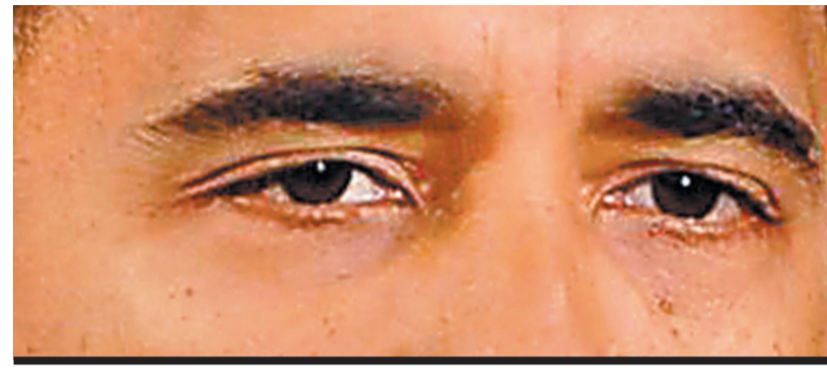




האמת על חוסיין



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 שקרנים מוצעים יותר ויותר.

מנג'ו עוסק ברוח התקופה, אבל יודע שלא בדיוק מדובר בעניין חדש. "הנטייה לשמוע חרשות שמוצאות חן בעיני נינו 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 החדשות והבלוגים שיש עכשיו פתאום אנחנו יכולים לבחור לשמוע רק חרי שות שמתאימות לאמונות שלנו. מישו יכול לומר דברים שאפשר להוכיח בכיורו 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 שם היא המעורבות של סדאם חוסיין בתקופת הסור 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 סקרנים שמנג'ו מצטט בספר. המצטט 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, ששלטון. אלה אנשים שחיים באותה כלכלה (..), שוחים באותה בריכה", כתב מנג'ו. "אבל הצי חשבו שהמים נעים והחצי 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 המדענים עדיין מתווכחים, למה שאורחים מן השורה שכתבנוט העולם 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 לוויזיה ובאינטרנט. ובכל זאת, רבים מאיתנו חיים בבוועה שבה העולם לא מתחמם.

עובדה מס' 3

פוליטיקאים המימן פופקרון

הביועה הזאת מהדימה – וגם מובנת 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 ללחוץ 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 שסננים למכור לנו משוה לא צריכים מחקרים פסיכולוגיים כדי לדעת את זה. "הפוליטיקאים מודעים



בעיניהם, הם הולכים לאתר כזה כדי לברר שזו אינה אמת ובעצם לחזק 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 שמוחי לבעור. אנתנו נכנעים לחלושה האנושית שרוצה את הבטוח והמנחם, 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 ועובדות חדשות על העולם, ואולם לרוב הוא לכוד בצורך לחזק את אמונו 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 וזיוף תמונות וממנכים בפרטשופו; 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 כשורה", ובשיחה איתו מרגיש מנג'ו עד כמה מדובר במגמה מנוונת: "זאת לא חשיבה ביקורתית – זה ההפך מחשיבה ביקורתית."

עובדה מס' 6

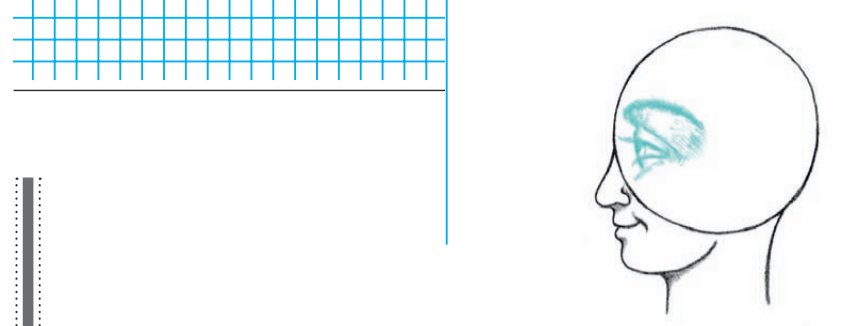
בעצם, אין מה לעשות

אנשי מפתח בעולם האינטרנט מודעים לאופן שבו הרשת מסייעת בהרחבת הדיסאינפורמציה, ולבעייתיות שבעניין. בשנה שעברה קרא מ'ול הטכנולוגיה המשפיע טים אר'יילי לגבש קוד התנהגות לבלוגרים, בין השאר כדי להילחם בדיווחים לא אמינים, והתחילת פסטמבר הוא 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 נחשפים כפרסומת. היה חרטון מפורס עם טלפונים סלולריים שלכאורה מנשלים 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



מתבונן על העולם החדש

שיזף רפאלי

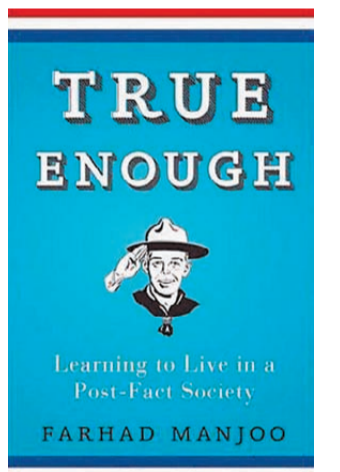
כמו הסטיקר הישן

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'ורדליוס, שזנח את האובייקטיביות המקודשת ויצר מדרון חלקלק אל עבר לה רייטינג.

צות הברית וגם מחוץ לה. למרבה השעי שוע, השינויים הם בכיוונים הפוכים, וכאן בריוק האירוניה. האמריקאים, כפי שמציין איפה אתה יושב (כלומר מהן המחויבויות רת דעת נגניים יותר ומוזהים יותר עם עמי רות כאלו ואחרות. בשנות השבעים צמח שהיא לפחות בהצהרה אל'מפלגתית, אפי לו על'מפלגתית. אין לה אלוהים, אבל יש לה רייטינג.

כשהאמריקאים השתכנעו כי אובייקטיביות אינה יעד בר השגה, באירופה ובישראל התחילו להתר בריוק אל היעד הזה. האמריקאים נעשו יותר אירופים, האירופים נעשו שצביעה של מקורות המידע (בעיקר העיתונים) בצבעים פוליטיים, שמת רחשת בימים אלה בארה"ב, היא מקור הקיטוב. השאלה היא אם הוא יכול לטעון גם את הטיועון ההפוך, שצמצום הסובייקטיביות, נוסח מה שמתרחש מחוץ לארה"ב, יוביל לתופעה הפוכה: האם במקומות שבהם ערוצי התקשרו רת נהפכו ליותר אובייקטיביים נראה 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.

בשעה שארה"ב ויתרה על האובייקטיביות, באירופה ובישראל גילו אותה. לא בטוח ששם כל כך רע, ושכאן כל כך טוב

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. מלכתחילה 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 בפוליי 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

dora.kishinevsky@calcalist.co.il