



בר-אילן

תקשורת המוונים

מרצה:
ד"ר כלילה
מגן

חובר ע"י יורם ארז, מדור ניצבים, תשפ"ג, אונ' בר-אילן

תוכן העניינים

2	תוכן העניינים
4	הקדמה
4	תכנית הקורס:
4	הציון בקורס:
4	מטרת הקורס:
5	מהי תקשורת?
5	מאפיינים של תקשורת בין-אישית:
6	המאפיינים היחודיים של תקשורת המונים
8	אסכולות מחקריות ומודלים בתקשורת
8	אסכולת התהליך
8	מודל ליניארי:
10	המודל המעגלי
11	האסכולה הסמיוטית
12	המודלים הסמיוטיים:
12	הביקורת על המודלים הסמיוטיים:
13	גישות מובילות לחקר תקשורת
13	הגישה הניאו-מרקסיסטית
13	מרקסיזם וניאו-מרקסיזם (מתוך המצגת של אילי ויאיר)
14	שתי הנחות יסוד:
15	תפקיד התקשורת בשימור המצב הקיים
16	3 תיאוריות ניאו-מרקסיסטיות בהקשרים של תקשורת
16	התיאוריה הפוליטית כלכלית
16	פרשת עובדה וישראיר (מתוך המצגת של נועה ומאיה)
17	התיאוריה הפוליטית - תרבותית (תיאוריית ההגמוניה)
17	התיאוריה הפוליטית - סוציולוגית (אסכולת פרנקפורט)
18	הביקורת על שלוש האסכולות
19	הגישה הסוציולוגית
19	תיאוריית חברת ההמון:
19	המאפיינים של המודרניזציה:
20	איך כל זה מתקשר לתקשורת?
20	התיאוריה המבנית תפקודית (הפונקציונליסטית)
21	ההבחנה בין תפקיד לתיפקוד
23	פונקציה ודיס-פונקציה במכלול תפקידי התקשורת
24	התלכדות סביב הדגל (מהמצגת של נועם וחן)
24	הרכיב הסובייקטיבי של פונקציה/דיס-פונקציה:
25	הגישה הקיברנטית
25	הגישה הקיברנטית בהקשר של תקשורת
26	אינדיבידואליזם מול קולקטיביזם בגישה הסוציולוגית
26	בין הגישה הניאו-מרקסיסטית לגישה הסוציולוגית
27	הגישה התרבותית
27	הרכיב התרבותי:
28	קהילות פרשניות
28	ייצוגים תקשורתיים:
28	תיאוריית ההתקבלות
29	הגישה הטכנולוגית
29	דטרמיניזם טכנולוגי
30	השתנות החברה בהקשר טכנולוגי:
30	שלב "הפרישה מהשבט" - "התפרקות מהשבט"
30	מדיום חם ומדיום קר
31	הביקורת על עבודתו של מרשל מקלוהן
31	תורתו של הרולד איניס
31	התקשורת בזמן ומרחב
32	מקלוהן לעומת איניס
32	סיכום שלוש הגישות
32	גלוקליזציה
33	אימפריאליזם תרבותי
33	סיכום הפרק
34	התפתחות אמצעי התקשורת
34	שלבי הצטרפות מדיום חדש למשפחה:
34	מהפכת התקשורת
35	התפתחות הכתב
35	המצאת הדפוס
36	התפתחות העיתון
36	עיתונות הפני
37	העיתונות הצהובה
37	פונקציה ודיס-פונקציה של עיתונות צהובה
38	תור הזהב של עיתונות
38	הקולנוע
39	הרדיו
41	הטלוויזיה
43	הניו-מדיה (האינטרנט)

43	מאפיינים של ניו-מדיה:
43	משבר העיתונות הכתובה
44	החינוכים
44	טיפולוגיה של העיתונות הכתובה (עפ"י דן כספי)
44	הרדיו והניו-מדיה
44	הטלוויזיה והניו-מדיה
45	אוטופיה או דיסטופיה?
45	ניו-מדיה וחקיקה
46	יחסי ממשל - תקשורת
46	ארבעה מודלים של יחסי ממשל תקשורת
46	הדגם הטוטליטרי (סובייטי):
46	הדגם האוטוריטרי (הסמכותני):
46	דגם האחריות הציבורית/חברתית
46	הדגם החופשי (ליברלי)
47	השפעות התקשורת
47	רכיבי השפעה של התקשורת.
48	גלי השפעת התקשורת
48	הגל הראשון - ההשפעות החזקות:
49	תיאוריית קליע הקסם:
49	מחקרי פרויקט קרן פיין:
50	הגל השני - ההשפעות המוגבלות:
50	אסכולת המערכה
50	אסכולת הזרימה הדו-שלבית
51	אסכולת חקר הפצת חידושים
52	אסכולת חקר שימושים וסיפוקים
52	הגל השלישי - חזרתה של מסורת ההשפעות החזקות:
53	אסכולת החיברות (סוציאליזציה)
53	תיאוריית פער הידע
53	תיאוריית התלות
53	תיאוריית קביעת סדר היום
54	תיאוריית הבניית המציאות
54	ספירלת השתיקה
54	מיסגור (Framing)
54	הגל הרביעי - חזרתה של מסורת ההשפעה המוגבלת:
55	סיכום
56	סוגיות עיתונאיות
56	הרשות הרביעית
56	עקרונות לעבודה עיתונאית (היבטים מקצועיים ואתיים):
57	1. אחריות ציבורית
57	פרשת המסך המפוצל
57	שידור לכידת המחבל בתל-אביב
58	עונת המלפפונים
58	2. אובייקטיביות
59	3. יושרה והוגנות מקצועית
59	פרשת סרן ר'
59	4. הגנה על מקורות
59	פרשת ווטרגייט
60	פרשת ענת קם
60	5. עצמאות
60	עצמאות התקשורת מול פוליטיקאים ובעלי הון
61	הסדרים פורמלים (צנזורה)
61	ועדת העורכים
61	הסכם הצנזורה
62	בג"ץ "קול העם"
62	פרשת קו 300
63	בג"ץ שניצר
63	פרשת בן זיגיייר
64	פרשת אייל גולן
64	חוק ישראל היום
64	תקציר תולדות התקשורת בישראל
64	לקראת הבחינה
65	תקציר הסרט "העיתון".
65	חזרה ומיקוד לבחינה
65	דוגמאות לשאלות בבחינה

הקדמה

תכנית הקורס:

- שיעור 1: מבוא ופתיחה לקורס - מהי תקשורת?
- שיעור 2-3: מושגי מפתח, אסכולות מחקר ומודלים
- שיעורים 4-5: גישות מובילות בחקר התקשורת: סוציולוגיה, תרבות, טכנולוגיה ופוליטיקה
- שיעורים 6-9: התפתחות אמצעי התקשורת
- שיעורים 10-11: תקשורת חדשה - אבולוציה או רבולוציה?
- שיעורים 12-13: מערכות התקשורת - היבטים מוסדיים, מקצועיים, אתיים וכלכליים
- שיעורים 14-15: יחסי ממשל תקשורת - מי משגיח על מי?
- שיעור 16: על עיתונאות ו על עיתונאים - מבט היסטורי ועכשווי.
- שיעורים 17-21: השפעות התקשורת - הכצעקתה?
- שיעור 22-25: תקשורת אסטרטגית - הצד השני של המטבע
- שיעור 26: מבט מסכם אל העבר והצצה זהירה אל העתיד

הציון בקורס:

- 85% הבחינה
- 15% מטלה אישית

מטרת הקורס:

מטרת הקורס היא היכרות מעמיקה ומקיפה עם עולמות המחקר והמעשה בתחום התקשורת, תוך התייחסות אל הזירות הרבות, המגוונות והמשתנות של תחום מרתק זה. נבחין בין סוגי תקשורת, נלמד על אסכולות המחקר השונות, נכיר תיאוריות ומודלים מרכזיים, תוך הבנתם בתוך הקשרים אקטואליים ונעניק מקום גם למחקר הביקורתי. לצד אלה נערוך סיור היסטורי שישפוך אור על היבטים התפתחותיים של התקשורת מראשיתה ועד ימינו אנו.

מאז עשתה תקשורת ההמונים את צעדיה הראשונים היא נחשבה לבעלת השפעה גדולה ואף מכרעת על האנושות כולה. השיח על אודות כוחה התקיים בתוך הקשרים מגוונים חברתיים, תרבותיים, כלכליים ופוליטיים. לידתו של האינטרנט בשלהי המאה העשרים והצטרפותן של הרשתות החברתיות למגרש התקשורת מאוחר יותר, הדגימו עד כמה הדיון על מקומה של התקשורת בחיינו רחוק ממיצוי ומתחדש כל העת.

בקורס זה נבין מהי תקשורת ומהם סוגיה השונים. נסקור את ההתפתחות ההיסטורית של אמצעי התקשורת ונעמוד יחד על ההשלכות השונות של שינויים מכוננים בתולדות התקשורת. נערוך היכרות עם התיאוריות המרכזיות בתחום ונדון בהן בתוך ההקשרים של התקופות שבהן נכתבו. לצד אלה, נבחן את הרלוונטיות שלהם לימינו. תקשורת ההמונים עברה תהפוכות ושינויים ועוצבה במידה רבה לאורם של שינויים טכנולוגיים, תרבותיים, חברתיים ופוליטיים. נעמוד על השינויים הללו ונבחן את מקומה בחברה האנושית במבט היסטורי ועדכני.

מהי תקשורת?

סוגי תקשורת:

- תקשורת תוך אישית
- תקשורת בין-אישית
- תקשורת המונים

אנו נתמקד בתקשורת המונים. אבל, לפני כן נדבר קצת על תקשורת בין-אישית.

ישנם 3 סוגים של תקשורת בין אישית:

- דו-שיח
- רב-שיח (בקבוצה)
- שיח פומבי (Public speaking)

הא-סימטריה בין שלושת הסוגים גדלה על הציר שבין דו-שיח לשיח פומבי. בעוד בדו-שיח התקשורת סימטרית יחסית, היא פוחתת בתקשורת בקבוצה קטנה ופוחתת עוד יותר בשיח פומבי, כאשר המוען שולט במידה רבה בתהליך התקשורת.



מאפיינים של תקשורת בין-אישית:

- תולדה של צורך כלשהו (חד-צדדי, דו-צדדי, רב-צדדי).
- יחסים ראשוניים של המשתתפים בתקשורת בין-אישית (התקשורת הבין-אישית מושפעת מהיחסים הראשוניים שלנו עוד מגיל ממש צעיר. בתהליך התקשורת הבין-אישית הצד השני בתהליך תופס אותנו במבט שלם ורחב יותר. אנחנו לא רק "קוטי מסר". היותנו נמענים למסר הוא רק חלק אחד ממי שאנחנו.
- תפיסה גשטאלטית של הנוטלים חלק בתקשורת.
- דו-סטרויות של תהליך התקשורת
- משוב מידי (ללא פערי זמן ומקום): מלבד העובדה שהמסרים עוברים מצד לצד (דו-סטרויות), המשוב לנאמר מתרחש באופן מיידי.
- שליטה בתהליך: לנוטלים חלק בתהליך יש שליטה על התפתחות הדינמיקה של העברת המסרים.
- קיומה של תקשורת-על (Metacommunication): מלבד המילים הנאמרות יש חשיבות רבה להקשר שבו מתקיים ההליך התקשורתי (המקום, הזמן, הנסיבות).
- תקשורת לא מילולית (Nonverbal communication): תקשורת בינאישית מלווה גם במחוות לא מילוליות (שפת גוף, הבעות פנים, טון שבו משתמשים, בחירת לבוש)
- ספונטניות מבוקרת (מוסכמות ומסגרת התנהגותית לצד זרימה חופשית): תקשורת בינאישית פעמים רבות מתקיימת בצורה ספונטנית, אבל בתוך גבולות חברתיים ומוסכמות מקובלות (מחוות נימוסין, התנהגויות מקובלות בסיטואציות אנושיות מוכרות).

המאפיינים היחודיים של תקשורת המונים

תקשורת המונים אינה שם נרדף לאמצעי תקשורת המונים, או לטכנולוגיות תקשורת מודרנית, כי אם סוג מיוחד של תקשורת חברתית בעלת מאפיינים יחודיים של הקהל (הנמען), של חוויית התקשורת ושל המוען.

מאפייני הנמען:

1. גודל הקהל: בכוח ולא בהכרח בפועל. כלומר, הפוטנציאל של קהל הנמענים.
2. הטרוגניות: הקהל מגוון ולא אחיד.
3. אנונימיות: בשונה מרשתות חברתיות, ברדיו, בטלוויזיה ובעיתון, הצופה הוא אנונימי.

מאפייני חוויית התקשורת:

4. פומביות: זמינות לכל. ברגע שהמוען מסר את הכדור לנמען, הוא כבר במרחב הפתוח, הוא פומבי וזמין לכל.
5. מהירות: משך הזמן משיגור המסר ועד לקליטתו סימולטנית. הזמן שעובר מרגע שהמוען משדר את המסר ועד שהוא נקלט אצל הנמען, הוא די מהיר. אולם כאן יש הבדל בזמן בין טלוויזיה לבין עיתון.
6. התכלות וארעיות: מסרים תקשורתיים הם בני חלוף. כמאמר הפתגם "העיתון של היום הוא עטיפת הדגים של מחר".

מרשל מקלוהן (1964):

העולם שלנו הוא עולם של הכל, בבת-אחת. הזמן פסק מלכת, המרחב נעלם. אנו חיים כעת בכפר גלובלי... עולם בו הכל מתרחש סימולטנית. התלות ההדדית האלקטרונית החדשה משחזרת את העולם בדמותו של כפר גלובלי.

מאפייני המוען:

7. מורכבות גוף התקשורת: בתקשורת המונים אנו מדברים על גופי תקשורת מורכבים (עורכים, כתבים, תחקירנים, וכו'). לא מדובר באדם פרטי כמו בתקשורת בין-אישית.
8. אילוצים ארגוניים: מתוך המורכבות של גוף התקשורת נובעות דילמות ונובעים אתגרים, כמו יחסי עורך-כתב או מו"ל-עורך. הגורמים במערכת עובדים תחת אילוצים ואינם חופשיים לפעול על פי תפיסת עולמם. לדוגמה: לעתים המו"ל יכול להפעיל לחץ על העורך לשנות את הקו הפוליטי של העיתון. או שהכתב יצטרך ליישר קו עם העורך.
9. עלות כלכלית: כל גוף תקשורת (גדול או קטן), זקוק לתקציב כדי להתקיים.

ניתן לסכם את תשעת המרכיבים שתוארו לעיל כך: לתקשורת המונים תשעה מאפיינים מרכזיים: קהל הנמענים שלה גדול יחסית, הטרוגני ואנונימי עבור המוען. מסריה פומביים, מגיעים במהירות ובו במזן לנמענים רבים, ובאותה מהירות הם מתיישנים וחולפים מן העולם. שולחי המסרי (המוענים) פועלים במסגרות ארגוניות מורכבות. הם כפופים לאילוציהן השונים של המסגרות ותלויים במימון מסיבי לשם העברת המסרים.

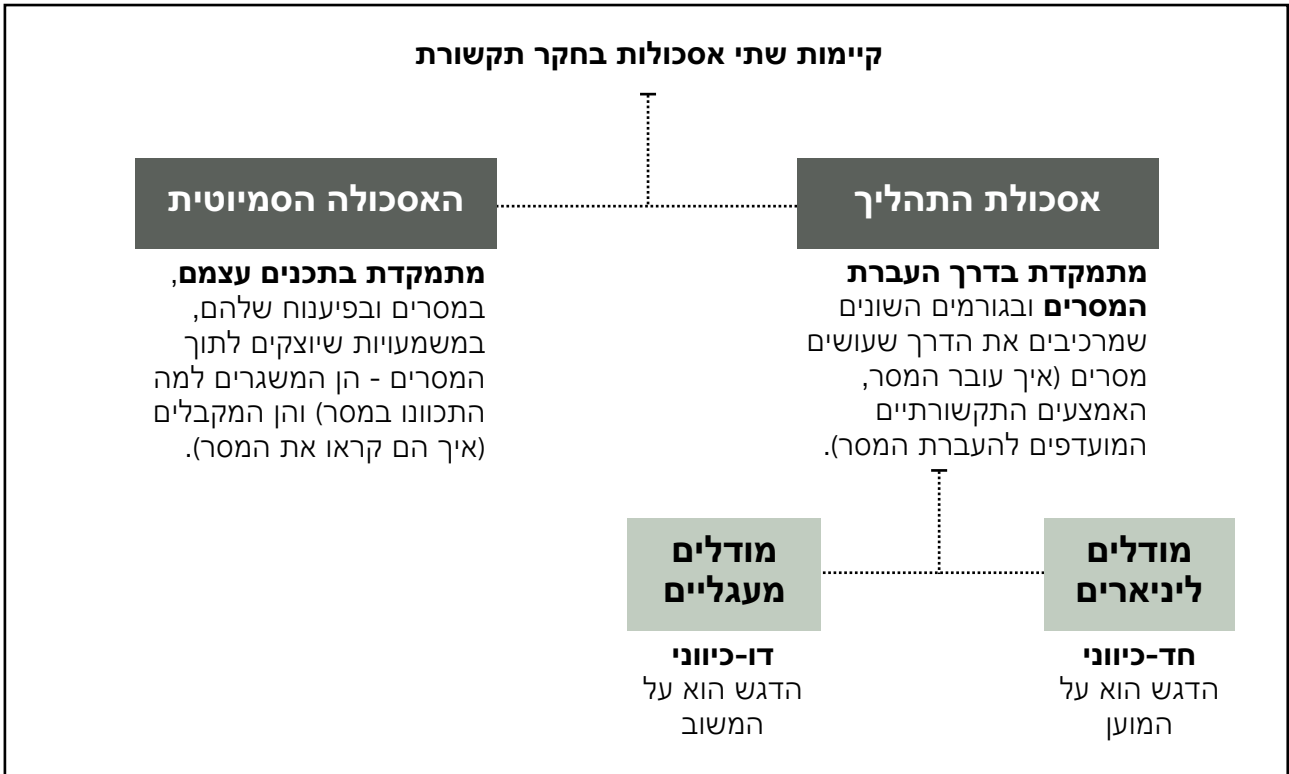
שלושת סוגי התקשורת

סוג התקשורת	המוען	אמצעי	הנמען
בין-אישית ישירה	יחיד או קבוצה קטנה	אין	יחיד או קבוצה קטנה
בין-אישית מתווכת	יחיד או קבוצה קטנה	יש	יחיד או קבוצה קטנה
המונים	ארגון או יחיד בתוך ארגון	יש	קבוצה גדולה

הבדלים במאפיינים

מאפיין	תקשורת בין-אישית	תקשורת המונים
כיצד בא לידי ביטוי המהלך התקשורתי	דו-שיח, רב-שיח, נאום ציבורי/הרצאה	קריאת עיתון, האזנה לרדיו, צפיה בטלוויזיה/בקולנוע, גלישה ברשתות
אופי האינטראקציה	דו-סיטרית, ספונטנית, משוב מייד, שליטה בתהליך	חד-סיטרית, מתוכננת ברובה, משוב לא מייד
הנמען	קטן, הומוגני, מזוהה	גדול, הטרוגני, אנונימי
המסר	גמיש בתוכן ובדרכי העברתו, כפוף למוסכמות חברתיות	פומבי, מהיר, בן חלוף, כפוף לאילוצים ארגוניים
המוען	פרט עצמאי, בלתי תלוי בארגון כלשהו, בין היתר מעביר מסרים	ארגון ממוסד, כפוף לאילוצים כלכליים וארגוניים אחרים, כל תכליתו היא העברת מסרים

אסכולות מחקריות ומודלים בתקשורת



אסכולת התהליך

התמקדות בדרך העברת המסרים ובגורמים השונים שמרכיבים את הדרך שעושים מסרים אלו (איך עובר המסר, האמצעים התקשורתיים המועדפים להעברת המסר).

מודל ליניארי:

המודל פותח על ידי **הרולד לאסוול (1948)**, שהיה המודל הראשון שניסה לתאר את פעולת התקשורת. מודל זה נהגה בהשפעת המאורעות ההיסטוריים של גרמניה הנאצית. לפי המודל, אין ביכולתו של הנמען להגיב או לבחור שלא לקבל את המסר מהמוען הכול יכול.

המודל הליניארי פועל באופן חד-כיווני. הדגש במודל זה הוא על המוען. עיקרון המודל הליניארי הוא: מי הוא המוען? איזה מסר הוא מבקש להעביר? באיזה ערוץ הוא משתמש לשם העברת המסר (טלוויזיה, עיתון, רדיו)? למי המוען מבקש לפנות (אוכלוסיית היעד)? ומה המוען רוצה להשיג בסוף התהליך, איזו השפעה/אפקט/תכלית הוא רוצה ליצור?



דוגמה למודל ליניארי

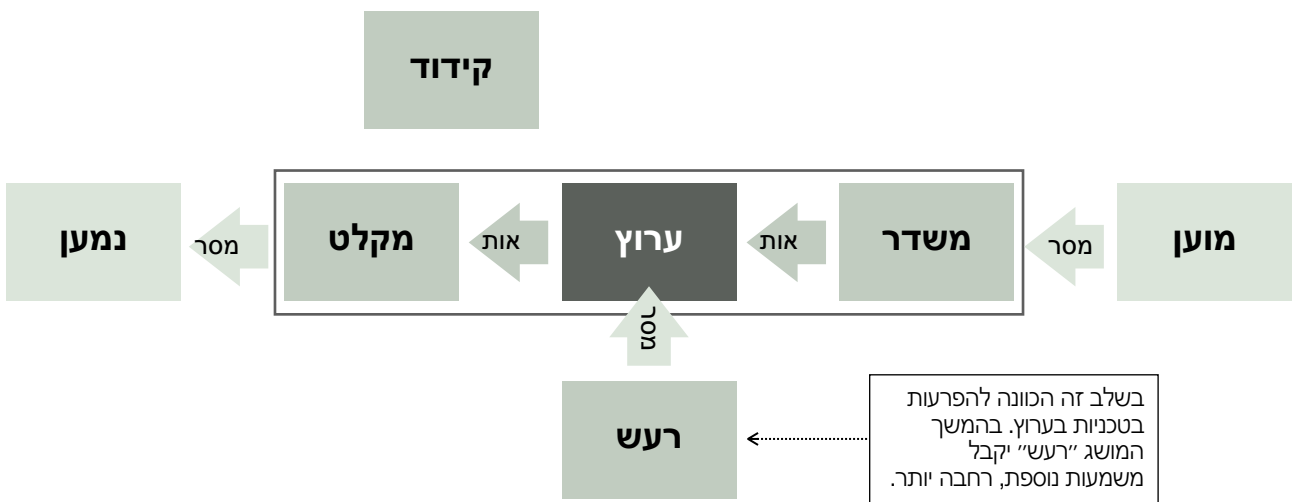


המודלים הליניאריים עפ"י שאנון ו-ויבר (1949)

כעבור שנה מאז פיתוח המודל, שאנון ו-ויבר (1949) משכללים את המודל ומוסיפים לו שני רכיבים מאוד חשובים: **קידוק ורעש**.

- **קידוד**: בהתחלה המסר נמצא במחשבה או ברעיון שנולד בראשו של המוען. לאחר מכן, צריך לתרגם או לקודד את הרעיון לסימנים ואותות, אותם ניתן לשדרם באמצעות משדר (לדוגמה מילים הנהגות בקול או מילים המועלות על הכתב). לבסוף, הנמען צריך לבצע פעולה סימטרית - לקלוט את האותות בעזרת מקלט, ולפענחם - לתרגמם בחזרה למסר.

- **רעש**: המסר יוצא בצורה מסוימת מהמוען, אך בדרך קורה משהו שגורם למסר להשתבש (הכוונה להפרעה טכנית בשידור), כך שבסוף התהליך המסר מגיע לנמען או מגיע חלקית, ולא באותה הצורה שהמוען ביקש להעבירו. רעש הוא כל גורם שעלול לשבש העברה תקינה של האותות מהמשדר למקלט. קו טלפון משובש, טעויות דפוס וכו'.



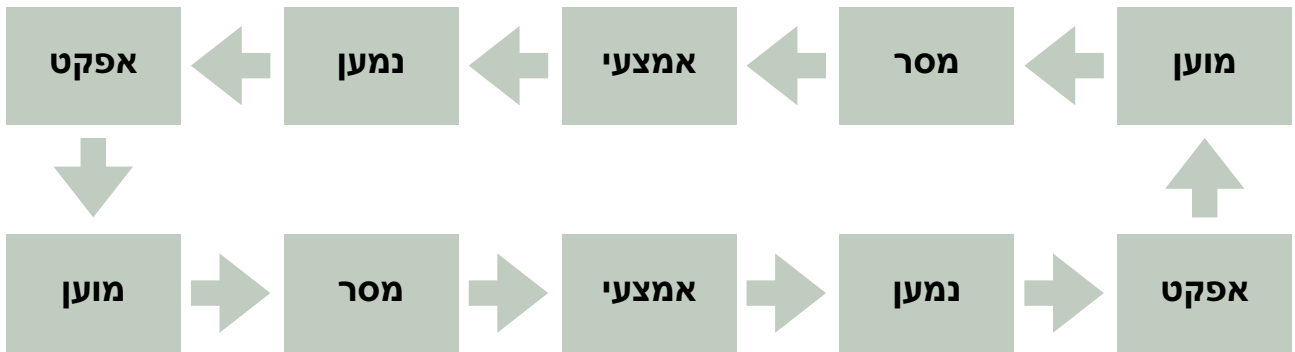
הביקורת על המודל הליניארי:

- הטענה העיקרית היא שהמודל מתעלם מהמשוב של הנמען. הנמען אינו פאסיבי ("ספוג"). הוא אינו סופג את המסר As is. המציאות מראה אחרת. ההנחה לפיה הנמען יקלוט את המסר כפי שהוא, אינה נכונה.
- מחקרים מאוחרים יותר סתרו את התפיסה הבסיסית של גירוי - תגובה. זה בהמשך לסעיף הקודם. הפרשנות והתגובה למסר יהיו שונות בין אחד לשני.
- המודלים הללו נכתבו על רקע היסטורי של טראומות מלחמות העולם (בעיקר מלחמת העולם השנייה). לא כל תהליך תקשורתי הוא מכון (מקודד), ו-ודאי שלא כל תהליכי התקשורת **מונעים מכוונת זדון**.

המודל המעגלי

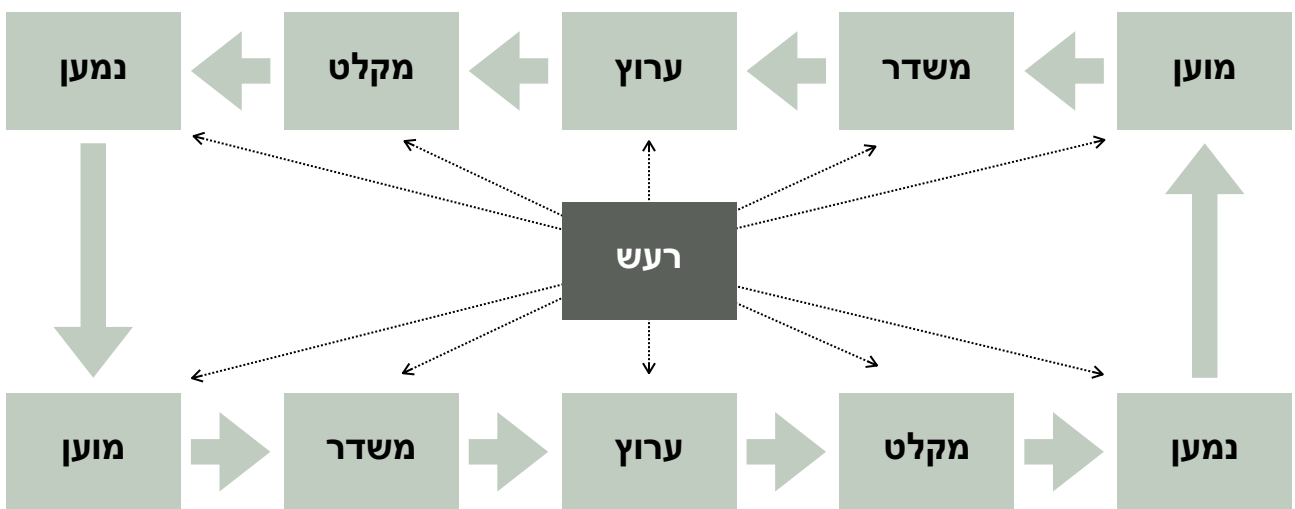
המודל המעגלי מתאר את תהליך התקשורת באופן מעגלי - ממוען המסר לנמען, ובחזרה. במודל זה המוען והנמען המקוריים שווים במעמדם וממלאים תפקיד מסוים לסירוגין. המודל מדגיש את התהליך שהמסר עובר בתהליך התקשורת - המוען המקורי מקודד מסר שעובר לנמען. הנמען מפענח את הקוד, מפרש אותו ומבין את משמעותו, ולאחר מכן מקודד מסר חדש.

