

## **ניהול המידע בעידן המידע**

המילים **חוסן לאומי ותקשורת** מצפינות בתוכן חומר נפץ. מי שעוסק בתקשורת, על מגוון המקצועות והענפים שבה, דוחה את הגישה לפיה נדרשת מן התקשורת "אחריות לאומית" בתוקף ההערכה כי היא משפיעה על "החוסן הלאומי" ואף מעצבת אותו.

גם אם בסופו של דבר אנשי תקשורת, כמו חוקרי תקשורת, יודו כי התקשורת אכן מעצבת את החוסן הלאומי - הרי רובם ככולם ידחו את המסקנה המשתמעת.

הדברים הללו נכונים לישראל - כאן ועכשיו.

הפיגוע במגדלי התאומים, 9/11/2001, מאיים על מסקנה זו. במבט שטחי נראה כאילו התקשורת האמריקאית, אבי אבות העיתונות החוקרת, הלא ממסדית, הפתוחה והליברלית, תקשורת זו הולכת עתה בתלם, מקבלת את צווי ההכתבה של השלטון המרכזי (בארה"ב) ונוהגת לפני רצונו.

אנחנו סבורים כי נקודה זו ראוי שתלמד עד תומה, בטרם נקפוץ למסקנות מהירות וחפוזות. אין זה ברור כלל ועיקר כי ניתן להשליך מהמציאות האמריקאית החדשה והבלתי מוכרת (בעיקר לאמריקאים) לבין המציאות הישראלית המתמשכת והולכת, אשר ממדי הזמן וההיקף השפיעו עליה ביותר. עניין זה ראוי לדיון וללימוד מעמיקים, אשר טרם הגיע הזמן להסיק מהם אילו שהן מסקנות.

הצוות לעניין התקשורת והחוסן הלאומי קיים סדרת דיונים מרוכזת אשר בסיומה גיבש את ההמלצות והמסקנות הרצופות בזה.

אין זו - יאמר מיד - תורה סדורה שכן לכל דיעה - יש דיעה הפוכה, ולכל תיאוריה - תיאוריה אחרת. לכן, הצוות העדיף להציג את עיקרי הדיונים תוך דגש על ההיבטים המעשיים המשתמעים מהם.

כנושא מרכזי הצוות החליט להתמקד בניהול מידע בעידן המידע. הערכה מבוססת היא כי אנו חיים בתקופה שבה המידע נעשה זמין, זול ונגיש. הדבר נובע מהתפתחויות טכנולוגיות מואצות החל מתחילת שנות ה-80. התפתחויות אלה בעיקר בתחום התקשורת הויזואלית (טלוויזיה) הביאו

בהדרגה להופעתן של רשתות טלוויזיה עולמיות ( C.N.N., B.B.C. WORLD, CNBC, SKY NEWS ) ואף "אל ג'זירה" ואחרות).

למערכת התקשורת העולמית החדשה השלכות מרחיקות לכת על עיצובו של הכפר הגלובלי (ביטוי שגור ונכון) אשר בו החיים שלובים וקרובים יותר מאי פעם בעבר. המערכת הבין-לאומית הכלכלית (גלובליזציה) התרבותית ואחרות - משפיעות ומושפעות אחת מרעותה והכל באמצעות עולם התקשורת הצפוף והמהיר.

בתחום זה ראוי לציין, כמובן, את הפריצה העצומה של האינטרנט - הן בהיקף החדירה והן בעומקה - במובן שהוא (האינטרנט) הופך בהדרגה לרב-שיח עולמי מתמשך.

האינטרנט לצד רשתות הטלוויזיה והחדשות והתפתחויות טכנולוגיות שלא ניתן עדיין לתאר ולשער (להוציא התחלות כאלה ואחרות) פורשות את התשתית לעידן המידע של היום.

בעידן זה נעשה ניהול מידע (Information Management) מוסמך ומורכב יותר מאשר אי פעם בעבר.

מערכות שלטוניות (מדינית כמו צבאית-ביטחונית) נהגו לעשות שימוש מושכל במידע שבידיהם. "המידע הוא כוח" איננה רק סיסמא אלא תורת חיים אשר כל קברניט במקומו, בכל הירארכיה שהיא, מעוניין לעשות בה שימוש לקידום מטרותיו או מטרות השלטון.

מובן כי השימוש הזה שונה במשטרים דמוקרטים לעומת משטרים טוטליטריים, אך הגישה הבסיסית, למרבה ההפתעה אולי, אינה שונה.

תורת ניהול המידע איננה רק במה (מה משחררים לפרסום) אלא גם באיך, בכמה, למי, מדוע וכמובן מתי. כל שאלה כזו ראויה לדיון מעמיק.

נקודת המוצא שלנו היתה כי נוצרו כללי משחק חדשים בתחום זה וכי מנהלי מידע ראוי שייערכו לכללים החדשים האלה. הם יכולים גם להשפיע עליהם אבל בודאי לא יהיו הקובעים היחידים, כפי שהיה לאורך דורות רבים.

במשפט אחד - נסתיים עידן המונופול על המידע.

נייר העמדה מכיל שלושה חלקים :

1. מודל לכללי משחק חדשים לניהול מידע בעידן המידע.
2. ריכוז הדיונים שהתקיימו בצוות לעניין התקשורת.
3. ממצאי סקר שנערך בנושא "תקשורת וחוסן לאומי".

