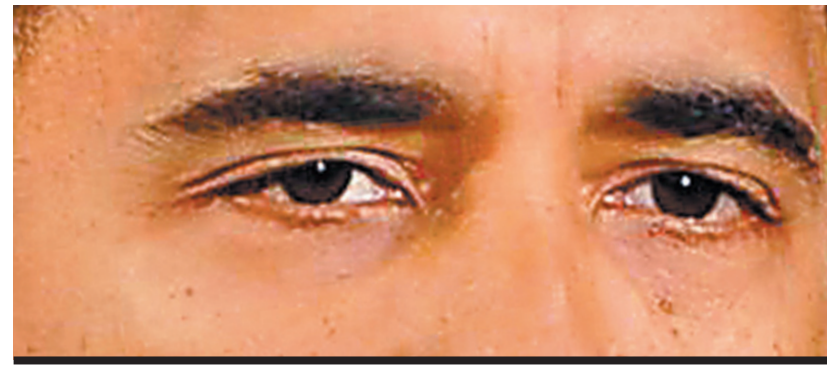




האמת על חוסיין



הממשל נסוג מהטענה שלסדאם חוסיין היה נשק להשמדה המונית, והטענה כי היה מעורב בפיוגועי 11/9 לא הוכחה. ועדיין, שלישי מהאמריקאים מאמינים שהוא הפיל את המגדלים, וחצי סבורים שהיה לו נשק להשמדה



אימייל אחד טען שברק חוסיין אובמה קיבל חינוך מוסלמי; השמועה הופרכה, אבל גרמה נזק שעדיין לא חוקן. הדוא"ל הזה ושמועות אחרות שכנעו לא מעט אמריקאים, שבטוחים גם היום כי אובמה עצמו מוסלמי

נרחבת על איך שהפוליטיקה עובדת ועל איך שהחברה עובדת. כבר אין עונש למי שמשקר, ולכן אנחנו רואים שקרים מוצעים יותר ויותר.

מנג'ו עוסק ברוח התקופה, אבל יודע שלא בדיוק מדובר בעניין חדש. "הנטייה לשמוע חרשות שמוצאות חן בעינינו ולהימנע מחרשות שאינן מוצאות חן לא מאפיינת את האינטרנט לא יכולנו ליישם את הרחפים האלה. בעבר היו בארה"ב שלוש רשתות טלוויזיה ומספר מוגבל של עיתונים ותחנות רדיו. עם מגוון גופי החרשות והבלוגים שיש עכשיו פתאום אנחנו יכולים לבחור לשמוע רק חרי שות שמתאימות לאמונות שלנו. מישו יכול לומר דברים שאפשר להוכיח בכיור שהם לא נכונים – והתומכים שלו כלל לא יראו את המידע הסותר."

בעולם כזה, האמת מתמסמסת – ותחתיה פורחת ה"אמי תיות". את המושג "Truthiness" תבע הסאטיריקן האמרי קאי סטיבן קולבר, והוא מתייחס למידע אינטואיטיבי ולא מבוסס, או מידע שאנחנו שמחים לקבל פשוט כי נוח לנו – ולא משום שהוא באמת נכון. "פעם כל אחד היה רשאי להחזיק בדעה משלו, אבל לא בעבודת משלו. זה כבר לא המצב", אמר קולבר ב־2006 – השנה שבה "אמיתיות" נבי חרה למילת השנה באנגלית.

עובדה מס' 2

ההתחממות הגלובלית היא רק שמועה

דוגמה מובהקת ל"אמיתיות" היא זאת שמר שאירה את חיילי ארה"ב בעיראק. אחת העילות למלחמה שה היא המעורבות של סדאם חוסיין בתקופת הטרור של 11 בספטמבר; עילה אחרת הייתה הנשק להשמדה המונית שסדאם חוסיין מחזיק. הבית הלבן כבר נסוג, עם זנב בין הרגי ליים, מהטענה השנייה, והטענה הראשונה מעולם לא הוכחה. זה לא מפריע לשליש מהאמריקאים להאמין שסדאם הפיל את מגדלי התאומים, ולחצי מאורחי ארה"ב לחשוב שאכן היה לו נשק להשי מרה העוברת, על פי סקרים שמנג'ו מצטט בספר. המצטט בספר, בארה"ב, אם כן, חרג מומן ממאבק הדעות – אם צריך לסיים את המלחמה שם – למאבק על העובדת שברקע המלחמה. לא שהם בהכרח



מנג'ו: "הנטייה לשמוע רק חדשות שמוצאות חן בעינינו היא תכונה אנושית בסיסית, אבל לפני האינטרנט לא יכולנו ליישם את הדחפים האלה"

