

## הנישואים הדיגיטליים של IOL ו-וואלה

המיזוג בין וואלה ו-IOL הושלם וחברת וואלה תקשורת, שהוקמה בעקבות המיזוג בין שני אתרי התוכן מתכוונת להשיק ערוץ טלוויזיה אינטראקטיבי שיתבסס על תכני וואלה.

נשמע בסדר, לא? גם החתן והכלה הם כבר לא ילדים, ולא רק שיש להם נדוניה מכובדת של קהלי יעד ופורומים (77.5% מכלל הגולשים בארץ), הם מתכוונים להשקיע בנישואים (9 מיליון דולר).

לכאורה, כדי להיות "ספק התכנים הדיגיטלי המוביל בישראל" אין טבעי מאשר מיזוג בין המדיות, והמרת התכנים, כמוכח באריזה מתאימה, ממדיה למדיה: כלומר, מהאינטרנט לטלוויזיה.

נשמע פשוט, לא? לא ממש. המרה טכנית-פונקציונלית של התכנים צריכה להיעשות תוך הבנה של ההבדלים הבסיסיים בין המדיות מצד אחד ושל מהות האינטראקטיוויות לכל מדיה מצד שני.

### אינטראקטיוויות – עוד BUZZ word?

מה זו אינטראקטיוויות? כדאי לרענן את הזיכרון בהגדרה המילונית שלה: (רב-מלים, 1997):  
אינטראקטיוו - אינטר + אקטיוו.

1) כשאמר על מחשב, על מכשיר אלקטרוני או על תוכנה בעלי יכולת הידברות וניהול דו-שיח עם המפעילים שלו; שמקיים העברה דו-צדדית של מידע בינו לבין המשתמש.

דוגמה: בטלוויזיה אינטראקטיווית בכבלים הצופה יכול להגיב על התוכניות שהוא צופה בהן ואף להשתתף בהן באורח פעיל בעברית: הידוי. שורש המלה מצביע על הרעיון המרכזי שלו: הדדיות, קשר דו-סטרי. כשבוחנים הידודיות מעין זו, נקודת המוצא צריכה להיות שיווקית: לאיזו הדדיות (אם בכלל) רגיל קהל היעד בכל מדיה? מה חסר לו? וכיצד יש לספק לו זאת - סוגיית התוכן.

דומה שדווקא משום שהמושג אינטראקטיוויה היה בשימוש נפוץ, שלא לומר נשחק, בעידן האינטרנט, ודווקא משום שהטלוויזיה האינטראקטיווית תבוא כרונולוגית אחריו, כדאי לבחון בזהירות מה משמעות האינטראקטיוויות עבור הטלוויזיה, להבדיל מהאינטרנט, תוך התחשבות במאפיינים הספציפיים שלה: מה פירוש הפעלה במדיה המסוימת; עד כמה המשתמש מעוניין בהפעלה, ומהן הציפיות שלו ממנה.

אין ספק שלמרות הקינות המתקשרות על תוכן באינטרנט, יש לנו, לאנשי התוכן, לקחים רבים שנוכל להפיק מהניסיון של ייצור תוכן באינטרנט וליישם אותם בטלוויזיה האינטראקטיווית.

### אינטראקטיוויות באינטרנט

אינטראקטיוויות באינטרנט מאופיינת בשילוש הקדוש: אקטיוויות, חופש, אינדיווידואליות.  
**אקטיוויות -**

אם בטלוויזיה אתה צופה - פועל פסיווי, באינטרנט אתה "גולש" - פועל פעיל, המשרד דינמיות.

האינטראקטיוויות היא חלק מהסקס אפיל של המדיה - היכולת ליצור תקשורת וחברה מדומה. אתה לא לבד לא בזכות סלקום אלא בזכות הצ'אט או הפורום; מדהים לגלות עד כמה הגולשים יוצרים להם קבוצות תמיכה ותלות רגשית עמוקה בחברים שאין להם מכירים כלל ולעתים קרובות גם לא מנסים להכיר מחוץ לקופסה הווירטואלית.

באינטרנט אתה מחפש מידע, אתה משוטט, אתה מתקשר. כל אלה הן פעולות שמצריכות פעלתנות, שלא לומר דימיון, מצד המשתמש.

### חופש -

האינטרנט משחרר את המשתמש מאילוצים חברתיים או מעמדיים ומעניק לו חופש אבסולוטי להיות מי שהוא: לקרוא לעצמו בשמות, לקשור לעצמו כתרים, לשנות מין, גיל וסטטוס, להגשים מאווים סמויים, מיניים או יצריים אחרים ולהיות מי שהוא ללא כל מסכה: להיות מי שאתה ועדיין לקבל תגובות, או להיות מי שבחרת להיות ולקבל תגובות נלהבות עוד יותר; האינטרנט מאפשר לך לתקשר לא רק בכל מקום ובכל זמן אלא בכל מסכה ובכל שפה.

לכן, האינטראקטיוויות היא חלק בלתי נפרד מקסמה של הרשת. הוא מחפש את הפידבק, את הריגוש שבמענה ולעתים קרובות בעזרת פרובוקציה.

