



האוניברסיטה הפתוחה
התוכנית לתואר שני בלימודי תרבות
המחלקה לספרות, לשון ואמנויות
המחלקה לסוציולוגיה, מדע המדינה ותקשורת

טעם וייצור משמעות – שינויים בדפוסי החשיפה למוזיקה פופולרית
והשיח אודותיה בעידן האינטרנט.

עבודת גמר מחקרית (תזה) המוגשת כמילוי חלק מהדרישות
לקבלת התואר "מוסמך בלימודי תרבות".

נועם ששון

רעננה

יולי 2015

ת.ז: 034512673

עבודה זו נכתבה בהנחיית פרופ' מוטי רגב מהאוניברסיטה הפתוחה

שלמי תודה:

בראש ובראשונה ברצוני להודות מקרב לב לפרופ' מוטי רגב מנחה התזה, על סיועו ותמיכתו לאורך דרכי האקדמית ועל ההשראה לעצם העיסוק בשדה המוזיקה הפופולארית. תודה נוספת ברצוני להוקיר לד"ר דפנה הירש על אוזנה הקשבת ועזרתה בפן האדמיניסטרטיבי וכן לד"ר עדיה מנדלסון-מעוז שהנחתה את הקורס "סמינר תזה לכתובה מחקרית", במסגרתו ניסחתי את ההצעה הראשונית. בנוסף, שלוחה תודתי לאוניברסיטה הפתוחה, אשר אני גאה להיות בין בוגריה, כמו גם לאותם מנחים שעוררו סקרנות, ולא פחות חשוב מכך, עודדו חשיבה ביקורתית.

תודתי הרבה למרואיינים שהקדישו לי מזמנם לטובת ראיונות מרתקים, מלמדים ומרגשים, אשר העשירו את עולמי ותובנותיי, כמו גם העירו והאירו כיווני מחשבה חדשים. כמו כן, נתונה תודתי לכל אותם מוזיקאים ותקליטנים אשר פועלם מהווה השראה אינסופית (גם) לדרכי האקדמית. תודה עמוקה למשפחה האהובה שלי, שתומכת בי לאורך כל הדרך ומאמינה בחשיבותם של מדעי החברה, הרוח וביקורת התרבות, ומבינה את משמעותם העצומה עבורי. תודה אחרונה שלוחה לדני, אני יודעת שאתה מחזיק לי את היד תמיד ונמצא בכל תו, ביט וצליל.

נועם ששון, יולי 2015

תוכן עניינים

IV-V.....	תקציר
	1. <u>מבוא</u> :
1.....	פתיחה.....
2.....	שאלות המחקר.....
3-4.....	מתודולוגיה, מערך ואוכלוסיית המחקר.....
	2. <u>דיון תיאורטי</u> :
	שדה המוזיקה הפופולרית : שיח וייצור משמעות
5-7.....	שדה הייצור התרבותי.....
7-8.....	שדה הייצור התרבותי והמצב הפוסטמודרני.....
8-11.....	מוסד ביקורת המוזיקה כשדה של ייצור משמעות.....
	שדה התקשורת : בין מדיה מסורתית לניו מדיה
11-13.....	האינטרנט : מושגי יסוד.....
13-16.....	שינויים במפת התקשורת עם התפתחותה של התקשורת המקוונת.....
	השפעת האינטרנט והמצב הפוסטמודרני על מרחבי הייצור והצריכה של המוזיקה
16-19.....	והשיח אודותיה.....
20-33.....	3. <u>שדה המוזיקה הפופולרית ברשת</u> : מיפוי פלטפורמות אינטרנטיות.....
34-54.....	4. <u>מקרי מבחן</u> : ניתוח ביקורות מוזיקה.....
55-79.....	5. <u>שית, ייצר משמעות, דפוסי חשיפה למוזיקה</u> : ראיונות עם אוהדי מוזיקה.....
80-88.....	6. <u>ניתוח ודיון</u>
89-94.....	7. <u>סיכום ומסקנות</u>
95-97.....	<u>ביבליוגרפיה</u>
98.....	<u>נספח</u> : טבלת ניתוח טורי ביקורת מוזיקה.....

תקציר

חווית ההאזנה למוזיקה נתפסת בקרב אוהדי המוזיקה כחוויה אישית ומקודשת, כשתהליך ההערכה שלה נתפס ומוצג לרוב כנובע ממקור רגשי-פנימי ללא כל תלות במשתנים חברתיים וחיצוניים. אולם בפועל, חווית ההאזנה למוזיקה והערכתה אינן נעשות בחלל ריק. אוהדי המוזיקה נוטלים חלק בשיח אודות המוזיקה (או לכל הפחות, חשופים אליו) ובמסגרתו הם מבקשים, בין היתר, "להסביר" ו"להוכיח" מדוע יצירות מסוימות עדיפות וראויות על פני יצירות אחרות. שיח זה טומן בחובו לא פעם ממד של הפעלת כח; אם בשיח האוהדים היומימי מבטא ממד זה את אמונתם של האוהדים בערך של יצירות, הרי שברמת השדה משמש השיח אודות המוזיקה "מכשיר" למאבק בין כוחות חברתיים שונים המתחרים ביניהם על עמדת ייצור הערך והמשמעות של אותן יצירות. על פי תאוריית השדות של בורדייה, בשדה המוזיקה הפופולרית פועלים שחקנים (מבקרים, עורכים מוזיקליים) המשמשים כמתווכים בין מגוון היצירות המוזיקליות לבין אוהדי המוזיקה באמצעות פרשנות וביקורת, כשהם מכתירים יוצרים מסוימים כ"גאונים", יצירות מסוימות כ"מופת" ומשפיעים על התקבלותם (או אי התקבלותם) של סגנונות חדשים כלגיטימיים. בעשותם כן, משמשים אותם שחקנים כ"יצרני משמעות" בשדה. אם כך, שני המאבקים המרכזיים המניעים את השדות התרבותיים, הם המאבק על מהות היצירות והסגנונות שיזכו לערך הרב ביותר מחד, והמאבק הנערך בין השחקנים מאידך, כאשר כל אחד מהם מבקש לעצמו את הלגיטימציה והכח להיות יצרן המשמעות הדומיננטי.

בעשור האחרון, עם ההתפתחויות הטכנולוגיות השונות וטכנולוגיית הרשת בראשן, אנו עדים לשינויים מרחיקי לכת בשדה עיתונות המוזיקה כמו גם בדפוסי החשיפה למוזיקה וצריכתה. כניסתם של שחקנים חדשים בדמות פלטפורמות אינטרנטיות שונות; מגזינים מקוונים, בלוגים אישיים ואתרי שיתוף קבצים, כמו גם הנגישות לידע אודות המוזיקה ולמוזיקה עצמה, מעלים סוגיות שונות ובהן שתיים מרכזיות, הראשונה נוגעת להיבט המבני: האם תרבות האינטרנט מציגה אלטרנטיבה לשדה עיתונות המוזיקה ויצרני הערך ה"מסורתיים", או שמא היא פועלת בהתאם לכללי המשחק ומשעתקת את המבנה ההיררכי של השדה, ואילו השנייה עוסקת בהיבט של השיח: האם ניתן להצביע על שינויים באופי השיח אודות המוזיקה בעידן בו חלק ניכר מהתקשורת האישית והציבורית מתבצע במרחב האינטרנטי, הנתפס כמרחב דמוקרטי ופלורליסטי?

מטרת עבודה זו היא לשפוך מעט אור על השינויים החלים בשדה המוזיקה הפופולרית כפי שמשקפים בדינמיקה הנוכחית של הצריכה וייצור הערך בשדה: לבדוק מי הם יצרני המשמעות הדומיננטיים בשדה המוזיקה הפופולרית, באם ישנם כאלה, וכן לעמוד על אופיו של השיח אודות המוזיקה ועל הדפוסים העדכניים של חשיפה למוזיקה ולידע אודותיה, כמו גם למשמעויות שמעניקים אוהדי המוזיקה לידע זה.

לשם כך, נקטתי במתודולוגיה המשלבת בין ניתוח פלטפורמות אינטרנטיות שונות משדה המוזיקה הפופולרית, ניתוח טקסטים של טורי ביקורת מוזיקה הלקוחים מן הפלטפורמות הרלוונטיות ותריסר ראיונות עומק מובנים למחצה שנערכו עם אוהדי מוזיקה שהתבקשו, בין היתר, לספר על האופנים בהם הם נחשפים למוזיקה ולידע אודותיה ועל השיח אותו הם מקיימים עם אוהדי מוזיקה נוספים. שלושה מרחבי ניתוח אלה נבחרו מתוך רצון לתת תמונה רב ממדית יותר של השדה, על מבנהו ודפוסי השיח במרחבי הייצור והצריכה. הדיון בנתונים נעשה באמצעות ניתוח דו שלבי, כאשר בשלב הראשון הושוו דפוסי השיח שחולצו מטורי הביקורת לאלה שעלו מן הראיונות. בהמשך, נבחנו ממצאי השלב הראשון לאורך של הפלטפורמות האינטרנטיות השונות וזאת כדי לבדוק האם ניתן להצביע על קשר ביניהם ולעמוד על אופיו.

מתוצאות המחקר עולות מספר מגמות המרמזות על שינויים בשדה ובדינמיקה של ייצור הערך בו, ביניהן ביזור מוקדי ייצור הערך בשדה המוזיקה הפופולרית, היחלשות מעמדם של הקריטריונים ה"קלאסיים" המאפיינים את השיח אודות המוזיקה הפופולרית, ירידת קרנם של יצרני הערך המסורתיים ודעיכת מעמדו של ה"ידע" אודות המוזיקה כרכיב מרכזי של הון תרבותי בקרב אוהדי המוזיקה. עם זאת, יש להדגיש כי ממצאי המחקר אינם מהווים בסיס לערעור על הנחות היסוד של תאוריית השדות התרבותיים, מאחר ובשדה פועלים עדיין מנגנוני ייצור ערך בעלי תפוצה נרחבת; גם אם אוהדי המוזיקה אינם מייחסים חשיבות לממד "השיפוטי" הגלוי של פלטפורמות ייצור הערך המרכזיות, עצם ברירתן של יצירות מסוימות מתוך ההיצע הכמעט אינסופי והפצתן לקהל הגולשים, מהווה פרקטיקה של ייצור ערך בפני עצמה.

ראשית תרומתה של עבודה זו למחקר של שדה המוזיקה הפופולרית נובעת מן הפן המתודולוגי שלה, המשלב ניתוח של שדה ייצור הערך עם ניתוח של שדה הצריכה וכן ניתוח טקסטואלי של שדות הייצור והצריכה עם ניתוח מבני של הפלטפורמות בהן מתרחשת פעילות ייצור הערך. תרומה נוספת נוגעת לממצאי המחקר עצמם, מהם עלו רמזים לקיומם של מנגנונים היררכיים אשר אינם מתייחסים בהכרח למרחב הייצור (שיפוט היצירות עצמן), אלא למרחב הצריכה (הן

מבחינת סוגי המדיה באמצעותן נצרכות היצירות והן מבחינת רמת "ההעמקה" וההיכרות של המאזין עם המוזיקה הנצרכת).

1. מבוא

פתיחה

חווית ההאזנה למוזיקה נתפסת בקרב אוהדי המוזיקה כחוויה אישית, כמעט מקודשת, ותהליך ההערכה שלה נתפס ומוצג לרוב כנובע ממקור רגשי-פנימי ללא כל תלות במשתנים חברתיים וחיצוניים. יחד עם זאת, אחד המוסדות המרכזיים ביותר בשדה המוזיקה הפופולרית בכלל ובשדה עיתונות המוזיקה בפרט הוא מוסד "ביקורת המוזיקה", אשר תפקידו לתווך בין מגוון היצירות המוזיקליות לבין אוהדי המוזיקה באמצעות פרשנות וביקורת, ובכך משמש למעשה כ"יצרן משמעות" בשדה.

בעשור האחרון, עם ההתפתחויות הטכנולוגיות ובראשן טכנולוגיית הרשת, אנו עדים לשינויים מרחיקי לכת הן בשדה העיתונות ועיתונות המוזיקה בפרט, והן בדפוסי החשיפה למוזיקה וצריכתה. שינויים אלה מעלים סוגיות הן ברמה המבנית הנוגעת ליחסי הכוחות בשדה (האם תרבות האינטרנט והכוחות ה"בלתי תלויים" הפועלים בה כסוכנים חדשים של ייצור משמעות בשדה, מציגים אלטרנטיבה לשדה העיתונות המסורתית, או שמא הם פועלים בהתאם לכללי המשחק כפי שאנו מכירים אותם) והן ברמת השיח (האם ניתן להצביע על שינויים באופי השיח אודות המוזיקה בעידן בו חלק ניכר מהתקשורת הבין אישית וזו הציבורית מתבצעות במרחב האינטרנטי, הנתפס כמרחב תקשורת דמוקרטי ופלורליסטי).

במסגרת עבודה זו, באמצעות מתודולוגיה המשלבת בין ניתוח פלטפורמות אינטרנטיות, ראיונות עם אוהדי מוזיקה וניתוח טקסטים של טורי ביקורת מוזיקה, אבקש לבדוק מי הם יצרני המשמעות הדומיננטיים בשדה המוזיקה הפופולרית, באם יש כאלה, וכן לעמוד על הדפוסים העדכניים של חשיפה למוזיקה ולידע אודותיה, כמו גם למשמעויות שמעניקים אוהדי המוזיקה לידע זה.

מעבר לעניין האישי שלי בתחום כחובבת מוזיקה מושבעת, נראה כי ברמה האקדמית המחקר אודות השינויים החלים בתחום יצור הערך, השיח ואופני החשיפה למוזיקה ולידע אודותיה בעידן האינטרנט, נמצא בראשית דרכו. בעבודה זו אבקש לשפוך מעט אור על השינויים החלים בשדה המוזיקה הפופולרית כפי שמתבטאים בדינמיקה הנוכחית של ייצור הערך ובדפוסי החשיפה של האוהדים למוזיקה ולידע אודותיה.

שאלות המחקר

במוקדו של מחקר זה עומדות שלוש שאלות מרכזיות: הראשונה היא שאלת קיומם של מוקדי סמכות מרכזיים לייצור הערך בשדה המוזיקה הפופולרית, השנייה מבקשת לעמוד על אופיו של השיח אודות המוזיקה והשלישית עוסקת בידע הרלוונטי לשדה זה ובמשמעותו עבור אוהדי המוזיקה.

בהתייחס לתאוריית השדות של בורדייה (Bourdieu, 1983), עולה השאלה האם בשדה המוזיקה הפופולרית כפי שאנו מכירים אותו היום, שדה אשר פעילויות השיח והצריכה הקשורות בו מתבצעות בחלקן הגדול על גבי פלטפורמות אינטרנטיות שונות, ניתן להצביע על זירה המשמשת כיצרנית ערך מרכזית? במילים אחרות, האם במציאות בה חל שינוי מהותי באופן בו אוהדי המוזיקה נחשפים למוזיקה, צורכים אותה ומתעדכנים בידע אודותיה, ניתן להצביע על קיומן של פלטפורמות מרכזיות לייצור הידע והערך עבור אוהדי המוזיקה, או שמא אנו עדים לערעורו של המבנה ההיררכי ולשינוי בכללי המשחק כתוצאה מביזור מוקדי הידע ומעבר מ"בעלי סמכויות" של קביעת ערך, לשדה המורכב מ"סצנות" ו"נישות ז'אנריות" אשר סביבן נוצרות מעין "קהילות טעם שיתופיות".

בין אם ניתן להצביע על מקורות סמכות מרכזיים, בין אם לאו, עולות שאלות לגבי הדינמיקה של ייצור הערך; האם הקריטריונים של ייצור הערך שהתעצבו בעידן הטרנס-אינטרנטי עדיין תופסים מקום מרכזי בשיח של ביקורת המוזיקה? והאם אוהדי המוזיקה עצמם מייחסים לקריטריונים אלה ערך ומשתמשים בהם בתהליך ההערכה הפרטי שלהם ובשיחותיהם עם אוהדי מוזיקה אחרים?.

תת שדה ה"ידע" ראוי גם הוא לבחינה מחודשת לאור המציאות הטכנולוגית והתקשורתית המשתנה אשר בעקבותיה עולות שאלות בנוגע למשמעות הידע וערכו. רגב (2008) מבחין בין שני סוגי ידע בשדה המוזיקה; האחד הינו "הידע על", שהוא הידע האינפורמטיבי והמידעני אודות מוזיקאים, הביוגרפיה שלהם, הדיסקוגרפיה, פרטים טכניים ואנקדוטות. הסוג השני הינו "ידיעת המוזיקה עצמה" – היכרות ממשית עם היצירות המוזיקליות, שהיא תוצר של האזנה (לרוב חוזרת ומעמיקה) עד להיכרות אינטואיטיבית עם המוזיקה והיכולת לזהות, להבחין ולקטלג מוזיקה על פי ז'אנרים (שם). נשאלת השאלה האם בעידן זה, בהינתן אוריינות רשתית וטכנולוגית וגישה מיידית וזמינה לידע אודות המוזיקה ולמוזיקה עצמה, תופס הידע אודות המוזיקה מקום

מרכזי בשיח המתקיים בין אוהדי המוזיקה והאם הוא מהווה רכיב משמעותי של הון תרבותי בזהותם?

מתודולוגיה, מערך ואוכלוסיית המחקר

המחקר יתנהל בשלושה אפיקים מקבילים המשלבים בין מתודולוגיה של ניתוח תוכן לבין הגישה הפנומנולוגית. באפיק אחד יבחנו פלטפורמות אינטרנטיות מרכזיות בהן מתנהלים תהליכי ייצור המשמעות של המוזיקה הפופולרית, הפצתה וצריכתה. באפיק שני יערך ניתוח תוכן של טורי ביקורות מוזיקה מתוך אתרי האינטרנט הרלוונטיים ובאפיק השלישי ינתחו ראיונות שנערכו עם אוהדי מוזיקה פופולרית (רוק, פופ, אלקטרוניקה ועוד) - ידענים, אנינים ומומחים חובבים.

הבחירה בשלושת אפיקים אלה נעשתה מתוך הבנה כי שילוב בין ניתוח סוגי הפלטפורמות ואופי השיח המתקיים על גביהן לבין ניתוח עדויותיהם של אוהדי המוזיקה באשר להתנהלותם בשדה (השיח המתקיים בינם לבין אוהדים נוספים, דפוסי חשיפתם למוזיקה ויחסם למוקדי ייצור הערך ולידע) יאפשר להציג תמונה רב ממדית יותר של השדה ושל הדיון בשאלות הנידונות בעבודה זו. האפיק הראשון יכלול סקירה של פלטפורמות אינטרנטיות ומיון בהתאם לדפוסים המבניים ואופי התכנים שלהם: מאתרים אנציקלופדיים, דרך אתרים "מגזיניים" שמקורם בעידן העיתונות הכתובה, עבור במגזיני אינטרנט מובהקים, הבלוגספירה, שירות רדיו אינטרנטי מותאם אישית, ועד אתרי שיתוף מוזיקה וזירת מכירה ושיווק.

האפיק השני של המחקר, מבוסס כאמור על ניתוח תוכן של טורי ביקורת שהופיעו באתרים בהם מתפרסמים טורי ביקורות מוזיקה וזאת כדי ללמוד על אופי השיח ולעמוד על קיומם/אי קיומם של הבדלים בשיח בין הפלטפורמות השונות. במהלך הניתוח אתייחס הן לתוכן הגלוי המתבטא בקריטריונים של "הערכת המוזיקה" והן לתוכן הסמוי ממנו ניתן לחלץ היבטים אידיאולוגיים נוספים. בנוסף, אתייחס לקריטריונים של המטא שיח: התייחסות לנמען וקיומה של נימה אישית בכתובה.

האפיק האחרון מבוסס על ראיונות עומק מובנים למחצה עם מרואיינים אשר נדגמו במתכונת של "כדור שלג"; מרואיינים אשר מעידים על עצמם כי למוזיקה חלק מהותי ונכבד מחייהם משחר ילדותם ועד היום, ומי שמהווים מעין ידענים או מומחים-חובבים בז'אנרים מסוימים בשדה המוזיקה הפופולרית. אל חלק מן המרואיינים הגעתי דרך הפייסבוק מתוך היכרותי האישית עם קהילת אוהדי המוזיקה, ולחלקם הגעתי בעקבות הפניות של המרואיינים עצמם. הראיונות ארכו

בין שעה וחצי לשלוש שעות, כאשר מרביתם נערכו בבתי המרואיינים, למעט ארבעה מהראיונות שנערכו בבתי קפה משום שאותם מרואיינים התגוררו באותה עת בבתי הוריהם. מטרת הראיונות היא ללמוד על קיומם, זהותם ומקומם של יצרני המשמעות בשדה, על דפוסי חשיפתם למוזיקה ולידע אודותיה (כמו גם למשמעות שהם מייחסים לידע זה) וכן לעמוד על אופיו של השיח כפי שמתבטא בתקשורת ביניהם לבין אוהדי מוזיקה נוספים.

בתחילת כל ראיון התבקש המרואיין לספר באופן חופשי את סיפור חייו, על מקומה של המוזיקה בחייו ועל ההיסטוריה הפרטית שלו בהקשר זה. כמו כן, במהלך הראיונות הוצגו מספר שאלות ממוקדות יותר: מתי התחלת להתעניין במוזיקה באופן "פעיל"? למי או להיכן היית פונה כשרצית להכיר מוזיקה חדשה? כיצד אתה/יודעת/לאן לפנות לשם ידע והיכרות עם מוזיקה? מהן הדרכים המועדפות עליך כיום למציאת מוזיקה? עד כמה יש בעיניך חשיבות לידע אודות המוזיקה והיוצרים? מהם הנושאים העולים בשיחות שאתה מקיים עם אוהדי מוזיקה אחרים ומה אופיין? מהו האלבום האהוב עליך ומדוע?

אוכלוסיית המחקר מונה תריסר מרואיינים בין הגילאים 20-44, כולם ילידי ישראל, מחציתם נשים ומחציתם גברים. טווח הגילאים הנרחב כולל בתוכו הן מרואיינים שחוו גם את העידן הטרום אינטרנטי כאוהדי מוזיקה והן כאלה שכמעט נולדו לתוך תרבות הרשת ואינם יכולים אף לדמיין את המציאות הטרום אינטרנטית כפי שמתארים אותה המרואיינים המבוגרים יותר.

2. דיון תיאורטי

שדה המוזיקה הפופולרית: שיח ויצור משמעות

שדה הייצור התרבותי

אם כסף הוא הון כלכלי, אמנות ורעיונות הם הון תרבותי, כאשר כמו הראשון, גם סוג ההון השני אינו מתחלק באופן שוויוני בין האנשים השונים בחברה. אלו בעלי ההון התרבותי הרב, המבדילים בין מודליאני למאטיס, אלו שחונכו וקיבלו את מטענם התרבותי בבתים ממעמד הביניים והתקבלו לאוניברסיטאות יוקרתיות, יעשו כל שביכולתם לשמור על הון זה. זאת משום שהון תרבותי הוא דרך מצוינת לבטא את הסטאטוס והמעמד של האדם (Kane, 2000).

ההבחנה בין תרבות "גבוהה" לתרבות "נמוכה" מבנה את ההיררכיה בשדה התרבות של העולם המודרני. הקריטריונים המבחינים עשויים להשתנות מעת לעת ומנושא לנושא וביניהם נמצאות דיכטומיות כגון תרבות נמוכה וגבוהה, אמנות ובידור, תרבות עילית ותרבות המונים, מיינסטרים ואלטרנטיב ועוד, כאשר עקרון ההבחנה נשמר ומצביע על קיומם של הבדלים ובעיקר על כך שהבדלים אלה הם ברי משמעות. בחיי היומיום אנו חשופים ומשתתפים בוויכוחים על בסיס "טעמים" שונים, ויכוחים אשר לא נעדר מהם ממד של הפעלת כח שהוא תוצאה של תשוקה ואמונה בערך של יצירות. אולם, בשדה התרבותי המאבק הוא "אמיתי" ומבטא הבדלים בין כוחות חברתיים הנאבקים זה בזה במטרה להפוך את העדפותיהם לתקפים "אובייקטיבית" בכל קנה מידה. (Lindberg et al., 2005).

תאודור אדורנו, מהוגיה הבולטים של אסכולת פרנקפורט, הבחין בין אמנות גבוהה לנמוכה על פי קריטריון ה"אוטונומיה" – האמנות הגבוהה היא אוטונומית, קיומה נובע מסיבות אמנותיות ולמען. קהלה של סוג אמנות זה (להלן בעלי ההון התרבותי) מושפע בשיפוטו והערכתו את יצירת האמנות על פי צורתה ותוכנה, בעוד שערכה של האמנות הנמוכה נאמד בהתאם לפונקציונאליות שלה (מסחרית, בידורית). (Frith, 1996).

הסוציולוג פייר בורדייה התייחס גם הוא למבנה ההיררכי של שדה הייצור התרבותי ובדומה לאדורנו הבחין בין שני עקרונות היררכיזציה אשר המאבק ביניהם מניע את השדה. הראשון הוא עקרון ה"אוטונומיה" על פיו השחקנים בשדה נאבקים ביניהם על זכייה בתגמולים ייחודיים לשדה התרבות והאמנות (הערכה, לגיטימיות, קנוניזציה), והשני הוא עיקרון ה"הטרונמיה" אשר על פיו, מעבר לתגמולים הייחודיים לשדה התרבות והאמנות, מתחרים השחקנים על

תגמולים כלכליים ומסחריים שאינם ייחודיים לשדה האמנות. (Bourdieu, 1983). על אף הדמיון בתפיסת השדה, מותח בורדייה ביקורת על תפיסתו הרומנטית של אדורנו את האמנות הגבוהה, ומצביע על כך שההערכה והפירוש האסתטי של האמנות הגבוהה הן פרקטיקות פונקציונאליות ביותר – הן מאפשרות לקהלה של האמנות הגבוהה לבסס ולבטא את עליונותו התרבותית והחברתית. (Frith, 1996). פריית' חולק על בורדייה וטוען כי לא רק המעמד הבורגני (בעל ההון התרבותי הגבוה) משתמש בהערכה אסתטית של האמנות למטרות פונקציונאליות – חברתיות. באמצעות תהליך ההבחנה וההערכה של שדה האמנות והתרבות, אנו מחזקים את תחושת הזהות החברתית שלנו ואת ההבחנה החברתית בין זהות זו לבין זהויות חברתיות של קבוצות אחרות, כאשר הבחנה זו חשובה לכלל בני האדם ללא קשר למעמדם החברתי. (שם).

על פי בורדייה, כל השותפים בשדה הייצור התרבותי נמצאים במאבק מתמיד על צבירת יוקרה, הכרה והערכה. ייחודו של שדה הייצור התרבותי נעוץ בעובדה שהיוקרה וההערכה מוענקות בראש ובראשונה ליצירות ולא ליוצרים. בנוסף, ל"יצרני המשמעות" – המנתחים והפרשנים המורים והמבקרים המתמחים בתחומי האמנות השונים (ציור, פיסול, ספרות, דרמה מוסיקה וכו') נודעת השפעה אדירה כשהם מעניקים תוקף "אובייקטיבי" ו"מדעי" לפרשנויותיהם ומכתירים יוצרים מסוימים כ"גאוניים" ויצירות מסוימות כ"מופת". (רגב, 1995).

לאורך ההיסטוריה ניתן לראות את שדה הייצור התרבותי כזירת מאבק שבה מנסים יוצרים ופרשנים לקדם את היוקרה והקבלה של סגנונות אמנותיים ויצירות אמנותיות (בצורה מפורשת או נסתרת) ולצרפם לאותו מאגר של הון תרבותי לגיטימי ודומיננטי, כאשר בין השחקנים/יריבים בו מתקיימת הסכמה בסיסית (לא מדוברת, מובנת מאליה) בנוגע למושאי המאבק וערכם, הסכמה אשר משעתקת את המשחק שבבסיסו של השדה. (בורדייה, 2005).

שדה הייצור התרבותי מונע על ידי שני קונפליקטים מרכזיים. הקונפליקט הראשון נוגע לשאלה אילו יצירות/סגנונות יזכו לערך הרב ביותר, ל"קידוש", ואילו הקונפליקט השני נוגע למאבק שבין השחקנים השונים בשדה, כאשר כל אחד מהם מבקש לעצמו את הכוח להקנות ליצירות את ערכן, להיות זה שמקדש אותן, להיות יצרן המשמעות הדומיננטי. המאבק המרכזי הוא זה שבין השחקנים המסורתיים, הוותיקים (שביססו זה מכבר את כוחם ומעמדם) לבין השחקנים הצעירים, המרדנים המתריסים כנגד מה שהם רואים כ"קבעון" ו"ארכאיות" של קודמיהם, כאשר הם מבקשים למעשה להיכנס לנעליהם כיצרני משמעות לגיטימיים. מרגע שהצליחו במאבקם וכווננו את מקומם בשדה כיצרני משמעות לגיטימיים, הם מבקשים לשמר אותו על ידי התנגדות ומאבק בכוחות מרדנים חדשים. דינמיקה זו של השדה התרבותי, המושתתת על

קונפליקט מבני נצחי אשר רק הכוחות המאיישים את התפקידים השונים בו משתנים, מאפשרת למעשה את קיומו של השדה והמשך המשחק בו. (Bourdieu, 1986). זאת ועוד, אותם כוחות מרדנים הנאבקים על הלגיטימיות שלהם בשדה, לעולם לא יקראו תיגר על המשחק עצמו ועל כלליו משום שקריאת תיגר מסוג זה מערערת על עצם קיומו של המשחק ובכך עלולה לרוקן את שדה הייצור התרבותי מתוכן ולסתום את הגולל על האפשרות להפוך ליצרני משמעות לגיטימיים ולזכות בהון הסמלי הנגזר ממעמד זה. (שם).

שדה הייצור התרבותי והמצב הפוסטמודרני

הניסיון העדכני ביותר לערער על מושג האמנות המסורתית הוא הפוסטמודרניזם, שבצורתו הקיצונית שולל את קיומן של היררכיות אסתטיות ותרבותיות וטוען כי כל מוצר תרבותי הוא בעל ערך ומשמעות אופציונאליים אשר גילויים תלוי בפרשנות שניתנת לו ובהקשר בו הוא מיוצר ונצרך. תפיסת העולם הפוסטמודרניסטית רואה בתפיסה המודרניסטית נגזרת של מבנה הכוח בחברה וכמשרתת את הקבוצות השליטות במשטר הקפיטליסטי. העמדה הפוסטמודרניסטית מבקשת לערער על האמיתות המסורתיות של המודרניזם, וזאת מבלי להציג חלופה התופסת עצמה כ"אמת" חדשה. היא אינה מבקשת לשלול את האמיתות של המודרניות, כי אם להציגן לצד אמיתות אחרות ממקורות שונים.

עמדה זו נוטה לשלול את תוקפן של ההיררכיות המקובלות בתפיסה המודרנית ומציעה אפשרויות אחרות של ארגון וסדר בתחומים חברתיים שונים. אולם, בחינה ביקורתית של עמדה זה מעלה כי ההכרזה הפוסטמודרניסטית כנגד קיומן של היררכיות תרבותיות, מסתירה בעצם תביעה להערכתן של צורות תרבותיות ואמנותיות שונות אשר ההיררכיה המסורתית מנעה מהן הכרה והערכה. כל סגנון או עשייה תרבותית תובעים הכרה ומעמד על ידי כך שהם מציגים "הוכחות" לכך שגם בהם מתקיימים המדדים המסורתיים של "אותנטיות" ו"אמנותיות". (רגב, 1995).

סקוט לאש (Lash, 1993) מבקש ל"התאים" את רעיונותיו של בורדייה בכלל ואת מושג ה"היבדלות" בפרט למצב הפוסטמודרני. לדידו, בשונה מן הרקע המודרניסטי במסגרתו פיתח בורדייה את רעיונותיו, במצב הפוסטמודרני ההיבדלות אינה מתקיימת רק בין תרבות "גבוהה" ל"פופולרית", אלא גם בתוך התרבות הפופולרית עצמה. מנגנון ההיבדלות על פי בורדייה, פועל בצורה אנכית כאשר ההבחנה עליה הוא מצביע היא בין "גבוהה" (מי שצורך תרבות גבוהה, הוא בעל ההון התרבותי הלגיטימי אשר לו ההביטוס המאפשר הבנה והנאה מסוג אמנות זה) לבין

"נמוך" (מי שצורך תרבות נמוכה, פופולרית אשר הבנתה והנאה ממנה אינן מצריכות את ההביטוס האופייני לבעלי ההון התרבותי הלגיטימי). לאש, לעומת זאת, מצביע על כך שמנגנון ההיבדלות במצב הפוסטמודרני פועל לעיתים רבות בצורה אופקית, כאשר ההבדלות מבוססת על רקע העדפות טעם ואסתטיקה מובחנות בתוך שדה התרבות הפופולרית. (Lash, 1993).

על פי פיטרסון וקרן (1996) דפוס הצריכה התרבותית המאפיין את המעמד הבינוני-גבוה במצב הפוסטמודרני הוא ה"אומניבוריות", מושג המתאר דפוס צריכה הכולל בתוכו מוצרי תרבות מן התרבות הגבוהה והנמוכה כאחת. דפוס צריכה זה מהווה מעין מנגנון היבדלות המחליף את ה"סנוביזם" שאפיין מעמד זה במצב המודרני; אם בעבר המעמד הבינוני-גבוה התהדר בהון תרבותי והביטוס שאפשרו לו ליהנות מתרבות גבוהה, כיום מתהדר מעמד זה בידע התרבותי הנרחב הן לגבי התרבות הגבוהה והן לגבי התרבות הפופולרית, כאשר הפתיחות וההיכרות עם מוצרי תרבות מגוונים הופכים לערך בפני עצמם ומהווים חלק בלתי נפרד מן ההון התרבותי הלגיטימי. (Peterson & Peterson, 1996).

