*שער ראשון: מדיה, פוליטיקה וערכים דמוקרטיים בארץ ובעולם*

שני צירים מרכזיים שייבחנו לאורך הקורס:

* מקומה של התקשורת בכינון ותחזוק המדינה הדמוקרטית והתהליך הדמוקרטי.
* המידה שבה המוסד התקשורתי פועל בהתאם לרעיונות, הערכים והעקרונות של הדמוקרטיה.

**מושגי מסגרת:**

דמוקרטיה ליברלית – המודל הראשוני של הדמוקרטיה בעידן המודרני, והמהווה בסיס לכינון דמוקרטיות אחרות. מעין מודל אידיאלי לדמוקרטיה. מושגי הגישה יצרו סביבם שיח עשיר מצד תומכים ומתנגדים.

יתר על כן, בגישה הליברלית, האדם במרכז. הוא רציונלי ומקבל החלטות באופן מושכל. כמו כן, לאדם ישנן חירויות וזכויות בסיסיות שמהן הוא אמור ליהנות, והמדינה היא המסגרת שאותה הקים האדם כאמצעי שיאפשר לו לממש את עצמו.

תקשורת ההמונים – מוסד התקשורת כולל את כלי וארגוני התקשורת השונים, מדיה וותיקים וחדשים, שידור ציבורי ופרטי.

**מאמר: תקשורת מחזקת או מחלישה את הדמוקרטיה הישראלית / גלנור ובלאנדר**

החוקרים כותבים על תפקידי אמצעי התקשורת במדינה הדמוקרטית, ביניהם: דיווח והפצת מידע, פרשנות, תחזיות והערכות, פיקוח וביקורת על השלטון, העברת מידע ותיווך בין השלטון לאזרחים ולהיפך (כאשר ההנחה היא ששניהם זקוקים למידע ולגיטימציה), תעמולת בחירות, במה/זירה להשתתפות ולדיון ציבורי.

מעבר לתפקידיה של התקשורת, היא גם משפיעה על התהליך הדמוקרטי בכמה אופנים: קביעת סדר היום הציבורי, תזמון ומסגור אירועים, הבניית המציאות, עיצוב דעת קהל והקניית אופי תקשורתי לשיח הפוליטי.

במאמר, החוקרים נותנים הרבה מקום לאיומים על עצמאותו של מוסד התקשורת. הם מפרטים שלושה איומים:

* איום מהמוסד הפוליטי – התלות של התקשורת (רישיונות, זיכיונות, חוקים) מאפשרת לפוליטיקאים להתערב בעבודת התקשורת לטובתם. הפתרון: לצמצם על ידי חקיקה את מידת ההשפעה הפוליטית על התקשורת, ולצמצם התערבות ממשלתית במינויים פוליטיים של בעלי תפקידים בארגוני תקשורת ולחתור לכך שפוליטיקאים לא יעסקו בנושאים לפי מידת התקשורתיות שלהם, ושהתקשורת תסקר באופן אובייקטיבי.
* מסחור – לגורמים מסחריים אין מוטיבציה להיות חלק מנאמנות ציבורית, לכן, הפתרון הוא רגולטורי: רגולציה שתבטיח איזון בין אינטרס רווחי לתכנים איכותיים, שידור ציבורי שיפעל לפי נורמות של איכות וחיזוק הדמוקרטיה, ויצירת תרבות תקשורת הכוללת קביעת כללי התנהגות של עיתונאים.
* מדיה חדשים

האתגרים מול מוסד התקשורת ותפקידו בדמוקרטיה:

* שמירת עצמאות (של כל ואנשי) בסביבת תקשורת ריכוזית.
* אפשור הפלורליזם בסביבה ריכוזית.
* שמירת מעמד העיתונאות כמקצוע לאור התחליפים הדיגיטליים (בלוגרים).

**התהליך התקשורתי ומקומו בתהליך הדמוקרטי – שתי גישות מחקריות**

גישה פונקציונליסטית – גישה זו רואה בתקשורת כחלק בחברה, מעין רשות רביעית שממלאת תפקידים שונים: תיווך, כלב שמירה, איזונים ובלמים מול השלטון, משמרת דמוקרטיה. לפיה, התקשורת לא פועלת מתוך אינטרס אלא באופן ניטרלי ואובייקטיבי, וככזו היא מאפשרת פלורליזם.

גישה ביקורתית – גישה זו לקוחה מתוך המרקסיזם והניאו-מרקסיזם, ונשלטת על ידי בעלי הכוח בחברה (אליטות, בעלי הון...) ומעבירה מסרים מניפולטיביים בהתאם לאינטרסים של בעליה (רווח ושליטה) ובאופן חד כיווני. בנוסף, הפלורליזם בתקשורת הינו מדומה ואין נגישות לכולם.

**מאפייני המיסוד של מוסד התקשורת בדמוקרטיה**

1. מיסוד התקשורת (כלומר התהליך החברתי-פוליטי-תרבותי שדרכו התקשורת הופכת להיות חלק בלתי נפרד מהחיים) הוא תהליך מתמשך ובלתי פוסק, ולא כזה שנגמר בנקודת זמן מסוימת.

2. אמצעי התקשורת במשטר דמוקרטי הינם בעלי מעמד כפול/זהות ״מפוצלת״ בתוך הממסד אבל גם מחוצה לו. כלומר, מצד אחד הם שופר המשקף את הפעילות בחברה, אך גם גוף שמבקר את המוסדות הפוליטיים.

3. בדמוקרטיה קיים קונפליקט מובנה ביחס למוסד התקשורת וליחסיו עם המדינה והמוסד הפוליטי: מצד אחד הרצון והשאיפה לעצב מוסד תקשורת בעל זכויות מרביות של עצמאות, חופש ביטוי וחופש מידע. מצד שני, הצרכים הפרקטיים של השלטון והמדינה (ביטחון, אינטרסים פוליטיים).

4. חידושים טכנולוגיים מתסיסים את מפת התקשורת ומאיימים״ על הסטטוס קוו בין מוסד התקשורת לסביבתו.

5. קליטת אמצעי תקשורת חדשים כולל תהליך התפתחותי פחות או יותר קבוע המורכב מארבעה שלבים: פריצה, התערות, התמודדות והסתגלות.

בישראל, צמח מוסד התקשורת בו זמנית עם שאר המוסדות החברתיים (למשל מפלגות, הסתדרות...) וכמוהם שואב את ההשראה מימי היישוב. כלומר, עיתונים שהיו בתקופת היישוב לא סיימו את תפקידם, אלא המשיכו לתוך המדינה. בנוסף, אתוס דמוקרטי מחד ומחויבות לאינטרסים לאומיים ונאמנות למוסד הפוליטי מאידך.

מאפיין נוסף, תחום התקשורת התמסד בישראל בתהליך מהיר. זה קרה תוך כדי פיתוח מואץ של אמצעי התקשורת.

**תולדות יחסי מדיה-פוליטיקה בישראל / יורם פרי**

פרי מחלק את תולדות יחסי התקשורת והפוליטיקה בישראל לכמה תקופות. בשלב היישוב ובשלב המעבר (שנות ה-50-60) רוב העיתונים לא היו עצמאיים, אלא שייכים למפלגות. שלב זה נקרא ״המודל המקביל״, ובו התקשורת נרתמה לבניין האומה והחרויות העיתונאיות נדחו לטובת המשימה הלאומית. בשלב זה היה גם פיקוח על השידור הציבורי.

בנוסף, לא הייתה ביקורת או ספקנות ביחס למדיניות ולא התפתחה תודעה של עצמאות מקצועית מצד העיתונאים.

השלב השני, שנקרא גם ״מודל השותפות״, במסגרתו העיתונות המסחרית מתחזקת ושיקולי הרווח, והחלשות העיתונות המפלגתית. במודל זה יש יותר ביקורת כלפי השלטון לצד הגבלות מרצון מצד התקשורת, בעיקר בהקשרים ביטחוניים, שאינה עוינת את הפוליטיקה ואינה מהווה כלב שמירה.

השלב השלישי – המודל המעורב – מרחב התקשורת הופך להיות רב ערוצי. טלוויזיה מסחרית לצד טלוויזיה לימודית, גלי צה״ל וכבלים. כך שפורמאלית הממשלה איבדה את המונופול על השידורים ואת הפיקוח על ארגוני תקשורת זרים והשפעה נחלשה לטובת תחרותיות גוברת בין ארגוני התקשורת השונים. עיקר השפעתה של התקשורת מבוססת על היותה מקור מידע עיקרי במדינה.

בשלב הרביעי, יחס העיתונאים למוסדות הפוליטיים הופך להיות עוין, ביקורתי, ציני ומזלזל, כחלק מאמריקניזציה מה שמכונה ״עיתונות מפרשת״. זו ממוקדת בעיקר בטקטיקות של פוליטיקאים ופחות באידיאולוגיה וניתוח מדיניות. סגנון עיתונות זו מכונה ם עיתונות מתעמתת.

**על דמוקרטיה מתוקשרת ונגעיה / דן כספי**

המאמר מתמקד במגמות של השפעת אמצעי התקשורת בישראל והנוכחות הגוברת שלהם על המוסד הפוליטי והמשטר הדמוקרטי. כספי ביקורתי כלפי ההשלכות שיש למגמות הללו על מוסדות חברתיים אחרים ועל המשטר הדמוקרטי בישראל.

כספי מונה מספר רב של תופעות/השפעות שיש לאמצעי התקשורת על המוסד הפוליטי והמשטר הדמוקרטי בישראל, ביניהן:

1. זירוז תהליכים – סיקור תהליכים, לעיתים בשידור ישיר, חושף תהליכים פוליטיים ומזרז תגובות. לעיתים תוך לחץ מצד התקשורת ותוך רצון לרצות את הציבור ולא בהכרח בהתאם לאינטרס שלו.

2. דרמטיזציה ודה רציונליזציה – העדפת הדרמה מצד התקשורת (בעיקר משיקולי רייטינג) מביאה לניסוחים בוטים ודרמטיים מצד פוליטיקאים, שליפות מהמותן והחלטות אמוציונאליות ולא שקולות ורציונאלית.

3. סנכרון בין הקצב הפוליטי לקצב התקשורתי – מצב בו עיתונאים ופוליטיקאים מתאמים מועדים לאירועים (הפגנות, מסיבות עיתונאים).

4. ספינים במקום מדיניות – השפעה על התודעה הפוליטית על ידי ספינים במקום קבלת החלטות ועשייה משמעותית.

5. קץ האחריות החברתית – במקום שהציבור יעריך פוליטיקאים על סמך מעשיהם וביצועיהם הוא עושה זאת על סמך דיווחי תקשורת, ספינים ותדמיות ולא על בסיס מי עובדתי.

6. דה-מיסטיפיקציה – הנראות התקשורתית של הפוליטיקאים שכוללת דילים, מליאה ריקה, ריכולים ממזנון הכנסת וכו׳ מביאה ליחס מזלזל ולניכור כלפי הפוליטיקאים. מה שפעם היה סמוי (מו״מ פוליטי) ונחשף ומוצג כמהלך ציני או קומבינה גורם לתהליך הפוליטי כולו להיתפס כשלילי.

בחלק האחרון של המאמר מציג כספי שלוש המלצות לשיפור המצב ולמזעור ההשלכות השליליות שצוינו ביחס לאה״ת, לפוליטיקאים ולציבור. המלצות אלו משקפות את המעבר הרצוי לדעתו, מיריבים לשותפים:

1. חיזוק השידור הציבורי שלא יהיה כפוף לשיקולי רייטינג ויהיה משקל נגד לכוחות השוק.

2. חיזוק המודעות של הפוליטיקאים לסביבה התקשורתית ולהתנהלות בה (כספי מכנה זאת ״אוריינות תקשורת״).

3. טיפוח האוריינות התקשורתית והפוליטית בקרב הציבור: פיתוח חשיבה ביקורתית והנחלת צריכה נכונה של מסרים פוליטיים על ידי הכרות עם התהליך התקשורתי וההבדל בין סוגי מידע שונים המופצים באמצעי התקשורת.

**החלום ושברו: היסטוריה חברתית של השידורים בישראל / תמר ליבס**

נקודת המוצא של ליבס מתחיל כביקורת כלפי הטיעון של חוקר התקשורת ומדע המדינה דניאל האלין, שלפיו אינטגרציה לאומית וביטוייה בתקשורת באה על חשבון דמוקרטיה השתתפותית שבה יש נגישות רבה לתקשורת מצד קבוצות רבות באוכלוסייה. האלין מתייחס בעיקר למדינות עולם שלישי ולתפקיד התקשורת בהן בהקשר של התגייסות ל״בניין האומה״ וליצירת אינטגרציה חברתית ככזה שפוגע ביכולת של קבוצות מוחלשות יותר להשמיע את קולן ולהיכנס למרחב הציבורי.

