעל ביצועים היכולים לחקות סוגי תקשורת אחרים, כגון טקסט ותמונות של עיתונים וכתבי עת, טקסט בדוא"ל [כמו באיגרות אישיות], פורום מקוון וצ'ט [כמו בשיחות בין-אישיות וקבוצתיות]). תשובתו החד-משמעית של מאמר זה היא לא ולא!

תשובה נחרצת על שאלה הקשורה לעתיד היא תשובה מסוכנת, שכן כידוע מאז חרב בית המקדש ניתנה הנבואה רק לשוטים. בעולם כה דינמי כעולמנו היום אי-אפשר לדעת מה יֵלד יום, כלומר איזו התפתחות טכנולוגית או איזו תמורה חברתית תופיע ותשנה את כל התחזיות. ברם

התקשורתית, החברתית ואף הפוליטית (קרי הדמוקרטית). השימוש במונח 'עיתון מודפס מסורתי' ולא במונח 'עיתון מודפס' נעשה במודע ובמכוון. הרי עיתון מודפס המעלה את תכניו במדויק באינטרנט - הן מבחינת הצגת התכנים הן בדרך השגת החדשות וכתבתן - גם הוא יכול להיחשב 'מסורתי' למרות הבמה הטכנית השונה. ואכן, בתחילת דרכם של העיתונים המקוונים זה בדיוק מה שקיבל הציבור (ראו בהמשך על תסמונת המראה האחורית). יש עיתונים, כמו 'הניו יורק טיימס', הממשיכים להציע לקוראיהם לרכוש מינוי למהדורה המודפסת ולקבלה אלקטרונית על הצג. הם אינם משתמשים במילה 'אינטרנט' בהקשר זה, אלא מכנים את המהדורה המקוונת 'המהדורה האלקטרונית' (*The NY Times Electronic Edition*). כך, עיתון מקוון הוא מדיים 'חדש' רק כשמשו בו שונה באופן ניכר ומשמעותי מן העיתון המודפס המסורתי - לא רק בתשתית הפיזית, אלא גם בעיצוב שלו, בתדירות הפרסום, ביחסי הגומלין עם קהל הקוראים, בעלות רכישתו והשימוש בו וכן הלאה.

2 בארצות הברית חדרה הטלוויזיה לכ-90% מבתי האב כעשר שנים לאחר תחילת שיווקה בסוף שנות הארבעים של המאה העשרים. שיעור בתי האב המחוברים היום לאינטרנט בארצות הברית, 13 שנים אחרי הופעתו של www (רשת שיש בה מנשקי גרפיקה וטקסט משולבים זה בזה) בשנת 1993, מגיע ל-68.6% (השביעי בעולם), בניו זילנד השיעור עומד על 76.3% (מקום ראשון בעולם), ובקנדה הוא עומד על 67.9% (מקום תשיעי בעולם) (Top 30 Countries, 2006). ישראל טרם עברה את קו ה-50%.

מאמר זה אינו עוסק בהרחבה בעתיד העיתון המקוון, במראהו ובתפקודו, אלא בשאלה צרה למדי, אם כי הרת גורל. השאלה היא אם העיתון המודפס המסורתי ישרוד. לדעתי אין זו שאלה של חיזוי, אלא של ראיית הנולד. רוצה לומר, כשאציג את הגורמים ואת התופעות הקיימים, יוכח כי כולם מובילים למסקנה אחת ויחידה: העיתון המודפס המסורתי לא ישרוד. עמדה־תחזית זו אינה באה מהגישה של endism, שמזהירים אותנו מפניה Brown and Duguid (2000), בצדק. שני המחברים עומדים על ההתלהבות היתרה של לא מעט טכנופילים (אוהבי טכנולוגיה), אשר ששים בהתלהבות יתרה לנבא את סופו של מוסד חברתי כלשהו - המשרד, האוניברסיטה וכו' - בעקבות התגלית־ההמצאה־הטכנולוגיה החדשה שהגיחה זה עתה לאוויר העולם. הטענה העיקרית שלי נשענת על תופעות רחבות היקף, ולכן השימוש בלשון רבים - גורמים - הוא מרכזי. ברור שאילו איימו רק גורם אחד או שניים על העיתון המודפס המסורתי, היה סיכוי סביר שהוא ימצא את הדרך להתגבר עליהם, כפי שעשו מדיומים אחרים לפניו, וכפי שעשה הוא עצמו במאה העשרים עם הופעת הרדיו והטלוויזיה. אולם כפי שיובהר בהמשך, מדובר במספר גדול ביותר של גורמים עוינים. אפילו יתבטלו ויתבדו כמה מהם, לא יוכל העיתון המודפס המסורתי להתגבר על כולם.

כפי שאראה בהמשך, חלק ניכר מהגורמים המאיימים על העיתון המסורתי עושים זאת לא בשל היחלשות העיתונאות כמקצוע וכשירות לציבור, אלא בעקבות היכולת של העיתון המקוון למלא את התפקידים הקלסיים של העיתון המסורתי בצורה יעילה, מהירה וזולה יותר. וחשוב לא פחות: העיתון המקוון יכול למלא תפקידים חדשים שהעיתון המודפס המסורתי הוותיק אינו מסוגל למלאם. לשון אחר, ניתוח הגורמים לחיסול העיתון המסורתי גורר גם דיון על התמורות בעיתונאות ולא רק בצורת העיתונים. כך, לכותרת מאמר זה אפשר היה להוסיף את המילים '[איום] על העיתונאות המסורתית', קרי שיטות העבודה המסורתיות של העיתונאי. במאמר זה אעסוק בפרוף בסוגיה זו, וטיפול מעמיק בה יאלץ לחכות למאמר אחר.

הערת פתיחה אחרונה: חיזוי סוף העיתון המודפס המסורתי אינו קביעה נורמטיבית, אלא אמפירית. ברור שלסוף כזה תהיינה השלכות רבות על החברה - לטוב ובוודאי גם לרע - אולם במאמר זה אין אפשרות לדון בסוגיה חשובה זו. ובכל זאת, אפילו נסכים שהיעלמות העיתון המודפס

המסורתי אינה רצויה, אי-אפשר לעשות הרבה לנוכח המגמות והתופעות שתוצגנה להלן.³

רקע תאורטי

על אמצעי התקשורת, כמו על כל ישות חברתית או ביולוגית, עובר תהליך שאפשר לכנותו 'מחזור חיים' (כהן-אביגדור וליימן-ווילציג, 2003; Lehman-Wilzig and Cohen-Avigdor, 2004). מחזור זה מורכב משישה שלבים: חמשת השלבים הראשונים - לידה, חדירה לשוק, צמיחה, התבררות, התגוננות - והשלב השישי, שיש לו שלוש תוצאות אפשריות: הסתגלות, התכנסות והיעלמות.

אין חוקיות במשך הזמן של המחזור מתחילתו ועד סופו, מאחר שישנם שלושה סוגי משתנים כלליים המניעים את התהליך. הראשון הוא המשתנה האנדוגני, דהיינו הדינמיקה הטכנולוגית הפנימית של האמצעי. כפי שיש אנשים הנולדים עם יכולות פוטנציאליות גבוהות מהרגיל, כך יש מדיומים בעלי חסינות וכוח אינהרנטי גבוהים (כמו הרדיו), לעומת אחרים המוגבלים בכוחם וביכולתם להסתגל לתנאים סביבתיים משתנים (לדוגמה, הטלגרף). בקטגוריה של המשתנים האנדוגניים אפשר למנות לא רק את הפוטנציאל הטכנולוגי, אלא גם שחקנים אנושיים ה'מחבלים' מן הפנים בפיתוח המדיום החדש.

המשתנה השני הוא המשתנה האקסוגני, דהיינו הלחצים והמגמות שמחוץ לאמצעי עצמו. מקורם של אלה בפוליטיקה, בכלכלה, בחברה, בתרבות ובתחומים אחרים (למשל התחום האידאולוגי). כל התחומים האלה מעצבים את הסביבה שהמדיום החדש צומח בה ומתמודדים עם המדיום הישן. דוגמה מובהקת היא הדפוס, שהומצא בסין כ-400 וכ-700 שנים לפני המצאתו של גוטנברג (Briggs and Burke, 2002: 15).⁴ אולם הדפוס לא התאים לשיטת הכתב הסיני - 60,000 אידאוגרמים (כל אחד מסמן מילה אחת) - ולכן העולם נאלץ לחכות עד לפיתוח החדש באירופה, שבו יש אל"ף-בי"ת של 26 אותיות בלבד.

