

הערכות חברי הכנסת את אמצעי התקשורת כמספקי צרכים קוגניטיביים *

עוצמתם של אמצעי התקשורת ההמוניים בזירה הפוליטית נעוצה לא מעט בכושרם לספק מידע לחלקי-האוכלוסיה השונים, לרבות הפוליטיקאים. מקובל יותר לראות בפוליטיקאים "עושי-חדשות" וספקי המידע של אמצעי התקשורת ההמוניים, ולא לקוחות וצרכני המידע. בדומה לציבור הרחב, יש גם לפוליטיקאים צרכים אינפורמאטיביים — למשל, לגבי כל הקורה בתחומי העשייה המדינית או לגבי המאווים הרווחים בקרב הציבור הבוחר. לרשותם מקורות מידע המספקים את סקרנותם, את צורכיהם הקוגניטיביים, ואמצעי התקשורת ההמוניים מהווים אחד מהם, אם לא החשוב שבהם. לפיכך, גוהגים הפוליטיקאים להיחשף לאמצעים הללו, להפש את תוכניהם, בתקווה שכך יקלטו את המידע החסר. במלים אחרות, אמצעי התקשורת ההמוניים ממלאים את הצרכים האינפורמאטיביים ותקוגניטיביים של הפוליטיקאים.¹

מעמדם של אמצעי התקשורת בזירה הפוליטית תלוי, אפוא, לא מעט ביכולתם לספק את המידע המבוקש. משום כך, שונים אמצעי התקשורת ההמוניים בינם לבין עצמם במעמדם הפוליטי. אפשר להניח שמעמדו של אמצעי התקשורת הוא תוצר של יכולתו לספק את הצרכים הקוגניטיביים של הפוליטיקאי, נכונותו של הפוליטיקאי להשתמש באמצעי לשם סיפוק הצרכים, והערכתו על היכולת של האמצעי לספק את הצרכים.

נכון שבמרוצת השנים הציעה הספרות המקצועית הסברים נוספים למעמדם הפוליטי של אמצעי התקשורת ההמוניים. הוקרים אחדים ראו את עוצמתם ביכולת לגשר בין הציבור הבוחר לאלוהי הנבחרת (בלמלר וגורביץ, 1975; רוזנאו, 1961; גורביץ ובלמלר, 1975), במילוי תפקיד הפיקוח וההשגחה — מעין "כלב שמירה" — על השלטון בשם הציבור ומטעמו (שרם, 1957), או בתפקידם כ"קובעי סדר-היום" של המערכת הפוליטית (מק-קומבס ושאן, 1972). המשותף לכל החוקרים הוא בכך שהם העריכו את מעמדם של אמצעי התקשורת ההמוניים על-סמך תערכת התפקיד ותפקודם מבלי להתחשב בלקוחותיהם — הפוליטיקאים. זאת ועוד, אחת ההנחות הסמויות, המשותפות לרוב מסורות המחקר, היא שאמצעי התקשורת ההמוניים משפיעים כמעט בודאות על הממסד הפוליטי, והפוליטיקאים נותרים, אפוא, כמעט הסריאונים לנוכח השפעות פוטנציאליות אלו. בעקיפין, תרמו המחקרים הללו להשתרשות מיתוסים בדבר יכולתם האדירה של אמצעי התקשורת ההמוניים

* מאמר זה מבוסס על מחקר מקיף אשר נערך בכנסת התשיעית ומומן על-ידי קרן המחקר המרכזית של האוניברסיטה העברית בירושלים. כמה אנשים נטלו חלק פעיל בשלבי המחקר השונים. מר חיים מאנו סייע בנאמנות בעיבוד הנתונים. מר יחיאל לימור סייע רבות בשלבים הראשונים של תכנון המחקר ואיסוף הנתונים.

השפעתם על המסד הפוליטי, לעומת חוסר האונים של הפוליטיקאים הניצבים מול ענקי התקשורת.

המחקרים אשר בחנו את הצרכים הקוגניטיביים של הציבור, את אופני השימושים באמצעי התקשורת ההמוניים ואת מידת הסיפוק של הצרכים (בלמלר וכו', 1974; כ"ץ, בלמלר וגורביץ, 1974; כ"ץ, גורביץ והאס, 1973) סייעו את ההשפעה האדירה והפוטנציאלית המיוחסת לאמצעים ההמוניים. עם זאת הוקדשה תשומת-לב מועטה בלבד לחקר הצרכים, השימושים והסיפוקים של הפוליטיקאים.

אומנם, ידוע היטב שפוליטיקאים מרבים להיחשף לאמצעי התקשורת ההמוניים (בקר וולטר, 1975; ברודר, 1976) לחיזוק להם לשם שאיבת מידע הנהוג לפעילותם השוטפת (דאן, 1969; דיסקין, 1972), אך מעט מאד נבדק וידוע על המידה בה מספק מידע כזה את הצרכים הקוגניטיביים הקיימים במסד הפוליטי.

במאמר זה מבקש אני להרוג מן המסורת המחקרית ומן הראייה המקובלת בדבר יחסי הגומלין בין המיסד הפוליטי לבין אמצעי התקשורת ההמוניים. ברוח הגישה "שימושים וסיפוקים" (בלמלר וכו', 1974) — אשר משום-מה פסחה עד כה על האליטה הפוליטית — אני מבקש לראות בצרכי הפוליטיקאי של האמצעים ההמוניים פרט אקטיבי ולא פאסיבי, מפעיל ולא מופעל ע"י האמצעי התקשורתי. בהתאם לצרכיו הקוגניטיביים, בורר לו הפוליטיקאי למה וכיצד להיחשף. החשיפה וצריכת התכנים של האמצעי התקשורתי מותנות במידה רבה בהערכותיו של הפוליטיקאי המשתמש לגבי היכולת האינפורמטיבית והתועלת שבסיפוק הצרכים. הערכות אלה מכתיבות לפוליטיקאי את דרכי השימוש — דהיינו, לאיזה אמצעי כדאי להיחשף או באיזה תכנים רצוי לדון. מעמדם של אמצעי התקשורת ההמוניים תלוי, אפוא, לא רק בשימושים של הפוליטיקאים בהם אלא גם בהערכות המיוחסות ליכולתם האינפורמטיבית ולכושרם לספק את הצרכים הקוגניטיביים. לכן אני מניח שאפשר ללמוד מתוך הערכות אלה לא מעט על מעמדם הפוליטי של אמצעי התקשורת ההמוניים. כמו כן מניח אני שלכל פוליטיקאי יש הערכות שונות והעדפות לגבי אמצעי התקשורת ההמוניים, ומתוך העדפות אלו בוחר הוא למה להיחשף ואנה לפנות כשהוא זקוק למידע. לפיכך אתמקד במאמר זה על בדיקתן של הערכות אלו והשלכותיהן על המעמד הפוליטי של אמצעי התקשורת ההמוניים.

מערך המחקר והשערה

ההזדמנות לבחון את הערכות הפוליטיקאים כלפי אמצעי התקשורת ההמוניים ניתנה כאשר ערכתי מחקר מקיף על היחסים בין חברי הכנסת לכתבים הפארלאמנטאריים. במסגרת השאלון שולבו גם שאלות הערכה על יכולתם של האמצעים ההמוניים לספק את הצרכים הקוגניטיביים. הראיונות נערכו בחודשי חורף שנת תשל"ח, בעת המושב השני של הכנסת התשיעית, והקיפו תשעים ואחד חברי כנסת. רוב הראיונות נערכו במוגן הכנסת. חברי הכנסת רואיינו בידי המישה סטודנטים אשר תודרכו ארוכות על-מנת להבטיח מהימנות בינאישית. הסטודנטים-המראיינים צוידו בשאלונים, והם שרשמו את התשובות. רוב השאלות היו סגורות. חבר הכנסת התבקש, למשל, להעריך "עד כמה מסייע לך העתון לדעת מה קורה בכנסת?". שאלות דומות הוצגו לגבי שאר האמצעים התקשורתיים ותחומי העשייה המדינית, כמפורט במשפט המיפוי הבא:

א. אמצעי התקשורת

1 - אמצעי תקשורת המוני

א - עתון

ב - רדיו

ג - טלוויזיה

המידה בה חבר כנסת (X) נוהג להסתייע ב-

2 - אמצעי תקשורת בינאישית

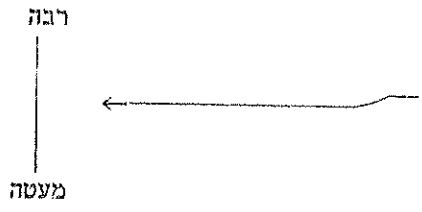
ד - שיחה עם עתונאים

ה - שיחה עם מכירים

לשם רכישת מידע על הנעשה ב-

ב. תחום

- 1 - כנסת
- 2 - מפלגות
- 3 - מפלגות אחרות
- 4 - ממשלה
- 5 - מדינה
- 6 - מדינות ערב
- 7 - מדינות העולם



השאלה הנ"ל, "עד כמה מסייע לך העתון לדעת מה קורה בכנסת?", מקבילה אל א.1.א ואל ב.1; ואילו השאלה "עד כמה מסייעת לך השיחה עם המכירים לדעת מה קורה במדינות העולם?" מקבילה אל א.2.ה ואל ב.7.