לעומת זאת, ליבס טוענת כי ניתוח של תפקוד התקשורת בחברה צריך לקחת בחשבון את ההקשר ההיסטורי הייחודי של כל חברה (היא מתמקדת בהקשר הישראלי ולכל מדינה יש את ההקשר שלה). השתתפות פוליטית במובן הצר של המילה (פלורליזם), אינה אינטרס ליון במיוחד כשיש קבוצות מעוניינות להשמיע מבלי לשמוע ומבלי להתחייב לקולקטיב.

בנוסף, היא טוענת שלתקשורת יש תפקוד חשוב בדמוקרטיה: להבטיח השתתפות פוליטית דרך אינטגרציה לאומית, ליצור כור היתוך, על ידי הגדרה והפצה של קנון תרבותי משותף (ערכים, סמלים, נרטיבים שמייצרים אינטגרציה לאומית).

מהביקורת של ליבס על האלין נובע כי הגישה לדמוקרטיה היא גישה אליטרית. כלומר, גישה זו מדגישה את החשיבות של תהליכים דמוקרטיים במסגרת של שליטה ויציבות ולא מדגישה השתתפות פוליטית כאלמנט המרכזי במשטר דמוקרטי.

על רקע זה היא בודקת את תרומתה של התקשורת בישראל לאינטגרציה הלאומית. לצורך זה היא מבחינה בשלוש תקופות מעצבות בתולדות השידור הישראלי.

לשיטתה, ככל שהתרומה לאינטגרציה הלאומית תגדל, נוכל לאפיין את התקשורת כשותפה לדמוקרטיה (וככל שתקטן נוכל לאפיינה כיריבת הדמוקרטיה).

**1. שנות ה- 50-60: הרדיו הממלכתי במרכז הבמה של התקשורת הציבורית**

* הרדיו הציע מגוון קולות (שפות שונות, מוסיקה אתנית) לתרבות שנוצרה (הותוותה) בישראל.
* מקבלי ההחלטות נקטו עמדה פטרנליסטית ברורה – מחויבות לתרבות קנונית משותפת ולהקשר לאומי-קולקטיבי.
* יצירת אומה עם כיוון מערבי ברור.
* שמירת המורל במלחמות.

**2. שנות ה- 70-80: הטלוויזיה הממלכתית בפיקוח ציבורי היא הבמה המרכזית (מדורת השבט) בתקשורת הציבורית**

* יצירת לכידות העם דרך הבניית סדר יום משותף. כולל אירועי מדיה שסיפקו תחושת שותפות לרגעים היסטוריים של האומה.
* מיעוט בתוכן בידורי. זה שנכלל אפשר לרוב הצופים להתכנס סביבו.
* יצירת תחושת קולקטיביות, אבל לא קונפורמיות פוליטית.

**3. שנות ה- 90-ימינו: עידן ריבוי הערוצים המסחריים**

* ריבוי ערוצים
* ערוצים מכוונים אוכלוסייה (ערוצי ושידורי נישה)
* בידול בין קבוצות תרבותיות בחברה
* ירידה באחדות הלאומית

המדיה כיוצרת פירוד ואינדיבידואליזם

בעידן ריבוי הערוצים הטלוויזיוניים הפוליטיקאים ״נוכחים״ יותר בבתי הצופים ונוצרת מגמת פרסונליזציה ביחס לאופן הצגתם (במקום אידיאולוגיה).

דיס-אינטגרציה – מתן אפשרות למנהיגים שתומכים בבידול חברתי להופיע במדיה ולגייס תמיכה.

ליבס מבקרת את המצב הנוכחי שבו נוצר מצב חדש, אותו היא מכנה ״אבדן השליטה של המערכת השלטונית והפוליטית על התקשורת״. לטענתה, למרות הביקורת במשך השנים נגד השידור הממלכתי-ציבורי, דווקא אבדן השליטה הנוכחי הרסני לדמוקרטיה הישראלית ובעל השלכות מזיקות לחברה הישראלית ולערכיה הדמוקרטיים.

השלכות שליליות מעידן ריבוי הערוצים:

* השמעת קשת צרה של דעות (בגלל הנטייה לתכנים שוליים, בידור ולא פוליטיקה, ובגלל לפנייה למכנה המשותף הרחב ביותר).
* מניעת נגישות של קבוצות שונות באוכלוסייה לאמצעי התקשורת.
* הגדלת הנגישות והאפשרויות להשמעת קולות לא דמוקרטיים.

הפתרון הוא חיזוק מחודש של השידור הציבורי, שאינו תלוי בשיקולים כלכליים ובשיקולי רייטינג.

**לתווך את הדמוקרטיה / פיטר דלגרן**

מאמרו של דלגרן עוסק במצבה של הדמוקרטיה בשנות ה-90 (לאחר נפילת הגוש הקומוניסטי) תוך דגש על הציפיות ממנה, מקומו של המרחב הציבורי בתוכה ותפקידי התקשורת כחלק מהמרחב הציבורי.

לטענתו המשטר הדמוקרטי בעידן זה נמצא במצב של חוסר יציבות וסכנה. בין הגורמים לכך: תקופות של שפל כלכלי, הירידה במעמדה של מדינת הלאום וקושי לפקח על תאגידים פרטיים שהולכים וצוברים עוצמה.

השלכה מרכזית מכך הינה התרחקות של אזרחים רבים מהזירה הפוליטית והשארתה בידי ״המעמד הפוליטי״ (פוליטיקאים, לוביסטים ועיתונאים) שהאמון הציבורי בהם הוא נמוך. כך למעשה נוצרה חלוקה בין המעמד הפוליטי הנגיש לעשייה הפוליטית ויכול לקדם את האינטרסים שלו לבין רוב האזרחים שחשים שאינם יכולים להרוויח דבר מהשתתפות במשחק הפוליטי.

התיאוריה והשיח הדמוקרטי מגיבים לתהליך בשני האופנים:

1. נקודת מבט פונקציונלית שמרנית, איליטרית, המכונה ״אידיאולוגי עד אימה״.

2. חיפוש אחר מודל אידיאלי של השתתפות פוליטית המכונה ״אוטופי באופן בוטה״.

אידיאולוגי עד אימה – מאפיין זרמים פונקציונליים שמרנים במדע המדינה, ואליטריים של דמוקרטיה. לפי גישה זו, הדמוקרטיה מלכתחילה אינה נתפסת כשיטה המבטאת את רצון העם, אלא כשיטה שמציעה לצרכנים בחירה, מנגנונים של הגעה להסכמה או של טיפול בחוסר הסכמה (כחלק מדיאלוג) ונאמנות לערכים דמוקרטיים. זו למעשה דמוקרטיה תהליכית ששמה במרכז מערכת כללים ומחויבות לציית להם. גם כאשר מתחלפות האליטות השליטות.

העובדה ששיטה זו מובילה לירידה ברמות ההשתתפות האזרחית מוצגת כמאפיין של הצלחתה, במובן שהיא מגבירה את יציבות השיטה. זהו תהליך שבו נוצר זיהוי בין המושג דמוקרטיה לבין המערכות הפוליטיות הנוכחיות השולטות בחברות ליברליות קפיטליסטיות.

אוטופי באופן בוטה – גישה זו היא דמוקרטית רדיקלית-רומנטית, המנוסחת במונחים של דיאליזם ואוטופיה. מעין השקפה רומנטית על הדמוקרטיה שלדעת דלגרן היא בגדר משאלת לב לא רצינית ולא מעשית בחברה המודרנית שמחייבת מנגנוני ייצוג.

|  |  |
| --- | --- |
| **רעיון אוטופי** | **ביקורת** |
| דמוקרטיה השתתפותית | אינה ישימה. גם לא במעגלים מצומצמים של דמוקרטיה ובהחלטות ממשלה. |
| קידום קבוצות שונות (חלשות) לשם מימוש ביטוי עצמאי דמוקרטי | המקדמים קבוצות אלו מגדירים הצלחה רק כאשר יש תהליך של התקרבות לדעות שלהם ולא ההפך. |
| ביטול המחלוקות הפוליטיות | הלכה למעשה תמיד יהיו מחלוקות. צריך לשאוף לכינוי הידברות למרות המחלוקות |
| חופש הביטוי | החופש להביע כל דעה, אינו בהכרח דמוקרטי. |

שידור ציבורי וטיפוח מרחב ציבורי הולם הוא הפתרון לסכנות העכשוויות לחוסר היציבות הדמוקרטית.

*שער שני: מרחב ציבורי*

**מרחב ציבורי לפי יורגן הברמאס (1989,1962)**

מרחב ציבורי הוא תחום או מקום (לאו דווקא פיזי) בחיים החברתיים, שבו מתנהל דיון באופן רציונאלי, שיטתי ושוויוני. דעת הקהל שמתגבשת במרחב הציבורי, אמורה לייצג את הרצון הכללי ולא אינטרס פרטי. המרחב הציבורי הוא מקום פומבי וצריך להיות נגיש לכלל הציבור באופן שוויוני, ללא קשר למעמד.

ההשתתפות במרחב הציבורי, יוצרת הסכמות מחד ועמדה ביקורתית כלפי הממסד מאידך. התנאי להצלחת הדיון הוא אי תלות בממשל.

המרחב הציבורי הוא חיוני לקיומה של דמוקרטיה, ומאפשר לאזרחים כפרטים להתאגד, להביע את דעותיהם ולממש את זכויותיהם.

התנאים האידיאלים לקיומו של דיון ציבורי:

* נגישות – גישה חופשית לכל האזרחים ללא הבדלי מעמד, מגדר, דת מוצא וכדומה.
* השתתפות חופשית וולונטרית, ללא כפייה.
* ההשתתפות לא לבעלי תפקידים מוסדיים. כלומר, אזרחים פרטיים.
* אי-תלות במשטר.
* חופש דיון, הבעת דעה וביקורת. אופי הדיון הוא רציונלי ומלווה בהקשבה הדדית, שכנוע ללא כפייה וללא כוחנות.

מרחב ציבורי הוא מודל נורמטיבי המגדיר את התנאים האידיאלים לדיון ציבורי בדמוקרטיה. משמש נקודת התייחסות להערכת איכות תפקודה של התקשורת בחברה דמוקרטית.

הברמאס נותן מקום לדיון בתקשורת כמרחב ציבורי. הוא מעלה את השאלה עד כמה התקשורת, לאורך ההיסטוריה, יכולה לשמש כמרחב ציבורי.

* בעבר, מרחב ציבורי התקיים בכיכר השוק, דרך בתי קפה שבהם קראו עיתונים וגיבשו דעה ועד לאמצעי התקשורת.
* עד המחצית השנייה של המאה ה-18 העיתונות הייתה פוליטית, מפלגתית, מאפשרת דיון ציבורי דרך העברת מידע, עריכה ופרשנות. ועדיין היא לא מוצר צריכה. ככזו, העיתונות שימה ככלי מנחה לדעת קהל.
* במהלך המאה ה-19 העיתונות החלה לפעול לפי שיקולי רווח, הפכה למסחרית ולמוצר צריכה.
* התהליך הביא לייצוג גובר של אינטרסים פרטיים במרחב הציבורי (פיאודליזציה מחודשת).

מרחב ציבורי במאה ה-20

במאה ה-20 המרחב הציבורי נפגע, מצטמצם או השתנה מסיבות שונות:

1. מדינת הרווחה – התערבות המדינה בתחום הפרט. יצירת תלות בין מרחב פרטי למרחב מדיני. משנה את הגדרת המרחב הציבורי והתנאי לקיומו הוא העדר תלות הפרט במדינה.

2. קפיטליזם – תרבות צריכה קפיטליסטית. האזרחים הופכים לצרכנים בכל תחומי החיים. בכלל זה צרכני המידע. צורכים מידע באופן שטחי ולא ביקורתי, מצב היוצר חברה רדודה וא-פוליטית. כך נפגעת גם הנכונות להשתכנע מצד הקהל.

3. קבוצות אינטרס ממוסדות – פגיעה בעיקרון ההשתתפות השוויונית של הפרטים כסובייקטים במרחה הציבורי. קבוצות אינטרס ממוסדות פוליטיות ו/או כלכליות, יחצ״נים ודוברים תופסות את המקום של הדמוקרטיה ההשתתפותית.

**מרחב ציבורי משותף – מול – מרחבי שיח**

הקשיים והכשלים של מרחב ציבורי משותף אחד לתת מענה לקבוצות מוחלשות בחברה. הפתרון: יצירת מרחבי שיח נפרדים לקבוצות מוחלשות בחברה. מה שיהפוך את הדיון הציבורי כרשת מרחבים שביניהם יחסי גומלין.

