

# תרבות מקומית וריבוי ערוצים – היילכו שניהם יחדיו ?

ירון כץ

של מסרים חינוכיים שייצגו רמה גבוהה של תרבות, תוך קביעת השילוב הנכון בין מידע ובידור, חויבו ארגוני השידור הציבורי לשרר תוכניות בנושאי תרבות מקומית. השידור הציבורי היה אמור להבטיח ייצוג הולם של כל קבוצות האוכלוסיה, כאשר התחייבות המדינה היתה חלק ממדיניות תרבותית של שידור איכותי שהייתה מתן ביטוי אמיתי למגוון הדעות, הטעמים, האינטרסים, המסורות, ההעדפות, האמונות ותת התרבויות המקומיות ובכלל זה ייצוג אזורים שונים, מיעוטים ודוברי שפות שונות.

עד שנות ה-80 שלטו באירופה, כמו בישראל, גופי שידור מונופוליסטיים, שהיו תחת פיקוח פוליטי של מועצות שידורים או ועד מנהל לגופי שידור. לגופי פיקוח אלה היתה שליטה מוחלטת על כל נושא השידורים לציבור, מתוקף היותם נציגי ציבור או מי שנבחרו על ידי הממשלה לייצג כהלכה את האינטרסים של כלל האוכלוסיה. הם היו אחראים לקיום הרעיון של שירות שווה לכל חלקי האוכלוסיה ולמימושו, לאספקת מיגוון שידורים תוך כדי הבטחת אי תלות בגורמים פוליטיים או מסחריים, וליישום הרעיון של אחריות ציבורית והבטחת איכות השידורים לציבור. הייצוג הפוליטי בגופי הפיקוח היה בהתאם למערך הכוחות שהתקיים בבתי המהוקקים באותה מדינה – לאור ההנחה שחלוקת ההשפעה הפוליטית מייצגת בצורה הנכונה ביותר את מגוון הקבוצות באוכלוסיה<sup>1</sup>.

מדיניות זו שלטה באופן בלעדי בישראל עד סוף שנות ה-80, והתבססה על הצורך לעודד תרבות מקומית ולמנוע השתלטות של תרבות מסחרית על שידורי הטלוויזיה לציבור. המטרות של קובעי המדיניות היו אינטגרציה בין קבוצות שונות באוכלוסיה (קבוצות גלויות וכור ההיתוך) וסיוע להתפתחות חברתית כלכלית (הקפדה על מסרים חינוכיים).<sup>2</sup>

הסיבות להקמת תקשורת ציבורית בישראל התבססו על שיקולים טכנולוגיים, פוליטיים, חברתיים ותרבותיים. הטלוויזיה היותה גורם חשוב בתהליך ההאחדה החברתי לצורך הקניית ערכים חברתיים ותרבותיים, כחלק מהמבנה הדמוגרפי ומדיניות כור ההיתוך, ששאפה לאחד את כל קבוצות האוכלוסיה לתרבות ישראלית משותפת. מדינת ישראל קטנה בשטח ובאוכלוסיה, ובמשך שנים רבות רווחה ההנחה ששידור להמונים חייב להיות משותף לכל תושבי המדינה. לכן לא ניתן היה לאפשר חופש שידור מסחרי ובכך להעביר את השליטה על שידורים לציבור לידי גורמים מסחריים. בנוסף לשיקולים חברתיים של הצורך בקיום שידורים לציבור בעלי אופי חינוכי ותרבותי השידור הציבורי התפתח גם בשל המחסור בתדרי שידור. מאחר שתדרים אלה נחשבו למשאב ציבורי מוגבל (לישראל יש שני ערוצי שידור ארציים בלבד), נדרש פיקוח פוליטי וממשלתי על אופן השימוש בהם והם

המהפכה המתרחשת כיום בתקשורת האלקטרונית בישראל כוללת שינויים מפליגים בהתפתחות אמצעי התקשורת ומעבר הדרגתי משידור ציבורי מוגבל לשידור מסחרי תחרותי ואימוץ טכנולוגיות מתקדמות. שלב מרכזי בתהליך זה התרחש בעת המעבר ממצאות טלוויזיונית של ערוץ אחד לתקשורת רב ערוצית – עם תחילת שידורי הטלוויזיה בכבלים והקמת ערוץ טלוויזיה מסחרי בתחילת שנות ה-90. המשכו של התהליך צפוי עם תחילת שידורי לוויינים ישרים והקמת ערוץ מסחרי נוסף. מהפכת התקשורת תבוא לידי מימוש עם תחילת התחרות בין טכנולוגיות דיגיטליות ומעבר למדיניות של שמיים פתוחים.

בעקבות השינויים המתרחשים בתרבות הטלוויזיה, בשל תחרות ישירה בין אמצעי השידור, גוברת הדרישה הציבורית להסרת הפיקוח על אמצעים אלה ולתוספת ערוצי רדיו וטלוויזיה, תופעה זו יוצרת תרבות טלוויזיונית חדשה, המונחת על ידי מהפכת התקשורת הרב ערוצית. התרבות הרב ערוצית הזו, שונה מהתרבות המקומית שאפיינה את התקשורת בישראל במשך שנים רבות.

בחינת השינויים במדיניות התקשורת בישראל מראה כי מדובר בתהליך מובנה של שינוי תוך התאמה למדיניות המקובלת בעולם. מהפכת התקשורת שהחלה בארצות הברית בשנות ה-70 המשיכה באירופה כעשור לאחר מכן, מאוחר יותר הדרה למדינות אחרות, ובהן ישראל, והיא הופכת כיום להיות גלובלית. עם זאת, בישראל בולטת העוצמה החזקה של השפעות מקומיות באיוון תהליכים גלובליים ואימוץ של טכנולוגיות חדשות ואמצעי תקשורת חדשים. מגמה זו מתבססת על הצורך להגן על איכות גבוהה של תוכניות מקומיות ולמנוע הצפה של תוכניות זרות באיכות נמוכה.

מאמר זה בוחן את השפעת התרבות הרב ערוצית על התפתחות הטלוויזיה בישראל. בחינה זו מתמקדת בטענה כי תרבות זו הפכה להיות חזקה יותר מיכולת הפיקוח של ממשלות, ועל כן יש צורך לתכנן מדיניות תקשורת שתתאים מצד אחד לשינויים הגלובליים והטכנולוגיים של המאה ה-21, ומצד שני תספק מנגנוני הגנה לתרבות מקומית כחלק מתהליך הקליטה של התרבות הרב ערוצית.

## מאפייני השידור הציבורי בישראל

עם תחילת שידורי הטלוויזיה בישראל, התבססה מדיניות התקשורת בארץ על מודל השידור הציבורי – ששלט באותה תקופה באירופה. מטרת השידור הציבורי היתה לשרת את טובת הציבור ולהיות עצמאי ומשוחרר מהשפעה פוליטית או מסחרית. מאחר שהמדיניות קבעה שעל המדינה להבטיח העברה

ערוצי השידור ותפקידם היה להבטיח שידור של תוכניות חינוכיות ותרבותיות בנוסף לתוכניות בידוריות או מסחריות.

### שינויים במבנה השידור הציבורי

החל משנות ה-70 מתרחש תהליך הדרגתי של שינוי במדיניות התקשורת בארצות הברית ובאירופה, וכתוצאה מכך גם במדינות אחרות, ובכללן ישראל. אמנם במשך השנים איפשרו שיפורים טכנולוגיים תוספת ערוצים חדשים, אולם היו ממשלים שביקשו לשמר את שליטת השידור הציבורי באמצעות המשך המונופול של שידורים לא מסחריים הנמצאים תחת פיקוח ציבורי בכדי להבטיח איכות גבוהה של התוכניות. המעבר לתקשורת רב ערוצית בא בעקבות השינויים באווירה הפוליטית והציבורית, הצורך של הממשלים השונים לאמץ מדיניות חדשה של שוק חופשי והרצון של הציבור לקלוט את השיפורים הטכנולוגיים ומגוון הערוצים החדשים ששיפורים טכנולוגיים אלה איפשרו.

מדיניות התקשורת האמריקנית הובילה את מהפכת התקשורת העולמית. התיקון הראשון לחוקה האמריקנית מונע פיקוח פוליטי על פעילות התקשורת או התערבות ממשלתית בתכני השידורים לציבור. מדיניות זו, המעודדת תחרות חופשית בין אמצעי תקשורת וטכנולוגיות מתקדמות, רואה את פעילות התקשורת על בסיס כלכלי בלבד, כאשר מטרת כלי התקשורת היא לספק את רצונות הציבור ובתמורה להצלחתם הם מממנים את פעילותם בעזרת פרסומת מסחרית. הפיקוח הוא מעין "שוטר תנועה", המכוון את תנועת התקשורת בכדי לאפשר לה לפעול בחופשיות, אולם לא מגביל את מספר המשתתפים ולא מונע מהם להתקדם בכיוון כלשהו כל עוד הם עושים זאת בהתאם לחוק. הפיקוח הוא לפיכך רק לגבי שימוש חוקי בתדרי השידור, אולם אינו מתערב בזהות הבעלים ובתכני השידור. שיטת פיקוח זו, המכונה השיטה החופשית, מאפשרת התפתחות טכנולוגית של ריבוי ערוצים והשתלטות התרבות הרב ערוצית על שידורי הטלוויזיה. מדיניות השמיים הפתוחים שהונהגה בארצות הברית החל משנת 1972, שיטה זו, התבססה על שיפורים טכנולוגיים והסרת הפיקוח הפוליטי. היא פתחה פתח גם לשימוש בלוויינים להפצת שידורי טלוויזיה ויצרה שוק תחרותי שנשלט על ידי גורמים כלכליים.<sup>11</sup>