תרשים של המודל המעגלי



המודל המעגלי עפ"י דה-פלר (1968)

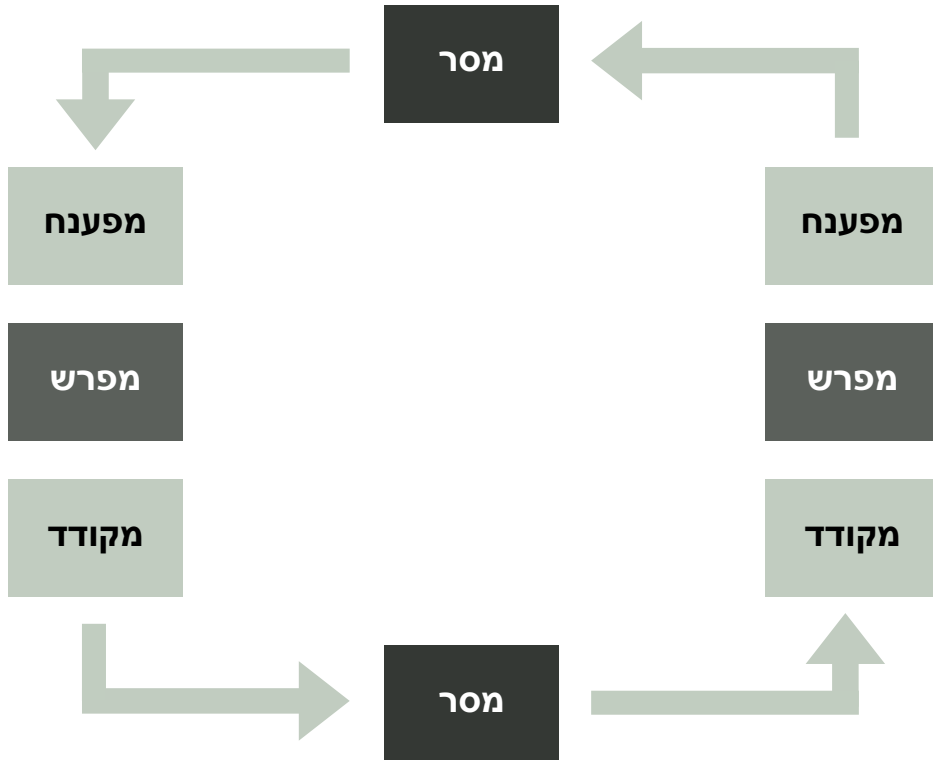
החידוש העיקרי במודל של דה-פלור, הוא שיכלול מושג ה"רעש", אשר חל על כל מרכיבי התהליך. המודל של דה-פלור למעשה מכפיל את המודל הליניארי של שאנון ו-ויבר, והופך אותו למעגל סגור באמצעות המשוב. המוען הופך לנמען, הנמען שהופך למוען וכך הלאה. זה איננו תהליך סימטרי, כיוון שהמוען משמש מקור עיקרי למסר, והמסרים של הנמען מוגדרים כמשוּב. החידוש העיקרי שהוא מוסיף הוא שכלול מושג ה"רעש" - אשר חל על כל מרכיבי התהליך.



המודל של אוסגוד ושרם (1958)

המודל מכפיל את המודל הליניארי של שאנון וויבר, והופך אותו למעגל סגור באמצעות המשוב. המוען הופך לנמען, הנמען הופך למוען וכך הלאה. זה איננו תהליך סימטרי, כיוון שהמוען משמש מקור עיקרי למסר, והמסרים של הנמען מוגדרים כמשוב. החידוש העיקרי שהוא מוסיף הוא שכלול מושג ה"רעש" - אשר חל על כל מרכיבי התהליך.

מודל זה הוסיף את רעיון ה"פירוש", כלומר המשמעות של המסר לגבי המוען והנמען. המוען המקורי מקודד מסר שעובר לנמען. הנמען מפענח את הקוד, מפרש אותו ומבין את משמעותו. ולאחר מכן מקודד מסר חדש.



האסכולה הסמיוטית

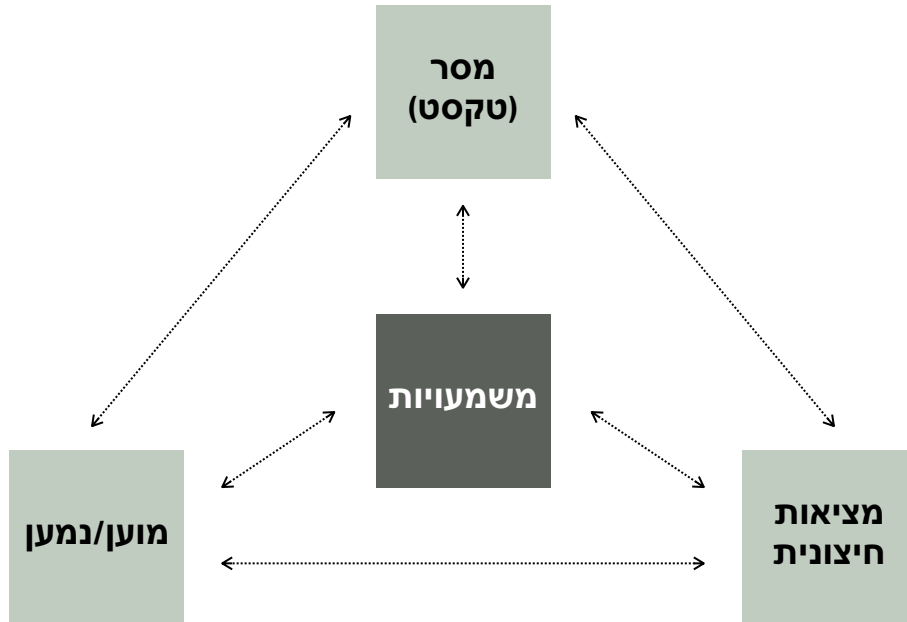
התמקדות בתכנים עצמם, במסרים ובפיענוח שלהם, במשמעויות שיוצקים לתוך המסרים - הן המשגרים (למה התכוונו במסר) והן המקבלים (איך הם קראו את המסר).

סמיוטיקה היא חקר הסימנים ומערכות סימנים. העיסוק המקורי של הסמיוטיקה התמקד בשפות טבעיות. עם הזמן הסמיוטיקה החלה לכלול מערכות סמלים נוספות כמו שפת תכנות, שפה פורמלית ומערכות סמלים (כמו קוד מורס או כתב ברייל).

סמיוולוגיה - חקר הסימנים. הסמיוולוגיה מושתתת במקורה על חקר הבלשנות והיא פותחה לכדי שיטה לניתוח ופרשנות שיטתית של כל הטקסטים הסימבוליים. הטענה היא שמערכות הסימנים מאורגנות בתוך מערכות אידיאולוגיות ותרבותיות מקיפות יותר, הקובעות בסופו של דבר את המשמעות. רכיב מפתח בסמיוולוגיה הוא הרעיון שכל סימן (בעל משמעות מכל סוג) מכיל רכיב מושגי הנושא משמעות, נוסף על הביטוי הפיזי (מילה, תמונה).

המודלים הסמיוטיים:

- על פי מודל זה, ישנה מציאות חיצונית אובייקטיבית, אך היא פחות רלוונטית. בתוך המציאות הזאת ישנו מסר שרוצה להיות מועבר. מי שיוצק לתוכו משמעויות הם מי שיצר אותו ומי שקורא אותו.
- הרכיב החשוב ביותר הן המשמעויות. הנמען מפענח את המסר מתוך מציאות חיצונית אחרת שיש לו. לכן, לעולם לא תהיה זהות מלאה בין המסר המועבר למסר הנקלט. אי הבנה של המסר יכולה לנבוע למשל, מהבדלים תרבותיים, חברתיים, אישיים.



- כל אחד רואה את המציאות בצורה אחרת, וכל אחד מפרש את הסימנים, האירועים, החוויות, בצורה שונה. הפרשנות שאנו יוצקים לתוך המסר שאנו מעבירים או מקבלים, היא השילוב בין תודעה למציאות. הפרשנות לעולם לא תתרחש בחלל ריק, אלא היא נשענת על תפיסת עולם, נסיון העבר, הבדלים תרבותיים וכו'.

$$\text{פרשנות} = \text{מציאות} + \text{תודעה}$$

הביקורת על המודלים הסמיוטיים:

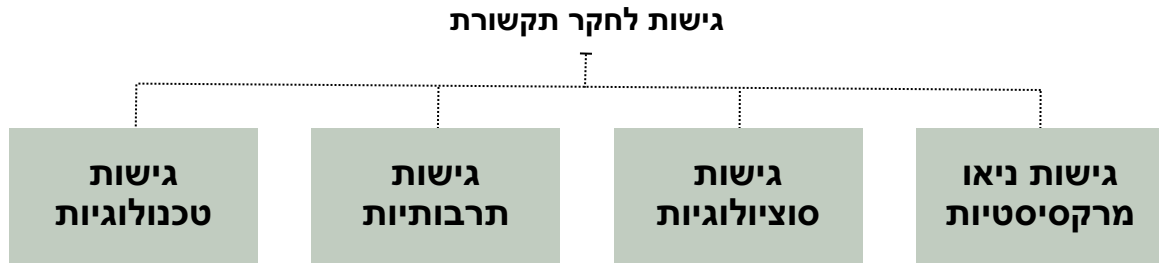
- המודלים נותנים משקל יתר לפרשנות של התכנים. המציאות עדיין קיימת ואי אפשר שכל מסר יהיה נתון לפרשנות. כלומר, ניתן משקל יתר לפרשנות ומשקל חסר לעובדות.
- המודלים הסמיוטיים נותנים משקל רב מדי לנמען ומסירים את האחריות מהמוען. הפרשנות של המסר על ידי הנמען אינה תוצאה של תפיסת עולם של הנמען בלבד, אלא גם באג'נדה שהמוען הטמיע לתוך המסר.

לסיכום היחידה:

- דיברנו על ההבחנה בין אסכולת התהליך לאסכולת הסמיוטית
- דיברנו על המודלים לתהליך התקשורת
- דיברנו על הקידוד, הפיענוח והפרשנות
- דיברנו על מושג ה"רעש".

גישות מובילות לחקר תקשורת

ניתן להתבונן על התופעה שנקראת "תקשורת" ולנתח אותה מכמה זוויות (נקודות מבט ועולמות ידע ותוכן): מזווית סוציולוגית, כלכלית, תרבותית, פוליטית, טכנולוגית. אולם, במרבית המקרים, כשנרצה לנתח את התופעה שנקראת "תקשורת", אנו נעשה זאת באמצעות שילוב של כמה זוויות.



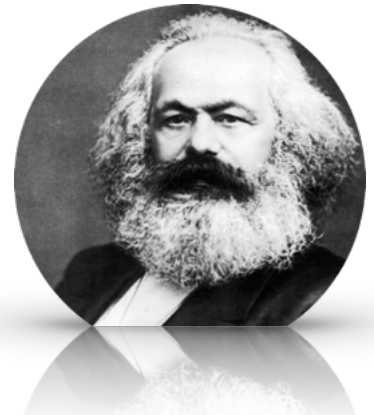
הגישה הניאו-מרקסיסטית

ניאו-מרקסיזם היא גישה הנובעת מהנחות היסוד המרקסיסטיות והן שהמסטר הקפיטליסטי מושתת על יחסי כוח וניצול, כאשר הדגש שמושם על צבירת הון, כעיקרון הכלכלי המרכזי, מעודד מציאות המושתתת על תחרות, תועלתנות ועשיית רווח על חשבון אחרים, מה שמוביל לרווחתם של בני אדם מסוימים על חשבון אחרים. שזכותם לשוויון ואושרם נפגעים תחת השיטה הקפיטליסטית. על כן רואה הגישה המרקסיסטית את תפקידה בחתירה לשינוי המציאות הפועלת תחת העקרונות הקפיטליסטיים.

קרל מרקס (1818 - 1883).

על יסודות התורה שלו נשענת הגישה הניאו-מרקסיסטית.

מרקס טען כי ישנם שני מעמדות - הבורגנות ומעמד הפועלים. הבורגנות, אשר מחזיקה באמצעי הייצור (בעצם מנהלת את הכלכלה) מנצלת את מעמד הפועלים (הפרולטריון). מרקס טען כי המצב הזה של הניצול והדיכוי, יחריף ויוביל למהפכה של הפרולטריון.



מרקסיזם וניאו-מרקסיזם (מתוך המצגת של אילי ויאיר)

עיקרי המרקסיזם פורסמו בשנת 1848 על ידי קרל מרקס ופרידריך אנגלס, במניפסט הקומוניסטי. קרל מרקס טען כי המציאות היא קונפליקטואלית, בין שני כוחות מרכזיים - מדכאים ומדוכאים. המדכאים (המעמד הבורגני) הם בעלי אמצעי הייצור והמדוכאים (מעמד הפועלים - הפרולטריון) הם אלה שאינם בעלי אמצעי הייצור. באותה תקופה הבורגנות מדכאת את הפרולטריון.

מרקס טען כי מצב זה לא יימשך לנצח ומעמד הפועלים, לכשיתאחד ויגיע למצב בו לא יוכל עוד לחיות (מעמד הפועלים לא יפסיד דבר "למעט כבליו"), ישתחרר מהתודעה הכוזבת וישנה את תנאי חייו באמצעות מהפכה שתמוטט את הסדר החברתי הקיים: במהפכה זו ישתלט מעמד הפועלים על אמצעי הייצור ויקים את החברה הסוציאליסטית, בה אין מנצלים ומנוצלים, או קניין פרטי, כסף, מדינה או משפחה.

שיטתו של מרקס הינה תאוריה אחת מבין כמה תאוריות סוציאליסטיות שהחלו לפעם באותה תקופה.

מרקסיזם ונאו מרקסיזם בפן התקשורתי

בהיבט התקשורתי הנחת המוצא היא שהתקשורת היא כלי ("לחם ושעשועים") של המעמד הבורגני לשמר את מעמדו ולייצר הנדסת תודעה אצל הפועלים שתשמר את המצב הקיים.

קרל מרקס ניסה לעגן בתאוריה את יחסי הכוחות שבין האליטה לבין העם. לפי הבנתו, כלל המשק ובכלל זה אמצעי הייצור, התקשורת, התעשייה והמסחר נשלטים בידי בעלי ההון ואלו יעשו הכל על מנת לשמור על הסטטוס הקיים ועל כוחם ושליטתם. תפיסה זו תהיה הרקע למהפכות הלאומיות שעוד יבואו ולרעיונות אידיאולוגיים נרחבים באשר לזכויות הפרט.

ניאו-מרקסיזם בישראל

דודי ורטהיים הוא הבעלים של כלי התקשורת הפופולרי בישראל: ערוץ קשת 12 וחברת החדשות שלו, ושני אתרים פופולריים: N12 ו-mako. ורטהיים הוא אחד האנשים העשירים במדינה. הבעלים של קוקה-קולה ישראל וחברות הבת שלה: מחלבת טרה, חברת נביעות ועוד (מונופול בתחום המזון). הוא מחזיק גם בנק מזרחי.

מה אתם יודעים על מה שלא משודר בחדשות 12? מעט מאוד, אם בכלל. אנחנו לא יודעים מי הרים טלפון למי, מי גנזה כתבה, מי הסבירה שזה לא מעניין, שזה לא יעבור ייעוץ משפטי, שהקהל לא יבין, שכבר מאוחר וצריך לסגור את הליין-אפ או שעדיין מוקדם מדי בשביל לעסוק בנושא כזה או אחר. נושא שבמקרה קשור לבעל הבית, או לחברים שלו, או לעסקים שלו, או לעסקים של החברים שלו. למעשה, ברוב רובם של המקרים, גם העיתונאים לא יודעים בדיוק להסביר למה ואיך.

טייקוני התקשורת בישראל מחזיקים פעמים רבות בעסקים שמזיקים לנו. כאלה שהעיתונות צריכה לתקוף ולהעיר את הציבור נגדם. כדי שהמדינה לא תטפל במשקאות ובמזון המזיק שאנשים כמו דודי ורטהיים מוכרים, צריך פשוט להוריד את הנושא מסדר היום. כלומר לא בטוח שכל שבוע ורטהיים גונז תחקירים על קוקה קולה, מספיק שעורכי המהדורות משכיחים מאיתנו את העובדה שסכרת הפכה למגפה קטלנית בישראל. כך גם בנוגע ליוקר המחיה שמשתולל בסופרים, ומשרת היטב את מונופול המזון של ורטהיים, או בנוגע לזיהום אוויר (הבעלים של רשת 13 מחזיקים בכמה מהמפעלים המזהמים בישראל).

כפי שראינו גם כיום בישראל ישנו ביסוס לטענותיו של מרקס ונראה שהתאוריה הזו לפחות בחלקה הראשון רלוונטית מתמיד.

שתי הנחות יסוד:

הטענה היא שהחברה בנויה בהכרח על קונפליקט - מעין "משיכת חבל" מתמדת בין המעמד הבורגני למעמד הפרולטריון, בה כל צד מנסה למשוך אליו משאבים, כוח ועוצמה. עפ"י מארקס, המהפכה תתרחש כאשר מעמד הפועלים יבין שאין לו כבר מה להפסיד



מתוך תיאוריית הקונפליקט הזאת נוצרות שתי הנחות יסוד:

- מערכות פוליטיות בנויות כך שהן מבקשות להגביל או לווסת עוצמה של מוסדות בחברה.
 - הניסיון לוויתור לעולם אינו סטטי. הוא דינמי ומתמשך. הוא משתנה ותלוי נסיבות.
- *אנו נפגוש את הנחות היסוד הללו בהקשרים אחרים בהמשך.

בבסיס היחסים בחברה האנושית מצויים קונפליקט ומאבק על משאבים ועוצמה

דוגמאות להתנגשויות בין צדדים בפן התקשורתי:

- רשויות התקשורת **מול** הכנסת
- רשויות התקשורת **מול** בית המשפט
- הממשלה + רשויות התקשורת **מול** בית המשפט

התקשורת היא עוד מוסד חברתי בשירות המעמד השליט

המעמד השליט (הבורגני) משתמש בתקשורת כפי שהוא משתמש ביתר המוסדות - בתי המשפט, המוסדות הכלכליים, הצבא. כלומר, התקשורת היא עוד גוף ש"מתיישר" לפי הצרכים של המעמד השליט.

המעמד השליט רוצה לשלוט

המעמד השליט מעונין במינימום טלטלות ובשימור המצב הקיים, ולתקשורת יש כאן תפקיד חשוב וקריטי.

תפקיד התקשורת בשימור המצב הקיים

"תן להם לחם ושעשועים והם לעולם לא ימרדו"
דקימוס יוניוס

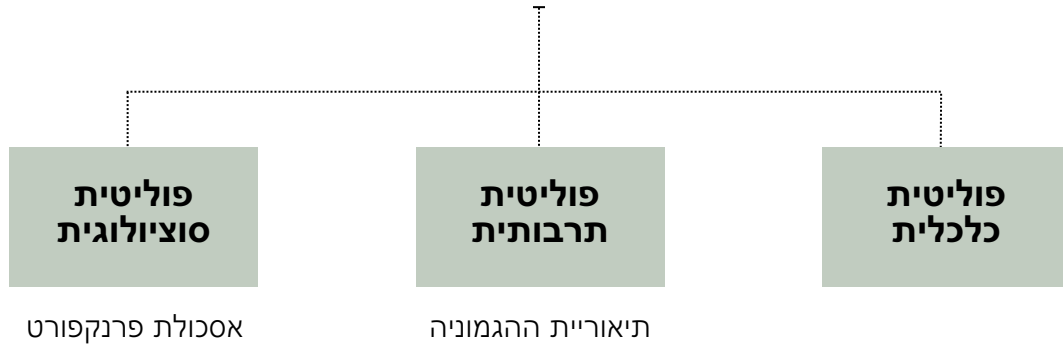
התקשורת מרדימה את התודעה של ההמון בעזרת "לחם ושעשועים" (הסחות ויצירת תחושת שובע) וכך משמרת את המצב הקיים. דוגמה ל"לחם ושעשועים" של ימינו הן תכניות הריאליטי ("חתונה ממבט ראשון", "המירוץ למליון", "הזמר במסכה", וכו').

כשהאזרחים מוצאים עצמם מרותקים לתכניות ריאליטי או שעשועונים בטלוויזיה, התודעה שלהם מורדמת, והדבר האחרון שמעניין אותם זה לצאת לרחובות, להלחם על הזכויות שלהם.

התקשורת מציגה תמונת עולם שתואמת את האינטרסים והאידיאולוגיה של המעמד השליט

כלומר, לא זו בלבד שהתקשורת מרדימה לנו את החושים, היא אף יוצרת מצג שווא לפיו הקפיטליזם הוא תכלית כל הטוב, לפיו השאיפה לקפיטל (לכסף ולמשאבים) היא יומרה טובה ונכונה, שמקדמות אותנו לכדי שיגשוג.

3 תיאוריות נאו-מרקסיסטיות בהקשרים של תקשורת



התיאוריה הפוליטית כלכלית

לפי תיאוריה זו, ההגיון הכלכלי והאינטרסים של בעלי ההון הם שמכתיבים את התנהגות אמצעי התקשורת והתכנים שמועברים בהם.

המודל הכלכלי באמצעי התקשורת:

1. הזכיינית מעלה תכניות טלוויזיה
2. הוועדה הישראלית למידרוג מודדת את הצפייה (רייטינג)
3. הזכיינית מתמחרת פרסומות בתכניות הללו, בהתאם לרייטינג.
4. המפרסמים בוחרים מה לפרסם ובאילו תכניות.

אנחנו המוצר:

רכיב אחד עיקרי נעלם מהמודל הזה, והוא אנחנו הצופים. אנחנו למעשה הוא המוצר שהזכייניות מוכרות למפרסמים.

שם המשחק הוא "כסף":

מי שיש לו יותר כסף, הוא זה שישלוט בתשומת הלב שלנו. הוא זה שירדים אותנו.

פרשת עובדה וישראייר (מתוך המצגת של נועה ומאיה)

הרקע לפרשה: בתאריך 06 ביולי 2005, מטוס חברת ישראייר כמעט והתנגש במטוס מטען על מסלול ההמראה של שדה התעופה JFK בניו-יורק.

טיוח המקרה ושיבוש החקירה: בתאריך 03 בנובמבר 2005, נחשפו ממצאים אשר מעידים על נסיונות חברת ישראייר להסתרת המקרה. הטייס שימש כקצין ראשון בטיסה, סיפר שבכירים בחברה לחצו עליו לשנות את גרסתו. בתכנית "עובדה" עמלו על שידור פרק בנושא.

בעקבות חשיפת הטיוח: אולם, טרם שידור התחקיר בעובדה, נסיון הטיוח נחשף בעיתון ידיעות אחרונות והעמיד בסימן שאלה את שידור הפרק בתכנית עובדה.

דחיית שידור התחקיר בעובדה: במקביל, חברת קשת קיבלה מכתב איום מישראייר. עקב כך נכנע מנכ"ל קשת והחליט לדחות את שידור התחקיר, מה שהוביל להתפטרות של חברי נערכת עובדה (שבהמשך חזרו בהם). בעלי חברת קשת, דוד ורטהיים, כתב: "אנו רוצים לזכות ברייטינג גבוה, לרתק צופים בתכניות בידור, אבל בלי כותרות מרעישות וסנסציה".

הביקורת: החלטת מנכ"ל קשת "להיכנע" לדרישות חברת ישראייר גררה ביקורות רבות מצד גורמים רבים בתקשורת. מועצת הרשות השניה טענה שאילנה דיין נכנעה לתכתיב בעלי קשת, אשר להם אינטרסים כלכליים עם ישראייר. מ"מ נשיא מועצת העיתונות טענה כי הפן הכלכלי הוא שהכריע לא לשדר את התחקיר במועד שנקבע.

שידור התחקיר: שבועיים לאחר המועד המתוכנן, שודר בסופו של דבר תחקיר עובדה בעניין אירוע הטיוח בחברת ישראייר.

דוגמה נוספת למצב בו האינטרסים הכלכליים מכתיבים את התכנים באמצעי התקשורת, היא המחאה החברתית של שנת 2011, מחאה שהחלה מעל דפי הפייסבוק. גולש פתח דף פייסבוק במחאה על מחירי הקוטג'. תחילה היו בדף 32 חברים. למחרת, בעקבות פרסום באתר ynet, הדף כבר הכיל 7,000 חברים. יומיים לאחר מכן, בעקבות כתבה ב TheMarker, היו לדף 7,000 חברים. מרגע זה החלו להצטרף אליו 2,000 גולשים מדי שעה. בשלב זה כבר לא ניתן היה לעצור את כדור השלג. גם כלי התקשורת האחרים החלו להביע עניין במחאה. שבועיים מפתיחת הדף רשתות השחוק החלו להוריד מחירים. תחילה היה זה סיפור על תנועה אותנטית עממית, ללא כל שיוך פוליטי. אבל מהר מאוד גילתה התקשורת שהיא עצמה במצוקה, כאשר החשיפה המאסיבית פגעה ברווחי המפרסמים הגדולים, מה שהביא לשפל עמוק בהזמנת פרסומות בטלוויזיה. עקב כך אמצעי התקשורת שינו כיוון והחלו לסקר את הפן הלא מחמיא של המחאה. הם אף הקטינו באופן משמעותי את ההערכות שלהם בנוגע לכמות המוחים (ממאות אלפים לאלפים בודדים), וכך כיבו את אש המחאה והחזירו לידיהם של בעלי ההון את השליטה.

התיאוריה הפוליטית - תרבותית (תיאוריית ההגמוניה)

הגמוניה היא שלטון מוחלט בחברה המצוי בידיה של קבוצה חברתית מסוימת, שהשיגה אותו תוך שיתופי פעולה בין השליטים החומריים של החברה, לבין השליטים הרעיוניים. הגמוניה היא היכולת להכתיב את החוקים ואת ההסדרים שלפיהם מתקיימים יחסים פוליטיים וכלכליים, או לפחות לשלוט בהם.

הגמוניה בתקשורת: ערכיו של המעמד השליט בחברה וכן האידאולוגיה השלטת מועברים לציבור באמצעות מנגנון שליטה לא כוחני של חשיפה לתכנים תקשורתיים מתוך בחירה. הקהל צורך תכנים אלו מרצון, ולכן הללו נתפסים כמובנים מאליהם, והצופים סוברים שכך החברה אמורה להיראות. הציבור מאמץ מרצון את האידאולוגיה, סמלי הסטטוס וסגנון החיים של המעמד השליט כפי שהם מוצגים בתקשורת. האליטה למעשה איננה צריכה לכפות את שלטונה בכוח הזרוע, אלא באמצעות הטמעת ערכים בחברה.

התיאוריה ההגמונית: ממציא הגישה היה אנטוניו גרמשי עיתונאי וחבר פרלמנט איטלקי. גרמשי הסתובב במפעלים וניסה לארגן מהפיכה, אך לא הבין למה הפועלים אומרים "זה מה יש" ולא מנסים להתארגן.

התיאוריה הפוליטית - סוציולוגית (אסכולת פרנקפורט)

תיאוריה המבקשת לחשוף את המניפולציה של **אשליית השוויון** שיוצר המעמד השליט דרך התקשורת, בשימור המצב הקיים ומניעת המהפכה. התיאוריה התמקדה בהשפעת התקשורת כשומרת על ההרמוניה בחברה ומגייסת את **התרבות המשועתקת**, ובכך יוצרת את אשליית השוויון ו**תודעה כוזבת**. אנו כצופים **מסוממים** לחוש שאנו שווי ערך ושיש באמת שיוון מעמדות.

אשליית השוויון: מסייעת למעמד השליט ללכד באופן מלאכותי את כל שכבות החברה, באמצעות סיפוק מוצרי תרבות הפונים אל המכנה המשותף הנמוך ביותר. כך חש האדם שווה מעמד, היות והוא סבור שיש לו גישה גם לתכנים התרבותיים הגבוהים.

תרבות משועתקת: כינוי למצב המאפשר להציג העתקים של המקור במנותק ממנו ובמקומות שאליהם לא היה מגיע האדם לחוות ולראות אותם. מה שהופך את היצירה למוצר צריכה. לדוגמא: שידור סדרת קונצרטנים בטלוויזיה. במקום שאדם ילך לקונצרט לצפות ביצירות הן מגיעות אליו הביתה.

תודעה כוזבת: יצירת אשליית שוויון מעמדית הגורמת לציבור לחוש שווה מעמד לכל, ובעצם לא לדעת את מעמדו האמיתי. כאשר אדם לא מודע למעמדו, הוא לא יחוש שום צורך לחולל מהפכה, וכך יישמר המעמד השליט והאידאולוגיה שלו.

