



הצעות ודרישות עבודה

בתי הספר

צור קשר

פורום

צוות הפיקוח

הודעות מפמ"ר

על האתר

דף הבית

התפיסה הניאו מרקסיסטית

חיפוש

חממת קולנוע צעיר

מאת: דן כספי

מגמות הלימוד

■ מבנה מגמות טכנולוגיות חוזי

■ ביבליוגרפיה

■ מגמת מדיה ופרסום

■ אודות המגמה

■ מקצוע תקשורת וחברה

■ תוכנית הלימודים

■ מערכים בתקשורת וחברה א

■ מערכים בתקשורת וחברה ב

■ מערכים בתקשורת וחברה ג

■ מבניות בתקשורת וחברה ג

■ מאמרים תיאורטיים

■ מאמרים בנושא עיתונות

■ מאמרים בנושא רדיו

■ מאמרים בנושא טלוויזיה

■ מאמרים בנושא פרסום

■ موضوع الاعلام والمجتمع

■ תקשורת אלקטרונית

■ פרסום ויחסי ציבור

■ ביבליוגרפיה

■ בתי הספר במגמה

■ שאלונים ומחוננים

■ מגמת טכנולוגיות תקשורת

■ פורטל היצירה הצעירה

■ תמונות מהווי המגמה

■ סרטוני המגמה

■ בחינות חיצוניות

■ בחינת מפמ"ר ארצית

■ פרויקטי גמר

■ קולנוע וטלוויזיה י"ג - י"ד

רעיונותיו של המעמד השליט מהווים בכל תקופה את הרעיונות השליטים, כלומר, המעמד שהוא העוצמה החומרית השלטת בחברה מהווה בעת ובעונה אחת גם את עוצמתה

הרוחנית. אותו מעמד שאמצעי הייצור החומריים עומדים לרשותו - אף הפיקוח על היצירה הרוחנית מצוי בחזקתו; כך שניתן לומר שבדרך-כלל כפופים לו רעיונותיהם של אותם אנשים שאין להם אמצעים ליצירה רוחנית... היחידים המרכיבים את המעמד השליט, יש להם בין השאר גם תודעה והם אם כן חושבים; הם... שולטים אפו גם כיוצרי רעיונות, מסדירים את ייצורם וחלוקתם של רעיונות זמנם. רעיונותיהם הם אם כן הרעיונות השליטים של אותה תקופה (קרל מרקס).

תפיסת המרקסיזם את מעמדה החברתי והפוליטי של תקשורת ההמונים נשענת על הדברים שלעיל, הלוקחים מתוך חיבורו של קרל מרקס האידיאולוגיה הגרמנית. לדברים הללו יש השלכות על מעמדם של המוסדות החברתיים השונים, לרבות תקשורת ההמונים. כאחד מן המוסדות הללו, תקשורת ההמונים משקפת את ערכי המעמד השליט, משמשת כלי ביטוי לדעותיו ומשרתת בנאמנות את האינטרסים שלו. (מרקס מונה בכל חברה שלושה יסודות: כוחות הייצור, הבסיס הממשי ובניין-העל. כוחות הייצור כוללים את אמצעי הייצור - חומרי הגלם, כלים ומכונות - ואת כוח העבודה. הבסיס הממשי מורכב ממכלול של יחסים המכונים יחסי ייצור, הנוצרים בין בני החברה בתהליך הייצור. יחסים אלה הם בראש ובראשונה יחסי קניין (בעלות על כוחות הייצור). יחסי הקניין קובעים מה יהיה דפוס יחסי העבודה. יחסי הייצור בכל חברה חוצים את החברה לשני מעמדות, המנצל והמנוצל. המושג בניין-על משמש את מרקס לכינוי שני גורמים: מערכת היחסים המשפטיים והמדיניים הקיימים בחברה, וכן כלל היצירה הרוחנית והאמנותית, המכונה בפיו "אידיאולוגיה").

