

**לקריאה נוספת**

Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy*. Oxford: Oxford University Press.

הפרשן המוביל של תיאוריית חברת הרשת מבקש לעשות לאינטרנט את מה שעשה מקלוחן לאמצעי התקשורת המודרניים ולטלוויזיה. זהו עדיין מודרך טוב לשאלות ולסוגיות העולות מן הנושא.

Havalais, A. (2009). *Search Engine Society*. Cambridge: Polity Press.

זוהי בחינה מלאה מידע ומחשבה של תופעה רבת השיבות הקיימת בלב האינטרנט, שלא זכתה להתייחסות הולמת.

Lessig, L. (1999). *Code and Other Laws of Cyberspace*. New York: Basic.

הערכה מקיפה ויטודית של טבעו של האינטרנט, בעיקר מנקודת השקפה חברתית-משפטית, עם תובנות רבות על נקודות רמיון ושנוי בינו לבין אמצעי תקשורת אחרים. סיפור של אזהרה, ולא דווקא של חוזה, שלא התיישן ומקומו לא נתפס.

Morris, M. and Ogan, C. (1994). 'The Internet as a mass medium', *Journal of Communication*, 46 (1): 39-50.

זהו אולי הניסיון הראשון להערכה עקיבה של השלכות האינטרנט על תקשורת המונים בשלב התפתחות מוקדם מאוד, ועודו רלוונטי.

**www מקורות מקוונים**

Baym, N. (2006). 'Interpersonal life online', in L. Lievrouw and S. Livingstone (eds), *The Handbook of New Media*, pp. 35-54. London: Sage.

Bentivegna, S. (2006). 'Rethinking politics in the age of ICTs', *European Journal of Communication*, 21 (3): 331-344.

Fortunati, L. (2005). 'Mediatizing the net and intermediatizing the media', *The International Communication Gazette*, 67 (6): 29-44.

Koolstra, C.M. and Bos, M.J.W. (2009). 'The development of an instrument to determine different levels of interactivity', *The International Communication Gazette*, 71 (5): 373-391.

Lüders, M. (2008). 'Conceptualising personal media', *New Media and Society*, 10 (5): 683-702.

אפשר לטעון ש"מוסד התקשורת" כבר אינו קיים, ובמקומו מתקיימים גורמים רבים ושונים, שהחבירים ביניהם רופפים. פועלים כוחות חדשים ומגמות חדשות שאולי קשה יותר לתפוס במושגים ובנוסחאות מוכרים. עם זאת, נראה כי המאפיינים הבסיסיים של תפקיד התקשורת כחיים העיבוריים והפרטיים עודם קיימים. המרה החדשים המקבלו בהדרגה כאמצעי תקשורת המונים בצדק, היות שהשימושים בהם מפגינים רבים מן המאפיינים של אמצעי התקשורת הישנים, בעיקר כאשר בעליהם רואים אותם ככלי של פרסום להמונים וכ"פלטפורמות" לתוכן תקשורתי כגון מוזיקה וסרטים. כפי שמדווחים ובספר ולין (2002, Webster and Lin), יש סדירויות מרשימות בהתנהגות השימוש באינטרנט, והן תואמות לרפוסים מוכרים מתקשורת המונים, כגון ריכוזו של משתמשים רבים מאוד במספר קטן של אתרים פופולריים מאוד.

הראיות שבדינו אינן תומכות בהשקפה שהטכנולוגיה החדשה היא בעלת השפעה דטרמיניסטית חזקה המובילה לשינוי בטוח הקצר או אפילו הבינוני; טכנולוגיה זו אינה מייצרת שום הרחבה משמעותית של חירויות וגם (עדיין) אינה פוגעת פגיעה חמורה בחופש המידע הקיים כיום. עם זאת, בתחומים מסוימים יש פוטנציאל לשינוי, ועשוי לעקוב אחריו, אחר מאתם החומים הוא שרפוסם מחדש של גבולות חברתיים ותרבותיים (שיצירת רשתות חדשות של קשרים הדיים בין אנשים מעוררת. תחום אחד הוא השינוי האפשרי בתקשורת פוליטית (למעשה, בפוליטיקה) במובן הרחב ביותר, היות שכל הנראה אמצעי "הגאום" פועלים במדיה החדשים פחות טוב. עניין אחרון הוא סוגיית הפערים במימוש היתרונות המופקים מן המדיה החדשים. פערים אלה עלולים להתרחק כתוצאה מאי-שוויון חברתי וכלכלי.



תיאורטיקניות ותיאורטיקנים של הפמיניזם (לדוגמה Ang and Hermes, 1991) המבליט כל חשיבה על הבדל מחוץ בין גברים ונשים באשר לנוחות השמוש בטכנולוגיה ממותשת. עם זאת, לדעת טרקל (Turkle, 1988) הבעיה היא לא הסיה גברית של מחשבים, אלא "שהמחשב מובנה חברתית כגברית". דיון דומה ליווה את התפסותו של האינטרנט. יאן זונן (Van Zoonen, 2002) שרמסה שיח שבו נראה האינטרנט כמובנה בצורה נשית יותר או גברית יותר, או אפילו - על פי הצעתו של "סייבר-פמיניסיות" - כפתוח להגדרות מעורבות והדשות של מגדר. מן המחקר שלה עולה שהן המגדר הן הטכנולוגיה הם מושגים רב-ממדיים מכרי שאפשר יהיה להעריך הערכה יחידה שלהם. בכל הנוגע לשמוש באינטרנט, אי-האיוון הראשוני בין משתמשים למשתמשות מצטמצם בהדרגה, אך כי עדיין קיימים הבדלים מטרמיים (Singh, 2001; Rainie and Bell, 2004).

אכן, הרשתות, המעגלים והחיבורים בין משתמשים בטכנולוגיות חדשות המבוססות על סלקומוניקציה ומחשבים אינם חייבים להיות תואמים לקווי הגבולות הלאומיים כשם שהיו כמעט תמיד אמצעי תקשורת המונים השונים. לכן אולי פחות הולם להחיל את מודל המרכז-פרפריה של תקשורת המונים, המשקף את מידות החלוקה השונות של מדינות ואזורים עניים יחסית וקטנים במספר מועט של "צרכנים עיקריים" של חדשות וכדו. בעלות על טכנולוגיה מתאימה אכן פותחת אפשרויות חדשות של מידע ותקשורת חדרית, בלא תלות ב"דמת ההתנתחות" של מקום המגורים הספציפי. אפשר לדגו על כמה מהפערים ומאבני הגוף הורעפים בנתיב ההתנתחות.

עם זאת, עדיין שורר חוסר איוון רב ביכולת תקשורתית, והתחמים שבהם חוסר איוון זה אינו בא לידי ביטוי הם מיעוט קטן. לא נעשה מחקר בסיסי שיראה מה סיבוי והיקפו של חוסר האיוון העולמי. אבל יש די נתונים וסימנים המובילים להשערה שהיחוסן המתאפשר בזכות הטכנולוגיה החדשה ושיעורי ההשתתפות בהיווצרות ובחלופי מידע מכסאים הערפה ברורה של האזורים והמדינות בעלי המשאבים (ובעיקר אלה היאנגלו-סקסיים). עלות הטכנולוגיה והשימוש בה, וגם ההשקעה בתשתית ובמערכות ניהול מעניקים מצדם עדיפות למוחסים שכבר נהנים מיתרון. ככל שהמדיה החדשים מעוררים יותר עניין בלכלי, כן מתרבים הסיכויים שמגמה זו תתחזק.

בימיה המקדמים של תקשורת המונים רווחה אמונה שטווח החשיפה הרחוק של הרדיו והטלוויזיה יוכלו לגשר על פערים בהתפתחות חברתית וכלכלית. המציאות הייתה שונה ותקשורת המונים, לפחות בצורתיה העל-לאומיות, בדרך כלל העצילה יותר לחברות ולתרבויות שמתן יצאה מאשר למי שהיו אמורים להפיק ממנה תועלת ב"עולם השלישי". עדיין קיימת נטייה דומה לראות בטכנולוגיה כלי לשינוי העולם (Waisbord, 1998). קשה לראות במה שונה המצב כיום, למרות האפשרות הנחלת שבכרי "משתמשים" (נמענים במדיה חדשים לדרוש לעצמם נגישות ולהשתלט על האמצעים המאפשרים דיוכי הרבוחי.

נראה שהאופן שבו התפתחו טכנולוגיות תקשורת חדשות מכבר עוזרים וצורות חברתיות מערביות, בולל אינדיווידואליזם וחירות אישית המוסמעים בהם.

**סיכום**

המסע בעקבות תיאוריות של המדיה החדשים לא הגיע למסקנות מבריקות. אף כי הציג מענות משכנעות לגבי הצורך בשינויים בתיאוריה, באשר לתקשורת הציבורית, היא ממשיכה בדרך במידה רבה כעבר. הערכים המרכזיים - ליברליזם, דמוקרטיה, עבודה, זכויות אדם ואפילו אתיקה של תקשורת - לא זו בלבד שאינם קורסים בתחילת המאה העשרים ואחת, אלא רק מתפתחים. אפילו הבעיות הישנות הניצבות מול ערכים אלה עורן קיימות, כולל מלחמה, עוול, אי-שוויון, פשע ומחסור. השאלה הספציפית והמרכזית יותר שבה סיפיל פדק זה היא, אם רעיונות ומסגרות עבודה שפותחו כדי להציע ולבחון שאלות העוסקות בתקשורת המונים עוזן מועילות, אם לאו.

סיבות מסוימות מובילות להשערה שהתשובה לשאלה זו עשויה להיות שלילית. יש מגמה ברורה להד-מסיפיקציה (demonstration), כלומר, להפחתת ההמוניות של אמצעי התקשורת הישנים ככל שהתרחבות המדיה של ערוצים ושל במות לשירור מכרסמת ב"קול המונים" ומחליפה אותו באינספור קול-י מדיה קטנים וספציפיים יותר. "העיתון האישי"<sup>4</sup>, שהתוכן נאסף בו בהתאם לסעם ולחומי עניין אישיים (גם אם הביקוש לו אינו רב), הפך לאפשרות ממשית במדיה החדשים ובעיקר באינטרנט. ככל שהובר יקרה יותר, גם ברדיו ובטלוויזיה, כן תלך ותפתח המידה שבה תקשורת המונים תספק בסיס משותף של ידע והשקפה או תהווה "זכק" לחברה. מצב זה נחשב בעיני רבים כאבדן המפעל הגורל של חברה דמוקרטית ששורר בה צדק חברתי (Sunstein, 2006). ראיות מסוימות הנוגעות לחדשות מקוננות אכן מצביעות על מגמת לוקליזציה, אבל גם הפוטנציאל לגלובליזציה מואץ. בה-בעת מצטברות עדויות והנידונות בעמודים 586-587) המוכיחות שלפחות ככל שמדובר בחרשות, עדיין גדרת מהימנות, ואי-אפשר לוותר על האמון שזכו לו מקורות חדשותיים ופרשנים מסוימים (באמצעי התקשורת הקונוונציונליים) ואף לא להחליפו בקלות. כך הדבר גם לגבי פוליטיקאים ומפלגות. פורס לפעילויות בשליים קשה למצוא עדויות רבות לצמיחתם של פוליטיקה חלופית או של פוליטיקאים חלופיים. הסיבות לכך דומות ברובן. ייתכן בהחלט שיש ירידה בחיבור של הציבור לפוליטיקה, אבל נראה שאין סיבה לייחס זאת למדיה החדשים, כשם שאין סיבה להניח שהם אלה שיפתרו את הבעיה.