בשטח הראשונה כללתי - בנוסף לשלושת האמצעים ההמוניים העיקריים, עתון, רדיו וטלוויזיה - גם שני אמצעים בינאישיים: שיחה עם מכירים ושיחה עם עתונאים. הנחתי שמקורות אלה עשויים לספק מידע שוטף לחברי הכנסת בנוסף לזה המתקבל מאמצעי התקשורת ההמוניים. שכן, אגב תהליך של איסוף המידע, מנהלים הכתבים שיחות עם חברי כנסת ומחליפים ביניהם רסיסי מידע. זאת ועוד, לעתים נאלץ הכתב לגרות את המקור, ליינו את חבר הכנסת, ולגלות לו חלקיק מידע, על-מנת לקבל את תגובתו, הערתו או מידע נוסף. במלים אחרות, חילופי מידע הם אחת הטכניקות העתונאיות של גילוי וחשיפת דברים חדשים. אבל באותה מידה סביר להניח שאגב שיחה בין הפוליטיקאי לכתב מועבר בין השניים מידע המתחייב מוויסטהאוס החברתית בהם נתונים השניים. כמו כן הנחתי שבגלל המגעים הבינאישיים בין חברי הכנסת לבין עצמם (כספי, 1980) נוצר צינור תקשורת בלתי-פורמאלי. למעשה, נמצאים חברי הכנסת יחד, מתחככים זה בזה ומדברים זה עם זה. המגעים הנוצרים בתוקף המסגרת והתפקיד יוצרים הזדמנות לחילופי מידע. השאלה, אפוא, היא: עד כמה הצינורות הבלתי-פורמאליים מספקים, או מוערכים כמספקים, את הצרכים הקוגניטיביים? בדרך זו ביקשתי ליצור מעין קבוצת ביקורת של אמצעים בינאישיים, אשר תאפשר השוואה ביניהם לגבי הערכות הסיפוקים מאמצעי התקשורת ההמוניים.

השטח השנייה כוללת שבעה תחומים של עשייה פוליטית. סדר התחומים בשטח מבטא את הקירבה המשוערת של התחומים לחברי הכנסת; דהיינו, הנחתי שהנעשה בכנסת

הינו התחום הקרוב ביותר לכל חבר כנסת, או לפחות לרוב חברי הכנסת; ולאחריו, בסדר הולך ומתרחק - מפלגתו שלו, מפלגות אחרות, הממשלה, וכך הלאה. בנוסף להשערות הגלומות במשפט המיפוי, צפיתי שאמצא את הדברים הבאים:

א. חברי הכנסת יביעו הערכות שונות כלפי האמצעים ההמוניים לעומת האמצעים הבינאישיים.

ב. כללית, אמצעי התקשורת ההמוניים יוערכו כמיטיבים לספק את צורכיהם הקוגניטיביים של חברי הכנסת בתחומי העשייה שמחוץ לסביבה הפוליטית הקרובה - דהיינו, לגבי הקורה במדינה, בארצות ערב ובעולם הרחב. צפיתי שההערכות לאמצעי התקשורת ההמוניים יתחזקו ככל שהתחום רחוק יותר מחבר הכנסת, למשל, הערכת היכולת האינפורמאטיבית של האמצעי ההמוני תהיה גבוהה יותר לגבי העולם הרחב מאשר לגבי מדינות ערב, ולגבי מדינות ערב - יותר מאשר לגבי הקורה במדינה.

ג. לעומת זאת, יתגלו האמצעים הבינאישיים - השיחות למיניהן במקרה דנן - כעדיפים בסיפוק הצרכים הקוגניטיביים בתחומי העשייה הקרובים. לדוגמה, בכל הקשור לאספקת מידע על המתרחש בכנסת, במפלגתם או במפלגות אחרות, יביעו חברי הכנסת הערכות גבוהות יותר לשיחות עם מכירים ועתונאים מאשר לעתון או לרדיו.

ד. הנחתי שההערכה לגבי היכולת האינפורמאטיבית של האמצעי קשורה להיקף הצרכים של חבר הכנסת, מידת החשיפה לאמצעי והיכולת הריאלית של האמצעי לספק מידע זה. נקל לתאר קיום רמות שונות של צרכים קוגניטיביים ושל חשיפה לאמצעים. לכן צפיתי שחברי כנסת בעלי צרכים קוגניטיביים אינטנסיביים יותר, הידועים כצרכנים "כבדים" של אמצעי התקשורת ההמוניים, יגלו גם הערכות גבוהות יותר כלפי היכולת האינפורמאטיבית שלהם. בעקבות מחקרים קודמים (כספי, 1976; לימור, 1978) צפיתי שחברי כנסת צעירים, אנשי מפלגות האופוזיציה, בעלי נסיון פארלאמנטארי מועט יחסית, וילידי ארצות האיסלאם, הידועים כנחשפים יותר לאמצעים ההמוניים, גם הם ירבו להביע הערכות גבוהות יותר לגבי היכולת האינפורמאטיבית.

ה. כמו כן שיערתי שאמצעי התקשורת הבינאישיים יתגלו כעדיפים יותר בקרב חברי הכנסת המעורים יותר בממסד הפוליטי, אשר להם יש קשרים חברתיים ומגעים רבים יותר עם עמיתים ועתונאים. אלה יהיו על-פי רוב חברי הכנסת מסייעות הקואליציה, הותיקים בכנסת והמבוגרים בגילם, וילידי ארצות המערב, אותם חברי כנסת הקשורים חזק יותר עם הממסד הפוליטי.

ו. שיערתי גם כן שאמצעי התקשורת ההמוניים יוערכו יותר ע"י הקבוצה הראשונה - הצעירים, החדשים בכנסת וכד' - גם באספקת מידע על המתרחש בתחומי העשייה הקרובים אליהם, הכנסת והמפלגות, ולו רק מחמת המיעוט היחסי בצינורות מידע בלתי-פורמאליים העומד לרשותם, בהשוואה לחברי הכנסת ה"ממוסדים" יותר.

ממצאים

לוח 1 מסכם את ההערכות הממוצעות אשר הביעו חברי הכנסת כלפי יכולת הסיפוק של הצרכים הקוגניטיביים של האמצעי בכל אחד משבעת התחומים.

בניגוד לצפיות, מוערך העתון יותר משני אמצעי השידור - הרדיו והטלוויזיה. באשר לאמצעי השידור עצמם: הרדיו מוערך יותר מהטלוויזיה כמיטיב לספק את הצרכים הקוגניטיביים של חברי הכנסת.

ההערכה הדיפרנציאלית של חברי הכנסת כלפי יכולת הסיפוק של צורכיהם הקוגניטיביים

תחום/אמצעי	רדיו	טלוויזיה	עתון	שיחות עם עיתונאים	שיחות עם מכירים
הכנסת	2.4	2.1	3.3	1.7	3.0
מפלגתו של חבר הכנסת	1.9	1.7	2.5	1.7	3.9
מפלגות אחרות	3.3	2.8	3.9	2.4	3.0
הממשלה	3.5	3.4	4.1	2.3	3.0
המדינה	3.9	3.8	4.4	1.9	3.2
ארצות ערב	3.5	2.9	3.9	1.9	1.7
העולם הרחב	3.7	3.2	4.1	1.4	1.9

* טווח הציונים נע בין 1, הערכה גבוהה, ל 7, הערכה מירבית.

