

מתוך "מסגרות מדיה: כתב עת ישראלי לתקשורת", גליון 3 (מרץ 2009, ירושלים), כתב העת של "האגודה הישראלית לתקשורת" ו"הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו".

## סקירת ספרים

### **New media and innovative technologies**

Edited by Tal Samuel-Azran & Dan Caspi

Beer Sheva: Ben Gurion University Press, 2008, 295 pages

ג'יימס כ"ץ\*

תרגום: יונה קרנץ

עורכי הספר הציבו לעצמם מטרה: לחקור את "השימושים בתקשורת החדשה ובטכנולוגיות חדשניות והשפעתם על החברה" (עמ' 10). בין ההנמקות למשימה שנטלו על עצמם העורכים מציינים שהמשתמשים זוכים לשליטה חסרת תקדים על גישתם למרחבי התקשורת, אך באותה עת הם גם נוטלים חלק גדל והולך ביצירה המשותפת של תוכני התקשורת. כמו אלבין טופלר לפניו, הם צופים בהופעתם של prosumers ("צרכנים יוזמים"), כלומר משתמשים החורגים מגבולות הצריכה הסבילה של תקשורת ההמונים ונוקטים עמדה פעילה באמצעות יצירת חומרים מקוריים ובאמצעות שיתוף אחרים בהם. חומרים אלה כתוצרים מעשה ידי אדם והתהליך שבאמצעותו הם נוצרים מעוררים עניין ברמות שונות של העשייה האנושית החל ברמה האישית ביותר ועד לרמה החוצה גבולות בין מדינות ועמים. הם גם ממלאים מגוון צרכים החל בכידור, עובר בחדשות, וכלה במעורבות פוליטית. בתור שכאלה, נעשו המוני "צרכנים יוזמים" מעורבים במגוון עצום של פעילויות, החל ביצירת מוצרים חדשים וכלה בתמיכה בטרור. היבטים מסוימים של פעילות זו תורמים לבניית קהילות, ואילו אחרים עלולים לבודד את הצרכן היוזם. אמנם קשה לתחום את מלוא הטווח של הפעילויות האפשריות, אבל בדרך כלל אלה נעות מבידור גרדא, כגון השתתפות במשחקים בחיים וירטואליים, ועד

\* ד"ר ג'יימס כ"ץ הוא פרופסור וראש המחלקה לתקשורת באוניברסיטת Rutgers בניו-ג'רסי (jimkatz@scils.rutgers.edu).

למשימות נשגבות, כגון החיפוש אחר חיים מחוץ לכדור הארץ. כדי לאפשר לקורא להתחבר לחזון זה, ולאחר הצהרה קצרה הבאה להגדיר את מסגרת הדיון, העורכים מגישים עשרה פרקים העוסקים בהיבטים שונים של התקשורת החדשה וברמות שונות של השפעתה על החברה. בסקירה להלן אתייחס לכל אחד ואחד מן הפרקים, ולאחר מכן אעריך את הספר בכללותו.

בפרק הראשון מתמקד גבי וימן בשימוש שעושה ארגון חיזבאללה באמצעי התקשורת המסורתיים והחדשים במלחמתו בישראל. הפרק מנתח את הפעילויות המקיפות, היעילות והמקצועיות למדי של זרוע התקשורת בארגון, ובמיוחד את הפעילויות המסורתיות ברדיו ובטלוויזיה. המחבר מדגים כיצד חיזבאללה משתמש באותן טכניקות שכנוע המשמשות למכירת סבון ומועמדים פוליטיים כאחד, כגון האסטרטגיה "מיקרו-פילוח". בדרך זו משנה חיזבאללה את מבנה מסריו בהתאם להערכתו המושכלת את קהל היעד ואת בעלי העניין. כך למשל, אל קהלים נעדרי תחכום מופנית תעמולה מכוערת וגסה, ואילו כדי להשפיע על כלי תקשורת מערביים ולהגיע לקהלי יעד מתוחכמים נפרסים תכסיסים פסיכולוגיים שנונים. המחבר מביא גם פרטים מרתקים על אודות הקרבות שניטשו בין ישראל והחיזבאללה בזירה הקיברנטית ב-2006 במהלך מלחמת לבנון השנייה; אלה כללו חטיפת אתרי אינטרנט והתקפות והכחשה של התקפות שירות. וימן מראה את מכלול המאמצים הנרחב שנקט חיזבאללה כדי לתקוף את ישראל באמצעות התקשורת וטוען שמאמצים אלה נושאים עתה דיבידנדים גדולים לטובת ארגון הטרור. אולי יש אמת בטענה זו, אבל הניתוח בפרק שם דגש ב"תשומות", דהיינו כמה שעושה חיזבאללה ובמה שהוא מנסה להשיג בכך, ולא ב"תפוקות", קרי בתוצאות ובמידת ההשפעה של מאמצים אלה. יכול היה להיות מאלף לראות עדויות שיוכיחו אל נכון מה הייתה מידת השפעתם של מאמצים מקיפים אלה.