4 מה שנקרא באנגלית "Daily Me". זהו משחק מילים המרמז לשמו של *Daily Mirror* - צהובון בריטי מוכר ובעל תפוצה רחבה.

## שווינויות חדשה או העמקת פערים?

ברטוריקה סביב המדיה החדשים נכללה השענה שאמצעי תקשורת אלקטרוניים עוררים ליצור חברה שווה יותר ומשוחזרת יותר. היתרון הגדול הוא הנגישות הקלה לכל מי שרוצים לדבר, כלי תיווך של בעלי האינטרסים רבי-העוצמה השולטים בתכנים של אמצעי התקשורת המודרניים והמסורדיים. אין צורך בהון ובהשפעה כדי להיות נוכח באינטרנט. הפונציה של המדיה החדשים לעקוף ערוצים ממוסדים מבוססים משפר ככל הנראה את האפשרויות שבידי הרוב ומפחית את תלותו במקורות המונופוליסטיים של מידע והשפעה. אם ככל הנתים תהיה הטכנולוגיה ואם מגמת ההתרחבות תתקדם בכיוון זה, הרי ב"יורדאוסופיה" הממשמשת ובאה אמורים הסובין של תרבות ומידע להיות נגישים לכול. הקולות הפוליטיים שרחקו בנו לפתח את "האוסטרודית האלקטרונית" ולהביאן לבתים, לספריות, לבתי ספר ולמקומות עבודה, ראיים בכך תוכנית פעולה משודרת, ואף צורך חיוני להתקדמות כלכלית (Mattelart, 2003).

אלא שהמבקרים לא נמנעו מלהביע את דעתם על אפשרות זו. אסכולת הכלכלה הפוליטית אינה מוצאת טעם בשינוי השקפת העולם שלה, שעל פיה הנהגים העיקריים "מאוסוסטרודית אלקטרונית" ימשיכו להיות חברות אלקטרוניקה וסקלמוניקיה גדולות (Wasko, 2004; Chesney, 1997; Mattelart, 2003). המדיה החדשים אינם שונים מאמצעי התקשורת הישנים מבחינת הריכוז החברתי של הבעלות עליהם ושל הנגישות אליהם. האמידים יותר רוכשים ראשונים את הטכנולוגיה ולאחר מכן משרדנים אחרים. הם לעולם מקדימים את העניים. מידת ההעצמה של העשירים נובלת מזו של העניים - העשירים מתקדמים רחוק עוד יותר. פערים חברתיים ופערי ידע לא זו בלבד שאינם מצטמצמים, הם דווקא מתרחבים. וכך נוצר "מעמד נמוך מבחינת מידע", נוסף על המעמד הנמוך מבחינה חברתית. הרבה נאמר על "הפער הדיגיטלי" (digital divide) כירוש של "פער המידע" (information divide), ראו עמורים 563-566 שנתנו בעבר עקב כניסת הטלוויזיה (Hargittai, 2004; Castells, 2001; Norris, 2000). תנאים היסטוריים משתתפים בעיצוב השפעתה של טכנולוגיה חדשה לא רק בעולם המתפתח, אלא גם במדינות קומוניסטיים-לשעבר כמו רוסיה (Vartanova, 2002; Rantanen, 2001). אלא גם שמציינן סלוויץ (Selwyn, 2004), הגישה לערוצים אינה זהה לשימוש ממש בהם. אפילו השימוש מובנה בתאם לזמינותם של כישורים שאינם מחולקים שווה בשווה בין המשתמשים. הרב יוצר "פער דיגיטלי" ברמה שנייה, שאי-אפשר להתגבר עליו באמצעים טכנולוגיים וטרם מדרו אותו.

גם בנושא המגדר היו חילוקי דעות. למרות הוזה הכללי במונחי תנסוקו ששיגעו נשים בזכות העבודה עתירת-המידע, לא נסתתמו הסענות שלחשבים יש השיה גברית. יש

הקדילות האנושיות. חזיונות העתיד האלה מבוססים על אפשרויות אמיתיות, אבל אינם מקובלים על הכול - והם טרם התממשו. לדוגמה, בעיני גרין (Green, 1999), אלה פחזים סובייקטיביים של מי שחושש מטרמניזם טכנולוגי. הוא מצביע על אותו פונציה של המדיה החדשים להפוך את כיוון המעקב ולבטא דחפים דמוקרטיים באמצעות גישה למרכזי כוח.

במקרה של האינטרנט חסרה עריין הבנה דקה ומוכחנת של משמעות ה"חירות" בקשר זה (Chalaby, 2001). החופש ממעקב ו"הזכות לפרסיות" הם חירות מסוג שונה: הגנת על אנונימיות, לא על חופש הפרסום. שתי החירויות האלה (וגם אחרות) חשוכות, אבל השימושים הפונציה-אליים והממשים באינטרנט מגוונים מכדי שיהיה אפשר לתבוע את כל סוגי החירויות. חופש דיבור וחופש ביטוי כפי שנקבעו עבור אמצעי תקשורת אחרים מכירים במגבלות מסוימות על זכויותיהם של אחרים, בערכיה החיוניים של החברה ובמציאות שיש בה לחצים חברתיים. לא יהיה זה מציאותי לצפות שהאינטרנט יתנה מחירויות שהוגבלו באמצעי תקשורת אחרים מסעמים שהתקבלו כלגיטימיים.

ברוב ההערכות המפוזרות של התפתחות טכנולוגיית התקשורת היו הדיסופוניסטים. ראי השחורות (כלומר, אלה המייחסים משמעות חברתית שלילית לפיתוחם טכנולוגיים), משכנעים יותר מן האופטימסטים [המייחסים לפיתוחם הטכנולוגיים משמעות חברתית חיובית], המייחסים לעולם מושלם, לפחות באשר לשלילת האפשרות של פתרון מודר. בניגוד (Beniger, 1986), שכתב היסטוריה פרשנית של חידושים בתקשורת מאז תחילת המאה התשע-עשרה, מצא שיש רפוס מסוים לחידושים - לא של שחרור מתעצם והולך, אלא של יותר ויותר אפשרויות לניהול ולפיקוח. הוא משתמש במונח "מהפכת השליטה" (Control Revolution) לתיאור מהפכת התקשורת. צורכיהם של המסחר, התעשייה, הצבא והביורוקרטיה הם שהובילו את קידום הפיתוח ואת קביעת אופן יישומם של חידושים הלכה למעשה - ויהיה הפונציה-אלי המקורי של החידושים אשר יהיה.

מתוך נוסף של חידושים בתקשורת (Winston, 1986) מצא שלמרבית הטכנולוגיות החדשות יש פונציה-אלי חדשני, אבל יישומן הממשי לעולם תלוי בשני גורמים. האחד הוא פעולתו של "צורך הנובע מהחברה", "המכתיב את המידה והצורה של פיתוח החידושים הגורם השני הוא "חוק הדיכוי של הפונציה-אלי הדיקטלי", הפועל לכלימת חידושים ומגן בכך על הסטטיקו החברתי או התעשייתי. בכלל, תומך וינטון בתיאוריות של דרמניזם "חברותי" ולא טכנולוגי. קארי (Carey, 1998) נוקט עמדה דומה לגבי "המדיה החדשים" וטוען ש"הטכנולוגיה וההיסטוריה ממלאות תפקיד קטן יחסית בהתפתחות הגלובליזציה, האינטרנט והתקשורת מתוזכות-המחשב. את התפקיד העיקרי בהתפתחות הצורות החדשות האלה ממלאת הפוליטיקה".



סטרומרגאלי (Stromer-Galley, 2000) כבר גילתה, לדוגמה, שמנהלי מסעות בחירות לא רצו באמת ובתמים באינטראקציה, שהיא מסוכנת, בעייתית ומציקה. הם השתמשו באינטרנט בעיקר כצינור למה שאפשר לכוונתו "פרסומות המכילות מידע" (infomercials). כמוכן, הדברים אינם נוגעים רק לפוליטיקה. קרוגן (Crogan, 2008) ציינה ש"האינטרנט מקדם דרכים לראייתו של העולם כ[אוסף של] "מטרות" (targets), שכן הוא מייצג דיוק ויעילות משופרים מאלה של אמצעי התקשורת הישנים. המדיה החדשים מענים אפוא את קישורו של "מודל ההעברה" עם אמצעי התקשורת הישנים.

### טכנולוגיות חופש?

כותרת ההלק הזה (*Technologies of Freedom*) היא שמו של חיבור פורץ-דרך מאת איתאל דה סולה פול (Pool, 1983) שהלל את אמצעי התקשורת האלקטרוניים על המפלס שהגיעו ממה שלדעתו היה כפייה בלתי-לגיטימית של צנוזה ורגולציה על שידורי הרדיו והטלוויזיה. עיקר הסיוען שלו היה שהסוכה ההגיונית היחידה (גם אם שגויה במחלוקת) לשליטה ממלכתית באמצעי התקשורת היא מסור כתרדים והצורך להקצות הזמניות לגישות בתנאים של מונופול-למחצה. לסענתו, העיץ ההרש המפציע יכול להעניק לכל אמצעי התקשורת הציבוריים את החופש שממנו נהנים אמצעי התקשורת המורפסים והתשתיות הציבוריות (סלפון, דואר, כבלים). הפצה דרך כבלים, קו סלפון, גלי רדיו חדשים ולוויין הפריכה כמהירות את הסענה שהמחסור הוא המקור לרגולציה. יתרה מזו, בעקבות הגידול ב"התלכדות של צורות תקשורת", הפעלתה של רגולציה על מידום מסוג אחד ולא על אחרים נעשית פחות ופחות אפשרית והגיונית.

נשען שהחופש הוא מאפיין של המדיה החדשים (בעיקר האינטרנט). אלא שחופש זה אינו זהה בדיוק לחופש בטיעונו של פול לגבי כלל התקשורת. החופש שביקש פול היה ביסודו זה של השוק ושל "החופש השלילי" (היעדר התערבות ממשלתית) כרוח התיקון הראשון לחוקת ארצות הברית, והחלתו על אמצעי התקשורת כולם. תזמית החופש המקשרת לאינטרנט נוגעת יותר לקיבולתו הצומח והיעדר מנה, ארגון ניהול שאפיינו את שנותיו הראשונות, כאשר היה מגוש משוקים נגיש וברונו, ואת השימוש בו כסכרו בעיקר מוסדות אקדמיים או גופים ציבוריים אחרים. קסטלס (2001: 200) (Castells) כותב: "סוג התקשורת הפורה באינטרנט הוא זה הקשור לחופש הביטוי בכל צורותיו... מדובר באינטראקציה של קוד פתוח, פרסום חופשי, שידור מבוזר, ואינטראקציות לא-מתוכננות... המוצאים כסוי באינטרנט". השקפה זו עולה בקנה אחד עם שאיפותיהם של מייסדיו, המערכת הייתה פתוחה לכל אדם שביקש להשתמש בה, אם כי המניעים המקוריים ליצירתה היו אסטרטגיים וצבאיים, ואילו המניעים לקידומה ולהתרחבותה לאחר מכן היו בעיקרם כלכליים ושיקפו את האינטרסים של מפעלי הטלוקומוניקציה למיניהם.

ותשומות "מהשטח" ומחוקק קהילות פוליטיות מקומיות. השלישי מוצא תועלת ב"דמוקרטיה דיונית" (deliberative democracy) המתאפשרת בזכות טכנולוגיות משופרות לאינטראקציה ולחילופי רעיונות בספירה הציבורית (Coleman, 2001).

