

## מחקרים בספרות עברית

הקול—סיפור: מחקרים בפולקלור יהודי  
בעולם משתנה

עורך

עלי יסיף

עורכי משנה

צפי זבה אלרן

לימור וייסמן רביד

דודו רוטמן

כרך ששי

אוניברסיטת תל-אביב

הפקולטה למדעי הרוח ע"ש לסטר זסאלי אנטין

בית-הספר למדעי היהדות ע"ש חיים רוזנברג

המרכז לחקר הספרות והתרבות העברית

ע"ש לאורה שורץ-קיפ

בית שלום עליכם

קורן דב סדן למחקרים בספרות העברית והיידית  
מיסודו של אליג לבון

הוועד הציבורי

דינה פורת (יו"ר)

יצחק ארצי ז"ל

גרשון ברגסון

עמנואל בר-קדמא

יוסף לבון

יוסף סדן

עזרא סדן

## “Please forward the story” סיפורים צממיים – מכיכר השוק אל המרחב הווירטואלי

לימור וייסמן רביד, עדיה מנדלסון-מעוז

### הקדמה

הפולקלור, הספרות העממית וחקרם עברו שינויים מפליגים בחמישים השנים האחרונות. התפתחותם של עולם טכנולוגי, של חברה עירונית ותעשייתית ושל תקשורת המונים היו בין הגורמים שהשפיעו יותר מכול על עולם הפולקלור והספרות העממית. לדברי לינדה דג, החברה הטכנולוגית יצרה קבוצות חברתיות שונות וצורות חברה חדשות, ותקשורת המונים הביאה לגילוי של צורות פולקלור חדשות, לשימור ולגיוון של צורות פולקלור ישנות ולהפצת עלילות ומוטיבים סיפוריים למקומות רחוקים ולקהלים חדשים.<sup>1</sup> במאמר הזה נבקש לאפיין את הספרות העממית הנוצרת באינטרנט, ספרות המכונה סייבר-לור (cyberlore) או נט-לור (netlore). האינטרנט, המשמש מקום מפגש למיליוני אנשים מרחבי העולם, הוא סביבה חברתית מעניינת ואפילו אידאלית לייצור של ספרות עממית. בעידן המדיה הנוכחי, המכונה על-ידי מרק פוסטר 'עידן המדיה השני',<sup>2</sup> התקשורת היא מתווכת-מחשב מחליפה את מדיית ההמונים של הטלוויזיה, של הרדיו ושל העיתונים המודרפסים, מעמידה אפשרויות שונות של תקשורת ואינטראקציה בין אנשים, ומאפשרת גישה מיוחדת של אנשים למידע. השינויים המפליגים האלה משפיעים על הספרות העממית הנוצרת באינטרנט הן מבחינה צורנית והן מבחינה תוכנית.

\* מאמר זה הוא נוסח מורחב של היצאה שניתנה במסגרת הכנס: "הקול סיפור: היבטים במקומו של הקול הסיפורי בעולם משתנה". הכנס הבין-אוניברסיטאי הכיא לחקר הפולקלור בישראל, אפריל 2002.

1 Linda Dégh, "Are Sectarian Miracle Stories Contemporary American Folk Legends?", Lutz Röhrich and Sabine Wienker-Piepho (eds.), *Storytelling in Contemporary Societies*, Tübingen 1990, pp. 71–85, here p. 72.

2 Mark Poster, *The Second Media Age*, Cambridge 1995.

— מקום נרטיבי.<sup>6</sup> ככזה הוא משמש ספרה ציבורית מסוג חדש, המקבילה במובנים מסוימים לאגורה היוונית הקדומה, לבתי הקפה ולכיר הכפר. מתגבשות בו קהילות ונוצרת בו תקשורת אמנותית.

הקהילה הווירטואלית, כמו הקבוצה העממית שמחוץ לאינטרנט, מתגבשת על-ידי קבוצת אנשים בעלי מננה משותף, כגון רקע היסטורי או עדתי משותף, תחביבים, אמונות, נטיות אמנותיות ופוליטיות, החושבים יחד ומפתחים תרבות עממית ופולקלור משותפים.<sup>7</sup> לפי אלן דונס וקרל פגטר, די בגורם משותף אחד להגדרת הקבוצה העממית.<sup>8</sup> חברי הקהילה הווירטואלית, בניגוד לקבוצה שמחוץ לאינטרנט, אינם חייבים להיפגש פנים אל פנים. הם מוצלים את המרחב הטכנולוגי של האינטרנט כדי להשתיך לקבוצה חברתית, שהקשרים בין חבריה מתנהלים בכתיב, ולאחרונה — גם בקול ובתמונה. חברי הקבוצה נפגשים במסגרות חברתיות המתגבשות באופן וירטואלי, כגון בקבוצות דיון וברשימות תפוצה, בלי להיצמצא במרחב גאוגרפי אחד ובלי צורך לחלוק שפת אם, תרבות ומצב כלכלי וחברתי משותפים.