תקשורת מסחרית רב ערוצית אומצה גם באירופה במהלך שנות ה-80, לאחר ששינויים במדיניות התקשורת היו בלתי נמנעים. בעקבות ירידת הלגיטימציה של השידור הציבורי, זועזעה מדיניות השידורים קשות ומעגל השידור הציבורי נפרץ. שינויים בהסדרים מבניים באו לידי ביטוי במעבר לבעלות פרטית על אמצעי שידור, מבחר רב יותר של ערוצים ותוכניות, ביטול הפיקוח על תוכניות ומתן אישור לפרסומת מסחרית בערוצי השידור הציבוריים. הגידול במספר הערוצים והאפשרות למגוון רב יותר של תוכניות טלוויזיה, גרם לאימוץ שינויים טכנולוגיים – מתן אישור להוספת אמצעי תקשורת חדשים של טלוויזיה בכבלים, שידורי לוויינים וערוצי טלוויזיה פרטיים ומסחריים. תהליך זה יצר שינויים בתרבות הטלוויזיה ובמדיניות התקשורת הציבורית. השינוי המרכזי היה ירידה במספר הצופים בערוצי השידור הציבוריים בעקבות כניסת הערוצים המסחריים, ירידה שהכריחה מצידה את הערוצים הציבוריים לשנות את אופי תוכניותיהם כדי שיוכלו

הוגדרו כנכסים לאומיים השייכים למדינה וכמשאבים לאומיים. בשל ההשפעה הרבה של הטלוויזיה היה צורך בפיקוח פוליטי לצורך קיום שידורים בעלי אופי חינוכי ותרבותי, ולא ניתן היה להשאיר את המשימה של העברת המידע לציבור לידיים פרטיות ולשידור בעל אופי מסחרי ומטרות שאינן מתיישבות עם טובת הציבור.<sup>3</sup>

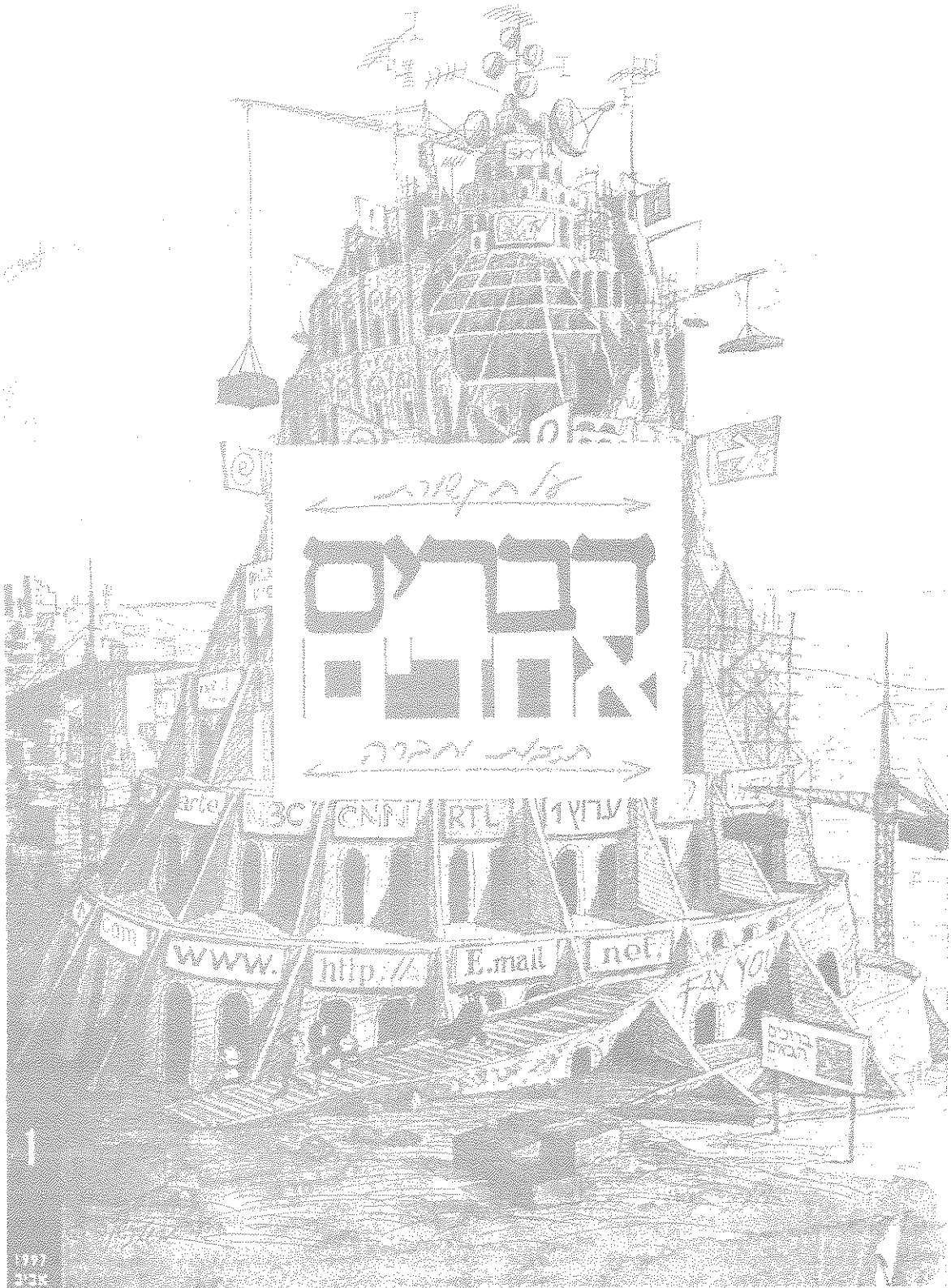
מבנה זה מתקיים עדיין בחלקו גם כיום, מאחר שערוצי השידור השונים, ממלכתיים ומסחריים, אמורים להיות תחת פיקוח ציבורי.<sup>4</sup> על פי התפישה המסורתית של אירגוני השידור הציבוריים ממלכתיים המאפינת את תרבות הטלוויזיה בישראל, חובת המדיה היא לספק מגוון רחב של שידורים בתחומי החינוך, הבידור והאינפורמציה באיכות גבוהה. על פי גישה זו מהווה הטלוויזיה בשידוריה גם מעין פורום לאומי לחילופי דעות וביקורת ומוטלת עליה החובה לקיים את זכות הציבור לדעת במובנה הרחב – ולא להתמקד רק בשיקולים מסחריים או באחוזי צפייה.<sup>5</sup>

חוק רשות השידור, המבוסס על מודל השידור הציבורי, מצביע על אמונת המתוקנים בכוחה של התקשורת, כמו גם באפשרות לפשר בין "לכידות הברתית" ו"רב תרבותיות". על פי החוק, התקשורת הציבורית אמורה "לשקף את חיי המדינה, מאבקה והישגיה", לטפח אזרחות טובה, לחזק את הקשרים עם המורשת היהודית, לשקף את התרבויות של כל "שבטי הלאום" מהארצות השונות, להרחיב את הידע, לשקף את חייהם של יהודי הגולה, לקדם את התרבות הישראלית והעברית, לשדר בערבית כדי לשרת את האוכלוסייה הדוברת ערבית וכדי לקדם את השלום עם המדינות השכנות, לשדר ליהודים בחו"ל, לספק זירה לדעות ולנקודות המבט השונות בציבור, ולשדר מידע אמין.<sup>6</sup>

גם בהקמת אמצעי תקשורת נוספים הקפידה מדיניות התקשורת בישראל על שימור התרבות המקומית בדרך של שידור מסחרי בפיקוח ציבורי. עקרון "איכות התוכניות" הנחה את מקבלי ההחלטות גם בתכנון מפת התקשורת החדשה, כחלק מתהליך יצירת תרבות תקשורת רב ערוצית ואימוץ טכנולוגיות חדשות. הנוסחה של ITV (ערוץ 3 הבריטי) אומצה בחוק הערוץ השני: הערוץ מופעל על ידי חברות פרטיות ומעליהן פועלת רשות ציבורית מפקחת.<sup>7</sup> הגדרת תפקידיה של הרשות השנייה הועתקה כמעט בשלמות מהחוק רשות השידור, תוך הקפדה מרבית על מכסות בעניין הפקה מקורית.<sup>8</sup>

הטלוויזיה בכבלים הוקמה לפי הדגם האירופי שהיה בשנות ה-80, ששילב מסחריות ופיקוח ציבורי, תוך ביסוס מעמדה של הטכנולוגיה החדשה כמכשיר להרחבת מגוון השידורים. עיקרו של תהליך זה היה שינוי המדיניות מעקרונות של שידור בפיקוח ובמימון ציבורי למודל המשלב פיקוח ציבורי עם ערכים של תחרות ושל בעלות פרטית על אמצעי השידור.<sup>9</sup> תפקידי המועצה הציבורית המפקחת על שידורי הכבלים, כפי שנקבעו בחוק, הם קביעת מדיניות לגבי השידורים, נושאייהם, תוכנם, רמתם, היקפם ומועדיהם, קיום שידורים קהילתיים, עידוד הפקות מקוריות ופיקוח על ביצוע השידורים.<sup>10</sup>

