

מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה

התקשורת במלחמת לבנון 2006

**תפקודי מדיה חדשים בשעת חירום:
המקרה של מלחמת לבנון השנייה**

ד"ר אזי לב־און



מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה

תפקודי מדיה חדשים בשעת חירום:
המקרה של מלחמת לבנון השנייה

ד"ר אזי לב-און

חוברת מס' 7 – אוגוסט 2010

תפקודי מדיה חדשים בשעת חירום:
המקרה של מלחמת לבנון השנייה

ד"ר אזי לב-און

ביה"ס לתקשורת, המרכז האוניברסיטאי אריאל בשומרון

סדרת התקשורת במלחמת לבנון 2006

מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה

סדרת התקשורת והמלחמה בלבנון 2006

במלחמת לבנון השנייה (קץ 2006) אמצעי התקשורת היו בעלי משקל משמעותי בניהול שדה הקרב, והיתה להם השפעה רבה על האזרחים בעורף, על הלוחמים ועל מקבלי ההחלטות ברמה הפוליטית והצבאית כאחד.

בעקבות המלחמה נתכנסה קבוצה של חוקרי תקשורת לדיון במשמעות המלחמה והחליטה לערוך סדרת מחקרים הנוגעים להיבטים שונים של התקשורת והמלחמה. חוברת זו היא השביעית בסדרה, ובה המחבר מתאר ומנתח את שימושי האינטרנט ההשתתפותיים בזמן המלחמה, תוך התמקדות בפעילויות לארגון העורף ולסיוע לו. המחבר טוען כי האינטרנט היה כלי דומיננטי בארגון העורף בזמן המלחמה, ומסכם בהמלצות לגבי אופנים לניצול יתרונותיו של האינטרנט לגיוס הציבור ולהנעתו בשעת חירום.

המחבר

ד"ר אזי לב-און הוא ראש מסלול מדיה חדשה ודיגיטלית בבי"ס לתקשורת במרכז האוניברסיטאי אריאל בשומרון. ד"ר לב-און חוקר את ההשפעות הפוליטיות והחברתיות של רשת האינטרנט, ומשתמש לצורך כך במגוון שיטות כגון ניסויי מעבדה, ניתוחי קישוריות וסקרים אופליין ואונליין. מחקרים אחרונים ניתחו כיצד ומדוע תקשורת מתווכת-מחשב משפיעה על העברות כספים במשחקי אמון, כיצד גולשים מדרגים אייטמים חדשותיים, כיצד מועמדים משתמשים ברשת בקמפינים, ואילו שימושים נעשים ברשת ע"י המפונים מגוש קטיף וע"י נשים חרדיות הגולשות בפורומים סגורים.

תודות

המחבר מבקש להודות לארז כהן, קרן סרנו, חן סבג ויוכי פרל על סיועם בהכנת המאמר. תודות על ההערות לרמי סטויצקי (עמותת מעורב/b4c), ד"ר חגי כץ (המרכז לחקר המגזר השלישי, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב), ונאוה צבי בן-משה (המועצה להתנדבות).

© כל הזכויות שמורות

מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה

אוניברסיטת תל-אביב

יולי 2010

עיצוב: מיכל סמו־קובץ ויעל ביבר, המשרד לעיצוב גרפי, אוניברסיטת תל-אביב

תקציר המחקר

רבות נכתב על תפקוד התקשורת ועל השימושים בה בזמן מלחמת לבנון השנייה, אך ההתייחסות אל שימושי האינטרנט במהלך מלחמה זו, בדגש על זירות השתתפותיות (ווב2), הייתה זניחה. מטרת מאמר זה היא למלא את הריק, לתאר ולנתח את שימושי האינטרנט ההשתתפותיים בזמן המלחמה, תוך התמקדות בפעילויות לארגון העורף ולסיוע לו. לטענתי, האינטרנט היה כלי דומיננטי בארגון העורף בזמן המלחמה, בשל שילוב של שלושה גורמים: אחוזי חדירה גבוהים של אינטרנט בפס רחב בישראל; העדר ההכרזה על מצב חירום, שתרים בעקיפין להגברת המעורבות של המגזר השלישי ושל קבוצות הסיוע באינטרנט; והתמשכות הלחימה, שיצרה חלון הזדמנויות ליצירת פלטפורמות שיתופיות ברשת ולפרסומן.

בחינת השימושים בכלי ה-ווב2 במהלך מלחמת לבנון השנייה מתבססת על מודל של לב-און והרדין (Lev-On & Hardin, 2007), לפיו הצלחתה של פעילות קבוצתית באינטרנט נגזרת מהשילוב בין יצירת פלטפורמות שיתופיות על ידי יזמים לבין יציקת תוכן לפלטפורמות אלו על ידי הגולשים. הפחתת עלות יצירת פלטפורמות שיתופיות מחד והוזלת עלויות האיתור ותרומת התוכן של משתמשים מאידך, מצמצמים את החסמים ליצירת שיתופי פעולה רבי משתתפים שמספקים מענה לצרכי הגולשים, גם כאשר רשויות הממשלה מנוטרלות מלעשות כן בעיתות חירום.

במסגרת המאמר אבחן ואנתח את שימושי האינטרנט ההשתתפותיים בזמן מלחמת לבנון השנייה. אסכם את המאמר בדיון בממצאים ובהמלצות לגבי אופנים לניצול יתרונותיו של האינטרנט לגיוס הציבור ולהנעתו בשעת חירום.

מבוא

ב-12 ביולי 2006 חדרו לוחמי חיזבאללה לשטח מדינת ישראל, חטפו שני חיילים והרגו שלושה. במהלך ניסיונות החילוץ נהרגו חמישה חיילים נוספים. עוד באותו היום החליטה ממשלת ישראל להגיב על הפגיעה בריבונותה והכריזה על פתיחת המבצע "שכר הולם". במהלך הלחימה, שהתמשכה מעל לחודש, פעלו חיילי צה"ל בעומק לבנון כנגד לוחמי החיזבאללה, בעוד שחיזבאללה ירה מטחי רקטות רבים על ישובי הצפון. תושבים רבים נאלצו לחיות במקלטים במשך שבועות בצפיפות ובתנאים קשים, ואחרים נותרו ללא מיגון מפני הרקטות. לפי ההערכות, כ-330,000 איש נאלצו לעזוב את בתיהם ועקרו למרכז ולדרומה של הארץ עד יעבור זעם.¹

ב-33 ימי הלחימה נהרגו 44 אזרחים ו-119 חיילים. בתי החולים ושירותי מגן דוד אדום בצפון הארץ טיפלו בכ-5,000 נפגעים. במהלך המלחמה שיגר חיזבאללה כ-4,000 רקטות, ופגע בכ-12,000 מבנים, 2,000 מהם נהרסו לחלוטין. הפעילות הכלכלית, במיוחד בצפון המדינה, ספגה מכה קשה ועסקים בינוניים וקטנים רבים קרסו.²

מלחמת לבנון השנייה לא נתפסה בתחילתה על ידי הדרגים המדיניים כיותר ממבצע צבאי מוגבל (דו"ח ועדת וינוגרד, 2008). העורף הישראלי נדרש לשמור על איפוק בימים הראשונים של הלחימה ונראה כנכון לספוג את מטחי הטילים. לאור זאת, ממשלת ישראל בחרה להכריז על "מצב מיוחד בעורף" אולם לא על "מצב חירום". סיבה נוספת להכרזה זו הייתה הרצון למנוע פגיעה בהשקעות כלכליות בישראל ובדירוג האשראי של המדינה. כתוצאה מכך, בין היתר, לא הופעלו מערכי החירום של המשק לשעת חירום (מל"ח). רק במרץ 2007 החליטה ועדת השרים לטקסים ולסמלים לכנות את המערכה בצפון "מלחמת לבנון השנייה" (דו"ח ועדת וינוגרד, 2008).

1 http://theglobalreport.org/?section=archives&cat_id=38&article_id=1036

2 הוועדה לבדיקת אירועי המערכה בלבנון 2006 (2008).

ynet, "דו"ח: 12 אלף מבנים בצפון נפגעו במלחמה" פורסם באתר: 28.08.2006 ynet

<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3296559,00.html>

לוי, אלי. נחום, דורון. בוחבוט, אמיר. "מלחמת לבנון השנייה: 156 הרוגים, 3,970 קטיושות"

פורסם באתר: <http://www.nrg.co.il/online/1/ART1/465/075.html> 15.08.2006 nrg

מדו"ח ועדת החקירה הממלכתית בראשות השופט בדימוס וינוגרד, שהוקמה על מנת לחקור את אופן ניהול המלחמה, מדו"ח מבקר המדינה וכן מדו"חות נוספים עולה תמונת מצב עגומה לגבי מצב העורף בעת המלחמה. רבים מעובדי הרשויות המקומיות, בדומה לאזרחים אחרים, עקרו מבתיים ועברו דרומה. מהלך זה פגע משמעותית ביכולתן של הרשויות המקומיות לסייע לאוכלוסייה להיערך לשהייה הממושכת במקלטים ולהגיש את השירותים הנדרשים בשעת חירום. במקביל, משרדי הממשלה וחלק ניכר מן הרשויות המקומיות לא קיבלו במהלך המלחמה תמונה ברורה של המצב בשטח ושל צרכי האוכלוסייה, לא השכילו להפיץ מידע רלוונטי ולתת מענה מהיר לצרכים שאותרו (כגון: אספקת מזון ושתייה, תרופות, מקלטים, תחבורה, פינוי אוכלוסייה ומציאת פתרונות דיור), ולא דאגו כיאות לאוכלוסיות בעלות צרכים מיוחדים כגון ילדים, קשישים, חולים, עולים חדשים ועוד.³ הדו"חות מאזכרים גם מקרים של העדפת מקורבים ושחיתות לכאורה, למשל בחלוקת ציוד ומתן גישה לשירותים (דו"ח מבקר המדינה, 2007; כץ ואח', 2007).

מבקר המדינה מצא ליקויים בתפקודי הרשויות המקומיות כרכוזות המקבלות מידע "מהשטח" ומגבשות תמונת מצב, וכמוקדי הפצת מידע לתושבים. דו"ח המבקר מציין:

"לרשויות מקומיות לא היו מערכות שליטה ובקרה שביכולתן לספק תמונת מצב עדכנית על מספר התושבים ברשות המקומית ועל מצבם. תמונת המצב האמורה היתה עשויה לאפשר לנציגים מטעמן ומטעם גופים תורמים והתנדבותיים לחפש ולאתר מעשית משפחות ואזרחים נזקקים" (עמ' 495).

ולגבי הפצת המידע:

"בחלק מהרשויות המקומיות לא הועבר מידע דרך קבע ולא כלל נתונים על אספקת שירותים קיומיים (וחיוניים) באמצעות הרשות המקומית ורשויות ממלכתיות אחרות. רשויות מקומיות פרסמו מידע בשפה העברית בלבד, אף שמקצת תושביהן הם דוברי ערבית, רוסית ואמהרית" (דו"ח מבקר המדינה, יולי 2007, ע"מ 497).

יתר על כן, בדו"ח מבקר המדינה (יולי 2007) צוין כי הרשויות לא השתמשו ברוב האמצעים שהיו ברשותן (כגון טלפונים, מסרונים ואינטרנט) על מנת להפיץ מידע לציבור, וכי המידע שפורסם היה חלקי ובדרך כלל בעברית בלבד (דו"ח מבקר המדינה, יולי 2007, ע"מ 521).

3 הוועדה לבדיקת אירועי המערכה בלבנון 2006 (2008), הוועדה לבחינת מוכנות העורף במצבי חירום (2006), בבלי ואח' (2007), כץ ואח' (2007), מכון ראות (2008), מבקר המדינה ונציב תלונות הציבור (2007). עורכי אתר האינטרנט הארץ און ליינ ריכוז תחת הכותרת: "הפקרת העורף במלחמה – דו"ח המבקר" סדרת כתבות בנושא:

תפיסת היקף המחדל משתקפת בביטויים הקשים שנבחרו לתיאור התנהלות הממשלה והרשויות במסגרת הדו"חות: וועדת הכנסת לבחינת מוכנות העורף במצבי חירום (2006), בראשות ח"כ עמי איילון, התייחסה לטיפול בעורף של חלק ניכר מן הרשויות המקומיות בצפון כאל "כשל מערכתי"; בדו"ח שתי"ל (בבלי ואח', 2007) התייחסו ל"נפקדות הריבון"; ואילו בדו"ח מבקר המדינה (הקדמה, יולי 2007) הגדילו והתייחסו ל"ליקוי מאורות".

לפי הדו"חות, גם התיאום בין הרשויות לבין גופים שונים לקה בחסר. למשל, על-אף שבראשיתה של המלחמה הדגיש מנכ"ל משרד הרווחה את הצורך בהקמת צוותי פעולה בין-משרדיים, מצא מבקר המדינה כי בפועל לא הוקם אף לא צוות אחד כזה לכל אורך המלחמה. יתרה מזאת, אף גוף בעל סמכויות לא פעל לתיאום בין כל העמותות, הארגונים והיזמים השונים שהיו מעוניינים להעניק סיוע לתושבי הצפון (דו"ח המבקר, יולי 2007, עמ' 331).

החלל שנוצר בעקבות הליקוי בתפקוד הרשויות התמלא במקרים רבים על ידי עמותות וארגונים ואף על ידי חברות מסחריות וגורמים פרטיים, שזיהו את הצרכים שהיו קיימים בשטח ולעתים אף השכילו לתת להם מענה. במאמר אתמקד במימד חשוב של המאמץ הארגוני לחפות על אוזלת-ידם של נותני השירותים הממסדיים – השימוש במגוון האתרים והכלים ברשת האינטרנט. אתאר ואבחן סוגי התארגנויות שונות (פורמאליות ולא פורמאליות) כפי שבאו לידי ביטוי מקוון באתרי חדשות, באתרי קהילות מקומיות או נושאיות, בפורומים ובמיזמים שונים ברשת.

רבות נכתב על תפקוד התקשורת ועל השימושים בה בזמן מלחמת לבנון השנייה, אך שימושי האינטרנט, בדגש על זירות ווב2, כמעט ולא נבחנו (למעט נווה, 2008). למשל, בגיליון מיוחד של כתב העת העין השביעית⁴ אודות תפקוד התקשורת במלחמה ניכרת התעלמות כמעט גורפת מן האינטרנט, כשבכתבה היחידה העוסקת בנושא נטען כי "הרושם הוא שמהירות הדיווח שמאפשר המדיום הייתה הבשורה היחידה שהביא עימו הסיקור האינטרנטי"⁵. עם זאת, יש לציין שמספר פרשנים התמקדו במהלך הלחימה בתופעות מקוונות, בעיקר אלו הקשורות לתכני גולשים (ווב2), כגון מלחמות ההסברה המקוונות, הדיווחים הישירים מהחזית באמצעות בלוגים ופורומים, והתרבות המתלהמת שנחשפה בטוקבקים באתרי החדשות.⁶

4 ניתן לעיין בגיליון המיוחד שהתפרסם בספטמבר 2006 (מס' 64) בכתובת הבאה באתר העין השביעית: http://www.the7eye.org.il/Printed_Archive/Documents/issue64.pdf

5 טאוסגי, שוקי. "מלחמה לא וירטואלית" העין השביעית (64), ספטמבר 2006, ע"מ: 26-28 http://www.the7eye.org.il/Printed_Archive/Documents/issue64.pdf

6 אילני, עפרי. "כנסו בהם דחוף!!!" פורסם באתר: הארץ און ליין 17.08.2006 <http://www.haaretz.co.il/hasite/pages/ShArt.jhtml?itemNo=751629>

אין עוררין על כך שהאפשרויות לשלוח מידע ולקבלו הן חיוניות בשעות חירום, ושרשת האינטרנט תורמת להן באופן ניכר ומשמעותי. עם זאת, במאמר אתמקד במימד חשוב ומעניין לא פחות של השימוש באינטרנט בשעות חירום, והוא היכולת למנף את המדיה החדשים והאינטראקטיביים לצורך ארגון חברתי ופוליטי, תוך התבססות על פלטפורמות רשת שאליהן מוזרמים תכני גולשים.

במסגרת המאמר אסביר כיצד האינטרנט שימש ועשוי לשמש גם להבא ככלי להעצמת תהליכי סיוע, התנדבות ושיתוף פעולה בין-מגזרי ואף בין-אישי במצבי חירום, באמצעות בחינת שימושי רשת השתתפותיים (ווב2) בישראל במהלך מלחמת לבנון השנייה. אתמקד במספר תופעות: חשיפה של התארגנויות באתרי מפתח המנתבים את תנועת המתנדבים ברשת, פרסום ושיתוף מידע במסגרת פורומים מקומיים, שימוש באתרים ייעודיים העונים לצרכי קהילות מקוונות, ויצירת פרויקטים של שיתופי פעולה המוניים (crowdsourcing) כתגובה לצרכים אד־הוק. אסיים בסקירת המסקנות הנובעות מן האמור ביחס לאפשרויות השימוש במדיה חדשים ואינטראקטיביים בשעת חירום, וההמלצות הנגזרות מהן.

