

זרים ברכבת*

לא לגיטימית, ובלתי סבירה בעליל, בוודאי בקודים אמריקניים. זה גרם לי לחשוב על השינוי בדפוס ההתנהגות של הציבור ברכבת או בתחתית, והניע אותי לבחון מחדש תיאוריות הקשורות לצריכה פומבית של תקשורת ומקומן בסולידריות הלאומית.

"בנדיקט אנדרסון, שעסק במחקרו מ-1983 ב"ריטואל הסימולטני" של צריכת תקשורת זהה על ידי מסות של בני אדם, דיבר על קבוצת אנשים המדמיית את עצמה כלאום. לפי תיאוריה זאת המופע של קריאת עיתונים ברכבת התחתית, כמו במקומות פומביים אחרים, משחק תפקיד חשוב מאוד. כשאנשים שלא מכירים זה את זה רואים כי שכנם לרכבת קורא את אותו עיתון באותו הזמן, נוצר ביניהם חיבור מדומיין. ברור שעיתון הוא מוצר קולקטיבי, תכניו אינם שייכים לקורא באופן בלעדי, וברור לחלוטין שאין בו סודות. לכן אפשר גם לקרוא 'מעבר לכתף', ובארץ אפילו לבקש חלק מהעיתון... זו נחשבת התנהגות חברתית הגיונית. לא כך הדבר בטאבלט או באייפון, שיש לו בעת ובעונה אחת שימושים אישיים וצריכת תוכני תקשורת המונים. הרי לא יעלה על דעתך לשאול משכנך לרכבת את הטאבלט, רק כדי לקרוא את העיתון הדיגיטלי".

האם הלאומיות גוועת?

הגילוי הזה העלה אצל פרופ' סופר הרהור: אם קריאת עיתון במקום ציבורי הייתה אחד הסממנים לקולקטיביות חברתית, ומסריו המאחדים של העיתון הפכו ציבור זר ללאום וחיברו בין אנשים מקצוות שונים של החיים - מה קורה כשהמוצר הזה הולך ונעלם? האם תחושת הלאומיות, כפי שהכרנו אותה, תתפרק אף היא? האם התפר הזה בין אנשים מקצוות שונים של החיים ייפרם? ומכאן לשאלה הגדולה יותר: האם השיטוט הגלובלי באינטרנט, שלכאורה מאחד בין בני אדם ללא קשר למדינת הלאום שלהם, יגרום לגוועתה ההדרגתית של הלאומיות?

פרופ' סופר מסביר: "כשאתה נוסע ברכבת ורואה שהנוסעים לידך 'קוראים' באייפון או בטאבלט - יכול להיות שהם קוראים את אותם תכנים שאתה קורא - אבל אין לדעת זאת בוודאות. פירוש הדבר שמהפך הטקסי, של אומה המתכנסת יחד לקרוא את עיתון הבוקר, לא נשאר הרבה. גם אם כולם נכנסים יחד, באותו זמן, לפייסבוק, וגם אם הם קוראים את אותה כתבה באותו אתר חדשות מקוון בו בזמן - המודעות לקריאה המשותפת הזאת נעשית ויזואלית פחות, דומיננטית פחות בספֶרָה הציבורית, ויש לכך משמעות.

האם העובדה שיותר ויותר אנשים זונחים את העיתונים המסורתיים לטובת האינטרנט תוביל להחלפת הזהות הלאומית בזו הגלובלית? על פי מחקרו של פרופ' אורן סופר מהמחלקה לסוציולוגיה, למדע המדינה ולתקשורת, ככל שהאינטרנט הולך וגובר הוא דווקא מחזק אלמנטים לאומיים, גם אם באופן שונה מזה שהכרנו בעידן תקשורת ההמונים המסורתיים.

