

מקורותיו של רעיון תקשורת המונים

המושג "תקשורת המונים" נטבע לראשונה בשנות העשרים או השלושים של המאה העשרים והתייחס לאפשרויות החדשות לתקשורת המיועדת לציבור הרחב, שהגיעו העיתונות, הרדיו והקולנוע. אמצעי תקשורת אלה הרחיבו את הקהל הפוטנציאלי אל מעבר למיעוט יודעי קרוא וכתוב. גם הסגנון התעשייתי והתיקף של ארגון ההפקה וההפצה היו חדשים במהותם. בעת ובעונה אחת אפשר היה להעביר תוכן זהה לאוכלוסיות גדולות במדינות לאום, ולעמים קרובות נשא המוכן גושפנקה מסעמם של בעלי הכוח הפוליטי והחברתי. אמצעי תקשורת המונים החדשים של אותם ימים – עיתונות, קולנוע ורדיו, וכן מוזיקה מוקלטת – הצמיחו סוג חדש של "תרבות פופולרית" שבו הוטמעו לעתים קרובות אידאולוגיות ורעיונות פוליטיים.

התפתחויות אלה התקיימו בהקשר של שינוי מהיר בעולם של מדינות לאום, שרק זמן קצר קודם לכן נעשו מתועשות וריכוזיות. בתקופה זו צמחו הערים הגדולות והסתופפה בזן אוכלוסייה רחבה. כל היבטי החיים מופנו והפכו לכיורוקריטיים. כמו כן התרחב האימפריאליזם של המצמצמות הגדולות דאז, מרביתן מאירופה ומאמריקה. בתקופה זו גם התרחש שינוי פוליטי עמוק, נוצרו תנועות חברתיות גדולות, הייתה תסיסה בתוך המדינות והתחללו מלחמות הדת-אסון בין מדינות. אוכלוסיות גיטו למען הישגים לאומיים או הישרדות לאומית וכלי תקשורת המונים החדשים של הימים ההם מילאו תפקיד בתהליכים אלה ואף סיפקו להמונים אמצעי התרגעות וכידור. על רקע זה נקל לחבין מדוע התעצב המושג של תקשורת המונים ומדוע עלתה קרנו למעמד דומיננטי.

המשמעות המוקדמת של "תקשורת המונים" – משמעות שלא עברה עדיין מן העולם גם היום – שאבה יותר מראיית הציבור כ"המון" ומאפייני תקשורת המונים כפי שהם נתפסים, ופחות מרעיון כזה או אחר של תקשורת בין בני אדם. כפי שהוסבר בפרקים קודמים, היה המון "נתפס בראש ובראשונה במונחי גודל, אנונימיות, בורות כללית, ואף היעדר יציבות ורציונליות. בעקבות זאת הוא נחשב כפתוח לשכנוע או לשידול. היה המון" נתפס כזקוק לפיקוח ולהנהגה של המעמדות העליונים ושל המנהיגים, ואמצעי תקשורת המונים היו הכלי שכאמצעותו הדבר נעשה. במהפכה הרוסית של 1917, לאחר שהמעמדות המדוכאים תפסו עצמות כוח, גייס השלטון את תקשורת המונים למשימת האינדוקטרינציה המחדשת, וזאת – על סמך הנחות יסוד רומות למדי."

ככל שהתפתח "מדע תקשורת" צמחה הגדרה מקובלת יותר של הרעיון – היא לא התבססה על רעיונות לא בדיקים, ולא על שטונות של בעלי סודים או על פילוסופיה חברתית, אלא על סאפייניזם אובייקטיבי של תקשורת שאפשר היה להגדירם ולבחון אותם. התפתח מודל רעיוני של תקשורת המונים בעלת מאפיינים ספציפיים כדלקמן:

- ריכוזיות ביצור התכנים במספר מועט של אפיקים גדולים, הנעדרים כרשת הפצה מן המרכז לפרפריות, שהיא בדרך כלל היררכית וחד-כיוונית.
- ארגון הייצור וההפצה בהתאם להגיונו של השוק, או במתכונת של שידור ציבורי שהמרינה מנהלת אותו.
- תוכן המסר פתוח לכול ובפורמטים סטנדרטיים, אבל גם נתון לפיקוח ושליטה נורמטיביים ופוליטיים.
- המוני נמענים אינדיווידואליים פזורים, אנונימיים, שאין ביניהם קשרים.
- לתקשורת המונים מיוחסים כוח רב להשפיע ולידע. זאת, בשל היותה או הפופולריות של מקורותיה, בשל הפיקוח המונופוליסטי על צינורות ההפצה. בשל הקליטה המיידית כמעט, בשל מיומנותם של העושים במלאכה ובשל ההשפעה וכוך המשיכה החזקים שיוחסו לאמצעים שהופעלו.