הפרק של אזי לב-און דן בשיתוף פעולה מקוון. המחבר מציין שהאינטרנט הוכיח יכולות מרשימות ב"קידום הסדר אצל נטולי סדר והבלתי מסודרים" (עמ' 45). בניתוח מצביע לב-און על כמה מן הפרויקטים מבוססי-האינטרנט המוצלחים ביותר, וביניהם עובדי המכשור המבוזר (click-workers) של נאס"א, פרויקט SETI@home, פרויקט גוטנברג ופיתוח תוכנות הפועלות במסגרת מערכת ההפעלה Linux. כמו כן מציין לב-און שכמו במשימות שיתוף פעולה רבות אחרות, אחת הבעיות הנצחיות היא "בעיית הנוסע חינם" (the free-rider problem), דהיינו המצב שאנשים מסוימים נהנים מפרי עבודתם של אחרים בלי שהם עצמם עושים דבר כדי לתרום להשגת היתרונות הללו. מובן שלאיש אין פתרון חד וחלק לבעיה זו, אבל חרף בעיית ה"נסיעה חינם", הכמעט מובנת מאליה, ולמרות המודל השולט של ה"הומו אקונומיקוס" (בתורת הכלכלה זהו יצור תאורטי הפועל על פי שיקולים רציונליים של כדאיות ותועלת), הצלחתם

המדהימה של פרויקטים אלה מעידה כאלף עדים על שפע המניעים הגורמים לאנשים להתאחד ולשתף פעולה ביניהם. האלמנט השימושי ביותר בפרק זה הוא אולי התרשים המאיר עיניים של לב-און, המראה מה נדרש ליישום פרויקט של שיתוף פעולה מקוון. המחבר עורך גם סקירה רבת תועלת של הגורמים הנראים חשובים ביותר להצלחתם של מאמצים מסוג זה. הוא אכן מנסה להבין מה גורם למשתפי פעולה מקוונים "לתקתק" (ייסלח לי משחק המילים), אבל סקירותיו העוקבות אינן מספקות די מראי מקום השוואתיים בין הפרויקטים השונים, וטוב היה אילו ראינו שילוב רב יותר בין הממצאים. המלצתו המסכמת של המחבר – שפרויקט מחקר עתידי ייקח על עצמו לערוך ניתוח השוואתי – עשויה, אם תיושם, להפיק תוצאות ביקורתיות מעניינות.

בפרק השלישי מספקים דפנה רבן ומקסוול הרפר (Maxwell Harper) ניתוח בעל ערך של מניעי האנשים המשיבים על שאלות הנשאלות באתרי אינטרנט. המחברים בודקים בצורה נוקבת קהילות של שואלי שאלות ושל משיבים ומחדדים ניסיונות קודמים להגדיר ולסווג קהילות של משיבים, וזאת באמצעות מיקוד תשומת הלב במבנה התמרוץ ובמיוחד ברווחים הלא כספיים שמפיקים המשתתפים באמצעות פעולת הגומלין. לא ברור מדוע טבלה 1, המפרטת רשימה של אתרי תשובות על פי סדר אלף-בית, כוללת ברובה תאים ריקים בכותרת "אתרים בתשלום". לטבלה זו מוקדשים כמעט שני עמודים, ומשום כך היינו שמחים לראות מעט טקסט פרשני שישלים את רשימת השמות של האתרים ואת כתובותיהם המובאים כפשוטם. כך למשל מעניין היה לדעת לגבי כל אתר ואתר מתי הוקם, מה גודלו, מהי רמת פעילותו, ומהו מיקודו התוכני, וכן מעט נתונים דמוגרפיים. מידע כזה יכול היה להועיל במיוחד, מכיוון שהיבטים אלה קשורים לניתוח שנעשה בהמשך הפרק ויכול היה לעשות שימוש טוב בשטח הפנוי הרחב שבטבלה. יחד עם זאת, המחברים מספקים אבחנות רבות עוצמה על כמה מן הסוגיות שזוהו בפרק הקודם, העוסק אף הוא בשיתוף פעולה מקוון, אם כי בדרך שונה. המחברים מסיימים את הפרק בתוכנות נוספות ובהצעת כיוונים מועילים למחקר עתידי, לרבות הסבר מעמיק יותר על ההניעה החוץ-תפקידית (role extrinsic motivation), על סמנים חברתיים (social cues) ועל השפעת עידוד התגובה (prompting).