המגזר השלישי במלחמה

כאמור, לפי דו"ח מבקר המדינה ולפי דו"חות נוספים שהוזכרו לעיל, תפקוד המוסדות הציבוריים בזמן המלחמה היה לקוי מן היסוד, והם התקשו לספק את צרכי האוכלוסיות שנמצאו בטווח הטילים. הפער בין הצורך בשירותים לבין המחסור במענה הציבורי היווה "חלון הזדמנויות" עבור ארגוני מגזר שלישי. דו"ח של המרכז לחקר המגזר השלישי מתאר כיצד ארגוני המגזר השלישי תפקדו כגופים מתווכים בין התורמים והמתנדבים לבין הנפגעים כתגובה לשיתוק בפעילות הממשלה (כץ ואח', 2007). הארגונים דווחו על עלייה ניכרת בהיקף הפעילות ובמספר הנזקקים לשירותים ולסיוע, ורובם החלו לפעול כבר בשבוע הראשון ללחימה (ראו גם עמ' 555-573 בדו"ח מבקר המדינה, יולי 2007). מסקר של מדגם מייצג של הציבור הכללי, עולה כי 58% מהציבור סברו שארגוני המגזר השלישי ואזרחים מן השורה עשו את מרבית העבודה בשטח במהלך המלחמה, למרות שלתפיסת 87% מהמשיבים היה זה מתפקידה של הממשלה לעשות כן (כץ ואחרים, 2007).

ביחס למוסדות המדינה, ארגוני המגזר השלישי מאופיינים במספר יתרונות בולטים הרלוונטיים למתן פתרונות וסיוע לאוכלוסיות במצוקה בשעת חירום, כגון גמישות ויכולת התאמה לנסיבות משתנות, ואיתן יכולת להגיב במגוון אופנים לאתגרים שעל הפרק; אוטונומיה שמאפשרת לארגונים לעסוק בנושאים שנויים במחלוקת, שוליים או מגזריים, שגופים אחרים נמנעים מטיפול בהם; היכרות עמוקה עם הקהילות בתוכן הם פועלים ועם הנסיבות בשטח; ונטייה להתמחות בסוג אוכלוסייה מסוים, נושא מסוים או טכניקת התערבות מסוימת (שם, שם).

ארגוני המגזר השלישי הם גם בעלי תשתיות שמאפשרות להם לגייס מספר רב של מתנדבים בטווח זמן קצר יחסית, ולהתאים את יכולותיהם לצרכי השעה בדינמיות רבה יותר בהשוואה לרשויות ולממשלה. דינמיות זו באה לידי ביטוי יותר בארגונים בהם ההתנדבות היא בעלת אופי שאינו דורש הכשרה, ומתבטאת פחות בארגונים הפועלים בקרב אוכלוסיות עם צרכים ייחודיים, בהם ההתנדבות דורשת השקעה ולימוד (שם, שם). בזמן מלחמת לבנון השנייה ארגונים רבים הרחיבו ועיבו את פעילויותיהם, וכשליש מהארגונים ביצעו פעילויות שהיו שונות באופן מהותי מהפעילויות המבוצעות בזמן שגרה. כמו כן הוקמו קואליציות של

ארגונים שפעלו יחדיו למינוף הסיוע לאוכלוסיות הנפגעות (שם, שם; דו"ח מבקר המדינה, יולי 2007, ע"מ: 561-565).

אולם למרות הגמישות והפתיחות, נתקלו הארגונים בקשיים שונים, כגון הקושי בזיהוי צרכים ובמיפויים, והקושי באיתור פעילים שיתנו מענה הולם לאותם צרכים. חרף העובדה כי בזמן שגרה קיים מידע מסודר אודות צרכי האוכלוסייה בידי הרשויות המקומיות ובידי משרדים ממשלתיים שונים, כגון משרדי החינוך והרווחה, מידע זה לא היה זמין בכדי לסייע לארגונים להגיע אל רבים מהנוקדים. ארגונים גדולים שפעלו בצפון בהיקפים רחבים ציינו שהמצב שנוצר יצר בעיה של תיאום וויסות ביניהם – כפילויות וחפיפות של פעילויות הארגונים, ופערים בשירות המוצע על ידם. בעיה נוספת שצוינה הייתה הקושי של הרשויות לתאם את פעילויות הארגונים בשטח.

לנוכח סיועם הרב של ארגונים ועמותות בחיפוי על אוזלת ידן של הרשויות בשעת חירום, חשוב להדגיש את יתרונות ההתארגנויות השיתופיות באינטרנט כתוספת ולעתים אף כתחליף להתארגנויות פורמאליות. להתארגנויות בלתי פורמאליות באינטרנט מגוון יתרונות ארגוניים, לדוגמא: הפעילות איננה דורשת החזקת משרדים ותשלום משכורות לעובדים, יש אפשרות לקבל מידע ממספר רב של אזרחים המדווחים בזמן אמת על צרכים מיידים "מהשטח", יש אפשרות להגיע בקלות למספר רב של אנשים פרטיים שמתעניינים בנושא מסוים ושעשויים לתרום לפי יכולתם באופן יעיל ובמקום הנכון, ועוד (ראו למטה). במקרים בהם נותני השירותים הממסדיים אינם זמינים על מנת לספק פתרונות לצרכים מיידים, קבוצות ואנשים פרטיים המתארגנים באופן מקוון עשויים להחליפם ולסייע במידת הצורך. פרמטרים אלה מאפיינים את האינטרנט ככלי שעשוי להקל על יצירת תשתית ארגונית יש מאין לטיפול בבעיות, חלקן פתאומיות, לא צפויות ולא שגרתיות. הסעיפים הבאים מוקדשים לתיאור ולניתוח של יוזמות שיתופיות מצד ארגוני מגזר שלישי, קבוצות ויחידים בזמן מלחמת לבנון השנייה ברשת האינטרנט הישראלית.

דפוסי שיתופיות באינטרנט במצבי חירום: "מלמטה למעלה" ו"מלמעלה למטה"

ישראל היא מהמדינות המרושתות ביותר לאינטרנט בעולם. לפי נתונים מתקופת הלחימה (יולי 2006), מספר משתמשי האינטרנט בישראל מוערך בכ-3.7 מיליון, שהם 52% מכלל אוכלוסיית ישראל, כאשר 96% מהם הם בעלי פס תקשורת רחב. שימושי האינטרנט הפופולאריים ביותר הם: דואר אלקטרוני (99%) חיפוש מידע (96%), וקריאת חדשות ועיתונים אינטרנטיים (86%).⁷

ממצאי סקר TIM, שנערך בקרב מדגם ארצי ומייצג בדצמבר 2006, מראים גם על שימוש אינטנסיבי של הגולשים הישראלים בפלטפורמות ווב2 מסוגים שונים. מרבית הגולשים הישראלים (53%) עושים שימוש בתוכנות מסרים מידיים כדוגמת המסנג'ר וה-ICQ. 41% מהגולשים קוראים את תגובותיהם של גולשים אחרים לכתבות המתפרסמות ברחבי הרשת. שימושים רווחים נוספים באינטרנט בקרב הגולשים הישראלים הם השתתפות בפורומים (28%), כתיבת תגובות (22%), צפייה בתוכניות טלוויזיה (20%), קריאת בלוגים (18%) והעלאת תמונות ושיתופן (10%).⁸ בישראל מתקיימת תרבות אינטרנט ענפה הכוללת בין השאר בלוגים, רשתות חברתיות, אתרי וידאו, משחקים, ואתרי כתיבה, הגות, שירה, ספרות ועוד. כמו כן, גם לארגונים ישראלים רבים המעניקים סיוע ושירותים וכן לארגונים ישראלים לשינוי חברתי יש נוכחות מקוונת קבועה בדמות אתר אינטרנט פעיל.

מן הנאמר עד כה, ניתן להצביע על שלושה גורמים המאפשרים להסביר את החשיבות הגבוהה של פלטפורמת ווב2 במהלך מלחמת לבנון השנייה:

- 1. הנגישות הגבוהה בישראל לרשת האינטרנט, ובמיוחד הפעילות הניכרת בפלטפורמות רשת שיתופיות** – גורמים אלו ביססו את האינטרנט ככר פורה להעלאת הצרכים של תושבי הצפון למרחבי הרשת, ובמקביל לפעילות שנועדה לענות עליהם.

7 צורף, איילה. "94% מהגולשים מחוברים בפס רחב" פורסם באתר: וואלה! TECH! <http://tech.walla.co.il/?w=4/950296/31.07.2006>

8 כהן, מעיין. "ממצאי סקר TIM לסוף 2006: גוגל חוצה את ה-80%; אתר תפוז קופץ ל-27.1%" פורסם באתר: גלובס <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000175587>. 23.01.2007

2. **היעדר ההכרזה על מצב חירום** – ההחלטה שלא להכריז על מצב חירום הובילה להתנערות מאחריות מצד רשויות המדינה בכל הנוגע לטיפול בתושבי הצפון במהלך המלחמה. מצב זה פתח צוהר לפעילות הרבה של ארגוני המגזר השלישי וכן להתאגדויות מבוססות־אינטרנט.

3. **התמשכות הלחימה** – הזמן הארוך של המלחמה אפשר יזמות של גורמים נוספים מעבר לארגוני המגזר השלישי, הרגילים לפעול במצבי שגרה עם אוכלוסיות בעלות צרכים מיוחדים. יחידים, קבוצות וארגונים התאימו את פעילותם והרחיבו את מעגלי שיתוף הפעולה, הסיוע והסולידריות עם תושבי הצפון, גם באמצעות הרשת.

מספר חוקרים בחנו את השימוש בפלטפורמות רשת שיתופיות בזמן אירועי חירום בעולם. מרז (Meraz, 2006) בחנה את עיתונות האזרחים ואת ההתארגנות הקולקטיבית לאחר הצונאמי באוקיינוס השקט בשנת 2004, ולאחר פיגוע הטרור ברכבת התחתית בלונדון ואסון הוריקן קתרינה בארצות הברית בשנת 2005. החוקרת טענה שפלטפורמות שיתופיות המתבססות על תכני משתמשים (כגון בלוגים, אתרי שיתוף תמונות ווידאו, ואתרי עריכה שיתופית המבוססים על טכנולוגית ויקי) היוו כלים חיוניים להפצת מידע, לעדכון, לארגון ולתיאום. פלטפורמות אלו "הצמיחו" מערכות ניהול משברים ותמיכה "מלמטה למעלה". המיידיות של תוכן גולשים ויכולת ההפצה שלו בערוצי תקשורת גלובליים לא רק שהפכו את האזרחים לספקי מידע חשובים ואותנטיים, אלא סייעו לאזרחים לקחת חלק בניסיונות החילוץ, ההצלה והסיוע.

חוקרים בחנו שימושי ווב2 במצבי חירום אחרים, למשל לאחר אירוע הירי בקמפוס ווירג'יניה טק (אפריל 2007), (Palen et al., 2009), בזמן שריפות גדולות שיצאו מכלל שליטה בארצות הברית (Shklovski, Palen & Sutton, 2009) ועוד. מספר חוקרים התמקדו בשימושי ווב2 ואינטרנט בכלל לאחר אסון הוריקן קטרינה בשנת 2005 (Procopio & Procopio, 2007; Macias, Hilyard & Freimuth, 2009). בכל המקרים, החוקרים טענו כי חשיבותו של האינטרנט נעוצה לא רק בתמיכה במוקדים תקשורתיים וארגוניים היררכיים המעבירים מידע והנחיות לפעולה "מלמטה למטה", אלא בעיקר בשל ההזדמנויות הנוצרות עבור יחידים וקבוצות לארגן פעולות קולקטיביות ולהשתתף בהן. מניתוח השימוש ברשת ככלי לשיתוף מידע ולביסוס פעילות קולקטיבית במצבי חירום עולה כי מתקיימת סימביוזה במצבים אלו בין אתרי מפתח שמרכזים תנועה רבה של גולשים, לבין תכנים שמוצרים על ידי מספר גדול של אנשים וקבוצות.

האינטרנט, שמעצם טבעו בנוי באופן מרושת, מאפשר מעבר מידע בין המשתמשים באמצעות מגוון כלים כגון דואר אלקטרוני, רשתות חברתיות, פורומים, בלוגים ועוד, ומצמצם משמעותית חסמים לשליחת מידע בפורמטים שונים (טקסט, תמונות,

אודיו, וידאו ועוד) עבור אינספור גולשים ברחבי העולם. המידע מגיע ליעדו בפרק זמן קצר ביותר, והעלות השולית של שליחתו ושיתופו עם מעגל גולשים נרחב היא זניחה. כך, האינטרנט מעניק לאנשים פלטפורמה לפרסום ולשיתוף מידע פרטי שברשותם, שאינו נגיש באותו זמן לערוצי תקשורת ממסדיים, כמו תמונות או סיפורי גולשים מזמן חירום. אלו עשויים להביא לאימפקט נרחב אם יפורסמו ויקודמו באתרים אליהם מתנקזת "אוכלוסיית היעד" הרלוונטית.

השימוש באתרים מבוססי-ויקי (כלי ליצירת ועריכת תוכן בצורה שיתופית באינטרנט) הפך בשנים האחרונות לאחת הדוגמאות המובהקות של יצירת מוצר ציבורי משותף על ידי משתמשי הרשת (Meraz, 2006). למשל, לאחר החורבן שהמיטה סופת ההוריקן קטרינה, אתרי ויקי אפשרו למשתמשים להעלות מידע, שאלות ובעיות. האתרים נבנו כך שמצד אחד פנו לאוכלוסייה המקומית על מנת לספק לה מידע, ומצד שני סיפקו למתנדבים ולתורמים מידע על הצרכים המקומיים, על אופני הסיוע האפשריים ולגבי האנשים והגופים הזקוקים לתרומה. האתרים גם ניתבו אנשים למקומות בהם יוכלו לקבל סיוע כספי, אוכל, מחסה וציוד ואף לעזור באיתור נעדרים (Meraz, 2006, p. 22, c.f. Shklovski, Palen & Sutton, 2009). דוגמה למיזם ויקי הינה מפת ההרס של הוריקן קטרינה.⁹ המפה של האזור, ששירטוטה התבססה על טכנולוגיות המיפוי של *Google Earth*, אפשרה לאנשים שיש להם מידע על אתרים שנפגעו בסערה ובהצפות שלאחריה לסמן את האתר הפגוע, ולכתוב את הנתונים הידועים להם ביחס לפגיעה. על המפה הצטברו מאות סימונים ששיקפו תמונת מצב כוללת של האזור לאחר הסערה. תמונה זאת היא תוצר של תיאום בין מאות משתמשים שבחרו לשתף את המידע שברשותם.

משימה נוספת שהתבצעה ברשת באמצעות מספר רב של תרומות קטנות הינה גיוס כספים. המשבר שיצר הוריקן קטרינה הוביל לגיוס תרומות אינטנסיבי לצורך מתן סיוע ראשוני ולפיתוח ארוך טווח. למעלה מארבעה מיליארד דולר נתרמו למטרות אלו, כמחצית מסכום זה הופנתה לארגון הצלב האדום, שהיה ארגון הסיוע המרכזי בשטח.¹⁰ לפי דו"ח של מכון המחקר *PEW*, 13 מיליון אמריקאים העבירו תרומות באמצעות האינטרנט אחרי אסונות ההוריקנים קטרינה וריטה. ארגונים רבים השתמשו בכלים שמציע האינטרנט לצורך גיוס כספים, וחלקם אף שמרו על קשר מתמשך עם התורמים והציגו להם באופן יומיומי את התקדמותם בשטח ואת השימוש שנעשה בכספי התרומות.¹¹

9 <http://www.scipionus.com/katrina.html>. Retrieved September 2006

10 <http://www.redcross.org/news/ds/hurricanes/2005/facts.html>. Retrieved September 2006.