בנטיבניה (Bentivegna, 2002) סיכמה את התרומה האפשרית של האינטרנט לפוליטיקה במונחי שש תבונות עיקריות, המוצגות במסגרת 6.5. היא גם תיארה את המגבלות המכשוליים העיקריים שמנעו עד כה את תרומתו לשוניים באופייה של הדמוקרטיה. על פי השקפתה, "נראה שהפער בין התחום הפוליטי לבין האזרחים לא הצטמצם, והשתתפות בחיים הפוליטיים נשארה... יציבה" (2002: 56). בין הסיבות שהיא מציגה: "גודש המידע" המגביל את השימוש האפקטיבי שאפשר לעשות במידע זה; העובדה שהאינטרנט יוצר חלופות פורטיות של "סגנון חיים" במקום חיים ציבוריים ופוליטיים בצורת הקהילות הווירטואליות שהוצגו לעיל; מקהלת הקולות הצורמים המסכלת כל דיון רציני; הקושי להשתמש באינטרנט, שהוא מכשול בפני רבים. נוסף על כך, עובדה המוכרת כבר מאוד היא שהמדיה החדשים משמשים בעיקר את המיעוט הקטן שכבר מעוניין ומעורב בפוליטיקה (Davis, 1999; Norris, 2000). האפשרויות שמציעים המדיה החדשים עשויות אפוא דווקא להרחיב עוד יותר את הפער שבין משתתפים פעילים לבין השאר.

### מסגרת 6.5

#### תרומה אפשרית של האינטרנט לפוליטיקה דמוקרטית

- כר פעולה להידודיות (אינטראקטיביות), נוסף על "רימה חד-סטריית
- נוכחות ברזומית של תקשורת אנכית ואופקית, המקדמת שוויון
- קץ עידן התיכון (disintermediation), כלומר צמצום המקיחה של העיתונות בתיווך
- מערכת היחסים שבין האזרח לפוליטיקאים
- עלוות נמוכות לתוענים ונמענים
- מגע מיידי משני הצדדים
- העדר גבולות ומגבלות על קשרים



המידע על אירועים ציבוריים לכל האזרחים ומחשיפה של פוליטיקאים וממשלות למבטו הבוחן של הציבור. עם זאת, ניכרו גם השפעות שליליות. זאת, בשל הדומיננטיות של כלי תקשורת המבטאים רק קולות מעטים, מרכזיותה של ה"דרימה האנכית" והמסחריות הנורית של שוק המדיה. כל אלו הוליכו להונחת תפקידיה המוקדמים של התקשורת. הארגון והצורות האופייניים לתקשורת הזמונים מגבילים גישה וזרתיצים מהשתתפות פעילה ומדיאלוג.

המדיה החדשים זכו לשבחם מכל עבר, על היותם מפלס אפשרי מן הפוליטיקה המרכזית, המונחת מלמעלה, של דמוקרטיות-המון. בפוליטיקה זו, מפלגות פוליטיות בעלות מבנה ארגוני מודרק קבועות מדיניות באופן חד-צדדי ומגיירות לעצמן תומכים בשיג ושיח מינימלי ובמעט מאוד השומה מן השטח. מדיה אלה מספקים כלים להפצה מבודלת ביותר של מידע פוליטי ושל רעיונות פוליטיים, גישה כמעט בלתי-מוגבלת להלכה לכל הקולות וכן משבו והידברות למכביר בין מנהיגים למונהגים. הם מכיחים פורומים חדשים לפיתוח קבוצות אינטרס וליבוש דעות, ואף מאפשרים את קיומו של דיאלוג בין פוליטיקאים לאזרחים פעילים, כלי התערבותו הבלתי-נמנעת של מנגנון מפלגתי. חשוב לא פחות הוא "תפקידם של המדיה החדשים כשידורו החזרתי של חופש הביטוי בתנאי שליטה דורנית באמצעי התקשורת", כפי שמציין קולמן (Coleman, 1999). בהחלט לא קל לממשלות לשלוט בגישה לאינטרנט ובשימוש שעושים בו מתנגדי המשטר, אבל הן יכולות לעשות זאת.

אפילו "הפוליטיקה הישנה" עשויה לכאורה לפעול טוב יותר (ובאופן מוקדסי יותר) בעזרת הצבעות אלקטרוניות המתבצעות בו-זמנית וכלי תעמולה חדשים. רעיונות הנוגעים לספירה הציבורית ולחברה האזרחית (ראו עמודים 206-209), חוקו את הדעה שהמדיה החדשים מותאמים באופן אידיאלי לתפוס את המרחב של החברה האזרחית בין התחום הפרטי לבין זה של פעילות המדינה. אידיאל הספירה הציבורית כפורום ציבורי פתוח לשיחה, לדיון ולהילופי רעיונות יכול להתממש באמצעות צורות תקשורת (במיוחד האינטרנט) המאפשרות לאזרחים להביע את דעותיהם ולתקשר זה עם זה ועם המנהיגים הפוליטיים כלי לצאת מבתיהם.

מגוון סיועונים תומכים בנכונות לקבל "פוליטיקה חדשה" המבוססת על מדיה חדשים, ומעורבות בהם גישות שונות. דלברג (Dahlberg, 2001) מתאר שלושה מתנות או מודלים בסיסיים. המודל הראשון הוא של ליברליזם-קייבנטי (cyber-libertarianism) המבקש גישה לפוליטיקה בהתבסס על מודל שוק הצרכים. סקרים, מאגלים-עם התבצעות מרחיק (למשל באמצעות האינטרנט) מתאימים להשקפה זו, כחלקיק לתהליכים ישנים יותר. המודל השני הוא השקפה "קומוניטית" - גישה שיתופית קומוניטית (communitarianism) - המצפה שהתוצעות משילות המדיה החדשים יגבעו מיידיה רבה יותר של השתתפות



תומכי רעיון הקהילה המקוונת מודעים בדרך כלל לכך שמונח זה הוא מספורד (Watson, 1997) ולא הדבר הממשי. לעומת זאת, "הדבר הממשי" עצמו הוא לעיתים קרובות חמקמק למדי ולפעמים הוא רק מיתוס. ג'ונס (Jones, 1997: 17) נשען על השקפתו של בנדיקט אנדרסון (Anderson, 1983)<sup>2</sup>, שלפיה "קהילות מתייחדות לא על פי מידת היותן בדויות או ממשיות, אלא על פי הסגנון שבו הן מדומיינות". ג'ונס כותב שיקהילות האינטרנט מדומיינות בשתי דרכים שאינן עולות בקנה אחד עם קהילות של בני אנוש. האחת היא התפיסה הנפוצה שהן חסרות משמעות, והאחרת היא העובדה שהחוויה של "ביחד" היא נטולת תכלית ואקראית. המונח "פסבדו-קהילה", הלקוח מכניגד (Beniger, 1987), משמש להסלת ספק באמינותה של הקהילה הווירטואלית.

עצם עובדת המיווך על ידי מכונה נוסה להפחית את המודעות לקיומו של מגע עם אנשים אחרים. אפילו חסיד הקהילה הווירטואלית, כמו ריינגולד (Reingold, 1994) מכירים בעובדה שחוויות מקוונות לעתים קרובות אינן אמיתיות או שאינן נחשפות. הן מאצות "פורסונות" המעצבות לא אחת במסרה להסוות היכסי זהות, כגון גיל או מגדר (Jones, 1997: 107). ההשתתפות המקוונת בדיונים ובאינטראקציות רבות היא אפוא אנונימית, ולפעמים מאפיינן זה הוא חלק מכוון המשיכה שלה. ביים (Baym, 2002) מציינת כי מידע לגבי משתתפים חסר לעתים, והוא לא רווקא שגוי (דיסאינפורמציה). גם נוכחותם של "משתתפים סמויים" (lurkers) שאינם מוכרים אינה תורמת ליצירתה של קהילה.

השקנה בדבר קיומה של קהילה, כמוכן המקובל של המילה, נפגעת כתוצאה מהיעדר נראות ומחסר אותנטיות אפשרי של קבוצות המתבצעות באמצעות את התקשורת מתוכנת-המחשב. לא פחות חשוב הוא היעדר המחויבות של "חברים" בקהילה. פוסטמן (Postman, 1993) מתח ביקורת על אימוץ מספרות הקהילה בשל היעדר הגורם החיוני של אחיזת כלפי חברי הקהילה ומחויבות הדדית. תקשורת מתוכנת-מחשב מציעה אמנם לעתים קרובות חדרמיות חדשות לחציית גבולות חברתיים ותרבותיים, אבל היא עלולה גם לחוק בעקיפין את הגבולות האלה. אנשים המבקשים להשתייך לקהילה במרחב הווירטואלי חייבים להתאים את עצמם לגדרמות ולכללים שלה, כדי שייכדו בהם ויקבלו אותם.

**השתתפות פוליטית, מדיה חדשים והתקרבות**

אמצעי תקשורת המונים המוקדמים - עיתונות מופסת ומשודרת - נחשבו בדרך כלל כמועילים (ואפילו כחיוניים) להתנהלות הפוליטיקה הדמוקרטית. התועלת נבעה מוריתת

2 הספר יצא לאור בעברית בהוצאת האינדיבידואל הפתוחה: בן אנדרסון, קהילות מדומיינות (הרצם: י"ד תאר"ו), תל-אביב, תש"ס.

הוא הפך בראש ובראשונה לאמצעי נוסף להפגה המונית, אם כי במקומות מסוימים נותר מרווח לנישיות מקומיות. חזונות אלה בדבר האפשרויות הגלומות בכבלים, התייחורו בעבודה ש"קיהילה" פיזית כבר הייתה קיימת, והיה בה פוטנציאל שלא מומש לתקשורת פנימית משופרת.

**קהילה וירטואלית**

ציפיות חדשות בנוגע לקהילתיות התפתחו סביב תקשורת מתוכנת-מחשב. העניין המרכזי בציפיות אלה הוא "הקהילה הווירטואלית" שיכולים להקים באמצעות האינטרנט אנשים במספר לא מוגבל, על פי בחירתם או בתגובה לגירוי כזה או אחר (Rheingold, 1994). לינדלוף ושצטר (Lindlof and Schatzler, 1998) מגדירים קהילה וירטואלית ככזו "שמייסדים אותה בכוונה תחילה אנשים שיש להם תחומי עניין דומים, והיא סובבת לעתים קרובות סביב סקסטים או דימויים שיוצאו מיריות שמחוץ למחשב, כגון אופרות סבון".



קהילה וירטואלית יכולה ליצור לעצמה מאפיינים מסוימים של קהילות אמיתיות, כולל אינטראקציה, מטרה משותפת, תחושת זהות והשתתפות, גורמות וכללים לא כתובים (למשל נְסִיקוּת), ואפילו אפשרויות להדרה או לחזיון. יש גם סקסטים, מנהגים וצורות ביטוי. לקהילות מקוונות מסוג זה יתרון נוסף: עקרונות הן פתוחות וגישות, שלא כמו קהילות אמיתיות שהכניסה אליהן קשה במקרים רבים. אמנם רעיון הקהילה המסורתי הוא נקודת מניחה מועילה לתיאוריה העוסקת בהשלכות המדיה החדשים, אבל צורתו ההתקשרות שמאפשרים המדיה החדשים יהיו ככל הנראה שונות. קרוב לוודאי שהן יהיו לא-ידראיות, נולדות וקוסמופוליטיות, ולא דווקא מקומיות (Slevin, 2000).



