

תוכן העניינים

הקדמה

I

תוכן העניינים

II

פרק א: שאלת המחקר, שדה המחקר, השערות המחקר ושיטות העבודה

01

01 א- שאלת המחקר

01 ב- שדה המחקר

01 ג- השערות המחקר

01 ד- שיטות העבודה

פרק ב: סקירת ספרות

02

א- השפעת האינטרנט על הפוליטיקה

02

ב- ייצור של מידע פוליטי מקוון

05

1. שוק של רעיונות או תיבת תהודה

05

2. דמוקרטיזציה של מידע ושומרי סף באינטרנט ומחוצה לו

06

ג- קמפיינים מקוונים של פוליטיקאים ומפלגות

07

1. מיתוג פוליטי באינטרנט

07

2. שיטות וכלים של שכנוע פוליטי באינטרנט

08

3. מדיה חברתית ו- Interactivity Controlled

10

4. ביג דאטא Big Data

10

5. גיוס כספים מקוון

11

ד- קמפיינים מקוונים והחברה האזרחית

11

1. כלים דיגיטליים לגיוס וארגון פוליטי

11

2. מחאות ומהפכות

12

פרק ג: יש עתיד והמדיה החברתית

15

א- יאיר לפיד מלך הפייסבוק, האמנם?

15

1. בראשית: מסע הבחירות של יש-עתיד ב- 2015

15

פרק א

שאלת המחקר, שדה המחקר, השערות המחקר ושיטות העבודה

א- שאלת המחקר

האם ובאיזה אופן שימש האינטרנט בפרט והרשתות החברתיות בכלל ככלי תעמולתי בקמפיין הנחקר?

שאלות תומכות

א- איזה שימושים עשה המטה של "יש עתיד" באינטרנט בכלל וברשתות החברתיות בפרט?

ב- כיצד "מותגה" דמותו של יאיר לפיד לקהל בוחריו בפרט ולציבור בכלל?

ג- האם הרשתות החברתיות תרמו לעלייה במעורבות הפוליטית? אם כן, איך?

ד- האם קיימים הבדלים בין "מיתוגו" של יאיר לפיד בקמפייל של 2015 לזה של 2013?

ב- שדה המחקר

מחקר זה יתמקד באתר האינטרנט הרשמי של מפלגת "יש עתיד" בבחירות לכנסת ה- 19 (2013) וה- 20 (2015).

ג- השערות המחקר

א- יאיר לפיד יוצג באמצעות אתר האינטרנט הרשמי של מפלגת "יש עתיד" כדמות צעירה, דינמית, כריזמטית

ומנהיגותית.

ב- האתר הרשמי של "יש עתיד" תרם לעליית המודעות הפוליטית של הציבור בישראל.

ג- האתר הרשמי של "יש עתיד" סייע למפלגה להגדיל את כוחה האלקטורלי.

ד- יש הבדלים בין הצגת יאיר לפיד במדיה הדגיטלית בקמפיין של 2013 לנושא מחקר זה, 2015.

ד- שיטות המחקר

במחקר זה אשתמש באחת השיטות המתאימות ביותר לחקר סוגיות כמו נושא עבודה, שהוא תקשורת וחקירת טקסטים: מחקר איכותני. פירושו של עניין, תשומת לב תינתן לכל אחד מהתחומים הבאים: מלל, טקסטים, דימויים,

פרק ב

סקירת ספרות

א- השפעת האינטרנט על הפוליטיקה

השימוש באינטרנט הפך לחלק בלתי נפרד מחיי האדם. השפעותיו ניכרות בכל תחומי החיים, מה פחות ומה יותר, אבל הוא קיים בכל תחום ובכל מקום. בשנת 2011 הצהיר האו"ם כי שימוש באינטרנט חייב להפוך לאחת מזכויות האדם בכל מקום.¹ הופעת הטלפונים החכמים (Smartphones) הפכה את השימוש באינטרנט למצרך נידד כניידות האדם המעוניין להשתמש בו. באופן צפוי ביותר, השפעת כלי זה ניכרת בכל תחום בחיים ועניינה של עבודה זו ההשפעה של האינטרנט בתחום הפוליטיקה בכלל והקמפיינים הפוליטיים בפרט, כאשר הקמפיין של מפלגת "יש עתיד" בישראל משמש אבן בוחן למחקרים והתיאוריות שהופיעו בתחום זה בספרות המדעית.