התוצאה היא, כי תרבות הטלוויזיה שהתגבשה בכל אמצעי התקשורת בישראל התבססה על מדיניות של אפליה לטובה בכיוון תוכניות תרבותיות ומידע. מדיניות זו יושמה בעזרת גופים מפקחים, שנחשבו כפתרון היעיל ביותר להשגת מטרות אלה. גופי הפיקוח שלטו על התפקוד והתקציב של



"מגדל בבל" – מישל קישקה על פי ברויגל (איור לעטיפת "דברים אחדים" – מכון ון ליר בירושלים)

שיפורים טכנולוגיים (בתקשורת רב ערוצית אין הגבלה במספר הערוצים) ותהליכי דהירגולציה – ביטול תקנות. האימוץ של מדיניות תקשורת חדשה שיקף את שינוי התפקיד של הטלוויזיה ומעבר ההשפעה מתקשורת ציבורית למסחרית ולהפרטה של הפעילות התקשורתית. השינויים בחוקי התקשורת הוכיחו כי בעקבות שיפורים טכנולוגיים ותמורות חברתיות אומץ הרעיון של שליטת השוק החופשי כתהליף לתקשורת ציבורית בפיקוח ציבורי. עם זאת, תהליך השינוי שמתרחש בישראל הוא הדרגתי, ובולט בכך שהמעבר לשליטה של כלכלת שוק מאוזן על ידי המשך הפיקוח הציבורי, כאשר הסמכות המונופוליסטית של שידור ציבורי נשמרה ופחתה מידת הפיקוח על אמצעי השידור והערוצים המסחריים והפרטיים החדשים שקמו.

### השתלטות התרבות הרב ערוצית

בעקבות השינויים שהתרחשו בישראל, במקביל למדינות אחרות, ניתן לומר כי מהפכת התקשורת הפכה להיות גלובלית, כחלק מתהליך כלל עולמי של מעבר משידור ציבורי למסחרי ומתחרות מוגבלת בין אמצעי תקשורת מקומיים לתחרות בין טכנולוגיות שונות ברמה הגלובלית. שינויים אלה מתרחשים בכל מדינות העולם, אם כי בקצב שונה בכל מדינה. ההתפתחות המשותפת למדינות רבות יוצרת תהליך גלובלי של תקשורת רב ערוצית ותחרות מסחרית שאינה מכירה בגבולות גאוגרפיים, פוליטיים או חברתיים. תרבות הטלוויזיה החדשה מונהגת על ידי כוחות כלכליים גלובליים שמשנים התנהגות צרכנית ויוצרים שווקים אחידים של מוצרי צריכה ודרכי התנהגות. ההשפעה הגלובלית של ריבוי ערוצים מאיימת על התרבות המקומית בכל מדינה, ובכלל זה בישראל, ויוצרת תרבות רב ערוצית חדשה. תרבות רב ערוצית מוגדרת כשליטה של תקשורת גלובלית ואמצעי תקשורת חדשים על תוכניות הטלוויזיה, תוך יצירת דעת קהל עולמית והדגשת דפוסי התנהגות המשותפים לחברות ותרבויות שונות. ההשפעה המסחרית של תרבות רב ערוצית היא בכך שערוצי שידור חדשים נוקטים לתוכניות טלוויזיה כדי למלא את מסגרות השידור, אולם תוכניות אלה מייצגות תרבות גלובלית שמערערת את הלגיטימיות של תרבות מקומית. כתוצאה מכך, חברות המידע והתקשורת משפיעות דרך תוכניות הטלוויזיה, כיוון שהן שולטות על אמצעי ההפקה והשידור ויוצרות אימפריות תקשורת עולמיות.<sup>17</sup>

תוכניות טלוויזיה אמריקניות שולטות בטלוויזיה העולמית, מאחר שיש להן יתרון שוק בולט על פני תוכניות בשפות אחרות: השוק האמריקני הנרחב מכסה את עלויות ההפקה של תוכניות וסדרות, לרבות יקרות, ומאפשר למכור תוכניות למדינות אחרות בנחות ממחיר העלות. ההשפעה הגלובלית מתקיימת לאחר ששינויים תרבותיים התקיימו גם באירופה ויצרו יבשת בעלת איחוד תרבותי. תפקיד התקשורת ביצירת איחוד זה הוא בכך שהיא פונה לקהלים שונים ללא הבדלים תרבותיים או שוני בתוכניות הטלוויזיה. ההבדל היחיד הוא שתוכניות אלו מתורגמות או מדובבות לשפות שונות.

התפתחות התקשורת הרב ערוצית והשפעה מהחלטות פוליטיות בארצות הברית ובאירופה, שאיפשרו מדיניות של שמיים פתוחים, ומהתפתחות טכנולוגית. מרחב הכיסוי של הלוויינים אינו מאפשר לצמצם את השידור לשטח מוגדר, וזה מביא להדירה של השפעות זרות דרך הטלוויזיה גם למדינות שמבקשות להגן על תרבותן המקומית.

להתחרות בערוצים החדשים ולשלב פרסומת מסחרית עקב הסכנה של הקטנת המימון הציבורי. בעקבות הגידול הרב במספר הערוצים המסחריים קשה היה להצדיק את המשך מימון הערוצים הציבוריים שקהל הצופים שלהם הלך וקטן, ונוצר ההכרח בפרסומת מסחרית למימוןם, לאחר שאיבדו במידה רבה את צביונם ואופיים והחלו להיות מושפעים מקבוצות כוח כלכליות ובהם מפרסמים ותעשיית הפרסום.<sup>12</sup>

מגמת השינוי הזה הגיעה לישראל בשנות ה-90, עם פריצת המונופול של השידור הציבורי והמעבר לבעלות פרטית על אמצעי תקשורת והאימוץ של מסחריות ומגוון ערוצים. בעקבות השינויים במדיניות התקשורת בישראל, ניתן לראות מגמה ברורה של מעבר משידור ציבורי לשידור מסחרי וממדיניות של פיקוח ציבורי נרחב למדיניות המבוססת על תחרות ושוק חופשי וממוסחר. כמו באירופה, גם בישראל התערער מודל השידור הציבורי שאפיין את התקשורת במשך שנים רבות. לאחר 25 שנות טלוויזיה מונופוליסטית עברה ישראל למערכת רב ערוצית, עם רשות שנייה לטלוויזיה ורדיו, זכיינים פרטיים, תחנות רדיו אזוריות, שידורי כבלים ושידורי לוויינים. ישראל פועלת למעשה השיטה המשולבת, בה מתקיימים, זה בצד זה, שידורים פרטיים הממומנים מפרסומת מסחרית, ושידורים ממלכתיים במימון ציבורי.<sup>13</sup> בהתאם למבנה זה, רשות השידור היא גוף שידור ממלכתי-ציבורי והרשות השנייה היא גוף ציבורי המפקח על שידורים מסחריים.<sup>14</sup>

עם כניסתם של הערוץ השני, שידורי הכבלים ותחנות הרדיו האזוריות, נקלע השידור הציבורי למצוקה הולכת וגוברת. כניסת הערוץ השני זעזעה קשות את הטלוויזיה הישראלית. חלק ניכר מטובי אנשיה עזבו אותה לטובת השידור המסחרי, אך מכאיבה יותר היא העובדה שהציבור נטש אותה, עובדה המתבטאת בירידה דראסטית בצפייה.<sup>15</sup> כך נוצר מצב שבו לכאורה, מתקיימת תחרות בין ערוץ 1 וערוץ 2, אולם בפועל תחרות זו אינה קיימת כלל, כתוצאה מהמונופוליות של ערוץ 2 על פרסומות בטלוויזיה והלגיטימיות של ערוץ זה כמוביל באחוזי הצפייה מבין ערוצי הטלוויזיה בישראל.<sup>16</sup>

התפתחות זו שיקפה את שני תהליכי השינוי המרכזיים שחלו במדיניות התקשורת בישראל: מעבר מתקשורת ציבורית המתבצעת על ידי אמצעי שידור מסורתיים לתקשורת מסחרית שבה מתקיימת תחרות חופשית בין אמצעי שידור מסורתיים וחדשים, ומעבר ממדיניות בעלת השפעה מקומית של פיקוח ציבורי והגבלות ממשלתיות למדיניות רב ערוצית המשותפת למדינות רבות והנשלטת על ידי ארגונים בין לאומיים, חברות מסחריות ואמצעים טכנולוגיים מתקדמים.