אמצעי תקשורת ההמונים מציגים אפוא תמונת עולם התואמת את האידיאולוגיה ואת האינטרסים של המעמד השליט. הם פועלים בתיאום מרבי עם מוסדות חברה אחרים, הנתונים אף הם להשפעתו של המעמד השליט. מטרתם לבסס את יחסי-הכוחות השוררים

בין המעמד השליט למעמדות הנשלטים, ולשם כך עליהם לשכנע את הנשלטים שהמצב הקיים פועל לטובתם. כדי שהציבות החברתית תישמר, שוקדים אמצעי תקשורת ההמונים לסכל כל ניסיון מחאה של כוחות מתנגדים, לעוות את דמותם ולשלול מהם כל הכרה ציבורית.

לפי הביקורת המרקסיסטית כלפי השיטה הקפיטליסטית, אחת הדרכים לשמור על הציבות הפוליטית היא לספק לנשלטים את מאווייהם הבסיסיים. המעמד השליט סבור, שהנשלטים אינם זקוקים אלא ל"לחם ושעשועים", ואמצעי תקשורת ההמונים מיטיבים לספק חלק מן הצרכים הללו הם משעשעים את ההמונים ומסיחים את דעתם מן העיקר, ובדרך זו מחזקים את משטר הדיכוי וחוסר השוויון.

התפיסה המרקסיסטית שותפה לפסימיות של הסוציולוגיה המערבית באשר להשפעתה של תקשורת ההמונים על עיצוב המבנה הפוליטי והחברתי. אך בניגוד לסוציולוגיה המערבית, התפיסה המרקסיסטית דוחה את הפטליזם, את צידוק הדין, המטפח

סטטוס-קוו חברתי, וגורסת שהמצב הקיים חייב להשתנות בכיוון האידיאולוגי הרצוי.

התפיסה המרקסיסטית גורסת עוד, כי על תקשורת ההמונים מוטלת החובה לקדם את הסיכויים לשינויים החברתיים הרצויים. כיוון שאינה עושה כן, היא מואשמת בסיוע לביסוסו של המצב הקיים. יתר-על-כן, תקשורת ההמונים בולמת את השינויים החברתיים ופועלת כגורם שמרני, או במושגי התפיסה המרקסיסטית, כגורם ריאקציונרי. במרוצת השנים הזין המרקסיזם זרמים פוליטיים ואינטלקטואליים לא-מעטים. בשורות הבאות נתמקד בשלושה זרמים אינטלקטואליים ידועים - שלוש תיאוריות-מקרו, העוסקות בין השאר במעמדה של תקשורת ההמונים בחברה ומסבירות אותו מזוויות שונות. נפתח בתיאוריה הפוליטית-הכלכלית על תקשורת ההמונים.

התיאוריה הפוליטית-הכלכלית

האמרה המוכרת "בעל המאה הוא בעל הדעה" יש בה, אולי, כדי לבטא את תמציתה של התיאוריה הפוליטית-הכלכלית. הבעלות על אמצעי הייצור, ובהם אמצעי התקשורת, קובעת את טיב הסחורה - המסרים המועברים בתקשורת ההמונים.

בבסיס התיאוריה הפוליטית-הכלכלית עומדת ההנחה שהאידיאולוגיה המווסתת את אמצעי תקשורת ההמונים תלויה במישרין בבסיס הכלכלי שלהם. לפיכך, השיקולים הכלכליים הם הקובעים והמסבירים את מדיניות הפרסום הכללית של אמצעי התקשורת. תוכנם של המסרים המועברים באמצעי התקשורת מושפע מן האינטרסים הכלכליים של בעליהם: הללו מבקשים להפיק רווחים מן הנכס שבידיהם, ומשום כך הם חייבים להיענות לכללי ההיצע והביקוש של שוק הקוראים. השיקולים הכלכליים הם המשפיעים על הסיקור התקשורתי ועל הסלקציה העיתונאית, ועוד דון בנושא בהרחבה ביחידותה באות. שיקולים אלה הם המנחים את העורך או את הכתב מה לפרסם, כיצד לעסוק בנושאים שונים, מה להבליט ומה להעלים.