11 <http://www.pewinternet.org/Reports/2005/13-million-Americans-made-donations-online-after-Hurricanes-Katrina-and-Rita.aspx>

מיצוב האינטרנט ככלי לסיוע ולגיוס משאבים במצבי חירום החל שנה קודם לכן, לאחר אסון הצונאמי שהתרחש בדצמבר 2004, בעקבות פנייתם המשותפת של ביל קלינטון וג'ורג' בוש אל אזרחי ארצות הברית בבקשה לתרום לנפגעים. במהלך שידור הבקשה הפנו הנשיאים האמריקאים את האזרחים אל אתר האינטרנט של גדודי החופש של ארצות הברית כגורם המתאם והמחלק את כספי התרומות בין ארגוני הסיוע. הפנית הנשיאים את התורמים לרשת האינטרנט חיזקה את אמינותה ואת ההכרה בה ככלי יעיל ומרכזי למיצוב סיוע, תרומה ושיתופי פעולה.¹² זוהי דוגמה נקודתית להשפעת הפוליטיקאים על מיצוב אתרים ברשת, וליכולתם לסייע במיתוג של אתר מסוים כאתר מפתח.

הדוגמה האחרונה ממחישה כי במקביל להגדלת אפשרויות ההשתתפות הנפתחות בפני יחידים וקהילות בשעת חירום, מתקיימת תופעה קשורה של עליית אתרי מפתח כגון פורטלים, פורומים ואתרי תוכן. אתרי מפתח אלו הם לעתים קרובות מקור ידע מומחה בתחומים מסוימים, לדוגמה מידע חדשותי, מידע בתחומי הבריאות, ההתנדבות, איסוף התרומות וכו'. למשל, אתר הצלב האדום, המוכר ברחבי העולם המערבי כארגון הסיוע הגדול ביותר, מתפקד כאתר מפתח במצבי חירום. בזמן שגרה האתר מציע למשתמשי האינטרנט אפשרויות התנדבות, תמיכה, תרומות דם ותרומות כספיות לקרנות ולפרויקטים שונים של הארגון.¹³ במצבי משבר מתאים הארגון את התכנים באתר. משתמשי האינטרנט שמעוניינים להתנדב ולסייע עשויים למצוא את דרכם לאתר הארגון בקלות, היות והוא מוזכר לעיתים קרובות בהקשר של טיפול במשברים. כך, למשל, התוצאה הראשונה של חיפוש המילה "Donate" במנוע החיפוש המוביל גוגל היתה אתר האינטרנט של הצלב האדום האמריקאי.

גם אתרי חדשות מרכזיים ברשת דוגמת CNN ו-BBC הצטרפו למאמצי הסיוע לאחר אסונות הוריקן קטרינה והצונאמי ומעבר להצגת דיווח חדשות שוטף, היוו מקור מידע חשוב לאפשרויות סיוע, תרומה והתנדבות. כך לדוגמה, אתר CNN פרסם מידע לאחר פגיעת הוריקן קטרינה דף קישורים ומספרי טלפון של למעלה מ-120 ארגונים שפעלו למען האוכלוסייה שנפגעה בדרום מזרח ארצות הברית.¹⁴ כך הפכו אתרי חדשות אלה לשדכנים בין הביקוש של הגולשים הרבים המעוניינים להתנדב או לתרום לבין ההיצע להתנדבות ולפעולות קולקטיביות ברשת מצד אתרים ומיזמי רשת שבמקרים רבים אינם מוכרים לציבור הגולשים.

Still, Tom. "Outpouring of tsunami relief displays power of the Internet". WTN News 12
/12.01.2005 <http://wistechnology.com/articles/1482>

[/http://www.redcross.org](http://www.redcross.org) 13

[/http://www.cnn.com/SPECIALS/2005/katrina/help.center](http://www.cnn.com/SPECIALS/2005/katrina/help.center) 14

פלטפורמות ווב2 ותוכן גולשים במלחמת לבנון השנייה: קטלוג שימושים

רכזות מידע ברשת: אתרי חדשות ומוקדי התנדבות

בחלק זה של המאמר אדגים את השימושים השונים שנעשו בפלטפורמות ווב2 במהלך מלחמת לבנון השנייה. ראשית אדון בחשיבותם של אתרי מפתח, בהמשך אתאר את תפקודיהם של פורומים ושל קהילות מקוונות ולבסוף אעמוד על מקומן של יוזמות אד-הוק מקוונות.

באינטרנט יש מאות מיליוני אתרים. ברור כי משתמש אינו יכול לבקר בכולם בכדי למצוא את המידע הנחוץ לו. ואולם, מחקרים מראים כי התעבורה ומבנה הקישורים ברשת עוקבים אחרי החוקיות של *Power-Law Distribution*, כלומר, אחוז קטן מהאתרים הוא בעל לינקים נכנסים רבים מאד ובעקבותיהם מתקיימת תנועה רבה אליהם, ואילו הרוב המכריע של האתרים מאופיין במספר לינקים נכנסים זעום, ובעקבותיו כניסות נדירות. תופעה דומה קיימת בבלוגוספירה. התפלגות הלינקים המובילים לבלוגים, ואתה גם התפלגות התנועה לבלוגים, היא מוטה ביותר, ורק מספר מועט של בלוגים זוכים לתנועה רבה. כתוצאה מכך, מספר מצומצם של בלוגים מתפקדים כ"רכזות" (hubs) המאפשרות סינון של פוסטים מעניינים בבלוגים משניים, ומהוות אמצעי לקישור בין כותבי בלוגים לבין קוראי בלוגים ולתיאום ביניהם (Farrell & Drezner, 2008). נראה כי התפלגות זו קיימת גם במגוון חתכים נושאים (לב-און, 2009).

כך משמשים האתרים הפופולאריים כ"תוכן עניינים" למרחב המקוון ומתפקדים, בין השאר, כרכזות מידע לצרכי ארגון פרויקטים שיתופיים. כתוצאה מכך, יזמים יכולים להסתפק בפרסום הפרויקט שלהם במספר מצומצם של אתרי מפתח, ואינם נדרשים לפרסמו באין ספור אתרים. כך, אתרי המוקד מספקים שירות סינון, ומקצרים את הדרך למידע חשוב או מעניין. הן היזמים והן מחפשי המידע מרוויחים משירותים אלה. לדוגמא, אתרי מוקד העוסקים באיכות הסביבה מנתבים אנשים באופן קבוע (ואפקטיבי) לצעדות, להפגנות ולפעילויות "ירוקות" אחרות.

כאמור, אתרי מפתח מתפקדים כ"שוטרי תנועה" המושכים אליהם תשומת לב רבה של גולשים-מתנדבים ויש באפשרותם להגיע למספר רב של תורמים ומתנדבים

פוטנציאלים, לעניין אותם ולערב אותם בעשייה. מספר זירות השתתפותיות ברשת אותו באמצעות מעקב אחר אמצעי תקשורת המונים, פורומים, ראיונות עומק עם אנשים מגופי מפתח, ודו"חות שנמסרו מהם.

שניים מאתרי המפתח שנדגמו הם פורטלי החדשים המובילים בישראל. סקר *TIM* מיוני 2006 הראה כי אתר החדשות *Ynet* מבית ידיעות אחרונות זכה לחשיפה שבועית נאה של 56% (דורג שלישי בטבלת האתרים, אחרי גוגל ווואלה).¹⁵ בעדותו בפני הוועדה לקביעת כללי אתיקה לעיתונות בימי לחימה בראשות השופטת דליה דורנר, העיר יון פדר, העורך הראשי של *Ynet*, כי בזמן המלחמה היו ימים בהם גלשו לאתר בין 800,000 ל-850,000 משתמשים ייחודיים (unique users), יותר מאשר מספר הצופים בחדשות ערוץ 2 (ראו גם נווה, 2008). אתר החדשות *nrg* מבית מעריב דורג ששי באותו סקר, עם נתוני חשיפה שבועיים של 23%.

בתום השבוע הראשון ללחימה הבינו ארגוני התקשורת שככל הנראה מדובר במבצע ממושך, והחלו להיערך בהתאם. אתרי המפתח שנבדקו העלו תכנים שענו על צרכי האוכלוסייה שנמצאה תחת אש. בדומה להתנהלותם של אתרי החדשות הגדולים בזמן אסון הוריקן קתרינה, הוקמו באתרי *Ynet* ו-*nrg* אזורים מיוחדים, בהם רוכז מידע על הלחימה ועל המצב בעורף. אתר *Ynet* הוסיף לסיקור גם מדריכים להתמודדות עם חיי היומיום במלחמה, לדוגמה: "לפני שיורדים: מה לקחת איתכם למקלט?". חשוב מכך, שני האתרים הציגו רשימות של ארגונים שפעלו לסייע ליישובי הצפון המופגזים ושכללו קישורים לאתרי האינטרנט של ארגונים אלה.¹⁶ באתר *Ynet* הוצגו גם יומני מלחמה של תושבי הצפון – בלוגים קצרים שכללו סיפורים על נפילות קטיושות, הספדים, קטעי הומור ועוד.

כפי שניתן לראות בלוח 1, מדור "מעורבות" באתר *Ynet*, שקושר מן הדף הראשי, הכיל רשימה ארוכה מאוד של יוזמות ושל ארגוני סיוע שהציעו מגוון פעילויות, כגון אספקת ציוד ומזון ללוחמי צה"ל, איסוף וחלוקת מזון לתושבי הצפון, תמיכה באוכלוסייה שעדיין נותרה בצפון, סיוע לפליטי הצפון השהים בכל חלקי הארץ, תמיכה בחקלאים ובעסקים, עזרה לפצועים ולצוותים המטפלים, והצלת בעלי חיים. ראו בלוח 2 מדריך דומה ל"מוקדי חירום" שהופיע באתר *nrg*.

15 מור, גל. "סקר *TIM*: מהם 20 האתרים הנחשפים בישראל?" פורסם באתר: *ynet internet* 23.07.2007

<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3428833,00.html>

16 ראו למשל <http://www.ynet.co.il/home/0,7340,L-4274,00.html>

<http://www.ynet.co.il/home/0,7340,L-4272,00.html>

<http://www.nrg.co.il/online/43/ART1/452/642.html>

לוח 1. Ynet – ישראל נרתמת, תמונת מסך (15.8.06)¹⁷

לוח 2. המדריך למוקדי חירום, nrg (27.7.06)¹⁸

<http://www.ynet.co.il/articlesnc/0,7340,L-3289765,00.html#111697> 17

<http://www.nrg.co.il/online/43/ART1/452/642.html> 18

לוח 3. פורטל המועצה לאומית להתנדבות – www.ivolunteer.org.il



אתר מפתח נוסף שריכז פעילות התנדבותית רבה בזמן הלחימה הוא פורטל המועצה הלאומית להתנדבות. בשבוע הראשון של הלחימה סיכמו נציגים של מספר ארגונים על תוכנית פעולה שמטרתה הייתה לתת מענה רחב ככל האפשר לצורכי ישובי הצפון. בהמשך לכך, ביום החמישי למלחמה נפתח באתר המועצה להתנדבות פורום ישראל ביחד שאיגד 90 ארגונים.¹⁹ האתר כלל פורום גולשים מיוחד, קישורים לאתרי הארגונים שבהם ניתן היה להתנדב, להעניק תרומות של ציוד וכסף, ולהציע אירוח לתושבי הצפון, וכן הפניות ליצירת קשר עם הארגונים. מתנדבי המועצה פעלו באמצעות האתר ובאמצעות קשר טלפוני לביצוע הקישורים בין בעלי הצרכים ומבקשי הסיוע לבין ארגוני ההתנדבות והמשפחות המארחות. פורום המלחמה באתר אפשר העברת מידע בין ארגונים וחברות לבין תושבי הצפון וכן בין תושבי הצפון לבין תושבי אזורים אחרים בארץ.²⁰ מעניין לציין שתופעה זוהי התרחשה כעבור שנתיים בעת מבצע "עופרת יצוקה" בגזרת הדרום, אז שודכו תושבי הדרום למארחים באזורים אחרים ברחבי הארץ באמצעות הרשת.²¹

19 <http://www.ivolunteer.org.il/Index.asp?CategoryID=364>
 20 ראיון עם נאווה בן-משה, המועצה הלאומית להתנדבות, אפריל 2007.
 21 בזמן מבצע "עופרת יצוקה" פעלו בדרום הארץ שלושה אתרי אינטרנט שסייעו לתושבי הדרום המופגז למצוא משפחות מארחות: אתר עוטף ששיתף פעולה עם לוח 2 וסיפק פתרונות דיור חלופי לתושבים מיישובי עוטף עזה באמצעות במה להשאת הודעות מצד אלו שרצו להתארח או לארח <http://otef.yad2.co.il/otef.php>. נפתלי בנט, ממיסדי חברת סאיטה, הקים עם קבוצת מתנדבים את האתר israelim.org.il בשיתוף ערוץ מעורבות של Y.net. אתר דומה הקימו היוזמים עמרי לביא ושלו חוליו ממדיה אנד: איתנו (withus.org.il). שני האתרים אפשרו לתושבי קו העימות למצוא משפחות מארחות. מקור: גלעד, אסף. ואורבך, מאיר. "בעקבות הלחימה: אתרי אינטרנט לסיוע המשפחות בדרום הארץ" פורסם באתר: כלכליסט 30.12.2008 <http://www.calcalist.co.il/internet/articles/0,7340,L-3179782,00.html>

יוזמה מעניינת נוספת הייתה האתר זה מה יש <http://www.zemayesh.org.il>. אתר זה נועד לאפשר ליוזמים מהדרום לתאם את פעולתם ולאפשר שיתופי פעולה בין ארגונים, תושבי הדרום, מתנדבים ורשויות מקומיות. המאגר אפשר למצוא סיוע בתחומים מגוונים: חלוקת מזון, שמיכות ומזרונים, ריהוט, משחקים וצעצועים, הסעות, שיעורים פרטיים, שמירה על

כך, בין ה-16.7.2006 ל-6.8.2006 נתקבלו בפורטל המועצה להתנדבות למעלה מ-35,000 בקשות והצעות לאירוח משפחות וכן מגוון פניות לגבי תרומת צעצועים, ציוד כללי, מנות חמות, מזון יבש, ערכות תינוקות, ציוד רפואי, ולגבי פעילות לילדים, סיוע פסיכולוגי, ייעוץ וסיוע לבעלי דירות שניזוקו, לסובלים מתסמונות נדירות ולמשפחות עם ילדים אוטיסטים (נתונים מהמועצה). הפורטל כלל בהמשך גם רשימת פרויקטים לשיקום בתום המלחמה.

יש לציין שרשימות מעין אלו עשויות להופיע בכל אתר ברשת, גדול כקטן, אך ריכוז הידע של מיטב המומחים בתחום ההתנדבות והסיוע באתר אחד מרכזי בתחומו הגדיל את הסיכויים לכך שגולשים רבים ימצאו את המידע הרלוונטי להם, והקנה לרשימה משנה חשיבות כ"רכז מידע".²² הפופולאריות של הפורטל אינה מובנת מאליה. מתנדבי האתר פעלו רבות לקידומו במנגנוני החיפוש ברשת עד שמיקמו אותו בראש רשימת התוצאות של חיפוש המילה "התנדבות" בגוגל.²³

בניגוד לנאמר לעיל, מערך גיוס התרומות הכספיות המקוון היה בחיתוליו במהלך המלחמה. לפי המועצה הלאומית להתנדבות, רק ארבעה ארגונים גייסו תרומות כספיות באמצעות האינטרנט במהלך מלחמת לבנון השנייה: יד שרה, ילדים.אורג, עלם וברית עולם.²⁴ זאת, בניגוד למינוף גיוס התרומות באינטרנט במקרי חירום שונים בעולם כפי שהוזכר קודם. יש לציין שריכוז התרומות בידי גוף אחד המבוקר על ידי הממשלה, הפועל בעידודה, בהתאם למודל שאימץ הממשל האמריקאי לאחר אסון הצונאמי, היה עשוי לאפשר גיוס יעיל וחלוקה רחבה יותר של המשאבים שגויסו, ולחסוך בתקורות ובהוצאות אחרות.

ילדים, הופעות, קבוצות תמיכה, ועוד. המאגר הוקם כשיתוף פעולה בין יד הנדיב (קרן רוטשילד) לפרויקט אגורה, שמפתחיו מתגוררים באשקלון וחוו על בשרם את השלכות המערכה בעזה.

22 <http://www.ivolunteer.org.il/Index.asp?ArticleID=1787&CategoryID=364&Page=3>

23 ראיון עם נאווה בן-משה, המועצה הלאומית להתנדבות, אפריל 2007.

24 ראיון עם נאווה בן-משה, המועצה הלאומית להתנדבות, אפריל 2007.

