

## גבולות הדיסציפלינה ותכני קורסי "מבוא לתקשורת": האם הגיעה כבר התקופה החמישית

### הקדמה

דוד לוי<sup>1</sup> ועלינא ברנשטיין<sup>2</sup>

לפני מאה וחמישים שנים, החל תהליך חלוקת מדעי החברה לדיסציפלינות: סוציולוגיה, אנתרופולוגיה ומדע המדינה. תהליך זה הוביל ברבות הימים להגדרת תחומי דעת מסוימים כ"תחומי משנה" ולצירופם לאחת מהדיסציפלינות (כמו מדיניות ציבורית כתחום נלווה למדע המדינה). באותן שנים, גם עוצב "תקשורת" – כתחום ידע אקדמי ייחודי: הוא אמנם אינו עומד בפני עצמו כיוון שהוא שואב מושגים ותיאוריות, ואף חוקרים ומורים, מדיסציפלינות אחרות, בעיקר ממדעי החברה, אך בכל זאת זהו תחום שמאותת על עצמאות, כיוון שקיימים אנשים המגדירים את עצמם כחוקרי תקשורת, מתקיימים חוגים לתקשורת ונכתבות ומאושרות תוכניות לימוד בתקשורת. תהליכים מוסדיים אלו עיצבו אפוא תחום דעת המתקשה להגדיר את גבולותיו הדיסציפלינאריים, הגם שהעוסקים בו זקוקים להם, הן מטעמים של זהות פרופסיונאלית והן מהטעמים הפרקטיים של קבלת תקנים מענקים ותקציבים (Calhoun, 2011).

הקושי להגדיר את גבולותיה של "תקשורת" כתחום דעת אקדמי התחדד ואף התעצם בעקבות ביסוס מעמדו של האינטרנט כאובייקט מחקרי של שלל דיסציפלינות ותחומי ידע אקדמיים, ביניהם כאלו שמעולם לא גילו עניין בטכנולוגיות תקשורת. ניתן לשאול, ובלא סרקזם, האם בעקבות העניין ברשת הפכו חוקרים שעניינם טכנולוגיה חינוכית, פסיכולוגיה חיובית, ובניית רחפנים - לחוקרי תקשורת?

אחת מזירות השיח, שבהן נקבעים גבולותיה של הדיסציפלינה, היא קורסי המבוא של האוניברסיטאות והמכללות, כיוון שניתן לראות בהם את שער הכניסה לתחום עבור בני ובנות הדור הבא של חוקרים ומורים בתחום. כיצד אמור מי שמתכנן ומלמד קורסים אלו להגיב למציאות הטכנולוגית המשתנה? כדי לדון בשאלה זו ובשאלת אופיים של קורס המבוא, התכנס במסגרת המפגש השני של חברי האגודה הישראלית לתקשורת, בחודש מרץ 2018, פאנל חוקרים ומורים. הפאנל, שנשא את השם "האם הגיעה כבר התקופה החמישית?", שואב את כותרתו מפרק

<sup>1</sup> ד"ר דוד לוי לימד את הקורס מבוא לתקשורת המונים שנים רבות, שימש כעורך מדעי לתרגום ספרו של דניס מקוויל "מבוא לתקשורת המונים", ומשמש חבר ועדת המקצוע לתקשורת של משרד החינוך.  
<sup>2</sup> ד"ר עלינא ברנשטיין יזמה את המושב בכנס האגודה ועמדה בראשו. מלמדת את הקורס מבוא לתקשורת המונים.

בספרו של דניס מקוויל "מבוא לתקשורת המונים" (מקוויל, 2014), שהוא אחד מספרי הלימוד להוראת מבוא לתקשורת המונים הנפוצים בעולם. ספר זה הציע מודלים מבניים פשוטים וקליטיים לחלוקת המגוון המחקרי: מודל של ארבע מסורות לחקר השפעות התקשורת ומודל המתבסס על רכיבי תהליך התקשורת: מוען, נמען, מסר, הקשר וטכנולוגיה. את אחד הפרקים במהדורה האחרונה של הספר הקדיש מקוויל לשאלת העדכון של הדיסציפלינה – ובמשתמע של קורסי המבוא. כותרת הפורום נלקחה מפרק זה – כפי שיוסבר בהמשך.

כמטאפורה ציורית לדילמה שחברי הפאנל דנו בה, מציעה ארנת טורין<sup>1</sup> להתייחס לשאלת המנגו או הקלמנטינה – שני פירות שניתן לראות בהם מטאפורות לגבולות שונים של דיסציפלינות: המנגו כולל גרעין שסביבו ארוג הפרי ואילו הקלמנטינה היא אסופת פלחים ללא מוקד, שקליפה דקיקה מחזיקה אותן יחד. טורין מלינה, כי בשל ההתפתחויות החדשות, תקשורת כדיסציפלינה הפכה להיות יותר קלמנטינה מאשר מנגו, דבר המקשה מאוד על גיבוש מתווה ראוי לקורסים תיאורטיים.

דוד לויין והלל נוסק מציעים להוסיף ולהסתייע, גם בעידן של התפתחויות טכנולוגיות, במה שמגדיר עד כה הן את גבולות הדיסציפלינה והן את תכני קורסי המבוא.

לויין סוקר בקצרה את המודלים שהגדירו את גבולות הדיסציפלינה לאורך השנים ומאמץ את גישתו של מקוויל, לפיה ניתן לאגד את מרבית תחומי החקר האינטרנטי הרלוונטיים לדיסציפלינה בתוך מודלים אלו. בכדי להתפלמס עם הדחף לשינוי, הוא מוסיף ומציע את המושג "פוסט דיגיטלי" להעשרת הדיון. מושג זה מופיע בהגות המחקרית בארבע השנים האחרונות ומבטא נסיגה חלקית מהרעיון האוטופי/דיסטופי, שלפיו הרשת שינתה הכל והכל צריך להשתנות בעקבותיה.

הלל נוסק<sup>2</sup> מחזק טענה זו בצטטו מחקר שבחן את גבולותיה של הדיסציפלינה באמצעות סקירת קורפוס גדל ממדים של מחקרים שפורסמו בכתבי עת מובילים. ממחקר זה עולה, כי למרות השינוי הטכנולוגי, לא הוצעו במחקרים אלו תיאוריות חדשות ומרביתם ניסחו את שאלות המחקר שלהם בהסתמך על תיאוריות ותיקות. בכל זאת, ובעקבות השינוי הטכנולוגי, נוסק מציע להגביר את רכיב המדיה בתוך המחקר וההוראה ורואה במושג "מדיאטיזציה" אבן דרך לביסוס "המסורת החמישית" בדיסציפלינת התקשורת.

תמונת מצב מהשטח, מספקת אושרת ששון-בר לב<sup>3</sup>, שבחנה בעבודת הדוקטורט שלה את תכני קורסי מבוא לתקשורת בישראל ושוחחה עם המורים המלמדים קורסים אלו. ששון-בר לב זיהתה את קיומו של גרעין מוצק להוראת הדיסציפלינה, הנשען על התיאוריות ה"קלאסיות" ועל מאמרי מפתח (שתורגמו לעברית) המתייחסים אליהן. היא קובעת, כי עדיין אין מאמר מכוון או ספר מכוון בתחום המדיה הדיגיטלית שהופך להיות תוכן מחייב בקורסים אלו.

<sup>1</sup> ד"ר ארנת טורין, ראשת המגמה להכשרת מורים להוראת תקשורת במכללת גורדון וחברת ועדת המקצוע לתקשורת של משרד החינוך

<sup>2</sup> פרופ' הלל נוסק היה מראשוני מורי המקצוע ועמד בראש ועדת המקצוע לתקשורת של משרד החינוך

<sup>3</sup> ד"ר ששון-בר לב כתבה את עבודת הדוקטורט שלה בנושא מבואות לתקשורת המונים

במרכז הרצאתו של דניאל דור<sup>1</sup> עומד הניסיון להקנות בכל זאת תפיסה מחודשת ואף רדיקאלית לתכני קורסי המבוא לתקשורת. הקורס שדור מציע אינו מתמקד כמקובל ב"תקשורת המונים", אלא בתקשורת במובנה הכללי וזאת מתוך ראיית פני העתיד והשינוי הצפוי בכל זאת בדיסציפלינה. דור פורץ את המסגרת המקובלת של בחינה ומיפוי של תופעות תקשורתיות, החל מעבודתו של לאסוול בסוף מלחמת העולם הראשונה, ובוחר כחלופה תופעות תקשורת לאורך תולדות המין האנושי. יחד עם זאת, למרות הסתייגותו מהמיפוי הנוקשה של מקוויל, דור אינו מוותר על השימוש במודלים שלו. מודל המבוא לתקשורת שהוא הגה ולימד, מתייחס למושגים של "מוען, נמען, מדיום, מבע ומסר, פרשנות והשפעה, הקשר חברתי, כוח פוליטי וכלכלי". אלה המושגים, שעמדו גם בבסיסן של הגרסאות השמרניות יותר של "מבואות לתקשורת המונים" לאורך השנים.