התקשורת האמנותית, המתקיימת בקהילות הווירטואליות, דומה לתקשורת האמנותית המתנהלת בקבוצות מחוץ לאינטרנט, אך גם שונה ממנה מאוד. מצד אחד הסיפורים באינטרנט נוצרים ומתפתחים בקהילות בדומה לאופן היווצרותם מחוץ לאינטרנט — באופן קולקטיבי וכדינמיות של מסירת סיפורים, קבלתם והעברתם מאדם לאדם, תוך כדי חשיבה, יצירה, פיתוח, עיבוד והתאמה אקטואלית מתמידים של הסיפורים. מצד שני, קיימים הבדלים ניכרים בין תהליך היווצרותה של הספרות העממית מחוץ לאינטרנט ובין תהליך היווצרותה באינטרנט.

כפעילות אמנותית, הפולקלור באינטרנט, לדעת לדיסה פאלקובה ומריה פלנט ברשת והיכולת שלו לאמץ לעצמו פנים אחרות, זהות וכינוגופיה בדויה, מובילות את המשחתתפים בקהילות הווירטואליות ליצור ולהעביר את הסיפורים העממיים באופן חופשי, ללא עכבות וללא חשש. גם הצרכנים הפסיכים לכאורה של הסיפורים האלה, שלעתים אינם חשים בנוח לעסוק בהם בגלוי בסביבתם הפיזית הקרובה, חשים מושררים יותר ליצור

6 Steven G. Jones, "The Internet and its Social Landscape", *ibid.*, pp. 7–35, here p. 6.

7 על מרגש הקהילה הווירטואלית ועל הקשר בינה ובין התקשורת — בין community ל-Nessim Watson, "Why We Argue About Virtual Community".

8 Alen Dundes and Carl Pagter, *When You're up to Your Ass in Alligators: More Urban Folklore from the Paperwork Empire*, Detroit 1987, p. 268.

לימוד וייסמן רביד, עדיה מנדלסון-מיעו

בחלק הראשון של המאמר נשווה בין תהליך היווצרותה של הספרות העממית באינטרנט ובין תהליך היווצרותה מחוץ לאינטרנט. נבקש לעמוד על אופייה המיוחד של התקשורת האמנותית של הסייבר-לור, תוך כדי דיון בנושאים האלה: אופיין של הקהילות, דרכי ההפצה של הסיפורים, כלי הכתיבה, אופן המבע והיחסים בין המספר לקהל.

הסיפורים העממיים, ונתמקד בשני ז'אנרים של ספרות עממית השכיחים במיוחד באינטרנט — האגדה האורבנית והשמועה.

לצורך הבהרת ההבדלים — בתקשורת ובתכנים — בין הספרות העממית הנוצרת באינטרנט ובין זאת הנוצרת בעולם הממשי, נציג דוגמאות משני סוגים. ראשית, סיפורים שתוכנם אינו קשור דווקא לאינטרנט ומתקיימים גם מחוצה לו, למשל שמועות שנוצרו בעקבות אירועי 11 בספטמבר 2001 וסיפורים המתיחסים לישראל ולישראליים. שנית, סיפורים שתוכנם קשור לאינטרנט ולהיבט הטכנולוגי שלו. כאן יוצגו סיפורי ירוסטים.

### התקשורת האמנותית והסייבר-לור

האם יש ספרות עממית באינטרנט? כדי להשיב על השאלה הזאת עלנו לבחון אם מאפייני היסוד של הפולקלור ושל הספרות העממית קיימים באינטרנט.

דן בן-עמוס מגדיר את הפולקלור כ"תקשורת אמנותית בקבוצות מצומצמות", כלומר, כיצירה הנוצרת בתהליך של תקשורת בין-אישית בתוך קבוצות ועל-ידי קבוצות. ההגדרה הזאת מתאימה גם לאופן היווצרותה של הספרות העממית באינטרנט על-ידי משתמשים וגולשים במרחב הווירטואלי. הרמן באוסינגר הציג את השינויים שעברו על הפולקלור בעידן הטכנולוגי, בין השאר באמצעות דיון נרחב בתפיסת אחדות המקום — *unity of place*.<sup>4</sup> המרחב הווירטואלי, ה-cyberspace, איננו מקום פיזי אבל הוא בהחלט 'מקום' — מקום עבודה, מקום בילוי, מקום מפגש,<sup>5</sup> ולפי סטיבן ג'ונס

3 דן בן-עמוס, "הגדרת הפולקלור בהקשר התרבותי", הספרות, ד 3 (1973), עמ' 416–426, כאן עמ' 423.

4 Hermann Bausinger, *Folk Culture in the World of Technology*, Bloomington and Indianapolis [1961] 1990, chapter 2.

5 פוסטר (לעיל הערה 2), פרק 2; Steven G. Jones, "Virtual Ideology and the Realization of Collective Principles", (ed.), *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*, London 1997, pp. 36–54, here pp. 36–37.