3 אמנם כשמוסד ציבורי חשוב (אפילו בבעלות פרטית) עומד לקרוס, השלטון יכול לעשות מאמץ להצילו. ברם במקרה שלפנינו כמעט כל מעורבות שלטונית של ממש כרוכה באיום על הדמוקרטיה, והיא חמורה לא פחות מהתופעה עצמה.

4 הדבר קרה בשני שלבים. בשנת 800 הומצא דפוס של 'בלוק' בודל עמוד שנחרט כולו לשם הדפסת עמוד שלם. באמצע המאה האחת עשרה פותח 'הדפוס הנע' (movable type): כל אידאוגרם (בשפה הסינית אין 'אותיות') ויחידת הדפוס שלו.

המשתנה השלישי הכללי משלב את שני הראשונים: מאבק תחרותי בין המדיום החדש לבין המדיום הוותיק, כך שהוויק מנסה לרוב להצר את צעדיו של החדש, וזה מצדו מנסה למצוא מרחב מחיה ומרחב תמרון בסביבה התקשורתית הקיימת (Carey, 2005: 446).⁵ גישה זו יוצאת מהתובנה הזאת: 'No medium has its meaning or existence alone, but only in constant interplay with other media' (McLuhan, 1965: 26). הווה מתרגם: לשום מדיום אין המשמעות או הקיום כשהם לעצמם, אלא אך ורק בהינתן יחסי גומלין תמידיים בינו ובין מדיומים אחרים. במידה מסוימת שני סוגי המשתנים הראשונים מקבילים (אך אינם זהים) לתאוריות הדטרמיניזם הטכנולוגי והדטרמיניזם החברתי. אסכולת הדטרמיניזם הטכנולוגי שואלת באיזו מידה המדיומים משפיעים על החברה (סוגיה חשובה אך שולית לנושא מאמר זה), וגם כיצד הם מתפתחים מתוך כוחות גנטיים פנימיים. לעומתה אסכולת הדטרמיניזם החברתי מדגישה את הצרכים של החברה בעיצוב המדיום; בדיוק הסוגיה שמאמר זה עוסק בה.

אולם בדרך כלל נעלם מהמושג הרחב 'חברה' היבט חיוני: אמצעי תקשורת אחרים. מכאן נובעת הגישה - שאפשר לכוונה 'דטרמיניזם התקשורתי' - המורכבת מרכיבים של שתי האסכולות הקלאסיות: מחד גיסא טכנולוגיה של מדיום ישן לעומת טכנולוגיה משופרת של מדיום חדש, ומאידך גיסא המאמצים שעושה המדיום הישן - מאמצים חזקים (מבחינה כלכלית ומבחינה פוליטית) - להעמיד מכשולים רגולטוריים, חוקיים וכדומה לפני המדיום הצעיר. הספרות המדעית אינה נותנת להיבט המאבק הבינתקשורתי את אותו המשקל שהיא נותנת לדטרמיניזם הטכנולוגי

5 הדבר מזכיר את הניסיון של כלכלנים לעמוד על הגורם המכריע להתנהגות הבורסה. אסכולה אחת מדגישה את חשיבותם של הגורמים הטכנולוגיים המניעים את הפעילות הכלכלית ובעקבותיהם את שוק המניות הקפיטליסטי. אסכולה אחרת מאמינה בשיווי המשקל הטבעי של הבורסה. לטענתה אם מתרחשת התפתחות 'לא רציונלית', הגורם לכך הוא חיצוני: פוליטיקאים המפקחים יתר על המידה על הנעשה, גורמים דתיים ואידאולוגיים אחרים המפריעים למשק לפעול באופן טבעי ועוד. ברם לאחרונה הגיעו חוקרי הבורסה לתובנה חדשה: ה'שחקנים' בבורסה - יועצים, משקיעים וכדומה - מתייחסים יותר להתנהגות של עמיתיהם משהם מתייחסים לגורמים אובייקטיביים טכנולוגיים או פוליטיים-חברתיים. כלומר בלי התייחסות למאבק המתמיד בין המשקיעים לבין עצמם אי-אפשר להבין את הדינמיקה של שוק המניות. ראו Ball, 2004: 204-221.

ולדטרמיניזם החברתי. מבחינה תאורטית מאמר זה שואף להציג עוד דרך להבין את התמורות בעולם התקשורת הנזיל והדינמי.

כדי לדון בקץ העיתון המודפס המסורתי יש להתמקד בשלבים האחרונים של דגם מחזור החיים של התקשורת: ההתגוננות (השלב החמישי) ותוצאותיה, קרי מידת (אי-)הצלחתה (השלב האחרון). אך בטרם אדון במאבק בין המדיום הוותיק למדיום החדש, עליי להבהיר שיש איומים על המדיום הישן שמקורם בזירות אחרות. לעתים האיום יכול לבוא דווקא מבית, כלומר שחקן חדש מתוך המדיום עלול לפתח מדיניות אשר אולי מיטיבה עם השחקן המסוים הזה בטווח הקצר, אולם היא עלולה להיות הרסנית בטווח הארוך. דוגמה לכך היא העיתון המודפס המחולק חינם (ראו בהמשך).

בעידן של תמורות חברתיות ותרבותיות תכופות יש שהסביבה החברתית - מבחינה פילוסופית, התנהגותית וחברתית - שהייתה פעם אוהדת למדיומים הוותיקים (ולא - הם לא היו מתפתחים ומשגשגים כלל) הופכת לעוינת או להרבה פחות ידידותית. למשל, הטלוויזיה הרגילה - תקשורת **המונים** בהתגלמותה - שצמחה בעידן של גיבוש חברתי (שנות החמישים במערב), התקשתה לשמר את מעמדה הדומיננטי שלושים שנים ויותר אחר כך, כשהאידאולוגיה החברתית נעשתה אינדיבידואליסטית יותר. הקהל חיפש בעקבות זאת אפיקים 'אישיים' יותר, אפילו במדיום הטלוויזיה עצמו (כבלים ולוויין רב-ערוציים ומפולחי קהל). אפשר להבחין בתופעה הזאת בעיתון המודפס בעידן הנוכחי.

איום אחר, הקשור גם הוא למדיומים אחרים, הוא עמום, ומקורו באמצעי תקשורת רבים ולא באמצעי תקשורת אחד מסוים. כוונתי להתנהגות התקשורתית המתבטאת לעתים בדפוסי שימוש 'חריגים' וחדשים בתקשורת. כך למשל, הקהל מתרגל להשתתף בהפקות תקשורת אגב משוב והידודיות (אינטראקטיביות) מובנים: הצבעות בתכניות מציאות, תכניות רדיו שבהן השדר משוחח עם המאזינים, קנייה בערוצי הקניות בטלוויזיה, וכן האינטרנט בכללותו, בלי קשר לעיתונות, אשר מאפשר לגולש 'לתפור' את התכנים המתקבלים על פי מידותיו או להיכנס לאתרים על פי הרגלי הגלישה שלו. בכל המקרים האלה מדיום חד-כיווני במהותו יתקשה לשמור על הקהל שלו.