חשיבה מחודשת על המרחב הציבורי: תרומה לביקורת הדמוקרטיה הקיימת בפועל / ננסי פרייזר

המאמר מציג את הבעייתיות בשיח/מרחב ציבורי משותף ומציג פתרון לכך. נקודת המוצא תואמת את זו של הברמאס: מרחב ציבורי חיוני לדמוקרטיה. דרכו ניתן להבין את יחסי המדינה והכלכלה ודעת הקהל. לכן חייבת להיות הפרדה וחוסר תלות בין המדינה, הכלכלה לדעת הקהל. אחרת תיווצר רודנות שבה המדינה תשלוט על הכלכלה והאזרחים.

הביקורת של פרייזר על מרכיבי המרחב הציבורי של הברמאס:

* המודל הוא אוטופי ואינו מעשי לימינו.
* הנגישות השוויונית לא יכולה להתקיים, מכיוון שהמרחב הציבורי מבוסס על הדרות מגדריות ומעמדיות (למשל, הסגנון הנדרש במרחב הציבורי הינו גברי ומבוסס על רציונליות, יעילות).
* ההתמקדות במודל האידיאלי הברמאס השכיחה את קיומם של מרחבים ציבוריים חלופיים (נשים, פועלים ועוד).
* איסור פורמאלי על הדרך אינו יעיל בגלל הטיות של שפה, מגדר, חשיבה, קבוצתיות ועוד.

פרייזר מציעה: ממרחב ציבורי למרחבים ציבוריים לציבורי נגד

* בחברות מרובדות (כאלה שבתוכן יש קבוצות חברתיות לא שוויוניות) מוטב לזנוח את הרעיון של מרחב ציבורי יחיד וכולל לטובת מרחבים ציבוריים נפרדים שבהם יוכלו קבוצות מוכפפות לבטא את הצרכים, היעדים והאסטרטגיות שלהן, ללא פיקוח מצד הקבוצות השליטות.
* בטווח הארוך, מרחבים של ציבורי נגד יפחיתו בדלנות בגלל הרצון לציבוריות ופומביות שתיווצר דרך אינטראקציה בין מרחבים ציבוריים שונים והפצת השיח למרחבים ציבוריים נוספים, מה שיווה תרומה לדמוקרטיה.
* ריבוי זירות ציבוריות יאפשר חברה רוב תרבותיות שוויונית יותר (לפחות מבחינת השתתפות). בתוכן ניתן יהיה להתאמן בכדי להגיע למרחב הציבורי.
* לצד המרחבים הציבוריים יהיה גם מרחב ציבורי שבו ניתן יהיה לחצות קווים של שוני תרבותי לטובת דיון בסוגיות ומדיניות שנוגעים לכולם.

הברמאס טוען שבמרחב הציבורי יועלו לדיון רק נושאים ציבוריים. פרייזר בעצמה טוענת כי ההגדרות של ״ציבורי״ ו״פרטי״ מאפשרות להדיר מהשיח ומהמרחב הציבורי כל מה שנחשב אישי, אינטימי ופרטי: חיי משפחה ובית, חיי מין וכדומה. לדעתה אין נושאים שניתן להגדירם מראש כראויים או לא לדיון ציבורי. הכל נתן למשא ומתן.

בנוסף, המאמר מתייחס לשאלה האם נחוצה הפרדה בין המרחב הציבורי והחברה האזרחית לבין המדינה. הברמאס, משיב בחיוב וביחס של אי תלות ביניהם. פרייזר, לעומת זאת, אומרת שרצוי לקיים הסדרים שיאפשרו קשר בין ציבורים מוחלשים שהם בעלי דעה בלבד, לבין ציבורים חזקים שהם גם בעלי דעה וגם מקבלי החלטות המשפיעים על הכלל.

הסדרים כאלה ישפרו הדמוקרטיה מכיוון שהם יחייבו את הציבורים החזקים לתת דין וחשבון לציבורים שלהם. כך תשתפר חלוקת העבודה ביניהם. לכן על המדינה להבטיח הסדרים כאלו שתאפשר לציבורים שונים להתחזק.

**הדגמה ״תנועת ארבע אמהות״ / דפנה למיש וענבל ברזל**

החוקרות מציגות מקרה מבחן לטיעון שלפיו יש קושי למרחב ציבורי משותף אחד לתת מענה לקבוצות מוחלשות בחברה דרך ההתמקדות ב״ארבע אמהות״. תנועה שהוקמה ב-1997 (בעקבות אסון המסוקים) על ידי ארבע נשים ושקראה לנסיעה מידית של צה״ל מלבנון.

החוקרות בדקו את השיח התקשורתי כמרחב ציבורי ואת הדרך שבה התקשורת הציגה את התנועה כדי להבין עד כמה התקשורת, כמרחב ציבורי, היא מוגבלת במתן ייצוג אמיתי וראוי לקבוצות חברתיות שאינן דומיננטיות ואף מוחלשות.

**ממצאים:** הסיקור הדגיש תמיד את האימהות כמאפיין המרכזי של נשות התנועה. בכך הסיקור תאם את אחד הדימויים המקובלים בעולם ובישראל ביחס לנשיות. הנשים הוצגו כחסרות קריירה מלבד הפעילות הפוליטית שלהן.

בנוסף, ייצוגן כאימהות חיזק את טענת המתנגדים להן שלפיה פעילותן חורגת מתפקידיהן המקובלים מבחינה חברתית ושהן לוקות בחוסר הבנת העניין שהן פועלות נגדו.

**מסקנות:**

* המרחב הציבורי התקשה לקבל לתוכו נשים ביקורתיות כלפי השיח הביטחוני המקובל. מה שמלמד כי המרחב הציבורי מוטה מבחינה מגדרית.
* ההכלה של אותן נשים במרחב הציבורי התאפשרה דווקא בגלל התיוג שלהן כאימהות. כלומר, דימוי מסורתי-קלאסי של נשיות.
* הסיקור התקשורתי היה חסר רציונאליות, ביקורתיות ושוויוניות.
* התנועה זכתה לבולטות ציבורית עקב זה שאימצה את הדימוי התקשורתי שהדגיש את הקול האימהי. המסקנה מכך היא שמרחב הציבורי ישנם תפקידים שהם קבועים למשתתפים. ציבורי נגד (למשל נשים) יכולים לפעול ולזכות בנראות רק אם יאמצו את כללי המשחק ויצייתו להם.
* למרות זאת, לתנועה היה תפקיד חשוב בעיצוב דעת הקהל סביב הנסיעה מלבנון.

**השידור הציבורי והחיים הציבוריים המודרניים / פאדי סקנאל**

סקנאל בודק את האפשרות שבה השידור הציבורי משמש כסוג של מרחב ציבורי. לטענתו ניתן להבחין במספר מאפיינים חשובים של המרחב הציבורי שנכללים בשידור הציבורי:

1. נגישות של קהל גדול ללוח משדרים משותף – הטלוויזיה הציבורית מאפשרת לקהלים רחבים, מכל המעמדות, ״נגישות״ לתכנים ובפרט לאירועים כגון טקסים לאומיים שהנגישות אליהם בפועל אינה שוויונית.

2. השמעת קול – למרות שהשידור הציבורי לא אפשר ביטוי לכל הדעות, ניתן היה גם למי שאינו חלק מהאליטות, להשמיע קול בעניינים חברתיים (למשל בתוכניות תעודה) ולהעלות נושאים לסדר היום.

3. השידור הציבורי לא כופה את עצמו על הקהל – אין למוענים שליטה על אופן ההתקבלות של התכנים. למעשה, טון השידור יוצר תחושת אינטימיות ושוויונית בין מוענים לנמנעים.

4. הצפייה בשידור הציבורי אינה פאסיבית, בניגוד לאירועי תרבות גבוהה שבהם ההשתפות האקטיבית היא מינימלית ומוגבלת בעיקר לצפייה שקטה מבלי לדבר. הטלוויזיה והרדיו מזמנים אפשרות לנעמנים לשוחח ביניהם במהלך קליטת המסרים מתוך תחושת שוויון.

5. תפקיד העיתונאים – משמשים פה לקהל. במובן הזה שהרבה פעמים אלה דורשים הסבר מנציגי השלטון בנוגע לקבלת החלטות. העיתונאים מספקים לקהל תכנים שמהווים חומר גלם לדיון ולגיבוש דעה מצד הקהל, בזמן או לאחר הצפייה.

**מיעוטים ורב תרבותיות בדמוקרטיה ליברלית / אדוני, כספי וכהן**

המאמר עוסק בשוק התקשורת בישראל בכלל, ובעיתונות הרוסית בפרט, כמקרה בוחן לניצול תחושת הבידול והעצמת המוחלשות לכאורה. שידור ציבורי כפתרון.

הגירה הוא תהליך מורכב. ההשתלבות הזו בחברה חדשה תלויה במרכיבים שמאפיינים אותה (השכלה, תרבות) לעומת החברה הקולטת ומידת המוטיבציה לקלוט (שוויון זכויות, נגישות להשכלה).

בחלק התיאורטי של המאמרים, זהות מיעוטים ומהגרים יכולה להיות מוסברת דרך 3 מושגים:

* רב תרבותיות דקה – שימור הזהות כקהילה, האינטרסים שלה מקודמים תוך קבלת ערכי הרוב והמסגרת הפוליטית של המדינה.
* רב תרבותיות עבה – אי הסכמה למערכת הערכים המרכזית.
* זהות היברידית – זהות המכילה בתוכה קשר לשתי הזהויות, שתי לשונות, קשרים חברתיים ותרבותיים עם שתי קבוצות תרבותיות.

לתקשורת יש תפקיד חשוב ומשמעותי בגיבוש זהות תרבותית של מיעוטים ומהגרים. קודם כל, היא מספקת להם מקור מידע (פוליטי, חברתי ותרבותי) בנוגע לחברה הקולטת.

ממצאים:

העיתונות הרוסית בישראל יכולה להיחשב כמרחב שיח לקבוצה מוחלשת ומבוססת על יזמות עסקית, כך שהיא מכוונת רווח כלכלי או פוליטי. כתוצאה ממניעים אלו, המוענים מבקשים לחדד את תחושת הבידול של העולים ולהאט את השתלבותה.

המרחב הציבורי המשותף הוחלף ברשתות חברתיות שיוצרות קהילות סמליות שמנוכרות ומבודלות מהקולקטיב. אמצעי התקשורת המבודלים עוסקים בעיקר בנושאים שנוגעים לקהילה מבלי לשתף ולהאזין אחרים. ערוצי שידור ציבורי יכולים למלא את התפקיד של מרחב ציבורי משותף.

**שידור ציבורי כמרחב ציבורי / דלגראן**

המרחב הציבורי מעוצב על ידי חקיקה, רישוי ופיקוח ואלה משפיעים על גבולותיו ועל הנגישות אליו. השידור הציבורי בהקשר זה אינו פטרנליסטי (כפי שמואשם לעיתים), אלא מאופיין במגוון תכנים גדול יותר מהשידור המסחרי, ומטפח זהות לאומית.

מודל המרחב הציבורי גם רלוונטי לשאלות של ייצוג בתקשורת וזה מעלה שאלות לגבי אובייקטיביות, לגבי הערך הדמוקרטי של דיונים ציבוריים בתכניות אירוח ומידת מימושה הרציונאלית בטלוויזיה.

בסוף המאמר, הוא מעלה את השאלה האם בעידן גלובלי של ריבוי זהויות יש צורך במרחב ציבורי משותף, ואם המשתתפים בו צריכים להשאיר בחוץ שאלות של מגדר, מעמד ומוצא. אם לא, אולי יש צורך במרחבי שיח לכל קבוצה. אבל בגלל שהחלטות פוליטיות משפיעות לעיתים על קהל רחב, צריך מרחב ציבורי משותף.

**דיון בענייני ציבור מול מרחב ציבורי תרבותי**

נקודת המוצא היא הביקורת על עיקרון הדיון הרציונלי בענייני הציבור שמאפיין את ההגדרה של הברמאס. הטענה היא שדיון ציבורי מהותי אינו רציונלי בלבד ולאו דווקא מתקיים בזירות ייחודיות. מרחב ציבורי תרבותי המתקיים בתקשורת ההמונים, כגון טלווזייה, מאפשר דיון פוליטי.

מקגוויגן / המרחב הציבורי התרבותי

החוקר מתבסס על ההבחנה של הברמאס בין מרחב ציבורי פוליטי (רציונלי, ביקורתי, נגיש, שוויוני, עוסק בנושאים ציבוריים) לבין מרחב ציבורי ספרותי. בהמשך לכך, הוא טוען כי הכרת התרבות והחברה בתקופה מסוימת, כדאי לנו מאוד להכיר את הספרות שאפיינה את אותה תקופה.

