

Demediocracy: על דמוקרטיה מתוקשרת ונגעיה

דן כספי

Shakespeare, in the familiar lines, divided great men into three classes: those born great, those who achieve greatness, and those who have greatness thrust upon them. It never occurred to him to mention those who hire public relations experts and press secretaries to make themselves look great.

Daniel J. Boorstin

התקשורת כשלעצמה מייצרת לחצים לתגובות מהירות, ובמקרה טוב יותר, ציפיות לתגובות, מלחיצות כשלעצמן. מטבע הדברים, שקצב האירועים שונה מתדירותו של עיתון או לוח השידורים של חדשות, ברדיו ובטלוויזיה. לעתים קרובות, אמצעי תקשורת מגלים שאין ברירה אלא להשלים עם פער הזמנים. כך, במקרה שבו האפיפיור ג'וסטו לאיטו או להבדיל, בעת אשפוזו של ראש הממשלה, אריאל שרון, צבאו הכתבים בחוסר סבלנות מסביב לוותיקן או לבית חולים "הדסה" בירושלים, בהתאם. אלא שבשני המקרים, יד הגורל והקצב הביולוגי היו על העליונה ולא נכנעו ללחצי הכתבים.

במקרים רבים אחרים, מצליחים אמצעי התקשורת לצמצם את פער הזמנים לטובתם ולרז תגובות, החלטות או מהלכים מדיניים שלמים. הסיקור החי, כיום גם בזכות עיתונים מקוונים באינטרנט בנוסף לאמצעי שידור, מייצר ציפייה להתייחסות מידית או כמעט מידית. בזכות אפשרויות הסיקור, אירועים רבים וכמוהם תהליכי קבלת החלטות מתנהלים ב"שידור חי", ואף בקצב שמכתיבים אמצעי התקשורת.

אירועים רבים מתוזמנים לנוחותם של כתבים וצלמים, ואחדים מהם אף מתרחשים באולפני השידור עצמם. לא רק המהפכה ברומניה בחודש דצמבר 1989 התרחשה בחלקה הגדול באולפן טלוויזיה (Mollison, 1998). דיונים, משא ומתן ויישוב סכסוכים מתנהלים לעתים לאור זרקורים. הציבור הרחב צופה מן הכורסה בסלון באירועים כמו במעין יציע במגרש, בו מתנהל עימות בין היריבים. על כן, מתעצבת תבנית מושגית של צפייה במשחק, לרבות ציפיות למהלכים מהירים יותר מן הרגילים. מאחר שה"משחק" מתנהל בשידור חי, וכל פרט ומהלך גלויים לצופים בבית, גם ה"שחקנים" במגרש נלחצים וממהרים להגיב, ולו רק כדי לרצות מיד את קהל הצופים והבוחרים.²

בספרות האקדמית בתחום התקשורת ידועה המחלוקת בין החוקרים ה"מינימליסטים" לבין עמיתיהם ה"מקסימליסטים" לגבי היקף השפעתם של אמצעי תקשורת. אלה טוענים שלתקשורת השפעות חלשות ואלה חולקים ומספקים ממצאים שמאשרים, גם תחושות בציבור, בדבר השפעות תקשורת חזקות על הסביבה (Ball-Rokeach, 1998). בהכירי את מגבלות המחקר ותרומתי הצנועה לדיון האקדמי בתחום זה (כספי, 1995), נטלתי זכות לנסח מספר מגמות, ושמה תזות, למחקר מקיף על השפעותיהם של אמצעי התקשורת על אורח המשטר הדמוקרטי בישראל. אכן, השיח האקדמי טרוד כבר שנים בהשלכות הנוכחות הגוברת של אמצעי התקשורת על אירועים ותהליכים בזירה הפוליטית (Corner and Pels, 2003). הדברים התנסחו בחלקם בעיצומה של מלחמה בחודשי יולי-אוגוסט של שנת 2006, אשר בשעת החיבור טרם נמצא לה שם מוסכם,¹ והדיה מן הסתם מהדהדים בהמשך.

זירוז תהליכים – Acceleration

מאחר שרבים מעמיתי ההיסטוריונים עוסקים בחופשיות בתקשורת, זוהי ההזדמנות לגמול להם כראוי ולשאול שאלה פסולה בעיניהם: מה היה קורה אילו? מה היה קורה אילו לא דיווחו מיד אמצעי התקשורת על חטיפת החיילים ב-11 ביולי 2006? מה היה קורה אילו פרסום חטיפתם של החיילים היה מתעכב בכמה שעות נוספות, אפילו ימים?

סביר להניח שגל שמועות היה מציף את הציבור, הפעם יותר מאי-פעם בזכות אתרי האינטרנט, אך בכל מקרה, אפשר שהאירועים היו מתפתחים אחרת.

כידוע, התקשורת מחצינה תהליכים ומזרזת אותם. הסיקור התקשורתי המהיר חושף תהליכים פוליטיים. ככל שאירועים מסוקרים מהר ובזמן אמת, כך הם מזמינים תגובה כמעט באותו קצב. נוכחות

משתפרות – לוווינים, סלולארים, וידאו, אינטרנט ועוד – אירועים ותהליכים מסוקרים בזמן אמת, דבר שמוסיף ללחצים וגם מצמצם את הסיכוי לשיקול נוסף. בנסיבות החדשות של סיקור תקשורת שוטף, מרבית לקבל החלטות פזיזות, "שליפות מן המותן", לעתים אף יצירות ורגשניות, שעשויות להתאים לקצב ולמידות המדיה.

כידוע, יש לתמונות השפעה רגשית יותר מאשר לדפוס. המדיום המודפס מעודד יותר חשיבה סדרתית, מתמשכת ורציונאלית. לעומתו, בכוחן של תמונות, ובכללן הצפייה במסך הקטן, לטפח חשיבה מודולארית וקליפית, ממש כמשך יחידות תוכן בין הפסקות פרסומת.

הסיקור המידי עלול ליצור (מלו) דרמה, לעתים מדומה, ולעתים להעצים את המרכיב (מלו) דרמטי של האירוע, ולו רק כדי לשרת היטב את המדיה וצרכי הרייטינג. רכיבי הדרמה – הריאליים, המנופחים או המדומים – עלולים שוב לעודד את הנטיות לקבל החלטות אמוציונאליות ובלתי-שקולות, אשר בדיעבד יזכו להבנת הציבור ואף יוסיפו לפופולאריות של המחליטים.

במידה רבה, האקלים היצרי במרחב, בישראל ובמדינות האזור, רק מוסיף לפוטנציאל הדרמטי. כך שהסיקור התקשורתי בזמן אמת, אשר מחצין ומורז תהליכים, עלול בנסיבות מסוימות להצית את מחסן הרגשות הכבויים בסכסוך המתמשך במרחב ולהוביל למהלכים בלתי רציונאליים.

סנכרון בין הקצב הפוליטי לבין הקצב התקשורתי – Synchronization

פער הזמנים בין תקשורת לבין פוליטיקה עשוי להצמצם גם בזכות שיתוף הפעולה המתהדק במישור המאקרו כמו במישור המיקרו: מאחר שאמצעי התקשורת מיטיבים למלא תפקיד חיוני של תיווך שוטף בין הפוליטיקה על שלוחותיה לבין הציבור על שדרותיו השונות, הרי שפוליטיקאים לומדים, ושוא נאלצים ללמוד, להסתגל לנוכחותם של העיתונאים, להבין את אילוציהם ואפילו לנצלם לקידום אינטרסים. בה במידה, גם אמצעי התקשורת מסתגלים לקצב הפוליטי מבלי לוותר על ניסיונות חוזרים ונשנים לסנכרון בין השניים. למעשה, שני הצדדים – פוליטיקאים ועיתונאים – מנהלים מעין משא ומתן אם וכיצד לצמצם את פער הקצבים מתוך התחשבות הדדית. לעתים, נראה שזהו משא ומתן בלתי פוסק ומתסכל. שכן, ככל שאפשרויות הסיקור משתכללות, כך גם משתנה קצב התקשורת ונעשה מהיר יותר. בשל כך, רבים ממקבלי ההחלטות נוטים להתייחס למרוץ אחרי הזמן התקשורתי כיעד בלתי ריאלי או בלתי אפשרי.