טורחים להיאבק על העובדות; כל אחד חי עם אלה שמי תאימות לו, בלי לנסות להוכיח אותן או לשכנע איתן. מכון המחקר והסקרים פיו מוצא לפני כשנתיים שמצביעי שמאל ומצביעי ימין לא מסכימים אפילו על תיאור המצב הכלכלי בארה"ב: הימנים טענו שהמצב טוב, השמאלנים טענו שלא. הפער הזה הפתיע את מנהל המכון, אנדרו קוהוט, משום שהוא לא היה קיים בשנים קודמות: הימנים אולי לא אהבו את קלינטון, אבל הם היו מוכנים להודות, שטענו. "אלה אנשים שחיים באותה כלכלה (..), שוחים באותה בריכה", כתב מנג'ו. "אבל הצי חשבו שהמים נעים והצי האחר מתו מקור. בעצם, אומר קוהוט, הם חיים במ" ציאויות שונות."

קל להבין את ההתליך כשהוא מת רחש בוירה הפוליטית, שבה האמונות מוצקות והדיסאינפורמציה שולטת כבר שנים. מפתיע יותר לקרוא את הדוגמאות שמנג'ו מספק מתחומים אחרים. מתברר, למשל, שאפילו ההתחממות הגלובלית מוטל לת בספק. מנג'ו מצטט בספר סקר מ־2006 שלפיו 13% מהאמריקאים סבורים שההתחממות הגלובלית אינה עובדה מדעית; בסקר חוזר שנעשה השנה השיעור כבר צמח ל־20% מהאמריקאים. בסקר בינלאומי מהשנה שעברה נמצא כי 21% ממשאלים ב־21 מדינות לא חושבים שההתחממות היא תוצאה של הציורילוציה האנושית, ובראשה התעשייה. הם טועים, כמובן; ההתחממות הגלובלית היא עובד דה שאין עליה עוררין. ההיסטוריונית נעמי אורסקס, שניסתה להבין את הבלבול בנושא, העריכה שאנשים רבים פשוט מאמינים שהמדע עוד לא הגיע למסקנה סופית בנושא – ואם המדעים עדיין מתווכחים, למה שאורחים מן השורה שכתבעו שהעולם מתחמם? אבל אין שום ויכוח בין המדענים, ואורסקס הכיחה ש־100% מהמחקרים מזהירים שהעולם מתחמם, ומוכיחים שבני האדם אשמים בכך.

המידע הזה זמין כיום לכולם – אלפי המחקרים, או סיי כומים משתמשים באתרי יותר ויותר, מופיעים בעיתונים, בט ליווייה ובאינטרנט. ובכל זאת, רבים מאיתנו חיים בבועה שבה העולם לא מתחמם.

עובדה מס' 3

פוליטיקאים המימן פופקרון

הבועה הזאת מהדימה – וגם מונבת לחלוטין. מנג'ו חוד בספר למחקרים משנות החמישים והשישים שויהו התנהד גיוות דומות גם בעידן הממעי הערוצים. מחקר מ־1967, למשל, הושיב אנשים מול רדיו, שמדי פעם איבד קליטה. כדי לחרש את השמיעה הנברקים נאלצו ללחוק על כפי תור, והם עשו זאת רק כשחונן השידורים מצא חן בעיניהם. המעשנים כמעט לא הפעילו את הרדיו כששודר בו מחקר על נוקי העישון; הרתיים סירבו להקשיב לנאום אתאיסטי. הפסיכולוגים החוקרים הגדירו את התופעה "חשיפה סלקי טיבית" – המנגנון שלנו להגן על עצמנו ממידע מטריד. אנשים שנסנים למכור לנו משוה לא צריכים מחקרים פסיכולוגיים כדי לדעת את זה. "הפוליטיקאים מודעים



בעיניהם, הם הולכים לאתר כזה כדי לברר שזו אינה אמת ובעצם לחוק את האמונה הקיימת שלהם."

עובדה מס' 5

כלי התקשורת החזירו אותנו למערה

הטכנולוגיה, השפע וההשכלה המתרחבת היו אמורים להביא את האמת לכל אחד; להוציא את הדיע מירי האלי טוט המצומצמות ולאפשר לכולנו למצוא את המידע המרויק ביותר בקלות הרבה ביותר. אבל מתברר, כאמור, שהם מאי פשרים לנו את הנחות שבקריאת החומרים שמתאימים לנו, בלי אתגר מחשבתי, בלי לפתוח את הראש, בלי לחפש את מה שמוחץ לבעור. אנתנו נכנעים לחלושה האנושית שרוצה את הבטוח והמגנח, והיא לא יודעת שובע; כמו במשל המערה של אפלטון, אנתנו מעדיפים להמשיך להסתכל על הצללים שעל הקיר המוכר ולא לצאת החוצה אל האור המסמא.

