

ארגון מידע בקרב קהילות ספורט מקוונות : חקר מקרה, הפועל תל אביב בכדורגל / דותן

שרייבר

תקציר :

התקופה הנוכחית בעולם הספורט הישראלי מאופיינת ביכולתם של האוהדים להתארגן כגוף עצמאי, ללא תלות בערוצי התקשורת הרשמיים של המועדון. זאת בשל התפתחויות משמעותיות באופן העברת המידע בין האוהדים לבין עצמם, ובמיוחד באמצעות רשתות חברתיות, אתרי אוהדים, מאגרי ידע, קבוצות דיון, פורומים ועוד. התמורות המקוונות בתחומי ארגון המידע וערוצי התקשורת מתבססות בעיקרן על השטח הערוצים והסרת מחסומי התקשורת בין הפרטים ברשת והורדה משמעותית של רף הכניסה ליצירה ושיתוף של תכנים.

במקרה הנקודתי של אוהדי הפועל תל אביב בכדורגל ומחאתם נגד בעלי המועדון בעונת 2011/2012, אפשרה רשת האינטרנט מעבר משמעותי של מרכז הכובד התקשורתי של קהילת האוהדים מן המרחב הפיזי של האצטדיון אל המרחב המקוון. זאת הודות ליתרונותיה של הרשת בהוזלת עלויות יצירת והפצת המידע והרחבת נגישותו של המידע לקהלים נוספים מחד גיסא, והתנתקות מן התלות באמצעי התקשורת המסורתיים שנשלטים על ידי בעלי הקבוצה מאידך גיסא. שיתוף הפעולה לעיל, יצר מערך ארגון ידע דינאמי המתבסס על הידע הקולקטיבי של האוהדים ומכלול יכולותיהם ונכונותם לתרום ליצירה והעברת מידע בתחומי העניין המשותפים להם.

נושא עבודת מחקר זאת הוא התופעה התקשורתית והחברתית של יצירת קהילת אוהדים מקוונת, שהיא תופעה דינאמית אשר צפויה להתרחב עוד יותר כתוצאה מהתפתחויות טכנולוגיות נוספות. ומשכך, עתידה לשנות את אופן אהדת הספורט בישראל כך שבנוסף על ההגעה הטריטוריאלית למגרשים, תתבסס האהדה על קהילות מגובשות ועצמאיות של אוהדי ספורט, הנשענות על עקרונות של שיתוף וקשרים חברתיים. זאת כאמור בניגוד למבנה הקשרים הקודם אשר התבסס על צורת התקשורת חד כיוונית בלבד, אשר הייתה נהוגה בצורה זאת או אחרת מאז ימיו הראשונים של הספורט בישראל. נושא זה מחבר למעשה ארבעה נושאים נפרדים של מחקר אקדמי: סוציולוגיה של הספורט, ספורט ותקשורת, קהילות מקוונות, וארגון מידע) תוך התמקדות במידע חברתי. (חשיבותו המיוחדת של התחום האחרון, מתבססת על יכולתו להסביר את המגמות העכשוויות המתוארות לעיל) ספורטיביות, תקשורתיות וחברתיות, (כפועל יוצא של ארגון ידע, השימוש בו והפצתו בין הפרטים בקבוצה חברתית מוגדרת. אך למרות החקירה האינטרדיסציפלינארית הרחבה המתמקדת במגוון תחומי הידע הנ"ל, הספרות המחקרית הנוגעת בהקשר הנקודתי של ארגון מידע מקוון על ידי אוהדי ספורט הינה מצומצמת, ויתרה על כך, זאת הקיימת, מתמקדת בעיקרה במקרה של אוהדי ספורט בבריטניה ובארצות הברית ולא במקרה הישראלי. מטרת העל של מחקר הגישוש הנוכחי היא להציע בחינה ראשונית של תחום ארגון המידע וקהילות ספורט מקוונות בהקשר הישראלי, ולבחון את מרכיביה, משמעותה וכיווני התפתחותה של תופעה חברתית עכשווית נפוצה. מטרת העל מורכבת משתי מטרות משנה: הראשונה היא להציג התפתחות היסטורית ולנתח את המצב הקיים בתחום ארגון המידע והידע של אוהדי ספורט באמצעות רשת האינטרנט, והשנייה, לעמוד על משמעותה של התופעה ולהציע כיווני התפתחות עתידיים אפשריים. לשם כך אימץ המחקר גישה איכותנית שכוללת ביצוע ראיונות וניתוח אתרים ורשתות חברתיות, תוך התמקדות בחקר המקרה של אוהדי קבוצת הפועל תל אביב בכדורגל.

מן המחקר עולה כי חדירתה של רשת האינטרנט לשימוש פרטי נפוץ במהלך שנות ה-90 והעלייה המתמדת בהיקף השימוש מאז, הניעו שתי תמורות מרכזיות, האחת היא הקלה יחסית של יצירה ושיתוף מידע, והשנייה היא שיפור משמעותי באיכות ובמגוון של ערוצי התקשורת. יש לציין כי מעבר לאתרי האינטרנט, התעצמה בשנים האחרונות

המגמה המקוונת של רשתות חברתיות ופלטפורמות ארגון ושיתוף מידע המבוססות על עקרונות הקשרים החברתיים. ניתן למנות שני מניעים עיקריים המובילים את האוהדים בפעילותם המקוונת, הראשון הוא הצורך להביא לידי ביטוי מוחשי את האהדה שלהם לקבוצה והשני הוא ליצור גוף עצמאי אל מול ערוצי התקשורת הרשמיים. המניע הראשון כולל את הצורך של אוהדים לקחת חלק פעיל יותר של אהדה, אם בשל שיקולים חברתיים של תרומה לקהילת האוהדים ואם על מנת למצב עצמם כמובילי דעת קהל. מנגד, המניע שני מתייחס לשאיפה להציג אלטרנטיבה למידע הקיים, אם בשל התנגדות למקור המידע) למשל הקבוצה או בעליה (או בשל צורך בהתמקדות בנקודות עניין רלוונטיות יותר עבור פלח אוהדים ספציפי. לפיכך, התכנים כוללים לרוב גם חדשות וידיעות אודות פעילות חברתית של האוהדים במנותק מהקבוצה, תוכן אשר לא היה מקבל במה מרכזית או אפילו התייחסות מועטה באתרי הספורט המסחריים או באתר הקבוצה הרשמי, אך הינו בעל חשיבות מיוחדת עבור אותו פלח אוכלוסייה.

