

**אוניברסיטת תל אביב – החוג לפילוסופיה  
התוכנית בפילוסופיה, מידע ותרבות דיגיטאלית**

**רשתות חברתיות בקהילה מקוונת בלתי-פורמאלית**

**עבודה סמינריונית בקורס:**

**”היבטים חברתיים בעולם מרושת”**

## תוכן עניינים

2	מבוא
3	הגדרה: מהו בלוג?.....
3	בלוגים – אפיון ותכונות.....
5	מוטיבציות לכתיבת בלוגים.....
7	הבלוגוספירה: קהילתיות וקישוריות בין מרחבים אישיים.....
7	קהילה של מגיבים.....
8	קישוריות בתכנים.....
9	בלוגרולים – רשימות קריאה.....
11	ניתוח קשרים בין בלוגים באמצעות מיפוי רשתות.....
12	סקירה: מחקרים בתחום מיפוי רשתות חברתיות של בלוגים.....
16	מבט על הבלוגוספירה הישראלית.....
16	פלטפורמות בלוגים קהילתיות.....
19	בלוגים עצמאיים.....
22	מקומות מפגש קהילתיים.....
26	מקרה מבחן: קהילת הבלוגים העצמאיים בישראל כרשת חברתית.....
26	קהילות מקוונות כרשתות חברתיות.....
28	מיפוי הרשת של הבלוגוספירה העצמאית הישראלית.....
28	מתודולוגיה.....
29	תוצאות.....
33	מיהם הבלוגרים המצויים ב"ליבה" של הרשת?.....
36	סיכום.....
38	ביבליוגרפיה.....
39	נספחים.....
39	נספח א': הבלוגים אשר נכללו במדגם.....
39	נספח ב': ויזואליזציה של הבלוגוספירה.....
45	נספח ג': ויזואליזציה של הבלוגוספירה (כולל קודים מזהים).....
46	נספח ד': איתור רשתות-משנה ברשת המרכזית.....

## מבוא

עבודה זו תבחן היבטים שונים של קהילה באינטרנט, תוך התמקדות ב"בלוגוספירה" – קהילה המורכבת מכותבי בלוגים (יומני רשת מקוונים), ובחינת טיב הקשרים ביניהם.

השאלה "האם בכלל קיימת קהילה" עולה פעמים רבות בקרב כותבי הבלוגים, מאחר ובמידה רבה, הבלוג הינו מדיום אשר משמש כבמה עבור שחקן יחיד – כותב הבלוג.

**אם כן, האם בכלל יכולה לצמוח קהילה מתוך מדיום אשר שם את היחיד במרכז?**

אנסה להשיב לשאלה זו, תוך התבוננות באופן בו תורמת הטכנולוגיה לאופן בו נוצרים קשרים בין כותבי בלוגים שונים. הסוגיה הטכנולוגית מעניינת במיוחד, מאחר וקיימות טכנולוגיות שונות המאפשרות כתיבה בבלוג, אשר חלקן שמות מלכתחילה דגש משמעותי על קיומה של קהילה, בעוד טכנולוגיות אחרות כוללות תשתית קהילתית מצומצמת יחסית, אשר מעמידה במרכז באופן בולט בהרבה את האינדיבידואל – בעל הבלוג.

כן אנסה להתייחס לאופן בו בנויה קהילה זו, ולגורמים המשפיעים על חבריה – הן מבחינת הקשרים החברתיים הנרקמים ביניהם, והן מבחינת המבנה ה"פיזי" של קהילה זו – מיהם למעשה הגורמים המשפיעים בקרב חברי הקהילה, וכיצד הם תורמים להתפתחותה ולגיבושה.

במידה רבה, עבודה זו מהווה עבורי מסע אישי, הבוחן תהליך שעברתי אני עצמי ככותבת בלוג מזה מספר שנים, במסגרת התחלתי בכתיבת בלוג באתר בלוגים בעל תשתית טכנולוגית קהילתית בולטת, ובשלב מאוחר יותר בחרתי לוותר על היבטים אלה של קהילה מובנית, לטובת הכתיבה בבלוג "עצמאי" (בלוג המתחזק באופן בלעדי על-ידי בעליו, ללא תלות בצד שלישי), אשר מידת הקישוריות הקהילתית הפוטנציאלית הנגזרת ממנו מצומצמת יחסית בהשוואה לבלוגים אשר מתקיימים על גבי אתרי בלוגים בעלי תשתית קהילתית מובנית.

אני מקווה שעבודה זו תצלח, ולו במעט, לשפוך אור כלשהו על האופן בו נרקמים קשרים חברתיים בקהילות מקוונות, ותדגים כיצד בנויה הרשת החברתית הנגזרת מתוך קהילות "בלתי פורמאליות", אשר במקום להתבסס על תכונות קהילתיות אשר מובנות אל תוך המערכת הטכנולוגית המשמשת לכתיבת בלוג, יוצרות בעצמן את המבנים החברתיים המשמשים את חבריהן.

תודה מיוחדת ליהונתן קלינגר אשר מחקרו בתחום נורמות הביטוי בבלוגוספירה הישראלית תרם רבות לכתיבת עבודה זו, בנוסף לשלל תובנות רבות-ערך שחלק עמי בנושא זה. תודה נוספת לאלעד זלמונס, אשר סייע באיתור בלוגים אשר נעלמו מעיניי לצורך איסוף המדגם עבור מחקר זה.

## הגדרה: מהו בלוג?

*“A **blog** (a portmanteau of **web log**) is a website where entries are written in chronological order and displayed in reverse chronological order. [...] Blogs provide commentary or news on a particular subject such as food, politics, or local news; some function as more personal online diaries. A typical blog combines text, images, and links to other blogs, web pages, and other media related to its topic. The ability for readers to leave comments in an interactive format is an important part of many blogs”.*  
(Wikipedia)

הגדרה הבסיסית של "בלוג", אם כן, היא פשוטה למדי: בלוג הוא אתר אינטרנט אשר הרשומות בו מופיעות בסדר כרונולוגי ומוצגות בסדר כרונולוגי הפוך, והוא כולל טקסט, תמונות, וקישורים. ברוב המקרים, ניתן לקוראי הבלוג גם להגיב על הכתוב בו.

עם זאת, כבר מתוך הגדרה ראשונית ופשוטה זו ניתן לראות כי בלוגים משמשים את כותביהם לצרכים שונים – החל מבלוגים בעלי פורמט דמוי-יומן אישי, בלוגים העוסקים בתחום החדשות והאקטואליה, בלוגים בנושאי תרבות, טכנולוגיה, בישול, ועוד. ניתן אולי לומר כי כמספר הבלוגים, כך גם מספר ההגדרות למונח "בלוג", שכן הכתיבה בבלוג ממלאת צורך שונה עבור כל כותב וכותב. חלק מן הייחוד שבבלוגים הוא בעובדה שמדיום זה מהווה תשתית לכר רחב של צורות לביטוי עצמי – מן האישי, לכללי ולמעמיק (Nardi et al., 2004).



## בלוגים – אפיון ותכונות

ניתן למנות את המאפיינים הבאים כתכונות המשותפות לרוב הבלוגים, אך שונות במידת מה מאתרי אינטרנט רגילים (Qamra et al., 2006):

1. **כותב יחיד** - בלוג מתוחזק לרוב על-ידי אדם אחד (הבלוגר), וכיוון שכך, הבלוג משקף בדרך כלל את תחומי העניין, הדעות, והאינטראקציות של אדם יחיד, ללא עריכה של גורם נוסף.
2. **עדכון שוטף** - בלוגים מתעדכנים באופן שוטף (לאו דווקא בתדירות קבועה) ברשומות חדשות ("פוסטים"), וכוללים לפיכך תוכן משתנה ומתפתח – זאת בניגוד לאתרי אינטרנט, אשר אינם משתנים בתדירות גבוהה.

3. **חותמת זמן** - כל פוסט המתפרסם בבלוג מתוארך באמצעות חותמת זמן, המציינת את מועד כתיבתו (בניגוד לאתרי אינטרנט, אשר לרוב אינם מציינים תאריך עדכון מדויק).
  4. **סדר כרונולוגי הפוך** – הרשומות המופיעות בבלוג מסודרות בסדר כרונולוגיה הפוך, כך שהפוסטים החדשים ביותר יופיעו בתחילתו, והישנים ביותר יופיעו בסופו, או יאורכו בארכיון הבלוג (Quiggin, 2006).
  5. **קישוריות** - כותביהם של בלוגים מתקשרים זה עם זה באמצעות קישור אל פוסטים של בלוגרים אחרים. ברוב המקרים, קישור זה, המכונה "טראקבק", נשלח אוטומטית גם אל הפוסט אליו בוצע הקישור, ויוצר למעשה "דו-שיח" בין תכניהם של שני הבלוגים ובכך מאפשר לקוראי שני הבלוגים לעקוב אחר השתלשלות הדיון בנושא מסוים.
- תכונה נוספת, אשר נפוצה ברוב הבלוגים היא **אינטראקטיביות** – רוב הכותבים מאפשרים לקוראיהם להגיב על התכנים המתפרסמים בהם, ובכך להרחיב ולפתח את הנושא שהוצג בפוסט, או לבקר את הכותב והדעות המובעות על ידו.



## מוטיבציות לכתיבת בלוגים

ייתכן וניתן לומר שכמספר הכותבים בלוגים, כך גם מספר הסיבות לכתיבת בלוג. אולם השימושים העיקריים במדיום זה משותפים לרוב הבלוגרים. הבלוג מהווה עבור כותבו מקום, או שמא פלטפורמה אישית לביטוי עצמי, להפצת מידע, להצגת דעות, לחשיפה עצמית ווידויים אישיים, פורום לשמירה על קשר עם חברים ועוד. אציג כעת את הסיבות העיקריות אשר בעטיין בוחרים אנשים לנהל בלוגים.

*"הבלוג מאפשר לכל אחד לכתוב ולהיקרא [...] הקהל חופשי לבוא וללכת כרצונו. הקהל רשאי לאהוב אותך ולבטא את אהבתו. אתה רשאי להיות אתה, או כל דבר אחר שתבחר. אתה יכול להביא קומץ חברים, שיריעו לך. אתה יכול להגיד את האמת שלך מול זרים מוחלטים, ולגעת באומץ. לכל בלוג, לכל כותב, יכול להיות לפחות רגע אחד של חסד, שבו הוא נוגע באיזו אמת גדולה, או בשקר מוצלח, משהו שיוצר לרגע את הקסם של לעמוד ולומר דבר מה, מול קהל מצומצם [...]. קהל שיכול ללטף אותך וירטואלית, אם קסמת לו, לזרוק עליך מילים סרוחות כשאתה אידיוט, או לשתוק בקרירות כשאתה מזויף. בלוגינג הוא הקריוקי המושלם." (וגנר, א. – "זו ש", 2003)*

במחקר אתנוגרפי אשר בחן את הסיבות לכתיבת בלוגים (Nardi et al., 2004), עלו הסיבות הבאות שבעטיין בוחרים אנשים לנהל בלוגים:

1. **הצורך לעדכן אחרים אודות המתרחש בחייהם** - בלוגים משמשים כותבים רבים כאמצעי לתיעוד של המתרחש בחייהם, עבור עצמם ועבור אחרים. הבלוג משמש, בהקשר זה, ככלי לשמירה על קשר ולעדכון של בני משפחה וחברים, ומכניס רובד נוסף של תקשורת בין בעל הבלוג לבין המערכת החברתית הסובבת אותו.
2. **הבעת דעות על מנת להשפיע על אחרים** - כותבים אחרים משתמשים בבלוג כבפלטפורמה להפצת מידע ודעות שברצונם לקדם - בין אם על ידי כתיבת מאמרי דעה או קישור אל תכנים מקוונים אשר עוסקים בנושאים חשובים בעיניהם.
3. **שמיעת דעות והיזון חוזר מאחרים** - לעומתם, כותבים אחרים נעזרים בבלוג על מנת "להציף" רעיונות ולקבל רעיונות או היזון חוזר מקוראיהם - בין אם לשם קבלת עצות בנוגע לנושאים שונים, או לשמיעת דעות וביקורת אודות נושאים שונים.
4. **כתיבה רפלקסיבית** - יש המשתמשים בבלוג ככלי אשר מאלץ אותם לחדד את תהליכי החשיבה והיצירה שלהם, ומסייע להם לשפר את יכולות הכתיבה והיצירה שלהם.
5. **שחרור רגשי** - במקרים רבים, הכתיבה בבלוג היא אישית מאוד ועמוסה ברגשות. כפועל יוצא מכך, הבלוג משמש במקרים רבים כמקום ל"שחרור רגשי", בו באפשרותם לבטא באופן חופשי וחושפני את רגשותיהם ומחשבותיהם הכמוסות, ולעתים אף לקבל תגובות תומכות מקהל קוראיהם.

ממחקרם של Nardi et al. (2004) עולה כי ברוב המקרים, בלוגרים ישתמשו בבלוג על מנת לספק יותר מצורך אחד מבין הצרכים החברתיים שפורטו לעיל. הבלוג משמש, אם כן, את כותבו כאמצעי להשמיע את "קולו" האישי, ומעניק לו במה משלו לחשיפה וביטוי עצמיים או להצגה בפני אחרים של התכנים שמעניינים אותו.

רוב הכותבים, גם בבלוגים האישיים במיוחד, מודעים היטב לקוראיהם, ולציבוריותו של מדיום זה, תוך שימת לב למידת החשיפה האישית שהם מרשים לעצמם באמצעות הבלוג (Nardi et Al. 2004). עם זאת, דווקא כאן מצויה לעתים בעייתיות כלשהי, מאחר שמתוך ציבוריותו של המדיום, נגזר קונפליקט בין המרחב הציבורי בו מתפרסם הבלוג לחלל האישי בו מתבטא כותבו, אשר במידה רבה חש כאילו הוא מכניס "אליו הביתה" את קהל הקוראים והמגיבים בבלוגו (קינן, 2003; O'Brien, 2003).

ראוי גם לאזכר מוטיבציה נוספת אשר לא עלתה במחקרם של Nardi ואחרים (אך למעשה נוגעת גם היא במידה מסוימת לאותה שאיפה בסיסית להפיץ רעיונות ומידע) – הינה ניהול בלוג לשם פרנסה ופיתוח מקצועי. קיים מספר גדול והולך של כותבים "מקצועיים" (Pro-Bloggers), אשר מתפרנסים הודות לכתיבתם בבלוג – בין אם מדובר בהכנסות ישירות מפרסום על גבי הבלוג, ובין אם מדובר בשימוש בבלוג כ"מנוף" מקצועי המבסס את הכותב כ"מומחה" בתחומו ומשרת אותו לבניית מוניטין וקישור אל לקוחות פוטנציאליים (Scocco, 2007). הכתיבה בבלוגים אלה תהא וממוקדת יותר בתחומים הספציפיים בהם מתמחה הכותב<sup>1</sup>, אשר חולק עם קוראיו טיפים מקצועיים, מספר על הצלחות אישיות שלו בתחום ועוד. עם זאת, ראוי להעלות בהקשר זה של בלוגרים "מקצועניים" את שאלת "הביצה והתרנגולת" – האם הסיבה לכתיבת הבלוג הינה אותה שאיפה בסיסית להפיץ רעיונות ומידע, באופן דומה לבלוגר ה"חובבן", אשר כותב מתוך אהבת הכתיבה, או שמא המניע המקצועי קודם לרצון לכתוב? (מור, 2007; כהן וגפן, 2007)



<sup>1</sup> דוגמה מובהקת לכך הינה קהילת הבלוגים של מיקרוסופט ישראל (<http://blogs.microsoft.co.il>), בה כותבים רבים מן המומחים הטכנולוגיים של החברה, אשר מספרים על חידושים טכנולוגיים עדכניים, מספקים טיפים טכנולוגיים למפתחים או אודות מידע טכני השימוש במוצרי החברה. ערך מוסף הנלווה לכתיבה בבלוגים שכאלה הוא בהצגת "הצד האנושי" של החברה בפני לקוחותיה (למשל: בלוגה של נירה פרנקל מחברת Oracle ישראל - <http://nira.theoracles.co.il>).

## הבלוגוספירה: קהילתיות וקישוריות בין מרחבים אישיים

המונח "בלוגוספירה" מתייחס למערכת הקהילתית הכוללת של יחסים וקישורים בין בלוגים, כותביהם, וקוראיהם. ביסודה של הבלוגוספירה מצוי הכותב היחיד – הבלוגר הבודד, הרואה את הבלוג כחלל האישי שלו, אשר מתקיים בתוך חלל ציבורי רחב יותר, לצד בלוגרים רבים אחרים, תוך התייחסות מתמשכת אל התכנים המופקים על ידם (Boyd, 2006).

*"The blogosphere is the imagined public sphere, the space inhabited by all of the public digital bodies."* (Boyd, 2006)

מסביב לבלוג הבודד וכותבו נרקמת, אם כן, רשת סבוכה של בלוגים נוספים אשר כוללים קישורים אליו (והוא מקשר אליהם), כמו גם קוראים קבועים ומזדמנים אשר מגיבים לתכנים בבלוג.

ניתן אם כן לראות את הבלוגוספירה כמערכת של יחסי קישור והדדיות בין בלוגים וכותביהם, כאשר מתוך מערכת מורכבת זו של קשרים וקישורים בין כותבים צצים ועולים דיונים אשר משתרעים על פני בלוגים רבים והתגובות המתפרסמות בהם, ואשר מגדירים במידה רבה את מיקומו של הבלוג במרקם החברתי הכללי של קהילת הבלוגרים – הבלוגוספירה.

## קהילה של מגיבים

רובם הגדול של הבלוגים מאפשרים לקוראיהם להגיב על התכנים המתפרסמים בבלוג. הטופס הסטנדרטי של שליחת תגובה מאפשר בדרך כלל למגיבים לציין גם את כתובת האתר האישי שלהם. קישור זה יוצג לצד התגובה שלהם המתפרסמת בבלוג. ניתן ללמוד מתוך תדירות התגובות של בלוגר אחד בבלוג אחר, ומתדירות תגובותיו של הבלוגר השני אצל הראשון על הקשר ההדדי בין השניים.

התגובות לפוסטים בבלוג נעות מדברי ביקורת או תמיכה, או הרחבה של המידע שפורסם בפוסט המקורי. לחלופין – לעתים התגובות לפוסטים לוקחות את הדיון לכיוונים שונים מאלה שהועלו בפוסט המקורי, וזאת בהתאם ל"דרגת החופש" שמאפשר בעל הבלוג למגיבים.

באופן דומה, גם תרבות הדיון משתנה מבלוג לבלוג בהתאם לנומרות השיח אותן אוסף בעל הבלוג בקרב המגיבים לרשומות בבלוגו – יהיו בלוגרים אשר לא יתירו למגיבים להטיח זה בזה עלבונות אישיים, ואף ימחקו תגובות בלתי הולמות<sup>2</sup>, לעומתם – בלוגרים אשר יאפשרו לקוראיהם לנהל דיון חופשי ופתוח, ללא אכיפה של התכנים המתפרסמים בתגובות (וייסמן, 2007).

<sup>2</sup> ראוי להבחין בין מספר צורות בהן בוחרים בלוגרים להתמודד עם סוגיית התגובות בבלוג: יש אשר יאפשרו פרסום מיידי של כל תגובה בבלוג וימחקו תגובות פוגעניות בלבד; אחרים מעדיפים לאשר לפרסום כל תגובה ותגובה, ויש אשר בוחרים שלא לאפשר כלל תגובות לתכנים המתפרסמים בבלוגם.