במידה רבה, סנכרון הזמנים משול למפגש מורכב וטעון בין שני הצדדים. באותה מידה, אפשר להצביע על סנכרון ציפיות או אינטרסים, אשר מן הסתם מתבקש בשל פוטנציאל הניגודים בין הצדדים.

תזמון אירועים – Timing

לעתים קרובות, מאמצי הסנכרון נושאים תוצאות בלתי צפויות. כך, גופים ואישים פוליטיים נוטים להפנים את כללי הסיקור אגב שינויים בסדר היום, תוך מתן עדיפות לנושאים המועלים בתקשורת. במקרים אחרים, אירועים מתוזמנים ומתנהלים לפי לוח הזמנים של

לא רק שפוליטיקאים רבים טורחים לשווק דימוי עממי של אוהד ענף ספורט, מבקרים במגרשי משחקים ומנהלים יחסי חיזור עם אוהדים, אלא הם גם מייבאים ממגרשי הספורט תבניות חשיבה, מושגים וציפיות, ואף מוסיפים בהם כדי לתקשר עם הציבור הרחב. לא במקרה, ראש הממשלה ושר הביטחון שחררו הצהרות רהבתניות על ניצחון ודאי עם תחילת ההפצצות בלבנון בחודש יולי 2006, מן הסתם כפי שנוהגים לפני המשחק, בכוונה לפגוע במורל היריב ולהשפיל אותו. ככל שהמציאות טפחה על פני הקברניטים במהלך מלחמת 33 הימים, נסוגו הדוברים להערכות ספורטיביות צפויות ומאוזנות, החל מ"לפחות לא הפסדנו", המשך ב"הפסדנו בכבוד" ועד "העיקר ההשתתפות במשחק!"

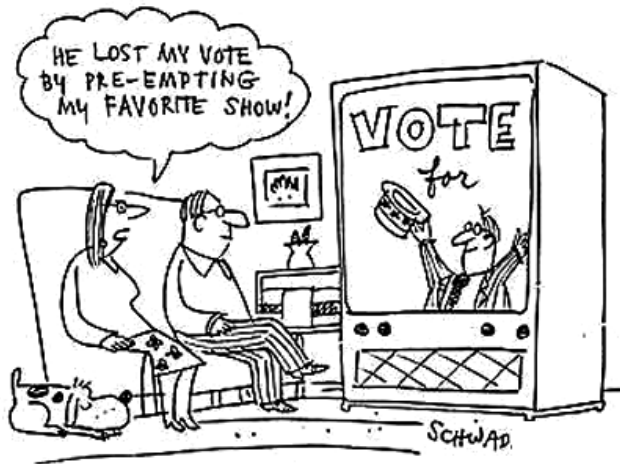
בסביבה הקשורתית לוחצת, פוליטיקאים בלתי מנוסים או רגשים מדי תהליכי הרוח בציבור עלולים להתפתות יותר מאשר עמיתיהם המנוסים לצעדים מהירים ובלתי שקולים. וכבר היה מי שאמר בהקשר זה ש"החיפזון מן השטן". נראה שאמצעי התקשורת, כמתווכים בין הציבור לבין הנבחרים, מעצימים לעתים את הלחצים כמי ש"לוחשים" בקול רם באוזני הקברניט – בוחרין ממתנינים לתגובתך! אל תתמהמה ואל תהסס. נו, תן כבר תגובה/ תן מכה!

במציאות התקשורתית הפעילה, רוב הנבחרים נוטים לתפוס את תפקידם כשליחי הציבור, delegates, ולפעול כדי לרצות רצונות, כאלה שנחשפים באמצעי תקשורת, ולעתים קרובות באמצעות סקרים תכופים. רק מעטים מבין הנבחרים מסוגלים לדבוק באוריינטציה של נאמן, trustee (Burke, 1976), ולנהוג לפי מיטב תפיסתם את אינטרס הציבור (Little, 1995). האופציה השנייה מחייבת זמן ודחיית סיפוקים מידיים של מאויים, שני תנאים שקשה לקיים בעידן של נוכחות תקשורתית וסיקור שוטף. הפער בין רצונות הציבור לבין האינטרסים שלו עלול להטביע חותם באיכות הממשל: החלטות רבות מתקבלות לא לטובת הציבור אלא כדי לספק רצונות ויצרים מידיים הבלתיים יותר בתקשורת: שכן, אמצעי התקשורת מיטיבים לדווח על הרצונות מאשר על האינטרסים בקרב הציבור, ולו רק משום שרבים מהם מתנהלים לפי שיקולי רייטינג וקברניטי התקשורת בעצמם מכוונים כדי לספק צרכים מידיים. אם פעם מקבלי החלטות שאלו – מה טוב לציבור? כיום הם שואלים – מה טוב לי בעיני הציבור?

דרמטיזציה ודה-רציונליזציה – De-rationalization

מעצם אופיים, מעניקים אמצעי תקשורת יתרון בסיקור אירועים חריגים, בכללם אירועים דרמטיים. ככל שיש באירוע מרכיבים דרמטיים, גובר הסיכוי שיזכה לסיקור. הדבר ידוע מזמן למקבלי החלטות ואישי ציבור. ומי שלא הפנימו כלל זה, יש ויועצי תקשורת נאמנים מזכירים להם. אכן, אין זה נדיר שפוליטיקאים יזמנים אירועים דרמטיים כדי לזכות בסיקור. רבים מהם מעדיפים ניסוחים בוטים, יוזמים מהלומות מילוליות בינם לבין עצמם על מנת לזכות בתשומת לב תקשורתית. לעתים, המצלמות קולטות אף את החיוכים בגמר העימות המילולי.

נוכחות העיתונאים מזרזת את התיאטרליזציה של הפוליטיקה ומקרינה בדיעבד על איכות השלטון. כאשר דיבורים נאמרים וצעדים ננקטים רק לשם כותרות וכיסוי תקשורתי, הרי ששיקולים שלא מן העניין מתגנבים להליך הפוליטי. ככל שטכנולוגיות תקשורת



בנסיבות התקשורתיות החדשות, חגורת השליט, וכמוהו כל מי שחפץ חיים בפוליטיקה, מתמלאת בשלל ממלאי תפקידים שמסוגלים להושיט לו סיוע בקבלת החלטות ובביצוען, ובעיקר במי שמיטיבים לסייע לו להציג את המעשים, ויותר את העדר המעשים, בציבור. אלה הם המומחים שמתיימרים לדעת כיצד לתקשר עם הציבור, לעצב את הלכי הרוח ואת תמיכתו בשליט, הלא הם יועצים, סוקרים, דוברים, תדמיתנים/ יח"צנים וכד'.

כאז גם כיום, הקרבה הפיזית משפיעה יותר מכל דבר אחר. כנראה, יש יחס גומלין בין תודעת השיווק הפוליטי לבין נוכחותם של היועצים התקשורתיים בסביבתו הקרובה של הפוליטיקאי: ככל שגוברת נוכחותם של היועצים, כך הם מצליחים לצרוב את התודעה הפוליטית, בין היתר באמצעות ספינים הבאים במקום קבלת החלטות ועשייה משמעותית (McNair, 2000). החפץ בתוחלת חיים בשלטון, די לו לדעת כיצד לפנות להמונים, כיצד להופיע בטלוויזיה וכיצד לטפל בכתבים, כדי לזכות באמון הציבור ותמיכתו.

קץ האחריות הציבורית – end of accountability?