בהמשך המאמר, הוא מציג 3 גישות תיאורתית בנוגע למרחב ציבורי תרבותי:

1. פופוליזם לא ביקורתי – רואה במרחב הציבורי התרבותי מרחב דמוקרטי שבו הצרכן הוא אקטיבי, ריבון ובוחר מה לצרוך. המוענים, כעסק, נענים לצרכים של הקהל ותוצרי התקשורת שהם מפיקים מכילים שאלות של זהות, דילמות שהשיח סביבן מבסס כוח דמוקרטי.

2. חתרנות רדיקלית – מתוך התנגדות לקפיטליזם וגלובליזציה וכסוג של תרבות נגד, גישה זו מדגישה את הצורך בחתרנות והתנגדות בתוצרי התקשורת לסדר הקיים כחלק משיבוש תרבות ולוחמת גרילה.

3. התערבות ביקורתית – שילוב הנ״ל. כלומר הערכת הקיים ועידוד תכנים ביקורתיים שיעלו מודעות לסוגיות כגון עוני וקיפוח.

**מרחב ציבורי תרבותי בהקשר הישראלי**

כיכר השוק הומה? על הגיוון בטלוויזיה המסחרית בטלוויזיה הישראלית / פירסט ואברהם

נקודת המוצא שלהם היא כזו: אם התקשורת, מהווה סוג של מרחב ציבורי, אנחנו כחוקרים, כאזרחים, צריכים לצפות שהגישה והייצוג שיינתן לקבוצות שונות יהיה ייצוג שווה. כך שכל אחד מאיתנו יוכל למצוא את עצמו, או את הדומים לו, באותה כיכר שוק אלקטרונית.

בעידן המודרני יש חשיבות ההולכת וגוברת לייצוג קבוצות חברתיות מוחלשות במדיה ובטלוויזיה, מאחר והיא מהווה את כיכר השוק המודרני.

במסגרת שאלת המחקר, הם בדקו כיצד מוצגים ״השבטים״ בישראל בטלוויזיה המסחרית, שאמנם מופעלת בידי זכיינים אך נחשבת כמשאב של כלל הציבור. בדיקת הייצוג של קבוצה חברתית מבוססת על 3 מדדים: מופיעה/מוכחדת, כיצד מוצגת (הקשר, כסובייקט בעל זהות, התנהגות), יחסים עם הרוב.

ממצאים:

* בחדשות ואקטואליה (מגישים, פרשנים ומסוקרים) יש רוב לגברים, יהודים, חילוניים ואשכנזים. לעומת זאת, ישנה הכחדה סמלית של ערבים, חרדים ועולים חדשים. אלה הופיעו בדרך כלל בתפקיד ״האיש מהרחוב״.
* דומיננטיות גברית בנושאים המרכזיים שמרכיבים את המרחב הציבורי. נשים בולטות בנושאי איכות חיים, עוני, סיפורים אנושיים, מצוקה.
* בשעשועונים יש רוב ליהודים, חילוניים, ילידי הארץ.
* בדרמות ואופרות סבון מזרחיים ונשים מוצגים באופן סטריאוטיפי (פריפריה, דלות, פשע, מרצה חיצוני, רצון לזוגיות).

מסקנות והצעות לשיפור:

* המרחב הציבורי התרבותי – כיכר השוק האלקטרונית מאופיינת בייצוג חלקי של קבוצות מיעוט מוחלשות (ערבים, עולים) ולכן אינו פלורליסטי.
* מתבקש שינוי עמוק, יסודי ומורכב בשדה הטלוויזיוני בנוגע לייצוג ראוי יותר.
* כוחות השוק והזכיינים אינם מספיקים. נדרשת התערבות רגולטורית ותמרוץ הזכיינים לשפר את ייצוג המיעוטים, לשפר ולהעשיר את דימוייהן בעיני החברה.

צפייה בטלוויזיה ומעורבות פוליטית / ואן-זונן

החוקרת ממשיכה את הדיון במרחב ציבורי תרבותי ומעבירה את הדגש להיבט של התקבלות מסרי תקשורת והקבלתה למעורבות פוליטית. התפיסה המקובלת ביחס לקשר בין צפייה למעורבות פוליטית נעה בין פוסטמן (״בידור עד מוות״) שטוען שהידע הטלוויזיוני אינו תורם לאזרח ולשיח הפוליטי הרציונלי ויוצר אזרח פסיבי, לבין דניאל דיין ואליהוא כ״ץ, שרואים גילויים של אקטיביות בז׳אנרים כמו אירועי מדיה וקהילות מעריצים.

ואן-זונן מחלקת את הקהל לשלושה סוגים:

* מעריצים של תוכנית/כוכבים דומים למצביעי מפלגה ולתומכים בפוליטיקאי.
* חברי תת תרבות – מעריצים שלצד צריכת מדיה מקיימים פעילות משותפת כגון מפגשים דומים לחברי מפלגה.
* קנאים – בעיקר פעילות משותפת ופחות מדיה. כמו נציגי המפלגה בגופים ממשלתיים.

טענה מרכזית: קהילת מעריצים דומה לקהל פוליטי בשלושה סוגי פעילות: איסוף מידע – דיון – ואקטיביזם. לכן ניתן לומר כי קהילות מעריצים מאפשרות ליצור הקבלה לשיח פוליטי שמכיל בתוכו רציונליות. למשל, מחקרי קהילות של אופרות סבון הראו שהן פעילות, מקשרות לחייהן, ביקורתיות ומציעות פתרונות, תוך גישה שוויונית ואוהדת.

הערצה ומעורבות פוליטית קשורות שתיהן למעורבות רגשית. זו מכילה בתוכה תכונות כמו נאמנות והערצה, ולכן ניתן להחשיבה כחשובה לא פחות מעיבוד מידע, הערכה קוגניטיבית ומודעות לחלופות. לסיכום, ההתארגנות של קהילות מעריצים סביב תכנים פופולאריים הינה מעשה פוליטי (למרות שהן לא עוסקות בנושאים ציבוריים) בגלל הדמיון באופי הפעילות בשני התחומים.

**המדיום המתאים למרחב ציבורי**

מהו המדיום (הבמה/הזירה) המתאים למרחב ציבורי? לפי הברמאס, פנים מול פנים נוסח ה״אגורא״ / כיכר העיר או בתי קפה. תקשורת המונים והעידן הדיגיטלי מעוררים את השאלה האמנם? לתקשורת המונים יש פוטנציאל לכך, אך אינה מתפקדת כמרחב ציבורי אידיאלי.

חוקרים שונים טוענים כי הפתרון הוא תקשורת המונים ותרבות פופולרית מתווכחת. זירות אלה לא רק שאינן פוגעות בדיון הציבורי אלא מקדמות אותו.

הנראות החדשה / ג׳ון תומפסון, 2011

החוקר טוען כי הטלוויזיה מאפשרת לקהל סוג של פיקוח משופר על הפוליטיקאים ונראותם. נקודת המוצא שלו: אופן התקשורת משפיעים על אופי האינטראקציה החברתית בין בני האדם ובין מנהיגים לציבור.

תקשורת בינאישית מאפיינת בנוכחות מידית של זמן ומקום משותפים, דיאלוג, שפת גוף. הנראות תלויה בזמן ובמקום של מוען ונמען. ככל שהתקשורת מתפתחת, הנראות והאילוצים של זמן ומקום הולכים ומשתחררים. אין חובת נוכחות ובאופן כזה נוצרו צורות חדשות של נראות שאינן מוגבלות לכאן ועכשיו.

בהקשר הפוליטי – בעבר הנראות של השליטים הייתה נדירה לציבור הרחב, כך שהתקשורת האלקטרוני (בעיקר טלוויזיה) יצרה נראות בהיקף רחב, ללא עיכוב. זה השפיע על אופן ההופעה של מנהיגים במרחב הציבורי מכיוון שכעת נוסף לה ממד ייצוג עצמי ואינטימיות חדשה שכללה מחוות, טון, שפת גוף וכו׳. הפוליטיקאים, מציגים את עצמם לא רק כמנהיגים, אלא גם כבני אדם בעלי חיים פרטיים ובעיקר כראויים לאמון. וכאמור, אפשרות הפיקוח עליהם גדלה.

הנראות המתווכחת הזו הינה מצד אחד מתנה למיומנים בתקשורת כזו ומצד שני סיכון בגלל האפשרות לתקוף אותם בזירות התנהגות שהיו נסתרות קודם לכן (שערוריות מין תמיד היו, בעידן הנראות המתווכת הן מסוקרות הרבה יותר). השדה הפוליטי הופך להיות רווי בתקשורת מתווכחת שהופכת מנהיגים לפחות סודיים מפעם, פגיעים ונתונים לבחינה קפדנית של התנהגות והתבטאויות.

הנראות המתווכת יצרה פוליטיקה של אמון. כלומר, הגבירה את הסיכוי שהקהל יעניק יותר חשיבות לאופי, להגינות וליושרה האישית של הפוליטיקאים.

סביבת המידע כיום מאפיינת בזרימת מידע מהירה ופחות נשלטת. המרחב הציבורי נהיה רווי במידע, ומתמלא בתמונות ותוכן סמלי שמושפע מהטכנולוגיה ומאינטרסים. הנראות במרחב הזה יוצרת נוכחות ומיקוד תשומת הלב הציבורית בנושאים שונים ובעיקר, אמצעי לבטא מאבקים פוליטיים.

**מרחב ציבורי ומדיה חדשים**

הדיון בנושא זה יתבסס על שני מאמרים של זיזי פאפאצ׳יריבסקי. הראשון, האזרח הוא המסר: צורות אלטרנטיביות של מחויבות אזרחית (2009), מבקר את מודל המרחב הציבורי של הברמאס ומציע את האינטרנט בו האזרח יכול להיות מעורב מבחינה פוליטית.

השני, ציבור רגש: סנטימנט, טכנולוגיה ופוליטיקה (2005) מדגים את השימוש בטוויטר כמעורבות במרחב הציבורי וכמשפיע על הדיון הציבורי.

נקודת המוצא בדיון היא כפולה:

א. קיימת ירידה השתתפות הפוליטית מצד האזרחים. יש לכך מספר סיבות: הציניות התקשורתית ההולכת וגוברת כלפי פוליטיקאים, אדישות עקב צפייה מרובה, כמויות אדירות של מידע שהאזרח לא מסוגל לעבד.

ב. הביקורת על רעיון המרחב הציבורי כמיושן, בעל מטרות לא ברורות, המודל האידיאלי לא ישים, הנגישות אליו מוגבלת למעטים, השפעתו על קובעי המדיניות אינה ברורה, ביטויה של דעת קהל מוצגת בדרך כלל בסקרים. ביקורת נוספת היא היצמדות לטיעון של הברמאס על מעורבות פוליטית כחייבת להתרחש בהקשר הציבורי מחמיצה את רוח התקופה העכשווית שנוטה לאינדיבידואליזם, גם מבחינת זהות פוליטית.

הפתרון שהחוקרת תומכת בו עובר דרך האינטרנט. היא מעלה טענה שלפיה האינטרנט מאפשר השתתפות חדשנית בדמוקרטיה ייצוגית. האינטרנט מאפשר לאזרחים להגיע ישירות למרחב הציבורי, ובתוכו להביע דעה ולבקר את השלטון. אפשרות כזו לוקחת בחשבון את ״האזרח המנטר״, כלומר אזרח שאינו עוסק כל הזמן בפעילות פוליטית, אלא באופן בלתי סדיר ולפי עניין.

האזרח המנטר, מעדיף להשתתף בפעילות אזרחית מתוך המרחב הפרטי שלו. האינטרנט מאפשר זאת, ללא צורך בתיווך (״פלורליזם מואץ״). האינטרנט משמש כבמה לחיים פוליטיים של דמוקרטיה ייצוגית-השתתפותית שלא מחייבת התמסרות טוטאלית לחיים פוליטיים, אבל מאפשרת קרבה והדדיות של דמוקרטיה השתתפותית. סוג כזה של דמוקרטיה מתאים לאזרח המנטר (משתתף בהתאם לעניין שלו).

בנוסף, היא נותנת כמה חסרונות לפלטפורמת האינטרנט. לדעתה, דיון משמעותי בנושאים פוליטיים נוצר רק עם חיבור למציאות החוץ אינטרנטית. התוכן של האקטואליה ברשת מקביל לתוכן של המדיה הוותיקים. וההיבט הצרכני באינטרנט הוא דומיננטי ומידי. מה שעלול להסיט תשומת לב.