"אפשר גם לקחת אחריות מלאה בדרך אחרת; לאפשר לכל תגובה שהיא להתפרסם מבלי לצנזר כלום, אבל להזהיר את המבקרים שהם עלולים להיפגע מהתגובות. האם זה מוריד מבחינה חוקית את האחריות מהבלוגר במקרים של איומים על חייהם של אחרים? לדעתי האישית, ממש לא." (עמר, 2007)<sup>3</sup>

לרוב, מתגבשת סביב כל בלוג "מיני-קהילה" של קוראים ומגיבים קבועים, אשר משתתפים בדיון אודות התכנים המוצגים בבלוג, כאשר לעתים, חלק מקהל זה של קוראים/מגיבים אינם מנהלים בלוג משל עצמם (Bar Ilan, 2004). לאורך הזמן, מגיבים קבועים אלה מוכרים לבעל הבלוג, ואף למגיבים הקבועים האחרים, ומתפתח הווי כלשהו האופייני לשיח המתקיים באותו בלוג.

*"Typically, each blog attracts a group of regular commenters, mostly pseudonymous, but with well-established identities within the group. These regular commenters may be regarded as subaltern authors, since the final product consists of the post and comments, taken together"*  
(Quiggin, 2006)

נוהגים לרוב להתייחס לתגובות המתפרסמות בבלוג כאל רובד נוסף לתכנים בבלוג. במידה מסויימת, ניתן לראות את המוצר השלם המתהווה – הפוסט המקורי, בשילוב עם התגובות אשר מתפרסמות בו כ"מוצר המוגמר" – אותו תוצר של השילוב בין הרעיונות המובעים על-ידי הכותב, לבין התגובות לפוסט הספציפי, והשיחה המתפתחת סביב הפוסט. מבחינת ההיזון החוזר המתקיים בין בעל הבלוג לבין המגיבים בבלוג, ניתן אולי לראות את המגיבים בבלוג כאילו הם "כותבי משנה" לטקסט המתקבל בבלוג, כאשר במקרים רבים, השפעת אותן שיחות המתקיימות סביב פוסטים מניבים פוסט המשך של בעל הבלוג הספציפי, ואף עשויות להוליד "שיחה" המתפרסת על פני מספר בלוגים.



## קישוריות בתכנים

לעתים קרובות, נוהגים בלוגרים לכלול בפוסטים שלהם קישורים אל סיפורי חדשות, אתרי אינטרנט שונים, משאבים שונים ברשת, או פוסטים בבלוגים אחרים. כאשר מתפרסמת בבלוג כלשהו הפנייה

<sup>3</sup> בעקבות אירוע בארה"ב בו תגובות בבלוג פופולארי כללו איומים ברצח (Sierra, 2007), התערור דיון בסוגיית הצורך בקוד אתי לבלוגרים (O'Reilly, 2007). יש הטוענים כי אין די בהגדרת קוד אתי עבור הכותבים עצמם, אלא כי על הכותבים להגדיר מפורשות את דרישותיהם בנוגע לתרבות הדיון בבלוגים ואת האופן בו בכוונתם לאכוף זאת. דיון בסוגיית הקוד האתי התערור כבר קודם לכן בקהילת הבלוגרים הישראלית, בעקבות התאבדותה של הבלוגרית מירב קנר (קלינגר, 2006; קציר, 2006); בהשראת ההצעה של אוריילי לקוד אתי לבלוגרים, התערור לאחרונה שוב הנושא גם בקהילה הישראלית, ומתקיים בימים אלה נסיון נוסף לכתיבת קוד אתי וולונטרי לבלוגרים (פוקס, 2007).

אל פוסט מתוך בלוג אחר, לרוב ישלח באופן אוטומטי קישור אל הבלוג המקורי, המכונה "טראקבק" (Trackback), ומאפשר לקוראי הבלוג בו פורסם הטקסט המקורי לעקוב אחר התפתחותו של הדיון בבלוגים נוספים אשר מתייחסים אליו.

Quiggin (2006) מתייחס אל הקישורים מתוך בלוגים אל רשומות שפורסמו בבלוגים אחרים כ"מטבע העובר לסוחר" בעל המשמעות הרבה ביותר בעולם הבלוגים. ככל שקיימים יותר קישורים אל תכנים מתוך בלוג מסוים, הרי שבלוג זה הוא למעשה בעל השפעה רבה יותר על בלוגים אחרים וכותביהם.

*"השיטה מאוד פשוטה ובעולם מבצע אותה, אוטומטית, אתר טכנוראטי: בדיקה מדוקדקת וטכנית של כמות הקישורים אל אותו בלוג מבלוגים אחרים. אם הרבה בלוגרים מקשרים לבלוג שלך - אתה חשוב יותר. אלו הנתונים היחידים שזמינים וניתנים לעיבוד..." (שמשון, 2007)<sup>4</sup>*

האתר העיקרי ברשת העוסק בריכוז ותצוגה של קישורים בין בלוגים הינו אתר Technorati<sup>5</sup>, אשר צוין לעיל, ובו מוצג מידע אודות הנושאים ה"חמים" הנדונים בבלוגים השונים (הודות לסריקה של תגיות וקטגוריות אותן מקצים הכותבים לפוסטים שלהם), וכן מידע על הקישורים אל תכניו של כל בלוג מתוך בלוגים אחרים (Blog Reactions). כל בלוג אודותיו מוצג מידע באתר מקבל דירוג סמכותיות (Authority) אשר לפי מספר הקישורים אליו מתוך בלוגים ייחודיים, ואף זוכה לדירוג כללי ביחס לבלוגוספירה כולה (Rank) בהשוואה לבלוגים אחרים. ככל שדירוג הסמכות והדירוג הכללי של בלוג גבוהים יותר, כך קיימים למעשה יותר קישורים נכנסים אל אותו בלוג. הדירוג של Technorati נחשב במידה רבה כמדד אובייקטיבי למידת חשיבותו והשפעתו של בלוג בבלוגוספירה<sup>6</sup>.



## בלוגרולים – רשימות קריאה

אלמנט נוסף אשר אופייני לבלוגים רבים, ומהווה אמצעי בסיסי להצגת הקישוריות בין בלוג מסוים לבלוגים אחרים הינו "רשימת הקריאה", המכונה "בלוגרול", אותה מציבים בלוגרים רבים בצד הבלוג.

<sup>4</sup> גדי שמשון, בתגובה לפוסט בבלוגו של אלי אשד, אשר ניסה להציע מדדים שונים למידת חשיבותם של בלוגים.

<http://notes.co.il/eshed/32554.asp>

<sup>5</sup> אתר Technorati זמין בכתובת: <http://www.technorati.com/>

האתר עוקב אחר קרוב ל- 86.8 מיליון בלוגים המצויים כיום ברשת. בנוסף למעקב ולדירוג של הקישורים הנכנסים אל כל בלוג (כפי שפורט לעיל), האתר מציג את הנושאים ה"חמים" ביותר הנדונים בבלוגוספירה (הודות לקטגוריזציה ול"תיגוי" הפוסטים באמצעות מילות מפתח על-ידי הבלוגרים).

<sup>6</sup> עם זאת, ראוי לציין כי מסיבות טכניות, קשה להתייחס אל Technorati כאל מדד המשקף באופן מיטבי את מידת השפעתו של בלוג ביחס לכל הבלוגים בבלוגוספירה הישראלית, מאחר שכמה ממערכות הבלוגים הפופולאריות ביותר בארץ אינן פועלות באופן מתוקן מבחינה טכנולוגית.

רשימות בלוגים אלה כוללות לרוב בלוגים אותם קורא בקביעות בעל הבלוג ואשר ברצונו להמליץ עליהם לקוראיו, בלוגים שיש לבעל הבלוג קשר חברתי עם כותביהם, או בלוגים אשר בעל הבלוג תופס כחשובים ומעניינים (Kumar et al., 2004).

בעבר, היה שימוש נוסף לבלוגרול – היותו אוסף "סימניות" עבור בעל הבלוג עצמו, לשם גישה נוחה אל הבלוגים אותם הוא קורא. כיום פונקציונאליות זו משמעותית פחות, מאחר ש רוב הבלוגרים אינם משתמשים ב"בלוגרול" כאמצעי לקריאה שוטפת של תכנים המתפרסמים בבלוגים, אלא נעזרים לשם כך ביישומים שונים לקריאת RSS<sup>7</sup> (Efimova & Hendrick, 2005), ולכן תפקידו של ה"בלוגרול" הינו בעיקר הכרזתי בלבד, במובן זה שהבלוגר מצהיר בפני קוראיו – "בלוג זה או כותבו הינם בעלי חשיבות בעיניי".

*"בלוגרול הוא אחד הפיצורים שאני הכי אוהב בבלוגים מכיוון שהוא רוב הזמן מתפקד כמין פנדורה לתוכן. אם אהבתם את הבלוג הזה הנה עוד רשימה של בלוגים שיכול להיות שתמצא עניין בהם."* (גבאי, 2007)<sup>8</sup>

אם כן, תפקידו של הבלוגרול הוא כפול – מצד אחד, לשמש כעין המלצה על תכנים אשר בעל הבלוג מוצא אותם מעניינים, והוא חושב כי גם קוראיו עשויים ליהנות מהם; ומצד שני – הבלוגרול הוא בעל תפקיד חברתי גרידא – הצהרה אודות קשר כלשהו שבעל הבלוג חש כלפי התכנים או הבלוגים אליהם הוא מפרסם קישור, או אל האנשים הכותבים בלוגים אלה.

ההיבט החברתי המשתמע מתוך הקישור באמצעות בלוגרול מתעצם הודות לעובדה שרבות מן התוכנות המשמשות לכתבת בלוגים מעדכנות את המשתמש בנוגע לקישורים נכנסים אליהם, וכך זה יהיה מודע לעובדה שכותב כלשהו הוסיף את כתובת הבלוג שלו אל ה"בלוגרול" שלו. בנוסף, קיימת מידה מסוימת של הדדיות מבחינת הוספת בלוגים אל רשימות קריאה אלה (Blanchard, 2004).

קישוריות זו בין בלוגים, אשר מתבססת על רשימות הקריאה ב"בלוגרולים" יוצרת אם כן רשת ראשונית בין בלוגים וכותביהם. בהמשך עבודה זו ייבחן האופן בו ניתן "למפות" רשת של בלוגים על בסיס קשרים הצהרתיים אלה, על מנת לנסות ולבחון את המאפיינים הקהילתיים המייחדים קבוצה זו של בלוגים.



<sup>7</sup> רוב הבלוגים (וכמוהם גם אתרי חדשות רבים) נוהגים לפרסם קובץ RSS (ראשי תיבות של Really Simple Syndication), אשר ניתן לקריאה באמצעות תוכנות ייעודיות שונות, ומאפשר להתעדכן באופן שוטף במידע אשר מתפרסם באתר זה או אחר מבלי לבקר בו שוב.

<sup>8</sup> יובל גבאי ("gyuval"), בתגובה לפוסט בבלוגי האישי, אשר נגע להוספת "בלוגרול" אל הבלוג <http://www.meshune.net/blog/?p=690#comment-19990>; פרסם: 20 במאי, 2007. ראוי גם לציין כי "פנדורה" הינו שירות מוסיקה מקוון, המסוגל "ללמוד" את טעמו של המשתמש, ולהמליץ בפניו תכנים מוסיקליים הדומים לשירים אשר המשתמש ציין בעבר כי הוא נהנה מהם. <http://www.pandora.com/>

## ניתוח קשרים בין בלוגים באמצעות מיפוי רשתות

מיפוי של רשתות חברתיות מאפשר בחינה חזותית של האופן בו מקושרים זה אל זה בני אדם, ונותן תמונה כלשהי אודות טיב המבנה החברתי בו מתקיים הקשר ביניהם. מעניין במיוחד לבצע מיפויים שכאלה באינטרנט, מאחר שמתוך מבנה ההיפר-טקסט של הרשת נובע כי ניתן לבחון באופן דומה את הקישורים בין אתרים שונים, ומכאן לקבל תמונה מקיפה של הקהילה הנוצרת מתוך הקישורים בין אתרים אלה והאנשים העומדים מאחוריהם.

*"...social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace". (Rheingold, 1999)*

לפי Kumar et al. (2004), מאחר שבלוגרים בקהילה נוטים להגיב האחד אצל השני, כמו גם לקשר זה אל זה, וליצור הפניות אל פוסטים האחד של השני, הרי שניתן ללמוד על מבנה הקהילה מתוך ניתוח ומיפוי של קישורים הדדיים אלה בין בלוגים.

מחקרים אשר בחנו את האופן בו בנויות רשתות חברתיות בין בלוגים עשו זאת על-ידי התבוננות באופן הקישור בין בלוגים (לפי מדדים שונים של קישוריות), ובמוקדים העיקריים אשר מתבררים הודות למיפוי זה של הקהילה. מתוך סקירתם של Jamali & Abolhassani (2006), ניתן לראות כי סביב בלוגים מסוימים, המהווים כעין "צומת", נוצרת קהילה של ממש, כאשר מספר רב של בלוגים מקשרים אל בלוג מסוים, וישנה דרגה גבוהה יחסית של קישוריות בין בלוגים אלה בינם לבין עצמם.

מתוך כך, ניתן להבחין בתוך הרשת המצטיירת הודות למיפוי זה, ב"קליקות" המצויות בתוך אותה קהילה רחבה יותר – קהילות מצומצמות יותר, המהוות חלק מן הרשת החברתית. החברים ב"קליקות" אלה מקושרים יותר זה אל זה, ביחס לרמת הקישוריות שלהם אל חברים אחרים ברשת החברתית הרחבה יותר.

לפי Hanneman & Riddle (2005), "קליקות" הינן רשתות-משנה בתוך הרשת, בהן המשתתפים מקושרים זה אל זה בצורה חזקה יותר מאשר אל חברים אחרים ברשת (על-ידי מספר רב יותר של קישורים בין חברי ה"קליקה" עצמה ביחס למספר הקישורים שלהם אל משתתפים אחרים ברשת החברתית. בה בעת, ניתן להבחין מחד במשתתפים החברים ב"קליקה" אחת, אשר המהווים "גשר" בין קבוצות שונות במערכת, ומשמשים כנקודת חפיפה ביניהן.

במחקרם של Jamali & Abolhassani, הם מציינים כי יש לבחון את הקבוצות המוצגות במיפוי של הרשת החברתית לפי הקריטריונים הבאים:

- קישור והפרדה בין קבוצות משנה - האם קיימים חפיפה וקישוריות בין ה"קליקות" השונות, או שמא הן מפצלות את הרשת?

- מה גודלן של ה"קליקות" - האם קיים מספר מצומצם של קבוצות גדולות, או מספר גדול של קבוצות קטנות הפרוסות בכל רחבי הרשת?
- האם קיימים "שחקני מפתח" ברשת, המשמשים כ"צמתים" המקשרים בין קבוצות שונות או בין חברים שונים ברשת כולה?

לפי Chin & Chignell (2006), ניתן להתייחס במחקרים המתמקדים ברשתות חברתיות כגון אלה המתקיימות בין בלוגים, אל מדד של "מרכזיות" – "שחקני המפתח" ברשת הינם הפריטים בעלי דרגה גבוהה יותר של מרכזיות. מידה זו של מרכזיות נמדדת על-ידי מספר הקישורים הישירים של פריטים אלה אל פריטים נוספים ברשת ומעידה על מידת חשיבותו של הפריט. באופן דומה, הם מציגים מדד של "קירבה", אשר מתייחס אל מספר הצעדים הממוצע הנדרש לשם קישור בין פריט אחד ברשת אל אחר, ומשקף את המידה בה ניתן להתייחס אל פריט זה או אחר ברשת כאל "צומת" המקשרת בין פריטים שונים ברשת, או משתמשת כגורם מקשר בין "קליקה" אחת אל "קליקות" נוספות באותה הרשת.

לטענתם, כאשר קיימת תחושה של קירבה בין בעליו של בלוג מסוים אל בלוג "מפתח" אחר, נוטים אלה לרוב ליצור קשרים עם בלוגים אחרים המקושרים אל בלוג ה"מפתח", תוך יצירת מערכת קהילתית אשר מתקיימת סביב בלוג זה, ואשר משפיעה על המערכת הקהילתית המתקיימת סביב בלוגים אחרים המקושרים אליו, כתוצאה מן הקישורים ההדדיים בין בלוגים אלה.



### סקירה: מחקרים בתחום מיפוי רשתות חברתיות של בלוגים

מחקרן של Efimova & Hendrick (2005) בוחן את המבנים החברתיים הנוצרים בתוך קהילות בלוגים, בהתבסס על הקישורים ביניהם, תוך איתור "התיישבויות וירטואליות" וניתוח של המפה החברתית המצטיירת מתוך ניתוח של קהילה כזו.

לטענתן, ניתן להשוות במידה רבה בין קהילות בלוגים לבין יישוב פיזי, מבחינה זו שמצד אחד - הבלוג הינו מרחב אישי, דמוי-בית עבור כותבו, ומצד שני – הבלוג מתקיים במרחב הדיון הציבורי, ה"שכונה", בכך שהוא זוכה לתגובות וקישורים מכותבים וקוראים אחרים; וזאת כאשר לעתים למרות הקשרים הנוצרים בתוך המרחב הבלוגוספרי, אין מכנה משותף רב בין הבלוגים השונים וכותביהם. במחקרן, הן יוצאות לנסות ולאתר את אותו "מרחב בין הבניינים" שבו מתקיימת הקהילה הוירטואלית, על אף העובדה שלא קיים עבור חברה מרחב ציבורי מפורש.

לשם איתור אותו "מרחב" קהילתי משותף, הן מציגות מספר סממנים מתוכם ניתן להסיק לגבי קיומה של קהילה של בלוגים:

- **מעקב אחר נתיבי "ממים" (meme paths)** – רעיונות, קישורים, תכנים, ונורמות המתפשטים מבלוג אחד למשנהו.

- **תבניות של קריאת בלוגים** – באמצעות מעקב אחר בלוגרולים, רשימות קריאה ב-RSS, ורשימות קריאה המשותפות לקבוצת אנשים.
- **תבניות קישורים** – קישורים אל בלוגים אחרים ואל תכנים המוצגים בהם עשויים להעיד על קשרים בין בלוגים אלה.
- **"שיחות" בבלוגים וביניהם** – התייחסויות וקישורים מתוך בלוגים לתכנים בבלוגים אחרים, כאשר הדיון שהחל בבלוג אחד מתפשט אל בלוגים אחרים אשר מקשרים אליו או ממשיכים אותו אצלם.
- **אירועים משותפים** – מפגשים פנים-אל-פנים בין בלוגרים באירועים מסוימים, או השתתפות באירועים מקוונים משותפים מחזקים את הקשרים בין הבלוגים וכותביהם.
- **סממנים "שבטיים", מרחבים קבוצתיים ורשימות בלוגים** – עשויים להעיד על השתתפות בקהילה מוגדרת.

במחקרן, בחנו Efimova & Hendrick את הקישורים היוצאים מן הבלוג של אחת החוקרות<sup>9</sup>, וביצעו "כרייה" של הקישורים היוצאים מן התוכן והתגובות של אותם בלוגים אל בלוגים נוספים וכך הלאה, על בסיס נתונים שהתקבלו מתוך מעקב לאורך פרק זמן של שבעה חודשים. מתוך נתונים אלה בוצע מיפוי, באמצעות תוכנת Pajek<sup>10</sup> של הרשת החברתית המקיפה את הבלוג אשר נבדק לצורך המחקר.