ועתה למאבק בין אמצעי התקשורת גרדא. המדיום הוותיק אינו מזהה בדרך כלל את האיום על מעמדו מצד המדיום החדש. כמה סיבות לכך:

ראשית, יוהרה. המדיום החדש נמצא בפסגה ומרגיש חסין בגלל הוותק שלו וכוחו הכלכלי, הפוליטי והחברתי. שנית, לא תמיד קל לזהות את האיום הישיר על מעמד המדיום הוותיק. האינטרנט במתכונתו המקורית (דוא"ל, פורומים) לא התיימר במשך עשרים שנות פעילותו הראשונות (1970-1990) להשתלב בתחום החדשות. אם כך, מדוע הייתה אמורה העיתונות הוותיקה להזדעק רק משום שמישהו המציא מְנַשֵּק גרפי ודפדפן בתחילת שנות התשעים? שלישית, מי שגדל בסביבה תקשורתית נתונה וניהל מדיום דומיננטי כל חייו,⁶ יתקשה מאוד להבין את מהות המדיום החדש. אין מדובר בהכרח ברתיעה הפסיכולוגית הידועה מן הלא מוכר, אלא בחוסר הבנה בסיסית של החדש. למען האמת, כפי ש-McLuhan and Fiore (1967) תיארו את המצב, בשנים הראשונות אפילו מציאי כל מדיום חדש, מפתחיו ומפיקיו אינם מנצלים כראוי את הפוטנציאל התקשורתי שלו, מתוך חוסר הבנה של סגולותיו המגוונות. McLuhan ו-Fiore כינו את התופעה 'תסמונת המראה האחורית', שמשמעה שימוש במדיום החדש על פי דפוסי התקשורת של המדיום הישן. התכניות הראשונות בטלוויזיה האמריקנית, לשם דוגמה, היו סטטיות למדי ועמוסות דיבורים; מעין רדיו חזותי (שם). אם כך הם פני הדברים מצדם של העובדים במדיום החדש, מה אפשר לצפות ממי שצופה בהם מן הצד - או מלמעלה, ממרום מעמדו - במדיום הוותיק?

כמובן, בשלב כלשהו בהתפתחות ובצמיחה של המדיום החדש מתעורר המדיום המסורתי ותוקף בחזרה: מנסה לשנות את החוק, לרכוש את הפוטנטיים של המדיום החדש, להוריד מחירים כדי לחסל כלכלית את החדש בעודו באבו ועוד כהנה וכהנה תמרונים. אמנם לרוב מאמצים אלה יכולים לעכב או להאט את קצב ההתפתחות של המדיום הצעיר (ולעתים דווקא ההפך: הפעילות התוקפנית של המדיום הישן מגבירה את התהודה הציבורית של המדיום החדש), אבל מאמצים אלה אינם יכולים למנוע את

6 יש עוד ממד הקשור לתופעה זו, אם כי הוא אינו זהה לו - הגיל. מדיומים חדשים מאומצים בדרך כלל קודם כול על ידי הדור הצעיר. כך, גם אם מנהלי המדיום הישן אינם נרתעים פסיכולוגית מהמדיום החדש, וגם הם אינם תקועים בתפיסת עולמם התקשורתית הישנה, בכל זאת עובר זמן מה עד שהם מתנסים במדיום החדש כאזרחים-צרכנים מהשורה. Matovalli (2002) מתאר בפירוט רב כיצד מנהלי חברת התקשורת Time-Warner הענקית 'שמעו' על האינטרנט, אולם לא התנסו בו בעצמם, ולכן החמיצו הזדמנויות רבות להשתלט על חברות הזנק שפיתחו את האינטרנט ואפילו ניסו ליצור לשם כך שותפות עם Time-Warner.

צמיחתו ואת שגשוגו, בתנאי שמבחינה פונקציונלית יש לַחֲדָשׁ משהו רציני להציע לציבור.

בשלב זה, שבו המדיום החדש נכנס לצמיחה מהירה, פונה המדיום הישן לפעולות פנימיות. זהו השלב השישי והאחרון. בשלב ההתגוננות הופנתה רוב האנרגייה כלפי חוץ, נגד המדיום החדש, אבל עכשיו, בלית בררה, נאלץ המדיום הוותיק לפעול כלפי פנים, כלומר למצוא דרכים לחידוש פניו שלו עצמו.

לשם כך עומדות לרשותו שלוש חלופות. הראשונה היא הסתגלות. המדיום הוותיק מחפש קהלים חדשים ותפקידים חדשים, מוריד מחירים, מתייעל מבחינה ארגונית וחוסך בתהליך ההפקה ובנתיבי ההפצה. דוגמה מוחשית למצב כזה הייתה התגובה של כתבי העת בארצות הברית בעקבות חדירת הטלוויזיה הכללית וכיבוש קהל היעד שלהם: למרות דעיכתם של כתבי עת רבי תפוצה, כגון *Life*, *Look* וכן *Saturday Evening Post*, צמחו ושגשגו כתבי עת ייעודיים, שפנו לקהלי יעד ממוקדים (בנושאים כגון מכוניות, מין, בריאות וספורט). כמוכן, הסתגלות מוצלחת למתקפה אחת של מדיום חדש אינה מאפשרת למדיום הישן לנוח על זרי הדפנה. בדוגמה לעיל למשל נאלצו כתבי העת פעם נוספת - כעשרים שנים אחר כך, בעקבות פלישת רדיו FM והטלוויזיה בכבלים לתחומו (קהלים מפולחים) - לחדש את פניהם. הם החלו להשתמש בצבע ובתכנים ייעודיים וממוקדים עוד יותר לפלחי שוק ששני המדיומים המתחרים לא יכלו להגיע אליהם.⁷

החלופה השנייה, אם המדיום הוותיק אינו מצליח להסתגל בהצלחה, היא ההתכנסות, ובה המדיום מחפש שותפות טכנית (במכשיר), שותפות תוכנית או שותפות ארגונית-כלכלית עם מדיום אחר, כלומר מדיום ותיק אחר או המדיום החדש. התכנסות זו יכולה להיות בצורת שותפות של ממש, שבה עדיין מזהים את הישות הוותיקה, והיא יכולה להיות קיצונית יותר עד כדי הטמעת שני המדיומים במדיום השותף. מה שנשאר לאחר התחברות כזאת הוא הפונקצייה המקורית בלבד ולא רכיבי המכשיר המוחשי. במידה מסוימת זה מה שצפוי לעיתון המודפס המסורתי.

7 סיפור הסתגלות הרדיו עובר גלגול נוסף בימים אלה: האינטרנט מגיע לפלחי שוק ממוקדים ביותר עד כדי התאמה אישית לכל גולש וגולש (לדוגמה, www.pandora.com). לא פלא אפוא שתעשיית הרדיו מחפשת את הפתרון באותה שיטה טכנית: רדיו דיגיטלי המציע מאות ואף אלפי תחנות ייעודיות באיכות שמע גבוהה ביותר, דבר שאינו בר השגה באינטרנט (נכון ליום כתיבת המאמר).

הביטוי 'במידה מסוימת' דלעיל מרמז לעמימות בהבחנה בין החלופה השנייה, ההתכנסות, לבין החלופה השלישית, היעלמות. אפשר לומר שאם הפונקציות ודרכי העברתן לקהל רבות, אפשר להגדיר את סוף דרכו של המדיום הישן 'היעלמות' למרות שרידי הפונקצייה שעדיין אפשר לזהות בתוך המדיום החדש המכונס. כלומר, ייתכן שהמדיום הוותיק מוסיף פונקצייה אחת למדיום המשולב, אשר מספק פונקציות נוספות. מבחינת המדיום הישן נשאלת השאלה אם זו התכנסות, או שמא זו היעלמות. אין לשאלה זו תשובה ברורה. אם נוסיף שאותה פונקצייה יחידה ששרדה מופקת ומוצגת בצורה שונה במדיום החדש, נדמה שיהיה קשה לקבוע שעדיין נשאר משהו מהותי מן המדיום הישן. כלומר, כדי להגיע להיעלמות אין צורך בביטול מוחלט של כל סימן מן המדיום הישן; אדרבה, די במחיקת המכשיר הפיזי מן השוק ובהיעדר סימן מובהק וברור של הפונקצייה המקורית בצורה שסיפק המדיום הישן.