הבלוג כפורמט אפשרי לשימוש דגם ההשתתפות האזרחית

לקראת סוף המאמר, החוקרת טוענת שבלוג מאפשר לאזרח להיות סוג של עיתונאי, לפרסם מידע לפי העדפות אישיות ותחומי עניין. בלוג גם מאפשר להתייחס באופן ציבורי לנושאים שנחשבים פרטיים ובכך להשפיע על השאלה מהן חדשות ומהו הגבול בין פרטי לציבורי.

יחד עם זאת, הבלוגרים אינם מתחרים בעיתונות המקצועית שממוקדת בסדר היום הציבורי, אך הבלוגים יכולים לשמש כמנהיגי דעה ולהשפיע על סדר היום של המדיה דרך קשרים עם עיתונאים, ואלה יכולים לשמש ככלב שמירה דרך העלאת נושאים חלופיים ולנטרל את קביעת סדר היום מצד המקורות הרשמיים-ממסדיים.

מעגל נוסף של מרחב ציבורי הוא היוטיוב שכבלוג, גם היוטיוב הינו במה של תוכן גולשים שמממש את רעיון העיתונות האזרחית ברשת, מאפשר להעלות נושאים מגוונים לסדר היום, מאפשר להביע דעה באופן חזותי, קשה לפיקוח מבחינה רגולטורית וכלל תכנים אנרכיסטיים ואנטי ממסדיים.

לסיכום, העולם הדיגיטלי מהווה אלטרנטיבה לשיח הפוליטי-ממסדי ומשמש כפלטפורמה להשתתפות אזרחית וקבלת מידע. הפלטפורמות שצוינו מאפשרות לאזרח פעולה במרחב הציבורי מתוך המרחב הפרטי.

הטוויטר כבמה לדיון ציבורי (המאמר השני, 2015)

הטוויטר כמרחב של מעורבות אזרחית מאתגר את הדגש של הברמאס על הממד הרציונלי של הדיון במרחב הציבורי (אחד המאפיינים של המרחב הציבורי הוא ככזה המאפשר דיון רציונלי). לדעת החוקרת, בטוויטר, מתקיים שיח שמכיל בתוכו ״מבנים של רגש״ (מושג שמחבר בין רגשות, אופני התבטאות ותחושת קשר בין בני אדם. מדובר בתגובות רגשיות-ספונטניות ואותנטיות שהן חלק מפעולה אזרחית ומשקפות הלך רוח מסוים בהקשר נתון).

המעורבות הרגשית בטוויטר נובעת מהאופי הטכנולוגי של הפלטפורמה הזו, שמבוסס על שיתוף השיח בין המשוחחים והיקף מוגבל של תווים שהצירוף ביניהם יוצר שטף של מסרים בעל אפקט של מידיות ודחיפות (שרחוק מההיגיון הפוליטי המקובל של רציונאליות). ככזה, הטוויטר יוצר סביבה תקשורתית ייחודית אך אינו מגדיר אלו קהלים ואלו שימושים ייעשו בו.

יתרונות וחסרונות הטוויטר כבמה למעורבות אזרחית:

יתרונות: מגביר מעורבות אזרחית/השתתפות פוליטית דרך כתיבה (גם יצירתית) ומאפשר להעלות שלל נושאים, לוקליים וגלובליים ולהביע תמיכה/התנגדות.

חסרונות: קשה להפוך את השיח בטוויטר למשמעותי, במשטרים טוטליטריים ניתן לעקוב ולהעניש מצייצים, הממד הרגשי בו יכול להחליש התמודדות עם עובדות.

קריאה פרשנית של ״ציבורי רגש״ (שמחוברים ביניהם באופן רשתי ורגשי) צריכה להתבסס על ההנחות הבאות: יש להבין את ההקשר החברתית הרחב של השיח בטוויטר (גלובלי או לוקלי?).

שנית, קהלי רגש מאפשרים פעולות מחברות (ביטוי רגשי משותף) אבל לא פעולות קולקטיביות שהן מהותיות יותר, כך שטוויטר מאפשר דרגה נמוכה יותר של השתתפות פוליטית. כדי לעבותה יש כאמור צורך בפעולות קולקטיביות.

שלישית, הטוויטר מאפשר סביבה שפנויה נון סטופ לפעילות פוליטית. המידע בה זורם כל העת וחודר לחיי היומיום של האזרחים והופך לשיח שלעיתים הוא חתרני ומערער על הנחות הגמוניות וקורא לפעולה. אבל המרחב לפעולות פוליטיות משנות מצב הוא גדול.

-----

בעשור האחרון, מאז נשמעה טענתה של פאפאצ׳רסי, חלו שינויים טכנולוגיים ונוספים במרחב התקשורתי, כגון:

* הרשתות החברתיות - עלייתן זמינותן והנגישות שלהן.
* הסמארטפונים – ריבוי האפשרויות של שידור ישיר באמצעות הטלפונים הניידים, המציגים יסודות וירטואליים בעולם המציאות ומאפשרים למשתמש לקבל מידע על סביבתו.
* מעבר מעיתונות מודפסת והיררכית במובן של עורך-קורא, אל זו המקוונת והדיגיטלית, בין אם היא ממוסדת ובין אם לאו.

שינויים אלה גרמו להרבה חוקרי תקשורת להתלבט בשאלה של ההשפעות שיש לשינויים אלה על התקשורת, המרחב הציבורי והדמוקרטיה. מחקרים כאלה נעשו למשל בסוגיית מקומה של המדיה החדשה ככזו המחוללת מהפכות חברתיות בהקשר של גל המחאות העולמי של שנת 2011 אירועי ״האביב הערבי״, ובהקשר הישראלי סביב ״מחאת האוהלים״.

החוקרים הניחו וטענו כי היציאה ההמונית למרחב המשותף בארץ ובעולם מבטאת לא רק תביעה אזרחית לשיפור תנאי החיים הפוליטיים והכלכליים, אלא, משקפת תביעה כללית וכוללת לשיקום המרחב הציבורי המשותף. המחאות לגווניהן ביקשו שינוי בכללי השיח הציבורי, שהדיר ציבורים רבים ולא היה ״באמת״ ציבורי.

*שער שלישי: דמוקרטיה ועיתונות*

במרכז השער עומדת השאלה מהי מידת המחויבות של העוסקים בעיתונות (עיתונאים ועורכים) במשטר דמוקרטי לערכים ולעקרונות דמוקרטיים.

לעיתונות יש מספר תפקידים בדמוקרטיה המודרנית: דיווח עובדתי, פרשנות, פיקוח וביקורת על השלטון, מתן במה – הצגת דעות מגוונות, העברת מידע ותיווך בין השלטון לאזרחים, תעמולה והעברת מידע בתקופת בחירות.

**התפתחות העיתונות הכתובה: שלוש תקופות מרכזיות**

1. עד שנות ה-90 של המאה ה-19 (מאמריהם של שדסון וקארי)

קארי: העיתונאות בהקשר של דמוקרטיה התגבשה בפונדקים/פאבים (בתים ציבוריים) של אמריקה בתקופת המושבות. הפונדקאים אספו מידע מהנוסעים בדרכים, רשמו, שימרו והפיצו את הסיפורים, הנאומים, הדרשות שהם שמעו במשך הזמן. מדובר במודל קהילתי של עיתונות, שלדעתו ענה על ההגדרה והמאפיינים של המרחב הציבורי שבו אנשים נפגשים ומחליפים דעות ומידע, ואפשר קשר חזק בין עיתונאים לקהלים. ככזו, העיתונאות אפשרה לדעת הקהל להתגבש ולבטא את עצמה. העיתונות שימשה כזירה מקומית קהילתית ואפשרה מעין דמוקרטיה ישירה שמבוססת על התכנסות חופשית ושוויונית של הציבור.

שדסון: מוסיף כי בתקופה הראשונה העיתונות לא הייתה אובייקטיבית, אלא התפתחה כעיתונות מפלגתית. לכל עיתון הייתה אוריינטציה פוליטית. העיתונות לא הוכרה כמקצוע בעלת נורמות. העיתונאים הקפידו על ״הוגנות בציטוט״ אך כאמור היו משויכים מבחינה פוליטית ומפלגתית וסיקרו בעיקר את המפלגות והפוליטיקאים האהודים עליהם.

2. העידן המודרני של העיתונות (עד שנות ה-70 של המאה ה-20)

קארי: מאפיין שלב זה בהתפתחות עיתון עירוני להמונים, מגזין ארצי, השתלטות שרותי המברקה על הפצת חדשות. צורות ראשונות ומוקדמות של התקשורת האלקטרונית. יש כאן שאיפה להרחבת מעגלים, להתנתק מהמקומיות ולאמץ סגנונות חדשים שאינם מעוגנים בחלוקה החברתית הישנה. עיתונות כלל ארצית – מדינתית אפשרה ליחידים להתחבר ל״קהילה המדומיינת של האומה״.

תקופה זו מתאפיינת במדינת הלאום המודרנית והעיתונות היא חלק מהדמוקרטיה הליברלית, דמוקרטיה המאופיינת בייצוגיות. התפיסה הדומיננטית באותה תקופה מצד העיתונאים, היא שהציבור הרחב אינו מסוגל לראות את האמת כפי שהיא, אינו יכול לשפוט ולהבחין בין ראוי ללא ראוי, ולכן האזרח/הציבור צריך להיות מיוצג על ידי אנשי מקצוע אובייקטיבים וניטרליים. ישנו ניכור גובר בין הציבור לבין המדיה. שינוי יחסים בין הקהל לעיתונאים, שהפכו למנוכרים יותר.

בשלב זה חל מעבר מקהילתיות וכפריות לעירוניות ולתיעוש. זה חייב תפיסה חדשה לגבי פעולה פוליטית ובעיקר תפיסה חדשה של עיתונות בתוך הדמוקרטיה. התפיסות החדשות הושפעו מהתנועה הפרוגרסיבית שביקשה לעצב סדר דמוקרטי חדש מתוך ביקורת על שלטון ההון ועל ריכוז העוצמה הכלכלית בידי מעטים. כמו כן, התנועה שכללה אנשי מקצוע מהמעמד הבינוני ביטאה גם את רצונם להשפיע ברמה הארצית.

בתקופה זו חלה התמקצעות של תחום העיתונות ומיסוד המקצוע כפרופסיה. העיתונאים קידמו את המעמד המקצועי שלהם, גיבשו תקנונים אתיים כחלק מהצדקת מעמדם והשתייכותם למעמד הבינוני המתהווה וצובר כוח. כחלק מהתנועה הפרוגרסיבית, הם גם הפכו להיות מחויבים לשיפור הממשל. בעד המדע, יושר והגינות, ונגד המסורת, הדת.

**נורמת האובייקטיביות**

"נורמת האובייקטיביות" מסמלת את התמסדות והתמקצעות העיתונות והעיתונאים כבעלי מקצוע (פרופסיה) עצמאיים בתקופה השנייה – התקופה המודרנית.

התפתחותה הייתה תוצר של תהליכים חברתיים ותרבותיים ושל רצון העיתונות לטפח עצמה כפרופסיה, בעלת תפקיד ברוח הדמוקרטיה-הליברלית.

תקופה זו עומדת בסימן צמיחתם של האיגודים המקצועיים וברצון העיתונים לקשור עצמם עם המדע והמחקר, עם המדויק והעובדתי. זאת במקביל לשאיפה להתרחק מהפוליטיקה, מאנשי יחסי הציבור והמפרסמים שהפכו לנפוצים בנוף הציבורי, לעיתים רבות בעידוד המדינה. העיתונאים והכתבים האמריקאים בקשו לנקות עצמם מהטענות שנשמעו כלפיהם כי כתיבתם משוחדת ומוטה פוליטית, ולטפח את התפיסה שעיתונאי הוא משרת ציבור, המחויב בראש ובראשונה לעצמו ולקהל הקוראים שלו.

נורמה זו נחשבת לא בהכרח להתנהגות שנהייתה נפוצה, להרגל, אלא להתנהגות שהחברה מחשיבה כהתנהגות ראויה ונאותה, וכן נועדה להפסיק ולנתק את מחויבותה הבלעדית של העיתונות לשלטון ולממסד הפוליטי, כפי שהיה מקובל במשך הרבה שנים. העיתונות אינה נאמנה/מחויבת עוד למפלגות פוליטיות או לשלטון אלא בראש ובראשונה לעצמה ולקהל הקוראים שלה.

**מקורותיה של נורמת האובייקטיביות**

שדסון: נורמה היא מרשם ותכתיב מוסרי להתנהגות. יכולה לאפיין גם עיסוק מסוים ולגבש זהות קבוצתית. הנורמה מספקת וודאות בנוגע להתנהגות בנסיבות מורכבות ועמומות. הוא מספר שנורמת האובייקטיביות צמחה מסוף המאה ה-19 והשתכללה בשנות ה-20 של ה-120. בשנים אלה העיתונאים החלו לגבש את הדרך והאני מאמין שלהם, המתבסס על כנות, אמתיות ודיוק, כאשר דיווחי החדשות צריכים להיות נקיים מכל הטיה. זה הפך את נורמת האובייקטיביות לאידיאולוגיה ולקוד מוסרי. זה גם אפשר לעיתונאים להפריד את עצמם מיחצ״נים ותועמלנים ולהתקרב למדעיות.