פרופ' גבי ויימן, שהשתתף בדיוני הצוות הכין מודל לכללי משחק חדשים אלה והוא בחן אותם בשני חתכים : האחד, ארבעה מימדים לניהול מידע בעידן המידע והאחר, חמש דילמות לגבי הקשר בין תקשורת לבין חוסן לאומי.

שילובם של השניים - זה כלפי האחר יוצר מטריצה מרתקת אשר תוצג להלן. כמו נושאים אחרים שהועלו בדיונים - גם את מרחבים אלה - לא מיצינו עד תום והשארנו אותם פתוחים הן ליצירתיות והן לדמיון של כל גורם וגורם בזירה.

## **ניהול מידע בעידן המידע וחוסן לאומי : כללי משחק חדשים ?**

כללי :

בין ההגדרות לחוסן לאומי מקובלת ההגדרה הרחבה כי חוסן לאומי הוא כל דבר שמחזק את קיומה של חברה כמדינה. הגדרה זו מרחיבה את המושג בטחון לאומי כי יש בה מרכיבים נוספים מלבד בטחון ובהם גורמים כלכליים, תרבותיים, חברתיים, תקשורתיים ועוד. מכאן כי העיסוק בנושא חוסן לאומי אינו יכול להיות מנותק מהזירה התקשורתית ובמיוחד מהשינויים שחלו בזירה זו בעולם ובישראל. מהן השלכותיהם של כללי משחק חדשים, טכנולוגיות תקשורתיות חדשות, דפוסי בעלות חדשים, ריבוי ערוצים ועוד – על חיזוקו או החלשתו של חוסן לאומי? הניסיון הבא למפות את המימדים והדילמות המעורבות בדיון בנושא זה עשוי לשרת את היכולת למצוא קוי פעולה, לחשוף אי הסכמות, לאתר פשרות לגישור עמדות עקרוניות. לעיתים הפערים בין עמדות שונות הן מוקצנות בעת חירום ולעיתים דווקא מצבי איום מגשרים פערים. כך או כך, היכולת לזהותם היא תנאי מוקדם לכל דיון בכל משחק בזירה התקשורתית החדשה והשלכותיהם על החוסן הלאומי.

## ארבעה מימדים לניהול מידע בעידן המידע

ארבעה מימדים יש לסוגיה של הקשר בין ניהול המידע לעידן המידע והם מצריכים בדיקה מחודשת של כללי המשחק החדשים בזירה תקשורתית ששינתה פניה:

1. ניהול מידע: על ידי מי? מיהם מנהלי המידע, מידע של מי ולטובת מי? מי מנהל את התקשורת בישראל? משקלם של מקבלי החלטות, בעלי התקשורת ותקשורת מתווכת-מחשב בניתוב ועיצוב המידע לציבור.
2. "עידן המידע": עד כמה שינתה הטכנולוגיה התקשורתית את זרימת המידע בישראל? האם הגבירה או החלישה את השפעת ממשל על התקשורת? האם בעידן רב ערוצי גובר פוטנציאל המניפולציה או להיפך? מה משמעות "הכפר הגלובל" לגבי "הכפר הישראלי"?
3. "מידע למי": על תת אוכלוסיות ("השבטים החדשים") בישראל וצריכת התקשורת שלהם, שינויים בדפוסי חשיפה לתקשורת, ייצוג פסיפס חברתי לעומת הקול המונוליטי והברור בחיזוק חוסן לאומי.
4. "איזה מידע": על תכני תקשורת בישראל והגורמים המשפיעים עליהם (האם יש קודים אתיים בקונטקסט של חוסן לאומי?, מסחריות ותחרותיות, מקצועיות של העיתונאות העכשווית, תנאי העסקה של עיתונאים, השפעת תקשורת זרה על תכני תקשורת בישראל).

### חמש דילמות לגבי הקשר בין תקשורת לבין חוסן לאומי

בכל אחד מארבעת המימדים האלה עולות דילמות הקשורות לחופש ביטוי, הגדרת הפרופסיה העיתונאית, עליונות האינטרס הלאומי ועוד. דילמות אלה אינן חדשות אך הן מועצמות ומוקצנות בעת משבר או לאחריו. לכל אחת מדילמות אלה יש משמעות במימדים של ניהול מידע, עידן המידע, סוג המידע. כלומר ניתן להצליב כל אחת ממארבעת המימדים עם חמשת הדילמות. שיקולי חוסן לאומי עשויים להצביע על פתרונות או פשרות או הסכמות בכל אחת מהדילמות. להלן חמשת הדילמות:

#### דילמה 1: חופש הביטוי מול הצורך בהגבלתו

צרכים שונים מעלים את הדרישה להגביל את חופש הביטוי (למשל, למניעת הסתה) אך הדרישה עולה בעיקר בעיתות חירום מטעמים של שמירת מורל, צנזורה ביטחונית, ליכוד חברתי ולמעשה בשם החוסן הלאומי מוצבות בפני התקשורת דרישות של הגבלות מרצון ואיסורים כפויים.

#### דילמה 2: תפקיד התקשורת לבקר את הממשל ושלוחותיו מול הצורך לחזק ולהגן על יציבות הממשל

בעיית "השירות הכפול" בו נדרשת התקשורת להיות מבקרת אך גם מונעת משברים מחריפה בעת חירום כאשר בשם הצורך בחוסן לאומי נדרשת התקשורת להשתיק או לדחות את בקורתה ("שקט, יורים").