מוסד ביקורת המוזיקה כשדה של ייצור משמעות

אחד הכוחות המרכזיים בשדה הייצור התרבותי הם יצרני המשמעות - מפיקים, אוצרים, מבקרים - אשר תפקידם לתווך בין האמנים/יצרני התרבות לקהל הרחב. המוטיבציה הגלויה של יצרני המשמעות היא הכנסתם של ז'אנרים ויצירות אמנות שונות אל הקאנון כחלק מן ההון התרבותי הלגיטימי, אך אין להתעלם מכך שהצלחה במשימה זו מזכה את יצרן המשמעות שעמל עליה, במעמד של יוקרה וכוח בשדה.

ראשיתו של מוסד "ביקורת המוזיקה" נטוע בתחילתה של המאה התשע עשרה כאשר המבקרים המוזיקליים היוו מעין מומחים שתפקידם לקרב את הקהל למוזיקה ה"אמנותית" ה"לא מסחרית" וה"מורכבת", תוך שהם מסבירים לו כיצד להאזין לה ולהבין אותה. (Frith, 1996).

בעשותם כן, תרמו למעשה אותם מבקרי מוזיקה ליצירתו של שיח אודות המוזיקה בקרב המעמד הבורגני. שיח זה, הודות לתיוכם של המבקרים, אפשר לבורגנות להשתתף בו ללא כל צורך בהשכלה מוזיקלית תיאורטית או מעשית ויצר מעין מנגנון הבחנה נוסף בין מי שנמנה על מעמד זה לבין מי שנמנה על מעמד נמוך ממנו. (Lindberg et al., 2007). עם הפיכתו של הגרמופון למכשיר נפוץ בשימוש ביתי, החל למעשה מבקר המוזיקה לתפקד כמעין "מדריך צרכנים", אשר ברר מהיצע התקליטים (מוצרים) שבשוק את אלה הראויים להאזנה ורכישה (סוג זה של ביקורת

מוזיקה זכה למעמד הנמוך ביותר בתחום ביקורת המוזיקה). (שם). יתר על כן, עם הפיכתן של היצירות המוזיקליות ל"סחורות", עלה הצורך במתווך שיסביר ויפרש למוזיקאים ולמפיקים מהם העדפותיו וטעמו של הקהל כדי שיוכלו לספק לו את ה"סחורה" המתאימה. תיוכם של המבקרים הפך, אם כן, למעין צינור מידע דו-כיווני כאשר מבקרים שונים הרבו לציין בטורי הביקורת שלהם, לטובת המפיקים, את תגובות הקהל. (Frith, 1996).

מוסד ביקורת המוזיקה בשדה מוזיקת הרוק, החל לקרום עור וגידים בסוף שנות השישים (לפני כן הכיסוי העיתונאי של שדה המוזיקה הפופולרית עסק בעיקר בפרסום תמונות ורכילות ולא נסב סביב התוכן המוזיקלי) בעקבות פנייתם של מוזיקאים רבים ליצירת מוזיקה מורכבת ווירטואוזית אשר אינה עולה בקנה אחד עם תכתיבי תעשיית המוזיקה ומצעדי הפזמונים. אזהדי מוזיקת הרוק לקחו על עצמם את תפקיד המתווכים וביקשו להגדיר את איכויותיה ומשמעויותיה, כמו גם להדגיש את ההבדלים בינה לבין המוזיקה הפופולרית הסטנדרטית והמסחרית. לשם כך, יסדו אותם אזהדים זירות שיח וביקורת שונות, בעיקר מגזינים, והפכו את השיח הביקורתי לשיח מקצועי ואת ביקורת מוזיקת הרוק למקצוע עיתונאי לכל דבר. בעשותם כן, היו למעשה אזהדי מוזיקת הרוק ליצרני המשמעות הראשונים שלה וביססו את מוסד ביקורת מוזיקת הרוק כפי שאנו מכירים אותו היום. (רגב, 1995). המאבק לשינוי כללי המשחק שאמור היה לקרוא תיגר על קיומן של ההיררכיות, הוחלף במאבק על הגדרה מחדש של הקריטריונים האסתטיים על פיהם נקבע המיקום של היצירה/יוצר בסולם ההיררכי. (שם).

במחקרו על עולם הקולנוע, טוען באומן כי מתן הלגיטימציה לצורות תרבותיות כ"אמנותיות" הוא מפעל אינטלקטואלי המצריך סמכות תרבותית. לדידו, השיח הוא מרכיב מרכזי במפעל זה ועל כן יש לייחד לו תשומת לב מחקרית רבה בבואנו להבין את ההיררכיות התרבותיות (Bauman, 2007). מבקרי הקולנוע הראשונים, כוננו דרכים ואופנים אשר באמצעותם ניתן לדבר על סרטים כעל צורה אמנותית של תקשורת, כאשר את מקומו של שיפוט ערכם הבידורי של הסרטים כפי שהיה נהוג עד שנות ה-60, המירו בשיפוט ערכם האמנותי באמצעות קריטריונים מתאימים שהמבקרים יצרו במיוחד לשם כך (שם).

כאמור, בשדה ביקורת המוזיקה הפופולרית, עיקרון האותנטיות הוא עיקרון מרכזי בהבניית השיח של מוזיקת הרוק ומהווה עיקרון מגדיר של מוזיקת הרוק לצד ה"חתרנות", "הייחודיות" והאמנותיות". (רגב, 1995). עיקרון האותנטיות הוא כה רב משמעות עד כי יש הטוענים כי הנרטיב ההיסטורי של מוזיקת הרוק כפי שסופר וכונן על ידי אזהדיה ומבקריה, להלן יצרני הפרשנות, שוכתב על פיו. נרטיב זה, מציג את מוזיקת הרוק כצורה אמנותית ותרבותית שצמחה כתרבות נגד

אשר נאלצה (ועודנה) להילחם בסכנת ה"התמסחרות" (המאפיינת את המוזיקה הפופולרית, הבידורית). אולם, לינדברג ועמיתיו מציעים נרטיב היסטורי שונה, על פיו מוזיקת הרוק הייתה בראשיתה מוזיקה פופולרית בקרב בני הנוער בארה"ב ובריטניה, והיוותה את לב ליבה של תרבות הנוער בחברה הצרכנית. המפנה בנרטיב של מוזיקת הרוק התהווה באמצעותם של המעריצים הנלהבים והמבקרים אשר כוננו את השיח אודות מוזיקת הרוק ויצקו תוכן לקריטריונים המבחינים בין מוזיקת הרוק ה"אמיתית" וה"אותנטית" לבין המוזיקה הפופולרית המסחרית. (Lindberg et al., 2007).

זאת ועוד, בתוך עיקרון האותנטיות מגולמת תפיסה מוסרית היוצרת הקבלה בין מוזיקת הרוק לבין "אמת", כאשר הנחת היסוד המובלעת בשיח אודות הרוק היא כי אותה אמת היא אינהרנטית למוזיקת הרוק ואינה תוצר של פרשנות. אולם, יש לזכור כי אותה תפיסה של אמת היא תוצר של אינטראקציה ושיח אודות המוזיקה ועל כן אינה בהכרח אינהרנטית למוזיקת הרטק, אלא תולדה של שיח פרשני המייצר משמעות. (שם).

מבקרי הרוק הראשונים כוננו, אם כן, את השיח של שדה הרוק כשהם מייצרים בתוכו היררכיות על פי מדדים של "אותנטיות", "רצינות" ו"מהפכנות" המבדילים אותו מהמוזיקה ה"מסחרית", תוך שהם מקדשים אלבומים מסוימים כ"יצירות מופת" המהוות את הביטוי בפועל של אותם מדדים. בעשותם כן, מקבלים על עצמם מבקרי הרוק את ההיגיון והכללים של המשחק בשדה התרבותי ואינם מערערים עליו ו/או מבקשים להציג לו חלופה. (Regev, 1994). בהמשך, זכה מעמדם של מבקרי המוזיקה בקרב קהל הקוראים למידה לא פחותה של קידוש מאשר מעמדם של היוצרים והיצירות אותם קידשו המבקרים. טוריהם נעשו למעין אינדקס להבנת השדה ולמשיכת הקולמוס שלהם הייתה השפעה רבה על דעותיהם וטעמם של אוהדי הרוק, מה שהתבטא לעיתים גם בנתוני מכירות התקליטים בפועל. העיקרון המבני ההיררכי לא הוגבל אם כך ליצירות וליוצרים בלבד, אלא חל גם על הפרשנים והפרשנויות.

אם עד עתה פסע השיח אודות שדה המוזיקה הפופולרית בנתיב המסורתי על פיו ישנה הפרדה ברורה בתוך שדה המוזיקה הפופולרית בין ה"רוק" ל"פופ", בספרו *Pop Rock Music* (2013) מציע רגב התייחסות מחקרית חדשנית הקובלת על הפרדה זו (שמבחינה ז'אנרית בין כה גבולותיה הופכים יותר ויותר מטושטשים). רגב מציע להתייחס אל שדה הפופ-רוק – ובתוכו ההיפ-הופ, הדאנס, האינדי, הסול ועוד – בתוך מסגרת מושגית משותפת אשר מאפייניה הם שימוש בכלים חשמליים ואלקטרוניים, הגברה וטכניקות משותפות נוספות. זאת ועוד, רגב מנתח את שדה

הרוק-פופ כתופעה גלובאלית חוצת גבולות, "קוסמופוליטיות אסתטית" אשר סביבה מתבצעת תקשורת בין אוהדים מרחבי העולם. (שם).

שדה התקשורת: בין מדיה מסורתית למדיה הדיגיטלית

האינטרנט: מושגי יסוד

המושג "אינטרנט" מתייחס לרשת אלקטרונית המקשרת בין אנשים (משתמשים) ומאפשרת העברת מידע ושליפתו באמצעות מחשבים והתקנים דיגיטליים נוספים. (DiMaggio, 2001). פיתוח טכנולוגי זה הביא למצב שבו החל מהעשור הראשון של המאה ה-21, ניתן לשלוח, להזרים, לצפות ולהאזין לאינפורמציה ותוצרי תרבות ותקשורת מכל רחבי העולם כמעט. מציאות חדשה זו והשלכותיה הניכרות על מרחבי החיים השונים (פוליטיקה, תקשורת, ייצור, צריכה, תעסוקה, אמנות, יחסים בין אישיים) מהוות כר פורה למחקרים העוסקים באספקטים השונים של תרבות האינטרנט; מאפיון קהל המשתמשים ודפוסי פעילותו, עבור בידע, מידע, זכויות יוצרים, ייצור וצריכה ועד לאופיין ודפוסי פעילותן של הקהילות הווירטואליות.

במשך שנים רבות היווה המושג "תרבות המונים" את הציר המרכזי סביבו נסוב השיח המסורתי אודות שדה התקשורת. אולם, בעידן האינטרנט מאבד מושג זה ממרכזיותו והדגש המושגי והמחקרי מועבר לאופני התקשורת החדשים המתאפשרים הודות לחידושים הטכנולוגיים המבוססים על תקשורת בין "שותפים שווי ערך" (בין אם מוען למוען או מוענים רבים למוענים רבים). (Livingstone, 2004).

זאת ועוד, תפיסת קהל המשתמשים של האינטרנט היא תפיסה "אופטימית" למדיי וזאת בניגוד לתפיסה הקלאסית הרואה בקהל המדיה קהל שבוי ופאסיבי. קהל משתמשי האינטרנט נתפס על ידי חוקרים רבים כאקטיבי, סלקטיבי ויצרני (Livingstone, 2004), קהל אשר משתתף בתהליך של "יצירתיות אינטראקטיבית" (Barbrook, 2002) ונהנה לשתף ולחלוק אינפורמציה ותוצרי תרבות שונים עם משתמשים אחרים, אפילו עם זרים גמורים, ללא כל תגמול "כלכלי" (שם).

היחס למידע ולתוצרי תקשורת ותרבות עובר גם הוא שינויים וזאת בעקבות תהליך היפרדותם של המידע והתוצרים מן התלות במוצר הפיזי (אין צורך בדיסק פיזי על מנת להאזין מוזיקה, אין צורך בנייר ודיו כדי לקרוא מאמר/סיפור/שיר). התפיסה המסורתית של מידע ותוצרי תרבות כ"סחורה", הולכת ומאבדת את אחיזתה ועמה בסיס הלגיטימיות של נושא זכויות היוצרים (Barbrook, 2002). שינויים אלה מאיימים על תאגידי המדיה של "העולם הישן" ורבים מהם

נואשים להשיב על כנה את הפרדיגמה ההיסטורית של המפעל הפורדיסטי ומשקיעים משאבים רבים במאבק מול משתמשים ואתרים פיראטיים תוך הגשת תביעות ייצוגיות לצורך הרתעה. אולם, נראה כי מלחמה זו אינה נוחלת הצלחה רבה, מקרה נאפסטר הוכיח כי משתמשי הרשת לא "נכנעו" לתאגידים, אלא עברו להתקין תוכנות חדשות ומתוחכמות יותר. (שם).

מושג מרכזי הכורך יחדיו את קהל המשתמשים והמידע ברשת הוא ה"אינטליגנציה הקולקטיבית" (Collective Intelligence) המניח כי מתוך שיתוף הפעולה והתחרות בין פרטים רבים נוצרת מעין אינטליגנציה המקבלת חיים משל עצמה ומהווה יותר מסך כל פריטי הידע והמידע המרכיבים אותה. פייר לוי (Levy, 1997) מבחין בין "ידע משותף" (סך כל האינפורמציה הידועה לכל חברי הקבוצה) לבין האינטליגנציה הקולקטיבית המתייחסת לסך כל הידע הזמין לכל חברי הקבוצה. לדידו של לוי, הידע מן הסוג השני מרחיב למעשה את נפח ההכלה של הקבוצה משום שהוא משחרר את חבריה ממגבלות הזיכרון ומאפשר לקבוצה לפעול בטווח רחב של התמחויות. זאת ועוד, האופי הדינמי, הקולקטיבי וההדדי של חילופי הידע, חותר תחת הצורה המסורתית של ה"מומחיות" והניסיון לכונן כלכלת משמעות קאנונית בה מוצבות המשמעויות השונות באופן היררכי. במרחב המידע החדש, המידע והמשמעויות הם משאבים אשר משותפים ומתחדשים כל הזמן באמצעות האינטראקציה החברתית. אם דפוסי התמחות ישנים מופעלים על ידי דיסציפלינות מבודדות, הרי שהאינטליגנציה המשותפת היא שמיכת טלאים הנטויות על ידי מקורות שונים וחברי הקהילה יוצרים למעשה משהו שעצמתו גדולה מסך חלקיו. (שם).

עוד מבחין לוי בין שני סוגים עיקריים של קהילות וירטואליות: DIY (עשה זאת בעצמך) ו Fans (אוהדים). שתי תרבויות קהילתיות אלה משקפות תשוקה להשתתפות פעילה על פני צריכה בלבד. אולם, בעוד שתרבות ה DIY מבקשת לייצר אלטרנטיבה לתוצרי תעשיות התרבות, מבקשים האוהדים להרחיב את השתתפותו של הקהל במסגרת הפעילות של אותן תעשיות. ככלל, ניתן לומר כי זו האחרונה היא תרבות יותר דיאלוגית מאשר משבשת, ממשית מאשר אידיאולוגית ומשתפת פעולה יותר מאשר מתעמתת. (Levy, 1997).

בכל האמור לגבי קהילות המידע, לוי דוחה את הרעיון כי עליהן להיות מוגדרות במושגים של התנגדות לכוחן של תעשיות התרבות וזאת משום שפעילותן אינה מהווה פעילות נקודתית סביב עניין מסוים, אלא דפוס פעילות מתמשך ושגרתי המאפיין את המדיה החדשה. על פי עמדה זו, הבלוגים אינם מהווים גורם משבש, אלא גורם "מנחה" המהווה מתווך עממי בעל חשיבות רבה. בניגוד לאחת התפיסות הרווחות הרואה בהם תוצר של עמדה אידיאולוגית "מתנגדת", רואה בהם לוי תהליך תקשורתי אורגני במעבר לעולם המדיה החדשה. (שם).

ככלל, ניתן לומר כי השיח אודות האינטרנט מבקש להציג תמונת מציאות "אופטימית" הרואה בטכנולוגיית הרשת "מכשיר" המאפשר למשתמש, יהא הרקע שלו אשר יהא, לבטא את ייחודו וכישרונותיו כשווה בין שווים. אולם, יש מי שמסתייג מן הגישה האופטימית, ואולי אף אוטופית, המאפיינת שיח זה ומזהה בו מנגנון שתפקידו להותיר את הסדר הישן על כנו. בספרו *קפיטליזם בעידן התקשורת הדיגיטלית* (2011) עורך ערן פישר ניתוח ביקורתי של השיח הטכנולוגי וטוען כי שיח זה על רבדיו השונים, לא רק שאינו חותר תחת הקפיטליזם, אלא מאפשר ותורם לביסוסו של הקפיטליזם בן זמננו. פישר עורך הבחנה בין שתי נקודות מבט אשר באמצעותן ניתן לקרוא את השדה; נקודת המבט המיקרו-חברתית המייצגת את הנרטיב השכיח בשיח אודות האינטרנט אל מול נקודת המבט המאקרו-חברתית, אשר חושפת תמונת מציאות הנעדרת את אותו ממד "רומנטי" ואופטימי. (פישר, 2011). מנקודת מבטו של האינדיבידואל, הייצור הרשתי מהווה מקדם העצמה ושחרור אישי, מאפשר למשתמש לבטא את היצירתיות הטמונה בו והופך אותו לשותף פעילים ושווה ערך בשדה הייצור. מנקודת מבטה של הכלכלה הגלובלית, לעומת זאת, מהווים היצירתיות והתוצרים של משתמשי האינטרנט משאב חדש של ייצור שהיה עד כה בלתי מנוצל (רוב רובה של פעילות זו מתבצעת מחוץ ל"שעות העבודה" וכחלק מפעילות הפנאי). יתר על כן, אפילו הפעילות הרשתית הלא יצירתית מגויסת לצרכים מסחריים (ביקורות צרכנים וחיפושי הגולשים משמשים למיקוד והתאמת התכנים והפרסומות המוצגות להם). (שם).

המלכוד הסמוי המובנה בשדה, משתקף בציטוט אותו מביא פישר מפיו של כריס אנדרסון עורכו הראשי של המגזין *wired*: "תהיה זו טעות לחשוב שייצור משותף הוא אנטי-קפיטליסטי. לא מדובר בחובבנים מול מקצוענים; כל אחד מרוויח מהאחר. חברות לא רק מנצלות עבודה חנימית, הן גם מייצרות את הכלים שנותנים קול למיליונים. וההמון הפרוע לא מחליף את החברה המסחרית, הוא מספק את האנרגיה שמניעה סוג חדש של חברה, כזו שמבינה שיש כישרון מחוץ להוליווד, שתעודות חשובות פחות מתשוקה, ושלכל אחד מאתנו יש ידע שהוא בעל ערך למישהו, איפשהו". (פישר, 2011, 179).

שינויים במפת התקשורת עם התפתחותה של התקשורת המקוונת

מהפכת האינטרנט בכלל והופעתם של אמצעי התקשורת המקוונת בפרט, חוללו שינויים נרחבים באופן בו בני האדם צורכים מידע, במערכת היחסים בין מפיצי המידע לצרכניו ובמעמדה של

העיתונות המסורתית, בעיקר זו הכתובה. שינויים אלה הם כה אינטנסיביים ומהירים עד שיש מי שקורא להתייחס אליהם כאל תהליך מכונן בעל השפעה מהותית על השדה העיתונאי. ראסל (2007) בהתייחסה לעיתונות החדשותית, קוראת לעדכון תיאורית השדה של העיתונות, עדכון אשר יביא בחשבון את הגידול הנרחב במספר הגולשים אשר משמשים כעת מעין עיתונאים חובבים (לא מקצועיים) המפיצים מידע חדשותי ומהווים הלכה למעשה את מה שבורדייה מכנה "סוכנים חדשים". סוכנים אלה, על פי ראסל, מאתגרים את השדה ומשנים את הנחות היסוד שלו ואת מטרותיו. (Russell, 2007).

ליימן-וולציג (2000) טוען כי האיום על העיתון המסורתי אינו נובע מהחלשות מקצוע העיתונאות, אלא מיתרונותיו של העיתון המקוון ובשל יכולתו למלא את תפקידיו הקלאסיים של העיתון בדרך יעילה, מהירה, ידידותית לסביבה וזולה יותר, כשהוא חופשי ממגבלות של מספר עמודים וכמות התכנים. בין הגורמים המרכזיים שמונה וולציג לאיום זה ניתן למצוא את הבאים: מהירות יתר: בסביבה החברתית והתקשורתית של השנים האחרונות נודע מקום מרכזי לרכיב ה"מהירות". שפת הטלוויזיה הקופצנית, תרבות המיילים והמסרונים המידיים מאירים את העיתון המודפס באור "ארכאי" כמי שניטל תפקידו כ"מדווח" על חדשות והמשמש, לכל היותר, כפרשן.

שליטת הקהל והשתתפותו: האפשרות לבחור בין מבחר ערוצים, להקליט תכנים ולהאזין/לצפות בהם בהתאם להעדפות אישיות ותופעת שיתוף הקבצים והמידע בעידן האינטרנט טשטשו את ההבחנה החד משמעית בין המפיקים לקהל, כמו גם את הקשר החד כיווני ביניהם.

ערעור הסמכותיות: התפתחויות שונות והאינטרנט במרכזן, הביאו להתערערות הסמכות של מוסדות כגון הנהגה פוליטית/דתית, הסמכות ההורית, סמכות הפרופסור, המדען וכו'. כמויות המידע האדירות וקיומם של פורומים וקבוצות תמיכה המציעים מידע חיוני ואמין בכל תחומי הידע, הובילו לעידן אשר בו הציבור אינו מוכן לקבל ללא עוררין את המידע שמועבר עליו באמצעות גורמי "סמכות" וביניהם העיתון המסורתי. הקהל פונה לעיתון המקוון משום שהוא אינו נתפס בעיניו כמדבר בקול ידעני ואובייקטיבי ולו רק בשל האפשרות שיש לקורא להמשיך לעיתון מקוון אחר בהינף הקלקה על העכבר.

הידודיות (אינטראקטיביות) ומשוב: בני האדם מעדיפים לראות עצמם כגורמים "פעילים" ולא כצרכנים "סבילים". העיתון המודפס הוא מדיום חד-סטרי שאינו מאפשר הידודיות (מדורי "מכתבים למערכת" הם אולי הד יחיד ומינורי להשתתפותו של הקהל). מעבר לאינטראקטיביות בין הקוראים לכותבים והשתתפותו של הקהל בהפקת תכנים (מוסד הטוקבקים, טורי דעה של

אנשים מהיישוב), ברשת קל מאד לנתח את ההעדפות הקוראים (תגובות, מספר צפיות, משך שהייה של הקורא בעמוד) מה שמאפשר למפיקים התאמת תכנים גבוהה יותר לקהל הגולשים־קוראים.

מולטימדיה: העיתון המסורתי המודפס מציג את תוכנו באמצעות טקסטים ותמונות בעוד העיתון המקוון יכול להשתמש, בנוסף לאלה, בקול (voice over) ובתמונות נעות (וידאו) בדומה לסיקור הטלוויזיוני.

הרחבת מקורות המידע: המהפכה הגדולה ביותר בעיתונות המקוונת נובעת מקיומם של אמצעים טכניים פשוטים המאפשרים לאזרחים מן השורה לתרום מהידע שלהם או מהימצאותם המקרית באיזור התרחשות כלשהו (מהלך חסכוני יותר מהצבתם של כתבים באזורים גאוגרפיים שונים).

דוגמא למתכונת מהפכנית הנסמכת על התפתחויות אלה, היא אתר ה Wikinews (www.en.wikinews.org) אתר חדשותי הנכתב ונערך על ידי קוראים וללא תשלום.

על אלה, יש כמובן להוסיף את התופעה הגדולה ביותר של השנים האחרונות – הבלוג (יומן אישי מקוון), כאשר חלק מכותבי הבלוגים המוצלחים והמפורסמים ביותר מאומצים על ידי העיתונות המקוונת כאזרחים או אף כעצמאיים בשכר. (שם).

תופעת ה"בלוגינג" מאפשרת לכל מי שחפץ בכך לפתוח לעצמו "בלוג" ללא כל עלות כספית וללא צורך בידע טכני רב, להעלות אליו תכנים, לפרסם יצירות (צילומים, שירים, סיפורים, מוזיקה), לבטא רגשות, מחשבות ודעות. הבלוגרים אינם כפופים לאמצעי התקשורת ה"מסורתיים" ועל כן, בניגוד לעיתונאים אינם כפופים לאילוצים מבניים, לגופים שונים (מערכות עיתונים) ושיקולי רווח. משום כך הם נתפסים לעיתים כ"כלב השמירה של כלב השמירה" (Hayes, et al., 2007). תפקיד זה מהותי ומובן יותר בהקשר של בלוגים העוסקים בנושאים פוליטיים, אולם גם בלוגים העוסקים במוזיקה ותרבות יכולים להציע אלטרנטיבה ולחשוף חומרים אשר אינם "עוברים את הרדאר" של העיתונות הכתובה, הרדיו ואף אלה של אמצעי התקשורת המקוונת המבוססים, בהיותם משוחררים משיקולי רייטינג ודעת קהל.

השיח הבלוגרי מאופיין בנימה אישית ונתפס כבעל קול ייחודי ואותנטי על רקע התקשורת הממוסדת, אך יש מי שיטען כנגדו כי הנימה האישית פוגעת במהימנות המידע שהבלוגרים מעבירים וביכולתם לדון בצורה מעמיקה בנושאים מורכבים. אולם, הנימה האישית מהווה יתרון בעולם שבו חלק גדול מן הציבור מבקש לקרוא תיגר על העולם התאגידי ועל העיתונות המסורתית המייצגת אותו. (פרנקל-פארן, 2007). עם זאת, תהיה זו טעות להציג את העיתונות והבלוגספירה כשני עולמות נפרדים, משום שבפועל הם מתקיימים באותו מרחב תקשורתי ומשפיעים זה על זה

באופן שוטף, כשהם משתמשים זה בזה כמקורות מידע והשראה תוך מתן ביקורת הדדית ותחרות אשר תורמים לשיפורם. (שם).

הופעת הבלוגים סימנה את קץ עידן העיתונות כשליט יחיד. זו הפעם הראשונה בהיסטוריה בה תפקידה הבלעדי כ"שומרת הסף" של החדשות אינו מאויים על ידי הטכנולוגיה כי אם על ידי הקהל אותו היא משרתת. הבלוגים מהווים דוגמא לקהילה מבוזרת ולייצור שיתופי, כאשר סביב הכותבים, הסיפורים והחווייה התקשורתית נוצרת קהילה המושתת על יחסים דו כיווניים בין הקורא לכותב ומתקיימת תקשורת דיאלוגית ומבוזרת כאשר התוכן מועבר כ"שיחה" ולא כ"הרצאה" (פרנקל-פארן, 2007). ההתפרקות מן המודל המסורתי של העברת מידע "מלמעלה למטה" תומכת בתהליך של העברת מרכז הכובד לידי הנמענים וגולשים ומאפשרת להם לתפקד כיצרני תוכן, בתהליך שהוכתר כ"מותו של הצרכן הפאסיבי". יש הטוענים כי השתתפות הולכת וגדלה של האזרח מן השורה בייצור התוכן החדשותי אולי אינה מאיימת על מקצוע העיתונאות אך היא מאיימת על הסטטוס החברתי של מקצוע זה (שם).

השפעת האינטרנט והמצב הפוסטמודרני על מרחבי היצור והצריכה של המוזיקה והשיח אודותיה

בעבר, אמצעי התקשורת העיקרי דרכו הופץ השיח אודות המוזיקה (וביקורות המוזיקה בפרט) ואשר ועליו נסמכו אוהדי הרוק היה העיתונות הכתובה – מגזינים המוקדשים למוזיקה וטורי ביקורת בעיתונות היומית. היחסים בין הקוראים לבין הפלטפורמה של העיתונות הכתובה היו במידה רבה מערכת יחסים חד כיוונית, כאשר בעוד הקוראים ניזונו מן הכתוב בעיתון הייתה להם יכולת מועטה מאד להגיב לכותבים ולתכנים ובכל מקרה לא באופן מיידי (ניתן היה כמובן לשלוח מכתב למערכת, אך הסיכוי שהוא יפורסם או יזכה לתגובה כלשהי, היה כמעט אפסי). יתר על כן, מי שביקש להיות עם "יד על הדופק" בכל הנוגע להתפתחויות ולחדשות בתחום המוזיקה, הסצינות והסאונדים העדכניים, נדרש להשקיע זמן רב בחיפוש אחר המגזינים הרלוונטיים - מה שהיה כרוך גם בהשקעה כספית לא מבוטלת. (Reilly, 2010). בהתאמה למציאות זו, משרתו של מבקר המוזיקה הייתה משרה נחשקת בקרב אוהדי המוזיקה. סביב המבקר נוצרה הילה של קדושה ורק מתי מעט הצליחו "להשתחל" למשרה זו ולזכות ב"מלוכה" אשר כוללת, מעבר לתהילת עולם, הזמנות להופעות, ראיונות עם מוזיקאים, עותקי פרומו (תקליטי שדרים) והאזנה לאלבומים טרם הפצתם לתחנות הרדיו ולחנויות המוזיקה.

בעשור האחרון חל שינוי דרמטי בערוצי ההפצה והצריכה של המוזיקה והמידע אודותיה, עם המעבר מערוצים המסורתיים של השמעות ברדיו וביקורות בעיתונות הכתובה להפצה ברשת (עיתונים מקוונים, אתרי תרבות, תחנות רדיו אינטרנטיות) כאשר אחד ממוקדי ההתרחשות המרכזיים לשיתוף ודיון במוזיקה הפופולרית הם הבלוגים והאודיו – בלוגים (בלוגים אשר מצורפים אליהם גם קבצי השמע) המאפשרים כיסוי של חומרים על פי טעמו האישי של מפעיל הבלוג. על אף היותם מושא לביקורת בשל אופיים הלא פורמאלי ונעדר הפיקוח, הפכו הבלוגים לבמה מרכזית בה נדונים אירועים מתחום המוזיקה והבלוגספירה משמשת קהילה לאוהדי מוזיקה מסצינות שונות וכמקום בו מתעצבים טעמים. (Reilly, 2010). זמינותו של המידע הכמעט אין סופי המצוי בהם וההפניות והקישורים המובילים מהם לבלוגים נוספים, הופכים את חיפוש המידע באמצעות הבלוגים לזול, מהיר ונוח ועל כן לפופולרי מאד בקרב אוהדי המוזיקה. (שם).

כך, החלה תופעת הבלוגינג להפקיע את השיח אודות המוזיקה וביקורת המוזיקה בספירה הציבורית מהזירה הכמעט בלעדית של התקשורת הממוסדת (תופעה דומה היא ה"פנינים" – כתיבי עת לא מקצועיים המיוחדים לתחומים ספציפיים אשר נכתבים ונערכים על ידי אנשים פרטיים ואינם נתמכים כלכלית על ידי גופים ציבוריים ומסחריים - אולם קנה המידה ואפשרויות ההפצה שלה כמעט אפסיים בהשוואה לאלה של הבלוגים). האודיו-בלוגים, המאפשרים לאוהדי המוזיקה הגולשים ברשת להקשיב למוזיקה ולשפוט אותה במו אזניהם, נותנים למעשה משנה תוקף לאמרה "לכתוב על מוזיקה זה כמו לרקוד על ארכיטקטורה" (אמרה המיוחסת בין היתר ללורי אנדרסון, פרנק זאפה ואלביס קוסטלו).

עדות לכוחן ההולך ומתחזק של העיתונות המקוונת והבלוגספירה, היא היותן מחוזרת על ידי תעשיית המוזיקה עצמה. החל מסוף שנות השמונים אנו עדים לפריחה עצומה בכמות האמנים הפעילים והאלבומים המופצים וזאת כתוצאה מפריחתם של האולפנים הביתיים והאפשרות הטכנית להקליט אלבום ביתי בעלויות כספיות נמוכות הודות לאמצעים הטכנולוגיים הנגישים כמעט לכל. אולם, לצד הקלות היחסית שבהפקת האלבום, ניצבה מטרה חשובה לא פחות והיא חשיפת המוזיקה לקהל הרחב. בעולם שבו המידע הועבר באמצעות העיתונות הכתובה (מגזינים ייעודיים ומדורי מוזיקה בעיתונות היומית) והרדיו, האפשרות לזכות בחשיפה (יהא תוכנה אשר יהא) או בהשמעה מעל גלי האתר, הייתה כמעט בלתי אפשרית עבור מי שלא עמדו מאחוריו חברת תקליטים גדולה ומערכת יח"צ משומנת. התפתחות התקשורת המקוונת ופריחתם של הבלוגים הרחיבו למעשה את הפלטפורמות להפצתה וסיקורה של מוזיקה חדשה ואף הביאו למצב שבו אותן חברות התקליטים המנסות להילחם בהפצה הפיראטית ושיתוף הקבצים ברשת,

משתפות עמם פעולה ואף מעבירות להם חומרים בלעדיים מתוך הכרה בכוחם כמעצבי דעת קהל.

(Reilly, 2010).

השפעתם של השינויים הטכנולוגיים על מרחב הצריכה עולה בבירור מתוך ההבחנה שעורך רגב (Regev, 2013) בין שני סוגי הידע המתקיימים בשדה המוזיקה; הראשון הינו "הידע על", שהוא הידע האינפורמטיבי אודות מוזיקאים, הביוגרפיה שלהם, הדיסקוגרפיה, פרטים טכניים הנוגעים להפקות ואנקדוטות שונות. הסוג השני הינו "ידיעת המוזיקה עצמה" – היכרות ממשית עם היצירות המוזיקליות, שהיא תוצר של האזנה, לרוב חוזרת ומעמיקה, עד לכדי היכרות אינטואיטיבית עם המוזיקה והיכולת לזהות, להבחין ולקטלג מוזיקה על פי ז'אנרים. (שם).