קהילות ופורומים מקוונים

קהילות ופורומים מאפשרים אף הם להרחיב את טווח הפעילות של שיתופי הפעולה מבוססי הרשת. בשונה מאתרי החדשות שמספקים מידע כללי, הקהילות המקוונות, המובחנות זו מזו בהתאם לתחומי עניין, מקצוע ואפילו אזורי מגורים, עשויות לתפקד כרכוז מידע על בסיס מקומי או מקצועי, ולאפשר אינטראקציה מתמשכת בין אנשים בעלי תחביב או בעיה משותפים. יש לציין כי הקהילות הנסקרות למטה לא נוצרו עם פתיחת המלחמה אלא היו קיימות מזה זמן, והתפתחו בהן כללים, נורמות ותרבות דיון ייחודיים, וכן היכרות מתמשכת בין חבריהן. גם בזמן שגרה, אך במיוחד במצבי חירום, קהילות אלו עשויות להפוך לאתרי מפתח מגזריים שמקיימים שיתוף פעולה סביב נושא מסוים.

חשיבותם של פורומים מקומיים בשעת חירום ניכרת במחקרם של פרוקופיו ופרוקופיו (Procopio & Procopio, 2007) אודות דפוסי חיפוש המידע של משתמשי האינטרנט מאזור ניו-אורלינס לאחר פגיעת הוריקן קטרינה. מן המחקר, שנערך בקרב 1,192 משיבים, עולה כי 75% מהם ביקרו בפורומים עירוניים לאחר ההוריקן, ו-54% פרסמו מידע בפורומים אלה. כשנשאלו מהו סוג האתרים בהם ביקרו הכי הרבה בשבוע שלאחר ההוריקן, 57% מהמשיבים ציינו אתרי חדשות מקומיים (דוגמת *nola.com*), ורק 19% התייחסו לאתרים של אמצעי תקשורת ההמונים (דוגמת *CNN* או *Fox news*). המקורות המקוונים האינפורמטיביים ביותר בשבוע שלאחר ההוריקן היו דיווחים מאתרים מהעיר בה גרים המשיבים (49%), לאחריהם מידע מאזרחים אחרים (30%), ורק 16% מנו את אמצעי תקשורת ההמונים כמקור האינפורמטיבי ביותר. ככל שמידת הנזק שחוו המשיבים הייתה גבוהה יותר, כך גדלה הסבירות שהם יבקרו בפורום עירוני (Procopio & Procopio, 2007).

המחקר של פרוקופיו ופרוקופיו (Procopio & Procopio, 2007) מדגים כי דווקא בזמן חירום עולה החשיבות של מידע מקומי ושל פורומים מקומיים, וכי חלק הארי ממשתמשי האינטרנט שנשאלו השתמשו בפורומים מקומיים על מנת להשיג מידע נקודתי שיענה על צרכיהם, ושלא היה זמין ברזולוציה המתבקשת באתרים כלליים (לממצאים דומים ראו Shklovski, Palen & Sutton, 2009). גם בזמן מלחמת לבנון השנייה, הצורך במידע נקודתי באזורים תחת אש, שלא תמיד הופיע ברמת הרזולוציה הנדרשת באמצעי תקשורת ההמונים, היה חיוני הן עבור השוהים

במקלטים והן עבור אלו שנאלצו לנטוש את בתיהם (למשל מידע אודות מיקום נפילות הטילים וזנקים, מידע ליצירת קשר עם מרכזי סיוע מקומיים, מידע אודות בעלי מקצוע מקומיים ועוד). כתוצאה מכך התבססה חשיבותם של פורומים ושל אתרים המציגים מידע מכוון-אזור או עיר. אחת הדוגמאות הבולטות לאתר מסוג זה במהלך המלחמה הוא עכונט, ששימש את תושבי העיר עכו כרכזת מידע ראשית, במקום גורמי העברת המידע המקומיים המסורתיים כגון העיתונות המקומית והרשויות המקומיות, שלא עמדו במשימתם (דו"ח מבקר המדינה, 2007).

הרוח החיה מאחורי אתר עכונט (www.akkonet.co.il) הוא אלברט לוי, שכהן במשך שנים רבות כחבר מועצת עיריית עכו. לאחר שלא נבחר בבחירות 2003 למועצת העיר הוא פנה לאפיק תעסוקה חדש.²⁵ כתוצאה מן הוותק שצבר כחבר במועצת העירייה הכיר לוי באופן מעמיק את הווי החיים הציבוריים בעכו וידע שאין בנמצא אתר אינטרנט ראוי המספק את צרכי התושבים. מכיוון שבאותה תקופה עיריית עכו לא הפעילה אתר אינטרנט רשמי, נטל לוי את היוזמה והחליט להקים אתר בכוחות עצמו, מתוך תקווה שהמיוזם יצליח להתקיים כלכלית באמצעות פרסום. לוי השיק את אתר עכונט בראשית 2004, ומיתג אותו כ"אתר קהילתי – עכונט". מטרת האתר הייתה ליצור אינטראקציה בין תושבי העיר, לאפשר להם להתעדכן בחדשות מקומיות ולספק מידע אודות עכו. עם הזמן נוצרה באתר קהילת כותבים מלוכדת, שמקיימת משנת 2005 דיונים בפורומים בתחומים השונים. ארבע שנים לאחר הקמת האתר קיימים בפורומים השונים כ-11,200 נושאים עם 57,200 הודעות.²⁶

לוח 4. צילום מסך מהאתר עכונט בזמן המלחמה²⁷

25 הדיון באתר עכונט לקוח בשינויים מלב-און (2010).
 26 הנתונים נמסרו ממר אלברט לוי, אפריל 2009.
 27 <http://www.akkonet.co.il/forums/viewtopic.php?p=15017&sid=4d9e51390858f60bd40c7f6147919905>

מלחמת לבנון השנייה האירה את פעילות עכונט מזווית שונה. בעיר שררה תחושת חוסר אונים והרשויות המקומיות לא עמדו במשימת העברת הסיוע והמידע (דו"ח מבקר המדינה, 2007). סגירת המקומונים הותירו את האתר ככלי התקשורת המקומי היחידי באזור, וכמקור עיקרי לעדכונים שוטפים. בעכונט פורסם מידע רלוונטי לתושבים, והאתר אף אפשר לתושבים לקיים קשרים בינם לבין עצמם וכן בינם לבין בעלי האתר באמצעות מגוון כלים, החל מפורומים וסרטוני וידאו שנשלחו על ידי התושבים וכלה בצ'ט בין המנויים הרשומים לאתר.

בזמן המלחמה עכונט סיפק לתושבי העיר מידע עדכני רב ערך. תושבי העיר ידעו בתום כל יום היכן נפלו קטיושות וכיצד יוכלו להזמין מזון וציוד למקלטים. כמו כן קיבלו התושבים מסרים מראש העיר ומדמויות ציבוריות אחרות באמצעות האתר. לוי פעל לקבלת מידע מן הרשויות ומאנשי הביטחון, ופרסם אותו, לצד מידע שהגיע מארגונים שונים, באתר. בנוסף, לוי צילם אירועים כגון נזק שנגרם מנפילת הקטיושות וראיונות עם תושבים, והעלה את הצילומים לאתר. בסך הכל הועלו לאתר 16 כתבות מצולמות בזמן המלחמה, כלומר, כתבה חדשה כמעט בכל יומיים.

מעבר לעדכונים לגבי נפילות טילים וביחס לנזק שנגרם מהן,²⁸ בעכונט גם נמסר מידע לתושבי האזור אודות הסיוע המוצע להם. דוגמה לכך היא הידיעה שפורסמה בפורום הרווחה של האתר בדבר מרכז חלוקת מזון שנפתח על ידי פיקוד העורף ומשרד הרווחה.²⁹ בנוסף, הועלו לאתר חדשות ומידע עדכני, סיכומים של מהלך המלחמה, דעות של התושבים וראיונות עם אנשים בכירים בתחומי הסיוע השונים.³⁰ חשוב לציין כי העבודה באתר נעשתה כולה על ידי אנשים פרטיים ולא מקצועיים, וללא תמיכת העירייה. באותה תקופה נרשמה עליה דרמטית בכמות הכניסות לאתר. בחודש המלחמה בשנת 2006 היו כ-37,000 כניסות לעומת כ-12,000 כניסות לפני המלחמה. עכונט לא שימש רק את תושבי עכו והסביבה. יש לציין כי בזמן המלחמה תושבים בשאר חלקי הארץ ואף אנשים בארצות הברית ובאירופה רשמו כניסות רבות לאתר. רק בשנת 2007, לאחר המלחמה, עלה לרשת אתר האינטרנט העירוני של עיריית עכו. למרות חניכת אתר העירייה, ניתן לומר שעכונט, שבזמן זה כבר פעל בשטח שלוש שנים, מיתג את עצמו כאתר האינטרנט המוביל של העיר, ותיפקד באופן זה בזמן מלחמת לבנון השנייה.³¹

28 למשל www.akkonet.co.il/newsPictures/nefilot-2-8-06.html

29 למשל www.akkonet.co.il/newsPictures/super.htm

30 www.akkonet.co.il/newsPictures/dayan-aluf.html וכן

www.akkonet.co.il/newsPictures/week-end-milhama.html

31 כשנה לאחר המלחמה נעשתה כתבה אשר בחנה את הנזק שנתר, השיפוצים והפיצויים, בדקה את שלומם של הנפגעים וכו'. ראו http://www.akkonet.co.il/news_files/shana-ahre-19-7-07-tv.html

בעוד שקהילות דוגמת עכונט מקשרות בין אנשים לפי שייכות גיאוגרפית, אחרות מקשרות בין אנשים לפי תחומי עניין או עיסוק. קהילות וירטואליות נוספות שחברו לפעולה קולקטיבית ברשת במהלך המלחמה הן ארגוני בעל חיים, שהשיקו קמפיין רשתי באמצעות הפצה ויראלית של מכתבים בדואר האלקטרוני, בפורומים ובקהילות השונות, על מנת לאתר בעלי חיים שנעזבו ולמצוא להם בתים.³² דוגמאות נוספות לפעילות קהילות על פי תחומי עניין הן השימושים שעשו ארגוני עולים בפורומים השונים, וכן הפעילות המקוונת של עמותת נגישות ישראל, המעניקה סיוע לאנשים עם מוגבלויות. פעילות זו כללה, לדוגמא, את הקמת מוקד סיוע החירום הטלפוני והאינטרנטי.³³

פן נוסף וקשור של התנהגות פרו-חברתית באמצעות האינטרנט הוא הסיוע הנפשי והתמיכה שהעניקו אזרחים רבים לתושבי הצפון באמצעות פורומים וקבוצות תמיכה מקצועיות. דוגמה לפורומים העוסקים בנושאי סיוע ותמיכה נפשית לתושבי הצפון היא הפורום של נט"ל, עמותה שמסייעת לנפגעי פעולות איבה.³⁴ בחודשים יולי-אוגוסט 2006 נרשם שיא שנתי של 10,000 כניסות לאתר העמותה. גם בפורום העמותה צוין שיא של 650 כניסות. האתר נחשף בזמן המלחמה במגוון אתרי מפתח כגון פורטל הקהילות הפופולרי תפוז, מדור הבריאות של Ynet ובעיתונות הכתובה (ראו גם בבלי ואח', 2007, עמ' 16).

הפורומים מהווים כלי נוח להתנדבות. הם מאפשרים מתן תרומה מינימאלית דוגמת הודעה שבכוחה להעניק עידוד, תמיכה ועזרה. התרומה באמצעות הפורומים איננה מחייבת את התורמים לפעילות נוספת בעתיד, ויכולה להתרחש בכל זמן בהתאם ללוח הזמנים של המשתמש. אנשים המעוניינים בסיוע פונים לפורומים בידיעה שהדבר מאפשר להם להיות בעילים שם, במידה והם מעוניינים בכך. התמחותה של נט"ל בסיוע לנפגעי פעולות איבה סייעה לפורום ברשת להפוך למרכז תמיכה מאורגן, ופרסום הפורום באתרי המפתח הנגיש אותו עוד יותר לתושבי הצפון שנזקקו לסיוע.

בניגוד ל"מועדוני חברים" מחוץ לאינטרנט, אין מגבלה מעשית ביחס למספר המתדיינים והקוראים בפורומים, ואלו עשויים למשוך אליהם מספר רב של אנשים. כמו כן, החסמים לקבלת מידע ולפרסום מידע בפורומים מצומצמים באופן משמעותי לעומת אלו הקיימים באמצעי תקשורת ההמונים, והתוכן בהם מיוצר

32 חרות יסובר, טלי. "לא זורקים אותם לכלבים: הצלת חיות הצפון". פורסם באתר: Ynet 26.07.2006 <http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3281657,00.html>
צבל, אריאל. "מלחמה בלבנון ובישראל: בעלי החיים". פורסם באתר ארגון אנונימוס יולי 2006 <http://www.anonymous.org.il/war.htm>

33 <http://www.ivolunteer.org.il/Index.asp?ArticleID=1992&CategoryID=364&Page=3>

34 <http://www.natal.org.il/> המידע נמסר על-יד שלי בליך-נדרי מט"ל.

על ידי מספר רב של משתתפים. כך, בעצם, עם הזמן מתגבשת בפורומים קהילה גדולה של אנשים בעלי עניין בתחומים בהם הפורומים עוסקים.

אתרים ופורומים מעין אלה תרמו באופן משמעותי, כפי שהודגם במהלך מלחמת לבנון השנייה, למאמץ לסייע לעורף במגוון תחומים. ראשית, הם שימשו כמשדכים בין ספקי סיוע ושירותים לבין אלו הדורשים אותם, כגון שידוך בין תושבים שבחרו לעקור מבתיהם כל עוד נמשכת האש לבין אזרחים שפתחו את ביתם בפני פליטים. שנית, הם אפשרו לענות על צרכים נקודתיים של אוכלוסיות מיוחדות, למשל באמצעות המרחב שסיפקו לפגישות מקוונות בקרב עולים חדשים שאינם דוברים עברית, באמצעות שידוכים בין אנשים המחזיקים בעלי-חיים לבין אחרים המוכנים לספק להם בית ארעי, או שידוכים בין עובדים זרים לבין גופים ואנשים פרטיים המוכנים לסייע להם. יש לציין שממשלות וארגונים גדולים בכלל מתקשים בדרך כלל לספק פתרונות לצרכים נקודתיים מעין אלה (כץ ואח', 2007). בנוסף, ניתן להשתמש באינטרנט לצורך שידוך משופר ומדויק המסווג את מבקשי הסיוע ואת מציעיו לפי חתך סוציו-אקונומי, מקצוע, גיל או כל קריטריון אחר. ככל שניתן להשתמש במספר רב יותר של קריטריונים לצורך השידוך, כך הסיכויים להתאמה סבירה בין שני השותפים להסדר הזמני, בתנאים הקשים ממילא, עשויים להיות טובים יותר.

שיתופי פעולה אד-הוק

בנוסף לשימושים שעושות קהילות שפועלות לאורך זמן בטכנולוגית ווב2, חשוב לבחון גם שיתופי פעולה בעלי אפיון ארעי יותר או אד-הוק, בין אנשים שמתעניינים בנושא משותף או שמביעים את נכונותם לתרום תרומה קטנה בהיבט מסוים, שאין ביניהם יחסים מתמשכים ושלא צפוי להם עתיד משותף. שיתופי פעולה אלה מתרחשים לעתים קרובות ללא אינטראקציה משמעותית בן המשתתפים (למידע נוסף על הבדלים בין שיתופי-פעולה מבוססי קהילה לשיתופי-פעולה אד-הוק מבוססי-עמיתים) (crowdsourcing) ראו (Haythornthwaite, 2009).

דוגמאות לשיתופי פעולה מקוונים רחבי-היקף ואד-הוד בעלי אפיון חברתי-פוליטי מתפרסמות מדי פעם בתקשורת; בהקשר זה בולטת היוזמה של ממשלת טקסס-פרויקט שיתופי רחב היקף, שמשלב פעילות של אזרחים ומסייע לממשלה לזהות מסתננים מגבול מקסיקו. באמצעות מערכת *Virtual Border Watch*, הגולשים באתר נחשפים לצילומים של אזורי גבול רגישים עם מקסיקו הנעשים בזמן אמת, ויכולים לדווח לגורמי החוק על מסתננים.³⁵ הגולשים באתר הם מתנדבים המחלקים ביניהם את המעקב אחרי ה"פיד" של המצלמות במשך כל שעות היממה. לפיילוט של הפרויקט נרשמו כ-220,000 אזרחים, הפרויקט פעל במשך 640 שעות כך שכ-340 מתנדבים בממוצע צפו בצילומים בשעה. מספר גדול זה של צופים אפשר אפקטיביות בהפעלה מחד, וצמצום עלות התרומה עבור המתנדבים מאידך. המיזם אפשר לממשל לחסוך סכומי כסף גדולים שאחרת היו מושקעים בכוח אדם ובמשאבים, מאחר ודיווחי הגולשים נעשו בהתנדבות.³⁶ הפיילוט הוכיח את עצמו, והראייה לכך היא הפיכתו לפרויקט קבוע.