### דילמה 3 : התקשורת כנכס ציבורי או כישות עסקית-מסחרית

ריבוי אמצעי התקשורת המסחריים והפרטת התקשורת מעלות את שאלת ה"הבעלות החברתית": האם תקשורת היא עסק ככל עסק או שגם בהיותה בבעלות פרטית מדובר בנכס ציבורי, אחד הפתרונות שהציג נשיא בית המשפט העליון היה לראות בה "ישות דואלית", כלומר יציר כלאיים שלו מאפיינים של קנין פרטי אך גם של "נכס ציבורי".

### דילמה 4 : העיתונאי כאזרח מול העיתונאי כבעל פרופסיה ייחודית

תפישת העיתונאי בתפקיד הכפול של בעל מקצוע אך גם אזרח נאמן למדינתו מעוררת קונפליקטים לא מעטים המעצימים בעת חירום או משבר : האם הפרופסיה העיתונאית מקדימה חובות אזרחיות ומבקשת אטימות מקצועית להשלכות אפשריות גם אם הן עלולות לסכן בטחון, לפגוע בחוסן לאומי?

### דילמה 5 : התקשורת כ"כלי" הניתן לגיוס הסברתי-תעמולתי מול חסינות התקשורת מניצול כזה

תקשורת אמינה, אחראית ומקצועית חיבת להיות חסינה ממניפולציה ושימוש תועמלני אך האם עקרונות אלה מתרופפים בעת סכנה ואיום? האם "במלחמה כמו במלחמה" ואז כלי התקשורת אכן הם כלים למאמץ הסברתי-תעמולתי בשירות מאבק באויב ושמירת חוסן לאומי?

## **הצלבת המימדים עם הדילמות: סוגיות קונקרטיות:**

### דילמה 1 : חופש ביטוי מול צורך בהגבלתו

מימד 1 : ניהול מידע

מנגנון הצנזורה הצבאית, היחלשות ועדת העורכים כגוף מתאם תקשורת-ממשל והצורך בתיאום מוסכם של גבולות חופש המידע.

מימד 2 : עידן המידע

יכולת פיקוח בסביבה רב ערוצית עם תקשורת זרה וערוצי אינטרנט פתוחים, אופציות של "השתקת" האלטרנטיבות התקשורתיות מול תחרות פתוחה בהם.

מימד 3 : מידע למי

ניהול תקשורת מול תת אוכלוסיות בישראל – בידי מי? פיקוח על תקשורת ערבית בישראל, האפשרות של חסימת תקשורת ממדינות עוינות.

מימד 4 : איזה מידע

"השטח האפור" שבין חופש מידע לבין סיכון בטחון לאומי ופגיעה בחוסן לאומי : הצורך באיתור הסכמות על קוים מנחים ועיתות הגבלה מרצון.

### דילמה 2 : שליחות העיתונות בביקורת ממשל מול תרומה לחוסן הממשל

מימד 1 : ניהול מידע

האם מבקרת העיתונות את תפקודה בעת חירום? משקלם של שיקולים מסחריים-תחרותיים מול שיקולים לאומיים בהתנהלות התקשורת, האם הממשל מנחיל לעיתונות את המודעות לפגיעה אפשרית בחוסן לאומי ומהו המידע הנדרש לשם הנחלה שכזו.

מימד 2 : עידן המידע

הבחנה בין ערוצים במידת הנזק האפשרי במידע לא אמין ולא מדויק (למשל, סוגיית ערוצי האינטרנט), החשיפה הישראלית לערוצים זרים נטולי מחויבות לאומית-ישראלית, מידת ההתכנסות לערוצים מרכזיים בעת חירום.

מימד 3 : מידע למי

האם יש צורך להבחין בין עיתונות הפונה לישראל לבין זו המופנית "החוצה", האם יש תת-אוכלוסיות פגיעות יותר לעיתונות ביקורתית, ניצול תכנים ביקורתיים בתקשורת הישראלית על ידי תעמולת אויב.

מימד 4 : איזה מידע

היעדרו של קוד אתי המגדיר את גבולות הביקורת או את שיקולי החוסן הלאומי.

### דילמה 3 : תקשורת כנכס ציבורי מול תקשורת פרטית-מסחרית

מימד 1 : ניהול מידע

האם יש הבדל בין תקשורת ציבורית למסחרית-פרטית בתרומתן לחוסן לאומי? האם ניתן לדרוש תרומות דיפרנציאליות לפי הבחנה זו? האם ניתן לראות בתקשורת מסחרית-פרטית גוף של "ישות כפולה" על ההשלכות המשתמעות לגבי התקנות המחייבות גופים ציבוריים או ציבוריים למחצה?

מימד 2 : עידן המידע

ריבוי ערוצים זרים (לווינים, אינטרנט, כבלים) ותקשורת מסחרית-פרטית כמחלישים את הערוצים הממלכתיים (רדיו, טלוויזיה ממלכתית).

מימד 3 : מידע למי

תהליך גובר של פיצול "מדורת השבט" לאור אינטרסים מסחריים (פניה "חדה" לתת אוכלוסיות "ארוזות" למפרסמים), הדרת תת-אוכלוסיות מהתקשורת עקב שיקולים של מפרסמים (קשישים, מיעוטים, בעלי כושר קניה נמוך).

מימד 4 : איזה מידע

אינטרסים ומידע : הקשר בין "רייטינגיות" לבין שיקולי עריכה ופרסום מידע, "אסקפיזם" מול מעורבות : צרכים נוגדים בעיתות חירום.