## רשימת המקורות

מקוויל, ד. (2014), **מבוא לתקשורת המונים**. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה

Calhoun, C. (2011). Communication as social science (and more). *International Journal of Communication* [Online], 5. Available at: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/1331/622>

## מדיה דיגיטליים ומצב הדיסציפלינה - בין מנגו לקלמנטינה ובין

### עמימות לפרגמנטציה

ארנת טורין

לימדתי את המבוא לתקשורת המונים לאורך כמה שנים באוניברסיטת תל אביב. לפני כחמש שנים, בשנת 2014, ניגשה אלי ראשת החוג דאז והנחתה אותי לשנות את מבנה הקורס, ובעיקר, לא ללמד עוד על פי ספרו של פרופסור דן כספי. "למה את מתכוונת?" התפתלתי, "שאוסיף מחקר אמפירי, עכשווי, לכל קלאסיקה? שאחלק את הנושאים לפי טכנולוגיה, קהלים, השפעות? שאעבור ללמד על פי מקומות? שיקגו, טורונטו, ברמינגהם? איך לעשות זאת?" לא היו לה תשובות ברורות. בחוג פיעמה התחושה שהתחולל שינוי עמוק ואי אפשר להמשיך ללמד באותה צורה ואת אותם תכנים. אז גיליתי שיש לי פיקסציה, שצריכה להיכנס לקטלוג האמריקאי של האבחנות של הפרעות נפשיות, לספר ה-DSM (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders): אני לא מסוגלת לחשוב על קורס המבוא שלא במונחים של דניס וספר המבוא לתקשורת המונים שלו, ראשית מסורת הכל יכולות... ואז השפעות מוגבלות ואז חזרה לתפיסת השפעות חזקות ובסוף

<sup>1</sup> פרופ' דניאל דור – בשמשו כראש החוג לתקשורת באוניברסיטת תל אביב שינה את תוכנית הלימודים ובתוכה את מבנה קורס המבוא

לימודי תרבות. זהו קיבעון נפשי חמור, שמייצר עיוורון ביחס לכל חלופה. דומה הדבר לניסיון להתנער מכך שהיקום מורכב מארבעה יסודות: אדמה, רוח, מים ואש, תפיסה שהחזיקה כאלף שנה חרף האישוש החלש מהשטח. בשנים אלו השתנה שם המבוא לתקשורת המונים בכמה מוסדות לימוד לשמות חדשים: מבוא לתקשורת; מבוא למדעי התקשורת; מבוא לחקר התקשורת - תיאוריות ומודלים. התמורות בכותרת הקורס המבואי המרכזי שלנו, הולידו קשיים באקרדיטציות ללימודים קודמים ושיקפו אי נחת ממבנה הקורס הקלאסי וגם מן המילה המונית. שינוי שם, זאת עליכם לדעת, כמו בחיים של פרט, הוא ביטוי לטרנספורמציה עמוקה.

המגמה הזאת חלחלה גם מטה, לתחום השיפוט של משרד החינוך. בשנת 2017 יצאה לאור תכנית לימודים חדשה בתקשורת לבתי הספר התיכוניים מטעם משרד החינוך. הייתה זו ההופעה של המדיה הדיגיטליים שהכריעה והביאה לתקצוב והרכבת צוות כתיבה לתכנית חדשה. זו עדות נוספת לתחושה ולהערכה סביבה נסב פאנל זה, כי חלק מן החומרים שעמם הינו מלמדים שנים ארוכות, שוב אינם רלבנטיים. בתכנית הלימודים החדשה נכנסה יחידה חדשה של ניו מדיה, שמלמדת על טשטוש המאפיינים הקלאסיים של תקשורת בין אישית ותקשורת המונים, אינטראקטיביות והתלכדות, כמו גם אתיקה ובריונות רשת. בעוד שהתכנית הקודמת (1993) הייתה מכונסת בחוברת דקיקה ולא הופיעו בה המילים "ייצוג" ו"הבנייה", בתוכנית הנוכחית יש טקסט רב יותר – בערך פי עשרים – מכמות הטקסט בתוכנית הקודמת. זה לא רק מפני שהעושר המושגי התעבה, אלא גם מפני שז'אנר תכניות הלימוד עבר אבולוציה ומוגש היום למורים עם מטרות ברורות, הצעות דידקטיות ורשימות ביבליוגרפיות.

הצוות שעסק בכתיבה יכול היה למתוח את כמות הטקסט, להאריך את רשימת המושגים, ולהרחיב את מגוון הנושאים הנלמדים, מפני שתוכנית הלימודים בתיכון מציעה יחידות בחירה במבנה מודולרי ואפשרויות העשרה. לעומת זאת, קורס המבוא לתקשורת המונים במוסדות אקדמיים הוא קורס עם עוגת סכום אפס של 90-120 שעות. מה קרה אתו? על אילו תכנים ויתרנו בו? ויתרנו על רוב המודלים, על כמה מהמאפיינים של תקשורת, על חלק מסוגי התקשורת, כמו תקשורת קהילתית, ומעמדי תקשורת ומבעים בלתי מילוליים ואינטראקציות בין חיות לבני אדם, ואסכולת הפצת החידושים, ועוד כמה מושגים כמו גישת התלות, יצאו מהקורפוס. אנחנו מרחפים עכשיו במהירות על התיאוריה המבנית תפקודית ומסתפקים רק בתיאורית השימושים והסיפוקים, ומחקר המערכה מוצג כמושג ולא כמסע אינטלקטואלי. וגם...התחלתי לדבר מהר יותר, הרבה יותר מהר.

השאלה שצריכה להישאל היא אולי רחבה יותר: מה עשו המדיה החדשים לכלל הקוריקולום של המחלקות לתקשורת ולא רק לקורס המבוא? כמי שמלמדת במכללה להכשרת מורים, אספר לכם, כי המדיה הדיגיטליים נכנסו אלינו לתכנית הלימודים בכמה צורות. ראשית בסיומות של שמות קורסים: למשל, **תעמולה ורטוריקה** הפך ל**תעמולה בעידן המדיה החדשים**, ואריסטו התבקש לכווץ מעט את הדגמים שלו לטובת עיון בטוקבקים מפוברקים. לסדנאות המעשיות נוספה סדנת בניית אתרים, קורס האתיקה גדל והתפצל לשניים, אל **דיני תקשורת** המסורתי נוספו פרקים הקשורים בפרטיות, אבל צריך גם אתיקה במרחב הווירטואלי-חינוכי, ומה עושים עם תלמידים בפייסבוק? ואיך מעלים סרטוני תדמית לגן הילדים מבלי להראות את הלקוחות המאושרים? מבחינה מרחבית ועיצובית, האולפן שינה פניו: במקום חדר יקר וממוגן בשבעה מנעולים, שהוקם

לאחר תחינות רבות להנהלת המכללה, הסטודנטים מצלמים ועורכים באיפדים ובאפליקציות חינוכיות. מה שעוד קרה, זה שנולדו לנו קרובי משפחה חדשים. יש קבוצה קטנה ונחושה בכל מכללה, אלו הם אנשי התקשוב בלמידה והוראה, כת דתית לכל דבר וענין. אתם מזהים אותם במסדרון על ידי הגאדג'טים שהם אוחזים בידיים, האישונים המורחבים, וההפצרות שלהם כי תאמצו אפליקציה חדשה.