מתוך מיפוי זה, אפיינו החוקרות את ה"קליקות" השונות המרכיבות את הרשת החברתית. במרכז הרשת (אשר הבלוג של החוקרת עצמה הייתה חלק ממנה), אותרה קבוצת-בסיס גדולה של בלוגים המגדירים את עצמם כעוסקים בתחום ניהול הידע, אשר בין רבים מהם התקיימו קישורי גומלין.

בנוסף לקבוצה המרכזית מתחום ניהול ידע, נמצאו קישורים יוצאים אל בלוגים שאינם קשורים לתחום ניהול הידע, ומהווים למעשה "שער" אל רשתות חברתיות נוספות – אשר מתמקדות סביב תחומים שונים לגמרי. כך למשל, הן מצאו כי מספר בלוגים בקבוצת בלוגי ניהול הידע קישרו כולם אל בלוג פופולארי בתחום הבישול. אותו בלוג שימש למעשה (על אף העובדה שלא קישר כלל אל הבלוגים מן הרשת בתחום ניהול הידע) כ"שער" אל רשת נפרדת לחלוטין של בלוגים בתחום הבישול..

בנוסף, מצאו החוקרות כי לאורך התקופה אותן חקרו, חלו שינויים בתבניות הקישור בין הבלוגים, בהתאם למועדים בהם התקיימו כנסים מקצועיים בתחום ניהול הידע. באופן דומה, הן מצאו "זרימה" מבלוג לבלוג של קישורים בין פוסטים שונים אשר עסקו בנושאים מקצועיים נוספים, בהתאם לנושאי הדיון ה"חמים" באותה העת.

מתוך ממצאיהן עולה כי בעוד על מנת להצטרף אל ה"פריפריה" של הרשת נדרש מספר מצומצם של קישורים יוצאים ונכנסים אל בלוגים שונים באותה רשת, הרי שה"ליבה" של הרשת המרכזית כללה קבוצה קטנה יחסית של כותבים, שלכולם מאפיינים משותפים כגון – מערכת ערכים דומה, קשרים מקצועיים ואישיים קודמים, ותחושה כללית של פמיליאריות.

<sup>9</sup> הבלוג אשר נבדק במחקר זה הוא בלוגה של אחת מצמד החוקרות - Lilia Efimova, אשר עוסק בניהול ידע.

וזמין בכתובת: <http://blog.mathemagenic.com>

<sup>10</sup> תוכנת Pajek משמשת לויזואליזציה וניתוח של רשתות גדולות. <http://vlado.fmf.uni-lj.si/pub/networks/pajek>

עם זאת, על מנת להתקרב אל ה"ליבה" של הרשת המרכזית, על כותביהם של בלוגים "פריפריאליים" לכתוב, לאורך זמן, אודות נושאים "חמים" המעסיקים אחוז גבוה מהמשתתפים ברשת הבלוגים, ובמקביל להיות בקשר הדוק יחסית עם משתתפים מרכזיים בקהילה - בין אם על ידי השתתפות בדיונים בבלוגים, על-ידי קישורים נכנסים או יוצאים לתכנים בבלוגים אחרים, או על ידי שיתוף פעולה וחיזוק הקשרים האישיים והמקצועיים עם חברים בקהילה.



מחקרם של Chin & Chignell בוחן אף הוא את הקישורים בין בלוגים, תוך התייחסות אל תבניות הקישור בין בלוגים כאל "היפרטקסט חברתי", אשר מייצג לא רק את המידע המקושר, אלא גם את הקישורים בין האנשים החברים ברשת האנושית הנבנית על בסיס קישורים אלה.

לטענתם, ניתן להיעזר באמצעי מחקר המשמשים את הפסיכולוגיה והסוציולוגיה לשם איתור קהילות ב"עולם האמיתי", גם לשם זיהוי קהילות וירטואליות. בין האמצעים שהם מציינים, ניתן למנות: מפגשים פיזיים, תחושת שייכות קהילתית, "מקומות מפגש" משותפים.

במחקרם, השתמשו Chin & Chignell במתודולוגיה דומה לזו במחקר שתואר לעיל שבוצע על-ידי Efimova & Hendrick, אלא שבמקום לבחון את הקישורים היוצאים מתוך בלוגרולים ופוסטים בבלוגים, כמעידים על קשר בין כותב הבלוג לבין הבלוגים שזה בוחר לקשר אליהם, הם בדקו את הקישורים אל בלוגיהם של המגיבים בבלוגים שנחקרו. לטענתם, התגובות בבלוגים משמשות כאינדיקציה לקיומה של אינטראקציה בין הכותבים, ומהוות את אותם "סממנים חברתיים" המקשרים בין ה"מבנים" השונים העומדים בבסיסה של ה"שכונה הוירטואלית" אשר הוצגה במחקרן של Efimova & Hendrick.

לשם ביצוע המחקר, בחנו החוקרים את הרשת החברתית אשר התפתחה מסביב לבלוג אשר עסק בתחום המוסיקה אשר הוקם על גבי פלטפורמת הבלוגים של מיקרוסופט – MSN Live Spaces<sup>11</sup> (להלן: Spaces). בלוג זה עודכן באופן שוטף על-ידי החוקרים וכלל ביקורות מוסיקליות, תמונות, שירים להורדה, ומשאבים נוספים עבור חובבי מוסיקה.

החוקרים ביצעו סריקה ואיסוף עד לעומק של שתי רמות של הקישורים הנכנסים אל בלוג המוסיקה ואל פוסטים שהתפרסמו בו. בנוסף, נאספו כתובות הבלוגים אשר בעליהם הגיבו לתכנים שהתפרסמו בבלוג. סך הכל, נאספו מעל 600 קישורים אל בלוגים, והמידע אשר הצטבר מתוך סריקה זו מופה באמצעות תוכנת Pajek.

בעקבות ביצוע המיפוי של הרשת החברתית, התברר לחוקרים כי לא קיימת מידה גבוהה במיוחד של הקישוריות בין הבלוגים אשר נבדקו. לפיכך, הם בחרו להשמיט מן המדגם את הבלוגים אשר לא זכו

<sup>11</sup> פלטפורמת MSN Spaces מבית מיקרוסופט נקראת כיום Windows Live Spaces. פלטפורמה זו מאפשרת למשתמשים בה לנהל בלוגים, לפרסם ברשת תמונות, תוך אינטגרציה מלאה עם רשימת אנשי הקשר של תוכנת המסרים המיידיים הפופולארית של מיקרוסופט - Windows Live Messenger. נכון לחודש יולי 2007, ישנם כ-120 מיליון משתמשים בפלטפורמה זו. אתר Windows Live Spaces זמין בכתובת: <http://spaces.live.com/>

לקישורים הדדיים אל בלוגים אחרים, וקיבלו מיפוי מצומצם יותר, הכולל מספר מוקדים עיקריים אשר עשויים להעיד על קיומה של קהילה המקיפה את בלוג המוסיקה. במרכזה של הרשת, ניצב בלוג המוסיקה של החוקרים, כאשר סביבו ניצבים, מצד אחד – "ענפים" אל בלוגים בודדים, ומצד שני – בלוגים המשמשים כ"צומת" קהילתית. אותם בלוגים אשר שימשו כ"צמתים" קהילתיים הוגדרו על-ידי החוקרים כבלוגים בעלי השפעה ברשת. למעשה, ניתן להגדיר בלוגים אלה כ מוקדים קהילתיים נוספים - "קליקות" ברשת הסובבת את בלוג המוסיקה המקורי.

במקביל לאיסוף הקישורים בין הבלוגים, הציבו החוקרים בבלוג המוסיקה שאלון אשר בחן את תחושת השייכות הקהילתית (Sense of Community) של הקוראים ביחס לאותו בלוג, וביחס להרגלי הכתיבה שלהם בבלוג שלהם, והשתתפותם בפעילות מסביב לבלוגים שלהם וסביב בלוג המוסיקה. החוקרים מצאו, בעקבות הצלבת נתוני המשיבים לשאלון עם מיקומם ברשת החברתית, כי בלוגרים אשר נהגו לעדכן בתדירות גבוהה יותר את הבלוגים שלהם, להשאיר יותר תגובות בבלוגים, ולקשר אל יותר בלוגים, היו גם בעלי תחושת קהילה חזקה יותר ביחס לבלוג המוסיקה, וביחס להיותם "בעלי השפעה" כמוקדים קהילתיים ברשת.



## מבט על הבלוגוספירה הישראלית

אבחן כעת את הבלוגוספירה הישראלית, ואציג את הקהילות הפורמאליות והבלתי-פורמאליות המרכיבות אותה, תוך מבט על הפלטפורמות הקהילתיות השונות המשמשות לפרסום בלוגים, כמו גם התכונות הטכנולוגיות והקהילתיות (והמגבלות) אשר עומדות לרשות הכותבים באמצעותן.

הבלוגוספירה הישראלית מתקיימת למעשה בשני רבדים – מצד אחד, כותבים המשתמשים בפלטפורמה קהילתית פורמאלית, אשר מופעלת על-ידי חברה מסחרית המארחת בלוגים, ומצד שני – כותבים אשר בוחרים לארח את הבלוג שלהם בעצמם, ומוגדרים כ"בלוגים עצמאיים". בהמשך פרק זה, אתמקד באותם בלוגים "עצמאיים", ובהשלכות הנגזרות מן הבחירה של ניהול בלוג ללא אותו הקשר טכנולוגי וקהילתי של פלטפורמה קהילתית פורמאלית.

### פלטפורמות בלוגים קהילתיות

הבלוגוספירה הישראלית כוללת מספר זירות עיקריות בהן נכתבים בלוגים. רוב האתרים המאפשרים ניהול בלוגים הינם אתרי פורטל מסחריים, אשר בנוסף לשירותים קהילתיים נוספים (כגון פורומים), כוללים גם פונקציה של כתיבת בלוג. המשתמשים המנהלים בלוגים באתרים מסחריים נדרשים לעמוד בתנאי השימוש של האתר (הכוללים לעתים מגבלות על התוכן אותו ניתן לכתוב בבלוג<sup>12</sup>), מוגבלים מבחינת יכולות העיצוב הזמינות עבורם, ולעתים מופיעות בבלוגיהם פרסומות מטעם האתר.

בנוסף, כוללים רוב אתרי הבלוגים תשתית בסיסית כלשהי של קהילה, אשר מקשרת בין הכותבים השונים באתר. בין התכונות הקהילתיות באתרים השונים ניתן למנות:

- יכולת להשאיר תגובות בבלוגים אחרים.
- שימוש בזהות אחידה של כותב/מגיב – זיהוי בין הכותב בבלוג לבין תגובותיו בבלוגים אחרים.
- מנגנון של "חברים" או "בלוגים מועדפים", המאפשר מעקב פשוט אחר הבלוגים אותם קורא המשתמש בדרך קבע.
- מנגנון ה"מציף" פוסטים ש"עשו עניין" (בעלי מספר רב של תגובות) או בלוגים פופולאריים (זכו למספר רב של תגובות/כניסות) אל דף הבית של האתר.
- חיווי כלשהו אודות בלוגים חדשים, בלוגים אשר עודכנו לאחרונה, או בלוגים שכותביהם חוגגים יום הולדת.
- "אווטארים" (avatars) – תמונה מותאמת אישית של המשתמש המלווה אותו בבלוג האישי ובתגובותיו בבלוגים אחרים.

<sup>12</sup> כל פלטפורמות הבלוגים המסחריות מציבות בפני המשתמשים בהן תנאי שימוש המגדירים מהם התנאים המותרים לפרסום, ומסדירים במידת מה את אופן התנהלות הקהילה וטיב השיח המתקיים בה. לדוגמה:

תנאי השימוש של ישראל-בלוג-נענע: <http://israblog.nana10.co.il/TermOfUse.htm>

תנאי השימוש של תפוז אנשים: <http://www.tapuz.co.il/general/takanon.asp>

תנאי השימוש של The Marker Café: <http://www.themarket.com/tmc/general/takanon.html>

תנאי השימוש של בלוגלי: <http://blogli.co.il/tos>

- שאלונים שבועיים לכותבים, המשמשים כעין "פרויקט קבוצתי" של כתיבה בנושא מסוים.
- הצגה של רשימת פוסטים העוסקים בנושאים פופולאריים בדף הבית, לפי בחירתם של עורכי האתר.

אתרי הבלוגים הקהילתיים מובחנים במידה רבה זה מזה מבחינת סוג הכותבים המשתמש בהם לשם פרסום הבלוג, דבר המשפיע במידה רבה גם על טיבם של השיח הציבורי והאינטראקציה החברתית המתקיימים בין המשתמשים באותה פלטפורמה קהילתית.

*אבל לא על זה רציתי לדבר. תוך כדי הקטילות - הנעימות לי - של קפה דה מארקר, הכותבים מאפיינים על הדרך את קהילות הבלוגים. ישראל בלוג זה פקאצות, מסתבר, רשימות זה אינטלקטואלים, גלובס זה משעממים, דה מארקר זה שופוני, ובלוגלי קיבל את הכותרת המטושטשת "מסקרנים". ("עידית", 2007)*

אסקור כעת בקצרה את אתרי הבלוגים הפופולאריים בישראל:

- **ישראל בלוג-נענע**<sup>13</sup> – אתר "ישראל בלוג" הינו אתר הבלוגים הוותיק ביותר בישראל, אשר הוקם על-ידי יריב חבוט בשנת 2001. האתר נרכש על-ידי פורטל "נענע"14 בשנת 2004, ושולב במערכת הפרורומים והתכנים של האתר. מלבד התכונות הקהילתיות המוצעות למשתמשי האתר (ראה תרשים 1), תכנים מתוך בלוגים נכללים לעתים בדף הבית של פורטל "נענע", לפי החלטת עורכי האתר. לאחרונה נרכש פורטל נענע על-ידי ערוץ 10. (ויקיפדיה, 2007; גבאי, 2007). בחצי השנה האחרונה, נפתחו באתר "ישראל בלוג" מעל ל-30,000 בלוגים (ישראל בלוג, 2007).
- **הבלוגיה של תפוז אנשים**<sup>15</sup> – אתר הבלוגים של פורטל האינטרנט "תפוז" קם בשנת 2003. הבלוגיה משולבת באופן משמעותי עם יתר מערכת הפרורומים ושיתוף התמונות של הפורטל הקהילתי, אשר מסתמך באופן משמעותי על תוכן גולשים. גם כאן, עורכי הפורטל מעניקים חשיפה לתכנים איכותיים הנכתבים בבלוגים, וממליצים עליהם בדף הבית של אתר "תפוז" ובדף הבית של הבלוגיה. לאחרונה הכריזו מנהלי אתר תפוז על תשלום לכותבים באתר, בהתאם למספר הצפיות בדפי הבלוג שלהם. (ויקיפדיה, 2007). אתר הבלוגיה של תפוז כולל כ-74,000 בלוגים (תפוז, 2007).
- **הבלוגיה של גלובס**<sup>16</sup> (בתפוז) – בנוסף לאתר הבלוגים הקהילתי המופעל על-ידי "תפוז אנשים", קיים שיתוף פעולה בין אתר תפוז לבין אתר האינטרנט של עיתון העסקים "גלובס", במסגרתו מאפשר לכותבים מתחום העסקים, הניהול, השיווק והפרסום, לנהל בלוגים בעלי אוריינטציה עסקית באתר בלוגים ייעודי לקוראי אתר "גלובס". גם כאן, זוכים פוסטים חדשים ומעניינים

<sup>13</sup> אתר ישראל בלוג זמין בכתובת: <http://www.israblog.co.il>

<sup>14</sup> אתר נענע זמין בכתובת: <http://www.nana10.co.il>

<sup>15</sup> אתר תפוז זמין בכתובת: <http://www.tapuz.co.il>; הבלוגיה של תפוז זמינה בכתובת: <http://www.tapuz.co.il/blog>

<sup>16</sup> אתר הבלוגים של גלובס זמין בכתובת: <http://gblogs.tapuz.co.il>

מתוך הבלוגים לחשיפה בדף הבית של אתר האינטרנט של העיתון (לפי החלטת עורכי אתר הבלוגים ואתר "גלובס").

- **TheMarker Café**<sup>17</sup> – הרשת החברתית של אתר האינטרנט / מוסף העסקים של עיתון "הארץ" TheMarker - אתר "קפה דה-מארקר" הוקם בשנת 2007, כרשת חברתית עסקית, אשר בה משולבת גם מערכת לניהול בלוגים. תכנים פופולאריים המתפרסמים בבלוגים של "קפה דה-מארקר" זוכים לחשיפה בדף הבית של האתר. בנוסף, ניתנת חשיפה לפוסטים מן הבלוגים באתר האינטרנט של TheMarker ו"הארץ"<sup>18</sup>. לא קיים מידע רשמי אודות מספר הבלוגים באתר.
- **רשימות**<sup>19</sup> – אתר "רשימות" מבית "קונספציה", הינו אתר פרטי, אשר אינו מקושר לאחד מאתרי האינטרנט המסחריים הגדולים. האתר מעניק במה ייחודית לכותבים המוגדרים על-ידי מפעילי האתר כ"כותבים מעניינים ואיכותיים" (רשימות, 2007). בניגוד לאתרי בלוגים אחרים, בהם מתאפשר לכל החפץ בכך לפתוח בלוג, הרי שכאן נדרשים המעוניינים לכתוב בלוג באתר זה להגיש מועמדות לפתיחת בלוג באתר. "רשימות" מארח בעיקר כותבים מתחום האקדמיה, התקשורת, התיאטרון והמוסיקה. האתר כולל כ- 200 כותבים בקירוב, ואינו כולל את רוב התכונות הקהילתיות המקובלות באתרי הבלוגים המסחריים.
- **בלוגלי**<sup>20</sup> – אתר הבלוגים "בלוגלי" הינו אתר עצמאי אשר הוקם בשנת 2006 על-ידי מספר בלוגרים ופעילי קוד-פתוח, על בסיס פלטפורמת הבלוגים הפופולארית WordPress (קינן, 2006). בניגוד לאתרי הבלוגים המסחריים, לא זו בלבד שהאתר אינו מציג פרסומות, אלא מפעיליו מאפשרים לכותבים להציג פרסומות Google AdSense בבלוגים באופן עצמאי. לא קיים מידע רשמי אודות מספר הבלוגים באתר, אולם מפעיליו טוענים כי קיימים שם כמה אלפי בלוגים<sup>21</sup>.
- **אתרי בלוגים נוספים** – בנוסף לאתרי הבלוגים הישראליים, ראוי לציין כי מספר לא קטן של כותבים מנהלים בלוגים באתרים בחו"ל. בין אתרים אלה ראוי לציין את LiveJournal<sup>22</sup> – אתר הבלוגים הגדול בעולם, בו קיימים מעל 18,000 בלוגים מישראל (LiveJournal, 2007), אשר רובם כותבים באנגלית או ברוסית, ומיעוטם בלבד כותבים בעברית<sup>23</sup>. כמו כן, קיים מספר לא ידוע של כותבים המשתמשים בפלטפורמות הבלוגים Blogger (אשר שייכת לחברת Google) ומתארחים באתר BlogSpot<sup>24</sup>, ובנוסף גם מספר מצומצם יחסית של כותבים בעברית אשר מתארחים באתר האמריקאי WordPress.com<sup>25</sup>.