סימום: חשיפה מרובה לתכנים של התקשורת שמקשה את חושינו של הצופה הממוצע ולא מעוררת אותו לפעילות. אנשים צורכים מדיה, מודעים למתרחש בעולם, דנים בנושאים הבווערים וכך נוצרת בקרבם תחושה כי הם פועלים למען העניין, בעוד הם לא עושים דבר.

האדם החד מימדי

"האדם החד מימדי" הוא מושג שטבע הרברט מרקוזה, פילוסוף וחוקר תרבות ב-1966 בספר בשם זה. על פי מרקוזה, אנחנו חיים למעשה בשני מימדים מרכזיים של קיום. מימד אחד הוא המימד האובייקטיבי-חברתי, מימד שבו אנו נמדדים כל הזמן אל מול הגדרות ותיוגים כמו המראה שלנו, היכולת שלנו, העיסוק שלנו, המעמד שלנו ועוד ועוד סרגלים בהם אנו נמדדים. המימד השני היא המימד הסובייקטיבי של כיצד אנו חווים את העולם ומהי התחושה היחודית שלנו את הדברים.

הסכנה עליה הצביע מרקוזה במושג "האדם החד מימדי" היא שאם לא נהיה במגע עם הפנימיות העמוקה שלנו, הרי שנחיייה את חיינו 'מבחוץ', על פי ההגדרות החיצוניות סביבנו. החיים שנחיייה אז יהיו חיים שאינם אותנטיים. את האמת על מי שאנחנו ומה שקורה בעולם סביבנו נקבל מהחדשות, העיתונים, הפוליטיקאים, נחפש את האמת שלנו בחוץ, ובעיקר נחפש אישורים ותוקף למי שאנחנו בחברה שסביבנו ולא בתוכנו פנימה.

לפי מרקוזה, במצב זה נחיייה את חיינו באופן שטוח על גבי מימד אחד, מימד הממד החברתי. הממד החברתי, חשוב לזכור, הוא אינו באמת מדד אובייקטיבי. זהו מדד שמורכב מסובייקטיבים בעלי עוצמה בחברה שמייסדים ומתחזקים כל יום מחדש את הממד החברתי. הממד הזה הוא שקובע עבורנו מה 'טוב' ומה 'רע', מה 'נחשב' ומה 'לא', מה 'צרני' ומה 'לא', מה יפה ומה מכוער ועוד ועוד.

מעצבי הממד החברתי מתנהלים בדומה למעצבי אופנה שקובעים כל עונה אילו בגדים נלבש, באילו צבעים ובאיזו גזרה. 'קובעי המדדים' הללו יכולים להקרא בשמות שונים כמו משפיענים, אנשי תקשורת, אקטיביסטים חברתיים, פוליטיקאים, שופטים, אנשי הון ומבקרי אמנות. היהו הסיבמולי' שמחזיקים סוכני תרבות אלו הוא שמאפשר להם להפוך את הסובייקטיביות שלהם לרשת החברתית שמבעדה אנו היחידים מתבוננים על חיינו ועל עצמנו, על פי האופנות והערכים שסוכני תרבות אלו מעצבים ומתחזקים עבורנו, כאמור כל יום מחדש.

חברה בריאה היא כזו שבה כל החברים בה שותפים לאופן בו מתעצבים הערכים על פיהם נמדדים האינדיווידואלים שלה. במצב כזה הפסיפס הערכי החברתי הוא רחב ומגוון ונותן ביטוי לכל חברי הקהילה השותפים לפסיפס הזה שנקרא 'החברה'.

התקשורת היא מפעל המייצר תכנים רדודים שמובילים את ההמון לפסיביות, באמצעות הפיכתם לקהל שבע ומרוצה

האדם מצוי באשליה של אושר בשל מיצוי צרכיו הפיזיים והתרבותיים. הוא נמצא בתודעה כוזבת של שוויוניות ועל כן לא מתקומם על הניצול והעוול - לתקשורת יש תפקיד מכריע בעניין זה.

הביקורת על שלוש האסכולות

סנוביזם אליטיסטי: החשש שעולה מן האסכולות הוא שתרבות ההמונים תפגע בתרבות האליטה במעטה של דאגה מפני מניפולציה זדונית של הבורגנות השלטת.

סתירה פנימית: דווקא מי שטוענים נגד סירוב הקפיטליסטים להתחלק ברכושם, אינם מעוניינים לחלק את נכסי הרוח עם הציבור הרחב.

הגישה הסוציולוגית

עד כה התמקדנו במודלים בתקשורת. כעת נתמקד לרגע במילה "המונים".

תיאוריית חברת ההמון:

המאה ה-20 נחשבת לנקודת ציון חשובה ביחס למושג "המון". עד סוף המאה ה-19 תפיסת ה"המון" היתה שלילית. ההמון נתפס כאספסוף פרוע. החל מתחילת המאה ה-20 ובהדרגה, ה"המון" מתחיל לאיים על האליטה. הוא מתחיל לבקש ליטול לעצמו כוח והשפעה שהיו שמורים עד אז למיעוט - לאלו שחשו מאויימים מהמצב החדש.

ביטויים שהיו שגורים ואשר ביטאו את הבוז שרכשו האליטות להמון: "ריבונותו של הבלתי מוכשר", "גאוות הברברים", "מהפכת ההמונים".

סיפורה של מרי-אן:

השנה היא 1904. לפני חודשיים עברה מרי-אן לניו-יורק הגדולה. מרחק שנות אור מהעיירה הקטנה שבה גדלה. לא רחוק מניו-ג'רזי. את עבודתה בעיירה הקטנה כתופרת לצד אימה וסבתה, שעסקו אף הן בעבודת התפירה, המירה מרי-אן בעבודה במפעל נעליים. כאשר מכונות התפירה במפעל החרישו אזניים, מרי-אן היתה משוכנעת שהמכונות עושות את הרעש רק כדי להרגיזה, כדי ללעוג למכונה הקטנה והפשוטה שבה תפרה שמלות רבות כל כך בעסק המשפחתי הקטן. המכונות הרבות הדגימו עבודת תפירה מופתית, שיטתית. בדקדקנות אכזרית חברה סולית נעל אל הבד וחוזר חלילה, סוליות סוליות. עם כל תנועה מדויקת של המכונות החדשות חשה מרי-אן צריבה חדה של עלבון של שנים על שנים של מסורת משפחתית של תופרות, כמה ידעו תושבי העיירה ובמיוחד תושבותיה, להעריך את תפירתן המדויקת של משפחתה. כמה היה חסר לה הביקור בימי ראשון בכנסייה, כשראתה את השמלות של כל נשות העיירה, שמלות שנפתרו על ידה ועל ידי אימה, בעמל רב, אל תוך הלילות ועד לבואו של יום חדש. מרי-אן התבוננה סביבה, ראתה הרבה נשים במפעל התזזיתי. חלקן היה מבוגר ממנה, חלקן הן בנות גילה. למרות שכבר חודשיים ימים שהיא פוקדת את מפעל הנעליים, אך בקושי הכירה אותן. היא ידעה מה השם הפרטי של מקצתן ומה תפקידן במפעל. יותר מזה לא. בתום יום נוסף במפעל חיפשה מרי-אן כל הדרך הביתה עוגן אנושי יציב אחד ובלתי מנוכר, רגע קטן שיחזיר אותה אל תחושה חמימה שאפפה את ילדותה ונעוריה, רגע ששייב אותה אל העיירה שבה כולם ברכו אלה את אלה לשלום. אך לא עלה בידה. היא עלתה בכבודות לדירתה הקטנה שבקומה השניה, סובבה את מנעול דלת הבית, התיישבה על הספה והדליקה את מקלט הרדיו.

דרך הסיפור של מרי-אן ניתן להמחיש מה קרה לאדם היחיד בתהליך של במודרניזציה. הטענה היא שהאדם הפך למשהו מאוד מאוד מבודד.

יש המדברים על **גירעון החברה** - אטומיזציה. האדם הופך יותר ויותר מבודד. החברה הופכת להרבה "אטומים" קטנים העומדים לבד, ומתרחשת התפוררות קהילתיות מחברה שיבטית לחברה אינדיבידואליסטית.

המאפיינים של המודרניזציה:

תיעוש: מיכון וטכנולוגיה המאפשרים ייצור המוני והפצה לאיזורים מרוחקים יותר.

עיר: היווצרות של מרכזים עירוניים גדולים והקמת מוסדות פיננסיים ומנגנונים בירוקרטיים, שלמעמד הבינוני והבורגנות, היה חלק משמעותי בה.

חילון: ירידת קרנה של הנצרות, הכנסיה ואנשי הכמורה.

השכלה ומדע: ידיעת קרוא וכתוב, וחינוך כחלק מזכויות אזרחיות בסיסיות.

צנטרליזציה: סמכויות השלטון עברו מדרגים דתיים לאזרחי המדינה ומוסדותיה.

דמוקרטיזציה: תהליך מעבר למשטר דמוקרטי.

במהלך המאה ה-20 אנו רואים מעבר המורכב מ-6 המאפיינים שדיברנו עליהם, מקהילה מסורתית ושבטית לחברת המון מנוכרת - ניכור של האדם היחיד.

לתוך החברה המודרנית מתחילים להיכנס משטרים אפלים, כמו היטלר (ימח שמו וזיכרו) וסטאלין. בעקבות המתרחש במדינות טוטליטריות ובעיקר ברוסיה ובגרמניה, מתפשטת ההבנה שכדאי ורצוי לבזר (לפזר) את הכוח ושתהיה גישה נוחה לרבים אל ההכרעה הפוליטית, במיוחד במצב שבו הפרט מבודד וניתן לעשות עליו מניפולציות. משמע, זה די מסוכן שמצד אחד יש צנטרליזציה, בה מנהיגים לוקחים את המושכות ומובילים את המדינה ואזרחיה, אולם מהצד השני האדם הוא מנוכר, הוא לבד עם עצמו, ללא התמיכה שהיתה לו בעבר.

איך כל זה מתקשר לתקשורת?

מה הקשר בין "חברת ההמון" ל"תקשורת המונים"?

ברגע שהחברה השיבטית הלכה ונעלמה, נחלשו גם מנגנוני התיווך המסורתיים (המנהיג המקומי), נחלשה והתמעטה גם התקשורת שבתוך הגרעין המשפחתי הקטן, העזרה ההדדית, החינוך - לתוך הוואקום הזה נכנסה תקשורת המונים.

עקב כך נוצרה תפיסה פאסימית על תפקידה של התקשורת. הטענה היתה שבתוך הוואקום שנוצר, נכנסה התקשורת בכל הכח והחלה להפעיל על הפרט את כל המניפולציות הזדוניות (גישה שהיתה קיצונית במיוחד בתקופת המשטרים האפלים).

ג'ורג' אורוול: "אמירת אמת בימים של הונאה אוניברסלית היא מעשה מהפכני". אורוול אמר זאת בתקופת המשטרים הטוטליטריים. הוא כיוון לכך שקל מאוד להפעיל מניפולציות מאוד קשות על האדם כשהוא מבודד ומנוכר ובמיוחד כשהוא מחפש עוגנים.

התיאוריה המבנית תפקודית (הפונקציונליסטית)

התיאוריה המבנית תפקודית יונקת את הרעיונות שלה מההפונקציונליזם, ובאה כביקורת על התפיסה הניאו-מרקסיסטית. התיאוריה הפונקציונליסטית לא מסבירה רק את התקשורת, אלא את מכלול החיים בחברה הקפיטליסטית המערבית. ראשיתה במאה ה-19, אך היא מתחילה לצמוח בשנות ה-30 ו-40 של המאה ה-20. התיאוריה הזאת רואה בתקשורת דווקא גורם חיובי בחייו של האדם המבודד והמנוכר בחברה הקפיטליסטית. הריי מישוהו צריך לתווך לאדם המנוכר את המציאות, כדי שיוכל למצוא את דרכו בנבכי המודרניזציה. לכן המבט כאן הוא דווקא מבט חיובי ואופטימי על המנגנונים בחברה. הם דווקא נותנים מענה חשוב וחינוכי לצרכים השונים של האדם.



התיאוריה הפונקציונליסטית

האדם מנוכר והתקשורת באה לעזרתו. היא ממלאת את צרכיו.



תיאוריית חברת ההמון

האדם מנוכר והתקשורת הזדונית מנצלת זאת באמצעות מניפולציות.

ההבחנה בין תפקיד לתיפקוד

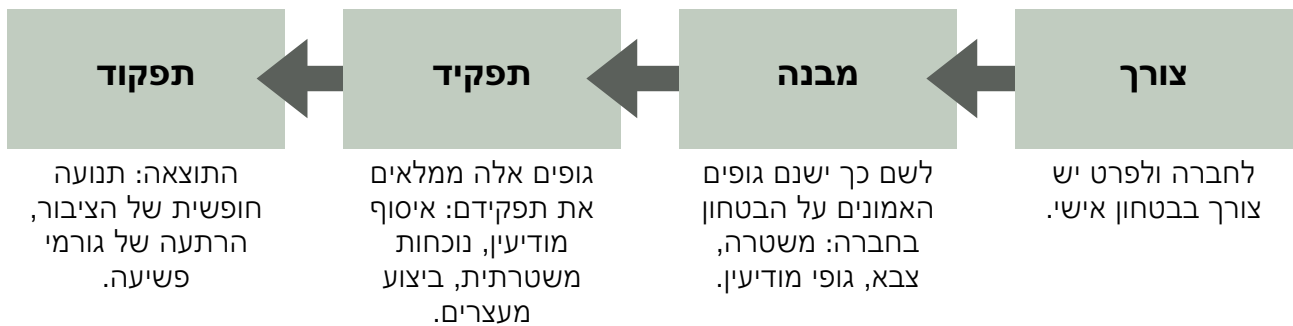
על מנת להבין את התיאוריה המבנית פונקציונאלית (תפקודית), אנו צריכים להבחין בין שני מושגים:

- **תפקיד (Role):** מכלול הפעולות שנעשות למילוי צורך כלשהו בחברה.

- **תפקוד (Function):** השלכה/תוצאה הנובעת ממילוי התפקיד.

לחברה יש מגוון צרכים. לשם מילוי צרכים אלו קיימים מבנים חברתיים (גופים ממשלתיים, אזרחיים, כלכליים). גופים אלו ממלאים איזשהו תפקיד, ומהתפקיד הזה נובעות השלכות, תוצאות, פונקציות.

לדוגמה



התיאוריה המבנית תפקודית בהקשר של התקשורת

לחברה ולפרט יש צורך להיות מעודכנים, לאסקפיזם.

תפקידי התקשורת הם:

- סיקור סביבה
- תיאום/קישור
- המשכיות
- בידור
- גיוס

סיקור הסביבה: תיווך המציאות לפרט. איסוף והפצה של מידע על אירועים, התרחשויות ואנשים. אולי התפקיד החשוב ביותר של התקשורת. האדם יכול למוד על המציאות סביבו דרך התקשורת.

תיאום קישור: הכנסה לתוך הקשר. הענקת פרשנויות לאירועים המדווחים. יש כאלו הטוענים כי התקשורת נותנת משקל יתר לפרשנות לאירועים על פני סיקורם. הפרשנות השתלטה על הפרשנות שאמורה היתה להיות בלב הסיקור התקשורת.

המשכיות: אמצעי התקשורת משמשים סוכני חיברות להעברה בין דורית של מורשת, סמלי תרבות וערכים (ימיי זיכרון, סרטים היסטוריים, 50 שנים ל... וכו'). לאמצעי התקשורת יש תרומה לקולקטיביזם ולמורשת החברתית.

בידור: נועד להנאה, להפגת מתחים, לאסקפיזם. בידור לא בהכרח נועד לשעשוע (צחוק), אלא שיש כאן רכיב של הנאה.

גיוס: קידום וטיפול אינטרסים לאומיים, בעיקר בעתות משבר, הנעה לפעולה (מנהיג שמצטלם כשהוא מקבל חיסון, ערב גיוס תרומות לעמותה, קריאה להצביע).

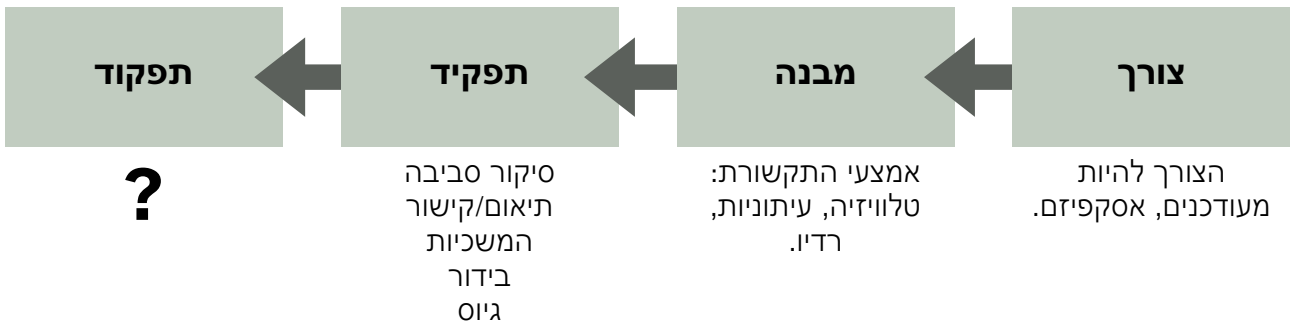
אינפוטיינמנט:

בבתחום תקשורת המונים, המונח אינפוטיינמנט מתייחס באופן ביקורתי לתופעה של הטיית התוכן במהדורות החדשות לכיוון בידורי.

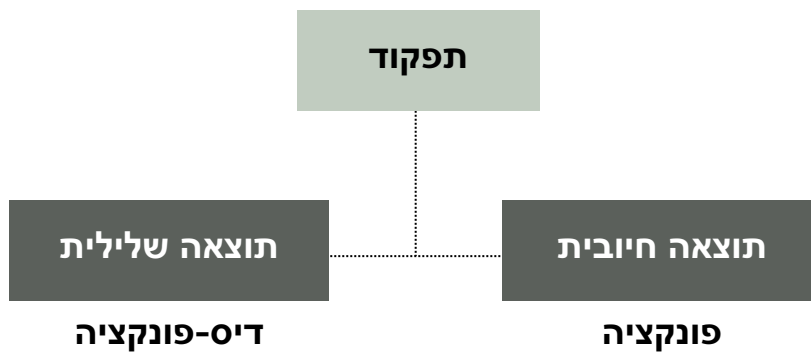
גם תקשורת המונים הפרטית-מסחרית, מנגד, אינה חופשייה מהטיות, שהעיקרית שבהן היא ההטייה להעדפת תוכן שיבדר וישעשע את צרכני התקשורת. בערוצי תקשורת שקיומם תלוי בהכנסות מפרסום, קיים לחץ על מערכות החדשות לספק מידע שצפוי להגביר את אחוזי הצפייה ומכאן את החשיפה לפרסומות. על מנת להשיג נתוני מדרוג ("רייטינג") גבוהים יותר, אמצעי תקשורת רבים בוחרים להציג במהדורות החדשות את ה"מעניין" על פני ה"חשוב", את מה שיתפוס את הרגשות ותשומת הלב של מירב הקוראים או הצופים על פני מה שסייע להם להכיר ולהבין את המציאות בה הם חיים, על מורכבותה. דוגמה לכך בעיתונות הכתובה היא הצהובונים, המאופיינים בכותרות ענק ובתמונות רבות, המגרות ומעצימות יצרים של מציצנות, רכילות זולה ופחדים קולקטיביים. אלו חדשות שמטרתן האמיתית היא לבדר.

במקביל לאופי הבידורי שמקבלות תוכניות החדשות, תוכניות בידור וסאטירה מרכזיות מקבלות צביון "חדשותי" (כדוגמת "החרצופים" ו"ארץ נהדרת"). הדברים מגיעים לידי כך, שהחשיפה התקשורתית לה זכות הדמויות הסאטיריות של פוליטיקאים ואישי ציבור היא לעיתים גדולה יותר מהחשיפה לה זכות דמויותיהם האמיתיות.

עד כה דיברנו על התפקיד של התקשורת. כעת נדבר על התפקוד של התקשורת (השלכה/תוצאה הנובעת ממילוי התפקיד).



כאמור, התפקוד הוא ההשלכה, התוצאה הנובעת ממילוי התפקיד. משמע, התוצאה יכולה להיות חיובית או שלילית.



לדוגמה: דיווח על הערכות של מערכת הבריאות בעקבות התפרצות מחלה חדשה, יכול לגרום לשתי תוצאות:

- **פונקציה** (תוצאה חיובית): יש בינינו שיהיו רגועים מהידיעה שמערכת הבריאות מטפלת בעניינים.

- **דיס-פונקציה** (תוצאה שלילית): יש בינינו שדווקא הסיקור יכניס אותם לחרדה.

לעתים התקשורת יכולה לגרום לתוצאה מסוימת, מבלי שהתכוונה לכך. לכן, פונקציה או דיס-פונקציה תלויות בדרך בה הצופים מפרש את המסרים.

פונקציה ודיס-פונקציה במכלול תפקידי התקשורת

סיקור הסביבה (אספקת ידע על המתרחש)

פונקציה	דיס-פונקציה
הפחתת אי הוודאות	זריעת בהלה
הטמעת נורמות מוסריות חברתיות	סיוע ליריבים במידע בטחוני רגיש
שמירה על ערכיה של החברה הדמוקרטית	אשליה של מעורבות קהילתית וחברתית ממשית
אמפתיה כלפי זולתנו	אדישות ואפטיה שנובעת מהצפה במידע

תיאום/קישור (הקשר, פרשנות למתרחש)

פונקציה	דיס-פונקציה
הפחתת אי הוודאות	קונפורמיזם וחוסר ביקורת. "מאכילים" אותנו בפרשנות לאירועים
מניעת בהלה והרגעה	אשליה של מעורבות ושל פעילות קהילתית וחברתית ממשית
סיוע בעיכול החדשות	חוסר הבחנה בין הפרשנות לעובדות
יציבות שלטונית	

המשכיות (עוגני הזדהות תרבותיים וחיברות)

פונקציה	דיס-פונקציה
הפחתת האנומיה - כללי מוסר בסיסיים	סטנדרטיזציה, טשטוש הפלורליזם
לכידות חברתית ותרבותית - מדורת השבט	היעדר ביטוי לקבוצות חלשות בחברה

בידור

פונקציה	דיס-פונקציה
הנאה ושעשוע	הסחת דעת (אסקפיזם)
הפגת מתחים	הרדמת התודעה החברתית והחוש הביקורתי
	רידוד התרבות

גיוס (הנעה לתמיכה או לפעולה)

פונקציה	דיס-פונקציה
יוצר אמפתיה ואקטיביות בקרב אנשים	צמצום הפלורליזם ופגיעה בו
תורם ללכידות חברתית	ניצול שלילי על ידי אליטות/הממסד
	הרדמת החוש הביקורתי

התלכדות סביב הדגל (מהמצגת של נועם ורון)

הגדרה: אפקט ה"התלכדות סביב הדגל" הוא מושג המשמש במדעי המדינה וביחסים הבינלאומיים שמטרתו היא להסביר את התמיכה של העם אשר גוברת לטווח זמן קצר בממשלה או במנהיגים פוליטיים של המדינה בתקופת משבר או מלחמה בינלאומית

תפקידה של התקשורת במשבר ובשגרה

במשבר	בשגרה
"בשם אהבת חינום באו לתת לחיילים"	"זה מזעזע: למה הצבא החזק במזרח התיכון לא מצליח לספק אוכל ראוי לחיילים?"
"כפכפים וגם טאקי! מה תרמנו לצה"ל?"	"זאת הנורמה: צה"ל ממשיך לחלק כלים חד פעמיים, בניגוד להחלטת הממשלה"
"אנחנו חזקים, אין ספק שננצח"	"צריך לרסן את חיילי צה"ל"

הרכיב הסובייקטיבי של פונקציה/דיס-פונקציה:

דן כספי: "חשוב לציין כי סיווגה של פונקציה כחיובית או כשלילית הוא יחסי, כמובן. הסיווג עשוי להשתנות לפי נקודת המבט של הסיווג. מה שרצוי ומועיל לאחד, עלול להיות מכביד ומזיק לאחר, וטובת המדינה או הציבור עשויה לעמוד בסתירה לאינטרסים של הפרט. לדוגמה, בשנת 1988 ניטשה מחלוקת בציבור הישראלי בסוגיית סיקורה של האינתיפאדה, ההתקוממות האזרחית של הפלסטינאים ביהודה, בשומרון וחבל עזה. אילו פונקציות חיוביות או שליליות יכלו להיות בשעתו לסיקור כזה? לשאלה זו ודומותיה אין תשובה אחת ויחידה, וכדי לענות עליה יש להוסיף ולשאול: פונקציות חיוביות או שליליות עבור מי? מי יצא נשכר או נפסד מן הסיקור? מי יצא נשכר ונפסד גם יחד? במקרה שלפנינו, אפשר להעריך את השלכות הסיקור התקשורתית של אותם האירועים לגבי הצבא, הממשלה, החברה הישראלית, המתנחלים או התושבים הערבים המעורבים באירועים. לגבי הצבא, למשל, אחת התוצאות החיוביות של סיקור האירועים בשטחים היא חשיפת המימד הפוליטי של המתרחש בהם. הסיקור עשוי להפעיל לחץ על הדרג הפוליטי ולא לצלול לטפל בבעיות המשתקפות באירועים. במילים אחרות, חשיפת המימד הפוליטי של האירועים אכן עשויה להיות פונקציונלית לצה"ל, אך דיסקפונקציונליות לממשלה,

שכן יש בה כדי לשחרר את צה"ל מן האחריות לפתרון הבעיות ולא לפי את הממשלה להתמודד אתן בעל כורחה. עם זאת, הסיקור התקשורתי עלול להניב גם תוצאות שליליות לגבי צה"ל: פגיעה בדמותו בעיני הציבור, פגיעה בכושר התגובה של החיילים לעוצמת האירועים, או פגיעה במורל החיילים."

הגישה הקיברנטית

הגישה הקיברנטית מדברת על פעולות הגומלין בין המערכות השונות של המדינה. התקשורת היא צירוף פעולות הגומלין, המבטיחות זרימת מידע, בין תתי המערכות השונים (ממשלה, צבא, כנסת, בעלי הון, בית משפט, המפקח על הבנקים, הממונה על ההגבלים, לוביסטים, דת, משפחה) של מערכת העל (המדינה) אשר נאבקים על חלוקת העוצמה. כל מערכת נבחנת ביחס לטיב התשומות (השימוש במשאבים) המוזרמות אליה ולטיב התפוקות (התוצרים הסופיים) של תת-מערכת אחת משמשות תשומות לתת-מערכת אחרת ומעצבות אותה במידה רבה.

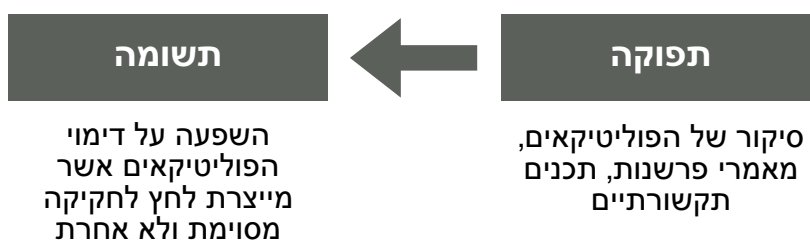
במילים פשוטות, במדינה קיימים גופים ובעלי אינטרסים ויש ביניהם יחסי גומלין. להתנהלות של כל אחד מהם, להחלטות ולהמלצות שלהם יש השפעה על האחרים. לדוגמה: החלטה של הממשלה יכולה להשפיע על בית המשפט, על הבנקים, על בעלי ההון. פעולה של לוביסטים יכולה להשפיע על החלטות ממשלה ובעקבות כך, על בעלי ההון, וכו'.

הגישה הקיברנטית בהקשר של תקשורת

על פי גישה זו, התקשורת היא גם שחקן בעל תשומות ותפוקות, אבל היא גם גורם מתווך בין המערכות השונות. למשל, סיקור של אירועים בתקשורת יכול להביא את אחד מגופי השלטון לפעול, או את בעלי ההון להגיב (כמו במחאה של 2011, בה סיקור אוהד של התקשורת גרם לבעלי ההון לפרסם פחות, מה שגרם לתקשורת לשנות את דרך סיקורה את המחאה).

דוגמה נוספת: חוק השידור הציבורי שחוקק בשנת 2014, השפיע על התנהלות התקשורת (טלוויזיה, רדיו, עיתונים).