### **בעיית הקלמנטינה**

ואולי השאלה היא אפילו יותר מהותית: מה עשתה הופעתם של המדיה הדיגיטליים לדיסציפלינה כולה? קטונתי מלענות על שאלה זו בהיעדר פרספקטיבה של זמן, אך אני רוצה רק להביע חשש. כדי לעשות זאת אסתייע בשני דימויים: קלמנטינה ומנגו. קלמנטינה זה פרי עם הרבה פלחים, שהקשר ביניהם הוא רופף, יש קליפה דקה שאוחזת בכולם, זה דימוי לפרגמנטציה. מנגו, גם הוא פרי כתום, אבל יש לו ליבה מגובשת, הגלעין ארוג בפרי עד כי קשה להבחין בגבולותיו, יש עמימות ביחס לאיפה מסתיים החלק הקשה ומתחיל החלק הרך. אצלנו בדיסציפלינה, השפעת המדיה הדיגיטליים יוצרת בעיה של קלמנטינה: אנחנו הופכים לקונגלומרט של תחומים ותתי-תחומים, אוחזים בקליפה דקה, אבל לא ארוגים לליבה עם סיבים ולא מחוברים האחד לשני.

הבעיה שלנו מזכירה את הבעיה של לימודי מגדר: לכנסים שלנו יכולה, תיאורטית, להתקבל כל פרזנטציה שהסיומת של שאלת המחקר בה היא "באינטרנט או בטלפון הסלולרי...". בלימודי מגדר יתקבלו, תיאורטית, מחקרים שמסתיימים בביטוי – "בין גברים ונשים". הנה כמה נושאים שהוצגו השנה (2018) בכנס לימודי מגדר באוניברסיטת לידס: "מדוע זה בסדר לגברים להשתכר אבל לא לנשים?"; "הבדלי מין ומגדר בביטויים של כאב"; "מגדר ומשפט - המקרה של בתי המשפט האירופאים". ההבדל בינינו (תקשורת) לביןם (מגדר) הוא שלימודי מגדר תמיד הגדירו את עצמם כרב תחומים ואילו אנחנו תמיד שאפנו להיות דיסציפלינה. אולם, עתה, גם לכנסים שלנו יכולים להשתתף יועצים חינוכיים הבוחנים קשרים בין מורים לתלמידים בפייסבוק, או משפטנים שחוקרים היבטים של שימוש במצלמות רחפנים, או אנשי שיווק שמקדמים קמפיין מסחרי במנועי חיפוש גוגל. התחום שלנו נעשה מולטי-דיסציפלינארי ומגמה זו לכאורה מהדהדת את פאר העבר של התחום, שמקורותיו הם במדע המדינה, פסיכולוגיה וסוציולוגיה. אולם, שימו לב, כי לשלשה מחקרים אלו: יועצים ופייסבוק, משפטנים ורחפנים, ותעמלנים בגוגל, אין מסד תיאורטי משותף.

### **איך נהיים יותר מנגו?**

התשובה לשאלת הפאנל היא חיובית: כן, המדיום אכן הפך למסר ומשום כך עלינו להתקוטט כמה שיותר (Couldry, 2013). זאת, מפני שוויכוחים הם אחת הדרכים לזקק תיאוריה, להפוך רעיונות עמומים לברורים, להפריד את הגלעין הקשה מהחלק הרך, או כפי שנאמר במקורותינו: אין סכין מתחדדת אלא על ירך חברתה. הנה דוגמאות לשלשה ויכוחים מניבים. הראשון הוא הדיבייט על חברת הרשת של קסטל. קסטל טוען, כי חברת הרשת בת זמננו היא שלב חדש ואחר של העידן התעשייתי. רשתות דה-צנטרליסטיות, שאינן מאותרות בזמן ובמקום, החליפו את הבירוקרטיה וההיררכיה. אחרים גורסים, שהמצב הנוכחי הוא פשוט הארכה של קפיטליזם תעשייתי ושיש

סכנה בהדגשת השינויים במקום להצביע על ההמשכיות (Fuchs, 2013). ויכוח משמעותי נוסף הוא הביקורת על המושג של "התלכדות" אצל הנרי ג'נקינס. ג'נקינס ניתח את ההשתמעויות של התלכדות כל צורות המדיה והתרבות השיתופית. מבקריו קובלים על החמצת הסוכן העיקרי, שהוא הרווח של תאגידי הענק, ומצננים את גישתו האוטופית (Jenkins, 2014). אולם, הוויכוח הרלבנטי ביותר לענייננו מבין שלל הוויכוחים המתסיסים את השדה הוא זה שהתנהל בין רנה הובס לג'יימס פוטר. פוטר התבקש על ידי *Journal of Broadcasting and Electronic Media* לתאר את ה- *state of the art of media-literacy*. בכישרונו המיוחד הוא הציג את תחום הדעת המבודק למדי, במבנה מגובש ונטול עמימות כמו פלוגת חיילים פרוסיים. רנה הובס הגיבה בעוצמה - פוטר אולי עושה סדר' אבל תוך כדי כך גם עושה רדוקציה ומחמיץ את העומק והמורכבות של השדה. לטענתה, פוטר התבונן בתחום מתוך הזווית של לימודי תקשורת ומדעי החברה ודילג על מגע הקסם של סמיוטיקה, קולנוע, וטכנולוגיה. התרכזותו בגישות הגנתיות, היא שריד מעולם העבר, שהוחלף זה מכבר בהעצמה, יצירה וחינוך אזרחי. בעיקר, גרסה הובס, כי פוטר מחמיץ את ההתלכדות בין אוריינות מדיה עם אוריינות דיגיטלית, זו אשר סחפה את השדה החינוכי וחיברה בין תקשורת לחינוך.

הוויכוח בין הובס לפוטר רלבנטי לנושא הפאנל. זהו למעשה דיון על ההשלכות של ההופעה והכניסה של מדיה דיגיטליים לתחום אוריינות המדיה. בעוד שפוטר משמר בתיאורו את הסדר הישן, הובס מדברת על ההתמזגות זו כעולם חדש ונועז. בשדה החינוך, הולידו המדיה הדיגיטליים יער של אמצעים חדשים ושורה של Buzz words, כמו מכוונות לתוצרים, פתרון בעיות וביטול היררכיות. אבל חשוב לציין, כי לא התפתחה כל תיאוריה המאגדת את שפע המושגים החדשים לכדי טענה כוללת. אם נתייחס לאוריינות מדיה כמקרה בוחן, אז נראה שאנו הולכים ומאבדים את המסר לטובת המדיום. פרופסור דן כספי ז"ל צוטט פעם כשאמר שלימודי תרבות עבורנו הם רווח לטווח הקצר ואבדן והפסד לטווח הארוך. אנחנו שוב באותו מקום, הפעם עם המדיה הדיגיטליים. זה לא רע, אבל זה הופך אותנו לקלמנטינה ואנחנו תמיד חתרנו להיות מנגו עם גלעין ברור וסיבים בשיניים.

## רשימת המקורות

- Couldry, N. (2013). If not a single field, then what? *Media, Culture & Society*, 35(8), 1023-1026.
- Fuchs, C. (2013). Critique of the political economy of informational capitalism and social media. In *Critique, social media and the information society* (pp. 63-77). Routledge.
- Hobbs, R. (2011). The state of media literacy: A response to Potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 419-430.
- Jenkins, H. (2014). Rethinking 'rethinking convergence/culture'. *Cultural Studies*, 28(2), 267-297

## דיגיטל או פוסט דיגיטל?

דוד לוי

בימים אלו רווחת בישראל, כמו גם במקומות אחרים בעולם, הטענה לפיה יש לשנות מן היסוד את לימודי התקשורת וזאת בשל השינויים הטכנולוגיים הרבים שהתחוללו בעשורים האחרונים. הכוונה היא לשינויים לא רק בהיצע סדנאות הניתן לסטודנטים, אלא גם שינוי עומק ברמת הקורסים התיאורטיים הבסיסיים, וביניהם "מבוא לתקשורת המונים".

בישראל, ולא רק בה, נשענה הוראת קורס המבוא הדיסציפלינארי על מספר טקסטים קאנוניים ועל שתי חלוקות סכמטיות ברורות. האחת, היא מיון היסטורי של גישות ותיאוריות על פי יחסן לשאלת "השפעות התקשורת". גישה זו הופיעה בספריו של דניס קוויל "מבוא לתקשורת המונים" (מקוויל, 2014), ששימש החל משנות ה-70 כאחד הטקסטים המרכזיים להוראת מבוא לתקשורת המונים והוצגה, בשינויים מסויימים, גם במקורות נוספים. מקוויל בחר במיפוי של הארולד לאסוול (Laswell, 1948) כנקודת המוצא של המחקר הדיסציפלינארי. התועמלן וחוקר השבויים האמריקני הציג בעבודותיו את מודל חקר התקשורת האמור לשרת את התועמלן בעבודתו: מוען מעביר מסר לנמען בערוץ שנברר תוך מתן השערות לגבי השפעה רצויה. הוא ציין, כי ניתן וצריך בכל מקרה לבחון ולהעריך את מידת ההשפעה של המסר ואם נחשפת בעייה יש לתקן את אופן הפנייה או לשנות את הערוץ. כשהוא משתמש במודל זה כנקודת פתיחה, שירטט מקוויל ארבע "מסורות השפעה" – תפיסות שונות לגבי השפעות התקשורת שנוצרו לאורך השנים: תפיסה מוקדמת של השפעות חזקות, תפיסה מוקדמת של ההשפעות כמוגבלות, תפיסה מאוחרת של ההשפעות כחזקות, ותפיסה מאוחרת של ההשפעות כמוגבלות. עקרון חשוב במודל זה הוא שכל "מסורת השפעה" אינה מעלימה את קודמתה, אלא מוסיפה עליה רובד תיאורטי נוסף.