דוגמה רלוונטית נוספת היא המיזם של אמזון ושל גוגל לשיתוף הגולשים באמצעות טכניקות דומות של *Crowdsourcing*, דהיינו הפנית מטלה לקבוצה גדולה ולעתים בלתי מוגדרת של אנשים שאינם כפופים ליוזם הפרויקט. במהלך ספטמבר 2007, כאשר נעלם מטוסו של הטייס וההרפתקן האמריקאי סטיב פוסט, השתמשה חברת אמזון בכלי חלוקת-המשימות שלה שנקרא *Mechanical Turk* על מנת לחלק

35 ראו <http://www.blueservo.net/about.php>.

36 נטשה מוזגוביה, "טקסס נלחמת בהברחות: גולשי אינטרנט ישמרו על הגבול באמצעות רשת מצלמות", פורסם באתר: <http://www.haaretz.com/captain/> The Marker 3.3.09, <http://www.haaretz.com/captain/spages/1066651.html>

בין הגולשים תמונות-לוויין מעודכנות מ-Google Earth של תנאי השטח באזור בו, לפי ההערכות, נעלם מטוסו של פוסט, על מנת שיסרקו אותן לפי הנחיות שסופקו. 50,000 מתנדבים סרקו 300,000 יחידות של תצלומי הלוויין, בשטח כולל של 17,000 מילים רבועים, כאשר כל תא שטח נסרק על ידי מספר אנשים.³⁷

גם בישראל במהלך מלחמה לבנון השנייה התקיימו מגוון שיתופי פעולה מקוונים בעלי אפיון אד-הוק, שבמסגרתם חברו יחידים וקבוצות לפעולות סיוע בתחומים מסוימים או באזורים מסוימים. שיתופי פעולה אלו אופיינו בפעילות חד פעמית או קצרת טווח, שלא התקיימה לפני כן במתכונת זו ושאופיינה בחבירה של מספר גורמים, בהם גורמים לא מקצועיים, שהיו מעוניינים לסייע לפעילות המקוונת.

מספר דוגמאות בסיסיות לשיתופי פעולה כאלה הן התארגנויות של סטודנטים לריכוז תרומות לקניית מגשי פיצה ובקבוקי שתייה לתושבים במקלטים, תרומות למסעדות במרכז הארץ לצורך הזנת ילדי הצפון שעברו זמנית למרכז, רישום באתר כך שכל חתימה בו תורגמה לתרומת חפיסת שוקולד לחיילים בחזית, וכדומה.³⁸ בנוסף לפעילות ההתנדבותית של אזרחים מהשורה, שמטרתה הייתה להיטיב עם תושבי הצפון ולסייע להם, היינו עדים לפעילות שיתופית אד-הוק בעלת מטרה שונה: הסברה של משתמשים ישראלים ופרו-ישראלים באמצעות האינטרנט, על מנת לנסות ולהשפיע על דעת הקהל העולמית.³⁹

הדוגמא הראשונה לדיפלומטיה ציבורית מבוזרת ומקוונת היא הפעילות של ארגון ישראל בלב (*Israel@Heart*), במסגרתה פעלו במהלך מלחמת לבנון השנייה מתנדבים פרו-ישראלים ברחבי העולם. כוונת הארגון הייתה להקים ולתחזק Internet SWAT team שמטרתו להביא לשינוי דעת הקהל העולמית כפי שבאה לידי ביטוי באינטרנט, שהזכירה את ישראל לרוב בהקשרים שליליים, הן בכלי תקשורת

Friess, S. "50,000 Volunteers join distributed search for Steve Fossett", *Wired Magazine*, 11.9.2007 37

לרשימה ארוכה של פרויקטים כאלה ראו יצחייק, אילן. "עלו ברשת – למען העסקים בצפון" פורסם באתר: <http://www.ynet.co.il/articles/0,,L-3292087,00> 20. 8.2006 YnetInternet html במקביל הועלו לאתרי שיתוף קבצים דוגמת יוטיוב כמות ניכרת של טקסטים, משחקים, תמונות ומצגות, חלקן קשות ומזעזעות המתארות את ירי הטילים והחורבן שבעקבותיו וחלקן הומוריסטיות, משעשעות וסאטיריות.

ראו גם אדר. ותמיר, אילנה. "מלחמה: אז מה היה לנו" פורסם באתר: <http://net.nana10.co.il/Article/?ArticleID=387003> 03.08.2006 nana10 ארז. גלברמן, דרור. וארגמן, קרן. "גיבורי מלחמה" פורסם באתר: <http://www.nrg.co.il/online/10/ART1/464/330.html> 13.08.2006 nrg

ראו בהקשר זה את מחקרו של חנן נווה (2008) שבחן את תחלופת האי-מיילים בין אנשים במהלך המלחמה וביקש להראות כי במהלך המלחמה משתנה פרופיל הדואר של משתמש ישראלי ממכתבים פרטיים ואישיים לכאלו הפונים לספירה הציבורית ומבקשים להביע דעה, לנחם, לתמוך וליצור סולידאריות. האי-מייל, אחד מכלי הרשת הפשוטים ביותר, הופך כלי לפעולה קולקטיבית של הבעת סולידאריות על ידי הפצה ויראלית של מכתבי עידוד.

גדולים והן בבלוגים ובטוקבקים. המתנדבים גלשו לאתרים בהם התנהלו דיונים או סקרים והביעו את עמדתם התומכת בישראל.⁴⁰

יוזמה זו הופעלה על בסיס "אימייל אדום", אליו נשלחו הפניות להתרחשויות חשובות ברשת כגון כתבות ומאמרים שתקפו את ישראל, סקרים שניתן היה להשתתף בהם ולהצביע עבור העמדה הישראלית וכו'. לאחר האיתור נשלח דיווח על החומר שזוהה וקישור אליו לאלפי מתנדבים ברחבי העולם, תוך עידודם להגיב בזמן אמת. ככל שהמייילים הגיעו ליותר אנשים כך הלך והתרחב מעגל הפעילות. הארגון נעזר באתר החדשות Ynet על מנת להרחיב את פעילותו ולמצוא דרכי גישה למתנדבים נוספים, ואנשיו אף העלו תכנים לאתרים כגון יוטיוב, מייספייס ופליקר.

יוזמה רלוונטית נוספת הגיעה מהארגון GIYUS.org (ראשי תיבות של Give Israel Your United Support). הארגון השיק תוכנה בשם מגפון, שאפשרה לשלוח התרעות "קופצות" למשתמשים רשומים. בשונה מה"אימייל האדום", התוכנה דרשה התקנה קצרה, כשלאחריה היא הקפיצה חלון עם הפניה לכתבה או לסקר שעסקו במלחמה, ואפשרה למשתמש להצביע או לכתוב תגובה בהתאם לצורך (יש לציין שתוכנה זו גם דאגה לרשום את המגיבים לאתרים הדורשים הרשמה, כך שהם היו פטורים מ"עול" זה). את הסקרים והכתבות אתרו אנשי GIYUS בעזרת מתנדבים שהצטרפו ליוזמה ודווחו על כתבות רלוונטיות באמצעות טופס מקוון או באמצעות מקש עליו אמורים לחוץ ברגע שנמצאו תכנים רלבנטיים.⁴¹ על פי הערכות, כ-30,000 גולשים השתמשו בתוכנה, הזורמו אליהם בקשות תגובה מצד מנהלי הפרויקט והם יכלו להגיב בזמן אמת. לצורך המחשה ניתן לציין את המקרה בו שר החוץ הפיני כתב בבלוג האישי שלו דברים קשים הנוגעים להתנהלות ישראל במהלך המלחמה. בתגובה לדברים אלו קראו אנשי GIYUS למתנדבים, באמצעות טכנולוגית המגפון, להביע מחאה בזמן אמת ברשת. בתוך שעה הגיבו 6,000 איש על דברי השר.

אמיר גיסין, מנהל מחלקת ההסברה במשרד החוץ, דיבר בערב עיון בנושא "ההסברה הישראלית באינטרנט-לאן?" והתייחס לצורך האקוטי כמעט להשתמש בכלים דוגמת אלו שתוארו מעלה על מנת לנתב את המוני הגולשים בארץ ובעולם לזירות הרלוונטיות באינטרנט, ולאפשר להם "להצביע ברגליים" ולהגיב על תוכן שפוגע בתדמית ישראל.⁴² לנוכח היעדר התקציבים המוקדשים לדיפלומטיה הציבורית באופן כללי ולדיפלומטיה באינטרנט במיוחד, אין מנוס, לדעת גיסין, מגיוס אלפי מתנדבים לטובת כתיבת טוקבקים, דירוג כתבות, השתתפות בסקרים, שליחת

40 גלוברמן, דרור. וקינן, עידו. "סקר סקר תרדוף". פורסם באתר: nrg חיי רשת 20.7.2006
<http://www.nrg.co.il/online/10/ART1/452/263.html>

41 גלוברמן, דרור. וקינן, עידו. "סקר סקר תרדוף". פורסם באתר: nrg חיי רשת 20.07.2006
<http://www.nrg.co.il/online/10/ART1/452/263.html>

42 http://www.niis.tau.ac.il/text_item.aspx?tid=206

מאמרים ועוד. יש לציין, כי גיסין כתב על המאמץ של GIYUS בבלוג שלו והביע את תמיכתו בו. עקב כך, שרת החוץ של האיחוד האירופאי, מחתה בפני שרת החוץ הישראלית על "התקפת" הבלוג של שר החוץ הפיני, שנעשתה לטענתה בעידוד גורם רשמי. מקרה זה מעלה שאלות מעניינות אודות אחריות המדינה ביחס לפעולות של דיפלומטיה ציבורית המבוצעות על ידי אזרחים ברשת, בשליחות או בעידוד המדינה, אך פורמאלית לא מטעמה.

דוגמה נוספת לפעילות הסברתית מבוזרת ומקוונת היא קידום סרטונים באתרים כגון יוטיוב. למשל, יחידת דובר צה"ל פרסמה בזמן המלחמה סרטון קצר, מלווה בכתוביות בעברית, המראה משגרי טילים של החיזבאללה המוצבים בכפר כנא הלבנוני. כפר זה הופצץ לאחר שיגור הטילים משטחו, ופעולה זו הביאה להריגת אזרחים לבנונים רבים. גורם בלתי רשמי החליף את הכתוביות לאנגלית, העלה את הסרטון לאתר יוטיוב, ומנויי GIYUS נתבקשו לצפות בסרט. תוך שעה הפך הסרט להיות הנצפה ביותר באתר ועקב כך הוקפץ לעמוד הראשון שלו. כיוון שהיה בעמוד הראשון, תוך שעות ספורות צפו בו יותר ממיליון צופים.⁴³

שני הארגונים, GIYUS ו־Israel@Heart, בנו פלטפורמות פשוטות לגיוס תורמים לפעולה קולקטיבית משותפת, שמטרתה הייתה חיזוק העמדות התומכות בישראל במסגרת השיח שהתנהל ברשת. בדומה לאתרים שהציעו שידוכים בין עקורים למארחים, גם כאן התאפשרה הפעולה הקולקטיבית באמצעות גיוס תורמים רבים על ידי ארגון שהשתמש בכלים אינטרנטיים, ובאמצעות פרסום היוזמה באתרי מפתח ברשת ואף מחוץ לה.

מעניין לציין שגורמים מוסדיים מטעם המדינה החלו להפנים את הכוח שיש למדיום האינטרנט בכל הקשור לדיפלומטיה ציבורית כבר בשנת 2002, אז החל משרד החוץ לשתף פעולה עם איגוד האינטרנט הישראלי על מנת לגייס את בני הגיל השלישי לפעילויות הסברה פרו־ישראליות. עד אפריל 2006 גויסו כ-200 מתנדבים. המתנדבים עברו הכשרה בסיסית לעבודה עם האינטרנט ולאחר מכן יועדו לכתוב טוקבקים (להיות טוקבקיסטים) שיחזקו את עמדותיה של ישראל בעיצוב דעת הקהל הבינלאומית.⁴⁴ אנשים מבוגרים הם נכס לפרויקט התנדבותי

43 דוגמה נוספת ואחרונה מתייחסת דווקא לסיפור חיובי שהתפרסם על ישראל באתר החדשות של ה-BBC. הכתבה עסקה במצוקה של גן החיות בחיפה והציגה את מצב החיות בעקבות הקטיושות. חשוב לציין שהאלגוריתם שלפיו נקבע סדר הופעת הסיפורים באתר BBC, מתבסס על כמות הפעמים ששלחו את אותו אייטם בדואר אלקטרוני. אם בפרק זמן מסוים הרבה אנשים שלחו סיפור מסוים, הוא זוכה לבלטות ולנראות גבוהות יותר. המעורבות האישית של אלפי ישראלים ותומכי ישראל, שהיו במקום הנכון וביזמן הנכון ונתבקשו לשלוח את האייטם בדואר אלקטרוני, הקפיצו את האייטם למקום השני בחשיבותו באתר באותו זמן, מיד מתחת לכותרת החדשות. (http://www.niis.tau.ac.il/text_item.aspx?tid=206)

44 אתר הבית של פרויקט ההסברה הישראלית באינטרנט – <http://israel-info.blogspot.com>, פירוט על הפרויקט באתר האינטרנט של איגוד האינטרנט הישראלי: <http://www.com>

מעין זה בשל השכלתם, שליטתם בשפות שונות ובשל העובדה שברשותם זמן פנוי. גם בזמן מלחמת לבנון השנייה המתנדבים סייעו בתרגום חומרים לצורך הפצתם באתרים בחו"ל, במיוחד באתרים הפועלים בשפות שאינן שגורות בפי אזרחים ישראלים רבים כגון סרב-קרואטית והונגרית.

הפעילויות הקולקטיביות מבוססות האינטרנט שנידונו הן ייחודיות, ובעלות מספר מאפיינים משותפים:

- האינטרנט מהווה את הבסיס ליצירת הקשר ולתיאום ארגוני ותכני של הפעילות, שלעיתים הופכת לשיתוף פעולה בין-מגזרי, המשלב בין גורמים רשמיים, חברות הפועלות למטרת רווח, עמותות וארגוני מגזר שלישי, יזמים פרטיים ומספר רב של אנשים.
- האינטרנט מאפשר עלות ארגון נמוכה יחסית ליזמים מחד, וגיוס של תורמים פוטנציאלים בהיקפים משמעותיים מאידך.
- הגורם המחבר בין משתפי הפעולה הוא היזם, ואילו מרבית התכנים נוצרים על ידי המשתתפים. מערך הפעילות במקרים רבים הוא מודולרי, ופעילות התורמים מתבצעת באופן שאינו תלוי בפעולות של תורמים אחרים.
- הפעילות מאפשרת למשתתפים לתרום בהיקפים שונים, כך שגם פעילות המאופיינת בעלות מינימלית של לחיצה על כפתור מהווה עבור רבים צורת השתתפות המאפשרת מעורבות, שייתכן ותתפתח לכדי מעורבות בהיקפים גדולים יותר בהמשך. תרומות משמעותיות יותר מערבות פעילויות מורכבות כגון כתיבה או תרגום של כתבות, העלאת תמונות וסרטונים לרשת או ניהול דיונים בפורומים ובאתרי צ'טים.

isoc.org.il/senior/advocacy.html. ניתן לקרוא עוד המיזם ההתנדבותי בכתבות הבאות:
מערכת Ynet, "משרד החוץ גייס קשישים להסברה באינטרנט" פורסם באתר: Ynet
Internet 23.12.2002

<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-2336354,00.html>
פרידמן, דן. "הגימלאים כובשים גם את הרשת" פורסם באתר: Ynet Internet 01.04.2006
<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3234632,00.html>

הרקע להצלחת שיתופי פעולה רחבי-היקף באינטרנט

על סמך האמור לעיל ניתן לראות כי ההתארגנות הלא פורמאלית באינטרנט מילאה תפקיד משמעותי במהלך מלחמת לבנון השנייה במגוון הקשרים, כגון מסירת מידע שוטף ורלוונטי, הכוונת סיוע לאזרחים, הצעת תמיכה נפשית, יצירת מקום לביטוי דעות ורגשות, ואף סיוע לחיזוק עמדות התומכות בישראל במאבק על עיצוב דעת הקהל העולמית. האינטרנט פתח בפני עולם הגולשים בכלל, ובפני ארגוני הסיוע בפרט, אפשרויות חדשות לפעולות קולקטיביות של סיוע במצבי חירום. פעולות אלה מבוססות על תרומות קטנות מגולשים רבים, תוך ניצול המרכזיות של אתרי מפתח לצורך פרסום היוזמות ולצורך גיוס תורמים פוטנציאלים.