המשוואה אשר תקעה יתד בתרבות הפוליטית הניבה מן הסתם שלל כינויים: פוליטיקה חדשה (Leshem, 2003), אמריקניזציה, והמשכן במדיה פוליטית, טלפוליטיקה או טלפופוליזם (Peri, 2004). בהזדמנות אחרת הגדרתי את הסגנון החדש כפוליטיקה של טיפק"ס, ראשי תיבות של טלפוליטיקה, יועצים, פרסונליזציה, קרנבלזציה וסקרים – (Caspi, 1999; Caspi & Leshem, 2006). בנסיבות המשתנות של השנים האחרונות, אפשר להוסיף ס' נוספת – טיפק"ס, עבור ספינים, כפי שנידון לעיל. המכנה המשותף לכל הכינויים הוא בהבלטת משקלם המכריע של אמצעי התקשורת בזירה הפוליטית והשפעתם על מקבלי ההחלטות (Maarek and Wolfsfeld, 2003). מעבר לכל כינוי לפרקטיקה הפוליטית המהווה בעידן התקשורת, עולות ומזדקרות שאלות אחדות: מהן השלכותיו של הסגנון הפוליטי לגבי טיב הדמוקרטיה ואיכות השלטון? מהו טיבם של יחסי הגומלין הנרקמים בין הבוחרים לבין הנבחרים בעידן התקשורת?

אמצעי התקשורת. הערכה רוחחת היא שבהיעדרם של כתבים, מהלך האירועים היה שונה לגמרי.

ואמנם, הדוגמאות לטיוען זה מצטברות מתחומים שונים. מחקרים אחדים אפילו אוששו תחושות חוזרות ונשנות שלפיהן הפגנות ומחאות מתנהלות לעתים בזכות ולמען מצלמות הטלוויזיה. לעתים, הצלמים מעורבים אפילו בבימוי האירועים ולו רק כדי להתאימם לצורכי העדשה. חוקרים אחרים אף אישרו שקבוצות טרור מיטיבות לנצל את הפלטפורמה התקשורתית ככמה עתירת תהודה למה שהם מכנים "תיאטרון הטרור" (Weimann and Winn, 1993). כנראה, שלא במקרה, אירועים משמעותיים במהלך מלחמת 33 הימים – ירי הטיל לחדרה, הפצצת חיפה וערים אחרות, נאומי נסראללה בטלוויזיה ולהבדיל התדרוך היומי של קציני צה"ל וכמוהו נאומו של ראש הממשלה, אהוד אולמרט, תוזמנו לפריים טיים בשעות הערב או בשעות אחה"צ המאוחרות. גם לפני כן, הפיגוע במלון פארק בנתניה תוזמן לליל הסדר. בכל אותם מקרים ודומים להם, בעבר ובעתיד, קבוצות הטרור מתזמנות אירועים לשידור ישיר, ולו רק כדי למנוע כל אפשרות של צנזורה ועריכה. בדרך זו, האירועים נכפים על אמצעי התקשורת, ובזכות הסיקור מתעצמת התהודה לאירועים.

להבדיל, מאז חדרו מצלמות הטלוויזיה למליאת הכנסת, הדיונים הוזזו לשעות אחה"צ והערב, עת גדל מספר הצופים. דוברים מעדיפים לתזמן לזמני שידור החדשות, ולו רק כדי לזכות לחשיפה ישירה ללא עריכה. מטעמים דומים, אירועים שונים מתוזמנים לפי צורכי הסיקור. שעת נחיתה והמראה של נשיאים וראשי ממשלה מתוזמנים לפי מהדורות חדשות וכך גם תדרוכים ומסיבות עיתונאים.

תעשיית היעוץ והשיווק הפוליטי, כדברי אחד המאמרים השכיחים והמצוטטים – עשית ולא פרסמת, לא עשית! נשענת במידה רבה על ההנחה שבכוחה של חשיפה תקשורתית להגדיר מעמד פוליטי. אין זה מקרה. בדרך כלל, מרבים למדוד חשיפה תקשורתית במושגים כמותיים, תדירות חשיפה, שורות בדפוס או דקות שידור. על סמך נתונים אלה ודומים להם, אפשר להעריך כללית, ולעתים גם שטחית, תפוקות של שיווק פוליטי, אשר משמשות לעתים להגדרת "העצמה התקשורתית" של הפוליטיקאי הבודד. לפיכך, המעמד הפוליטי עשוי להיקבע יותר בזכות מיומנויות תקשורתיות, מולדות או נרכשות (Sheafer, 2001), ופחות מכישורים, מביצועים או מהישגים אישיים. אגב כך, יש ומתעלמים מאיכות החשיפה. מי שמתפתה לגימיק תקשורתית – אמירה נוקבת, לשון בוטה ומרה, לבוש משונה וכד' – אולי "קונה" חשיפה לשעה קלה, אך ספק אם הוא עצמו ומה שהוא מייצג אינם נפרדים מנכסים יקרים – כבוד ומעמד רמים!

ספינים במקום מדיניות – Spin doctor

מאז ומתמיד, כל שליט הצטייד בחצר של מקורבים ועוזרים ובהגורה של יועצים. כמעט ואין שלטון – יהיה זה מלך, נשיא או ראש ממשלה – שאין לו חצר משלו, כשם שאין שליט אשר מסוגל לשאת את בידודו המזהרת בצמרת. הצורך להמתיק סוד לא נופל מן הצורך לקבל עצה ותמיכה, לפני החלטה או בדיעבד. ההבדל הוא בהרכבה האנושי של החגורה, מי מאייש אותה? יש המעדיפים קרבתם של אנשי רוח, סופרים ואמנים ויש המסתייעים בשירותם של אנשי ביצוע יעילים אשר מיטיבים לשמר את השלטון ותמיכת הציבור בו.

אזרחים לא מעטים עלולים להתקשות בלתגמל או להעניש את נבחריהם כראוי. שכן, כל מי שמבקש לעקוב אחרי מעללי הנבחרים, עלול להיחשף לדיווחים תקשורתיים חלקיים במקרה הטוב ובעייתיים במקרה הלא כל כך טוב. רבים מבין הדיווחים יזומים בידי פוליטיקאים ו/או עוזריהם, ספוגים דימויים ופחות מידע בדוק ומהימן. כתוצאה מכך, רבים מבין האזרחים בדמוקרטיה נוטים לבסס את הערכותיהם, בעיקר החלטות ערב בחירות, לאו דווקא בזכות מידע עובדתי כי אם על סמך תדמיות. ואמנם, אין זה מקרה שערב בחירות מנסים מטות יועצים להפריח דימויים של עוצמה וסיסמאות אשר מקרינות תקווה ושלום, בנוסח "רק שרון יביא שלום", "ברק נלחם למען ישראל", "מנהיג חזק לעם חזק" וכד'.

Demediocracy

מאז ומתמיד, האבחנה בין מייצגים לבין מיוצגים הניחה גם שכיחותם של כישורים דיפרנציאליים בכל אחד משני המחנות. מי שמתגייס ונבחר לייצג את כלל הציבור ניחן בכישורים נדירים, לפחות ביכולת להוביל רבים ולהציע להם כיוונים להתמודד עם המציאות. למה הדבר דומה? לא כל נוסע יכול לשמש מדריך תיירים ומנחה קבוצה. אלא שבעידן התקשורת, המיומנויות הנדרשות מנבחר ציבור משתנות: הללו שוב אינם נדרשים להציע כיוון ולהוביל אלא, ובעיקר, לשכנע את ההולכים בעקבותיהם שהם יודעים לעשות זאת. במילים אחרות, די להעמיד פנים של בקיאות ויכולת להוביל!

הסגנון הפוליטי החדש, הסוגד לאמצעי תקשורת, מסוגל להקרין על הסלקציה הטבעית של הנבחרים. אם אמנם הבחירה והכהונה כרוכות במיומנויות תקשורתיות, חשיפה אישית וחזוור מניפולטיבי, הרי שמועמדים רבים, טובים ומוכשרים, עלולים להירתע מלהיכנס לזירה הפוליטית וליתול על עצמם תפקידים אחראיים. החשיפה התקשורתית החיונית להיבחר עלולה להתרועע מועמדים איכותיים שאינם מוכנים או אינם כשירים להתמודד בזירה התקשורתית. במקומם, מיומנות תקשורתית עלולה למשוך אמנם מועמדים שמיטיבים להופיע לפני מיקרופונים ומצלמות, אך לוקים בכישורי מנהיגות. במילים אחרות, אפשר להעריך שהמיומנות הכפולה, פוליטית ותקשורתית, מצמצמת את מאגר הכוחות המוכשרים שמוכנים להיבחר ולמלא תפקידים ציבוריים: לא כל מי ש"בחיר" גם ראוי להיבחר, ולא כל מי שראוי להיבחר הוא אמנם גם "בחיר"!