אפשר לסמך על כלי התקשורת שימשיכו להקרין צללים על הקיר; במרדף הנצחי אחרי הרייטינג ואהבת הקהל, אמר מנג'ו, הם מוותרים על האמת המורכבת ועל האמינות שלהם. מי שקורא עיתון אמנם עושה זאת כדי ללמוד עובדות חדשות על העולם, ואולם לרוב הוא לכוד בצורך לחוק את אמור תיו. העיתונים יודעים היטב שלא כדאי לאתגר את האמונות האלה בעובדות "בעייתיות", ונמנעים מפרסומן כדי לשמור על הקוראים. מחקר מ־2006, שמצוטט בספר של מנג'ו, ברק את החלטות העריכה של עיתונים מובילים והוכיח כי הם משמטים או מצמצמים דיווחים שעלולים להכעיס את הקוראים או להיראות לא אמינים. העיתונאים לא משקרים – ובכל זאת הם יוצרים תמונה שקרית.

בכלל, היום קל הרבה יותר לוייך ראיות ולייצר "אמי תיות" ככל שנרצה. הגולש הממוצע מודע לאפשרות של שיפוז וזיף תמונות וממכרים כפוטושופ; לפעמים הוא מת קומם על כך, לפעמים הוא הולך עם השינויים פשוט כי הם מתאימים לו. "הסכנה האמיתית של עידן הפוטושופ", כותב מנג'ו, "היא לא הפצת תמונות מוויפות, אלא ההתייחסות לתמונות אמיתיות כמוויפות. כל תמונה כשהיה" ובשיחה איתו מרגיש מנג'ו עד כמה מורבר במגמה מנוגדת: "זאת לא חשיבה ביקורתית – זה ההפך מחשיבה ביקורתית."

עובדה מס' 6

בעצם, אין מה לעשות

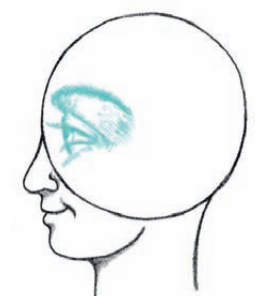
אנשי מפתח בעולם האינטרנט מודעים לאופן שבו הרשת מסייעת בהרחבת הדיסאינפורמציה, ולבעייתיות שבעניין. בשנה שעברה קרא מו"ל הטכנולוגיה המשפיע טים אר'יילי לגבש קוד התנהגות לבלוגרים, בין השאר כדי להילחם בדיווחים לא אמינים, והיה חרטום מפורסם שו ליץ טים ברנרס'לי, ממציא "world wide web", להקים מערכת לסימון אתרים על פי האובייקטיביות והאמינות שלהם. את מנג'ו הניסיונות האלה מצחיקים: "הטכנולוגיה מתפתחת במהירות אדירה. גם אם יש פתרון שמתאים לני קודה הזאת בזמן, מי יודע מה יהיה בעוד שנה."

אז מה כן אפשר לעשות? "כדאי לנסות להגביר את כישורי החשיבה הביקורי תית של אנשים – להסביר שלא כל מה שנמצא ברשת כדי לקדם את המוצרים שלהם", אמר מנג'ו. "דרך אחת היא סרטונים ויראליים, שלא מוזהים כחלק מקמפיין פרי סומי אבל בדיועבר נחשבים כפוטומח. היה חרטום מפורסם עם טלפונים סלולריים שלכאורה מבשלים פופקרון באמי צעות הקרינה שלהם. למעשה זו הייתה פרסומת לאוזניות בלוטות', שאמורות להגן מפני קרינה סלולרית."

הקמפיין הוויראלי המצליח הציע לצופים "אמיתיות" מוצלחת מכיוון שהיא נראתה טוב כסרטון – ומכיוון שאשרה חשדות החרדות של רבים מהצרכנים בנוגע לעיר צמת הקרינה הסלולרית והסכנה שבה. חלק מהגולשים שצפו בו לא גילו עד היום שהסרטון הוא בעצם פרסו מת, ושאינו מבוסס על עובדות ממשיות. "חברות מרשט לעצמן לשקר לצרכנים יותר ויותר", מוזהר מנג'ו. "בכל הפרסומות הוויראליות הן מסתירות מידע חיוני מהצופים – העובדה שזו פרסומת. אם אתה מרשה לעצמך רבר כזה, אתה מטשטש את הגבולות. וכסופר של דבר, לאנשים כבר לא אכפת. שקרים זה כבר לא ביג דיל."