שינוי מדיניות התקשורת בישראל היה תוצאה של תהליכים גלובליים ומקומיים. הגלובליזציה (המעבר לסביבה תקשורתית על לאומית) איפשרה את ההתפתחות הטכנולוגית של שידורי לוויינים חוצי גבולות ועודדה מדיניות תקשורת בעלת מאפיינים משותפים למדינות שונות. כך נוצרו שינויים במדיניות כוח ההיתוך שאפינה את ישראל לטובת פלורליזם, מגוון ערוצים ושידורים בהתאם להעדפות הציבור, ובכלל זה שינוי בהתייחסות לקהלי התקשורת, בראייה הכלכלית ובמטרות הלאומיות של התקשורת. גורמים נוספים שהשפיעו על שינוי במדיניות השידור הציבורי היו

בהתאם לכך מתכנן משרד התקשורת להרחיב את שוק הפרסום על ידי הוספת ערוץ ארצי וששה ערוצים ייעודיים שיועברו דרך שידורי הכבלים והלוויינים – שימומנו כולם מפרסומת מסחרית. מדיניות זו זוכה לתמיכה פוליטית של ממשלות ישראל בעבר ובהווה. שר התקשורת, בנימין בן אליעזר, טוען כי הבלעדיות של חברות ערוץ 2 על פרסומת בטלוויזיה אינה נכונה: "ערוץ 2 הוא ערוץ טוב, אבל הוא לא עונה לכל צרכי השוק. מדוע שלא יהיה ערוץ אזורי, שהירקן או הספר יוכלו לפרסם גם בטלוויזיה?"<sup>23</sup> גם שרת התקשורת הקודמת, לימור לבנת, תמכה בגישה שיש להרחיב את שוק הפרסום בטלוויזיה. היא טענה, כי התקשורת בישראל נמצאת אמנם במעבר משוק מונופוליסטי לשוק תחרותי, אולם בין ערוץ 1 לערוץ 2 אין תחרות, מאחר שלערוץ 2 יש מונופול בתחום הפרסומות, לכבלים מונופול של כל זכייני באזור, ומגוון השידורים לציבור הישראלי מוגבל עד מאוד.<sup>24</sup>

התרבות הרב ערוצית החדשה עתידה לשנות את תפקיד הטלוויזיה ואת מגוון התוכניות המשודרות ואופיין. לדברי יו"ר המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין, התחרות העתידית בשוק הטלוויזיה הרב ערוצית תגדיל את ההיצע ותשפר את השירות שיקבלו הצרכנים: "באמצעות הטכנולוגיה החדשה הצופים יוכלו לבחור את הערוצים והתוכניות הספציפיים שיירצו לראות, בשעות השידור שנוחות להם. באמצעות ערוצי התשלום תהיה לצופים נגישות לסרטי קולנוע חדשים יותר ויותר ערוצי נישא בתחומי התעניינות שונים. בעתיד עשויים להתפתח ערוצים שיקימו מפיקים עצמאיים – שיוכלו להימכר לגופים מסחריים או למערכות הכבלים ושירותי הלוויינים."<sup>25</sup>

### אימפריאליזם תקשורתי

השתלטות התרבות הרב ערוצית על שידורי הטלוויזיה בעולם מעוררת התנגדויות ומחייבת יצירת מנגנוני הגנה על תרבויות מקומיות. מדינות מתפתחות טוענות שלתרבות החדשה יש השפעה על ערכים מקומיים ותרבותיים ואיום של יצירת "אימפריאליזם תקשורתי" המתקיים כשמצרי תרבות זרה (ובהם תוכניות טלוויזיה) הם בהישג יד של צרכני תרבויות מקומיות או כשמדינות חזקות כופות מוצרים אלה על אחרות בכדי להחלישן. פעילות זו נעשית בעזרת מערכת תקשורת חזקה. הטענה היא שאימפריאליזם תקשורתי הוא דרך של מדינות חזקות ושל תקשורת חזקה להשפיע על תרבותן של מדינות מתפתחות.<sup>26</sup>

טענות דומות נשמעות בישראל, במטרה להגן על התרבות המקומית מפני השתלטות התרבות הרב ערוצית. המשמעות של כניסת שידורי הלוויינים והתחרות הצפויה מול חברות הכבלים היא תוספת משמעותית של ערוצי שידור, שיכללו ברובם תכנים זרים וישנו באופן מהותי את היחס בין תרבות מקומית לתרבות זרה. תהליך זה מעורר התנגדות רבה, שכן מגוון ערוצים יגרום להצפה בתוכניות ירודות-איכות והשש לעמעום הייחוד של חיים ישראליים.<sup>27</sup>

הצורך בהגנה על התרבות המקומית מחייב לשמור על רמה איכותית של הפקה מקומית מול הרמה הנמוכה, במקרים לא מעטים של תרבות רב ערוצית הפונה למכנה המשותף הנמוך ביותר של אוכלוסייה גלובלית. ההתנגדות להפרטה של כל ערוצי התקשורת מבוססת על כך שהשידור במימון מסחרי

מדיניות השמיים הפתוחים שאומצה לראשונה בארצות הברית בתחילת שנות ה-70, ואחר כך, בשנת 1989 גם על ידי הקהילה האירופית ובקראת "טלוויזיה ללא גבולות" (Television Without Frontiers), מחייבת את כל מדינות הקהילה. היא מפחיתה במידה רבה ואף מבטלת את ההשפעה המקומית של הממשלות באירופה ויוצרת לעומת זאת שוק משותף של תקשורת חוצה גבולות בין כל מדינות האיחוד.

מדיניות זו מאפשרת מעבר חופשי של שידור מכל סוג שהוא (באוויר, בכבלים או באמצעות לוויין) בין כל מדינות הקהילה האירופית. שום מדינה מקרב מדינות האיחוד לא יכולה למנוע שידור כלשהו שנקלט בתחומה במידה וערוץ זה קיבל אישור חוקי לפעול באחת ממדינות האיחוד. המשמעות של מדיניות זו היא שמיים פתוחים ושוק חופשי של שידורי טלוויזיה. בשנת 1993 אף סוכמה דרך התשלום של זכויות יוצרים של שידורי טלוויזיה חוצי גבולות, כאשר החוקים הקובעים לגבי כל ערוץ הם במדינה בה הוא קיבל רישון שידור. למדיניות הרב ערוצית החדשה יש השפעה גלובלית. השילוב של שוק חופשי חוצה גבולות שכולל את אירופה וארצות הברית יוצר מדיניות תקשורת גלובלית שבה תפקיד הממשלות אינו לפקח על שירותי התקשורת כבעבר, אלא להבטיח שוק חופשי ותחרות חופשית בין טכנולוגיות שונות. לתהליך זה השפעה רבה גם על ישראל, שבה מתקיים בשנים האחרונות תהליך הפרטת התקשורת.

תהליך הפרטת התקשורת מוגדר ככל הצורות של מדיניות ציבורית שמטרתה להרחיב את שוק התקשורת ולאפשר ליזמים הפועלים בשוק זה חופש פעולה גרוב.<sup>18</sup> החל מתחילת שנות ה-90 עברה מערכת השידור בישראל הפרטה חלקית. ערוץ 2, תחנות הרדיו האזוריות והטלוויזיה בכבלים מופעלים כולם על ידי זכיינים פרטיים ולא על ידי הממשלה.<sup>19</sup> מפת התקשורת שונה כיום לחלוטין מזאת שהיתה כאשר הוקמה רשות השידור ופעלה כגוף מונופוליסטי. הערוץ השני פועל על בסיס הכנסות מפרסומות, ומספק חדשות ותוכניות ישראליות וקניות שפונות לכלל האוכלוסייה. ערוצי הכבלים נכנסו בקצב מהיר, והם מספקים ערוצים רבים ומאות שעות שידור בשפות שונות.<sup>20</sup> בדומה לתהליך שהתרחש באירופה, גם בישראל תרמו החידושים הטכנולוגיים להרפיית הפיקוח הפוליטי על אמצעי השידור, שהתרבו והתגונו.<sup>21</sup>

הפרטת התקשורת צפויה להתעצם בשנים הקרובות בישראל, כחלק ממדיניות ממשלתית של אימוץ טכנולוגיות חדשות ותחרות מסחרית ורב ערוצית, ובעקבות כך צפוי להחריף הוויכוח הציבורי על מידת השפעתה של תרבות רב ערוצית והיחס בין ריבוי ערוצים ותרבות מקומית. דו"ח ועדת פלד, שהוקמה בשנת 1996 על ידי הממשלה להכנת הצעה להרחבת מערך שידורי הטלוויזיה והרדיו לציבור וארגונו מחדש, המליץ לאמץ מדיניות חדשה שתתור בהתמדה ליצירת שוק חופשי של תקשורת אלקטרונית, אשר תושתת על העקרונות של "שמיים פתוחים" לכל. כן המליצה הוועדה על מתן רישונות לשידורי לוויין ישירים לבית הצרכן (טלוויזיה מלוויינים), הקמת ערוץ מסחרי נוסף (ערוץ 3) והקמת חמישה ערוצים ייעודיים – בשפה הערבית, לדוברי רוסית ואמהרית, למורשת ישראל, ערוץ של מוסיקה ישראלית, וחדשות ומידע (ועדת הכלכלה של הכנסת אישרה הקמת ערוץ חדשות נוסף).<sup>22</sup>

# 2 יום ג', טו' בתשרי תשמ"ו - 1.10.85

## הממשלה אישר את הקמתו של ערון שני

שידוריו ימוננו מפרסומת והמדינה לא תשקיע  
פרטה \* יוקמו גם תחנות טלוויזיה בכבלים  
ותחנות רדיו מקומיות \* רשות השידור:  
מקווים שהערון החדש לא יהיה על-חשבון  
הטלוויזיה הממלכתית

באת יעל פרימלמן ורפאל כץ  
הממשלה אישרה שלוש ברוב קול  
לוח את הקמתו ועל ערוץ טלוויזיה  
שני ומסחרי בישראל.

הצעת החוק שהגיש שר התקשורת  
אנון רבינשטיין התנגד רק השר יוסף  
טפירא, שחבב שהחכות לערוץ השני תי-  
נתן לטלוויזיה הליברלית. הצעת החוק  
שאשרה בממשלה והועברה לוועדת ש-  
רים לענייני חקיקה, כוללת גם הקמת  
טלוויזיה בכבלים, תחנות רדיו מקומיות  
וכן טלוויזיה למגויים.