## **אינדוידואליות -**

גם כשאני יוצר לי חברה וירטואלית מול המחשב עדיין המדיום הוא אישי שלי - אני, האדם, מול המחשב. גם בבתיים שכמה מבני המשפחה גולשים באינטרנט, מעניין לראות שנוצרת חלוקה טבעית: כל אחד מקפיד על שעות גלישה שונות ועל הטריטוריה הפרטית שלו. בני המשפחה לא יוצרים שיתוף ביניהם בפעילות האינטראקטיוויות מול המחשב, ולא רק משום שלכל אחד תחומי עניין שונים. יש לכך מניעים עמוקים יותר; בבחינת: זוהי נחלת אלוהים הקטנה שלי.

## **אינטראקטיוויות בטלוויזיה**

להבדיל מהאינטרנט, השילוש הקדוש של הטלוויזיה הוא פסיוויות, כפיפות למוסכמות, תחושת ביחד.

### **פסיוויות -**

לעומת האינטרנט, הטלוויזיה היא מדיום פסיווטי מטבעו. בעוד שהגולש מתפרק מתלאות היומיום בעזרת הקשר הבלתי אמצעי עם זרים בכל דמות שירצה, הצופה מתפרק מהן בעזרת בהייה. הוא נהנה לקבל מהמדיה. גם אם הוא צופה בה לאחר יום עבודה מתיש או בבוקר עם כוס הקפה לפני העבודה - מבחינתו זהו פסק זמן או ניקוי ראש.

### **כפיפות למוסכמות -**

שלא לומר פנייה לסטריאוטיפים, רבים מהם אמריקאיים, היא מאפיין של הטלוויזיה. רק לדוגמה, ציפיות הצופים ממנחה החדשות עונה על משחק התדמיות השוביניסטי המוכר.

זאת אומרת, על המנחה להקרין סמכות ורגיעה, קול עמוק ונמוך, כשהאשה שלצידו היא הצלע היפה והחרישית.

### **תחושת ביחד -**

הטלוויזיה היא מדורת השבט של האדם המודרני. מסביב לה מתכנסים בני המשפחה או חברים במפגשים חברתיים.

גם אם הצופה הוא בודד - הפגת הבדידות היא בתחושת החברה, בפעילות שהטלוויזיה יוצרת. הרעש הבוקע ממקלט הטלוויזיה נותן את התחושה של חברה, סביבה - אם זה המשפחה הצוהלת בתוכנית סייקום, או קולות הוויכוח בתוכנית האירוח.

אבל גם אדם בודד, שהטלוויזיה פתחה בביתו בדרך קבע בקולי קולות, אינו מעוניין כי הטלוויזיה "תפעיל" אותו כדי להפיג את תחושת הבדידות שלו. אולי משום שהוא מוקף דמויות אמיתיות ולא וירטואליות; הוא יכול לשמוע את צחוקם של החברים, להרגיש את הזיעה של שחקן הכדורגל או לחוש את יופייה של הכוכבת.

## **הבדלים בקהלי היעד**

ההבדל התהומי בשיעור חדירת המדיות מצביע על ההבדל ביניהן: אם שיעור חדירת האינטרנט עומד כיום בארצות הברית על כ-50%, אירופה כ-30% (בעיקר בבריטניה, גרמניה ואיטליה), באוסטרליה ובסינגפור כ-47%, הרי ששיעור חדירת הטלוויזיה דומה לשיעור ההצבעה לצ'אוצ'סקו בשנות ה-70: בין 95%-98%. כלומר - לכו-לם. אם בהכללה גסה חודר האינטרנט באמצעות חובבי טכנולוגיה, בין הגילאים 16-30, עדיין אצל גברים יותר מנשים, הרי שקהל היעד של הטלוויזיה היא כלל האוכלוסייה: גברים, נשים, זקנים וטף. נכון לעכשיו, להבדיל מהאינטרנט, הטלוויזיה מגיעה למכנה המשותף הרחב ביותר של האוכלוסייה.

## **מסקנות**

לאחרונה, נאמר כי בעקבות מחקרים בארצות הברית "שגילו" כי הצופה אינו מעוניין בפעילות כשהוא ליד הטלוויזיה, החליטו מספר חברות ל"רדת" מההשקעה בטלוויזיה האינטראקטיוויות.

תמהני על הגילוי. מי שחושב כי הטלוויזיה האינטראקטיוויות תרקיד את הצופה, תתזז אותו ותעניק לו פעלתנות ש"חסרה" לו כביכול, טועה ומטעה ובסופו של דבר יפסיד כסף רב או יגרם הפסד כזה למשקיעים שלו - (בהנחה שהוא יזם צעיר ו/או משכנע).

אינטראקטיוויות בטלוויזיה פירושה ללכת עם להרגיש בלי. אסור לצופה להרגיש פעיל. אסור לו להפעיל איבר פרט לאיבר החשוב ביותר - הבהוה המתזזז את השלט.

C'est tout מה שכן - היא צריכה למלא לו צרכים סמויים, או להרחיב את קשת האפשרויות של הצרכים הקיימים. ואת כל אלה צריך הערוץ האינטראקטיוויו של וואלה תקשורת להביא בחשבון כדי להצליח.