א ת הרעיון למאמרו האחרון - שהתפרסם ב-*Communication Theory*, כתב העת היוקרתי של האגודה הבינלאומית לתקשורת - קיבל פרופ' אורן סופר ז"ל, ראש תחום התקשורת באוניברסיטה הפתוחה, דווקא במהלך נסיעה יומיומית ברכבת, כששהה אשתקד בשבתון בבוסטון. פרופ' סופר, שהגדיר את עצמו כ"מי שלוקח תיאוריות ישנות ומעמת אותן עם הקונטקסט הדיגיטלי העכשווי", הבחין שבעת נסיעה ברכבת ממושב בבריטון לקיימברידג', למחלקה לתקשורת השוואתית ב-MIT, נחלקו הנוסעים מסביבו לשתי קבוצות: הראשונה קראה ספרים, כמו שהיה מקובל פעם. חברי הקבוצה האחרת התעסקו, לעתים באופן אובססיבי, במכשיר שבידיהם - אייפון או טאבלט. אנשים ספורים קראו עיתון מודפס, מוצר שהיה בעבר פופולרי מאוד בנסיעה ברכבת, והיום (לפחות בחלק מהמקומות) כמעט נכחד.

"התעניינתי מאוד בכותרת הספרים שאנשים קראו ואכן, ברוב המקרים הצלחתי לזהות מה הם קראו. לעומת זאת, לא הצלחתי, כמובן, לדעת מה קוראים, אם בכלל, המשתמשים באייפונים ובטאבלטים. כל הצצה שלי לעבר צג המכשיר שבידם נתפסה כלא מנומסת,

* הכתבה התפרסמה לראשונה בגיליון כתב העת **עדכן** 58. אנו מפרסמים אותה שוב לזכרו של פרופ' אורן סופר שנפטר השנה.

דומיין (domain) לאתרים גם בשפה הלאומית ולא רק באותיות לטיניות – שוב, המקומיות הלאומית הולכת ומתחזקת”.

כיצד המגמה הזאת משתלבת עם התקשורת המסורתית והאם “הלאומיות האינטרנטית” מתחזקת לעומת הלאומיות המסורתית?

“מגמות מסוימות של תקשורת מסורתית עדיין דומיננטיות מאוד בישראל. למשל, קיימת עלייה בשעות הצפייה בטלוויזיה. התקשורת המסורתית עדיין משמעותית מאוד כאלמנט לאומי. 50 אחוזי צפייה ב'אח הגדול' הם עדיין בגדר התקבצות של האומה סביב משדר אחד של פורמט גלובלי כמו פעם. ברור שזאת תופעה מלכדת מאוד במובן הטקסי שלה. גם בפורמט טלוויזיוני גלובלי כמו 'האח הגדול' או 'הישרדות', אתה יודע שיש אלמנטים שמותאמים למקומיות הלאומית, ויכולים להתאים רק לכאן”.

האם לאומיות באמצעות האינטרנט אינה חותרת נגד הכלל ש"המדיום הוא המסר"? הרי לרשותנו עומד הכלי הגלובלי ביותר שאפשר לדמיין – ובכל זאת הוא מביא בסוף להתכנסות פנימה

“כן, זה נכון במידה מסוימת. המדיום בסופו של דבר מתכתב עם מי שמשמש במדיום. והמשמעות האמיתית של המדיום – ובמקרה של האינטרנט היא אולי משמעות גלובלית – נוצרת באמצעות המפגש הזה. אם תצפה בתוכן כלשהו ביוטיוב, המשמעות שתיצוק לתוך התוכן הזה קשורה בנוף חיך, והיא עשויה להיות שונה בתכלית מהמשמעות שמישהו אחר במקום אחר יצוק לאותו סרטון. ולכן יש להיזהר לא ללכת שולל אחר התפיסה הגלובלית שאומרת שאם דפוס צריכת התקשורת משתנים, אזי תהיה לכך בהכרח השפעה פוליטית או לאומית”.