הצה של תקשורת המונים?

רעיון תקשורת המונים היה משכנע והוכיח את עמידתו לאורך זמן מאחר שהתבסס על עדויות תקפות רבות, שאפשר לבחון אותן. יש לו כוח משיכה רחב הן למבקשים להסיק ממנו תועלת כמוענים והן לקהלים. רעיון זה הוא העמדת דברים נוחה לחוקריו, ולמי שמבקד אותו בחדיפות הוא מספק סיכום שימושי של הליקיים המהותיים בתופעה. קשה להגדירו מחדש או להחליפו, גם לאחר שהשתנו רבים מתנאי צמיחתו ולאחר שהופרו רבות מן ההנחות המוטמעות בו. במשך שנים רבות במאה העשרים, הגדרת המושג במתכונת זו השפיעה מאוד על תפיסת של הדיסוננס ומומחים כאחד בשאלת השפעתה של תקשורת המונים. היא השפיעה גם על כיוונו של חקר התקשורת, למרות ראיות שעדערו שוב ושוב את היסודות שעליהם התבסס, והסילו ספק בהשפעות שנקללו בהנחות. אפילו כאשר היה ברמה שתפסה זו נדחקה הצדה, היא שבה והופיעה בצורה מחודשת, בעיקר אחרי קריאת הקרב של גואלה-נימן (1973, Noelle-Neumann), "בחזרה לתפיסה של תקשורת המונים רבת-עוצמה".

מזווית ראייה מסוימת, התשעה הכללית לגבי תקשורת המונים מילאה תפקיד פורה, ולו גם בעצם העמדתה לדיון במקורותיה של חילוקי דעות ושל הפרכות. המחקר שהניבה הוביל להבנה מוצקה בהרבה של עקרונות מפתח המונחים ביסוד התקשורת האנושית, כמתועד בספר זה. עם זאת, עלינו לזכור כמה גורמים המגדירים את השיבותה של תקשורת המונים: שתנאי ההשפעה (ותיה אשר תהיה הגדרתה) תלויים בראש ובראשונה במבנה החברתי ובהקשר וכן במאפייני קליטה משתנים, ולא בעצם קיומו של השידור; שלעיתים קרובות אפשר להשתמש בתקשורת בין-אישית לשם שכנוע, ולצורה זו השפעה אפקטיבית בהרבה מזו של תקשורת המונים, והיא אפילו מתחרה בה כמקור השפעה;

שמושג הקהל תמוכב **מסרטים** מבודדים הוא במידה רבה אשליה; ושלטון תקשורת אין בדרך כלל מטרה מוחת מבחינת מועניו ואין משמעות קבועה מבחינת נמעניו, ולכן לרוב לא מקושרות אליו השפעות ציטיות. לקחים אלה ואחרים בצדם נלמדו היטב, אם כי יש עדיין חסידים לתיאוריות העוסקות בהשפעות שינות של תקשורת המונים, ובלא ספק, משמו הרומה לתהליך ההשפעה הצפוי אכן מתרחש בנסיבות מסוימות. מדובר במיוחד בנסיבות של "קביעת סדר יום", של למידה מן ההרשות ויצירת דעה, של מצבי משבר, של מצבי ריגוש ושל מערערים מיוחדים כולקטיביים. אלה אינם חריגים זניחים. ואם לא די בכך, אין ספק שהתיאוריה בקוויה הכלליים עדיין יקרה ללבם של מפרסמים ומפצי תעמולה. כפי שציון קודם, תיאוריות ביקורתיות שהופנו לתקשורת המונים עדיין תלויות בתקפותה הבסיסית של תיאורית תקשורת המונים המקורית.