בעידן של טרום האינטרנט הביתי, הידע משני הסוגים והאינפורמציה ככלל, היו נגישים לציבור הרחב במידה פחותה לאין שיעור בהשוואה לעידן הנוכחי בו כמעט בכל בית יש מחשב המחובר לאינטרנט. אולם, בעוד הנגישות ל"ידע על" הייתה זמינה כמעט לכל אוהדי המוזיקה, "ידיעת המוזיקה עצמה" הייתה שמורה למתי מעט שעלה בידם (ובכיסם) להחזיק ספריות תקליטים גדולות. פער זה בין הנגישות לשני סוגי הידע, הלך והצטמצם במידה רבה בעידן האינטרנט, כאשר "ידיעת המוזיקה עצמה" הפכה תלויה פחות ופחות במוצרים פיזיים ובהשקעה כספית.

כיום, המוזיקה עצמה זמינה לכל דורש (בעל מחשב וחיבור לרשת) ועמה היכולת לאחוז גם בידע מן הסוג השני. זוהי מציאות בה אוהדי המוזיקה מתעדכנים ונחשפים למוזיקה באמצעות מגוון רב של פלטפורמות אינטרנטיות. מאתרים "מגזיניים" אשר כוללים הן ביקורות מוזיקה והן קישורים להאזנה, דרך בלוגים פרטיים של אוהדי מוזיקה אשר כוללים הן תוכן כתוב והן לינקים להאזנה ועד אתרים מבוססי שיתוף אשר התוכן המרכזי בהם הוא זה המוזיקלי והם נעדרים כמעט ממד של ביקורת או אינפורמציה. באתרים מן הסוג האחרון פותחים אוהדי המוזיקה חשבון משתמש ויכולים לתפקד הן כצרכני תכנים (מאזינים), והן כספקי תכנים (המעלים מוזיקה לרשת). האפשרות לעקוב אחרי גולשים רשומים אחרים ולקבל עדכונים על החומרים שהם מעלים, החומרים שהם מסמנים כמועדפים והתגובות שהם משאירים באתרים, חושפת את המשתמשים לכמויות כמעט אינסופיות של מוזיקה המותאמת לטעמם האישי, וכך נוצרות למעשה מעין קהילות טעם מוזיקליות שאינן מבוססות בהכרח על פרשנות של סוכנים מרכזיים כמבקרי המוזיקה.

דינמיקה זו של השדה מרמזת על ערעור הגבולות הקשיחים בין שדה הייצור לשדה הצריכה ולזליגה הולכת וגוברת של "ייצור המשמעות" מבלעדיותו הכמעט מוחלטת של שדה הייצור התרבותי לשדה הצריכה. בסקירתה את מאפייניו של הטקסט בעידן הניו-מדיה, מציינת

ליווינגסטון (Livingstone, 2004) כי אחד ממאפייניו הבולטים, לצד היותו ארעי והיפרטקסטואלי,

הוא טשטוש הגבולות בין שדה היצור לשדה צריכה (שם).

ככלל, ניתן לומר שאם ממשיכיו הפוסטמודרניסטים של בורדייה ביקשו להתאים את תאוריית השדות באמצעות מושג האומניבוריות המתייחס לאופי פעילותם של מנגנוני ההבדלות בתוך השדה (מפעילות אנכית לפעילות אופקית), אזי ההתפתחויות הטכנולוגיות ותרבות האינטרנט מצריכות התאמות מבניות העוסקות ביחסים שבין השדות וכן בחינה מחודשת של הדינמיקה בין השחקנים בתוך השדות עצמם.

בספרו *Pop-Rock Music*, עוסק רגב (Regev, 2013) בין היתר, בתרומתו של האינטרנט להיווצרותן של תרבויות אסתטיות אשר חברים בהן אוהדי מוזיקה מרחבי העולם כולו וזאת באמצעות הפלטפורמות האינטרנטיות השונות – מתוכנות שיתוף קבצים, דרך מגזינים ועד אודיו-בלוגים. נוכחותו וזמינותו של האינטרנט מאפשרות לאוהדי המוזיקה לחוות את עצמם כשותפים שווי ערך בתרבות הפופ-רוק, תוך שהם חשופים לכמויות אדירות של מוזיקה מקומית ובינלאומית ומקיימים ביניהם יחסים חברתיים ושיח שאינם מוגבלים למיקומם הפיזי. (שם).

באמצעות המושג "תרבויות אסתטיות" מבקש רגב לגשר בין הפרספקטיבה המחקרית של האומניבוריות לבין זו העוסקת בתת תרבויות ו"סצנות". לדידו של רגב, מעבר לכך שהפרספקטיבה של תת התרבויות (פרספקטיבה הנשענת על תפיסה גרמשיאנית ומדגישה את הממד הטקסי של התנגדות להגמוניה) חוטאת למעשה למציאות החברתית-תרבותית, עצם ההפרדה בין שתי הפרספקטיבות היא הפרדה מלאכותית. את הקשר המתקיים במציאות התרבותית בין שתי הפרספקטיבות, מדגים רגב באמצעות הצגתם של שלושה היבטים המאפיינים את הצריכה של מוזיקת הפופ והרוק: ראשית, כמעט כל הז'אנרים המוזיקליים העומדים בבסיסן של תת תרבויות וסצנות מהווים מרכיבים ברפרטואר האומניבורי המגוון; שנית, כשתת תרבות מתפוגגת, הז'אנר המוזיקלי המזוהה עמה ממשיך להתקיים כמרכיב בטעם המוזיקלי של אוהדים ותיקים וחדשים; בנוסף, במהלך חייהם, אנשים רבים מצמצמים את פעילותם במסגרת תת תרבות מסוימת, אולם ממשיכים לצרוך את המוזיקה המזוהה עמה לצד סגנונות מוזיקליים נוספים. (שם).

בדומה לתאוריית השדות של בורדייה, עוסקות התרבויות האסתטיות ביצירת קריטריונים להערכה של יצירות אמנות, דפוסי הערצה והתייחסויות קוגניטיביות ורגשיות כלפי היצירות, אולם בעוד בורדייה עוסק במרחב הייצור התרבותי, התרבויות האסתטיות בהן דן רגב, פועלות במרחב הצריכה.

3. שדה המוזיקה הפופולרית ברשת: מיפוי פלטפורמות אינטרנטיות

המרחב האינטרנטי משופע בפלטפורמות שונות בהן מהווה המוזיקה את עולם התוכן המרכזי. הפלטפורמות השונות נבדלות זו מזו בהגדרתן ומטרותיהן (אתרים המהווים אינדקסים אנציקלופדיים, מגזינים מקצועיים, אודיו-בלוגים, חנויות מוזיקה מקוונות, תכנות ואתרים לשיתוף מוזיקה, זירת מכירה למוזיקאים, ספריות מוזיקה), בתכנים הפרטניים אותן הן מציעות (ביקורות וסקירות, קבצי וידאו, קבצי שמע להורדה ואו להאזנה בסטרימינג, מכירה ורכישה של מוזיקה, בניית פלייליסט מותאם אישית), במודלים הכלכליים שלהן (פרסום, גביית דמי שימוש, זירת מכירה, הפנייה לזירות מכירה חיצוניות וגזירת תשלום מ"הקלקות" הגולשים), באלמנטים החברתיים (קיומה של מערכת ניהול משתמשים פנימית, קישור לרשתות חברתיות כפייסבוק וטוויטר והעתקת הפעילות אליהן) ועוד.

בפרק זה יערכו סקירה וניתוח של מספר פלטפורמות אינטרנטיות אשר באמצעותן ניתן לשתף ולהיחשף למוזיקה ולמידע אודותיה בעידן הווב 2.0.

ווב 2.0 הוא מושג שתבע איש המדיה טים אוריילי¹ בשנת 2004 והוא מתייחס ל"גל החדש" של אתרי האינטרנט שהחלו להופיע בערך באותה תקופה ושמו דגש מרכזי על רכיבי שיתוף הגולשים ביצירה וההפצה של התוכן באתר. מבחינה טכנולוגית לא הייתה לווב 2.0 בשורה משמעותית, אבל עצם השימוש בכלים קיימים ומעל לכל - שינוי התפיסה וה"דמוקרטיזציה" של התכנים, היא זו שחוללה את ההבדל בין ווב 1.0 ל-2.0. אתר מבוסס תפיסה של ווב 2.0 יאפשר לגולשיו תקשורת ושיתופי פעולה בינם לבין עצמם. דינמיקה זו יצרה עם הזמן את אתרי ה"רשתות החברתיות" - בהן 100% מהתכנים הם "תכני גולשים" (user-generated content) כשהם הופכים שותפים לקהילה וירטואלית גלובאלית.

לשירותים שפותחו בתקופת הווב 1.0: הטורנטים, שירותי הסטרימינג ובעיקר ה-P2P³ כשביניהם נאפסטר וסולסיק, היה תפקיד משמעותי במהפכת הנגישות למוזיקה בכך שהם אפשרו שיתוף קבצים בין מחשב למחשב - ללא חיבור פיזי (כבל), על גבי חיבור רשת בלבד. בהמשך הביאו אתרי ושירותי הווב 2.0 את ההפצה הוויראלית ורעיון השיתוף נלקח צעד (או כמה צעדים) קדימה

¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Tim_O%27Reilly (נצפה ב-20.2.2015)

² http://en.wikipedia.org/wiki/User-generated_content (נצפה ב-20.2.2015)

³ <http://en.wikipedia.org/wiki/Peer-to-peer> (נצפה ב-20.2.2015)

כשברגע שגולש מחובר דרך הקהילה הווירטואלית שלו למספר גדול של עוקבים/חברים/משתמשים - אין גבול וירטואלי או פיזי שיכול לעמוד בינו ובין יכולת הפצתם רעיונות ותכנים.

סוגי הפלטפורמות המרכזיות אשר ידונו להלן הם אתרים אנציקלופדיים, מגזיני התוכן המקצועיים (מגזינים אשר מעסיקים עורכים וכתבים מקצועיים, בין אם שורשיהם בעיתונות המודפסת ובין אם הם מהווים תוצרי אינטרנט מובהקים), אתר המהווה אגרגטור של בלוגים עצמאיים המופעלים ע"י אוהדי מוזיקה, רדיו מותאם אישית (תכנות רדיו המאפשרות בניית ספריות מוזיקליות על פי טעם והעדפות אישיות), אתרי שיתוף קבצים (אתרים המאפשרים העלאת קבצי מוזיקה והאזנה להם, אם באמצעות הורדת הקבצים למחשב האישי ואם בסטרימינג) ופלטפורמה של זירת מכירה למוזיקאים. יש לציין כי הפלטפורמות המגזיניות והבלוגים התפתחו בעידן הווב 1.0, אך המשיכו לעידן הווב 2.0 כשהן נהנות מן השיפורים הטכנולוגיים שקרו במקביל. לגבי כל אחת מן הפלטפורמות יוצגו נתוני רקע כלליים (הגדרת הפלטפורמה ומטרתה, שנת ייסוד האתר, מייסדים/בעלים), המודל הכלכלי⁴ שלה וכן מאפייניה השונים (תוכן מקצועי/גולשים, סוגי תכנים, אלמנטים חברתיים).

1. אתרים אנציקלופדיים

על קטגוריה זו נמנים אתרים אשר מייסדיהם ועורכיהם לקחו על עצמם את המשימה לבנות בסיס נתונים מקיף המכיל מידע אודות היוצרים, היצירות, הז'אנרים והקשרים ביניהם.

AllMusic

רקע: AllMusic (www.allmusic.com) במקור All Music Guide, יוסד בשנת 1991 ע"י מייקל ארלווין, מוזיקאי וז'אנר אינטרנט, כבסיס נתונים מקיף של שדה המוזיקה ועלה לרשת בשנת 1995. האתר נמצא בבעלות החברה של ארלווין All Media Network אשר הקימה ומפעילה אתרים נוספים כגון AllGame ו AllMovie⁵, והוא מספק מידע מקיף אודות הביוגרפיות, הדיסקוגרפיות, הז'אנרים, בעלי התפקידים השונים ביצירות המוזיקליות, בעלי הזכויות, עטיפות התקליטים

⁴ המידע אודות המודל הכלכלי אינו לקוח ממקור מוסמך, אלא מתוך ניתוח בפועל של האתרים. פניתי לאתרים השונים בבקשה לקבל מידע כללי על המודלים, אולם למעט סאונדקלאוד שהשיבו במייל כללי ומנומס, משאר האתרים לא קיבלתי כל תשובה.

⁵ <https://en.wikipedia.org/wiki/AllMusic> (נצפה ב-28.5.2015)

ועוד. כמו כן, מכיל האתר ביקורות מוזיקה הנכתבות ונערכות, ככלל התכנים באתר, ע"י מאות מבקרים ועורכים מקצועיים ומיומנים.

מודל עסקי: שיתופי פעולה עם פלטפורמות שונות כגון MTV, iTunes, Yahoo ועוד, מתן גישה בתשלום למסד הנתונים ושימוש בהם.

סוגי תכנים מרכזיים:

מלל: האתר מציע מידע מפורט אודות ז'אנרים, מוזיקאים, ביוגרפיות, דיסקוגרפיות, שירים, מיקום במצעדים, הפניה לאמנים דומים וכו'. כמו כן ניתן למצוא באתר ראיונות, כתבות וביקורות מוזיקה הנערכים ע"י כותביו המקצועיים של האתר.

מוזיקה: באתר עצמו ניתן לשמוע דגימות מן השירים וכן ישנן באתר הפניות להאזנה בשירות המוזיקה Rdio (שירות רדיו אינטרנטי מותאם אישית) המכיל ספריות מוזיקה ומאפשר לגולשים להאזין להן באופן חוקי ומורשה. בנוסף, קיימת הפניה כמו לרכישת השירים והאלבומים ב iTunes ו Amazon.

וידאו: בלשונית זו ניתן למצוא קטעי וידאו קצרים העוסקים בעיקר בחדשות מוזיקה ו"פיקנטרייה" אודות המוזיקאים.

תמונות: באתר ניתן למצוא את תמונות האמנים ועטיפות אלבומיהם כחלק מן הביוגרפיה/דיסקוגרפיה.

זירת מכירה: אין.

אלמנט חברתי: באתר קיימת מערכת לניהול משתמשים. ההרשמה אינה כרוכה בתשלום והיא מאפשרת לגולש הרשום לדרג אלבומים וכן לקבל לתיבת הדואר האלקטרונית שלו תוכן מותאם אישית על פי טעמו והעדפותיו. בנוסף, ישנה אפשרות להירשם לאתר באמצעות חשבון הפייסבוק.

אתר נוסף המהווה מסד נתונים אנציקלופדי מקיף הוא Discogs (www.discogs.com) המתמחה בשדה המוזיקה האלקטרונית על גווניה והסתעפויותיה.

2. מגזין תוכן מסורתי

על קטגוריה זו נמנים מגזינים מקצועיים שנוסדו טרום עידן האינטרנט ואשר שורשיהם נטועים בעולם העיתונות הכתובה. בקטגוריה זו יבחנו שני מגזינים, NME ו MIXMAG הנבדלים זה מזה בשדות הז'אנריים בהם הם עוסקים.

NME

רקע: New Musical Express (www.nme.com) הוא מגזין תוכן שנוסד באנגליה בשנת 1952 בפורמט של מגזין מוזיקה שבועי. המגזין נמצא בבעלותו של תאגיד ההוצאה לאור Time Inc. UK אשר בבעלותו מגזיני תוכן שונים העוסקים בתרבות הפנאי. למגזין, שמתחילת דרכו התמקד בסגנונות מוזיקליים מבוססי גיטרות, נודעת חשיבות רבה בקידום של אמנים מתחום זה - מהביטלס והרולינג סטונז בשנות ה'60 ועד בלוק פארטי, מיוז והליברטינו בשנות ה'2000. אתר האינטרנט של המגזין, המבוסס גם הוא על תוכן מקצועי, הושק בשנת 1996⁶.

מודל עסקי: המגזין מציע למכירה כרטיסים לפסטיבלים ואירועים מוזיקליים שונים (ישנה לשונית המפנה לעמוד "כרטיסים" וכפתור "כרטיסים" מופיע גם בסקירות/ביקורות ומוביל לאירועים בהם האמנים המסוקרים משתתפים). בנוסף, מפעיל האתר חנות מקוונת המציעה מרצנדיז למכירה, וכמו כן יש באתר הפניות לרכישת אלבומים ב-e-bay.

סוגי תכנים מרכזיים:

מלל: המגזין מציע חדשות מוזיקה וטכנולוגיה, סקירות אלבומים והופעות, המלצות על שירים וכן בלוג העוסק בטלוויזיה וקולנוע.

מוזיקה: הפנייה לפלייליסטים בעריכת חברי המערכת לפי נושאים ותמות שונים (פסטיבלים, שירי "נסיעה", שירים עצובים, שירים שמחים ועוד), להם ניתן להאזין בספוטיפיי (פלטפורמה של רדיו מותאם אישית אשר תוצג בהמשך הפרק).

⁶ <https://en.wikipedia.org/wiki/NME> (נצפה ב-28.5.2015)

וידאו : בלשונית זו ניתן למצוא וידאוקליפים, הופעות חיות, ראיונות מצולמים וכן ביצועים חיים שהופקו וצולמו בלעדית עבור המגזין.

תמונות : בלשונית התמונות ניתן למצוא תמונות מהופעות, דירוג גולשים של תמונות מאירועים מוזיקליים וכן מוצעות למכירה תמונות שעיטרו את שער המגזין לאורך השנים.

זירת מכירה : כאמור, ישנה לשונית המפנה לרכישת כרטיסים להופעות ופסטיבלים וכן חנות מקוונת המציעה מרצ'נדייז של אמנים שונים (חולצות, סיכות, כיסויים לטלפונים סלולריים, כובעים ועוד).

אלמנט חברתי : באתר קיימת מערכת לניהול משתמשים. ההרשמה אינה כרוכה בתשלום והיא מאפשרת לגולש הרשום להגיב לפוסטים, להשתתף בהצבעות לטקס פרסי המוזיקה של המגזין, להשתתף בתחרויות וכן לקבל לתיבת הדואר שלו תוכן מותאם אישית על פי טעמו והעדפותיו. בנוסף, ישנה אפשרות לשתף את הפוסטים ברשתות החברתיות היישר מתוך האתר באמצעות כפתורים ייעודיים.

MIXMAG

רקע : MIXMAG הוא מגזין תוכן אשר ראה אור לראשונה באנגליה בשנת 1983 כניוזלטר הממוען וזומיעד לתקליטנים, אך בסוף שנות ה-80 הפך למגזין מוזיקה חודשי הפונה לחובבי המוזיקה האלקטרונית ותרבות המועדונים בכלל. המגזין נמצא בבעלותה של חברת התקשורת העצמאית Development Hell LTD אשר מוציא לאור בנוסף את הרשת החברתית Don't stay in המיועדת לחברי קהילת תרבות המועדונים⁷. אתר האינטרנט של המגזין, המבוסס גם הוא על תוכן מקצועי, הושק בשנת 2001.

מודל עסקי : המגזין מאפשר רכישה של כרטיסים לפסטיבלים ואירועים מוזיקליים מתחום המוזיקה האלקטרונית וכן מפנה רוכשים פוטנציאליים לרכישת אלבומים וקטעי מוזיקה ב beatport, חנות מקוונת המתמחה במוזיקה אלקטרונית (קישור לחנות מופיע בעמוד הבית במקום בולט בצידו הימני של העמוד).

⁷ <https://en.wikipedia.org/wiki/Mixmag> (נצפה ב-28.5.2015)

סוגי תכנים מרכזיים :

מוזיקה : באתר מוצעים קישורים לפלייליסטים שנערכו על ידי די גייז (כאשר הפלייליסטים "יושבים" ביוטיוב), ריליסים (Release)⁸ חדשים וסטים (קישורים להאזנה באתר שיתוף הקבצים סאונדקלאוד) וכן קבצי מוזיקה להורדה הניתנים באופן בלעדי לקוראי האתר.

מלל : המגזין מציע חדשות מוזיקה וטכנולוגיה, סקירות אלבומים, קטעי מוזיקה ואירועים מעולם התוכן של תרבות המועדונים.

וידאו : בלשונית זו ניתן לצפות באירועים מוזיקליים המשודרים בסטרימינג, וידאו קליפים, סרטים וראיונות מעולמות התוכן של המגזין.

זירת מכירה : למעט מכירת הכרטיסים, אין זירת מכירה ייעודית.

אלמנט חברתי : האתר אינו מפעיל מערכת לניהול משתמשים ומעבר להפניה כללית לעמודי הטוויטר והפייסבוק של המגזין, לא מצורפים לפוסטים כפתורים ייעודיים לשיתוף ברשתות החברתיות.

מגזינים נוספים הנמנים על משפחת מגזיני התוכן ה"מסורתיים" הם ה (www.rollingstones.com) Rolling Stones, Mojo (www.mojo4music.com), Q (www.qthemusic.com) הקרובים לאן.אם.אי מבחינת התכנים המוזיקליים, וכן Djmag (www.djmag.com) העוסק בדומה למיקסמאג במוזיקה אלקטרונית ותרבות המועדונים.

3. מגזין תוכן מן "הדור החדש"

Pitchfork

רקע : Pitchfork הוא מגזין תוכן אינטרנטי שנוסד במינסוטה, ארה"ב בשנת 1995. המגזין, שהחל את דרכו כפרוייקט פרטי של רייאן שרייבר, אוהד מוזיקה אשר הושפע מתרבות הפנזינים ותחנות הרדיו של הקולג'ים ושם לו למטרה לקדם מוזיקה אלטרנטיבית ואינדי (אם כי יש בו התייחסות לז'אנרים נוספים כמו פופ, ג'אז ואלקטרוניקה). עם השנים התרחב המגזין וביסס לעצמו מערך

⁸ תוצר מוזיקלי בפורמט שניתן להפצה ו/או מכירה, אם כקובץ דיגיטלי, דיסק או תקליט.

תוכן מקצועי כשגופי המדיה מן הזרם המרכזי רואים בו מעין ברומטר מרכזי המשקף מגמות בסצנת האינדייז'.

מודל עסקי: המגזין מפנה את הגולשים לרכישת אלבומים ושירים (בפורמט פיזי ודיגיטלי) באמזון וב In sound, אתר המהווה זירת מכירה למוזיקה, מרצינדייז וציוד נלווה כגון פטיפונים ואזניות. פיציפורק אף מפיק פסטיבלי מוזיקה הנושאים את שמו וכמו כן, ישנה לשונית "פסטיבלים" המפנה לאתרים של פסטיבלי מוזיקה.

סוגי תכנים מרכזיים:

מוזיקה: שירים וקטעי מוזיקה חדשים (חלקם ניתנים להאזנה בסטרימינג בנגן באתר עצמו וחלקם באמצעות קישורים לסאונדקלאוד).

מלל: המגזין מציע חדשות מוזיקה, ראיונות עם מוזיקאים, סקירות אלבומים, קטעי מוזיקה ופסטיבלים, וכן מאמרים העוסקים בהרחבה בהקשרים התרבותיים של המוזיקה הפופולרית.

וידאו: בלשונית PitchforkTV ניתן לצפות בראיונות מצולמים של מוזיקאים ובמאי וידאו קליפים, סרטונים מהופעות ופסטיבלים, וידאוקליפים ועוד.

זירת מכירה: אין.

אלמנט חברתי: האתר אינו מפעיל מערכת לניהול משתמשים. לפוסטים מצורפים כפתורים ייעודיים לשיתוף ברשתות החברתיות.

מגזינים נוספים הנמנים על משפחת מגזיני התוכן האינטרנטיים מהדור החדש הם ה FACT (www.factmag.com) שהחל את דרכו כמגזין מודפס ב-2003 אך שנתיים לאחר מכן החל להתפרסם גם כמגזין אינטרנטי ו StereoGum (www.stereogum.com).

4. הבלוגספירה

הבלוגים העצמאיים מהווים נתח נכבד ממפיקי ו"מזרימי" המוזיקה והשיח אודותיה ברשת. הבלוגספירה לבדה ראויה לניתוח מעמיק, כאשר הבלוגים המוזיקליים נבדלים זה מזה בז'אנרים

⁹ <https://en.wikipedia.org/wiki/Pitchfork> (נצפה ב-28.5.2015)

בהם הם מתמקדים, בתכנים, בשפה, בנקודות המבט ועוד. במסגרת פרק זה, לא ינותח בלוג ספציפי, כי אם אתר המהווה הצבר של בלוגים מוזיקליים מרחבי הרשת.

HYPE MACHINE

רקע: HYPE MACHINE (www.hypem.com) הוא אתר המהווה אגרגטור של מעל ל 800 בלוגים העוסקים במוזיקה ומשתפים אותה, כשהוא משקף למעשה, על פי עקרון פעולה הדומה לזה של גוגל צייטגסט, מגמות שיתוף של מוזיקה ברשת. מעצם טבעו מבוסס האתר על תוכן גולשים (הבלוגים), אם כי העובדה כי הבלוגים "נבחרו בפינצטה" כפי שמציין צוות האתר, מעידה על "התערבות" של עריכה וקיומו של מעין מערך תוכן מקצועי. האתר נוסד ב 2005 ע"י אתוני וולודקין, אז סטודנט למדעי המחשב בניו יורק, שפיתח אותו כתוצאה מתסכול מעיתונות המוזיקה והרדיו וגילויים של הבלוגים המוזיקליים במקביל:

"I discovered MP3 blogs like Stereogum and Music for Robots. I couldn't believe there were people spending their time writing about music, putting up tracks so you could hear them.

And I thought, there has to be a way to bring this all together"¹⁰.

מטרת הפלטפורמה, כפי שמוצגת בלשונית ה"אודות" היא לתת במה לקולות עצמאיים הכותבים על מוזיקה ומהדהדת ממנה תפיסה פלורליסטית ודמוקרטית של הרשת:

"We are creating tools that empower independent voices that write about music. We think a select group of passionate people can produce more engaging conversation than a huge social mob, or a rigid hierarchy of editors". We amplify their posts and the audio they choose, to help this vibrant culture spread." (שם)

מודל עסקי: עיקר הרווח של האתר הוא מעמלות הנגזרות מעסקאות רכישת מוזיקה שמבצעים

הגולשים המופנים מתוך האתר לקמעונאיים כגון iTunes, eMusic ו Amazon.

¹⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Hype_Machine (נצפה ב 28.5.2015)

סוגי תכנים מרכזיים :

מוזיקה : המוזיקה מהווה את התוכן המרכזי באתר. בדף הבית מופיעים השירים וקטעי המוזיקה (כולם להאזנה בסטרימינג, ללא אפשרות הורדת קבצים) כאשר ישנה אפשרות, באמצעות הקישורים, להיכנס לבלוגים פרטניים אשר העלו את השיר. ניתן לערוך חיפושים על פי ז'אנרים, פופולריות, המוזיקה החדשה ביותר ועוד, וכמו כן מעת לעת מציע האתר השמעות בכורה של אלבומים חדשים.

מלל : באתר עצמו אין ביקורות וסקירות מוזיקה מטעם צוות האתר. ישנו בלוג "חדשות" של צוות והוא כולל בעיקר הודעות על אירועים, מרצ'דנדיז, שיתופי פעולה ו"מוצרים" חדשים כגון אפליקציות.

וידאו : אחת מקטגוריות החיפוש מיוחדת ל Most blogged videos כאשר תוצאת החיפוש מרכזת את הוידאוקליפים הפופולריים ביותר נכון לעת החיפוש.

זירת מכירה : ישנה זירת מכירה למרצ'דנדיז כגון חולצות, פוסטרים ותכשיטים שעוצבו במיוחד עבור האתר ובהתאם לשפתו הגרפית ותכניו.

אלמנט חברתי : באתר קיימת מערכת לניהול משתמשים. ההרשמה אינה כרוכה בתשלום והיא מאפשרת לגולש הרשום "לאהוב" שירים ולשמרם ברשימת ההשמעה שלו, וכן לעקוב אחר בלוגים וגולשים רשומים אחרים על פי טעמו ורצונו. בנוסף, ישנה אפשרות לשתף את השירים בפייסבוק וטוויטר היישר מתוך האתר, באמצעות כפתורים ייעודיים.

5. רדיו אינטרנטי מותאם אישית

Spotify

שידורי הרדיו מהווים את אחד ממוקדי ההפצה העיקריים של המוזיקה המוקלטת בכלל ושל המוזיקה הפופולרית בפרט. מעבר לאפשרות להאזין לשידורי הרדיו המסורתיים גם ברשת, הביא עידן האינטרנט המהיר להקמתן של תחנות רדיו רבות, חלקן עצמאיות לחלוטין ומשוחזרות משיקולי רייטינג. הרדיו המותאם אישית הוא למעשה "הדור החדש" של הרדיו, כאשר אם בעבר למאזין לא הייתה כמעט שליטה על מה שישמע ברדיו (למעט הבחירה להאזין לתחנה או תכנית מסויימת), הפורמט החדש מנתח את העדפותיו וטעמו ו"מגיש" לו מוזיקה בהתאם להם. בנקודה זו יש לציין כי נכון לעת הגשת העבודה, השירות אינו זמין לגולשים מישראל, אולם ניתן לעקוף זאת באופן פיראטי באמצעות התקנת תוספים מיוחדים. העובדה כי גולשים מישראל "מתעקשים" בכל זאת להתחבר לספוטיפיי, מעידה על חשיבותו עבורם.

רקע: Spotify (www.spotify.com) הוא שירות מנוי בתשלום המאפשר גישה לספריות מוזיקה והאזנה בסטרימינג לקטלוגים נרחבים של מוזיקה אשר אושרו לשיתוף על ידי החברות המחזיקות בזכויות היוצרים. השירות הושק ב 2008 בשוודיה ונכון למאי 2014 פעילים בו 40 מיליון משתמשים כשמתוכם כ 10 מיליון משתמשים בתשלום¹¹.

מודל עסקי: השירות מאפשר הרשמה חינמית (כאשר מעבר לתקופת הניסיון ישנה הגבלה על מספר שעות ההאזנה) אולם משתמשים אלה חשופים לפרסומות. המשתמשים הרשומים בתשלום דמי מנוי, אינם חשופים לפרסומות ונהנים מיתרונות נוספים כמו האפשרות להאזין למוזיקה מתוך התכנה גם כשאינם מחוברים לרשת. מקור הרווח העיקרי של השירות מבוסס, אם כן, על דמי מנוי ופרסום.

סוגי תכנים מרכזיים:

מוזיקה: בספוטיפיי ישנן שלוש דרכים עיקריות לגישה לתוכן המוזיקלי:

א. חיפוש עצמאי וגישה לספריות - המשתמש בוחר לעצמו מה לשמוע on demand.

ב. תחנות רדיו - המשתמש בוחר שיר, אמן או ז'אנר ומקבל "תחנת רדיו" המבוססת על מידע זה.

ג. פלייליסטים - אלה יכולים להיות פלייליסטים פומביים שיצרו משתמשים אחרים או פלייליסטים "רשמיים" של ספוטיפיי סביב נושא או אמן מסוים.

מלל ותמונות: לכל אמן יש עמוד, שכולל לרוב ביוגרפיה, תמונות ורשימת related artists.

ניתן לעקוב אחרי אמנים כדי לקבל עדכונים על ריליסים חדשים.

אפליקציות: זהו פיצ'ר מרכזי בתוכנה שאינו נתמך בגירסת הווב ומדובר למעשה בתוספים קטנים

שאותם המשתמש יכול להתקין מתוך התוכנה והמספקים תוכן בנושאים מגוונים כשביניהם:

אפליקציית Lyrics שמציגה את מילות השיר בזמן שהוא מתנגן, אפליקציה שמחברת את ספוטיפיי

ל-last.fm (שירות רדיו אינטרנטי נוסף) ומאפשרת לשלוט בחשבון מתוך התוכנה, אפליקציות של

מגזינים כמו פיצ'פורק, רולינג סטון ואן.אם.אי המאפשרות לשאוב את הפלייליסטים והביקורות

מתוכם וכן אפליקציות של אמנים וחברות תקליטים שמטרתן לקדם את תכניהם.

אלמנט חברתי: השימוש בשירות כרוך בהרשמה וקיימת מערכת לניהול משתמשים כאשר ניתן

להירשם על ידי כתובת מייל וגם באמצעות חשבון הפייסבוק. המשתמש יכול לעקוב אחר

משתמשים אחרים וכן אחר מוזיקאים ולהתעדכן באמצעות ה-feed במוזיקה לה מאזינים

¹¹ <https://en.wikipedia.org/wiki/Spotify> (נצפה ב-28.5.2015)

הנעקבים בכל רגע נתון. כמו כן, ניתן ליצור פלייליסטים אישיים ולשתף אותם באופן פומבי עם העוקבים או באופן פרטי באמצעות תיבת המייל של המערכת.

בדומה לשירותים אחרים המחוברים לפייסבוק, מי שהתחבר לשירות באמצעות חשבון הפייסבוק שלו יכול "להעתיק" את הפעילות שלו לפיד של הפייסבוק, כך שחברי הפייסבוק שלו (גם אלה שאינם מנויים בספוטיפיי יהיו חשופים לה).

זירת מכירה : אין

שירותים נוספים של ספריות מוזיקה רדיו בהתאמה אישית הם Pandora (www.pandora.com), Last.fm (www.last.fm) ו-Rdio (www.rdio.com).

6. אתרי שיתוף קבצים

עוד מראשית דרכה של הרשת הביתית, אחד השימושים המרכזיים שלה עבור אוהדי המוזיקה היה שיתוף של מוזיקה. בתחילת שנות האלפיים, היו אלה תכנות השיתוף אשר אפשרו גישה לספריות המוזיקה של גולשים מרחבי העולם ו"הורדה" של קבצי מוזיקה מאותן ספריות. תכנות שיתוף אלה העלו את חמתם של תאגידי המדיה ומוזיקאים רבים אשר טענו כי הן מעודדות ומאפשרות פעילות שיש בה משום פגיעה בזכויות היוצרים ובפרנסת המוזיקאים והתעשייה התומכת בהם. בשנים האחרונות, עם ההתפתחויות הטכנולוגיות (הווב 2.0, הגדלת נפח ומהירות הגלישה והוזלת דמי השימוש) הוקמו פלטפורמות ייעודיות לשיתוף מוזיקה, אם באמצעות הורדת קבצים ואם באמצעות האזנה בסטרימינג. פעילותם של אתרים אלה מתאפשרת ע"י חתימת הסכמי שמירת זכויות יוצרים, ע"י "אזהרת" המשתמשים מהעלאת קבצי מוזיקה שזכויות היוצרים שלהם אינם בבעלות המשתמש כן באמצעות מנגנון המסיר תכנים מסוג זה, במידה והוא מצליח לאתרם. פלטפורמות אלה משמשות הן מוזיקאים המעוניינים להפיץ את יצירותיהם, והן די גייז מקצועיים וחובבים כאחד, המעלים לאתרים אלה סטים ומיקסטייפים המכילים קטעים מוזיקליים שונים.