בתחרות בין המועמדים השונים, יש ובזכות מערכת בחירות מקצוענית, ידם של הראשונים היא על העליונה. אם היכולת להיבחר הינה מבחן התוצאה, הרי שדווקא אנשים בינוניים מסוגלים להצליח יותר מעמיתיהם ברוכי הכישרון.

ואמנם לא במקרה בעשורים האחרונים, גברה תחושת המחסור האקוטי במנהיגים בעלי שיעור קומה, בארה"ב כמו במערב אירופה. הסלקציה השלילית עלולה לדרדר את הדמוקרטיה למעין Demediocracy, דמוקרטיה תקשורתית של קברניטים אפורים ובינוניים (Caspi, 1999)!

אחת מאשיות הדמוקרטיה, מניחה גילוי היענות ואחריות הנבחר כלפי מי שבחרו והפקידו בידיו את רסן השלטון (Kitschelt, 2000). אחריות הנבחר נשענת על מערכת תגמולים של שכר ועונש. הסכם הייצוג מגובה במערכת תגמולים: הווה אומר, הבוחרים מסוגלים להאריך או להפסיק את מנדט הנבחר. מובן, שלשם כך על הציבור לעקוב אחרי הביצועים שנעשים בשמו, ולשם כך עליו לקבל מידע שוטף, מאמצעי התקשורת, על מעשי השלטון.

ככל שמתבייתים יועצי התקשורת לסוגיהם בחגורת השלטון וככל שהתפיסה הבסיסית, עשית ולא פרסמת – לא עשית, תוקעת יתד במסדרונות השלטון, כך מתחדד סימן השאלה לגבי יעילותה של מערכת התגמולים והסנקציות.

שכן, הפרסום הפוליטי, מה שהיה ידוע פעם כתעמולה, אינו מצטמצם רק ערב בחירות, אלא מלווה את השליט לאורך כל הזמן, גם בין הבחירות. על כן, יש בכוחו של הפרסום הפוליטי להעניק לכל שלטון ולכל נבחר פטור מאחריות ציבורית. אפשר גם להיכשל או לצבור מחדלים, ועדיין להישאר חסין מפני סנקציות ציבוריות (Bueno de Mesquita and Siverson, 1995). שכן, מנגנון תדמיות מיומן מסוגל לצרוב את תודעת הציבור לפי צרכי הנבחר ולמגן אותו בפני סנקציות! אחת הביקורות המוזרות שהוטחו כלפי התקשורת בתום מלחמת 33 הימים הייתה בכך שהיא כשלה בצריבת התוצאות בתור כישלון בתודעה הציבורית. ניתוחים מאוחרים אף הצביעו על כך שהחלטה על המבצע הקרקעי בשתי היממות האחרונות של המלחמה נועדה כדי לצרוב את המלחמה בתודעת הציבור כהישג. באקלים יחצ"ני, מהלכים כבדי משקל והרי גורל, ולא רק במלחמה, יזומים ונערכים יותר מכול לשם צריבת התודעה הציבורית.

בדרך כלל, מנגנון כזה מסתייע בניסיון המצטבר מעולם הפרסום והצרכנות, ממנו מושאלים המושגים הבסיסיים: המועמדים משולים למוצרים והבוחרים כמוהם כצרכנים, ואלה "קונים" את השליטים לאו דווקא על-פי ההישגים אלא על פי תדמיות. לפיכך, כדי להבטיח שלטון ותוחלת פוליטית עדיף להפנות את עיקר המאמצים לעיצוב תדמיות במקום לעשייה עצמה. שכן, יותר מכול, התמיכה האלקטוראלית מושגת לאו דווקא בזכות הישגים ריאליים, אלא בזכות דימויים והישגים וירטואליים.

יתר על כן, באקלים מלודרמטי, גם החלטה יצרית, שגויה והרת אסון מתקבלת בהבנה כתגובה אנושית ונסלחת, במעין נקודת מפגש על המסך הקטן בין הטלנובלה לבין הטלפוליטיקה! על כן, המערכת הנורמטיבית של שכר להישגים ועונש על מחדלים משתבשת בעידן הטלנובלה לטובת מערכת חלופית, בה מנהיגים נתפסים כנפשות מלודרמטיות שנקלעות לנסיונות, בחלקן מעבר לשליטתם, ועל כן הם ראויים למלוא החמלה והאמפתיה.

כאשר המאבק הפוליטי בין מפלגות ומועמדים מצטמצם לתחרות בין תדמיות, משתדרג שוב מעמדם המתווך והמסורתי של אמצעי התקשורת: לא רק שהללו הופכים לאחת הזירות המרכזיות שבה מתנהל המאבק הפוליטי אלא גם למכשיר עיקרי בבניית דימויים והפצתם ברבים. שכן, במקרים רבים חורגים כתבים ועיתונאים מתפקידם המסורתי, ובמקום לדווח ולהפיץ מידע לציבור, הם מעורבים, מדעת או שלא מדעת, בעיצוב תדמיות פוליטיות.



במערכת הבחירות הכלליות של 2003 ושוב צנח כאמור בבחירות האחרונות בכ-20% ולמעלה מזה לעומת שיעורי ההצבעה במערכות הראשונות.

במקביל באותו זמן, מפת התקשורת התרחבה והתגוונה בערוצי שידור, ברדיו ובטלוויזיה, ונוספו מהדורות חדשות בטלוויזיה. נראה, שככל שאמצעי התקשורת מזרימים יותר מידע, כך יורד שיעור ההצבעה בבחירות לכנסת.

מונופול השידור של ערוץ 1 נסדק עם הנהגת שידורי טלוויזיה בכבלים בשנת 1986. גם אם זכיני הכבלים היו מנועים מלשדר חדשות ולתווך בין הציבור לבין הנהגתו, הם הכשירו מסלולי בריחה מ"מבט לחדשות" בערוץ הטלוויזיה המונופוליסטי, "מהדורת השבת", ונתנו פורקן לרחשים אסקפיסטיים קיימים בשכבות רחבות של צופים. ריבוי ערוצי הכבלים חולל שוב דה-מיסטיפיקציה, הפעם של פולחן הצפייה בחדשות, אולי לקורת רוחם של פוליטיקאים: ככל שצופים פחות בחדשות, יודעים פחות ואולי גם פחות ביקורתיים. לפי אותו היגיון, היה למסד הפוליטי עניין לפרק ולהחליש את מהדורת החדשות היחידה בטלוויזיה, ואמנם בשנת 1993 היא התחלקה לשניים, עם תחילתם של שידורי ערוץ 2, ואילו כעבור תשע שנים התפצלה לשלושה, כאשר נוספו שידורי אקטואליה גם בערוץ 10.

בשנת 2006, שיעורי הצפייה בכל שלוש מהדורות החדשות עומדים על כמחצית משיעור הצפייה ב"מבט לחדשות" בשנות המונופול באספקת מידע ויזואלי של הטלוויזיה הישראלית. ריבוי ערוצי טלוויזיה הבטיח זמנים נוספים לסיקור ולחשיפה תקשורתיים: אם בשנות השבעים, מי שלא הופיע במהדורת החדשות המרכזית בערוץ 1, כמוהו כמי שלא היה קיים, הרי שכיום יש חלופות, הן בערוצים אחרים והן באותו ערוץ. גם זכיניהם של ערוצי הטלוויזיה המסחריים, אשר בתחילה האמינו יותר בתכניות בידור, למדו להוסיף ולהרחיב בשידורי אקטואליה, אשר גם משתלמים הן מבחינה כלכלית והן מבחינה פוליטית.

לכאורה, בזכות החשיפה התקשורתית, הקברניטים נענים יותר לציבור ומשתפים אותו יותר בתהליכי ההכרעה. בפועל, המעורבות עצמה נופלת מתחושת ההשתתפות.