כאינטרנט מתפתחים סוגים מעניינים של מכתבי שרשרת, למשל מכתבים המזהירים משתמשים מפני וירוסים ומפני תכניות מחשב המכוונות לחבל במחשבי המשתמשים. כמו למשל המכתב הזה:

There is a computer virus that is being sent across the Internet. If you receive an e-mail message with the subject line "Irina", DO NOT read the message. DELETE it immediately.

Some miscreant is sending people files under the title "Irina". If you receive this mail or file, do not download it. It has a virus that rewrites your hard drive, obliterating anything on it.

Please be careful and forward this mail to anyone you care about.<sup>10</sup>

המכתב שלעיל, כמו מכתבים רבים אחרים, הוא מתיחה. אנוני נטיס ליטול בה חלק מתוך חשש שמחשבינו יינזקו ומתוך התחשבות בחברנו הווירטואליים והלא-ווירטואליים. כמו מתיחות וירוסים רבות, גם ההודעה הזאת בנויה משלושה חלקים. החלק הראשון, הכולל בדרך כלל את הכותרת ואת השורה הראשונה, נועד למשוך את תשומת הלב של הקורא (the hook), החלק השני כולל איום לגבי הנזק שעלול לקרות (the threat) ובחלק השלישי הנמען נדרש להפיץ את המכתב הלאה (the request). מכתבי שרשרת שחובת ההפצה שלהם מודגשת, אינם בהכרח נוקטים איומים. במקרים רבים הם מכתביחיים גמול – כסף או מתנות. למשל מכתב השרשרת שלהלן, שמוכתב בו טלפון נייד של נוקיה לכל אדם שיפיץ את המכתב:

Hello dear customer

We from Nokia, are very happy to see that the people on the internet are visiting our page often. To keep the customers who use the internet happy, we have developed a wireless application protocol [...] Unfortunately, not many people have heard about WAP, that's why we are spreading this e-mail around the net. 'What's in it for me?', you'll probably think.

Well, everyone who forwards this message 10 times, will receive the Nokia 3210. Everyone who forwards this message 25 times or more, will receive the Nokia 7110, the first WAP telephone. Two weeks after you've forwarded this message, Nokia will

10 סיפורי הווירוסים לקודים מתוך אתר המרכז את הסיפורים האלה: <http://hoaxbusters.ciac.org/>. באתר אפשר לערוך חיפשים לפי מילות מפתח. הסיפור הספציפי מצוי ב: <http://hoaxbusters.ciac.org/HBMailCode.shim#Irina>.

לימור וייסמן רביד, עדיה מנדלסון-מעוז  
אותם ולהפיצם ברשת.<sup>9</sup> לפיכך, התקשורת האמנותית הזאת מתאפיינת ברמת יצירותיה גבוהה מאוד ובתפוצה רחבה.

תפוצה רחבה זו נובעת גם ממהירות ההפצה חסרת התקדים המאפיינת את טכנולוגיית האינטרנט. הסיפורים באינטרנט מופצים באופן מיד, מקוון ואקספוננציאלי, כפי שמוזג בדיאגרמה שלהלן. די שכל נמען יעביר את הסיפור לעשרה אנשים, שכתובותיהם האלקטרוניות שמורות כפנקס הכתובות שלו, באמצעות לחיצה על ההוראות 'העבר' ו'שליח' (forward send), כדי שכשישה מחוזרים (שיכולים להימשך כדקות אחדות) יזפץ הסיפור במיליון עותקים.

Generation	1	2	3	4	5	6
Number of Messages	10	100	1,000	10,000	100,000	1,000,000

פעולת ההעברה של סיפור בדואר נמשכת שניות אחדות, אינה דורשת השקעה של כסף, מאמץ או ביצוע סיפור מול קהל, ולכן היא מאוד נגישה. העברת סיפורים בדרך הזאת היא לעתים אישית – מאדם לחברו, ולעתים לא-אישית – אדם יכול לקבל סיפורים בדואר, רק משום שרשם את כתובתו האלקטרונית כפורום כלשהו. כך זוכים הסיפורים לתפוצה המונית ורחבת היקף בזמן קצר לאזורים גאוגרפיים מרוחקים.

ההפצה ההמונית והמהירה של הסיפורים העממיים באינטרנט מספקת מענה מצוין לחובת ההפצה של סיפורים עממיים כאשר הם. חובת ההפצה של סיפורים לנמענים רבים ככל האפשר נועדה בין השאר לשמר ולהחלים לאחרים. קיימים דיאנונים של ספרות עממית, שהדינמיקה של חובת ההפצה היא חלק ממהותם הצורנית והתוכנית, למשל הדיאגר של מכתבי השרשרת. במכתב שרשרת הנמען נדרש להפיץ את המכתב מתוך איום או מתוך הבטחת תגמול. בעולם הממשי (מחוץ לאינטרנט), המשתתף בהפצת מכתב שרשרת צריך לטרוח טרחה רבה – הוא צריך להעתיק את המכתב (או בעידן הטכנולוגי – לצלמו), להכניסו למעטפה, לקנות בול ולהדביקו, ולשלוח את המכתב. משתמשי האינטרנט יכולים להפיץ את מכתבי השרשרת בלחיצת מקש בלבד.