SoundCloud

רקע: Soundcloud (www.soundcloud.com) נוסד 2007 בשטוקהולם, שוודיה ונמצא בבעלות פרטית של מייסדיו – מעצב הסאונד אלכסנדר לאנג ואמן בשם אריק וולפורס. האתר, המבוסס על תוכן גולשים, הוקם במטרה לאפשר למוזיקאים להחליף ביניהם הקלטות של מוזיקה, אולם

בהמשך הוא הפך לכלי הוצאה לאור ולהפצה של יצירותיהם. האתר הפך למתחרה המרכזי מול "מייספייס" כפלטפורמת הפצת מוזיקה, וזאת על ידי כך שאפשר לאמנים לקיים אינטראקציה נוחה עם האוהדים. על אף שמטרת האתר המוצהרת היא הפצת מוזיקה מקורית, מועלים לאתר מידי יום רמיקסים, אדיטים, סטים, מיקסטייפים ותכניות רדיו אשר מכילים או מבוססים על יצירות אשר הוקלטו ונכתבו ע"י מוזיקאים ויוצרים אחרים. בעת כתיבת שורות אלה, נמצאת סאונדקלאוד במגע עם חברות ההפצה השונות במטרה להסדיר את נושא זכויות היוצרים. כאמור, בינתיים מתבקשים המשתמשים להצהיר עם כל העלאה כי הם בעלי הזכויות על היצירות המועלות, אך עם זאת המשתמשים מעלים לאתר תכנים "לא מקוריים" ויש סביבם פעילות שוקקת של האזנות, שיתופים ותגובות¹².

מודל עסקי: ישנם שלושה סוגי משתמשים, האחד "רגיל" חנמי, השני "פרו" בתשלום והשלישי "פרו אנלימיטד" - בתשלום גבוה יותר. סוגי המשתמשים נבדלים זה מזה בנפח העלאת התכנים, הסטטיסטיקות הנגישות להם ופיצורים נוספים.

סוגי תכנים מרכזיים

מוזיקה: המוזיקה מהווה את התוכן המרכזי של האתר כאשר כל משתמש יכול להעלות אליו קבצי מוזיקה ולהקשיב למוזיקה שהעלו משתמשים אחרים, במידה והקבצים המועלים הוגדרו כ"ציבוריים" (ישנה אפשרות להגביל את החשיפה של התכנים ל"פרטי" ול"עוקבים בלבד"). לתכנים הציבוריים יכול להאזין גם גולש שאינו רשום.

מלל: למעט הבלוג של הצוות בו מובאים חדשות, עדכונים והסברים הקשורים בשימוש באתר, אלמנט המלל באתר מזערי למדי והוא מתמצה באפשרות לכתוב "תיאור" הקטע המוזיקלי אשר מכיל לרוב נתונים בסיסיים ו/או את רשימת ההשמעה.

וידאו: אין

זירת מכירה: באתר עצמו אין זירת מכירה, אך במקרים רבים ישנה הפניה לאתרים בהם ניתן לרכוש את המוזיקה בפורמט פיזי ו/או דיגיטלי.

אלמנט חברתי: כאמור, באתר קיימת מערכת לניהול משתמשים כאשר הגולש הרשום יכול "לאהוב" שירים, סטים ופלייליסטים ולשמרם ברשימת ההשמעה שלו, ליצור פלייליסטים המורכבים מקבצי המוזיקה השונים, להגיב על טראקים (ישנה אפשרות להגיב במיקום מסוים לאורך הטראק וכך להגיב לחלק ספציפי ממנו) וכן לשלוח הודעות לגולשים רשומים אחרים

¹² <https://en.wikipedia.org/wiki/SoundCloud> (נצפה ב-28.5.2015)

באמצעות תיבת ההודעות.

פלטפורמת שיתוף קבצים פופולרית נוספת היא Mixcloud (www.mixcloud.com).

7. זירת מכירה (Market Place)

Bandcamp

אם סאונדקלאוד הוקם במטרה לשמש רשת שיתוף בין מוזיקאים והפך לאתר להוצאה לאור והפצה של מוזיקה, הרי ש Bandcamp (www.bandcamp.com) היא פלטפורמה שהוקמה במטרה לשמש זירת מכירה למוזיקאים (הן מוזיקאים החתומים בחברות הפצה והן מוזיקאים אשר מפיצים את יצירותיהם באופן עצמאי לחלוטין).

רקע: באנד קאמפ הוקם ב2007 בקליפורניה ע"י מספר יזמים ונמצא בבעלותה של חברה פרטית. כל מוזיקאי יכול לייצר לעצמו מעין "מיקרו-אתר" ובו להציג את המוזיקה שלו (כמו גם הגרפיקה המלווה את האלבום/סינגל) ולהציע אותה להאזנה בסטרימינג וואו להורדה, ובמקרה השני האמנים יכולים לבחור בין הצעת יצירותיהם להורדה חינמית לבין הורדה בתשלום (בטווחי מחיר משתנים). מדיניות זו מעודדת את האיזון בין תוכן חינמי לתוכן בתשלום ומהווה אלטרנטיבה להורדות ה"פיראטיות"¹³.

מודל עסקי: מכל עסקה גוזר האתר מחיר של 15%, כאשר מעבר לסכום עסקאות מסוים, יורד ערך האחוז הנגזר מהן.

סוגי תכנים מרכזיים:

מוזיקה: המוזיקה מהווה את התוכן המרכזי באתר, כאשר ניתן להאזין למוזיקה בסטרימינג וכן לרכוש אותה בתשלום.

מלל: האתר מפעיל בלוג ובו עדכונים וכן סקירות אלבומים וראיונות עם אמנים.

וידאו: אין

זירת מכירה: הפלטפורמה מהווה זירת מכירה.

אלמנט חברתי: באתר קיימת מערכת לניהול משתמשים. ההרשמה לאתר אינה כרוכה בתשלום, אולם מתאפשרת רק לאחר ביצוע של לפחות רכישה אחת של תוכן מוזיקלי דרכו. המשתמשים

¹³ <https://en.wikipedia.org/wiki/Bandcamp> (נצפה ב28.5.2015)

יכולים ליצור רשימת מועדפים, לערוך "wish list", וכן לעקוב ולהעקב אחרי מוזיקאים ומשתמשים אחרים. כמו כן, ניתן להעתיק חלק מן הפעילות לחשבון הפייסבוק.

סיכום:

סקירה מצומצמת זו של סוגי הפלטפורמות המרכזיות אשר באמצעותן ניתן להיחשף למוזיקה, לידע ולשיח אודותיה, יש בה לתת רק הצצה קטנה לפעילות הענפה המתקיימת בשדה המוזיקה ברשת ולדפוס צריכת המוזיקה בעידן הנוכחי.

הפלטפורמות השונות, נבדלות כאמור זו מזו בסוגי התכנים וההתמחויות שלהן, אך ממבט על ניתן להצביע על מעין כיוון התפתחותי שבו לצד שימורן של פלטפורמות ריכוזיות והירכיות (תוכן מקצועי ערוך והטיות ז'אנריות), הולכות ומתווספות פלטפורמות דמוקרטיות ופלורליסטיות יותר (מבוססות תוכן גולשים, ומאפשרת מידה רבה יותר של שליטה בבחירה וסינון של התכנים הנצרכים).

זאת ועוד, נראה כי לצד הפלטפורמות המגזיניות והדורות החדשים שקמו בעקבותיהן ובהם הבלוגים, פלטפורמות אשר התוכן המילולי בהן הוא דומיננטי (סקירות, ביקורות, כתבות וראיונות), הולכות ופורחות פלטפורמות בהן הרכיב המילולי הולך ומצטמצם. נקודת מבט "אבולוציונית" זו ראויה לדיון מקיף ומעמיק, אך במסגרת עבודה זו היא תידון לצד הממצאים שעלו מניתוח טקסטים הלקוחים מן הפלטפורמות הרלוונטיות וכן אלה שעלו מן הראיונות שנערכו עם אוהדי המוזיקה.

4. מקרי מבחן: ניתוח ביקורות מוזיקה

כאמור, מנגנון ייצור הערך מושתת על פעילותם של אותם סוכנים, יצרני הערך, אשר מציינים את השדה והאזהדים במושגים, רעיונות, ו"מילון" המאפשרים ומתקפים הלכה למעשה את השיח האסתטי אודות הרוק-פופ. (Regev, 2013). בפרק זה, יערך ניתוח תוכן של טורי ביקורת שנלקחו מתוך חמישה מהאתרים שהוצגו בפרק הקודם (אולמיוזיק, אן.אם.אי, מיקסמאג, פיציפורק ובלוגים הלקוחים מהייפ מאשין). ניתוח התוכן יעשה באמצעות בחינת מספר קריטריונים ובהם מאפייני השיח של שדה הפופ-רוק העוסקים ישירות בשיפוט היצירה, וכן קריטריונים המתייחסים ליחסי המחבר/נמען ולשדה הידע במרחב הרשתי.

האלבומים אשר בהם עוסקות ביקורות המוזיקה להלן, נמנים על שלושה ז'אנרים שונים בתוך שדה המוזיקה הפופולרית, אך בעקבות רגב (2013), אתייחס אל שלושתם כאל חלק משדה הפופ-רוק.

- *Reflektor* (2013) אלבומה הרביעי של להקת האינדי-רוק הקנדית ארקייד פייר (Arcade Fire)
- *It's Album Time* (2014) אלבום הבכורה של הדי ג'יי והמפיק הנורווגי טוד טרייה (Todd Terje)
- אלבום הסולו החמישי (2013) של זמרת הפופ-אר'ניבי ביונסה (Beyonce), הנושא את שמה.
לגבי כל אחד מן האלבומים ישנה התייחסות בכל אחד מן האתרים שהוזכרו לעיל (אם כביקורת אלבום כולו ואם בהתייחס לשיר מסוים ממנו), למעט ביונסה וארקייד פייר שלא נמצאה במיקסמאג ההתייחסות לאלבומיהם הנדונים, וטוד טרייה שלא נמצאה באולמיוזיק ביקורת המתייחסת לאלבומו.

בלב השיח של שדה הפופ-רוק עומדים כמה קריטריונים לשיפוט אשר באמצעותם מתבצע הלכה למעשה ייצור הערך. קריטריונים אלה מבטאים את האידיאולוגיה של שדה הפופ-רוק על פיה מתנהלים אותם יצרני ערך ואשר אותה הם מבקשים לשמר (Regev, 2013). הקריטריונים המרכזיים הם:

ישות יוצרת: קיומה של ישות יוצרת שניתן להצביע עליה וקיומו של "מקור" מוסמך (במובן הקונספטואלי ולא המשפטי). אמן יוצר בעל חזון אמנותי המנחה ומעורב בכל תהליכי היצירה, או להקה המהווה ישות כזו.

צורה אסתטית (Aesthetic forms) – מורכבות ותחכום של עבודת הסטודיו, טכניקה והגשה קולית, איכויות פואטיות ונרטיביות בכתיבה, המשמעות – האופן בו הנגינה וההגשה מצליחים להעביר באופן אמין רגשות ומצבי רוח (בחינת "המשמעות" בהקשר של הקריטריונים הטכניים הנ"ל).

אוטונומיה משיקולים מסחריים – ככל שהמניעים אסתטיים יותר ומסחריים פחות – ערכה של היצירה גבוה יותר. אם בשיח המסורתי של הרוק הקריטריון המרכזי והמכונן היה עיקרון האוטונומיה, הרי שכיום ישנה הסכמה כי יצירות הפופ והרוק לעולם לא יהיו חפות לחלוטין משיקולים מסחריים משום ששיקולים אלה אינהרנטיים לתעשיית התרבות אשר בתוכה הם פועלים. עם זאת, קריטריון האוטונומיה עדיין נמצא בשימוש, כאשר המבקרים מתמודדים איתו באמצעות שלוש אסטרטגיות אפשריות:

הראשונה – קבלת הקונטקסט התרבותי כמובן מאליו ועל כן אין התייחסות אליו, כאשר ההתייחסות היא ל"איכות" המוזיקה, להתפתחות האמן ויצירותיו, כמו גם הדגשת "הסיפור" של האמן במאבקו מול תעשיית המוזיקה המייצגת את הקוטב ה"מסחרי" והשתחררות מכבליה (סטיבי וונדר כדוגמא). יש כאן פרדוקס משום שסיפורים אלה מייצגים למעשה אמנים שכבר זכו להצלחה מסחרית והכרה וכעת יכולים "להרשות" לעצמם לחקור עולמות חדשים. (Regev, 2013). אסטרטגיה שנייה – התפיסה הרומנטית של שדה האמנות, הצבעה על אמנים כאוונגרדיים, כחוקרים את הקצוות של השדה. הכרה מצד יודעי חן בלבד וחוסר הצלחה מסחרית נתפסים על ידי המבקרים כ"הוכחות" להיותם של האמנים מי שעומדים בעיקרון האוטונומיה. (שם). אסטרטגיה שלישית האופיינית בעיקר לשיח אודות הפופ, היא להתייחס לאופן בו המוזיקאי משחק עם הקונבנציות, הדפוסים והנוסחאות של הפופ כאל יצירתיות אמנותית בפני עצמה. האוטונומיה במקרים אלה קשורה למושג ה"מחבר" כפי שהוא פועל בשדה. (שם).

הקריטריונים הנוספים אשר ישמשו לניתוח השיח הם:

קונטקסטואליות – האם יש בטקסטים התייחסות לשדה עצמו על ההיבטים התרבותיים הרחבים יותר של הפקת היצירה, הצריכה, שיח ויצור הערך?
היבטים אידיאולוגיים נוספים – האם עולים מן הטקסט היבטים אידיאולוגיים נוספים מעבר לאלה המצוינים בקבוצת הקריטריונים הראשונה שהוצגה לעיל?

לבסוף, יבחנו שני היבטים של המטא שיח :

נימה אישית – האם המחבר הוא "מספר-על", או שמא יש בטקסט ביטוי לקיומו של מחבר בעל

טעמים, העדפות, תחושות ומחשבות סובייקטיביות?

פנייה לנמען – האם המחבר מניח קיומו של נמען ופונה אליו?

אוטונומיה:

ההתייחסות לקריטריון זה נעדרת כליל מהדיון באלבומו של טרייה. ייתכן כי הסיבה לכך היא שבאופן מסורתי ההתייחסות למוזיקה אלקטרונית רקידה היא כאל מוזיקה ש"תכליתה" אינה בהכרח "אמנותית", כאל מוזיקה שמכוונת "לרגליים ולא לראש". בשדה המוזיקה האלקטרונית מתקיים שיח היררכי על איכויות אמנותיות מול מסחריות, אולם הטורים שלפנינו, למעט אלה ממיקסמאג, לקוחים מאתרים העוסקים במוזיקה פופולרית בכלל ואינם מייצגים בהכרח את השיח הפנימי של מרחב המוזיקה אלקטרונית. בנוסף, הטורים במיקסמאג, הנציג של ז'אנר זה בעבודה זו, מתאפיינים בכתיבה תמציתית ורזה.

באולמיוזיק¹⁴ עורך המבקר השוואה בין ארקייד פייר ליו-2 וטוען כי בניגוד לזו האחרונה, על אף הצלחתה והפוטנציאל שלה להפוך ל"להקת איצטדיונים", נותרה ייחודית ובלתי נגישה במידת מה :

"Arcade Fire seemed poised for a U2-style international coup, but the Suburbs, despite its stadium-ready sonic grandiosity, was far too homespun and idiosyncratic to infect the masses in the same way as the *Joshua Tree* or *Achtung Baby*. *Reflektor*, the Montreal collective's much anticipated fourth long-player and first double-album, moves the group even further from pop culture sanctification with a seismic yet impenetrable 13-track set". (AllMusic).

בביקורת בבלוג (IFM) I Found Music¹⁵ גורס הכותב כי ארקייד פייר היא הלהקה היחידה כיום המצליחה להגיע לליבם של אוהדי האינדי והקהל הרחב כאחד וזאת מבלי להזדקק לתמיכת המדיה :

¹⁴ <http://www.allmusic.com/album/reflektor-mw0002581228> (נצפה ב-25.5.2015)

"But at this point, it's getting obviously clear that Arcade Fire is the only living band that can balance intelligent and literate songwriting with brilliant compositions that manage to strike a chord with a broad audience, including everything from the hardboiled indie crowd to the casual mainstream listeners. And in the end, I can't think of another band or artist that has this broad appeal without the need for mass media and daytime radio endorsement. This is a band that writes highly intelligent songs blown to anthemic proportions that can fill an arena or headlight any of the major festivals". (IFM).

בפיצ'פורק¹⁶, ההתייחסות לקריטריון האוטונומיה מרפררת לתפיסה הרומנטית והמיתולוגית של קריטריון זה ששורשיו נעוצים בתרבות הרוק, תפיסה המקדשת את הנעורים וההתרסה:

"Arcade Fire are eternal, defiantly emotive teenagers, and that's what kept them sounding like genuine underdogs even as they've become one of the biggest bands in the world. Nearly a decade after Funeral, Butler still sings like everything is at stake. For this band, has not meant cooling the flames so much as beckoning them higher". (Pitchfork).

באשר לביונסה, קריטריון האוטונומיה בא לידי ביטוי בהינתן "הנסיבות" של היותה זמרת הפועלת בשדה הפופ וכן לדמותה כאישה חזקה ומינית. בביקורות אלה ניתן למצוא הדים לאסטרטגיות המופעלות במסגרת שיח המודע לכך כי בשדה המוזיקה הפופולרית יהיה זה כמעט בלתי אפשרי לעמוד בקריטריון האוטונומיה במובנו המסורתי הטהור.

בביקורת על השיר מהבלוג (OaD) ONE a DAY¹⁷, קריטריון האוטונומיה מובלע למעשה בהתייחסות לאוטונומיה המינית-נשית בעולם הפופ. הכותב מביא את ביונסה כדוגמה לאחת מזמרות/יוצרות מעטות העוסקות בהנאה ועונג מיני נשי שאינו בהכרח מותנה בהשתתפותו של

גבר:

¹⁵ <http://ifoundmusic.com/2013/11/02/arcade-fire-reflektor-2> (נצפה ב-29.10.2014)

¹⁶ <http://pitchfork.com/reviews/albums/18667-arcade-fire-reflektor> (נצפה ב-29.10.2014)

¹⁷ <http://www.1songday.com/2013/12/beyonce-rocket> (נצפה ב-29.10.2014)

"your GaGas and Minaj's have been all about it for years – but as many critics have correctly pointed out, very few have done so with a focus on female pleasure that doesn't seem to need a man to reach climax". (OaD).

בהמשך, מציג הכותב עצמאות זו כביטוי להיותה של האישה עוצמתית ומוצלחת ומקביל אותה לאוטונומיה המתייחסת לעשייה הנובעת ממקור פנימי ולא כהעמדת פנים עבור ההמונים:

"This, then, is probably the ultimate expression of being a powerful and successful female, the ability to parade sexuality as something that you enjoy, rather than having to pretend to enjoy for the masses". (OaD)

בפיצ'פורק¹⁸, נוקט הכותב באסטרטגיה המתייחסת לשימוש באלמנטים חדשניים ונסיוניים כאל הוכחת מה לאוטונומיה, כשהוא מציג את ביונסה כמי שחוקרת רעיונות וסאונדים המצויים בשוליו של שדה המוזיקה הפופולרית:

"It finds Beyoncé shifting gears to pull off her most explicit and sonically experimental music to date, exploring sounds and ideas at the grittier margins of popular music". (Pitchfork).

זאת ועוד, ממשיך הכותב, ההיבט האוטונומי הבא לידי ביטוי באלבום זה משתקף בתוכן השירים העוסקים בנושאים כזוגיות ומיניות באופן מעמיק ומורכב מהצפוי בשדה הפופ:

"It's tempting to read *Beyoncé*'s hard edges as an attempt to ride the success of Rihanna or Miley Cyrus' risqué agendas—but to do so would be to look past the album's true provocations. *Beyoncé* pushes boundaries not because it sells sex at every turn, but because it treats a power-balanced marriage as a place where sexuality thrives. At a time when young people are gripped by an ideological fear of monogamy's advertised doldrums, *Beyoncé* boldly proposes the idea that a woman's prime—personal, professional, and especially

¹⁸ <http://pitchfork.com/reviews/albums/18821-beyonce-beyonce> (נצפה ב-29.10.2014)

sexual—can occur within a stable romantic partnership. Monogamy has never sounded more seductive or less retrograde as when dictated on Beyoncé's terms". (Pitchfork).

באן.אם.אי¹⁹ קריטריון האוטונומיה משתמע מההערכה שרוחשת הכותבת לביונסה כאל מי שדורשת מעצמה להיות יותר מ"ביונסה". על אף כי ברור שהכותבת מעריכה את ביונסה הערכה כנה, ניכר כי היא נובעת במידה לא מועטה מהציפיות וההנחות המוקדמות שהיו לה מביונסה כזמרת פופ מצליחה ועשירה (הנחות המאפיינות את תפיסת הפופ המסורתית):

"..What's even more surprising, though, is that at a level of fame and wealth where many would just coast to now-inevitable adulation, Beyonce Knowles-Carter is genuinely changing the game, or at least her game.. It's that everything about this dark, complex and randy record suggests that despite the eponymous title, Beyonce is hungrily demanding more of herself than just being Beyonce". (NME).

בטור ביקורת זו, נוקטת הכותבת בשימוש באסטרטגיה השלישית העוסקת באופן בו "משחק" האמן עם הקונבנציות בתוך עולם הפופ.

ישות יוצרת:

ניתוח הביקורות מעלה כי ישנה התייחסות לקריטריון זה, בעיקר בטורים העוסקים בטוד טרייה ובביונסה.

טרייה המפיק, מוצג בטורי הביקורת כבעל אישיות וסגנון ייחודיים הניכרים ביצירתו, כפי שניתן לראות בבירור בטור הלקוח מהבלוג IFM²⁰:

"You can easily understand the amount of thought and hours gone into these set of songs, and Todd Terje's genuine style isn't easily replicated". (IFM).

¹⁹ <http://www.nme.com/reviews/beyonce/15005> (נצפה ב-29.10.2014)

²⁰ <http://ifoundmusic.com/2014/04/14/todd-terje-its-album-time> (נצפה ב-29.10.2014)

בביקורת ב אן.אם.אי.²¹, לא מסתפק הכותב בהבעת הערכה לסגנונו ואישיותו, אלא מביא אותו כאנטיתזה לאמנים אחרים הפעילים בשדה כשהוא עוקץ אותם באירוניה, אם באופן עקיף (אמנים המשתמשים בתחפושות של רובוטים), או אם באופן ישיר (כלפי המפיק פארל וויליאמס):

"But the Norwegian producer's debut album is packed with personality, its retro-futuristic, cosmic-disco grooves forming a clear picture of Terje as life and soul of the party...Applying that spirit to his own music, he's turned in an electronic album that's full of character without resorting to robot costumes or Pharrell bloody Williams. So it's worth learning the following: it's pronounced ter-yeah, and it's his time now". (NME).

ההתייחסות אל טרייה כאל ישות יוצרת בפיצ'פורק²², מתבטאת בהציגו כאמן הבקיא בהיסטוריה של השדה בו הוא יוצר:

"Not that Terje isn't an artist—he is, and a careful one, fluent in history, expert with texture, and with a grasp on composition more akin to a 1960s film composer than a contemporary techno producer ". (Pitchfork).

במיקסמאג²³ מתבטא ייחודו של טרייה כהומור העצמי שלו ובנטייתו המכוונת והמודעת ל"קלילות":

"..But then, Terje Olsen has always had eclectic tastes and a slyly bananas sense of humor, which is foregrounded here". (Mixmag).

לגבי ביונסה, בהיותה בעיקר מבצעת ופרפורמרית, קריטריון הישות היוצרת כרוך בהדגשת העובדה כי על אף שביצירתה מעורבים אנשי מקצוע רבים, אין להמעט בתרומתה לתהליך היצירתי ולשליטתה בהפקתו. כפי שמציין המבקר באולמיוזיק²⁴:

²¹ <http://www.nme.com/reviews/various-artists/15225> (נצפה ב29.10.2014)

²² <http://pitchfork.com/reviews/albums/19148-todd-terje-its-album-time> (נצפה ב29.10.2014)

²³ <http://www.mixmag.net/word/reviews/albums/todd-terje> (נצפה ב29.10.2014)

²⁴ <http://www.allmusic.com/album/beyonc%C3%A9-mw0002607521> (נצפה ב25.5.2015)

"Beyoncé co-wrote and co-produced all of the songs with A-listers ... In time, it should be seen as a career highlight from a superstar -- one of the hardest-working people in the business, a new mother, in total control, at her creative and commercial peak". (AllMusic).

בבלוג OaD מבטא הכותב קריטריון זה בהדגשת קולה העצמתי והחזון האמנותי שלה :

"Certainly, aesthetically, Beyoncé sounds freaking incredible. It's proof that hustling together a group of excellent songwriters and super-producers is only half the battle, and the other is having the voice and vision to start with". (OaD).

בפיצ'פורק ישנה התייחסות מרומזת יותר, כאשר על אף שמציגים אותה ככוכבת פופ "שמרנית", רואים בה מי שמנווטת בין המגמות המוזיקליות האפנתיות אך מבלי "להיאחז" בהן, מה שמצביע על חלקה ביצירה והחזון :

"The record reverberates with the energy of a conservative pop star navigating trends without grasping for them. Its crew of 44 writers, producers, and directors skews heavily toward the hip-hop realm and incorporates niche talents, something Beyoncé tried on 4 when she teamed with artists like Switch and pulled visual ideas from little-known European choreographers discovered via YouTube". (Pitchfork).

ביונסה, נתפסת עדיין כ"תוצר" של תעשיית הפופ, אך עם אלבומה החדש נראה כי היא מפלסת דרכה ללב המבקרים כמי שחלקה בחזון האמנותי תופס חלק נרחב יותר ביחס למי שאינה נתפסת כ"זמרת-יוצרת".

במקרה של ארקיד פייר, אשר בשונה מביונסה המייצגת את עולם הפופ מייצגים את השדה ה"עצמאי" יותר, אין כמעט התייחסות לקריטריון זה. ההתייחסות היחידה נמצאה באן.אם.אי²⁵, כשהיא עוסקת למעשה בסולן וכותב השירים ווין באטלר :

²⁵ <http://www.nme.com/reviews/arcade-fire/14888> (נצפה ב-29.10.2014)

"But it's the album's penultimate track, 'Afterlife', where Butler finally sounds like a man who's found a way to make music without losing his mind. On perhaps the most glam song ever written about keeping a marriage together, he asks: "I've got to know, can we work it out? I'm going to work it out". On 'Reflektor' he's done so by Lighting up the dance floor". (NME).

סקירת הופעתו של קריטריון הישות היוצרת בביקורות שלפנינו, מצביעה על התייחסות נרחבת במקרה של טוד טרייה, התייחסות מינורית יותר במקרה של ביונסה וכמעט התעלמות במקרה של ארקיד פייר. ניתן אולי להסיק כי במקרה של טרייה הפועל בתחום המוזיקה האלקטרונית ותרבות המועדונים, תחום אשר בו נמצאת הישות היוצרת לרוב בצללים²⁶, ההתייחסות לאישיותו מעניקה מעין ערך מוסף לכתיבה על יצירתו כשהמסתוריות שמאפיינת את היוצרים בז'אנר זה, מהווה מעין טריגר לגירוי הסקרנות של הכותבים והקוראים. בניגוד לטרייה, ביונסה פועלת בשדה הפופ, מרחב אשר בו המראה החיצוני וחייהם האישיים של ה"כוכבים" מוכרים וחשופים כמעט לכל. זאת ועוד, לרוב יהיו אלה זמרים בעלי מראה מצודד וכישורי פרפורמנס בולטים, אשר אינם מעורבים בתהליכי הכתיבה וההפקה. נראה כי הביקורות שלפנינו מבקשות לתת לביונסה, הנתפסת כמלכת הפופ של ימינו, את הקרדיט על מעורבותה בכתיבה, בהפקה ובחזון האמנותי, מה שמחזק את נקודת המבט של רגב המצביעה על התמסמסות ההפרדה המסורתית בין שדה הפופ לרוק. לבסוף, היעדרה הכמעט מוחלט של ההתייחסות לארקיד פייר בהקשר של קריטריון זה, נובעת ככל הנראה מן העובדה שזהו הרכב רוק שקנה לעצמו כבר מקום של כבוד בשדה וקיומו כישות יוצרת, מובן כבר מאליו.

צורה אסתטית:

ביקורות שלפנינו ניתן למצוא התייחסות לקריטריון הצורה האסתטית, אולם ככלל ניתן לומר שהיא עוסקת יותר בהיבטים התחושתיים והאווירתיים של היצירות ופחות בניחות "טכני" שלהן.

²⁶ על פי פוסטכארד (Postchardt, 1998), ישותו של היוצר במרחב המוזיקה האלקטרונית ותרבות המועדונים, הוא המפיק, היא כמעט "שקופה". זאת, משום שהמוזיקה בתחום זה מושתתת בחלקה הגדול על שימוש בדגימות ו"ציטוטים" מיצירות אחרות, מה שהופך את הטכנולוגיה, ולא דווקא את האדם שמאחורי המכונה, לשחקנית הראשית ואת הדיון ב"אותנטיות" למשני.

אותם היבטים אווירתיים ותחושתיים מאפיינים בעיקר את הטורים העוסקים באלבומו של טרייה, בהם לא ניתן למצוא כלל התייחסות "טהורה" לצורה אסתטית. בביקורות על אלבומם של ארקייד פייר ישנם אזכורים לצורה האסתטית אך ניכר שהם מתייחסים בעיקר לאופן בו הם משרתים את ה"משמעות" של היצירה:

בבלוג IFM הכותב מציע באופן מפורש כי באמצעות הקצב ומילות השירים הלהקה מצליחה לבטא רבדים עמוקים יותר, דוגמת מורכבות היחסים שבין החברה לטכנולוגיה:

"*Reflektor* stirs something that lies deeper. Whether through its rhythmical progression, the lyrical themes that captures the complex relationship of technology and society, or that it's plain and simply damn good songwriting, it gives important reasons to why music has always played a central part of my life". (IFM).

פיצ'פורק מקדישים חלק נרחב יחסית לדיון בצורה האסתטית, אך גם כאן אין ניתוח טכני סדור, אלא שימוש בלשון תיאורית ועשירה בדימויים:

"*Reflektor's* sound is lush and imaginative, but never in a way that suffocates you with the fumes of its polish. It's limber and loose, as though the songs were performed live; the arrangements breathe, seethe, and sweat... Goofy asides, unexpected left-turns, and tiny imperfections bring these songs to life: Check the odd, muttered phrases scattered throughout the intros, the parts on "Normal Person" when Tim Kingsbury's high E string seems to get clipped by the fretboard, or, maybe most thrillingly, the tempo fake-outs in "Here Comes the Night Time". That song, one of the album's best, begins with a celebratory Carnival beat, but then—the sonic equivalent to the tricks they've been playing in recent concerts and TV performances—suddenly switches to a slower, dub-inflected pace. There's a charming scrappiness to that moment as the band reorients to the rhythm, like a marching band suddenly realizing they're going the wrong way and trying, calamitously, to turn around".(Pitchfork).

באן.אם.אי ההתייחסות לקריטריון זה כה מינורית, עד שכמעט וניתן לא להבחין בה :

"'Normal Person' is introduced by a voice saying: "Do you like rock'n'roll music? Because I'm not sure I do", before sinking into bloated riffs, swampy feedback and a Flaccid solo". (NME).

בדיון לגבי אלבומה של ביונסה, בולטת ההתייחסות אליו כתוצר של עבודה בין מפיקים, כותבים ומוזיקאים מאשר כיצירה המיוחסת לביונסה עצמה. קריטריון הצורה האסתטית מתייחס ברובו לציון עבודת ההפקה והכתיבה וכן לאיכויות ההגשה הקולית של ביונסה :

"Certainly, aesthetically, Beyoncé sounds freaking incredible. It's proof that hustling together a group of excellent songwriters and super-producers is only half the battle, and the other is having the voice and vision to start with...Seriously, some of the vocals here are out of this world, 1970s diva good and 'Yonce throw them off like they're lightweight sweaters". (OaD).

בביקורות בפיצ'פורק ובאן.אם.אי, קריטריון הצורה האסתטית מתייחס למבנה השירים, והסאונד אשר נתפסים כמעין פריצת דרך בכל האמור לגבי הקריירה של ביונסה עד כה :

"Beyoncé's best songs often reject traditional pop structures in favor of atmosphere—she may have taken some cues from her sister Solange, who now leads a particular wave of collaborative, left-field R&B. The record, her darkest and lushest yet, has a tendency to echo, stop abruptly, or place two separate songs in the space of one. Its most bracing moments are also its toughest and weirdest, like "***Flawless", a two-part growler that makes feminist TED Talk fodder sound legitimately menacing". (Pitchfork).

באן.אם.אי ישנה התייחסות גם לטקסטים עצמם, כאשר מודגש העיסוק שלהם בתכנים
"רציניים" :

"The production of the record, firmly in that Weeknd and Frank Ocean world of dark, post-dubstep tinted future R&B, is revolutionary really only because it's Beyonce, one of the biggest stars in the world, employing it, kissing goodbye to sonic safety and guaranteed hits. There are no real bangers here, but for once that's not a disappointment cushioned by wafty ballads. Instead the low-key, moody production throws the spotlight on the words and the images brought to play by Beyonce as serious album artist, encompassing bulimia, post-natal depression, the fears and insecurities of marriage and motherhood, and lots and lots of sex". (NME).

