

תיעוד וחשיפה במדיות עכשוויות כמחוללי שינוי סביבתי בהדגמה על שוק תלפיות

גיא שחר

מידה רבה של השפעה על ההמונים מיוחסת כיום למדיות העכשוויות, בראש ובראשונה לאינטרנט. נטען כי פייסבוק איפשר לקרוא להמונים לצאת לרחובות במדינות ערב ובמחאה החברתית הישראלית. הטלוויזיה חיבקה את הפעילים הראשונים שנאבקו נגד מימוש תכנית הבינוי בחוף ניצנים, דבר שהציב את המאבק על סדר היום הציבורי. הח"מ הפיק עבור החברה להגנת הטבע מצגת הסברה על תכנית מערב ירושלים, שהייתה אמצעי מרכזי לעורר את דעת הקהל לחתימה המונית על התנגדויות לתכנית. סרטונים מתוחכמים ביוטיוב זוכים לחשיפה של מיליוני צופים ומקדמים במישרין או בעקיפין מוצרים, שירותים ורעיונות.

שוק תלפיות זקוק לטלטלת מדיה מסוג זה, שתשלים את עבודת התכנון ה"קונבנציונלית". הוא זקוק לקהל תומכים רחב, רחב בהרבה מקומץ מעריציו הנוכחי, וסגולותיו צריכות לפרוץ אל ליבותיהם של רבים. המדיה האינטרנטית ונגזרותיה – תמונות סטילס, סרטונים, מצגות, שידורי וידאו חי – היא האמצעי הנוח והזמין לשם כך.

שוק תלפיות הוא אובייקט פוטוגני במיוחד, המשלב שני מישורים של מרקמים. המרקם הפיזי הבנוי – האזור על בנייניו מרובי הפנים ומבנה השוק המונומנטלי בלבד, והמרקם האנושי שאף הוא קלידוסקופ של פרצופים. הסטטי והדינמי מתקיימים בו בחדתך – מקומת מרתף שוקקת, דרך קומות נטושות, אל מרפסות הגג הנפתחות אל העושר הנופי של חיפה, הים והגליל. האזור שסביבו מקיים אף הוא מעטפת של ניגודים. וכל אלה אינם מוכרים כלל לציבור רחב, סקרן, ציבור שיכול להשפיע על מקבלי החלטות.

האם להסתפק בלהביא את המראות הללו כפי שהם, ולתת לעושר הזה לדבר בעד עצמו? האם נדרשת פעולה יזומה שתיעודה יוסיף מימד נוסף לחשיפה? האם צורת התיעוד והמדיה בה יעשה שימוש להפצה יהפכו בעצמם לפעולה יזומה? האם עצם תחילת פעילות תיעוד אקטיבית במקום תייצר גם פעולה, ושאלות אלה יקבלו מענה מעצמן?

המתודולוגיה במקרה זה תתחיל באיסוף ראשוני של חומר מצולם, בחינת המצאי אל מול יעד החשיפה, ובמקביל העלאת רעיונות לפעולות יזומות / אופני תיעוד שעשויים לקבל ביטוי משמעותי במדיות האלקטרוניות. התוצר עשוי להיות יצירה מוגמרת אחת, סדרה של יצירות, או יצירה מתמשכת כגון שידור וידאו חי מהמקום – בין אם הוא מוצג כמו שהוא, או בתוספת פעולות יזומות כאמור.