Larisa Filalkova and Maria N. Yelenevskaya, "Ghosts in the Cyber World"; *Fabula*, 9 (2001), pp. 64–89, here pp. 65, 68, 73.

במכתב מפורטות שעות הדלקת הנרות בהתאמה ל-time zone בארצות הברית, למשל 22:30 בחוף המזרחי ו-19:30 בחוף המערבי. פירוט השעות נועד לעורר את אמונם של הנמענים כי הדלקת הנרות תצולם בתצלום אחד על-ידי לווין של נאס"א. בגרסה שלפנינו חובת ההפצה של המכתב מושתתת על הרעיון שגורם ידוע ומוערך, כמו נאס"א, שותף למפעל הזה, וכי המפעל יצליח ככל שייטלו בו חלק אנשים רבים יותר. המכתב הוא כמובן בגורד שמועה חסרת בסיס. ראשית, מבחינה טכנית אי-אפשר לצלם תצלום כזה, משום שבחוף המערבי עדיין לא חשוך בשעה 19:30, וככל מקרה אור הנרות יבלע בשאר אורות העיר. אשר למעורבות של נאס"א בכיכול, היא הופרכה על-ידי דוברי נאס"א. למרות זאת, מכתב השרשרת הזה הופץ בקנה מידה נרחב, ורבים נענו לבקשה שבו. ייתכן שהסיבות לכך נעוצות בין השאר בכך, שרבים הדליקו נרות לאות אבל בעקבות האסון, ובאותם ימים דובר רבות על אמריקה המאוחדת ככאבה. באותה תקופה גם הותרו לפרסום תצלומי לווין המציגים את ההריסות. דוגמאות נוספות למכתבי שרשרת שנפוצים מאוד באינטרנט הם מכתבים המבקשים מנמעניהם להרים תרומה למען חולים אנושים (בדרך כלל ילדים), או מבקשים מהם לחתום על עצמות למען מיעוטים בעולם. המכתבים האלה כוללים בדרך כלל סיפורים אישיים נוגעים ללב, ונמעניהם מתבקשים להעבירם לאנשים רבים ככל האפשר, בטענה שרק מספר רב של תרומים יביא להצלחתם של אלה הנחונים במצוקה. רבים מהמכתבים האלה מתארים מקרים אמיתיים, אך לעתים הפצתם נמשכת גם כשאננם רלוונטיים יותר (החולה הבריא, או חס ושלום — נפטרי). בחרנו לא להביא דוגמאות מן המכתבים האלה בגלל רגישות הנושא.

מתוך מבחר הדוגמאות של מכתבי השרשרת שהצגנו, אנו למדים כי הצורה השונה של התקשורת האמנותית — באינטרנט ומחוץ לאינטרנט — יוצרת הבדלים משמעותיים בין הסיפורים העממיים המסופרים באינטרנט לאלה המסופרים מחוצה לו. נציין שלושה הבדלים כאלה ונסבירם להלן: היחסים בין המספר לקהלו, כלי הביטוי ואופי המבע. המספר העממי הקלס, בעולם הממשי, מספר את סיפורו בעל-פה באוזני קהל מאזינים בסיטואציה של היגוד. האינטראקציה בין המספר לקהלו והנסיבות המשתנות של היגוד הסיפורי, משפיעות על האופן שבו המספר מבצע את סיפוריו, ועל הדרך שבה הוא משנה אותם ומעצב אותם מחדש בכל סיטואציה נתונה של היגוד. לעומתו, המספר באינטרנט לא מקיים קשר עין עם הקהל. מצד אחד המספר באינטרנט תלוי פחות בקהלו, הוא יכול לספר פֶּתַח חופשיות ולהיעזר בצורות הבעה מגוונות יותר, המזוהות בחלקן עם הספרות הכתובה. מצד שני, האינטראקציה הקיימת

contact you about your adress. This message is only for Microsoft Windows users, Nokia can only see how much you've forwarded the message if you use Windows 95 or newer.

Good Luck

James Dorfeld

Vice President of Nokia Communications<sup>11</sup>

אפשר לאתר באינטרנט מכתבים רבים מן הסוג הזה, לכאורה מטעם חברות שונות, כגון חברות אחרות של טלפונים ניידים, חברת קוקה קולה, חברת גאפ, מיקרוסופט ועוד. על-פי רוב המכתבים האלה מנצלים את חובת ההפצה ואת מהירות ההפצה כדי להפיץ וירוסים למחשבים רבים ככל האפשר.

מכתב שרשרת מסוג אחר, שאינו מאיים ואינו מתגמל, מנצל את רגישות הקהל לאירועי 11 בספטמבר. לאחר אירועים אלה הופץ מכתב שביקש מכל נמעניו להדליק נר לזכר ההרוגים בשעה מסוימת מחוץ לביהם. להלן גרסה אחת של המכתב:

Email text contributed by Reggie, 18 September 2001

Broadcasted on the Radio

To: People in The USA

From: Nasa

This message originated from an individual at NASA: U.S. has asked that everyone step out on their lawns tonight (Tuesday September 18th) and light a candle.