היבטים אידיאולוגיים נוספים:

במהלך ניתוח הטקסטים, ביקשתי לבדוק האם מעבר לקריטריונים העוסקים באוטונומיה, צורה אסתטית וקיומה של ישות יוצרת מקורית/מובחנת, מובלעים בהם היבטים אידיאולוגיים נוספים. ואכן, בשניים מטורי הביקורת של פיציפורק (על טרייה וארקיד פייר), בביקורת על אלבום של ארקיד פייר באולמיוזיק, בבלוג IFM בפוסט המוקדש לטרייה ובפוסט אודות אלבומו של טרייה במיקסמאג (כפי שהוצג לפני תחת קריטריון הישות היוצרת), נמצא היבט נוסף אשר ניכר כי הכותבים רואים אותו כבעל ערך חיובי, המודעות העצמית, אשר ממנו נגזר היבט נוסף הזוכה להערכת המבקרים והוא היכולת של האמן לא לקחת את עצמו ברצינות יתרה.

בביקורת על אלבומו של טרייה בפיציפורק, מדגיש הכותב את הממד הקיטשי המודע לעצמו, מודעות שכנראה מגנה עליו משבטו של המבקר:

"It's kitschy but it knows it, and in its kitsch conveys both loneliness (it's dark outside and you've been driving for hours) and its easy resolution (it's warm inside and happy hour never ends, pink paper umbrella gratis)". (Pitchfork).

בהמשך דן הכותב את ב"סתירה" הפנימית באלבום הנובעת מהימצאותו של שיר עצוב בין שירים שמחים ורקידים, ורואה בכך הוכחה לכך שלטרייה יש גם צד רציני ועצוב ושבחירתו בצד המענג והמהנה מעידה על מודעות עצמית:

"As the song crests and the rippling arpeggios of Terje's synths reach their climax, you might wonder: What is a song so sad doing on an album so relentlessly upbeat? Not to ruin the mood, I think—only as a reminder that sadness is a choice. You could be "Inspector Norse" if you wanted to, peacocking wild across the dancefloor, spilling drinks on a stranger, recognizing the brevity of life by enjoying it. From an artist like Terje, it's proof that he could go deep if he wanted to. He'd just rather have fun". (Pitchfork).

גם בביקורת על אלבומם של ארקיד פייר, מובלעת התייחסות לחשיבותה של המודעות העצמית. המבקר מציע כי כיום "אלבום רוק גדול" הוא זה המעלה לדיון את השאלה מהו אלבום רוק גדול ומערער על התפיסות המקובלות, ערעור המצריך מידה לא מבוטלת של מודעות עצמית. גם במקרה זה כורך הכותב את המודעות עצמית עם קיומה של מידת אירוניה:

"..Arcade Fire have spiked their usual clenched-fist earnestness with a small but welcome pinch of irony—and this is what makes it feel vital in a way that a lot of recent guitar-based music is not. "Do you like rock'n'roll music?" Butler asks in a mock-Elvis shudder at the beginning of glam-rock earthquake "Normal Person". "Cuz I don't know if I do..." The only way to make a Big Rock Record in 2013 is to make one that is skeptical of what it means to be a Big Rock Record in 2013". (Pitchfork).

בהמשך, מביע המבקר נחת רוח מפורשת מהעובדה כי באלבום זה נושבת רוח מעט קלילה יותר בהשוואה לאלבומיהם הקודמים:

"As their detractors will be quick to point out, Arcade Fire's greatest crime in the past has been sometimes coming off too stately and self-serious...It's nice to hear a band that showed

up on the scene quite literally dressed for a funeral now sounding like they're having (at least a little) fun". (Pitchfork).

תפיסתו החיובית של כותב טור הביקורת על אלבומם של ארקייד פייר באולמיוזיק את היבט ה"קלילות" ניכרת גם היא. אולם, בניגוד לטורים הנזכרים לעיל, הוא רואה את ארקייד פייר דווקא כמי שאיבדו את הממד הזה באלבומם הנדון:

"Flush with artistic capital, they went on a bender, and in the process lost some of the warmth, jubilation, and capacity for empathy that made their first three efforts so inclusive".

(AllMusic).

התייחסות לקיומם המודע של ממד הומוריסטי וקליל לצד רובד עמוק יותר, ניתן למצוא גם בביקורת על אלבומו של טרייה בבלוג IFM:

"despite the hilarious promo photos, the album title and all the genuine playfulness that personifies Terje's quirky sense of humor, there's a whole lot more than meets the eye".

(IFM).

באותו בלוג, בפוסט העוסק באלבומם של ארקייד פייר, ישנו הד להיבט המודעות העצמית, כאשר הכותב מציג את הלהקה כמי שמודעת לתדמיתה ולהנחות המוקדמות שיש למאזינים אודותיה, אך מנסה לא לשקוע בתוכן:

"This is the sound of a band that is trying to push the image and preconceptions of what and who they are, while figuring out how they fit into their surroundings". (IFM).

קונטקסטואליות:

קריטריון זה עוסק בקיומה של התייחסות לשדה המוזיקה הפופולרית ושדה התרבות בכלל וכן בהיבטי ההפקה, השיח והצריכה שלה. בדומה לסעיפים הקודמים, גם כאן נעדר קריטריון זה מטורי הביקורת של מייצגי המדיה המסורתית: אן.אם.אי ומיקסמאג, אך הוא מופיע בשניים מהטורים של פיציפורק ובשניים מן הטורים הלקוחים מן הבלוגים. בטור הביקורת בפיציפורק מתייחס המבקר לשני היבטים קונטקסטואלים מרכזיים. הראשון הוא הקונטקסט של שדה הפופ הנשי, על הזמרות המצליחות הפועלות בו:

"It's tempting to read Beyoncé's hard edges as an attempt to ride the success of Rihanna or Miley Cyrus' risqué agendas—but to do so would be to look past the album's true provocations". (Pitchfork).

ההיבט השני מתייחס להבנה של ביונסה את המדיום, הבנה אשר בעקבותיה היא משכילה להשתמש במדיום בתבונה להשגת מטרותיה:

"ripped straight from the mouth of an investment-drunk tech startup founder, but it's true: Beyoncé seized the powers of a medium characterized by its short attention span to force the world to pay attention". (Pitchfork).

בטור הביקורת של פיציפורק העוסק באלבומם של ארקייד פייר, ישנה התייחסות נרחבת למדי לקונטקסט בו נצרכת המוזיקה בעידן האינטרנט כשהיא חוצה אזורי זמן ותרבויות:

"It was late afternoon on the East Coast, lunchtime on the West, and in that moment I did exactly what thousands of other people in those and all other time zones did: Stopped what I was doing, closed some extraneous tabs and programs, and listened". (Pitchfork).

בהמשך מתאר המבקר את אופן צריכת המוזיקה בעידן זה – ביחד אך לבד, כמו גם את השיח המאפיין אותו. הוא מבטא ספק ביקורת, ספק קבלה כנועה כלפי ה"מידיות" של השיח אודות יצירות מוזיקליות חדשות ורואה בו אנטייתזה לעידן בו התקיים השיח לאחר העמקה ביצירה:

"The auto-updating comments became a chronicle of knee-jerk first impressions: fervent gushing ("The bassline on 'Joan of Arc' is fucking epic"), groan-worthy puns ("I can't even reflect how excited this makes me!"), and egregious misspellings ("I don't understand what all the fuzz is about"). This scene would have seemed bizarre—and likely a little sad—to us decades ago, and it's frightening to imagine how quaint it will seem in the future. But this is how a lot of people at this moment in time—the one in which *Reflektor* was made, and the one it distrustfully interrogates—discover new music: Alone; together". (Pitchfork).

לסיכום, גורס המבקר כי האלבום עצמו הוא הומאז' לאופנים בהם מוזיקה מועברת, מתגלה ומשתלבת בחיי המאזינים:

"*Reflektor* is designed to be an homage to the many ways music is transmitted, discovered, and incorporated into people's lives".(Pitchfork).

בביקורת על אלבומם של ארקייד פייר, הלקוחה מהבלוג IFM, מסביר הכותב באופן ישיר כי בבלוג שלו הוא מנסה, לכל הפחות, להוסיף משהו על הדיון הכללי במוזיקה:

" but this is after all a blog that at least tries to add something to the overall discussion of contemporary music, an event like a new Arcade Fire album should be viewed from different angels". (IFM).

בהמשך הוא דן באופי השיח הבלוגרי, המאופיין לדבריו בנטייה לנתח עמוקות את היצירות המוזיקליות:

"We bloggers have a tendency to decompose every piece of music down to their tiniest fraction, and while it can do the trick when introducing a new artist or contextualizing a certain song, it does not benefit an album like *Reflektor*". (IFM).

בדומה למבקר הפיצ'פורק בטורו על אלבומה של ביונסה, כותבת הבלוג OaD מתייחסת לכישוריה החוץ-מוזיקליים של ביונסה, אלה השיווקיים. בנוסף, היא מציינת את סיכומי השנה של האתרים השונים, סיכומים שבעצמם מהווים מעין מוסד בשדה המוזיקה הפופולרית:

"Do you have an opinion about the new Beyoncé record? Of course you do. From Billboard to Tavi Gevinson, through to every culture website and magazine on the planet rushing out to amend their Best Of 2013 Lists, if there's one thing Queen Bey is good at, it's creating a serious retail hurricane right before the greatest retail event of the Christian calendar". (OaD).

ניתן להבחין בפער שבין הכתיבה באתרים המבוססים והמסורתיים לבין מייצגי הבלוגספירה, כשבאמצע הרצף נמצא את פיצ'פורק כמעין חוליה מקשרת. הראשונים אינם עוסקים בהיבטי השדה השונים כגון צריכה ושיח, בעוד האחרונים מתייחסים להיבטי השדה וליצרני הערך בו באופן הנראה כטבעי למדי.

נימה אישית:

בטורי הביקורת שלפנינו, נעדרת הנימה האישית כמעט בכלל מן הכתיבה, למעט בשני הבלוגים שברשימה. בפיצ'פורק, בביקורת על אלבומו של טרייה, יש הד לקיומו של "כותב" כאשר המבקר מציג את השיר אשר "נשאר איתו" יותר מכל שירי האלבום:

"The album's least representative song is the one that sticks with me the most: A cover of the Robert Palmer ballad "Johnny and Mary," sung by Roxy Music singer Bryan Ferry". (Pitchfork).

המבקר ממשיך ומדבר על השיר בהקשר של דמותו של הזמר בריאן פרי ובכך מספק מעין הסבר אינטלקטואלי כללי, הנעדר כשלעצמו את אלמנט החוויה הסובייקטיבית, לשאלה העשויה להישאל, מדוע דווקא השיר הזה מכל קטעי האלבום הוא השיר שנשאר איתו :

"Ferry has spent his entire career crying crocodile tears, exploring the ways a seemingly insincere performance can ring with more feeling and pathos than something we recognize as "real". (Pitchfork).

הנימה האישית ניכרת כאמור בקרב כותבי הבלוגים שלפנינו, כאשר הכותבים משתפים את הקורא בחוויותיהם הרגשיות, בהרגלי צריכות המוזיקה שלהם ובטעמים המוזיקלי. בביקורת על אלבומו של טרייה ב IFM מביע הכותב את התלהבותו מן האלבום תוך כך שהוא חושף בפני הקורא טפחים נוספים המעידים על טעמו וגישתו :

"..Cheeky lashes into latino-jazz, calypso, cheesy piano house, italo-disco and strains of lounge music you'd normally find on some free-of-charge chill-out compilation – all stitched together into the most hedonistic and life-affirming dance album I've ever heard". (IFM).

מפסקה זו ניכר כי הכותב "אוהב את הדאנס שלו" הדוניסטי ומלא חיים. קביעה זו מקבלת אישור בהמשך הסקירה כשהוא מספר בהתלהבות (תוך שימוש בביטוי המתייחס לבסיס הקדושה הנוצרית) כי שלושה משירי האלבום גרמו לו להתאהבות מחודשת במוזיקת הדאנס :

"and hell, the holy trinity of "Delorean Dynamite", "Oh Joy" and "Inspector Norse" makes me fall madly in love with dance music all over again". (IFM).

בסיום הטור מסכם הכותב כי עבורו אלבומו של טרייה הוא אחד משלושת אלבומי הדאנס הטובים ביותר של השנה :

"For me, It's Album Time is up there amongst Random Access Memories and John Talabot's Fin as one of recent year's finest dance albums". (IFM).

בטור המתייחס לאלבומה של ארקייד פייר, משתף הכותב של IFM בחוויה הנוגעת לתהליך הכתיבה עצמו והקושי שבכתיבה על מוזיקה :

"When I sat down to write about *Reflektor*, the Canadian super-group's fourth full-length album and the first one since *The Suburbs* clinched the unexpected Album Of The Year Award at the 2011 Grammy's, I realized how painfully difficult it can be to write about music". (IFM).

בהמשך, הוא מסכם את ביקורתו החיובית על האלבום תוך התייחסות למקומה המרכזי של המוזיקה בחייו ובכותבו כי רפלקטור הוא דוגמה לאלבום אשר ההנאה המוחלטת אותה הוא שואב ממנו, היא הדבר אותו הוא מבקש למצוא :

"..it gives important reasons to why music has always played a central part of my life. The sheer joy of hearing an album like this is what I keep searching for". (IFM).

גם בסקירה הנוגעת לאלבומה של ביונסה בבלוג OaD, משתפת הכותבת את הקורא בקונטקסט בו האזינה לאלבום ובתחושות שהוא עורר בה :

"I listened to this record for the first time in a car by myself on the way to a wedding, and the suite of songs that start with 'Blow' (a dedication to receiving, rather than giving, oral sex), carry through 'Partition' and end on 'Rocket' certainly made me blush". (OaD).

לבסוף מציינת הכותבת את הנאתה מן האלבום :

"I enjoyed every minute of it, and you can tell Beyoncé did, too. That's perhaps the greatest surprise Christmas gift of all". (OaD).

השימוש בנימה אישית בבלוגים לעומת היעדרותה מן הכתיבה במגזינים, מלמדת אולי כי הבלוגרים מודעים לרוויה ששיש בעידן האינטרנט בכל הנוגע לכתיבה על מוזיקה ועל כן הרלוונטיות שלהם "מוצדקת" רק במידה ויש בכתיבתם ערך מוסף. זאת ועוד, ההדגשה של טעמים ודעתם האישיים מבהירה היטב הבנה זו של השדה. היעדרותה של נימה זו מהביקורות של האתרים המגזיניים המייצגים את המדיה המסורתית, יכולה להתפרש כהד לחשיבות עצמית דווקא (עמדתם כעמדה ש"מעל לשדה").

פניה לנמען:

ככלל, בטורי הביקורת שלפנינו אין כמעט פנייה ישירה לקורא, ובמקרים הבודדים שניתן לחלץ אותה מן הטקסטים, ב IFM, אן.אם.אי ופיצ'פורק, היא נדמית כפניה "טכנית" כמעט, מעין מדריך למשתמש :

" The first songs you're likely to recognize..". (IFM).

"In case you didn't get the message, the title track repeats the words, "It's album time, it's album time" ad nauseam, like a theme tune". (NME).

" *Reflektor* unfolds over two discs, and which you prefer will depend on how many packets of earnest magnificence you take in your Arcade Fire". (Pitchfork).

בשניים מטורי הביקורת, IFM על ארקייד פייר ו OaD על ביונסה, הפנייה לנמען היא מעט פחות טכנית ומובלעת בה תפיסת הקורא כמי שמשמש שותף פעיל ובקיא בשיח אודות המוזיקה :

"By now you've likely read all there is to read about *Reflektor*, possibly giving it a few spins to form your own opinion, so I don't blame you if you click the 'return' button on your browser. But if you decide to stay than hopefully I won't end up boring you to death".(IFM).

"Do you have an opinion about the new Beyoncé record? Of course you do". (OaD).

5. שיח, ייצור משמעות, דפוסי חשיפה למוזיקה: ראיונות עם אוהדי מוזיקה

במסגרת עבודה זו, נערכו ראיונות עומק מובנים למחצה עם תריסר אוהדי מוזיקה (שיופיעו להלן בשמות בדויים). המרואיינים התבקשו לספר באופן חופשי על ההיסטוריה המוזיקלית הפרטית שלהם, החל מן הזיכרונות הקדומים ביותר ועל האופנים בהם נחשפו למוזיקה. בהמשך הם נשאלו כיצד הם נחשפים כיום למוזיקה, כיצד הם נחשפים לידע אודות המוזיקה, מה חשיבותו של ידע זה עבורם, האם הם קוראים ביקורות מוזיקה, האם הם מנהלים שיחות על מוזיקה עם אוהדי מוזיקה נוספים ומהי הדינמיקה של שיחות אלה.

במהלך הראיונות, המרואיינים לא נשאלו או התבקשו לשוחח על הקריטריונים על פיהם נותחו הביקורות בפרק הקודם, וזאת כדי לא להטות אליהם תשומת לב מיוחדת. תחת זאת ביקשתי לבדוק האם עולה מתוך השיחות התייחסות אליהם כאל קריטריונים משמעותיים בשיח של אוהדי המוזיקה וזאת, בין היתר, באמצעות השאלה: מהו האלבום האהוב עליך ומדוע?.

הצגת המרואיינים:

אורי, בן 42, מעצב גרפי, מורה לעיצוב, חובב מוזיקה מושבע עם זיקה לצדדים הפחות פופולריים של המוזיקה הפופולרית.

אורלי, בת 34, יחצ"נית ומפיקה בתחום המוזיקה, חובבת רוק קלאסי ואלטרנטיבי.

גיזני, בן 35, איש מחשבים, חובב מושבע וסקרן מוזיקלי, בעיקר בתחום הרוק לדורותיו והסתעפויותיו וכן בתחום האלקטרוניקה הניסיונית.

דמיאן, בן 33, די גיי, מפיק בחיי הלילה, מורה לתקלוט. מתמחה בהאוס, טכנו, דיסקו, אינדסטריאל וניו וייב.

ליטל, בת 37, חובבת מוזיקה מושבעת, עם העדפה מיוחדת לאינדי ואלטרנטיב רוק.

מיטל, בת 26, עורכת מוזיקה, סטודנטית לקולנוע, אוהבת מוזיקה פופולרית על גווניה השונים, מפופ ורוק אלטרנטיבי ועד אלקטרוניקה רקידה ומוזיקה ישראלית.

מיקי, בן 20, די גיי ומפיק, מתמחה בהיפ הופ.

נדב, 24, אמן, מפיק מוזיקלי, חובב מוזיקה בדגש על אינדי ואלקטרוניקה לסוגיה.

נועם, בן 44, איש מחשבים, מפיק אירועים מוזיקליים ותקליטן. מתעניין באינדי, אלטרנטיב ואלקטרוניקה.

עדן, בת 22, סטודנטית לארכיטקטורה, חובבת מוזיקה מושבעת עם דגש על רוק קלאסי, ניו וייב, אינדי ואלטרנטיב.

עידית, בת 39, מעצבת גרפית, כותבת, די גיי וחובבת מוזיקה והיסטוריה של המוזיקה על סוגיה השונים, בדגש מיוחד על תחום תרבות המועדונים.

שיר, בת 23, סטודנטית לספרות, בליינית וחובבת מוזיקה בעיקר אלקטרוניקה מתחום תרבות המועדונים.

קריטריונים של שיח:

אוטונומיה וישות יוצרת:

מן הראיונות עלה כי קריטריונים אלה שלובים זה בזה ועל כן הם מוצגים כאן יחדיו. קריטריון האוטונומיה עלה בכמה ראיונות, בשני הקשרים מרכזיים; הראשון שבהם הוא בהתייחסות לתעשיית התרבות אשר מייצרת "מוצרי צריכה" ואילו השני קשור בטבורו למושג ה"חדשנות" והדיון סביבו. קריטריון הישות היוצרת עלה הן כאשר התבקשו המרואיינים לציין מהם האלבומים האהובים עליהם והן מתוך הדיון במושג האוטונומיה, על כן נדונים שני הקריטריונים בפרק זה יחדיו.

גיוני מתייחס למושג ה"פופ" כאל שדה המקיף את התרבות בה אנו חיים. יחד עם זאת, הוא מביע הסתייגות מתוצרי תרבות אשר מופקים מתוך מטרה לרצות את קהל צרכניהם:

"פעם אמרתי שאני לא אוהב פופ. זה טפשי להגיד שאני לא אוהב פופ.. קשה לי עם משהו שמהונדס כדי שתחבב אותו, תמיד אעדיף את זה קצת מקולקל.. בפופ היו ממתקים אבל הם לא היו מושלמים. ברואדקאסט זה פופ, אבל זה לא "פופ", אני שואל את עצמי מה זה פופ. כי אנחנו חיים בעידן שהכל בו הוא פופ.."

נועם דן במפורש בתעשיית תרבות הפופ, תוך שהוא מתאר תהליך של מעבר ממוזיקת "פופ" לתרבות של "תעשיית פופ", מה שמתבטא לדבריו בהעברת המשקל מה"יצירה" ל"הפקה":

"אני כן חושב שמה שהיה בשנות השמונים היה מדהים, לא היו תעשיות יצרני מוזיקה. אנשים במיינסטרים כתבו בעצמם את המוזיקה שלהם, נתמכו על ידי התעשייה אבל הם כתבו, הלחינו, בחרו מפיקים.. סטוק אייטקן וטרמן 27- אני סולד מהדבר הזה. זה מקור הרוע של המוזיקה, שם התחילה ההידרדרות הגדולה. נוסחה, מילים בגובה דשא, המכנה המשותף הנמוך ביותר. פרצוף יפה, קול יפה. היה מימש כזה ויצרו מוצר. זה לא שיר זה מוצר לא יצירה.. עברנו מעולם של יוצרים לעולם של מפיקים ובמעבר הזה הלך משהו לאיבוד.. היום אין את המיינסטרים של האמנים. היום המטרה היא למכור בכך וכך עותקים ויש הקצבה של זמן ואנשי מקצוע שאמורים להוביל לשם. הקונספט של אמן שכותב לעצמו הפך להיות משני.."

בהמשך, כשהתבקש נועם לציין מהו האלבום האהוב עליו, היה זה כמעט בלתי אפשרי להפריד בין קיומה של ישות יוצרת לבין הממד האוטונומי של יצירתה:

"האונדס אוף לאב של קייט בוש, כי האלבום הזה הוא קודם כל יצירה שלמה, הוא מבטא את הבשלות של קייט, אלבום מרגש. לי מאד חשוב שזה לא יהיה "ביזנס", בוש כתבה אותו, בנתה סטודיו בבית שלה ועבדה עליו במשך שנתיים עם סנטיסייזר לחלוטין בעצמה, כולל הסאונד, והגיעה עם הסקיצות לאנשי מקצוע. היא הפיקה בעצם את כל האלבום בעצמה, אין, את שומעת את זה.. יצירה מפקסת".

²⁷ שלישיית מפיקים בריטית החתומה על כמה מלהיטי הפופ המצליחים ביותר בשנות השמונים

נראה כי עבור מיקי, בדומה לנועם, יש חשיבות גדולה להפרדה בין המניע המסחרי לזה היצירתי כשהוא רואה בראשון אנטיתזה למניע היצירתי הטהור :

"יש אנשים שעושים מוזיקה בשביל הכסף, לא כי הם אוהבים את המוזיקה. הם לא פיוריסטים".

כאמור, ההקשר השני בו עלה קריטריון האוטונומיה הוא זה של מושג החדשנות והשאלה האם כיום ניתן ליצור משהו "חדש" שטרם נשמע וטרם נעשה. מדבריו של ג'וני מהדהדת התפיסה כי "הכל כבר נעשה" והאוטונומיה במובן זה, מתבטאת ביכולת להעניק פירוש חדש למה שכבר קיים :

"כמה שאני שומע מוזיקה עם השנים אני מבין שכמו שוורהול אמר -בסיקסטיז הם עשו כבר הכל, מה שנשאר זה לתת את הפירוש של התקופה והאמן. בגלל זה בריאן אינו מדבר על זה שאנחנו צריכים לנסות ליצור מתוך זרם תודעה ולא מתוך טכניקה.."

גם אורי מייצג תפיסה הגורסת שכל היסודות כבר הונחו וכל שנותר הוא לאלתר על בסיסם. מתוך מציאות זו הוא עדיין מבטא כמיהה למצוא משהו שיהיה לכל הפחות, חדש ומרגש עבורו :

"הייתה מין סצנה, היינו צעירים, חברים התחילו לעשות מוזיקה. ואז איכשהו הדברים האלה מתו בשבילי, זה נהיה משעמם קצת.. נשאר בעיקר הסקרנות למצוא משהו חדש (חדש לי, לא בהכרח שיצא עכשיו). משנת 2000 דברים הם פאסטיש. כאילו כל היסודות כבר נעשו, אני מודע לזה שזו אמירה של איש זקן, אבל אני רואה את זה.. בשבילי הטכנו (בשנת) 97' כבר היה גמור. כל הפונדמנטל כבר הונחו ונשאר רק לאלתר על איזו תמה בצורה אינסופית".

דמיאן העלה בשיחה את המושג "אותנטיות" וקשר אותו להבדל בין יצירה המופקת מתוך מניע פרטי-רגשי לבין יצירה הנעשית במטרה להישמע כמשהו שכבר קיים (חיקוי).

"יש מדד של רמת אותנטיות, כמה אתה מרגיש שהיצירה היא אותנטית. זה משהו שמרגישים. האם זה בא ממקום של הבעה אישית או ניסיון להישמע כמו משהו.. "

על אף שבניגוד לגיוני ואורי הוא אינו דן במפורש במושג החדשנות, ניתן להבין מדבריו כי החדשנות, בדומה לדבריו של יוני, אינה מתבטאת בהכרח ביצירת דבר שטרם נשמע כמותו, אלא בתהליך הרגשיונפשי של האמן. תהליך זה מצביע על התייחסות לקיומה של ישות יוצרת מאחורי היצירה, קריטריון אשר ביטוי מובחן יותר לקיומו הביע דמיאן בתשובה לשאלה מהו האלבום האהוב עליו :

"...מה שעולה לי לראש עכשיו זה האלבום של סלואדייב ג'אסט פור א דד. זה פשוט אלבום מאד מאד אמיתי. הוא נותן לך את ההרגשה שמי שעשה אותו חולק איתך משהו עמוק מתוכו באמצעות מוזיקה".

התייחסות מפורשת לקיומה של ישות יוצרת מעבר לדיון במושג האוטונומיה, עלתה בראיונות עם ליטל וגיוני.

ליטל מספרת על האלבום האהוב עליה, גינטלמן של אפגן וויגס, ומתייחסת לגרג דולי הפרונטמן :

"גרג דולי הביא קול אמיתי שלא מסתתר מאחורי אמירות יפות, ישירות... בניגוד להרבה אנשים אני לא רואה כאן שנאת נשים, אלא חשיפה אישית של תהליך של פרידה".

התייחסותו של ג'וני לקריטריון הישות היוצרת עלתה בראיון פעמיים, לראשונה כחלק מהדיון הכללי במוזיקה ובחשיבותה עבורו :

"...הידיעה הזו שאתה שומע משהו וזה פורץ מתוך פרץ אינטליגנציה של מישהו.. זה מאד מעניין אותי אישית... אם פעם עניינו אותי ז'אנרים, היום מה שמעניין אותי זה האינדיבידואלים, כי הם מתפתחים ואני שומע את זה וזה מרגש אותי".

ובפעם השנייה משהתבקש לציין מהו האלבום האהוב עליו :

"האלבום הומוגניק של ביורק הצליח לנטרל אותי מה"מיינד" וזרק אותי לעולם שרק ביורק יכולה לייצר כנראה...אני זוכר את היום ששמעתי אותו בפעם ראשונה, קניתי אותו, הלכתי הביתה וצללתי לתוכו...".

צורה אסתטית:

על מנת לבדוק את התייחסותם של המרואיינים לקריטריון זה, מעבר לדיון הכללי אודות מוזיקה, ביקשתי מהם לציין בפניי אלבום או שניים הנמנים על האהובים עליהם ביותר ולנמק את בחירתם, מתוך מחשבה כי לקריטריון הצורה האסתטית יהיה ביטוי בתהליך השיפוט והבחירה. כפי שהוצג בפרק הקודם, בנימוקיהם הדהדו האוטונומיה והישות היוצרת, אולם, כמעט ולא עלתה התייחסות מפורשת לצורה האסתטית.

בבחירתה של ליטל ניתן למצוא התייחסות כללית למדדים של מורכבות מוזיקלית, טקסטים ווקאליות, על אף שיש לשים לב כי היא לא מביעה "שיפוט" כי אם מציינת שהיא "אוהבת" את קולו של גרג דולי:

"יש באלבום (גינטלמן של אפגן וויגס) מורכבות מוזיקלית וטקסטואלית...אני מאד אוהבת את הקול שלי".

התייחסות כללית לצורה אסתטית ניתן למצוא בבחירתו של נדב:

"כנראה שהאלבום של שרלוט גינזבורג ובק. שרלוט היא נצר לאצולה מוזיקלית, היא אולי לא האמנית או הזמרת הכי מדהימה אבל היא עשתה את הבחירות הכי מדויקות ובאלבום הזה בק הוציא ממנה את הטוב ביותר שלה... הוא הצליח להוציא מהמגבלות האובייקטיביות שלה כזמרת את הטוב ביותר ואת האמת שלה".

את נימוקיו מסיים נדב במשפט בעל משמעות רבה לענייננו, משום שהוא מעיד על המודעות לשיפוט על פי קריטריון הצורה האסתטית והשינוי שחל אצלו ביחס אליו:

"מהאלבום הזה למדתי להתרשם פחות מהמקום ה"טכני" ויותר מהמקום הרגשי האמנותי העמוק יותר".

ידע אינפורמטיבי/ידע קונטקסטואלי:

העיסוק בקונטקסט של המוזיקה והמוזיקאים, בהקשר התרבותי הרחב יותר של היצירות, עלה בעיקר כאשר הוצג בפני המרואיינים נושא הידע אודות המוזיקה, וזאת במטרה להבין מה מעניין את אוהדי המוזיקה מעבר להיכרות עם המוזיקה עצמה ומה החשיבות של הידע אודות המוזיקה

עבורם. במהלך הראיונות עלה כי ניתן לחלק את הידע אודות המוזיקה לשני סוגי ידע עיקריים; הידע האינפורמטיבי: ה"טכני" וה"אנציקלופדי" (מיהם היוצרים, מיהם המפיקים, באיזו חברת תקליטים יצא האלבום וכו') והידע הקונטקסטואלי (מהי המציאות החברתית/תרבותית/פוליטית/כלכלית בה "נולדים" ומתהווים ז'אנרים וסצנות ובה פועלים המוזיקאים).

במהלך ניתוח הראיונות עלתה בי התחושה כי הפרדה בין העיסוק בתמה של הקונטקסטואליות לתמה של "הידע" וחשיבותו במסגרת עבודה זו, עלולה להיות מלאכותית ולפגום בהוויית הדברים כפי שנאמרו במהלך הראיונות. על כן, בפרק זה ישמשו דברי המרואיינים המצוטטים לדיון הן בקריטריון הקונטקסטואליות והן במשמעותו של הידע אודות המוזיקה.

ידע אינפורמטיבי:

המרואיינים מציינים בהקשר זה בעיקר את הידע אודות המפיקים שעומדים מאחורי היצירות, כאשר חשיבותו של ידע זה היא בהיותו מקור להיכרות עם יצירות מוזיקליות נוספות כפי שמתבטא בדבריה של מיטל:

"ברמת הידע, אולי ידעתי קצת טריוויה עסיסית, אבל גם זה רק כי הייתי צריכה לעשות ספיישלים כעורכת.. היום זה מה שהכי פחות מעניין אותי. אם אני שומעת משהו שאני אוהבת, אז אם ההפקה מוצאת חן בעיניי אחפש עוד דברים של המפיק כי אני רוצה לשמוע עוד דברים שלו. חוויית ההאזנה היא שחשובה לי".

נדב ודמיאן, בהתאמה, מוסיפים כי הידע אודות הלייבלים וההיכרות עימם, מהווים מקור מבטיח למציאת מוזיקה נוספת שעשויה לקלוע לטעמם:

"דרך מפיקים אני מגיע לאמנים נוספים.. בילדות, לרדיוהד הגעתי דרך נייג'ל גודריץ' שהפיק את אייר, הוא הוביל אותי גם לבק. עבדתי בצליל כמה חודשים אחרי הצבא ושם למדתי להכיר מוזיקה באמצעות לייבל. הכירו לי את ברואדקאסט ומשם הגעתי ללייבל שלהם וורפ. לפני כן הכרתי רק את וירג'ין והחברות הגדולות.. ואז הבנתי שיש לייבלים.. ל 4AD הגעתי דרך טיוניארדס ואז גיליתי שיש שם הרבה סגנונות והכל שם טוב וזה כיף".

"כשהייתי יושב בתור ילד עם ארז ונתי (שכנים מבוגרים ממנו), הם היו סוג של ספריה, סוג של אינטרנט (צוחק).. אנשים שמילאו את כל חייהם בלדעת על מוזיקה, הייתי חוקר אותם על דיסקוגרפיות, לייבלים, מי השתתף באיזה אלבום, איזה עוד פרויקטים הוא עשה.. זה חלק מהמסע של לחפור כמה שיותר עמוק.. אתה שומע את הקול של גאוין פריידי – אתה רוצה לדעת כל דבר שהבן אדם הזה נגע בו".

ידע קונטקסטואלי:

הדיון בידע הקונטקסטואלי, היווה את חלקו הארי של הדיון בנושא הידע אודות המוזיקה, כאשר המרואיינים הדגישו את הסקרנות "הטבעית" שלהם כלפיו כאנשים המגדירים את המוזיקה מהווה חלק מהותי מחייהם ומתחומי העניין שלהם. נדב מציין את חשיבותו של הידע עבורו כידע "מקצועי" הקשור בהפקת מוזיקה ומשתף בחוויית "רכישת ידע" שהשפיעה עליו עמוקות, מעבר לרמת ה"ידע", גם ברמה הרגשית:

"הידע הזה חשוב לי כמישהו שמתעסק בהפקה ומנסה להבין איך זה עובד.. לקחתי בבית ספר קורס שהפך את עולמי. המדריך הכיר לנו את קראפטוורק. הוא זעזע את עולמי, טיפה דיכא וטיפה הדהים אותי.. הבנתי שהמכונות האלה הן כלי נגינה, כמו גיטרה. ולא ידעתי את זה וזה ריגש אותי והימם אותי. מעניין אותי לדעת מאיפה זה בא והקורס הזה נגע בי".