החלוקה הסכמטית השנייה נשענת אף היא על עבודתו של לאסוול. חלוקה זו מבוססת על רכיבי מודל התקשורת שלו: מוען, נמען מסר, תוכן, טכנולוגיה והקשר שימוש. מטבע הדברים, חלוקה זו מתכתבת עם קודמתה. למשל, בתפיסה המוקדמת של ראיית השפעת התקשורת כמוגבלת, הדגש הוא על הנמען ואילו בתפיסה המאוחרת – על המסר).

האם ראוי לשנות או לעדכן חלוקות סכמטיות אלו, שבמידה רבה מאפשרות לשרטט את גבולות הדיסציפלינה? במהדורה האחרונה של ספרו, שיצאה בשנת 2010, ענה מקוויל בשלילה לשאלה "האם הגיע הזמן ליצירת מסורת חמישית?". הוא סיים פרק ייחודי שהוקדש למדיה החדשה ושנשא את הכותרת **מדיה חדשים - תיאוריה חדשה?** באמירה: "הראיות שבידינו אינן תומכות בהשקפה שהטכנולוגיה החדשה היא בעלת השפעה דטרמיניסטית חזקה המובילה לשינוי בטווח הקצר או אפילו הבינוני" (מקוויל, 2014, עמ' 179).

אך השאלה עדיין נמצאת באוויר. האם למרות מה שקבע מקוויל, הגיע הזמן לטרופ את הקלפים ולהציע המשגות חדשות. למשל, האם מהפכת האינטרנט שבה השתנו הנחות יסוד בכל הנוגע ליחסים בין מוענים ונמענים אינה דורשת אכן הכרזה על "תקופה חמישית"?

כשמתבוננים בתחומים מסוימים ובתיאוריות בודדות, נראה שהתשובה לשאלה זו היא חיובית. בעשור הראשון לתפוצתו המסחרית של האינטרנט, הופיעו תיאוריות שהציעו המשגות חדשות. חוקרי הרשת זיהו, בין היתר, טיפוס צרכני חדש (פרוסיומר), או תוכן תקשורתי מסוג חדש (טראנסמדיה). זאת ועוד, כיום מתקיימים דיונים על אתיקה ועל פרטיות בכמות חסרת תקדים בהיסטוריה. אין ספק, שתורמות לכך שאלות ההשפעה החברתית של המיכשור, המאפשר הן איגום נתוני עתק (ביג דאטה) והן מעקב באמצעים דיגיטליים אחר בני אדם ללא ידיעתם. בנוסף, אין לאיש ספק, כי הדיון ביחסים שבין אזרחים ומשטר לאורך השנים ראוי לבחינה מחדש בשל היכולת לקדם שינוי חברתי באמצעות אקטיביזם רשתי.

יחד עם זאת, תופעות תקשורתיות רבות הקשורות למדיה החדשה עדיין ניתנות להסבר גם במונחי תיאוריות ותיקות. מחקרים שנערכים בעשור השני של המאה העשרים ואחת, עדיין מצביעים על הרלוונטיות של תיאוריות "עתיקות", כמו שימושים וסיפוקים, שיש בה כדי להסביר מדוע לא הצליחו ספרי הקריאה הדיגיטליים להחליף את הספר המודפס. גם תפקיד התקשורת בעיצוב פרויקט הלאומיות לא השתנה למרות המרכזיות של הרשתות החברתיות בחיי קהליהן.

המתח הקיים שבין שינוי למה שאינו משתנה, מביא אותי להציע להשתמש במושג "פוסט דיגיטאל" ככלי חשיבה אנאליטי. חוקרי מדעי החברה משתמשים במונח "פוסט" בשתי משמעויות: האחת, כשמדובר במה שמכחיד את קודמו (דוגמת אופן השימוש במושג בהקשר של פוסט מודרניזם). המשמעות השנייה – כאשר מתקיים סוג של אמביוולנטיות בין תפיסה חדשה והקודמת לה (דוגמת המקרים של פוסט קולוניאליזם או פוסט פמיניזם).

המושג פוסט דיגיטאל, כפי שמופיע בספרות בעשור השני של המאה ה-21 ומאמץ את ההגדרה השנייה של "פוסט", מסייע למי שמבקש לאמץ תפיסה מורכבת של העולם הדיגיטלי, הרחק מהאוטופיות והדיסטופיות הגדולות שאפיינו את ראשית הדרך. ברצוני להציע לבחון מושג זה כמורה דרך לעיצוב קורסי מבוא באופן שישמרו על הקיים ועל גבולות הדיסציפלינה ויאפשרו, בכל זאת, להתייחס לשאלות חדשות ולהתפתחויות טכנולוגיות, אך לא פחות מכך – גם לכל מה שמוסבר באמצעות התיאוריות הוותיקות. **ברצוני להציע איפה שלושה עקרונות לקורסי מבוא לתקשורת המונים:**

האחד – אחת האבחנות החשובות של מקוויל היא שההיסטוריה של התפתחות חקר התקשורת התבססה על הצטברות ולא על הכחדה. כלומר, כל גישה הוסיפה ידע לקודמתה ולא באה להחליפה. כך, כיום, נלמדים בחוגים לתקשורת מחקרים המבוססים על פסיכולוגיה ניסויית (שיטת חקר ששורשיה במסורת המוקדמת של ראיית ההשפעה כחזקה) לצד מחקרי תרבות (המשויכים למסורת המאוחרת של ראיית ההשפעה כמוגבלת). כיוון שכך, יש להוסיף וללמד את התפיסות השונות ולעמוד על משמעויותיהן העדכניות.

השני - לתיאוריות ותיקות יש עדיין כוח מסביר בהתייחס למדיה חדשים וכיוון שכך, ארבע המסורות ותפיסות העולם רלוונטיות גם לניתוח תופעות של העולם הדיגיטלי. הזכרתי קודם את גישת השימושים והסיפוקים, וכדוגמא נוספת ניתן להזכיר את מושג ה"ניצול" המרכזיסיטי השייך לתיאוריה הוותיקה של כלכלה פוליטית ביקורתית. מושג זה סייע לחוקרי רשת להסביר את דרך



פעולתה של פייסבוק כבר מספר שנים לפני שהדבר הגיע לשיח ציבורי. מכאן, שאין להירתע מבחינת תופעות חדשות בכלים ותיקים.

השלישי - יש לכלול בקורסים סוגיות חדשות, שאינן מוסברות במונחי הגישות הקודמות, אך נראה שאין לעשות זאת באופן אקלקטי. ניתן וצריך לחפש חוטי רשת ביניהן ובינן לבין שאלות קודמות. ברבות הימים, ייתכן ומארג זה יהווה בסיס לראשית ביסוס המסורת החמישית.

## רשימת המקורות

מקוויל, ד' (2014), **מבוא לתקשורת המונים**. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה

Laswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (ed.) *The communication of ideas* (pp32-51). N.Y: Harper and Row.