אין זה גם מקרה שבכל אחת מן המערכות האחרונות הפגיעה רשימה אלמונית, רשימה של מועמדים בלתי מוכרים "שאפשר לסמוך

דה-מיסטיפיקציה – Demystification

לכאורה, ככל שמרבים לדווח על המתרחש בזירה הפוליטית כך מיידעים אזרחים, משאב חיוני בדמוקרטיה. אלא שלסיקור רחב של המערכת הפוליטית יש גם צד, תוצאה בלתי צפויה, דיספונקציה: הכוונה לתהליך הידוע כדה-מיסטיפיקציה, הסרת הלוט והמסתורין (Schmitz, 1995).

ככל שאמצעי התקשורת מרבים לסקר, כך הם מתמקדים, כידוע, בחשיפתם של החריג והשלילי, ממש לפי הקריטריונים המקובלים של סלקציה עיתונאית. לכאורה, סיקור הפרלמנט, והכנסת בישראל למשל, אמור היה לשפר את יכולת המעקב של הציבור אחרי פעילות הנבחרים. אלא שסיקור סלקטיבי של זוטות מדיוני המליאה והמזנון, התמקדות המצלמות במליאה הריקה, דיווחים עסיסיים ממזנון הכנסת על רקיחת דילים, עסקאות, עלולים להבנות תמונה כללית שלילית על הפעילות הפרלמנטאית, ולהאיץ את הדה-מיסטיפיקציה של בית המחוקקים והיושבים בו. כך, מוסד שנהנה בעבר מיוקרה, כמו מתערטל מהילתו לנוכח המצלמות ותודות לכתבים השוהים בין כתליו.

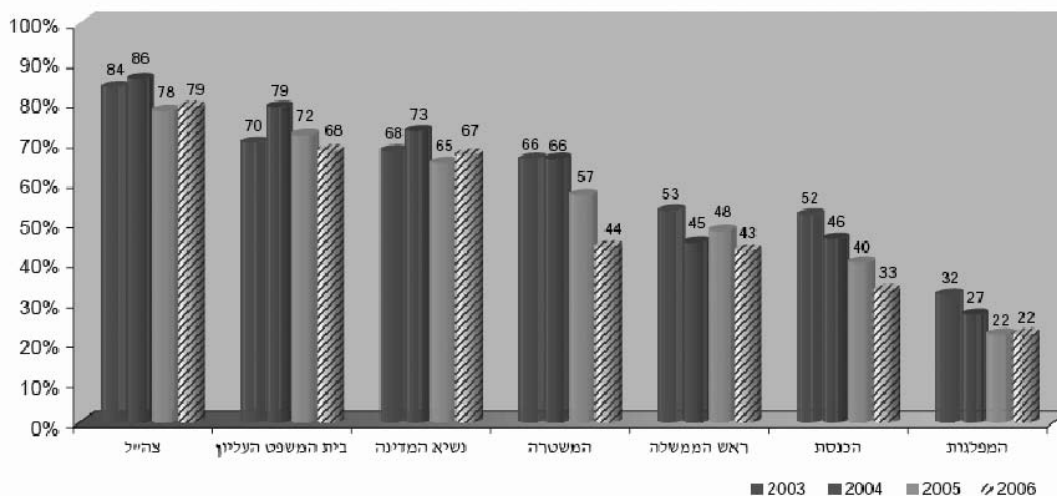
תהליכים פוליטיים שהיו פעם סמויים נחשפים לעין הציבור ומקבלים פירושים מעוותים. הרי כל תהליך פוליטי כרוך במשא ומתן ובפשרה, הכל תלוי במטען הערכי בסיקור. כאשר המשא ומתן הופך למיקוח, ובמקרים רבים כמהלך ציני, כוחני וחף מערכים, והפשרה מוצגת כעסקה או קומבינה, התהליך הפוליטי כולו נתפס כלקוי מיסודו.

ככל שהסיקור התקשורתני הביא לכאורה לדמוקרטיזציה ואפשר לקהלים נוספים ורחבים יותר לעקוב אחר התהליכים הפוליטיים ולהשתתף בהם, אפילו בשידור חי, כך הוא הפרה את הקרקע לניכור פוליטי גואה. ככל שרבים יותר נחשפים למערכת הפוליטית, כך מתרבות אי-ההבנה והמבוכה לנוכח מה שנראה כ"תרגיל מסריח" או קומבינה. אין בטענה כדי לספק מגן לסוטים מדרך הישר או למעשי שחיתות שלטונית, שאכן מן הראוי שאמצעי התקשורת יחשפו אותם לעיני הציבור. אלא שדרושה מידה ניכרת של אוריינות פוליטית, כישורים בסיסיים (Crick, 1977; 1978), על מנת להבין את מה שנגלה לאוזניים ולעיניים: לא כל משא ומתן הוא מקח וממכר, ולא כל פשרה היא עסקה או קומבינה, אם מיטיבים להעמידם בהקשר הנכון (Erber & Lau, 1990).

ואמנם, עם היוודע תוצאות הבחירות לכנסת ה-17, ובייחוד על שיעור ההצבעה הנמוך, שטף גל של פרשנויות את השיח הציבורי. ארבעה מתוך עשרה לא מימשו את זכות ההצבעה. הירידה בשיעור ההשתתפות בבחירות הינה עקבית וזוכה לפירושים רבים.

לכאורה, בזכות החשיפה התקשורתית, הקברניטים נענים יותר לציבור ומשתפים אותו יותר בתהליכי ההכרעה. בפועל, המעורבות עצמה נופלת מן הדימוי של ההשתתפות עצמה, לפחות בכל מה שנוגע לבחירות. נתונים בטבלה 1 אכן מראים שבמערכות הבחירות הראשונות כמעט כל אזרח מימש את זכות ההצבעה. החל ממערכת הבחירות לאחר מלחמת יום הכיפורים השתנה שיעור ההצבעה ליותר משלושה רבעים מכלל בעלי זכות ההצבעה. השינוי הדרמטי חל במערכת הבחירות לראשות הממשלה בשנת 2001, כאשר מעט יותר משני שלישים מילאו את חובתם האזרחית. שיעור ההצבעה עלה מעט

'באיזו מידה אתה נתן אמון בכל אחד מהאנשים או המוסדות הבאים?'
במידה רבה ובמידה מסיימת (באחוזים)



תרשים 1: אמון הציבור במוסדות מרכזיים, 2006-2003

מקור: מדד הדמוקרטיה, המכון הישראלי לדמוקרטיה, http://www.idi.org.il/hebrew/madad_2006_2.pps#10

בית המשפט העליון ונשיא המדינה,³ נהנו מאמון גבוה בקרב הציבור. בתוך כך, הכנסת איבדה בעקביות שלישי מאמון הציבור, 33% מן הציבור רוחשים לה אמון בשנת 2006, לעומת למעלה ממחצית הציבור שרחש לה אמון לפני ארבע שנים. לא במקרה, המערכת המפלגתית נחלה אבדן בהיקף דומה – רק 22% בשנת 2006 לעומת 32% בשנת 2003 רוחשים אמון למפלגות (ר' תרשים 1). לפי שעה, אמון הציבור בכנסת דומה לזה שבצרפת וקנדה, גבוה במשהו לעומת האמון בבתי הנבחרים בדמוקרטיה המתוקשרות ביותר, כגון ארה"ב, גרמניה או אנגליה, אך נמוך מזה שבארצות סקנדינביה, שווייץ והולנד.

התחרות המחריפה בין שלושת הערוצים בתחום האקטואליה אינה מוסיפה דווקא לאוריינות הפוליטית. ככל שמשדרים יותר חדשות ובאקלים תחרותי וככל שמהלכים מתועלים ומתנהלים באמצעי התקשורת, רב הסיכוי, וגם הסיכון, שרבים יותר בציבור, חסרי הכנה מוקדמת, ייחשפו דווקא אל החריג ואל הבלתי ראוי. חשיפה בלתי מיומנת למערכת הפוליטית ולמתרחש בתוכה עלולה לטפח מגמות רדומות של ניכור פוליטי (Cappella & Jamieson, 1996), אשר אחדים מביטויי המוכרים – "כל המפלגות אותו דבר!", "כולם מושחתים!", "אין עבור מי להצביע!" וכו'.