#### דילמה 4 : העיתונאי כאזרח מול נאמנות לפרופסיה

מימד 1 : ניהול מידע

מהן גבולות הדרישות של הממשל מהעיתונות בעיתות חירום, שיקולי חוסן לאומי ביחסי ממשל-ארגוני תקשורת, מועצת העיתונות כמגבשת קודים מקצועיים לעיתות חירום, כתבים צבאיים בישראל והדואליות המעיקה של פטריוטיות מול פרופסיה.

מימד 2 : עידן המידע

העיתונות החדשה באינטרנט שאינה כפופה לקודים מקובלים בעיתונות הקונבנציונלית, התרחבות העיסוק בתחום הביטחון לכתבים ועיתונאים שאינם רק כתבים צבאיים.

מימד 3 : מידע למי

תפקיד העיתונאי כ"שומר סף" אובייקטיבי ומקצועי לעומת העיתונאי כ"שליח" בעל מחויבות חברתית – לייצוג דעות שונות, זרמים וקבוצות מיעוט.

מימד 4 : איזה מידע

האם העיתונות "מגויסת" בעת חירום, מנגנוני "גיוס" כמו שירות בדובר צה"ל ובגלי צה"ל.

#### דילמה 5 : התקשורת כ"כלי" תעמולתי לעומת חסינות התקשורת מניצול תעמולתי

מימד 1 : ניהול מידע

הצורך בגוף המרכז את נושא ההסברה ומתאם בין מיניסטריונים, משרד ראש הממשלה והדוברות הצבאית, הפרדת דוברות צבאית מתעמולה צבאית.

מימד 2 : עידן המידע

כיצד מתמודדים עם שפע ערוצים ובכלל זה זרים, מיובאים, "ערוצי נישה" וערוצי אינטרנט – לצורכי מאמץ תעמולתי מרוכז ועקבי, גיוס עמותות להסברה באינטרנט.

מימד 3 : מידע למי

קהלי היעד המרובים של תעמולה : ערביי השטחים, ערביי ישראל, אוכלוסיית העורף בישראל, דעת הקהל במדינות שונות, התקשורת הזרה ועוד. ההבחנה בין הסברה "פנימית" לתעמולת חוץ : האם מסרים שונים.

מימד 4 : איזה מידע

האם במלחמה הזנת התקשורת במידע מגמתי היא לגיטימית, "גבולות המניפולציה".

## **ריכוז הדיונים שהתקיימו בצוות:**

בדיונים אשר הצוות קיים נשאלה השאלה מהו החוסן הלאומי בהקשר התקשורתי. עם כל הזהירות שהודגשה לעיל, הגענו, בסופו של דבר, להגדרה הבאה :

**"חוסן לאומי - היכולת (מתמשכת ולא חד פעמית) של המדינה והחברה לגייס משאבים ועוצמות לשם קידום אינטרסים לאומיים. אינטרסים לאומיים הם אלה המוסכמים על הציבור בדרכים שהוא בוחר להביע את עצמו, היינו, בסדר היום הציבורי".**

בהתאם להגדרה זו הצוות ניהל דיונים בחמישה תחומים : **ההשוואתי, התרבותי, החברתי, הביטחוני-צבאי והמדיני.** ריכוז ממצאי הדיונים מובא להלן :

## **ההיבט ההשוואתי - היבטים מבניים-תפקודיים:**

א. שני תהליכים מקבילים ולכאורה אף סותרים : מצד אחד, ריכוזיות גוברת והולכת, ברמה בינלאומית ולאומית, ומצד שני – ריבוי ערוצים. תהליכים מקרו-כלכליים גורמים ותורמים להאצה ולהעצמה של הריכוזיות, כלומר מצב שבו יותר ויותר אמצעי תקשורת נמצאים בידי פחות ופחות בעלים. מצד שני, הטכנולוגיה, שנעשתה זולה, ממוזערת, זמינה ופשוטה להפעלה מאפשרת הקמה של אמצעי תקשורת קטנים רבים.



- ב. מחיקת הגבולות הלאומיים בתחום התקשורת: תאגידים בינלאומיים רוכשים ארגוני תקשורת ארציים או מקומיים. למי מחויבים הארגונים הללו? לבעלים הבינלאומיים או לחברה ולמדינה שבה הם פועלים?
- ג. עליית משקלם של אמצעי התקשורת הבינלאומיים (CNN, BBC וכו') מעצימה את תופעת "הכפר הגלובאלי".
- ד. ירידת משקלם של ערוצי התקשורת הוותיקים – עיתונות, רדיו וטלוויזיה – לטובת ערוצי תקשורת חדשים (ירידה בצפייה בחדשות בטלוויזיה בארה"ב, ירידה בקריאת עיתונים יומיים).
- ה. תחלופה גבוהה של כוח אדם בתעשיית תקשורת ההמונים. אחת הנגזרות מכך: ירידה ברמת המקצועיות של העיתונות והעיתונאים.
- ו. התחרות החריפה בין אמצעי התקשורת גורמת לכך שאמצעי התקשורת ממהרים להפיץ את המידע שהגיע אליהם, אף ללא בדיקה יסודית. מצד שני, העובדה שאין עוד תדר קבוע לשידור המידע – הכל נעשה עתה במסגרת של "רשת פתוחה" (ברדיו, בטלוויזיה ובאינטרנט) גורם לכך שאת הטעות אפשר לתקן מייד, ואפילו ללא התנצלות.
- ז. המצב של "רשתות פתוחות", המשדרות מידע און-ליין, גורם לכך שאמצעי התקשורת נסמכים יותר ויותר על אמצעי התקשורת כמקור המידע שלהם (Intermedia agenda-setting). כלומר, ברגע שמידע חדר לאמצעי תקשורת אחד, האחרים ימהרו להעתיקו ולשכפלו.
- ח. קיצור הטקסט: פחות מילים ויותר תצלומים וכותרות, גם בעיתונות וגם באמצעי השידור.
- ט. החדשות נהפכות יותר ויותר לבידור (Infotainment), כאשר מרכיב "החדשות הקשות" נחלש.
- י. יש יותר פרשנות מהירה, לעתים קרובות ללא בדיקה (או ידיעה) של עובדות.
- יא. יותר מבזקים ופחות חדשות לעומק. פחות עיתונות חוקרת וביקורתית. הסיבה העיקרית: עלות ותועלת כלכלית.
- יב. אתיקה – יש שחיקה של האתיקה העיתונאית, בעיקר משום שאמצעי התקשורת מתפקדים יותר ויותר כגופים כלכליים. זהו מצב בעייתי, כיוון שהעיתונות אמורה למלא תפקיד ציבורי, אך היא נמצאת בידים פרטיות, מבלי שיש עליה מחויבות ציבורית אמיתית של אקאונטביליות.