## האם יש צורך בשינוי/חידוש התיאוריות הנלמדות בקורסי המבוא לחקר התקשורת - האם המדיום הוא המסר?

### הלל נוסק

בתקציר שהוצע כתשתית לדיון בפורום זה, נשאלה השאלה: האם הסביבה התקשורתית החדשה, המתאפיינת במדיה הדיגיטלית וברשתות החברתיות במיוחד, מחייבת שינוי/עדכון של תוכנית הלימודים בתקשורת בכלל ובקורסי היסוד המתמקדים בתיאוריה ובמחקר בפרט. בעקבות מקוויל, מוצעת השאלה: האם הגיעה העת להכריז על "תקופה חמישית" בחקר ההשפעה של התקשורת? בעוד שהתקופות הקודמות, על פי מקוויל, שאבו את תיאוריות העל ממדעי החברה (חברת ההמונים, פונקציונליזם, מרקסיזם, לימודי תרבות) של שנות הארבעים, החמישים, השבעים והתשעים של המאה העשרים (בהתאמה), השאלה - האם המאה ה-21 מחייבת הכרזה על תקופה חמישית המתמקדת במדיה החדשים - עומדת לדיון. מושג המפתח מתמקד דווקא במדיה ולא בחברה ומכאן הכותרת של המסגרת לדיון שאני מציע: האם המדיום הוא המסר? במילים אחרות: האם המדיה החדשים, הקשורים בדיגיטציה וברשת, ובמיוחד ברשתות החברתיות, מחייבים תיאוריות חדשות המבטלות/מחליפות, או מוסיפות, על הקיימות ולכן מתבקש שינוי תואם בתוכניות הלימודים בכלל ובקורסי המבוא בפרט.

בבואנו לדון בשאלה זו, צריך לדעתי לשים בצד, לצורך הדיון האקדמי, לפחות את כל הלחצים לשינוי ולעדכון תוכנית הלימודים, שבאים מצד מנהלי השיווק ובעקבותיהם גם מצד ראשי המוסדות בנוסח: "את מה שאתם מלמדים אי אפשר לשווק. תתאימו את תוכנית הלימודים למה שהסטודנטים הפוטנציאליים מחפשים ואז אפשר יהיה לשווק".

אני מציע לפנות בראש וראשונה לשאלה: האם נושאי המחקר בשנים האחרונות מציעים תובנות חדשות ותיאוריות חדשות על התקשורת, ובעיקר על השפעתה, שהרי שאלת ההשפעה ותיאוריות

שמסבירות את ההשפעה הן שעמדו ביסוד לימודי המבוא מאז הסילבוס הראשון שנבנה לקורס ועד היום.

בשנת 2017 פרסמו שני חוקרים (Günther, E., & Domahidi) מאמר ב- *International Journal of Communication* שבו הם מנתחים את נושאי המאמרים שפורסמו בכתבי העת המוערכים של חקר התקשורת מאז שנות השלושים של המאה הקודמת. הם ניתחו את הנושאים לפי סוגי המדיה הנחקרים עם דגש על מדיה חדשים בחלוקה בין תקשורת מתווכת מחשב לבין תקשורת ברשתות חברתיות. בסה"כ, נותחו 15,172 מאמרים ב-19 כתבי עת אקדמיים המתמחים בתחום חקר התקשורת.

הממצא המרכזי של החוקרים הוא שלמרות הגידול במספר כתבי העת בתקשורת בעשורים האחרונים, רוב כתבי העת לא ממוקדים במדיום או בתחום מחקר ספציפי, אלא מציעים ספקטרום רחב של נושאים ולפיכך מאפשרים ייצוג מתאים של התחום. למרות שהתחום של חקר התקשורת מחובר לשינויים במפת התקשורת, נושאי המחקר מתאפיינים בעקביות ולמרות הבולטות הגבוהה של האינטרנט והמדיה החברתית כנושאי מחקר, הם לא הביאו לשינוי מהותי, לפיתוח של תיאוריות חדשות, וגם לא דחקו את המדיה המסורתיים כמו הטלוויזיה והעיתונים ממפת המחקר.

בהתבסס על המחקר, וגם מעיון שוטף בפרסומים של כתבי העת המוערכים, ניתן לומר שכמות הפרסומים בנושאי תקשורת גדלה בעשורים האחרונים עם הגידול במספר כתבי העת והחוקרים. כן ניתן לומר, שהאינטרנט והמדיה החברתית תופסים נפח וגדל והולך בפרסומים. עם זאת, נראה, כי לא הוצעו גישות תיאורטיות חדשות, עד כה, וכי המחקר מתבצע, בדרך כלל, תוך הישענות על התיאוריות הוותיקות והמסורתיות של חקר התקשורת, המוכרות לכולם מהסילבוס הקיים.

השאלה, אם כן, היא: האם צריך לשנות את הסילבוס ואת תוכנית הלימודים מעבר להתייחסות למדיה החדשים והאם למדיה מסוימים יש השפעה גדולה יותר משל אחרים, שמחייבת חשיבה מחודשת על השפעת התקשורת ופיתוח תיאוריות חדשות? זאת, מכיוון שהתיאוריות הוותיקות אינן מסבירות את הייחודיות של השפעת המדיה החדשים על הפרט, על הקהילה, על החברה ועל העולם בכלל. יש מקום להזכיר, שכל מדיום חדש עורר שאלות דומות. בעבר, הרדיו, הטלוויזיה בכבלים, הטלוויזיה בלוויין, נקראו – כל אחד עם הופעתו – "מדיה חדשים" ומאוחר יותר הפכו ל"וותיקים" כאשר הופיעו "חדשים" חדשים. עם זאת, המדיה הוותיקים לא נעלמו ממפת התקשורת לחלוטין ובוודאי לא ממפת הקהל למרות התחרות עם המדיה החדשים.

כדאי להזכיר דוגמא אחת בהקשר זה: התיאוריה הפונקציונאלית "שימושים וסיפוקים" מורדת מהמדף, יש טוענים המאובק, כל פעם עם הופעת מדיום חדש. אנחנו נעזרים בתיאוריה זו ככלי תיאורטי מרכזי להסבר השימוש וההשפעה של המדיה החדשים. מאז ניסוחה כתיאוריה, ב-1974 על ידי בלמלר וכ"ץ (Blumler & Katz, 1974), היא עודכנה ושופרה, הן בהיבטים התיאורטיים והן בכלי המחקר שלה, למרות הביקורת החוזרת ונשנית על מידת הרלוונטיות שלה לסביבת המדיה החדשה (Ruggiero, 2009).

ובכל זאת, האם יש מקום לתקופה חמישית לאור הריבוי בעיסוק המחקרי במדיה החדשים ולאור השינויים, הנצפים אפילו ללא מחקר, באורחות החיים של הפרט ושל הכלל בעידן החדש? לדעתי,

יש מקום להכריז על תקופה חדשה ויש גם תיאוריה שמציעה הסברים למציאות החדשה ולהשפעת התקשורת על הפרט ועל החברה. התיאוריה נשענת על מסורת מחקר ותיקה, שלמעשה, למיטב הבנתי, מהווה את הבסיס לפיתוח התיאוריה העכשווית: המדיאטיזציה (Mediatization). הבסיס של גישה זו, הן (א) הגישות הטכנולוגיות, המכוננות לעיתים דטרמיניזם טכנולוגי, מהגותם של איניס (Innis, 1951) ומקלוהן (McLuhan, 1962) משנות החמישים והשישים של המאה הקודמת; (ב) בהמשך, תיאורית המדיום ותרומתם של מאירוביץ (מאירוביץ 2003) ופוסטמן (פוסטמן, 1986) למיקוד ההשפעה בטכנולוגיה של המדיה וקוד הנגישות לתכניה; ו-ג) עם הופעת תקשורת המחשבים והאינטרנט הפתוח, התיאוריה של לוינסון (Levinson, 1999) והרעיונות של מקלוהן לעידן הדיגיטלי ושל קסטלס (Castells, 1996) על חברת המידע וההשלכות של הרשת על הפרט, החברה, על הכלכלה הקפיטליסטית ועל התהליכים של שינוי במבנה הארגונים.

יתרונה של המדיאטיזציה כתיאורית-על חדשה יחסית, שאני מציע לאמץ לתוך הסילבוס, אינו מתמקד במדיום ספציפי, אלא במידה ובאופן של השפעות המדיה על המוסדות החברתיים. כתוצאה מכך, גם הפרט מושפע מהמציאות החדשה כשהמדיאטיזציה היא המנוע המוביל לשינויים בפוליטיקה, בחברה, בכלכלה, בחינוך ובארגונים, כמו הצבא, וקונפליקטים כמו מלחמה.

מהי המדיאטיזציה, לפי האנציקלופדיה לתקשורת (Mazzoleni, 2008):

מנקודת מבט כללית מאוד, 'המדיטיזציה של החברה' היא מושג המעיד על הרחבת השפעתה של התקשורת (הנחשבת הן כטכנולוגיה תרבותית והן כארגון) לכל תחומי החברה והחיים החברתיים. במובן הרחב הזה, האופן שבו התקשורת משפיעה על החיים החברתיים, קשור לתהליך התרבותי הרחב יותר. דהיינו, התהליך שבו התרבות – הנחשבת כמכלול של סימנים, סמלים, משמעויות וערכים המסתובבים בין החברות – הופכת מרכזית יותר ויותר לתפעולם של כל המוסדות החברתיים.