לפי המכתובת המוגשת  
עלתו של הקמתו והפי-  
תקום הנחלה צי-  
רדיו חברים. ח-  
גי משרד ממי-  
טים, כמו מרכז  
ש להשכלה ג-  
גדלת העתונ-

גם תקבע אלו סוגי תוכניות ישידור  
אוח יום. חברה שתוצג לקבל זכויות  
אוח חים תתחייב לשדר תוכניות אלו  
מוצעת הרשות גם תקבע מה יהיו ש-  
עות השידור של הערוץ השני. ככל ש-  
נראה יתחילו השידורים בערוץ זה ב-  
אחה"צ יוסיימו בחצות. בערוץ השני  
תקם חברה להפקת חדשות שהכנתה ה-  
כללי שלה יאשר על ידי הרשות, וה-  
מימן להפעלתה יבוא מבעלי הזכויות  
השניים לפי חלקם היחסי בעונת הכפי-  
פות של חברת החדשות תהיה הכפי-  
הרשות, כך שלא יהיו כל שיקולים לכופצת  
קיים בהפקת החדשות.  
צויין כי הערוץ השני ימומן כולו מ-  
שידורי פרסומת מסחרית שיובאו ביו ה-  
הפעלתו והקמתו של ערוץ זה.  
בתנובה על ההחלטה להקים ערוץ שלי-

דיעה ב"מעריב" מ-1 באוקטובר 1985 על הקמת  
הערוץ השני. עד פתיחתו חלפו שמונה שנים



בית הערוץ הראשון, ברוממה שבירושלים



מסיבת עיתונאים בטבריה, 24 במאי 1993: השר  
משה שחל, יו"ר הרשות השנייה יוסי פלד  
והמנכ"ל נחמן שי מגלים מי החברות שזכו במכרז  
בערוץ השני





סדרה אמריקנית מצליחה במיוחד - "סיינפלד". האם אפשר להגיע לרמה כזו בארץ?

אינו יכול לספק לאזרחים סוגי תוכניות, שלמרות היותם לא רווחיים, הם היוניים לתהליך הדמוקרטי ולאינטרסים של הפרט ושל הציבור. הסכנות במסחריות התקשורת הן בכך שטלוויזיה מסחרית מעודדת את ביקוש הציבור לבידור על פני הביקוש למידע פוליטי, פונה למכנה המשותף הרחב ביותר של כל הציבור, ואין לה עניין במתן שירותים למיעוטים אתניים, דתיים או תרבותיים.

הטענות נגד השתלטות תרבות התקשורת הרב ערוצית והתחרות המסחרית מבוססות על החשש מפגיעה בתרבות המקומית והתמוטטותה, בהתאם לניסיון הבין לאומי, בעיקר באירופה, שמלמד שהפרטת ערוצים ציבוריים מעודדת כניסת יזמים ואינטרסים כלכליים בין לאומיים לשוק התקשורת המקומי ומשנה את טבעו. הטענה העיקרית היא, כי בעקבות ההפרטה באה בדרך כלל גלובליזציה של תכני השידורים, תוך מתן העדפה לתוכניות בידור וזלות ומיובאות, וכי תהליך זה מקבל תאוצה כאשר תחנות השידור הפרטיות מגלות שיותר זול ויותר כדאי לייבא תוכניות מבחוץ מאשר לייצר תוכניות מקומיות. הניסיונות לעצור מגמה דומה באירופה לא עלו יפה, וגם בישראל היא עלולה לפגוע קשות בתשתית הכלכלית של התרבות המקומית ולאיים על עצם קיומה וחיוניותה. זאת מאחר שללא היצע של תרבות ישראלית ותוכניות העוסקות בנושאים יסודיים לחברה ולמדינה, תישחק במשך הזמן הזהות התרבותית והחברתית של האזרחים כתברים בקולקטיבים תרבותיים ולאומיים.<sup>28</sup>

צריכה להדאיג גם אותנו, באשר המערכת והאופנות אצלנו דומות למתרחש שם. במצב של ביטול תקנות והסרת פיקוח מודגש היסוד הכלכלי ומתקיימים שני שווקים: האחד של מפרסמים, השני של צרכנים. שניהם אותבים תוכניות בידור פופולריות. ההבדל האחד הוא שהצרכנים רוצים גם תוכניות אחרות, כגון תוכניות בענייני היום ותוכניות ילדים מקוריות שאינן סרטי מיקי מאוס, ומאחר וכל ערוץ תלוי בקיומו במספר הצופים או המנויים שלו, הדבר מביא לצמצום המגוון של התוכניות שיוגשו לציבור. ההנחה שהשוק החופשי נותן באופן אוטומטי לצופים מה שהם רוצים - יכולה להביא לחיסולו של השידור הציבורי.<sup>30</sup>

לפיכך, הטענה היא כי תפקידי השידור הציבורי במבנה השידורים החדש הם במתן כמה להבעת דעות ועמדות שונות; בהפצת מידע מהימן ונטול הטיות; בסיפוק תכני שידור לכל סוגי הציבור; במתן כמה לביקורת על פעולות הממשלה ומדיניותה; במתן הזדמנות ליצירה מקורית בכל תחומי התרבות ולהוות אמצעי אמין לתקשורת בעיתות חרום.<sup>31</sup> השידור הציבורי מיועד לשרת את הציבור במגוון מידע ודעות, תוך שמירה על ציבוריות ועצמאות,<sup>32</sup> באופן שמייצג את הצורך העקרוני בכלי תקשורת ציבורי בחברה דמוקרטית. בתור מעצב תרבות, השידור הציבורי, ובכלל זה רשות השידור, למרות חסרונותיה, היה ונשאר נכס לאומי.<sup>33</sup> בהתאם למדיניות זו, ועדות ליבני וצוקרמן, שמונו על ידי הממשלה לבחון שינויים במבנה רשות השידור, המליצו על המשך קיום השידור הציבורי תוך ביצוע שינויים מבניים ובהם

עיקר החשש לפגיעה בתרבות המקומית נובע מתופעת ריבוי הערוצים. הטענה היא, כי התנפצות המונופול של הטלוויזיה הציבורית במעבר חד לתקשורת רב ערוצית של כבלים, לוויינים ושידורי ערוץ מסחרי, כפי שמתרחש בישראל, יוצר תרבות חדשה של בידור קל ותוכניות אירוח שמשילות מעצמן את היומרות לדון בסוגיות ציבוריות. בהתאם לטענה זו, תופעת ריבוי הערוצים תפתח את ישראל למאות ערוצים נוספים, ותשלים את המעבר של הטלוויזיה ממדיום שהביא למעורבות הישראלים בסדר היום הפוליטי והחברתי להנות וידאו המציעה בידור זול, כשכל אחד מהערוצים מתפשט לעצמו מספר מקסימלי של צופים.<sup>29</sup>

החשש מפני שינוי היחס בין מינון גבוה של שידור מקומי לעומת ריבוי תוכניות באיכות נמוכה יוצר את הצורך להגן על התפקיד המרכזי של השידור הציבורי בישראל, שמאפשר לו להתחרות בשידור המסחרי אך בלא לאבד את עצמאותו ותרומתו לחברה. פרופ' ארנון צוקרמן, שמונה על ידי הממשלה הקודמת לחקור את עתיד השידור הציבורי, קבע כי השאלה הבסיסית היא, האם יותר רשתות פירושו יותר ברירה, והתשובה היא פוטנציאלית כן, אבל בתנאי שתתקיימנה זו בצד זו שתי מערכות הזקות - אחת ציבורית ואחת מסחרית. הוא הסביר, כי באירופה אמצעי השידור החדשים והאופנה של הביטול הטוטלי של תקנות והסרת פיקוח על אמצעי שידור שוחקים בהדרגה מסורת של עשרות שנים של שידור ציבורי. מבחינה זו הדוגמה האירופית



שתי סדרות טלוויזיה בולטות בערוץ הציבורי: "משפט קסטנר" (למעלה) ו"קו 300"



במתכונתו המקורית. כמון כן, בהתאם להחלטת הממשלה, אמורים להתחיל שידורי הערוץ המסחרי החדש, ערוץ 3, שיתחרה בערוץ 2 וייצור לראשונה בישראל תחרות ישירה בין שני ערוצים מסחריים. במהלך תקופה זו יש לבחור שיטת זיכיון וזיכיון או זכיינים חדשים לערוץ 2, וכן להשלים את תהליכי החקיקה ובחירת הזכיינים לערוץ 3, באופן שניתן יהיה לתאם בין שני הערוצים וליצור סביבה תחרותית שתהיה לטובת הצרכן ותתאים לשינויים הצפויים בתרבות התקשורת. גם זכיונות הרדיו האזורי מסתיימים החל משנת 2003, ועד לתחילת תקופה זו יש לבצע שינויי חקיקה ולהחליט לגבי אופי שידורי הרדיו בעתיד.

שינויים נוספים צפויים במבנה השידור הציבורי (רשות השידור והטלוויזיה החינוכית), בעקבות תחילת התחרות המסחרית והרב ערוצית. שלב זה יכול לדיננים על מקומה של רשות השידור ותפקידה בחברה ויתחולל ויכוח ציבורי נוקב על הצורך של שידור ציבורי ומסורתי. הוא יתרחש בעקבות הדרישה להפריט את רשות השידור, ועתיד להסתיים בפשרה שתכלול שינויים עמוקים במבנה הרשות מתוך מטרה להתאים את פעילותה לסביבה התחרותית החדשה של התקשורת האלקטרונית בישראל.