ואולם, התיאוריה הפוליטית-הכלכלית אינה מסתפקת בהסברים הנשענים על שיקולי תפוצה. היא מוסיפה וטוענת, כי ככל מוסד כלכלי אחר, גם אמצעי תקשורת ההמונים קשורים בעבודות לממסד הפוליטי. כיוון ששיקולים כלכליים מנחים את ראשי ממסד התקשורת, הריהם מעוניינים ביציבותם של המערכת הפוליטית והמשקית, שכן התערעורתה עלולה לפגוע באינטרסים שלהם. כך, למשל, רבים מאמצעי התקשורת הגדולים שולחים ידם בענפי תעשייה שונים, כגון תעשיית עץ ונייר, תעשיית הפנאי, מו"לות, או תיירות. התערעורת היציבות הפוליטית עלולה להזיק לענפי התעשייה הללו: היא עשויה לגרום, בין השאר, לירידה בתצרוכת הנייר, ברכישת ספרים, או בהיקף התיירות. ועוד, מאחר שאמצעי תקשורת שונים משמשים אמצעי פרסום, ומאחר שעיקר הכנסתם באה מן המפרסמים, הרי שכל משבר הפוקד את המשק משפיע לרעה גם על הממסד התקשורתי. בתקופות של מיתון כלכלי, כפי שאירע בארץ בשנת 1965, או בשנת 1988, נפגעו גם העיתונים; מפעלים סגורים ועסקים פושטי-רגל אינם מפרסמים.

לשני הממסדים, התקשורתי והכלכלי, אינטרסים דומים: שמירת הסדר החברתי והכלכלי הקיים. שינויים מרחיקי-לכת במבנה המשק עלולים לפגוע בבסיס הכלכלי של אמצעי התקשורת. משבר כלכלי חריף עלול להביא את בעליו של עיתון לידי פשיטת-רגל שתגרום לסגירתו של העיתון, או להחלפת הבעלים. בדומה, עיתון המפיק רווחים מטיוולים, יצדד במדיניות כלכלית שלא תפגע ברמת הצריכה של הפרט. אילי תקשורת שואפים לשלוט בכלי תקשורת רבים ככל האפשר: הוצאות ספרים ותחנות שידור. התהוותם של קונצרנים תקשורתיים גדולים שבה ומוכיחה, כי אפשר לראות באמצעי התקשורת עוד ענף מענפי התעשייה. הקטע הבא מדגים זאת יפה:

על-פי תיאוריה זו, העוצמה הכלכלית היא הקובעת אילו קולות ודעות יישמעו באמצעי תקשורת ההמונים, ואילו קולות יורחקו לשוליים ואילו אפילו יושחקו. ההיגיון הכלכלי הוא הקובע מי יזכה בשירותיהם הטובים של אמצעי תקשורת ההמונים: אותן קבוצות, שבכוחן להבטיח תמיכה כלכלית באמצעי התקשורת. כך, לדוגמה, בעת סכסוך עבודה במפעל הקשור בקשרים כלכליים לאמצעי התקשורת, זוכה לא-אחת ההנהלה לסיקור אוהד. אפשר להכליל ולומר, כי מעמדם של המגזרים המזרימים משאבים לאמצעי התקשורת ומגדילים את רווחי בעליהם מתחזק, ואילו מעמדם של מקורות המידע העצמאיים, הקטנים, שאין בה משום פיתוי כלכלי, הולך ונחלש (Golding & Murdock, 1978).

■ רשימת קישורים

■ העשרה והרחבת ידע

■ מה חדש ?

מרחבי לימוד מתוקשבים

■ המבניות בתקשורת וחברה ג'

■ מערכי שיעורים בתקשורת

■ מבנית בצילום ותאורה

■ מבנית פס קול

■ מבנית מעשית בהפקות

■ מבנית מדעי הטכנולוגיה

■ סיכום פיצ'ינג דוקומנטרי

■ תיק הפקה עילית 2,565,803 בייסות לאתר

■ תיק הפקה דוקומנטרי

■ תסריטים להפקות

■ אמנות המבע הצילומי

על-פי גרסה אחרת של התיאוריה הפוליטית-הכלכלית, אמצעי התקשורת אמורים למשוך גם קהל צרכנים, שפרסומאים ומפרסמים יוכלו לשווק לו את סחורותיהם (Smythe, 1977). תכליתו של אמצעי תקשורת - עיתון או רדיו - היא לדאוג לקידום של המוצרים המתפרסמים בו, וזאת באמצעות תכנים שירתקו אליהם ציבור של לקוחות בכוח.