למרות זאת, כיום כבר מקובל כי תקשורת המונים עברה מן העולם. מגמה זו נולדה עוד בסוף שנות השישים של המאה העשרים, כאשר רק התברר שמשנתים היסודות הטכנולוגיים המובלעים במושג "תקשורת המונים". סידרה של חידושים החלה לערער את יסודותיו של המבצר האירי (בהקשר האירופי לפחות) של השידור בעל האופי הציבורי, הריכוזי מאוד: החל ברשתות מקומיות של סלוליוזה בכבלים, עבור דרך שימוש בלווייני שידור וכלה בומינות הנרחבת של אמצעים אישיים להקלטה ושידור של תוכן. מגמות אלה הואצו בשנות השמונים, עם הופעת הניצנים הראשונים של האינטרנט, וכן התחזק באמצע שנות התשעים, עם הופעת רשת ה-WWW. לפי שעה האינטרנט הולך ומתרחב כל העת בסווח ובהיקף, וגרמה שהיא קורא תיגר על כל יסוד יסוד של "הסוג האיראלי" של תקשורת המונים כפי שהוא מסוכם לעיל. האינטרנט מאפשר ומעורר תקשורת בעלת צורה מרושתת, ולאוו הווקא תקשורת מהמרכז לפריפריה. צורות התקשורת החדשות הן דיכויות ואינטראקטיביות, אופקיות לא פחות מאנכיות, מחברות ולא מבודדות, מגוונות עד מאוד בתוכניהן, נתונות לפיקוח חברתי מועט. הן אינן מנופול של אנשי מקצוע, אינן לגמרי ממוסרות ואינן מגובשות מבחינת הסוג והכיוון.

כבר בנקודת זמן מוקדמת תמצתו בורדוויק ויאן קם את השינויים הרבים, הנמשכים, שמן הסתם גרמו לקריסתה של הפרדיגמה הישנה (Bordewijk and van Kaam, 1986). הם שרטטו את הדפוסים העיקריים של "תעבורת מידע" (מונח המתניח במקורו לסלקמוניקציה, ראו פרק 6, עמודים 164-167). לנוסח שלהם לרפוס תקשורת המונים המקורית, של פנייה ישירה מאחד לרבים ("נאום"), נוספו שלושה רפוסים: רפוס "שיחה" (הקישוריות שמספק האינטרנט), רפוס "היווצרות" (השימוש האופייני במנוע חיפוש באינטרנט ועור), ורפוס "רישום" (האינטרנט כמרכז לאיסוף נתונים על שימושים ומשתמשים במערכת). מפה זו של רפוס תקשורת אפשידיים מבסאת את המעמד המשני הפוסטציאלי של תפקידי "תקשורת המונים" בתוך מלוא הקשת של התקשורת המתוחבת.

היא גם מראה שאין חפיסה בין רפוס תקשורת מסוים לאמצעי תקשורת מסוים או אפילו לסוגות הוויזואליות בו. סוגים ישנים יותר של תקשורת המונים אפילו הסלוויה פיתחו אפשיוריות היווצרות ושיחה, ואמצעי תקשורת מקוונים חדשים יחסית מסו היווצרות משמשים יותר ויותר ל"שידור". המלפון, שהיה בעבר כעיקר מריום של שיחה הרחיב אף הוא את הפוסטציאלי שלו. תהליכים אלה הם חלק מתהליך ההתלכדות הנתן יותר שמאפשרת הדיגיטציה. אך אין ספק שמבחינות מסוימות, אמצעי תקשורת המונים המסורתיים רועכים, למרות השתנותם ואפילו התרחבותם במובנים מסוימים.

כיום מקובל על רבים שהעיתון הפיזי כבר נמצא מעבר לנקודת השיא שלו מבחינת תפוצתו בעולם המפותח יותר מבחינה כלכלית, וזאת על פי מדרגים של קראים ותפוצה וכל הנראה על פי נתח ההכנסות מפרסום. אבל בארצות מתפתחות בתחום העיתונות הכתובה צומחות עדיין צורות חדשות של עיתונים שאינן שונות מאוד, והמעמד המוסד של העיתון ("העיתונות") לגבי פוליטיקה, כלכלה ויחסי חוץ אינו נראה שונה מאו ממה שהיה בעבר. הסלוויה, שהושפעה באופן הישיר ביותר מצמיחתו של מריום אור קולי חלופי (האינטרנט), הצטמצמה מבחינות מסוימות - היא בעיקר איבדה את עצמת הוויזואליות מאוד בקרב קהל של מספר קטן של ערוצים כלל-ארציים. האינטרנט הופ בהדרגה לצורה חדשה של שידור לפי רדישה, ואמצעי תקשורת אחרים נאלצו להסתג לאפשרויות שידור חדשות. כל אמצעי התקשורת הישנים נאלצים להסתגל לתנאי שו חדשים ולמודלים עסקיים חדשים.