דוגמה לתפוקה של התקשורת שמביאה לתשומה של הפוליטיקאים

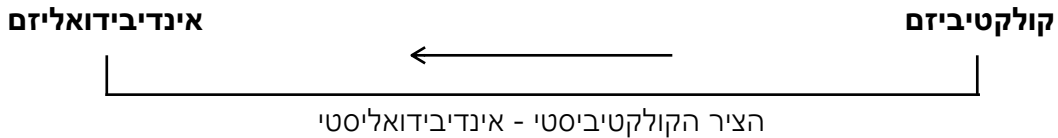


אם כן, הגישה אכן מגיעה מהתיאוריה המבנית תפקודית (פונקציונליזם), אך היא אינה מדברת על תפקודו של גל גוף בנפרד, אלא על הרשת שנוצרת בשל ההשפעה שיש לכלל גוף על שאר הגופים האחרים, כשהתקשורת ממלאת תפקיד כפול - היא גם גוף כמו שאר הגופים, אך היא גם מתפקדת כגוף מקשר לשאר הגופים.

אינדיבידואליזם מול קולקטיביזם בגישה הסוציולוגית

התקשורת אינה מנותקת מהחברה בה היא פועלת. היא מושפעת מהסביבה בה היא מתקיימת, וכיוצא בזה, מערכי החברה והתרבות. כך למשל, במשטר טוטליטרי התקשורת תהיה נטולת חופש, נטולת עצמאות. היא תוחזק בידי השלטון. ואילו במשטר דמוקרטי התקשורת תהיה יותר חופשית ועצמאית.

התקשורת נעה על הציר שבין הקולקטיביזם לאינדיבידואליזם.



דה-מסיפיקציה: תהליך המדבר על קיטוע הקהל, פירוק קהל התקשורת ליחידות קטנות. בפן הטכנולוגי - תהליך זה ימשך, ובעוצמה רבה יותר, ככל שיגדל מספרם של אמצעי התקשורת וערוצי התקשורת. ריבוי ערוצי הטלוויזיה מאפשר את חלוקת הקהל באופן שבו כל אחד יכול בביתו לצפות בערוץ אחר ובטקסט אחר. ככל שיש יותר כלי תקשורת יהיה פיזור יותר גדול של הקהל. בפן החברתי - עם עליה בהשכלה, הקהל מפולח יותר לפי טעמים, הפנאי גורם לכך שצריך לתת היקף יותר גדול לתחומי עניין שונים.

בישראל נוכל לראות תהליך של "דה-מסיפיקציה". בישראל ניתן לראות כיצד פני התקשורת השתנו לאורך השנים, בהתאם לשינויים שחלו בחברה הישראלית. בשנים מוקדמות של המדינה היה ערוץ אחד בלבד שהכתיב את סדר היום. היום כל אדם יכול לבחור לעצמו את התכנים בהם הוא רוצה לצפות.

למרות המעבר שהמדינה עשתה מחברה קולקטיביסטית לחברה אינדיבידואליסטית, עדיין קיימים גופי תקשורת שמאופיינים בקולקטיביזם, בעיקר בחברות סגורות, כמו החברה החרדית, בה הפרט עדיין ניזון מהמידע שעבר במדורת השבט

בין הגישה הניאו-מרקסיסטית לגישה הסוציולוגית

הדומה - שימור המצב הקיים:

שתי הגישות רואות בתקשורת כאמצעי לשימור המצב הקיים, שמירה על יציבות החברה על מנת למנוע כאוס ואנרכיה.

השונה - חיובי מול שלילי:

התיאוריה הניאו-מרקסיסטית מביטה על התקשורת מנקודת מבט שלילית. הטענה היא שהתקשורת פועלת להרדים את הפרט הפרט.

ואילו התיאוריה הסוציולוגית המערבית מסתכלת על התקשורת מנקודת מבט חיובית. היא גורמת לגופים השונים לפעול ביחד (תשומות - תפוקות)

סוציולוגית (פונקציונליזם)



ניאו-מרקסיזם



הגישה התרבותית

בגישה זו קיים מושג שנקרא "יצוגים תקשורתיים" (נדבר כל כך בהמשך), לפיו קבוצות שונות באוכלוסיה מוצגות תדיר בתקשורת, עד כדי כך שזה משפיע על התודעה שלנו לגבי אותן קבוצות. הרבה פעמים אנו נפגוש מושג זה בהקשר של קבוצות מוחלשות בחברה.

נוכל למצוא כאן הקשר **לאסכולה הסמיוטית**, אשר מדברת על התכנים והמשמעויות המוטמעים בתוך המסרים, ועל הדרך בה מסרים אלו מתקבלים באוכלוסיה. כאמור באסכולה הסמיוטית, קיימת פרשנות של המסרים, והיא לעולם לא מתרחשת בחלל ריק. הפרשנות היא שילוב בין התודעה לבין המציאות.

לדוגמה: הטענה היא כי לאורך השנים התקשורת היתה אשכנזית, הגמונית וגברית, וכי הייצוג שניתן למזרחיים, נשים וחרדים, היה מעוות. הטענה תהיה כי זה לא התחולל בחלל ריק, היות והיתה שם בתחילת הדרך קבוצה מאוד דומיננטית, שראתה את העולם מבעד למשקפיים שלה ולכן יצרה תכנים שתואמים את השקפת עולמה.

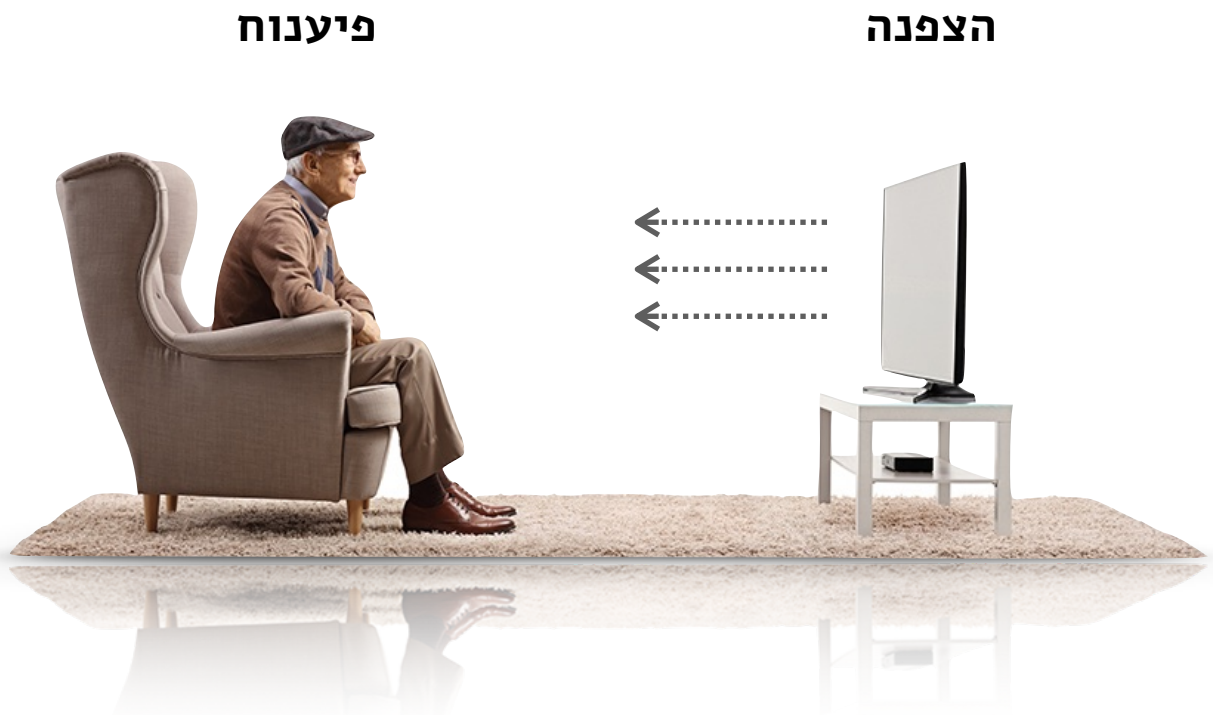
הרכיב התרבותי:

אחד האנשים הבולטים בגישה התרבותית הוא סטיוארט הול. הול טבע שני מונחים: הצפנה ופיענוח.

- **הצפנה:** יוצר המסר מטמיע משמעויות. באמצעי התקשורת אנו נראה זאת באמצעות שפת גוף, מימיקה, צורת לבוש, צורת דיבור, סביבה (למשל, אדם חסר השכלה ידבר במבטא מזרחי, מגישת חדשות תעשה פרצוף חמוץ כדי להביע שאת נפש מהכתבה ששודרה).

- **פיענוח:** מתבצע על ידי הצופה/קורא/מאזין. גם הנמען לא פועל בחלל ריק ומגיע מתפיסת עולם אישית.

בגישה התרבותית יהיה דוג של משא ומתן על המשמעויות, בין המצפינים למפענחים. כלומר, לא בהכרח שכוונת המצפיין תתפרש כפי שרצה, אצל המפענח.



פיענוח

הצפנה

קהילות פרשניות

ניתן לזהות קבוצות אנשים שרואות תכנים בצורה דומה (קוראות טקסטים, שומעות, מאזינות), בשל המטענים הדומים שלהן.

החוקרת **ג'אניס ראדווי** ביקשה לבחון אם ניתן לזהות בקרב קוראות של ז'אנר הרומן הרומנטי "קהילה פרשנית" - קבוצה בעלת מאפיינים דומים ש"קוראת" את הטקסט באופן דומה. היא מצאה כי קיים מכנה משותף בין אותן נשים. הן היו: עקרות בית, רעיות ואמהות, עם סדר יום דומה, מעמד בינוני גבוה המתגוררות בפרברים.

באותו אופן ניתן להניח שקבוצות פרשניות, כמו: קהילת להט"ב, מזרחים, נשים, גברים, וכו', יקראו טקס באופן דומה.

*קריאת טקסט - הכוונה לקריאת עיתונים, האזנה לשידורים ברדיו, צפיה בתכנים בטלוויזיה.

ייצוגים תקשורתיים:

האופן שבו מְבנים דימויים ותפיסות לגבי קבוצות שונות באוכלוסיה בתקשורת.

התיאוריה הביקורתית טוענת שזה בדרך כלל נעשה על ידי האליטה השלטת וההגמוניה ושמוטעמים בייצוגים הללו אידאולוגיות.

דוגמאות לייצוגים תקשורתיים בישראל:

רוסים ערבים מתנחלים
חרדים חוזרים בתשובה
זקנים תושבי פריפריה
פוליטיקאים להט"ב
אתיופים אפרו-אמריקנים
שוטרים היספנים מזרחיים
עובדים זרים

תיאוריית ההתקבלות

הטענה היא שהטקסט שאנחנו מקבלים בנוי בצורה שמבנה איזושהי משמעות לקהלים. הכוונה למשמעות המועדפת על המוען. למשל, אם בטלוויזיה ירצו שנראה הפגנה של חרדים, הם יציגו את הברוטליות של המפגינים. לעומת זאת, הם יכולים להראות לנו הפגנה של מפגיני השמאל ולהציג לנו שם דווקא את הברוטליות של המשטרה ואת המפגינים כקורבנות של אלימות.



אולם, **הטענה המרכזית של תיאוריית ההתקבלות**, היא שלקהל יש טווח רחב ואף עצום, של מתן משמעויות שהן שונות מהמשמעויות שהוצפנו בתכנים.

בהקשר זה ניתן לראות שלוש דרכים שונות לקריאת התכנים (קריאה = גם צפיה וגם האזנה):

- **קריאה דומיננטית:** הקהל מאמץ את המשמעויות שהמקודד הצפין בתכנים As Is.
- **קריאה מתדיינת:** הקהל מטיל ספק במסר. הוא לא מקבלו במלואו ומנהל משא ומתן על המשמעות.
- **קריאה אופוזיציונית:** הקהל מפענח את המסר באופן מנוגד לחלוטין.

ג'ון פיסק: "הטלוויזיה, כדי להיות פופולרית, צריכה להגיע למגוון רחב של צופים, וכדי שאלה יבחרו בה, עליה להיות טקסט פתוח המאפשר לתת התרבויות השונות להפיק ממנו משמעויות הממלאות את צרכי הזהויות הפרטיות שלהן".

- גם בטקסטים הגמוניים, יש מרחב סמיוטי שהאידיאולוגיה השלטת לא תצליח לכסות, כי הוא נובע מהעולם שמביא איתו צרכן התקשורת. כלומר, יש גבול ליכולת של הקבוצה השלטת להטמיע מסרים במוחו של הצופה/קורא/מאזין, שהריי הוא מגיע עם תפיסת עולם ברורה משלו.
- **דה-קונסטרוקציה** (קונסטרוקציה = בנייה): פירוק מהמשמעויות ההגמוניות המוטמעות בטקסט התקשורתי והצעת משמעויות חלופיות. ג'ון פיסק מחזיר את הכוח לנמענים, ובכך מחליש את התקשורת כמשפיעה וכל יכולה.
- **פופולאריות דיאלוגית בטלוויזיה:** על פי ג'ון פיסק, הצרכן הוא אקטיבי. אמנם יש מי שמצפין ומשגר, אך מדובר ב"טקסט פתוח" והמקבל יכול להחליט איך הוא קולט את התוכן ואיך הוא מפרש אותו.

הגישה הטכנולוגית

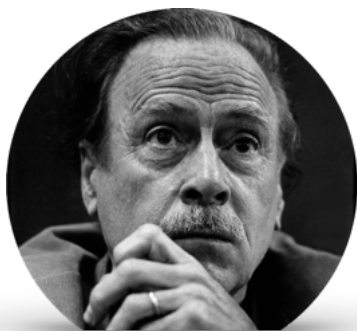
דטרמיניזם טכנולוגי

זוהי אסכולה (שפיתחו שני חוקרים קנדים), הטוענת כי הטכנולוגיה קובעת את פני האנושות ומכוונת את דרכה ההיסטורית באופן מוחלט ובתהליך בלתי מודע.

מרשל מקלוהן טבע את המשפט "**המדיום הוא המסר**". הביטוי מתייחס לכך שלא תוכן התקשורת, כלומר "המסר", הוא המכריע בהתקבלותה ובהשפעתה, אלא אופיו וסוגו של אמצעי הקישור, "המדיום".

מקלוהן טען כי הטכנולוגיה משנה אותנו כבני אדם וכחברה אנושית. עוד הוא אומר כי "אנחנו מעצבים את המכונות והמכונות מעצבות אותנו". לדוגמה: החבר היצרה את ה chatGPT והוא בהמשך יעצב אותנו.

מקלוהן נתן את הנורה כדוגמה וטען שלא משנה אם הנורה מאירה חדר ניתוח או מגרש כדורגל. עצם ההמצאה שלה ביטל את התלות של בני אנוש באור היום, וזה המסר העיקרי שלה, ללא כל קשר לשימושים שנעשים בה. מקלוהן דיבר על המצאת המכונה ששינתה את פני האנושות דרמטית. פחות משנה אם היא מייצרת קאדליקים או קורנפלקס. מכיוון שהיא שינתה את צורת החשיבה שלנו.



מרשל מקלוהן

השתנות החברה בהקשר טכנולוגי:

בחברה האוראלית הטרומ טכנולוגית (השלב השבטי) שרר איזון טבעי והרמוני בין החושים של האדם, זאת הודות לעובדה שבתקשורת פנים אל פנים מופעלים כל החושים יחד. הקריאה שינתה זאת בצורה דרמטית. היא מחדדת חוש אחד (ראייה) ופוגעת באיזון בין החושים.

שלב "הפרישה מהשבט" - "התפרקות מהשבט"

- המצאת האלפבית ולאחר מכן, המצאת הדפוס, היו האמצעים הראשונים הדרמטיים שניתקו בין שני חושים - העין לאוזן.
- המעבר מחברה אוראלית שבטית לחברה קוראת, שינה את פני האנושות מן הקצה אל הקצה.
- נוצרה עדיפות מלאכותית לחוש הראייה על חשבון החושים האחרים. נוצר אינדיווידואליזם. צורת החשיבה של האנשים הפכה ליותר שיטתית (כמו האחידות והסדר שמאפיינים את הכתב).
- לטענת מרשל מקלוהן, המצאת הכתב ולאחר מכן, המצאת הדפוס, שינו אותנו כחברה. מערך החושים שלנו השתנה. האנושות איבדה את החשיבה המטפורית, האסוציאטיבית, המיידית והספונטנית. איבדנו את העוצמה הרגשית שמאפיינת את התקשורת הבין אישית, בגלל ההתמסרות לכתב - המדיום הוא המסר.
- מקלוהן טען כי הדפוס יצר נזקים מנטלים, הוא דיכא את החשיבה היצירתית ואת הדמיון, ובמקום זאת הוא הוביל את האנושות לחשיבה סטנדרטית, מקובעת וחסרת מעוף (כמו מכונות הדפוס).

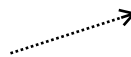
תום עידן העריצות של גוטנברג

על פי התזה של מקלוהן, הרדיו, וביתר שאת, הטלוויזיה, השיבו את החוויה הרב חושית, הקהילתית לאדם. בעידן הטלוויזיה, חווית התקשורת לא מנוכרת, אלא משתפת ומערבת את האדם. זהו תום עידן העריצות של גוטנברג - ממציא הדפוס. (הערה אישית: הטלוויזיה רק יוצרת פיקציה של שבטיות. תחושת ה"ביחד" היא מזויפת, לא אמיתית).

מדיום חם ומדיום קר

מקלוהן עושה חלוקה בין אמצעי תקשורת שונים:

- **מדיום חם:** מדיום בו אנו מפעילים חוש אחד מרכזי (ספר/עיתון - חוש הראיה, רדיו - חוש השמיעה). בגלל עובדה זו, הצרכן מקבל מידע רב ומקיף שמשלים לא את התמונה ככל הניתן. לכן, הצרכן לא צריך להתאמץ בעיבוד המידע שהוא מקבל.
- **מדיום קר:** מדיום בו מופעלים כמה חושים במקביל (טלוויזיה - חוש הראיה, חוש השמיעה). הצרכן מקבל מידע חסר. עליו להתאמץ כדי להשלים את החסרים והפערים. הצרכן הוא אקטיבי, בעל מעורבות גבוהה.



מקלוהן בחר דווקא להתייחס לקולנוע כמדיום חם והפריד אותה מהטלוויזיה. יכול להיות שהסיבה נבעה מהבדלים טכנולוגיים נכון לתקופה זו. הוא טען כי בעוד בטלוויזיה מדובר בנקודות קטנות שמתגבשות לכדי תמונה, והאדם משקיע מאמץ להשלים את התמונה בראשו, בקולנוע אלה תמונות חדות שלמות שרצות.

הביקורת על עבודתו של מרשל מקלוהן

- חוקר יצירתי ומקורי, אך גם פופוליסטי ופרובוקטיבי.
- הטענה של מקלוהן, לפיה הטלוויזיה היא חוויה כל חושית, אקטיבית שמגרה את הדמיון ואילו הדפוס מנוון את הדמיון, זכתה לביקורת חריפה. התפיסה היום היא בדיוק הפוכה. הקריאה מגרה את הדמיון ואילו הצפייה במדיה הוויזואלית מנוונת את המחשבה האנושית.
- בחלוקה בין מדיום חם למדיום קר, הגדיר מקלוהן את הטלוויזיה כמדיום קר ואילו את הקולנוע כמדיום חם, למרות שהדמיון ביניהם גדול מהשוני.
- למרות הביקורת על הפופוליזם שבגישתו הטכנולוגית הקיצונית של מקלוהן, ברור שכל מדיום שנולד השפיע על עיצובה של החברה האנושית, גם אם לא בלעדית ולצד משתנים רבים נוספים.

תורתו של הרולד איניס



הרולד איניס

הרולד איניס היה המורה של מרשל מקלוהן. איניס מדבר על כך שאמצעי התקשורת הדומיננטים בכל תקופה, הם המסביר העיקרי לעלייה ולנפילה של ציביליזציה.

איניס טען כי חוזקה של אימפריה נמדד בשני אופנים:

- **השטח הפיזי** עליו היא חולשת.

- **משך הזמן** שבו היא שולטת.

לטענתו של איניס, שלטון פירוש, בין היתר, מונפול על הידע ועל הפצתו. ומכיוון שהתקשורת שולטת בהפצת הידע, היא למעשה מסייעת לאימפריות ולשליטים לשלוט.

התקשורת בזמן ומרחב

איניס טען כי ישנם אמצעי תקשורת בעלי יכולת שליטה בזמן וישנם אמצעי תקשורת בעלי יכולת שליטה במרחב.

אמצעי תקשורת בעלי "הטיית זמן"	אמצעי תקשורת בעלי "הטייה מרחבית"
מגשרים על הפער בין זמנים קר (ציר הזמן) תקשורת בין-אישית	מגשרים על הפער בין מרחקים פיזיים (ציר המרחב) ספר
טלוויזיה	עיתון
ספר	אינטרנט
מגשר על פערי הזמן	מגשר על מרחקים קולנוע

הטייה של זמן:

- מאפיינת חברות שבטיות, שמעבירות מסורת מדור לדור.
- חריטה באבן לדוגמה. גישה על פערי הזמן, אך היתה מוגבלת מאוד מבחינת הפצת המסרים במרחב.
- תרבות שבה מודגש ציר הזמן, מאפיינת חברות דתיות, טקסיות, חיי נצח וערכי מוסר.

הטייה מרחבית:

- מאפיינת חברות מודרניות יותר, אחרי המצאת הכתב.
 - הספרים וביחוד העיתונים, מדגימים את העדפת המרחב, בהם קיים פיזור הידע על פני מרחבים על חשבון רכיב הזמן (מדגיש את ארעיותם).
 - תרבות שבה מודגש ציר המרחב מאפיינת חברות חילוניות, מדעיות וחומריות.
- איניס טוען כי אמצעי התקשורת מכתבים אופי שונה של שליטה בחברה, בארגון שלה, והם משפיעים גם על יצירת מערכות שונות של אמונות ודעות.
- ציביליזציות עולות ונפלות כאשר מופר המתח בין מונפולים של ידע שמבוססים על הטיית זמן ועל הטיית מרחב.

מקלוהן לעומת איניס

הדומה: שניהם יוצאים מתוך נקודת המוצא הטכנולוגית (דטרמיניזם טכנולוגי). התכנים התקשורתיים והמסרים פחות מעניינים. מה שמעניין הם השינויים שיוצרות הטכנולוגיות בחברה האנושית.

השונה: איניס שם את הדגש על השפעות על התרבות ועל המבנים החברתיים שהטכנולוגיה משנה ומארגנת, עם דגש על השפעה על מוסדות חברתיים. כלומר, הדרך בה התקשורת משנה את החברה ואת המוסדות שלה. לעומתו, מקלוהן שם את הדגש על השפעות על מערך החושים האנושיים, המחשבה ותפיסת המציאות, כשהדגש הוא על השפעה על תפיסות אנושיות.

סיכום שלוש הגישות

בתפר שבין גישות תרבותיות, סוציולוגיות וטכנולוגיות ניתן למצוא את הדיון על "אימפריאליזם תרבותי" ועל "גלוקליזציה".

גלוקליזציה

גלוקליזציה היא שילוב של המושגים "גלובליזציה" ו"לוקליזציה", או של המונחים "עולמי" ו"מקומי" (עולמקומיות). מושג זה בא לתאר תופעה של שילוב בין תהליכים גלובליים לתהליכים לוקליים שמתרחשת בעולם המודרני של סוף המאה ה-20 ותחילת המאה ה-21.

המונח התגבש מתוך ביקורת על מודל הגלובליזציה. הזהות הלאומית המקומית, טוענים המבקרים, ממשיכה להתקיים גם במסגרת התהליך הגלובלי. בכל מקום נוצרת תרבות חדשה, המאמצת את הגלובלי תוך שמירה על הצביון המקומי. במצב הגלוקלי, המוצר הגלובלי מותאם לצרכים המקומיים, ואילו המוצר המקומי זוכה למגע בינלאומי.

אחת הדוגמאות היא קיומן המקביל של טכנולוגיות תקשורת גלובליות כגון ערוצי הלוויין למיניהם, לצד שגשוג של רשתות תקשורת בין-אישיות כגון האינטרנט. הגלוקליות באה לידי ביטוי מיוחד באינטרנט, משום שהוא גלובלי לחלוטין ועם זאת נוצרות בו קהילות וירטואליות על בסיס מקומי, שהנן בעלות מאפיינים לוקליים כמו שפה.

דוגמה בולטת לגלוקליזציה היא חברת מקדונלד, אשר לה עשרות אלפי סניפים ברחבי העולם. מקדונלד מצליחה להחדיר את התרבות האמריקנית המערבית למקומות הכי נדחים על גבי הגלובוס ועדיין לשמור על המאפיינים המקומיים.

אימפריאליזם תרבותי

אימפריאליזם הוא מדיניות או אידיאולוגיה של הרחבת השלטון של מדינה אחת על עמים ומדינות אחרות מבחינה פוליטית, כלכלית וצבאית, לעתים קרובות באמצעות הפעלת כוח.

תרבות היא מכלול הנורמות וצורת החיים המיוחדת לחברה אנושית מסוימת. התרבות היא תוצר של הערכים, הרעיונות החברתיים או האידיאלים והאמונות של החברה הזו.

אימפריאליזם תרבותי הוא בעיקרו אימפריאליזם של אמצעי התקשורת: הבעלות על כלי התקשורת, המבנה, ההפצה והתכנים של המדיה, מצויים תחת השפעתה של מדינה אחת (בעיקר ארצות הברית); למדינה המושפעת לא נשמרת הזכות להדדיות. ריכוז השליטה בידי "תעשיית התרבות" והתקשורת האמריקאית מביא להחדרת נורמות וערכים המשפיעים על תרבויות ועל תהליכי חברות מקומיים. בטווח הארוך נהרסת התרבות המקומית. גישת האימפריאליזם התרבותי עוררה ביקורת בטענה שהתרבות המקומית יכולה לפרש את התבנית האימפריאליסטית המיובאת על-פי צרכיה וערכיה.

סיכום הפרק

- דיברנו על ההבחנה בין גישות שונות לתקשורת ולחקר התקשורת.
- דיברנו על תיאוריות ממבט סוציולוגי.
- דיברנו על תיאוריות ביקורתיות (ניאו-מרקסיסטיות).
- דיברנו על גישות תרבותיות: הצפנה מול פיענוח, קהילות פרשניות, סוגי קריאה וייצוג.
- דיברנו על גישות טכנולוגיות: איניס ומקלוהן.

התפתחות אמצעי התקשורת

"אמצעי התקשורת החדשים אינם דוחקים בהכרח את רגליהם של אמצעי התקשורת הוותיקים. אלה וגם אלה דרים בכפיפה אחת, ולכל אחד מהם שימוש ומרחב מחיה משלו"
(דן כספי, 1993)

דן כספי אומר שכשנולד מדיום חדש, הוא לא מחליף מדיום אחר, אלא מצטרף לשאר המדיומים במשפחה.

שלבי הצטרפות מדיום חדש למשפחה:

- **פריצה:** הופעת אמצעי תקשורת חדש והחידוש הכרוך בו ומיקוד תשומת הלב בו.
 - **התמסדות:** התבססות אמצעי התקשורת והפיכתו לשגרתי בציבור.
 - **התגוננות:** איום על אמצעי תקשורת קיימים. שינוי בהרגלי הצריכה באמצעי המדיה האחרים.
 - **הסתגלות:** פתרון לדו-קיום, הגדרה וסידור מחדש של כל אמצעי התקשורת הקיימים בזירה.
- דוגמה לאמצעי תקשורת שעברו את ארבעת שלבי ההצטרפות: Google בעבר, ChatGPT בהווה.
- שלב ההתגוננות של מדיום אחד מקביל לשלב הפריצה של המדיום החדש.
 - שלב ההסתגלות של המדיום הקודם מקביל לשלב ההתמסדות של המדיום החדש.
 - השלבים משתנים מבחינת הקצב שלהם מחברה לחברה.

מהפכת התקשורת

קיימת טענה כי יש אינפלציה בשימוש במילה "מהפכה" כשעוסקים בהתפתחות התקשורת, אבל יש הסכמה רחבה למדיי לגבי שלוש נקודות ציון:

שלוש המהפכות הגדולות:



האינטרנט



הדפוס



הכתב

לפני המצאת הכתב מידע היה עובר מאחד לשני בעל-פה. המידע היה מבוסס על היכולת של האדם לזכור אותו. מידע רב הלך לאיבוד בעקבות חוסר היכולת לאכסנו. המצאת הכתב שינתה זאת לחלוטין.

התפתחות הכתב

התפתחות הכתב נבעה בעיקר מהצורך להרחיב את האפשרויות של הזיכרון האנושי, לאחסן מידע ולייצר מורשת שעוברת מדור לדור.

בעידן שלפני המצאת הכתב נשענה החברה האנושית בעיקר על הדיבור או על ציורים/סימנים אייקונים שהגבילו מאוד את האפשרויות לביטוי.