תהליך הסרת המסתורין, הדה-מיסטיפיקציה, אינו ייחודי רק למערכת הפוליטית בישראל. מוסדות נוספים למשל, נשיא המדינה,⁴ מבקר המדינה (זרחיה, 2006), נציבות שירות המדינה, המערכת המשפטית, המערכת הרפואית, המערכת הדתית ואפילו התקשורת עצמה, נתונים לחשיפה גוברת אך גם חשופים לתוצאה בלתי צפויה דומה.

משך שנים, שמרה מערכת המשפט בישראל על "עמימות תקשורתית". הסיקור הגובל לדיונים ולפסקי דין, וגם הם במידתיות.

עליהם: "במידה רבה, "צומת" בבחירות לכנסת ה-13 בשנת 1992, "שינוי" במערכת הבחירות הקודמת או רשימת הגמלאים במערכת הבחירות לכנסת ה-17 היו אכסניות לניכור פוליטי, לאותם בוחרים שהתלבטו כיצד ליישב בין חובתם הפוליטית לבין אכזבתם הכללית המצטברת מן המערכת הפוליטית.

בריאיון עם מאיר שלו לאחר הבחירות לכנסת ה-17, תוהה כתבת הארץ אם "זה לא קצת חוסר אחריות להצביע הצבעת מחאה ולהכניס לכנסת שבעה חתולים בשק?". על כך מבהיר הסופר, "והח"כים שאותם את מכירה היטב – את מרוצה מהם? זה שאנחנו לא מכירים אותם זה יתרון גדול (הדגשה שלי – ד.כ.). מפלגת הגמלאים זו אחת ההוכחות לכך שיש בציבור אנשים רבים שחושבים שהממשלה צריכה להתעסק בקיום הנורמאלי שלנו פה, במצבם של אנשים נזקקים, קשישים, חולים, ולא רק בקבר רחל ובגבולות הארץ. זה חשוב לא פחות" (לביארי, 2006).

הידיעה שהציבור חשוף לתהליכי הכרעה ומסוגל לעקוב מקרוב אחרי מקבלי ההחלטות בזכות הסיקור התקשורתי, משפיעה כנראה יותר ממה שהציבור עצמו מצליח לרדת לעומק הפרטים שלהם! בדיעבד, אמצעי התקשורת נותרים עלי-המשמר, לפי המטאפורה הפופולארית של כלב-שמירה, בשם כלל הציבור ועוקבים, לעתים כמעט לבדם, אחרי מעשיהם של קברניטי המדינה. אלא שמחמת היכרות אינטימית, ואולי בהיסח דעת ובשל שחיקה בתפקיד, מכרסמים אמצעי התקשורת באמון הציבור במוסדות השלטון (Moy & Pfau, 2000).

שני המוסדות המתוקשרים ביותר מבין שבעת המוסדות הנבדקים, הכנסת והמפלגות, נהנים מהאמון הנמוך ביותר בקרב הציבור. לעומת זאת, שלושה מוסדות אשר הקפידו על סיקור תקשורתי מדוד – צה"ל,

טבלה 1: שיעור ההשתתפות בבחירות וריבוי מדיה

בחירות לכנסת ה-	השנה	מספר בעלי זכות הבחירה	אחוז המצביעים	התפתחויות מקבילות במפת התקשורת
1	1949	506,567	86.9	עיתונות מפלגתית, רדיו ממשלתי
2	1951	924,885	75.1	עיתונות מפלגתית, רדיו ממשלתי
3	1955	1,057,795	82.8	עיתונות מפלגתית, רדיו ממשלתי
4	1959	1,218,483	81.6	עיתונות מפלגתית, עיתונות פרטית, רדיו ממשלתי
5	1961	1,271,285	83.0	הגמוניה של עיתון מסחרי אחד, רדיו ממשלתי
6	1965	1,499,709	83.0	חוק רשות השידור, "קול ישראל" נפרד ממשרד ראש הממשלה.
7	1969	1,748,710	81.7	הנהגת טלוויזיה כללית (1968)
8	1973	2,037,478	78.6	סדק ראשון במונופול של רשות השידור – קול השלום (1973): מלחמת יום הכיפורים.
9	1977	2,236,293	79.2	המהפך הפוליטי: "קול ישראל" חונך רשת ג' (1976).
10	1981	2,490,014	78.5	יציבות זמנית: פריחת מקומונים ורשתות מקומונים.
11	1984	2,654,613	78.8	סדק מתרחב במונופול השידור – פריחתם של כבלים פיראטיים: מתחזק הטריאפול בעיתונות הכתובה – 3 תאגידי תקשורת.
12	1988	2,894,267	79.7	קץ מונופול השידור: הנהגת כבלים (1986) וערוץ 2 ניסיוני.
13	1992	3,409,015	77.4	ניצני שפע ערוצים: בנוסף לכבלים וערוץ 2 ניסיוני, כבלים פיראטיים, ריבוי תחנות רדיו פיראטי: התבססותם של תאגידי תקשורת בצל חשש מפני ריבוי ערוצי שידור.
14	1996	3,933,250	79.3	כבלים והנהגת ערוץ 2 (1993)
15	1999	4,285,428	78.7	"שמים פתוחים": כבלים, ערוץ 2, רדיו אזורי וערוצי נישא בכבלים.
לראשות הממשלה	2001	4,504,769	62.3	ריסוק "מדורת השבט": כבלים, ערוץ 2, רדיו אזורי, ערוץ 10, ערוצי לוויין YES (2000), ערוצי נישא, ערוצים ייעודיים, ועיתונות מקוונת.
16	2003	4,720,074	68.9	ערוץ 10 (2002) ועיתונות מקוונת
17	2006	5,014,622	63.2	כבלים, ערוץ 2, רדיו אזורי, ערוץ 10 וערוצי לוויין, פריחת עיתונות מקוונת, סימני דעיכה של העיתונות המודפסת.

את יצר החשיפה ולשמור על מידה ניכרת של מסתורין, הילה ויוקרה.

ואמנם, גם בעידן התקשורת, יש מוסדות שעדיין מיטיבים לשמור על חשיפה מבוקרת ומדודה, למשל המוסד הדתי, ובדרך זו גם על ההילה. כך, הוותיקן הרגיל את ציבור המאמינים הגדול למועדי חשיפה קבועים של האפיפיור, כמעין חלק מן הטקסיות הדתית.

סיכום: לא על התקשורת לבדה

הדיון הנוכחי מצטרף לשורה הולכת ומתארכת של חיבורים הדנים בהשתנותם של אורחות הדמוקרטיה בסביבה תקשורתית תוססת (Corner & Pels, 2000). משבר המנהיגות הפוקד את הדמוקרטיה המערבית בעשורים האחרונים רק מחזק חששות ומחדד את השאלה במלוא חריפותה: האם התקשורת מועילה או שמא מזיקה לדמוקרטיה? (Raboy & Bruck 1989). האם התקשורת היא אמנם כלב השמירה של הדמוקרטיה, או אולי הפכה במובנים מסוימים לכלב התקיפה של הדמוקרטיה?

החשש מפני השפעות לוואי על מהלך הדיונים ותוצאותיהם עיכב לפי שעה בהצלחה כניסתן של מצלמות טלוויזיה לאולם בית המשפט. אלא שההילה העוטפת את המוסד המשפטי נסדקה קמעה ככל שהתפרסמו רסיסי מידע, לאו דווקא ממקורות פנימיים, על מאבקי כוח בתהליכי מינוי שופטים או על חילוקי דעות בין השופטים סביב פסקי דין: רמת האמון בבית המשפט העליון ירדה בלמעלה מעשרה אחוז תוך שלוש שנים, מ-79% בשנת 2004 ל-68% בשנת 2006 (ר' תרשים 1). בדומה, הסיקור התקשורתי הגובר של רשלנות רפואית עתיד "לקלף" גם את המערכת הרפואית מהילתה ולכרסם בסמכותם המקצועית, כמעט בלתי מעורערת בעבר, של הרופאים (קרמניצר, 2001).