ביקורת על נורמת האובייקטיביות של קארי

נורמת האובייקטיביות גרמה לכך שהעיתונות הפכה למוסד עצמאי שמשגיח על השלטון בשם הציבור הסביל ברובו ומייצגת אותו. בצורה כזו העיתונות לא עוזרת לקיים שיח ציבורי אלא מתמקדת בליידע את האזרחים. לפי גישה זו, השגחת הדמוקרטיה אינה עוברת דרך הציבור, כי לאזרח הממוצע אין יכולת, עניין או כישורים לכך, אלא דרך מעמד של מומחים.

בצורה כזו הוצא הציבור מהפוליטיקה והמרחב הציבורי הפך ללא פוליטי. תפקיד המפלגה והאזרחים רוקן מתוכן לטובת פולחן אישיות של פוליטיקאים בטלוויזיה.

בעולם שבו הציבור נחלש ומתפוגג תפקיד העיתונאים הוא לשמר את הדמוקרטיה ללא האזרחים. אלה רק מוזמנים לחזות בהתגוששות בין המדינה לבין קבוצות אינטרס שונות, ולכל היותר להביע דעה בסקרים. מה שהופך אותו ליצור סטטיסטי ולא אותנטי.

בנוסף, העיתונות הופכת להיות מדעית ואובייקטיבית יותר, כזו שמדווחת על עובדות והקהל בה הופך להיות מעין כלי קיבול ולא שותף אמיתי ופעיל בוויכוח הציבורי. השחקנים המרכזיים בפוליטיקה הינם הממשלה והתקשורת. העיתונות מצדיקה את עצמה בשם הציבור אבל לציבור אין בה שום תפקיד. כנציגת הציבור, העיתונות מחייבת אמון בה מצידו בכך שאינה משת״פית עם המדינה ועם קבוצות אינטרס חזקות. ושהיא מייצגת נאמנה את העולם. אמון כזה חסר. אחת ההשלכות מכך הינה ציניות מצד הציבור שלמד לא להאמין לקבוצות האינטרס, לממשלה ולעיתונאים, וכן אובדן העניין בפוליטיקה ובהשתתפות פוליטית.

לצד הביקורת, קארי מציין גם כי התקשורת אכן מגינה על החירות והיא גם ביקורתית, חושפת שחיתויות ועוולות ותורמת לדמוקרטיה.

**3. העידן הפוסט מודרני: מאופיין על ידי קארי**

התפתחות הטכנולוגיה אפשרה מעבר מהזירה של מדינת הלאום לטובת מצב בו העולם כולו הופך להיות הקהל של התקשורת. בעצם, נוצר כפר גלובלי שבתוכו פעילות כלכלית וייצור תרבות מתבצעים ברמה גלובלית ולא רק במקומית. ועל רקע תהליכי הפרטה והסרת הפיקוח על השידור, התקשורת הופכת להיות עסק מסחרי ופרטי, שנשלט בידי תאגידי תקשורת בינלאומיים לצד זאת, השידור הציבורי ודוקטרינת ההוגנות נחלשים מאוד. ישנו אי אמון אשר הולך וגובר בעיתונות במובן המסורתי (נחשדת כמשתפת פעולה עם השלטון ועם אינטרסים כלכליים).

על רקע הפגיעה בדמוקרטיה ואובדן האמון, ישנן קבוצות נישה שמייצרות חדשות משל עצמן, כחלק מהניסיון של הקהל להחזיר לעצמו סוג של שליטה וקול בחיים הציבוריים.

העיתונות מאחרת להגיב למציאות המשתנה הזו. הטענה היא שההתנהלות מתנהלת באופן שמרני. הרעיון הוא שהמציאות בת זמננו היא מציאות דיגיטלית. מוסד העיתונות לא הדביק את הפער, דבק בתפיסות פרופסיונליות מודרניות: פערי היררכיה ניכרים בין עיתונאים לבין קהליהם, מסרים חד כיוונים. כלומר, הציבור מקבל את המסרים ולא משתתף.

הפרופסיה העיתונאית – העידן הפוסט מודרני (מתוך המאמר של מ. דוז ״עיתונאות, אזרחות ותרבות דיגיטלית״

הרלוונטיות של מסגרת ההתייחסות לעיתונות ולפרופסיה העיתונאית, שעוצבה בעידן המודרני, נמצאת בסימן שאלה בעידן הפוסט מודרני (התקופה השלישית), בכלל זה נורמת האובייקטיביות וכלב השמירה. בעולם כיום שבו מתקיימת תנועה גלובלית של הון ועסקים ומתחוללים קונפליקטים ברמה על לאומית, נראה שהמודל ה״ישן״ של תפיסת העיתונאות והעיתונאים אינם מספקים. מחקרים מצביעים על כך שהעיתונות, שלכאורה הייתה אמורה להגיב למציאות המשתנה, לא עוסקת מספיק בנושאים הגלובליים במידה הדרושה ועדיין בוררת נושאים ומידע לפי ערכים חדשותיים ישנים.

מודרניות נזילה

את ההסבר להתנהלותה השמרנית של העיתונות ניתן למצוא במושג ״מודרניות נזילה״ שטבע זיגמונד באומן. על בסיסו, טוען דוז במאמרו שהמודרניות הנזילה רלוונטית גם לעיתונאות וגם למושגי האזרחות של תקפותנו.

באומן השתמש בו כדי לתאר תופעה בת זמננו שבה שגרות והרגלים יום יומיים אנושיים משתנים בקצב איטי יותר מאשר תנאי הייצור בחברה. כתוצאה מכך, כלל האבחנות והקטגוריות של המודרניזם מאבדות את משמעותן הברורה והמוסכמת, והמציאות היום יומית מתאפיינת בתערובת של הלכי רוח מודרניסטיים ופוסט-מודרניים.

למשל, במצבים של חוסר הכרעה בין הגלובלי לבין הלוקלי; בטשטוש הגבולות בין זמן עבודה לבין זמן שאינו עבודה (פנאי), בין חלל המוגדר כציבורי לבין חלל פרטי, בין התנסויות מתווכות לבין התנסויות לא מתווכחות, ועוד.

מודרניות נזילה והשינויים בתפיסת האזרחות

במה השתנתה תפיסת האזרחות בעשורים האחרונים ומה מקומה של המדיה בשינוי זה?

״האזרח המיועד״ (שדסון): זה שמעוניין לדעת ככל שניתן כדי לגבש החלטה בזמן בחירות. מן תפיסה רציונלית של אזרחים פוליטיים שההתערבות שלהם בפוליטיקה היא מקסימלית. זה אולי נכון לשנות ה-50 אבל פחות להיום עקב המידע האינסופי שעומד לרשות האזרח. לפיכך, רוב האזרחים הם ״אזרח מנטר״ שסורק את השפע התקשורתי ומוצא את התכנים המעניינים אותו.

שינוי נוסף: האינטרנט יוצר ומאפשר אופנים חדשים של ״הון השתתפותי״ במרחב האזרחי. צעירים מתחברים למי שהם רוצים ולטווח זמן שמתאים להם. כלומר כמו שהם נודדים בין מקומות עבודה, ומתחברים לקבוצות השתייכות זמניות (קהילות שונות, וירטואליות ואמיתיות). לעיתים ההתחברות היא קוסמופוליטית מעבר למדינת הלאום.

העיתונות במציאות החדשה

מוסד העיתונות היה מאז ומתמיד מסחרי. אך העיתונאים נטו להתעלם מכך וכחלק מהתפיסה המודרניסטית, הם ראו את עצמם כמשרתי חברת הלאום והדמוקרטיה ופיתחו התנגדות לתפיסת האזרח כצרכן.

העיתונות מתקשה להשתחרר מהתפיסות המודרניסטיות ומתקשה להבין את המציאות החדשה. דוגמא לכך היא היותה של העיתונות הדיגיטלית גרסה מקבילה למודפסת ולא מוצר ייחודי. זה קורה כי העיתונאים לא התחברו לרעיון של החברה המקושרת ולטשטוש ההבחנות בין מקצוענים לחובבים ובין צרכנים ליצרנים. כלומר, עיתונאים צריכים להבין שהם פונים הן לאזרח המיודע והן לאזרח המנטר. והקשר הרחב של עבודת העיתונאות הוא כבר לא חד כיווני, אלא יותר אינטראקטיבי ושיחתי.

האינטרנט מכיל שפע מידע וקישוריות והופך את סוגי האזרחים החדשים לנפוצים יותר מבעבר כך שהעיתונות צריכה לשקף יותר את המורכבות והנזילות של העידן העכשווי ולתת יותר מקום לאזרח הצרכן ולהפוך את עצמה ל״עיתונות נזילה״.

לסיכום, המאמר של דוז מתייחס למציאות הדיגיטלית של ימינו וטוען שמוסד העיתונות לא מצליח עדיין לעמוד באתגרי העיתונות הדיגיטלית והנחות היסוד שלה עדיין מעוגנות בתפיסה מודרניסטית. המאמר עוסק בשינויים שחלו במוסד האזרחות, במעבר ל״אזרח צרכן״ ו״אזרח מנטר״ בעידן הדיגיטלי ולפערים שנוצרו בין מציאות זו למוסד העיתונות.

*שער רביעי: דמוקרטיה, מדיה וקפיטליזם*

שער זה עוסק במדיה בעידן הקפיטליזם המאוחר. עידן הגלובליזציה שמאופיין בהתפתחויות הכלכליות והטכנולוגיות של העידן הקפיטליסטי בסוף המאה ה-20 ותחילת המאה ה-21, ובמשמעות הדמוקרטיות של התפתחויות אלה.

חקר הקשר בין קפיטליזם לתקשורת ודמוקרטיה עשוי ללמד על חלוקת הכוח והמשאבים בחברה. כך למשל מציין מרדוק במאמרו שעוסק בבעלות ריכוזית בתחום התקשורת, כי הבנת הסוגיה יכולה ללמד על חלוקת המשאבים הכלכליים, אופן שימורה והלגיטימציה לכך.

בין תפקידי התקשורת בדמוקרטיה – פלורליזם של דעות ומידע. בעקבות תהליכים שונים, מפת התקשורת משתנה, הבעלות הופכת לריכוזית יותר והפלורליזם והגיוון נפגעים. מדובר בשילוב תהליכים טכנולוגיים וכלכליים.

מאפייני הכלכלה הקפיטליסטי והשפעותיהם על שוק התקשורת: הפרטה וריכוזיות, תאגידי תקשורת ברמה הלאומית והבינלאומית, בעלות צולבת, מסחור וצרכנות.

מרדוק, במאמרו, כותב על ארבעה כיווני פעולה שלטוניים המקדמים מגמה של ריכוזיות:

1. על לאומיות – היווצרותן של חברות תקשורת בינלאומיות ששולטות בחברות מקומיות.

2. ליברליזציה – פתיחת השוק לתחרות.

3. התמסחרו הסקטור הציבורי ודרישה שיכסה את הוצאותיו.

4. חקיקה מחודשת שמיטיבה עם האינטרסים של בעלי התאגידים ופוגעת באינטרסים הציבוריים.

שני המאמרים – של מרדוק ומקצ׳סני – מציגים ניתוח מוסדי של יחסי הון-תקשורת-שלטון. מאמרים אלה עוסקים בהשפעות השוק החופשי הקפיטליסטי המאוחר על המדיה ומשמשים כבסיס לתוכן השער.

**מרדוק**, דן בהשפעות השוק החופשי והקפיטליזם על מבנה שוק התקשורת ומציג ניתוח מוסדי של יחסי הון-מדיה-שלטון. הוא מנתח את סוגיית הבעלות הריכוזית על אמצעי התקשורת והיווצרותם של תאגידי תקשורת מגה-לאומיים, מדגיש גם ואת סוגיית הבעלות הצולבת שאינה נחסמת על ידי המחוקקים ומאפשרת ריכוזיות יתר וצמצום מגוון הדעות.

השלכות: תאגידי הענק, שהם תוצר של ההפרטה והריכוזיות, יוצרים הומוגניות תרבותית, קרי ייצור אותו תוכן, פחות או יותר, המשרת אינטרסים כלכליים ופוליטיים שלהם עצמם. תוצאה נוספת של תהליך זה, לפי מרדוק, היא היעלמותה של העיתונות הביקורתית והמתעמתת (היעלמותה של העיתונות כרשות רביעית).