אבל בעידן האינטרנט פשוט מאוד למוציא את האמת. למשל, באתרים שמשפריכים מוילים שקריים. אנשים משתמשים באתרי יותר ויותר, מוזהר מנג'ו. אבל אני מעריך שהם משתמשים בהם בעיקר כדי לאשש חשדות שכבר קיימים אצלם. כשהם שומעים משוה שלא מוצא חן

דora.kishinevsky@calcalist.co.il



מתבונן על העולם החדש

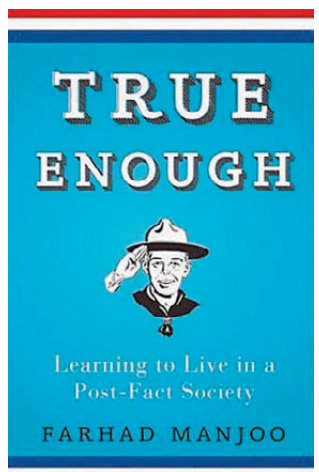
שיזף רפאלי

כמו הסטיקר הישן

הוא, גם פרהד מנג'ו נגר תקשורת עוינת. מנג'ו מתאר את מעמד הרעות והידיעות בימינו בצבעים קודרים מאוד: הוא מדבר על קיטוב דעות הולך וגובר, הנגרם בידי אמצעי תקשורת שהולכים ומקצינים. את התהליך מאיצה אטימת האוזניים ועצימת העיניים של מי שבוחרים לגבש את דעותיהם לפי ידיעות מסוננות היטב. יש עכשיו ציבור פחות מיודע ופחות משכיל, שמקבל החלטות פחות מושכלות. האמת נופלת חלל לרגלי הרעתנות, והכל באשמת אמצעי התקשורת.

טטים והעורכים "מטעם" כסביבה שהיא יותר מסחרית, "יותר אמריקאית" ומונעת רייטינג, העיתונאים האירופים וגם היש ראלים רואים עצמם יותר "בעלי מקצוע" המפלגתית החליפה עיתונות "עצמאית", הניו ג'ורדליזם, שזנח את האובייקטיביות המקורשת ויצר מדרון חלקלק אל עבר לה רייטינג.

כשהאמריקאים השתכנעו כי אובייקטיביות אינה יעד בר השגה, באירופה ובישראל התחילו להתר בריוק אל היעד הזה. האמריקאים נעשו יותר אירופים, האירופים נעשו יותר אמריקאים. אם מנג'ו צודק, הרי שצביעה של מקורות המידע (בעיקר העיתונים) בצבעים פוליטיים, שמת רחשת בימים אלה בארה"ב, היא מקור המלכתיות ואובייקטיביות החוקיות. נוסח מה שמתרחש מחוץ לארה"ב, יוביל לתופעה הפוכה: הסטיקטיביות, ויצר מדרון חלקלק אל עבר קהל מיודע יותר?



ברור שהניתוח של מני ג'ו לא עומד במבחן זה. בעבר עליו לדווח שקוראי העיתונים הישראלים והאירופיים דווקא לא רואים יותר ער בדות, לא מעריכים יותר ברצינות, וגם לא אוספים יותר מידע, לפחות בהשוואה לעבר. העיתונות כאן פחות מפלגתית, אבל לא בהכרח יותר טוב כאן. ובאופן דומה, לא בטוח שהכל כל כך שחור בארה"ב.

העיתונות המחויבת. התהליך גבר בסוף שנות השמונים, כשתחנות הרדיו והכבלים השתחררו מחלק מן המגבלות החוקיות. ריבוי הערוצים שבא עם הכבלים היה כמו שמן על מדורת הפלגנות: הרעתנות היתה לדרך אטרקטיבית להתבלט מעל האחרים. מלכתיות ואובייקטיביות משאירות אותך הרחק בפניור. אפור זה מאוחר. באירופה, ואפילו ביתר שאת אצלנו, הכיוון הפוך. כשהאמריקאים נפתחו לעיי תונות צבעונית ורעתנית, כאן גילו את האובייקטיביות. התקשורת המפלגתית שליוותה את הציונות בעשרות שנותיה הראשונות נעלמה, והעיתונות הפוליטית במובהק באירופה הצטמקה. את מקום המג סורת של נקיטת עמדה והתערבות בפולי טיקה תפס חיקוי לאמריקאי. פתאום רואים באירופה ובישראל את האדרת המקצועי נות חבלתי תלויה, על חשבון הפובליצי

רפוא' שיזף רפאלי הוא ראש בית הספר לניהול והמרכז לחקר חברת המידע באוניברסיטת חיפה. sheizaf@rafiel.net