לכן, "מדיטיזציה של החברה" יכולה להיחשב כתהליך של כל תחומי החברה, ממבנה המשפחה ועד לתהליך ההזדקנות, ממערכות יחסים מגדריות לשלטון, מהמנגנון הפוליטי למבנים הכלכליים, מחיי היומיום לתהליכי הגלובליזציה. יתר על כן, זהו מושג הבוחן את האופן שבו התקשורת, שמורכבת מפלטפורמות מסוגים שונים שבאמצעותם מתנהל משא ומתן בין המוסדות השונים של החברה, והמוסדות החברתיים קשורים זה בזה באופן בלתי נמנע".

ספרות ענפה מסוף המאה העשרים, ובמיוחד מתחילת המאה שלנו, מפתחת את התיאוריה ומציגה מחקרים מתחומי החיים השונים, שניתן להסביר את השינויים החלים בהם בתהליכי המדיאטיזציה ולנתח את השפעותיה על הפרט, על החברה ועל העולם כולו. בכך, מציעה התיאוריה ראייה הוליסטית של הקשר בין התקשורת לבין תופעות חברתיות.

מטרת דיון זה היא להעלות נושאים לדיון מרחיב, אך אני בטוח שאם ההצעה תאומץ נראה את פיתוחה ואת יישומה כבר בסילבוסים של קורסי התיאוריה בשנת הלימודים הקרובה.

## רשימת המקורות

מאירוביץ, י' (2003 [1985]), "שום תחושת מקום : מסביבת הדפוס לסביבה אלקטרונית". בתוך ת. ליבס ומ. טלמון (עורכות), **תקשורת כתרבות** (עמ' 58-34). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

מקוויל, ד' (2014), **מבוא לתקשורת המונים**. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה  
פוסטמן, נ' (1986), **אובדן הילדות**. תל אביב : ספריית פועלים.

Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (Vol. 1974). Sage Publications, Inc.

Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell

Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202

Günther, E., & Domahidi, E. (2017). What communication scholars write about: an analysis of 80 years of research in high-impact journals. *International Journal of Communication*, 11, 21. 3051–3071

Hepp, A. Krotz, F. (2014): Mediatized worlds: Understanding everyday mediatization. (pp 1-15) In: A. Hepp. F. Krotz (eds.): *Mediatized worlds: Culture and society in a media age*. London: Palgrave

Innis, H. (1951). *The bias of communication*. Toronto, Canada: University of Toronto Press.

Levinson, P. (1999). *Digital McLuhan*. New York, NY: Routledge.

McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy*. Toronto, Canada: University of Toronto Press.

Mazzoleni, G. (2008). "Mediatization of Society." *The International Encyclopedia of Communication*. Donsbach, Wolfgang (ed). Blackwell Publishing. Blackwell Reference Online. 28 March 2018  
[http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode.html?id=g9781405131995\\_yr2015\\_chunk\\_g978140513199518\\_ss63-1](http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode.html?id=g9781405131995_yr2015_chunk_g978140513199518_ss63-1)

Ruggiero, T.E. (2009). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century, *Mass Communication and Society*, 3 (1), 3-37

## ”שוב לא שקט”: חוקרי תקשורת ומדיום חדש בדיסציפלינה

אשרת ששוני-בר לב

כדי לענות על השאלה האם דיסציפלינת חקר התקשורת עוברת למסורת חמישית של מחקר, המתמקדת בחקר המדיה הדיגיטליים החדשים, ניתן לבחון את תוכנית הלימודים המועברת בקורסי המבוא לתקשורת המונים. תוכנית לימודים זו משקפת את קאנון הידע הדיסציפלינרי, וכוללת את התיאוריות והמאמרים המקובלים על חברי קהילת חוקרי התקשורת. חומרים אלו התקבלו בעקבות תהליך התמודדות של חוקרי התקשורת עם הופעתו של מדיום חדש.

במרבית המקרים, תהליך זה מתחיל בפחד ציבורי ראשוני, שלאחריו חוקרי התקשורת מתגייסים למשימת חקר המדיום החדש. לעיתים, הממצאים מרגיעים, ולעיתים לא. עם הזמן, מתרגלים אל המדיום ואל מקומו בחיים: הממצאים החדשים משויכים לתיאוריות שונות, קיימות וחדשות, וקאנון הדיסציפלינה מנכס לעצמו את התיאוריות והממצאים וממשיך כמנהגו.

מאמר זה מתייחס לממצאי מחקר, העוסק בקאנון הדיסציפלינרי בחקר התקשורת. הקאנון מעוצב בתהליך בלתי פוסק של כניסה וניפוי של מקורות באמצעות דיונים בקהילה האקדמית. הדיונים הללו נערכים על גבי כתבי עת (Vanderstraeten, 2010), בספרי לימוד קורס (Richardson, 2004), בכנסים, וגם בעת כתיבת תוכניות לימוד. באופן מסורתי, קאנון מוגדר כרשימת ספרים שהתקבלה והוסמכה על ידי הקהילה (Ulrich, 2002).

**שיטת המחקר** כללה ניתוח תוכן של הסילבוסים בקורס ”מבוא לתקשורת המונים” בכל החוגים והמחלקות לתקשורת במוסדות להשכלה גבוהה בישראל, על כל שמותיו השונים, בין השנים 2010-2013. לאחר מכן, נערכה השוואה היסטורית לסילבוסים של הקורס המקורי לתואר השני במכון לקומוניקציה באוניברסיטה העברית.<sup>1</sup>

**הממצאים** מצביעים על קאנון ידע דיסציפלינרי, המורכב מ-313 מקורות, אשר כשבעים מתוכם נמצאים בשני סילבוסים ויותר. עשרת המקורות הנפוצים ביותר נמצאים בשישה סילבוסים ויותר, כלומר, ביותר ממחצית מרשימות הקריאה של קורס היסוד ”מבוא לתקשורת המונים”. המקורות מטה מהווים את **ליבת הקאנון**:

<sup>1</sup> המחקר המלא כלל גם ראיונות עם מרצים ותיקים וחדשים ומתרגלים בקורס. הממצאים המוצגים עולים מתוך ניתוח התוכן של תוכניות הקורס.

תדירות הופעה	שם המקור	שנה	כותבי המקורות	
84.6% ממדגם הסילביי (11 סילביי)	אידיאולוגיה של "זמן צפיית שיא": התהליך ההגמוני בבידור המשודר בטלוויזיה.	((1979]1995))	גיטלין	1
61.5% (8 סילביי)	התפקוד של אמצעי תקשורת ההמונים כקובעי סדר- היום	((1972]1995))	מקומבס ושאו	2
61.5% (8 סילביי)	תקשורת המונים, טעם פופולרי ופעולה חברתית מאורגנת	((1948]1995))	לזרספלד ומרטון	3
61.5% (8 סילביי)	אירועים של אמצעי תקשורת: על חוויית "לא להיות שם"	((1985]1995))	כ"ץ ודיין	4
53.8% (7 סילביי)	ספירלת השתיקה: תיאוריה של דעת הקהל	((1974]1995))	נואלה- נוימן	5
53.8% (7 סילביי)	הצנזורה של היד הנעלמה	(2001)	לימור ונוסק	6
46.1% (6 סילביי)	הזרימה הדו- שלבית של התקשורת: דיווח מעודכן על השערה	((1957]1995))	כ"ץ	7
46.1% (6 סילביי)	הרולד אדמס איניס ומרשל מקלוהן	((1967]1995))	קארי	8
46.1% (6 סילביי)	המדיום הוא המסר	((1964]1995))	מקלוהן	9
46.1% (6 סילביי)	תקשורת המונים (כרך א, עמ' 57-10)	(1995)	כספי	10

ליבת הקאנון הדיסציפלינרי מכילה את המקורות הנפוצים ביותר והמשותפים למרבית הסילבוסים. מקורות אלו נתפסים כחשובים ביותר עבור הקבוצה, גם בראיה היסטורית, ולכן, הם בעלי הדרגה הגבוהה ביותר של הקאנוניות (Westphal, 1993). ניתן לראות, שמקורות ליבת הקאנון הנוכחי עוסקים בעיקר בתיאוריות והסברים שונים לגבי תפקידי התקשורת והשפעתה על הקהל.