תחרות צפויה גם בתחום הטלוויזיה הרב ערוצית (טלוויזיה בכבלים וטלוויזיה מלוויינים). תחילה יש לגבש מדיניות חדשה לגבי זכיונות הטלוויזיה בכבלים, שיסתיימו החל מאמצע שנת 2002. זכיונות אלה הוענקו בהתאם למערכת חוקים ותחלואות שהתאימו למדיניות שהיתה קיימת בעולם לפני למעלה משני עשורים, וכעת יש להתאים את מדיניות התקשורת הרב ערוצית להתפתחות המתאימה לשנות האלפיים. במהלך תקופה זו יהיה צורך לגבש מדיניות כוללת חדשה, להשלים את הדיננים לגבי אופי הזיכיון וזהות

הפרטת חלק מפעילויותיו.

השתלטות התרבות הרב ערוצית והתחרות המסחרית יוצרים חילוקי דעות גם בנושא תוספת ערוצים ומעכבים שנים רבות את הקמתו של ערוץ מסחרי מתחרה לערוץ 2. המתנגדים להרחבת הפרסום המסחרי טוענים כי שוק הפרסום הטלוויזיוני בישראל לא יוכל לתפוח מעבר לממדיו הנוכחיים במידה ויתוספו עוד ערוצים מסחריים. על פי גישה זו, המשמעות של תוספת ערוצים חדשים היא שעל עוגת הפרסום הישראלית יתחרו יותר גופים רעבים והכנסותיו של הערוץ השני יקטנו. מצב זה, למרות הבטחה של פלורליזם תקשורתי, תחרות חופשית והגדלת ההיצע, יביא להדרדרות נוספת של רמת השידורים, כאשר זכייני ערוץ 2, שלא יוכלו להרשות לעצמם הפקות יקרות, תוכניות איכות או סדרות מקומיות, יגבירו ביתר שאת את ההפקות הזולות ואת ייבוא הסדרות הזולות ותוכניות האסונות מחוץ לארץ.<sup>34</sup>

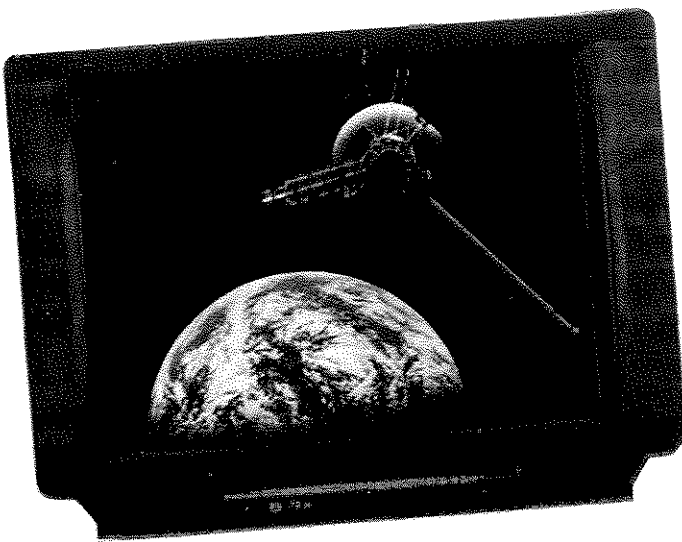
טענות דומות נשמעות על ידי זכייני ערוץ 2. עוזי פלד, מנכ"ל טלעד, אחת משלוש הזכייניות המסחריות בערוץ 2, טוען כי עוגת הפרסום של ישראל היא 750 מיליון דולר בשנה, 250 מיליון מהם בתקשורת האלקטרונית, ועם אוכלוסיה קטנה כשל ישראל אין אפשרות לפרנס ערוץ מסחרי נוסף עם הפקות מקור או ערוצים ייעודיים.<sup>35</sup> בהתאם לכך, טוענים הזכיינים, כי השתלטות התרבות הרב ערוצית תגרום לירידה במספר הצופים בערוצים הארציים (ערוץ 1 וערוץ 2) ותוספת ערוצים מסחריים תביא לירידת ההכנסות של ערוץ 2 מפרסומות. התוצאה תהיה ירידה במספר הפקות המקור והתוכניות המקומיות, שהן יקרות יותר מתוכניות זרות קבילות, שכן היכולת הכלכלית של הערוץ להשקיע בתוכניות אלה תקטן באופן משמעותי.<sup>36</sup>

### היש מקום לשילוב בין התרבויות?

התקשורת בישראל נמצאת כיום בתהליך שינוי מבני של מעבר משידור מונופוליסטי לשוק תחרותי שכולל שילוב בין שידור ציבורי ומסחרי. תהליך זה החל עם תחילת פעילותן של מערכות הטלוויזיה בכבלים המורשות, שידורי טלוויזיה מסחריים בערוץ 2 ותחנות הרדיו האזוריות, והוא יתעצם עם תוספת שידורי טלוויזיה ישירים באמצעות לוויינים ושידורי הערוץ המסחרי הנוסף. אמצעי השידור החדשים יוצרים תחרותיות בשוק הרדיו והטלוויזיה – תחנות הרדיו האזוריות מהוות תחרות לשידורי הרדיו הארציים של קול ישראל וגלי צה"ל, שידורי הלוויינים מתחרים ישירות בשידורי הטלוויזיה בכבלים, והערוץ החדש יתחרה בערוץ המסחרי הקיים. כך נוצרת בישראל תחרות רב ערוצית, שמשנה את תרבות הטלוויזיה ומעבירה את מוקד ההשפעה מתרבות מקומית למציאות של ריבוי ערוצים, שבה ההשפעה של תרבות מקומית הולכת ופוחתת.

למרות שינויים אלה, התחרות בתקשורת הרב ערוצית עדיין מוגבלת, אולם היא צפויה להתרחב במידה רבה, מאחר שבשנים הקרובות יחולו שינויים מרחיקי לכת בכל אמצעי התקשורת האלקטרוניים בישראל. שינויים אלה מחייבים דיון ציבורי וקבלת החלטות לגבי המבנה העתידי של התקשורת בישראל, בהתאם לרמה הטכנולוגית המקובלת בעולם ועם זאת תוך מציאת השילוב הנכון בין ריבוי ערוצים ותרבות מקומית.

שינויים מרכזיים צפויים במבנה השידור המסחרי. בנובמבר 2003 תסתיים תקופת הזיכיון השנייה של זכייני ערוץ 2, לאחר עשר שנים בהן פעל הערוץ



הגלובליזציה של אמצעי השידור

דיגיטלית תופעל התקשורת בישראל, כמה ערוצים יהיו בעתיד, מה יהיה מעמד השידור הציבורי בשוק תחרותי רב ערוצי ומסחרי, מה יהיו מנגנוני ההגנה לתרבות מקומית, ומי יהיו הגורמים שיקימו מיוזמים דיגיטליים (האם הערוצים הקיימים או גורמים חדשים). החלטות אלה צריכות להתקבל כחלק ממדיניות כוללת לגבי אופי השידורים הציבוריים והמסחריים.

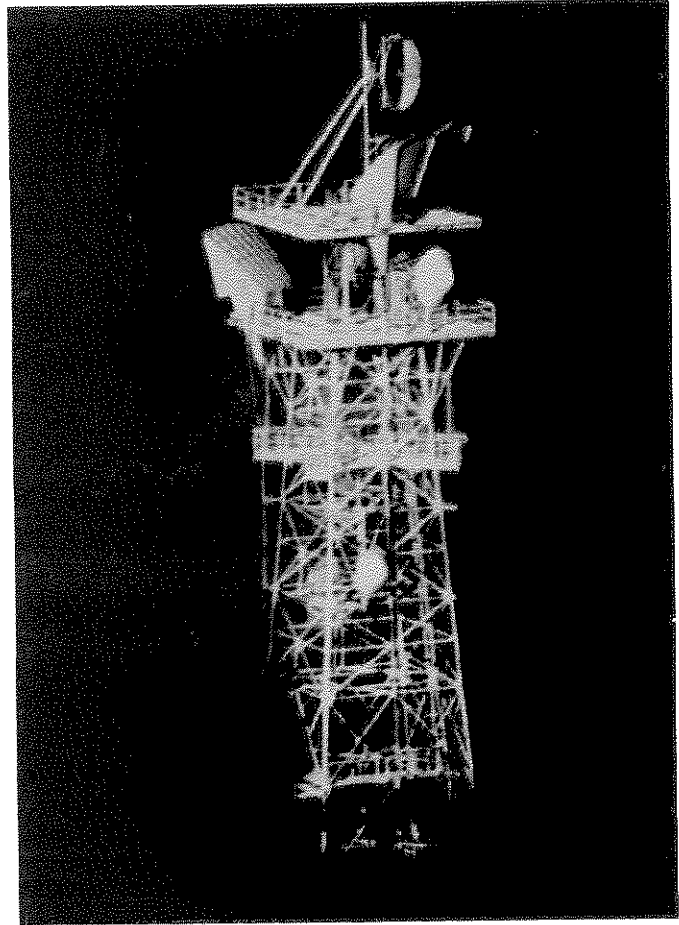
מהפכה צפויה גם בשוק הטלקומוניקציה, וזו תשפיע על שוק הטלוויזיה הרב ערוצית לאור שילוב המדיניות בין תקשורת וטלקומוניקציה שמאפיין כיום את ההתפתחות הטכנולוגית בעולם. בנוסף לשוק שיחות טלפון הפנים שנפתח לתחרות, שוקי השיחות הבין לאומיות והטלפון הסלולרי אמורים לפי החלטת הממשלה להיפתח לתחרות חופשית בשנת 2002. ההחלטות שצריכות להתקבל במסגרת מדיניות תקשורת כוללת הן לגבי תופש התחרות והן לגבי מידת הפיקוח הציבורי. נושאים אלה כוללים אספקת שידורי טלוויזיה על ידי חברות טלפונים ובמקביל אספקת שירותי טלפונים ושירותים מתקדמים אחרים על ידי חברות הכבלים והלוויינים, מידת התחרות בין הטכנולוגיות והרשתות השונות ואופן השילוב בין טכנולוגיות ושירותים לטובת הצרכנים.

