

תוכן עניינים:

2.....	מבוא
3.....	פרק 1: סקירת ספרות
3.....	1.1 המגזר השלישי בעולם ובישראל
3.....	1.1.1 המגזר השלישי בעולם
.....	1.1.2 המגזר השלישי בישראל
.....	1.2 תחומי הפעילות של המגזר השלישי
.....	1.2.1 תפקידים של ארגוני מגזר שלישי בישראל
.....	1.2.2 תחומי הפעילות של המגזר השלישי בזירה הבינלאומית שגיאה! הסימניה אינה מוגדרת.
.....	1.3 רשת האינטרנט והטמעתה בשלושת המגזרים ומגזר השלישי בפרט... שגיאה! הסימניה אינה מוגדרת.
.....	1.3.1 אינטרנט וממשל
.....	1.3.2 אינטרנט ומסחר
.....	1.3.3 אינטרנט ומגזר השלישי
.....	1.4 השתתפות פוליטית של אזרחים באינטרנט
.....	2. פרק מתודולוגי
.....	2.1 שיטת מחקר
.....	2.2 דגימה
.....	3. ממצאים
.....	3.1 קטגוריית הפצת מידע
.....	3.2 קטגוריית קול קורא לפעילות ויזמות
.....	3.3 קטגוריית קידום אינטראקציה ודיאלוג
.....	3.4 קטגוריית קישורים לאתרים נוספים
.....	3.5 קטגוריית התבטאות יצרנית
.....	3.6 קטגוריית גיוס תרומות ומשאבים אחרים
.....	4. דיון וסיכום ממצאי המחקר
.....	4.1 תרומת המחקר
.....	4.2 מגבלות המחקר
.....	ביבליוגרפיה:
.....	נספח א': רשימת אתרי הבית של מלכ"רים שנכללו למדגם

מבוא

האינטרנט הינו האמצעי התקשורתי בעל ההתפתחות המהירה ביותר ממה שהכרנו. לעומת חברות פרטיות שהעריכו את הפוטנציאל של הרשת בצורה יעילה, לארגוני המגזר השלישי לקח זמן להבין את היתרונות וכוחה של רשת האינטרנט והם ניצבים צעד אחד מאחורי ארגונים למטרות רווח וארגונים ממשלתיים בהטמעת הטכנולוגיות חדשות (Avidar, 2011).

מגזר השלישי הוא מונח כוללני לארגונים וולונטריים וארגונים ללא כוונת רווח בחברה – מלכ"ר. הוא נקרא "שלישי" לאחר שני המגזרים האחרים, המגזר העסקי והמגזר הממשלתי – ציבורי. ארגונים אלה בעלי מגוון פעילויות אך ללא הגדרה ייחודית כלשהי. הדבר המאחד את כל הארגונים מסוג זה הוא אופן ההצטרפות התנדבותי אליהם. בעבודה זו יעשה שימוש בכל המונחים – מגזר שלישי, מלכ"רים וארגונים וולונטריים – מאחר ולצורך העבודה הנם מונחים נרדפים (רביבי, 2012).

הצורך של ארגוני המגזר השלישי להתאים עצמם לסביבה בה חיים מאלץ כל ארגון מסוג זה לאמץ את השימוש באינטרנט באופן מלא, מפני שכיום ברור שנוכחות של אתר אינטרנט בלבד אינה מספקת. הספרות המחקרית בנושא שימוש ארגוני המגזר השלישי באינטרנט מתייחסת לדפוסים הנפוצים של אימוץ והטמעת השימוש ברשת האינטרנט בארגונים שלא למטרת רווח. ספנסר טוען כי סיבה העיקרית להקמת אתר אינטרנט עבור המלכ"רים באוסטרליה הינה שיתוף מידע (Spencer, 2002). וילסון חקרה אתרי אינטרנט של ארגונים על מנת להבין איך מלכ"רים מנצלים את האתרים שלהם ככלי לייצוג (Wilson, 2003). היא פיתחה מודל שמורכב משישה אלמנטים עיקריים הנדרשים ל"אתר האידיאלי": (1) אינטראקטיביות של האתר, (2) ערך חינוכי, (3) יעילות האתר בהצגת מטרות הארגון, (4) עיצוב ותוכן מושכים, (5) עדכון המידע באתר, (6) נגישות לגולש. חוקרים נוספים הגיעו למסקנה שארגוני המגזר השלישי הגדילו את הנוכחות שלהם ברשת בשנים האחרונות, אך עדיין יש להם מה ללמוד על מנת להגיע למצב של אתרי האינטרנט ברמה של המגזר העסקי (Kenix, 2007; Avidar and Rafaeli, 2009).