<sup>17</sup> אתר TheMarker Café זמין בכתובת: <http://cafe.themarker.com>

<sup>18</sup> באחרונה התעוררה סערה בקרב קהילת משתמשי אתר TheMarker Café, בעקבות שינוי בתנאי השימוש של האתר אשר ממנו נרמז כי האתר שולל מן הכותבים באתר את זכויות היוצרים לתכנים שלהם וכי ייתכן ובעתיד ישולבו תכנים מתוך הבלוגים ב-TheMarker Café גם במהדורות המודפסות של "הארץ" ו-TheMarker, ללא מתן קרדיט הולם לכותבים. כתוצאה מכך, נאלצה הנהלת האתר לשנות את תנאי השימוש, ולהרגיע את חברי הקהילה. ראה גם: <http://thehot.cafe.themarker.com/view.php?t=121602>

<sup>19</sup> אתר "רשימות" זמין בכתובת <http://www.notes.co.il>

<sup>20</sup> אתר "בלוגלי" זמין בכתובת: <http://www.blogli.co.il>

<sup>21</sup> מתוך תקשורת אישית עם חנית כהן, ממיסדי אתר "בלוגלי" (25 באוגוסט, 2007).

<sup>22</sup> אתר LiveJournal זמין בכתובת <http://www.livejournal.com>

<sup>23</sup> מידע זה התקבל מתוך סקירת הבלוגים הקהילתיים השונים בהם משתתפים כותבים ישראלים ב-LiveJournal.

<sup>24</sup> אתר Blogger זמין בכתובת <http://www.blogger.com>; אתר BlogSpot זמין בכתובת <http://www.blogspot.com>

<sup>25</sup> יש להבחין בין אתר הבלוגים WordPress.com לבין פלטפורמת הבלוגים בקוד פתוח WordPress. בעוד אתר הבלוגים

WordPress.com הינו אתר מסחרי המארח בלוגים, הרי שפלטפורמת WordPress (אשר עליה מבוססים אתר "בלוגלי" הישראלי ואת



ברוב המקרים, התכונות הקהילתיות המסופקות על-ידי אתרי הבלוגים (בעיקר בתפוז, נענע, וקפה דה-מארקר), תורמות ליצירתה של תחושת קהילה בין הכותבים באתר. הודות לתחושת קהילה זו, בכל אתר ישנם "סלבריטאים" המקומיים שלו, ובנוסף נרקמים בכל אתר קשרים בין המשתמשים השונים, קיים הווי ייחודי לאתר, והמשתמשים באתר מקיימים ביניהם פעילויות משותפות המתמקדות לרוב סביב היכרותם המשותפת על בסיס הפלטפורמה.

כך, למשל ניתן לראות את היוזמה המשותפת של משתמשי The Marker Café לקידום המודעות להפגנת ארגוני הנשים נגד עסקת הטיעון של הנשיא קצב, וקריאה להעמדתו לדין באשמת אונס. בעקבות קריאתה של העיתונאית דבורית שרגל, אחת הכותבות הפופולאריות ביותר באתר להגיע להפגנה (שרגל, 2007), קישרו כותבים רבים באתר אל הפוסט שלה, עודדו אחרים להגיע להפגנה ואף נפגשו במקום.

באופן דומה, ניתן לראות כיצד יצאו כותבים רבים בקהילת "ישראלבוג" כנגד פוסט גזעני שנכתב על-ידי אחת הכותבות הבולטות באתר – "זרובבלה", בו הביעה את סלידתה מפני ערבים (וייסברג, 2007). כותבים רבים בישראלבוג, וגם באתרי הבלוגים האחרים הביעו שאט נפש מאותו פוסט פוגעני – בין אם בבלוגם האישי (מוזס, 2007), ובין אם בתגובות לפוסט שלה עצמה. כתוצאה מאותו פוסט בעל אופי גזעני, אשר אף התפרסם בתקשורת (נסים, 2007) הפסיקו רבים מן הקוראים הקבועים של "זרובבלה" לעקוב אחר הבלוג שלה, ואף ננקטו נגדה סנקציות קהילתיות שונות (קלינגר, 2007), כגון הסרתה ממספר אגרגטורי בלוגים פופולאריים (קדרון, 2007a).



## בלוגים עצמאיים

*"יש אמירה פילוסופית מוכרת "אם עץ נופל באמצע היער ואין אף אחד בסביבה ששומע זאת, האם הוא משמיע רעש?" למעשה זהו בדיוק המצב עם בלוגים, אם אתם כותבים בלוג הרי שאתם רוצים שיקראו אותו, מאידך אם הקמתם בלוג עצמאי אין לאנשים דרך לדעת על קיומו. הבלוג שלכם לא ישמיע רעש ולא יעורר דיונים אם לא תביאו אנשים אליו." ("אח"י דקר", 2007)*

מלבד הבלוגים הפועלים על גבי פלטפורמות בלוגים קהילתיות, קיימים כמה מאות בלוגים המופעלים באופן עצמאי על-ידי כותביהם. בלוגים אלה מתארחים לרוב על גבי שרת ייעודי, והם בעלי שם דומיין (תחום) הרשום על שם בעליהם. ראוי לציין כי בניגוד לרוב שירותי הבלוגים המסחריים, אשר

מעניקים למשתמשים בהם את השירותים ללא תשלום, הרי שכאן נדרש כותב הבלוג להשקעה כספית כלשהי (תשלום לחברת אכסון, רכישת שם דומיין ועוד).

מאחר והבלוג נמצא בשליטתו המלאה של בעליו, הרי שהיתרון הבולט ביותר של הכתיבה בבלוג עצמאי הינו בכך שעצמאות זו מעניקה לבעליו דרגה גבוהה של חופש – החל מן היכולת להרחיב את הבלוג בתכונות חדשות, לעצבו כרצונו, ולהביע באופן חופשי ומלא את עמדותיו, ללא הצורך לעמוד בתנאי שימוש אשר הוגדרו על-ידי צד שלישי (קלינגר, 2007).

בניגוד לשימוש בפלטפורמת בלוגים קהילתית, נדרשים בעלי בלוגים עצמאיים לידע טכני בסיסי לפחות, מאחר ועליהם לתחזק בעצמם את המערכת עליה פועל הבלוג (התקנת המערכת, גיבויים, הגדרה של כללי כתיבה ואופן ביטוי עבור המגיבים בבלוג ועוד), כמו גם לקדמו במנועי חיפוש, וליצור קשרים עם כותבים אחרים.

לרוב, פועלים הבלוגים העצמאיים בישראל על גבי פלטפורמת הבלוגים WordPress<sup>26</sup>, אשר זמינה להורדה והתקנה ללא תשלום (ראוי לציין גם כי קיים מיעוט יחסי של משתמשים ישראלים בפלטפורמת הבלוגים MovableType<sup>27</sup>, אשר זמינה אף היא ללא תשלום). פלטפורמת WordPress, כמו גם מבחר רחב של תבניות עיצוב ותוספי הרחבה לבלוג תורגמו לעברית על-ידי משתמשים שונים, אשר משתפים אותם עם משתמשים אחרים במערכת<sup>28</sup>.

הצורך בידע טכני בסיסי לתחזוקת הבלוג, כמו גם הקושי בקידום הבלוג (בעיקר בקרב משתמשים קיימים במערכות בלוגים אחרות) מרתיעים לעתים משתמשים השוקלים מעבר אל בלוג עצמאי. חשש נוסף, אותו מעלים משתמשים (Noa D., 2007), הוא מפני אובדן האנונימיות המתחייב מרכישת שם דומיין<sup>29</sup>.

בסקר לא-פורמאלי שערכתי בקרב כותבי בלוגים עצמאיים<sup>30</sup>, ציינו המשיבים מגוון שיקולים למעבר אל בלוג עצמאי:

- רצון לשליטה מוחלטת בתכני הבלוג, ללא צורך לעמוד בתנאי שימוש המגבילים את תכני הבלוג.
- רצון לשליטה רבה יותר על עיצוב הבלוג והתכונות הזמינות בו.
- חוסר שביעות רצון מן השירותים הניתנים בפלטפורמות הבלוגים הקהילתיות-מסחריות (זמינות בעייתית של האתרים, היעדר תמיכה בדפדפנים שונים ועוד)
- חוסר שביעות רצון מן השירותים הניתנים בפלטפורמות הבלוגים הקהילתיות (זמינות בעייתית של האתרים, היעדר תמיכה בדפדפנים שונים ועוד).

<sup>26</sup> מערכת הבלוגים WordPress הינה מערכת קוד פתוח המופצת על-ידי חברת Automattic. בנוסף למערכת הבסיסית, קיים מגוון רחב של תוספי הרחבה ותבניות עיצוב למערכת זו, אשר נכתבים ומופצים על-ידי משתמשים שונים.

אתר WordPress זמין בכתובת: <http://www.wordpress.org>

<sup>27</sup> אתר MovableType זמין בכתובת: <http://www.movabletype.com>

<sup>28</sup> האתר ה"רשמי" של WordPress בעברית, ממנו ניתן להוריד את התוכנה, זמין בכתובת <http://www.wph.co.il>

<sup>29</sup> בעת רכישת שם דומיין, מחייבים רשמי הדומיינים השונים את הלקוחות לציין פרטים אישיים, כגון שם, כתובת, מספר טלפון ועוד. אלא אם כן בחר הלקוח לשלם לחברת רישום הדומיינים סכום נוסף בעבור "פרטיות", פרטים אלה זמינים לכל דכפין באתר רשם הדומיינים.

<sup>30</sup> הסקר הוצג בבלוגי האישי, ובו נשאלו הקוראים שהם בעלי בלוג עצמאי מדוע בחרו לכתוב בבלוג עצמאי ולא קהילתי, במידה ועברו מפלטפורמה קהילתית אל בלוג עצמאי – מדוע בחרו לעשות זאת, מהו משך הזמן שהם כותבים בלוג בכלל, ובלוג עצמאי בפרט, ומהי מידת מעורבותם בקהילת הבלוגים העצמאיים. ניתן לצפות ברוב התשובות לסקר (חלקן נתקבלו באמצעות הדואר האלקטרוני) בכתובת להלן: <http://www.meshune.net/blog/?p=821>

- צורך בזיהוי מלא בין הכותב לבין הבלוג האישי שלו, ורצון לייחד את הכותב.
- שימוש בבלוג ככלי לקידום מקצועי ואישי.
- עניין באתגר טכנולוגי.
- גישה לנתונים סטטיסטיים מלאים של הבלוג.
- תחושה כי הפלטפורמות הקהילתיות השונות "המוניות" מדי.

אחוז ניכר מן המשתתפים בסקר ציינו כי ניהלו קודם לכן בלוג באחד מאתרי הבלוגים המסחריים שצוינו לעיל, ובחרו לעבור לאחר תקופה מסויימת לבלוג עצמאי משלהם. כמו כן, ציינו רבים מן המשתתפים בסקר כי הם מעורבים בפעילויות שונות המשותפות לבלוגרים העצמאיים בפרט, ובבלוגוספירה בכלל.

ראוי לציין כי כצפוי, רוב הכותבים אשר השתתפו בסקר זה הינם בעלי יכולת טכנולוגית מתקדמת יחסית (ידע בסיסי או מתקדם בשפות HTML או PHP, כמו גם היכרות עם היבטים טכניים נוספים, כגון ניהול שרתים), אשר מאפשרת להם לתחזק אתר אינטרנט משלהם, ולהפעיל בו בלוג. במקרים רבים, היעדרה של יכולת טכנולוגית, כמו גם קושי בקבלת תמיכה מסודרת ממקור רשמי וסמכותי, מהווים חסם משמעותי אשר עשוי למנוע מכותב להעביר את הבלוג שלו מפלטפורמה מסחרית אל שרת עצמאי משלו (וגנר, 2006). אם כן, זמינותה של הטכנולוגיה, כמו גם הידע וההבנה כיצד להשתמש בה (Churchill & Bly, 2000) משמשים גורם משמעותי אשר משפיע על הבחירה בכלי הטכנולוגי.

מלבד הצורך בידע טכני לשם תחזוקה וניהול של הבלוג, קושי משמעותי נוסף בכתיבת בלוג עצמאי נובע מכך שבבחירה להפעיל בלוג עצמאי, מוותר הכותב על התכונות הנלוות לשימוש בפלטפורמה הקהילתית אשר צוינו בפרק הקודם. ההיבט החברתי, והיעדרו עשויים להיות משמעותיים במיוחד כאשר מדובר בבעל בלוג אשר שוקל להעביר את הבלוג שלו מפלטפורמה קהילתית בה הוא מוכר וכבר יצר קשרים חברתיים עם כותבים אחרים, וחושש מפני אובדן קוראים.

עם זאת, דווקא מתוך אותו מחסור בתכונות קהילתיות מוסדרות, קמו ברשת מגוון רחב של אתרים המופעלים על-ידי בעלי בלוגים עצמאיים ופעילי רשת אחרים, אשר עונים לצרכים אלה בדיוק, על מנת להעניק למשתמשים עזרה טכנית בתפעול הבלוג, לסייע בקידום של בלוגים ולקשר בין בלוגים.



## מקומות מפגש קהילתיים

במחקרן של Efimova & Hendrick אשר תואר לעיל, הן מתייחסות, כאמור, אל אותם מבנים קהילתיים אשר מקשרים "בין הבניינים", ומשמשים כמרחב הציבורי שבו מתכנסת הקהילה. לרוב, קיימים אותם מבנים כחלק מן הפלטפורמה הקהילתית.

מצד אחד, ניתן להתייחס אל אותו "מרווח בין הבניינים" אשר מתקיים בקשר בין הבלוגרים עצמם – מבחינת שליחת תגובות זה בבלוגו של זה, או כתיבת פוסטים אשר מתייחסים אל פוסטים של כותבים אחרים. אולם מצד שני, ראוי להתייחס באופן דומה גם אל התשתית הקהילתית עצמה, אשר נגזרת מן הפלטפורמה הנבחרת לכתיבת הבלוג, אשר קובעת במידה רבה את טיבה של התקשורת, ומשמשת כ"מקומות מפגש" של חברי הקהילה, אשר מצויים מסביב לבלוגים האישיים של הכותבים. רעיון זה של "מקומות מפגש קהילתיים" עולה גם במחקרן של Churchill & Bly (2000), אשר מגדירות את חשיבותם של מקומות מפגש וירטואליים אשר הקהילה יכולה להתכנס סביבם ולהתגבש באמצעותם.

הקושי העיקרי הנובע מן הכתיבה בבלוג עצמאי, אשר אינו נשען על פלטפורמה קהילתית, הינו בהיעדרם של אותם מקומות מפגש וירטואליים, אשר מאפשרים לכותב להגיע בקלות אל כותבים אחרים, וכך ליצור קשרים עם בלוגרים כמותו, ולקדם את הבלוג שלו ותכניו.

אמנם, מצד אחד, אנו יכולים להבחין באותה תשתית קהילתית בסיסית, אשר משמשת כיסוד לקיומה של קהילה בין אותם בלוגים עצמאיים. תשתית זו כוללת את אבני הבניין המרכיבות כל בלוג – היכולת להגיב בבלוגים, ולקשר ביניהם – בין אם בתוך פוסטים ובין אם מתוך בלוגרולים, תוך מתן חיווי בבלוג אחד אודות קישור בבלוג אחר.

מצד שני, בניגוד לבלוגים אשר מתבססים על פלטפורמות קהילתיות מוסדרות, הבחירה בכלי לכתיבת בלוג אשר חסרים בה אלמנטים קהילתיים נוספים, שוללת מן הכותב את האפשרות להישען על פלטפורמה אשר מספקת למשתמשים בה כלים נוספים לחיזוק הקשר בין הכותבים, ביסוס קהילה, וקידום הבלוג וכותבו.

דווקא מתוך חוסר זה במקומות מפגש קהילתיים "ממוסדים", אשר מספקים לרוב את אותם צרכים אשר ציינו Efimova & Hendrick, ניתן להבחין בהיווצרותם של שורה ארוכה של כלים המשמשים את אותם כותבים נטולי פלטפורמה קהילתית ממוסדת, ומשמשים כתחליף לאותם כלים אשר קיימים באתרי הבלוגים המסחריים. ברוב המקרים, כלים אלה הוקמו על-ידי המשתמשים, למען המשתמשים האחרים בקהילה ה"עצמאית". במקרים מסוימים, אותם כלים נוצרו על מנת לענות לצרכים טכניים משותפים, ובמקרים אחרים, כלים אלה משמשים לשם קישור בין כותבים וקידום של בלוגים והתכנים המופיעים בהם.

- **סיוע טכני** – רוב אתרי הבלוגים המסחריים מציעים אמצעי זה או אחר של תמיכה טכנית למשתמשים בהם – בין אם מדובר בקיומו של פורום משתמשים, ובין אם מדובר בשירות תמיכה מוסדר. הבעיה של קבלת סיוע טכני עבור תוכנה היא הבעיה העיקרית בה עשויים להתקל משתמשים חדשים וותיקים כאחד בעת השימוש בתוכנות הבלוגים החופשיות. לשם כך, הוקם

פורום משתמשים פתוח בשפה העברית<sup>31</sup>, בו חברים כ-350 משתמשים, מנוסים וחדשים כאחד, אשר מספקים למשתמשים אחרים ייעוץ ותמיכה טכנית. בנוסף, מציעים בלוגרים רבים בבלוגים שלהם עצות טכניות לשימוש במערכת WordPress – החל מטיפים להקמת בלוג, וכלה בעצות למשתמשים "מתקדמים" יותר, אשר מעוניינים לנצל בצורה מיטבית את יכולות המערכת<sup>32</sup>.