המאפיין העיקרי של תחרות זו היא היכולת של כל טכנולוגיה לספק מגוון שירותים, כולל שידורי טלוויזיה, שירותי טלפונים ואינטרנט, כאשר הבהירה בסוג השירות המגיע עד הבית נעשית על ידי הצרכן בסביבה תחרותית וללא התערבות אמצעי פיקוח פוליטיים. שינויים אלה יהוו את הבסיס לשלב העתידי של מהפכת התקשורת, שיכלול שידורים דיגיטליים והתאמת מדיניות התקשורת להתפתחויות הטכנולוגיות והמסחריות המקובלות בעולם. בהתאם לכך ניתן להעריך את אופן ההתרחשות העתידי של מהפכת התקשורת בישראל, כחלק מתהליך מעבר למדיניות תקשורת ממוסחרת שבה אמצעים טכנולוגיים שונים מתחרים על אספקת כל סוגי השירותים לציבור. אמצעים אלה כוללים אמצעי שידור מסורתיים (שידורי רדיו וטלוויזיה המשודרים באוויר ונקלטים בצורה חופשית וללא תשלום), אמצעי שידור חדשים (טלוויזיה בכבלים ושידורי לוויינים הנקלטים על ידי מנויים תמורת תשלום דמי מנוי), ואמצעי תקשורת מתקדמים (שידורים דיגיטליים, שירותי טלפונים ואינטרנט).

### מהפכה תרבותית

השינויים הגלובליים והמקומיים בתקשורת מלמדים, כי מהפכת התקשורת הרב ערוצית אינה ניתנת לעצירה או לוויסות – כיוון שהיא מגיעה בעזרת טכנולוגיה מתקדמת העוקפת את רשויות הפיקוח המקומיות ויוצרת תרבות חדשה של מסחריות. תופעת ריבוי הערוצים המשודרים דרך כבלים ולוויינים יוצרת בעיות פיקוח, שכן הם הוציאו גבולות, ועוקפים את יכולת הפיקוח של ממשלות, והיא מחייבת לפיכך שילוב נכון בין תרבות רב ערוצית לתרבות מקומית. מכאן ניתן להסיק כי יש למצוא דרכים להתמודד נכון עם המהפכה התרבותית החדשה, שתוביל את מהפכת התקשורת במאה ה-21, ולא לנסות למנוע אותה.

המהפכה תרבותית זו יוצרת מציאות שבה הערכים המסורתיים של תכנים חינוכיים ותרבותיים אותם ניסו קובעי המדיניות לטפח בעזרת אמצעי התקשורת נמצאים תחת מכש התרבות המערבית הפופולרית ומאיימים לא



אנטנה ביער אירופי. השמים פתוחים לגמרי

הזכיינים בתקופת הזיכיון הבאה, וליצור תשתית תחרותית שתיתן מענה לנושאים חשובים ביותר כגון אופי התחרות, פרסומת בתקשורת רב ערוצית, הקמת ערוצים ייעודיים ומעבר לטכנולוגיה דיגיטלית.

נושא מרכזי הוא מבנה שוק התוכן, שצריך להיות מותאם לתרבות התקשורת הרב ערוצית החדשה. כיום שוק התוכן נשלט על ידי מספר מצומצם של גופי שידור שמשתמשים בגודל השוק שלהם (שליטה גם על אמצעי שידור וגם על תכני הערוצים) בכדי למנוע תחרות. מצב זה חייב להשתנות עם התהוותה של תחרות בין טכנולוגיות, מאחר ששליטה בעלית על תכני שידור פופולריים תמנע תחרות אפקטיבית ולא תאפשר התפתחות של הפקה מקומית. כחלק ממדיניות כוללת, יש צורך להפריד בין הבעלות על התשתית לבין ספקי התכנים לערוצי השידור, על מנת ליצור שוק תוכן תחרותי שיאפשר הפקה מקומית ותחרות בין הטכנולוגיות השונות שיציעו שירותים לציבור.

המבנה החדש של תחרות מסחרית ורב ערוצית מחייב לקבל החלטות לגבי מעבר לשידורים דיגיטליים, בעקבות השינויים הטכנולוגיים שמאמצות המדינות המתקדמות בעולם. המדיניות החדשה צריכה לקבוע את התנאים שיתאימו את התקשורת הישראלית לשנות האלפיים, כגון: לפי איזו שיטה

רק על מסורות של תת תרבויות אלא גם על המסורות של חברות גדולות. מגמה זו צפויה, שכן שהתכנים המועברים באמצעי התקשורת ההמוניים מנוגדים לערכי המסורת של חברות רבות, ומכך נובע חששם של אנשי המסורת בכלל חברה. תופעה זו גוברת ככל שנוספים ערוצי שידור חדשים, ומכאן ניתן להסיק כי תרבויות מסורתיות ואמצעי תקשורת חדשים לא יכולים להתקיים אלא רק במשולב.<sup>37</sup>

השילוב בין ריבוי ערוצים ותרבות מקומית יוצר מציאות שבה במקביל להתפתחות הטכנולוגית שתאפשר לישראל להגיע לרמה המקובלת בעולם יש לגבש מנגנוני הגנה על התרבות המקומית. מטרת רשויות הפיקוח בישראל צריכה להיות, לפיכך, הקמת מנגנוני הגנה מתאימים והתאמה של מדיניות התקשורת וההתפתחות הטכנולוגית לתרבות התקשורת הרב ערוצית החדשה – במקום לנסות ולמנוע את ההשתלטות של תרבות זו על החברה והטלוויזיה המקומיים.

מדיניות זו יושמה על ידי ממשלות שונות בישראל. בעת אימוץ מסקנות דו"ח ועדת צוקרמן, שמונתה על ידי הממשלה לבחון את מבנה רשות השידור, הודיע ראש הממשלה דאז בנימין נתניהו כי הוא מצדד בשימור השידור הציבורי ובמקביל הוא מהיבב ביצוע רפורמה כוללת בתחום השידורים, שעיקרה החלת עיקרון "השמיים הפתוחים" והסרת המגבלות על פעילות הסקטור הפרטי בתחום זה.<sup>38</sup> בדיון בכנסת בנושא השפעת הטלוויזיה על אלימות ילדים, ובתגובה לטענה שנשמעה נגד מסחריות הטלוויזיה וריבוי תוכניות זרות, אמר אהוד ברק, כי אין לו כוונה לפגוע בלוויין ובאינטרנט, וכי צריך להנך את בני הנוער לצריכה נכונה של אמצעי התקשורת החדשים.<sup>39</sup> הוא הסביר, כי אי אפשר להתנגד לקידמה, ויש צורך להנך להבנת ההתפתחות הטכנולוגית והתקשורת הגלובלית.<sup>40</sup>

בהתאם לעקרונות אלה, מדיניות תקשורת כוללת צריכה להוות בסיס לדיון ציבורי על עתיד התקשורת בישראל ולשמש מצד החינוך לצריכה נכונה ותועלתנית של התקשורת הגלובלית. גישה דומה צריכה לאפיין גם את התחרות הרב ערוצית והתחרות הצפויה בין טכנולוגיות, שכן כל עוד התרבות הרב ערוצית של תוכניות הטלוויזיה אינה משרתת את האינטרסים של תרבויות מקומיות, יש צורך לגבש מנגנוני הגנה לערכים ומסורות מקומיות באמצעות פיקוח ציבורי. המשמעות היא שצריך להעריך לעידן החדש של תרבות רב ערוצית – לא להאבק בו, אלא להנך לצריכה נכונה של תקשורת ולהבנה של התקשורת החדשה, כדי שניתן יהיה לשלב בין תקשורת גלובלית, ריבוי ערוצים ותרבות מקומית, תוך תכנון מדיניות כוללת שתצמיד את מדינת ישראל למאה ה-21 ולרמת ההתפתחות התקשורתית המקובלת בעולם.

\* \* \*

1. על מודל השידור הציבורי באירופה, ראו לדוגמה: McQuail, 1995.
2. גיל, 1986.
3. על הקמת הטלוויזיה בישראל והתפתחותה, ראו לדוגמה: גיל, 1986; כספי ולימור, 1992; איילון, 1994.
4. ויימן, 1998, עמוד 98.
5. צוקרמן, 1989, עמוד 69.