טיביות תואמת להפליא לדפוס חשיפתם, לאמצעי התקשורת ההמוניים. הן חברי הכנסת השביעית (כספי, 1976) והן חברי הכנסת השמינית (לימור, 1978) מרבים להיחשף לעיתונאים יותר מאשר לרדיו ולטלוויזיה. בשעתו (כספי ולימור, 1978) הוסבר שאמצעי הדפוס תואמים יותר להרגלי החשיפה למידע מצד הפוליטיקאי העסוק. אפשרות שחזור תוכני העיתונים והנהגת שירות לקטים מאפשרות לכל חבר כנסת להיחשף למידע כאשר זמנו בידו. לכן, ההערכה הגבוהה יותר המובעת כלפי העיתונים משקפת הפעם גם חשיפה רחבה יותר אליהם, ואולי גם יכולת ריאלית של אמצעי הדפוס לספק את הצרכים הקוגניטיביים של חברי הכנסת. שכן, בהשוואה לאמצעי השידור, מפרסמים העיתונים מידע מגוון ועשיר יותר. לפיכך, אין זה מקרה שהטלוויזיה זכתה בהערכה הגבוהה ביותר מבין שלושת האמצעים ההמוניים, מהדורות חדשות יומית בת שלושים דקות — הכוללת מידע המקביל להיקף החומר המתפרסם בעמוד אחד של עתון — אינה יכולה להתחרות במספר עמודים של עתון יומי.

השוואה בין ההערכות כלפי אמצעי התקשורת ההמוניים, לגבי כל אחד מן התחומים, מעלה תימוכין להשערה השנייה. ההערכה של חברי הכנסת כלפי יכולת הסיפוק של הצרכים הקוגניטיביים הולכת וגוברת ככל שתחום העשייה המדינית הולך ומתרחק מן הסביבה הפוליטית המיידית. בשלושת התחומים האחרונים — מדינת ישראל, ארצות ערב והעולם הרחב — צברו אמצעי התקשורת ההמוניים (בהבדלים בין זה לזה) הערכות גבוהות יותר בדרך כלל מאשר בשלושת התחומים הראשונים, שהם הקרובים לחברי הכנסת.

מבין שני האמצעים הבינאישיים, כמעט בכל התחומים, מוערכת השיחה עם מכירים יותר מאשר השיחה עם עיתונאים. דהיינו, חברי הכנסת מעריכים כי בהשגת המידע מצויה תועלת רבה יותר בשיחה עם עמיתיהם או חברים אחרים מאשר משיחה עם הכתבים. אדרבה, השיחה עם מכירים מתגלה כאמצעי המוערך ביותר — אף בהשוואה לאמצעים ההמוניים — ברכישת מידע על המתרחש בתוך המפלגה של חבר הכנסת; ואין זה מקרה: בגלל המגעים הבינאישיים והאינטנסיביים המתקיימים בין חברי הכנסת לבין עצמם (כספי, 1980), זורם בדיעבד מידע רב על המתרחש בתוך המפלגה, ואולי גם בתוך מוסדות פוליטיים אחרים. רק טבעי הדבר שחברי סיעה יחליפו מידע על הנעשה במפלגתם המשותפת, ושהאמצעי הזה ייטיב לספק את הצרכים הקוגניטיביים מאשר האמצעים ההמוניים.

המידע זה מוערך כמקוטע לחיך לחבר הכנסת לעומת מה שכבר ידוע לו. הממצאים הללו עשויים להורות על עוצמתם הדיפרנציאלית של אמצעי התקשורת למיניהם. אם אכן מיטיבים האמצעים ההמוניים לספק מידע על תחומי עשייה שמחוץ למסד הפוליטי, בעוד האמצעים הבינאישיים מתגלים כצינורות תקשורת פנים-ממסדיים, הרי שההשפעה הפוטנציאלית של האמצעים ההמוניים על הפוליטיקאים, ועל חברי הכנסת בפרט, תהיה רבה יותר באותם תחומי פעילות ועשייה, ולהיפך. סביר להניח שתלותם של הפוליטיקאים באמצעי התקשורת ההמוניים לקבלת המידע תהיה גבוהה יותר באותם תחומים חוץ-ממסדיים, שם יש לאמצעי התקשורת ההמוניים יתרון על פני האמצעים הבינאישיים. לעומת זאת, בתחומים פנים-ממסדיים, מיטיבים האמצעים הבינאישיים להתחרות באמצעי התקשורת ההמוניים ומסוגלים לשלול מהם את עדיפותם. לכן יכלו הפוליטיקאים — אולי גם בתחומים חוץ-ממסדיים — להגביל את השפעתם של האמצעים ההמוניים לוא השכילו להעזר או להצטייד בצינורות מידע אלטרנאטיביים שיהיו מסוגלים להתחרות באמצעי התקשורת ההמוניים. באין צינורות אלטרנאטיביים כאלה, ומאחר שגובר הצורך במידע על המתרחש בתחומים שמחוץ למסד והוא נעשה חריף יותר, הולכת ומעמיקה ההישענות של חברי הכנסת על האמצעים ההמוניים כמקור למידע וכאמצעי לסיפוק הצרכים הקוגניטיביים.

סיפוקים דיפרנציאליים של חברי הכנסת

על-מנת לבדוק את שלוש ההשערות האחרונות בחרתי בששה מאפיינים, לפיהם שיכבתי מדי פעם את אוכלוסית המרואיינים: שלושה מאפיינים סוציולוגיים — גיל, מוצא עדתי והשכלה; ושלושה מאפיינים פוליטיים — מחנה פוליטי, מפלגה ונסיון פארלאמנטארי. בעזרת ניתוח השוואתי בחנתי אם אמנם ישנם חברי כנסת המרבים או הממעטים להעריך אמצעי תקשורת כלשהו כמספק את הצרכים הקוגניטיביים, ובאילו תחומים. אביא בהמשך את הממצאים העיקריים של ניתוח השוואתי.

1. גיל

על-פי מאפיין זה אבחנתי בין חמש קבוצות של חברי כנסת³, ואלה הם הממצאים:

א. חברי הכנסת בני 35—44 מצטיינים יותר מכל קבוצת גיל אחרת בהבעת הערכות גבוהות לאמצעי התקשורת. כמוהם נוהגים לעתים חמשת המרואיינים שגילם גמוך מ-35 שנה. אפשר שבשתי קבוצות הגיל מתרכזים נבחרים חדשים, שזו כהונתם הראשונה בכנסת. כפי שנקבע גם במחקר קודם (כספי, 1976), הרי בהיותם מרוחקים ומנטרלים יותר ממוקדי העוצמה וההכרעה הפוליטיים, זקוקים הם הן למידע על המתרחש במסד פנימה והן למידע על המתרחש מחוץ למסד; ממילא הם, כנראה, פנויים ואף נכונים להתעדכן ולעקוב יותר מעמיתיהם המבוגרים והעסוקים.

ב. בפירוט רחב יותר: חברי הכנסת הצעירים מעריכים יותר מעמיתיהם את תרומתו האינפורמטיבית של הרדיו לגבי המתרחש בכנסת (הבדלים מובהקים), במדינה, במדינות ערב ובמדינות העולם.

ג. הטלוויזיה מוערכת יותר כאמצעי אינפורמאטיבי ע"י חברי הכנסת הצעירים בתחום הכנסת, המדינה ומדינות העולם.

ד. העתון זכו להערכתם הגבוהה יותר של הצעירים מבין חברי הכנסת בתחום הכנסת, המפלגות והמדינה.

ה. השיחות עם מכירים מוערכות יותר ע"י חברי הכנסת הצעירים רק לגבי הממשלה, פירוש הדבר שגם חברי הכנסת המבוגרים מעריכים את האמצעי הזה בשאר התחומים באותה מידה, אולי מפני שיש להם קשרים חברתיים ממושכים. או במלים אחרות, אמצעי זה אינו מפותח דיו בקרב הנבחרים הצעירים; בין השאר, משום שטרם הספיקו להתערות חברתית.

ו. לעומת זאת, נראה שחברי הכנסת הצעירים מיטיבים לנצל את השיחות עם העתון נאים, שכן אמצעי זה מוערך יותר על-ידם כמיטיב לספק מידע לגבי הכנסת, המפלגות האחרות והממשלה (הבדלים מובהקים נמצאו בין קבוצות הגיל), וכן לגבי מפלגתו של המרואיין, המדינה ומדינות ערב.

2. מוצא

מאפיין זה איבחן בין שלוש קבוצות מסורתיות: ילידי הארץ, ילידי ארצות האיסלאם וילידי ארצות המערב⁴.

א. בהתאם להשערה, הרי חברי הכנסת מארצות האיסלאם אמנם מעריכים יותר מעמי-תיהם את הרדיו כדי לדעת מה קורה בארבעה תחומים — הכנסת, הממשלה, המדינה ומדינות ערב (לגבי התחום האחרון נמצאו הבדלים מובהקים בין קבוצות המוצא).

ב. בחמישה תחומים מוערכת יותר הטלוויזיה ע"י ילידי ארצות האיסלאם — הכנסת, הממשלה, המדינה, מדינות ערב (הבדלים מובהקים) ומדינות העולם.