החוקרת P. Norris הובילה מחקרים חלוציים של השפעת האינטרנט על הפוליטיקה. בשנת 2002 היא פירסמה מאמר שמראה את הכוח המקשר והמגשר בין משתמשי האינטרנט.² החיבור של המשתמשים נעשה בתחומים רבים של הפעילות האנושית, החל מאוהדי קבוצות ספורט ועד אינטרסים כלכליים. בין יתר החיבורים ושהוא עניינה של עבודה זו, נמצא כי האינטרנט מלכד פרטים בעלי נטיות פוליטיות זהות, שאלמלא האינטרנט, החיבור ביניהם היה בין קשה מאוד להלתי אפשרי. כעבור שלוש שנים, התפרסם מאמר של אותה חוקרת המנתח בצורה עמוקה יותר, על בסיס מודלים תיאורטיים, את ההשפעה של האינטרנט על הפוליטיקה, כאשר האקלים הפוליטי באירופה משמש כמודל.³ הרעיון העיקרי של המאמר שההשפעה של האינטרנט, בדומה לכל מוצר בשוק, היא עניין הצע וביקוש. ככל שהביקוש לאינטרנט יהיה גבוה יותר, כך השפעתו תגבר. השפעה זו תתבטא במודעות פוליטית גבוהה יותר, גיבוש מסגרות פעולה חדשות, חיזוק תנועות חברתיות והתחזקות של קבוצות בעלות אינטרסים משותפים. השפעה זו, לדעתה של החוקרת, תהיה גדולה יותר מאשר ההשפעה שהיו אזרחים אלה משיגים בשימוש בשיטות קלאסיות כגון הצבעה, חברות במפלגות פוליטיות ומסעות בחירות. המחברת מסיקה כי האינטרנט הפך לכלי פוליטי-חברתי חשוב, שחשיבותו רק תגדל עם הזמן.

המשפטן יוחאי בנקלר פירסם בשנת 2006 ספר גדול (העושר של הרשתות) אודות ההשפעות הפוליטיות של האינטרנט. למרות שהספר בכללותו מעניין מאוד, עלינו להסתפק בסקירה המבוא, או מה שהוא מכנה "רגע של הזדמנות ואתגר". בנקלר טוען שהמדינות המתקדמות ביותר בעולם כיום הן אלו עשו שני צעדים חשובים בעידן טכנולוגיות המידע (עמ' 2-3). הראשון, בניית כלכלה מבוססת מידע, והשני, פיתוח מעבדים זולים שיכולים לאחסן ולעבד את המידע במהירות. הצעד השני הוא המכריע מכיוון שהוא העביר את כובד המשקל הכלכלי מהחומרה (תעשייה קלאסית) לתוכנה. טכנולוגיית המידע המהירה קרי האינטרנט, הביא לעלייה דרמטית של תעשיות שבמהותן הן לא-שוקיות (Nonmarket) כמו חינוך, אומנות, מדעים ושיח פוליטי; יותר מאשר תעשיות קלאסיות כמו ייצור בגדים, למשל. הבסיס של תעשיות הלא-שוק הוא המידע ולא החומר. מכאן, הדרך לשיתוף והרחבת השיח היתה קצרה ביותר: במקום כמה עשרות עורכים של האנציקלופדיה המודפסת "בריטניקה" שלמעשה שלטו במה שהאזרח קרא, כיום עורכים את ה"ויקיפדיה" כמה מאות (בזמנו עשרות) אלפי בני אדם (עמ' 5). עורכי הבריטניקה החליטו עבור יתר בני האדם אילו ערכים יופיעו ומה יהיה תוכנם. הויקיפדיה ודומותיה מזמינות עריכה לכל ערך משופיע בה כמו גם הוספת ערכים חדשים.

מכאן, קצרה הדרך לקביעה כי זמינות המידע תביא בהכרח לשינוי פוליטי מעמיק בחברה האנושית בכלל ובחברות דמוקרטיות בפרט: המידע הרבה יותר זמין בפני הפרט, יכולת התקשורת בין פרטים הרבה יותר מהירה ונוחה, הפרט יכול להביע את עמדותיו בצורה הרבה יותר פשוטה מאשר ב"תקשורת ההמונים" (טלוויזיה, רדיו ועיתונות; שם העורך