סימן אייקוני הוא כתב תמונתי (פיקטוגרפי) שבו יש דמיון פיזי לדברים שהם מסמנים. למשל, אייקון של שמש יכול לסמן אור/יום/חום.

השימוש באייקונים הוביל להתפתחות הכתב הפונטי, בו נעלם לחלוטין הדמיון בין המילה למה שהיא מביעה.

יתרונות המעבר מסימנים אייקונים לסימנים שרירותיים (הכתב האלפביתי):

- שחרור מכבלי הצורך לזכור בעל-פה
- אפשרות לבטא מחשבות ורעיונות מופשטים שאינם תלויים בעצם פיזי/מוחשי - התפתחות אינטלקטואלי.
- פישוט משמעותי של מלאכת הכתיבה והקריאה ואינסוף אפשרויות מבלי הצורך לזכור אלפי סימנים.
- הפקעת הבלעדיות על הקרוא וכתוב מהמשכילים ביותר והרחבת עולם האוריינות (היכולת לקרוא ולכתוב) בפני יותר אנשים.
- כתוצאה מכך, הכתב הפך לאמצעי תקשורת אוניברסלי.
- הספריות הראשונות קמו מתוך הצורך לאחסן מידע.
- החלו לצוץ ניצנים של מדע ומחקר המבוססים על הידע המצטבר שאוחסן בשיטתיות באמצעות הכתיבה.

השפעת המצאת הכתב על דפוסי התקשורת בחברה:

- הכתב שינה את מאפייני המוען, הנמענים והמסר.
- המוען יכול להגיע אל נמענים רבים.
- תהליך ההתקשורת יכול להתקיים גם בהיעדרו של אחד הצדדים.
- הטקסט הכתוב מנותק מהזמן ומהמקום שבו הוא נוצר (בניגוד לתקשורת בין-אישית בע"פ).
- הטענה היא שחברות ליטראטיות (קרוא וכתוב) בעלות חשיבה אחרת מחברות אוראליות. חברות קוראות בעלות חשיבה יותר מופשטת ושיטתית.

המצאת הדפוס

טרם המצאת הדפוס השיטה היחידה להפצת טקסט כתוב הייתה העתקה ידנית, והיא התמקדה בטקסטים דתיים.

זו היתה מלאכה מורכבת, קשה ומייגעת מאוד שבה הועתקו ספרים שלמים, אות אחר אות, מילה מילה.

ידעת קרוא וכתוב בעיקר בידי הנזירים והממסד הדתי, שימרה את הבלעדיות שלהם על התכנים. ברצותם היו אלה יכולים לצנזר ולהתיר תכנים ובכך הם בעצם שלטו גם בחינוך.

הנסיבות שדחפו להמצאת הדפוס:

- בסופו של דבר, שיטת ההעתקה מוגבלת מבחינת היקף הספרים והקטסטים שהיא יכולה לספק.
- בשל העובדה שמלאכת ההעתקה נעשתה על ידי אנשים, מטבע הדברים נפלו טעויות הגהה רבות בטקסטים.
- עליית החילוניות, ההשכלה והמדע הובילו לצורך גובר בטקסטים שאינם דתיים. הביקוש על על ההיצע.

תרומתו של יוהן גוטנברג:

- למרות שבמזרח הרחוק היו כבר טכניקות דפוס, הייחוד בהמצאה של גוטנברג התבטאה במספר מאפיינים:
- פיתוח אותיות מטלטלות (אותיות מתכת שניתן לסדרן על לוח הנכנס למכש)
- בניית מכש אפקטיבי להידוק האותיות
- שיפור איכות הצבע השחור ששימש להדפסה.

המהפכה של המצאת הדפוס:

- הפקעת השליטה של הממסד הכנסייתי על התכנים שהופצו, גם במושג של זכויות יוצרים (בעלות של מחברים ומדפיסים על הטקסטים שנכתבו) וגם מבחינת כתיבת תכנים חדשים שלא היו בהכרח "דף המסרים" המקובל של הכנסייה.
- בשילוב עם תהליכי החילון, נפתח צוהר רחב לעולמות תוכן חדשים שהחלישו את הכנסייה יותר ויותר.
- הפצה נוחה הרבה יותר של תורת הרפורמציה של לותר ושגשוגה של הכנסייה הפרוטסטנטית.
- התפתחות ניכרת של המדע והקמת אוניברסיטאות.
- גידול משמעותי בהיקף יודעי קרוא וכתוב ופריחה של מוסדות חינוך שאינם בשליטת הכנסייה.

התפתחות העיתון

התפתחות העיתונות מתרחשת במקביל לתהליכי המודרניזציה. במעמד הבורגני נוצר הצורך במידע בנושאים מגוונים, בעיקר בידיעות על מלחמות וקרבות בזירות שונות בעולם. היקף יודעי קרוא וכתוב עלה משמעותית וסקרנות אינטלקטואלית החלה להתפתח בקרב קבוצות רחבות יותר בחברה. קהלים מגוונים העלו את הדרישה למגוון נושאים ולמידור החומר שהגיע אל המערכת. עם הזמן הטכנולוגיה השתכללה, הטלגרף סייע באיסוף מידע בצורה יעילה יותר. מכבשי הדפוס איפשרו הדפסות של עותקים רבים. אמצעי התחבורה (רכבות ומכוניות) איפשרו רת ההפצה הרחבה למקומות מרוחקים יותר (לפני כן, היה השינוע בכרכרות מוסרבל ותכיפות הוצאת העיתון הייתה תלויה בכך).

התפשטות התפיסה הכלכלית במאה ה-19 התאפיינה בחיזור נמרץ אחר הקורא ובהיענות מיידית לטעמיו ולמאווייו. מצב זה הוביל לצמחיתה של "העיתונות העממית", הידועה גם כעיתונות הפופולרית או כעיתונות ההמון. שתי דוגמאות בולטות לעיתונות ההמון הן "עיתונות הפני" ו"העיתונות הצהובה".

העיתונות הצהובה

עיתונות הפני

עיתונות הפני

עיתוני הפני היו במחיר שווה לכל נפש (משם שמם - על שם מטבע הפני) והתפוצה של העיתונים עלתה פלאים. עיתוני הפני הרחיבו וגיוונו את קהל הקוראים. הם הרגילו ציבורים חדשים לקרוא. הם שברו את התפיסה שקריאת העיתונים שייכת רק לאליטה.

עיתונות הפני הובילה לשלושה שינויים חשובים בעיתונות הכתובה:

- שינוי תוכן
- שנוי מודל עסקי-שיווקי
- שינוי צורה

שינוי תוכן: אם בעבר מקורות המידע של העיתונים היו רשמיים (אנשי ממשל ומוסדות), עיתנים החלו להעסיק כתבים שאספו חומר באופן עצמאי ובלתי תלוי במקורות המידע. העיתונים הפסיקו לכתוב רק על נושאים "גבוהים" שפנו אל המעמד האריסטוקרטי והחלו לכתוב על האדם הפשוט. עיתונות הפני קידשה את הסיפור האנושי אשר במרכזו ניצב אדם רגיל המתנסה במצוקות היום-יום. המעמד האריסטוקרטי כבר לא היה קהל היעד הבלעדי של העיתונים, ובין תחומי הסיקור החדשים ניצבו גם אירועים רגילים שקודם לכן לא זכו להתייחסות כלשהי, כמו: מה קורה בבתי המשפט, ענייני כנסייה, ספורט. התווספו מדורים חדשים, ביניהם חדשות חוץ ומאמרי פרשנות. בדרך זו החלו העיתונים הפופולריים לנקוט עמדות פוליטיות.

שינוי מודל כלכלי-שיווקי: במקום מינוי שנתי על עיתון (8-10 דולר), נמכר העיתון ברחובות על ידי נערים שקיבלו אחוזים על מכירותיהם. במקביל, השתנו הרגלי הפרסום ובמקום תשלום שנתי, מפרסמים התבקשו להעביר מודעות ולשלם עבורן על בסיס יומי. בדרך זו היו המודעות עדכניות ואינפורמטיביות יותר. העיתון הפך לאמצעי מתווך בין מפרסמים לבין הקוראים.

שינוי צורה: העיתונות משנה את צורתה, מגליונות ענקיים שהיה צורך לפרוש אותם על השולחן כדי לקרוא בהם, לגליונות קטנים שניתנים לקריאה תוך כדי עמידה, בהמתנה לרכבת למשל. היו הרבה יותר תמונות עם כותרות הרבה יותר גדולות.

העיתונות הצהובה

עיתונות צהובה (ביחיד: צהובון) הוא כינוי גנאי לעיתונות הנתפסת כבלתי-איכותית, העוסקת בעיקר ברכילות, מין ושערוריות ובהן שערוריות מין, ופונה לרגשותיו ויצריו של קהל היעד תוך שימוש בשיטות כתיבה, עריכה ועיצוב סנסציוניות.

ג'וזף פוליצר: היה עיתונאי, עורך ומוציא לאור, יהודי-הונגרי-אמריקאי וכן פוליטיקאי וחבר בית הנבחרים אמריקאי. עיתונו של פוליצר הרבו בסנסציות ובכתיבת סיפורים אנושיים ויוצאי דופן, אך גם לחמו בשחיתות, בעוולות הציבוריות, ובניצול העניים.

ויליאם רנדולף הרסט: היה מו"ל עיתונות אמריקאי, מגדולי בעלי העיתונים בארצות הברית. בשנת 1895 עבר הרסט לניו יורק ורכש את העיתון "New York Journal". הוא הפך את העיתון לפופולרי מאוד והחל להתחרות בג'וזף פוליצר, מה שסימל את תחילתה של העיתונות הצהובה בארצות הברית. בתוך זמן קצר עקף את פוליצר וב-1925 היה בעל רשת של 25 עיתונים יומיים במספר רב של ערים.

פונקציה ודיס-פונקציה של עיתונות צהובה

פונקציה	דיס-פונקציה
תרמו בעקיפין לטוהר המידות ולמודעות הציבורית לכך.	הנמכת הסטנדרטים העיתונאים והאתיקה העיתונאית, כולל הפצת שקרים גמורים (גלגולים מוקדמים של הפייק ניוז).
הטמיעו נורמות מוסריות חברתיות.	בלבול בין זכות הציבור לדעת למציצנות חברתית.
היו הבסיס לתקשורת חוקרת ולוחמת.	פגיעה בפרטיות של אנשים
מקור הזדהות לפשוטי העם ולמעמד הפועלים.	רידוד והשטחה של התוכן העיתונאי.

גל העיתונים החדש ספג ביקורת מכיוון העיתונים הממוסדים אשר נמכרו ב-6 סנטים וחשו, במידה רבה של צדק, מאוימים על ידי העיתונים החדשים שהיו זולים יותר, הן במחיר והן בתוכן.

המתח הזה שקיים בין השחקנים החדשים של "עיתונות הפני" לעיתונים שקדמו להם, מתחבר אל המודל ההיסטורי של התפתחות התקשורת - שחקן חדש מאיים על הוותיקים ודורש תהליך של הסתגלות. במקרה שלנו, מדובר באותו אמצעי תקשורת (עיתון), אבל בסוגים שונים שלו.

תור הזהב של עיתונות

בזמן מלחמת העולם הראשונה הרדיו והקולנוע עוד היו בחיתוליהם והעיתונים משלו בכיפה כאמצעי תקשורת מרכזי להעברת מסרים לציבור הרחב. העיתונים השתכללו מבחינת מערכות העיתונים וההיבטים הלוגיסטיים. היתה רוויה מהסגנון הצהוב ואנשים תרו אחר מידע מהימן ורציני יותר, במיוחד בזמן מלחמה עולמית. הצימאון למידע מהימן הדגיש את הצורך באיזון כלשהו בין העיתונות הצהובה לעיתונות הגבוהה, מה שהוליד עיתונות יותר מאוזנת, עיתונות שגם מחפשת את הסיפורים האישיים אבל גם את החדשות האיכותיות.

הקולנוע



ביסודו של דבר, סרט קולנוע אינו אלא סדרה של תמונות דוממות המוקרנות על גבי מסך במהירות מסוימת, אשר יוצרת אשליה של תנועה. הסרטים הראשונים שראו אור היו בני דקות ספורות ותיארו דמויות ומצבים עליזים. הם הוצגו במתקן מיוחד שנקרא קינטוסקופ (kinetoscope). תמורת חמישה סנט אפשר היה להציץ בחלונת הקינטוסקופ וכעבור זמן קצר גם נפתחו מתקני הצצה בקינטוסקופ אשר פוזרו בחנויות שונות ומשכו עשרות אנשים שהגיעו לצפות בסצנות משעשעות. פריצת דרך חשובה נוספת הייתה המצאת הסינמטוגרף (cinematograph) - מצלמה ניידת פחות מגושמת שאפשרה להוציא את הסרט ממתקני ההצצה ולהביאו לאולם הקולנוע כפי שהוא מוכר לנו כיום. הקולנוע, בלעז סינמה (cinema) קרוי למעשה על שם הסינמטוגרף. בעזרת טכנולוגיה זו הפכה הצפייה בסרט לחוויה קבוצתית, ולא יחידנית כפי שהייתה מול הקינטוסקופ.

שלב הפריצה של הקולנוע מוכר לנו גם בתקופת הראינוע, **הסרט האילם**. בעידן הסרט האילם הייתה הקומדיה ללהיט כיוון שתאמה להפליא את צרכי הבידור של השכבות העממיות ושל המהגרים ששליטתם באנגלית הייתה צנועה. הסיפורים המוצגים בסרטים היו קלים להבנה, פשוטים, גדושי סטריאוטיפים ומוצגים בצורה דרמטית. אחת הדמויות הבולטות מתקופה זו אשר האריכה ימים יותר מכולן היא דמותו של צירלי צ'פלין.

הניקלאודיאון היה אולם הקרנת הסרטים אשר נפתח לראשונה בעיר פיטסבורג וגבה דמי כניסה שווים לכל נפש (ניקל אחד, ומכאן השם ניקלאודיאון) תמורת הצפייה בסרט. ההשקעה הייתה קטנה וכך גם הסיכון שבצידה, אך ההצלחה הייתה מעל למשוער. הניקלאודיאונים הפכו למוסד חברתי ונחשבו ל"קולנוע דמוקרטי" או שעשוע להמונים. הם השרישו הרגלי צפייה בקרב השכבות הנמוכות ממש כשם ש"עיתוני הפני" הפיצו את הרגלי הקריאה.

ראשיתו של הקולנוע באירופה: הקולנוע האירופי נושא לרוב אופי אליטיסטי ואמנותי יותר. ואולם, עלייתו של היטלר לשלטון שמה קץ לעידן היצירתי של הקולנוע הגרמני. השלטון הנאצי הידק את הפיקוח הפוליטי על הקולנוע עד כדי הפיכתו למכשיר תעמולה משומן.

שלב ההתמסדות של הקולנוע החל עם ראשיתו של הסרט המדבר ונמשך עד לאחר מלחמת העולם השנייה. שני אירועים כבדי משקל - השפל הכלכלי ומלחמת העולם השנייה החריפו את הצרכים הבידוריים והאסקפיסטים ותרמו להתמסדות ולפריחה (זוכרים את התיאוריה המבנית-תפקודית?). אנשים ביקשו לברוח מהמציאות ומצאו מפלט באולמות הקולנוע, ביצירותיה של "תעשיית החלומות". בתקופה זו התנסחו הכללים הבסיסיים של תעשיית הקולנוע בעסק מסחרי לכל דבר. באולפנים שרר אקלים אנטי-אינטלקטואלי שהכתיב

לספק לציבור את מה שהוא רוצה ולדכא את היצירתיות והמקוריות בשם פולחן הממון. עם חלוף המשבר הכלכלי, הקולנוע לא איבד מאהדתו כיוון שהרגלי הצפייה קנו אחיזה חזקה בקרב הציבור וחברות ההפקה צברו ניסיון עשיר שיאפשר להציע לציבור סרטים מגוונים שישמרו על נאמנותו למדיום.

התגבש מוסד חדש - **מוסד הכוכבות**, דהיינו, טיפוח פולחן אישיות סביב גיבורי המסך שתרמו לשיווק הסרט ולהגדלת הרווחים ממנו. הכוכב הפך לקנה-מידה מרכזי של הצופים בהעדפת סרט אחד על משנהו. מעלליהם המרתקים והנוצצים של הכוכבים הסיחו את דעת הקהל מהשפל הכלכלי ומשגרת החיים האפורה. שנות השלושים והארבעים נחשבות לשנות הפריחה של הקולנוע האמריקני, דווקא בשל האירועים המשבריים שהזכרנו קודם לכן. רבים ביקשו להימלט מן החדשות הקשות של העיתונות והרדיו והייתה זו תקופת תור הזהב של הוליווד. מפיקים ממולחים הזדרזו ליצור סרטים גדושי פאתוס פטריוטי, סרטי מלחמה ואהבה שיפיגו געגועים של נשים לבעלים ולבנים, ימריצו את הנותרים בעורף להצטרף למאמץ המלחמתי ויבדרו חיילים לוחמים בשעות ההפוגה. במקביל, ממשלות וויאן לי וקלארק גיבל אימצו את השימוש התעמולתי בקולנוע ויצרו סרטים-מטעם שנועדו ללכד את השורות, לטפח את המורל הלאומי ולהגביר את מוטיבציית הלחימה.

בשני העשורים שלאחר המלחמה סבלה תעשיית הקולנוע משפל מסוים עם תחילתם של שידורי הטלוויזיה. הקולנוע היה צריך להמציא את עצמו מחדש. אנשי התעשייה עשו זאת בכמה דרכים:

1. השקעה בטכנולוגיה: ניצול היתרונות של המסך הגדול בחוויית הצפייה הריגושית יותר מהטלוויזיה.
2. סגנון ההפקות: הפקות ראוותניות מרובות משתתפים וגדושות בסצנות מרהיבות המאבדות מערכן כשהן מוקרנות בטלוויזיה.
3. תכנים: תכני הסרטים היו מגוונים ונועזים יותר מאלה של הטלוויזיה. הסיבה לכך היא כי הטלוויזיה הייתה תלויה בהכנסות מפרסומות ועל כן ביקשה לפנות למכנה המשותף הרחב (אם לא הנמוך) ביותר ובכך להתאים את עצמה לקהל ענק והטרוגני ביותר. הקולנוע, לעומת זאת, לא היה תלוי בהכנסות מפרסומות, אלא בתשלום של הצופים על הכניסה, ולכן הוא הרשה לעצמו להתגרות בנורמות החברתיות אגב עיסוק חופשי יותר במין ובאלימות. כיום, בעידן של אלפי סרטים הזמינים לכל דורש בשירותי הסטרימינג, גודלו של המסך הביתי והטכנולוגיות המתקדמות, נאבק הקולנוע על עצם קיומו. ניתן לראות זאת במהלכים שיווקיים כגון ימי קולנוע למיניהם שבהם נמכרים כרטיסי במחירים מוזלים, פסטיבלים של קולנוע או פנייה לקהלים ספציפיים שעדיין פוקדים את בתי הקולנוע למרות הסרטים הזמינים בכל מסך ביתי כיום.

הרדיו



הרדיו היה אמצעי שידור ראשון מסוגו והוא פתח עידן חדש בתקשורת ההמונים - **עידן הטלקומוניקציה**. טלקומוניקציה הוא מושג-גג למגוון האפשרויות של תקשורת על פני מרחקים בסיועם של מכשירים אלקטרומגנטיים. עד סוף מלחמת העולם הראשונה התקיימו שידורי הרדיו בעיקר במקומות בהם לא התאפשר לקיים תקשורת קווית (איים וחופים, אניות בלב ים) והשידורים שימשו בעיקר למטרות מסחריות וצבאיות. בשנות העשרים החלו שידורי ניסיון צנועים, חובבניים ובלתי-מסודרים.

ככל שהציבור גילה עניין בשידורים אלה, כן השתכנעו יזמים כלכליים בפוטנציאל שלהם, ובהדרגה ביקשו להכניס בהם היגיון כלכלי וסדר כלשהו. התפתחויות טכניות נוספות שיפרו את אפשרויות השידור והקליטה והחלה להתפתח הכרה בערך התקשורת של המדיום החדש לצרכים ציבוריים. בהדרגה הוסרו המגבלות והפיקוח על השימוש ברדיו למטרות אזרחיות ומקלטי רדיו להרכבה עצמית בבית נמכרו לציבור הרחב. מספר תחנות השידור אשר עלה בהדרגה עורר כבר אז בעיה בסיסית - מצוקת התדרים;

החשש כי תחנות שישדרו באותו תדר או בתדרים סמוכים מדי, יפריעו אחת לזולתה. על כן, השלטונות נאלצו להתערב על מנת להבטיח הקצאה מסודרת של תדרים. סוגיה חשובה נוספת שעלתה על הפרק הייתה מקורות

המימון של השידורים. סוגיה זו עיצבה שני דפוסים של מימון ובעלות - בעלות פרטית לעומת בעלות ציבורית. שני דפוסים אלה קיימים עד עצם היום הזה ומבטאים תפיסה רעיונית כוללת של שידור - שירות לעומת עסק.

בעלות ציבורית תופסת את שידורי הרדיו במתן שירותים לאזרח אך בה בעת מעניקה לשלטון זכויות בקביעת המדיניות. לעומת זאת, בעלות פרטית תופסת את שידורי הרדיו בעסק כלכלי לכל דבר. הרדיו הוא מדיום עם פוטנציאל פרסומי אשר "מוכר" למפרסמים את קהל המאזינים. המפרסמים מממנים את השידורים באחת משתי דרכים: תשלום עבור זמן שידור לפרסומות או מתן חסות לשידורים.

שלב ההתמסדות של הרדיו התרחש בשנות השלושים. תחנות הרדיו התבססו כלכלית ויכלו לפתות אמנים וזמרים להופיע בשידור חי תמורת תגמול כספי ראוי (עבור המאזינים היה זה שידור חי חינם אין-כסף). שעות השידור של כל תחנה התארכו בצורה משמעותית והתמסד לוח שידורים קבוע שסייע להשרשת הרגלי ההאזנה. הופיעו חידושים כגון שיחות אולפן (talk shows) וחיידונים, וכך סיפק הרדיו בידור חינם לכל המשפחה. בדומה לקולנוע, גם כאן השפל הכלכלי שפקד את ארה"ב בשנות השלושים החריף את הצורך בבידור ובבריחה מהמציאות וסייע לפריחתו ולביסוסו של המדיום. עם הזמן צמחו רשתות שידור אשר איגדו בתוכן מספר תחנות שידור. חיבור תחנות מקומיות לרשת אפשר להגדיל את קהל המאזינים, להגביר את כוח המשיכה הפרסומי של כל תחנה ולהפחית את עלויות השידור. וכך, מתכונת זו של רשתות שידור הבטיחה תנאים של תקשורת המונים - קהל גדול והטרוגני הנחשף בעת והעונה אחת לתכנים זהים. במיוחד נהנו ממיסוד הרשת אנשי הפרסום והתועמלנים שלא היו צריכים לבוא בדברים עם עשרות תחנות נפרדות על מנת להשיג חשיפה מרבית וסימולטנית.

בדומה לימי השפל הכלכלי, גם בימי מלחמת העולם השנייה גבר הצימאון של ההמון למידע מהיר והרדיו הפגין את יתרונותיו על פני העיתונים, סיפק מידע עדכני, היה למקור בידור והגיע לשיא פריחתו. בעת המלחמה השתכלל השימוש ברדיו גם לצורכי תעמולה שכן הרדיו היטיב לחצות גבולות וחזיתות.

פוליטיקאים ומנהיגים ניצלו את הרדיו לשלוש מטרות עיקריות:

1. זריעת יאוש, בלבול ומחלוקות פנימיות בחזית ובעורף של המדינות היריבות.
2. טיפוח הידידות עם מדינות ניטרליות באמצעות שידורים שהצדיקו את יעדי המלחמה.
3. העלאת המורל בחזית ובעורף ורתימת האזרחים למאמץ הלאומי.

לכאורה, הרדיו יצא מהמלחמה מחוזק, אך בפועל בסיומה של המלחמה הוא ניצב על פרשת דרכים ונכנס לשלב ההתגוננות עם הסדרתם של שידורי הטלוויזיה.

עם הולדתה של הטלוויזיה נאלץ הרדיו להתגונן. האילוצים החדשים הכתיבו שינויים וכל פורמט רדיו נועד לפנות לקהל מאזינים מזהה ולהתאים לצרכיו או לטעמיו המיוחדים, בניגוד לטלוויזיה שלרוב פנתה אל המכנה המשותף הרחב יותר. בזכות הפורמט המוכר "מצעד הפזמונים" (שהיטיב בעיקר עם תעשיית התקליטים) התפתח "פולחן המגיש". מגישי התוכניות הפכו לידוענים. מאזינים ביקשו וקיבלו תמונות של מגישי מצעדי הפזמונים. כך גם גבר כוחם הפוטנציאלי לעצב את טעמם של המאזינים וכמובן לקדם מכירות. כיום ההסתגלות של שידורי הרדיו המסורתיים באים לידי ביטוי בפורמטים של הסבתים (פודקאסטים), הקלטת השידורים והעלאתם לשמיעה מאוחרת וכיוב'. הרדיו הדיגיטלי ללא ספק משנה מן הקצה לקצה את הסוגייה המרכזית של שידורי הרדיו - מגבלה של תדרים. משום כך הרבה יותר גורמים יכולים בקלות יחסית לפתוח תחנת רדיו דיגיטלית ולשדר מגוון תכנים בנושאים שונים.

נסקור בקצרה את ההשלכות החברתיות של הרדיו:

1. "נסיגה לחלל הפנימי" ותרומה לחיזוק הסדר הציבורי. חדירתו של מקלט הרדיו לבתיהם של אנשים חוללה שינוי יסודי בדפוס בילוי שעות הפנאי. מקלט הרדיו החזיר את הפועל היגע מן הרחוב ומבית המרזח הביתה, שם יכול היה להתרווח בכורסה ולהתמכר לתוכניות החביבות עליו. בדרך זו צמצם הרדיו תופעות כגון שברות, אלימות והתנהגות מינית בלתי-מרוסנת. בדיעבד סייע הרדיו למעמד הפועלים להפנים את ערכי הבורגנות המקודשים של סדר, משפחתיות וציביות.

2. אפליה בין המינים ומאוחר יותר מודרניזציה של חיי המשפחה במעמד הפועלים. בראשית דרכו היה אוזניות וכך הגבר היה מקור הידע הבלתי מעורער אשר השתיק את שאר בני הבית במטרה לשמוע את שידורי הרדיו. בני המשפחה תלו בגבר עיניים צמאות לשמוע חדשות ועדכונים. הרדיו החניק את השיחות בחדר המגורים. מאוחר יותר, ככל שהמקלט השתכלל וההאזנה התאפשרה גם לא בצורה יחידנית, הרדיו הלך והתחבב גם על נשים. תרמו לכך יצירתן של תוכניות אשר הופנו במיוחד לעקרונות בית אשר בילו את רוב שעות היום בבית בקרבת המקלט. התוכניות הפופולריות כונו ברובן למועדי הכינוס של כל המשפחה כאשר במקביל הופקו משדרים לצרכים הייחודיים של בני המשפחה השונים ובדרך זו בא על תיקונו הקיפוח שהניב הרדיו בראשיתו. לעיתים הוזמנו גם חברים או שכנים, ההאזנה לרדיו נעשתה אפוא לאירוע חברתי.
3. קביעת הזמן הלאומי הסטנדרטי בתהליך הכרחי לחברה המתועשת הקפיטליסטית. גיבוש לוח המשדרים הקבוע החדיר את הרדיו לשגרת היום-יום של הפרט ושל החברה. תוכניות הרדיו השתלבו בסדר היום של היחיד ותרמו לארגונו. באופן כללי, בחברה המודרנית התעורר הצורך לארגן את הזמן בצורה יעילה ומתאימה לאקלים של משמעת ארגונית במפעל או במשרד, וכך, הרדיו סייע להנחיל את ערכי הקפיטליזם, ובייחוד את ההכרה בערך הזמן ובניצולו היעיל.

הטלוויזיה



כמו במקרה של הרדיו, היכולת הטכנולוגית לקיים שידורי טלוויזיה קדמה בשנים להפעלת שידורים סדירים וקבועים. מלחמת העולם השנייה הקפיאה את התפתחותם של שידורי הטלוויזיה למשך עשור. החשש היה שמטוסי אויב יתבייתו על אנטנות, ומלבד זאת כוח אדם טכני שעבד בשידורים גויס להפעלת המכשור האלקטרוני בצבא.