מחקר זה בא לבדוק את תופעת השימוש של ארגוני המגזר השלישי באתרי האינטרנט שלהם. מטרת המחקר היא לבחון האם אתרי אינטרנט של מלכ"רים מתוכננים כדי להעצים באופן מיטבי את ההשתתפות הפוליטית של האזרחים.

העבודה הנוכחית התרכזה סביב השאלה האם האתרים של מלכ"רים בישראל מתוכננים כדי להעצים את ההשתתפות הפוליטית של האזרחים? על מנת לענות על השאלה הזאת נעשה ניסיון לבדוק את הקשר בין פונקציות תקשורתיות שמציע אתר הבית שך ארגון לבין רמת החשיפה של הארגון לפעילות פוליטית ולבחון השערה הבאה:

פרק 1: סקירת ספרות

1.1 המגזר השלישי בעולם ובישראל

ברוב המדינות העולם מקובלת התפיסה התלת מגזרית היוצרת מערך חברתי-פוליטי-כלכלי במדינה. מדובר בשלושה מגזרים עיקריים: הממשלתי, העסקי והאזרחי, שפועלים זה לצד זה תוך שיתוף פעולה ניכר, כאשר מלכ"רים, עמותות וארגונים וולונטריים מהווים מגזר בעל מאפיינים משותפים למרות השוני הקיים בין הארגונים הנכללים בתוכו ומכונה המגזר השישי (גרומב, 2016).

המגזר השלישי הוא שם כולל לאשכול של ארגונים שאינם ציבוריים ואינם עסקיים. הגדרה פשוטה זו המקובלת כיום במדינות רבות בעולם, מקבצת תחת קורת גג אחת ארגונים שהם הטרוגניים מבחינת גודלם ותחומי פעילותם, תפקידם והרקע להקמתם (רביבי, 2012).

ארגונים וולונטריים ומלכ"רים קיימים בחברה מזה זמן רב גם בארץ וגם בעולם. החידוש בחשנים האחרונות הוא בהתייחסות אל קבוצת ארגונים אלו, השונים כל כך זה מזה כאל "מגזר". במבנה הפנימי של ארגונים אלה קשור למיקום בין המגזר העסקי והציבורי. חלק מהם דומה, בהיבטים מסוימים של פעילותם למערכות שירות ציבוריות בעלות הירארכיה ביורוקרטית ודומיננטיות של אנשי מקצוע, ובהיבטים אחרים של ניהול, למערכות עסקיות המאופיינות בשליטה על ידי מועצת מנהלים וביזמות פיננסית. עם זאת (גרומב, 2016) מציין כי לארגוני המגזר השלישי שני מאפייני המייחדים אותם מארגוני המגזרים האחרים:

- בפעילותם הכספית הם מתבססים על מקורות מגוונים הכוללים מענקים ותמיכות מהממשלה, מרשויות מקומיות או מגופים אחרים, תשלומים הנגבים ממקבלי השירות או דמי חבר ותרומות. מרכיב אחרון זה אינו קיים במגזרים האחרים והוא ייחודי לארגוני המגזר השלישי.
- חלק משמעותי מניהולם ומפעילותם של ארגוני המגזר השלישי מבוסס על עבודת מתנדבים. היזמה להקמתם של ארגונים אלה אינה אחידה: חלקם קמים כתוצאה מיזמה של אזרחים, חלקם כתוצאה מיזמה של ארגונים אחרים.

1.1.1 המגזר השלישי בעולם

סלומון (Salomon, 1994) מגדיר את התעוררות של המגזר השלישי כ"מהפכת ההתאגדות העולמית". אחד הגורמים למהפכה הזאת היא כשל של המדינה שהתבטא בהצטמצמות מדינת הרווחה במערב, ובכישלון של ממשלות במדינות מתפתחות בפיתוח כלכלי וחברתי שהביאו בתחילת שנות התשעים לפילת המשטרים הסוציאליסטיים במזרח אירופה ובעולם השלישי.