טיעונים אלה מוצאים להם סימוכין במניעים המסחריים הגלויים של העיתונות ושל תחנות השידור הפרטיות, במיוחד בארצות-הברית. מדיניות השידור ותכנון לוח המשדרים כפופים כמעט לחלוטין לשיקולים כלכליים. המאבק על שיעורי הצפייה הגבוהים של תחנות הטלוויזיה, למשל, מטביע חותם גלוי על תכני המשדרים. תחנת שידור פרטית, המבקשת לרתק אליה את מרב הצופים, תמאן לשדר קונצרטים של מוזיקה קלאסית ותעדיף משדרים שווים לכל נפש.

למעשה, טוענת התיאוריה, אמצעי תקשורת ההמונים "מייצרים" קהל ומספקים אותו למפרסמים. בהציגם חומר המתאים לקהל מסוים, הם מאלצים את הקהל הזה להישקף לפרסומת. בארצות-הברית נהוגה שיטה, שלפיה מתורגם דירוג הצפייה בתוכניות לעלות של דקת פרסום. סקרים שוטפים מדרגים את תוכניות הטלוויזיה לפי מספר הצופים בהן, והתוצאה קובעת את מחירה של דקת פרסום בכל תוכנית.

התיאוריה הכלכלית-הפוליטית מציגה אפוא את אמצעי התקשורת כעסקים כלכליים לכל דבר, עסקים שהאינטרסים שלהם מכתיבים את התנהגותם ואת מסריהם. משום כך אין הם ממלאים את ייעודם החברתי הרצוי - ביקורת על השלטון הקפיטליסטי ועידוד ההמונים למרוד בו, להשתחרר מכבליו הרוחניים ולהיטיב את מצבם החומרי.

תיאוריית ההגמוניה

תיאוריית ההגמוניה, הניזונה אף היא מן המסורת המרקסיסטית, מתמקדת באידיאולוגיה של המעמד השליט, בדרכי ביטוייה, ובדרכים שבהן היא מתקיימת ואף משגשגת בהסכמת "קורבנותיה", בעיקר מעמד הפועלים. רעיונותיה המרכזיים מיוחסים למרקסיסט האיטלקי אנטוניו גרמשי (Gramsci Antonio).

גרמשי טבע את המונח "אידיאולוגיה שלטת" וטען, כי המעמד השליט - הבורגנות - אינו שולט בלבד, אלא גם מנהיג. הבורגנות שומרת על עוצמתה משום שהיא משכנעת מעמדות אחרים בחברה, שמטרותיה ומדיניותה הכללית נכונות. בדרך זו מגייס המעמד השליט את הסכמתם של הנשלטים. עוצמתה של הבורגנות השלטת אינה נשענת על בסיסה הכלכלי בלבד, אלא גם, ובעיקר, על בניין-העל שלה - היסודות הערכיים והרעיוניים הרצויים לה. משעלה בידי הבורגנות להטמיע את ערכיה ולעשותם מודל לחיקוי ולהערצה בקרב המעמדות הנמוכים, שוב אין היא צריכה לכפות את שלטונה בכוח הזרוע דווקא (Gramsci, 1971).

הסבת הדגש מן הגורמים הכלכליים אל הגורמים האידיאולוגיים מבליטה את חשיבותם של אמצעי תקשורת ההמונים בכל משטר שהוא. אמצעי תקשורת ההמונים נחשבים לאחד מן "המנגנונים האידיאולוגיים של המדינה" (Althusser, 1971). במידה רבה, תקשורת ההמונים היא שופרו של המעמד השליט: ביוזעין או שלא ביוזעין היא מפיצה את מסריו, ואלה מסייעים לו לבצר את מעמדו.

ההשפעה התרבותית, האידיאולוגית, מאיצה את השתרשותן בציבור של אורחות החשיבה והחיים הקפיטליסטיים (Althusser, 1971). מעמד העמלים מאמץ מרצונו, ולא דווקא בעל כורחו, הן את האידיאולוגיה של המעמד השליט והן את סמלי הסטטוס וסגנון החיים שלו.