מחקרים אמפיריים רבים עסקו ב"קהילות" מקוונות, המבוססות בדרך כלל על עניין משותף של חבריון, למשל חוגי מעריצים של ירוצן, של להקה מסוימת או של קבוצת ספורט, או על מאפיין משותף לחברים, כגון נטייה מינית או מצב חברתי או בריאותי מסוים (ראו Jones, 1997; Lindlof and Schatzler, 1998). התנאים הטיפוסיים ליצירת קהילה וירטואלית הם מעמד של מיעוט, פיזור פיזי של החברים ועניין רב למדי בנושא המשותף. אין ספק שתקשורת מתוכנת-מחשב מספקת אפשרויות לתקשורת מלאה מוסיבציה ואינטראקציה שאינן קיימות באמצעי תקשורת המונים או בסביבה הפיזית המיידית. מחקר על קהילות מקוונות שהן מצדן קבוצות תמיכה בנושאי בריאות (Turner et al., 2001) מצלה שאין סתירה בין מגעים פנים-אל-פנים לבין מגעים מקוונים. נתפוך הוא, אותו אדם עצמו עשוי להיות פעיל בשני סוגי האינטראקציה.

1. הטיבו נפיקה (netiquette) מורכב מציוויי הפילים "נטי" ו"אתיקה", הבוונה בו לכללים ולגורמות שיש לישמש בהם השימוש בישת.

אמצעי תקשורת המונים המסורתיים נתפסו כאמביוולנטיים ביחסיהם עם הקהילה (המקומית) הטיפוסית. מצד אחד, שווה הפעולה הרחב שלהם והייבוא של ערכים ותרבות מחוץ לקהילה נתפסו כמעודערים את הקהילות המקומיות המושחתות על אינטראקציה אישית. מהצד האחר, אמצעי התקשורת שהתאמו לדוח המקומית יכלו לשרת את הקהילה ואף לחזק אותה בתנאים אידיאליים. כמו כן נמצא שאמצעי תקשורת המונים שהיקף הפעולה שלהם מצומצם (פרסומים המתמקדים בתחום מסוים, או רדיו מקומי) יכולים לעזור לשפר "קהילת-עניין", אם כי כאן מדובר כמובן על משמעות אחרת של המונח "קהילה". התערכה הכללית הייתה שכלל שווה ההפצה של אמצעי תקשורת רחב יותר, כן הוא יהיה מוגבר יותר לקהילה ולחיים החברתיים המקומיים. אבל אפילו סענה זו התערערה למול הוכחות להמשך קיומה של התנהגות בין-אישית בעלת אופי מקומי. דלוונצ'י לא פחות מכך היא העובדה שאמצעי תקשורת המונים מספקים לעתים קרובות נושאי שיחה לדין, ובזאת הם מקדמים חיי חברה במשפחות, במקומות עבודה ואפילו בין זרים.

על רקע דומה התנהל ויכוח מתמשך לגבי השלכותיו של כל זירוש בתחום התקשורת. בשנות השישים והשבעים של המאה העשרים זכתה כניסתה של הטלוויזיה בכבלים לשבחיהם לא רק כמפלט מן המגבלות והחזרונות של ערוצי שידור טלוויזיוני המיועדים להמונים, אלא גם כאמצעי חיובי ליצירת קהילה. מערכות כבלים מקומיות יכלו לקשר בין בתים שכנים ובנים למרכזי מקומי. התושבים המקומיים יכלו לבחור באילו תוכניות לצפות ומתי (Dankowski, 2002). תמורת תשלום פעוט היה אפשר להסיר שידורי מידע ועזרה נוספים רבים, ובהוצאה כספית מוגבלת התאפשרה נגישות למגוון רחב של קבוצות ואפילו של קהילות אישיים. רוחב הפס המוגבל של ערוצי השידור הפסיק להיות אבן הנגף המעשית העיקרית, ובטלוויזיה בכבלים הייתה סמונה התבטחה להתקרב, לפחות תיאורטית, למידת הגודש של אמצעי תקשורת מודרניים.

הרעיונות של "הקהילה המורשתת" (באמצעות כבלים, wired community) ו"חעיך המרושתת" (wired city) נעשו פופולריים (ראו Dutton et al., 1986), ובמדינות רבות התבצע ניסויים לבחינת הפוטנציאל של טלוויזיה בכבלים. זה היה "המדיום החדש" הראשון שהתייחסו אליו ברצינות כחלופה לאמצעי תקשורת המונים המסורתיים. בסופו של דבר, מרבית הניסויים הופסקו בלי שהצליחו להגשים את הציפיות שנתלו בהם, והאכזבה התגלמה בביטוי "אגדת הכבל" (the cable fable) – אגדת הדיקטורות הקהילתית באמצעות טלוויזיה בכבלים. התקוות האוטופיות ביותר התבססו על יסודות מוטעים, בעיקר על ההנחה שאנשים מעוניינים בגירסאות קהילתיות ממוזערות של אמצעי תקשורת מקצועיים המפיצים מידע בתפוצה רחבה. לא היה אפשר להתגבר על בעיות שונות של מימון וארגון. לא זו בלבד שהשידור בכבלים לא הפך לחלופה לתקשורת המונים,

רישום

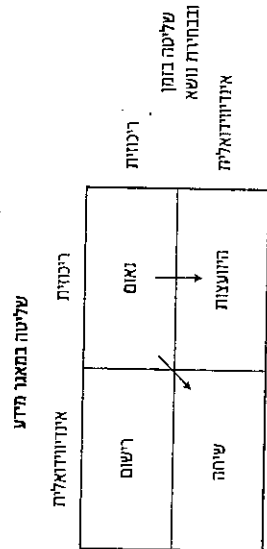
דפוס ורימת המידע המכונה "רישום" (registration) הוא למעשה היפוכו של דפוס ההיווצרות, בכך שמרכז "מבקש" מידע ומקבל אותו ממשתתף בפריפריה. דפוס זה בא לידי ביטוי כאשר נתונים על פרטים רשומים במאגז מרכזי במערכת, ובעצם ככל מערכות המעקב והפיקות. הוא קשור, לדוגמה, במיעור אוטומטי של שיחות טלפון במרכזיה, ברישומי הפעלת מערכות אציקה אלקטרוניות, ברישום אוטומטי של שימוש במכשיר טלוויזיה במתקני קהל מסוג "פיפול-מיטר" (people meter) או ברישום למסרות חיוב הצרכנים. הוא גם מתייחס לאיסוף ופילוח של פרטיהם האישיים של הקוחות במסחר אלקטרוני, למסרות פרסום כללי ופרסום ממוקד כאחד. צבירת מידע במרכז נעשית לא אחת בלא התייחסות לאדם או בלא ידיעתו. במבט היסטורי אין זה דפוס חדש, אבל אפשרויות הרישום התבנו מאוד בשל מחשוב והרחבה של קשרי סלקומוניקציה. בדפוס זה, שליטתו של המרכז על קביעת התוכן של תצורות התקשורת ועל עצם התרחשותה רבה מזו של האדם שבפריפריה.

טיפולוגיה משולבת

ארבעת הדפוסים האלה משלימים זה את זה ומשקפים זה לזה (או אפילו חופפים חלקית). מציעי המודל הראו אך אפשר לקשור ביניהם במובנים של שניים מהמשתנים העיקריים: שליטה של המרכז במידע מול שליטה של האדם היחיד במידע; שליטה של המרכז בזמן ובחירת הנשוא מול שליטה של הפרט עליהם (ראו טרשים 6.2). דפוס הנאום מייצג כאן את "אמצעי התקשורת הישנים" הטיפוסים ותואם בעיקרו למודל ההעברה - בעיקר מרובר בערוצי שידור, שבהם מוצג בפני קהל המונים היצע מוגבל של תוכן. דפוס ההיווצרות הצליח לצמוח לא רק הודות לשלפון ולעוד טכנולוגיות חדשות של תקשורת על פני מרחק, אלא בשל תפוצתו של ציוד הקלטת וידאו ואודיו והגידול העצום במספר הערוצים כתוצאה מכניסת שידורי הטלוויזיה והכבלים והלוויין. גם המדיה החדשים הגדילו במידה משתנה את הפוטנציאל לתקשורת בדפוס של "שיחה" או לתקשורת אינטראקטיבית בין אנשים רחוקים מאוד אלה מאלה. כפי שצוין לעיל, דפוס ה"רישום" הופך להיות צפוי יותר וברי-ביצוע יותר, אך על פי שאיננו תחליף לסוגים אחרים של תצורות תקשורת. אפשר לראות בו הרחבה של יכולות המעקב בעידן האלקטרוני.

הקצים בתרשים 6.2 משקפים את החלוקה המורשת של תצורת המידע, המתבסאת במעבר מדפוסים נאום לדפוסים של שיחה ושל היווצרות. ככלל, משתמע מן המעבר הזה שינוי נרחב בשינוי-המשקל התקשורתי, בעקבות מעבר היכולות לקשר מן המוצע לנפשו. עם זאת, יכול להיות לכך משקל-נגד בשל צמיחת דפוס הרישום והתפתחות

נוספת בתפוצה ובכוח המשיכה של אמצעי תקשורת המונים. נפחם של דפוסים הנאום לא פחת בהכרח, אבל הם לבשו צורות חדשות, הפונות לחיפוק מצומצם של קולי-מדיה שפולחו על סמך עניין או צורך במידע (narrowcasting), להבדיל מ"broadcasting". (עוד עניין אחרון: מטרשים זה אפשר להסיק שדפוסים ורימת המידע אינם מובחנים במידה כה חרה אלה מאלה כפי שנדמה, אלא נהפוך הוא, הם נתונים לחפיפה ולהתלכדות, בשל סיבות טכנולוגיות וחברתיות. את האפשרות לממש כמשקל בית כל אחד מארבעת הדפוסים שתוארו כאן יכולה לספק טכנולוגיה זוהי (לדוגמה, תשתית הטלקומוניקציה).



טרשים 6.2 טיפולוגיה של תצורות מידע. מבחינים בין מערכות יחסים תקשורתיות בהתאם ליכולת השליטה באספקה ובחירה של תוכן; הזמנה היא מַעְבָּר מחצב נאום למצב היווצרות או שיחה (1986, van Kaam and Bordewijk).

הדרך הזאת להצגת השינויים מזמינה אותנו לשקול שוב את הדילומיות של גוף תאודיות המדיה הנוכחיות העוסקות ב"השפעות" של התקשורת. ככל הנראה, חלק גדול מהיאוריות אלה חל על מצב הנאום, שבו אמור עדיין מודל ההעברה להיות תקף. עבור מצבים אחרים נדרש מודל הידורי (אינטראקטיבי), טקטי או כזה שקובע המשתמש. אך על פי כן, אין בידינו כיום תיאוריה או מחקר שיסייעו בחקירת שינויים אפשריים כאופני המפגש וההתנסות עם המדיה החדשים.

יצירת קהילה מתנוכת-מחשב

רעיון ה"קהילה" (community) תפס זה כבד מקום חשוב בתיאוריה החברתית, בעיקר ככלי להערכת השפעתו של שינוי חברתי וכמשקל-נגד לרעיון המון המון (mass). בעבר התייחס המונח "קהילה" לקבוצת אנשים שמושותפים להם מקום (או מרחב מתוחם אחר), זוהת וכן נודמות, ערכים ופרקטיקות תרבותיות, ולרוב - לקבוצה קטנה ד' הצורך לשם היכרות אישית או אינטראקציה בין חבריה. בקרב חברי קהילה מסוג זה נראים בדרך כלל מאפיינים של כידול מעמדי, המעדיים על צורת הארגון וההיררכיה הלא-רשמית.