בהמשך הוא מתאר את ההתרגשות שבהבנת התמונה הרחבה יותר, עם גילוי ההקשר המוזיקלי של המוזיקה אותה הוא מכיר ואוהב:

"אני מאד מעודכן אבל אני מבין שיש לי את החורים לאחור. מסוף שנות השבעים עשו דברים שנשמעים Fresh כאילו עשו אותם עכשיו. זה גרם לי להבין שהדברים שאני עף עליהם היום, מושפעים ממוזיקה שנעשתה כבר. או שפתאום אני שומע בבר מוזיקה שאני מכיר משיר שמריה קארי סימפלה. לא הייתי מודע למקור. פתאום הבנתי שכל כך הרבה מוזיקה שאני אוהב מסומפלת ומושפעת מדברים מדהימים שכבר נעשו".

אורי ומיטל, בהתאמה, מעידים על חשיבותו של הידע עבורם, בעיקר את זה הקונטקסטואלי, תוך שהם מדגישים את חשיבותם של ההקשרים ההיסטוריים והתרבותיים בהם פועלים הסצינות והמוזיקאים:

"הידע חשוב לי. אני לא יכול לעצור את עצמי מלהתעניין. אני לא רואה בו ערך לעצמו. אבל אני רואה ערך עצום בלספר שושלות ונרטיבים של דברים. זה להבין היסטוריה.. הידע האנציקלופדי לא חשוב, זה ההקשר התרבותי אבל לקחו לי שנים להבין שהמושג תרבות זה הדבר שעליו אני מדבר.. סטודנט היום חייב היום לדעת בעייני מה זה אוונגארד אמריקאי. הם לומדים את זה בתאוריות, אבל כשהם לומדים את זה ממני, את הפלוקסוס והדאדא, אני אעשה להם הקשר לפאנק".

"מעניין אותי לדעת כרונולוגיה, הקשרים תרבותיים של ז'אנרים. היכן צמח? מתי? מי האבות המייסדים? לאן התגלגל? זה מה שתמיד עניין אותי.. להיות מעודכן במה ש"חם" זה חשוב אבל זה לא הדבר הכי חשוב. מי היה בממשל? נגד מה המוזיקה מדברת? מה זה פאנק? מאיפה זה בא. זה מה שמעניין.. מבחינה תרבותית מה שהכי מרתק זה תרבות המועדונים. כי את יכולה לשעתק את החוויה. פאנק היום זה לא פאנק. הסקס פיסטולז לא ירקו עליך היום. אבל במוזיקה של המועדונים זו החוויה עצמה. את וודסטוק פספסתי, את קורט קוביין – פספסת. בקלאבינג זה פחות רלוונטי. אצל די ג'ייז זה פחות ניכר, זה לא בנוי על השואו בהכרח, אלה החוויה.."

עידית מעידה גם היא כי הידע אודות המוזיקה חשוב לה וכי בעיניה מתקיים קשר הדוק בין הידע אודות המוזיקה להכרת המוזיקה עצמה:

"אני מניחה שזה חשוב לי.. זו ההתעסקות. יש אנשים שאוהבים היסטוריה, אותי זה מעניין. המידע, הפרטים מתחברים לסיפור גדול. זה קסם בעיני, זה תמיד היה.. הידע על המוזיקה והמוזיקה עצמה הם מכלול אחד".

בהמשך היא מדגישה כי לידע אין משמעות בפני עצמן, משום שכיום הוא זמין כמעט לכל. תחת זאת היא מציעה כי אם בכל זאת קיים מנגנון "מבדיל", הוא אינו מבוסס על "ידע" כי אם על "ניסיון חיים" אך מדגישה כי אין להבחנה זו משמעות ערכית:

"היום אפשר לדעת הכל. אבל אם יש היררכיות, אז אף אחד לא יכול לזייף ניסיון חיים. כשהילדים היום אומרים "אוי איזה כיף היה פעם" אין להם מושג על מה הם מדברים, כי הם לא היו פעם. הם אומרים "אוי איזה כיף היה באלנבי 58". אתה היית בכיתה ב', אתה לא היית באלנבי 58, אני הייתי באלנבי 58 ואני יכולה להגיד לך שהיום יותר כיף. תאמין לי.. אם יש היררכיות – ניסיון החיים האמתי שלך, מה שלמדת עם השנים והחוויות שצברת אף אחד לא יכול לקחת ממך.. זה לא עושה אותך טוב יותר, זה עושה אותך מנוסה יותר. לא ממקום מתנשא; ניסיון, גיל, פרספקטיבה מנקים את הבולשיט".

דמיאן מציין את חשיבות הידע עבורו תוך שהוא מקפיד לציין כי ידע לשם ידע הוא מיותר. בדומה לעידית, בדבריו משתלבים הידע והכרת המוזיקה כמעט מאליהם :

"הידע על המוזיקה חשוב לי בשגעות אבל כידע בפני עצמו אין לידע הזה ערך, אין צורך "לדעת" את זה, אני פשוט רוצה להכיר מוזיקה אף פעם לא היה לי צורך להיות אנציקלופדיה. הידענות זה עניין של אופי, זה לא קשור בהכרח לאהבה ועניין במוזיקה. יש אנשים שהזיכרון שלהם טוב יותר, לפחות אלה שעשו פחות סמים ממני, לפעמים זה מרגיש באיזה שהוא מקום שזה ידע לשם ידע, אבל יש אנשים שפשוט זוכרים, כל תאריך של מסיבה, הופעה, אלבום. אני זוכר מוזיקה, אני יכול להגיד לך עם מה אנשים פתחו סט, איזה קטעים היו בסט".

בהמשך מציין גם הוא את האפשרות הכמעט בלתי מוגבלת לגשת לידע, אבל מוסיף כי לדעתו רמת ההעמקה במוזיקה עצמה - "הכרת המוזיקה" - ירדה ביחס לעבר :

"היום לצעירים יש ידע עצום, אבל השאלה הנשאלת היא מה רמת העמקה.. הם אולי מכירים יותר ברמת הכמות אבל לא בהכרח ברמת העומק, אנחנו בטח בילינו יותר בהאזנה לכל אלבום מהם".

ליטל מדגישה כי הידע חשוב לה אך ורק לגבי אמנים שהיא אוהבת וכי היא רואה את הידע כמוקד הנעה אישי. בדומה לדמיאן, היא מעלה את הפער בין הנגישות לידע לבין רמת ההעמקה בפועל :

"לידע הזה יש משמעות כמו כל ידע, פוליטיקה, היסטוריה, לכל אדם חשוב שיהיה תחום עניין שיניע לו את הנפש, משהו שיבעיר את התשוקה. מבחינתי מוזיקה היא התשוקה היא החיים.. זה מתחת לווריד. אבל גם כשהידע נגיש, לא הרבה אנשים באמת מתעניינים, הם יגידו שהם אוהבים להקה מסוימת ואז תכנס איתם לשיחה ותגלה שהם מכירים חלק קטן ממה שהלהקה עשתה.. זה יכול קצת לעצבן אותי.. דבר איטי אחרי שתתעמק".

יוני, עדן, מיקי ונועם מעידים גם הם כי מבחינתם אין חשיבות ל"ידע" וכי הם מתעניינים בידע הקשור באמנים שהם אוהבים, כחלק מסקרנות "טבעית" ומהרצון להגיע לעוד יצירות שהם שותפים להן. נועם, במטרה להדגיש את העובדה כי הידע לא חשוב בפני עצמו, מוסיף בחצי אירוניה כי בין וכה עד לשנים האחרונות המידע הזה לא היה נחלתו של אף אחד כמעט :

"בתחילת האינטרנט מה שהיה מדהים זה היכולת למצוא רשימות של דיסקוגרפיות ולהיחשף לעוד אלבומים של אמנים שאתה אוהב.. פרטי טריוויה לא עניינו אותי אף פעם. חשוב לי לדעת אולי מי ניגן עם מי כדי להיחשף לעוד הרכבים של אמנים שאני אוהב, אבל לפני האינטרנט אף אחד לא באמת ידע את כל הדברים אלה".

שיר ואורלי מציינות באופן מפורש כי עבור אנשים רבים ה"ידע", או אם לדייק, ה"ידענות" משרתים צרכים פסיכולוגיים וחברתיים. שיר קובעת נחרצות כי לידע בפני עצמו אין כל משמעות ומציינת כי מה שמעניין אותה באופן אישי הוא הידע הקונטקסטואלי :

"אין משמעות לידע, זה סתם עניין של אגו. מה שמעניין זה ההקשר התרבותי, אפילו בפוסטים על מסיבות כשכותבים על הדי ג'יי, מאיפה הוא בא, מאיזה רקע תרבותי וחברתי.."

אורלי מעלה באופן מפורט יותר את אלמנט ה"דימוי העצמי" המניע חלק מה"ידענים". היא אף מביאה את עצמי כדוגמה למי שהידענות הניעה אותה בעבר ומתארת בקצרה את השינוי ביחסה :

"לידע יש משמעות כשאתה עובד בחנות דיסקים, אז אתה צריך לדעת על המוזיקה. זה גם בעניין של הדימוי העצמי.. היום אני עדיין קצת מתנשאת מוזיקה ואם יש אמן שאני אוהבת, ארצה לדעת עליו הכל. פעם זה היה אובססיבי, עניין של דימוי עצמי, היום זה לא חשוב. נחמד לדעת, נחמד לדבר על זה, אבל העיקר שאתה אוהב את המוזיקה. השיח הזה יכול גם לייגע לפעמים.. נחמד לי להתנשא על בן הזוג שלי (צוחקת) אבל זה לא מעבר לקוריוז.. אני מודעת לזה שאני מתנשאת עליו, אבל זה כי עבדתי ב"אוזן" (צוחקת)".

את נושא ה"ידענות" מסכם ג'וני במשפט אחד שלא נעדרת ממנו נימה של שאט נפש :

"טריוויה פחות מעניינת אותי, לפעמים אני שומע את האנשים האלה ושואל את עצמי, את מי זה מעניין..?"

שיחות על מוזיקה:

במהלך הראיונות נשאלו המרואיינים האם הם משוחחים עם חבריהם\אוהדי מוזיקה אחרים על מוזיקה, וביקשתי אותם לפרט במידת האפשר לגבי תכני השיחות והדינמיקה שלהן. באמצעות שאלות אלה ניסיתי, בין היתר, לקבל תמונה "שלמה" יותר על נושא הידע אודות המוזיקה וחשיבותו עבורם.

נראה כי אצל עידית ואורי השיחות על מוזיקה עם אוהדי מוזיקה נוספים תופסות חלק מרכזי יותר מאשר אצל שאר המרואיינים. אורי מעיד כי השיחות שהוא שותף להן נסובות סביב ההקשרים התרבותיים והקהילתיים הרחבים יותר:

"מדברים הרבה על מוזיקה. המון מהשיחות שלי מדברות על ההקשרים.. תמיד נמצא איזה הקשר כי תמיד הכל מתחבר. יש אבולוציה, שום דבר לא קורה בוואקום, רק טיפשים חושבים שזה בוואקום והם חושבים שזה גאונות.. יש הרבה דברים מבריקים ומעניינים ומרגשים, אבל קודם כל יש להם ערך אבולוציוני קהילתי. מחשבה עוברת ביני לביני נגיד.."

הן אורי והן עידית, בהתאמה, מציינים כי ישנו שיח שמונע מ"אגו", אך שניהם מודעים לו ומנסים להימנע ממנו תוך הדגשת הרצון לחלוק את הידע והמוזיקה עצמה:

"השיח של למי יש יותר גדול קיים, אבל לא אצל החברים שלי. הכרתי פעם עם מישהי שניסתה לגרור אותי כל הזמן למקומות כאלה.. הרגשתי שהיא מתקיפה, לא מנהלת דיאלוג. היא באה מתפיסה של "מגניבות".. כל דבר היה אצלה קרקע להתנצחות ואישוש עצמי.. זה לא מתאים. עם החברים והאנשים הקרובים לי בחיים לא הייתה דינמיקה כזו. זה Sharing the wealth זה הרעיון. ומי שלא, צריך להתרחק ממני, זה עושה לי רע. אם יש לי ידע אני חולק אותו ואני משתף עם ההנאה וזה אינטימי.. ידע שהופך למאבק זה נורא בעיניי".

"מעגל האנשים סביבי תפרנים כמוני, אז אנחנו מדברים ומשתפים, שיח של די גייז עם כל מה שזה אומר, מלחמות אגו מצד אחד, מצד שני אנחנו קונים תקליטים אחד לשני, אנחנו מקשיבים אחד לשני.. ראית את זה? שמעת את זה? זה יצא פה.. יש שיח על מוזיקה והוא קשור לאגו. אתה תמיד מנסה לא ליפול למקומות של "אני ידעתי את זה קודם".. כשהייתי צעירה נלחמתי על זה, ואז גדלתי והבנתי – יאללה.. To each his own".

דמיאן מספר כי הוא משתתף בשיחות כאלה, אך מדגיש כי הן נסובות סביב שיתוף החוויות הרגשיות הקשורות במוזיקה:

"לא יוזם שיחות כאלה בעיקר נגרר אליהן, אני בעיקר מדבר על מוזיקה ממקום חויתי ורגשי. דיון על איך כל אחד מאתנו התחבר למוזיקה מסוימת. רוב האנשים שאני מתקשר איתם זה ברמה הזו.."

מיקי עורך הפרדה בין שיחות "מקצועיות" עם חבריו הדי גייז לבין השיח הרגשי שמתקיים בינו לבין בת הזוג שלו:

"מדבר על מוזיקה עם חברים, על אמנים, ז'אנרים, טרנדים, סאונדים, אבל זה שיחות מקצועיות של חברים די גייז.. עם חברה שלי אני מדבר על מוזיקה, אבל בעיקר משמיע לה דברים שאני מתרגש מהם.. זה בעיקר איתה".

גיוני מעיד כי גם במקרה שלו השיחות עוסקות בעיקר ברמה החווייתית ושיתוף ההקשרים המוזיקליים הרחבים יותר:

"מדברים על סאונד על חוויה מוזיקלית מסוימת שעוברת. הייתי בהופעה של אסף תגיר, יש לו פרויקט חדש.. בסוף ההופעה אמרתי להם שזה פשוט מדהים וסיפרתי להם איזה הרכבים היו לי בראש כשהקשבתי להם ואת אחד מהם תגיר באמת אוהב. זה החיבור הזה, הצבעים.."

גם מדבריה של מיטל עולה כי יש בשיח אלמנט של "שליחות" המתבטא ברצון לתמוך ולחשוף את המוזיקה שנוצרת בשוליים:

"אנחנו מדברים על ריליסיים חדשים, מתעדכנים. המטרה של כולם היא אחת – אנחנו בעד המוזיקה, לקדם מוזיקה ישראלית טובה.. מהשוליים.. נהייתה מין גדר בין האלטרנטיב הישראלי למיינסטרים. בניינטיז היתה זליגה מהאלטרנטיב למיינסטרים, בניגוד להיום שהסצנה המוזיקלית של האלטרנטיב מאד קטנה.."

בהמשך, מעלה מיטל את קיומו של צורך להיות "מעודכן" תמידית (צורך שהיה גם נחלתה בעבר) ואת קיומו של שיח לגבי מוזיקה לגיטימית. אך בסופו של דבר היא מציינת שככלל יש פחות דיבורים על מוזיקה ויותר שיתוף של המוזיקה עצמה:

"פעם הייתי מתביישת לא להכיר, ואומרת "כן בטח" ורצה לגוגל.. אז הבנתי שזה מפגר ואני יודעת מספיק. אני גם קצת אינדיקציה כי אני מכירה המון מוזיקה.. תמיד קצת צוחקים עליי שאני קצת "טראשית" אבל אין לי בעיה עם זה.. האקדמיה נתנה לי מין גיבוי פילוסופי.. אני לא מרגישה שאני צריכה את הצידוק הפילוסופי, אבל זה נחמד. בסך הכל אני לא מדברת הרבה על מוזיקה, אנחנו בעיקר שולחים לינקים, מחליפים ומפרסמים בפייסבוק".

שאר המרואיינים מעידים כי אצלם השיחות אודות המוזיקה הן מינוריות. אם כחלק משיח מקצועי (נדב, אורלי) ואם כדי לחלוק מוזיקה (ליטל, עדן). נועם מסכם את הנושא באומרו כי כיום כאשר הידע נגיש לכל ועימו גם מרבית המוזיקה עצמה, הצורך לדבר על המוזיקה הופך לשולי למדיי:

"בין חברים אנחנו חולקים מוזיקה, שולחים אחד לשני. לא ממש מדברים על זה, זה ממש בטל בשישים. לפני האינטרנט הדיבור על זה תפס מקום יותר נכבד. היום כולם יודעים הכל, יצא לארקטיק מאנקיז אלבום חדש? זה לא משהו שצריך בכלל להזכיר, זה ברור שכולם יודעים.."

אופני חשיפה למידע אודות המוזיקה:

בהמשך להבחנתו של רגב בין הידע אודות המוזיקה לבין ההיכרות עם המוזיקה עצמה, ביקשתי מן המרואיינים לספר הן על אופני החשיפה למידע זה, מהעבר ככל שהם זוכרים אותו ועד עתה והן על החשיפה וההיכרות עם המוזיקה עצמה. מן השיחות עלה, כי עבור המרואיינים שני סוגי הידע ואופני החשיפה אליהם, שלובים זה בזה וההפרדה ביניהם עלולה להיות מעט מלאכותית. זאת, משום שבעוד שבישראל של שנות השמונים והתשעים, לא רק ההיכרות עם המוזיקה עצמה הצריכה אמצעים כלכליים רבים, גם הנגישות למקורות המידע אודות המוזיקה הייתה מוגבלת, החל מאמצע שנות האלפיים, הידע והמוזיקה עצמה נגישים כמעט לכל החפץ בהם. הפער העצום שהתקיים בעבר בין האפשרות להחזיק בידע אודות המוזיקה לבין ההיכרות עם המוזיקה עצמה, הצטמצם כמעט לחלוטין עם כניסתו של האינטרנט כשחקן מרכזי בחיי היומיום ושני סוגי הידע נעשו שלובים זה בזה יותר מאי פעם.

אולם, כפי שהעידו המרואיינים על עצמם לפנים, הידע אודות המוזיקה אינו חשוב להם כפי שהמוזיקה עצמה חשובה ואינו עומד "בפני עצמו". הידע מהווה נדבך נוסף של סקרנותם כלפי המוזיקה והקשר הרגשי החזק אליה בהיותה חלק בלתי נפרד מחייהם. שנית, ייתכן כי במציאות בה שני סוגי הידע נגישים ומידיים (אתה יכול להאזין לאלבום חדש ובו בזמן בחלון נפרד על המחשב לקרוא את ערך הוויקיפדיה אודותיה או ביקורות מוזיקה מאתרים שונים), הם זולגים האחד לתוך השני וההפרדה ביניהם מיטשטשת. על אף האמור לעיל, לצרכים המתודולגים של עבודה זו, ייחדתי לשני סוגי הידע תתי פרקים נפרדים.

מסיפורי המרואיינים המבוגרים יותר, אשר היו ילדים ובני נוער בעידן שלפני האינטרנט כפי שאנו מכירים אותו כיום, הדור המכונה בפי חוקר המדיה פרנסקי (Prensky, 2001) "מהגרים דיגיטליים" (Digital immigrants), ניתן ללמוד כי הידע אודות המוזיקה אליו הצליחו להגיע היה מצומצם למדיי וכי הם היו "תלויים" במידה רבה בעיתונות חוץ שלא הייתה בהישג יד.

"בילדות קראתי על מוזיקה דרך אן.אם.אי שהיה לחבר. לא היה הרבה איפה לקרוא על מוזיקה, זה לא היה נגיש בשבילי.. בשנות התשעים הכרתי את wiren זה היה מטורף, היה שם כל מה ש"אחר" פתאום הכל מתחבר, הכל מעניין ומבעיר ולא מוגבל לז'אנר.. ואנשים כותבים כל כך יפה והכרתי משם המון המון מוזיקה.. משם גם הכרתי את ג'ון קייג' לעומק, את הפילוסופיה שלו על השקט. היום אני קורא ממש קצת."

גם עידית מתארת כיצד חיפשה אחרי עיתונים מחו"ל, אולם היא מציינת גם את עיתונות המוזיקה המקומית, בעיקר המקומונית, כמקור מידע:

"היה סמאש היטס ועיתוני פופ מחו"ל שהייתי מבקשת שיביאו לי מחו"ל או מחפשת למי יש. יכולת לגלות ככה עוד מוזיקה גם אם לא יכולת לדעת איך היא נשמעת.. מאוחר יותר היו המלודי מייקר ואן.אם.אי, תמיד ניסיתי להשיג אותם. בישראל קראתי את המקומונים. אני ממש זוכרת שבסוף כיתה ט' הבנתי שיש שיח תל אביבי ושיח ירושלמי "רציני" יותר על מוזיקה מאשר מה שאקבל ממדורי התרבות בעיתונים הגדולים.. הערצתי את עמית שהם, ישי אדר, גיא אסיף – היו מצחיקים ומגניבים והייטרים (haters).. בכיתה י' גיליתי את מדור המוזיקה של קול העיר "מיקס". הייתה לי חברה ירושלמית שהייתה מביאה לי. זה מדור ששינה את החיים שלי."

בהמשך היא מדגישה כי עיקר העניין שלה בידע אודות מוזיקה, הוא מההקשר התרבותי וההיסטורי וכי לביקורות המוזיקה אין חשיבות בעיניה כאדם "בוגר". היא מציינת את הידע הרב שהונגש באמצעות האינטרנט:

"אני קוראת על מוזיקה כל הזמן, פחות ביקורות. בשלב מסוים הפסיק לעניין אותי מה מבקר חושב על תקליט.. זה שייך לנעורים. בשלב האינטרנט לא עניינו אותי ביקורות. פתאום אפשר היה לקרוא את ההיסטוריה, להזמין ספרים. סיימון ריינולדס מתעד את התרבות הזו. זה היה כיף לגלות את זה".

גיוני מתאר גם הוא מציאות בה הידע אודות המוזיקה היה מאד מצומצם ולא בהכרח מעניין עבורו. עם זאת, הוא מצייין כי גם בתקופה זו היה מאד בררן כלפי המידע אליו הוא בחר להיחשף:

"גדלתי בחיפה, ביקורות המוזיקה שיכולתי להשיג לא היו מעניינות. אבל הייתי אוסף די באובססיות את המגזין של האוזן השלישית.. מדי פעם הייתי מציץ במגזינים מחו"ל, אבל ניסיתי להיות בררן, לא רציתי להיות חשוף ליותר מדי מידע, העדפתי לחפור לעומק במה ששמעתי ומצא חן בעיניי. עד היום כשאני שומע משהו שאני אוהב, אני קודם כל נהיה אובססיבי לגביו וקורא כל מה שאני יכול על האנשים שמאחוריו. החומרים לקרוא על מוזיקה היו מעטים. הייתה לי רתיעה מהאן.אם.אי ורולינג סטון, לא חשבתי שאמצא שם את מה שמעניין אותי מלכתחילה.. היום הידע זמין, אין מישהו בודד שמחזיק אותו, את רק צריכה לדעת איך לחפש אותו.. יש המון מקורות מידע אבל זה תלוי באינטליגנציה ובחוש הביקורת שלך"

מהשיחות עם ליטל, נועם ואורלי עולה כי עבורם המידע אודות המוזיקה היה באופן כמעט חד משמעי דרך להכיר מוזיקה. על אף שבאורח "מסורתי" היו קוראים מעט ביקורות, הם אינם מצביעים עליהן כרכיב משמעותי בעיצוב טעמם המוזיקלי. ליטל מוסיפה כי עד היום היא קוראת לעיתים ביקורות מתוך סקרנות וכי היא נכנסת לאתרי המוזיקה בעיקר כדי להתעדכן ב"חדשות":

"אני נכנסת באופן קבוע לפיצ'פורק, אבל יש לי ביקורת עליהם. הוא מאד היפסטרי ומתעלם מהרבה אמנים. אני לא אוהבת את הביקורות שם. אבל כאתר חדשותי הוא מעלה את הברייקינג ניוז ראשון, לפני אן אם אי, לפני הרולינג סטון".

דמיאן מתאר את תהליך ההיכרות שלו עם המידע והמוזיקה עצמה, כתהליך אקטיבי של חיפוש מתמיד שהיה לו לדרך חיים:

"הייתי קונה "בראבו" ומהתמונות הצלחתי להיחשף לשמות, לעיתונים אחרים לא הייתה לי גישה, לא זוכר לפחות... הייתי קורא מדורי מוזיקה בעיתונים, אבל זו בעיקר הייתה דרך להיחשף למוזיקה חדשה. הייתי מקשיב לקוטנר לאמיר אשר, הייתי קורא כתבות על מוזיקה שאחותי הייתה שומרת בקלסרים.. בסופו של דבר רוב המוזיקה שנחשפתי אליה הייתה מתחקיר אישי שהיה דרך חיים. בכיתה ח' הקלטנו את טקס הסיום והלכנו לאולפן הקלטות. נכנסתי לחדר תקליטים שלהם ועברתי על כולם. כל מקום שהייתי מגיע אליו הייתי מסתכל על הדיסקים, אפילו בחנויות בגדים".

עדן, שיר ונדב, בהתאמה, המייצגים את הדור "הצעיר" של המרואיינים, אותו דור המכונה בפי חוקר המדיה פרנסקי (Prensky, 2001), "ילידים דיגיטליים" (Digital Natives), מעידים כי הם קוראים מידי פעם ביקורות מוזיקה מתוך סקרנות, אך לא מקנים להן משמעות מיוחדת:

"אף פעם לא ממש התבייתי על טור, אתר, מבקר.. לאנשים יש "טעם" וביקורת היא אובייקטיבית בצורה בעייתית. אני יכולה לאהוב כתיבה של מישהו, אבל הביקורת עצמה אף פעם לא הייתה העניין.. מה שכן, אני מתה על דירוגים "אלבומים סרטיים" שאתה חייב לפני שאתה מת" אני לא יודעת מי החליט לגביהם, זה לא מעניין אותי מי החליט מה, זה מסקרן אותי, זה מעניין, אני אוהבת לשמוע דעות של אחרים".

"אני קוראת ביקורות מוזיקה בעיקר כדי הכיר מוזיקה, אין שום משמעות לביקורת עצמה, קוראת את תפוז"ד, קצת אקסלרייטור, אין לי מישהו שהוא אוטוריטה".

"ביקורות מוזיקה לא קורא ממש.. רוב הדברים שמדברים עליהם, אני כבר מכיר, זה לא מחדש לי. אני לא ארוץ לקנות דיסק כי כתבו עליו ב"הארץ". אם יש אלבום שאני אוהב אז משמח אותי לקרוא עליו ביקורת טובה, נגיד כשיצאה האלבום של שרלוט גינזבורג ובק זה חימם לי את הלב שכותבים עליו משהו חיובי במדיה שאנשים חשופים אליה".

האופן ה"טבעי" בו מציין נדב כי הוא שמח לקרוא ביקורת טובה על אלבום שהוא כבר שמע ומכיר, מקפל בחובו את השינוי העצום שחל באופן צריכת המוזיקה והידע אודותיה, מן התקופה של טרום האינטרנט הביתי ועד לימינו. בעבר, תסריט בו יוכל אוהד המוזיקה לשמוע אלבום לפני מבקר המוזיקה, נשמע כמעט בדיוני.

מיטל ומיקי, בהתאמה, מעידים כי אינם קוראים ביקורות מוזיקה ושככלל הם מעניקים את מירב החשיבות לחוויית ההאזנה עצמה ולתחושות העולות בהם כתוצאה מההאזנה:

"ביקורות? לא מאמינה בזה, מבקר יכול לכתוב על הדברים הכי מתוחכמים, אבל למי אכפת?! בעייני מוזיקה או שהיא עובדת עליי או שלא. יש לי צמרמורת – מדהים. לא – ביי. אולי בגלל זה קל לי נורא עם מוזיקה, התגובה הפיזית שלי קורית ב שניה.. זה מעבר למה "נכון" או "חשוב"."

"מעולם לא ממש קראתי על מוזיקה. בשלב מסוים הבנתי מי האמנים שאני אוהב, מקסימום אבדוק דיסקוגרפיה .. בלוגים לא, לא מתחבר לזה.. אני מעדיף פשוט להתמקד בלהקשיב. אני מנסה לקבל את המוזיקה ממקור ראשון, לא דרך בלוגים. אין לי את הצורך בלקרוא את זה, אני יותר מתעניין בלהקשיב, כך המוזיקה חודרת אליי יותר עמוק".

דפוסי חשיפה למוזיקה:

כאמור, בתחילת כל ראיון ביקשתי מהמראיינים לספר לי באופן חופשי על ההיסטוריה הפרטית שלהם בהקשר של המוזיקה, הידע אודותיה והחשיפה והצריכה של המוזיקה עצמה. מסיפורי המראיינים ניתן ללמוד על השינוי המהותי שחל באופני החשיפה למוזיקה וצריכתה, כאשר סיפוריהם של המראיינים המבוגרים יותר שלובים ללא הפרד בהתפתחויות הטכנולוגיות וכל סיפור חיים הוא דוגמא מאלפת לשינויים אלה. פרק זה יחולק באופן סכמתי לשלושה חלקים עיקריים. העידן הטרומ אינטרנטי, עידן הווב 1.0 (גלגולו הראשון של האינטרנט הביתי) ועידן הווב 2.0 (שהוא האינטרנט כפי שאנו מכירים וחיים אותו כיום).

1. העידן הטרומ אינטרנטי

על העידן שלפני האינטרנט הביתי יכולים להעיד בעיקר המראיינים המבוגרים יותר (שחוו עידן זה כילדים/בני נוער וכאנשים צעירים) וחלק מן המראיינים הצעירים אשר התעניינו במוזיקה משחר ילדותם. מסיפוריהם של הראשונים עולה התחושה כי החשיפה למוזיקה וצריכתה היו כרוכים במידה לא מבוטלת של "מאמץ", סקרנות רבה, מחקר, התכוונות וחיפוש מתמיד אחרי סוכנים שדרכם ניתן יהיה להכיר ולהקשיב למוזיקה (תכניות רדיו, המעט ששודר בטלוויזיה הישראלית, אוהדי מוזיקה אחרים, חנויות תקליטים). בשניים מהראיונות עלו סיפורים על דמויות מבוגרות יותר אליהן פנו המראיינים בנעוריהם ואשר הפכו עבורם לסוכנים רבי השפעה:

"הייתי אובססיבי למוזיקה, הייתי זה שמכין למסיבות כיתה מוזיקה. הייתי מברז מביית ספר והולך הביתה לשמוע voice of peace (תחנת רדיו פיראטית ששידרה בין השנים 1973-1993). בחטיבה עבדתי בחופש הגדול בחנות ברעננה והתשלום היה בתקליטים.. גיליתי את תכנית הרדיו "קצת אחרת" הייתה לה גישה אחרת, מאד תרבותית, מאד אינטלקטואלית מאד מעודנת.. פעם בכמה זמן הם היו מביאים עורך אורח והם הביאו איש אחד שקוראים לו אודי צופף. זה היה בן אדם שדיבר נורא יפה על מוזיקה והשמיעו מלא דברים מוזרים והוא השמיע את להקת דה פול. הייתי מאד בודד, תחילת גיל ההתבגרות.. אזרתי אומץ והתקשרתי אליו.. אני וחבר הגענו לבית שכאילו לא היה בו כלום אבל זה כאילו הגעתי לבית שלי.. מדף ענק מ ל א ספרים ומיליון תקליטים .. וישב איש הכי עדין והוא היה מאד שוויוני.. והוא משמיע לי דברים ומדבר איתי על ספרות ועל שירה ופילוסופיה. דלת שלמה נפתחה – בום – דלת שדפקתי עליה הרבה, ופתאום היא נפתחה במכה. זה שינה לי את החיים. הוא היה אלטרנטיבה אמיתית".

גם דמיאן מעיד על עצמו כמי שתמיד חיפש אחר המוזיקה ומספר על דמויות אשר השפיעו עליו :

"מגיל מאד צעיר, 4-5, ההתנהלות שלי הייתה סביב מוזיקה, דברים שאחיות שלי שמעו. ואז התחלתי ללכת לשכנים שגם להם היו אחים גדולים שהקשיבו למוזיקה. ממש בגילאי 7-8, הייתי נכנס למישהו הביתה ומיד ניגש לאיפה שיש מוזיקה. בשלב מסוים בכל פעם שחיפשתי דברים מסוימים כמו קיור או סיסטרוז אופ מרסי, הפנו אותי לנתי בן נון ושם פגשתי את ארוז אולאי שהיה אספן תקליטים והייתי הולך אליו המון. והוא גר ממש קרוב והוא התלהב מזה שבגילי הצעיר אני מתעניין בכל זה..".

עוד מספר דמיאן, כי במקביל לסוכנים אלה, לחברים ולחנויות התקליטים, מקור רב השפעה על התפתחותו כאוהד מוזיקה, הוא סצנת המסיבות שדרכה התוודע לעולם המוזיקה האלקטרונית :

"בשלב מסוים התחלתי ללכת למסיבות. היו מישורים מקבילים. רוק ופופ היו תחקיר אישי, ללכת לחנויות מוזיקה להקשיב ולקנות.. ברגע שיצא הצורב לשוק פשוט צרבתי את כל הדיסקים של כל האנשים שהכרתי, חברים, מכרים של מכרים.. אובססיה משוגעת. במקביל היה הטכנו, שהכרתי במסיבות שהייתי הולך אליהן עם חברים מלוד. תחקרתי את כל מי שיכולתי במסיבות, זה היה חדש לי. בעיקר ריתק אותי כי לא הצלחתי להבין איך אני משיג את זה".