מלחמת לבנון השנייה חשפה את תפקוד המגזר השלישי כמשלים של פעולות של גופים ציבוריים, ולעתים אף כתחליף לפעולות אלה (כץ ואח', 2007). נראה כי המלחמה גם האירה עבור הציבור בישראל על הפלטפורמות השיתופיות ועל האתרים המבוססים על תוכן גולשים ברשת (ווב2). שאלה עיקרית הנגזרת משגשוג הפעילות על בסיס פלטפורמות ווב2 במצבי משבר היא מתי מצליח שיתוף הפעולה באינטרנט ומהם הגורמים להצלחתו. במבט ראשון נראה כי במיזמים אלו ייווצרו בעיות מוטיבציוניות ולוגיסטיות, ורבים מהם עתידים להינגף בפני בעיית הפעילות הקולקטיבית – *Collective Action Problem* (ראו: Lev-On, 1965; Hardin, 1982; Olson, 1965; Hardin, 2007), המתרחשת כשמתפתים פוטנציאלים נמנעים מלתרום לייצור מוצרים ציבוריים, מפאת אינטרסים קצרי טווח. למרות הרווח הציבורי הגלום במיזם, הוא עשוי להיכשל כתוצאה מהימנעות מתרומה של מספר רב מדי של משתתפים. בעיות אלה מאפיינות הפקות של מגוון מוצרים ציבוריים ברשת (וכמובן גם מחוץ לה) ושיווקם, כגון הקמת פורומים ציבוריים שיתופיים וניהולם, יצירת מאגרי מידע, ארגון הפגנות ועצרות באמצעות הרשת ועוד (Bimber, Flanagan & Stohl, 2005; Lev-On & Hardin, 2007).

לב-און והרדין (Lev-On & Hardin, 2007) טוענים כי ההצלחה של מיזמי ייצור שיתופי (דוגמת אלו שפורטו לעיל) כרוכה בצמצום החסמים העומדים בפני מספר מרכיבים חיוניים לקיום פעילויות קולקטיביות: מציאת פלטפורמה לייצור שיתופי, משיכה של תורמים פוטנציאלים, עידוד התורמים באמצעות צמצום עלויות התרומה ולבסוף ארגון יעיל של התרומות ושילובן לכלל מוצר ציבורי אחיד. לפי

המחברים, השימוש באינטרנט, כפי שנעשה במקרים שנידונו לעיל, מקל על יזמים להקים מיזמים שיתופיים רחבי היקף ולקיימם, תוך עקיפת הלוגיקה של הפעולה הקולקטיבית (Olson, 1965). המודל של לב־און והרדין עשוי לסייע להבנה טובה יותר של ההצלחה של פרויקטים שיתופיים באינטרנט (Lev-On & Hardin, 2007). המודל מסביר את הצלחת שיתופי הפעולה מבוססי הרשת באמצעות מספר גורמים, ביניהם צמצום עלויות גיוס המשתתפים הפוטנציאליים וצמצום עלויות התרומה עבורם, וכן תנועה של תורמים פוטנציאליים רבים לאתרי מפתח. להלן, בקצרה, הטיעונים העיקריים המועלים במסגרת המודל:

1. אספקת פלטפורמה שיתופית מקוונת

א. עלויות הקמה: המספר הגבוה של אנשים המחוברים לאינטרנט וזמינות האינטרנט לקהלים רחבים, מאפשרים ליזמים להשתמש ברשת כפלטפורמה ליצירת פרויקטים שיתופיים, תוך התגברות על מכשולים לוגיסטיים של הבדלי זמן ומרחק גיאוגרפי בין המשתתפים, ועל מכשולים נוספים. פלטפורמה מסוג זה היא בעלת ערך רב במיוחד עבור חברי קבוצות מוחלשות, אותן אולסון מכנה "לטנטיות" (למשל, קבוצות הכוללות בעלי מוגבלויות, קבוצות הסובלות מסטיגמה ציבורית, קבוצות נישה ועוד), המעוניינים לזום פרויקטים שיתופיים, אולם בשל העדר נראות, בגלל פיזור גיאוגרפי או בגלל סיבות אחרות, נקודת הזינוק שלהם מאופיינת בבעיות שעלולות למנוע מהם לקדם את היוזמה.

ב. תבניות מוכנות: תבניות אלה מצמצמות מכשולים טכנולוגיים ומאפשרות ליזמים להקים חלק ניכר מן התשתית לפרויקט השיתופי בסיוע מערכת אשפים,⁴⁵ תוך התערבות מינימלית של היזם. ברשת מצויים כלים רבים, חלקם מוצעים בחינם, המאפשרים ניהול תוכן וניהול משתמשים, מערכות בלוגים, פורומים וכו'.

ג. תקשורת בין יזמים: התיאום בין היזמים, עוד גורם שלטענת אולסון (Olson, 1965) עלול להכשיל יזמים המקימים תשתית לפעולה קולקטיבית, הוא יעיל בסדרי גודל בפרויקטים רחבי־היקף, בזכות הכלים האינטרנטיים.

2. איתור תורמים פוטנציאליים ומשיכתם

גם כשהפלטפורמה קיימת, אין ערובה לכך שקהל היעד יגיע לאתר הפרויקט, ויש למצוא דרכים להזמנת הקהל באופן אטרקטיבי. לפי לב־און והרדין (Lev-On & Hardin, 2007) רשת האינטרנט מאופיינת במספר יתרונות ביחס לאפשרות להגיע

45 אשפים הינן תוכנות שנועדו להנחות את המשתמשים ולסייע להם לבצע פעולה מורכבת יחסית (למשל הקמת בלוג או פתיחת פורום) על ידי פירוקה למספר פעולות פשוטות יותר הניתנות לביצוע בקלות יחסית.



לוח 1. יתרונות השימוש ברשת לביסוס פעולות קולקטיביות

ביעילות לפלח האוכלוסייה המתעניין במיזם המתהווה, ושעשוי לתרום להצלחתו בעתיד:

א. צמיחת אתרי מפתח: כאמור, מחקרים מראים כי התעבורה ומבנה הקישורים ברשת עוקבים אחרי החוקיות של *Power-Law Distribution*, כלומר, אחוז קטן מהאתרים הם בעלי לינקים נכנסים רבים מאד המנתבים תנועה רבה, ואילו הרוב המכריע של האתרים הם בעלי מספר לינקים זעום, ובעקבותיו כניסות נדירות ביותר. כך משמשים האתרים הפופולריים כ"תוכן עניינים" למרחב המקוון ומתפקדים, בין השאר, כמרכזים לארגון פרויקטים שיתופיים. במצב זה היזמים יכולים לפרסם את הפרויקט שלהם במספר מצומצם של אתרי מפתח רלוונטיים.

ב. שליחת מידע ב"דחיפה" (Push): ברגע שמאותר מוקד ארגוני לפעילות קולקטיבית, משתמשים יכולים להירשם לרשימת תפוצה או ל-Information Feed (בעזרת RSS, למשל), וכתוצאה מכך המידע המבוקש "יידחף" אליהם ישירות. כך המשתמשים יכולים לקבל מידע שמותאם אליהם אישית אודות פרויקטים רלוונטיים במהירות, ללא פעולה נוספת מצדם. מנקודת מבטם של התורמים הפוטנציאליים, טכנולוגיה זו מצמצמת את עלויות חיפוש המידע. יזמים נהנים כמובן מאפשרות להפיץ את המידע באופן זול וישיר, המותאם לקהל היעד הרצוי.

ג. זרימת מידע ויראלית: יזמים ופעילים עשויים להיעזר ברשתות חברתיות או בקהילות שחבריהן הם בעלי מאפיינים דומים, על מנת לעדכן את חבריהן בפעילויות קולקטיביות מתהוות. כך, מידע על פרויקטים שיתופיים מגיע לא

רק לאלו המביעים עניין, אלא גם לכל ה"חברים" שלהם ברשת החברתית או בקהילה, ומעגל התורמים הפוטנציאליים מתרחב עוד יותר.

3. עידוד השתתפות ותרומות

צמצום עלויות התרומה: מעבר ליתרונות של השימוש ברשת לביסוס פעולות קולקטיביות עבור היזמים והמארגנים, קיים גם יתרון בשימוש זה עבור התורמים הפוטנציאליים. יתרון זה מתבטא בצמצום עלויות התרומה, בעיקר כשמדובר במוצרים עתירי מידע. הסיבות לכך הן:

1. תקשורת באינטרנט אינה תלויה במכשולים פיסיים או בגבולות. למעשה, עלות שליחת המידע אינה תלויה כלל במרחק, עובדה שמאפשרת שיתוף פעולה בין אנשים מארצות ומאזורים שונים.
2. תורמים יכולים לשלוח מידע, באופן סימולטני, למספר רב של נמענים. עלות שליחת ההודעה עבור השולח היא זניחה, וכמעט שאינה תלויה במספר הנמענים.
3. תקשורת באינטרנט יכולה להיות סינכרונית (לדוגמא, צ'טים) או א-סינכרונית (פורום).
4. אנונימיות יכולה להביא לעידוד תרומות בתחומים שחשיפת הקשר אליהם עלולה להרתיע תורמים פוטנציאליים.
5. לרוב, תורמים יכולים להחליט מה וכמה הם רוצים לתרום ללא צורך בהתחייבות לתרומה נוספת (להרחבה בנושאים אלו ראו McKenna & Seidman, 2005; Lev-On & Hardin, 2007).

מספר עודף של תורמים פוטנציאליים: במרכז כל פעילות קולקטיבית ניצבת בעיית ה"טרמפיסט" (Free-rider). הנתונים מלמדים שגם באינטרנט אחוזים מעטים מאוד של צרכני המידע בפרויקטים שיתופיים תורמים מידע משלהם, למרות כל היתרונות של הפעילות באינטרנט עבור יזמים ועבור משתתפים פוטנציאליים. פרויקטים שיתופיים רבים משגשים תוך התבססות על תרומות המגיעות ממיעוט מכלל התורמים הפוטנציאליים שהביעו עניין בפרויקט (McKenna & Seidman, 2005; Lev-On & Hardin, 2007). יחד עם זאת, היתרון הגדול של האינטרנט עבור פרויקטים שיתופיים דוגמת אלו שנסקרו לעיל הוא האפשרות להגיע למספר רב של מתעניינים פוטנציאליים באתר המיזם (בשל הסיבות המפורטות מעלה). גם אם אחוז זעום מהמתעניינים יתרום, ייתכן שמדובר במספר גבוה של תורמים בפועל, שמספיק לצרכי הפרויקט.

כך, לב-און והרדין (Lev-On & Hardin, 2007) אינם טוענים שהאינטרנט בהכרח יוצר "עולם חדש מופלא" המאופיין באלטרואיזם ובנתינה, אלא שהאינטרנט יוצר מצע טכנולוגי המקל על ההתמודדות עם הבעיות הקלאסיות המאפיינות שיתוף פעולה רחב-ממדים. האפשרויות הטכנולוגיות והארגוניות שהאינטרנט מציע ושתוארו למעלה עשויות להוביל לייעול ההקמה של פרויקטים שיתופיים על ידי מספר רב של גורמים פוליטיים – תנועות חברתיות, קהילות וירטואליות, יזמים בודדים ומפלגות וארגונים ממשלתיים, ולייעול הניהול של פרויקטים אלה. כך, השחקנים הפוליטיים (תנועות חברתיות, קהילות, יזמים בודדים, ארגוני ממשלה, וכו') המעוניינים להפיק מוצר ציבורי, נהנים מאפשרויות רבות נוספות להגיע לקהלי יעד רלבנטיים ולגייס תרומות קטנות - כספיות או תוכניות - לקידום הפרויקט.

דיון וסיכום

למרות שהתקשורת מכסה מצבי חירום באופן נרחב ברמה לאומית ולעתים אף ברמה בינלאומית, ההשלכות המיידיות של מצבים אלה מרוכזות לעתים קרובות במישור המקומי. מרז (Meraz, 2006) טוענת שהניגוד בין הכיסוי התקשורתי הגלובלי לבין ההתמקדות המקומית בנוק ניכר כשמקשיבים לדברי הנפגעים מהמצב. אלו מעידים על כך שלמרות שהיה סיקור חדשותי אינטנסיבי "מסביב לשעון" עדיין הייתה בעיה אקוטית של מחסור במידע רלוונטי. חיפוש מידע מתמקד לעתים קרובות במישור המקומי, וטכנולוגיות מידע חדשות מהוות אפיק יעיל לזיהוי הידע ברמה המקומית, להפצתו ולמינופו (Meraz, 2006; Procopio & Procopio, 2007; Shklovski, Palen & Sutton, 2009).

שעת חירום מאופיינת בצרכים מיוחדים, שמתייחסים בראש ובראשונה לקהילה המקומית שסופגת באופן מרוכז את הנזקים בגוף, בנפש ובחומר (Procopio & Procopio, 2007). למרות העניין התקשורתי שעשוי לגלוש אף לרמה הגלובלית, ישנן סוגיות ומצוקות מקומיות שקשה לפתור באמצעות תקשורת ההמונים. האינטרנט מהווה כלי מתאים במיוחד לסיוע ולתמיכה במצבים אלו, תודות לאפשרויות שהוא מציע כגון קישור ושיתוף בין אנשים לבין אנשים אחרים, בין קהילות, בין ארגונים ובין עמותות ואף בינם לבין גופי ממשל. במקרה הישראלי, כאמור, ניתן היה להבחין בהתארגנויות שנועדו לענות על צרכים ספציפיים שהתעוררו באופן בלתי צפוי בעקבות הלחימה בצפון, כגון מציאת מקום מגורים חלופי, איסוף והעברה של מזון וציוד, טיפול באוכלוסיות נזקקות, פינוי בעלי חיים ואף הצעת תמיכה מורלית ונפשית לשהים במקלטים. מגוון אתרי מפתח, דוגמת אתרי עיתונות מקוונת ופורטל המועצה הלאומית להתנדבות, אפשרו לשדך בין הביקוש לסיוע לבין ההיצע.

אולם שימושי ווב2 בשעת חירום אינם מתמצים ברמה המקומית. במהלך מלחמת לבנון השנייה מספר רב של ארגונים וקבוצות ניצלו את האפשרויות שהאינטרנט מציע על מנת לרתום את אזרחי ישראל לסייע ליישובי הצפון. הרשת עצמה הייתה לחלק בלתי נפרד מזירת הלחימה וההתגוננות והפכה לחזית נוספת של מידע ושל תקשורת בתוך ישראל ומחוץ לה. שימושים אלה מצביעים רק על חלק מהאפשרויות שמציעה רשת האינטרנט, ועל הפוטנציאל שלה להפוך לפלטפורמת

פעילות מרכזית עבור שחקנים מדינתיים לצורך התארגנויות קבוצתיות ועבור יחידים בזמן שגרה ובמצבי חירום. מקרה בוחן זה מצביע על אפשרויות הגיוס של המוני משתתפים וארגונים בעלות נמוכה ובמהירות. בנוסף, מקרה הבוחן מצביע על אפשרויות תרומה, למעוניינים בכך, באופן נוח ובהיקף המקובל עליהם, תוך שמירה על אוניברסליות על פי רצונם.

בחינת השימושים שנעשו באינטרנט במהלך מלחמת לבנון השנייה מראה כי אנשים רבים יכולים למצוא ברשת מגוון אפיקים לפעילות, החל מכתבת טוקבק, דרך דיווח או הצעת מענה למצוקות, וכלה במציאת משפחה מאמצת לאירוח. פוטנציאל מהפכני זה של האינטרנט מרתק לנוכח ההשוואה המתבקשת עם אמצעי התקשורת המסורתיים ועם דרכי השימוש בהם במהלך משברים ביטחוניים שהתרחשו בישראל בעבר. פלד ו"ץ (Peled and Katz, 1974) חקרו את השימושים שנעשו בתקשורת ההמונים לעומת השימושים בתקשורת הבין-אישית בקרב אזרחים ישראלים במהלך מלחמת יום כיפור. החוקרים דנו בחשיבותה של תקשורת שאיננה ממוסדת הנעשית מכלי שני בעתות מלחמה, וממחקרם עלה שתקשורת בין-אישית היוותה תוספת חשובה לתקשורת ההמונים בשעת חירום, והיא סייעה בתהליכי הפענוח והפרשנות של החדשות ובשיכוך חרדות. עם זאת, שיחות בין-אישיות היוו גם "חומר בעירה" משמעותי לשמועות. במאמר הנוכחי נשאלת השאלה כיצד האינטרנט שינה את "חוקי המשחק"? אילו פונקציות הוא מיטיב למלא בזמני חירום דוגמת מלחמות, משברים ואסונות? והאם הוא מתפקד באופנים חדשים בהשוואה למדיה מסורתית יותר?