תיאוריית ההגמוניה מעתיקה את הדגש המחקרי מן ההיבטים המוסדיים של תקשורת ההמונים להיבטיה התוכניים. היא מעודדת ומפרה מחקרים המבקשים להתחקות אחרי מסריה של תקשורת המונים. המסרים האלה הם הראיה האמפירית העיקרית לקיומה של

ההשפעה האידיאולוגית, התרבותית. חקירתם מאפשרת לבחון אם וכיצד מפיצים אמצעי תקשורת ההמונים את המסרים הבסיסיים של הקפיטליזם. החוקרים מנסים לחשוף את המשמעויות הצפונות בתכניה של תקשורת ההמונים, ולצורך זה אימצו את שיטות המחקר שפיתחה הסמיוטיקה, התורה העוסקת במשמעות של סימנים ומערכות-סימנים.

ניקח לדוגמה את הסדרה "שושלת". מדוע מכורים צופים ממעמדות חברתיים שונים לסדרה האינוסופית?

חסידיה של תיאוריית ההגמוניה אינם מתלבטים בתשובה. גיבורי הסדרה, קורותיהם ומעלליהם מקרינים להמונים את ערכי המקודשים של הקפיטליזם: הישגיות, כוחנות, רכושנות, הצלחה וכסף. פרקי הסדרה מאפשרים לצופים להציץ לעולמם של בעלי השררה, לקוות בסתר לבם להימנות עימם, או לכל הפחות, לחקותם, לאמץ את נורמות ההתנהגות שלהם. חיקוי כזה עשוי לטפח רגשי הזדהות והסכמה עם כללי המשחק שמאחורי הסדר הכלכלי הקיים.

במקרה זה, כמו במקרים אחרים, חיברות הציבור הרחב לערכי המעמד השליט אינו אלא מעין שטיפת מוח סמויה. אומנם, מפיקי הסדרה לא נועצו בגורם הנמנה עם המעמד השליט, אך בדיעבד הם מפצים תכנים תרבותיים המשרתים את הממסד הכלכלי

הקיים, שכן הם עצמם מושפעים השפעה תרבותית ואידיאולוגית מן המעמד השליט.

אסכולת פרנקפורט

התיאוריה השלישית שהושפעה מן המרקסיזם מזוהה עם קבוצת אינטלקטואלים גרמנים, ובהם יהודים, שנטשו את ארצם עם עלייתו של היטלר. לימים נודעה קבוצה זו בכינוי "אסכולת פרנקפורט", על-שם המכון למחקר חברתי (Institut für Sozialforschung), שייסדו חבריה בפרנקפורט, בשנת 1923. בראשית דרכו הצטרפו למכון צעירים קיצוניים בדעותיהם, שמקצתם היו חברי המפלגה הקומוניסטית והתאכזבו במדרכה. המכון פעל באוניברסיטת פרנקפורט, הגם ששמר על עצמאות כלכלית ואינטלקטואלית.

כעבור עשר שנים, עם עלייתו של היטלר, העתיקה הקבוצה את המכון לניו יורק, והוסיפה לפעול בו במסגרת המחלקה לסוציולוגיה באוניברסיטת קולומביה. מקס הורקהיימר (Horkheimer max), מנהל המכון אחרי קרל גרינברג (Karl Greenberg), החזיר את המכון לפרנקפורט בתום מלחמת העולם השנייה. תיאודור אדורנו (Adorno Theodor) עמד בראשו אחרי הורקהיימר, עד מותו בשנת 1968. אף-על-פי שהמכון חזר לכאורה לכור מחצבתו, העדיפו אחדים, ובהם הרברט מרקוזה (Marcuse Herbert), להישאר בארצות-הברית.

אסכולת פרנקפורט ביקשה לברר, בין השאר, מדוע לא התגשמה נבואתה החברתית של התיאוריה המרקסיסטית. חברה נטו לתלות את עיקר הכישלון בבניין-העל של החברה הקפיטליסטית. ואכן, לא במפתיע הם הגיעו למסקנה, שלפחות חלק מן האשמה מוטלת על אמצעי תקשורת ההמונים.