They will be taking a satellite picture of the U.S. and posting it on the news tomorrow morning.

Light your candles at:

10:30 Eastern

9:30 Central,

8:30 Mountain,

7:30 Pacific

Please pass this on to as many people as soon as possible.<sup>12</sup>

11 ראו <http://www.urbanlegends.com/ulz/xphoneforward.html#nokia> המכתב מצוטט כלשנו, כולל טעויות איות.

12 מבחר של סיפורים הקשורים לאירועי 11 בספטמבר אפשר למצוא ב: <http://www.ulrc.com.au/html/collection.asp?Theme=Attack%02on%02America> וכיכוב לספר פֶּתַח חופשיות ולהיעזר בצורות הבעה מגוונות יותר, <http://urbanlegends.about.com/library/bkxterror.htm> וב: <http://urbanlegends.about.com/library/bivigil.htm>.

הרחבה של היצע הסיפורים המשתייכים לז'אנרים מסוימים כגון אגדות, שמועות ומכתבי שרשרת.

העובדה כי הסיפורים כתובים תורמת גם לשימורם ולהארכת תחלת החיים שלהם. במקרים רבים נראה סיפורים המופיעים בגלים פשוט משום שמישהו גילה אותם כתובים במקום כלשהו, והמשיך את שרשרת ההפצה שנותקה. העניין הזה מאפשר לחוקרים להתחקות אחרי הסיפורים ואחרי השינויים שנעשו בהם.<sup>16</sup> המדיה הזאת יוצרת הקצנה של המושג ההשפעה שיש או photocopylore, מושג שטבע הרולד ברונזוואנד לציון ההשפעה שיש למדיה על הפצת סיפורים כתובים או מצוירים.<sup>17</sup>

שנית, הסיפורים מועברים במידים גרפי — כמילים כתובות, בציורים ובתמונות — דבר המקשה על המספר לבטא בכתב מסוים לא-מילוליים הנצפים ונשמעים בסיטואציה של היגור. עם זאת קיים ברשת ניסיון להתגבר על היעדר היכולת לבטא בכתב מסרים לא-מילוליים, וזאת באמצעות חיקוי של השפה הדבורה. מקובל מאוד למצוא בתכתובות מילים שמשמתיים כהן בדרך כלל במסגרת של תקשורת מילולית כגון: "אני רוצה לדבר על..."; אני רוצה להגיד לך ש...<sup>18</sup> נתבונן למשל בשפה הגלובלית של האינטרנט, שהיא אנגלית קלוקלת. הלשון הזאת עשירה בביטויי סלנג וכוללת סימנים, סמלים וגרפיקה, המאפשרים להביע ג'סטות, טון, אינטונציה ורגשות. מילים הנכתבות באותיות גדולות מבטאות למשל צעקה, כוככות לפני מילה ואחריה מרגישות מילים, פרצופי סמילי ושיטות רישום מקוצרות מכבאים רגשות. המילה LOL, למשל פירושה out loud laughing. מארג הלשון הזה יכול להשפיע גם על צורתו של הסיפור העממי. הנה שלוש דוגמאות לכך. בכל אחת מהן נעשה שימוש מרכזי באינפורמציה ויזואלית — בסמלים ובתמונה.

הדוגמה הראשונה לקוחה מסיפורי 11 בספטמבר, והיא מעבירה מידע באמצעות שימוש מחוכם במקשי המקלדת. להלן השמועה:

Did you know that a flight number from one of the planes that hit one of the two towers was Q33NY.

In MS Word, type in that flight number.

16 Dan Inler, Ben Nagy, TaraLyn Riordan and Asmeret Tekesie-Green, "Folklore and the Internet", *Psy 380, Social Psychology of Cyberspace — Self and Community in the Age of the Internet* (1998); <http://www.units.muohio.edu/~psybersite/cyberspace/folklore/index.shtml>

17 Harold Jan Bruvand, *The Colossal Book of Urban Legends*, New York and London 1999, p. 386

18 פיאלקובה ויילנבסקאיה (לעיל הערה 9), עמ' 76.

בין המספר לנמעניו מוגבלת לזמן שלפני ביצוע הסיפור ולזמן שלאחריו. במהלך ביצוע הסיפור, כלומר תוך כדי כתיבת הסיפור, אין אינטראקציה ממשית בין המספר לקהל. עם זאת, האינטראקטיביות המתפתחת באינטרנט מתגברת על החיסרון הזה, ואנחנו רואים יותר ויותר את התגבשותם של פורומים וקבוצות דיון המתהלים בזמן אמת (real time), באופן שמאפשר קשר כמעט ישיר בין המספר לקהל.