הישרדותה של תקשורת המונים

נסיבות אלה, כמו אחרות אינן משקפות את קצם של אמצעי תקשורת המונים או ש תקשורת המונים עצמה, אלא ממחשות תמורה משמעותית ומתמשכת בדרגים להשג מסורת התקשורת המיועדת לקהל הרחב. עד לאחרונה, האמצעים לכך היו מבוססים ברא ובראשונה על חשיפת כל הציבור במדינה מסוימת לתכנים מסוימים. השידור היה אמו להיות ישיר, מהיר ומשתלם מאוד במובן הכלכלי. ואולם, תלום "תעשייתית" זה של מסרו ואמצעים פינה דרך לגרסה חדשה של תקשורת המונים. המטרה הכוללת של השידור הציבורי היא עדיין להיות מסוגל להכיר ולעצב חוויה מתוחבת של אוכלוסיית יעד, אם לא דרך מנופול כפוי, מוגבל והולם של רעיונות, מידע, מניעים או גירויים. כעת האמצעי המועדף הוא אספקת קשת של סוגי תוכן מבורלים ביותר המכוונים לאינספור קבוצות משנה ופליחים בציבור, מתוך התחשבות באינטרסים, בטעמים ובנסיבות של הנמעני המסורת מגוונות ועמומות, יותר מאי-פעם. התהליך כולו אינו מושתת על מבנה נוקט ואחיד של אספקה ואף לא על רפוס יציב של קליטה המונית, אלא על מעורבות מרצ של הציבור בהשקעת עצמו בעולם עשיר ומגוון של חוויות מתוחכות. הרשתות האישיו

הקשרים האישיים, שנחשבו מחסום בפני הקשורת הממונים מהסוג הישן, ממלאים כיום תפקיד חיובי בהיזוק הביקוש והצרכים במסע קליינדיסקופי המשתנה בלא הרף.

מסקנה דומה למדיי לגבי החלפתה של הקשורת הממונים של העבר בצורה חדשה הסיק ספסלס (Castells, 2007:248), כפי שעולה מהקטע המצוטט במסגרת 20.1.



מסגרת 20.1 לקראת צורה חדשה של תקשורת המונים: ציטוט מפתח

העניין ההולך וגובר של תאגדי התקשורת בצורות תקשורת מבוססות אינטרנט הוא למעשה השתקפות של צמיחת צורה חדשה של תקשורת המשמשת לזיהוי: **תקשורת המונים עצמית**. זוהי צורה של תקשורת המונים משום שפוטנציאלית היא מניעה לוקה ברחבי העולם דרך רשתות עמית-לעמית (p2p) וזיהוי לאינטרנט. הצורה לובשת פנים שונות, מאור שהדיגיטציה של תוכן ותוכנות חברתיות מתקדמות - שלעיתים קרובות הן מבוססות על קוד פתוח ואפשר להורידן בחינם - מאפשרת המרה של כל תוכן לכל צורה כמעט, ואת ההפצה הגוברת של התוכן באמצעות רשתות אלחוטיות. זוהי צורה שבה התוכן נוצר ביצור עצמי, שירות מסוג באופן עצמי, וקליטתו נעשית במידה עצמית של רבים המקיימים תקשורת עם רבים. אין ספק, אנו נמצאים במחלכת תקשורת חדשה, בסופו של דבר במרחב חדש, שעמוד השרדה שלו עשוי מרשתות מחשבים, שמתו דיגיטלית ומותווני פזורים ברחבי העולם ומנהלים יחסים אינטראקטיביים מכל פינה. (Castells, 2007:248), ההדגשות במקור)

כיום קשה להבדיל בין התקשורת ובין כל תהליך חברתי אחר. יכולתה של הקשורת המונים לתפקד בהגדרתה המחדשת בניסיונות ובמצב הקלימים מותנית בראש ובראשונה בתפקיד החשוב שהיא תמלא עבור הכוחות המניעים בחברה וכן ביכולתה לקיים את הקשר האינטימי שלה עם שאיפותיהם של בני אדם. ואכן, שחקנים שונים מפיקים תועלת מהיכולת לקיים תקשורת מודדה ומחושבת עם כל אדם. גמנים עם מפרסמים גדולים, חברות תקשורת עולמיות (שקן גדולות וריכוזיות יותר מאי פעם), המערכת הפיננסית העולמית, שליטים וממשלות, מדינות בעלות שאיפות אימפריאליות הרואות לתזמון, ועוד ועוד. אלה שחקנים גלויים לעין והמוטיבציות שלהם שקופות. לא יעלה על הדעת ששחקנים אלה ואחרים יוכלו לוותר על התוצאות של תקשורת אפקטיבית "חכמה" אפילו יותר עם כל קהלי בודדים שאליו הם ממענים את מסריהם. צורת תקשורת המונים העולה, מתחדשת ומתחזקת, תואמת במידה רבה מגמות קיימות של התלכדות ושל גלובליזציה וחיזור (מדיטיזציה) של כל רב.