**נאום**

בנאום (allouction) מקור המונח הלועזי במילה לטינית המתארת פנייה של נגרל רומאי אל חילוליו המכונים יחידיו) מופץ מידע בכת-אחת מהמרכזים לנמענים רבים בפריפריה, שיכולתם ללחץ משוב מוגבלת. דפוס זה על כמה מצבי תקשורת מוכרים, החל מהרצאה, עבור בסקס דתי או בקונצרט (בכל אלה המאזינים או הצופים נוכחים פיזית באולם) וכלה במצב של שידור, שבו מסדי דתיו או סלוויוזיה נקלטים בריזמנט אצל מספר רב של אנשים פוזרים במקומות שונים. מאפיין נוסף הוא שאח זמן התקשורת ומקומה קובע המוצג או "המרכז". המושג אמנם שימושי בהשוואת מודלים תלפיים, אבל יש פער עצום בין פנייה אישית למאזינים רבים לבין תקשורת המונים שבה הפנייה אינה אישית, ולמעשה אי-אפשר לגשר על הפער בעזרת מושג אחד. המקרה של "קהל המכונס יחידים" שונה מאוד מזה של קהל פזור במקומות שונים.

**שיחה וחילופי זכרים**

כשיחה (conversation), יחידים (ברשת תקשורת פוסטצניאלית) מגדלים אינטראקציה ישירה אלה עם אלה תוך עקפת מרכז או מתווך, ובחורים בצמצם את שותפתים וכן את הזמן, את המקום ואת נושא התקשורת. דפוס זה חל על קשת רחבה של מצבים שבהם מהאפשרת אינטראקציה, כולל תכתובת אישית בדואר הגיל או אלקטרוני. אבל השיחה המתוכנת באופן אלקטרוני נוקטת בדרך כלל למרכז או למתווך (כגון ספק של שירותי סלפונה או אינטרנט), גם אם אין לו תפקיד פעיל או יוזם באירוע התקשורת.

את דפוס השיחה מאפיינת העובדה שהצדדים שווים בחילופי הדברים, עקרונת יכולים להשתתף בשיחה יותר משניים (לדוגמה, בפגישה מצומצמת, בשיחת ועידה סלפונת או בקבוצת דיון מתוכנת-מחשב), מכל מקום, נבוקדה מסוימת השתתפות בהיקף גדול יותר מביילה למיווג עם מצב הנאום.

**היוועצות**

היוועצות (consultation) מהיחסת לטווח מצבי תקשורת שונים שבהם הפרס והנמצא בפריפריה) מתפש מידע במאגר מידע מרכזי - בסיס נתונים, ספרייה, מקורות יעץ, דיסק מחשב ועוד. הנפח והמגוון של אפשרויות מסוג זה גדל הולך. עקרונת, דפוס זה יכול לחול גם על השימוש בעיתון המודפס המסדתי (שמבחינות אחרות הוא נושא לאמצעי תקשורת המונים מסוג נאום), שכן את זמן היוועצות ומקומה וכן את תגושא שלה קובע הנמצע בפריפריה ולא המרכז.

מוריס ואוגן (Morris and Ogan, 1996) ניסו לשלב מוקדם להמשיג את האינטרנט כאמצעי תקשורת המונים ושיפלו בו מנקודת ההשקפה של הקהל. לשם כך הם הציגו על סדר היום כמה מושגים: שימושים וסיפוקים, מידה וסוג של מעורבות ומידת נוכחות חברתית בסדר היום. ואולם הם לא הצליחו להגיע למסקנה מוצקה לגבי מאפייני העיקריים של האינטרנט כמדיום. לינדלוף ושאצר (Lindlof and Schatzer, 1998) הציגו לבחון את האינטרנט מנקודת מבט השאובה מאנתרופיה של קהלים ומתייחסת למגוון הצורות הכוללות קבוצות לענייני חדשות (news groups), רשימות דיוור, מרחבי סימולציה, אתרי אינטרנט ועוד. על פי השקפתם, תקשורת מחוננת-מחשב שונה משימושי מדיה אחרים: היא מאופיינת ביחסים בני-הקלף, מולטי-מוראלית (משלבת שימושים שונים כגון מידע חזותי או מושמעי), נתונה לכללי התנהגות מעטים בכל הנוגע לשימוש ומאפשרת רמה גבוהה של "מניפולציה" תוכן מצד משתמשי-הקצה". הם מציינים שהמצב שבו מיקומו של המקור אינו רלוונטי "מציע אפשרויות חדשות לחיים אודחיים וכן לימוד משותף ומצע בין-תרבותי שאין עליהם מגבלות גיאוגרפיות, אבל מצב זה גם פותח מרחבים לתוכן מיני בוטה, דברי שיטנה, תחרור שמועות ופרסומות לאלכוהול הפוגות לילדים".

אפשר אמנם לאפיין את המדיה החדשים בהתאם לפוסטצניאל שלהם, אבל הדבר אינו זהה לאישוש אמפירי (ראו דיון בקהילה, עמודים 167-169). דוגמה מובהקת לכך היא הפוסטצניאל לתברוחיות ולאינטראקטיביות. המחשב כמכונה אכן מחבר אנשים לאחרים, אבל נבוקדה השימוש פועל המשתמש לכדו, בודד ומגיב אישית ובמקרים רבים אף שומר על אינטימיות (ראו Turner et al., 2001; Baym, 2002). מערכות ויחסיים שמכוננים או מתווכים המדיה החדשים הן לעתים קרובות בנות חלוף, רדודות ונסולות מחויבות. לא רצוי לראות בהן תרופה נגד אינדיבידואליזם, תלישות וברידות, המקושרים עם החיים המודרניים; מושב לראות בהן דווקא התפתחות צפויה לקראת צורות של אינטראקציה חברתית שאפשר לממש אותן לפי הזמנה.

**דפוסיים חדשים של תעבורת מידע**

דרך שימושית נוספת לבחינת השלכותיהם של השינויים שאנו רנים בהם היא חשיבה במונחי סוגים תלפיים של תעבורת מידע ושינוי-המשקל ביניהם. שני מומחי סלקטומניפיקציה הולנדים, יאן בורדוויק וכן קאם (1986, Bordewijk and van Kaam), פיתחו מודל העוזר להבדיל ולהקיר את השינויים בעודם מתרחשים. הם מארדים ארבעה דפוסיים בסיסיים של זרימת מידע ומראים את הקשרים ביניהם. הדפוסיים מבונים "נאום", "שיחה", "היוועצות" ו"ירישים".





מסגרת 6.4

**מאפיינים עיקריים המבדילים בין אמצעי התקשורת הישנים למדיה החדשים, מנקודת המבט של המשתמש**

- אינטראקטיביות: באה לידי ביטוי בפדגוגיה שבין תנועה או יוזמה מצד המשתמש/ל לבין ה"הצעה" מצד המקור/מתן
- נוכחות חברתית או חברתיות: כפי שחווה אותה המשתמש/ת, כלומר תחושת המגע האישי עם אחרים שאפשר להפיק משימוש במדיום (Short et al., 1976; Rice).
- עושר במדיה: המידה שבה אמצעי התקשורת יכולים לגשר בין מסגרות התייחסות שונות, להפחית עמימות, לספק רמזים רבים יותר, לערב חושים רבים יותר ולהיות אישיים יותר
- אוטונומיה: המידה שבה המשתמש/ת חשים שהם שולטים בתוכן ובשימוש, באופן שאינו תלוי במקור
- שעשועו: שימושים לצורך בידור והנאה, זאת - בניגוד לחליתיות ותועלתיות
- פרטיות: מקושרת לשימוש במדיום ו/או לתוכן האופייני או הנבחר שלו
- התאמה אישית: המידה שבה התוכן והשימושים מותאמים באופן אישי וייחודי.

**מהו אינטראקטיביות וכיצד מודדים אותה**

האינטראקטיביות אמנם מוכרת חדרות כמאפיין המגדיר את המדיה החדשים, אבל יכולים להיות לה מובנים שונים, וכבר כיום יש ספרות נרחבת בנושא (Kiousis, 2002). קיוסיס יצר "הגדרה אופרטיבית" של אינטראקטיביות המתייחסת לארבעה מדדים: קרבה (סמיכות חברתית לאחרים); הפעלת חושים; מהירות נחפסת; נוכחות מרחוק (telepresence). בהגדרה זו, חויית האינטראקטיביות תלויה בתפיסתם של המשתמש או המשתמשת יותר מאשר בכל תכונה אובייקטיבית, הכלולה במדיום עצמו. ראונס ומקמילן (Downes and McMillan, 2000) מציינים תמישה מדדים של אינטראקטיביות:

- כיוון התקשורת
- גמישות בזמן ובתפקידים בחלופי דברים
- תחושת מקום בסביבת התקשורת
- רמת שליטה (על סביבת התקשורת)
- תפיסת מסרה (המכוונת לחילופי דברים או לשכנוע) אצל המשתתפים.

מובן אפוא שהתנאים לאינטראקטיביות תלויים לא בסכנולוגיה בלבד, כי אם בהרבה יותר מכך.

- תקשורת אינטראקטיבית למשתתפים. מדובר בעיקר במשתתפים מבוססי-מחשב ומשתתפי וידאו, וכן במכשירים המחוללים מצאות מדומה. החדוש העיקרי בהם הוא האינטראקטיביות ואולי עליונותם של סיפוקים הקשורים ב"חלוקי", "חסית לאלה הקשורים ב"שימוש".
- תקשורת שנועה לחיפוש מידע. זוהי קטגוריה רחבה, אבל האינטרנט (רשת WWW) הוא הדוגמה החשובה ביותר, שכן תופסים אותו כספרייה ומקור נתונים בהיקף מסר-חקרים, ובעדכניות ונגישות שלא נראו כמותן. מגווע החיפוש תפס מקום מוביל ככלי למשתמשים וכמקור הכנסה באינטרנט. פרס לאינטרנט, גובר השימוש בסלפון (הנייד) כערוץ לאחזור מידע, ולצדו שירותי סלקסס משודרים וכן שידורים רדיופונים המעבירים נתונים.
- תקשורת שיתופית קולקטיבית. הקטגוריה כוללת בעיקר את השימושים באינטרנט לשיתוף ולחלופין של מידע, של רעיונות ושל התנסויות ולפיתוח מערכות יחסים אישיות פעילות (מתווכות-מחשב). אתרי דשנות חברתיות שייכים לקטגוריה זו. מוח השימושים נע בין כלי עזר בלבד לבין השפעה רגשית עמוקה (Baym, 2002).
- תחליף לערוצי שידור. בעיקר שימוש באמצעים לקליטה או להורדה של תוכן שבכבר היה בדרך כלל משודר או מופץ בשיטות רומות אחרות. הפעילויות העיקריות הן צפייה בסרטים ובתוכניות טלוויזיה, האזנה לדריו ומוזיקה וכיוצא באלה.



המגוון שעליו רומזת סיפולוגיה זו מקשה להציג סיכום מועיל של מאפיינים ייחודיים למדיה החדשים או כאלה שאפשר להחילם על כל חמש הקטגוריות. פדרונטי (Fortunati, 2004) הדגישה את הנמיות המקבילות או "מדיטהיזיה" או "מקושרותיזיה" של האינטרנט ו"כלפי האינטרנט" או "אינטרנטיזיה" של אמצעי תקשורת המונים, כדרך להבין את תהליך ההתלכדות ההדדית (ראו גם Lüders, 2008). התפיסה הסובייקטיבית של מאפייני המדיה החדשים מראה תבליים ניכרים בין אנשים. לדוגמה, במחקר אחד על השוני בין מדיה חדשים לתקשורת פנים-אל-פנים כפי שהופסים אותו המשתמשים, כחגו פסח ו"לקנברג (Peter and Valkenburg, 2006) הברלים בממדי "כולת השליטה, ההדדיות, הרחוב והעומק. הם לא מצאו תמימות רעים בודדה בקרב הנשאלים על המית האינטרנט. מוצעת כאן שורה של קריטריונים אחרים, הרלוונטיים להשוואה עם תקשורת המונים: במסגרת 6.4 נמנים ממדים או משתנים מסוימים הנחשבים כיעילים לצורך ההבנה בין אמצעי התקשורת הישנים למדיה החדשים, כפי שהם נראים מנקודת המבט של "משתמש" יחיד.