כותרת הפרק הרביעי מאת ערן פישר היא "מביטחון ועד אינטרנט: שיח על ייצור רשתי בחברה הפוסט-פורדיסטית". האם נכתבה אי פעם עבודה שכותרתה כוללת את המונח "פוסט-פורדיסטי" (post-Fordist) שאינה סובלת גם מהפרעה בעיכול? לא, על פי ניסיוני. ואין בפרק זה דבר שבכוחו להפריך השערה זו שלי. בשימוש בגרסתו הפרטית (שלא פורטה) של ניתוח שיח, שואב פישר השראה ממאמרים שפורסמו בכתב העת *Wired* כדי לזהות ניסיונות של תאגידים לנצל

לטובתם את עוצמת האינטרנט. המחבר מתייחס באופן בלעדי למאמרים שפורסמו בכתב עת זה, התזזיתית ללא פשרות, אולם בלי לפרט את מסגרת הזמן או את תהליך הברירה ששימשו אותו בבחירת המאמרים הכלולים בניתוחו. למרות זאת, הוא טוען שסקירת המאמרים האלה מהווה "שדה הוליסטי וממצה" אשר יביא ל"הפקת הבנה טובה יותר" (עמ' 101). אין זה בלתי סביר שלאדם יהיו הסתייגויות לגבי המידה של כתב עת כמראה משביעת רצון של השינויים בחברה, אם הכותבים בו רואים את עצמם כ"טיפוסים היפיים-מתנגדים-שבטיים-שמאניים-משוררים-כבדים" (Hale, 1996, p. 7).<sup>1</sup> בכל מקרה, פישר אכן משתמש בפיסות ממאמרים אלה בניסיון לחשוף את יחסי הכוחות החבויים במצגות "טכנולוגיסטיות". בפועל, פירוש הדבר הוא, ככל הנראה, הטחת השמצות בחברות המנסות להיעזר באינטרנט כדי להיות יעילות יותר, לצמצם עלויות, לקבל רעיונות חדשים ולהרחיב את השווקים שלהן, גם בעודן מקצצות בהטבות לעובדיהן ובביטחון התעסוקתי שלהם או נפטרות כליל מעובדים מיותרים. כך, בלי להזדקק לסימוכין כלשהם, מיידע המחבר את קוראיו שחברת מוצרי הצריכה *Proctor and Gamble* ידועה בכינוי "הקרמלין שעל גדות נהר אוהיו" (עמ' 114). בשימוש בציטוטים סלקטיביים מנסה המחבר להוכיח שרוח חדשה של קפיטליזם תאגידי נצלני קורמת עור וגידים דרך האינטרנט, ושאחת מהשפעותיה היא שלילת רשת הביטחון שסופקה בעידן "הפורדיסטי" הקודם. די אם נאמר שמיקור חוץ ופיטורי עובדים במטרה לחסוך בעלויות וחיפוש דרכים להקטנת עלות ההטבות לעובדים או אף הקטנת מספר העובדים עצמו היו מסורת בתעשייה זמן רב לפני לידת האינטרנט (זו הייתה מגמה בעלת ותק ארוך בתעשיות הפלדה והמכונאות, למשל). כך, ללא ניתוח החורג מגבולות דפי כתב העת *Wired*, אין בפרק הקשר רחב דיו כדי לדעת מה קורה באמת. בין אם צודק פישר ובין אם לאו, הראיות לכיסוס טענותיו אינן יכולות להישאב מציטוטים אופורטוניסטיים מתוך *Wired*.

בפרק משעשע מתאר ישע סיון כיצד נכנס לחייו משחק המציאות המדומה *Second Life*, והוא מביא מספר אנקדוטות מעניינות המתארות איך יכול אדם לחיות "חיים גדולים מהחיים" על גבי המסך הקטן. לסיכום קובע המחבר שקהילות הידברותיות תלת-ממדיות, כדוגמת *Second Life*, מהוות סוג של תקשורת חדשה. הפרק מייטיב למזג פרטים אוטוביוגרפיים מאלפים וניתוח מבני מופשט.