ג. העתון אינו מוערך יותר ע"י חברי הכנסת מארצות האיסלאם בשני תחומים — הכנסת והמפלגה — אך חברי הכנסת מעריכים יותר מעמיתיהם את הסיוע האינפורמאטיבי של אמצעי זה בארבעת התחומים האחרונים שבשטחה ב — הממשלה, המדינה, מדינות ערב ומדינות העולם.

ד. בדומה לחברי הכנסת הצעירים, מרביתם גם ילידי ארצות האיסלאם להעריך את השיחות עם העתונאים, בכל התחומים; ואילו לגבי הכנסת אף נמצאו הבדלים מובהקים: חברי הכנסת ממוצא מזרחי מעריכים את התרומה האינפורמאטיבית של האמצעי הזה יותר מעמיתיהם.

ה. השיחות עם מכירים זוכות להערכתם הגבוהה יותר של ילידי ארצות האיסלאם בשלושה תחומים: המדינה, מדינות ערב (הבדלים מובהקים) ומדינות העולם. שוב, נראה שחברי כנסת אלה לא הצליחו להתערות כל צורכם במסד הפוליטי, אין הם מרבים לנצל אמצעי זה, ולכן אולי גם אינם מעריכים את תרומתו.

לסיכום, אפשר לחזור ולהסביר שאין זה מקרה שילידי ארצות האיסלאם מרביתם להעריך יותר את אמצעי התקשורת, וביחוד את אלה ההמוניים. כי להם, יותר מלעמיתיהם, יש צרכים אינפורמאטיביים אינטנסיביים בהיותם פחות מעורים בתהליכי ההכרעה; ובדומה לחברי הכנסת הצעירים, גם הם מרוחקים יותר ממוקדי העשייה המדינית. לפיכך נזקקים הם יותר לאמצעי התקשורת ההמוניים על-מנת להיוודע ולעקוב אחר המתרחש בתחומים אלה.

3. השכלה

המגמה הכללית מראה על כך שחברי הכנסת בעלי השכלה גבוהה מרביתם להעריך את התרומה האינפורמאטיבית של אמצעי התקשורת יותר מאשר מעוטי השכלה⁵.

א. פרט לתחום מדינות העולם, הרי בכל יתר התחומים מיעוט בעלי השכלה יסודית, יותר מעמיתיהם, בהערכת התועלת של הרדיו. הבדלים מובהקים נמצאו בין קבוצות ההשכלה בהערכת הרדיו לגבי הכנסת והמדינה.

ב. בתשואה לרדיו, מצמצמת הטלוויזיה את יתרונה בקרב בעלי ההשכלה הגבוהה לארבעה תחומים — מפלגת המרואיין, המדינה, מדינות ערב ומדינות העולם — בהם בעלי ההשכלה הנמוכה ממעטים להעריך את הסיוע האינפורמאטיבי של המסך הקטן. מגמה זו סותרת במשהו את הממצאים המסורתיים לגבי האוכלוסיה, וביחוד הישראלית, בה מתגלה שההישענות על הטלוויזיה והחשיפה אליה גבוהות יותר בשכבות ההשכלה הנמוכה (כ"ץ וגורביץ, 1976). אפשר גם כן שחברי הכנסת בעלי ההשכלה הנמוכה נחשפים אף הם במידה רבה למסך הקטן, אלא שאין הם מעריכים שצורכיהם הקוגניטיביים מתמלאים בשל כך!

ג. להוציא הכנסת והמפלגה של המרואיין, הרי בכל התחומים ממעטים בעלי ההשכלה העממית להעריך את העתון.

ד. גם השיחות עם העתונאים מוערכות פחות ע"י בעלי ההשכלה העממית. הבדלים כאלה נמצאו בשלושה תחומים — מפלגות אחרות, מדינות ערב ומדינות העולם. ביתר התחומים לא נמצאו הבדלים בין שלוש קבוצות ההשכלה.

ה. לעומת זאת, מוערכות יותר השיחות עם מכירים כמספקות מידע ע"י בעלי השכלה יסודית בכל התחומים, וביחוד לגבי המתרחש במדינה, שם נמצאו הבדלים מובהקים בין קבוצות ההשכלה השונות.

4. המחנה הפוליטי

הפעם חולקו המרואיינים לשני מחנות — חברי סיעות הקואליציה לעומת חברי סיעות האופוזיציה⁶. כאמור, צפיתי שחברי הכנסת באופוזיציה יביעו הערכות גבוהות יותר לאמצעי התקשורת השונים, בגלל המחסור היחסי שלהם במידע, ריחוקם ממוקדי ההכרעה והפנאי הרב יותר העומד לרשותם להיחשף לאמצעי התקשורת. הנתונים הפתיעוני כאשר התבררה מגמה הפוכה לצפיות:

א. בכל תחום ותחום, פרט לממשלה ולמדינות ערב, הרבו חברי הסיעות של הקואליציה — הליכוד, ד"ש והמפד"ל — להעריך את תרומתו של הרדיו. ההבדלים בין הקואליציה לבין האופוזיציה — להוציא את תחום המדינה — נמצאו מובהקים.

ב. פרט לתחום הממשלה, מוסיפים חברי הכנסת מן הקואליציה להעריך יותר מעמיתיהם באופוזיציה, את תרומתה האינפורמאטיבית של הטלוויזיה. בתחום הכנסת ומדינות העולם, הרי שההבדלים בין שני המחנות הפוליטיים נמצאו מובהקים.

ג. בכל התחומים, מוערך העתון יותר ע"י חברי הכנסת מהקואליציה.

ד. פרט למידע על המתרחש במפלגות ובממשלה, מוצאים חברי הסיעות בקואליציה את השיחות עם העתונאים מועילות יותר ממה שחושבים עמיתיהם באופוזיציה.

ה. אך בניגוד למגמה הכללית המאפיינת את ההערכות לארבעת האמצעים, דוקא חברי האופוזיציה נוטים להעריך את השיחות עם המכירים, והדבר נכון לגבי ארבעת התחומים האחרונים של שטחה ב. אולי הגיבוש הפנים-סיעתי השונה השפיע על כך שדוקא השיחות

עם מכירים הן אמצעי מוערך יותר בסיעות האופוזיציה, כי גם במחקר סוציומטרי אחר (כספי, 1980) התברר שדפוסי אינטראקציה בינאישיים, תכופים יותר, מתגבשים בסיעות המערך, לעומת סיעת הליכוד, שבה כנראה טרם הופלו או הונמכו המחיצות החטיבתיות. המגמה המרכזית המנוגדת לצפיות, אשר לפיה חברי האופוזיציה מעריכים יותר את הסיוע האינפורמאטיבי של אמצעי התקשורת, מחייבת הסבר נוסף. אפשר שההערכות הירווחות היגן תוצר של המצב בו מרבית חברי סיעות הקואליציה עדיין לא שובצו במוקדי ההכרעה, ולפיכך עדיין מרוחקים הם מן התהליכים הפוליטיים. כמו כן יתכן כי על אף המהפך הפוליטי, הרי הערכות העבר כלפי אמצעי התקשורת נשארו בעינן. בסופו של דבר יש לתזכיר כי הנתונים גאספו חודשים ספורים אחרי הבחירות. רבים מתבירי הכנסת, בקואליציה ובאופוזיציה, טרם למדו את תפקידם הפוליטי.

5. המפלגה

בבדיקת ההשלכות של ההשתייכות המפלגתית על היקף הסיפוקים, דנתי רק בארבע הסיעות הגדולות: הליכוד—38 מרואיינים, המערך—24, ד"ש—11, והמפד"ל—9 מרואיינים; בסה"כ—82 מרואיינים. במלים אחרות: רק תשעה מרואיינים שייכים לסיעות הקטנות הגותרות. רק בארבעה מקרים נמצאו הבדלים מובהקים בין חברי הסיעות; וחברי ד"ש התבלטו ביחודם, כפי שאפרט להלן:

א. בארבעת התחומים האחרונים—הממשלה, המדינה, מדינות ערב ומדינות העולם (בתחום האחרון נמצאו הבדלים מובהקים בין הסיעות)—הביעו חברי סיעת ד"ש הערכה גבוהה יותר מעמיתיהם כלפי הרדיו והטלוויזיה.

ב. חברי סיעת ד"ש מעריכים יותר מעמיתיהם את תרומתו האינפורמאטיבית של העתון בשלושת התחומים האחרונים שמחוץ למסד הפוליטי, וכן בתחום ההתרחשות שבכנסת.

ג. גם השיחות עם העתונאים מוערכות יותר ע"י חברי ד"ש מאשר ע"י עמיתיהם בשלושה תחומים—מפלגות אחרות, הממשלה ומדינות העולם.