- **תמיכה בשפה העברית** – מערכת הבלוגים WordPress, וכמוה כלים רבים להרחבת תכונותיה, וערכות עיצוב שונות, תורגמו והותאמו לשפה העברית באופן התנדבותי על-ידי משתמשים אחרים, אשר מציעים אותם להורדה חינם אין-כסף באתריהם. הבעיות הייחודיות לכותבים בעברית מהוות במידה רבה אמצעי "מגבש" משותף מבחינה חברתית. אחת היוזמות הראשונות אשר שימשו מצד אחד להרחבת מעגל המשתמשים במערכת הבלוגים, ומצד שני לחיזוק הקהילה, הייתה יוזמה של אחת המשתמשות שקראה לקיום "מרתון תרגום תבניות", אליה התגייסו משתמשים רבים (עמר, 2006). פעילות זו דרבנה למעשה משתמשים רבים, אשר היו פאסיביים יחסית בקהילה עד לאותו שלב להיות מעורבים יותר, ואף סייעה לחיזוק הקשרים בין משתמשים.
- **קידום תכנים מתוך בלוגים** – כמענה לקושי בחשיפה לבלוגים חדשים והתעדכנות אודות תכנים חדשים מתוך בלוגים, קמו מספר אתרי אינטרנט ייעודיים, המכונים "אגרגטורים", אשר משמשים מצד אחד כאינדקסים לבלוגים, ומצד שני מפרסמים באופן אוטומטי את הפוסטים העדכניים מתוך כל הבלוגים אשר רשומים באתר<sup>33</sup>. אגרגטורים אלה של בלוגים משמשים למעשה מיני-פורטלים קהילתיים, מתוכם ניתן להתעדכן במידע אודות הפוסטים האחרונים במאות בלוגים, ולראות מהם התכנים הנצפים ביותר מבין אותם פוסטים באותו יום. אתרים אלה לרוב כוללים בלוגים לפי טעמים האישי של מפעיליהם, או מאפשרים לבלוגרים להוסיף את עצמם לרשימת הבלוגים המאונדקסים באתר. כלילתו או הסרתו<sup>34</sup> (קדרון, a2007) של בלוג מתוך אגרגטור שכזה עשויה להשפיע באופן משמעותי על מידת החשיפה לה תזכה כתיבתו (קדרון, b2007). בעוד רוב אגרגטורי הבלוגים מציגים תכנים של בלוגים הפועלים בכל הפלטפורמות, הרי שאחד מאתרים אלה ("בלוגרים.נט") שם לו למטרה לקדם תכנים מתוך בלוגים עצמאיים בלבד (פלדמן, a2007), ואף קיים תחרות בין הבלוגים המופיעים באתר, במסגרתה בחרו הקוראים בבלוגים המועדפים עליהם בקטגוריות השונות, אירוע אשר סייע לכותבים לקדם את הבלוגים שלהם (פלדמן, b2007).
- **מעקב אחר דיונים ברחבי הבלוגוספירה** – אחת מתכונותיו של הבלוג כמדיום היא האפשרות להתייחס לתכנים אשר נכתבו בבלוגים אחרים, ולקשר אליהם (בין אם במישרין, ובין אם על-ידי שליחת "טראקבק" אל הפוסט המקורי בבלוג). אותו שימוש ב"ממים" (memes) – רעיונות,

<sup>31</sup> פורום התמיכה בעברית של WordPress זמין בכתובת: <http://groups.google.com/group/wpheb>  
<sup>32</sup> כך למשל, פרסמה אחת הבלוגריות המנוסות והמוכרות ביותר בקהילה סדרה מפורטת של מדריכים בתחומים שונים הקשורים לניהול, התקנה, ואופטימיזציה של בלוגים למנועי חיפוש. <http://www.dakars.info/category/tutorials>  
<sup>33</sup> קיימים מספר אגרגטורי בלוגים ברשת הישראלית, בין הכוללים בהם ניתן למנות את האתרים הבאים:

- גרייפס <http://www.grapes.co.il>
- בלוגרים.נט <http://www.bloggerim.net>
- Ozrox <http://www.ozrox.com>
- בלוגיש <http://www.blogish.co.il>

<sup>34</sup> אחד המקרים המפורסמים ביותר בהקשר זה היה כאשר אחד "גרייפס" אגרגטור בלוגים פופולרי הסיר בלוגרית אשר התבטאה באופן גזעני בבלוגה, בטענה כי אינו מעוניין לתת במה לעמדותיה הגזעניות. במקביל לדין שהתעורר בקהילה בנושא זה, הלכו בעקבותיו של מנהל האתר גם מפעילי אגרגטורים נוספים של בלוגים. (קדרון, a2007)

קישורים ודיונים אשר מתפרשים על פני מספר רחב של בלוגים (בין אם בפוסטים ובין אם בתגובות) הינו סממן נפוץ של הכתיבה בבלוגים. אתר ישראלי בשם "BlogDebate"<sup>35</sup> הוקם על ידי אחד מחברי הקהילה מתוך כוונה לנסות ולעקוב השתלשלותם של דיונים פופולאריים על פני בלוגים רבים, ועל מנת להציג את הדיאלוג המתמשך בין כותבים (פרץ, 2006; "מקס הזועם", 2006).

- **פעילויות נוספות ברשת ומחוצה לה** – בנוסף לפעילות מקוונת סביב הבלוג עצמו, כותבים רבים אשר נפגשו הודות לבלוגים שלהם, ממנפים את הקשרים אשר נוצרו בבלוגוספירה לשם פעילות נוספת. כך ניתן לציין את קיומם של מפגשי בלוגרים תקופתיים על בסיס חברתי (שני ושלו, 2007), ואף כנסים מקצועיים שמארגנים בלוגרים עבור הקהילה.<sup>36</sup>

- **אקטיביזם** – בנוסף, ראוי לציין פעילות ענפה שמקורה בשיתוף פעולה בין בלוגרים בתחום הפוליטי. למשל – המאבק בהצעת החוק לסינון תכנים באינטרנט – מאחר שהצעת חוק שכזו צפויה לפגוע בחופש הביטוי של כותבי בלוגים, פעלו כותבים רבים בניסיון להיאבק בהצעת החוק. פעילות זו התרחשה הן בזירה המקוונת (הקמת אתרי אינטרנט ייעודיים<sup>37</sup>, הגדלת המודעות לנושא באמצעות באנרים שפורסמו באתרים ובלוגים שונים), והן פעילות בשטח – כולל ראיונות בתקשורת (קלינגר, 2007; שמשון, 2007), והשתתפות בישיבות ועדת הכנסת שדנו בהצעת החוק (דרור, 2007; מור, 2007; קלינגר, 2007).

דוגמה נוספת לאקטיביזם ברשת שמקורו בקהילת הבלוגים הינה יוזמת "עבודה שחורה", במסגרתה מפרסמים בלוגרים מכתבים אשר הם שולחים אל חברי כנסת ושרים ממפלגת העבודה<sup>38</sup>.

- **פרויקטים קהילתיים** – בנוסף, ראוי לציין מגוון מיזמים קהילתיים הפועלים לגיבוש הקהילה, מעמיקים את ההיכרות בין בלוגרים, ומעלים למודעות בלוגים פחות פופולאריים. למשל: פרויקטים של כתיבה קבוצתית, במסגרתם כותבים רבים כותבים בבלוגיהם אודות נושא משותף שנבחר מראש<sup>39</sup>; מיזם קהילתי מעניין אחר הוא פרויקט "יום הולדת"<sup>40</sup>, במסגרתו נעשה ניסיון לאסוף את כל ימי ההולדת של הבלוגוספירה.

ניתן אם כן, לראות כי אמנם לא קיימים של מקומות מפגש קהילתיים פורמאליים, אשר סביבם מתרכזת הקהילה, כפי שמקובל לרוב בקרב חברי קהילות הבלוגים אשר מתקיימות סביב פלטפורמות בלוגים קהילתיות, אולם דווקא מתוך אותו כורח הנובע מחוסר – צמח עושר של פעילויות ואתרי

<sup>35</sup> האתר BlogDebate זמין בכתובת: <http://www.blogdebate.org>

<sup>36</sup> כך לדוגמה, מתהווה בימים אלה ממש כנס טכני-מקצועי המאורגן בידי קהילת הבלוגרים משתמי WordPress, למען חברי

הקהילה: <http://wordcamp-israel.info>

<sup>37</sup> האתר "תולדות המאבק בחוק הצנזורה באינטרנט" מרכז בתוכו קישורים לפוסטים בבלוגים רבים, ואל כתבות שונות במדיה

המקוונת. האתר זמין בכתובת: <http://info.org.il/892>

אתר נוסף, "אתר זה חסום לגלישה: למען עתיד ילדינו" מרכז קישורים אל ניירות עמדה שנכתבו על-ידי גופים שונים, ומשאבים שונים

לשימושם של בלוגרים המעוניינים לקדם את הנושא אצלם בבלוג. האתר זמין בכתובת: <http://nocensor.info>

<sup>38</sup> אתר "עבודה שחורה" זמין בכתובת: <http://www.blacklabor.org>

<sup>39</sup> למשל – פרויקט הכתיבה הקבוצתית "עשרה", אשר ארגנה הבלוגרית "אח"י דקר", לרגל יום ההולדת של הבלוג שלה, במסגרתו כתבו המשתתפים על "עשרה דברים ש...". הפוסטים שהשתתפו בפרויקט עסקו בנושאים שונים ומגוונים – החל מאסטרטגיות לקידום הבלוג,

שירים אהובים, וכלה בטיפים בתחום הסקס: <http://www.dakars.info/?p=635>

<sup>40</sup> יוזמתו של הבלוגר אורי קציר - לוח ימי ההולדת של הבלוגוספירה, זמינה בכתובת: [http://www.aplaton.co.il/story\\_347](http://www.aplaton.co.il/story_347)

אינטרנט אשר מעניקים לכותבים בבלוגים "עצמאיים" את אותם מקומות מפגש קהילתיים. יתרה מזאת – מאחר שלרוב, בלוגרים אלה הינם במקרים רבים בעלי יכולות טכניות מתקדמות יחסית, הרי שקל להם לפתח פתרונות רבים ויצירתיים העונים לצרכים אלה של הקהילה, אשר לרוב אף מציעים אפשרויות מתקדמות הרבה מעבר לאלו הזמינות עבור משתמשים בפלטפורמות בלוגים מסחריות.

למעשה, מתוך היעדרה של קהילה פורמאלית מוסדרת, צומחת קהילה המטפחת ומפתחת את עצמה, ואשר חבריה הם אלה אשר מניעים, מחד – את צמיחתה החברתית, ואת הפעילות המתקיימת בה, ומאידך – נרתמים מבחינה טכנולוגית לשם יצירת אותו "מרחב בין בניינים", אחריו חיפשו במחקרן Efimova & Hendrick לשם קידום ותמיכה בחברי הקהילה והמטרות המשותפות הרלוונטיות לכולם.



## מקרה מבחן: קהילת הבלוגים העצמאיים בישראל כרשת חברתית

כפי שהצגתי בפרק הקודם, אכן, ניתן להבחין באלמנטים משמעותיים של קהילה בקרב אותם בלוגרים "עצמאיים", אשר רותמים, ברוח הקוד הפתוח והשיתופיות, את הטכנולוגיה ליצירתה של קהילה, אשר אינה נשענת על תשתית קהילתית מרכזית או פורמאלית.

מעניין, אם כן, לבחון האופן בו בנויה קהילה זו, כרשת חברתית מקוונת – הן מבחינת המאפיינים החברתיים והגורמים המשפיעים עליה כרשת, והן מבחינה "פיזית" – כיצד בנויה למעשה הקישוריות בין אותם בלוגים ובלוגרים אשר מרכיבים את הקהילה.

## קהילות מקוונות כרשתות חברתיות

Golbeck (2005) מציעה מודל להגדרת קהילה מקוונת כרשת חברתית מבוססת-אינטרנט ( Web WBSN - Based Social Network), ומגדירה לשם כך את ארבעת הקריטריונים הבאים:

1. היות הקהילה נגישה באמצעות דפדפן, ללא צורך בהורדת תוכנה נוספת להשתתפות בה
2. על המשתמשים להגדיר מפורשות את הקשרים ביניהם לבין משתמשים אחרים - קשרים אלה להיות ישירים, ולא נובעים מנסיבות משותפות.
3. על המערכת לתמוך באמצעות תשתית ייעודית ביצירת קישורים אלה בין המשתמשים ולמעקב אחריהם.
4. ניתן לצפות בקשרים בין המשתמשים באופן גלוי.

במידה מסויימת, קשה לבחון את קהילת הבלוגים העצמאיים הישראלית באופן מדויק לפי הקריטריונים אשר פורטו על-ידי Golbeck, מאחר שכאמור, בניגוד לקהילות הבלוגים המבוססות על פלטפורמה מסחרית, המעניקה חשיפה לתכנים של המשתמשים בה, ובתוך כך, גם מאפשרת במקרים רבים מעקב מוגדר אחר הקישורים בין המשתמשים במערכת, חסרים, באופן פורמאלי, אלמנטים רבים מעין אלה בקרב הבלוגים העצמאיים.

עם זאת, ניתן למצוא, הודות לשילוב בין הטכנולוגיות העומדות לרשותם של הבלוגרים העצמאיים, אשר פורטו לעיל, כי בלוגים אלה בהחלט עונים להגדרה של Golbeck לקהילה מקוונת:

1. בלוגים הינם בהגדרה - אתרי אינטרנט, הנגישים לכל באמצעות דפדפן. אין צורך בטכנולוגיה נוספת לעיון בבלוג, או בקישורים בין בלוגים.
2. אחוז ניכר מן הבלוגרים נוהגים להגדיר באופן מפורש את הקשרים ביניהם לבין בלוגרים אחרים באמצעות השימוש ב"בלוגרול". זאת בניגוד לקשרים העשויים להצטייר מתוך תגובות, או קישורים לפוסטים ספציפיים בבלוגים, אשר קשה, ללא מעקב לאורך זמן, להסיק לגביהם על קשרים בין בלוגרים, מאחר שאלה עשויים להיות מזדמנים בלבד ולפיכך חד-פעמיים (בניגוד,

כאמור, לקישור מתוך "בלוגרול", אשר מוצג באופן קבוע בבלוג). אמצעי אשר מאפשר הרחבה יחסית של המידע המתקבל מתוך הבלוגרול הינו תקן XFN (XML Friends Network), אשר מאפשר שימוש בקודים מוסכמים המשמשים לשם הגדרה ספציפית יותר של טיב היחסים של אותו בלוגר עם כותבי בלוגים אחרים, בהם ניתן לצפות באמצעות מנועי חיפוש ייעודיים וכלים שונים אשר מציגים וממפים את הקישורים בין אנשים ברשת .

3. מאחר שהבלוגים העצמאיים הינם נטולי פלטפורמה אחידה, לא קיימת תשתית המהווה חלק מן הפלטפורמה עצמה, אשר באמצעותה ניתן לצפות בקישורים הנכנסים לכל בלוג. עם זאת, המענה לבעייתיות זו מגיע הודות לשילוב בין פלטפורמת WordPress (שהינה הפלטפורמה הנפוצה ביותר לניהול בלוגים עצמאיים בעברית) לבין המידע המתקבל מתוך Technorati מאפשר צפייה בקישורים אלה – בין אם מתוך לוח הבקרה של הבלוג, ובין אם בגישה אל נתוני הבלוג באתר Technorati.

4. הן הקישור אל בלוג אחר באמצעות ה"בלוגרול", והן תצוגתם של הקישורים הנכנסים אל בלוג מתוך בלוגים אחרים מוצגים באופן פתוח וזמין לכל. אין צורך בהרשמה לאתר Technorati לשם סקירת הנתונים המוצגים בו אודות הקישורים הנכנסים או הדירוג של כל בלוג.

אם כן, למרות העובדה שבלוגים אלה אינם משתמשים בפלטפורמה אחידה אשר יוצרת ביניהם קישורים פורמאליים, עדיין – הודות לשילוב בין המוסכמויות החברתיות הנהוגות בבלוגוספירה (שימוש בבלוגרולים), לבין הכלים השונים הזמינים ברשת ועוקבים אחר הפעילות בבלוגוספירה (טראקבקים, Technorati, XFN), כמו גם כלים נוספים, אשר פותחו על-ידי חברי הקהילה עצמה, על מנת לענות לצרכים טכניים וחברתיים של חבריה, ניתן בהחלט להתייחס אל קהילת הבלוגים העצמאיים הישראלית כאל רשת חברתית לכל דבר לפי הקריטריונים שמעמידה Golbeck לשם הגדרה של רשת חברתית מבוססת-אינטרנט.



## מיפוי הרשת של הבלוגוספירה העצמאית הישראלית

מיפוי הבלוגוספירה העצמאית בוצע באופן דומה למתואר במאמרן של Efimova & Hendrick (2005), תוך התבססות על קישורים המופיעים ברשימות הבלוגרול הכלולות בבלוגים השונים אשר נבדקו לצורך מחקר זה, מתוך ההנחה כי הקישור במסגרת בלוגרול מעיד על תחושה של קשר בין כותב הבלוג לבין הבלוג שהוא מקשר אליו או כותבו.

### מתודולוגיה

לצורך המחקר, בלוג "עצמאי" הוגדר ככזה אשר אינו מאוחסן על גבי שרת קהילתי בעברית (כדוגמת ישראלבלוג, בלוגלי, תפוז-בלוגים או קפה דה-מארקר), אלא מאוחסן על גבי שרת אישי, בעל שם דומיין משלו, אשר נמצא בבעלות הכותב, שהוא בעל ואחריות מלאה לתחזוקה וניהול של הבלוג ולתכנים המתפרסמים בו. בנוסף, נכללו ברשימה זו בלוגים המאוחסנים באתרי הבלוגים Wordpress.com ו-Blogspot.com, מאחר ואלה אינם מציעים שירותים קהילתיים אופייניים, ומחייבים, כפי שצוין לעיל, את בעל הבלוג למידה רבה של קידום עצמי של הבלוג ותכניו בקהילת הכותבים הישראלית ואף מידה מסוימת של תחזוקה עצמאית הנגזרת מן הבחירה לשימוש באתרים אלה כבפלטפורמה לאחסון הבלוג שלהם.<sup>41</sup>

לצורך המחקר נאספה רשימה של בלוגים עצמאיים מתוך מספר אגרגטורים פופולריים של בלוגים ישראליים<sup>42</sup>:

- Grapes (<http://www.grapes.co.il>)
- Bloggerim.net (<http://www.bloggerim.net>)
- Ozrox (<http://www.ozrox.com>)
- Blogish (<http://www.blogish.co.il>)

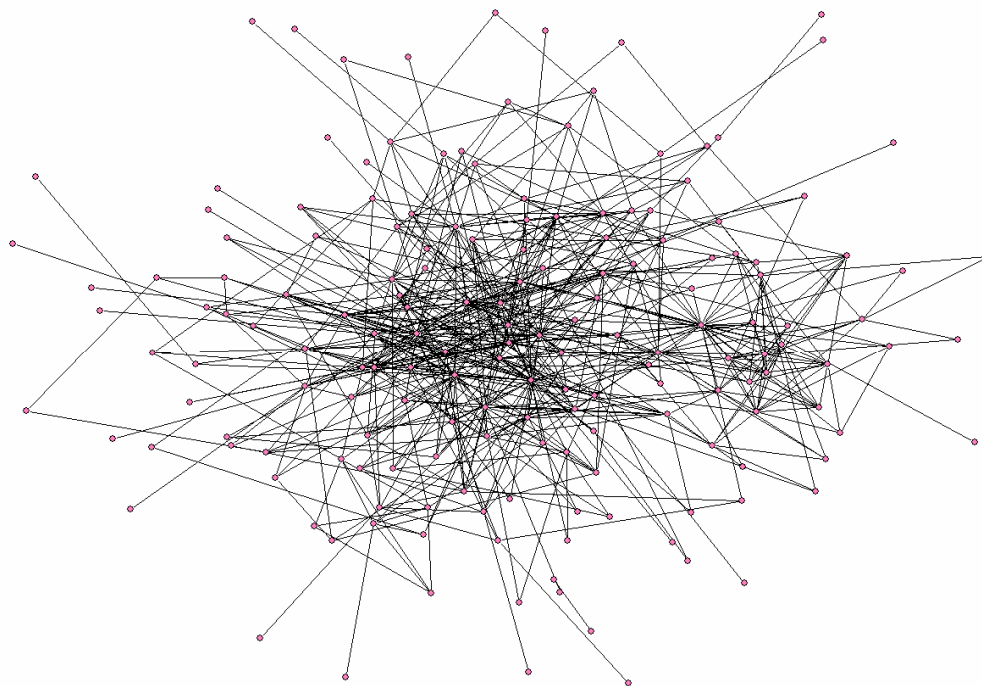
לאחר מכן, בוצע איסוף של הקישורים אל בלוגים עצמאיים אחרים המופיעים בבלוגרול המוצג בכל אחד מן הבלוגים שנאספו לצורך המדגם. במסגרת איסוף הנתונים עבור המדגם זה, לא נכללו קישורים אל בלוגים אשר אינם מוגדרים כ"עצמאיים" לפי ההגדרה אשר צוינה לעיל. כמו כן, נוספו אל הרשימה בלוגים "עצמאיים" נוספים אשר לא נכללו ברשימה המקורית אשר נאספו מתוך ארבעת האתרים אשר צוינו לעיל.

<sup>41</sup> לדוגמה: עיצוב הבלוג בעברית, התמודדות עם בעיות המתחייבות מן הכתיבה בעברית על גבי מערכות בלוגים שאינן מותאמות לכך, מחיקה של תגובות "זבל", ועוד.

<sup>42</sup> הנתונים נאספו לאורך שתי תקופות – מדגם מצומצם יחסית נאסף ב-30 במאי, 2007, ולאחר מכן נאספו נתונים עבור מדגם רחב יותר של בלוגים ב-18 באוגוסט, 2007.