הגורמים המאיימים על העיתון המודפס המסורתי

גורמים רבים מאיימים על חוסנו של העיתון המודפס המסורתי. אעמוד על 22 מהם. מובן שבמגבלות המאמר לא אוכל להרחיב על כל גורם וגורם, אלא אסתפק בתיאור תמציתי של התופעה ובמתן דוגמה אחת או שתיים. למעט האחרון שבהם, שחשיבותו גבוהה מאוד, לא יובאו הגורמים בסדר חשיבות, גם מפני שקשה להעריך את חשיבותם היחסית נכון להיום, וגם משום שקרוב לוודאי שמשקלם היחסי ישתנה בשנים הבאות. לפיכך לא חשוב ביותר אם נאמין שגורם כלשהו ייעלם מן הנוף. מספרם הגדול מביא להסתברות גבוהה ביותר שהעיתון המודפס המסורתי ימצא את עצמו בין כמה פטישים וסדנים בשנים הקרובות ולא יוכל לעמוד בפני כולם.

ועניין אחרון: יש חפיפה מסוימת, או קשר עקיף, בין כמה מהגורמים ברשימה (בייחוד בין קטגוריות המשתנים הגדולות). אין שום דבר 'קדוש' במספר 22, ואולי אפשר היה לשלב כמה מהגורמים, ובכך להגיע ל-15 פחות או יותר. אולם כך היו מתערבבות תכונות או תופעות זו בזו, והתוצאה הייתה עמעות רוחב היריעה וטשטוש מגוון הגורמים המהווים מכבש מקיף וגדול ממדים המופעל על העיתון המודפס המסורתי.

גורמים פנימיים: טכנולוגיה

1. טכנולוגיה אנלוגית. העיתון המודפס המסורתי מבוסס על טכנולוגיה אנלוגית-אטומית. פירוש הדבר שהדפוס מוחשי, דהיינו יש צורך במכונות דפוס, בנייר, בדיו ואף באמצעי תעבורה להפצתו (כלי רכב ודוכני עיתונים קבועים). לפיכך העיתון המודפס יכול להגיב ולהשתנות בעקבות איומי מדיה אחרים רק בשינוי התכנים והעיצוב שלו. אולם אפילו כאן מרחב התמרון אינו גדול. למשל, מכונות הדפוס מותאמות לגודל נייר מסוים, ולכן אין העיתון יכול לשנות את גודלו בהתאם לצרכים או לתכנים בכל מהדורה ומהדורה. המערכת המסועפת של הפקה והפצה גם מונעת ממנו להתגמש ולהתאים את תדירות פרסומו להתפתחויות בשטח.

כאשר המדיומים המתחרים היו גם הם אנלוגיים - כלומר בעלי מוגבלויות דומות - העיתון היה יכול להתמודד ולמצוא את הדרך לשיפורים קלים אשר אפשרו לו להמשיך ולשגשג. זאת הסיבה שהאמירה הנדושה 'העיתון שרד כמה איומים בעבר; הוא יעבור גם את האינטרנט' כבר אינה תקפה. סיכויי הישרדותה של כל ישות (חברתית וביולוגית) אינם נגזרים רק מיכולתה להשתנות, אלא בעיקר מזריזות המתחרים ומעצמתם. הגורם השני שלהלן, שהוא צדו השני של המטבע, נובע מעניין זה.

2. טכנולוגיה דיגיטלית. לכאורה, למלאכותיות של השיטה הדיגיטלית, אשר מתרגמת את התוכן בצורתו הטבעית לספרות 0 או 1, לא אמור להיות יתרון על השיטה האנלוגית. אולם דווקא אותה מלאכותיות מאפשרת טפוליים (מניפולציות) בתכנים, שאין ביכולתה של השיטה האנלוגית לחקות. יתרה מזו, מאחר שהשיטה הדיגיטלית מבוססת על בייטים (bytes), שאין להם משקל והם אינם עשויים אטומים (Negroponte, 1995), אפשר להגיע לספרות האלו במהירות האור ובעלויות כמעט אפסיות.

אם כן, לעיתון האינטרנט יש יתרונות רבים מסיבות טכנולוגיות גרדא (לפירוט ראו בהמשך). נכון שבתהליך הפקת העיתון יכול העיתון המודפס לנצל יכולות דיגיטליות למיניהן כמעט כמו העיתון המקוון (בהמשך אסביר מדוע רק כמעט), אולם ענייני ההפקה וההפצה הם מכריעים מסיבות כלכליות (עלויות) ושיווקיות (משיכת קהל), וכשלעצמם הם בבחינת גיבנת כבדת משקל על גבו של העיתון המודפס.

גורמים חיצוניים: הסביבה החברתית-כלכלית והסביבה התרבותית

3. מהירות יתר. קצב החיים בעשורים האחרונים נעשה יותר ויותר מהיר. אנו מנסים לעשות ביממה יותר פעולות מבעבר, התמורות החברתיות הולכות ומתרבות (איכות הסביבה כערך-על, הפריה חוץ-גופית, שיבוט בעלי חיים, נישואים חד-מיניים ועוד), מקצועות שלמים נעלמים וחדשים צצים במקומם, וכן הלאה. בתוך עולם היפר-דינמי זה אמצעי התקשורת משקפים ומדרבנים גם יחד את מגמת המהירות החברתית המואצת.

דוגמאות מוכרות אינן חסרות: לפני מאה שנים שודרה מהדורת החדשות ברדיו פעם ביום, והיום אנו מקבלים אותה פעם בשעה; בעבר נעצרה המצלמה על אותה סצנה דקות על דקות, היום MTV שינתה את שפת הטלוויזיה ועשתה אותה לקופצנית יותר; בשנות השישים קטע הקול והתמונה של המרואיין בחדשות הטלוויזיה ארך כ-45 שניות, ואילו בשנות התשעים נמשך הבייט של הקול (sound bite) כשמונה שניות בלבד (Hallin, 1993). אפילו הדוא"ל נעשה אטי מדי בעיני הצעירים של היום; מדי שנה בשנה הם שולחים מיליארדי מסרונים בשנייה, בתדירות של עשרות ליום אצל המכורים למדיום זה.

בסביבה חברתית ותקשורתית כזאת, אשר הופכת את המהירות לרכיב חיוני, נתפס היומון המודפס כצב תקשורתי שאינו עומד בקצב הנדרש ואינו מתאים לרוח הזמן. אמנם ייתכן שהעיתון המודפס ינסה לשנות את ייעודו: ממגיש חדשות למפרש לאחר מעשה, ממדווח על שהתרחש בעבר לחוזה את מה שעשוי לקרות בעתיד. אולם לא רק שפרשנות על העבר וספקולציות על העתיד אינן החלקים האהודים ביותר של העיתונות, אלא שעיתון מקוון יכול לעשות גם את אלה באותה מידה של הצלחה.

4. התכנסות תקשורתית כצו השעה. הסביבה התקשורתית משתנה בצורה מהפכנית גם מבחינה אחרת. בעבר אפשר היה להתייחס לכל מדיום כישות העומדת בפני עצמה, מאחר שלשיטה האנלוגית יש הרבה פנים ושפות. כלומר, השפה הטכנית של הטלפון לא התאימה לשפה הטכנית של הדפוס, ושתיהן לא יכלו 'לדבר' עם הטכנולוגיה של הטלוויזיה ושל הרדיו. עולם התקשורת האנלוגית דמה לאיים רבים, וכל אחד פעל לו בבדידות מזהירה. לעומת זאת השיטה הדיגיטלית היא שיטה אוניברסלית. התוצאה היא שכל מדיום דיגיטלי יכול לעבוד עם כל מדיום דיגיטלי אחר. דוגמה לעבודה סינרגית היא התצלומים הדיגיטליים שאפשר לשלוח לחברינו באמצעות

הדוא"ל; דוגמה להתכנסות לתוך אותו המכשיר היא המדפסת הרב-פונקציונלית, שיש בה פונקציות של סריקה, של פקס ושל מכונת צילום. יש דוגמאות רבות נוספות של התכנסות מדיה (מצלמה בטלפון הנייד; רדיו, וידאו וטלפון במחשב; מכשירים של משחקי וידאו כמרקעי טלוויזיה או DVD ואפילו מרכזיית בידור ביתי⁸), וברור שעוד היד נטויה (למשל, iPod שהחלו להפיק, לשדר ולקלוט באמצעותו קטעי רדיו). היכולת הזאת גוררת בעקבותיה כמובן ציפייה מסוימת בקרב הצרכנים, שבגינה כל מדיום שאינו מסוגל להתכנס נראה להם מושך פחות. אפילו מדיומים ותיקים, כגון רדיו, קולנוע וטלוויזיה, יכולים להפוך את עורם ולהיות דיגיטליים, וכך אכן קורה לשלושתם בימים אלה ממש. העיתון במתכונתו המסורתית המודפסת - שאינה **אלקטרונית** - אינו יכול להצטרף לחגיגה הדיגיטלית.⁹ מבחינה פיזית אין אפוא לעיתון המודפס המסורתי האפשרות להתכנס עם מדיומים אחרים. בררה זו אפשרית בעבורו מבחינה פונקציונלית בלבד.