ד. ההערכות הגבוהות לשיחות עם מכירים מובעות הפעם ע"י חברי הכנסת מסיעות הליכוד והמפד"ל. הראשונים העידו שמפיקים הם תועלת רבה יותר מכולם לגבי המתרחש בכנסת, במפלגתם ובמדינה. אך אין השיחות מועילות להם לדעת מה קורה במדינות העולם. חברי המפד"ל טוענים שהשיחות עם מכירים מועילות להם, יותר מאשר לחברי כנסת אחרים, בהבנת הנעשה במדינות ערב.

את הערכתם הגבוהה של חברי סיעת ד"ש לאמצעי התקשורת ההמוניים אפשר להבין על רקע הרכבה האישי של הסיעה. מאחר שרוב חבריה מכהנים בכנסת זו פעם ראשונה, ומאחר שבשעת איסוף הנתונים הצטרפה הסיעה לקואליציה באיחור, ולמעשה אלה היו החודשים הראשונים של חבריה בקואליציה,—הרי שיש להניח שחברים אלה מרבים להיחשף לאמצעי התקשורת, יש להם פנאי לכך ואולי גם צורכיהם הקוגניטיביים גדולים יותר. זאת ועוד, כמוהם כקבוצות "מקופחות" אחרות, אין חברי ד"ש מעורים דים במסד הפוליטי ולכן נזקקים הם למקורות מידע מגוונים. לכן, בנוסף לאמצעי התקשורת ההמוניים, מיטיבים הם לעתים יותר מכולם להפיק תועלת משיחות בלתי-פורמאליות עם עתונאים.

בגלל אותה סיבה אפשר להסביר, ולוא חלקית, את הממצאים הקודמים: יתכן שחברי סיעת ד"ש השפיעו לא מעט גם על ההערכות הממוצעות של חברי הקואליציה אשר, כאמור, בניגוד לצפיות, הן גבוהות יותר מאלה של חברי האופוזיציה.

6. הנסיון הפארלאמנטארי

הפעם איבחנתי בין שלוש רמות של נסיון פארלאמנטארי: נסיון מועט—כהונה אחת עד 3 כהונות; נסיון בינוני—4—6 כהונות; נסיון רב—7—9 כהונות. כצפוי, התגלו חברי כנסת בעלי נסיון פארלאמנטארי מועט כמסתייעים יותר באמצעי התקשורת מאשר עמיתיהם בעלי נסיון פארלאמנטארי בינוני ורב, לפי הפירוט הבא:

א. בעלי נסיון מועט העידו יותר מאחרים שבשלושה תחומים—המפלגה, הממשלה ומדינות ערב (בתחום האחרון היו הבדלים מובהקים)—מסייע להם הרדיו לקבל מידע.

ב. המסך הקטן מוערך יותר ע"י חברי הכנסת החדשים מאשר ע"י אחרים בהבנת המתרחש בכנסת (הבדלים מובהקים), במפלגות השונות ובממשלה.

ג. חברי הכנסת החדשים העידו יותר מאחרים שהם מסתייעים בעתון כדי לעקוב אחרי המתרחש בממשלה. על כן נהנים שלושת האמצעים ההמוניים מהערכתם הגבוהה יותר של חסרי הנסיון הפארלאמנטארי במעקב על הנעשה בתוך המסד הפוליטי. שוב, אפשר שמיעוט המידע שיש לחברי הכנסת ומעורבותם הפוליטית המועטה יחסית מבליטים את היוקקות פוליטיקאים אלה לאמצעים ההמוניים ואת תלותם בהם.

ד. לעומת זאת, בניגוד למגמה הכללית, הרי חברי הכנסת החדשים מעריכים יותר מעמיתיהם את תרומתו האינפורמאטיבית של השיחות למיניהן בשלושת התחומים האחרונים שבהשטחה ב, שהם מחוץ למסד הפוליטי. שיחות עם עתונאים וזכות להערכה גבוהה מצד חסרי נסיון גם במעקב אחרי המתרחש בכנסת.

7. סיכום

אפשר לסכם את תוצאות ניתוח השונוות ולקבוע שחברי הכנסת הגמנים על הקאטגוריות הבאות—צעירים בגילם; ילידי ארצות האיסלאם; בעלי השכלה תיכונית ואקדמית; חברי ד"ש; חברי סיעות הקואליציה; חברי כנסת בעלי נסיון פארלאמנטארי מועט—הם המרבים להעריך את יכולתם של אמצעי התקשורת השונים לספק את צורכיהם הקוגניטיביים. כפי שהקדמתי והצעתי במחקר קודם (כספי, 1976) אפשר ששלוש הקבוצות הראשונות מבין אלו שמגיתי לעיל, וכן חברי כנסת בעלי נסיון פארלאמנטארי מועט—הם בחלקם חברי הכנסת ה"חלשים", ה"פסידו-נציגים", אשר מעמדם הפוליטי הנוחות מאלץ אותם לבקש את המידע החסר באמצעי התקשורת ההמוניים. לעומתם, הרי חברי הכנסת הוותיקים, המעורים היטב במסד הפוליטי והפארלאמנטארי, שואבים חלק ניכר מן המידע שלהם מצינורות ממסדיים או מאמצעים בינאישיים, בין היתר—משיחות עם מכירים ועם עמיתים. אפשר גם להציע הסבר אחר: חברי הכנסת המעורים במסד הפוליטי משיגים את רוב המידע המתפרסם באמצעי התקשורת ההמוניים מצינורות אלטרנאטיביים. החשיפה לאמצעים אלה מוסיפה, אפוא, אך מעט למה שכבר ידוע להם, ואולי משום כך אין הם נוטים להעריך את תרומתם האינפורמאטיבית של התכנים הללו. לעומת זאת, כל פיסת מידע הינה בבחינת חדש עבור חברי הכנסת ה"חלשים". לפיכך, הן הנבחרים החדשים והן הצעירים בגילם יעריכו יותר את התועלת שבחשיפה לאמצעים ההמוניים—לא רק מפני שיש להם פנאי להיחשף אלא גם מפני שאין לרשותם שפע של מקורות מידע ממסדיים.

קשרי הגומלין בין הערכות הסיפוקים של אמצעי התקשורת על-מנת להבהיר את הקשרים הקיימים בין ההערכות הבודדות לגבי אמצעי התקשורת השונים, חושבו מתאמים אשר גותחו במרחב הקטן ביותר.⁸

המפה מתארת את המרווחים האוקלידיים בין שלושים וחמש הנקודות המייצגים את הערכות הסיפוקים של הצרכים הקוגניטיביים מחמשת האמצעים התקשוריים בשבעת התחומים; כל משתנה מיוצג ע"י גקודה במפה.