בהקשר של ישראל, פרופ' סופר מדגיש שבעת מלחמה או איום ביטחוני חיצוני, הרשת תורמת דווקא ללכידות לאומית: “בעת מלחמה תוחלף ברשת הלאומיות הבנאלית במה שביליג מכנה לאומיות חמה. מחקרים מראים שמלחמה מוציאה מהמשתמשים ברשת רגשות לאומיים ומקומיים מאוד, של סולידריות ושל 'אנחנו' מול 'הם'. זה מה שמעניין בלאומיות הבנאלית, כל נוסע ברכבת יכול לגלוש לאתר אחר, ועדיין להיחשף לאותן הנחות שמייצגות את אותה לאומיות. הריטואל המשותף נשחק ואת מקומו מחליפות הנחות לאומיות מובלעות ושקטות יותר, אבל אפקטיביות לא פחות”.

הרובד הריטואלי של אומה המתכנסת יחד לקריאה נחלש. תהליך זה בא לידי ביטוי גם בצפייה בטלוויזיה – אם פעם אומה התכנסה יחד לצפות באותה מהדורת חדשות או סדרה טלוויזיונית, כיום יש אפשרויות רבות יותר לצרוך תכנים טלוויזיוניים, מקצתם באופן המותאם לצרכים האישיים של כל צופה וצופה. ריטואל הצפייה המשותפת, לפחות בפורמט, הולך ונשחק”.

אם כך, מדוע לא לקבוע שהכפר הגלובלי האינטרנטי פשוט הופך את הלאומיות לרלוונטית פחות?

“כי כאן נכנסת לתמונה מגמה הפוכה שדווקא הולכת ומתחזקת בזכות האינטרנט. במחקר מ-1995 העוסק בסממנים יומיומיים שגרתיים של לאומיות הצביע החוקר מייקל ביליג, על תופעה שכינה 'לאומיות בנאלית'. ביליג קבע שדווקא הדגל השמוט על מבנה ציבור (שלא נותנים עליו את הדעת), כמו כתבה עיתונאית המדברת על 'אנחנו' (כבני לאום מסוים), משעתק שוב ושוב את הזהות הלאומית שחשים אנשים. השימוש שאנו עושים באינטרנט – הגלובלי, חסר הזהות הלאומית לכאורה – מקבל עם הזמן שימוש מקומי ולאומי יותר. במסגרת המגמה הזאת דווקא רשת האינטרנט מחזקת אצלנו את החלוקה הלאומית בין 'אנחנו' לבין 'הם'.

כדי להדגים למה הוא מתכוון ביקש ממני פרופ' סופר להקליד את הכתובת השכיחה ביותר באינטרנט: www.google.com. אבל המחשב מתעקש לזרוק אותי דווקא אל הגוגל המקומי, הישראלי: www.google.co.il. רק אחרי הקשה מכוונת על הלינק ל"גוגל באנגלית" אני מגיע אל האתר הבינלאומי, הגלובלי (כלומר, האמריקני...). אותה תופעה חוזרת כשמקלידים את הכתובת של האתר הבינלאומי MSN: המבקש נזרק, בלי שביקש, ולפעמים אף בלי משים, אל האתר הישראלי. כאילו "אח גדול" ולאומי מבקש לחבק אותנו בזרועות הספָּרָה המקומית.

פרופ' סופר מתייך: “המחשבה שאתה במרחב גלובלי באינטרנט פשוט מתנפצת. שימושי הרשת מחליפים שימושים מקומיים כמו ספרי טלפונים ומפות, ולכן הרשת נעשית מקומית ולאומית יותר. ושים לב שדווקא המפות האינטרנטיות, המתקדמות כל כך, מוסיפות רבדים פרטניים ולאומיים ביותר – תמונות, נופים וכו'. הרשת הגלובלית הולכת ומתמקדת על פי שייכות אזוּרית ולאומית, ומייצרת עוד ועוד אלמנטים כדי שהמושט ירגיש שהוא בבית. הסיימות של אתרי הרשת, לפי מדינת לאום ספציפית, הן דוגמה ל'תחביר הלאומי' שהולך ומתחזק ברשת. למעשה, כיום אפשר לתת שמות