5. שליטת הקהל והשתתפותו. מאז המצאת הקלטת, מכשיר הווידאו והשלט רחוק נכנסנו לעידן שצרכני התקשורת אינם מוכנים עוד להיות קהל סביל בבחירת התקשורת שהם צורכים. בהתחלה התבטא הדבר בהקלטת מוזיקה (טייפ) ותכניות טלוויזיה (וידאו־טייפ) על פי עריכת המאזין והצופה; אחר כך הוא התבטא בחופש הבחירה בין מספר הערוצים ההולך וגדל בטלוויזיה הרגילה (מגמה שרדיו FM הקדים אותה בעשור), בבחירה בין סוגי טלוויזיה (רגילה, כבלים, לוויין) ולבסוף במכשיר TiVo הפופולרי (בישראל 'יס מקס'), המאפשר הקלטה של תכניות רבות בעת ובעונה אחת אגב מחיקה אוטומטית של הפרסומות. אולם הפריצה הגדולה התרחשה בעידן האינטרנט, אשר הביא לעולם תופעות כמו P2P (העברה והחלפה של קובצי מוזיקה, ועכשיו גם סרטים) ובחירה מהירה מתוך מספר עצום של אתרי בידור, מידע, קניות וכיוצא בהם.

8 להתכנסות מעין זו שואפת חברת מיקרוסופט בעבור מכשיר משחקי הווידאו שלה, X-Box. מדובר בשאיפה שמכשיר זה ישמש מרכזיית תקשורת ביתית שדרכה יהיה אפשר להחליט איו מוזיקה בוקעת בכל חדר וחדר, ואותו הדבר באשר למרקעי הטלוויזיה בבית וכד'. ראו http://en.wikipedia.org/wiki/Xbox_Media_Center.

9 רדיו, טלוויזיה וקולנוע דיגיטליים נשמעים ונראים כמעט זהים למקביליהם במתכונתם המקורית (למעט שיפור מסוים באיכות התמונה והקול) ומציגים את עצמם במכשירים שאף הם דומים מאוד למה שקדם להם כמדיומים אנלוגיים. כך הם יכולים להצטרף לעידן הדיגיטלי בלי שלקוחותיהם ירגישו שעברה עליהם מהפכה כלשהי.

בד בבד התפתחה בהדרגה גם תופעת ה'יצרכנות' (הלחם של המילים יצרנות וצרכנות) (Toffler, 1980) לא רק בעולם התקשורת. היא מופיעה גם בתעשייה בתחום המכונה תיב"ם - תכנון וייצור באמצעות מחשב מהבית. אך בתקשורת התופעה קיבלה את ביטויה המובהק: החל בצילומי וידאו מזדמנים שהגיעו לתקשורת (למשל, הכאת רודני קינג בידיהם של ארבעה שוטרים, שגרמה למהומות על רקע גזעי בלוס אנג'לס) וכלה בתופעות אינטרנט, כמו בלוגים, wiki (תוצר קולקטיבי), iPodcasting (כאמור, שידור קטעי רדיו תוצרת עצמית) ופיתוח תכנות מחשב באמצעות שיטת הקוד הפתוח. כלומר, רוח הזמן אינה מבדילה עוד הבדלה מוחלטת בין מפיקי התקשורת לבין צרכני התקשורת, אלא מטשטשת את הגבולות ביניהם, לפעמים עד ערבוב מוחלט.

בהמשך אסביר כיצד עיתון האינטרנט מאמץ לעצמו את הגישה הזאת. אולם בעניין זה מדובר במשהו תפיסתי יותר ומעשי פחות. כוונתי לכך שהעיתון המודפס המסורתי מוגבל ביותר בכל הקשור לשיתוף הפעולה עם קהלו בהפקת התכנים (מכתבים למערכת או מאמר פובליציסטי מקהל הקוראים ותו לא). הוא נתפס כמיושן במונחים של היחסים שבין הקהל למפיק. החד-כיווניות של העיתון המודפס המסורתי, מלמעלה למטה, כבר אינה מקובלת כשיטת עבודה בתחומי חיים רבים ובוודאי לא, מבחינת הצרכן, בתחום התקשורת המודרנית.

6. ערעור הסמכותיות. מאז שנות השישים מתערערת במערב הסמכות הבלעדית של מי שנתפס בעבר כבר-סמכא: גברים בפרט והורים בכלל, המנהיגות הפוליטית והמנהיגות הדתית, ואפילו, בשוליים, סמכות המורה, סמכות הפרופסור וסמכות המדען. סיבות מגוונות יש לתופעה, ובהן השקיפות שמביאה עמה הטלוויזיה (Meyrowitz, 1985). בעשור האחרון העצים האינטרנט את המגמה החברתית עשרת מונים. הנה כמה דוגמאות להמחשה: חולים מוצאים בכוחות עצמם דעה שנייה על מצבם הרפואי בעקבות אבחנת הרופא, ולעתים באים לביקור אצל הרופא מצוידים בחומר רפואי-מדעי מעודכן שהרופא עצמו לא ידע עליו; קבוצות תמיכה רבות בנושאים שונים ומשונים פעילות באינטרנט, מספקות לכל דורש מידע חיוני ואמין (לרוב), ובכך עוקפות את הצורך לפנות לסמכות גבוהה בסוגיה כלשהי; תלמידי בתי הספר מנצלים את המיומנות שלהם באינטרנט כדי להגיע לחומר לימוד שאינו בידי מוריהם; הציבור יכול להשיג מידע עצום

וזמין על אודות הפוליטיקאים, והדבר מציג אותם במערומיהם ומאפשר לאזרחים השפעה ממוקדת וגדולה יותר על נבחרי הציבור; וכן הלאה. לעומת זאת העיתון המודפס המסורתי היה ונשאר מדיום 'סמכותי', המדבר בקול ידעני ואובייקטיבי כביכול. הססמה של העיתון 'ניו יורק טיימס' משקפת ומתמצתת בצורה מאלפת את הגישה הזאת: All the News That's Fit to Print - 'כל החדשות הראויות להדפסה'. ברם בעידן שאין הציבור מוכן עוד לקבל כתורה מסיני את מה שעניו קוראות, אין הלימה בין תפיסת העיתון את עצמו לבין הצורה שציבור צרכני התקשורת תופס אותו. במידה מסוימת הדבר קשור לגורם הקודם: רצון הקהל להיות שותף פעיל ביצירת החדשות. אך אפילו בלי היבט זה כבר אין יראת כבוד לעיתון המדבר בסגנון יודע כול. לעומת זאת עיתון אינטרנטי אינו תופס את עצמו ככזה ואינו נתפס ככזה, ולו מהסיבה שהוא מאפשר לקורא, בקלות עצומה, לעבור לעיתון מקוון אחר בהינף אצבע.

7. סגנון החיים ובעיית הזמן. החברה המודרנית - דווקא בגלל השפע שהיא מציעה - מכניסה את האדם למירוץ מטורף נגד השעון כדי להספיק הכול: העבודה (בגלל הטלפון הנייד והדוא"ל אינה מסתיימת תמיד בהגיעו לביתו); המשפחה (לא רק טיפוח הילדים אלא - בעקבות תוחלת החיים העולה - גם טיפול בהורים זקנים); תרבות הפנאי (היצע מגוון ביותר); בריאות הגוף והנפש (מועדון כושר, ספורט, תזונה נכונה, יוגה ומדיטציה וכו'); הטיולים ברחבי העולם; ההשכלה וההכשרה המקצועית (במשך כל החיים ולא רק לשם קבלת תארים רשמיים); פיננסים (בנקאות מורכבת, ביטוחים, השקעות) ועוד - כל אלה לעומת החיים לפני דור אחד או שניים, שהיו פשוטים יותר, אך לא דווקא קלים יותר.