פריצת הטלוויזיה לאחר המלחמה הייתה הדרגתית, הן מבחינת התפתחותן של תחנות השידור והן מבחינת התפוצה של מקלטי הטלוויזיה. בשנות השישים שוכלל מקלט הטלוויזיה והוכשר לקלוט שידורי צבע ולא רק שחור-לבן, תוחלת חייו של המקלט התארכה והתאפשרה קליטה של תדרים נוספים. שידורי הטלוויזיה יקרים מן הרדיו ועלויות ההפקה גבוהות פי כמה, וכך הצורך במשאבים גדולים העמיק את התלות במקורות מימון פרטיים או ציבוריים. תור הזהב של הטלוויזיה מזוהה עם שנות החמישים שבהן עוצבו הפורמטים העיקריים של המדיום:

המחזה המוזיקלי: הפורמט המאפיין והטיפוסי בשנים הראשונות אשר סיפק את הצורך בבידור קליל, עממי, וחשוב מכל- מובן לכל אדם.

פורמט החידון שהתאפיין בעלות הפקה נמוכה יחסית ושיעורי צפייה גבוהים.

תוכניות אולפן ('רדיו מצולם') - התאימו לתנאי ההפקה הצנועים והתגלו כבעלות כושר הישרדות לאורך שנים, גם לאחר השכלולים שאפשרו הפקות חוץ.

בראשיתה עבדה הטלוויזיה בשידורים חיים. רק לאחר המצאת מכשיר ההקלטה של התמונה העדיפה הטלוויזיה שידורים מוקלטים שהעלו את הרמה הטכנית והמקצועית של המשדרים ושחררו את השדרים מאילוץם ולחצים הכרוכים בשידור חי. בשנות השמונים, חידושים טכנולוגיים נוספים, ציוד משוכלל וניסיון מצטבר אפשרו לשוב לשידורים חיים מהאולפן וגם מחוץ לאולפן בלי להתפשר על סטנדרטים מקצועיים. ככל שהטלוויזיה צברה תאוצה, ככל שהתרבו תחנות השידור וקהל הצופים גדל, כך התבסס מעמדה לא רק באמצעי בידור אלא גם במקור מידע וכבמה לליבון סוגיות אקטואליות.

הרדיו היה מקור השראה בולט שתרם לטלוויזיה פורמטים ותבניות (יומני חדשות, תוכניות דיון ואירוח, אופרות סבון, חידונים ומחזות). ברוב המקרים היו אלה רשתות הרדיו שהפעילו את תחנות הטלוויזיה ולכן התאפשר מעבר חלק יחסית של שדרי רדיו למדיום החדש.

שלב ההתמסדות של הטלוויזיה התרחש בשנות השישים עם התפתחויות טכנולוגיות שאפשרו רב ערוציות ושידורי צבע. עם השלמת המעבר לשידורי צבע ב-1965, איבד הקולנוע את אחד מיתרונותיו המרכזיים. עד אז ונאלץ לשתף פעולה עם הטלוויזיה ואף להזין אותה בסרטים. שתי מגמות שונות ומנוגדות מצינות את תקופת ההתמסדות של הטלוויזיה, הראשונה היא מגמת תיעוד המציאות והשנייה היא מגמת הבריחה מהמציאות.

מגמת תיעוד המציאות עסקה יותר ויותר במשדרי אקטואליה. ההתייחסות למציאות זירזה את התפתחות העיתונות האלקטרונית והתמקצעותה. כמו כן, התרחשויות מסעירות של שנות השישים והשבעים אשר היו שנים של קונפליקט ושל אלימות (המלחמה בווייטנאם, מאבקו של מרתין לותר קינג) סיפקו חומר חדשותי סוער וסייעו להוכיח את חיוניותה של הטלוויזיה. הדבקות בסיקור המציאות יצרה לעיתים מצבים בהם אולפן הטלוויזיה עצמו היה אף הוא לזירת אירועים לשעה קלה (כך בעימות הטלוויזיוני בין קנדי וניקסון ערב הבחירות לנשיאות ארה"ב 1966). באופן זה הלכה והתבלטה דמותו של המראיין או המנחה המסוגל בכישוריו להפיק מפי מראייניו אמירות בעלות ערך חדשותי.

בתחנות השידור באירופה ובישראל, בניגוד לתחנות האמריקניות, נתפסו השידורים בשירות לציבור ולא כעסק בלבלי. המשמעות של תפיסה זו באה לידי ביטוי בשתי החלטות מרכזיות: האחת, הפרדה בין זהות הקריין לבין החדשות שהוא מגיש (שלילת תופעת פולחן אישיות של המגיש הכוכב). ההחלטה השנייה היא מדיניות הברירה של הידיעות המשודרות. העורכים אינם מתאמצים לרצות את הצופים, להמתיק את המסרים, או להימנע מחדשות בלתי-נעימות. אפשר שהחשיפה האינטנסיבית למציאות, ובכלל זאת גם לחדשות בלתי-נעימות, היא שאחראית גם לטיפוחם של תכני הבדיון, המסייעים להימלט ממנה. וכך, מגמת הבריחה מהמציאות מייצגת פורמטים המבוססים על תכנים בדיוניים שמספקים את הצרכים האסקפיסטיים של הצופים.

כדי להבטיח הישגים נאים של העיתונות הטלוויזיונית נדרשו היערכות מיוחדת, השקעה כספית גבוהה בטיפוח מערך כתבים ופריסה גיאוגרפית רחבה. בתנאים אלה יכלו לעמוד רק תחנות שידור עתירות משאבים כמו אלה במערב אירופה, או הרשתות הארציות והתחנות המקומיות הגדולות בארצות-הברית. שלוש הרשתות הארציות נהנו מעדיפות מכרעת בהפקות על פני התחנה המקומית הבודדת. כצפוי, נסיבות אלה עודדו מבנה ריכוזי של שידורי הטלוויזיה.

בשנות ההתמסדות, הפכו תחנות הטלוויזיה המערביות לבתי הפקה זולים עבור תחנות צעירות מארצות אחרות שביקשו לחסוך מעצמן את חבלי הלידה והסיכונים הכלכליים. בדרך זו, העמיקו התחנות המערביות המבוססות את אחיזתן הכלכלית והתרבותית במדינות שונות. התוצאה היא כי בארצות שונות ומרוחקות יימצא דמיון מופלג במבנה המהדורה, שיקולי העריכה, אורך הכתבות וסגנון ההגשה של הטלוויזיה האמריקנית.

אופרת הסבון המערבית הייתה ל"טלנובלה" בדרום אמריקה ודמויות כמו פופאי, מיקי מאוס או דונאלד דאק היו לחלק מילדותם של מיליונים בני תרבויות ולשונות רבות. מדובר בתהליך של יצירת אימפריאליזם מסוג חדש, מעודן יותר, אימפריאליזם תרבותי, שנשקו איננו הרובה והתותח אלא משדרי הטלוויזיה. מדינות ותרבויות הרגישות לתופעות הלואי של האימפריאליזם התרבותי מחפשות דרכים להתגונן: הקצאת משאבים לטיפוח הפקות מקור מקומיות, דיבוב בשפת הלאום ולא בעזרת תרגום כתוב לשפה האנגלית וכיו"ב.

כמו העיתון, הרדיו והקולנוע, גם על הטלוויזיה נדרש להסתגל למציאות התקשורתית של הניו מדיה. אנו רואים זאת באמצעות הפלטפורמות האינטרנטיות שמפתחות חברות החדשות (דוגמת N12) והתכנים הדיגיטליים הרבים של שידורי הטלוויזיה שמושקעים בהם מחשבה ומשאבים רבים. הדיגיטל של תאגיד השידור הציבורי, כאן, הוא דוגמה מצוינת לכך.

הניו-מדיה (האינטרנט)

מאפיינים של ניו-מדיה:

- **הידודיות** (אינטראקטיביות): קיימת דו-כיוונית. הניו-מדיה מדגימה היטב את הלרוונטיות של המודלים המעגליים מול המודלים הליניאריים.
- **מהירות**: הקצב שבו מועבר המידע הפך מהיר ויצר תחרות אגרסיבית בין עיתונאים וגופי תקשורת, מה שהביא לפגיעה באתיקה של העבודה העיתונאית, הביא לאי דיוקים ופגם במקצועיות.
- **שליטה**: איבוד היכולת של המנגנונים לשלוט במידע רגיש.
- **יצירה והפצת מסרים**: הפכה כל אזרח לעיתונאי והביאה להצפה של מידע כוזב (פייק ניוז).
- **השתנות "שומרי הסף"**: בעבר היו העורכים והעיתונאים האחראים הבלעדיים לקביעת סדר היום. כיום לציבור יש השפעה רבה על כך.

התקשורת החדשה לא רק מאיימת על אמצעי התקשורת שקדמו לה בשל חדשנותה ביחס אליהם, אלא גם משום שהיא מכילה אותם.

יצרן (Prosumer) יצרן = יצרן + צרכן אחד המאפיינים הבולטים של עידן הניו-מדיה. כל אחד מאיתנו הוא גם יצרן תוכן וגם צרכן תוכן.	מולטי-מדיה אמצעי תקשורת שיכול לחקות התנהגות של אמצעי תקשורת אחרים בדרכי העברת התכנים (עיתונות מקוונת, יוטיוב, פודקאסט)	מטה-מדיה אמצעי תקשורת שיכול לשדר ולהעביר תכנים של אמצעי תקשורת אחרים (למשל, העברת מהדורת חדשות של הטלוויזיה)
--	---	--

משבר העיתונות הכתובה

הניו-מדיה יצרה מודל העברת מידע ששונה מהפרינט.

הפרינט	הניו-מדיה
ליניארי - חד כיווני	מעגלי - דו כיווני
מעבירי המידע הם עיתונאים בהגדרה	מעבירי המידע הם עיתונאים אך גם אזרחים
העיתון עולה כסף	המידע מונגש ללא תשלום
לא אקולוגי - בזבז נייר	אקולוגי - הכל על המסך

בשונה מהרדיו והטלוויזיה, שיכולים להתחרות עם הניו-מדיה בעיתוי פרסומם של תכנים, לעיתונות יש אתגר גדול. עיתון שיוצא בבוקר, לעתים יהיה האחרון לפרסם ידיעה חדשותית חמה. אם לא די בכך, העיתונים מוצאים את עצמם בתחרות לא קלה עם החינמונים. הריי מה הסיבה לקנות עיתון כשאפשר לקבל אחד בחינם?!

כדי להצליח להתמודד עם האתגר, שינו העיתונים המודפסים את הפלטפורמה בכמה מובנים: פרסום פרשנויות לאירועים, שדרוג של מוספים (מידע שרלוונטי לזמן רב), והעלאת פלטפורמה מקוונת שתומכת בפרינט.

הירידה בתפוצת העיתונים ניכרת יותר במדינות קפיטליסטיות מפותחות שבהן אמצעי התקשורת הדיגיטליים מפותחים.

ירידה בתפוצת העיתונים משפיעה על הרצון של מפרסמים להפיץ את מסריהם על גבי העיתונים ולקנות שטחי פרסום, וכך נוצר גם משבר שמתגלגל אל עולם הפרסום.

החינמונים

עיתונים אלו, כשם כן הם, מחולקים חנים אין כסף לקוראים. הם מיועדים מלכתחילה לקהל שבין כה לא היה משלם עבור עיתון. מדובר בפורמט "רכבת", קליל בו מתפרסמים אייטמים חדשתיים קצרים, טורי דעה על ענייני דיומא.

50% מנתח החינמונים מוקדש לעמודי פרסום והם למעשה הקרקע הכלכלית לקיומו. החינמונים נסמכים פעמים רבות על סוכנויות מידע, יח"צ, מידע מרשויות וכד'. הם אינם מחזיקים מערכות גדולות וקבועות, אלא בעיקר פרילנס.

הבדלים במודל הכלכלי

חינמונים	עיתונות כתובה	
הבעלים	הבעלים	המוכר
המפרסמים	הקוראים	הקונה
הצרכנים	העיתונים	המוצר

טיפולוגיה של העיתונות הכתובה (עפ"י דן כספי)

עם התפתחות הניו-מדיה אנו רואים הסתגלות מתמשכת של העיתונות הכתובה למצב הקיים, שמתבטאת בסוגים שונים של הפצה:

- **מהדורה מקוונת של עיתון מודפס:** מדובר בחוויה אינטרנטית של הקריאה בעיתון - קובץ דיגיטלי של המהדורה המודפסת, שניתן לדפדף בו על גבי המסך.
- **עיתון מקוון עצמאי בצד המודפס:** אתר או אפליקציה שרצה במקביל לעיתון המודפס, בה הפרסום מתאים את עצמו לקצב של הניו-מדיה.
- **מהדורה מודפסת של עיתון מקוון:** הכוונה לעיתונות מקוונת שעשתה את התהליך ההפוך מן המסך אל הפרינט. דוגמה לכך הוא אתר דה-מרקר שהתחיל באינטרנט והפך בהמשך גם לעיתון מודפס.
- **עיתון מקוון עצמאי:** פורטלים כלליים ואתרים של יזמים פרטיים. מדובר ביוזמות אינטרנטיות שמעולם לא ראו דפוס (תפוז אנשים, וואלה, נענע)

הרדיו והניו-מדיה

כאן ניתן לראות פלטפורמות דיגיטליות שהתפתחו בצמוד לשידורי הרדיו (כאן דיגיטל), והתפתחו תשל תחום הפודקאסטים.

הטלוויזיה והניו-מדיה

גם כאן התפתחו פלטפורמות מקוונות שתומכות בשידורי הטלוויזיה, ותכניות שלמות המשודרות ב-VOD.

אוטופיה או דיסטופיה?

זוהי שאלת מפתח שנשאלת כבר שנים על הניו-מדיה - האם האינטרנט יצר עולם אידיאלי של ריבוי קולות שבו כולנו יכולים לבטא את עצמנו או שמדובר בדיסטופיה של שלטון התאגידים, אותה גברת בשינוי אדרת.

מגזין טיים כתב על כך: "מחשבות חברתיות ופוליטיות על ההבטחה הגדולה של האינטרנט כשוק חופשי של רעיונות ודעות או ככלי רב עוצמה (אולי מפלצתי) המצוי בידי בעלי ההון".

נשאלת השאלה, האם אנחנו באמת נמצאים בתוך בועה של אשליה של מקורות אינסופיים ושוק פלורליסטי של דעות ורעיונות?

שאלה נוספת היא האם הניו-מדיה מחלישה או מעצימה רגשות קולטיביסטים? האם הניו-מדיה מחלישה או מעצימה את המדינה? מצד אחד ההתלכדות סביב הדגל קלה יותר, הניו-מדיה מקלה על הגישה לאזרחים. היום כל אחד מקושר דרך הנייד וקל להגיע אליו דרך הודעה פשוטה. מצד שני, העובדה שאזרחים יכולים ליצור התלכדויות והתארגנויות מקומיות שיכולות להתעצם בן ליל, מסכנת את המדינה (ראה דוגמה האביב הערבי).

ניו-מדיה וחקיקה

אין הרבה חקיקה בניו-מדיה מכיוון שהרצון הוא להמנע ככל האפשר מפגיעה בחופש הביטוי.

יחסי ממשל - תקשורת

השאלה המרכזית ביחסי ממשל ותקשורת היא מי משגיח על מי?

ארבעה מודלים של יחסי ממשל תקשורת

סידר, פיטרסון ושרם פיתחו בשנות החמישים תיאוריה אשר משתמשים בה עד עצם היום הזה כדי להסביר את הקשר בין ממשל לתקשורת. התיאוריה מורכבת מארבעה מודלים:

- הדגם הסובייטי
- הדגם האוטוריטרי
- דגם האחריות החברתית
- הדגם הליברלי

הדגם הטוטליטרי (סובייטי):

המדינה היא הבעלים של אמצעי התקשורת ושל כל אמצעי הייצור בעולם. המדינה, או המפלגה השלטת, חולשת באופן בלעדי על מוסדות התקשורת במדינה, על התכנים, על בעלי התפקידים ועל התקציבים. על פי דגם זה, אין דבר כזה כלי תקשורת הוא עצמאי. כפי שהמוסדות, הכלכלה, החינוך, וכל נכס נמצא בידי הגוף השלט, כך גם התקשורת בבעלותו, לרבות התכנים.

הדגם האוטוריטרי (הסמכותני):

הבעלות על אמצעי התקשורת יכולה להיות פרטית, אך הבעלים כפופים לאישור, פיקוח ובקרה של המדינה ומוסדות השלטון. התכנים כפופים לאישור המדינה. על אמצעי התקשורת לשרת את מטרותיה של המדינה ולשמור על היציבות השלטונית. מעורבות השלטון אינה בניהול היומיומי של אמצעי התקשורת (תקציב, מינויים, תוכן).

דגם האחריות הציבורית/חברתית

בניגוד לדגם הליברלי, דגם זה מגדיר לצד זכויות העיתונאים, גם את חובותיהם ואחריותם לחברה שבה הם פועלים. מוסדות השלטון מגדירים "קווים אדומים" שעל התקשורת להמנע מלחצות. התקשורת מצדה מתחייבת לנהוג באחריות.

הדגם החופשי (ליברלי)

זהו הקצה המנוגד של הדגם הטוטליטרי. חופש הביטוי הינו אבסולוטי. על מוסדות השלטון להימנע מכל התערבות בעשייה התקשורתית ולאפשר שוק חופשי של דעות, ביקורת על הממשל ומגוון קולות.



השפעות התקשורת

דן כספי מגדיר השפעה כך: "תוצאה של אינטראקציה בין שני גורמים או יותר, כאשר האחד מחולל תגובה כלשהי בקרב האחרים."

רכיבי השפעה של התקשורת.

- רמה קוגניטיבית, רמה רגשית, רמה התנהגותית.
- השפעה מכוונת או בלתי מכוונת.
- האם הנמען מודע או לא מודע לניסיון ההשפעה עליו?
- שינויים מסוגים שונים - עיצוב, המרה או חיזוק.
- השפעות ברמת הפרט או ברמת הכלל (מאקרו/מיקרו).
- השפעה בטווח הקצר או הארוך.
- השפעה מעצם החשיפה או מתכנים מסוימים המועברים.

רמה קוגניטיבית, רמה רגשית, רמה התנהגותית

- רמה קוגניטיבית: כיצד הצופים מעבדים את הנתונים? כיצד הם תופסים אותם? האם הם זוכרים? מבינים את התכנים? כיצד הם מעריכים את המידע?
 - רמה רגשית: מה הצופה מרגיש כלפי המידע? מהן התחושות שעולות בו?
 - רמה התנהגותית: מה זה גורם לו לעשות? האם זה מניע אותו לפעולה כלשהי?
- לדוגמה: ידיעה על כך ש"ישראל הולכת לבחירות". האם הצופה מבין את המשמעות, מעבד אותה? מה הוא מרגיש כלפי הידיעה? האם זה גורם לו לתסכול? האם הוא כועס או מאושר? ברמה ההתנהגותית מה זה יגרום לו לעשות? האם הוא ילך להצביע, או שמא יעדיף לנצל את היום כדי ללכת לים?

השפעה מכוונת או בלתי מכוונת

הרבה פעמים העיתונאי יסקר תחום, כשיש לו איזושהי כוונה, מסר. אך לעתים הצופה יכול לפרש את המסר בצורה אחרת (מתחבר ל"פונקציה" ודיס-פונקציה). לדוגמה: כתב מפרסם כתבה על מחסור בבשר. אולם, הכתבה שלו מביאה להיסטריה בקרב הציבור.

מודעות של הנמען לניסיון ההשפעה עליו

פעמים רבות נצפה בכתבה תמימה למראה, אך בפועל נגלה כי מדובר בתוכן שיווקי שמוטמע בתוך הכתבה. נוכל לראות זאת גם בסדרות טלוויזיה ובסרטים, בהם מופיע מוצר תמים למראה (פחית שתיה, חולצה עם לוגו של חברה) (מתקשר לניאו-מרקסיזם)

שינויים מסוגים שונים - עיצוב, המרה או חיזוק

רכיב נוסף שבדק את השפעות התקשורת, בוחן מה התקשורת עושה לנו? האם היא מעצבת את ההשפעות שלנו? האם היא גורמת לנו להמיר אותן באחרות, או אולי הן מחזקות אותן? לדוגמה: קמפיין שמדבר על אלימות בקרב בני נוער. האם הקמפיין ישפיע לטובה על נערים אלימים? האם הוא יגרום דווקא לאפקט הפוך בקרב נערים לא אלימים?

השפעות ברמת הפרט או ברמת הכלל (מאקרו/מיקרו)

האם התקשורת משפיעה עלינו כחברה או כאינדיבידואל?

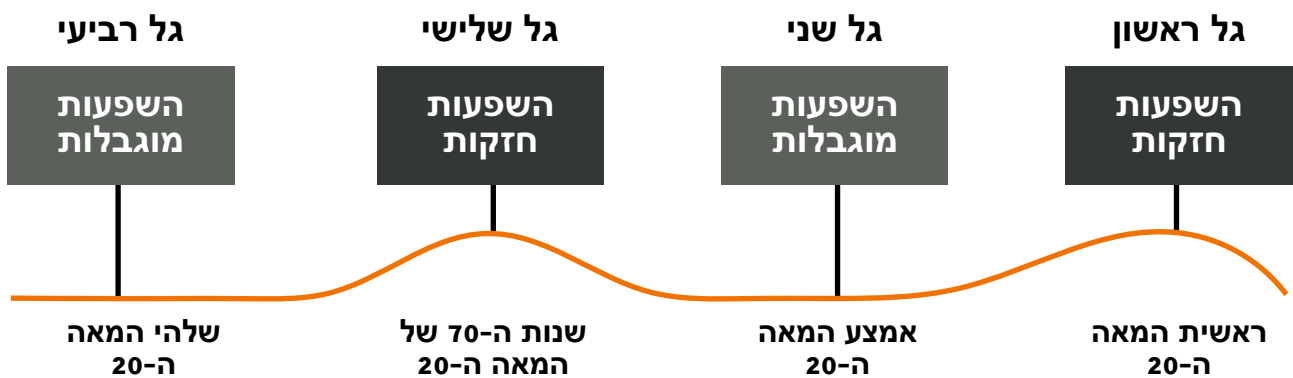
השפעה לטווח הקצר או הארוך

למרבה הפתומים יש השפעה לטווח קצר. הם אינם משפיעים על החיים שלנו כפרט או כחברה. אולם, ישנם פרסומים שיכולים לגרום לטרואמה בקרב החברה, כמו פיגוע או חיידק שגרם לפגיעה במזון בהיקף נרחב. אירועי עבר מראים שקיימים מצבים בהם החשיפה בתקשורת יכולה להביא ליצירת תדמית שלילית בקרב נשוא הפרסום, עד שלוקח שנים לשקם תדמית זאת. לדוגמה: פרשת תנובה והסלמונלה, אשר נדרשו לחברה שנים של קמפיינים חיוביים כדי לשקם את תדמיתה.

השפעה מעצם החשיפה או מתכנים מסוימים המועברים

החשיפה עצמה, ללא קשר לתכנים, יכולה להשפיע עלינו. אנו הופכים פחות אקטיביים, פחות פעילים פיזית, פחות עושים כושר. החשיפה היום נוצרת בגיל מוקדם מאוד. נמצא ילדים קטנים מאוד (גיל 3) שמחזיקים סמארטפון ביד ויכולים לצפות בו במשך שעות. בנוסף, גם התכנים עצמם הם משתעיתיים: חשיפה של נוער לפורנו, ילדים קטנים שיכולים לבלות שעות ארוכות מול משחק מחשב, אדם בוגר שיכול להתמכר לעונות שלמות של סדרה ולהזניח את ענייני המשפחה.

***הערה: המון פעמים נמצא שילוב בין רכיבי ההשפעה.**

גלי השפעת התקשורת**הגל הראשון - ההשפעות החזקות:**

גל ראשון: ראשית המאה ה-20. המצאת הרדיו, הקולנוע, הטלוויזיה. החברה רואה במדיומים הללו משהו קסום. התקשורת בעלת עוצמה גדולה, כמעט מאגית. היא משפיעה בצורה אחידה, מהירה וישירה על הקהל כ"ספוג פאסיבי" לכל מסריה ותכניה.

המודרניזציה: בראשית המאה ה-20 החברה עברה תהליך של מודרניזציה שכלל: תיעוש, עיור, חילון, השכלה, חברת המון. האדם מצא עצמו בעיר הגדולה, תלוש ומנותק מטבורן של הקהילות אליהן השתייך. התקשורת היתה עבור הפרט האמצעי היחיד לקבל מידע. הוא האמין לכל מה שהוא שמע וראה באמצעי התקשורת.

מלחמות העולם: מלחמות העולם ערערו את התפיסות הליברליות וההומניסטיות לגבי בני אנוש כיצורים רציונאליים ואחראיים. לפתע האדם נתפס כיצור רע וזדוני, כאשר הוא מנצל את אמצעי התקשורת כדי להשיג עוד כח והשפעה. התקשורת שימשה גורמים אינטרסנטים, אולם על הצד השלילי.

השפל הכלכלי: השפל הכלכלי החריף את אי היציבות של הפרט ובדידותו בתוך החברה המודרנית. ושוב התקשורת נכנסה לוואקום הזה.

מדינות א-דמוקרטיות: מתקשר למלחמות העולם בעיקר. מנייהגים במדינות א-דמוקרטיות עשו לאורך השנים שימוש באמצעי התקשורת לקידום מטרותיהם האפלות. בין מנהיגים אלו אפשר למצוא את: היטלר, מוסוליני, סטלין, פרנסיסקו פרנקו.

אולם גם במדינות דמוקרטיות ניתן לראות את השימוש שעשו מנהיגים בתקשורת, כדי להוביל את ההמון למלחמה, כדי לעודד אותם לפעולה, ותרמו לתפיסת התקשורת כחזקה וכל יכולה. ביניהם ניתן למצוא את וינסטון צ'רצ'יל ופרנקלין רוזוולט.

תיאוריית קליע הקסם:

או בשמה "תיאוריית המחט התת-עורית". זוהי תיאוריה שבאה להמחיש את הדרך בה נורים או מוזרקים לנו מסרים ומידע. כמו כדור מאקדל ישירות למוח, או מחט מתחת לעור.

הרולד לאסוול מדבר על טכניקות התעמולה במלחמות העולם כ"שליטה על דעות באמצעות סמלים נושאי משמעות, מעשיות, שמעות, דיווחים, תמונות וצורות אחרות של תקשורת חברתית..."

וולטר ליפמן אומר כי במציאות המודרנית המורכבת, בני אדם נאלצים להסתמך פחות ופחות על ידע מהעולם האמיתי, הריאלי, ומתייחסים בהתנהגותם לסביבות מדומות כפי שהן מצטיירות באמצעי התקשורת המודרניים. כל אדם מעצב בראשו דימוי מציאות, או בלשונו של ליפמן "תמונות" במידה רבה בהשפעת אמצעי התקשורת המודרניים, ולפי התמונות הללו מכלכל את צעדיו. ליפמן טוען כי המסרים כל כך חזקים, עד שבני אדם פחות יסתמכו על המציאות, היות והם פחות פוגשים בה, ויסתמכו על המציאות שהם פוגשים בתקשורת, לה הם נחשפים יותר. ולמעשה, אנשים יכלכלו את צעדיהם בהתאם למציאות שהתקשורת יוצרת להם.

מחקרי פרוייקט קרן פיין:

פרוייקט מחקרי גדול שהורכב מ-13 מחקרים שונים שעסקו בהשפעת הצפייה בסרטי קולנוע, בדגש על ילדים ונוער.

הפרוייקט בחן שתי קטגוריות עיקריות:

- מה הוצג בקולנוע ולמי?
- מה היו ההשפעות?

נתוני המחקרים:

- בין השנים 1930-2919, כל ילד אמריקני פקד את הקולנוע בממוצע אחת לשבוע.
- למעלה מ-75% מהסרטים עסקו בפשע, מין ואהבה. נושאים חינוכיים נעדרו כמעט לגמרי.
- טבק ואלכוהול היו נפוצים מאוד בסרטים באופן גלוי.

ממצאי המחקרים:

- נמצא שצפייה בסרטים היתה אקטיבית להעברת מידע. כלומר, הקולנוע אפקטיבי בהעברת מידע בגלל שהוא מוצג באופן וויזואלי.
- נבדקה השפעה שיש לצפייה בסרטים אוהדים או שליליים כלפי קבוצות אתניות (סינים, אנטי שחורים, אנטי מלחמתיים, פרו יהודים וכו'). הממצאים לא היו חד-משמעיים, אבל ניכרה בחלקם השפעה מסוימת על העמדה של הצופה.
- 150 נבדקים צעירים חוברו לאקלטרודות לבדיקת תגובות חשמליות, ונמצא כי סצנות בעלות אופי מיני לא באו לידי ביטוי בתגובות החשמליות של המשתתפים הצעירים, אבל זכו לתגובות ברורות אצל בני העשרה. היה הבדל ברור בין הילדים למבוגרים.
- נבדק הנזק לבריאות. נמצא כי שילדים נעו וזעו במהלך שנתם לאחר צפייה בסרטים מסוימים.
- נבדקה שחיקה של נורמות מוסריות. נמצא כי אצל רבים מהנבדקים היתה סתירה בין הנורמות והערכים שהם הביאו איתם מהבית לבין מה שהוצג להם בקולנוע. כלומר, הסרטים חשפו את הצופים לערכים ונורמות שונים.
- ילדים שבילו יותר בקולנוע קיבלו הערכות נמוכות יותר מהמורים ומחבריהם לכיתה.