פחות ממקור, ממסר, מנמען וממשוב". הם הוסיפו, בהתייחסם לעבודתה של אסכולת טורונטו (ראו פרק 4, עמ' 114-116), כי "לא צריך לדגול בטרמינולוגיה סבולוגית כדי להסכים שהמדיום עשוי להיות משתנה יסוד בתהליך התקשורת". עם זאת, עדיין קשה מאוד להגדיר במדויק את המאפיינים "המהותיים" של כל מדיום נתון, והקרקע להעמיד עליה את ההבחנה בין מדיה "חדשים" ל"אמצעי תקשורת ישנים" אינה מוצקה דיה.

הלכה למעשה, קשה להבחין בין הכלי או המדיום לבין התוכן האופייני שהוא מעביר או השימוש האופייני בו או לקשר השימוש (לדוגמה, בית, עבודה או מקום ציבורי), והרי הבטיה העיקרית, והיא עצמה הפרדזה למחקרים קודמים שעסקו בתועלות וביכולות החסיית של אמצעי תקשורת "מסורתיים" שונים לשמש כערוצי תקשורת. אבל אין פירוש הדבר שאין הברלים השונים בין הישן לחדש או שלא מתגלה ביניהם פער. בעניין זה אפשר כיום לכל היותר להעלות הצעות שיהיו מתקבלות על הדעת.

קוורטרופ (Quortrup, 2006) הגיע למסקנה ש"תיאוריית המדיום" אינה יכולה להתמודד עם המדיה הדיגיטליים החדשים, שכן יש להם מספר לא-מוגבל של מאפיינים, ואין כל מאפיין מסוים וקבוע. זהו בעיניו המאפיין המהותי ביותר של "המדיה החדשים". הם מתאפיינים במורכבות ותפקידם הבסיסי הוא להתמודד עם מורכבות חברתית. מכיוון שכן, אנו יכולים להבין את המדיה החדשים בצורה הסוכה ביותר במונחי "תיאוריית מורכבות", שאפשר למקם אותן בין תיאוריות של סדר (תיאוריית המערכת) לתיאוריית הכאוס.

רייס (Rice, 1999) טען שאין תועלת רבה בניסיון לאפיין כל מדיום על פי תכונותיו הספציפיות. מוטב לחקור את תכונותיה של התקשורת ככלל ולהעריך את היבציועים" של המדיה החדשים במונחים אלה. יגודים והשוואות בין אמצעי תקשורת שונים נוטים להציב כ"אידיאל" מאפיינים מסוימים של מדיום (למשל מעלותיהם של תקשורת פינים-אלי-פינס או של הספר המסורתי), תוך התעלמות מפרדוקסים של השלכות חיוביות ושליליות ביומנית. הגיוון בקטגוריה "מדיה חדשים" וטבעם המשתנה הדיד הציבו מגבלה ברוחה מאלה ליצירת תיאוריה לגבי "ההשלכות" שלהם. הצורות הסבולוגיות מטרבות אבל לא אחת הן זמניות. מכל מקום, אפשר להוות חמש קטגוריות עיקריות של "מדיה חדשים" שיש ביניהן קווי דמיון כערוצי תקשורת והן נבדלות למדיי אלה מאלה בסוגי השימוש, כותכן ובהקשר:

- תקשורת בידיאישית. בקטגוריה זו נכללים הטלפון (יותר ויותר סלפון נייד) ודואר אלקטרוני (בעיקר לצורכי עבודה, אבל השימוש האישי בו גובר). ככלל, התוכן פרסי ובי-חלוף ומערכת היחסים הנוצרת ומתוחזקת חשובה לפצמים יותר מאשר המידע המועבר.

באשר לפונקציאל השינוי חברתי, נדרשת הערכה מחודשת של יכולתו של מדיום חדש להיות סוכן של שינוי כלכלי או חברתי מתוכנן. במסב ראשון, יש הכול גדול כין אמצעי תקשורת המונים שאפשר לגייסם ולהפעילם בשיטתית על יעדי פיתוח מתוכננים בדרך של יידוע ושכנוע של ההמונים (למשל בקמפינים בנושאי בריאות, אכלוס, חידושים טכניים), לבין השימושים הכללתי-מוגבלים והלא-מכוונים, האופייניים לסבולוגיות החדשות. לאבדן ההכוונה והשליטה של המוען בתוכן יש אפוא תשיבות מכרעת.

עם זאת, יכול להיות שאמצעי התקשורת שהם יותר שיתופיים באופיים, מותאמים באותה מידה, או אפילו טוב יותר, לחולל שינוי, מאחר שהם יותר מעוררי מעורבות, יותר גמישים ויותר עשירים במידע. אפיון כזה יהלום את המודלים המתקדמים יחסית של תהליכי שינוי, בין המדיה החדשים יש כאלה התלויים פחות בתשתית. אבל מקור הבעיה אינו סבכה של הסבולוגיה, אלא המשך קיומם של המסומים החומריים לנגישות. יתכן שתהליך ה"פיתוח" עדיין חייב להקדים את התפוסותם של מדיה חדשים, ממש כשם שאמצעי התקשורת הישנים היו חייבים קהלי-מדיה כדי שתהיה להם השפעה.

על התגברותם של המדיה החדשים על מחסומי מרחב וזמן נכתב הדבה. למעשה, "אמצעי התקשורת הישנים" גישרו היטב על פני מרחבים, אך גישרו פחות טוב על פני פערים תרבותיים. הם היו מהירים בהרבה ממסעות ממש ומאמצעי התעבורה שהקדימו אותם - אבל הקיבלת שלהם הייתה מוגבלת ועל מנת להתגבר על המרחק, נדרשו לסבולוגיות השיוור בסיס ניח וקבוע לצד הוצאות גדולות. הן השיוור והן הקליטה היו מוגבלים במידה רבה למיקום פיזי (מסות), משרדים, בתים וכיו"א, הסבולוגיה החדשה פסורה ממגבלות רבות. עם זאת, בשל סיבות חברתיות ותרבותיות, גם היום יש מיקום קבוע לחלק גדול מפעילות התקשורת. האינטרנט, שלכאורה אין לו גבולות, עדיין מובנה במידה רבה על פי טריטוריות, בעיקר על פי גבולות לאומיים ולשוניים (Halavais, 2000), אם כי יש גם גורמים חדשים בניגונרפיה שלו (Castells, 2001). התקשורת מרובות בארצות הברית ובאיירופה התעברה בה, למרות היותה הוצת-גבולות, נעשת לרוב באנגלית. עדיין לא ברור עד כמה נוצח מחסום הזמן, פרט למהירות השיוור הנדולה יותר, להתמקת מלוחות זמנים קבועים ולכילות לשלוח הודעה לכל אדם בכל מקום ובכל זמן (אבל בלא ערובה לקבלתה או למענה עליה). עדיין אין לנו גישה טובה יותר לעבר או לעתיד, ואף לא זמן רב יותר לתקשורת. יתרה מזו, הזמן שאנו חוסכים בזכות הגמישות החדשה מתבזבז יש על ביקושים חדשים לתקשורת.

### החלת תיאוריות המדיום על המדיה החדשים

כפי שצינו רייס ואחרים (Rice et al., 1983: 18) "ככל הנראה התעלמו בעבר מן הרעיון שערוץ התקשורת עשוי להיות משתנה חשוב בתהליך התקשורת לא

בכל הנוגע למערכות היחסים שבין תפקידים שונים אפשר להניח שיש התרופפות כללית ועצמאות רבה יותר, המשפיעות בעיקר על מחברים ועל קהלי-מדיה. רייס (Rice, 1999: 29) ציינו: "הגבולות בין מוציא לאור, מפיץ, מפיץ צרכן ומקרק-תוכן מיטשטשים". הדבר מעמיד בספק את המשך ההתאמה של רעיון המוסד (institution) במובן של ארגון חברתי מאוחד במידה זו או אחרת, אשר יש לו כמה פרקטיקות ליבה וגורמות משותפות. בסופו של דבר נקטה מן הסתם את הפעטן של מערכות מוסדיות מובחנות ומתמחות יותר של פעילות מדיה. אלה יתבססו על טכנולוגיות או על תוכן ועל שימושים מסוימים (כאלה הקשורים לעיתונאות (journalism) חדשותית, לקולנוע בידורי, לעסקים, לספורט, לפורנוגרפיה, לתיירות, לחינוך, למחנסיות מסוימות וכיו"א, ולא תהיה להן זהות מוסדית משותפת. במובן הזה, אמצעי תקשורת המונים עתידים לגבול ולהיעלם. מסגרת 6.3 מונה את ההשפעות המשוערות העיקריות של המדיה החדשים.



**מסגרת 6.3**  
**שינויים עיקריים הקשורים לעולמית המדיה החדשים**

- דיגיטיזציה והתלכדות של כל היבטי התקשורת
- יותר אוטומאטיזציות וקישוריות ברשת
- השליחה והקליטה של מסרים נייחת ואינה מתקבעת למקום אחד
- שינוי בתפקידים של מוציאים לאור ועל הקהל
- הופעת צורות חדשות מגוונות של "שערים" לתקשורת
- קיצוץ ושימוש של "מוסד התקשורת"

**תמות עיקריות של תיאוריות המדיה החדשים**

בפרק 4 נבחנו תקשורת ההמונים לאורך של ארבע סוגיות כלליות מאוד, שנגעו בכוח ראישוני; באינטגרציה חברתית היותו חברתית; בשינוי חברתי התפתחות חברתית; ובמרחב זמן. עד לנקודה מסוימת אפשר לרונ במדיה החדשים על פי אותן תמות. אבל עד מהרה מתברר שבנושאים מסוימים, המונים של התיאוריה המקדמת אינם מתאימים היטב למצבם של המדיה החדשים. לגבי כוח, לדוגמה, קשה לאתר את מיקום המדיה החדשים ככל שמדובר בשאלות של צבירת כוח ושימוש בו. במדיה החדשים לא תמיד יש זיהוי ברור של הבעלים כמו באמצעי התקשורת הישנים, וגם אין מונטפול על הגישה אליהם באופן המאפשר לפקח בקלות על התוכן ועל זיהומ המידע. התקשורת אינה זורמת בדפוס אנכי או ריכוזי בעיקרו, מ"פסגת" החרבה או מ"המרכז", ממילות וחקיקה אינם מסירים את האינטרנט או מפקחים עליו בצורה היררכית כפי שהם נוהגים לגבי

אמצעי התקשורת ה"חדשים" (Collins, 2008). יש סיבות להניח שככל שהאינטרנט יעלה יותר, כן יפול לידיהם של האג'נדי תקשורת גדולים, דבר שיפוזח את מידת החופש בו (Dahlberg, 2004). יש גם טעם לדאוג את המדיה החדשים כתורמים לכוח השליטה של סמכות מדעית. בעיקר באמצעות מעקב אחרי פעילות של משתמשים. הגישות כיום שוויונית יותר לפרט, כמוען, כנמען, כצופה או כמשתתף, אם בחילופי דברים כאלה או אחרים או ברשת מסוימת. כבר בלתי-אפשרי לאפיין את ה"כיוון" הוורטנטי או את השפית דרימת המידע הוורטנטי (כמו שנעשה בחדשות ובפגישות המשודרים בעיתונות ובטלוויזיה), גם אם סוגיית מידת החופש של ה"עורצים" החדשים טרם יושבה. בריץ (Breen, 2007) מדווח על חשש מפני התפתחות האינטרנט אל מעבר לשלב הבראשיתי הפתוח והדמוקרטי ומפני הפיכתו לשירות רב-גונבים שיש בו גישות מועדפת לאלה שיכולים לשלם יותר כדי לייצר ולספק תוכן או כדי לקבל תוכן בעל ערך גבוה יותר.