אמנם שתי התמונות של החברה המודרנית ושל החברה של דור או שניים לפני המתוארות כאן פשטניות במקצת, אך הן משקפות את סגנון החיים ואת קצב החיים של הורינו ושל סבינו בעבר ואת סגנון החיים ואת קצב החיים שלנו היום. בעבר האב הלך לעבודה במפעל, והאם נשארה בבית. הוא קרא עיתון בנינוחות ברכבת או באוטובוס או אחרי ארוחת הערב, בשבתו על כורסה נוחה בסלון ביתו. האם הכינה את הילדים לבית הספר ושלחה אותם לדרכם, ניקתה את הבית וערכה קניות, ואז התפתה גם היא לקריאת עיתון הבוקר. מנגד, בהווה: שני ההורים מתרוצצים בבוקר להכין את ילדיהם לבית הספר ואת עצמם ליום עבודה עמוס

ויוצאים לדרכם, כמעט תמיד ברכב פרטי. העבודה אינטנסיבית - אין הרבה זמן אפילו לארוחת צהריים נינוחה (על ארוחת בוקר משפחתית בבית ויתרו מזמן) - ובהגיעם הביתה יש עוד משימות רבות לפנייהם: הסעת הילדים לחוגים, הגעה למועדון הספורט לטיפוח עצמי, הכנת ארוחת ערב במיקרוגל או יציאה למסעדת מזון מהיר, בילוי בתאטרון או בקונצרט (כמובן, עם הנחיות לשמרטף) או ישיבה מול המחשב כדי להשיב על דוא"ל או לסיים פרויקט שלא הספיק לו הזמן במשרד, והכול בלוויית שיחות טלפון וקבלת מסרונים מחברים, מקרובי משפחה ומעמיתים לעבודה. שוב, בעידן שלנו לכל אחד ואחד יש סדר שעות משלו, אך כמעט לכולם יש מכנה משותף אחד: אין די זמן להגשים במשך היממה את כל התכניות.

ברור שהעיתון המודפס המסורתי, הדורש תשומת לב וזמן רב לקריאה, יתקשה מאוד להחזיק את קהל קוראיו, אשר למרות רצונם - אם יש כזה - לקרוא את החדשות בעיון ובנינוחות, הם אינם מוצאים את הזמן ואת האנרגייה לפעילות ממוקדת כזאת, בוודאי לא בשעות המוקדמות של היום. אם ימצאו לכך זמן בלילה, החדשות כבר ישנות בגלל מבול העדכונים של המדיה האלקטרונית. גורם זה אכן קשור במידה מסוימת לגורם המהירות, אך מדובר בסוגיה מקבילה ולא זהה: בסדר היום הפרטי של האדם המודרני המצוי אין די זמן לעיון בסדר היום הפוליטי-חברתי כפי שמציג אותו העיתון המודפס המסורתי. לשם כך נדרש מדיום גמיש יותר, אשר מסוגל להעביר את תכניו לקורא ב'חבילות' קטנות ובזמנים הקצרים שהוא מצליח לפנות בסדר היום שלו העמוס לעייפה.

8. הגירה, פזורה וגלובליזציה. העידן המודרני מאופיין בניידות גאוגרפית גבוהה. מסיבות של תעסוקה, של השכלה גבוהה ושל אקלים, לא מעט אנשים מעתיקים את מקום מגוריהם מעיר המולדת ואף מארץ המולדת. כמובן, אמצעי תקשורת כמו שיחות טלפון זולות ודוא"ל, בצירוף תחבורה אווירית זולה ונגישה מקלים על המהגר, מאחר שהוא עדיין יכול לשמור על קשר הדוק עם קרובי משפחתו ועם חבריו ממחוז מולדתו.

לאנשים שגדלו בעיר מסוימת - ובוודאי לאנשים העוברים לגור במדינה אחרת - מידע שוטף על אודות המתרחש במולדת הוא חשוב, אולי יותר משהוא חשוב ליליד המדינה החדשה, שכן המהגר מנותק פיזית ממולדתו. הדבר נכון הן באשר למידע ה'שולי', כגון תוצאות משחק הכדורגל של קבוצתו האהובה, הן באשר למידע ה'חשוב', כמו מאבקים פוליטיים העשויים להשפיע על חייהם של ידידיו. ברם לרוב המהגרים אין גישה

לעיתון מודפס שמקורו במחוז מולדתם, ואם יש להם גישה כזאת, עיתון מודפס זה יקר למדי, ויש גם שהוא אינו מגיע אליהם בשעות הבוקר מפאת המרחק הגדול.

עיתון מקוון הוא הפתרון לבעיות מסוג זה, ואין להמעיט במספר האנשים הנזקקים לו בעולם כולו. לשם דוגמה אומר כי כ-10% מאזרחי הפיליפינים עובדים בחו"ל, ואצל רובם בני המשפחה נותרים מאחור, במדינת האם. ברור שעיתון מקוון, למשל *Manila Times*, לא יהיה רק פופולרי אצלם, אלא גם חיוני. יתרה מזו, בהרבה מקרים - הן בעולם המערבי הן בעולם המתפתח - העובדים הזרים משתכרים בארצות שבתם שכן גבוה מעמיתיהם בארצות מוצאם, ולפיכך הם קהל אטרקטיבי בעיני המפרסמים בעיתונות של ארץ המוצא ('אני שולח אליך \$500. קני לילדים מחשב. ה-Dell במבצע כעת...').

דוגמה אחרת במקצת לתופעה זו אפשר להביא מן האסון שהביאה עמה סופת ההוריקן קתרינה בניו אורלינס בשנת 2005. כפי שדווח, כשבוע לאחר הסופה הצליח העיתון המקומי *Times Picayune* להמשיך להוציא לאור עיתון מקוון בלבד (הרי אי-אפשר להדפיס על נייר; מה גם שקהל הקוראים עזב את העיר). לא פחות מעניינת בהקשר זה היא הציפייה של עורכיו שרבים מהניצולים ישתקמו במקומות אחרים אך ירצו בעתיד לשמור על קשר עם עירם האהובה דרך העיתון המקוון (Outing, 2005b).

בקיצור, מכל מיני סיבות ובכל מיני נסיבות מצב הפזורה הגאוגרפית בעידן הנוכחי דורש כלי תקשורת נגיש, זול וחוצה גבולות, והעיתון המקוון ממלא את התנאים החיוניים האלה למספר הולך וגדל של אנשים בעולם.

9. האינטרנט כציר החיים. כאמור, האינטרנט הוא מולטי-מדיה, כלומר במה שדרכה מדיומים אחרים יכולים להעביר את מרכולתם. האינטרנט הוא גם מדיום שבלי כל קשר לאמצעי תקשורת אחרים מאפשר תקשורת בעלות נמוכה מאוד, במיקוד קהל מדויק מאוד, בהפעלות קול, תמונות וטקסט ובמתן אפשרות לכל אחד ואחד לדלות מידע עצום בשניות ספורות. מכאן המהפכנות שלו, ומכאן ההבדל בינו לבין כל אמצעי התקשורת האחרים בהיסטוריה. מדיומים קודמים - מן הדפוס ועד לטלוויזיה - עסקו כל אחד בדרכו בתחומי חיים נבדלים. לעומתם המארג (web) - לאחר 13 שנים בלבד - כבר חולל תמורות של ממש כמעט בכל תחומי החיים: במסחר (B2B; Business 2 Business) ובתעשייה (CAD/CAM); תכנון וייצור באמצעות מחשב, בבנקאות ובפיננסים (השקעות), בחינוך

ובהשכלה הגבוהה (קורסים מקוונים), בבילוי (הימורים, פורנוגרפיה) בתיירות ובבידור (משחקים מקוונים, מוזיקה, P2P), בבריאות וברפואה, בשירותים הציבוריים (רשיונות, קנסות, מסמכים רשמיים) ובפוליטיקה (גיוס תרומות, קבוצות לחץ), במנהל הציבורי ובמנהל הפרטי (אינטרנט, ארגון וירטואלי, מיקור חוץ), בתחבורה (ניווט מקוון בעזרת מפות מקוונות והאתר Google Earth), במדע (צוותי מחקר בין-לאומיים). וכמובן, כמעט שום מקום בעולם התקשורת לא התחמק מהשפעתו (טלפוניה בשיטת VoIP, שיווק ופרסומת, רדיו מקוון וכו'). במילים אחרות, האינטרנט נעשה עד מהרה לציר החיים במאה העשרים ואחת, ואנו עסוקים בו יותר ויותר שעות מחיינו, הן המקצועיים הן הפרטיים.