המסגרות החברתיות ברשת — כגון הקהילות הווירטואליות, הפורומים ורשימות התפוצה, בדואר האלקטרוני — מאפשרות סוג של אינטראקציה שאינו קיים בכלי התקשורת האחרים, כגון הטלוויזיה והרדיו, כפי שטוען ריימונד קוויידלנד.<sup>13</sup> ברשת הקהל יכול להתערב, לשאול ולהגיב על המספר ולהוסיף הרחבות סיפוריות. התאוריה הספרותית עוסקת באינטנסיביות כמושג ה-Hypertext, המערער את גבולות הטקסט ואת האוטוריטה של היוצר. השינויים התרבותיים האלה כמעמדו של הטקסט, הגם שנקשרים לתאוריה ולמחקר של הספרות הכתובה, מחלחלים אל הספרות העממית הנוצרת באינטרנט.<sup>14</sup> אנו רואים כי בספרות העממית הנוצרת באינטרנט הקהל יכול להפוך בקלות, כפי שכתסי הירן טוענת, משומע למספר. כך הופכת סביבת האינטרנט לסביבה תומכת להיווצרותה של ספרות עממית.<sup>15</sup>

כאמור, הסייבר-לור, כלומר הספרות העממית באינטרנט, שונה מן הספרות העממית שמחוץ לאינטרנט, משום שהוא אינו מתקיים בסיטואציה של היגור — הסיפורים מועברים בכתב ובתמונה ולא בעל-פה. ההבדל הזה הוא בעל השלכות מעניינות על כלי הביטוי ועל אופי המבע. ראשית, צורת התקשורת באינטרנט משפיעה על הז'אנרים, על הסיפורים ועל הגרסאות לסיפורים הנפוצים באינטרנט. מצד אחד היא גורמת לצמצום הגרסאות של כל סיפור ומצד שני היא מקדמת ומרחיבה את ההיצע של הסיפורים. צמצום הגרסאות נובע בעיקר מן השימוש בהוראה 'העבר' (forward), מספר המשתמש בהוראה הזאת אינו משנה את הסיפור שקיבל, אך הוא הופך למספר מעצם בחירתו להעביר את הסיפור. לעתים הוא גם מוסיף שורות חיוני המלמדת על יחסו לסיפור. הוראת 'העבר' מאפשרת גם

13 Reimund Kvideland, "Storytelling in Modern Society" 13 (עורכים — לעיל הערה 1), עמ' 15–22, כאן עמ' 17.

14 ראו למשל את הדיון אצל: Stephan Pulsford and Richard Sears, "Chapter 9: Literature and the Internet: Theoretical and Political Consideration".

15 in idem, *Literature and the Internet*, New York and London 2000, pp. 169–186

Betsy Hearne, "Once There was and Will Be: Storytelling the Future", *The Horn Book Magazine*, (November/December 2000), pp. 712–719; <http://www.lis.uiuc.edu/Hearne/oncethere.html>

Enlarge the font size to 26 (any big size).

Change the font to Wingdings.

What you should end up seeing is:



19

השמועה הזאת מנצלת את שינויי הפונטים האפשריים במעבד התמלילים Word ואת חיבתם של משתמשי המחשבים ל'טריקים' חדשים. מספר הטיסה שהופץ הוא מפוברק: מספר הטיסה, 33, מתחבר עם סורה 33 בקוראן. שבה נדון העונש שמועד אללה ללא-אמינים. למעשה, מספרי הטיסות של United Airlines היו 77 ושל American Airlines היו 93 ו-175. הסימון NY מתייחס למטוסים שהיו אמורים לנחות בכיכול בניו-יורק, אלא שהמטוסים המזכירים היו אמורים לנחות בחוף המערבי. ומה בדבר הופעתו המפתיעה של המגן דוד? האם הוא משקף את התפיסה המסורתית על אודות כוחם הדמוני של היהודים או אולי דווקא את היותם קרבנות?

הגם שמספר הטיסה שצוין במכתב היה שגוי, המכתב זכה לתפוצה רחבה מאוד. כאשר התגלה כי השמועה מבוססת על מספר שגוי, הופצה שמועה אחרת שנועדה לאמת ולאשר את השמועה הראשונה. בשמועה החדשה צוין כי המספר Q33NY היה מספר הזנב של המטוס (ה"tail number"), ולא מספר הטיסה שלו. את השמועה הזאת מיהרה חברת המטוסים להפריך, במכתב שלהלן:

Thank you for sharing with us your thoughts and concerns. The safety and security of air travel is on all our minds, across America. At FAA, we are working aggressively to respond to and resolve security concerns. We need to ensure heinous acts like those that occurred in New York, Pennsylvania, and Washington D.C. on September 11 never happen again.

All aircraft registered in the United States have tail numbers beginning with "N", as in November. For example a tail number might be "N4567", or "N1", etc. The tail number to which you

<http://www.ultr.com.au/html/report.asp?CaseFile=ULRR8800&Page=1&View=Request&Collection=Atta ck%20on%20America> 19

סיפורים עממיים – מכיכר השוק אל המכתב הווידאוואלי

refer is not possible for a United States registered aircraft. This is a hoax.

...The Secretary of Transportation established two task forces to address security. One team is focusing on increasing security at the nation's airports; the other team will examine security on board aircraft. They are collecting, evaluating, and prioritizing ideas that will help to develop a new national strategy for aviation security.