- במחקר איכותני נתנו לנבדקים לכתוב כיצד הצפיה בקולנוע השפיעה עליהם. מהחקר עלה כי לצפיה בסרטים יש השפעה על תפיסת המושג אהבה, השפעה על מצבי הרוח, אימוץ התנהגויות של כוכבי קולנוע כדמויות לחיקוי, וכו'.
- מחקר אחר בפרוייקט בחן את הקשר בין חשיפה לתכנים בסרטים ולפשע, באמצעות שאלונים, בדיקת תיקים אישיים ובדיקת תולדות חיים של צעירים שגדלו באיזורי פשע. נמצא כי סרטים מילאו תפקיד ישיר בעיצוב הנטיות והמעשים הפליליים של חלק ניכר בנבדקים.

מחקר על הפלישה ממאדים

במחקר שבדק את השפעת תסכית הרדיו של אורסון וולס על הפלישה המדומה ממאדים, נמצא כי הרדיו היה מקור אמין ביותר בתקופה זו, במיוחד בקרב לא משכילים שלא קראו עיתונים. זאת למרות שהכירו את הפורמט של "פריצה לשידור". מאפיינים רבים דוגמת אמונה דתית, חוש ביקורתי והשכלה, השפיעו על רמת הבהלה של האנשים.

המחקר מצא כי תיאוריית המחא התת עורית לא מדויקת, היות ולא כולם מגיבים לחשיפה התקשורתית באותה הדרך.

הגל השני - ההשפעות המוגבלות:

פוסט מלחמת העולם השנייה. אמצעי המאה ה-20. אז כבר הצטברו מחקרים אמפיריים, בעלי ממשקים לפסיכולוגיה חברתית ובשיווק, שהראו כי השפעת המסרים התקשורתיים היא תלוית נסיבות וקשורה במשתנים חברתיים וכלכליים מגוונים. זו היתה פריחתה של [התיאוריה המבנית-תפקודית](#) (נגזרת מהגישה הפונקציונליסטית), לפיה התקשורת היא אחד מבין הגופים שממלאים תפקידים שונים בחברה ומכיוון שהתקשורת היא מגוונת, הפרט יכול לבחור לעצמו במה לצפות. לכן זה מוכיח שלתקשורת יש השפעה מוגבלת.

אסכולת המערכה

מחקר בתקשורת פוליטית על מערכת הבחירות לנשיאות בשנת 1940, ביקש לבדוק כיצד הבוחרים מעצבים את עמדתם, כשקמפיין הבחירות (בעיתונות וברדיו) ניצב בלב המחקר.

ממצאי המחקר הראו כי המצביעים לא מעצבים את דעתם בצורה רציונלית ובתהליך מסודר של רכישת ידע ועיבודו, אלא שההחלטה שלהם מושפעת מגורמים רבים, כמו: נתוני רקע אישיים, פרופיל חברתי כלילי, מידת התעניינותם בבחירות, המסורת הפוליטית של המשפחה, וכמובן רמת השכלתם.

המחקר בדק 3 דפוסים השפעה של התקשורת בזמן תעמולת בחירות:

- **הפעלה:** היא מעוררת נטייה מוקדמת שהיתה רדומה (לכו להצביע).

- **חיזוק:** היא מעצימה נטייה קיימת.

- **המרה:** היא גורמת לשינוי בדעה הפוליטית.

המחקר מצא כי התקשורת בעיקר מחזקת עמדות קיימות ואת כוונת ההצבעה המקורית ופחות משנה אותן באמצעות "שטיפות מח" בתקשורת, וכן שהאדם נחשף באופן סלקטיבי לתכנים תקשורתיים (רק 8% המירו את בחירתם המסורתית).

היתה ביקורת על המחקר, לפיה חיזוק עמדות קיימות היא השפעה חזקה דיה ולא עניין מבוטל לכשעצמו.

אסכולת הזרימה הדו-שלבית

זוהי תיאוריה שמבוססת על מחקר, לפיה מדובר במסר תקשורתי שעובר בתחנה מסוימת. התחנות נמצאות בתוך ההמון. כלומר, בינינו נמצאים אנשים שהם מובילי דעה (משפיענים) ובינינו ישנם המובלים. אולם, לעתים מוביל הדעה יכול למצוא עצמו בעמדת המובל וההפך. כלומר, לפעמים יש לנו מה לומר בנושא מסוים שעלה

בתקשורת ואף יש ביכולתנו להשפיע על דעתם של אחרים, ולעתים אנו נמצא את עצמנו מקשיבים למוביל דעה או מומחה בתחום אחר שאיננו מבינים בו ונאפשר לו להשפיע עלינו. בנסיבות מסוימות עשויה תקשורת בין-אישית להתגלות כיעילה יותר מתקשורת המונים. לא מדובר במנהיגים המסורתיים דווקא, אלא לפעמים בדודה או בחבר שמבין בתחום מסוים, ולא דווקא מדובר בנושאים פוליטיים, אלא גם בנושאי אופנה, בידור וכו'.

נשאלת השאלה, מדוע הזרימה הדו-שלבית נכנסת ל"השפעות מוגבלות"? הסיבה היא שיש כאן "גורם מתווך". זה שונה מהותית מ"קליע הקסם" או "מחט תת-עורית". מקומה של התקשורת הבין-אישית משמעותי ומגביל מאוד את השפעת התקשורת. הפרט בחברת ההמון אינו בהכרח מבודד וחסר אונים מול התקשורת.

הביקורת על המחקר:

- המחקר אינו בוחן זרימה מהמקור למנהיגי הדעה.
- ממצאי המחקר לא מבטלים את השפעת התקשורת, אלא רק מסבירים את הדרך שהמסרים עושים אל הנמענים.
- התיאוריה עלולה ליצור משוואה שגויה בין זרימת מידע לבין זרימת השפעה, ואלה כמובן שני דברים שונים. התיאוריה רק מתארת איך עובר המידע אבל לא מתארת כיצד הוא משפיע.

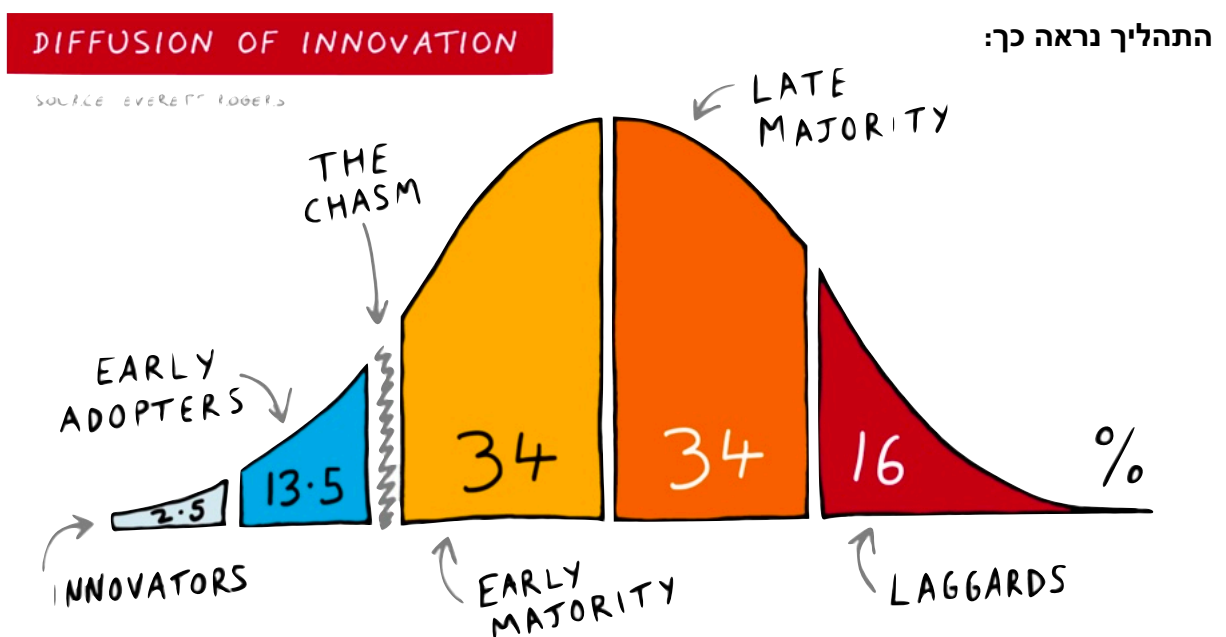
ראוי לציין כי:

- לא בכל המצבים אנחנו "מנהיגי דעה" או מונהגי דעה". יש מצבים שאנחנו לא מושפעים מתחנת הביניים אלא ישירות מהתקשורת.
- ישנם אנשים שלא חשופים לתקשורת בנושא מסוים וגם לא להשפעות בין-אישיות, ולכן הם לא יושפעו לא מזה ולא מזו. כלומר, לא כל מי שלא נחשף לתקשורת הוא "מונהג דעה".
- יש אנשים הבקיאים בנושאים מסוימים ולמרות זאת הם אינם ממלאים תפקיד של מנהיגי דעה. הם משאירים את המידע לעצמם.

אסכולת חקר הפצת חידושים

זוהי תפיסה שהתבססה על מחקרים קודמים שהתייחסו לממד של תקשורת בין-אישית.

היא בוחנת קבלת החלטות של הפרט בכל הקשור לאימוץ חידוש, כמו: רעיון, מנהיג, מוצר, טכנולוגיה. בעצם מה הם מקורות המידע על החידוש ומהם הצינורות שדרכם עובר החידוש? כיצד אנשים בחברה מקבלים מידע על החידוש?



הנמען אינו מקשה אחת

התהליך יכול להראות גם כך:



תפקיד התקשורת בהפצת חידושים:

- התקשורת היא גורם מתווך אחד שמעביר מסרים על חידושים. לא בלעדי, אלא שותף.
- אמצעי תקשורת ההמונים חשובים יותר בשלב הראשון - שלב הידיעה. אולם, תקשורת בין אישית חשובה יותר בשלב השכנוע.
- התקשורת משפיעה יותר בשלב הראשון על המקדימים לאמץ את החידוש, שהם לרוב יותר מעורים טכנולוגית. על החלק הארי באוכלוסיה ההשפעה תבוא מאוחר יותר.
- הבחנה בין אמצעי תקשורת מקומיים לבין אמצעי תקשורת חיצוניים. כלומר, המחברים לתקשורת בינלאומית יקדימו לאמץ חידוש, במידה והוא מופץ קודם במדינות אחרות.

הביקורת העיקרית על תיאוריית הפצת החידושים: התיאוריה מתמקדת בהשפעות במישור המיקרו (ההשפעה על הפרט) וברמה ההתנהגותית של הפרט, וזונחת את השפעת המאקרו על החברה.

אסכולת חקר שימושים וסיפוקים

הגל הראשון של החשיפה מתאפיין במה שעושה התקשורת לבני האדם.

הגל השני מתאפיין במה בני האדם עושים באמצעי התקשורת. כלומר, מה אני כצרכן צריך וכיצד התקשורת עונה לי על הצרכים.

נקודת המוצא היא צרכי הנמען. הנמען צורך מידע המותאם לצרכיו בזמנים שונים. הנמען בוחר את אמצעי התקשורת אותו הוא צורך, בהתאם לנסיבות משתנות כמענה לצרכים שונים. החשיפה לתקשורת היא סלקטיבית ולנמענים יש בחירה מה ואיך לצרוך.

הביקורת על הגישה היא כי היא אינדביאוליסטית מדי ואינה מתייחסת למבנים חברתיים שהצרכן פועל במסגרתם. הגישה יכולה גם לשמש עילה לאנשי תקשורת להצדיק מדיניות של תכנים באיכות ירודה, בטענה ש"זה מה שהקהל רוצה".

הגל השלישי - חזרתה של מסורת ההשפעות החזקות:

שאלות שהעסיקו את החוקרים בשנות ה-70 וה-80 היו - כיצד מגדירה תקשורת ההמונים את המציאות עבור היחיד? כיצד מטפלת תקשורת ההמונים במציאות? כיצד משתקפת המציאות בתקשורת ההמונים?

למרות מחקרי ההשפעות המוגבלות, הוסיף להתקיים פער בין התפיסה שהתקשורת חזקה, למחקרים שהוכיחו שהיא מוגבלת. מדובר במחקרים שאינם מדברים על תקשורת כל יכולה, אך עדיין על תקשורת חזקה מבחינת ההשפעה בניגוד לגל הקודם.

אסכולת החיברות (סוציאליזציה)

- אסכולה שמגשרת בין שתי אסכולות: מסורת ההשפעות המוגבלות ומסורת ההשפעות החזקות.
- התקשורת היא סוכן חיברות אחד מיני רבים, אך מרכזי. לתקשורת מיוחסת השפעה חזקה יחסית בגיבוש אמונות ודעות וברמת החברה. היא מסייעת בשמירה על יציבות באמצעות חיברות.
- מחקרי חיברות רבים חיזקו את ממצאי אסכולת המערכה - התקשורת מחזקת נטיות רדומות. מתחבר לשימושים וסיפוקים - נער אלים יימשך לתכנים אלימים (זה הצורך שלו). עקב כך צמחה ההבנה שהתערבות הורים כסוכני חיברות היא חיונית בפיקוח והדרכה, בחשיפה בצוותא, בשיח ודין בעקבות החשיפה.
- הביקורת על האסכולה: המתאם הגבוה בין החשיבות שאמצעי תקשורת מייחסים לסוגיה כלשהי לבין הערכת הציבור לחשיבות הסוגיה העלה את השאלה - האם מדובר כאן בתסמונת הביצה והתרנגולת. כלומר, האם התקשורת משמשת סוכן חיברות עיקרי וקובעת את סדר היום, או שמא היא דווקא נעה עם הזרם ומציגה לציבור תכנים שהוא רוצה להחשף אליהם? האם אמצעי התקשורת מעצבים את סדר היום או שמא רק משקפים אותו?

תיאוריית פער הידע

- ככל שגוברת זרימת המידע מאמצעי תקשורת ההמונים לתוך מבנה חברתי נתון, אותם רבדים באוכלוסיה המשתייכים למעמד החברתי-כלכלי הגבוה יותר, ירכשו מידע זה בקצב מהיר יותר מבני המעמד הנמוך יותר. מכאן שפערי הידע בין פלחי אוכלוסיה אלה נוטים לגדול ולא להצטמצם. כלומר, התיאוריה הזאת אומרת שאנשים מבוססים ומשכילים ירוויחו יותר מהחשיפה לתקשורת מאשר אנשים נכשלים.
- הטענה היא שיש משהו בתקשורת שנותן תחושה של שוויוניות. למרות שהאוכלוסיות השונות נחשפות למידע בצורה שווה, עדיין אמצעי התקשורת פונים בתכנים ובשפה לקהל יעד מסוים עם רמת ידע גבוהה ולא מתנסחים בשפה שמתאימה לרובד אחר בחברה.
- הביקורת: יש המאשימים את האסכולה ב"האשמת הקורבן". השכבות החלשות מואשמות שהן לא מתעניינות בתכנים מסוימים ולמעשה מוצגים על פי המודל החד-כיווני (לאסוול) הבסיסי דטמיניסטי.

תיאוריית התלות

- התיאוריה התפתחה על רקע התפתחותה של תקשורת ההמונים ושפע המידע שזורם אל הציבור. היא מתפתחת על רקע שנות ה-60 וה-70, בהן התקשורת תפסה יותר ויותר מקום בחיינו.
- הטענה היא שקיימים שלושה מאפיינים מבניים בחברה שמשפיעים על התלות שאנו יוצרים בתקשורת: המצב הכללי (במצב עימות בטחוני נצמד יותר לאמצעי התקשורת, מעמד התקשורת בחברה, קיומם של ערוצים אלטרנטיביים) (בעבר בישראל היה ערוץ 1. היום יש לנו מקורות חלופיים).
- הטענה היא שהגורמים החלשים בחברה יהיו יותר תלויים כי הם ניזונים פחות ממקורות חלופיים. למשל, הם יצפו בטלוויזיה אך לא יקראו פרשנות בעיתון ולא יחפשו להעשיר את המידע מכיוונים אחרים.

תיאוריית קביעת סדר היום

- תיאוריה משנות ה-70 שנחשבת לאחת התיאוריות הכי מוכרות והכי משפיעות. נקודת המוצא שלה היא כי מדובר בשלושה סדרי יום בחברה:
 - **המציאות האובייקטיבית**
 - **המציאות התקשורתית**
 - **תפיסת הציבור את המציאות**
 בין שלושת סדרי היום קיימים יחסי גומלין והשפעות בין אחד לשני.

קיימת גם השפעה פנימית בתוך סדרי היום. כלומר, יכולה לעלות סוגיה שתידון בתוך סדר יום אחד ולא באחרים.

תיאוריית סדר היום אינה מדברת על השפעה ושינוי דעה, אלא על מה ידברו היום ועל מה לא. זה מראה כמה כח יש לתקשורת בקביעת סדר היום.

תיאורית הבניית המציאות

על פי תיאוריה זו, לא רק שהתקשורת אינה אובייקטיבית, היא נוטה באופן מכוון ושיטתי לטובת צד אחד - האליטה השלטת. אמצעי התקשורת "מוכרים" לציבור את הסטטוס-קוו. התקשורת מבנה את המציאות לבעלי האינטרסים.

לתקשורת יש חלק נכבד בבניית תמונת עולם של החשופים אליה והיא לא משקפת מציאות אובייקטיבית. התקשורת מציגה מציאות מתווכת. היא בונה דימויים של המציאות בראשינו.

ספירת השתיקה

טוענת כי אלה שבדעת מיעוט בטוחים יותר בדיעות שלהם ולכן לא יחששו מלבטא אותן. מנגד, אלו שבדעת הרוב שפחות בטוחים בדיעות שלהם, יחששו מלהביע אותן. בסופו של דבר, דעת המיעוט אשר זוכה לפומביות בתקשורת, תלך ותרחיב (כמו ספירה) את התמיכה בה (בגלל שהיא נשמעת).

הטענה היא שאמצעי התקשורת הם יוצרי דעת קהל ולא משקפים אותו. הם מספקים את הלחץ הסביבתי שאנשים מגיבים אליו.

המחקר יושב על חרדה מבידוד רעיוני (לא כולם חושבים כמוני), שבסופו של דבר ובעקבות החשש מבידוד חברתי, תיצור מציאות אחרת. לכן מדובר בהשפעה מאוד חזקה שמתאימה לגל השלישי

מיסגור (Framing)

המשמעות של מיסגור אומרת שבמסרים תקשורתיים תמיד תוטמע בהם איזושהי פרשנות ומשמעויות גלויות וסמויות. הרעיון של מיסגור הוא להכניס תכנים לתוך איזושהי הקשר.

בולטות (Priming): מושג נוסף בהקשר של מיסגור שמשמעותו - איפה מופיעות הידיעות, באיזה סדר ובאיזו בולטות, כמה מקום נותנים לידיעה?

למשל: בפרשה של או ג"י סימפסון, עיתון אחד נתן את הכותרת: "שובל של דם" ועיתון אחר נתן את הכותרת: "טרגדיה אמריקנית".

בהקשר הישראלי: בפרשת נתניהו - כותרת אחת היתה "ההמלצות: שוחד, נתניהו: אין כלום". כותרת אחרת בעיתון אחר היתה "שוחד".

הגל הרביעי - חזרתה של מסורת ההשפעה המוגבלת:

פיסק: "הטלוויזיה, כדי להיות פופולרית, צריכה להגיע למגוון רחב של צופים, וכדי שאלה יבחרו בה, עליה להיות טקסט פתוח המאפשר לתת-התרבויות השונות להפיק ממנו משמעויות הממלאות את צרכי הזהויות הפרטיות שלהן". פיסק טוען כי גם בטקסטים הגמוניים (שמישהו הטמיע להם תכנים), יש מרחב סמיוטי (משמעויות) שהאידיאולוגיה השלטת לא תצליח לכסות, כי אל התכנים הללו נכנסת האידיאולוגיה של צרכן התקשורת.

פיסק מחזיר את הכח לנמען ומחליש את תפקידה של התקשורת כמשפיעה כל יכולה. הוא טוען כי הנמען עושה דה-קונסטרוקציה למסר. הא מפרק את המשמעויות ההגמוניות המוטמעות בטקסט ויוצק לתוכן משמעויות חלופיות, על פי האידיאולוגיה שלו.

גרסאות מתונות יותר של תיאוריות מסגור:

- המוען במודע או שלא במודע מעצב את המסר בצורה מסוימת ויוצר פריימיניג
- אולם גם הנמען יכול לתת פריימיניג - יוצק פרשנות משלו לטקסט.
- המיסגור הוא תלוי תרבות. טקסט יכול להתקבל בצורה אחת בישראל ובצורה אחרת באירן.

סיכום

- עשינו הבחנה בין זוויות ניתוח שונות להשפעות על התקשורת.
- דיברנו על ארבעה גלים עיקריים של השפעה (חזקים ומוגבלים)

סוגיות עיתונאיות

זכות הציבור לדעת

הערך הבסיסי עליו מונחת עבודת התקשורת

הרשות הרביעית

בגלל חשיבותה של תקשורת חופשית לתפקודה של הדמוקרטיה, יש המכנים את התקשורת "הרשות הרביעית", כביכול היתה רשות נוספת על השלוש הקלאסיות: המחוקקת, המבצעת והשופטת. האם זכאית התקשורת להתהדר בתואר זה? אחת הבעיות הקשות בדרכה היא היעדר הביקורת (העצמית והחיצונית) על תפקודה.

למרות שאנו נוהגים לדבר על הפרדת הרשויות כעל מאפיין חשוב של דמוקרטיה, למעשה מדובר במצב מורכב יותר. נכון יותר יהיה לומר שאף רשות איננה נהנית מעצמאות מוחלטת אלא תלויה חלקית בשתיים האחרות. הפרדה מוחלטת איננה קיימת ואף איננה רצויה. כך, למשל, גם הרשות המחוקקת וגם הרשות המבצעת כפופות לחוק ולשיפוט על-פיו (בניגוד לזמנים עברו, שבהם החוק לא חל על השליט אלא רק על נתיניו). הרשות המחוקקת והשופטת מפקחות על המבצעת. ואילו הרשות השופטת מוגבלת בפרשנותה לחוק על-ידי המחוקק. אם היא חורגת ממנו, יש באפשרותם של המחוקקים לתקן את החוק. הרעיון הזה של איזונים ובלמים שתפקידם, כשמים, לאזן בין הרשויות ולבלום כוח מופרז של כל אחת מהן, לובשים צורות שונות בצורות שלטון שונות. אך כולן שותפות להבנה היסודית כי אף רשות אסור לה שתהיה בלתי-מרוסנת בכוחה ובסמכויותיה. שלוש הרשויות הללו עומדות לביקורת הציבור - הריבון. במקרה של השתיים הראשונות הן גם נושאות באחריות ישירה כלפיו, שכן הוא שבוחר אותן ובידו להחליפן. במקרה של האחרונה, האחריות היא עקיפה יותר, כלפי החוק, שהוא יציר כפיו של הריבון באמצעות נבחריו. חלק הארי של הביקורת הציבורית מתאפשר באמצעות התקשורת. בתווכה בין השלטון לציבור, היא מאפשרת לאזרחים לממש את אחריותם האזרחית בכך שהיא מביאה לידיעתם פעולות ומחדלים של השלטון, המחוקקים והשופטים. היא עצמה מהווה גם בימה לדיון הציבורי ובעיקר שחקן מרכזי בו. אין משמעות של ממש לאפשרות להחליף את השלטון אם האזרחים אינם מקבלים דיווח אמיתי ומלא על מעשיו ומחדליו. לכן זרימת מידע וחופש ביטוי רחב חיוניים לתפקודה של הדמוקרטיה. "כשהאמת אינה חופשית החופש אינו אמיתי", בלשונו של ז'אק פרור.

לתקשורת, אפוא, תפקיד חשוב בביקורת על רשויות השלטון. אבל מי יבקר אותה? מאז שאפלטון ניסח את תורת המדינה שלו בפוליטיאה' אנחנו שואלים: מי ישמור על השומרים? התקשורת מתנהלת כמי שחסינה מביקורת. היא אינה בודקת כהלכה את המידע שהיא מפרסמת; היא איננה מודה בטעויות שלא לדבר על לתקן (אלא אם הצד שכנגד מיוצג ע"י עו"ד צמרת ומנופף באיום של תביעת ענק); בכירה סועדים על שולחנם של פוליטיקאים ושוכחים שאל להם להתרועע עם מי שהם אמורים לסקר ולבקר; היא דורשת שקיפות ומתן דין-וחשבון מצד מושאי סיקורה אך בעצמה מתנהלת ללא כל שקיפות ובלי שום דין-וחשבון כלפי הציבור על מחדליה; היא עושה קריירה מלשחוט פרות קדושות אבל בעצמה מהווה פרה שלאיש אסור לשחוט, לדעתה.

עקרונות לעבודה עיתונאית (היבטים מקצועיים ואתיים):

הגנה על מקורות	עצמאות	הוגנות מקצועית	יושרה	אחריות ציבורית	אובייקטיביות
----------------	--------	----------------	-------	----------------	--------------

1. אחריות ציבורית

חדשות קשות: הן חדשות שיפתחו את מהדורות החדשות: פוליטיקה וממשל, יחב"ל, ביטחון.

חדשות רכות: הן חדשות שיסגרו את מהדורות החדשות: לייף סטייל, בידור, תרבות וספורט.

הרבה פעמים התקשורת (בעיקר התקשורת המסחרית), צריכה לפשר בין מה שחשוב לסקר ובין מה שמוכר.

מה שמביא אותנו לשני מושגים:

- **עניין לציבור:** נושאים המעניינים את הציבור מסיבות של סקרנות.

- **עניין ציבורי:** נושאים שיש להם חשיבות מבחינה ציבורית, ושהציבור יכיר את המידע אודותם. מתחבר ל"זכות הציבור לדעת".

פרשת המסך המפוצל

המסך המפוצל (או "השידור המפוצל") הוא כינויה של החלטת טלעד לשדר את הפיגוע בשכונת בית ישראל בירושלים ולהמשיך בשידור משחק כדורגל זה לצד זה. שידור זה היווה נקודת ציון בהתנגשות בין רייטינג ואחריות לאומית, וכן בשאלת ההתמודדות עם הטרור.

ב-2 במרץ 2002 שודר משחק הכדורגל בין מכבי חיפה, שזכתה באליפות הליגה שנה קודם והייתה אז במקום הראשון, ומכבי קריית גת, שעלתה בעונה זו לליגת העל, ודורגה באותה עת במקום האחרון בטבלה. לאחר שלושים דקות של משחק הובילה קריית גת בתוצאה 3-0, במה שהסתמן כאחד ממשחקי הכדורגל יוצאי הדופן של אותה תקופה. באותו זמן החלו להגיע ידיעות על פיגוע. במקום לעבור לשידור הפיגוע, או לחלופין להמשיך בשידור המשחק, בחרה טלעד בחלוקת המסך. בשליש הימני נמשך שידור המשחק, ובשני השלישים הנותרים שודר הדיווח על הפיגוע. הפסקול כלל רק דיווחים על הפיגוע. לאחר כעשר דקות הופסק השידור המפוצל, והמסך יוחד כולו לדיווח על הפיגוע.

בתגובה, החליטה מועצת הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו "לגנות בכל לשון של גינוי את התנהגותה הנואלת של 'טלעד' ומנהלה עוזי פלד, ברגעים הקריטיים של פיגוע הדמים ההמוני בירושלים". בנוסף המליצה לנקוט צעדי ענישה חמורים כנגד הזכיינית (דבר שלא יצא לפועל). עוד ציינה הרשות כי החלטה זו באה בהמשך להחלטות קודמות של טלעד להימנע מקטיעת משחקי כדורגל, לטובת דיווח על פיגועים.

שידור לכידת המחבל בתל-אביב

מתוך כתבה בהארץ של יסמין לוי: לא בכל יום פורצות למהדורות סצינות כה כאוטיות. מי שפתחו טלוויזיה במקרה היו יכולים לחשוב שבה בעונה הבאה של "פאודה". מנחה חדשות 12, דני קושמרו, שאין מתאים ממנו לתווך ברוגע ואינטונציה מרגיעה מצבים היסטריים על גבול האימה, קושש כמו הכתבים, פירורי מידע באפלה. בעוד שקושמרו לקח פיקוד והפציר בצופים להישאר בבתיים נעולים ולסגור חלונות, הכתבים ניר דבורי וברהנו טגניה עשו בושות. דבורי נראה למשך דקות ארוכות אבוד ולחוץ במרחב ובשלב כלשהו צעק ודרש לקבל מידע כי הוא בשידור חי, עד שקושמרו, ריסן את ההיסטריה והחזיר באלגנטיות את השידור לאולפן.