6. ליבס, 1998, עמודים 93-94.
7. ליבני, 1989, עמוד 58.
8. גורן, 1994, עמודים 55-52.
9. כץ, 1996, עמוד 82.
10. לבב, 1992, עמוד 75.
11. על מדיניות התקשורת בארצות הברית, ראו לדוגמה: Litman, 1993; Willis, 1994.
12. על המעבר לתקשורת רב ערוצית באירופה, ראו מספר דוגמאות: Brants and Siune, 1994; Herman, 1993; Krasnow, Longley and Terry, 1994; Dyson and Humphreys, 1989.
13. ויימן, עמוד 98.
14. עמית שכטר, טלוויזיה ציבורית ממלכתית יש רק אחת, אותות, אפריל 1995.
15. דו"ח צוקרמן, עמוד 7.
16. יעקב צאלל, "ערוץ 2 מאבד לגיטימיות", גלובס, 18.8.99, עמוד 62.
17. על מדיניות התקשורת החדשה, ראו לדוגמה: Ostergaard and Kleinstueber, 1990; Negrine and Papathanassopoulos, 1993; Cuilenburg and Slaa, 1993; Hamelink, 1993.
18. Murdock, 1990.
19. יהואל לימור, "תאוות חיסול", ידיעות אחרונות, 11.11.96, מוסף 24 שעות, עמוד 3.
20. דו"ח ליבני, עמוד 2.
21. כספי ולימור, 1992, עמוד 133.
22. יישום דו"ח הוועדה, למרות שאומץ על ידי הממשלה, נתקל בקשיים. עד כה ניתן רישיון אחד לשידורי לוויינים, החלו תהליכי חקיקה להקמת ערוצים ייעודיים והממשלה אישרה הקמת ערוץ מסחרי חדש. ההתנגדות להמשך ההפרטה ולהתממשותה של תחרות רב ערוצית איננה רק תרבותית כי אם גם מסחרית. כך למשל, המאבק העיקרי בין החברה שקיבלה רישיון לשידורי לוויינים (חברת yes שירותי לוויין) לבין חברות הכבלים הוא על שוק התוכן ועל רכישת זכויות השידור של אולפני ההפקה הגדולים בארצות הברית (איתן רוב, מנכ"ל yes שירותי לוויין, בראיון לגלובס, מוסף "כסף", 26.8.99, עמודים 30-34).
23. בראיון למעריב, 27.8.99, מוסף עסקים, עמוד 7.
24. לימור לבנת, "די לפראדה", ידיעות אחרונות, 5.11.96, מוסף 24 שעות, עמוד 3, ובנאום בכנס התקשורת בוועידת ירושלים לעסקים, 12.11.96.
25. עו"ד צבי האוור, יו"ר המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין, בראיון להארץ, מוסף גלריה, 10.1.99, עמוד 53.
26. ראו לדוגמה: Fortner, 1993; Frederich, 1999.
27. דו"ח ליבני, עמוד 2.
28. אורחי, בן שחר, ולא, 1997, עמודים 14-16.
29. ליבס, 1998, עמוד 96-95.
30. צוקרמן, 1989, עמוד 69.
31. אורחי, בן שחר ולא, 1997, עמוד 16.
32. עזריאלי, 1990, עמוד 173.
33. דן כספי, "למרות הסרונותיה", הארץ, 17.11.96, עמוד 22.
34. ויימן, 1998, עמוד 98.
35. מעריב, 17.2.99, עמוד 4.
36. טענות אלה מושמעות על ידי המנכ"לים של שלוש החברות הזכייניות המסחריות בערוץ 2 – קשת, רשת וסלעד – בכל פעם שעולה לסדר היום הצעה להרחיב את מגוון ערוצי השידור או להוסיף ערוצים מסחריים. לדוגמה, ראו ראינות שהעניקו שלושת המנכ"לים (יוחנן צנגן – רשת, עוזי פלד – סלעד, ואורי שנער – קשת) בתגובה להצעה להכפיל את סכום התמלוגים שמשלמים זכייני ערוץ 2 למדינה (הארץ, 8.9.99, מדור כלכלה).
37. Katz, 1977.
38. דברים אלה נמסרו בטקס פרסום ההודעה הרשמית על אימוץ מסקנות הוועדה, שנערך ב-25.7.98.
39. הדיון נערך ב-15.6.99.
40. בנאום הצגת ממשלתו בכנסת, 6.7.99.

## ביבליוגרפיה:

Negrine and Papathanassopoulos, *The Internationalisation of Television*, 1990 by Pinter Publishers, London.

Ostergaard and Kleinstueber, "The Technology Factor", in: Suime and Truetzschler, *Dynamics of Media Politics*, 1994 by Euromedia Research Group, pp. 57-73.

Willis, Jim, *The Age of Multimedia and Turbonews*, 1994 by Praeger, Westport, Connecticut.

אורחי, ירון; בן שחר, עמרי; ולא, רחל (עורכים), *רפורמה בשידור הציבורי*, נייר עמדה מספר 1, המכון הישראלי לדמוקרטיה, פברואר 1997.

איילון, יצחק, *תקשורת ההמונים המשודרת – והחברה, הוצאת איילון*, 1994.

גורן, דינה, השילוב בין טלוויזיה מסחרית ופיקוח ציבורי, בתוך: לאל, רחל, *עורכת, שנה אחת – ערוץ 2*, המכון הישראלי לדמוקרטיה והרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו, נובמבר 1994.

גיל, צבי, *בית היהלומים – סיפור הטלוויזיה הישראלית*, תל אביב, 1986.

ויימן, גבי, *מדורת ההבלים: על "תרבות הטלוויזיה" בישראל*, קשר 25, 1999.

וקסי-ברודט-ליאון, דו"ח הצוות הבינמשרדי לבחינת המדיניות בענף התקשורת ופתיחתו לתחרות, 1996.

כץ, ירון, התפתחות הטלוויזיה בכבלים בישראל והזיקה למערכת החברתית והפוליטית, פתוחה, אוניברסיטת בר אילן, גליון מספר 3, 1996.

לבב, עמוס, הטלוויזיה בכבלים – מהפכה תקשורתית או פגיעה בתקשורת?, ספר השנה של העיתונאים, 1992.

ליבני, יצחק, טלוויזיה מסחרית והפיקוח הציבורי, בתוך: פיתוח מערך התקשורת ושידורים לציבור – קובץ הרצאות, "יום תקשורת" שנערך ב-15 במאי 1989, משרד התקשורת, ירושלים, אוקטובר 1989.

ליבני, יצחק, דו"ח ליבני – דו"ח הוועדה לבדיקת המבנה והתפקוד של רשות השידור, 1993.

ליבס, תמר, מבנה השידור כמבנה החברה – מעיצוב תרבות למלחמת תרבות, קשר 25, 1999.

לימור, יחיאל; כספי, דן, המתווכים, תל אביב 1992.

פלד, יוסי, דו"ח פלד – דו"ח הוועדה להרחבה ולארגון מחדש של מערך השידורים לציבור בישראל, 1997.

צוקרמן, ארנון, השפעת ריבוי גיוון ערוצי השידור, בתוך: פיתוח מערך התקשורת ושידורים לציבור – קובץ הרצאות, "יום תקשורת" שנערך ב-15 במאי 1989, משרד התקשורת, ירושלים, אוקטובר 1989.

צוקרמן, ארנון, דו"ח צוקרמן – דו"ח הוועדה לבדיקת המבנה והתפקוד של רשות השידור, דצמבר 1997.

עוריאלי, יהודה, אל מול התקשורת, בתוך: דור הכיפות הסרוגות, הוצאת אביבים, 1990, עמודים 169-177.

Brants and Siune, "Public Broadcasting in a State of Flux", in: Suime and Truetzschler, *Dynamics of Media Politics*, 1994 by Euromedia Research Group, chapter 7 – pp. 101-115.

Cuilenburg and Slaa, From Media Policy Towards a National Communications Policy: Broadening the Scope, in: *European Journal of Communication*, Vol. 8, 1993, pp. 149-176.

Dyson and Humphreys, Deregulating Broadcasting: The West European Experience, in: *European Journal of Political Research* 17, 1989, pp. 137-154.

Fortner, S. Robert, *International Communication*, by Wadsworth Publishing Company, Belmont, Ca, 1993.

Frederich, H. Howard, *Global Communication and International Relations*, by Wadsworth Publishing Company, Belmont, Ca, 1993.

Hamelink, C.J., Globalism and National Sovereignty, in: Nordenstrend and Schiller (eds.), *Beyond National Sovereignty: International Communication in the 1990'S*, by Ablex Publishing Corporation, 1993.

Herman, E.S., The Externalities Effects of Commercial and Public Broadcasting, in: Nordenstrend and Schiller (eds.), *Beyond National Sovereignty: International Communication in the 1990'S*, by Ablex Publishing Corporation, 1993.

Katz, Elihu, Can Authentic Cultures Survive New Media, in: *Journal of Communication* 27 (2), 1977, pp. 113-121.

הופיע גם בעברית, ראוי: כץ, אליהוא, היוכלו תרבויות אותנטיות להתקיים בעידן של אמצעי התקשורת ההרשים?, בתוך: כספי, דן (עורך), *תקשורת המונים מקראה*, האוניברסיטה הפתוחה, 1995, עמודים 165-172.

Krasnow, Longley and Terry, The Politics of Broadcast Regulation, in: Graber, Doris. A. (eds.), *Media Power in Politics*, 1994 by Congressional Quarterly Inc., pp. 381-394.

Litman, R. Barry, "The Changing Role of the Television Network", in: Alexander, A; Owers, J; Carveth, R, *Media Economics: Theory and Practice*, 1993 by Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, New Jersey.

McQuail, Dennis, in Downing, Mohammadi, and Sreberny-Mohammadi (eds.), *Questioning the Media*, 1995 by Sage Publications, pp. 147-166.

Mosco, V., The Mythology of Telecommunications Policy, in: *Journal of Communication* 40 (1), 1990.

Murdock, Graham, "Redrawing the Map of the Communications Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatization", in: Ferguson, Marjorie (ed.), *Public Communication: The New Imperatives*, 1990 by Sage Publications, London.