במקביל לליבה, קיימים מקורות נוספים, שנמצאים בשוליים הרחוקים יותר. המקורות הללו תדירים פחות, ואולי אף יודרו בעתיד מתוכניות הלימודים (Guillory, 1991;1993). מתוך הנתונים עולה, כי השוליים מורכבים מהדוגמאות האמפיריות העדכניות ביותר. עם חלוף הזמן והאופנות, הדוגמאות הללו תוחלפנה, מאחר שלרוב הן מתייחסות למדיום או לתופעה הדומיננטיים באותה התקופה. דוגמאות העבר התייחסו בעיקר לרדיו, לקולנוע ולטלוויזיה, ואילו כיום השוליים מכילים את המדיה הדיגיטליים החדשים.

כך, לדוגמה, בסילבוס של האוניברסיטה העברית בשנת 1978 נראה הפרק *Studies in radio and film propaganda* מתוך הספר של Merton (1949]1968). הפרק, העוסק בתעמולה ברדיו ובקולנוע, נעדר מהסילבוסים המאוחרים יותר באוניברסיטה העברית, ואינו מוזכר כלל בסילבוסים כיום.

שתי דוגמאות אחרות נראות בסילבוס של האוניברסיטה העברית בשנת 1994. האחת, היא המאמר *Movies of the week* של Gitlin (1991), שכיום נעדר לחלוטין מהסילבוסים בחוגים השונים. מאמר זה היה עדכני מאוד באותה התקופה, ואף נלקח מהמקראה *Rethinking popular culture: Contemporary perspectives in cultural studies* (Mukreji & Schudson, 1991). הדוגמה השנייה היא המאמר של Rowe (1990) *Rosanne: Unruly woman as domestic goddess*, המנתח את דמותה של רוזאן, בתכנית טלוויזיה שהייתה פופולרית מאוד בסוף שנות השמונים ותחילת התשעים.

כיום, בשולי קאנון הידע, נמצאות דוגמאות אמפיריות המתייחסות בעיקר למדיה החדשים ולעולם הדיגיטלי. נראה, שבכל חוג ומחלקה ניתנת דוגמה שונה. למשל, בסילבוס באחת המכללות מופיע המאמר *פער דיגיטלי: השימוש באינטרנט בחברה הערבית בישראל* (גנאיים, רפאלי ועזאזיה, 2009), ואילו המקור *11 חוקי ברזל של בנית מותג באינטרנט* (ריס וריס, 2000) מופיע בסילבוס באחת האוניברסיטאות. אין מקור יחיד בנושא הדיגיטלי שחוזר בכל הסילבוסים.

ההתייחסות למדיה הדיגיטליים במקורות האלו מתפזרת על פני תחומים מגוונים, הכוללים אלמנטים של תקשורת בין אישית או תקשורת המונים, כגון האינטרנט כמדיום, אתרים שונים ברשת, רשתות חברתיות, ושימוש בטלפון הנייד. עם זאת, כל מקור כזה משויך לתיאוריה קיימת או מתעדכנת בתחום התקשורת או במדעי החברה. לכן, הממצאים תומכים בתפיסתו של מקווייל (2010[2014]), לפיה האינטרנט משויך למסורות המחקר המוכרות ולתיאוריות השונות בתחום התקשורת. כלומר, המחקר אינו מפתח מסורת חמישית חדשה, לפחות בימים אלו.

כאמור, במקביל לדוגמאות האמפיריות הללו, בקורס ממשיכים ללמד את ליבת הקאנון הדיסציפלינרי, הכוללת את התיאוריות החשובות בתחום, או כאלו הנחשבות כמסורות מחקר. אותן דוגמאות אמפיריות מרכיבות את מרבית רשימת הקריאה, ומוחלפות תדיר בכדי לשמור על עדכניות. בנוסף, קיימת מגמה מתגברת של הכנסת מקורות בשפה העברית.

## דיון:

מתוך בחינת הממצאים הללו, נראה שחוקרי התקשורת שוב נמצאים בתחילת ההתמודדות עם מדיום חדש יחסית, כאשר השיח הציבורי לגביו נמצא בשלב הפאניקה. שיח זה כולל חששות שונים, כגון פחד מהחדירה לפרטיות, חשש מהשפעותיה של בריונות ברשת והחרמות, פחד מאלימות ברשת ובוש (shaming), או מהשפעותיה של הפורנוגרפיה באינטרנט. חוקרי התקשורת בוחנים את התחומים הללו בעולם הדיגיטלי.

עם זאת, חשוב לזכור שגם בתחילת ימי הקולנוע פחדו מאותן השפעות אפשריות. 13 מחקרי קרן פיין (Payne Fund studies, 1929-1932; בתוך Lowery & DeFleur, 1995) בחנו את תכני סרטי הקולנוע והשפעותיהם על ילדים. בין השאר, בדקו החוקרים תהליכי עיבוד מידע בקרב הילדים, רמת עוררות בעקבות סרטים אלימים, השפעה על בריאות, ושחיקת עמדות מוסריות. כל החששות הללו שבו גם כאשר הטלוויזיה הפכה להיות המדיום הדומיננטי, ואז בסילבוס הקורס הופיעו מאמרים העוסקים בטלוויזיה ותכניה מפרספקטיבות שונות.

לכן, כאשר בוחנים את הממצאים, אין עדיין מאמר מכונן או ספר מכונן בתחום המדיה הדיגיטליים שהופך להיות אבן דרך. כלומר, תכני המדיה הדיגיטליים החדשים נמצאים בשולי הקאנון הדיסציפלינרי. ייתכן שהמצב ישתנה בעתיד, וקורס המבוא יהפוך לקורס בהיסטוריה של מחקר התקשורת. כמו כן, ייתכן שכל התיאוריות בקורס תילמדנה מפרספקטיבה של המדיה החדשים. השאלה היא האם עד אז המדיה הללו עדיין ייתפסו כחדשים.

## רשימת המקורות

- גנאיים, א', רפאלי, ש', ועזאיזה, פ' (2009), פער דיגיטלי: השימוש באינטרנט בחברה הערבית בישראל. **מגמות**, מו (1-2), 164-196.
- מקווייל, ד' ([2010]2014), **מבוא לתקשורת המונים** (מהדורה שישית). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.
- ריס, א', וריס, ל' (2000), **11 חוקי הברזל של בניית מותג באינטרנט**. ייזיסקינד-קלר (תרגום). בני ברק: מטר.
- Gitlin, T. (1991). Movies of the week. In C. Mukreji & M. Schudson (Eds.), *Rethinking popular culture: Contemporary perspectives in cultural studies* (pp. 335- 356). Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press.
- Guillory, J. (1991). Canon, syllabus, list: A note on the pedagogic imaginary. *Transition*, 52, pp. 36- 54.
- Guillory, J. (1993). *Cultural capital: The problem of literary canon formation*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Lowery, S. A., & DeFleur, M. L. (1995). *Milestones in mass communication research: Media effects*. White plains, NY: Longman.
- Richardson, P. W. (2004). Reading and writing from textbooks in higher education: A Case study from economics. *Studies in higher education*, 29(4), pp. 505- 521.



## מבוא למדעי התקשורת

### דניאל דור

אציג כאן בקצרה את הפרספקטיבה שהדריכה אותי בבניית הקורס החדש "מבוא למדעי התקשורת", שהחליף את "מבוא לתקשורת המונים" בחוג לתקשורת בתל-אביב. הקורס החדש השתלב במסגרת השינוי הכללי שערכנו בתוכנית הלימודים לתואר ראשון במהלך כהונתי כראש חוג, בשלוש השנים האחרונות – והתוצאות, לעניות דעתי, טובות מאד.