התפיסה המושגית לגבי זהות האינטגרציה רומה מאוד לזו שהוצגה קודם. השאלה הכללית נותרה על כנה: האם המדיה החדשים הם כוח התורם לקיסוע בחברה או ללכידותה. אבל התצורה הבסיסית של האינטרנט ואופי השימוש בו מצביעים על השפעות חברתיות שעיקרן פיצול (Sunstein, 2006). עם זאת, האינטרנט סולל דרך למערכות יחסים ולרשתות חדשות ומגוונות, הנבנות בדרים עקפות ומשתלבות בצורות שונות, וכן עשויות להתגלות כיותר קשורות ומחברות מקורומוזיקן (Slevin, 2000). דינאים קודמים לגבי תקשורת ההמונים העמידו במרכז את המקרה של מיינת הלאום: גבולותיה חופפים בדרך כלל את השטח שאותו משרת אמצעי תקשורת המונים מסוים. במקרים אחרים דגו באזור, בעיר או בתחום פוליטי-מינהלי אחי. זהות ולכידות הוגדרו במידה רבה במגוונים גיאוגרפיים. כיום שאלות המפתח אינן מוגבלות עוד לחזויות ולמערכות יחסים חברתיות קיימות.

רומסן (Rasmussen, 2000) טען שלמדיה החדשים השפעות איכותיות שונות על האינטגרציה החברתית בחברת הרשת המודרנית, וזאת בהסתמך על תיאוריות המודרניזציה של גידנס (Giddens, 1991). התרומה המהותית של המדיה החדשים היא גישור על הפער המתרחב שנפער בין העולם הפרטי לעולם הציבורי, "עולם החיים" הממשי ועולם המערכות והארגונים. פער זה עשוי להתרחב גם בתוצאה מואוסוסודרות האלקטרוניות החברתיות. בניגוד לטלוויזיה, המדיה החדשים יכולים למלא תפקיד ישרי במיזמים של חיי יחידים. הם גם מקמים מגוון שימושים והשתתפות רחבה יותר. בקצרה, המדיה החדשים עוזרים לפרט לחזור ולשקע את עצמו במרקם חברתי כזה או אחר, לאחד שותק ממנו בעקבות המודרניזציה.

שומעמד התגמולים למתבר כפי שהובנו עד כה, היו תלויים בחשיבות הפרסום ובמיקומו ואף במידה ובסוג של תשומת הלב הציבורית שקיבל. כתיבה של מכתב פרטי או שיר, או צילום תמונות, אינם מקנים ליוצרים מעמד אמיתי של מחבר או יוצר. תנאי ההכרה הציבורית וההערכה לא השתנו באמת בעקבות הטכנולוגיה החדשה, ודומה שאת התנאי של השגת קהל גדול ותהילה מלאו הארץ קשה עוד יותר להגשים. לא קל להתפרסם באינטרנט בלי שיתוף פעולה של אמצעי תקשורת המונים המסורתיים. יש גם קשיים גוברים והולכים בשמירה על זכויות יוצרים, וכן קשיים הנובעים מחחרות עם אספקה של "יחוכן חדיש".

תפקיד המוציאים לאור (publishers) ממשיך להתקיים, אבל הפך להיות מעורפל יותר, מהסיבות שמונינו בהקשר של המחברים. עד כה, מוציא לאור סיפוס היה חברו עסקי או מוסד ציבורי שלא למטרות רווח. המדיה החדשים מציעים צורות חלופיות של הוצאה לאור ומציבים הדמויות ואתגרים לחוצאה לאור המסורתית. את תפקידה של ההוצאה לאור המסורתית - שמירת הסף, התערבות בשל שיקולי עריכה ומתן גיבוי משפטי לזכות קניין רוחני, אפשר למצוא רק בסוגים מסוימים של פרסומים באינטרנט.

באשר לתפקיד הקהל, יש אפשרויות רבות לשינוי, בעיקר לעבר הגדלת האוטונומיה השוויון מול מקורות וספקי מידע. אדם מקהל המדיה למעשה כבר אינו חלק מהמון, אלא חבר של אדם אחר או חבר ברשת או בציבור מיוחד, על פי בחירתו, או אינדיווידואל שאינו חבר באף קבוצה. גופו על כך, כך המאזינים בפעילות הקהל עוברת מן הקליטה אל החיפוש, ההיווצרות והאנטראקציה ואישית יותר. כתוצאה מכך, יש להוסיף על המונח "קהל" את המונח החופף במידת מה "משתמשים", שהקונטקסטיות של שונות למדי (ראו בעמודים 516-517). למרות זאת, יש סימנים להמשך קיומו של קהל המונים (ראו בפרק 16) ועדיין יש ביקוש מסעם הקהל לשמירת סף ולהכוננה עריכתית. רבים (Rice, 1999: 29) מעיד על הפרדוקס של הרחבת סוות אפשרויות הבחירה של הקהל: "כיום אנשים חייבים לבחור יותר, עליהם להיות בעלי ידע מוקדם רב יותר, והם נדרשים להשקיע יותר מאמצים לשם שלוב השימוש בתקשורת ולשם הבנתה. אינטראקטיביות ובחירה אינן תועלות אוניברסליות בלבד; לאנשים רבים אין כוח, רצון, צורך או הכשרה להיות מעורבים בתהליכים מסוג זה".

העיות כאלה אינן שלמות בלא התייחסות לשינויי התפקידים שהתחוללו בכלכלת התקשורת. מרבית אמצעי תקשורת המונים מומנו בעבר באמצעות מכירה של תצורהם לקהלים וקבלת תשלום מלקוחות. מפרסמים על ההזמנות שהם מקבלים מהתקשורת לזכות בתשומת לב מצד הקהל למסרים שלהם. האינטרנט מבנים למשוואה שלל סיבוכים ושינויים, סוגים חדשים של מערכות יחסים וצורות של הסתרה. אלה נדונים במקומות אחרים, בעיקר בפרק 9.



המתחמה התקשורתית ("הייפי") שנכללו בתיאורים מוקדמים ובהזנות לעתיד התבררה או בציפיות לרווחיות. אבל עדיין מוקדם מכדי לסכם ולהעריך.

טרם נחקרו כהלכה בוכות עצמם כמה מאפיינים חדשניים מרכזיים של האינטרנט. אחד מהם הוא ה"פורסל", סוג של אתר אינטרנט המהווה הן מושג חדש והן ביטוי של מציאות חדשה. קאלינירמן וסונדר (2008, Kalyanaram and Sundar) מציינים ש"אתר המאפיינים הייחודיים של הרשת כאמצעי תקשורת המונים הוא העובדה שמוענים המשמשים במקורות למסרים אינם נבדלים מנמעני המסרים" (שם, עמוד 239). אחת התוצאות של עובדה זו היא הפופולריות של "פורסלים" העוזרים לסנן ולמייין את כמות המידע האדירות הזמינות למשתמשים. מכל מקום, המושג מופשט מדי ועדיין אינו מפותח תיאורית. הכותבים מציעים סיווג ראשוני של פורסלים המבוסס על רעיון המספורות, ברומה לשימוש שנעשה לעיל בפרק 4, עמוד 93 (מסגרת 4.1). הם מציעים חמש מספורות המקיפות את הפונקציות העיקריות של האינטרנט עבור המוענים והנמענים/משתמשים. תמצית מוצגת במסגרת 6.2. המטרה היא להבדיל את המשמעות והפונקציה של הפורסל דרך חקירה אמפירית נוספת של הקפות המסגרת המוצעת.



**מסגרת 6.2**  
**מטפורות לפורטלים ומאפיינים עיקריים**  
(מבוסס על Sundar, 2008, Kalyanaram and Sundar)

- שער (gateway):** דלת כניסה למידע ברשת או לרשת עצמה.
- לוח מודעות (billboard):** מטייע להגברת המודעות לאתרים אחרים בפורטל וכן לאתרי אינטרנט חיצוניים - לתחזוק הביטחון בהם.
- רשת (network):** מקומות הפונים למשתמשים שיש להם תחומי עניין משותפים ומאפשרים למשתמשים להציג את תחומי העניין שלהם.
- נישה (niche):** בעלת תפקיד ספציפי עבור משתמשים/קבוצות כלליים או ממוחזרים.
- מותג (brand):** מקור מקורן יחיד המציע שורה של פונקציות מסחריות ממוקדות או ממונות.

לשם הערכה מפורטת יותר של ההבדלים הכלליים בין אמצעי תקשורת חדשים ושונים מן הראוי להביא בחשבון את התפקידים ומערכות היחסים העיקריים במוסד התקשורת המסורתי, ובעיקר את אלה שעדינם חיבור (וביצור) של יצירות, הוצאה לאור, הפקה והשפעה וכן קליטה. בקצרה, ההשלכות העיקריות הן כמפורס להלן:

עבור מחברים, ההזמניות רבות יותר, בהנחה שהעלאת חומרים לאינטרנט, הוצאה לאור שולחנית, כתיבה בבלוגים ופעולות אוטונומיות דומות נחשבות לפרסום. אלא

את המונח "צורות מדיה" (media forms) המתייחס ליישומים ספציפיים של טכנולוגיות באינטרנט, כגון חדשות אונליין ורשתות חברתיות. היא כותבת (שם, עמוד 691): "אפשר לשרטט את ההבחנות בין אמצעי תקשורת אישיים לאמצעי תקשורת המונים כהבדלים בסוג המעורבות הנדרש מן המשתמשים. אמצעי תקשורת אישיים סימטריים יותר וחובעים מן המשתמשים לפעול כנמענים וכיצרני מסרים גם יחד".

המגד הרלוונטי העיקרי השני, לפי לודרס, הוא נוכחותו או היעדרו של הקשר מוסרי או מקצועי האופייני לייצור בתקשורת המונים. שילוב שני הממדים - סימטריה ומיסוד - מסייע לעמוד על הסוגים השונים של מערכות יחסים בין אמצעי תקשורת אישיים לאמצעי תקשורת המונים. רכיבי גוסף הוא ההבחנה של תומפסון (Thompson, 1993) בין תקשורת בין-אישית מתווכת (אינטראקציה הנוצרת באמצעים טכניים) לבין "חיזור דמוי אינטראקציה", כפי שהותווה לעיל, בפרק 4 (עמוד 93).