רייבו סוני (Raivo Suni) בוחן את ציפיות המשתמש של הצופים בטלוויזיית האינטרנט באסטוניה. פרק זה, הראוי לשבח, מציג שורה של נתונים אמפיריים מעניינים שנגזרו משאלון מבוסס-רשת שנערך בשנת 2006 והעלה 1,595 תשובות. המחבר מוצא שבעיני המשתמשים גישה קלה ואיכותית לתוכניות ולסרטי וידאו ללא תשלום נחשבת חשובה עד מאוד. פחות חשובים בעיניהם צבעי הרקע של המסך והקישורים לשירותים חיצוניים, כגון קניות מקוונות ודיווחים על

מזג האוויר. יש אולי מקום לחלוק על בחירת רוטציה של וארימקס (varimax rotation) לניתוח רכיבים עיקריים (principal component analysis), ומוטב היה אילו נאמר לנו כיצד היו רוטציות אחרות משפיעות על הפתרון. אף על פי כן ובסך הכול, להנתיי לראות נתונים אמפיריים שיטתיים על אודות שירות זה, שהנו בעל פוטנציאל משמעותי.

נלי אליאס, דפנה למיש ונטליה חבורוסטיאנוב מציגות דיון מרתק על אודות הדרך שבני נוער ישראליים מקרב עולי חבר המדינות משתמשים באינטרנט. המחברות ממקדות את התעניינותן בשימוש שעושים בני נוער אלה במשאבים מבוססי-רשת מארץ מולדתם כדי לאשש ולחזק את זהותם האתנית המקורית, לקדם את הרגשת האינדיבידואליות שלהם ולבנות קשרים עם אחרים החולקים רקע אתני דומה. המחקר שופך אור באופן מעניין ביותר על דעה מוסכמת נפוצה, ולפיה טכנולוגיות תקשורת יעזרו בבניית גשרים בין קבוצות נפרדות. כפי שמוכיח המחקר, שהקיף 70 מרואיינים בני 12 עד 18 החיים בישראל, השפעתן של טכנולוגיות אלו עלולה להיות הפוכה בדיוק. באמצעות ראינות אלה החוקרות מוכיחות את הטענה הקריטית מבחינה סוציולוגית שהאינטרנט מספק למהגרים הצעירים משאבים המאפשרים להם לעמוד מול הסתערותה של התרבות השלטת על האגו ועל הזהות שלהם, ובכך יש בכוחה לתרום להאטת השילוב בתרבות זו. יתר על כן, בני הנוער יכולים להשתמש באינטרנט ככך שילוח למתקפה על התרבות הסובבת אותם, אשר מנסה להשפילם ולדחוק אותם אל השוליים. מסקנת המחברות של פרק רב ערך זה היא שהאינטרנט מספק למהגרים צעירים משאבי צמיחה והעצמה, ועל כן "מחזק היבטים רבים של זהותם והערכתם העצמית המקורית" (עמ' 206), אולם הן אינן נותנות את דעתן די הצורך לצד ה"עלויות" במשוואה, דהיינו לכך שמשאבים אלה מאטים את תהליך ההטמעה, ואולי אף גרוע מכך: מחריפים את המתחים ומדרבנים אי-שביעות רצון כלפי הסביבה החדשה.

חואן מיגל אגואדו (Juan Miguel Aguado) ואינמקולדה ח' מרטינס (Inmaculada J. Martínez) סוקרים את התחום רחב הידיים של מה שמכונה בפיהם massmediatizing, דהיינו הפיכת דבר מה למתווך תקשורת המונים; במקרה הנוכחי מיושם המונח בטלפון הנייד ובשימושו כצינור להעברת תכנים תרבותיים. בנקיטת נקודת מבט מיקרוסקופית, הם מציגים מסגרות מושגיות שונות אשר באמצעותן אפשר להבין את השימוש בטלפון הנייד. המחברים מתמקדים במיוחד בשימושים העיתונאיים וב"נגישות המתמדת" שמקנה הטלפון הנייד מעצם טבעו. ניסיונם הנועז להמשיג תכונות יחסיות של מאפייני הטלפון הנייד פורץ אופקים חדשים, וסביר להניח שחוקרים אחרים יתבססו על מסגרות אלו בעתיד. אם יתקדמו הלאה אולי ירצו המחברים להתייחס להיבטים המובנים והאפינומנליים של השימושים

בתקשורת הניידת. אם כך יעשו, עשוי הדבר להוות השלמה לגישה האונטולוגית הכבדה שבפרק זה.