ככל שהאינטרנט נעשה עזר כנגדנו - מעין שרת זמין לחיים כולם ולכל החיים - כך אנו מזניחים את אותם דברים מהעבר שכבר אינם מתאימים או אינם יכולים לפעול בתוך העולם הווירטואלי-מעשי הזה. יש לזכור שכיום האינטרנט נמצא בשלב פרימיטיבי יחסית, לפחות מבחינת המכשיר הפיזי שדרכו מקבלים את תכניו, קרי צג המחשב. לעובדה זו השפעה רבה, שהרי לא הכול נושאים את המחשב לכל מקום. אולם לאחרונה משתחרר האינטרנט אט אט מאזיקי המחשב ועובר למכשירי הפעלה והצגה קלים יותר, זמינים וידידותיים: מחשבי כף יד וטלפון נייד. כך אפשר לחיות כמעט בוודאות שתוך חמש עד עשר שנים האינטרנט יהיה זמין '24/7' (מונח קיצור עכשווי שמשמעותו כל שעות היום וכל ימות השבוע). במצב כזה הוא יהפוך למרכז עולמנו. במציאות זו אין כל סיבה שצרכן החדשות יתמיד בקריאת עיתון מודפס, כשעומדים לרשותו עיתונים מקוונים הנמצאים באינטרנט באופן בלתי נפרד ומחוברים באינטגרציה מופלאה עם כל שאר תחומי החיים, אשר גם הם נמצאים שם.¹⁰

10. איכות הסביבה. בעידן הבתרת-עשייתי המודעות לבעיות אקולוגיות הולכת וגדלה. סוגיית איכות הסביבה על כל רכיביה המגוונים הפכה כבר מזמן לנושא חברתי וכלכלי חשוב בעל השלכות פוליטיות ניכרות ומשמעותיות. כריתת עצים (הגורמת לבירוא), ניצול מופרז של מקורות

10 אפשר כבר לראות את תופעת האינטרנט כציר החיים דרך הפורטלים; האתרים הפופולריים ביותר מציגים כל-בו של פעילויות חיים: מבידור, מידע רפואי וקהילות וירטואליות ועד חדשות טריות המשובצות בדף השער העמוס. כלומר כשמדברים על עיתונות מקוונת, אין הכוונה בהכרח לעיתון ממש, אלא גם לחדשות כחלק מתפריט חיים (להרחבה ראו בסוף המאמר).

אנרגייה מתכלים (דלק, פחם, גז), הגורם להתחממות כדור הארץ, ושפיכת כימיקלים המזהמים את מי התהום והסביבה בכללותה - כל אלה ועוד הפכו לבעיות כבדות משקל הדורשות טיפול יסודי ומקיף.

תעשיית הדפוס בכללותה והעיתונות המודפסת בתוכה תורמות לא מעט לבעיות אלה. טונות של נייר, אלפי ליטרים של דיו, קילוואטים של חשמל להפעלת מכונות הדפוס וכמות אדירה של דלק להנעת המשאיות המחלקות את העיתונים ללקוחות - כל אלה נתפסים כבזבז לא הכרחי בעידן שאפשר להפיק ולהפיץ עיתון מקוון בלי לפגוע בסביבה (מחשבים צורכים כמות חשמל נמוכה ביותר). בקיצור, בין שאר מגרעותיו העיתון המודפס המסורתי פשוט אינו 'ירוק'.

11. פוסט-מודרניזם וסוף עידן דומיננטיות הטקסט. גורם זה כולל כמה מהגורמים לעיל, אך במידה מסוימת הוא גם עומד בזכות עצמו. לעידן העכשווי יש תפיסת עולם פוסט-מודרנית. הדבר מתבטא לא רק בהלך רוח אינטלקטואלי ופילוסופי, אלא גם בהתייחסות שונה מבעבר לתקשורת הן מבחינת המדיומים עצמם הן מבחינת התכנים המובאים בהם. אפשר אפילו לטעון שיש השפעה הדדית בין סוגי התקשורת החדשים לבין רוח הזמן הפוסט-מודרנית.

פוסט-מודרניזם מאופיין בסובייקטיביות של המתבונן ובהיעדר אמת אובייקטיבית. יש המוסיפים שהוא מאופיין גם בחוסר היכולת לדרג אמונות ודעות על פי סולם נכונות. לעומת המודרניזם, הדוגל באמת אובייקטיבית (מדעית או פילוסופית) שאפשר לגלותה, הפוסט-מודרניזם רואה את העולם כנזיל, כמשתנה וכיחסי. מקורות רבים לפוסט-מודרניזם (בין השאר תורת היחסות של איינשטיין ועקרון אי-הוודאות של הייזנברג), אולם לא יד המקרה היא שהוא צמח בד בבד עם עליית התקשורת האלקטרונית, בייחוד הטלוויזיה, עם האקראיות של התמונה ועם הבלטת הקול המתפוגג (לעומת הטקסט הקבוע) (Harms and Dickens, 1996). את עידן המודרניזם - המבוסס על הטקסט הקבוע של הדפוס, טקסט האמור לשקף אמת צרופה שאינה תלויה בקורא - החליף עידן הפוסט-מודרניזם, הפועל בעולם של אמצעי תקשורת המציגים תכנים מתכלים במהירות, רב-משמעיים, לא ליניאריים וגם רב-תרבותיים, קרי תקשורת חוצה גבולות לאומיים (Soffer, 2005).

בעולם בעל תפיסה פוסט-מודרנית, שזכה להכנה תקשורתית רבת שנים המחזקת תפיסה זו בדרך שהיא מציגה את תכניה, הקהל מתקשה לקרוא

טקסטים 'קבועים'. זהו הסבר אחד לסוף הסמכותיות שהוצגה כאן. אולם הבעיה אינה רק באיבוד האמון בסמכות כלשהי. הבעיה היא גם בדפוס הצריכה התקשורתית שהתרגלנו אליהם: תקשורת של חטף (גורם ההיפר-מהירות), של רב-חושיות, של הקהל השולט (שלט רחוק). מחד גיסא מגמה זו מרחיקה את הקהל מהעיתון המודפס המסורתי; מאידך גיסא העיתון המקוון מתאים מעצם טבעו לקריאה הפוסט-מודרנית.

האיום הישיר (א): עיתונות מקוונת

הסקירה שלהלן של יכולות העיתון המקוון מתמקדת בסגולות קיימות ומוכחות, אך כאמור קצב ההתפתחות של סגולות האינטרנט בכלל ושל העיתונות המקוונת בפרט בעשור האחרון משמעו ש'עוד ידו של העכבר נטויה'. לפיכך ייכללו כאן כמה דברים שאינם בנמצא היום, אולם הם בשלבי תכנון, או לפחות מובעות בהקשרם הצהרות שיש להן גם פוטנציאל טכנולוגי ממש. בכל מקרה, כפי שנטען קודם לכן, העיתון המודפס המסורתי מוגבל מבחינה טכנולוגית ביכולתו להוסיף ביצועים, ולפיכך הפער בינו לבין העיתון המקוון רק ילך ויגדל בשנים הקרובות.