The public response to Tell FAA has been tremendous—over 25,000 emails, faxes, letters, and phone calls in the first two weeks. At a time of such national tragedy, the expressions of support, genuine desire to help, and influx of ideas is truly inspiring. We thank you. Most sincerely,  
Tell FAA Response Team.

הפולקלור, אם כן, קיים גם בתמונה ובגרפיקה, והגרטיב המסורתי איננו המדיום היחיד להיווצרותו של אגדות אורבניות, כפי שעולה למשל מספרם של דנדס ופגטר משנת 1996.<sup>20</sup> הפולקלור הווידאוואלי, שהתפתח בעיקר דרך מכונות הצילום והפקסים, עובר שידור מערכות באינטרנט. איכות התמונות טובה יותר והתפוצה מהירה יותר. אין צורך במכשור כגון מדפסת, מכונת צילום או פקס, שכן אפשר לראות את התמונות כבהירות וכנוחות על גבי מסך המחשב.

ואמנם, תמונה אחת שווה אלף מילים לפחות, ויכולה בעצמה לספר סיפור.<sup>21</sup> בתמונות שלהלן נראים בנייני התאומים עולים בלהבות ומוקפים בענן עשן גדול, מעבד לענן העשן, אפשר לזהות את "פניו של השטן".<sup>22</sup>

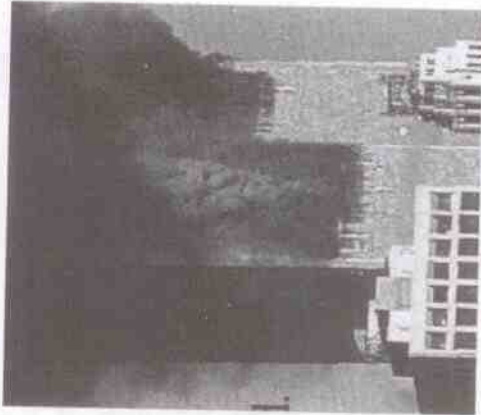
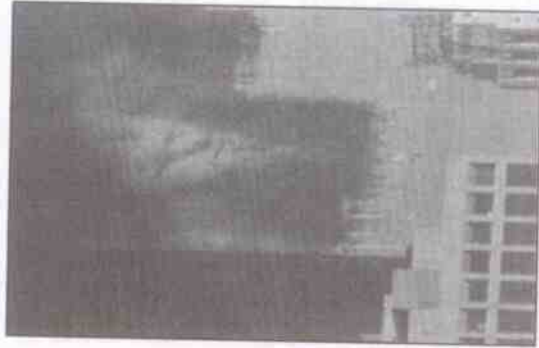
Alan Dundes and Carl R. Pagter, *Sometimes the Dragon Wins: Yet More Urban Folklore from the Paperwork Empire*, Syracuse 1996.  
21 במאמרה של ברברה קירשנבלט-גמבלט, תשומת הלב מופנית לכוחה של הווידאוואלי בהתליכי התיאור, ההתמודדות והזיכרון לנוכח אירועי 11 בספטמבר. Barbara Kirshenblatt-Gimblett, "Kodak Moments, Flashbulb Memories — Reflections on 9/11", *The Drama Review*, 47 (2003), pp. 11–84.  
22 ספק שהאירוע הזה הוא האסן המצולם ביותר בהיסטוריה (שם, עמ' 12).  
<http://www.ultr.com.au/html/report.asp?CaseFile=ULRR5800&Page=1&View=Request&Collection=Attack%20on%20America>; <http://urbanlegends.about.com/dynamic/offsite.htm?site=http://www.clickondetroit.com/sb/news/stories/nat%2Dnews%2D96283920010917%2D120936.html>

סיפורים עממיים — מכיכר השוק אל המרחב הווירטואלי

These photos of the shuttle explosion are very graphic but are outstanding in their clarity and detail. They were taken (I was told) by an Israeli satellite and have not yet been released by the U.S. Government. I thought you might want to see them if they haven't been sent to you already.



לימור וייסמן רביד, עדיה מנדלסון-מעוז



התמונות שלפנינו מדגישות את הכמיהה של האזרחים האמריקניים הגדומים לקשר בין האסון הנורא שפקד אותם ובין כוח שטני על-אנושי, שהוא בבחינת התגלמות הרוע. השטן מופיע בלא-מעט אגדות אורבניות ושמורות מודרניות. והסבר להופעתו בשמועה הזאת, כמו גם הסבר להופעתו בשמועות הנפוצות ברשת על אודות חוצנים, אפשר למצוא אצל קרל סגאן. הוא טוען כי האדם ניחן ברגישות רבה לצורות פנים, המתפתחת אצלו מינקות, והמכילה אותו לזהות פנים אנושיים או שדיים בנוף נקי.<sup>23</sup> בעקבות השמועה הזאת המשפט "זהות פנים אנושיים או שדיים בנוף נקי" הפך לססמה.