לצד הכוחות והמגמות שהוכרנו פועלות דינמיקות נוספות, המנסות את כבעיה של תקשורת המונים. הן נובעות מן הפוטנציאל של המדיה החדשים לגישות פתוחה ולקישוריות, המתממש כעת באופן נרחב. קולות חדשים רבים מאוד מנצלים את האפשרויות לתקשורת פתוחה, אינטראקטיבית ו"אוסקית". ליחידים, תנועות וקבוצות אלה, שיש להם מסרות שונות ורבות, יש היום סיוע גדולים בהרבה לרתום את האמצעים השונים כדי לפנות אל הקהל ולזכות לתגובה ממנו, גם אם אין בכך כל ערובה שיישמעו כפי שהתכוונו להישמע. הרצון לתקשר אינו נובע אך ורק מכוח פוליטי או כלכלי. אנשים תמיד הפגינו דחף לשלב, לחלוק ולשתף פעולה למטרות אישיות וחברתיות שאין להסבירן במונחים חומריים. הדחף הזה מתבטא בציון לחלוק את ההנאות והצדע החיים, להטייע אותם בטקסים של משפחה, קהילה, שבט או עם. במילים אחרות, ביסוד צמיחתה של החברות הציבורית המשותפת מונחות נשיות ספונטניות חזקות, והדבר נכון בה במידה לגבי התרבות ה"תעשייתית" לכאורה שמספקים המדיה החדשים של ימינו. מלכתחילה, אמצעי תקשורת המונים הישנים מעולם לא יכלו להיות אמצעים לתקשורת המונים בלא בסיס מסוג זה. גם "המדיה החדשים" שואבים מאותן נשיות אנושיות בסיסיות. הצלחתם של "האחרים החברתיים" החדשים ושל צורות רבות של תוכניות "ריאליטי" בטלוויזיה וכן כוח המשיכה של "אירועי מדיה" מוכיחים בכיור נטייה עמוקה לשתוף רחב יותר בתחומי עניין, ברגשות ובחוויות.

ההשלכות של המדיה החדשים על תקשורת המונים

"המדיה החדשים" שהופיעו כתוצאה מחידוש טכנולוגי אופיינו לא אחת ברכים המבדילים אותם מאמצעי תקשורת המונים הישנים, אבל "היאורית המדיה" שצמחה בעקבות זאת אינה מדידה טוב במיוחד למציאות בתחום התקשורת. עדיין לא ברור איך יסתגלו אמצעי התקשורת הקיימים למערך המגוון מאוד של אפשרויות התקשורת הממשיות להתפתח בשוק זה על בסיס ניסוי וטעייה, או כיצד ייחלבו אותם בתוכם. יכול להיות שלא יהיה היגיון רב בתוצאה של תהליך זה. עם זאת, אפשר לצפות שיהיה היגיון מסוים, שמקורו במאפייני המדיה החדשים, העומדים בניגוד לסוג האירואלי של תקשורת וסיכום של הסוג האירואלי מופיע בתחילת פרק זה. הם רב-כיווניים, ולא חד-כיווניים. הם מעוררים תגובה, אפילו תובעים אותה. אין להם "קהל", ולכן גם לא ציבור המוני. הם מגוונים ביותר בצורות ובתכנים, ומציעים טבעם מתאפיינים במולטי-מדיה ובריבוי אמצעים וצורות. הם אינם מסוגלים כל קן גבול ברור בין הפרטי לציבורי. הם מאפשרים גישות לכל ונראה שהם חומקים ממבני שליטה ברורים. הם חומקים ממיסוד אבל, כמשתמע מכך, הם אינם מציעים כל מודל עקיב של מערכת תקשורת ציבורית - הם מציעים רק אינספור אפשרויות.