ממחקרם של (Macias, Hilyard & Freimuth (2009), שבדקו שימושים ותפקודים של בלוגים מיד לאחר אסון הוריקן קתרינה, אכן עולה שבלוגים מילאו פונקציות רבות של תקשורת בזמן משבר, ואף תפקדו באופנים נוספים שלא באו לידי ביטוי במדיה אחרים. הפונקציות המרכזיות שנמצאו הן פרסום מידע וקישורים אודות מאמצי חילוץ והצלה, דיווח על נעדרים, דיווח על אפשרויות למתן סיוע ולקבלתו, יצירת מצע לסיוע קהילתי, ביסוס ושימור תחושת קהילה במצבי משבר, פרסום מידע בדבר הנזקים והבאת תגובת הרשויות בנדון. תפקודים נוספים של הבלוגים שזוהו על ידי המחברים הם פונקצית הבעת דעה (Thinker function) על ידי בלוגרים, במיוחד אודות תגובת הרשויות, ואף פונקציה רגשית/תרפויטית של תמיכה ושל ייעוץ באמצעות כתיבה בבלוג. למרות שהמחקר הנוכחי לא בדק אמפירית את התקבלות שימושי האינטרנט ואת אופן השימוש באינטרנט על ידי הגולשים בשעת חירום, ניכר מן הסקירה שהוצגה לעיל שהאינטרנט שימש לפונקציות דומות (פרסום מידע, ביסוס תחושת הקהילה, וכו') גם בזמן מלחמת לבנון השנייה.

לסיכום, ברצוני לציין חמש נקודות שעולות מסקירת השימוש השיתופי באינטרנט במהלך מלחמת לבנון השנייה, ולהצביע על מספר מסקנות ולקחים. ראשית, מקבלי

החלטות יכולים למנף את השימוש באינטרנט, ולנצל את היכולת להגיע באמצעותו למספר רב של מקורות בעלי מידע פרטי "מהשטח". כך יוכלו ליצור תמונת מצב כוללת לגבי המתרחש בשטח במגוון חתכים, ולשדך בין גורמים שיכולים לעזור לבין גורמים המעוניינים לקבל עזרה. לפי פאלן ואחרים (Palen et al., 2009), השימוש המבוזר באינטרנט אחרי אסונות ומשברים לצורך הפקת והפצת מידע על ידי מספר רב של משתתפים עשוי לתרום לדיוק במידע ולעדכנו. באירועים המתרחשים על פני מרחבים גיאוגרפים נרחבים, מידע המגיע ממגוון "עיניים בשטח" יכול לעזור למקבלי ההחלטות הרבה יותר בהשוואה למקורות מידע רשמיים, מאחר ולמידע זה יהיה הקשר מקומי והוא יעודכן במהירות. יתרה מזאת, שירותי תקשורת חברתיים מספקים דרכים חדשות לאנשים לתקשר עם אחרים בתוך הקהילה שמתמודדת עם האסון, וכמובן גם מחוץ לה, בהתאם לתשתית הטכנולוגית הקיימת. אפשרויות אלה הופכות, לפי המחברים, את האינטרנט לכלי ולבמה ליצירת "אינטליגנציה קולקטיבית".

חשיבות המידע מהשטח, במיוחד במקרה הישראלי, מתחזקת לנוכח אוזלת ידה של הממשלה להגיע למידע ולספקו. דווקא במצבי חירום, כאשר חלה עלייה דרסטית ברמת הביקוש לזרימת מידע מידית, לאיתור מהיר של מצוקות ולמתן מענה הולם ויעיל למצוקות אלה, מתגלים הכשלים התפקודיים של מנגנוני המדינה ונחשפת חולשתם של אמצעי התקשורת המסורתיים. על רקע זה בולטת רשת האינטרנט, שמהווה ערוץ תקשורת מידי ויעיל, פלטפורמה לזיהוי צרכים ובעיות, וזירה להתארגנות קולקטיבית במגוון הקשרים. כך, גלן ריינולדס, משפטן ובלוגר נודע, קרא מיד לאחר אסון הוריקן קתרינה, ליזום פלטפורמות שיתופיות שימלאו מספר פונקציות חשובות בזמני חירום עתידיים. פלטפורמות אלה יאפשרו לשתף מידע, לפרסם קריאות לעזרה ולהיענות להן, לתאם מאמצי סיוע, ליצור קשר עם נעדרים, לקשר בין אנשים לבין גורמים המטפלים בנושאים כגון תעסוקה ודיוור, ולחלק תרומות בהתאם לצרכים בשטח.⁴⁶

נקודה שנייה החשובה לצורך הבנת הפעילות הקולקטיבית ברשת, היא הכרה בסימביוזה בין אתרים של ארגונים ושל יחידים שמציעים אפשרויות להתנדבות ולשיתוף פעולה, לבין אתרי מפתח שמהווים מוקדי ידע ברשת גם בזמן שגרה. דינמיקה זו מסייעת ליזמים ולגופים שלא זוכים לחשיפה רבה בזמן שגרה לחשוף את המיזמים שלהם באמצעות פרסומם באתרי מפתח, המהווים צמתים מרכזיות ברשת אליהן מגיעה תנועה ערה של גולשים, והמתפקדים כמתווכים בין הביקוש (לסיוע או להתנדבות) לבין ההיצע, המסופק על ידי היזמים.

ייתכן שריכוז התנועה באינטרנט במספר קטן של אתרי מפתח הוא בעייתי על פי האתוס השוויוני המלווה את האינטרנט מזמן הקמתו. עם זאת, אין ספק שמצב זה תורם משמעותית לארגון של אתרים ושל תנועות "עממיות", הפועלות "מלמטה למעלה". התוצאה היא יצירת מספר לא גדול של אתרים שמגיעים אליהם מומחים רבים ושמהווים נקודת זינוק להתארגנות ולפעילות. חשוב להדגיש שללא הפרסום באתרי המפתח, סביר להניח שלא ניתן היה לרתום תומכים רבים ליוזמות המועלות על ידי אנשים פרטיים או על ידי קבוצות קטנות, וייתכן שבעקבות כך יוזמות אלה גם לא היו יוצאות לפועל בכלל.

אתרי מפתח אלו כוללים גם פורומים וקהילות מקוונות בעלי מכנה משותף של ידע מקצועי, אזור גיאוגרפי או תחום עניין. פורומים אלו היוו לעתים מערכות ארגוניות שהן אלטרנטיביות למערכות המוכרות לנו כיום, הכוללות משרד, עובדים ואפשרויות של מענה טלפוני. במקרה של היעדר סמכויות ממסדיות בשטח, הפורומים הללו היוו כלי למתן מענה לבעיות שצצו בן לילה בקרב אנשים בתפוצה גיאוגרפית רחבה, שנעזרו באנשים אחרים ברחבי הארץ. התכנים הייחודיים לכל קהילה ופורום מיוצרים אמנם על ידי המשתתפים, אך הקמת הפלטפורמה לאתרים השתתפותיים כאלה אפשרית עבור מגוון גופים תקשורתיים, ארגונים ועמותות, ואף עבור רשויות מקומיות וגופים ממשלתיים.

יש לציין שהנתונים מצביעים על התגייסות עצומה של אזרחים במהלך המלחמה לטובת תושבי הצפון-43% מאזרחי המדינה דיווחו שתרמו כסף או ציוד לתושבי הצפון בזמן המלחמה, 11% התנדבו לסייע לתושבי הצפון, ורבע ממשקי הבית אירחו משפחות מהצפון (כך ואח', 2007). אתרי מפתח יכולים וצריכים לשמש תפקיד חשוב בעתיד בניתוב תנועה ערה זו של מתנדבים למקומות בהם יש להם דרישה.

נקודה שלישית העולה מהדיון היא היכולת לפתח באמצעות כלי ווב2 לא רק שיתוף פעולה חוץ-ממסדי, אלא לשלבו עם תשומות המגיעות ממגוון מגזרים. גם בעתיד הנראה לעין הממשלה תזדקק לשיתוף פעולה מצד ארגוני מגזר שלישי באינטרנט או מחוץ לו, ולכן מן הראוי ללמוד את לקחי מלחמת לבנון השנייה ולעשות שימוש מושכל ביכולות הארגון החדשות מבוססות-האינטרנט לטובת שיתוף פעולה בין מגזרי לרווחת כל המעורבים בדבר. למשל, באמצעות מאגרי מידע ופורומים שיעודכנו באופן שוטף ויימשכו אליהם לא רק אזרחים אלא גם פקידים ואנשי מקצוע. יש לזכור שהקמת מרחבים מקוונים כאלה אינה מחייבת תקציבי ענק או העברת סמכויות נרחבות בין משרדי ממשלה.

הדרישה לשימושים יעילים יותר באינטרנט המכוונים "מלמעלה", קרי מצד הממשלה ומצד ארגונים ציבוריים, עולה גם מתוך הדו"ח הראשוני של הוועדה לבחינת מוכנות העורף במצבי חירום (ספטמבר 2006). הוועדה מייעדת לממשלה את תפקיד הקמת מנהלת ריכוז לאומית:

"מצב חירום דורש הפעלת גוף אחד – מתכלל לאומי (Integrator) – בעל סמכות ואחריות כוללת לניהול הצד האזרחי של המלחמה. לגוף המתכלל צריכה להיות תמונת מצב כוללת ומדויקת. על גוף זה לזהות את הצרכים בשטח, להגדיר את הקריטריונים לסיוע, לקבוע את סדרי העדיפויות, לכוון ולהנחות את גורמי הביצוע – בתפקיד זה, כשלה הממשלה כישלון נוקב. בפועל, במהלך ניהול הצד האזרחי של המלחמה האחרונה לא היה "בעל בית" אחד אלא מספר גופים שפעלו במקביל. המערכת כולה תפקדה במספר ראשים, ללא גוף מתכלל לאומי בעל תמונה כוללת שיכוון את כלל הגופים שפעלו במרחב... תפקידה של הממשלה כמתכלל לאומי אינו ניתן להפרטה או להעברה לגורם וולונטארי כזה או אחר". (מתוך: הדו"ח הראשוני של הוועדה לבחינת מוכנות העורף במצבי חירום, ספטמבר 2006).

עם זאת, הוועדה מציינת את מהירות הפעולה של יזמים פרטיים ואת יעילותם. דוגמה לכך היא "עיר האוהלים" שארקדי גאידמק הקים תוך שלושה ימים, לעומת עיר האוהלים שהממשלה הקימה תוך 30 יום (ושבאופן אירוני משהו, נפתחה דווקא ביום האחרון של המלחמה). נראה שפער זה בין פעילות היזמים לבין פעילות הממשלה מערער את מסקנות הוועדה עצמה, על פיהן המדינה חייבת להיות הגוף המתכלל בשעת חירום. תחת זאת, שיתוף פעולה בין-מגזרי יכול להיבנות גם על בסיס פלטפורמות ווב2 שמנוהלות על ידי גופי תקשורת או עמותות. כך למשל, מיד לאחר הוריקן קתרינה הוקמו באתר חדשות מרכזי בניו אורלינס (nola.com) פורומים מקומיים-שכונתיים שהפכו למוקד לפרסום ולחיפוש מידע, ובשל הבולטות התקשורתית שלהם, פורסם בהם גם מידע על ידי מקורות רשמיים.

מן הדיון לעיל אכן עולה החשיבות של קיומו של אתר מפתח שיהיה אחראי על התיאום בין הגורמים השונים בשעת חירום, ושיפעל לשיתוף פעולה בין גורמים ממשלתיים לבין גורמים ממגזרים אחרים במשק. בידי הממשלה התקציבים והיכולות לייצר מערך אינטרנטי לשעת חירום שיכלול את מגוון הכלים ואסטרטגיות הפעולה, ושיפיק תועלת מן הכלים שהאינטרנט מציע. מערך מסוג זה עשוי לפעול גם בזמן שגרה בהיקף מצומצם, על מנת להבטיח את זמינותו ואת חשיפתו לציבור.

קיימות מספר עדויות לכך שגופים ציבוריים עשויים להקים מערך שיענה על צרכי האזרחים בעת משבר בצורה יעילה. דוגמא טובה לכך ניתן למצוא באתר עוז (<http://www.oz.gov.il>), אתר ממשלתי שהוקם בזמן מבצע "עופרת יצוקה", ושיועד במיוחד לתושבי הנגב המערבי. האתר היווה נקודת מפגש בין הממשלה לבין ארגונים ואנשים פרטיים בעלי יוזמות וצורכי חיפוש מידע. שלוש שנים קודם לכן, בזמן מלחמת לבנון השנייה, הקים מק"מ (המרכז לקידום המחשוב והטכנולוגיה בחינוך) חיפה ברשת את "מרחב מוגן חינוכי בחיפה". האתר, שנרשמו אליו אלפי כניסות, כלל מדורים רבים שהציעו, לדוגמא, מידע לשעת חירום (שהתקבל מעיריית חיפה

וממשרד החינוך), מידע על התנהגות ילדים במצב חירום (פיקוד העורף), מידע על מרכזי פעילות לילדים בחיפה, חומרי לימוד, היערכויות לקראת שנת הלימודים החדשה, ופורום שכונה "מדברים". לפי ארנון וסתר (2008), מבדיקת השיחות בפורומים עולה כי דווקא בתקופת המלחמה (שהתרחשה במהלך חופשת הקיץ במוסדות החינוך) "ילדים מצאו עניין בשיחה עם גורמים איתם הם בקשר במשך שנת הלימודים. קהילת בית הספר מהווה עבורם כתובת לפניה ולשיח - אם המדובר בשיח עם מורה או עם חברים לכיתה ולקהילת בית הספר בכלל. מאות הודעות התקבלו בפורומים. השיחות שיקפו רגשות פחד, חרדה, חשש, אזהרה, געגוע, אך גם חיזוק, עידוד, שלווה ותקווה".⁴⁷

אולם הפער בין מגוון השימושים שניתן לעשות באינטרנט והתוצרים שניתן להפיק ממנו בשעת חירום לבין המודעות לגבי שימושים ותוצרים אלה ותרגומם לידי מעשה מצד רשויות השלטון הוא גדול, והניצנים שנראים אט אט בשטח הם פרי של יוזמות מקומיות מצד בעלי תפקידים עם ידע ומודעות לנושא, ואינם חלק מאסטרטגיה ממשלתית כללית ורחבה. כך, ה"נוהל [ה]בין-משרדי לארגון הפעלת מתנדבים ברשות המקומית בשעת חירום" (הגרסה המעודכנת מאוגוסט 2007, שנה לאחר המלחמה) אינו מכיל התייחסויות כלשהן לאינטרנט.

הנקודה הרביעית הנוגעת לשימוש באינטרנט במצבי חירום מתייחסת ליכולת הטכנולוגית להעביר מסרים גם "מלמטה למעלה", ולא רק בכיוון ההפוך כפי שתואר בהרחבה לעיל. בזמן המלחמה ביצעה חברת בזק פרויקטים לרישות ולתקשוב של כ-400 מקלטים, לפי דיווחי החברה,⁴⁸ כדי לאפשר לשוהים במקלטים להיעזר בתשתית תקשורת "מלמטה" (תרתי משמע) על מנת להעביר מידע ובקשות מאנשים ומארגונים "כלפי מעלה", ולהישמע אצל גופי הממשל.

למסקנה דומה בדבר החשיבות הרבה של חיבורי אינטרנט במקומות איסוף ומחסה הגיעו גם Procopio & Procopio (2007) בעקבות המצב ששרר בניו אורלינס אחרי הוריקן קתרינה. במשך תקופה ארוכה ישבו ניצולים במקלטים ולא ידעו היכן יקריהם, בזמן שניתן היה לאתר את חלקם לפחות באמצעות הפורומים המקומיים שהוקמו בדיוק למטרה זו. כך, תשתית תקשורת במקלטים ובמקומות ציבוריים אליהם צפויה להיאסף אוכלוסייה בשעת חירום עשויה לאפשר תקשורת בין אנשים שהגישה למדיה נחסמה בפניהם ולייעל אותה, וגם לגשר במידת מה על "הפער הדיגיטלי" שעלול להתקיים בשעת חירום, כיוון שסביר להניח שלבעלי האמצעים תהיה נגישות רבה יותר למדיה בהשוואה לחסרי האמצעים.

47 <http://mkm-haifa.co.il/documents/> לקריאה נוספת: http://mkm-haifa.co.il/herum_mogan.pdf

48 http://www.bezeq.co.il/Cultures/he-IL/Bezeq/about/News_bezeq/NewsBezeq2006/ 2006, July-sept+2006/250706.htm, אוהור ספטמבר 2006.