סך הכל, נאספו כ- 237 בלוגים, ביניהם נמצאו כ- 815 קשרים אל בלוגים אחרים. מן הרשימה הושמטו כ- 86 בלוגים אשר לא כללו בדף הבית שלהם בלוגרול, ואשר בנוסף לכך, לא נמצאו קישורים כלשהם אליהם בבלוגרולים של בלוגים אחרים.<sup>43</sup>

לאחר איסוף הנתונים, בוצעה ויזואליזציה של הקישורים בין הבלוגים על-ידי מיפוי באמצעות Pajek.

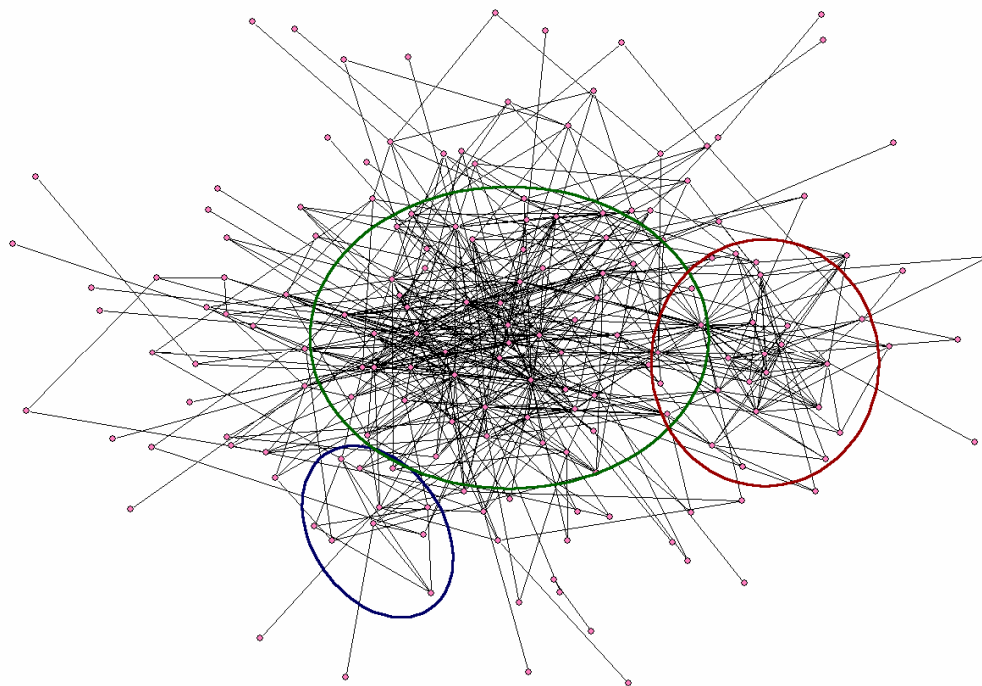


**איור 1:** ויזואליזציה של הבלוגוספירה העצמאית  
(ראה נספח ב' לתצוגה מורחבת של איור זה)

## תוצאות

מן העיון ברשת המתקבלת כתוצאה מן המיפוי באמצעות Pajek ניתן להבחין במספר היבטים מעניינים, המעידים על האופן בו מקושרים בינם לבין עצמם בלוגים בקהילת הבלוגים ה"עצמאיים". ממבט ראשוני על "מפת הבלוגים" ניתן להבחין ברשת מרכזית, בעלת קישורים צפופים בין הבלוגים, פריפריה רחבה – של בלוגים בעלי רמה נמוכה יותר של קישוריות, וקליקת-משנה צפופה יחסית, אשר יוצאת מתוך ליבת הרשת.

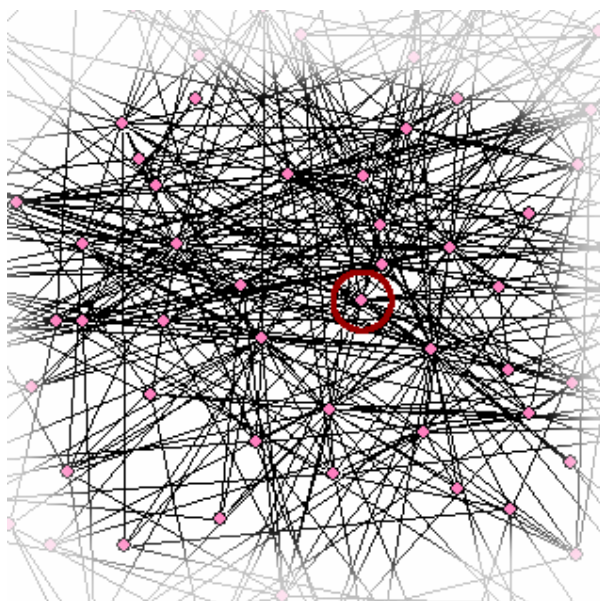
<sup>43</sup> ראה נספח א' לעיון ברשימת הבלוגים, לפי מספר קישורים נכנסים ויוצאים וחלוקה כללית לפי קטגוריות. ראה נספח ג' לצפייה במפה מוגדלת הכוללת את המזהים הייחודיים של הבלוגים השונים.



**איור 2:** איתור רשתות משנה  
(ראה נספח ד' לתצוגה מורחבת של איור זה)

כאמור, ניתן להבחין תחילה בקיומה של "ליבה מרכזית" של בלוגים (איור 2: מסומנת בירוק). בלוגים אלה מקבלים מספר רב של קישורים נכנסים מתוך בלוגים אחרים, ואף ניתן להבחין במידה גבוהה של קישוריות בין בלוגים אלה לבין עצמם (ראה איור 3).

בלוגי הליבה הינם לרוב בלוגים ותיקים יחסית, אשר רובם עוסקים בנושאי אקטואליה או טכנולוגיה. מספר לא מבוטל מן הכותבים בבלוגים הזוכים למספר רב של קישורים הינם דמויות מוכרות יחסית ברשת האינטרנט – בין אם בשל היותם "אושיות רשת" בפני עצמם בשל פעילותם האינטרנטית (הקודמת למעשה להיותם כותבי בלוגים), או בשל היותם עיתונאים (לרוב בתחום המחשבים). בנוסף ישנם לא מעט בלוגים פופולאריים מתחום הטכנולוגיה. בין הבלוגים הטכנולוגיים ניתן למנות מספר בלוגים העוסקים בפלטפורמת WordPress עליה מתבססים רבים מן הבלוגים בקהילה, אשר מציעים לקוראיהם מידע שימושי בנושא זה.



איור 3: ליבת הרשת

הבלוג הפופולארי ביותר בליבת הרשת הינו "הגלוב"<sup>44</sup> (איור 3: מסומן באדום). בלוג זה הינו בלוג קבוצתי בנושאי אקטואליה, טכנולוגיה וחברה, בו כותבים העיתונאי יובל דרור, ומספר כותבים נוספים. ייחודו של בלוג זה הינה בקיומה של קהילה משמעותית של עשרות מגיבים קבועים, כאשר במקרים רבים, כל פוסט זוכה לעשרות רבות של תגובות, והדיונים המתפתחים שם נוהגים לעתים לסטות לכיוונים שונים מאלה שעסק בהם הפוסט המקורי (הנר, 2007). בנוסף, קיימת סביב "הגלוב" תת-תרבות ענפה של מושגים ייחודיים הנהוגים בבלוג, בדיחות פרטיות, ודיונים אשר מתמשכים בתגובות לפוסטים שונים.

מחוץ לליבה המרכזית, ניתן להבחין במספר רב של בלוגים אשר להם מידה נמוכה יחסית של קישוריות, אשר מקושרים אף הם אל בלוגים שונים ברשת כולה. ראוי לציין כאן שבמקרים רבים – קישוריות נמוכה של בלוג ברשת הבלוגים העצמאיים אינו מעיד דווקא על היות הבלוג לא-פופולארי בבלוגוספירה העברית הרחבה יותר, וייתכן מאוד כי בלוג מסוים הוא בעל מידה גבוהה של קישוריות נכנסת מתוך בלוגים המבוססים על פלטפורמות קהילתיות.

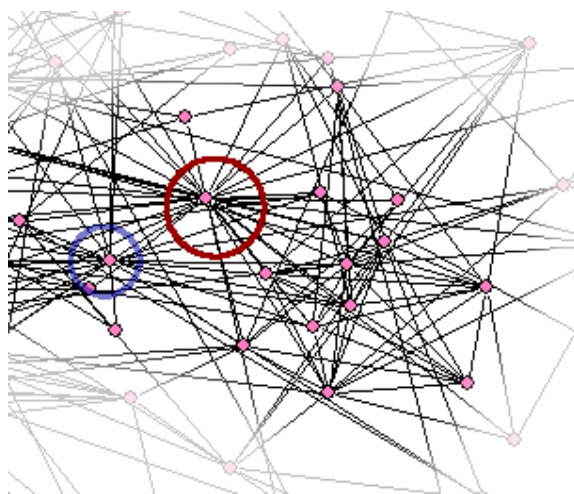
היבט מעניין נוסף בו ניתן להבחין מן ההתבוננות במפה זו, הוא דבר קיומן של קליקות נוספות אשר מתפצלות מן הליבה, אשר ניתן לראות ביניהן מידה גבוהה של קישוריות, לעתים אף במידה גבוהה בהרבה ביחס למידת הקישוריות של בלוגים אחרים אל בלוגים אלה.

הקליקה הבולטת ביותר (איור 2; מסומנת באדום) הינה רשת של בלוגים העוסקים בתחום המוסיקה, הקולנוע והתרבות. רשת זו כוללת כ-15 בלוגים והיא עומדת למעשה בפני עצמה, ומקושרת במידה רבה אל הרשת המרכזית באמצעות בלוג יחיד – "עונג שבת"<sup>45</sup> (מסומן באדום באיור 4), שהוא הבלוג הפופולארי ביותר מבין הבלוגים אשר נסקרו במסגרת מחקר זה. הבלוג "עונג שבת" הינו בלוג-מגזין בנושאי מוסיקה ותרבות, והינו אחד מאתרי האינטרנט הפופולאריים ביותר בישראל. בדומה ל"גלוב",

<sup>44</sup> "הגלוב" זמין בכתובת: <http://www.popup.co.il>

<sup>45</sup> הבלוג "עונג שבת" זמין בכתובת: <http://www.haoneg.com>

גם סביב הבלוג "עונג שבת" קיימת קהילה ענפה של קוראים ומגיבים פעילים, אשר תורמים לבלוג המלצות, קישורים ותכנים באופן שוטף.



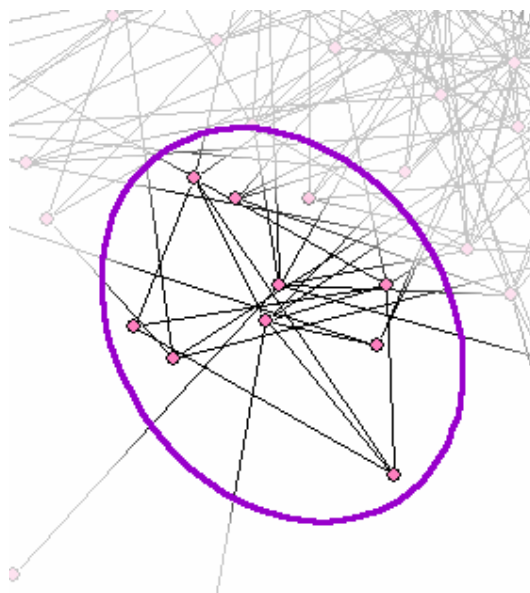
**איור 4:** קליקת המשנה של "עונג שבת"  
והבלוגים המקשרים בינה לבין הרשת ה"מרכזית"

בלוג נוסף המהווה "עוגן" (איור 4; מסומן בכחול) מקשר בין בלוגי הליבה לבין הקליקה של "עונג שבת", הינו הבלוג "ניימן 3.0"<sup>46</sup>, שאף הוא בלוג העוסק בנושאי מוסיקה ותרבות, וסוקר את "אירועי השבוע האמיתיים" בתחום התרבות בתל אביב, ואינו חבר הלכה-למעשה ברשת זו, אך הינו בעל רמה גבוהה של קישוריות אל בלוגים רבים מתוך הרשת המרכזית וברשת המשנה של "עונג שבת".

הבלוגים בקליקת "עונג שבת" הינם בעלי דרגה גבוהה ביותר של קישוריות הדדית בין הבלוגים השונים הכלולים ברשת זו, ודרגה נמוכה של קישוריות אל בלוגים ברשת המרכזית. יתרה מכך - במקרים מסוימים, בלוגים מרשת "עונג שבת" אינם מקושרים כלל אל בלוגים אחרים מן הרשת המורחבת, בעוד מספר רב של בלוגים מן הרשת המורחבת כוללים קישורים אל בלוגים אלה.

קליקה נוספת בה ניתן להבחין, אך במידה בולטת פחות, הינה רשת-משנה של בלוגים העוסקים בתחום האלכוהול (איור 2: מסומנת בכחול). רשת זו מצומצמת יותר מבחינת מספר הבלוגים המשתייכים אליה (כ-5 בלוגים), אך גם כאן קיימת מידה כמעט מוחלטת של קישוריות הדדית בין הבלוגים החברים בקליקה זו, אשר מקושרים, מלבד אל הבלוגים מן הרשת המורחבת, גם אל בלוגים נוספים בתחום הבישול והאוכל.

<sup>46</sup> הבלוג "ניימן 3.0" זמין בכתובת: <http://www.neiman.co.il>



איור 5: קליקת הבלוגים העוסקים בתחום האלכוהול

יחסית לקליקת "עונג שבת", הרי ש"קליקת האלכוהול" הינה קליקה "נישתית" יחסית, אשר עוסקת בנושא נפוץ פחות בהשוואה לתחום המוסיקה – מבחינת כמות הכותבים על הנושא, ומבחינת כמות הקוראים. ניתן להסביר כך הן את מיקומה הפריפריאלי-יחסית ברשת, והן את הקישוריות ההדדית המשמעותית בין הכותבים בבלוגים המשתייכים לקליקה זו.

### מיהם הבלוגרים המצויים ב"ליבה" של הרשת?

כפי שהצגתי לעיל, רשת זו כוללת בתוכה ליבה עיקרית, בה כלול מספר מצומצם יחסית של בלוגים, וסביבה פריפריה רחבה יחסית, של בלוגים המקשרים אל הבלוגים המצויים במרכזה של הרשת. בנוסף, מקושרות אל רשת זו שתי קליקות מצומצמות יחסית, העוסקים באופן בלעדי, בנושאים ספציפיים.

הבלוגים הממוקמים בליבת הרשת, אשר נהנים מרמה גבוהה של קישוריות בינם לבין עצמם, ומתוך בלוגים אחרים, מכונים לרוב על-ידי הבלוגרים האחרים "אלפא בלוגרים" או "בלוגי A-List" (Herring et al., 2005), בלוגים אלה מוכרים בדרך כלל לרוב הבלוגרים (ומוגדרים לעתים באופן הומוריסטי כ"קריאת חובה"), ואף נקראים על ידי רוב המשתתפים בקהילה, ואף על-ידי קוראים רבים נוספים שאינם מנהלים בלוגים משל עצמם. בלוגים אלה נהנים במקרים רבים ממאות, אם לא אלפי ביקורים ליום, בנוסף למאות קוראים באמצעות תוכנות לקריאת RSS<sup>47</sup> או עדכונים באמצעות הדואר האלקטרוני. בנוסף, ברוב המקרים, יש לבלוגים אלה דירוג גבוה יחסית באתר Technorati,

<sup>47</sup> ראוי לציין כי נתונים סטטיסטיים כגון מספר הכניסות לבלוג, או מספר הקוראים באמצעות RSS אינם זמינים לציבור אלא אם כן בחר בעל הבלוג לחשוף אותם בפני קוראיו. תוכנות מסוימות למעקב אחר נתונים סטטיסטיים של הכניסות לאתרי אינטרנט מאפשרות להציג נתונים אלה בזמן אמת בפני הקוראים. באופן דומה, גם מספר הקוראים באמצעות RSS אינו זמין אלא אם בעל הבלוג בחר לעשות זאת מיוזמתו.

הודות למספר רב של קישורים מתוך פוסטים בבלוגים אחרים אל תכנים אשר התפרסמו בבלוגים אלה, דבר המעיד על מידה גבוהה של השפעה של בלוגים אלה בבלוגוספירה כולה.

אולם מה הופך את בלוגי הליבה לבעלי מידה גבוהה של השפעה וקישוריות בתוך הקהילה? כאמור, רבים מן הכותבים הפופולאריים מוכרים מלכתחילה ברחבי רשת האינטרנט הישראלית. אחדים מכותבים אלה הינם עיתונאים הכותבים באמצעי תקשורת שונים<sup>48</sup>. בלוגרים פופולאריים אחרים זוכים להערכה בשל היותם מוכרים כ"גורו" בתחומי התרבות הדיגיטאלית<sup>49</sup>, או בתחום התרבות והמוסיקה<sup>50</sup>, בעוד בלוגרים אחרים מוכרים בשל היותם פעילים בתחומים שונים ברשת – בין אם בתחום הפעילות החברתית<sup>51</sup> או הפוליטית<sup>52</sup>. לבסוף, ראוי לציין את אותם בלוגרים אשר זוכים להערכתם של קוראים רבים בשל מומחיותם הטכנולוגית – חלקם פעילים בתחום הקוד הפתוח<sup>53</sup>, ואחרים מוגדרים כ"מומחים" בנושא הבלוגים, ותורמים רבות לפיתוח הבלוגוספירה העצמאית<sup>54</sup>.

אם כן, נראה כי בראש ובראשונה, אותם בלוגים והאנשים העומדים מאחוריהם, זוכים לפופולאריות בשל היותם מומחים בתחומים השונים אודותיהם הם כותבים. Gladwell (2000) מגדיר את תפקידם של דמויות אלה בקהילה כ- *Mavens* – ה"מבינים", אשר חולקים עם יתר חברי הקהילה את הידע והמומחיות שלהם בתחומים שונים, ושואפים להפיץ את הידע שלהם למען טובת הכלל. אמנם, כאשר מדובר בבלוגים, במקרים רבים, מדובר בהפצה של דעות אישיות או מאמרי ביקורת, ולא רק מידע אובייקטיבי, אולם גם כאן, קיים אותו צורך של הכותבים להפיץ מידע וידע, אשר מתקבל בברכה על-ידי חברי הקהילה. מגדיר זאת היטב אחד מכותבי בלוג הטכנולוגיה הפופולארי "אנקדוטות":

*"אני לא כותב בבלוג בשביל עצמי, אחרת לא הייתי מפרסם את הטקסט ושומר אותו במגירה. אני כותב כדי שיקראו ויקבלו מזה משהו..."* (הנר, 2007)

בנוסף, מונה Gladwell שני טיפוסים נוספים בעלי השפעה על הקהילה – אלו הם ה- *Connectors*, אותם אנשים המהווים "צמתים" מרכזיות בקהילה, אשר מכירים את "כולם", ובאופן דומה – מוכרים לאנשים רבים בקהילה, ו"אנשי המכירות", אותם "משכנעים" אשר מקדמים רעיונות ומשפיעים על אחרים. ייתכן כי במידה מסויימת, אותם "מבינים" הופכים בעל כורחם גם ל"צמתים", אף מבלי להתכוון לכך, מאחר שהבחירה לקרוא בלוג מסוים נובעת בעיקר מן האיכות ומידת העניין של התוכן המופיע באותו בלוג – מהיות הכותב "מבין". עם זאת, קשה להתעלם גם מן ההשפעה שיש

<sup>48</sup> ביניהם: יובל דרוור (<http://popup.co.il>) מ"ידיעות אחרונות", עידו קינן מ- NRG (<http://room404.net>),

וגל מור (<http://holesinthenet.co.il>), ואהוד קינן (<http://blog.ehudk.com>) מ- Ynet.

