

סקירת ספרות

א. צריכת תקשורת והקשר בין הספרה הפרטית לספרה הציבורית

מאמרו של סילברסטון "מצופים לצרכנים" (Silverstone, 1996) מתמקד בטלוויזיה ובאופן שהיא מחברת את הספרה הביתית (מרחב ביתי) עם הספרה הציבורית. לטענתו בעבר הייתה הפרדה בין שתי הספרות, כיום טכנולוגיות תקשורת יוצרות חיבור בין הספרה הביתית לציבורית וממלאות צרכים אינטגרטיביים עבור הצרכנים הביתיים. סילברסטון (Silverstone, 1996) מדבר על כך שאמצעי תקשורת שונים מתווכים ומאזנים בין הספרה הציבורית לספרה הפרטית. התקשורת מביאה את סדר היום הציבורי לתוך הבית, ניתן לדון, לעסוק ולפרש נושאים שונים המועלים בתקשורת ובהמשך ניתן לגבש עמדות פוליטיות וחברתיות ביחס לסוגיות ציבוריות. בצורה כזו צריכת התקשורת מאפשרת למשפחה להרגיש חלק מקהילת הצרכנים ברמה הלאומית.

במחקר זה אעסוק באופן השימוש של סטודנטים בפייסבוק לצרכי למידה, ובקשר בין למידה זו לבין הלמידה המסורתית אותה הם מבצעים במוסד האקדמי. כך, אוכל לבדוק את הקשר בין הספרה הציבורית, במקרה זה האוניברסיטה עצמה, לבין הספרה הפרטית שהיא השימוש בפייסבוק, באופן אישי ואינדיבידואלי לצרכי לימוד. על פניו, נראה כי הפייסבוק, בעצם מהותו, שובר את ההבחנות שיצר סילברסטון (Silverstone, 1996) בין ספרה פרטית לציבורית, שכן הפייסבוק מהווה חיבור ושילוב בין השניים. אם סילברסטון טען כי הטכנולוגיה התקשורתית מתווכת בין הספירה הציבורית לבין הספירה הביתית ומאזנת ביניהן, דבר זה מגיע לביטוי רב בפייסבוק, ובמחקר זה אבחן את הקשר בין הספרות הללו.

מאמרם של מאירוביץ' ומגווייר "אמצעי תקשורת, מקום ורב תרבותיות" (Meyrowitz and Maguire 1993) תומך גם הוא בדעתו של סילברסטון (Silverstone, 1996) ורואה את הטלוויזיה כמדיום כוזב של שבירת גבולות חברתיים בין קבוצות שונות. כך, לדעתם של הכותבים הטלוויזיה אפשרה הומוגניזציה של קבוצות שונות החופפות באיבוד הזהות האישית וטשטוש אחד לתוך השני. (עמ' 45). אולם, הם טוענים כי מעולם לא התקיים בחברה האמריקנית "כור היתוך" של ממש, אשר איחד את כלל התרבויות לכדי תרבות אחד, וגם אם תכני הטלוויזיה שאפו ליצור הומוגניזציה של הציבור, הומוגניזציה זו הייתה למראית עין בלבד.

מאירוביץ' ומגווייר (Meyrowitz and Maguire 1993) טוענים שהדבר נעשה ללא יצירת אינטגרציה של שבירת גבולות חברתיים בין קבוצות שונות, אלא דרך שיתוף מידע בנוגע לקבוצות השונות בתרבות. הקבוצות השונות אכן יודעות יותר זו על זו, אך הדבר לא יצר אינטגרציה אמיתית בין הקבוצות אלא

דווקא הגביר את הקונפליקט ביניהם. מעבר לזירת הטלוויזיה, הייתה הפרדה וגיוון בין הקבוצות שלא הפכו בפועל ל"הומוגניות" ועל כן הפערים בין מה שהוצג בטלוויזיה, אשר הבליט את שליטת הגבר הלבן, לבין מה שהם בפועל- רק הלכו והתחדדו. (עמ' 46)

גאמפרט ודרוקר במאמרם "מהשוק אל ערוץ הקניות" (Gumpert and Drucker, 1992) מציגים תפיסה מנוגדת לזו של סילברסטון (Silverstone, 1996) ושל מאירוביץ' ומגווייר (Meyrowitz and Maguire, 1993). ולדעתם אמצעי התקשורת הביתיים רק יוצרים אשליה של קשר בין האדם לחברה, כאשר בפועל קיים ניתוק ביניהם. גאמפרט ודרוקר (Gumpert and Drucker, 1992) עמ' 198 טוענים כי בהשוואה בין השוק לבין ערוץ הקניות, השוק מהווה מקום של ריבוי קולות וזוויות הסתכלות ואילו ערוץ הקניות מאפשר זווית הסתכלות אחת, נקייה וסטריילית. בעוד האגורה היוונית איפשרה לאנשים תקשורת, תחושת שייכות וקשר לקהילה- דבר אשר מאפשר שיתוף, פתרון בעיות, אכפתיות והדדיות, הקניות בטלוויזיה, מציגות סוג אחד ועניין אחד של אנשים, גישות ותפישות עולם. כותבי המאמר שואלים את עצמם האם קניות אלקטרוניות יכולות להציע יותר מאשר אופן קנייה מסוים ולהתחרות במשמעויות הרבות שהאגורה, השוק, נתן לאדם, כיצד הקניות האלקטרוניות יכולות להמשיך את קשרי הקהילה שנוצרו באגורה? (עמ' 198).

על פניו, נראה כי טענותיהם של גאמפרט ודרוקר (Gumpert and Drucker, 1992) אינן רלוונטיות למדיום של הרשת החברתית, שכן היא אכן מציגה זוויות הסתכלות שונות של אנשים שונים ולא תוכן אחד נקי וסטריילי. אולם, בהתאם לראייה השונה של סילברסטון (Silverstone, 1996) וגאמפרט ודרוקר (Gumpert and Drucker, 1992) יהיה מעניין לבחון האם אכן קבוצת הפייסבוק הנחקרת מתווכת בין המציאות הממשית אל הסטודנטים בביתם, כפי שטען סילברסטון (Silverstone, 1996), או שמא היא מציגה מציאות אחרת, מנותקת מן המציאות הממשית, אשר אינה מאפשרת ריבוי קולות ופלורליזם תרבותי ומציגה מסר אחד- בהתאם לדעתם של גאמפרט ודרוקר. (Gumpert and Drucker, 1992)