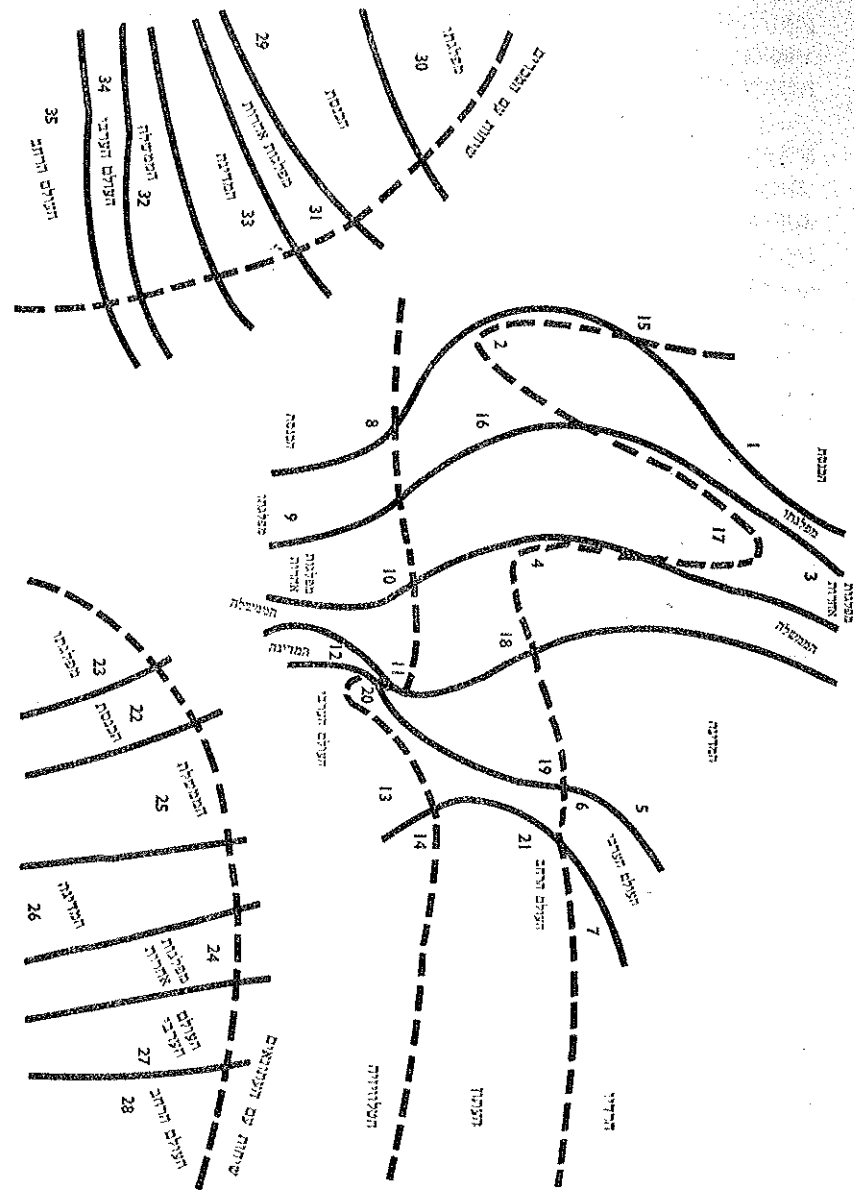
נראה שהגקודות מסתדרות בשלושה איזורים; עשרים ואחד משתנים מתמקמים במרכז המפה, והם מייצגים את הערכותיהם של חברי הכנסת לסיפוק צורכיהם מאמצעי התקשורת ההמוניים בתחומים השונים. בצדה הימני של המפה מקובצים שבעת התחומים בהם חברי הכנסת מעריכים את התועלת שבשיחות עם עתונאים; ואילו שבעת התחומים של סיפוק הצרכים באמצעות שיחות עם מכירים מרוכזים בפינה השמאלית של המפה.

המבנה כולו מורכב, אפוא, משלושה סימפלקסים¹⁰ הסמוכים זה לזה, ומשני סימפלקסים המרוחקים זה מזה, בשתי הפינות התחתונות של המפה. באיזור שבמרכז המפה, איזור האמצעים ההמוניים, כולל הסימפלס התחתון את שבעת התחומים בהם חברי הכנסת מעריכים את הטלוויזיה כמספקת את צרכיהם הקוגניטיביים. הסימפלס השני, אשר בתווך, כולל את שבעת תחומי העתון, ואילו הסימפלס העליון מכיל את שבעת תחומי הרדיו. לפיכך מוקף אמצעי הדפוס משני עבריו ע"י אמצעי השידור. מבנה הסימפלקסים כשלעצמו מעיד פעם נוספת על מרכזיות העתון בסיפוק הצרכים הקוגניטיביים, על-פי הערכותיהם של חברי הכנסת. במלים אחרות, קיים מתאם גבוה יותר בין הערכת התועלת של הרדיו והעתון או הטלוויזיה והעתון מאשר המתאם בהערכות שני אמצעי השידור.

מבנה הסימפלקסים של האמצעים ההמוניים ניתן להסיק שהתחליף לאחד מאמצעי השידור הוא העתון ולא אמצעי השידור השני. הווה אומר, מידת ההסתיעות בעתון למילוי הצרכים הקוגניטיביים מקבילה להסתיעות ברדיו או להסתיעות בטלוויזיה. מבחינה זו, שונים הממצאים הגורמים מאלה שנקבעו לגבי הציבור הישראלי הרחב¹¹, ויש בהם כדי לרמוז על ההבדלים בין האוכלוסים לבין האליטה הפוליטית. כמו כן עשויים ההבדלים לרמוז על עוצמתם הפוטנציאלית והדיפרנציאלית של האמצעים ההמוניים בכל אחד משני הקהלים. סדר הסימפלקסים במרכז המפה עשוי לרמוז שהיחס כלפי אמצעי התקשורת ההמוניים, ולא סגולתם ותפקודם, הוא אשר מעצב במידה רבה את הערכות הפוליטיקאים. כפי שהוסבר בהדוגמה אחרת (כספי ולימור, 1978), יש לאחדים מבין חברי הכנסת יחס אמביבאלנטי, ואפילו חשדני, כלפי אמצעי השידור המעוגנים ברשות הממלכתית (רובין, 1973). גם ללא הפיקוח הפוליטי הסמוי המתחייב מן ההסדרים הפורמאליים, נתונים הרדיו והטלוויזיה ללחצים פוליטיים מתמידים. העובדה שתחנות השידור בישראל הן תחנות כמעט יחידות ונהנות ממונופול, מטילה אחריות נוספת על השדרים ומחייבת זהירות מירבית בברירת ובשידור המידע. המידע המשודר נתפס לא פעם, ביחוד ע"י גורמי חוץ, כגירסה הרשמית והמוסמכת של רשויות המדינה. בגלל אותם טעמים קיימת רגישות פוליטית מופרזת מצד הממסד הפוליטי כלפי המידע המשודר. על רקע זה, הרי אמצעי השידור מוגבלים יותר בהפצת מידע מגוון וספקולאטיבי, כשם שגוהגים העתונים היומיים, וביחוד שלושת העתונים הבלתי-תלויים.

זאת ועוד, ההתחרות בין שני הצהרונים רק תורמת להתרחבות מתמדת של היקף המידע המתפרסם ולשיפור היכולת האינפורמאטיבית של העתונים היומיים, לעומת המצב באמצעי השידור, שביניהם כמעט שאין קיימת התחרות.¹²

בניגוד לאמצעים ההמוניים, הרי השיחות למיניהן — עם מכירים ועם עתונאים — מתמקדות בפינות הקטניות של המפה, והפעם אין אחת משלימה לרעותה. התיאור במפה רק מבסס את ההבדל המהותי הקיים והידוע בין שני סוגי האמצעים — ההמוניים והבינאישיים.



מפה מס' 1: יחידות מידת הקשר היחיד של תוכנות חברת המספר את אמצעי התקשורת לפי מילוי צורכיהם הקוגניטיביים בשבעת התחומים — העתון, הרדיו, הטלוויזיה, המכתב, הטלפון, הפוליון, המגזין, הספר, הקולנוע, המוזיקה, המשחק, הספורט, האמנות, המדע, הטכניקה, הארכיטקטורה, העיצוב, האופנה, האמריקה, האסיה, האפריקה, האוקיינוס, החלל, הזמן, המרחב, האנרגיה, הסביבה, החיים, המוות, האהבה, השנאה, החוסר, העושר, החופש, העבדות, השלום, המלחמה, האמת, השקר.

המיוחד בממצאים אלה הוא שההבדל הזה מתקבל מתוך הערכות הסיפוק הדיפרנציאליות של חברי הכנסת. באשר לגושא הנידון — ההבדל בין האמצעים ההמוניים לבין האמצעים הבינאיישים נעוץ הפעם בגישה השונה של כל חבר כנסת להשתמש ולהפתייע בהם לסיפוק צרכיו הקוגניטיביים: בעוד שהגישה לאמצעי התקשורת ההמוניים שיוונית היא — כל אחד יכול לדפדף בעתון או לסובב כפתור המקלט, אם הוא חפץ בכך — הרי שהגישה לשיחות בלתי-פורמאלית מותנית במידה רבה במכלול נסיבות, אישיות בחלקן.

כל חבר כנסת יש לו חוג מכריו והעתונאים שלו, הכל בהתאם ליכולתו ליצור ולקיים את היחסים עמם. אולי בשל כך, הרי הערכותיהם של חברי הכנסת את התועלת שבשני סוגי השיחות הן אלימינאטוריות ולא משלימות, כפי שהן לגבי אמצעי התקשורת ההמוניים. המתאמים בין הערכות התועלת שבשיחות עם עתונאים לבין הערכות התועלת שבשיחות עם המכירים הם ברובם שליליים, דהיינו מי שמעריך את הסיוע האינפורמאטיבי הנשקף מן העתונאים ממעט בזה המתקבל מן המכירים, ולהיפך. הריחוק בין שתי סדרות הערכות עשוי לרמוז על כך שבעיני חברי הכנסת נתפס כל אחד משני המקורות כתחליף לרעהו.