<sup>49</sup> למשל – העיתונאי גדי שמשון (<http://shimshon.net>), המוכר כאחד מ"אבות הרשת הישראלית"; אורי ברוכין

(<http://marketingbabylon.co.il>), המעורב במיזמים רבים בתחום התוכן (למשל: אתר "רשימות" שצוין לעיל, רשימת הדיוור "הקולקטיב", ועוד); או כותבי הבלוג "אנקדוטות" (<http://anecdote.net>), המספקים בבלוג מידע אודות הידושים האחרונים בתחום האינטרנט והתרבות הדיגיטאלית.

<sup>50</sup> למשל – גיא חגיג, אשר כותב את בלוג המוסיקה "עונג שבת" (<http://haoneg.com>), אשר נדון במחקר זה, אשר הפך בעקבות הבלוג גם לעיתונאי בתחום המוסיקה, ואף מעורב בחברת תקליטים עצמאית, או מבקר הקולנוע יאיר רוה מ"פנאי פלוס" (<http://cinemascope.co.il>).

<sup>51</sup> למשל – חן כהן (<http://webster.co.il>), אשר מלבד היותו פעיל חברתי, מנהל גם את אתר האינטרנט של עמותת שתי"ל, ואף מפעיל אתר אינטרנט פופולארי בשם "לא רלוונטי" (<http://info.org.il>).

<sup>52</sup> למשל – יהונתן קלינגר (<http://2jk.org>), משפטן המתמחה בתחום זכויות היוצרים ברשת וחופש הביטוי ברשת, ונמנה על מובילי המאבק בהצעת החוק לסינון תכנים באינטרנט שתואר בפרק הקודם.

<sup>53</sup> למשל – שוש פורבס (<http://xslf.com>), אחת הבלוגריות הוותיקות בישראל ופעילה בתחום הקוד הפתוח; או שחר שמשי (<http://blog.shemesh.biz>), מראשי עמותת "המקור" לקידום הקוד הפתוח.

<sup>54</sup> ביניהם: רן יניב הרטשטיין (<http://trans.co.il>), אשר אחראי להסבתה לעברית של מערכת WordPress; חנית כהן, ("אח"י דקרי") (<http://dakars.info>), אשר נמנית על מייסדי אתר "בלוגלי", וכן אחראית לפיתוח של מבחר תוספים עבור מערכת WordPress, ולתרגום של אינספור תבניות עיצוב לשפה העברית עבור מערכת זו, ואף כתבה מספר רב של מדריכים טכנולוגיים שימושיים עבור בלוגרים, שהתפרסמו גם בעיתונות; ושרית עמר (<http://my-paradox.net>), המוגדרת בקהילה כאחת המומחיות בתחום הבלוגים העסקיים, וקידום מכירות ושיווק באמצעות בלוגים.

לתגובות של בלוגרים אצל כותבים אחרים, ומן הערך של השתתפות פעילה גם בשיח המתרחש בבלוגים אחרים, אשר עשויה להביא בלוגר אחד להמליץ על אחר, ולהקפיץ בן-לילה את מידת הפופולאריות של אותו כותב, אשר היה קודם בפריפריה היחסית של הקהילה (לפי Efimova & Hendrick, המרחק בין הפריפריה ל"ליבה" נויל יחסית, ומושפע בקלות על-ידי התחזקות הקשר בין בלוגרים).

אולם, ייתכן כי ההשפעה המעניינת ביותר בקהילה היא זו של אותם "אנשי מכירות" בקרב בלוגי ה-A-List (שהיותם "מבינים" את התחום אודותיו הם כותבים אינה מוטלת בספק ברוב המקרים), אשר עשויים לקרוא לחברי הקהילה לכתוב על נושא מסוים או לאמץ נוהג או טכנולוגיה מסוימים, ובקשתם זו מתפשטת ברחבי הקהילה – תחילה בקרב בלוגי ה-A-List האחרים, ובהמשך הדרך גם בקרב הבלוגרים אשר מצויים יחסית ב"פריפריה", אשר מאמצים את הטרנד החדש. כדוגמה למקרה כזה, ניתן לראות כיצד בעקבות דיון בנושא פופולאריות ורייטינג של בלוגים, הכריז עידו קינן, אחד הבלוגרים הפופולאריים בקהילה כי יחשוף מעתה ואילך את הנתונים הסטטיסטיים אודות מספר המבקרים בבלוג שלו, וקרא לאחרים לנהוג כמותו (קינן, 2007). אכן, כתוצאה מקריאה זו לשקיפות מרבית בנוגע למידת הפופולאריות של בלוגים, בחר מספר לא מבוטל של בלוגרים להצטרף ליוזמה זו, ולהציג באופן גלוי בבלוגם נתונים מסוג זה. באופן דומה, ניתן לראות את היענותם של חברים רבים בקהילה לקריאה להשתתפות באותו "מרתון תבניות" שצוין לעיל (עמר, 2007), לשם הרחבת האפשרויות הזמינות עבור המשתמשים בתוכנת WordPress, דבר אשר תרם לחברי הקהילה כולה.

אם כן, אותה "ליבה" קהילתית הינה מצד אחד בעל כוח משיכה משמעותי עבור כלל חברי הקהילה, מאחר שאותם כותבים מוכרים כ"מביני עניין", ומוערכים בתחום אודותיו הם כותבים, ובאופן דומה, הם מסוגלים לנצל את השפעתם זו על מנת להניע אחרים לפעולה בקרב הקהילה או מחוצה לה. לפי Shirky (2003), עלייתם של "כוכבים" שכאלה בבלוגוספירה הינה בלתי נמנעת, כתוצאה מחופש הבחירה של הקוראים, הנחשפים לעושר רב של תכנים בבלוגים ובאתרי אינטרנט שונים, ומאחר שהקוראים משפיעים זה על זה מבחינת הבלוגים אותם הם בוחרים לקרוא. הפופולאריות של בלוגים נבנית במידה רבה, הודות להעברה "מפה לאוזן", כאשר בחירתו של בלוגר אחד לקרוא בלוג מסוים, עשויה להשפיע גם על חבריו לקהילה, החולקים תחומי עניין דומים לשלו. בין אם הודות לאיכות הכתיבה בבלוג, מידת העניין שהוא מעורר, או התועלת שאותו בלוג מספק לקוראיו.



## סיכום

עבודה זו הציגה מספר היבטים של קהילה בבלוג – תחילה, נבחנו המניעים העומדים מאחורי בחירתו של היחיד לכתוב בלוג, תוך התבוננות באופן שבו משמש מדיום זה כאמצעי ליצירת קשרים בין בלוגים ובלוגרים באמצעות מימדים שונים של קישוריות בין כותבים ותכנים, אשר מרכיבים את אותו מרחב וירטואלי של כותבים המכונה "הבלוגוספירה".

מתוך אותם קשרים חברתיים בין בלוגים, נבחנו היבטים שונים של יצירת רשת חברתית מקוונת, תוך אפיון אותן תכונות אשר מגדירות קהילה במרחב הווירטואלי – קישוריות, "מקומות מפגש" משותפים, נורמות חברתיות, השפעה והיזון הדדי, ופעילות משותפת.

אמנם נראה כי ישנה השפעה לסוג הפלטפורמה הטכנולוגית המשמשת לכתובת הבלוג – מבחינת הקלות הנגזרת מן השימוש בפלטפורמות בלוגים בעלי אלמנט קהילתי מובנה, אשר מקלות על יצירת קשר עם משתמשים אחרים, וקידום עצמי של הכותב והתכנים בבלוג, תוך בחינת גורמים אשר עשויים להשפיע על הבחירה שלא להישען על אותם אלמנטים קהילתיים מובנים אשר נלווים לפלטפורמות בלוגים מעין אלה. למרות קיומם של חסמים מסוימים – בין אם חברתיים, או טכנולוגיים, נראה כי חסמים אלה, כמו גם היעדרה לכאורה של תשתית חברתית המובנית אל תוך הפלטפורמה עליה מתבסס הבלוג, אינה מונעת את יצירתה של קהילה מקוונת אשר נשענת על אלמנטים קהילתיים דומים לאלה אשר מאפיינים קהילות אשר נעזרות בכלים אלה לשם ביסוס הקשרים הבין-אישיים בין החברים בהן.

במבט ראשון על אותה קהילה של בלוגים "עצמאיים", נראה כי מאחר ואלה בחרו לנתק עצמם מתוך קהילה "מוסדרת", בעקבות ויתורים על שימוש במערכות לכתובת בלוגים שקיימת בהם תשתית קהילתית – הרי שיתקיים ביניהם קשר קהילתי חלש יחסית, הנשען במקרה הטוב על העובדה שכל חברי הקהילה משתמשים בטכנולוגיה דומה לפרסום הבלוג שלהם.

אולם, מבט נוסף על אותה קהילה מראה שאין זה כך – דווקא מתוך אותו מכנה משותף טכנולוגי בסיסי – מערכת פשוטה יחסית לניהול תכנים בבלוגים, אשר אמורה לשמש כתשתית טכנולוגית בלבד, צומחת כתוצאה מכורח טכנולוגי ואינטרס משותף, מערכת ענפה של קשרים חברתיים המתקיימים בין הבלוגים וכותביהם – בין אם במרחב האישי של כל בלוג ובלוג, ובין אם באמצעות אותם מקומות מפגש וירטואליים אשר סביבם מתרכזים חברי הקהילה.

השילוב בין טכנולוגיה, שהיא מוגבלת יחסית מחד, אך בה בעת ניתנת להרחבה, לבין רצון לשיתוף פעולה לשם קידום מטרות משותפות – בין אם מדובר בתכנים מתוך בלוגים, ובין אם מדובר ביעדים "אמיתיים" המתקיימים מחוץ לבלוגוספירה, תורם ליצירתה של קהילה מגובשת ועשירה. קהילה זו נבנית במידה רבה על העובדה שהדמויות המשפיעות בקהילה זו מגיעות מתחומים מקצועיים ואישיים שונים לחלוטין, אך בה בעת, פועלות יחד לקידום מטרות משותפות.

מיפוי של הקהילה כרשת חברתית "פיזית", ובחינת טיב הקישוריות המתקיימת בתוכה מעלה כי למרות קיומם של הבדלים יחסיים בין המשתתפים בקהילה זו, אשר מגיעים מ"עולמות" שונים, וכותבים בלוגים העוסקים בנושאים שונים בתכלית זה מזה, הרי שקיימת בקהילה זו "ליבה" משפיעה של בלוגרים המגיעים מתחומים שונים. למרות הטרוגניות-יחסית זו, אותם משתמשי

"ליבה", משפיעים – כל אחד בתחום הייחודי בו עוסקים הכותב והבלוג שלו, על כותבים אחרים כיחידים, ועל הקהילה כולה והאופן בו היא מתפקדת.

נראה אם כן, כי למרות שניתן היה לחשוב כי קהילה מקוונת אשר החברים בה שמים דגש ראשוני על אינדיבידואליות ועצמאות, ומוכנים לכאורה לשלם על כך מחיר חברתי משמעותי – הרי שהשערה מעין זו תהיה מוטעית. ייתכן אפילו כי דווקא בשל העובדה שקהילה זו מבוססת על מבנים חברתיים ו"מקומות מפגש" וירטואליים, אשר נוצרו בידי חבריה למען טובת הקהילה כולה, הרי שהקשרים בין חברי קהילה זו הינם דווקא חזקים יותר בהשוואה לקהילות מקוונות אחרות אשר מתבססות על תשתית קהילתית מוכנה מראש, אשר אין למשתמשים בה אינטרס להרחבתה, למען פיתוח וגיבוש הקהילה.

עם זאת, ראוי להזכיר שוב כי הקהילה שנבדקה כאן, אותה "בלוגוספירה עצמאית", הינה חלק מצומצם ביותר מתוך הקהילה הרחבה יותר – הבלוגוספירה הישראלית כולה, אשר כוללת כיום עשרות (אם לא מאות) אלפי כותבים, אשר משתמשים במגוון פלטפורמות בלוגים, ויהיה זה מעניין להמשיך ולחקור היבטים רחבים יותר של המבנה הקהילתי על האופן בו הטכנולוגיה משמשת לפיתוחם והנעתם של אותם קשרים חברתיים בקהילה, ועשויה להשפיע עליה.



## **ביבליוגרפיה**

הביבליוגרפיה המלאה ששימשה לצורך כתיבת עבודה זו הוסרה מן הגרסה המקוונת.

עמכם הסליחה.

במידת הצורך, ניתן לקבל עותק של העבודה המלאה על-ידי פנייה אליי בדוא"ל:

[Gefen.Sharon@gmail.com](mailto:Gefen.Sharon@gmail.com)

שרון גפן

נספחים

## נספח א': הבלוגים אשר נכללו במדגם

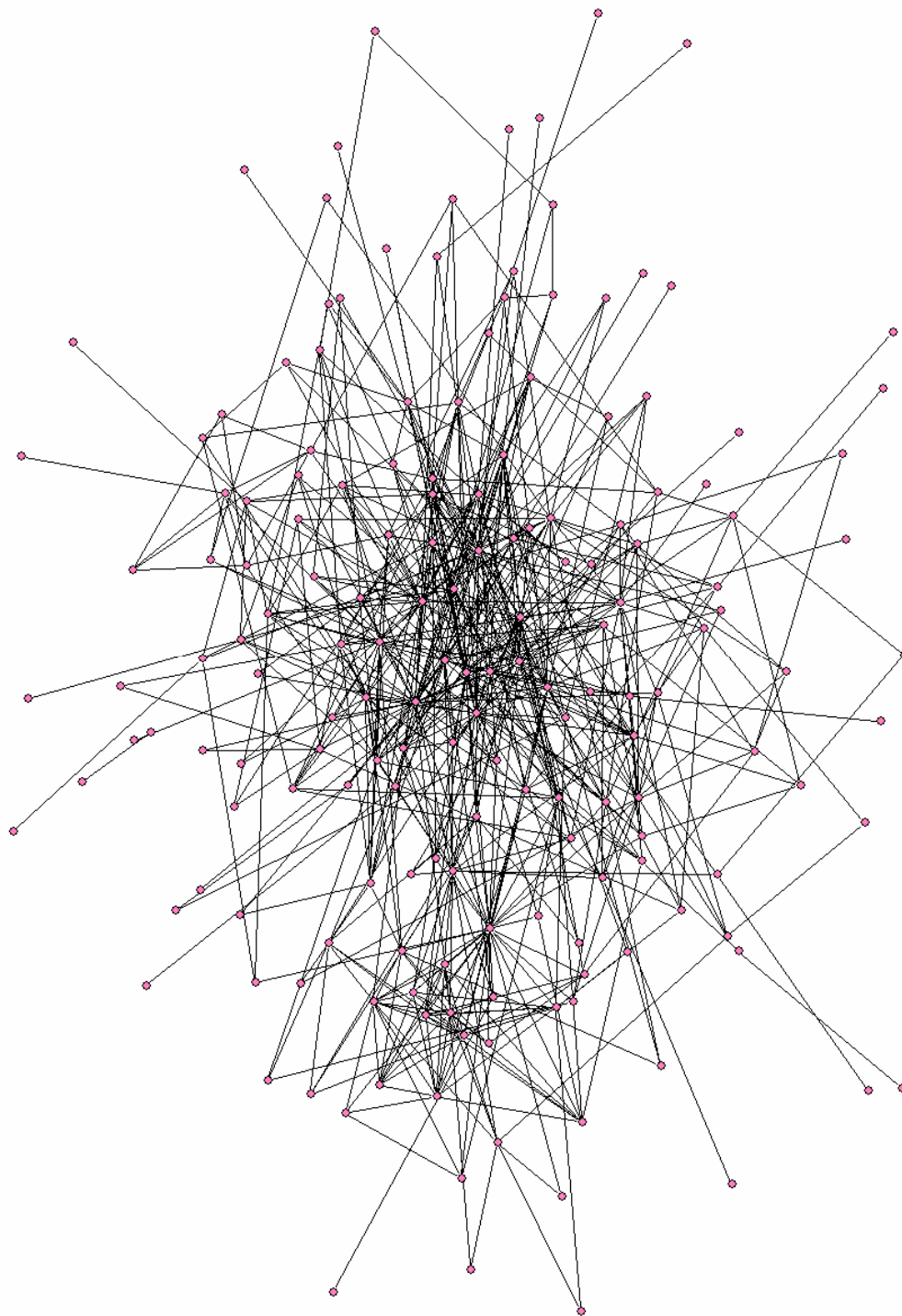
URL	NAME	CODE	OUT	IN	CATEGORY
http://2seo.net/	בלוג קידום אתרים	2SEO	0	0	קידום אתרים
http://abutbul.com/	אבוטבולוג	ABUT	0	8	אישי
http://2agorot.com/	שתי האגורות שלי	AGOR	0	0	צרכנות
http://alex.uhm.nu/blog	al-x.net	ALEX	6	10	אישי
http://amirdotan.com/blog/	עיצוב שמיש	AMIR	2	5	טכנולוגיה
http://anecdote.net/	אנקדוטות	ANEC	0	9	טכנולוגיה
http://aplato.co.il/	אפלטון	APLA	7	5	ביקורת
http://advancedqtp.co.il/	למתקדמים QTP	AQTP	0	0	טכנולוגיה
http://playmind.org/archena/	שדות הציד	ARCH	2	1	יצירתי
http://akizel.blogspot.com/	אריה קיזל	ARIE	1	0	ביקורת
http://arikfr.com/wpheb/	אריק מתבטא	ARIK	3	2	טכנולוגיה
http://aci.selfip.org/blogs/ronen	מרק אספרגוס ללא מתכון	ASPE	1	0	אישי
http://barbur.biz/	ברבור - בלוג צילום	BARB	0	0	יצירתי
http://batatot.com	בטטות	BATA	0	2	טלוויזיה
http://bathlizard.com/	לטאת האמבט	BATH	9	6	אישי
http://bazekalim.com/	בצק אלים	BAZE	2	6	בישול ואוכל
http://bekarov.blogspot.com/	בקרובר גם לי	BEKA	0	0	אישי
http://ben-ari.name/	מחפש את גוגל	BENA	0	1	טכנולוגיה
http://benklinger.com/blog/	בנקלינגר קום	BENK	0	4	אישי
http://biostatistics.co.il/	המדריך לטרמפיסט בסטטיסטיקה	BIOS	1	1	מדע
http://blog.pokarov.com	Bitterness Inc.	BITT	2	1	אישי
http://blacklabor.org	עבודה שחורה	BLAK	5	6	פוליטיקה
http://blender-blog.com/	בלנדר קומיקס	BLEN	0	3	תרבות
http://boazrimmer.com	בלוג של בועז רימר	BOAZ	3	4	טכנולוגיה
http://boojum.eu/blog/	Charlie's Erotica	BOOJ	0	0	יצירתי
http://bshahar.com/	ספארילוג	BSHA	0	0	אישי
http://btikshoret.com/	ביט תקשורת	BTIK	1	1	יחסי ציבור
http://morningcandy.blogspot.com/	My morning Candy	CAND	7	6	תרבות
http://cansucansu.co.il/	כנסו כנסו	CANS	0	0	קישורים
http://capina.blogspot.com/	כפינה	CAPI	2	1	יצירתי
http://chalal.net	חלל	CHAL	0	0	ביקורת
http://chefilan.com/blog/	ארץ עיר: אוכל עולמי	CHEF	0	4	בישול ואוכל
http://chopchop.co.il/	צ'ופצ'ופ	CHOP	2	1	בישול ואוכל
http://cinemascope.co.il/	סינמסקופ	CINE	5	8	קולנוע
http://citymule.haoneg.com	CityMule	CITY	10	15	מוסיקה
http://thecoils.com/	The COILS	COIL	0	3	טכנולוגיה
http://zilzul.com/coldfusion	היתוך קר למפגרים	COLD	11	7	הומור
http://infectzia.net/frank/	הקונציה	CONC	13	9	מוסיקה
http://contentman.wordpress.com	תוכן העניינים	CONT	0	0	קידום אתרים
http://copy.kotvim.co.il/	כתיבה חמה	COPY	1	2	תקשורת
http://dakars.info	הבלוג של אח"י דקר	DAKA	3	19	טכנולוגיה
http://damtiela.net/wp/	Damtiela Net	DAMT	2	1	אישי
http://danmarom.com/	הטור של דן מרום	DANM	2	0	טכנולוגיה
http://ddware.com/	דעות ישראליות	DDWA	0	0	ביקורת