עוד עולה מן המחקר כי בזמן מחאת אוהדי הפועל תל אביב, ששיאה היה בשנת 2012, התעורר במיוחד הרצון של האוהדים בקיומה של פעילות עצמאית בשל הצורך ביצירת סוג מידע אשר נבדל מזה הרשמי ומאפשר התאגדות, שיתוף רעיונות, הפצה מהירה ועוד. אופי המחאה, התארגנות של קבוצות אוהדים ודרישה להפצה רחבה ככל הניתן של המידע, הרחיבה באופן משמעותי את התשתית של המידע המקוון בידי אוהדים ואת הדרך בה הוא מאורגן על גבי הפלטפורמות השונות. בשל הגיוון של המידע ודרישות האוהדים, נעשה שימוש במגוון פלטפורמות, כאשר הפופולאריות של כל אחת תלויה ברמת העניין וכמות המשתמשים הפוטנציאליים. לפיכך, הטוויטר, למרות יתרונותיו היחסיים, משך את מספר העוקבים הנמוך ביותר; אתרי האינטרנט של האוהדים והפורומים נמצאים במקום השני, בעיקר בשל הנגישות הגבוהה והוויזואליות הנוחה; ואילו מירב התגובות, הקבוצות והמשתמשים מצויים בקבוצות השונות בפייסבוק, זאת בשל כובד המשקל של הפעילות המקוונת כיום הנוטה לרשתות המאבק המקוון של ה-WWW. חברתיות ולתקשורת אינטראקטיבית על פני הסטטיות היחסית של ה של האוהדים, הביא אם כן לשילוב כלים מקוונים מחד ולמעורבות גדולה יותר של האוהדים בקבוצה על ידי שימוש בכלים אלו. ניתן להתייחס אפוא אל המאבק כזרז או אף כנקודת ציון המרכזית בשינוי אופיו ותפקידו של אוהד הספורט המודרני.

מבחינת השינוי באופן צריכת המידע על ידי האוהדים, ניתן להתייחס לשני רכיבים- הרגלים ואפשרויות. מבחינת הרכיב הראשון, אוהדי הכדורגל התרגלו להתאמה שלהם אל מקורות הידע. כלומר, המידע על הקבוצה, שהיה בעל ערך לצריכה, היה מועבר על ידי הטלוויזיה, הרדיו או העיתונות, והאוהד היה הנמען בלבד. מבחינה זאת, רשת האינטרנט קידמה את הגידול המהיר בהיקף מקורות הידע והסירה את מגבלות הזמינות שלהם, הן מבחינת זמן השידור והן מבחינה מרחבית) קרבה למקלט הטלוויזיה למשל. (הרכיב השני לעומת זאת – אפשרויות, מהווה הלכה למעשה את המהפכה האמתית בתרבות האהדה הספורטיבית, שכן הוא השפיע גם על הרגליו של האוהד מחד, ועל חשיבותו וארגונו מחדש של המידע הספורטיבי מאידך. השינוי המרכזי מבחינת זאת מצוי במקורו של המידע, ובאופן פרטני, בשני תהליכים מרכזיים: מעבר ממקור יחיד למספר רב של מקורות; והחלפה של הגופים הרשמיים לגופים פרטיים.

ניתן להתייחס לתקופה הנוכחית כתקופת ביניים בה עדיין לא קיימת אינטגרציה מלאה בין מקורות המידע העיקריים. עם זאת, כאשר קליפים מהאינטרנט משודרים בטלוויזיה, כמו גם פרסומים בפייסבוק או בטוויטר, אזי יש לצפות לאחידות מסוימת מבחינת המידע המוצג, כאשר ההבדל המהותי מצוי במהירות שבה נצרך המידע על ידי המשתמש או הצופה. משכך, אותם אוהדים אשר בקיאים במגוון האמצעים וביכולת חיפוש המידע במצבו הלא מאורגן, יזכו לראות את המידע קודם לאחרים. על כך יש להדגיש כי רשת האינטרנט לא מסמלת שיכלול של הקיים, אלא יצירה של מצב חדש, הן מבחינת מקורו של המידע והן מבחינת שיתוף והפצה פתוחים. אתרי האינטרנט אינם המשך לינארי של עיתוני אוהדים כשם שפורום או רשת הפייסבוק אינם המשך לינארי של מפגש האוהדים ביצע. שכן הכלים החדשים, שמונעים על ידי הרכיב הקהילתי והשיתופי יוצרים הלכה למעשה תוצר אחר שלא היה קיים עד היום. משמע, האוהדים הישראלים טרום תקופת האינטרנט היו במידה רבה תוצר נלווה של קבוצת כדורגל מקצוענית ואילו היום,



בשל עלייתו של מידע ספורטיבי חדש, הם מהווים קהילה עצמאית בה יכולת המעורבות של כל פרט מועצמת אודות לכלים המקוונים הקיימים.

מס' מיון בספרייה:
E796.060285 שרי.אר תשע"ד
מס' מערכת בספרייה:
002380868