ותיקים ומדיה חדשים, ובשל החישענות על האפשרות לרחום לחליך זה צרכים אנושיים נפוצים מאוד ואף את החף לחוויה והנאה משותפת.

את הבחירה בין שתי העמדות האלו נבנית לדגש את המציאות בצד מסכנת העברה שלא כל המעלות נמצאות בצד החדש. עלות טרזניות לא מעטות על המדיה החדשים ואף על אמצעי התקשורת הישנים, בעיקר כפי שהם מיוצגים באינטרנט. כמה מן הפחדים נעוצים בעוברת היעדר אסדרה ורגולציה, או אפילו אסדרה עצמית, מתוך חשש שקבוצות ויחידים חשופים ופגיעים לסכנות ולניצול. האינטרנט, אפילו כאשר משתמשים בו למטרה טובה, נוסה מיסודו לעורר פרסיות ולא לשחף, למרות ההכנסה לקישוריות. המדיה החדשים נוסים להפוך על פניהן את המגמות המשותפות יחסית של אמצעי התקשורת המסורתיים, בעיקר של הטלוויזיה. הם אינם זמינים בקלות למסרות ציבוריות או חברתיות במקומות שבהם עשוי הדבר להיות רצוי, ואינם נושאים באחריות ידיוח לחברה. היעדר הדרשה למקצועיות עשוי להרחיב את הנגישות, אבל לעתים קרובות פירושו הדבר גם אמות מידה נמוכות של מידע ותוכן. קיימת בעיה מתמשכת ונסולת פתרון של אמון ומהימנות. כוח המעקב והדרישות של כל השימושים והמשתמשים בתקשורת מרחיב במידה אדירה את כוחם של גופי המדינה וסוכנותיה, ואין סיכוי ממש לחיזוק עולות או לאפשרות להתלונן. ככל שיותר עסקאות יומיומיות ונחוצות עוברות לאינטרנט, בין שהדבר נעשה מרצונו של המשתמש ובין בליט ברירה, כן גדלה יותר ויותר תלותנו בכישורים רלוונטיים ובנגישות. משום כך, אם לא נלך בחלם, נגוד עלינו להיות מודרים ברזכים חדשות ורבות משמעות. ואם נלך בחלם, ניצעה יותר פגיעים לשכנועים ולמניפולציות.

כשם שבעבר יכולנו לבחור השקפה אופטימית או פסימית יותר על ההשלכות של תקשורת המונים, כך עומדת לפנינו כיום הבחירה לגבי "המדיה החדשים". עדיין חסרים לנו סימוכין וראיות ברורים ליתרונות או לנזקים של אפשרויות התקשורת החדשות, וקשה להניח ששיווי-משקל כזה יושג, בדומה לניסוינו עם תקשורת המונים האמיתית של המאה העשרים. מסגרת ניתוח התלויה באמונות פשוטות על החברה ובהעלאת השערות לגבי ההשלכות האפשריות של השכנוולוגיה, לא תציעי אותנו החק קדימה.

סיכום

היום אפשר לראות בבירור רבה יותר שהדרך הטובה ביותר לבחון את עידן תקשורת המונים כפי שהמושג מוצג בספר זה, היא לראותה כשלב מעבר של תקשורת המונים ציבורית המתאימה לחברה העשיתית. שלב זה בא אחרי שלב התפתחות מוקדם, שבו התקשורת הציבורית והתקשורת החברתית רכבת וההיקף היו תלויות במידה רבה במיזום הדפוס ובערוצי התקשורת ששימשו את האיגון החברתי. העוכן העיקרי של התקשורת

הבחנות אלה, שכולן תקפות במידה זו או אחרת, חולידו שיח שהוא מצד אחד אופטימי, ומצד האחר, מתאפיין בהתנגדות. בנסבות שבהן דבר לא נקבע עדיין סופית, מסתבר שהשענות המרכזיות של תיאוריית חברת המונים יכולות להיות רלוונטיות לריון במדיה החדשים או להיות מומרות באחרות, בלא שתיווצר כל תיאוריה חדשה. גם את ההשלכות האפשריות של המדיה הדיגיטליים אפשר להביע במונחים החותרים תחת הרכיבים המרכזיים של תיאוריית תקשורת המונים:

- כוחו של המיזום המתקשר לשכנע או לירע באופן ברזני מופחת במידה רבה, בשל חוסר היכולת להגיע לקהלים שבויים גדולים ובשל הזמינות הקלה של מקורות חלופיים לרעיונות ולידע.
- הקבוצה החברתית והסביבה המיידית של הפרט כבר אינם מגבילים אותו, ואף לא הזמינות הפיזית של ערוצי תקשורת ספוריים, הנשלטים בידי רשויות וסוכנויות שונות. הפרט יכול להיכנס לקבוצות ולקהילות חרות במרחב כולו ולהשתייך אליהן.
- כבר אין "מערכת מסויים" מאוחרת שאליה נחשפים אנשים דרך שיגרה ובסדירות - מערכת המוליכה ליצירת סטריאוטיפים ולאמוץ ערכי הקונצנווס.
- יחידים יכולים להגיב לרמויות בעלות סמכות או לנתק מגע עמן. הם יכולים גם לקחת חלק פעיל בחלופי מידע ורעות בהקשר של סוגיות חברתיות ופוליטיות חשובות.

סענות אלה ואחרות נעשו בסיס למספר גדל והולך של תיאוריות ומחקרים חדשים. אלה מחקרים הנוטים להתייחס ליתרונות הפוטנציאליים של התחמקות ממגבלות תקשורת החמונים, כך שבסוכומו של דבר התחזית לשימוש בתקשורת בעתיד אופטימית. ואולם לא פחות מכך מתקבלת על הרעת הסענה שמאפיינים חדשים כאלה של אמצעי תקשורת יצוליים לשמש - וכבר משמשים - להתאמה וחיוזק של תהליך תקשורת המונים כפי שהוכרנו אותו בעבר. כך קורה כאשר התקשורת כובשת את המדיה החדשים ורואה בהם ששוט אמצעים חדשים ויעילים יותר להעברת המסר. הרבר מתרחש כאשר מאפייני המדיה החדשים, כלומר אינטראקטיביות, השתתפות ורשות (networking), משולבים במיזמים גדולים של פרסום והעברה של מוצרי תקשורת מן הסוג הישן במסטר של בעלות אוליגופוליטית (כלומר, בעלות של ידיים ספורות). המדיה החדשים יעילים במיוחד בקשירה של מעריצים ואוהדים למקורות תקשורתיתים. הם יעילים לא פחות מכך בחזמת מידע חוזר מהציבור, שאפשר להפנות אותו הלאה בצורה ממוקדת הרבה יותר לתת-קבוצות מפותחות היטב בקרב הקהל הרלוונטי (Croghan, 2008). הדבר מזכיר את החובל שבין "פעצות חכמות" האמורות לפגוע בבנינים יחידים ובין הפעצות ששוגרו במטח אקראי לפני מאה שנה. ובכל זאת, עדיף לא להיות כלל יעד להפעצה. הלכה למעשה, יש כמה וכמה דרכים שונות שבהם אפשר לשחזר תהליך דומה לזה המיוצג ב"מודל התציייתי" הישן, אך הן יעילות ממנו בהרבה בגלל השילוב בין אמצעי תקשורת

ערוצים לשירותם של מטרים חיים, הוא גם סיפקה ערוצים חלופיים הפועלים במקביל. אך אין בכך כדי לשנות או לחלף את כל מה שהיה כבר קודם.

במובן, כרי לדבר על ההשלכות המתהוות של פיתוחי התקשורת נחוצ לנו אוצר מילים עשיר בהרבה מזה שמספקים מונחים ספורים כגון "תקשורת המונים", "התלכדות", "קישוריות" או "אינטראקטיביות". כמו כן אין ספק לחשוב בריכומויות של המוני מול לא-מוני, או אפילו במונחי רמות של "מסיפיקציה", נולדים מצבי תקשורת חדשים רבים, והם מבוססים על קשרים ברשת בין משתתפים שאי-אפשר לנתחם במונחי "צרכים" גלויים של חברה מאורגנת בהיקף רחב או על מאפיינים של סכנולוגיות תקשורת מסוימות. הספרות בחקר התקשורת כוללת למעשה שפע רוגמאות של בסיסים חברתיים מגוונים לתקשורת, התומכים במגוון מערכות יחסים ומטרות.