דברים שהיו כמוסים וסמויים בעבר, הפכו לנחלת הכלל. בסביבה תקשורתית תוססת, הפיתויים לחשיפה חזקים ולוחצים מכל הכיוונים. אלא שהחשיפה התקשורתית אינה חזות הכול. אחד הרזים הכמוסים היה ונשאר לדעת מהי חשיפה תקשורתית מדודה, מתי כדאי להיחשף ומתי עדיף להימנע ממנה? דרושים חוסן, עוצמה ותבונה כדי לכבוש

נקלעת התקשורת למצב מוכר, ואולי גם רצוי לה, של שעיר לעזאזל. בניגוד לכל מבוקר אחר, התקשורת אינה נרתעת או נפגעת בהכרח מביקורת ואולי להיפך: הרי היא עצמה מפרסמת ומפיצה את הביקורת הציבורית עליה, ולא במקרה. שכן, כל ביקורת מחמיאה לה ומעצימה אותה מעבר להשפעתה הריאלית. לפיכך, מאמצים להנחיל כישורים של אוריינות תקשורתית חייבים לכלול גם תרסיסי הגנה מפני חשיפה לביקורת רוויית אינטרסים ומניפולטיבית על התקשורת, כפי שאירע אמנם במהלך מלחמת 33 הימים ולאחריה.

כך, במהלך המלחמה ואחריה הוטחה ביקורת כלפי התקשורת מחוגים שונים בשני כיוונים עיקריים. מצד אחד, הועלתה ביקורת על שאמצעי התקשורת לא התרעו בזמן על מצב המוכנות לפני המלחמה, ולא מילאו את תפקידו של "כלב השמירה", על מידע חסר. מצד שני, נמתחה ביקורת חריפה, שנתמכה גם בממצאי סקרים, על תפקודם של אמצעי התקשורת במהלך המלחמה ובמיוחד על עודף מידע ו"פטפטות" (צפיר, 2006; קלינה, 2006). כך, שבועיים אחרי הפסקת האש, כמעט מחצית מן הציבור, 47.2%, סברו שאמצעי התקשורת פגעו במורל בעורף, ושיעור דומה, 44%, טענו שהמדיה הישראלית העניקה במה נרחבת מדי להופעותיו של מזכ"ל החיזבאללה, חסן נסראללה ולמעלה משליש, 35%, העריכו שאמצעי התקשורת, בעיקר ערוצי הטלוויזיה, דיווחו יותר מדי על פגיעות צה"ל באזרחי לבנון ובתשתיות המדינה (כרמל, 2006).

נראה, שיותר מכל גלי הביקורת על תפקודם של אמצעי התקשורת במלחמה חשפו שוב חסך באוריינות תקשורתית וכן את פגיעות העורף מפני מניפולציות של צריבת תודעה: העברת האחריות על מחזלים מהדרגים המדיני והביטחוני לאמצעי התקשורת. שלישית, רבים מבעלי השררה טרם נגמלו מקסמי החשיפה התקשורתית. בסופו של דבר, כל שלטון וכל שליט זכאים לא רק לכיסוי אלא גם לחיסוי תקשורת. ככל שפוליטיקאים יתרגלו להתנהל בסביבה תקשורתית ולשלוט בחשיפה מדודה לחוץ הזרקורים, עם או בלי יועצים, תדמיתנים ושאר "מקדמי הגנה" למיניהם, כך יחסכו כויות מיותרות – לעצמם ולאורחות הדמוקרטיה.

הערות

המאמר נכתב בעקבות הרצאה בכינוס המדעי ה-19 של הברית העברית העולמית והאוניברסיטה ע"ש קארל, פראג, 16-19.10.2006. תודתי נתונה לפרופ' יוסף גורני על עידודו הנמרץ בהכנת החיבור בעקבות מאמר בהארץ (כספי, 2006) ולד"ר ברוך לשם על השתתפותו בלבטי הכתיבה.

1. נראה שתוצאות המלחמה מכתובות את השם. אולי משום כך, המלחמה באוקטובר 1967 זכתה לשם מלחמת ששת הימים ואילו המלחמה שלאחריה זכתה לשם מלחמת יום הכיפורים. בהמשך יוצע לכנות את מלחמת יולי-אוגוסט 2006 בשם מלחמת 33 הימים, ולו רק כדי לבדוק את ההשערה על הקשר בין התוצאות לבין שם המלחמה!
2. גם עולם הדימויים של כתבים ופוליטיקאים מחזק את האנלוגיה למגרש הספורט: מיד לאחר פרוץ מלחמת 33 הימים, התפרסמה בעיתון הארץ קריקטורה, בה ראש הממשלה, אהוד אולמרט, נוגח בראשו בבטנה של החיזבאללה, ממש כפי שעשה שחקן כדורגל הצרפתי, זינדין זידאן, במגרש האולימפי במשחק נגד איטליה ימים אחדים לפני כן.
3. הנחנה בשעת הכתיבה שהמלחמה והחקירות המתוקשרות במשכן הנשיא בחודשים אוגוסט-ספטמבר 2006 עתידות להוריד את רמת האמון בקרב הציבור, ולא התבדונו...

השאלה מקבלת משנה תוקף לנוכח התמורות הדרמטיות והמהירות שחלו במערכת הפוליטית בישראל תוך זמן קצר ביחס לכל דמוקרטיה מערבית אחרת. פניהם של אישי ציבור, מטעניהם הערכיים וכללי המשחק בפוליטיקה הישראלית השתנו ללא היכר. האבות המייסדים, ברוכי כריזמה ברובם, מחויבים למשנות אידיאולוגיות סדורות ולרוב נחבאים אל כליהם, פינו מקומם לדור חדש של פוליטיקאים חסרי תוים ברורים אך מכסים מסכים ועמודי עיתונים בכל הזדמנות. אם כן, היש דרך לשלוט, בנוגי הסביבה התקשורתית או לפחות למזער אותם? האם ניתן לבלום, או לפחות להאט, מגמות פחות, דטריוויצייה, בדמוקרטיה הישראלית?

ראשית, כל סביבה תקשורתית אינה אלא תבנית של מדיניות תקשורת. כל חברה מסוגלת לעצב את סביבתה התקשורתית כהווייתה ולהחליט למשל בכמה ערוצי טלוויזיה היא מעוניינת או לכמה עיתונים היא זקוקה? לשם כך, דרושים תודעה לסביבה התקשורתית, וכן הרצון והתושייה לעצב במקום להיכנע לתהליכים דטרמיניסטיים או כמו דטרמיניסטים. אמנם טכנולוגיות ואינטרסים לכללים כבדי משקל לוחצים למתיחתה של מפת התקשורת, אך ההחלטה הסופית הייתה ונתרת בידי החברה וקברניטיה. ברצותם אפשר לאמץ, לעכב או לדחות אימוץ טכנולוגיות חדשות ממש כשם שברשותם שמור מגוון דרכים לפקח על מפת התקשורת (Caspi & Limor, 2001).

במשך כארבעה עשורים ידע הממסד הפוליטי לבלום את כוחות השוק ושמר על מפת תקשורת מצומצמת יחסית אשר במרכזו שידור ציבורי. משנוכחו בעוצמתו הגוברת של מונופול השידור הציבורי, כמו אימצו מדיניות של "הפְּרָט ומשול", של ריסוק המפה לעשרות ערוצי שידור ותחרות מחריפה בינם לבין עצמם ובינם לבין העיתונים (Caspi, 2006). בנסיבות חירות, למשל במלחמת 33 הימים, ההישג הפוליטי התברר כחרב פיפות: במבנה פלורליסטי ומרוסק, אולי קל לשלוט על אמצעי התקשורת או על העיתונאי הבודד אך לא על המבנה כולו או על קהילת כתבים. במידה רבה, הביקורת על תפקוד התקשורת בזמן מלחמת 33 הימים הצניעה את העובדה שהמערכת הצבאית והדרג הפוליטי לא הספיקו לפתח מנגנון פיקוח יעיל על מבנה תקשורת מרוסק ופלורליסטי.