12. הידודיות (אינטראקטיביות) ומשוב. האינטרנט בכלל והעיתונות המקוונת בפרט מעלים את ההידודיות על נס, בצדק, כאחד מסודות ההצלחה שלהם. הסיבה פשוטה: רוב בני אדם מעדיפים להרגיש שהם פעילים במה שהם עושים ולא צופים סבילים. כך אפשר להבין את כוח המשיכה של משחקי הווידאו בהשוואה לכוח המשיכה של הטלוויזיה (שרק לאחרונה מנסה לקפוץ על עגלת ההידודיות, אך בלא הצלחה יתרה), וכך הם פני הדברים גם כאשר בודקים את העיתונות ההידודית למבוגרים לעומת גרסתה המודפסת והחד-סטריית.¹¹

ברם העיתון ההידודי אינו מסתפק בכך שהקורא שלו מעדיף את שיטת הצריכה שהוא מאפשר לו. יש לו יתרון חשוב בהרבה: האפשרות

11 הדו-סטריית מאפשרת תגובה בלבד, ולכן היא חלשה יחסית בכוח השפעתה. ערוץ הקניות בטלוויזיה למשל הוא דו-סטרי: הוא מציג סחורה, והצופה יכול לשלוח מסר שברצונו לרכשה. הידודיות, לעומת זאת, מאפשרת לנמען להשפיע על התכנים של המוען. כך, הצבעה בתכנית 'כוכב נולד' בטלוויזיה היא פעולה הידודית. גם באינטרנט שתי האפשרויות קיימות: רכישת מוצר בעזרת סימון כרזה (באנר) (דו-סטריית; הידודית), לעומת משלוח דוא"ל או השתתפות בפורום מקוון, אשר עשויים לדרבן את העיתונאי להוסיף תכנים לידיעה המקורית או לשנותה. לדיון מעמיק בסוגי ההידודיות ראו Kiousis, 2003; Downes and McMillan, 2000.

שיש לעיתונאים ולעורכים הכותבים בו לעמוד על העדפויותיהם החדשותיות של קהלם (Outing, 2005a). אמנם בשלב זה לא אדון בשאלה אם רצוי שהעיתון המקוון יקבע את סדר היום החדשותי שלו על פי רצון הציבור,¹² אולם מבחינה שיווקית אין ספק שהאפשרות הזאת מקנה לו יתרון עצום. עורכי העיתון המודפס לא ניסו מעולם – מסיבות עקרוניות ובוודאי גם כלכליות (עלות גבוהה של סקר שוק כה ממוקד) – לבדוק בקרב קוראיהם כמה מהם קוראים מדורים מסוימים, כמה מהם מעדיפים עיתונאי מסוים, או מהם הנושאים החדשותיים העדיפים בעיניהם על אחרים. כלומר, החלטות עריכה טקטיות של עורכי העיתון המסורתי המודפס התקבלו מאז ומעולם באינטואיציות או בהעדפות אישיות של 'שומרי הסף' (White, 1950), ולא על סמך נתונים בדוקים.

המצב של העיתונות המקוונת שונה בתכלית בגלל הטכנולוגיה ההידודית של האינטרנט. הדבר מתבטא במשוב הפעיל ובמשוב הסביל. במשוב הפעיל העורכים מקבלים תמונה כללית של העדפות הקהל מתוך המשובים המקוונים (talkbacks), כלומר תגובות הקוראים לידיעות ולמאמרים באינטרנט. אמנם גם קורא עיתון מודפס יכול להגיב במכתב למערכת, אולם אין להשוות בין שני סוגי התגובה: בעיתון המקוון – זמינות וקלות גדולות להגיב באותו מדיום, בו במקום; בעיתון המודפס – מאמץ מסורבל של הדפסה ושליחה דרך מדיום אחר.¹³ עוד יש לציין כי עיתונאים מקוונים רבים מאפשרים דיון מעמיק בנושאים שהם מעלים (חדשותיים ואחרים) באמצעות פורומים למיניהם, לפעמים בלי מנחה מהעיתון ולפעמים בצירוף תגובותיו של המחבר.¹⁴

12 אמירה מפורסמת גורסת: 'הדברים החשובים ביותר שצריך לשמוע הם הדברים שאיננו רוצים להקשיב להם' (The most important things to hear are the things we don't want to listen to).

13 אמנם נכון שיש עיתונים מודפסים אשר מוכנים לקבל מכתבים למערכת גם בדוא"ל, אך כאן יש להוסיף את הרכיב הפסיכולוגי. פרסום כל תגובות הקוראים בצמוד לכתבה ובמהירות שיא מתמרץ ומדרבן אחרים לעשות אותו הדבר. אין כל תמריץ כזה במדור 'מכתבים למערכת' בעיתון המודפס, אשר מפרסם רק תגובות ספורות בכל יום על עניינים שהופיעו ביום אתמול ואפילו ביום שלשום.

14 עיתונים מקוונים מסוימים אף הרחיקו לכת: עורכי העיתון המקוון *Seattle Post-Intelligencer* מבקשים לשמוע מה חושבים קוראיהם על סוגיות שהעורכים מעלים בטרם כתיבת מאמר המערכת של העיתון ('The P-I's Virtual Editorial Board', 2005).

המשוב הסביל מועיל, באופן פרדוקסי, לעורכים אף יותר מן הפעיל. כאן העורכים מקבלים בקלות ובעלות כמעט אפסית נתונים מדויקים על מספר הקוראים של כל ידיעה ומאמר, ואפילו על משך השהייה של הקוראים בפריט (סימן לקריאה מלאה או חטופה). פירוש הדבר שהעיתון המקוון נותן למנהליו תמונת מצב מדויקת להפליא של דפוסי הצריכה של קוראיו, ובעקבות זאת הם יכולים לשפר אותו, מנקודת המבט של העדפות הקורא בלבד, מדי יום ביומו ולהעסיק עיתונאים אהודים, להדגיש נושאים מסוימים וכדומה.

13. הרחבת מקורות המידע. בגורם 5 לעיל הראיתי כיצד הצרכן שואף להיות חלק מתהליך הייצור וההפקה. הגורם שלפנינו מפתח תופעה זו כיתרון גם מצד המפיק, הן מן הבחינה המקצועית הן מן הבחינה הכלכלית. אמנם מדובר בגורם שגם העיתון המודפס המסורתי יכול לנצלו ברובו, לפחות מבחינה תאורטית, אולם מבחינה תפיסתית יהיה קשה למוסד עתיק יומין לנטוש את שיטת העבודה הסמכותית שלו, שלא לדבר על מגבלות טכניות מסוימות שאינן מאפשרות לו לנצל באופן מיטבי את השיטה בפורמט דפוס.

אתחיל בפרט אחד של המשוב המקוון. הוא מועיל לעורכים לא רק בהצבעה על הנושאים ה'חמים', אלא בתיקון טעויות עובדתיות ובהוספת מידע רלוונטי שלא פורסם בגרסה המקורית. לשון אחר, אחת מנקודות התורפה הגדולות ביותר של העיתונות המודפסת היא תיקון טעות המתבצע, אם בכלל, רק כמה ימים אחרי שהטעות הודפסה.¹⁵ העיתון המקוון אינו לוקה בנקודת תורפה זו, מאחר שהוא מקבל תגובה מיידית על הטעות ברגע שהיא מופיעה על דף האינטרנט. יתרה מזו, ידיעה חדשותית מוטעית או מטעה מקבלת תגובות ותיקונים לא רק מקוראי העיתון המקוון היום יומיים, אלא גם מגולשים אחרים שמקבלים עד מהרה קישור אליה מידיעות אחרות. בקיצור, לעיתון המודפס המסורתי יש תהליך בקרת איכות חיצונית חלש ומסורבל, ואילו בעיתון המקוון הבקרה כמעט מיידית, והיא כוללת קוראים רבים מחוץ למעגל הקוראים המסורתי של אותו עיתון.

15 הודעות על טעות עובדתית או אחרת נשלחות למערכת העיתון המודפס המסורתי בנסתר מעיני קהל הקוראים (פקס, טלפון, דוא"ל, דואר רגיל), כלומר אין הן מועברות דרך המדיום עצמו, בגלוי, לכל הקוראים האחרים. לפיכך העורך אינו מרגיש מחויב לפרסמן ברבים (אלא אם כן מדובר בתביעת דיבה, שהיא נדירה למדי).