יש כמה מרכיבים בסיפור: קודם כל, אני חושב שאנחנו צריכים להפריד בין השאלה של מה צריך להיות סט האסטרטגיות שלנו כחוקרים אל מול המציאות התקשורתית המשתנה לנגד עינינו, ובין השאלה של איך אנחנו פונים לתלמידים חדשים ומספרים להם על הדבר הזה. גם אם קשה לקבל זאת, המפגש בין אנשים צעירים, משתמשים ילידיים של העולם הרשתי, שמגיעים לאוניברסיטה ללמוד תקשורת, עם ציפייה לדברים חדשים ומעניינים, ובין מחקרים מלפני עשרות שנים על עיתונים מודפסים וטלוויזיה, גם אם המחקרים האלה נפלאים ופוקחי עיניים – המפגש הזה הוא מפגש לא בריא. אנחנו לא אומרים לאנשים האלה: אנחנו רוצים ללמד אתכם פרק בהיסטוריה של התקשורת האנושית, והפרק הזה במקרה התחיל כשסבא וסבתא שלכם היו בגילכם ועכשיו אנחנו כבר לא כל כך שם. אנחנו אומרים להם: אנחנו רוצים ללמד אתכם תקשורת. במושגים של ויגוצקי (Vygotsky), אין כאן מרחב התפתחות מקורבת. הסטודנטים באים מתוך עולם חווייתי מאד מסוים, והם נתקלים במשהו שהיה אמור להיות קשור מאד לעולם החווייתי הזה – אנחנו לא מלמדים אותם אסטרופיזיקה – אבל מדברים על משהו שהם אינם מכירים. יש כאן פער דורי, שהוא עצמו תוצאה של מהלך היסטורי. אפשר לראות זאת בקלות אם קוראים כמה פסקאות אקראיות ממקווייל ומספרי לימוד דומים, ומנסים להבין איך הן נקראות על ידי בני 22. יש כאן בעיה רצינית.

עכשיו, אפשר לעבור למהלך ההיסטורי עצמו. צריך להגיד שני דברים. קודם כל, וזו עמדה, אמונה, שייתכן שאני טועה לגביה, שהמהלך הזה מחלק את הקלפים מחדש כמעט בכל מובן. זה לא המשך התהליך שראינו מתחילת עידן הדפוס, שבו כל פעם נוספה מדרגה נוספת לאותה מהות, אלא שאנחנו נמצאים בסיפור אחר לגמרי. הנקודה השנייה עוסקת בסיפור האחר הזה. אין לנו מושג ירוק לאן זה הולך. אני חושב, שמה שאנחנו יכולים ללמוד על הספרות המחקרית על האינטרנט מתחילתו, זה שאין לנו מושג. העסק הזה מתפתח וזו במהירות עצומה. זו הרי בדיחה לקרוא מחקרים על האינטרנט בתחילת שנות האלפיים, לפני הרשתות החברתיות, ולראות אצל כל כך הרבה אנשים אמירות ברורות ומוחלטות: אנחנו יודעים מה זה ולאן זה ילך. זה מצחיק. ואם אנחנו עכשיו חושבים שמעכשיו זהו, אנחנו נשארים עם פייסבוק וטוויטר, אז הרי עוד שנתיים זה שוב ישתנה לגמרי. הווה אומר: אנחנו נמצאים בתקופת מעבר, שבה, לדעתי, אין לנו מה ללמד את הסטודנטים על המציאות המתהווה הזו כשלעצמה. אנחנו נדע מה ללמד אותם על זה עוד ארבעים שנה, כשתהיה מידה מספקת של פרספקטיבה. הטיעון עד כאן, אם כן, אומר שני דברים: אי אפשר ללמד את הסטודנטים תקשורת המונים כשלעצמה, כי זו היסטוריה, ואין מה ללמד אותם על העולם הדיגיטלי כשלעצמו כבסיס לכל הדיון – כי אנחנו לא יודעים.

מבחינתי, זה אומר שיש כאן רגע של הזדמנות. במקום לשאול: האם השלב הלפני אחרון של התפתחות התקשורת האנושית, תקשורת ההמונים, דומה או לא דומה, שונה או לא שונה, מהשלב האחרון? – אנחנו פותחים פרספקטיבה רחבה הרבה יותר: אנחנו, כבני אדם, אנחנו חיות מתקשרות. יש סיפור גדול מאד על המין האנושי כחיה מתקשרת. התקדמנו בעניין הזה פרק אחרי פרק. קודם כל, תקשרנו באמצעים קדם-לשוניים שאנחנו משתפים עם בעלי חיים אחרים; אחר כך, הוספנו לזה תקשורת מימטית, אחר כך הוספנו לזה שפה, וכן הלאה. אנחנו עכשיו נמצאים בתקופת מעבר בין פרק איקס לפרק איקס פלוס אחד. אין לנו מושג לאן הולך הפרק החדש הזה, יש רק סימנים ראשוניים, ויש לנו מושג לא רע על פרקים קודמים, כולל פרק איקס.

זו, אם כן, ההזדמנות שלנו לקחת צעד אחד גדול אחורה, ולשאול מהם אותם המרכיבים של תקשורת אנושית שנשארים בתוך הסיפור הזה לאורך כל הדרך. הרעיון הוא להציג מודל כללי של תקשורת אנושית, שכולל את המושגים הטריטוריאליים ביותר – מוען, נמען, מדיום, מבע ומסר, פרשנות והשפעה, הקשר חברתי, כוח פוליטי וכלכלי וכן הלאה – ולבדוק איך נראה כל אחד מהמרכיבים האלה, ואיך נראים החיבורים ביניהם, לאורך הסיפור כולו ובכל אחד מהפרקים. קחו למשל את מושג ההשפעה. מרגע שפיתחנו את היכולת האנושית הייחודית להצביע על דברים, כדי להפנות אליהם את תשומת ליבם של האחרים, שינינו את האופן שבו אנחנו משפיעים. אחר כך, המצאנו שפה, ושוב שינינו את אופני ההשפעה. וכן הלאה. יש המון מה ללמוד על השפעה, כולל מה שקורה בפרקים המאוחרים יותר, כולל בתקשורת ההמונים, כולל מה שאפשר ללמוד מהסימנים הראשוניים מהעולם הדיגיטלי. יש גם דיון ארוך, שמתחיל עם סוקרטס (Socrates) וגורגיאס (Gorgias) וממשיך עד היום, על שאלת ההשפעה במובנה הכללי. לכן, בדיון על השפעה מדברים קצת על השפעה בשיחה פנים אל פנים, לומדים שניים-שלושה ממחקרי ההשפעה הטובים ביותר של תקופת תקשורת ההמונים, מעלים השערות על ההשפעה הרשתית של האינטרנט. את אותו התהליך עוברים עם המושגים האחרים: מה זה מוען? איך זה נראה בתקופות שונות? מה ההבדל בין מוען ברדיו למוען בפייסבוק? מה קורה כשהמוען אישה וכשהמוען גבר? המושגים הופכים לעוגנים שסביבם מתרכזות המון שאלות מעניינות.

בתוך הדיון הזה מתפנה מקום לדיסציפלינות אחרות, שעוסקות בתקשורת אנושית, ולא נכנסו לסיפור כל זמן שעסקנו בתקשורת המונים. לבלשנות יש המון מה להגיד על תקשורת אנושית, וגם לפסיכולוגיה, לסוציולוגיה, למדעי התרבות. יש המון מה ללמוד מהמרקסיסטים והניאו-מרקסיסטים, אבל לא בגלל שעסקו ספציפית בתקשורת המונים. שליטה באמצעי הייצור מאפשרת שליטה סימבולית לאורך רוב הסיפור. הרי גם מארקס ידע שהיה עולם לפני הקפיטליזם.

הקורס אומר ככה: יש מפה ענקית של כל מה שנעשה במחקר תקשורת. קורים המון דברים מרתקים. על המפה הזו אנחנו נסתובב במהלך השיעור בשתי צורות. קודם כל, נסתכל על המפה בקנה מידה גדול מאד, ונלמד את המודל הכללי. מדי פעם, נעמיק אל תוך נקודה מסוימת על המפה, נעבור לקנה מידה קטן יותר, ונלמד תפיסה מבוססת היטב על נושא מסוים, בתוך הקשר מסוים. למשל, שימושים וסיפוקים. ואז אפשר גם לשאול על שימושים וסיפוקים של שפה מדוברת, ואפשר לומר שבמובנים מסוימים, בינתיים, נראה לנו ששימושים וסיפוקים זו תפיסה שמאפשרת גם להבין שימוש באינטרנט.

התוצאה של גישה זו היא קורס על מהותה של התקשורת האנושית, קורס מושגי. כמו שהסוציולוג שואל: מה זו חברה? אנחנו שואלים: מה זו תקשורת? כך נותנים לסטודנטים בסיס מאד איתן מבחינה מושגית-תאורטית, ומהניסיון הקצר של השנתיים האחרונות נראה לי שזה עובד יפה מאד. נניח שימציאו עוד שנה איזו שיטת תקשורת חדשה לגמרי, הם יידעו מיד מה לשאול: מה תכונותיהם של המוענים? מי שולט במדיום? איך נראים המבעים? וכן הלאה. מבחינתי, במציאות הקיימת, זו צריכה להיות המטרה.