סדר התחומים בתוך שני האשכולות של הערכות השיחות משתבש קימעה בהשוואה לאמצעים ההמוניים, אך הסדר נשאר זהה הן לגבי השיחות עם העתונאים והן לגבי השיחות עם המכירים: הפעם, מפלגתו של חבר הכנסת קודמת לכנסת; יתר התחומים מסתדרים בדומה לסימפלקסים של הרדיו, העתון והטלוויזיה. כנראה שהשנוי הקל בסדר מבטא מן הסתם את עדיפותן המוערכת של השיחות בסיפוק המידע על המתרחש במוסדות הפוליטיים. אפשר שהערכות שוב משקפות את תכליות השימוש באמצעי: לא מן הנמנע שחברי הכנסת משוחחים יותר עם עמיתיהם לסיעה, ובעיקר על נושאים מפלגתיים, והנושאים הללו הם שגם עולים בשיחות עם העתונאים.

לא מקרה הוא שהסימפלס התחתון מבין שלושת המרכזיים מקיף את שבעת התחומים, בהם הערכות הסיפוק הן מן הטלוויזיה, שכן זהו הסימפלס הסמוך ביותר לשני האשכולות.

אמצעי התקשורת ההמוניים. לשם כך נבחנו הערכותיהם של חברי הכנסת כלפי היכולת האינפורמאטיבית של אמצעי התקשורת. יכולת זו משתנה מאמצעי לאמצעי ומתחום לתחום. בזכות היכולת האינפורמאטיבית משיג האמצעי התקשורתי את תלות הפוליטיקאי בו ואף השפעה עליו — על מעשיו ועל הכרעותיו: המידע המסופק לפוליטיקאי עשוי לעצב את דרכיו. ככל שצרכיו הקוגניטיביים של הפוליטיקאי חריפים ומידיים יותר, כך הוא יודקס יותר לאמצעי התקשורת המסוגל, לספק צרכים אלה. השימוש באמצעי התקשורת והחשיפה למידע המתפרסם בו תלויים במידה רבה בהערכותיו את היכולת האינפורמאטיבית של אותו אמצעי — כלומר, את היכולת של האמצעי לספק את צרכיו הקוגניטיביים של הפוליטיקאי. לכן עשויות ההערכות שנבדקו במחקר זה לעצב בעקיפין את מידת התלות של חברי הכנסת באמצעי התקשורת ההמוניים. הדמיון שנמצא בין הרגלי השימוש והחשיפה וההערכות הדיפרנציאליות של חברי הכנסת ליכולתם האינפורמאטיבית של אמצעי התקשורת מבסס את הקשר בין השניים. יחד עם זאת, דרוש מחקר נוסף כדי להבהיר אם אכן השימוש באמצעי התקשורת הינו תוצר של ההערכות או להיפך.

לאור ההנחות המרכזיות של המחקר, אפשר לסכם את המשמעות של הממצאים העיקריים כלהלן:

1. לפי ההערכות המיוחסות לשלושת האמצעים ההמוניים, נראה שחברי הכנסת תלויים יותר מכל בעתון. הערכותיהם כלפי יכולתו לספק את צרכיהם הקוגניטיביים גבוהות מאלו המיוחסות לרדיו ולטלוויזיה בכל תחום ותחום, (ראה לוח 1).
2. בעוד שתלות הנבחרים באמצעים ההמוניים גבוהה יותר בתחומי העשייה החוץ-ממסדיים, הרי שבתחומים פנים-ממסדיים גדולה התלות באמצעי התקשורת הבינאיישים וההערכות ליכולת האינפורמאטיבית שלהם.
3. מתוך ניתוח השונות, נראה שחברי הכנסת "החלשים" תלויים יותר באמצעי התקשורת ההמוניים — כאמור, אולי בשל התערותם הצנועה יותר בממסד הפוליטי והעדר מקורות מידע אלטרנאטיביים המובנים בממסד.

- 1 אמצעי התקשורת ההמוניים מסוגלים למלא צרכים מגוונים של פוליטיקאים, וצרכים הקוגני-
טיביים הם רק סוג אחד מגי רבים: בעזרתם יכולים הפוליטיקאים לפנות לציבור, למסור מידע
על פעילותם ועל הישגיהם, להסביר את עצמם ואת צעדיהם הפוליטיים. כמו כן יכולים אמצעי
התקשורת ההמוניים לשמש מכשיר בידי הפוליטיקאים לעיצוב דעות הציבור, לגיוס הקונסנזוס
ותמיכת הציבור בהם ובמאבקהם הפוליטיים. במאמר זה בחרתי להתמקד בהערכות הנחונות
לתפקודם של אמצעי התקשורת ההמוניים כספקי הצרכים הקוגניטיביים.
- 2 ברי שלבד משיחות יש לחבר הכנסת אמצעי תקשורת בינאישיים נוספים, כגון מפגשים עם
הציבור או עם פעילי מפלגתו, אוהדיו וחסידי; אמצעים אלה עשויים אף הם לספק מידע
רלבנטי.
- 3 חמש הקבוצות לפי גיל המוראיינים הן: עד 35 שנה — 5 חברי כנסת; 35—44 שנה — 23;
45—54 שנה — 29 חברי כנסת; 55—64 שנה — 25 חברי כנסת; 65 שנה+ — 9 חברי כנסת.
- 4 ילידי הארץ — 44 חברי כנסת; ילידי ארצות המערב — 35 חברי כנסת; וילידי ארצות האיסלאם —
12 חברי כנסת.
- 5 בעלי השכלה עממית — 4 חברי כנסת; בעלי השכלה תיכונית — 26 חברי כנסת; בעלי השכלה
אקדמית — 61 חברי כנסת.
- 6 מבין 91 המוראיינים, השתייכו 60 חברי כנסת לסיעות הקואליציה בזמן בו נאספו הנתונים.
- 7 הרוב הגדול של המוראיינים — 79 — מכהנים בכנסת בין פעם אחת ל-3 פעמים; 6 ח"כים
מכהנים 4—6 פעמים, ועוד כמספר הזה בין 7 ל-9 כהונות.
- 8 יחורה של טכניקה זו בכך שהיא מסוגלת לתאר בצורה גראפית ורבי-ממדית — דו-ממדית,
תלת-ממדית וארבע-ממדית — את המתאמים בין המשתנים השונים, במקרה דנן — הקשרים
בין הערכות הסיפוקים מאמצעי התקשורת. בדרך זו יכולים אנו להמחיש לא רק את המתאם
בין שני משתנים אלא גם להשוות מתאם זה למתאם אחר, במקרה זה — מתאמים בין הערכות
של סיפוקים משני אמצעי תקשורת, או הערכות סיפוקים מאמצעי אחד בשני תחומים, או
הערכות סיפוקים של שני אמצעים בשני תחומים (גוטמן, 1968).
- 9 מבנה משתנים בקרא סימפלקס אם מאטריצת המתאמים של מקדמי המתאם הגבוהים ביותר
גמצאים באלכסון, והנמוכים ביותר נמצאים בפינה השמאלית שלמטה. מבנה של סימפלקס
במפה הגראפית מתבטא בכך שנקודות המיצגות משתנים נמצאות על קו. ואמנם כזה המצב
במפה מס' 1: הנקודות מתקרבות למעין-קווים לפי אמצעי התקשורת השונים; באלו שהמתאמים
ביניהם גבוהים יותר, קרובות הנקודות יותר אחת לשנייה על גבי אותו קו. הקווים המתברים
נקודות סמוכות אינם חייבים להיות ישרים.
- 10 לפי מחקר מוקדם שבדק את השימושים והסיפוקים של הציבור הישראלי הרחב, נמצא שהרדיו
מהווה תחליף לטלוויזיה, אולי מפני ששניהם אמצעי שידור, ואילו העתון משמש תחליף לרדיו
(כ"ץ, גורביץ והאס, 1973). מבנה זה משקף מן הסתם את דרוג האמצעים לפי "חומם"
ו"קיריותם", כפי שהוצע בשעתו ע"י מארשאל מקלוהן (1963), בדורשם מידה שונה של
מעורבות אינדיבידואלית לקליטת התכנים של כל אמצעי תקשורת.
- 11 הן הרדיו והן הטלוויזיה בישראל מעוגנים כידוע במסגרת אחת, הלא היא רשות השידור. נכון
שלכל אמצעי יש מערכת חדשות נפרדת, אך כמעט שאין התחרות בין שתי המערכות, מאחר
שלכל אמצעי יש יתרון ומונופול בשעות היום השונות. העובדה ששידורי הטלוויזיה מצוטטמים
לארבע שעות בערב מותירה לרדיו זמן רב ליהנות מן המונופול בגלי האתר. לפי כל הסקרים
יוצא שתחנות השידור הוותיקות אינן פופולאריות בציבור הישראלי, ולכן אין הן מאיימות על
המונופול של אמצעי השידור הממלכתיים.