הדיגיטציה סיפקה את הדחף והאפשרות ליוזמות חדשות רכות למשלוח, לחליפין, לחיפוש ולהבעה, החוצים את הגבולות החברתיים והפזיים שנעבר הגבילו זאת. המאפיין המרכזי הוא גיוון פעילות התקשורת. אחת המשימות של יצירת תאוריה בעתיד תהיה מיושיו הולם של השרה המתרחבת הזה ופיתוח של דרכי מיון וסיווג מתאימות שיאפשרו לנו להחליץ ממגבלות המנגנון התפיסתי השחוק למדי. וראשית לכול, עלינו להכיר בכך שטווח סכנולוגיות התקשורת ושימושיהן גדול ומגוון עשיו כל כך, עד שאין כבר סכנולוגיה דומיננטית אחת או מודל דומיננטי אחד.

הציבורית נכע או ממקורות ברשויות הממשל וחדת או ממקורות באליטות מקצועיות ותרבותיות. הוא כוון בראש ובראשונה אל מיעוט עירוני ומשכיל של נתינים/אורחים. המודל התעשייתי של תקשורת המונים, שהופיע בתחילת המאה העשרים, ייצג יכולת משופרת בהרבה לקיום תקשורת ציבורית, שהתרחבה וכללה קשת רחבה יותר של מוצעים, מקורות חדשים וסוגי תוכן חדשים. ציבור משתמש התקשורת התרחב לכלל האוכלוסייה, דבר ששיקף שינויים פוליטיים וחברתיים יסודיים יותר, ולא דווקא את יכולתם של אמצי התקשורת שהופיעו זה עתה. לקראת סוף המאה הגיע מודל תקשורת זה לבשלות ונפוץ ברחבי העולם. הוא גם השתנה בהדרגה, באמצעות תוספות והתאמות, לסיפוס חדש שעייין אי-אפשר לקבוע אילו צורות יהיו לו, ואין לנו שם עבורו. אנו יודעים רק שהוא מתאפיין במולטימדיה, בריבוי אמצעים וצורות וכן בגמישות רבה, ונחיר לנו שלמטרות מסוימות הוא אפקטיבי אפילו יותר מהמורל שקיים לו, ויש בו יכולות חדשות שטרם התפתחו.

עם זאת, כבר כעת אנו יכולים לזהות את המשכיות של תקשורת המונים כתהליך המתקיים בחברה כולה בצורות חדשות. זהו תהליך המורכב מרשת קווים וחיבורים מעודנת והדוקה בחיבה, שתלקיה צומחים באופן סבצי חוך תיאום ביניהם, ולא מרשת שמעשים כניסם אותה ושולטים בה למטרותיהם-שלהם. תקשורת המונים כמוכן המקורי עדיין קיימת, ככל שמרובד במסרים יחידים ומרכזיים, הנקלטים אצל קהלים גדולים ומיועדים להגברה ולחפצה מרבית. היא ממשיכה להתקיים בראש ובראשונה מאחר שארגון החיים החברתיים אינו יכול לוותר על הפקידים, על דמויות ועל מוסדות אשר נבררים כמוקד לתשומת לב של ציבור מפוזר ואשר מיוחסים להם מעמד, כוח, מיומנות או תכונות אחרות. בדומה לכך, אירועים, מקומות ויצירות תרבות מרכזיים, וכן מגוון יעדים לתשומת לב, סופם שהם מדרגים בתקשורת המונים בהכרח בהתאם לעניין ולחשיבות. קהל רחב יחסית מחפש אותם במידה כזו או אחרת, או שתשומת לבו מופנית אליהם.

את המאפיינים האלה של חיי החברה לא יצרה תקשורת המונים, והם לא יעלמו גם אם את מקומה של התקשורת יתפסו רשתות תקשורת פחות מסיביות ופחות ריכוזיות. לבד מצרכי החברה לגבי כל הנמצא בעין הציבור - פרסומים, דעת קהל, סדר ציבורי, נורמות ואמונות משותפות, ארגון פוליטי וכן הלאה - יש כוחות כלכליים ופוליטיים רכי-עצמה התפעייים ריכוזיות בתקשורת וכל-ישק להפצה המונית" לשם קידום מסורותיהם-שלהם. כיוון שכך, יש פונקציות ציבוריות מסוימות שיכולים למלא רק אנשי מקצוע שהוכשרו לכך ומערכות תקשורת ממונות הישב. במילים אחרות, ההתמסדות בלתי-נמנעת ואי-אפשר לבטלה או לחמוק ממנה. הדיגיטציה הגבירה מבחינות רבות את ההתפרסות היעילה של תקשורת המונים, כאמצעות יתר מיקוד של החשיפה, הוספת משוב וגמישות והוספת