בראיון עם עידית עולה מקומו של הרדיו כסוכן מרכזי יותר מאשר בראיונות עם אורי ודמיאן :

"מגיל מאד צעיר, ילדות מוקדמת 3-4 מקשיבה לתקליטים שהיו בבית. אחר כך המון רדיו, צברתי ידע בהמון סגנונות. מצעדי פזמונים. הפופ של שנות השמונים, מצעדים, רשת ג'. חוזרת מבית ספר, מדליקה רדיו ולא זזה ממנו, מקליטה אוספים מהרדיו".

בהמשך, מדגישה עידית גם היא את החיפוש המתמיד אחר אוהדי מוזיקה נוספים שניתן לחלוק איתם את אהבת המוזיקה ולהכיר איתם ודרכם מוזיקה חדשה. בדומה לדמיאן, חלק ניכר מהחשיפה למוזיקה וצריכתה, נעשו למעשה דרך ה"סצנה" האלקטרונית:

"בחטיבה הבנתי שאצלי זה יותר רציני מהאחרים. אובססיה. לאן שלא הלכתי תמיד חיפשתי את האנשים שאוהבים מוזיקה. היה לי חבר שהיינו נוסעים יחד לתל אביב וקונים קלטות, תקליטים ודיסקים וחוזרים ומקליטים.. אחרי הצבא הייתי בלונדון וחזרתי משם "רייברית" (raver). הייתי הולכת לחנויות מוזיקה. גל עופר מקרמבו הכיר לי המון מוזיקה.. היו בתל אביב חברות, היה את אורי סוכרי, החזית האלקטרונית, w.i.d production, כולם היו מסתובבים במסיבות, הכרתי אנשים שהכירו לי מוזיקה. היינו נפגשים עם תקליטים ודיסקים".

האזנה לרדיו והקלטת תכניות ושירים מופיעים כרכיבים מרכזיים גם בסיפוריהם האישיים של שאר המרואיינים מהשכבה ה"מבוגרת" (גיוני, נועם, ליטל) כמו גם חברים וחנויות תקליטים (גיוני, אורלי, ליטל, דמיאן). הטלוויזיה, מופיעה גם היא כסוכן בקרב מרואיינים אלה, אולם באופן מינורי למדי: "עד פופ", "להיט בראש", פינת המוזיקה של "זהו זה!" (עידית, דמיאן, ליטל, אורלי).

אם אצל המרואיינים המבוגרים יותר מוזכרת השפעתה של הטלוויזיה באופן מתון למדי, ניכר כי עבור המרואיינים הצעירים מיטל, עדן ונדב בהתאמה, היה לה מקום מרכזי בעיקר בילדותם ונעוריהם המוקדמים:

"בתור ילדה לא כל כך ידעתי איך להשתמש באינטרנט. הייתי ילדת אם. טי.וי ברמה אובססיבית. בגיל 12 כבר אז הייתי זו שהכירה את כל השירים. לאט לאט יצאתי מהפופ לרוק ומטאל. אחותי הכירה לי רוק ישראלי ואז עשיתי עוד כמה צעדים לגראנג'.. בבית ספר הכירו לי מטאל וקצת פרוגרסיב. שמעתי את המוזיקה הזו המון זמן".

"בתור ילדה בסוף הניינטיז הייתי יושבת וצופה בערוצי מוזיקה, מכירה את המילים של הכל. זו הייתה אובססיה.. בכיתה ז' כל החברים שלי היו בנים והיינו שומעים ביחד לד זפלין, מטאליקה".

"בילדות הייתי מכור לאם.טי.וי בצורה אובססיבית, זוכר את עצמי בגילאי 7-8 יושב מול אם.טי.וי, הייתי יושב חמש שעות לחכות לאיזה שיר שנדלקתי עליו הגיע.."

ההבדלים באופני החשיפה למוזיקה וצריכתה מתגלים בעיקר כבוחנים את קבוצות הגיל של המרואיינים והן תואמות במידה רבה את השינויים הטכנולוגיים (המעבר לעידן הטלוויזיה הרב ערוצית והכבלים) ומצבה של תעשיית המוזיקה (סגירתן של חנויות המוזיקה ודעיכת מעמדן כסוכן מרכזי עבור אוהדי המוזיקה).

2. עידן הווב 1.0

באשר לגלגולו הראשון של האינטרנט הביתי, עולות מן הראיונות שתי פלטפורמות מרכזיות. הראשונה היא הניוזגרופס (newsgroups) אשר באמצעותם ניתן היה לתקשר עם אוהדי מוזיקה ברחבי העולם ולקבל דרכם המלצות על מוזיקה ואמנים והפלטפורמה השנייה, אשר גילויה והשימוש בה מתוארים על ידי המרואיינים כחוויה מכוננת בהרגלי החשיפה והצריכה, היא כמובן תוכנות שיתוף הקבצים אשר אפשרו גישה לתיקיות של אוהדי מוזיקה מכל רחבי העולם. כך מתארים תקופה זו אורי ועידית בהתאמה:

"..ההתחלה של האינטרנט, עדיין יש את העונג של לחפש ולא למצוא, של לחכות, להזמין ולחכות חודשים עד שהתקליט מגיע.. היה ניוזגרופס עם אנשים מכל העולם והרגשתי פתאום שאני חי בזמן הנכון, הייתי נוסע לאנגליה והיה לי "טור" של חנויות תקליטים.. ובמילים המלצנו אחד לשני. זה היה אינטרנט ממקום אחר. זה היה אמצעי לתקשר עם אנשים אחרים שמכירים ויודעים. כמו עוד חברים.. ב 2004-5 פתאום גילינו את קאזה. פשוט הורדנו והורדנו מרמבטיקו ועד לנויז ופאנק. ואז פתאום הופיע סולסיק.. לגלוש על הארדיסקים של אנשים. זה היה כל כך חשוב לי, זה כאילו ללמוד ממישהו דרך הצל שלו".

"מסוף שנת 98 היה אינטרנט בבית ובגלל שהיה יקר להשתמש באינטרנט במהלך היום, הייתי יושבת בלילות.. אפילו אי אפשר היה לשמוע את המוזיקה אז הייתי צריכה לעשות קישורים בין אמנים ללייבלים, את החיבורים ולבקש ממישהו שטס לחו"ל להביא לך.. ואז הגיעו תכנות השיתוף. הכל נמצא בלחיצת

כפתור. יש בן אדם בקצה השני של האוקיינוס, הוא מתעניין בדיסקו כמוני, אבל הוא כבר שלושים שנה מתעניין בדיסקו וכל התיקיה שלו פתוחה!".

מעבר להתלהבות מהשפע האינסופי שנתגלה ונהיה נגיש להאזנה והורדה, עולה מדבריהם של אורי ועידית ההתרגשות מעצם רעיון השיתוף וה"מגע", גם אם אנונימי למדי, עם אוהדי מוזיקה מכל רחבי העולם.

נועם, גיוני ודמיאן מציינים גם הם את הניוזגרופס ואת תכנות ההורדה כנקודות ציון משמעותיות באופני החשיפה למוזיקה וצריכתה. ליטל ואורלי מתייחסות גם הן לניוזגרופס ולצ'אטים אך לא מציינות את תכנות הורדה. יתר על כן, ליטל הביעה הסתייגות מהורדה לא חוקית של מוזיקה. זאת ועוד, דמיאן, ליטל ואורלי רקמו מתוך הפלטפורמות האלה יחסים אישיים שחרגו אל מעבר למרחב הרשתי (לדמיאן צמחה חברות רבת שנים עם משתמש סולסיק מקנדה, ליטל הייתה מקבלת משלוחי דיסקים מחברים שהכירה בפורומים ואורלי היתה חלק מקהילת בני נוער חובבי גראנג' ומטאל, שהתגבשה בחדרי הצ'אטים ונפגשה פעם בשבוע בדזנגוף סנטר).

3. עידן הווב 2.0

מן הראיונות עולה כי על אף שבעידן הנוכחי מופצת כל העת מוזיקה חדשה באמצעות הפלטפורמות האינטרנטיות השונות (מגזינים, בלוגים, רדיו אינטרטי, פלטפורמות לפרסום יצירות מוזיקליות מקוריות, מיקסטייפים וסטרים), המקורות דרכם נחשפים המרואיינים למוזיקה, הם בעיקר הרשתות החברתיות כשה"פייסבוק" בראשן והן דרך המלצות חברים ואוהדי מוזיקה אחרים. מכלל המרואיינים נראה כי עידית, גיוני ומיטל בהתאמה, "כורים" מוזיקה מהפלטפורמות האינטרנטיות השונות יותר מאשר חבריהם:

"בשנים האחרונות הפלטפורמות השתנו. אם פעם היית צריך ללכת לחפש, היום המוזיקה מגיעה אליך. יש לך פיד אתה עושה את הפעולה הפשוטה של לעקוב אחרי אנשים שמעניינים אותך ומאתו רגע אתה מוצף וכל מה שנשאר לך זה לסנן.. רשתות חברתיות אלה כלים שאני משתמשת בהם, אבל אני לא פעילה בפורומים. יש לי יוזרים בסאונדקלאוד ובמיקסקלאוד שתופס תאוצה כי יש לו סידור עם אקו"ם של העולם, אני עוקבת אחרי הרבה מאד אנשים, זה תוכן גולשים בניגוד לספוטיפיי למשל.. אני מוצאת את עצמי מגלה יוצרים. דבר מוביל לדבר, זה השאיר קומנט אז אני נכנסת ליוזר שלו, אני בעצמי לא משאירה

הרבה קומנטים, אבל דיגינג כל הזמן. דיגינג זה הא"ב. פעם זה היה דיגינג בחנויות, ספריות, טקסטים, קבצים דיגיטליים".

"היום מגיע דרך המלצות של חברים שאני סומך על הטעם שלהם ואז אנחנו מדברים על זה ועל דברים קשורים וזה מפרה. הרוב הגדול מתוך בלוגים שאני שנים עוקב אחריהם.. יוצא לי הרבה פעמים דרך סטים של מוזיקאים שאני מעריך. אנדי וות'רהול, תגלי בלוגים או טקסטים שלמים על כל סט שהוא מעלה, ממופים לפי דקות.. על הסטים שלו יש מאות קומנטים, זה כל כך מקסים.. אני לא משתתף בזה כי אני ביישן, אבל זה דבר מדהים. אם בשנת 2014 הגענו למקום שעדיין יש דיאלוג על מוזיקה והמוזיקה היא לא דבר פונקציונלי בלבד זה דבר מדהים. רוב האנשים בחיי, המכנה המשותף היחיד הוא שהם אוהבים מוזיקה. עם בנות הזוג שלי והחברים הקרובים החיבור הראשוני היה על בסיס מוזיקה".

מיטל מעידה כי היא נכנסת לבלוגים אך לא בהכרח קוראת אותם, אלא עוקבת על בסיס טעמים של מפעילי הבלוגים :

"בפיצ'פורק אני מתעדכנת. למדתי לסנן.. הרבה פעמים הם מתוחכמים מדי, זה פשוט כלי טוב להתעדכן אני לא אומרת אמן על כל מילה שהם אומרים. ויש את הייפ משין שמשם את מגיעה לבלוגים. אני לא ממש קוראת אותם, חלקם אפילו בספרדית. אבל הם בטעם שלי, אז אני פשוט נכנסת ועושה פליי. ברמת הפייסבוק, מקשיבה לדברים שאנשים עם טעם שאני מעריכה מעלי. מקשיבה לסטים ברקע, סאונדקלאוד. אני משזמת את הטראקים ואחפש, אוריד, אקנה.. שזאם שינה את החיים שלי.. ככה הכרתי מלא שירים במסיבות. נכנסת לגיונו, ביטפורט. אין לזה סוף".

בהמשך דנה מיטל ב"שפע" שמציעה הרשת ומתייחסת ל"מרדף" הבלתי אפשרי אחרי כמויות המוזיקה העצומות המצויות בה :

"אני חושבת שלכל מיוזיק לאבר יש חודש שבו הוא בדיכאון קליני כי הוא מבין שלא משנה כמה הוא יחפור, לעולם הוא לא יוכל לנצח את המירוץ הזה.. יש כל כך הרבה, אין לזה סוף..הלוואי שמישהו יעצור את המוזיקה, תנו לנו שנה לבדוק, לחזור אחורה".

דמיאן, ליטל ונדב בהתאמה, מתייחסים גם הם לשפע זה ומעלים את סוגיית ה"עומק" :

"אני כל הזמן נחשף למוזיקה, אבל היותי די גיי טרף את כל הקלפים, בעיקר בגלל שאני מנגן טווח מאד רחב של מוזיקה.. מה שמצער אותי זו הירידה ברמת העומק. לפעמים אני נלחם בזה, עכשיו לדוגמא כשיצא המאזי סטאר החדש הכרחתי את עצמי ללכת לקנות את הדיסק בהארד קופי ולהקשיב לו כמה וכמה פעמים, ממש צורך.."

"אני מורידה מוזיקה כדי להתרשם וקונה את מה שאני אוהבת. עד היום זה מעצבן אותי שאנשים לא קונים, אפילו שאני יודעת שבמציאות של היום האמנים לא ממש מרוויחים כסף מקניות המוזיקה.. אני גם לא מורידה כי כשיש שטף ממש גדול של מוזיקה, קשה ממש להתחבר ולהעמיק, אנחנו מהדור של האלבומים".

"היום לא ממש חשוב לי להכיר מוזיקה חדשה.. בשנים האחרונות הייתי חשוף לכמויות אדירות והורדתי כל כך הרבה מוזיקה עד שהרגשתי שאני כבר לא מתענג על זה. קשה לי עם ה "להיות מעודכן", מעדיף להישאר עם האהבות הגדולות, להעמיק בהן לקבל השראה".

לסיכום, חלק קטן מן המרואיינים מציין את הפלטפורמות הייעודיות כסוכנים מרכזיים של חשיפה וצריכה של מוזיקה, אך רובם ככולם מציינים את הפייסבוק כאמצעי מרכזי של חשיפה למוזיקה בשנים האחרונות. אם באמצעות מעקב אחרי "עמודי אמן" (אורי, ליטל, שיר), מעקב אחרי שדרנים ועורכי מוזיקה (אורלי, נועם) המלצות דיאלוג עם אוהדי מוזיקה נוספים בהודעות פרטיות, פוסטים, קבוצות ייעודיות (ליטל, נדב, עדן, שיר, מיטל). עם זאת, יש לזכור כי התכנים המועלים לפייסבוק הם ברובם קישורים לאותן פלטפורמות "ייעודיות" (מגזינים, סאונדקלאוד ומיקסקלאוד, יוטיוב), אולם תהליך הסינון, העריכה וה"אוצרות" נעשה על ידי משתמשי פייסבוק אשר המרואיינים אוהבים ומזדהים עם טעמים המוזיקלי.

דרכים מועדפות לחשיפה למוזיקה:

בסיום הראיונות, ביקשתי מן המרואיינים לספר לי מהו הוא האופן המועדף והאהוב עליהם להכיר מוזיקה חדשה, וזאת מתוך תקווה לקבל תשובות רגשיות ואינטואיטיביות, יותר מאשר "מושכלות":

"הכי אני אוהבת למצוא מישהו ממש מעניין ואז לראות מה הוא אוהב. מצאתי חבר חדש ועכשיו אני רוצה לדעת מה הוא אוהב. יש משהו נטול אינטרסים, להבדיל ממצעדי די ג'ייז שהם מכונה משומנת שנועדה לקדם אותם ואת הלייבל, וזה בסדר וזה עובד! אבל פיבוריטים (התכנים המוזיקליים המסומנים כ"מועדפים" וחשופים לשאר היוזרים) זה משהו אחר, זה אנושי וקטן, אני מאד אוהבת את זה" (עידית).

"הכי אוהב דרך אנשים שאני מעריך ואוהב .. להכיר צדדים מוזיקליים חדשים באנשים שאני מכיר.. זה מדהים" (גיוני).

"הדרך שאני אוהב לגלות בה מוזיקה? גלסטנברי! ביי פאר! את קונה כרטיסים שמונה חודשים מראש לפני שיש בכלל ליין אפ. 150 אלף כרטיסים נמכרים תוך שעות בודדות! בכל שנה אני נוסע לגלסטנברי. המון מוזיקה עכשווית, לא נוסטלגיה. כל מי שהוציא מוזיקה ששווה משהו באותה שנה – יופיע שם. זה משהו שאני מתכוון אליו. עובר על הליינאפ ושומע דבר דבר ביוטיוב, זו החפירה האינטרנטית שלי..." (נועם).

"הדרך האהובה עליי להכיר מוזיקה חדשה בעידן הנוכחי זה במועדונים. אני מאמין שבן אדם לוחץ פליי על מאה קטעים מוזיקליים ביום, זה משוגע, זה פשוט מגוחך. אז כשאתה נאלץ לשמוע קטע במלואו מתחילתו ועד סופו, במערכת סאונד, מתוך רצף.. זו חוויה שהיא יותר שלמה מכל פליי עצמאי שתלחץ" (דמיאן).

"היום אני הכי אוהבת לשמוע 88fm, עריכות של גליה גלעדי לדוגמא. רדיו "הקצה". הקשבתי לכל המצעד השנתי שלהקצה, הייתי מרותקת אליו תשע שעות" (ליטל).

"הדרך שאני הכי אוהבת להיחשף למוזיקה? כשמישהו שאני אוהבת מביא לי דיסקותקליט. לא מספר, מביא. זה יוצר את האופציה להחזיר ולדבר על זה. ואם שולחים לי לינק, אני מעדיפה את כל האלבום ולא רק שיר. אלבומים חשובים ליי" (עדן).

"הרגעים הכי טובים בלהכיר מוזיקה זה דרך אנשים. היה לי פעם דייט שהכיר לי המון מוזיקה ופתח לי את הראש, לא המשכתי לצאת עם הבחור אבל המוזיקה נשארה איתי" (נדב).

"את רוב השירים שאני אוהבת, אני זוכרת מתי הייתה הפעם הראשונה ששמעתי אותם. זוכרת את הסיטואציה ומי השמיע לי אותם" (מיטל).

6. ניתוח ודיון

הניתוח והאינטגרציה של הממצאים המתודולוגיים יעשו בשני שלבים; בשלב הראשון תיערך אינטגרציה בין הממצאים שעלו מניתוח טורי הביקורת (הן הקריטריונים של השיח והן אלה של המטא-שיח) לאלה שעלו מן הראיונות. בשלב השני יבחנו ממצאי השלב הראשון אל מול הפלטפורמות האינטרנטיות השונות שהוצגו ונתחו בפרק הרלוונטי. מטרת השלב הראשון היא לעמוד על דפוסי השיח המאפיינים את שדה המוזיקה הפופולרית ולבדוק האם ניתן להצביע על הפעלתם של קריטריונים מובחנים לשיפוט והערכה בשדה זה. בשלב השני, אבקש לבדוק האם ניתן להצביע על קשר בין ממצאי השלב הראשון לבין אופיין של הפלטפורמות האינטרנטיות שנסקרו, ולעמוד על אופיו של קשר זה.

ניתוח שיח

קריטריונים של שיפוט והערכה בשדה המוזיקה הפופולרית

כאמור, הן בניתוח טורי ביקורות המוזיקה והן במהלך הראיונות עם אוהדי המוזיקה, ביקשתי לבדוק האם אותם קריטריונים העומדים בבסיס השיח אודות המוזיקה הפופולרית; אוטונומיה, ישות יוצרת וצורה אסתטית (Regev, 2013), משתקפים בטורי הביקורת ובראיונות כרכיבים מרכזיים בתהליך ההערכה והשיח אודות המוזיקה הפופולרית.

אוטונומיה:

הקריטריון הראשון, הוא קריטריון האוטונומיה, נעדר כליל מן הטורים העוסקים באלבומו של טרייה, נדון בשלושה מן הטורים העוסקים בארקיד פייר וכן בשלושת הטורים העוסקים בביונסה. בטורים העוסקים בארקיד פייר, ישנה התייחסות לקריטריון זה במובנו ה"קלאסי" ואולי אף רומנטי, כאשר הלהקה מוצגת כמי שהגיעה למעמדה הרם בקרב הקהל הרחב ללא תמיכתה של המדיה ותעשיית התרבות (IFM) וכמי שמצליה לשמר את רוח הנעורים, החתרנות והמקוריות שלה (פיצ'פורק, אולמיוזיק).

הדיון הנרחב ביותר בקריטריון האוטונומיה מצוי כאמור בטורים העוסקים באלבומה של ביונסה, אולם הדיון בטורים אלה אינו נשען על התפיסה הרומנטית המאפיינת את העיסוק בארקיד פייר, אלא על אותן האסטרטגיות המקבלות מראש את הקשר בין שדה המוזיקה לתעשיית התרבות כקשר מובן כמעט מאליו (רגב, 2013). ההיבט הראשון בדיון אודות ביונסה, מתייחס לאספקט המגדרי ודן באופן בו עוסקת ביונסה באלבומה האחרון בנשיות ומיניות נשית. כותבת הטור גורסת כי ביונסה אינה "מתכופפת" בפני המבט הגברי ואינה מונעת מן הרצון לספק את הקהל הרחב (OSD). בכך, טוענת הכותבת, תובעת לעצמה ביונסה אוטונומיה שאינה אופיינית לכוכבת פופ אשר הנראות החיצונית והמיניות שלה משחקות תפקיד לא מבוטל בפרופיל הציבורי, השיווקי ואמנותי שלה. ההיבט השני בדיון אודות ביונסה, כפי שעולה מהטורים בפיציפורק ואן.אם.אי, מציג את ביונסה כמי שעל אף מעמדה כאיקונת פופ הזוכה להצלחה מסחרית מסחררת אינה מהססת לצאת מאזור הנוחות, לחקור את קצווי שדה המוזיקה הפופולרית ולשלב אלמנטים חדשניים ביצירתה.

במהלך הראיונות, עלה הדיון בקריטריון האוטונומיה בארבעה מהם בלבד, כאשר בשלושה מתוכם "יישמו" המרואיינים את האסטרטגיות האופייניות לדיון בו. הן מתוך הראיונות בהם עלה והן בשל העובדה כי במרבית הראיונות הוא כלל לא נזכר, ניתן להסיק כי הצימוד בין תעשיית התרבות לשדה המוזיקה הפופולרית נתפס אצל המרואיינים כמובן מאליו.

בראיון עמו, משתמש נועם באסטרטגיה הראשונה ומציב במרכז הדיון את קריטריון "איכות המוזיקה", תוך שהוא משווה את המצב הנוכחי של השדה לזה של שנות השמונים של המאה שעברה. לדידו, אם בשנות השמונים אפיינו "האיכויות" המוזיקליות את המיינסטרים וניתן היה למצוא יצירות מורכבות במצעדי הפזמונים, הרי שכיום הן נעדרות כמעט בכלל מן הזרם המרכזי ומצויות בעיקר בשולי השדה. נקודת המוצא של ג'וני ואורי היא שכמעט ולא ניתן לחדש דבר בשדה המוזיקה הפופולרית והאוטונומיה מתבטאת לדידם באופן בו מוזיקאים נותנים ביצירותיהם פירוש אישי לתמות ורעיונות קיימים. מיקי, בניגוד לקודמיו, מביע גישה נחרצת יותר וקובע כי ניתן לחלק את האמנים למי שמונעים ממניעים כלכליים ולמי שמונעים מאהבת המוזיקה, כשאת האחרונים הוא מכנה "פיוריסטים". התייחסות זו למניע של האמן, מובילה באופן כמעט טבעי לעיסוק בקריטריון הישות היוצרת.

ישות יוצרת:

מניתוח טורי הביקורת עלה כי אין כמעט התייחסות לקריטריון זה בטורים העוסקים באלבומם של ארקיד פייר, אלא רק בטורים העוסקים באלבומיהם של טוד טרייה וביונסה. ניתן אולי לראות בכך הדים לתקפותו והשפעתו של השיח הקלאסי אודות מוזיקת הרוק; ארקיד פייר, אחת הלהקות החשובות והמצליחות שצמחו שדה הרוק האלטרנטיבי, כבר עמדה בתבחינים הדרושים ואין צורך "להוכיח" קריטריון זה לגביה. טוד טרייה וביונסה, לעומתה, צמחו בשדות הנתפסים מראש כבעלי אוריינטציה מסחרית ועל כן נטולים את אותה הילה ויוקרה המאפיינים את שדה הרוק האלטרנטיבי. על פי הגיון ייצור הערך הקלאסי, ייתכן כי דווקא בשיח אודות אמנים אלה, מתעורר הצורך "להוכיח" כי גם הם עומדים בתבחינים המסורתיים, במקרה זה – קיומה של ישות יוצרת.

במהלך הראיונות עלתה התייחסות לקריטריון זה בארבעה ראיונות בלבד; הן ג'וני והן דמיאן הדגישו את ההבדל בין "חיקוי" - מוזיקאים המנסים להישמע כמשהו קיים, לבין מוזיקאים שאת המניע היצירתי שלהם הם מייחסים למקור אישי "פנימי": אינטליגנציה (ג'וני) והבעה אישית ורגשית (דמיאן). ליטל, בדומה לדמיאן מדגישה את הסיפור והחוויה האישיים שהמוזיקאי מבטא ביצירתו. בראיון עם נועם, הוא כורך למעשה את קריטריון הישות היוצרת עם קריטריון האוטונומיה, כשהוא מביע את הערכתו לאמנים שיש להם מעורבות מלאה בתהליך היצירה וההפקה ואשר מטביעים עליה חותם ייחודי.

צורה אסתטית:

קריטריון זה זכה למידה הפחותה ביותר של התייחסות בטורי הביקורת שלפנינו וכאשר ניתן לחלצה, ניכר כי היא עומדת על האופן בו הוא משרתת את המשמעות של היצירה (במקרה של ארקיד פייר) וכן לאופן בו הצורה האסתטית משרתת את קריטריון הישות היוצרת ומעידה על קיומה (במקרה של ביונסה). לעומת זאת, בטורים העוסקים בטרייה אין כלל התייחסות לקריטריון זה. ייתכן כי סיבת היעדרו של קריטריון זה נעוצה בכך שטרייה פועל בשדה המוזיקה האלקטרונית, שדה אשר הכלים המוזיקליים העומדים בבסיסו - מכונות תופים, סינטיסייזרים, סמפלרים ומחשבים - כמעט ולא היו מוכרים בעידן בו התבסס השיח אודות מוזיקת הרוק וגם כיום עדיין אינם נתפסים ככלים מוזיקליים "לגיטימיים" בקרב חלק מאוהדי מוזיקת הרוק.

התייחסות נרחבת יותר לכלי הנגינה הדיגיטליים בשדה הרוק ולשיח אודותיהם, ניתן למצוא אצל רגב (רגב, 1995).

במהלך הראיונות לא עלו כמעט התייחסויות מפורשות לקריטריון זה, למעט ליטל ונדב שצינו איכויות "צורניות" בדיון אודות האלבומים האהובים עליהם. בנוסף, בתשובה לשאלה מהם נושאי השיחה הנידונים בין המרואיינים לבין אוהדי מוזיקה אחרים, ענו חלקם כי נושאים אלה עולים לעיתים בשיחות בעלות אופי מקצועי, מתוקף עיסוקם בתיקלוט והפקה.

היבטים אידיאולוגיים נוספים:

הן במהלך ניתוח טורי ביקורות המוזיקה והן במהלך ניתוח הראיונות, ביקשתי לבדוק האם עולים מן הטקסטים היבטים "אידיאולוגיים" נוספים המשמשים כקריטריונים להערכת המוזיקאים ו/או היצירות, מעבר לקריטריונים המסורתיים אותם מונה רגב (Regev, 2013). מטורי הביקורת הדהדו שני היבטים, למעשה, שתי תכונות קרובות הנתפסות כבעלות ערך גבוה ומזכות את היוצרים להם הן מיוחסות ביחס אוהד: מודעות עצמית וחוש הומור. (פיצ'פורק על טרייה וארקייד פייר, IFM על טרייה וארקייד פייר). במהלך הראיונות לא עלו היבטים אידיאולוגיים נוספים מעבר לאלה הקשורים בקריטריונים הקלאסיים. עם זאת, אין בכך כמובן להעיד על כך כי להיבטים אלה אין חשיבות בעיני המרואיינים וייתכן כי במידה ובמהלך הראיונות היו המרואיינים מנותבים באופן מפורש לדון בקריטריונים על פיהם הם מעריכים יצירות ויוצרים, הייתה עולה התייחסות לקריטריונים אלה.

ידע אינפורמטיבי וידע קונטקסטואלי:

כאמור, במהלך הראיונות עלה כי את קטגוריית ה"ידע אודות המוזיקה" ניתן לחלק לשני סוגי ידע: הידע האינפורמטיבי והידע העוסק בקונטקסט הרחב יותר שבו מיוצרת ונצרכת המוזיקה. בטורי הביקורת שנותחו לא הובאו כמעט פריטי ידע מן הקטגוריה הראשונה מעבר למינימום הנדרש לצורך הדיון באלבומים הנסקרים (שמות האמנים והשירים, במקרים מסוימים ציון שמן של יצירות נוספות כרפרנס) וניכר כי לא הופעלה בהם פרקטיקת ה" name dropping". קטגוריית הידע השנייה, נעדרת כליל מן הטורים של אן.אם.אי ומיקסמאג, אולם היא נידונה הן בפיצ'פורק (הקונטקסט של שדה הפופ הנשי ושדה התקשורת העכשווית בטור העוסק באלבומה של ביונסה,

הקונטקסט של צריכת המוזיקה בעידן האינטרנט בטור העוסק באלבומים של ארקייד פייר) והן בטורים הלקוחים מן הבלוגים (התייחסות לשדה התקשורת והבלוגספירה בטור העוסק באלבומים של טרייה וכן התייחסות לפן השיווקי בשדה המוזיקה הפופולרית בטור העוסק באלבומים של ביונסה).

במהלך הראיונות, העידו מרבית המרואיינים כי לידע אין משמעות כידע בפני עצמו ומכאן שאינו משמש עבורם כמטבע של הון תרבותי. מדבריהם עולה כי חשיבותו של הידע האינפורמטיבי טמונה בכך שדרכו ניתן להיחשף למוזיקאים ויצירות נוספים, כמו גם חשיבות ברמה המקצועית עבור מי שעוסק במוזיקה וואו מתפרנס ממנה (מפיקים, תקליטנים).

עם זאת, ניתן להצביע על הבדל ביחסם של המרואיינים לשתי קטגוריות הידע; בעוד יחסם לידע מן הסוג הראשון הוא ענייני למדי, הרי שיחסם לידע הקונטקסטואלי הוא רגשי יותר והם מציינים את סקרנותם לגביו כבלתי נפרדת מהעניין עמוק שלהם בשדה המוזיקה הפופולרית בפרט ובשדה התרבות בכלל. אורי מגדיל ומציין כי לידע הזה, על ההיסטוריה והנרטיבים המוכלים בו, יש חשיבות ברמה הקהילתית והוא גורם יש לחלוק אותו ולהעבירו הלאה כחלק מן המורשת התרבותית והאנושית.

שיחות בין אוהדי המוזיקה:

מעדויות המרואיינים עולה כי השיחות שהם מנהלים עם אוהדי מוזיקה נוספים מחולקות לשני סוגים מרכזיים: שיחות מקצועיות של העוסקים בהפקה ותקלוט ושיחות חבריות שנסובות סביב הרגשות והחויות הקשורים במוזיקה וההקשרים התרבותיים שלה. הידע האינפורמטיבי כמעט שנעדר כליל מן השיחות בין אוהדי המוזיקה. כפי שמיטיב נועם לסכם, בעידן שבו האינפורמציה מצויה באינטרנט, אין שום עניין וצורך להעלות אותה בשיחות.

סיכום ביניים

- הן מניתוח טורי הביקורת והן מניתוח הראיונות, עולה כי הקריטריונים הקלאסיים לשיפוט בשדה הפופ-רוק עדיין נמצאים בשימוש, אך זוכים להתייחסות רבה יותר בטורי הביקורת מאשר בשיח של אוהדי המוזיקה.

- בעוד שבאולמיוזיק, אן.אם.אי, פיצ'פורק והבלוגים, נעשה שימוש ניכר בקריטריונים לשיפוט והערכה, בטורים הלקוחים מתוך מיקסמאג נמצאה התייחסות אחת בלבד.
- הקריטריון הנדון ביותר מבין שלושת הקריטריונים הקלאסיים הוא קריטריון האוטונומיה אשר זכה למספר האזכורים הרב ביותר הן בטורים והן בראיונות.
- מבין שלושת האלבומים הנסקרים בטורים, נראה כי בדיון אודות אלבומה של ביונסה השתמשו הכותבים בקריטריונים הקלאסיים במידה הרבה ביותר כשאחריה ארקיד פייר ולבסוף טרייה שהקריטריון היחיד שנדון בהקשר שלו, והופיע בארבעת הטורים העוסקים בו, הוא קריטריון הישות היוצרת.
- בטורי הביקורת, הידע האינפורמטיבי לא מוזכר מעבר למינימום ההכרחי. ממצא זה עולה בקנה אחד עם ממצאי הראיונות על פיהם לידע זה אין משמעות או חשיבות מיוחדת עבורם וכי הוא אינו עולה בשיחות שהם מקיימים עם אוהדי מוזיקה אחרים.
- הידע הקונטקסטואלי לעומת זאת, עלה בטורי הביקורת של פיצ'פורק והבלוגים בלבד. המרואיינים מצידם ציינו כי ידע זה הוא המעניין והחשוב בעיניהם ומהווה, לצד השיתוף באלמנט הרגשי של חוויית ההאזנה, את הציר המרכזי של השיח אודות המוזיקה.

מטא שיח

בחלק זה של הדיון, יעבור מוקד הניתוח מן הממד של השיח לממד המטא שיח של השדה: הן כפי שעולה מטורי הביקורת וכן מעדויות המרואיינים לגבי אופי החשיפה למוזיקה, לידע אודותיה ולמשמעותו של ידע זה.

אלמנטים של מטא שיח בטורי ביקורות המוזיקה:

פניה לנמען עצם הכתיבה הביקורתית ופרסומה בפלטפורמות ציבוריות, יש בה להעיד כי הכותב מכוון את דבריו לקורא פוטנציאלי. עם זאת, הפניה לנמען נעדרת כמעט כליל מטורי הביקורת שנסקרו והדים לה נמצאו בעיקר בכתיבה הבלוגרית.