על-פי אסכולה זו, המעמד השליט מבקש להבטיח את יציבותה של החברה המעמדית, את חלוקת העוצמה הכלכלית והפוליטית בין המעמדות, בלי מתחים הרסניים, כלומר, לדחות כביכול את המהפכה לדור הבא. הוא מעוניין למנוע את התהליכים ההיסטוריים שיביאו עמם את השינויים החזויים. לשם כך הוא יוצר תנאים כלכליים המקלים על בני המעמדות הנמוכים לשפר את מצבם, ובדרך זו נמנעים המתחים שסופם לחולל את השינויים הקיצוניים.

המעמד השליט נעזר בתרבות המונים חדשה, אוניברסלית וממוסחרת, המספקת את רווחת הפרט ואת הנאותיו המיידיות. התפתחות תרבות פנאי של צרכנות, שירותים וטכנולוגיה מתקדמת, סייעה למעמד השליט לטפח מיתוס חדש של חברה אל-מעמדית, המספקת צרכים הטבועים בכל אדם, בלא הבדלי מעמדות. אשליית השוויון החברתי היא המסייעת למעמד השליט ללכד ליכוד מלאכותי את כל שכבות החברה.

ליצירתה של אשליה זו גויסו אמצעי תקשורת ההמונים ושולבו במעין תעשיית תרבות, המפיקה מוצרים שווים לכל נפש. כיוון שמוצרי תרבות אלה מיועדים לכול, הריהם פונים בהכרח אל המכנה המשותף הנמוך ביותר.

נשי אסכולת פרנקפורט אינם מקבלים את התרבות השוויונית החדשה כפשוטה. הם מייחסים לאלה המטפחים אותה, דהיינו, המעמד השליט בחברה הקפיטליסטית, כוונות-מזימות סמויות וטוענים, כי בשל היותן סמויות קל יותר לממשן.

הרברט מרקוזה מכנה את החברה המיוסדת על תעשיית התרבות "חברה חד-ממדית", ומי שחי בה הוא "האדם החד-ממדי", כשם ספרו רב-ההשפעה על השמאל החדש בשנות

השישים (Marcuse, 1964). בספר זה תוקף מרקוזה בחריפות את תקשורת ההמונים על חלקה בעיצוב הדמות החדשה של האדם בחברה הקפיטליסטית. האדם החד-ממדי הוא

תוצר של הסדר הקפיטליסטי. הוא חי חיים מנוכרים בחברת השפע התעשייתית ואינו

מודע כלל למצבו, לא-מעט בשל העלייה ברמת חייו ובשל שטיפת המוח של אמצעי תקשורת ההמונים.

על-פי אסכולת פרנקפורט, השימוש המניפולטיבי בתקשורת המונים איפשר למעמד הקפיטליסטי לשמור על המונופול שלו על אמצעי הייצור ולמתן את התביעות לחלוקת הבעלות על הרכוש. התביעות הללו התמתנו משום שמעמד הפועלים הסתנוור מתרבות השפע שמטפחת תקשורת ההמונים.

הסתייגותה הבוטה של אסכולת פרנקפורט מתרבות ההמונים משכה אליה את חצי הביקורת. חסידיה נחשדו בסנובזם אליטיסטי, והמבקרים אף הצביעו על הסתירה הפנימית שבתפיסת האסכולה: דווקא מי שטוענים נגד סירובם של הקפיטליסטים להתחלק ברכושם, אינם מעוניינים לחלק את נכסי הרוח עם הציבור הרחב. אנשי האסכולה מגנים את תרבותה המונים השוויונית והאיל והיא משרתת, לדעתם, מטרות פוליטיות סמויות, אך הם מתעלמים כליל מן היתרונות שבאופייה השוויוני. לאמיתו של דבר, טענו המבקרים, אנשי אסכולת פרנקפורט חרדים מפני השפעות-הלוואי של תרבות ההמונים על תרבות האליטה.

כדי לחשוף את הדו-ערכיות שבעמדת האסכולה, נבחן, לדוגמה, שידור אופרה בטלוויזיה. השידור כשלעצמו מאפשר לכל הציבור, או כמעט לכולו, גישה לז'אנר מוזיקלי שנחשב בעבר לאליטיסטי מאוד. עקרונית, שידורה של אופרה בטלוויזיה מבטל את כל ההגבלות שהיו קיימות לפניהם. שלא כבעבר, הצפייה באופרה שוב אינה מותנית במעמד, בתשלום, או בלבוש הולם. אמת, לא כל צופה טלוויזיה אכן יצפה במשדר כזה, וסביר להניח, שחתך הצופים בו יהיה אליטיסטי. ובכל זאת, שידור אופרה בטלוויזיה מאפשר גישה בלתי-מותנית לכל המעמדות.