URL	NAME	CODE	OUT	IN	CATEGORY
http://tntforthebrain.com/	דיסוננס קוגניטיבי	DISS	2	6	פסיכולוגיה
http://doctalk.co.il/	DocTalk	DOCT	2	1	קולנוע
http://domino.blogdns.com/blog/hebrew/	בלוג על סנדלים	DOMI	4	1	אישי
http://dontsmile.info	:: מיומניו של לקוח ::	DONT	5	6	טכנולוגיה
http://ironendorf.com/	תופעת דורפן (2)	DORF	0	1	ספורט
http://dornet.co.il/	יזמות ושיווק באינטרנט	DORN	0	0	קידום אתרים
http://dovblog.org/blog/	בלוג אדום ירוק	DOVB	0	1	אישי
http://drinking.wordpress.com	על שתיה, ועל מה שמסביב	DRIN	6	4	אלכוהול
http://duracula.com/	מעבר למרוץ העכברים	DURA	0	0	קידום אתרים
http://duvash.com/	Someone has to take it.. might as well be you	DUVA	10	2	אישי
http://dwolf.co.il/blog	הבלוג של דורון וולף - הדלת האחורית	DWOL	6	1	טכנולוגיה
http://edokleinman.com/blog/	עידו קליימן	EDOK	7	1	אישי
http://blog.ehudk.com	המרתף	EHUD	11	8	תקשורת
http://esevbar.com/blog/	עשב בר	ESEV	1	1	אישי
http://ezbo.org.il/	אזרח בודד	EZBO	1	0	אישי
http://fatbrain.taranation.com/	Fat Brain	FATB	0	0	אישי
http://ff-anime.com/	אנימה בהילוך מהיר	FFAN	0	0	תרבות
http://findusforus.com/	ציוד מחנאות, כושר וקמפינג למטייל	FIND	0	0	שיווק
http://www.omrilevy.com/fireman/	עמרי לוי	FIRE	5	2	אישי
http://fogelmania.com/	פוגלמניה	FOGE	3	2	תקשורת
http://shimshon.net/	Content / Interactive	GADI	0	15	תקשורת
http://gaditaub.com/hblog/	גדי טאוב	GADT	2	3	ביקורת
http://holesinthenet.co.il	חורים ברשת	GALM	5	10	תקשורת
http://geekim.net/	הפודקאסט של הגיקים	GEEK	1	5	אישי
http://giborim.co.il/	גיבורים קטנים	GIBO	0	0	תרבות
http://gilisoffer.com/	גילי סופר	GILI	0	0	יצירתי
http://gisser.wordpress.com/	לשבת, לשתות ולשכוח	GISS	2	3	אלכוהול
http://popup.co.il/	מאבד תמלילים - הגלוב	GLOB	8	25	תקשורת
http://gloglog.com/	Glog	GLOG	3	1	עיצוב
http://goder-il.com/mywpblog	Casual	GODE	0	0	ביקורת
http://wordpress.goldeye.info/	משולחנו של כדור מרובע	GOLD	0	0	אישי
http://blog.goleshet.com	ברכה גולשת: את זה כבר ראיתם?	GOLE	0	13	תרבות
http://goonthis.com/forum/	כדורגל	GOON	0	0	ספורט
http://blog.gur.co.il	בלוגר	GURB	0	1	קידום אתרים
http://hacking.org.il/	ZuLL, יומנו של האקר,	ZULL	0	2	טכנולוגיה
http://hahem.co.il/trueandshocking	הסיפור האמיתי והמזעזע של	HAHE	1	3	ביקורת
http://erez.matsunoki.net/	בלוג זה לחלשים!	HALA	5	2	תרבות
http://hamigdalar.com	המגדלור	HAMI	4	4	ביקורת
http://webster.co.il/	וובסטר 2	HANN	0	15	טכנולוגיה
http://hashabak.org/blog	הגר צימרמן - השב"כ אורג	HASH	3	2	אישי
http://ilwrath.no-ip.info/wordpress/	הצתה מאוחרת	HATZ	4	0	אישי
http://havtzuel.blogspot.com/	חבצואל היבوسی	HAVT	2	1	אישי
http://hebblogger.blogspot.com/	בלוגר בעברית	HEBL	0	0	טכנולוגיה
http://hezyamiel.info/	מקשקים	HEZY	9	2	אישי
http://horef.net/im/	חורףנט	HORE	0	1	אישי
http://humus101.com/	חומס להמונים	HUMU	4	9	בישול ואוכל
http://idansmith.com/index.php	כוס קפה // מאת עידן סמית	IDAN	0	0	אישי
http://room404.net/	חדר 404	IDOK	10	24	תקשורת
http://id.site.co.il	עיצוב תעשייתי להמונים.	IDSI	0	0	טכנולוגיה
http://nekomaki.com/ilan_wordpress/	ilanos.net	ILAN	0	0	טכנולוגיה

URL	NAME	CODE	OUT	IN	CATEGORY
http://ilsh.info/	שביט אילן	ILSH	0	3	טכנולוגיה
http://incharge.co.il/	האחראים על האינטרנט	INCH	5	5	טכנולוגיה
http://nastypanda.com/	[רעב האייפוד]	IPOD	6	11	מוסיקה
http://ira.abramov.org/blog/	אסכולת הכורסא	IRAA	5	6	טכנולוגיה
http://hebdiary.pages101.com/	יומן עברי	IVRI	0	0	יצירתי
http://infectzia.net/jello/	ג'לו	JELL	3	2	מוסיקה
http://joint.co.il/blog	חדשות ועוד במחירון	JOIN	5	1	הומור
http://2jk.org/praxis/	הבלוג של יהונתן   Intellect or Insanity   קלינגר	JONK	19	24	פוליטי
http://kadimaclck.co.il/blog/	קדימה תקליק	KADI	0	0	אישי
http://kaseta.blogspot.com/index.html	קסטה	KASE	3	9	מוסיקה
http://keytek.com/Blog/	השדון האגדי - KeyTekK .Com	KEYT	6	4	טכנולוגיה
http://kotvim.co.il/	כותבים	KOTV	1	0	יצירתי
http://hapinkas.co.il	הפנקס הפתוח	LICH	0	12	אישי
http://theboutique.co.il/	הבוטיק של ליהיא	LIHI	5	8	תרבות
http://sikurmemukad.com/music/	מר לוויטן	LIVI	2	1	מוסיקה
http://lottoman.co.il/	איך להרוויח בלוטו ובטוטו	LOTT	0	0	שיווק
http://blog.magicera.com/	חיים בקליק	MAGI	0	0	קידום אתרים
http://makmal.net/mobilepc	My Mobile PC	MAKM	0	0	טכנולוגיה
http://mann.blog.lab.co.il/	אלכסנדר מאן	MANN	5	2	ביקורת
http://marksw.com/wordpress/	מסעותיו של מרק בשבילי החיים	MARK	0	3	אישי
http://marmita.org/	מרמיטה	MARM	5	1	אישי
http://matsunoki.net/blog/	המועמד האופטימלי	MATS	0	1	אישי
http://mazhir.com/	עתיד מזהיר	MAZH	8	2	אישי
http://mymemo.co.il/	MyMemo	MEMO	0	0	אישי
http://meshune.net/blog/	דברים קטנים	MESH	10	20	אישי
http://me.sml.co.il/	אינטרנט, נגישות, תקנים ושימושים	MESM	4	1	טכנולוגיה
http://michal.corky.net/	הבלוג של מיכל	MICA	2	0	אישי
http://michaeli.org/blog	הבלוג - בלוג עם בוטנים!	MICH	21	6	אישי
http://migrena101.com/	מיגרנה 101	MIGR	0	1	בריאות
http://mirshet.net/	מרשתת	MIRS	3	1	טכנולוגיה
http://mishtara.org/blog/	משטרה אורג	MISH	5	4	פוליטיקה
http://mistovev.haoneg.com	זה מסתובב	MIST	8	8	מוסיקה
http://mizbala.com/	מזבלה   גיא דיין מזבל על - פרסום   אינטראקטיב	MIZB	8	3	פרסום
http://monocrave.blogspot.com/	monocrave	MONO	9	8	מוסיקה
http://hamosad.co.il/	המוסד	MOSA	0	0	מוסיקה
http://local-blog.co.il/home/	מושבה חופשית	MOSH	0	1	עירוני
http://mp3enema.org/blog/	חוק'הול. הורדות יפות, פרשנות אנאלית	MP3E	9	11	מוסיקה
http://thefmusicpropeller.com/	הפרופלור	MUSI	0	0	מוסיקה
http://naama.avramzon.net/	המסע ליפן ובחזרה	NAAM	0	0	אישי
http://nadav.blogdebate.org/	הרהורים של אבא	NADA	0	2	אישי
http://neiman.co.il/	ניימן 3.0	NEIM	18	10	תרבות
http://netcraft.co.il/blog/	Netcraft Bytes	NETC	0	1	קידום אתרים
http://neviim.net/	נביאים אחרונים « ביקורת תרבות וחברה	NEVI	0	3	ביקורת
http://asafshafir.com	Ni-Ki	NIKI	1	3	ביקורת
http://nishbar.co.il/wordpress/	נשבר	NISH	2	1	פוליטיקה
http://the-nzb.com/	the NZB	NIZB	6	3	טכנולוגיה
http://noamblog.info/	כבר לא בבטן של אמא שלי	NOAM	0	0	משפחה
http://n0nick.net/	n0nick	NONI	7	2	הומור
http://notimportant.co.il/	המאסף	NOTI	2	0	טלויזיה
http://nyfiction.org/thingies	דמות בדיונית ומעלליה	NYFI	0	1	יצירתי

URL	NAME	CODE	OUT	IN	CATEGORY
http://oranhuberman.com	אוף ליינ :: הבלוג של אורן הוברמן	OFFL	6	3	תקשורת
http://ofirlav.wordpress.com/	אני מה שאני" - פופאי"	OFIR	0	1	אישי
http://haokets.org/	העוקץ	OKET	1	4	ביקורת
http://firefang.net/blog/	מחשבות, מחשבים, ושאר דברי בלע	FANG	0	6	טכנולוגיה
http://cybered.org/blog/hebrew/	oneab cybered	ONEA	18	5	תקשורת
http://haoneg.com	עונג שבת	ONEG	17	27	מוסיקה
http://open24.wordpress.com/	אוכל, שתייה, גבר	OPEN	5	6	אלכוהול
http://originull.com/blog/matan	Originull	ORIG	0	0	אישי
http://oriidan.info/	אורי עידן	ORII	0	1	אישי
http://orioren.com/blog/	Ori Oren's Blog	ORIO	0	2	אישי
http://my-paradox.net/	הפרדוקס	PARA	0	18	טכנולוגיה
http://peasinspace.com/blog/	אפונים בחלל	PEAS	0	4	תרבות
http://pintophotography.com/wp	בלוג הצילום של פינטו	PINT	0	0	יצירתי
http://poptart.haoneg.com	PopTart	POPT	8	10	מוסיקה
http://firstpost.org	First Post	POST	3	0	אישי
http://printmall.co.il/blog	מחוץ לקופסה - בלוג גם על טישרטים	PRIN	8	1	טכנולוגיה
http://pulk.es.org/	פולקעס	PULK	8	1	תרבות
http://raful.co.il/	איתי נתנאל	RAFU	4	5	אישי
http://trans.co.il	הבלוג של רן יניב הרטשטיין	RANY	1	16	טכנולוגיה
http://reches.wordpress.com	וידיויים של מח מסובב	RECH	8	3	אלכוהול
http://roniyaniv.net	רוני יניב נקודה נט	RONI	31	2	טכנולוגיה
http://rotman.be/blog/	Dor Rotman's Blog	ROTM	0	0	טכנולוגיה
http://royda.org/notes	רשימות@royda.org	ROYD	2	1	ביקורת
http://prnet.co.il/basalsela/	בסלסלה	SALS	1	1	שיווק
http://tech.cyberia.org.il	סדקים - בלוג מחשבים	SDAK	6	1	טכנולוגיה
http://seoblog.co.il/	חדשות קידום אתרים	SEOB	0	0	קידום אתרים
http://seo-il.info/	בלוג קידום אתרים	SEOI	0	0	קידום אתרים
http://seo-site.co.il/blog	איש העכביש	SEOS	0	1	קידום אתרים
http://blog.shemesh.biz/	לינוקס ותוכנה חופשית - שחר שמש	SHAC	3	7	טכנולוגיה
http://shallowfocus.org/	העדשה האדישה	SHAL	3	2	תרבות
http://sheket.net/blog	שקט.נט	SHEK	2	1	מוסיקה
http://shesek.org/	שסק	SHES	0	1	יצירתי
http://shezif.net/blog	שזיף ותות	SHEZ	6	4	טכנולוגיה
http://shirbut.com/blog	עלילות נויפלד בעיר זרה	SHIR	4	1	אישי
http://www.infectzia.net/shlulia/	שלוליה	SHLU	0	4	יצירתי
http://shtark.co.il/	עמדה יציבה	SHTA	0	0	שיווק
http://shtetl.wordpress.com/	חיה בשטעטל	SHTE	0	1	אישי
http://shvavim.net/	שבבים	SHVA	0	0	אישי
http://sideshow.co.il	מופע השוליים	SIDE	2	1	טכנולוגיה
http://sikurmemukad.com/ehud/	לימין שור	SIKE	0	0	פוליטיקה
http://sikurmemukad.com/lebanon2006	לבנון 2006 יומן מלחמה	SIKL	0	0	פוליטיקה
http://sikurmemukad.com/miluum2006	זווית אישית	SIKM	0	0	פוליטיקה
http://sikurmemukad.com/editing	חדר אריחה	SIKU	2	1	תקשורת
http://simpleweb.co.il/	בלוג ג'ומלה עיברי	SIMP	4	0	טכנולוגיה
http://sion.co.il/life	מריץ את החיים	SION	0	0	אישי
http://smo.co.il/	שיווק ו קידום באתרים חברתיים - SMO	SMOS	0	0	קידום אתרים
http://soliko.net/	סוליקו - בלוג צחוקים והומור	SOLI	0	0	הומור
http://www.sugar-n-spicy.com/	Sugar n'Spicy	SPIC	10	0	אישי
http://start-down.com	Start Down	STAR	0	0	תקשורת
http://moshekron.com/blog/	Sub-Stance	SUBS	0	1	ביקורת
http://sugardaddy.co.il	Sugar Daddy	SUGA	1	0	בריאות

URL	NAME	CODE	OUT	IN	CATEGORY
http://talgalili.com/	טל גלילי	TALG	4	0	אישי
http://tal.klingr.com/	אני לא איש התרגול	TALK	6	4	אישי
http://talsh.net/	Talsh.net	TALH	0	0	אישי
http://talshavit.com/	שישיות בלי מיסגור	TALS	5	1	יצירתי
http://terminal3.co.il/	קהילת אנשי הטרמינלים	TERM	0	0	טוילים
http://tftpro.com/	שטח צבאי	TFTP	0	0	צבא
http://tufinim.com/	תופנים	TUFI	0	0	בישול ואוכל
http://tzafir.net	טזאפיר	TZAF	9	5	טכנולוגיה
http://uriashi.com/	אורי אשי	URIA	8	0	אישי
http://marketingbabylon.co.il	Marketing Babylon Hebrew	URIB	15	4	טכנולוגיה
http://uridimand.com/wordpress	עמק הנהר הנעלם ואיכות הסביבה	URID	0	0	איכות הסביבה
http://userx.co.il/	UserX	USER	0	0	עיצוב
http://vavi.co.il/wp-he	Ironically Mine	VAVI	0	0	אישי
http://themarkerblogs.com/velvet	Velvet Underground	VELV	11	10	תקשורת
http://www.mywebseo.com	מדריך שיווק באינטרנט קידום ופרסום אתרים	WEBS	0	0	קידום אתרים
http://we-cms.info/blog/	We CMS	WECM	0	4	טכנולוגיה
http://wineaddict.wordpress.com/	על אלכוהול ושאר ירקות	WINE	3	2	אלכוהול
http://wire.wwbox.org/	On a Wire	WIRE	4	3	תרבות
http://witch.dyndns.org/wp	כמה מילים, ברשותכם	HETZ	0	0	דת ומיטיקה
http://witchcraft.co.il/blog	אספקלריה	WITC	0	0	דת ומיטיקה
http://tal.wolfson.co.il	הגיגים - טל וולפסון	WOLF	3	1	פוליטיקה
http://www2.co.il/	האינטרנט השני שלי	WWW2	7	1	טכנולוגיה
http://xslf.com/	הבלוג של שוש פורבס	XSLF	21	17	טכנולוגיה
http://thingsonmymind.com/	דברים שעוברים לי בראש	YARD	0	1	בריאות
http://yellowscreen.co.il/blog/	Yellow Spot	YELL	0	1	קולנוע
http://yogaf.com/	Yogaf.com	YOGA	0	0	טכנולוגיה
http://things.co.il	שטויות בשתי שפות	YOHA	10	4	אישי
http://yorek.com/	yorek.com	YORE	0	0	ביקורת
http://yorkieland.com/naama/	הבלוג של נעמה	YORK	0	0	משפחה
http://yuvalog.co.il/	התשובה, ידידי, נישאת ברוח	YUVA	6	2	ביקורת
http://zilla.co.il/	מסחר אלקטרוני במו ידך	ZILL	0	0	טכנולוגיה
http://zivkitaro.name/	מהדורה אחרונה	ZIVK	3	4	אישי
http://joint.co.il/zivziv3	Zivziv3 way of the Net	ZIVZ	2	0	הומור
http://zvikaroll.wordpress.com	על ניהול, ארגונים ואנשים	ZVIK	0	0	שיווק
http://blog.punk.org.il/	בשכנות טובה	PUNK	4	2	אישי
http://myletgo.com/	תעשו לט גו	LETG	6	1	אישי
http://www.hahem.co.il/gamsham/	גם שם	GAMS	0	1	ביקורת
http://www.quotendquote.com/zeloze/	זהלאזה	ZELO	4	1	תקשורת
http://noise.cyberia.org.il/	Noise in my head	NOIS	2	1	מוסיקה
http://elite-illustrator.com/blog/	הבלוג של אליית	ELIT	4	2	יצירתי
http://lifehacker.co.il/	לייף האקר	LIFE	6	0	צרכנות
http://sijp.no-ip.info/	Sjip's Desktop	SJIP	6	1	אישי

**נספח ב': ויזואליזציה של הבלוגוספירה**



## נספח ד': איתור רשתות-משנה ברשת המרכזית