אישיים, שלא זכו באופן כללי להערכות גבוהות מצד חברי הכנסת, עשויים להטביע רישומם
על חברי הכנסת יותר מן האמצעים ההמוניים. במלים אחרות, אף-על-פי שהמידע הנשאב
מתוכם בתחומים מסוימים מוערך כפחות מועיל מזה המסופק ע"י האמצעים ההמוניים —
הרי דווקא בגלל אופן החשיפה לאמצעי, וגם בגלל ייחודו, יכול המידע הצנוע להותיר רישום
חזק יותר.

שלישית, אופני השימוש והחשיפה לאמצעי התקשורת תלויים במידה רבה בהיצע. ככל
שהמסד הקומוניקאטיבי פלוראליסטי יותר והיצע האמצעים התקשורתיים רב יותר, מתאפ-
שרים דפוסי החשיפה הקומפלמנטאריים, ועמם פוחתת הן התלות של המשתמשים והן
ההשפעה של האמצעי על המשתמשים. מאידך גיסא, במדינה בה לא קיים ריבוי של אמצעי
תקשורת, או במצב בו יש לפוליטיקאים היצע קטן של אמצעים מכל סוג שהוא, גוברת
תלות הפוליטיקאי באמצעי הבודד, ועמה השפעתו הפוליטית. ככל שרבים אמצעי התקשורת,
כך מתחלקת התלות ביניהם וכן גם עוצמתם להשפיע על המסד הפוליטי. המקרה הישראלי
מאשר זאת.

בעוד שאמצעי השידור נהנים ממונופול כמעט מוחלט, הרי שמופיעים כ-25 יומונים,
ושלושה או ארבעה מהם רכשו מעמד מרכזי יותר בשל תפוצתם. משום כך, אע"פ שהעתו-
רים מוערכים כמיטיבים לספק את הצרכים הקוגניטיביים, הרי דווקא אמצעי השידור —
הרדיו והטלוויזיה — מצליחים לעתים קרובות להטביע חותמם על המערכת הפוליטית. שכן
המידע המשודר, בשל האופי המונופוליסטי של הרדיו והטלוויזיה, מאלץ את הפוליטיקאים
להתייחס אליו. ריבוי העתונים מונע "מיסטיקאציה" של האמצעי ושל תכניו; כי הריבוי
בעתונים מאפשר לכל פוליטיקאי לבחור את המקור לסיפוק צרכיו הקוגניטיביים (דיסקין,
1972), ועל כן מתפזרת ההשפעה הפוליטית בין העתונים השונים.

אין גישת "השימושים והסיפוקים" פטורה ממגבלות אינטלקטואליות, ואלו עלולות לסייג
את המשמעויות של הממצאים. לכן, מחובתי להציג אחדות מהן, ולוא רק כדי להבטיח
פירוש נכון ומאוזן של תוצאות המחקר:

כך אפשר שהצרכים הקוגניטיביים אינם בהכרח מרכזיים, לפחות אין הם מטרידים באותה
מידה כל אחד וכל פוליטיקאי (מנדלסון, 1974). אולי יש אנשים המסוגלים לתפקד גם
כאשר הצרכים הקוגניטיביים נותרים בלתי-מסופקים. במחקר קודם (כספי, 1976) הראיתי,
למשל, שקיימים בכנסת פוליטיקאים בעלי אוריינטאציות תפקידיות שאינן מחשיבות את
ההיודעות השוטפת לדעות הציבור. לא כל הפוליטיקאים צמאים באותה מידה לדעת
מה קורה בממשלה או בקרב הציבור במדינה. קיום הבדלים כאלה בין חברי הכנסת מלמד
שגם לא כל הפוליטיקאים זקוקים באותה מידה למקורות מידע ולאמצעי התקשורת
ההמוניים. בהעלם התלות באמצעי התקשורת, יקשה להסביר את עוצמתם הפוליטית!

כמו כן, נכון שאני גורס שעוצמתם הפוליטית של אמצעי התקשורת טמונה ביכולתם
לספק את הצרכים הקוגניטיביים הרווחים במסד הפוליטי. אף שזהו מקור מרתק ועוצמתי
טרם נחקרה כראוי, זרי שמעומם של אמצעי התקשורת ההמוניים בזירה הפוליטית נרכש
לא מעט בזכות אותם התפקידים הנזכרים בספרות המקצועית המסורתית, אשר אוזכרו
בראשית המאמר. במלים אחרות, איני מתיימר לטעון שאמצעי התקשורת ההמוניים שואבים
את עוצמתם אך ורק מיכולתם לספק את הצרכים הקוגניטיביים של הפוליטיקאים; אלא
שתמוה בעיני שמקור זה טרם הוערך כראוי. לכן ביקשתי במאמר זה להסב את תשומת-

- Mondelson, Harold (1974), "Some Policy Implications of the Uses and Gratifications Paradigm", in: Jay G. Blumler & Elihu Katz (eds.), *The Uses of Mass Communications*, Beverly Hills: Ca. Sage.
- Rosenau James N. (1961), *Public Opinion and Foreign Policy*, New York, Random House.
- Rubin, Ronald I. (1973), "Israel's Foreign Information Program", *Gazette*, 19, n. 2 pp. 65-78.
- Schramm, Wilbur (1957), *Responsibilities in Mass Communications*, New York, Harper & Row.

- דיסקין, אברהם (1972), "הסתמכות השאלות בכנסת על העיתונות" מיינה ומנחשל, א, 3, עמ' 142-135.
- כספי, דן (1976), בין הנציגים למיוצגים: תפיסת חברי הכנסת את דעות הציבור, חיבור לשם קבלת תואר דוקטור לפילוסופיה, האוניברסיטה העברית, ירושלים.
- (1980), "המבנה הבלתי פורמלי של העוצמה הפוליטית: דפוסיים של יחסים בינאישיים בכנסת", רבעון למחקר חברתי שיבושי, 20, א, עמ' 51-89.
- לימור, יחיאל (1978), חברי הכנסת ואמצעי התקשורת, עבודת גמר לתואר מ.א. במכון לקומוניקציה, האוניברסיטה העברית, ירושלים.
- Baker, Kendall L. and Oliver B. Walter (1975), "The Press as a Source of Information about Activities of a State Legislature", *Journalism Quarterly*, 52, n. 4 pp. 735-740, 761.
- Blumler, Jay G. and Michael Gurevitch (1975), "Toward a Comparative Framework for Political Communication Research", in: Steven H. Chaffee (ed.), *Political Communication*, pp. 165-195.
- Blumler, Jay G. and Elihu Katz (eds.) (1974), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 3, Annual Reviews of Communication Research, Beverly Hills: Ca. Sage.
- Broder, David S. (1970), "Politicians and Biased Political Information", in: Richard E. Leed (ed.), *Politics and the Press*, Washington, Acropolis Books.
- Caspi, Dan and Yehiel Limor (1978), "The Impact of Yom-Kippur War on the Israeli Legislators' Exposure to Mass Media", *Journalism Quarterly* 55 (Autumn), n. 2 pp. 474-480.
- Cohen, Akiba A. and Hanna Adoni (1978), "Television Economic News and the Social Construction of Economic Reality", *Journal of Communication*, 28 n. 4 (Autumn), pp. 61-70.
- Dunn, Delmer (1969), "Differences among Public Officials in their Reliance on the Press for Information", *Social Science Quarterly*, 69, n. 4 pp. 829-839.
- Gurevitch, Michael and Jay G. Blumer (1977), "Linkages between the Mass Media and Politics: A Model for the Analysis of Political Communication Systems", in: James Curran et al. (eds.), *Mass Communication and Society*, London, Edward Arnold.
- Guttman, Louis (1968), "A General Nometric Technique for Finding the Smallest Coordinate Space for a Configuration of Points", *Psychometrika*, 33, pp. 469-506.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler and Michael Gurevitch (1974), "Uses of Mass Communication by the Individual", in: W. Phillips Davison and Frederick T.C. Yu (eds.), *Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions*, New York, Praeger.
- Katz, Elihu and Michael Gurevitch (1976), *The Secularization of Leisure: Culture and Communication in Israel*, Cambridge, Harvard University Press.
- Katz, Elihu, Michael Gurevitch and Hadassah Haas (1973), "On the Uses of Mass Media for Important Things", *American Sociological Review*, 38, n. 2 p. 164-181.
- Lazarsfeld, Paul H. and Robert K. Merton (1957), "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action", in: Bernard Rosenberg and David Manning White (eds.), *Mass Culture*, New York, Free Press.
- McCombs, Maxwell E. and Donald L. Shaw (1972), "The Agenda-Setting Function of the Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, 36, n. 2 pp. 176-187.