נקודה חמישית ואחרונה לגבי שימושי ווב2 בשעת חירום נוגעת ליכולת לבנות מראש צוותים "מלמטה" שיופעלו באמצעות האינטרנט ולגייסם בשעת חירום, אם לצרכי דיפלומטיה ציבורית, או לצרכים אחרים. אחד הלקחים שנלמדו מאסון קתרינה הוא הצורך לגייס מתנדבים מתחומים שונים לסיוע בעת מצוקה. בעקבות זאת הוקם מאגר מתנדבים בשם "עזרה בשעת אסון" בעת שבוע המוכנות לקראת עונת ההוריקנים.⁴⁹ הקמת מאגר מתנדבים מסווג (לפי אזור מגורים, התמחות וכו'), עשוי להאיץ את מהירות התגובה במצבי אסון, ולחסוך בעלויות ניוד צוותים ממקומות שונים בארץ.

המחקר הנוכחי שבדק את אופני השימוש באינטרנט בישראל במהלך מלחמת לבנון השנייה פותח פתח למחקרים עתידיים שיעמיקו את הבנתנו בדבר תרומתו הייחודית של האינטרנט במצבי חירום. ממצאי מחקר זה מעידים על כך שהאינטרנט הפך לכלי למעורבות אזרחית ממדרגה ראשונה, ושהוא מציע פלטפורמות שיתופיות שבכוחן לגייס המונים, לספק תמיכה חומרית ונפשית לאלו הזקוקים לה, ואף לשקם במקצת את תדמית המדינה בעת המלחמה. מהמקרה הישראלי וממחקרים נוספים אודות שימושי ווב2 בשעת חירום עולה כי האינטרנט הינו מדיום בעל פוטנציאל שניתן להגדירו כמהפכני בכל הנוגע לניודו של הציבור בעת מלחמה, אסון או משבר. כפי שהודגם, שורה ארוכה של גורמים ויחידים יכולים למנף את האינטרנט לצרכי גיוס וארגון עבור קשת רחבה של יוזמות חברתיות. ככל שיתפתחו טכנולוגיות ה־ווב2 ויוטמעו, וככל שיגדל מספר האזרחים המחוברים לאינטרנט בישראל ובעולם ותתחזק האוריינות שלהם ויכולתם לעשות שימוש יעיל ומושכל באינטרנט לצרכיהם, תיהפך הרשת לחשובה ומשפיעה יותר במצבי חירום. ממשלות יכולות לרתום טכנולוגיות אלו ועל ידי כך לייעל את פעילותן ולהציע מגוון שירותים חדשים לאזרחיהן, תוך שיתוף פעולה עם מגזרים שונים במגוון הקשרים.

הפעילויות הקולקטיביות שנעשו באמצעות האינטרנט במהלך מלחמת לבנון השנייה חיזקו את הטענה שנלמדה לאחר משברים קודמים, לפיה התארגנויות מבוססות-אינטרנט הן כלי נוסף ויעיל לאיתור בעיות ולטיפול בהן בצורה מושכלת ויעילה. יש לקוות שגם גופים ציבוריים יכירו ברוחות השינוי שהאינטרנט מביא, וישתמשו בו ליצירת שיתוף פעולה יעיל בין אזרחים, מנהלים, אנשי מקצוע וקובעי מדיניות, במיוחד בעיתות חירום.

רשימת מקורות

מאמרים אקדמיים:

- לב-און, א'. 2009. נתיבים חדשים באקולוגיית המידע ברשת: חמש אנקדוטות בחיפוש אחרי תיאוריה. העין השביעית. הורד ב-20.4.09 מ-www.the7eye.org.il/Thesis/Pages/090409
- New-paths-in-web-data-ecology.aspx?RetUrl=/THESIS/Pages/Thesis_Lobby.aspx
- לב-און, א'. 2010. בין הפרטי לציבורי: שימושי אינטרנט בידי יזמים פוליטיים. יופיע בתוך *טכנולוגיה, חברה ופוליטיקה בישראל*, עורכים ארז כהן ואזי לב-און. תל-אביב: עם עובד.
- נווה, ח'. 2008. האינטרנט כסביבה לעידוד ולהתלכדות אזרחית במהלך מלחמת לבנון השנייה. בית הספר רוטשילד קיסריה לתקשורת – חוברת מס' 6, אוניברסיטת תל-אביב.
- Bimber, B., Flanagin, A., & Stohl, C. 2005. Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment. *Communication Theory*, 15, 365-388.
- Farrell, H., & D.W. Drezner. 2008. The power and politics of blogs. *Public Choice* 134: 15-30.
- Hardin, R. 1982. *Collective action*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Haythornthwaite, C. 2009. Crowds and communities: Light and heavyweight models of peer production. Proceedings of the 42nd Hawaii International Conference on System Sciences. Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society.
- Lev-on, A. & Hardin, R. 2007. Internet-based collaborations and their political significance. *Journal of Information Technology and Politics*, 4(2): 5-27
- Macias, W., Hilyard, K., & Freimuth, V. 2009. Blog functions as risk and crisis communication during hurricane katrina. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1):1-31.
- McKenna, K. Y. A. & G. Seidman. 2005. You, me, and we: Interpersonal processes in electronic groups, Y. Amichai-Hamburger (Ed.), *The Social Net: Human Behavior in Cyberspace*. New York: Oxford University Press: 191-217.
- Meraz, S. 2006. Citizen Journalism, Citizen Activism, and Technology: Positioning Technology as a 'Second Superpower' in Times of Disasters and Terrorism. *International Symposium on Online Journalism*. 27-30. Retrieved August 7, 2007, from <http://online.journalism.utexas.edu/2006/papers/Sharon.pdf>

Olson, M. 1965. *The logic of collective action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Palen, L., Vieweg, S., Liu S.B. & Hughes, A.L. 2009 Crisis in a Networked World: Features of Computer-Mediated Communication in the April 16, 2007 Virginia Tech Event. *Social Science Computer Review*, 27(5): 1-14.

Peled, T. & Katz, E. 1974. Media Functions in Wartime: The Israel Home Front in October 1973, in J. Blumler & E. Katz (Eds.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills CA: Sage. Pp: 49-69

Procopio, C., & Procopio, S. 2007. Do you know what it means to miss New Orleans? Internet communication, geographic community, and social capital in crisis. *Journal of Applied Communication Research*, 35(1): 67-87.

Shklovski, I., Palen, L., & Sutton, J. 2008. Finding Community through Information and Communication Technology in Disaster Events. *Proceedings of the ACM conference on Computer Supported Cooperative Work*, 127-136.

דו"חות אודות מלחמת לבנון השנייה:

הוועדה לבדיקת אירועי המערכה בלבנון 2006, ועדת וינוגרד, מלחמת לבנון השנייה - דין וחשבון מלא, ינואר 2008. http://vaadatwino.co.il/?page_id=50

הוועדה לבחינת מוכנות העורף במצבי חירום, דו"ח ראשוני ספטמבר 2006. <http://www.knesset.gov.il/committees/heb/docs/bitachon06.htm>

בבלי, מיכאל. רדאי, פרנסס. דבוש, אבי, ואיתן הדס (2007), הדס אזרחים בחזית – דו"ח לסיכום כשלי הטיפול בעורף במלחמת לבנון השנייה מנקודת מבט אזרחית. שתי"ל, ירושלים.

כץ, ח., רביב, ע., יוגב, ה., יעקבי, מ., לוינסון, א., אלון, י. וגדרון, ב. (2007). החברה הישראלית במלחמת לבנון השנייה, המרכז לחקר המגזר השלישי, אוניברסיטת בן גוריון בנגב.

מכון ראות. (2008) 'עמידה איתנה' לניצחון בחזית האזרחית – מסגרת תפיסתית גרסה א'. הוגש לוועדת איילון לבחינת מוכנות העורף, הוצג בכנס שדרות לחברה.

מבקר המדינה ונציב תלונות הציבור, היערכות העורף ותפקודו במלחמת לבנון השנייה – הדו"ח המלא, 18.07.2007

<http://www.mevaker.gov.il/serve/contentTree.asp?bookid=493&id=188&contentid=&parentid=undefined&sw=1280&hw=954>

פרסומי בית ספר רוטשילד-קיסריה לתקשורת

סדרת התקשורת במלחמת לבנון 2006

- **הביקורת הציבורית על התקשורת במלחמת לבנון 2006**
פרופ' גבי וימן
ינואר 2007
- **מ"קורי עכביש"ל"חומה בצורה": המיצוב המשתנה של העורך במלחמת לבנון השנייה**
פרופ' תמר ליבס וזוהר קמפף
אפריל 2007
- **מלחמת ישראל-חיזבאללה 2006: התקשורת כנשק בסכסוך א-סימטרי**
מארווין קאלב וקארול סיוץ
אוקטובר 2007
- **מלחמת לבנון השנייה בראי הפרשנות של התקשורת הכתובה בישראל: ניתוח "אקורד הסיום" – במהלך המתקפה היבשתית הכוללת, 11-13 באוגוסט 2006**
ד"ר יוסי בן ארי
נובמבר 2007
- **רטוריקה של ביקורתיות: ביקורת מאתגרת, ביקורת מאשרת והעיתונות הישראלית במלחמת לבנון השנייה**
ד"ר מוטי נייגר, ד"ר אייל זנדברג, ד"ר אום מאירס
ינואר 2008
- **האינטרנט כסביבה לעידוד ולהתלכדות אזרחית במהלך מלחמת לבנון השנייה**
חנן נוה
פברואר 2008

פרסומי מכון הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה

מדד אמון הציבור בתקשורת

- **תפיסות הציבור את התקשורת הישראלית**
דו"ח מס' 1 – מרץ 2003

■ **אמון הציבור לעומת אמון העיתונאים בתקשורת הישראלית**
דו"ח מס' 2 – ינואר 2004

■ **עמדות הציבור כלפי סיקור הסכסוך הישראלי-פלסטיני**
דו"ח מס' 3 – מאי 2004

■ **צריכת חדשות באתרי האינטרנט**
דו"ח מס' 4 – פברואר 2005

■ **הסיקור התקשורתי של מערכת הבחירות לכנסת ה-17**
דו"ח מס' 5 – מרץ 2006

■ **עמדות הציבור לגבי הסיקור התקשורתי של בריאות מנהיגים ולגבי אשפוזו של ראש הממשלה שרון**
דו"ח מס' 6 – אפריל 2006

■ **האם התקשורת משפיעה על המורל הלאומי?**
דו"ח מס' 7 – יוני 2007

סדרת אגרתא

■ **התקשורת הישראלית והירדנית: האם השלום שינה את דימוי ה"אחר"?**
פרופ' גדי וולפספלד, רמי חורי, ד"ר יורם פרי
ספטמבר 2003

■ **סיקור תקשורתי של בחירות בישראל: חשבון נפש של מחקרי ארבע מערכות בחירות**
פרופ' גבי וימן, ד"ר תמיר שפר
פברואר 2004

■ **אשליית הבחירה הדמוקרטית: כיצד משיגות תכניות המציאות את שיתוף הפעולה של הצופים**
ד"ר מוטי נייגר, אבישי יוסמן
דצמבר 2004

■ **דמוקרטיה, תקשורת ופוליטיקה בבית המשפט העליון: גבולות חופש הביטוי של פלסטינים בישראל בתקופת האינתיפאדה השנייה**
ד"ר יובל קרניאל
פברואר 2006

■ **סיקור תקשורתי של מעשי טרור: אירועים מדאיגים והצעה להנחיות**
פרופ' רפאל כהן-אלמגור
יוני 2006

■ **מדינה פלסטינית – כן או לא? מודל ניסיוני להבניית שיח ציבורי-פוליטי ולקידום עיתונות שלום**
ד"ר מולי פלג, ד"ר איתן אלימי
אוקטובר 2006

■ **עיצוב הגוף וחיטוב הזהות: ייצוגי הגוף בטלוויזיה המסחרית**
ד"ר דליה לירן-אלפר, ד"ר עמית קמה
מאי 2007

- **מטריושקה.קום: יצירת זהות טראנס-לאומית של מהגרים מחבר העמים באמצעות רשת האינטרנט**
נלי אליאס ומרינה זלצר-שורר
יוני 2007
- **דימוי המגזר היהודי ומוסדות המדינה בתקשורת הערבית בישראל**
ד"ר חליל רינאווי
דצמבר 2007
- **"מקרה מזעזע" – סיקור תקשורת של תקיפות מיניות בישראל**
ד"ר הגר להב
מאי 2008

סדרת התקשורת המגזרית

- **"חטיבה אנושית אחת, עם ישראל אחד": על כינון זהויות קיבוציות במכתבים למערכת "הארץ"**
ד"ר עמית קמה
מרץ 2005
- **שימושי תקשורת כאסטרטגיית השתלבות: המקרה של מהגרים מחבר העמים בישראל**
ד"ר נלי אליאס
ספטמבר 2005
- **"רבות רעו"ת צדיק": קווים לתולדות העיתונות החרדית בישראל, למאפייניה ולהתפתחותה**
ד"ר קימי קפלן
ינואר 2006
- **הציבור הדתי-לאומי והתקשורת: יחסי אהבה-שנאה**
אינס גבל
מאי 2006
- **העיתונות הערבית בישראל 1984-2006 כמכשיר לעיצוב זהות חדשה**
ד"ר מוסטפא כבהא
דצמבר 2006

פרסומים מיוחדים

- **"אין עם מי לדבר": מבט ביקורתי על הקשר פוליטיקה-תקשורת**
עורך: יחזקאל רחמים
יולי 2005
- **"קשה אך יציב": התקשורת, הרופאים ומחלות מנהיגים**
עורך: יחזקאל רחמים
יולי 2006

רבות נכתב על תפקוד התקשורת ועל השימושים בה בזמן מלחמת לבנון השנייה, אך ההתייחסות אל שימושי האינטרנט במהלך מלחמה זו, בדגש על זירות השתתפותיות (ווב2), הייתה זניחה. מטרת מאמר זה היא למלא את הריק, לתאר ולנתח את שימושי האינטרנט ההשתתפותיים בזמן המלחמה, תוך התמקדות בפעילויות לארגון העורף ולסיוע לו. לטענתי, האינטרנט היה כלי דומיננטי בארגון העורף בזמן המלחמה, בשל שילוב של שלושה גורמים: אחוזי חדירה גבוהים של אינטרנט בפס רחב בישראל; העדר ההכרזה על מצב חירום, שתרם בעקיפין להגברת המעורבות של המגזר השלישי ושל קבוצות הסיוע באינטרנט; והתמשכות הלחימה, שיצרה חלון הזדמנויות ליצירת פלטפורמות שיתופיות ברשת ולפרסומן.

בחינת השימושים בכלי ה־ווב2 במהלך מלחמת לבנון השנייה מתבססת על מודל של לב־און והרדין (Lev-On & Hardin, 2007), לפיו הצלחתה של פעילות קבוצתית באינטרנט נגזרת מהשילוב בין יצירת פלטפורמות שיתופיות על ידי יזמים לבין יציקת תוכן לפלטפורמות אלו על ידי הגולשים. הפחתת עלות יצירת פלטפורמות שיתופיות מחד והוזלת עלויות האיתור ותרומת התוכן של משתמשים מאידך, מצמצמים את החסמים ליצירת שיתופי פעולה רבי משתתפים שמספקים מענה לצרכי הגולשים, גם כאשר רשויות הממשלה מנוטרלות מלעשות כן בעיתות חירום. במסגרת המאמר אבחן ואנתח את שימושי האינטרנט ההשתתפותיים בזמן מלחמת לבנון השנייה. אסכם את המאמר בדיון בממצאים ובהמלצות לגבי אופנים לניצול יתרונותיו של האינטרנט לגיוס הציבור ולהנעתו בשעת חירום.

המחבר

ראש מסלול מדיה חדשה ודיגיטלית בבי"ס לתקשורת במרכז האוניברסיטאי אריאל בשומרון. ד"ר לב־און חוקר את ההשפעות הפוליטיות והחברתיות של רשת האינטרנט, ומשתמש לצורך כך במגוון שיטות כגון ניסוי מעבדה, ניתוחי קישוריות וסקרים אופליין ואונליין. מחקרים אחרונים ניתחו כיצד ומדוע תקשורת מתווכת־מחשב משפיעה על העברות כספים במשחקי אמון, כיצד גולשים מדרגים אייטמים חדשותיים, כיצד מועמדים משתמשים ברשת בקמפינים, ואילו שימושים נעשים ברשת ע"י המפונים מגוש קטיף וע"י נשים חרדיות הגולשות בפורומים סגורים.

מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה

אוניברסיטת תל־אביב 69978

טל. 03-6405865, פקס 03-6406545