יג. במדינות מערביות שונות (וגם בישראל) יש ניסיונות של פוליטיקאים להטיל מגבלות על חופש העיתונות, אך שיש המדברים על "תסמונת החקיקה".

יד. הכוח של אמצעי התקשורת הוא לא רק במידע שהם מפרסמים, אלא גם במידע שהם אוגרים ואינם מפרסמים.

## **ההיבט התרבותי:**

### **1. הבנה של הקשר בין טכנולוגיות בכלל וטכנולוגיות תקשורת בפרט לבין תרבות:**

ניתן לבחון קשר זה דרך מספר נקודות מבט:

#### **- תפיסת הזמן**

\* ניתן לאגור המידע לאורך זמן אך המידע מחזיק מעמד בתודעת האנשים לפרקי זמן קצרים.

\* שינויים בדפוסי העברת המידע וצריכתו - מעיתונות כתובה, היוצאת לאור אחת ליום לערוצי תקשורת אלקטרוניים, המשדרים ב"רשת פתוחה" או באמצעים מכוונים.

\* מהירות הגעת המידע.

#### **- תפיסת המרחב**

אמצעי התקשורת הופכים אותנו לחלק מהכפר הגלובאלי.

#### **- תפקיד החושים**

כתוצאה מהצפת המידע מערוצי המידע השונים אנו צריכים לאמן את החושים להבחין בין עיקר לתפל.

תפיסת החושים במונח התודעתי - המציאות היא מה שמדווח באמצעי התקשורת. מה שמדווח הוא קיים ומה שלא מדווח הוא לא קיים. ישנה מציאות אלטרנטיבית שמתרחשת כל הזמן. יש מציאות פיזית ומציאות וירטואלית. המשחק הוא על יצירת התודעה.

#### **- תכנים של מידע**

אמצעי התקשורת מקדדים את המסרים בשפות שונות - קידוד באמצעות תמונות, צלילים, מילים (כתובות ומדוברות) ועוד. הקידוד משפיע על תגובת הקהל. הכוח של התקשורת הוא גם בתכנים שלא מפרסמים.

#### **- דמוקרטיזציה של מידע**

הדמוקרטיזציה של אמצעי התקשורת והנגישות למקורות רבים של מידע היא תפיסה מנקודת מבטם של צרכני התקשורת. מהצד של מפיקי המסרים, הנגישות מוגבלת עברנו.

#### **- השפעות פסיכולוגיות/ השפעות אפסטימיולוגיות**

לטכנולוגיות השפעה על צורת החשיבה :

\* עיתונות כתובה - חשיבה היררכית ורציונלית.

\* טלוויזיה - מענה לסיפוקים מידיים להבדיל מדחיית סיפוקים.

\* אינטרנט - חשיבה אסוציאטיבית.

- שינוי בערכים

מידע מהיר משנה דברים בסיסיים ומושגים כגון מעורבות חברתית ומעורבות

פוליטית. ערכים ישנים שהיו חשובים לתרבות הופכים ללא רלוונטיים.

- אי שוויון בחלוקת היתרונות של כל מדיום בין שכבות האוכלוסייה השונות

היתרונות והחסרונות של מדיום נתון לא מחולקים שווה בין כל חלקי האוכלוסייה -

גם מבחינה כלכלית וגם מבחינה מבנית. לכל מדיום אידיאולוגיה מאוד חזקה, מובנית

בתוכו.

- מלחמות אידיאולוגיות

מלחמות אידיאולוגיות מתנהלות בין אמצעי התקשורת על תשומת הלב שלנו, על

הכיס שלנו, על הזמן שלנו - האם אנו נכנעים לעידן המידע או נאחזים בצורות

תקשורת מסורתיות יותר.

- שינויים מבניים במדיה

כל מדיום עובר שינויי מבניים ותכניים על מנת לשרוד כאשר הוא נכנס לתרבות

מסוימת.

- טכנולוגיות הופכות למיתיות

הטכנולוגיות הופכות במהרה למיתולוגיות עבורנו. היינו, בלתי נראות, מובנות

מאליהם. התמודדות עם הנושא צריכה להיות באמצעות חינוך וחקיקה.