נימה אישית:

קיומה של נימה אישית, בדומה לפנייה לנמען, תורמת ל"אינטימיות" שבין הכותב לקורא. בנוסף, מובלעת בה הנחת יסוד בדבר האלמנט הסובייקטיבי של הביקורת, הנחה המהווה מעין קריאת תיגר על כתיבה בנוסח מספר "אובייקטיבי" ו"יודע כל". מניתוח טורי הביקורת ששימשו כמקרי מבחן, עולה כי כתיבה בנימה אישית מפורשת מאפיינת את הטורים הלקוחים מן הבלוגים בלבד.

דפוסי חשיפה למוזיקה ולידע אודותיה

חשיפה לידע אודות מוזיקה :

מן הראיונות עולה כי המרואיינים כמעט שאינם קוראים ביקורות מוזיקה, אך הם מעידים כי בעבר נהגו לקרוא טורי ביקורת כמקור למידע אודות יציאתם לשוק של אלבומים והיחשפות לפועלם של מוזיקאים. בנוסף, הם מדגישים כי הם לא ייחסו חשיבות רבה לממד הביקורתי שבטורים (יוצאות דופן הן עידית ואורלי שמספרות כי בנעוריהן ייחסו משמעות לתוכנם של טורי הביקורת, אך מדגישות כי היא חלפה לאחר גיל הנעורים).

בנוסף, מעידים המרואיינים כי הם מחפשים באופן יזום מידע אודות מוזיקאים ויצירות שמעניינים אותם. אם בעבר הם היו פונים למקורות המידע (המעטים) שהיו נגישים להם ומקווים למצוא בהם מידע שעשוי לעניין אותם, היום הם עורכים חיפוש עצמאי אודות מוזיקאים, מפיקים ויצירות. החיפוש העצמאי יכול להוביל כמובן לכתבות וטורי מוזיקה במגזינים לדוגמא, אולם ככלל ניתן לומר כי החוליות בשרשרת חיפוש המידע שינו את מיקומן.

חשיפה למוזיקה :

אם האינטרנט שינה באופן דרמטי את הנגישות למידע אודות המוזיקה, הרי שהשינוי שחל בנגישות למוזיקה עצמה, הוא כמעט בלתי נתפס בהשוואה לעידן של טרום האינטרנט הביתי. שינוי זה מעורר סקרנות לגבי האופנים בהם אוהדי המוזיקה נחשפים למוזיקה בעידן שעל פניו אין להם צורך במתווכים (רדיו, מגזינים, מוכרי תקליטים) כבעבר. על כן, התבקשו המרואיינים לא רק לתאר את תהליכי החשיפה, אלא גם לשתף בדרכי החשיפה האהובות עליהם. מתשובותיהם עולה כי גם בעידן האינטרנט, בו מספר בדיוני כמעט של יצירות מוזיקליות מצויות

בפלטפורמות רבות ושונות וניתן להאזין להן בהינף הקלקת עכבר, מרבית המרואיינים נחשפים למוזיקה חדשה הן באמצעות מעקב אחרי מוזיקאים שהם מכירים ואוהבים והן על ידי שיתוף בין חברים ואוהדי מוזיקה נוספים.

מן הראיונות עולה, אם כן, כי על אף שהטכנולוגיה בכלל וטכנולוגיית הרשת בפרט מזרזות ומרחיבות את אפשרויות השיתוף, האופן בו אוהדי המוזיקה אוהבים ומעדיפים להיחשף למוזיקה היא באמצעות המלצות "מותאמות אישית" מחברים ואוהדי מוזיקה נוספים, אם באמצעות מגע "ישיר" ואם באמצעות מעקב ושיתוף בפלטפורמות המתאימות וברשתות החברתיות. לאלמנטים הרגשיים, הבין-אישיים והשיתופיים, כך ניכר, יש משקל לא מבוטל בתהליכי דפוס החשיפה למוזיקה ולצריכתה.

סיכום ביניים

- המרואיינים מעידים כי אינם נסמכים על האתרים המגזינים והבלוגים כמקור מידע ראשוני ומרכזי לחשיפה למוזיקה ולידע אודותיה.
- הם אינם תופסים את טורי הביקורת כסמכות לשיפוט והערכה ולרוב אינם קוראים אותם.
- המרואיינים כמעט ואינם גולשים בפלטפורמות אלה באופן יזום, אלא מגיעים אליהן כתוצאה מחיפוש ספציפי או שיתוף של אוהדים או מוזיקאים אחריהם הם עוקבים ברשת.
- כלל, מביעים המרואיינים העדפה ברורה להיחשפות למוזיקה ולידע אודותיה באופן "אינטימי" יותר באמצעות מגע עם חברים ואוהדי מוזיקה נוספים. נועם ודמיאן, עם זאת מציינים גם "אירועים מוזיקליים" כמקור חשיפה חשוב (פסטיבל, מסיבות).
- מניתוח ממד המטא של טורי הביקורת עולה כי הכתיבה בפלטפורמות המגזיניות נעדרת את האלמנטים שיש בהם ליצור אינטימיות בין הכותב לקורא. ממצא זה מעלה לפחות שני הסברים אפשריים; הראשון הוא כי פלטפורמות אלה (ואולמיוזיק בכללן) "מיושנות" במובן זה שאינן מתאימות את התנהלותן לדפוס החשיפה והדינמיקה של הגולשים אוהדי המוזיקה, והשני הוא שאופי הכתיבה המרוחק והאובייקטיבי ננקט במטרה

לבטא (ואף לשמר) את מעמדם כפלטפורמות מקצועיות (וזאת בניגוד לפלטפורמות המבוססות על תוכן גולשים).

הפלטפורמות:

במסגרת עבודה זו נסקרו שישה סוגי פלטפורמות מרכזיים מעולם התוכן של המוזיקה הפופולרית: אתר אנציקלופדי, מגזין תוכן (אתרים מבוססי מגזינים מעולם הפרינט וכן אתרים ש"נולדו" ברשת), אגרגטור של בלוגים, פלטפורמה של שיתוף קבצים, רדיו אינטרנטי וזירת מכירה. הפלטפורמות נבדלות זו מזו במטרותיהן, שימושיהן, סוגי התכנים וכן בהתנהלות החברתית שהן מאפשרות לגולשיהן. סדר הצגת הפלטפורמות מקביל במידת מה לתהליך ההתפתחות הכרונולוגי שלהן: מהפלטפורמות הוותיקות ביותר הן זו המגזינית ומסד הנתונים האנציקלופדי ועד לצעירה מבניהן, היא זירת המכירה.

המרואיינים מצידם מעידים כי הפלטפורמות המגזיניות אינן רלוונטיות עבורם ואלה הגולשים בהן אינם מייחסים להן חשיבות כסמכות ייצור ערך, אלא מתייחסים אליהן כמקור מידע "חדשותי" בלבד. מבחינת אופי השיח ותכניו, נראה כי הפלטפורמות הבלוגריות, יותר מאלה המגזיניות, נוטות לדבר את שפת המרואיינים ולעסוק בנושאים אשר בהם הם מגלים עניין. בכל האמור לגבי דפוסי החשיפה למוזיקה וצריכתה, מציינים המרואיינים את חשיבות המגע הבין אישי עם אוהדי מוזיקה אחרים ומעדויותיהם עולה כי התנהלותם במרחב הרשתי מכוונת למיקוד החשיפה לתכנים ההולמים את טעמם המובחן. מכאן, שהפלטפורמות מן הקבוצה השנייה, רלוונטיות יותר עבורם.

ניתן, אם כך, להצביע על התאמה בכיוון התפתחות הפלטפורמות האינטרנטיות לצרכי הגולשים אוהדי המוזיקה, אך יש להיות זהירים בנוגע לקביעה נחרצת לגבי מי מן הצדדים הוא הצד "המשפיע". ייתכן כי צרכי הגולשים הם שהביאו להתפתחותן של הפלטפורמות, ייתכן כי התפתחותן של הפלטפורמות ייצרו בקרב הגולשים דפוסי התנהלות רשתית שהפכו עבורם לטבע שני ולא מן הנמנע, כמובן, כי מדובר בתהליך של הזנה הדדית.

7. סיכום ומסקנות

במסגרת המחקר הנוכחי, ביקשתי לבחון את הדינמיקה של שדה המוזיקה הפופולרית בעידן האינטרנט על היבטיו השונים של השדה: דפוסי השיח, מנגנוני ייצור הערך וכן דפוסי החשיפה למוזיקה ולידע אודותיה.

כדי לשפוך אור על נושאים אלה, נקטתי במתודולוגיה המשלבת בין ניתוח מבני ותכני של פלטפורמות אינטרנטיות ייעודיות בשדה המוזיקה הפופולרית, ניתוח תוכן של טורי ביקורת הלקוחים מן הפלטפורמות הרלוונטיות וכן ראיונות עומק מובנים למחצה שנערכו עם אוהדי מוזיקה מושבעים. מטרת שילוב מתודולוגיות זה, היא לנסות לתת תמונה מקיפה יותר של דינמיקת השדה ולבחון אותו הן ברמת השיח כפי שבא לידי ביטוי במרחבי ייצור המשמעות השונים; בפלטפורמות אינטרנטיות ייעודיות בעלות תפוצה נרחבת (או לפחות בעלות פוטנציאל כזה) מחד ובשיח הנערך בין אוהדי המוזיקה מאידך, והן ברמה המבנית כפי שמשקף באופיין של הפלטפורמות האינטרנטיות הפועלות בשדה המוזיקה הפופולרית.

המסגרת התאורטית המנחה מחקר זה היא תאוריית השדות של בורדייה (על ההתאמות שערכו ממשיכיו לעידן הפוסטמודרני), לאורה ביקשתי לבחון את דפוסי השיח והחשיפה למוזיקה ולבדוק האם התמורות בשדה מעידות על דינמיקה של חילופי שחקנים בלבד, או שמא הן מרמזות על שינוי מבני של השדה.

מהשוואת השיח המתקיים בטורי הביקורת לזה המתקיים בין אוהדי המוזיקה, עולה כי השימוש בקריטריונים הקלאסיים לשיפוט והערכה בשדה המוזיקה הפופולרית דומיננטי יותר, באופן מובהק, בטורי הביקורת מאשר בשיח של ובין אוהדי המוזיקה. בנוסף, נראה כי ככלל הקריטריון הנפוץ והרלוונטי ביותר בשיח הנוכחי הוא קריטריון האוטונומיה. קריטריון זה (והאסטרטגיות הננקטות לדיון בו) הוא הקריטריון בעל ההקשר תרבותי הנרחב ביותר מבין שלושת הקריטריונים הקלאסיים (אוטונומיה, ישות יוצרת וצורה אסתטית). ממצא זה עולה בקנה אחד הן עם עדויות המרואיינים לגבי סוג הידע המהווה עבורם מוקד עניין ותשוקה, הוא הידע הקונטקסטואלי אודות המוזיקה, והן לגבי "החלשות מעמדו" של הידע האינפורמטיבי (כפי שעולה גם מניתוח הטורים).

בחינת ממדי המטא שיח בטורי הביקורת, מעלה כי הטורים מן הפלטפורמות המגזיניות וזו האנציקלופדית (המייצגות את העולם של טרום האינטרנט הביתי ובמידה רבה גם את תקופת

הווב 1.0) מאופיינים בכתיבה "אובייקטיבית" ומקצועית וזאת תוך הימנעות כמעט מוחלטת מגילוי נימה אישית וואו יצירת אינטימיות באמצעות פניה ישירה של המוען לנמען. לעומתה, מאופיינת הכתיבה הבלוגרית (המייצגת הבולטת של עידן הווב 2.0), במידה רבה של סובייקטיביות גלויה ופניה ישירה לנמען, מה שמסייע ביצירת הרושם שהנמען והמוען הם שותפים שווי ערך בשדה. המרואיינים מצידם, מעידים כי אינם גולשים כמעט באופן קבוע, תדיר או מכוון בפלטפורמות אלה וכאשר הם עושים כן, הם מתייחסים בעיקר לתוכן החדשותי שבהן ולא לממד השיפוטי של טורי הביקורת. לדברי אוהדי המוזיקה, לפלטפורמות אלה אין השפעה על דפוסי צריכת המוזיקה שלהם ועל שיפוטם אותה. זאת ועוד, מציינים המרואיינים כי השיח השגור ביניהם אודות המוזיקה נשען הן על ההקשר התרבותי והן זה הרגשי והחוויתי שמעוררת בהם ההאזנה. נראה, אם כן, כי הכתיבה המגזינית המבוססת על סטנדרטים הלקוחים מן העולם "הישן" אינה רלוונטית לאופי השיח המועדף על אוהדי המוזיקה ואשר אותו הם מקיימים ביניהם.

לאור ממצאים אלה, עולה השאלה מדוע לא ציינו אוהדי המוזיקה את הבלוגים האישיים (המאופיינים בדפוסי שיח קרובים לאלה שמקיימים אוהדי המוזיקה ביניהם) כמרחב משמעותי בהרגלי צריכת המוזיקה והידע אודותיה. את התשובה לשאלה זו, לפחות על פי המחקר הנוכחי, ניתן לקשור בשני ממצאים נוספים; הראשון נוגע למשמעות הרבה שמייחסים אוהדי המוזיקה לדינמיקה של החשיפה והשיתוף הרגשי עם אוהדי מוזיקה נוספים והמבוססת על מגע "בלתי אמצעי" והדדיות (אם באמצעות שיחות פנים מול פנים ואם באמצעות האלמנטים הבין אישיים האינטימיים ביותר שמאפשרת טכנולוגיית הרשת במסגרת הרשתות החברתיות השונות). הממצא השני קשור לאופיין של הפלטפורמות האינטרנטיות עצמן, או אם לדייק, להתפתחותן כפי שאנו עדים לה בשנים האחרונות.

סקירת הפלטפורמות האינטרנטיות מעלה שתי מגמות בולטות, כשהראשונה נוגעת לפריחתן של פלטפורמות שיתוף הקבצים המבוססות תוכן גולשים. פלטפורמות אלה מאפשרות מגע ישיר בין יצרני התכנים לצרכניהם כמו גם בין הגולשים לבין עצמם וכן מאפשרות לאוהדי המוזיקה, באמצעות מנגנון סימון תכנים מועדפים, לברור מתוך ההיצע המוזיקלי העצום את הז'אנרים והסגנונות אליהם הם מעוניינים להיחשף. על אף שפלטפורמות הרדיו האינטרנטי אינן מבוססות תוכן גולשים, הן נכללות במגמה זו משום שגם הן פועלות על פי עיקרון התכנים המותאמים

אישית ועל שום הדינמיקה החברתית שהן מאפשרות לגולשים לקיים ביניהם (וזאת כאמור בניגוד לפלטפורמות המגזיניות ולבלוגים).

מגמה נוספת המבדילה בין שני סוגי הפלטפורמות כפי שמופו לעיל, מתבטאת בצמצום התוכן המילולי בפלטפורמות מן הקבוצה השנייה בהשוואה לראשונה ובהיעדרם של אלמנטים גלויים של שיפוט ו"ייצור משמעות". בפלטפורמות שיתוף הקבצים, זירת המכירה והרדיו האינטרנטי, התוכן המרכזי הוא זה המוזיקלי כאשר המלל המלווה את התכנים מורכב ברובו מאינפורמציה בסיסית אודות היצירות והיוצרים. בפלטפורמות של שיתוף הקבצים, אותן מייצגת כאן סאונדקלאוד, המלל מתבטא גם בתגובות אותן משאירים הגולשים מתחת לקטעי המוזיקה והסטים, וביניהן תגובות בקשה לזיהוי קטעים מוזיקליים מסוימים (ID) המופיעים בסטים וכן תגובות המבטאות את החוויות האישיות-רגשיות אותן חווים הגולשים בתגובה למוזיקה.

הבלוגים האישיים, אם כן, אולי מדברים את השיח הרלוונטי לאוהדי המוזיקה, הן מבחינת התכנים והן מבחינת הגישה הסובייקטיבית הגלויה, אך נראה כי דפוסי החשיפה המועדפים על אוהדי המוזיקה כעת, הם אלה הממוקדים יותר לטעמים והעדפותיהם. זאת ועוד, נראה כי את התקשורת המילולית אודות המוזיקה, הם מעדיפים לקיים בפורמט דיאלוגי עם חבריהם ואוהדי מוזיקה נוספים, כאשר בבסיס השיח עומדות החוויות האישיות והרגשיות שמעוררת בהם המוזיקה.

באשר לשאלת המבנה של השדה, ניתן להצביע על היסדקותן של ההיררכיות הקלאסיות ועל ביזור מוקדי ייצור הערך, כאשר גם אופיו של השיח עצמו משתנה וזאת בעיקר בקרב אוהדי המוזיקה עצמם. עם זאת, יש לבחון בעין ביקורתית את ממצאי מחקר זה, ובכל מקרה יהיה זה מוקדם להספיד את קיומו של שיח העוסק בייצור הערך ואת עצם קיומן של היררכיות בשדה.

ראשית, לגבי הפער בשיח בין טורי הביקורת לשיח האוהדים, יש לזכור כי השיח בטורי הביקורת מאורגן וערוך בעוד שהדינמיקה של הראיונות מעודדת שיח אישי ופלואידי. זאת ועוד, רמה מסוימת של שיפוט מתקיימת תמיד; עצם העדפתם של תכנים מוזיקליים אלה על אחרים, היא תוצר של תהליך שיפוטי שמבצעים אוהדי המוזיקה, תהליך שגם אם הם מתארים כפרטי ובלתי תלוי, אינו מתבצע בחלל ריק. היסודות של השיח ה"קלאסי" אודות המוזיקה הפופולרית הוטמעו עמוק בשדה והשיח הנוכחי, גם אם ניכרות בו מגמות שינוי, נסמך ומתייחס אליו (Fenster, 2002).

שנית, על אף שהמרואיניים מעידים כי כמעט ואינם נכנסים לאתרים המגזיניים ולבלוגים באופן יזום, הרי שהמידע לא צץ ברשתות החברתיות "יש מאין"; יש מי שנכנס לפלטפורמות אלה ומעביר את המידע הלאה, אם באמצעות הרשתות החברתיות ואם באמצעות שיח אוהדים. בנוסף, גם אם יש אמת בטענת האוהדים כי לטורי הביקורת אין כל השפעה על העדפותיהם וטעמם, הרי שעצם העובדה שיצירות ויוצרים מסוימים ולא אחרים "צפים" ברשת, מעידה על קיומם של מנגנונים היררכיים המבצעים תהליך של ברירה.

בנקודה זו ארצה לעמוד גם על הבעייתיות הנובעת מהשימוש במושגים "ביקורת" ו"מבקר" אשר מופיעים בעבודה זו במסגרת מצומצמת ומתייחסים בעיקר לטורי ביקורת המוזיקה ולמבקר המוזיקה המקצועי. בפועל, ביקורת המוזיקה מובלעת גם בטקסטים שאינם מוגדרים כ"טורי ביקורת", וביניהם ראיונות וכתבות אודות מוזיקאים וסצינות מוזיקליות. זאת ועוד, את עמדת "יצרן הערך" יכולים לתפוס גם מי שאינם מבקרי מוזיקה או עורכים מקצועיים, אלא כל מי שמקבל מעמד כזה, גם אם לרגע נתון וקצר, מטעם הזירות המרכזיות של ייצור הערך. דוגמא נפוצה הם אותם מדורים המארחים אמנים, אנשי רוח ו/או סלבריטאים ומבקשים מהם לערוך רשימה של תוצרי התרבות (ספרים, סרטים, שירים, אלבומים) האהובים עליהם, כמו המדור Harangue the DJ מתוך העיתון The Guardian אשר מציג רשימת טראקים מועדפים ואהובים של די גייז שונים²⁸.

שלישית, יש לעמוד על השינויים במוקדי השיח ואופיו ולבדוק האם מתהווים מנגנונים היררכיים חדשים שאינם מבוססים בהכרח על ייצור הערך של היצירות עצמן, אלא מדגישים את "חווית המשתמש". דוגמא למנגנון מסוג זה הוא הוויכוח לגבי פורמטים של האזנה, אשר ניטש בין אספני התקליטים לרוכשי הקבצים הדיגיטליים הרואים בראשונים טהרנים, רומנטיקנים ומיושנים. דוגמא נוספת, אשר נמצאו לה הדים בראיונות שנערכו במסגרת מחקר זה, נוגעת לנושא ה"העמקה" במוזיקה, כאשר ניכר כי חלק מן המרואיניים רואים ב"עידן השפע" האינטרנטי, מקור להשטחת חוויית ההעמקה וההאזנה למוזיקה ועורכים הפרדה בין סוגי ההאזנה השונים.

רביעית, אם נשוב לדיון הכללי אודות תפיסת המרחב הרשתי כדמוקרטי וליברלי, יהיה זה מפתה לומר כי אותן מגמות של ביזור מוקדי ייצור הידע והערך (ובתוכן ירידת קרנן של פלטפורמות שבעבר תפסו מקום כמעט בלעדי בשדה) מאששות תפיסה זו. אולם, בחינה ביקורתית של הממצאים והמגמות שעלו ממחקר זה, מציעה כי הם אינם מעידים בהכרח על תהליכי דמוקרטיזציה ופולרליזם. מבחינה עקרונית, הפלטפורמות השונות אכן מציעות מגוון עצום של

²⁸ <http://www.theguardian.com/music/2015/jun/05/awesome-tapes-from-africa-favourite-tracks> (נצפה ב-6.6.2015)

תכנים, אולם נראה כי העדפות הגולשים וכן אופי הפעילות הרשתית המתבססת על התאמה ומיקוד של תכנים, מביאים לכך שבאופן מעשי מרבית פעילות הגולשים מצומצמת ל"אזורים" מתוחמים היטב של זיאנרים וסגנונות מוזיקליים. צמצום ומיקוד אלה נחווים על ידי הגולשים כאופטימליים לצרכיהם וכמסייעים ליצירת קהילות מצומצמות ואינטימיות יותר המתהוות על בסיס טעם משותף, אולם מנקודת מבט רחבה יותר, ניתן לראות ב"צמצום" זה פרקטיקה מפרידה המנטרלת את העוצמה המיוחסת לאומת הגולשים הגלובלית. זאת ועוד, מנקודת המבט המערכתית, מיפוי מפת הגולשים על פי העדפותיהם וטעמיהם משמש נאמנה את התאגידים ואת גופי השיווק השונים.

עם זאת, ניתן אולי לראות בשיח האוהדים כפי שאופיין במחקר זה, פרקטיקה חתרנית המבקשת ליטול את העוקץ מן השיח ה"ממוסד" המשעתק את המבנה ההיררכי, כאשר בעוד השיח הקלאסי של ייצור הערך בשדה המוזיקה הפופולרית נשען על פריזמה המאפשרת ביסוס היררכי באמצעות "ידע" וניתוח "אנליטי" של היצירות, מבוסס שיח האוהדים על עולם מושגים סובייקטיבי שאינו ניתן לכימות והשוואה.

לבסוף, במסגרת מחקר זה, בחרתי להשתמש במתודולוגיה משולבת, וזאת כאמור, על מנת לבחון את שדה המוזיקה הפופולרית הן ע"י ניתוח מוקדי ייצור הידע והערך (ניתוח מבני של הפלטפורמות האינטרנטיות השונות וניתוח טקסטואלי של טורי ביקורות מוזיקה) והן ניתוח השיח של הנמענים/גולשים של מוקדים אלה וזאת באמצעות ראיונות שנערכו עם אוהדי מוזיקה. עם זאת, ייתכן כי הבחירה במתודולוגיה משולבת, במגבלות האורך ואפשרות ההעמקה של מחקר בסדר גודל זה, הביאה לקבלתם של נתונים חלקיים מתוך כל אחת מהן וזאת ביחס לאלה שהיו מתקבלים לו הייתי מתמקדת באחת מהן בלבד. בנוסף, ייתכן כי אם הראיונות היו נערכים עם אנשים הצורכים מוזיקה, אך אינם מגדירים עצמם כאוהדי מוזיקה מושבעים, היו מתגלים דפוסי חשיפה ושיח שונים מאלה שעלו מן הראיונות הנוכחיים.

לסיכום, מחקר זה, על אף שלא נפקד ממנו מקומן של בעיות מתודולוגיות, שופך מעט אור על האופן בו נצרכים המוזיקה והידע אודותיה בעידן האינטרנט הביתי, כמו גם על דפוסי השיח כפי שמתבטאים הן בפלטפורמות האינטרנטיות השונות והן בקרב אוהדי המוזיקה. כאמור, ניתוח הממצאים המתודולוגיים העלה נקודות נוספות הראויות לתשומת לב ומחקר מעמיק בפני עצמן: קיומן והשפעתן של זירות ייצור ערך "חוץ אינטרנטיות" (אירועים מוזיקליים) בעידן האינטרנט, מעבר השיח של ייצור הערך מעולם התוכן של היצירה לעולם התוכן של דפוסי הצריכה, התפתחותן של הפלטפורמות האינטרנטיות השונות ויחסי הגומלין ביניהן ובין דפוסי הצריכה

וייצור הערך בשדה המוזיקה הפופולרית, יחסי הגומלין בין המבנה הרשתי לדפוס הצריכה האומניבורי, השוואת דפוסי השיח והקריטריונים לשיפוט בין הז'אנרים השונים בשדה וכן בחינה מדוקדקת יותר של קהילות טעם מובחנות בעידן הווב 2.0 ודפוסי השיח והתקשורת המאפיינים אותן.

ביבליוגרפיה

- בורדייה, פייר, על כמה מתכונות השדה, בתוך: פייר בורדייה, שאלות בסוציולוגיה .113-112,(2005).
- פישר, ערן (2011). קפיטליזם בעידן התקשורת הדיגיטלית: הכלכלה החדשה ושיח הטכנולוגיה. תל אביב: רסלינג הוצאה לאור.
- רגב, מוטי, (1995). רוק מוסיקה ותרבות. תל אביב: דביר הוצאה לאור.
- Bauman, S. (2007). *Hollywood Highbrow: From Entertainment to Art*. NJ: Princeton University Press.
- Barbrook, R. (2002), "The Regulation of Liberty: free speech, free trade and free gifts on the net" *Science as Culture*, 11(2), pp. 155-170.
- Bourdieu, p. (1986). 'The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods'. In: Richard Collins, James Curran, Nicholas Garnham, Paddy Scannell, Philip Schlesinger and Colin Sparks (Eds.). *Media, Culture and Society: A Critical Reader*. London: Sage Publications. Pp. 131-163.
- DiMaggio, P. E. Hargittai, W.R Neuman and J.P. Robinson (2001), "Social Implication of the Internet" *Annual Review of Sociology*, 27: 307-336.
- Fenster, M. (2002). 'Consumers' Guide: The Political Economy of the Music Press and the Democracy of Critical Discourse'. In: Steve Jones (Ed.). *Pop Music and the Press*. Philadelphia: Temple University Press. Pp 81-92.
- Frith, S. (1996). *Performing Rites*. New-York: Oxford University Press.
- Hayes, A.S., Singer, J. B., & Ceppos, J. (2007). Shifting Roles, Enduring Values: The Credible Journalist in a Digital Age. *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 262-279.

- Kane, P. (2000). Leave the cultural elite to their crumbling ivory towers; Citizen. *The Sunday Herald*.
- Lash, Scott. (1993). "Pierre Bourdieu: Cultural Economy and Social Change" In Craig Calhoun, Edward LiPuma and Moishe Postone (Eds.). *Bourdieu: Critical Perspectives*. Chicago: The University of Chicago Press. Pp. 193-211.
- Levi, P. (1997). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge: Perseus.
- Lindberg, U., Guðmundsson, G., Michelsen, M. & Weisethaunet, H. (2005). *Rock Criticism From the Beginning*. New York: Peter Lang.
- Livingstone, S. (2004). "The challenge audience: or, what is the researcher to do in the age of the internet?" *European Journal of Communication*, 19(1) pp. 75-86.
- Peterson, Richard A. and Roger M. Kern. (1996). "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore", *American Sociological Review*, 61, pp. 900-907.
- Poschardt, U. (1998). *DJ Culture*. London: Quartet Books Limited.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), pp 1-6.
- Reilly, S. M., (2010). "Losing my edge: the copyright implications of audioblogging and why blogs matter to the music industry", *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law*. (Winter 2010). Pp 439
- Regev, M. (1994). "Producing Artistic Value: The Case of Rock Music". *The Sociological Quarterly*, 35(1), pp.85-102.

- Regev, M. (2013). *Pop-Rock Music: Aesthetic Cosmopolitanism in Late Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Russell, A. (2007). Digital Communication Networks and The Journalistic Field: The 2005 French Riots. *Critical Studies in Media Communication*, 24(4), 285-302.

נספח: טבלת ניתוח טורי ביקורת מוזיקה

Hype Machine	Pitchfork	MIXMAG	NME	AllMusic	
TT	TT	TT	TT	TT	אוטונומיה
AF V	AF V	AF	AF	AF V	
B V	B V	B	B V	B	
TT V	TT V	TT V	TT V	TT	ישות יוצרת
AF	AF	AF	AF V	AF	
B V	B V	B	B	B V	
TT	TT	TT	TT	TT	צורה אסתטית
AF V	AF V	AF	AF V	AF	
B V	B V	B	B V	B V	
TT V	TT V	TT V	TT	TT	היבטים אידיאולוגיים נוספים
AF	AF V	AF	AF	AF V	
B	B	B	B	B V	
TT V	TT V	TT	TT	TT	נימה אישית
AF V	AF	AF	AF	AF	
B V	B	B	B	B	
TT V	TT	TT	TT V	TT	פניה לנמען
AF V	AF V	AF	AF	AF	
B V	B	B	B	B	
TT V	TT	TT	TT	TT	קונטקסטואליות
AF V	AF V	AF	AF	AF	
B V	B V	B	B V	B	

Abstract

The experience of listening to music perceived by music fans as a sacred personal experience, and the process of its evaluation is perceived and presented as derived from an internal emotional origin, and as such not dependent upon external social variables. Nevertheless, in actual fact, the experience of listening and evaluating music is not carried out in vacuum. Music fans take part in conversation about the music (or are at least exposed to it) within which they seek to “explain” and “prove” why certain works are preferable to and valuable over other works. Music discourse hides within it a dimension of power; while during fans’ conversation this dimension expresses fan’s deep belief in the value of the works, at the field level the discourse serves as a “tool” in the struggle between different social forces who compete for the position of legitimate meaning producers of those works. According to Bourdieu's field theory, the field of popular music consists of actors (critics, musical editors) who act as middlemen between the diversity of musical works and the music fans. That is done through commentary and criticism, where they crown certain musicians as “genius” and certain works as “masterpieces”, and thus exert influence towards acceptance and legitimation (or rejection) of new styles and genres.

As they do so, those actors are in effect “producers of meaning” in the field. Two central forces motivate cultural fields. One consists of the struggle over the essence of the works that will achieve the prestige; the other consists of struggle between the actors, where each of them seeks legitimizing power and dominance in the production of meaning.

With the different technological advances taking place in the last decade, we see tremendous changes in the field of music journalism as well as in the patterns of exposure to music and its consumption. The entry of new actors in the form of various internet platforms; online magazines, personal blogs and file sharing servers, as well as the accessibility of knowledge about music and of music itself, give rise to different issues among which two central questions emerge as central. The first question has to do with the structural aspect: does internet culture stand as an alternative to traditional music journalism and value producers,

or does internet culture acts in accordance with existing conventions and reproduce the hierarchical structure of the field. The other question deals with the discourse aspect: is it possible to point to changes in music discourse in an age where substantial parts of personal and public communication is being carried out in the internet space, conceived as democratic and pluralistic one?

The purpose of the work presented here is to shed some light on changes in the field of popular music as they are reflected in the dynamics of current consumption and production of meaning in that field: to examine who are the dominant meaning producers in the popular music field (if such exist) and also to examine the nature of music discourse, current patterns of exposure to music, patterns of gaining knowledge about music and the significance given to such knowledge by the music fan community.

To this end, I've adopted a methodology which integrates the analysis of different internet platforms in the field of popular music, textual analysis of critic columns taken from relevant platforms and twelve partially structured in-depth interviews with music fans. The interviewees were asked, among other things, to tell about the modes through which they are exposed to new music and to knowledge related to music, and about the dialogues taking place between them and other music fans.

Those three analytical spaces were chosen in order to suggest a multi-dimensional glance at the field, covering the field structure and its discourse, both in the realms of production and consumption. The discussion of the data was performed utilizing a two-step analysis: in first stage the discourse patterns extracted from critic columns were compared to those who came out from the interviews. Later on, the findings of the first stage were examined in light of the internet platforms in order to examine whether there is a correlation between the two and if so, to try and characterize that correlation.

Research results exhibit several trends that imply changes in the field and in the dynamics of value production in it. Among these trends: decentralization of meaning production centers in

the field of popular music, weakening of the status of “classical” criteria of music discourse, decline in the ranking of traditional producers of meaning and diminishing status of the “knowledge” about music as central cultural capital component among music fans.

Nonetheless, it should be stressed that the findings of the presented research do not suggest an undermining to the basic assumptions of the cultural fields theory, since the field still occupies large extent of value production mechanisms; even if music fans do not pay importance to the obvious “judgmental” dimension of the main meaning and value production platforms, the mere fact that some works are being selected out over others to be distributed to web users, is a value production practice in itself.

The contribution of the present work to the popular music research stems, firstly, from its methodological aspect, which integrates analysis of meaning production, and analysis of meaning consumption, as well as textual analysis of production and consumption practices combined with structural analysis of the platforms in which value production takes place. Additional contribution has to do with the research findings themselves, which imply the existence of hierarchical mechanisms that do not necessarily relate to the production field (judgment of the works themselves), but to the consumption field (the types of media being used to "consume" music, and of “depth” level and acquaintance of the consumer with the music).

The Open University of Israel
Master's Program in Cultural Studies

Department of Literature, Language and the Arts
Department of Sociology, Political Science and Communication

Musical Taste and Meaning Production in the Internet Era

Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of
Master in Cultural Studies

Noam Sasson

034512673

July 2015

Raanana

This dissertation was written under the supervision of Professor Motti Reggev, The Open University of Israel .