טגניה לא יכול היה להתאפק ודיווח - בהתרגשות דרוכה - שהשוטרים שעמדו ממש לידו בפריים קיבלו הנחיות חדשות לעצור. כמו כתב רכילות קשקשן בפינת הרחוב, חשף שהכוחות - שתועדו במצלמה - החליטו לשנות כיוון לאחר שקיבלו לידיהם מידע מודיעיני מעודכן. הצופים שהיו מרותקים לסרט האקשן "דיזנגוף - המרדף" ודאי תהו למה הוא מספר להם את כל זה והאם רצה אולי גם לשלוח למחבל את המיקום המדויק שלהם במפות גוגל.

לאירוע, שטרם נראה כמותו על המסך, שוגרו אלף שוטרים לצד כוחות נוספים שעשו חיפוש מהיר בין הסמטאות והמבנים. בכל הזמן הזה - כשהמחבל עדיין חופשי וחמוש באקדח - אפשר היה לשמוע את קולה של הכתבת לי אברמוביץ' שכמעט נתלתה על הכתף של חייל שעמד במסדרון של בניין עם הנשק מכוון לדלת כשלידו חייל נוסף חמוש מול דלת אחרת. במשך דקות אברמוביץ' התבייתה עליהם ולא הפסיקה לדווח לאולפן מהפעילות

המסוכנת. איש בשטח לא פנה לעברה ולכל מי שעוד היה שם, בבקשה לסגת, לתת לעבוד ובעיקר ולהפסיק להסיח את דעתם עם הדיבורים כשהמצב היה עלול להחמיר. טוב שהעיתונאים בשטח לא דחפו את השוטרים וצעקו "זוזו הצדה ותנו לנו לעבוד".

כמה חבל שהמרדף אחר הרייטינג לא איפשר לאף ערוץ ללכת צעד לאחור, אולי מהפחד שניב רסקין או צביקה הדר בבוקר יחטפו להם את התיעוד הראשון של המחבל נלכד בזריחה. הביקורת העצמית והריסון לא הגיעו מהעיתונאים או הצלמים עצמם, שהתעלקו על הכוחות כאילו השתתפו ב"מחוברים", אלא מבחוץ – כששר התקשורת יעז הנדל פנה לטוויטר במקום, נניח, השר לביטחון פנים, עמר בר-לב. פעמיים צייץ הנדל וביקש מכל צוותי הצילום להפסיק לשוטט בזירה ולהימנע מפרסום סרטונים. נכון, לכלי תקשורת יש חובת אחריות, כפי שהראה קושמרו שסירב לפרסם תמונות לא מאומתות של המחבל לכאורה, אבל אי אפשר באמת למנוע שיתוף.

בין לבין אפשר היה לרוץ בזירה עם הכתבת הנמרצת אדוה דדון שלקחה הפסקה ממרדף אחר נכלים ועברה לסיקור לוחמים בדרכם ללכידת מחבלים, או שמא קיוותה ללכוד אותו בעצמה. בהמשך הבליח מהצד השני הגרוש הטרי שלה, הכתב גלעד שלמור, שגם דיווח תוך כדי תנועה. מי שעקבו אחר סיפור הפרידה של השניים בוודאי כבר פיללו להיתקלות חזיתית, משהו כדי לשמור על הרייטינג שלא יגווע.

את המעבר לשלב המגזיני של הפיגוע חתם סופית השחקן טל מוסרי שעלה לשידור וסיפר לקושמרו איך כולם כלואים באולם תיאטרון בית ליסין, כי לא נתנו להם לצאת ("ערב קשה ועצוב, אוספים כוחות. מנסה לנחם") ועל הדרך עשה יחסי ציבור להצגה. לצד חני נחמיאס השניים שיתפו את הגיגיהם מול המצלמה כשמאחוריהם אזרחים, עומדים בצפיפות, החזיקו נייד ותיעדו את הסיטואציה לסטורי. שיהיה משהו להראות לחברים. כי אם לא יצלמו את עצמם מהר לפני שהמחבל עוד ייתפס, אולי כל הפיגוע הזה בכלל לא קרה.

יש תקופות מסוימות בשנה ש"חדשות קשות" פחות מתרחשות והאתגרים העיתונאים לתור אחר אייטמים נוסק בניסיון למצוא חומרים מעניינים/חשובים.

עונת המלפפונים

"עונת המלפפונים" הוא ביטוי ציני הקשור לעולם התקשורת, והוא מתאר עונה בה אין אירועים חדשתיים מרעישים, ואנשי התקשורת נאלצים לשוחח על עניינים שוליים וחסרי ערך סנסציוני. ב"עונת המלפפונים" התקשורת מעלה כתבות מגירה או ממחזרת חומר שהיה בו כבר שימוש בעבר. בתחום עיתונות הספורט נעשה שימוש במונח לתאר את עונת הקיץ (או פגרות אחרות) שבה לא מתקיימים משחקי ליגת כדורגל ועיקר החדשות בתחום נסוב סביב אירועים שוליים, רכישת שחקנים (בהקשר זה נגזר מהביטוי המקורי גם הביטוי "מלפפון" לתיאור שחקן מבוקש), ליגות נידחות ממדינות שבהן העונה עדיין ממשיכה או אף סביב תחומי ספורט שלהם בדרך-כלל לא מוקדשת תשומת לב רבה בתקשורת.

התקשורת יכולה לנצל את "עונת המלפפונים" להעלות סוגיות חברתיות חשובות שנדחקות לקרן זוית בתקופות של עומס של "חדשות קשות".

השאלה הגדולה היא מה מניע אותה ואת סדר היום שלה? שיליים עיתונאים? שיקולי רייטינג? אולי לחצים של פוליטיקאים

2. אובייקטיביות

על העיתונאי מוטלת החובה לסקר ללא משוא פנים, ולהמנע מסיקור נושאים שיש לעיתונאי נגיעה אישית אליהם. נגיעה אישית לנושא עלולה לפגוע בסיקור ההגון והמאוזן.

3. יושרה והוגנות מקצועית

חתימה לאיזון - הבאת שני הצדדים בסיפור.

מתן זכות התגובה למושא הכתבה.

חתימה לגילוי האמת ולהצגתה בפני הציבור הרחב.

חתימה לאמת - תחרות אגרסיבית בין אמצעי תקשורת לבין עצמם ובין העיתונאים לבין עצמם, עלולה להוביל עיתונאים אמביציוזים לחצות קווים אתיים ומקצועיים ברורים ולשקר.

פרשת סרן ר'

פרשת סרן ר' (ידועה גם כפרשת וידוא ההריגה) היא פרשה שראשיתה בתקרית ביטחונית בדרום רצועת עזה, שאירעה ב-5 באוקטובר 2004 ובה נהרגה נערה פלסטינית בת 14, המשכה בתיאור התקרית בתוכנית הטלוויזיה "עובדה" ואחריתה בתביעת דיבה שהוגשה בגינה ונדונה בבית המשפט המחוזי בירושלים ובבית המשפט העליון ובתביעת נזיקין של משפחתה שהוגשה בבית המשפט המחוזי בבאר שבע.

במרכז הפרשה עומד קצין שבזמן התרחשות האירועים שירת בחטיבת גבעתי כמפקד פלוגה בדרגת סרן, ונודע בשם "סרן ר'". במהלך התקרית יצא הקצין להסתערות על דמות חשודה שהתקרבה לאזור אסור לתנועה הסמוך למוצב עליו פיקד. הדמות החשודה, אימאן אל-האמס (או אלהמץ במקומות אחרים), כבת ארבע-עשרה, תושבת שכונת תל א-סולטאן ברפיח, נורתה למוות. כנגד סרן ר' הוגש כתב אישום אך הוא זוכה בבית דין צבאי.

בתביעת נזיקין, שהגישה משפחת הנערה לבית המשפט המחוזי בבאר שבע ונדחתה עקב היות הפעולה חלק מפעולה מלחמתית, כתב השופט כי "ההריגה וידוא ההריגה לא נדרשו לנטרול הסכנה לחיי החיילים, ולפיכך אסור היה לבצעם".

הרמטכ"ל משה יעלון הגיב לתחקיר ב-12 בדצמבר 2004: "זו כתבה שקרית, מזעזעת ורעה מאוד", יעלון האשים את צוות התוכנית בעריכה מגמתית ושקרית של חומרים, שיצרו רושם מוטעה כאילו חיילים ירו לעברה של הילדה, צחקו ולאחר מכן חגגו. הוא טען כי בכתבה חוברו אירועים מזמנים שונים.

למחרת הדברים של יעלון הופיעה דיין בכנס הרצליה, ונאמה במושב "חברה תקשורת וממשל": "הצבא לא מסוגל להתמודד עם תוכניות תחקיר כמו 'עובדה'. הדיווח העובדתי האמיתי שמספר את הסיפור האמיתי לציבור, הוא משהו שאינכם רגילים בו. אתם רגילים לדיווח מטעם".

אמירה זו עוררה תגובה של דוברת צה"ל רות ירון: "את לא בוחלת בשום דבר, אפילו כעיתונאית מקצועית את 'מבשלת' קלטת כדי להמחיש דרמה. את לא בוחלת בדבר. מבחינתך התמונה הוויזואלית נמצאת בראש סדרי העדיפויות ועומדת לפני הכל, גם לפני האמת."

[עוד על הפרשה...](#)

4. הגנה על מקורות

כדי לשמור על חופש העיתונות ועל זכות הציבור לדעת, עיתונאי מוגן במערכת המשפטית הדמוקרטית מפני חובה לחשוף את המקור שעליו נשענת עבודתו העיתונאית.

פרשת ווטרגייט

פרשת ווטרגייט הייתה פרשה פוליטית שהתרחשה בארצות הברית בין השנים 1972 ל-1974, והובילה בסופו של דבר להתפטרותו של נשיאה ה-37, ריצ'רד ניקסון. הפרשה אירעה במהלך מלחמת וייטנאם, בתקופה שבה החל הציבור האמריקאי לאבד את אמונו בצדקת המלחמה, והתמיכה הציבורית בה ירדה מאוד, תהליך שהחל עוד בתקופתו של הנשיא הקודם, לינדון ג'ונסון.

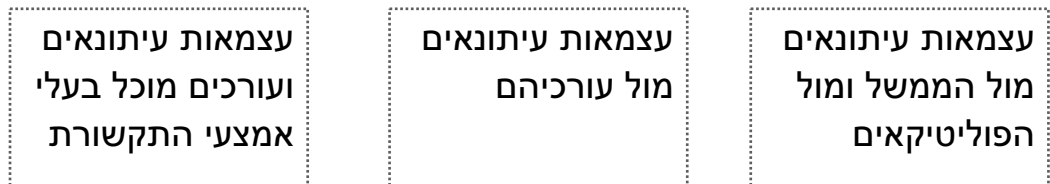
המונח "פרשת ווטרגייט" מתייחס לשרשרת אירועים שהתחוללו במשך כשנתיים. תחילת הפרשה בגיליון של פעולות בלתי חוקיות שנקטו אנשי ממשל ניקסון נגד מחאת הדמוקרטים על המלחמה בווייטנאם. באוגוסט 1974 נחשפה קלטת ובה ראיות חותכות לפעולות אלו ולמעורבותו של הנשיא ניקסון בהן. חשיפת הקלטת גרמה לסערה ציבורית ומשפטית, שגררה מהלך שנועד להביא להדחת הנשיא ניקסון מכס הנשיאות, אך הוא הקדים את המהלך והתפטר ארבעה ימים מאוחר יותר, ב-9 באוגוסט 1974.

[עוד על פרשת ווטרגייט...](#)

פרשת ענת קם

ענת קם היא עיתונאית ופובליציסטית ישראלית. התפרסמה לאחר שבעת שירותה בצה"ל כעוזרת ראש לשכת מפקד פיקוד המרכז, אגרה מעל אלפיים קובצי מחשב שבחלקם מסמכים סודיים, וזמן קצר לאחר שחרורה מסרה את רובם לעיתונאי אורי בלאו, שפרסם חומרים משני קבצים. לאחר חשיפת הפרשה היא הודתה והורשעה, במסגרת עסקת טיעון, בעבירות של ריגול חמור ומסירת ידיעה סודית ללא היתר, ונשאה עונש מאסר.

5. עצמאות



עצמאות התקשורת מול פוליטיקאים ובעלי הון

"העולם הזה" היה שבועון חדשות ורכילות ישראלי בעל סממנים רדיקליים, שיצא לאור בשנים 1937-1993. "זכות הציבור לדעת" - פרסם את מה שנפסל לפרסום יחסי העיתון עם הממסד (השלטוני והעיתונאי). לא היה שותף בפגישות עם גורמי ביטחון, כשהללו ביקשו למנוע פרסום ידיעות רגישות. "מגבר" לגורמים פוליטיים שלטוניים

נכתב עליו: "אין אולי עיתון בארץ שחיוב ושליה מתרועעים בו בצורה כל-כך קיצונית. 'העולם הזה' מילא תפקיד ציבורי ראשון במעלה בשבירת קשר השתיקה סביב נושאים שהשלטון החליט כי השתיקה יפה להם, אך אותה שעה עצמה מילא תפקיד לא קטן בגיבוש הווי חברתי מסוים... הוא המציא סגנון עיתונאי חדש, מקורי ותוסס..."

בשנת 2017 הכנסת ביטלה סופית את "פקודת העיתונות" המאפשרת סגירת עיתונים: פקודה שחוקקה בתקופת המנדט הבריטי, במטרה לתת לשלטונות מכשיר פיקוח יעיל על העיתונות, והקנתה למשרד הפנים סמכות להעניק/לבטל רישיונות הוצאה לאור.

זכות הציבור לדעת הוא ערך חשוב מאוד, אך אינו ערך יחיד בחברה הדמוקרטית. לצד ערך זה קיימים ערכים נוספים שבמקרים מסוימים גוברים עליו, כמו:

- שמירה על אינטרסים לאומיים ועל חיי אדם.
- חזקת חפותו וזכותו של אדם לשמירה על שמו הטוב.
- הגנת הפרטיות, הגנת על קטינים.

התנגשות בין הערכים השונים מווסתת על ידי שלוש הרשויות במדינה.

הסדרים פורמלים (צנזורה)

הסדרים פורמלים ובלתי פורמלים.

הסדר פורמלי יהיה מתוקף חוק או תקנה, עניין ממוסד באמצעות ספר החוקים או תקנות ממשלתיות.

הסדר בלתי פורמלי הוא הסדר שנוצר דרך הסכמים (ולא באמצעות חקיקה).

במסגרת הסדרים בלתי פורמלים ניתן למנות שני הסכמים חשובים: ועדת העורכים והסכם הצנזורה:

ועדת העורכים

ועדת העורכים הייתה גוף לתיאום בין התקשורת הכתובה והמשודרת בישראל לבין ראשי מערכת הביטחון במדינה. בוועדה היו חברים נציגים של כלי התקשורת העבריים בישראל ושל ה"ג'רוזלם פוסט", והיא נפגשה באופן סדיר עם ראש הממשלה, שרים, קצינים ופקידים במערכת הביטחון, שהיו מעבירים לוועדה מידע בתמורה להבטחה שגופי התקשורת לא יפרסמו אותו, גם אם יקבלו אותו ממקור אחר.

הוועדה נוסדה בסוף 1943, בעקבות תקרית חיפוש הנשק ברמת הכובש, בה משטרת המנדט ערכה חיפוש אלים בקיבוץ רמת הכובש. האירוע לא הגיעה לידיעת הציבור בגלל איסור הצנזורה הצבאית. ב-17 בנובמבר 1943 התכנסו כל עורכי העיתונים היהודים והחליטו כי כל העיתונים היהודים יפרסמו למחרת הודעה מפורטת ואחידה "על מעשה ההתעללות ביישוב העברי" ברמת הכובש תוך התעלמות מהצנזורה. הבריטים הגיבו בסגירת כל העיתונים היהודים ל-11 ימים. בעקבות האירוע הוקמה "**ועדת התגובה**", ועדה משותפת של עורכי העיתונים, שמטרתה לתאם שיתוף פעולה נגד הצנזורה הבריטית. לימים שונה שמה ל"**ועדת העורכים**".

[עוד על ועדת העורכים...](#)

הסכם הצנזורה

סמכות הצנזורה לפסול פרסומים מעוגנת מתקופת המנדט הבריטי. יחסי הצנזורה הצבאית עם התקשורת הישראלית מרתקים ומורכבים: האיזון בין זכות הציבור לדעת לבין שמירה על צרכי הביטחון.

"כללי משחק מקובלים" שתכליתם ליצור יחסי אמון ולאפשר ליבון מחלוקות בנוגע לעניינים ביטחוניים בטרם פרסום.

הנושאים בהסכם:

1. **צה"ל** - סד"כ, מבצעים, מצבי כוננות, מינויים, תו"ל
2. **מפעילי מערכת הביטחון** - מוצרים צבאיים וביטחוניים - פיתוח וייצור של תעשיות ביטחוניות, ידיעות על רכישה ומכירה, מכוני חקר
3. **קהיליית המודיעין** (אמ"ן, שב"כ, מוסד, מלמ"ב) - מבנה, משימות, מיקום, פרטי פעילויות בארץ ובחו"ל
4. **האויב** - צבאות ערב וארגוני המחבלים - תכנון וביצוע פעולות נגד ישראל, מערך כוחות, אנשים והתארגנות
5. **ביטחון כללי** - קשרים ומגעים חשאיים, תקציב ביטחון, תצלומי אוויר ומפות, מעצר חיילים
6. **צווים של הממשלה** - דיונים והחלטות של ועד השרים לענייני ביטחון, מכליות נפט, משא ומתן של מוסדות כספים

ברור המקרים העיתונאים כן ממושעעים ומבינים את חשיבות הסודיות. אולם כשזה לא המצב, הם יעדיפו להיעזר בתמרונים שונים (למשל, יטענו שמדובר במקורות זרים) או בפניה לבית המשפט בבקשה שיבטל החלטות צנזורה. קיימים מספיק תקדימים משפטיים שמהווים מתווה עבור שני הצדדים.

"הצנזורה" הוא גוף פורמלי. "הסכם הצנזורה" הוא הסכם לא פורמלי.

היחלשות מוסד הצנזורה

בתקופה בה הכל כמעט מופיע ברשת, תגובתה של הצנזורה ביחס לכך ולתקשורת הבינלאומית, הפכה איטית. גוויעת "ועדת העורכים" שהעניקה להסדר הצנזורה תוקף.

בג"ץ "קול העם"

"קול העם" היה עיתון יומי עברי של המפלגה הקומוניסטית הישראלית (מק"י), אשר יצא לאור בין השנים 1937 ו-1975.

העיתון מחה על כוונתה של הממשלה לשלוח אלפי חיילים מישראל לעזרתה של ארצות הברית במלחמה כנגד קוריאה הקומוניסטית. זאת על אף ש**ידיעה זאת היתה כוזבת**. בתגובה סגר שר הפנים, ישראל רוקח, את העיתון למשך חמישה עשר ימים ופסק. לשר הפנים באותם ימים היתה הסמכות להפסיק פעילותו של עיתון אם התפרסם בו דבר העלול לסכן את שלום הציבור.

העיתון עתר לבג"ץ נגד החלטת שר הפנים וההרכב בראשותו של השופט אגרנט קיבל את טענותיו של העיתון, כי אין להגביל את חופש הביטוי של העיתון, מאחר שאין ודאות קרובה שמימוש חופש הביטוי במקרה זה, יביא לסיכון שלום הציבור.

בפסק הדין נתבע המושג "מבחן הוודאות הקרובה" האומר כי חופש הביטוי ייסוג לאחור רק אם קרוב לוודאי שהביטוי יפגע בשלום הציבור. מבחן זה הפך להיות מבחן מכריע במשפט הישראלי, המציג את הגישה הליברלית ביותר המגינה על חופש הביטוי.

פרשת קו 300

פרשת קו 300 היא פרשה שאירעה ב-1984, שתחילתה בחטיפת נוסעי אוטובוס על ידי מחבלים פלסטינים כבני ערובה לצורכי מיקוח ושחרורם בפעולה צבאית בה נהרגה אחת מנוסעות האוטובוס, והמשך לכך הוצאו להורג שניים מהמחבלים לאחר תפיסתם על ידי אנשי שב"כ ושיקרו בעדותם באשר לנסיבות המוות אירוע זה התפרסם לאחר פרסום תמונתם של המחבלים חיים.

- 12 באפריל 1984 מגיעים 4 מחבלים מרצועת עזה לאשדוד
- 07:30 בבוקר ארבע מחבלים עולים על קו 300 הנוסע מאשקלון לתל אביב
- 7:00 בבוקר ב-13 באפריל, פורץ כוח של סיירת מטכ"ל לתוך האוטובוס 2 מתוך 4 המחבלים נלקחים בחיים
- לאחר ההשתלטות נלקחים שתיים מהחוטפים על ידי אנשי שב"כ, ובמקום מבודד מוכים למוות.
- בימים לאחר באירוע ישנם דיווחים סותרים על מספר המחבלים שנהרגו במהלך האירוע לבסוף דווח על כל הארבע.
- 29 מאי 1984, פורסם בשער של העיתון "חדשות" צילומו של אלכס ליבק נראה אחד המחבלים חי
- ב-20 במאי 1984, נקבע על ידי וועדת זורע כי שניים מהחוטפים הומתו במכות שהונחתו על ראשיהם
- פרשת קו 300 היתה אבן דרך ביחסים שבין העיתונות לבין מוסד הצנזורה הראשית בישראל. מצד אחד נעשה נסיון של גורמים בשב"כ להסתיר מידע על פשעים שביצעו, ומצד שני חשיפה של הפרשה נעשה בניגוד לאיסור הפרסום על פי הצנזורה. עקב כך הוגש צו סגירה נגד עיתון "חדשות" וכן הוגש כתב אישום נגד אנשי העיתון.
- החלטת אנשי העיתון לפרסם את דבר הקמת ועדת החקירה, נבעה בשל החשש שכאן מנוצל בצורה צינית איסור פרסום בשם שמירה על הבטחון.

למרות ששני העיתונים ("העולם" ו"חדשות") נסגרו בשנות ה-90, היתה להם תרומה חשובה לתשתית התקשורת החוקרת בישראל. באופן אירוני, הצלחתם היתה גם הגורם לסגירתם.

בג"ץ שניצר

בבג"ץ 680/88 מאיר שניצר ואחרים נגד הצנזור הצבאי הראשי שנידון בבית המשפט העליון בשבתו כבית המשפט הגבוה לצדק בפני השופטים אהרן ברק, יעקב מלץ ושולמית ולנשטיין עמד לראשונה לביקורת שיפוטית היקף סמכותו של הצנזור הצבאי הראשי. בפסיקת השופטים, שניתנה פה-אחד ב-10 בינואר 1989, נקבע הכלל שאין הצנזור הצבאי הראשי מוסמך לפסול ידיעה, אלא אם כן נראה, אובייקטיבית, כי יש בפרסום משום ודאות קרובה לפגיעה ממשית בביטחון המדינה, שלום הציבור או הסדר ציבורי. השופטים קבעו כי החלטתו של הצנזור הצבאי הראשי, תא"ל יצחק שני, לפסול כתבה במקומו "העיר" המותחת ביקורת על תפקודו של ראש המוסד למודיעין ולתפקידים מיוחדים, תוך ציון שהדבר בא לרגל חילופים קרובים בראשות הארגון, אינה עומדת במבחן זה.

בית המשפט לא השתכנע מטיעונו של הצנזור הצבאי הראשי לפיהם בפרסום ביקורות על אודות תפקודו של ראש המוסד ועיתוי החלפתו יש ודאות קרובה לפגיעה ממשית בביטחון המדינה, המצדיקה הגבלות על חופש הביטוי, ולכן קיבל את העתירה.

מתוך החלטת בג"ץ: "אין לקיים משטר חופשי בלא עיתונות חופשית, על כן יש לאפשר לעיתונות למלא את תפקידה, ורק במקרים חריגים ומיוחדים, בהם קיימת ודאות קרובה כי ייגרם נזק של ממש לביטחון המדינה, יש מקום לאסור פרסום בעיתונות".

פרשת בן זיגיר

בפרשת בן זיגיר, שהתפרסמה בחודש פברואר 2013, ונדעה תחילה כ"פרשת האסיר X", עוסקת באזרח אוסטרלי-ישראלי בשם בן זיגיר ששירת ב"מוסד", נעצר ב-2010 בישראל בחשד לפגיעה בביטחון המדינה, נכלא בכלא איילון, והתאבד בתאו כעבור חודשים אחדים. דבר מעצרו ומותו נאסרו לפרסום.

שידור התחקיר ברשת הטלוויזיה האוסטרלית הביא את האתרים "וואלה", "הארץ" ו"גלובס" לצטט את התחקיר האוסטרלי ולפרסם את הפרטים המובאים בתחקיר, אך כעבור זמן קצר הוסרו כל הכתבות הללו בעקבות צו איסור הפרסום העומד על כנו. גם כתבות אלה נשמרו בזיכרון המטמון של גוגל

ביוני 2010, בעקבות חשיפה באתר ב-ynet של פרשת כליאתו של אסיר אלמוני (אשר לימים נודע כי היה בן זיגיר), שלח היועץ המשפטי של האגודה לזכויות האזרח, עו"ד דן יקיר, מכתב מחאה ליועץ המשפטי לממשלה, יהודה וינשטיין, ובו טען כי כליאתו של זיגיר ללא משפט, מניעת זכויותיו ואיסור פרסום דבר מעצרו והחשדות בגינם הוא כלוא, מהווים פגיעה קשה בזכויות האדם, בעקרון פומביות הדין ובזכות הציבור לדעת, ואינם ראויים במדינה דמוקרטית. באותה עת פנה אף חבר הכנסת ניצן הורוביץ ליועץ המשפט לממשלה באותו העניין ונענה כי "העניין נמצא תחת פיקוח שיפוטני". עם חשיפת הפרשה נמתחה ביקורת על כך שוועדת החוץ והביטחון של הכנסת לא עודכנה בנושא בזמן אמת. בחודש יולי 2013 התפרסם כי ככל הנראה בישראל קיים לפחות אסיר נוסף אחד, המכונה "האסיר X2", המוחזק בחשאי גמורה, מבלי שזהותו ידועה אף לסוהריו.

חשיפת הפרשה באוסטרליה בפברואר 2013 עוררה הדים רבים ברחבי העולם, והביאה את משרד ראש הממשלה לכנס את ועדת העורכים למפגש עם ראש "המוסד" תמיר פרדו, על מנת לבקש מחבריה למנוע את פרסום הפרשה בכלי התקשורת הישראליים.

פרשת אייל גולן

משחקי חברה (נקראה גם "פרשת איל גולן והקטינות") הייתה חקירה משטרתית נגד הזמר אייל גולן ואנשים המקורבים לו, בחשד לבעילה אסורה בהסכמה של קטינות. החקירה החלה בספטמבר 2013 כחקירה סמויה, אך לאחר זמן קצר היא הודלפה לכלי התקשורת.

על פי החשד, אייל גולן ומקורביו נהגו ליצור קשרים עם מעריצות של גולן, בהן גם קטינות, שהשתוקקו ליצור קשר עם הזמר. במספר רב של מקרים אביו של גולן, דני ביטון, ומקורבים נוספים שידלו את הנערות לקיים עימם יחסי מין. הם השתמשו בטלפון סלולרי ייעודי למטרה זו בשם "פלא-פוט" ובמכונת מרצדס בכינוי "פוט-מוביל".

בפברואר 2014 הודיעה הפרקליטות על סגירת התיק נגד אייל גולן, לאחר שהמתלוננות חזרו בהן מההאשמות כלפיו. לאחר סגירת התיק נטען שהחקירה לא נוהלה כראוי, ושההאשמות נגד חלק ממקורביו של גולן לא נבדקו כלל.

בשנת 2020 נפתחה החקירה בפרשה מחדש, עקב פניה של הנערות למשטרה עם עדויות חדשות. בשנת 2022 פרקליטות המדינה הודיעה על השלמות חקירה בפרשה.

חוק ישראל היום

"הצעת חוק לקידום ולהגנת העיתונות הכתובה בישראל", יוזמת חקיקה שאותה הוביל ח"כ איתן כבל (העבודה), נועדה להגביל את הפצתו החינמית של העיתון "ישראל היום". ההצעה, שגרמה ליומון החינמי של שלדון אדלסון לצאת לקמפיין רחב היקף לבלימתה, עברה בכנסת בקריאה טרומית ב-12.11.14, אך לא קודמה מאז

תקציר תולדות התקשורת בישראל

לקראת הבחינה

תקציר הסרט "העיתון".

חזרה ומיקוד לבחינה

דוגמאות לשאלות בבחינה