## 2. התפתחות של שפה חדשה בתקשורת ובאינטרנט :

באינטרנט מתחילה להתפתח שפה חדשה שאין לה עדיין מאפיינים. מבחינה תרבותית אנו לא

מכירים את השפה הזאת. איננו יודעים גם את ההשלכות של השפה החדשה הזאת.

שפת התקשורת - הציבור לא תמיד מבין את השפה שבה משתמשים אנשי התקשורת

והפרשנים, את החדשות ואת הנושאים. השפה הופכת ליותר אלימה.

בהקשר זה עולה השאלות מה עושות המילים להבניית המציאות ("מכבסת המילים").

## 3. הגדרת התרבות הישראלית :

אנו לא יודעים על איזו תרבות מדובר כאשר מדברים על התרבות הישראלית. החברה שלנו

מורכבת מהרבה קבוצות. חוסן לאומי משמעותו בהקשר זה לקחת את כל הקבוצות ולהכניס

אותן למעגל ההשפעה. בהקשר של טכנולוגיות, ישנם ציבורים שאינם יודעים מה זה

האינטרנט.

בהקשר התרבותי נשאלת השאלה איך מגיעים לאותם ציבורים כאשר המכנה המשותף שלהם

הוא בלתי ברור.

#### 4. ציפייה לפתרונות מהירים :

החשיבה היא בסיסמאות והציפייה היא לפתרונות מהירים. ישנה תחושה כוזבת שלכל בעיה יש פתרון. השימוש בטכנולוגיות בהקשר הזה והצפת הידע - מתקבלת התחושה שאם אני יודע אני מבין ואם אני מבין אני יודע מה לעשות עם זה. אין ניסיון להבין לעומק שישנן בעיות שהן ללא פתרון או שאם יש פתרון הפתרון הוא איטי, דורש זמן רב, הוא מורכב והוא בכלל דורש חשיבה אחרת. בהתאם לכך יש לפתח אורך נשימה שהוא כוח עמידה. החוסן הלאומי הוא היכולת של הציבור להתמודד עם בעיות שלא בטוח שיש להן פתרון.

#### ההיבט החברתי:

##### 1. התקשורת עוסקת בעיקר בנושא הפוליטי והביטחוני ולא בסוגיות חברתיות:

כלל הבעיות של החברה הישראלית אינן נמצאות בתקשורת. העלמת עין הנושאים מסוימים שקשורים בקבוצות מסוימות גורמות לחברים בקבוצות האלה להראות כבלתי לגיטימיים ובלתי שייכים לחברה. השפה היא שפה מפלה בין נשים לגברים, בין עדות וכיו"ב. אחוז גבוה מאוד מהנושאים שמתמודדים איתם בחיי היום יום אינו בא לידי ביטוי באג'נדה הציבורית המעוצבת. אוכלוסיות שמרגישות מנוכרות לאג'נדה הציבורית כפי שמשקפת האמצעי התקשורת משפיעה על החוסן הלאומי. לא נוצרה ליבה פלורליסטית רב תרבותית שתביא את הקולות השונים. יש ליצור פרוצדורה של צדק בעניין הייצוג.

##### 2. רוב החברה הישראלית אינה מיוצגת בכלי התקשורת:

התקשורת הישראלית מיוצגת על ידי גברים יהודים אשכנזים. הנשים אינן מיוצגות. יש קול הגמוני בתקשורת. התקשורת היא מונוליטית אליטיסטית.

##### 3. האחדה מול סימטאות:

בכפר הגלובאלי ישנם שבילים וסימטאות. מחד גיסא, יש תופעה של האחדה, כולם רואים אותם דימויים ונעשים דומים מבחינה תרבותית ומאידך גיסא יש גם סימטאות שחייבים לטפל בהן. כלי התקשורת הולכים היום לכיוון ה - Broadcasting, היינו, לשידור הרחב ביותר והם צריכים ללכת לכיוון ה - Narrowcasting על מנת להעביר מידע לאותם אנשים שחיים בסימטאות ובשבילים. הכפר הגלובאלי מתפצל לכפרונים קטנים של קהילות וירטואליות בין ברמה הבינלאומית ובין ברמה הלוקאלית. הבעיה הנוצרת ההקשר של החוסן הלאומי איך מגיעים לאותם קהילות בערוצים שכלל לא מכירים.

#### 4. פטריוטיות:

לביטחון ולחוסן הלאומי יש קשר לרגש ששמו פטריוטיות. פטריוטיות זוהי הנכונות לעשות דברים בהקשר של ביטחון לאומי. פטריוטיות היא החיבור שבין ההזדהות והגאווה הלאומית.

#### 5. חזון הדטרמיניזם הטכנולוגי ושברו:

חזון זה מבוסס על שלוש רגליים:

- \* שידור לוויני - משדר שפע של ערוצים - הצפייה וההאזנה בשעת חירום הולכת ל - Mainstream,
- יש התכנסות סביב המרכז התקשורת.
- \* שמים פתוחים - לא כל אחד יכול לעלות לאויר.
- \* תקשורת מתווכת - מחשב, אינטרנט, פורומים, ציטים - הריכוזיות של ברוני התקשורת קיימת גם במדיום החדש. אותם קונצרנים תקשורתיים לא נחלשו מהתקשורת החדשה. הם למדו כיצד לרתום אותה ולהשתלב בה.

#### 6. מקצועיות התקשורת:

לעוסקים בתקשורת אין מטענים ערכיים. אנו לא מתייחסים ברצינות למה שמתרחש אצלנו כי התקשורת מוזילה את ההתייחסות לנושאים השונים. נוצר פרולטריון של תקשורת שהעיסוק בו לא נתפס כשליחות אלא כתחנת מעבר.