**מקצ׳סני**, מבקר ברוח גישת הכלכלה הפוליטית את תפיסת ה״שוק חופשי״ כדרך המתאימה והנכונה למדיה בחברה הדמוקרטית. לפי השוק החופשי המדיה המסחרית צריכה לפעול לפי הביקוש וההיצע מול הקהל. תקשורת חופשית כבסיס לדמוקרטיה, צריכה להיות משוחררת ממעורבות ממשלתית, כך ששוק תקשורת המבוסס על הון פרטי עדיף על בעלות ממשלתית-ממלכתית.

הוא מבקר את הגישה הנ״ל בטענה הלקוחה מתחום הכלכלה הפוליטית שביקורתית כלפי היחסים בין המדיה לבין מבני הכוח הכלכליים הפוליטיים.

לפי גישה זו, אין שוק דעות חופשי הלכה למעשה. מה שקורה זה שתאגידי ענק בינלאומיים שולטים בתקשורת (קולנוע, טלוויזיה, מוזיקה) בעיקר בשל העלויות העצומות הדרושות להשקעה ראשונית. זה כמובן מחזק את הריכוזיות בתחום.

הגישה גם טוענת שהמפיקים פועלים משיקולי רווח ויתחשבו ברצון הקהל רק אם זה יניב להם רווח. מה שמקטין את חופש היצירה.

מקצ׳סני בוחן את המנגנונים המוסדיים ומונה מספר דרכי חקיקה והטבות המצמיחות את התאגידים ומיטיבות איתם. כמו למשל, מתן מעמד משפטי של מונופול לגוף מסחרי גדול (סובסידיה ישירה) או הקלות מס (סובסידיות בלתי ישירות). לשיטתו, בעלי ההון שולטים במדיניות הציבורית דרך חקיקה ולוביסטים כאשר העיתונות אינה מדווחת לציבור על מכלול היחסים בין הון לשלטון.

בנוסף, הוא טוען שהעיתונות שממנה יש ציפייה חברתית להיות ביקורתית כלפי בעלי הכוח מתנהלת אף היא על פי מכניזם כלכלי וזקוקה למשאבים כלכליים ולכן לצד חתירתה לאיכות, היא מבקשת להפחית עלויות. זה נעשה דרך התבססות על מקורות מוסמכים ויחצ״נים ואימוץ קו של קונצנזוס כדי לא להרגיז קהל ומפרסמים.

בסוף המאמר ולאחר שמציג את הביקורת ו״הסכנות״ שבתאגידי הענק לעקרונות הדמוקרטיה, הוא מביע נימה אופטימית. תקופתנו – העשור השני של המאה ה-21 – היא לדידו ״צומת קריטית״, כלומר, תקופה שבה מתרחשים שינויים בחברה ובמוסדותיה ונוצר חלון הזדמנויות לעיצוב והתאמת שוק התקשורת לצרכי החברה הדמוקרטית. פוטנציאל זה נוצר, בין היתר, הודות לשינויים הטכנולוגיים-דיגיטליים האחרונים שמאפשרים גם לקבוצות מוחלשות להשפיע על הסדר החברתי הקיים.

במאמרים האחרים, טוראו ופישר – מדגימים, כל אחד בנפרד, מקרה פרטי הממחיש כיצד הרשת משרתת את הקפיטליזם ומעצימה אותו. הטכנולוגיה הדיגיטלית מייצרת מקור חדש של לגיטימציה לקפיטליזם המאוחר ומטפחת אותו. היא מעניקה ביסוס להסדרים חדשים של כוח קפיטליסטי, שבמרכזו היחלשות העבודה והמדינה אל מול ההון, הליברליזציה של השוק, ההפרטה של העבודה, ההגמשה הגוברת של התעסוקה, ניצול וניכור משודרגים ועוד.

**עבודת הקהל במדיה החברתיים / ערן פישר**

המרקסיזם טוען בבסיסו שתהליך הייצור בחברה התעשייתית הוא כזה שבו העובד מייצר מוצר שהרווח העודף עליו מגיע לבעל ההון/המפעל. כך שיש בתהליך ממד של ניצול ושל הגדלת הרווח העודף עבור הבעלים. פישר מחיל את המושגים הללו בתחילה על טלוויזיה: הקהל מייצר זמן צפייה ותשומת לב לפרסומות ומנוצל על ידי הגדלת זמן הפרסומות וירידה באיכות התכנים.

בהמשך, הוא מיישם זאת על הרשתות החברתיות: המשתמשים הם העובדים שמשקיעים זמן ותשומת לב ביצירת תכנים. התכנים הללו מהווים סוג של מוצר או סחורה בעלי ערך מבחינת הרשתות הסוחרות במידע על המשתמשים ומרוויחות עליו יותר ממה שהן משקיעות במילוי צרכי הקהל.

פישר מתאר מקרה שבו האלגוריתם של פייסבוק יצר ״עדכונים ממומנים״. כלומר, עדכונים שהופיעו ברשת הפכו לתוכן שיווקי לקידום מוצרים וחברות. המקרה הזה מדגים ניסיון של החברה להגדיל את הרווח העודף ואת הרווח שלה תוך ניצול ״העבודה״ של המשתמשים.

בהמשך, הוא מתעד תביעה משפטית נגד פייסבוק, לחלוק את הרווח עם הגולשים. התביעה הצליחה. הוכר חלקו של הקהל בתוצרי עבודת הרשת ונקבע שפייסבוק תפצה את הגולשים, בשל השימוש שעשתה בהם בלא ידיעתם, כמפיצי מסרים מסחריים.

לטענת פישר, התביעה הזו מדגימה את יחסי הכוחות הכלכליים בין הרשתות החברתיות לבין המשתמשים. הרשת החברתית מהווה סוג של מפעל המייצר מידע. כל מה שהמשתמשים עושים דרך הרשת מצטבר למידע עליהם: אזור המגורים, תחומי העניין, החיפושים שביצעו, קשרים חברתיים ועוד. המידע הזה מיתרגם לכסף, להון. ככה בדיוק עובד הקפיטליזם: המשתמשים מייצרים מידע שערכו הכלכלי עבור מנהלי הרשת החברתית עצום, ובתמורה לכך מקבלים המשתמשים ״שכר״ (עצם השימוש בפלטפורמה) ששווה הרבה פחות ממה שהם מייצרים.

**טוראו (2013)**

ממשיך את הקו שבודק את מושג הניצול המרקסיסטי ויישומו בנוגע ליחסי מפיקי ומועני התקשורת לבין הקהל דרך בדיקת החזון הדמוקרטי באינטרנט למול התפתחותו ההיסטורית בהקשר של תעשיית הפרסום.

החזון: הפיכת האינטרנט לנגיש עבור כולם יצרה תקווה לקידום חופש של הפרט במובן זה שהמדיום החדש לא ישרת את השלטון וההון, אלא את הקהל וצרכיו. הדוגמא לכך הייתה העיתון daily-me שבו אנשים יקבלו חדשות לפי רצונם שינותבו אליהם על סמך בחירות קודמות. בנוסף, האינטרנט נחשב ככזה שיוכל לאפשר שיתופי פעולה מחוץ למסגרות הקיימות לטובת מימוש האינטרסים שלהם. לצד החזון היה חשש: האם האינטרנט יקל את עוצמת השליטה התאגידית?

טוראו מתמקד במאמרו בהיבטים הכלכליים של תעשיית הפרסום ומפנה את תשומת הלב ל״רוכשי המדיה״, אותם אנשים בתעשיית הפרסום שפועלים מאחורי הקלעים ואחראים על הגדרת קהלי היעד, קביעת עיתוי המסר ועוד. תעשיית הפרסום נועדה למכור שירות שנועד לשכנע אנשים לקנות מוצר. יעד זה מורכב משורה של פעילויות. טוראו מתמקד בשני בעלי תפקידים: העוסקים בתכנון (חלוקת המשאבים בין ערוצי הפרסום). ומחלקות המחקר השיווקי שבוחנות את יעילות הפרסום. לקראת 2000 ואילך מוקד העניין עבר לאינטרנט כדי לנצל את הרשת לידע מקסימלי על הקהל.

*שער חמישי: דמוקרטיה, מדינת הלאום ומדיה גלובלית*

גלובליזציה – תהליך שבו יש מעבר חופשי, ללא גבולות, של הון, סחורות, תכני תרבות ותקשורת וטכנולוגיה וכוח אדם. כלומר, תהליך שבו קשרים חברתיים, תרבותיים, כלכליים ופוליטיים מתקיימים במישור העולמי, ללא קשר לגבולות של מדינות או למרחקים גאוגרפיים. בעבר הפעילויות הללו היו מוגבלות בעיקר מוגבלות למסגרת קהילתית בהמשך למסגרת מדינתית וכיום, הרבה בזכות הטכנולוגיה, לגבולות בין מדינות אין משמעות וחלק ניכר מהן מתקיימות במישור העולמי. מוסדות בינלאומיים (קרן המטבע, הבנק העולמי) תופסים חשיבות ומדינת הלאום נחלשת.

כדור הארץ כולו הופך למה שחוקר התקשורת מרשל מקלוהן (1959) כינה כפר גלובלי. כיום מקובל להתייחס לשליש השלישי של המאה ה-20 כמועד שבו החלה הגלובליזציה לתת את אותותיה כמעט בכל תחומי החיים.

מבחינה טכנולוגית-תקשורתית, הגלובליזציה קיבלה פוש מאוד חזק בעקבות כמה התפתחויות: שידורי טלוויזיה בלוין, רשתות תקשורת כלל עולמיות, אינטרנט ומדיה דיגיטלית, טלפונים סלולריים.

**הסוגיות והדילמות בעקבות תהליך הגלובליזציה**

״מרחב ציבורי״ – מדינת הלאום וגלובליזציה

המרחב הציבורי של הברמאס מבוסס על תפיסת ׳מדינת הלאום׳, האופייניים לשיח הדמוקרטי-ליברלי. המרחב הציבורי הוא מרחב ציבורי-לאומי. הדיונים המתקיימים בו הם דיונים בנושאים לאומיים, האזרחים המשתתפים במרחב הציבורי הם אזרחי הלאום, והמנהיגים אליהם מופנית דעת הקהל המתגבשת במרחב הציבורי הם מנהיגי הלאום.

מייקל ביליג: נפנוף יומיומי בדגל המולדת

הטענה המרכזית של ביליג היא שגם בעידן הגלובליזציה המדיה מקדמת פרקטיקות יומיומיות של לאומיות כך שהיא מתחזקת או לפחות נשמרת. נקודת המוצע היא שאין סתירה בין לאומיות ולדמוקרטיה. בכל דמוקרטיה ישנה תפיסה בסיסית של ״הם״ ו״אנחנו״ ובנוסף, הלאומיות הינה בדרך כלל בקונצנזוס רחב, מעין הרגל מחשבתי הנמצא בשגרת התודעה (המודעת והלא מודעת) של האזרחים).

הזהות הלאומית שלנו מוזכרת לאזרחים כל העת. מונפת כדגל אמיתי במוסדות, כמסרים על המטבעות ושטרות הכסף, ומתוזכרות תמידית באמצעות השפה היומיומית. אמצעי התקשורת (והפוליטיקאים) מחזקים ומשמרים את הלאומיות הבנאלית דרך היבטים של היומיום, כגון שפה ורטוריקה לאומית.

הלאומיות מוטמעת בנו דרך ה-deixis כלומר חלקי שפה שמכוונים את הקהל להקשרים שונים המגדירים לו את הלאומיות למשל ״הבית״ בביטוי ״להגן על הבית״ לא מצריך הסבר לאיזה בית לאומי מתכוונים.

ביליג מדגים את התזכורת התמידית ל״אנחנו״ הלאומי בעיתונות במגוון של נושאים: פטריוטיות, מזג אויר, ספורט, חדשות פנים שמדגישות את האומתויות (קודמות לחדשות חוץ) ועוד. בכל הדוגמאות שביליג מביא נעשה שימוש בשפה לאומית באופן שהופך את הלאומיות למשהו מובן מאליו.

בשורה התחתונה, למרות תהליך הגלובליזציה ניתן לראות כיצד התקשורת במדינת הלאום מחזקת את תחושת הלאומיות ולא את תחושת העל-לאומיות, הגלובלית.

לדעתו, תחושת הקהילתיות הלאומית נוצרת גם מביצוע הטקס היומיומי של צריכת תקשורת ברחבי המדינה. לשיטתו הלאומיות אינה מקדמת ערכים דמוקרטיים.

סעודיה, לבנון והערביות המשתנה / מרואוון קראידי (2007)

החוקר מתמקד בשתי מדינות ערביות שונות: סעודיה שהינה בעלת משטר מרכזי חזק, שמנסה לאזן בין התלות והפתיחות למערב לבין שמרנות דתית. יש בה פיקוח על חדירת טכנולוגיות ותכנים מבחוץ. לבנון, לעומתה, הינה בעלת משטר מרכזי חלש וריבוי קבוצות פוליטיות מתחרות, כשלכל אחת אמצעי תקשורת משלה.