חסידיה של אסכולת פרנקפורט יתקשו ודאי לטעון, כי לנדיבות-לב זו מניעים נסתרים. הקרנת האופרה בטלוויזיה משרתת את המזימה ליצור אשליית שוויון, שמטרתה אינה אלא להנציח את החברה המעמדית. אגב, חסידיה של תיאוריית ההגמוניה יטענו בעניין זה, שמטרת האליטה להשפיע על שאר שדרות הציבור.

יתר-על-כן, יטענו אנשי אסכולת פרנקפורט, שידור האופרה בטלוויזיה עלול אף להנמיך את רמתה האמנותית, שכן נעשה כאן ניסיון להתאים ז'אנר מוזיקלי מסוים לאמצעי תקשורת בעל נתונים ייחודיים, הכופים עצמם על האמנים. ולא זו בלבד, אלא שהפנייה לקהל רחב יותר מחייבת להתחשב במגוון רחב יותר של צרכים וטעמים. כדי לעורר עניין בקרב צופים רבים ככל האפשר, יאלצו אפוא מפיקי המשדר בטלוויזיה לפשט את היצירה ולהתפשר על ערכיה האמנותיים. לפעמים יקצרו את היצירה, יתמצתו או יחלקוה לפרקים שישודרו במועדים שונים, הכל לפי האילוצים של אמצעי התקשורת, הזמן הנתון, או יכולת הריכוז והקליטה של ציבור הצופים הגדול.

במלים אחרות, אסכולת פרנקפורט, המתריעה מפני מזימות המעמד השליט לכפות את רצונו על שאר שכבות הציבור, מתעלמת, ואפילו מסתייגת, מן התועלת הערכית והתרבותית העשויה לצמוח להמונים. חששה העיקרי הוא כפול: הגישה החופשית לתרבות האליטה לא זו בלבד שהיא מטפחת אשליה מסממת של שוויון, אלא שטיפוח אשליה זו כרוך בפיחותם של ערכי תרבות, אשר נגזרים לפי מידותיהם של ההמונים.

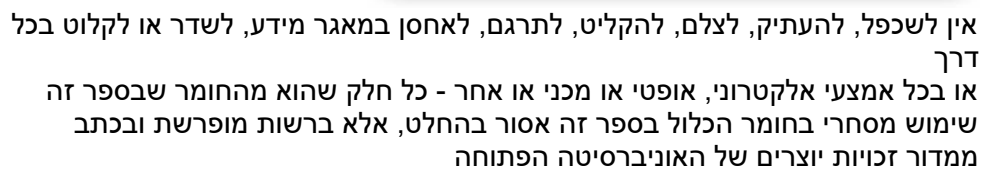
זאת ועוד, גם אסכולת פרנקפורט, כמוה כתיאוריה הפוליטית-הכלכלית וכתיאוריית ההגמוניה, מטפחת את מיתוס הקונספירציה, הקשר שקושר המעמד השליט נגד הציבור הרחב. כל שלוש התפיסות גורסות, כי תקשורת ההמונים מגויסת ומנוצלת ביעילות ובציניות כדי להשיג את המטרה המוסווית - הנצחת המצב הקיים. קשה מאוד, ואולי בלתי-אפשרי, להוכיח את הטענות, שמעמד הקפיטליסטים קשר קשר נגד מעמד הפועלים.

מקור:

תקשורת המונים, כרך א', עמ' 70-75, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה

©

באישור האוניברסיטה הפתוחה - כל הזכויות שמורות



כל הזכויות שמורות © 2014 ל- המינהל למדע ולטכנולוגיה במשרד החינוך בשיתוף המרכז הפדגוגי טכנולוגי (מפ"ט) עמל
האתר עוצב ותוכנת ע"י GoNet Software Solutions
ראו תנאי שימוש