### ההיבט הביטחוני:

#### 1. גורמים המשפיעים על ניהול המידע במדיה:

- ריבוי ערוצי התקשורת האלקטרונית המתמקדים בחדשות ובאקטואליה ומתחרים ביניהם בזירה הלאומית והבינלאומית. התוצאה היא משדרי חדשות מתפרצים (Breaking News) גם ברשתות טלוויזיה שאינן מתמחות בחדשות ויוצרות תכניות שממצות את עצמן.
- השיפורים הטכנולוגיים ומהפכת התקשורת בעידן המידע מגדילים את היכולת של הממשל ושל גורמי הביטחון לבצע מניפולציה באמצעי התקשורת והצרכנים.
- מזעור אמצעי הצילום והשידור - יכולת הפצת המידע בזמן אמיתי. המידע עצמו בעצם לא קיים. אין מידע חדש. מזעור האמצעים מעידה על היכולת להעביר מידע ולא על היכולת לאסוף אותו, להעריך אותו ולהבין אותו.
- המשדרים נמדדים יותר על פי מידת הצלחתם כהפקה ופחות על פי קריטריונים עיתונאיים. התוצאה היא ריבוי מקרים של שידור מידע שגוי ומגמתי, המדיה נופלים בקלות יותר קורבן לדיס - אינפורמציה ומניפולציה, בעיקר אם הוא מגובה בחומר ויזואלי חזק. המדיה מנסה להתגבר על זה באמצעות חלוקת עבודה ותחומי כיסוי בין כתבים, פרשנים ומגישים.

## **2. גורמים המשפיעים על ציבור צרכני התקשורת:**

- ציפיות לא ריאליות וחיפוש אחר פתרונות - נטייה לצפות לתוצאות מיידיות ומוחלטות כתוצאה מפעילות צבאית וביטחונית. כוח העמידה הוא ללמוד שיש להתמודד עם בעיות לאורך זמן.

- נוצר צורך לסלק את תחושת החרדה הנובעת במצבי עימות אלים מחשש לביטחון הפיסי, מחוסר ודאות לגבי העתיד, מתחושת חוסר האונים האופיינית למצבי עמימות וממחסור במידע שלם ואמין.

- ספקנות אינהרנטית ביחס ליכולתה של ההנהגה הפוליטית והצבאית להתמודד בהצלחה עם מצב נתון. הממשל יכול להתמודד עם בעיות אלו באמצעות אספקת מידע אמין, שוטף ורצוף לאמצעי התקשורת ובאמצעות מתן נגישות לכתבים ולצלמים למספר רב של מקורות מידע.

- אמצעי התקשורת משמשים כזירת קרב ומשפיעים על התודעה.

- ריבוי קולות - הקול האחד המושמע בעת חירום הוא קול שמבטל אמיתות אחרות ובוחר אמת אחת מסוימת. ריבוי הקולות שיוצר אותות ורעשים רבים מחייב את הצרכן לבנות את תמונת האמת שלו. הופך אותו לשותף לתובנת הפתרון או אי הפתרון של בעיות שאין להן פתרון או שהן מורכבות. מעודד לחשיבה אלטרנטיבית.

## **3. גורמים המשפיעים על גורמי הממשל והביטחון:**

- המלחמות היום מתנהלות בשדות קרב שונים: שדה הקרב התקשורתי, המדיני, הכלכלי והתודעתי.

- גורמי ביטחון אינם מסוגלים לספק למדיה מידע חדש, אמין ורלוונטי בקצב הדרוש למדיה - אם בגלל הסודיות הנדרשת מטעמים מבצעיים ואם בשל הצורך לבצע תחקיר כדי לקבל תמונה אמינה. עליהם להיות מסוגלים להזים במהירות מידע מזיק וחסר בסיס עובדתי ולהיות מסוגלים להציג עמדותיהם וגרסותיהם בצורה משכנעת ואמינה. אמינות לאורך זמן משתלמת.

- החומר הויזואלי מהפקה עצמית שיספקו גורמי הביטחון למדיה לעולם יהיה חשוד במניפולציה ובחוסר אמינות. אין לגורמי הביטחון אפשרות להתמודד עם מבול המידע והפרשנויות המציף את ערוצי התקשורת אבל יש ביכולתם לבנות את אמינותו. - במדינת ישראל אין סיכוי לעצור מידע למשך פרקי זמן ארוכים.

## **4. דמוקרטיזציה של התקשורת:**

תפיסת התקשורת כמבקרת את השלטון וכמפקחת עליו תורמת לחוסן הלאומי - גם בנושאים הביטחוניים. המדיה צריכה לדווח באופן ביקורתי. הדמוקרטיה כמשטר היא האופציה הטובה ביותר למרות שאנחנו כואבים את חולשותיה. לכן צריך להביא את יתר הקולות.

## **5. יצירת מנגנון הסברה:**

הממשל צריך לדבר למדיה בקול אחד - צריכה להיות אסטרטגיה של תעמולה.