### מה חדש במדיה החדשים?

הניבט היסודי ביותר של טכנולוגיית המידע והתקשורת (ICT - Information and Communication Technology) הוא ככל הנראה עובדת הדיגיטיזציה (digitalization), כלומר, התהליך שבו אפשר לצמצם את כל הסקטסים (כלומר מקור למשמעות סימבולית בכל הצורות המקוריות והמקולטות) לקוד בינארי ולהעבירם תהליך זהה של הפקיה, הפצה ואחסון. ההשלבה הפוסטציוניאלית המוכרת ביותר מבחינת מוסד התקשורת היא התלכדות המתברת בין כל צורות התקשורת הקיימות במדיום של ארגון, הפצה, קליטה ורגולציה. כפי שכבר ראינו, צורות רבות ושונות של אמצעי תקשורת המונים שרדו עד כה, שמרו על זהות נפרדת ואפילו שגשגו. תקשורת המונים כמוסד כללי שרדה אך היא כרכיב כשלעצמו בחיים החברתיים הדיגיטליים, ואולי אפילו התחוקה בגלל תפקידה המרכזי בפוליטיקה ובמסחר. אפשר לראות את "התקשורת האלקטרונית החדשה" כתוספת למגוון הקיים, ולא כחלוף לו. עם זאת, עלינו להביא בחשבון את האפשרות שלדיגיטיזציה ולהתלכדות עשויות להיות תוצאות מהפכניות בהרבה.

עיון במאפיינים העיקריים של מוסד התקשורת המונים המוצגים במסגרת 3.4 (עמוד 66), מלמד שהאינטרנט חורג כבר עכשיו בשלוש מתוך שש הנקודות המפורטות שם. ראשית, האינטרנט אינו מעורב רק - או בעיקר - בהפקה ובהפצה של מסרים, אלא הוא מעורב גם, ובמידה לא-פחותה, בעיבוד, בחילופי דברים ובאחסון. שנית, המדיה החדשים הם מוסד של תקשורת פרטית בהיבטיה שהם מוסד של תקשורת ציבורית, והרגולציה שתלה (או שאינה תלה) עליהם מביאה זאת בחשבון. שלישית, פעולתם אינה מאורגנת בדרך כלל בצורה מקצועית או ביוקרטיסטית כפי שהיא מאורגנת בתקשורת המונים. אלו

הבדלים בעלי משמעות, המדגישים שהמדיה החדשים מקבילים לתקשורת המונים בראש ובראשונה בעצם היותם נפוצים מאוד, זמינים עקרונות לכול לשם תקשורת, ומשותתרים מפיקה אותה מידה לפחות.

הניסיונות לאפיין את המדיה החדשים - בעיקר בהתגלמותם באינטרנט - נפגמו בשל שפע השימושים השונים בהם ומגוון אופני המיקוח עליהם, וכן בשל אי-ודאות לגבי התפתחותם העתידית. יישומיו של המחשב בתקשורת יצרו מגוון רחב של אפשרויות, ואף אחת מהן אינה דימיננטית. פוסטמס ואחרים (Postmes et al., 1998) מתארים את המחשב כטכנולוגיית תקשורת "המתייחדת בהיותה לא מוגבלת למסדה אחת". ברומה לכך מתאר פוסטר (Poster, 1999) את מהות האינטרנט כלא-מוגדרת ולא-קבועה, לא רק בשל המגוון ואי-הוודאות באשר לעתידו, אלא גם בשל סבוע הפוסטמודרני במהותו. הוא גם מצביע על הבדלים מרכזיים בין האינטרנט לבין שידור ודפוס, כפי שתוכלו לראות במסגרת 6.1.



### מסגרת 6.1 הבדלים בין המדיה החדשים לאמצעי התקשורת הישנים: ציטוט מפתח

האינטרנט משלב רדיו, קולנוע וטלוויזיה ומפיץ אותם בטכנולוגיית "דחפה" (push): הוא פורץ את גבולות המודלים של הדפוס ושל השידור וכך שהוא (1) מאפשר שידוח של רבים עמ-רבים; (2) מאפשר לקלות, לשנות ולהפיץ מחדש ברגעיות אובייקטים תרבותיים; (3) מסית את פעולת התקשורת מעמדות השיגור של מדינת הלאום וממערבות היחסים המרחביות של המודרניות; (4) מספק קשר מולטי מיידי; (5) מחיר את האדם המודרני או המודרני-המאוחר אל תוך מגוון מבניסטי ורשתות. (Poster, 1999: 15)

ליווינגסטון (Livingstone, 1999: 65) כתבה בצורה תמציתית יותר: "מה שחדש באינטרנט הוא אולי שילוב האינטראקטיביות עם אותם מאפיינים שהיו חדשים עבור תקשורת המונים - מגוון התכנים הבלתי-מוגבל, היקף החשיפה לקהל, סבוע הגלובלי של התקשורת". מהשקפה זו עולה הרחבה ולא החלפה. חמש שנים מאוחר יותר השריכה לפרו (Lievrouw, 2004) שהמדיה החדשים כבר שולבו בהדרגה לתוך הרעם המרכזי, לתוך שיגרה, ואפילו "בעשו בנאליים". מחקר על תקשורת פוליטית מדבר על "היגור-מלציה" של האינטרנט, דהיינו התאמתו לצורכי הפורמטים המקובלים לניהול מסע בחירות (Vaccari, 2008b). אין ספק היישומים השימושים לא תנשימו את האופוריה זאת



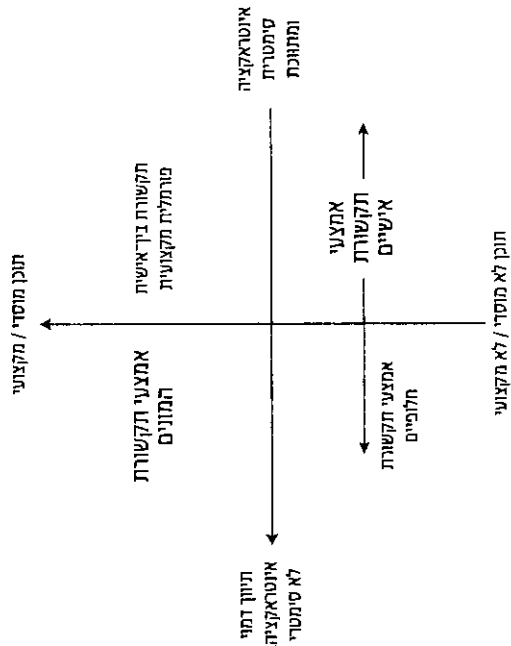
עלינו להעריך מחדש שוב ושוב את התיאוריות בתחום תקשורת המונים לנוכח הטכנולוגיות החדשות ויישומיהן. בפרק 2 הצבענו על הופעתם של סוגי מדיה חדשים, המרחיבים ומשנים את מלוא טווח האפשרויות החברתיות-טכנולוגיות של התקשורת שהציבור משתמש בה. השינוי סדס התחלל במלואו, ועדיין מוקדם לצפות כמה רחוק וכמה מהר יתקדם ההתליך, אנו מניחים בפרק זה שטכנולוגיות תקשורת היא לא רק טכנולוגיה המיושמת לשם שידור של תוכן סימבולי כזה או אחר או לשם קישור בין משתתפים בחילופי ברבים כאלה או אחרים. היא גם מגלמת בצורתה מערך של יחסים חברתיים המקיימים אינטראקציה עם מאפייניה. מן הסתם, יהיה צורך בתיאוריה חדשה רק אם יחול שינוי יסודי בצורות הארגון החברתי של טכנולוגיות התקשורת, ביחסים החברתיים שטכנולוגיות אלה מקדמות, או כהגדרתו של קארי (Carey, 1998), ביסבני הסעם השליסיס ובחחשות הדומיננטיות".

**המדיה החדשים ותקשורת המונים**

אמצעי תקשורת המונים כבר השתנו שינוי ניכר, בעיקר מאז תחילת המאה העשרים. ראשית, באותה עת התאפיינה התקשורת בודימה חד-סטרית, חד-כיוונית ולא-מבדלת אל עבר המון לא-מבדל ולא-מפולח. הסיבות לשינוי זה הן לא רק טכנולוגיות, אלא גם חברתיות וכלכליות, אבל זהו בהחלט שינוי אמיתי. שנית, תיאוריית חברת המידע בפי שהוצגה בפרק 4 מציגת גם צמיחה של סוג חדש של חברת - מובתנת מחברת המונים - המאופיינת ברשתות תקשורת אינטראקטיביות ומורכבות. בנסיבות אלה עלינו להעריך מחדש את הכוח המניע העיקרי של התיאוריה החברתית-תרבותית של התקשורת.

"אמצעי התקשורת החדשים" או "המדיה החדשים" שבהם אנו דנים כאן הם למעשה שורה נבדלת של טכנולוגיות תקשורת חדשות, החולקות מאפיינים מסוימים. מאפיינים אלה מתאפשרים בזכות הדיגיטציה והמיניות הנרחבת של טכנולוגיות אלה בשימוש אישי. כפי שראינו (עמודים 43-44), "אמצעי התקשורת החדשים" מגוונים מאוד, ולא קל להגדירם, אבל כאן נציין רק שמהייננים אותנו במיוחד אותם מדיה חדשים ויישומים חדשים החדדים בנסיבות שונות לתחום תקשורת המונים, או שיש להם השלכות ישירות או עקיפות על תקשורת המונים היסטורית". תשומת הלב מתמקדת בעיקר במכלול הפעילויות הדחב הנכלל תחת הכותרת "אינטרנט", בעיקר בשימושים המופנים לציבור הרחב, כולל אחרי חדשות, פרסום, יישומי שידור (כולל תודרת מוזיקה ועוד), פורומים ופעילויות ריזן, רשת האינטרנט, חיפושי מידע וכמה אפשרויות ליצירת קהילות. פחות מעניינים אותנו דואר אלקטרוני פרטי, משחקים ואף שירותים רבים אחרים, פרטיים כאופיים, המספקים דרך האינטרנט.

ככלל, המדיה החדשים התקבלו גם על ידי אמצעי התקשורת הוותיקים (בעניין רב, בציפיות ובתחזיות חיוביות יאפילו בעלות אופי אופורי, ובהערכה מופרזת כללית של חשיבותם (Kössler, 2001). אנו עדיין נמצאים בשלב זה, גם אם בהדרגה נשמעים קולות מפוכחים יותר ולאופטימיות מצטרפת ראגה באשר להשלכותיהם הרחבות יותר, בעיקר לנוכח היעדרה של מסגרת מפותחת ריה שתשמש לאסדרה או לפיקוח רעיונות על השפעת המדיה החדשים הפלגיו הרבה מעבד למציאות ואפילו כיום המוקף בתחום זה עדיין עוסק בהנמכת ציפיות. היעד המרכזי בפרק זה הוא הערכה ראשונית של מצבן הנוכחי של הסוגיות שהועלו ובחינתן של התיאוריה ושל השפעת הטכנולוגיות החדשות הלה למעשה. יש לנו עניין מיוחד בהשפעה על אמצעי תקשורת המונים אחרים ועל אופייה של תקשורת המונים עצמה.



**תרשים 6.1** מודל בשני צירים של מערכת היחסים בין אמצעי תקשורת אישיים לאמצעי תקשורת המונים (Lüders, 2008)

הכוונה ראשונית להתמצאות בנושא, מן הראוי לבחון את מערכת היחסים שבין אמצעי תקשורת אישיים לבין אמצעי תקשורת המונים, המוצגת בתרשים 6.1 על פי ההמשגה של מריקה לודרס (Lüders, 2008). הנחת היסוד היא שההבחנה בין תקשורת המונים לתקשורת אישית כבר אינה חדשה, כי טכנולוגיות הוות יכולות לשמש לשתי המסורות - ואכן היום אנו משתמשים בהן כך. אפשר להבין את ההבדלים רק אם מצדדים ממד חברתי, וננוצ לסוג הפעילות וליחסים החברתיים הכרוכים בה. במקום המושג "מדיום" מעדיפה לודרס