למרות השוני הנ״ל קיים חלל היפר מדיה (חלל סמלי נרחב שמעוצב על ידי אמצעי התקשורת) בעל חשיבות פוליטית דמוקרטית. מקדם פרקטיקות דמוקרטיות כגון השתתפות פוליטית והקמת בריתות דרך המדיה, מה שמביא לשינוי בחברות הערביות.

מקרה הבוחן: ״האקדמיה לכוכבים״ ו״כוכב נולד״ של הטלוויזיה הלבנונית שמומנו על ידי כסף סעודי וכחלל היפר מדיה תרמו לשינוי חברתי כפול:

א. חשיבה מחודשת של צעירים על הפרדה מגדרית שמאפיינת את השמרנות המוסלמית. מכיוון שבתכניות נראו צעירים וצעירות לא נשואים, יחד ובפס המידע שנילווה לתמונה ניתן היה לעביר מסרים רומנטיים בין הצופים.

ב. ״מהפכת הארזים״ (לבנון, 2005, שורת מחמאות והפגנות בדרישה ליצירת הכוחות הסורים משם בעקבות רצח ראש הממשלה חרירי) שהושפעה גם מפרקטיקות דמוקרטיות של תכניות מציאות פאן ערביות: מודעות ליכולת להעביר מסרים בין הקהל, לגבש כוח פוליטי, להשפיע על התקשורת, לגבש זהות לאומית סביב סמלים כגון הדגל הלבנוני ועוד.

בשורה התחתונה, קראידי מציג אופטימיות באשר להשפעה הגלובלית והפצת המסרים על התחזקות ערכים דמוקרטיים של גיבוש דעת קהל, שוויון מגדרי ועוד. בשונה מביליג, טוען להשפעה של המדיה הגלובלית על מדינות הלאום.

האינטרנט וסולידריות לאומית- ניתוח תיאורטי / סופר (20113)

השאלה המרכזית המוצגת במאמר היא האם עידן האינטרנט והמדיה החדשים (התקשורת הדיגיטלית) מובילים לגוויעת הלאומיות, לשינוי בתחושת הסולידריות הלאומיות שהכרנו בעידן התקשורת האנלוגית?

במילים אחרות, האם העובדה שיותר ויותר אנשים זונחים את העיתונים המסורתיים לטובת האינטרנט תוביל להחלפת הזהות הלאומית בזהות גלובלית?

סופר פותח את מאמרו בטענה רווחת ומוקבלת כיום, לפיה ההיצע הגדול של ערוצי תקשורת משתלב עם מגמות והלך רוח של פרטיות וליברליזם שאינם מתחשבים בגבולות לאומיים. לפי טענה זו, ריבוע הערוצים פגע בחוויה המשותפת של צריכת מדיה וביכולת של סוכני הלאום לפנות לקהל דרך התקשורת. כך שתפקידה של התקשורת כאמצעי לעידוד סולידריות נפגע על רקע אינספור ערוצי האינטרנט שלכאורה גורמים לנתק בין הפרט למקום, לשפה ולתרבות של הלאום.

סופר עצמו מסתייג מהטענה בגלל שלוש סיבות:

א. למדיה אין השפעה בלתי מוגבלת על זהות והזדהות. לקהל יש יכולת פרשנות עצמאית.

ב. עצם קיומם של ריבוי ערוצים לא מביא אוטומטית לריבוי זהויות.

ג. האינטרנט לא פגע בחוויית ההשתייכות הלאומית אלא להיפך, דווקא מחזק אותה.

הוא מציע שתי מסגרות ניתוח שצירופן יחד מסייע להבין את הקשר בין המדיה לכינון סולידריות לאומית:

1. **הגישה הטקסית –** קשורה למוצג ״צריכה סימולטנית״ ונובעת מתוך ספרו של אנרדסן על קהילות מדומיינות. לפי גישה זו, עצם קיום הפעולה המשותפת של צריכת התקשורת במיקום, זמן ושפה משותפים, חשוב יותר מהתכנים. דוגמא: הדפוס אפשר ליצור קהל קוראים שחבריו היו מודעים לקיומם של אחרים מבלי להכירם. במילים אחרות, ה״טקסים״ המשותפים של צריכת תקשורת (קריאת עיתון בבוקר, צפייה משותפת בטלוויזיה) הפכו דרך התכנים את הזמן לזמן לאומי.

2. **לאומיות בנאלית –** היותה של הזהות הלאומית מוטבעת בהוויה היומיומית של השיח האישי והתקשורתי שמחזק את התפיסות של ״אנחנו״ ו״הם״.

הקשיים שיוצר האינטרנט עבור ההיבט הטקסי של צריכת המדיה

הצריכה הסימולטנית הטקסית אינה מתבטלת, אך רכיבים בה נפגמו בגלל האינטרנט:

1. האינטרנט מאפשר לצרוך חדשות מכל מקום, מה שפוגם בסימולטניות של הצריכה.

2. החדשות בעיתון ובטלוויזיה הם תוכן יציב לעומת האינטרנט שבו הן משתנות ברמה של דקות. פגיעה בתוכן המשותף.

3. היחסים בעידן הדיגיטלי הינם בין קבוצות קטנות של משתמשים סביב תכנים משותפים כאשר חרות זו אינה קבועה ומחייבת.

שימור הלאומיות הבנאלית באינטרנט

למרות שהאינטרנט מאפשר לפרוץ בקלות את מגבלות הלאומיות, עדיין רוב הגולשים מתחברים ביומיום לאתרים ולתכנים המשמרים את ההפרדה בין ״אנחנו״ ל״הם״. בהקשר זה סופר מציג 3 מנגנונים:

1. **אופן הארגון של הרשת –** שמות הדומיין (סיומת il לאתרים ישראליים) והכוונה של גוגל את הגולשים לאתרים הלאומיים (גוגל ישראל).

2. **תוכן הרשת –** ברשת יש תכנים לאומיים רבים. החיפוש אחריהם בולט בעיקר בזמני חירום ובמשברים לאומיים. ברמה היומיומית סופר מדמה את האינטרנט לספר הטלפונים הלאומי שכולל גם מפות מקומיות.

3. **העדפות גלישה –** רוב האנשים מחפשים אתרים ותכנים בשפתם. הן בשגרה והן בחירום.

משלושת הנ״ל עולה כי למרות שקיים הבדל מהותי בין חוויית הצריכה הקולקטיבית של התקשורת בעידן האנלוגי, לבין החוויה האישית בצריכת האינטרנט, בכל זאת תכני האינטרנט ממשיכים ומאפשרים לבני האדם להמשיך להיות ממוקמים בתוך הלאומיות הבנאלית היומיומית שלהם.

התשובה/המסקנה לשאלת המחקר היא ככל שצריכת המדיה הדיגיטלית הולכת וגוברת, כך מתחזקים אלמנטים לאומיים, אך באופן שונה מזה שהכרנו בעידן תקשורת ההמונים המסורתית.

ויקיליקס כתופעה עיתונאית / צ׳רלי בקט וג׳ימס בל (2012)

ויקיליקס הוא אתר המציג ידיעות שהודלפו למערכת האתר בעילום שם, למרות הגבלות צנזורה, סיווג ביטחוני או הגנת הפרטיות. בעלי האתר שומרים לרוב על אנונימיות.

החוקרים מצביעים על שלושה חידושים בויקיליקס הרלוונטיים לתחום הידע של הקורס ושל השער הנוכחי:

1. אופיו הבינלאומי של האתר – אינו שייך למקום, מדינה או לקיקה ולכן נהנה מחופש פעולה ללא כפיפות חוקים או צנזורה. זה מאפשר לו לפרסם מידע שארגונים אחרים מנועים מלפרסם.

2. העדר כפיפות לכללי אתיקה עיתונאית מקומיים: חופש מאיזון בין חופש העיתונות לשמירת זכויות פרט ואובייקטיביות עיתונאית.

3. פרסום שתי גרסאות של המידע המוצג לציבור: המידע המלא והלא ערוך וגרסה ערוכה של אנשי ויקיליקס.

יש כמה קווי דמיון בין ויקיליקס לבין תקשורת מסורתית. בקט ובל מצביעים על שלושה מאפיינים דומים בין ויקיליקס לבין אמצעי תקשורת אחרים:

1. התבססות על מקורות ושימוש במדליפים.

2. מבנה ארגון המדיה: גם ויקיליקס וגם כלי תקשורת מסורתיים מאופיינים בחדר חדשות, צוות, עורכים והקפדה על מתן הקשר, גם לחומרים הבלתי ערוכים.

3. קהל היעד: פנייה לקהל רחב ורצון להשפיע.

מכאן עולה השאלה האם ויקיליקס מהווה תקשורת אלטרנטיבית. טענת החוקרים היא שויקיליקס מהווה דגם תקשורת ייחודי. הוא אינו אלטרנטיבי במובן הרגיל של תוכן, סגנון, מבנה ארגוני וכדומה ובה בעת הוא שונה מההגדרה של מדיה מסורתית. המטרה היא להילחם בהסתרת מידע מצדם של בעלי הכוח. אין סדר יום פוליטי במובן הצר והוא אינו מעוניין לייצר קהלים אלטרנטיביים.

אופן פעולתו הוא להצליח להעביר מידע מודלף לערוצי המדיה המרכזיים ודרכם לקהל רב ככל האפשר בניסיון לשנות את המציאות.

הקרבה לעיתונות העכשווית

ישנה הלימה בין המודל של ויקיליקס (שימוש במידע שעוקף מנגנונים) לבין מגמות עכשווית בעיתונות:

* גם העיתונות המקוונת מבוססת על מערכת פתוחה שלא עובדת עם מגבלה של דד ליין ותוך כדי עדכון מתמיד של תכנים.
* הגעה מהירה לחומר שבעבר היה מצוי בידי הממשל והעסקים וכיום נאסף ממקורות אחרים, לא תמיד רשמיים.
* הקפדה פוחתת על צנעת הפרט.
* ויקיליקס מגישים עקרונות דמוקרטיים של חופש מידע תוך ניצול הנגישות של הרשת לכולם כחלק מהמרחב הציבורי. הוא שונה מויקיפדיה בכך שהכתיבה בו אינה מצד כל מי שרוצה ליטול בה חלק ואינה פתוחה לציבור הרחב.

הפיכת המרחב הציבורי לעל לאומי / ננסי פרייזר (2011)

פרייזר, טוענת מצד אחד שגם הברמאס וגם כל מבקריו (כולל היא עצמה), התייחסו למרחב ציבורי המתרחש במסגרת לאומית (מה שהיא מכנה פוסט-ווסטפלית), לכן נדרשת כעת, בעידן הגלובליזציה, חשיבה מחודשת על המרחב הציבורי. לטענתה, מדינת הלאום במתכונתה הישנה, אינה קיימת עוד. השיח כיום הוא לא השיח הלאומי הישן. יש מרחבים על-לאומיים, דתיים, אתניים, פזורות. השיח כבר מזמן חורג מהגבול הטריטוריאלי שתחם אותו בעבר.

מצד שני, פרייזר לא בטוחה עד כמה הדיון במרחב ציבורי על-לאומי הוא אפקטיבי. האם עלינו לדבר כעת על ׳דעת קהל עולמית׳ או ׳דעת קהל גלובלית׳? יש בכלל דבר כזה?, ״קשה״ היא כותבת, ״לקשר את הרעיון של דעת קהל לגיטימית עם זירות תקשורתיות שבהן בני השיח אינם חברי קהילה פוליטית אחת״.

הגורמים לצורך בדיון בדעת קהל בינלאומית:

א. גם מדינות חזקות צריכות כיום להתמודד מול מוסדות בינלאומיים (קרן המטבע, הבנק העולמי, בית הדין בהאג...).

ב. הקשר בין אזרחות ללאומיות אינו חד משמעי כבעבר לאור גלי ההגירה, האזרחויות הכפולות וכדומה.

ג. ההשפעה של תאגידים בינלאומיים על כלכלות מקומיות.

ד. המרחב הציבורי התקשורתי-לאומי נמצא בתהליך שינוי למדיה גלובלית ורשתות חברתיות.

ה. המרחב הציבורי של הברמאס הניח את קיומה של לשון אחת כבסיס לדיון משותף כיום ישנה במדינות רבות מציאות רב לשונית.

ו. המרחב הציבורי מבוסס על תרבות מדומיינת המשותפת לקהילת הלאום. כיום תעשיית התרבות האמריקנית מעצבת מרחב תרבותי גלובלי משותף.