שנית, על מנת למזער נזקי החשיפה לחמה התקשורתית, אפשר שיש להעמיק את האוריינות התקשורתית (Potter, 2005) ובמידה רבה, גם את האוריינות הפוליטית בקרב הציבור הרחב (Crick, 1977: 1978). ככל שהסביבה התקשורתית מתרחבת, חייבים ללמוד וללמד כיצד לחיות עם אמצעי התקשורת, ובמיוחד לדעת כיצד הם מתפקדים ומסקרים אירועים ותהליכים ולו רק כדי להיחשף בצורה מבוקרת, מבלי להיכוות, למכלול המסרים והמידע. במקביל, ככל שרבים יותר נחשפים יותר לתהליכים פוליטיים רבים יותר, שפעם היו סמויים מעין, וככל שרבים מהם מתנהלים בשידור ישיר, כנראה שהבערות הפוליטית תהיה חלק אימננטי בכל דמוקרטיה. המאמצים המשתנים להנחיל כישורי צריכה נבונה של מסרים עשויים רק לצמצם את הבערות הפוליטית.

אלא שגם חשיפה ביקורתית לאמצעי התקשורת אינה ערובה מפני ניצול ציני. לעתים, גורמים בעלי אינטרס עלולים לעודד ביקורת ציבורית על תקשורת כדי לחמוק מאחריות למחזלים. במקרים כאלה,

- Caspi, Dan and Yehiel Limor (2001). "The In/outside — political control on media in Israel: A theoretical framework", in: H. Herzog & E. Ben-Rafael. eds. **Language and Communication in Israel. Israel Studies Series**, New Brunswick, N.J. Transaction. 557-577.
- Caspi, Dan (1999). "When Americanization fails? from democracy to demedocracy in Israel." **Israel Studies Bulletin** 15. 1-5.
- Caspi, Dan and Baruch Leshem (2006). From electoral propaganda to political advertising in Israel", in: Lynda Lee Kaid and Christina Holtz-Bacha, eds. **The Sage Handbook of political advertising**. Thousand Oaks, Ca. Sage. 109-129.
- Crick, Bernard (1977). **Essays on political education**, Brighton, Falmer (1978). **Political education and political literacy**, London, Longman.
- Corner, John and Dick Pels (Eds) (2003). **Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity, Cynicism**. London, Sage.
- Erber, Ralph and Richard R. Lau (1990). "Political cynicism revisited: An information-processing reconciliation of policy-based and incumbency-based interpretations of changes in trust in government". **American Journal of Political Science**, 34, 1, 236-253.
- Kitschelt, Herbert (2000). "Linkages between citizens and politicians in democratic polities". **Comparative Political Studies**, 33, 6/7, 845-879.
- Leshem, Baruch (2003). **La communication politique en Israël: Le processus de personnalisation dans les campagnes électorales télévisées en Israël de 1984 à 1999 et son influence sur le système politique**. Paris: Université Paris VIII.
- Little, Thomas H. (1995). "Understanding Legislative Leadership Beyond the Chamber: The Members Perspective." **Legislative Studies Quarterly**, 20:2. 269-289.
- Maarek, Philippe J. and Gadi Wolfsfeld, (eds) (2003). Political communication in a new era: **A cross-national perspective**. New York, NY: Routledge.
- McNair, Brian (2000) **Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere**. London and New York. Routledge, Bottom of Form
- Mollison, Thomas A. (1998). "Television Broadcasting Leads Romania's March toward an Open, Democratic Society". **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 42:1. 128-141.
- Moy, Patricia and Michael Pfau (2000). **With malice toward All? The media and public confidence in democratic institutions**. Westport, CT: Praeger.
- Peri, Yoram (2004). **Telepopulism: media and politics in Israel**. Stanford University Press.
- Potter, W. James (2005). **Media literacy**. Thousand Oaks, CA. Sage Publications. Vol. 19, No. 2.
- Raboy, Marc & Bernard Dagenais (1994), "Media, crisis and democracy: mass communication and the disruption of social order". **Canadian Journal of Communication**, 19:2.
- Raboy, Marc & Peter A. Bruck (eds.) (1989). **Communication for and against democracy Montreal**: Black Rose Books.
- Sheafer, Tamir (2001). "Charismatic skill and media legitimacy: An actor-centered approach to understanding the political communication competition." **Communication Research**, 28, 711-36.
- Schmitz, Gerald J. (1995). "Democratization and demystification: deconstructing 'governance' as development paradigm", in: Moore, David B. & Gerald J. Schmitz (Eds), **Debating development discourse: institutional and popular perspectives**. London: Macmillan Press.
- Weimann, Gabriel and Conrad Winn (1993). **The theater of terror: The mass media and international terrorism**, New York: Longman Publishing/Addison-Wesley.
4. ר' בין הפרסומים הראשונים על פרשת קצב, "הנשיא התלונן: אישה מנסה לסחוט אותי". **NRG**. 8.7.2006. <http://www.nrg.co.il/online/1/ART1/446/069.html>
- מקורות**
- זרחיה, צבי (2006). "מעל לכל ביקורת". **הארץ**, 14.4. או <http://www.haaretz.co.il/hasite/pages/ShArt.jhtml?contrassID=1&subContrassID=5&sbSubContrassID=0&itemNo=705738>
- כספי, דן (1995). **תקשורת המונים**. כרך ב', תל-אביב, האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, דן (2006). "ומה חלקה של התקשורת? חשיפה תקשורתית נרחבת היא אחת הסיבות לירידה בשיעור ההצבעה", **הארץ**, 4.1. 2.
- <http://www.haaretz.co.il/hasite/pages/ShArtPE.jhtml?contrassID=2&subContrassID=3&sbSubContrassID=0&itemNo=704355>
- כרמל, אסף (2006). "חצי מהציבור סבור שהתקשורת פגעה במורל במלחמה". **הארץ-גלריה**, 31.8. ג2. - <http://www.haaretz.co.il/hasite/pages/ShArtPE.jhtml?itemNo=756997&contrassID=2&subContrassID=7&sbSubContrassID=0>
- לביארי, שירי (2006). "אני לא יכול לכתוב במקום אחר", **הארץ-גלריה**, 12.4. ג1. <http://www.haaretz.co.il/hasite/pages/ShArtPE.jhtml?itemNo=705129&contrassID=2&subContrassID=7&sbSubContrassID=0>
- זורף, אילנה (2006). "פרסומים מגויסים: ראובן אדלר, משה גאון ואייל ארד יעצו לדובר צה"ל בימי מלחמה", **The Marker**, ע' 3. 20.8. או http://www.themarker.com/tmc/archive/arc.jhtml?ElementId=skira20060820_752526&origin=ibo&strToSearch=%EE%E9%F8%E9+%F8%E2%E1&howMany=25&arcDate=&arcSymbol=&FromSearch=1
- צפירי, עזר (2006) "דמם בראשכם: התקשורת נושאת באחריות לחלק לא קטן מהנפגעים שהיו לצה"ל במלחמה", **הארץ**, 6.8. 2. <http://www.haaretz.co.il/hasite/pages/759381.html>
- קלינה, רתם (2006). "הפטפטת הייתה גדולה מדי". **Nrg**, 31.8. <http://www.nrg.co.il/online/4/ART1/472/768.html>
- קרמניצר, יובל (2001). "צילום רנטגן: רן רוניק מטריד את הממסד התקשורת". **העין השביעית**, 34. 16-19. או <http://www.idi.org.il/hebrew/article.asp?id=edb3c4c69b1e5565808f089a67644791>
- Ball-Rokeach, Sandra J. (1998). **A theory of media power and a theory of media use: different stories, questions, and ways of thinking**. Mass Communication & Society, 1:1/2. 5-36.
- Bueno de Mesquita, Bruce and Randolph M. Siverson (1995). **War and the survival of political leaders: A comparative study of regime types and political accountability**. American Political Science Review, 89, 4, 841-855.
- Burke, Edmund (1976). "Speech to the electors of Bristol at the conclusion of the poll", 1746 in Hanna F. Pitkin. ed. **Representation**, New York: Atherton Press; originally published 1974.
- Cappella, Joseph N. and Kathleen Hall Jamieson (1996). "News frames, political cynicism, and media cynicism". **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 546, **The Media and Politics**. 71-84.
- Caspi, Dan (2006). "Israel: From monopoly to open skies," in: Anthony McNicholas and David Ward, eds. **Television and Public Policy: Change and Continuity in an Era of Liberalization**. Lawrence Erlbaum.