תומס היו אפרלי (Thomas Hugh Apperley) חוקר את הדרך שבה משחקים את משחק הווידאו *Grand Theft Auto* בבית קפה בקראקס, ונצואלה; על כל פנים כפי שהוא צפה בהם בקיץ 2005. כמו חוקרים אחרים שבחנו את צריכת המדיה, אפרלי מציין שהמשחק מתקיים בסביבה חברתית המהווה בעצמה חלק חשוב ממשרכתו ומהבניית המשמעות שבו. יחד עם זאת, מן הניתוח של המיקרו-התנהגות הסוכבת את צריכת המשחקים בבית קפה אורבני סוטה המחבר בפנייה חדה לעבר ביקורת על מה שהוא רואה כמעמדה הגלובלי השולי של ונצואלה. בעיניו, *Grand Theft Auto* אינו סתם משחק אלא, חשוב הרבה יותר, חייל במשחק השח-מט הסבוך המציב את הוגו צ'אבס, השואף להיות נשיא ונצואלה לכל ימי חייו, ואת בעלי בריתו באידאולוגיה, נגד "הצפון", קרי נגד העולם המפותח המונהג בידי ארצות הברית. קשה לראות את הקשר בין הדברים. היה מחכים אילו בדק אפרלי גם את קווי הדמיון שבין העיסוק במשחק אצל בני הנוער בקראקס ובין זה של בני גילם בפברוי ערים בארצות הברית, בישראל או ביפן, ולא רק את ההבדלים ביניהם.

בפרק האחרון בספר מנתח צבי רייך את השפעת ההפסקה בת השבועיים בשירותי הזימוניות שהייתה ברשות השידור בישראל במאי 2001. הניתוח מתבסס על ראיונות עם 21 כתבים, שהיוו כמחצית ממספר העובדים המעורבים באירוע. רייך מצא שלמרות שהפסקת שירותי הזימוניות הפריעה לשגרת עבודתם, הצליחו כתבים אלה להמשיך בה ביעילות מתקבלת על הדעת. המחבר מדגיש את העובדה שהזימוניות או כמעט כל טכנולוגיית תקשורת אחרת אינן אלא חלק ממגוון הכלים העומדים לרשות הכתבים. כאשר אמצעי טכנולוגי או ערוץ תקשורת כלשהו אינם זמינים, מנסים אחר תחתיו. הנקודה הבולטת ביותר בניתוח היא אולי ש"המרכיב שאין לו תחליף איננו ההתקן הפיזי אלא שיטות ודרכי העבודה" (עמ' 284).

באשר לספר כמכלול, ראוי היה שהעורכים יכתבו פרק סיכום שהיה מאגד ומנתח את החלקים השונים בספר; פרק סיכום כזה יכול היה להרחיב הרבה מעבר להצהרת המבוא הקצרה שכתבו, והקוראים היו יוצאים נשכרים מהכרת זוויית הראייה של העורכים באשר להשקפותיהם של המחברים השונים ובאשר לאופן שהשקפות אלה עומדות זו עם זו וזו נגד זו. כמו כן, ליקויי עיצוב ותצורה פגמו במראה הספר, ועריכת טקסט רשלנית גרעה ממוכנותו. כך למשל, למרות שהספר כולו מודפס בצבע שחור-חד-גוני, באחד הפרקים מוזכר "קו סגול" האמור להופיע באחד האיורים ומתואר כ"פרט חשוב" (עמ' 147), ומובן שכאשר משתמשים בדיו שחור בלבד, הקו הסגול נראה שחור בדיוק כמו זה שאיננו סגול. כמו כן חבל שלא נעשה שימוש בטבלאות להצגת הנתונים, ושהספר אינו כולל אינדקס.

מלבד הסתייגויות אלה, הקלות יחסית, הספר ניחן ביתרונות רבים. הוא עוסק בנושאים אקטואליים, הוא מכיל מספר גישות חדשניות ומגרות, והוא מתייחס למכלול סוגיות בעלות חשיבות מכרעת בחיינו עם התקשורת החדשה. הספר מציג ניתוחים של המצב במדינות שונות, וזו תכונה חיובית במיוחד בעולם ההופך גלובלי יותר ויותר. רבים מן המחברים מספקים תובנות מועילות וחדות תפיסה באשר לחשיבה העכשווית הנוגעת לפעילות באינטרנט ולהשלכותיה. כמו כן ראויים לשבח העורכים על נכונותם לכלול את התקשורת הניידת במסגרת "תקשורת חדשה", נושא שממנו נוטים להתעלם לעתים קרובות באסופות מסוג זה. בכלל, הספר מספק מערך עשיר מאוד של רעיונות הזוכים לבחינה פורייה מנקודות מבט מרובות.

## הערות

- 1 Hale, C. (Ed.) (1996). *Wired style: Principles of English usage in the digital age. From the editors of Wired*. San Francisco, CA: HardWired.