## ההיבט המדיני:

1. המידע והתקשורת הם לב ליבה של העבודה המדינית.
2. תקשורת - לא רק במובן הרגיל אלא גם במובן של לתקשר.
3. דיפלומטיה היום היא Public Policy -
- \* המדיניות כיום חשופה יותר להשתתפות ולביקורת ציבורית.
- \* הדיפלומטיה הפכה למולטי-ליטרלית (להבחין ממדיניות בילטרלית)?
- \* הגדרת הריבונות השתנתה.
- \* טשטוש בין מדיניות חוץ ומדיניות פנים.
4. ריבוי גורמים העוסקים במדיניות ובקשרים מדיניים.
5. CNN Factor - הציבור מופעל לא רק לגיבוש דעת קהל אלא לנקיטת צעדים.
6. המדינאים והדיפלומטים מתחבטים בעומס מידע, במהירות ובקצב שלו.
7. תפקיד התקשורת - לא רק מפרשת אלא דוחפת לכיוונים מסוימים בתהליך קבלת ההחלטות. לתקשורת תפקיד משלים לתפקיד המדינאי.
8. ההסברה הישראלית - צריכה להיות חלק מתהליך קבלת ההחלטות. התקשורת היום היא חלק מהתווית המדינית, חלק מעיצובה.
9. המדינאי היום אינו רק קובע מדיניות אלא גם מפרש החדשות והאירועים הציבוריים.
- המדינאי צריך לעבוד במקצועיות. להכיר כיצד עובדת התקשורת ולהיות מכוון ברמת המערכות לתת מענה לצרכים של התקשורת בצורה מקצועית; אמינה וזהירה.
10. לגורם האנושי משקל רב יותר, זאת בשל תהליכים של גלובליזציה, של הפתיחות ושל החברות הרב לאומיות. אנשים עוברים מקריירה אחת בחיים לאחרת וזה אומר הרבה יותר מיומנויות, הרבה יותר הדרכה וגם אפשרות לנצל את הכישורים האלה לטובת המערכת.
11. מדיניות הסברה המבוססת על אמינות תצלית. המדינאי מחויב לשקיפות לנגישות ול - accountability.
12. תרומת התקשורת למשא ומתן:
  - מעבירה הנושא לדיון ציבורי. התקשורת היא מכשיר לשיתוף הציבור.
  - לתקשורת גם תפקיד באריגת האמת - אריגת פסיפס האמת והגשתו לציבור.
  - במהלך המו"מ לתקשורת חשיבות בשני שלבים: הפתיחה והסיום;
  - בשלב הפתיחה - החלק הטקסי - התקשורת משמשת ככוהן גדול של טקס חשוב מאוד שבו האלמנטים הפסיכולוגים והאמוציונליים שבו הם חשובים.
  - שלב הסיום - החלק הטקסי - יש אלמנט של מכירת המו"מ לציבור, אם הושגה הסכמה (לחיצות הידיים - אלמנט של מחויבות של שני הצדדים) ואם לאו.
13. תהליך ההסברה כפרוצדורה וכמסורת - חלק מעיצוב המדיניות הוא גם לדעת להסביר אותה ולכן ההסברה צריכה להיות חלק בלתי נפרד מתהליך קבלת ההחלטות.
14. יחס לתקשורת חוץ - "מקל וגזר".
15. תפקיד התקשורת - דיווח, פרשנות ויצירת ההקשר שבו ניתנת הפרשנות.

16. יש לעצב מחדש את הקשר בין התקשורת למעצבי המדיניות ולפעולות בשטח - האינטגרציה צריכה להיעשות ברמה הטקטית וברמה האסטרטגית.
17. גם בעת חירום אנו יכולים לשמור על ערכים ולתת אפשרות לפלורליזם. אנו יכולים להראות את העמדות השונות והמגוונות שלנו גם כלפי חוץ.
18. המסרים - אין צורך במסר אחיד. צריך לעבוד לפי קהלי יעד ולהתאים את המסבירים אליהם.
19. החוסן הלאומי בהקשר זה הוא האמת הפנימית שלנו, למה אנחנו נמצאים פה. האמת הפנימית המכנה המשותף הרחב ביותר.

## **סקר - תקשורת וחוסן לאומי**

בעקבות הדיונים שהצוות קיים ושאלות שהועלו בהם - סוכם גם לערוך סקר הבוחן את שאלת התקשורת והחוסן הלאומי.

הסקר נערך ע"י חברת "טלסקר".

# **סקר**

































## ניהול המידע בעידן המידע - עקרונות

לסיכום הדיונים מוצעים בזה עקרונות לניהול מידע בעידן המידע. עקרונות אלה אמורים לשמש את הממשל ביחסיו עם הציבור באמצעות התקשורת והם, כמובן, ניתנים לשינוי, לערעור ולהתאמה למצבים משתנים:

- \* כל תכנית ומהלך בתחומים המדיני והביטחוני – יש ללוות במערכת הסברתית.
- \* פעולת ההסברה תלווה את הפעילות משלב התכנון ועד הביצוע (כולל!) תוך כדי מעקב ומתן היזון חוזר.
- \* מעקב רצוף אחר שינויים וחידושים בתחום התקשורת (בתחומים התוכני, הטכנולוגי והמבני) – ומתן התשובה ההסברתית המתאימה.
- \* ריכוז מאמץ ברמה הלאומית לביצוע פעולת ההסברה.
- \* כינון מערכת הסברה לאומית (משרד?) בתיאום עם גופי הסברה אחרים – למערכת אחת.
- \* ראייה הסברתית תכלול קהלי יעד פנים וחץ כאחד, תוך מציאת הדומה והשונה בפעילות ההסברה לקהלי יעד שונים.
- \* שלושת האל"פים -

אמת

אמינות

אמון

הם הנדבכים המרכזיים בבניין ההסברה ובניהולה.