הקשר של אירועי 11 בספטמבר לנאס"א מחד גיסא וליהודים מאידך גיסא מזכיר שמועה נוספת בעלת פן ישראלי. התרסקות מעבורת החלל קולומביה עם חזרתה לכדור הארץ הובילה רבים לחפש אינפורמציה ויוזאליה בנושא, ועד מהרה נקשר הסיפור הזה לישראל. נטען כי לוויין ריגול של ישראל צילם את מעבורת החלל בעת הפיצוץ. להלן השמועה ומבחר תמונות מייצגות:<sup>24</sup>

Subject: Columbia Photos

A friend of a friend forwarded the following:

"Got these from a friend of mine who is a retired NASA space engineer. Haven't seen anything like this on the news yet."

Carl Segan, *The Demon — Haunted World: Science as a Candle in the Night*, New York 1996, pp. 43–46

<http://urbanlegends.about.com/library/bl-shuttle-explosion.htm> : לקוח מתוך



את אופי ההפצה ואת דינמיקת ההפצה שלהם. ראינו כי האינטרנט יכול לשמש גם סביבה תומכת בעבור הספרות העממית — בשל סוג התקשורת המתנהלת בו ובשל כלי ההכנה החלופיים העומדים בו לרשות המספר. כעת נדון בשניים מן הז'אנרים שהאינטרנט מקדם ומבליט יותר מכול: האגדה האורבנית והשמועה. בדיון, שילווה בדוגמאות, ננסה לעמוד על סוד הפופולריות של שני הז'אנרים האלה. כחלק השני של המאמר נוסיף ונביא דוגמאות מסיפורי 11 בספטמבר, מסיפורים הקשורים לישראל ומסיפורי הווירוסים. כאן ראוי לציין כי יש לאמץ נקודת מבט גמישה בעת הדיון בקטגוריות ז'אנריות, שכן החלוקה הז'אנרית בהקשרים האלה איננה תמיד חד-משמעית, והגבולות נוטים להיטשטש.

### האגדה האורבנית והשמועה במרחב הווירטואלי

האגדה האורבנית, או כפי שנוהגים לכנותה גם — 'המיתוס האורבני', 'האגדה העכשווית', 'האגדה המודרנית' או 'האגדה בת־זמננו' — הוצגה על-ידי ברונוואגנר כסיפור פולקלור חדש, שרוב האנשים שמעו כדיווח אמתי על חוויות חיים אמיתיות.<sup>25</sup> האגדה האורבנית מתייחסת לעולם המודרני, ולפיכך יופיעו בה תמות ומוטיבים הקשורים למודרניזציה, כגון מדע, תרבות המונים ומין. את מקום האמונה בדת ובעל-טבע מחליף כאגדה האורבנית היוצא מן הכלל — דמות מעורפלת ואמביוולנטית הפולשת אל מציאות חיינו ומעמידה בסימן שאלה את המציאות הזאת, את משמעותה ואת ערכינו.<sup>26</sup> לדברי ד'ג ואנדרו ואיווני, שני האלמנטים המכריעים בקביעת דמותה של האגדה הם: (1) תפקודה — כמהימנה וכאמיתית; (2) תכניה ונושאייה — ומידת החשיבות שהמאזינים מייחסים להם. דג מסבירה שתפיסת האמת של האגדה מבוססת על היותה ראליסטית ועל כך שגיבור האגדה נדרש להתמודד עם חוויה בלתי־גשגרתית.<sup>27</sup> תפיסת האגדה כאמתית ובלתי־פורמלית מובילה את נמעניה להעבירה הלאה,<sup>28</sup> כחלק מן התהליך שכינינו קודם — חובת ההפצה של סיפורים עממיים.

- Harold Jan Brunvand, *The Vanishing Hitchhiker: American Urban Legends and Their Meanings*, New York and London 1981.  
 Carl Lindahl, "Psychic Ambiguity at the Legend Core", Gillian Bennett & Paul Smith (eds.), *Contemporary Legend — a Reader*, New York and London 1996, pp. 69–90, here pp. 73–78.  
 Linda Dégh and Andrew Vázsonyi, "Legend and Belief", Dan Ben Amos (ed.), *Folklore Genres, Austin*, 1976, pp. 93–123, here pp. 94–95.  
 Elliott Oring, "Legend, Truth and News", *Southern Folklore*, 47 (1990), pp. 163–177, here p. 163.



סדרת התמונות הזאת לקוחה מאנטיציט מחשב שהופקה לצורך סרט מדע בדיוני, והיא מתבססת על המיתוס הקולנועי המוטעה כאילו התסקות מעבורת מלווה בפיצוץ מכלי הדלק שלה. מכל מקום, לוויין לא היה יכול להפיק תמונות מדויקות כאלה, ואפיונו כלוויין ריגול ישראלי מדגיש את התפיסה בכבר הצטיינותה הטכנולוגית של ישראל וכדבר יכולת הריגול שלה. רק כלי כמו האינטרנט מאפשר להעביר תפיסות כגון אלה במהירות ובתפוצה גלובלית.

עמדנו אל אופייה של הספרות העממית המתגבשת באינטרנט, תיארונו את הקהילות הווירטואליות באינטרנט ובחנו את כלי ההפצה של הסיפורים.

