



אופקים חדשים לרעיון הקואופרטיבי באינטרנט

:: אזי לב-און

אם בעבר הכנסתו העיקרית של מועדון כדורגל היתה ממכירת כרטיסים ומנויים למשחקים, הרי שכיום הכנסה זו שולית יחסית לחוץ פרסום, מפעלי הגביעים השונים ומעל כולם - תמלוגים מזכויות שידור.

דווקא השימוש בתקשורת גלובלית, ובעיקר באינטרנט, עשויה לאפשר את חזרתם של פתרונות כלכליים חברתיים לעולם ניאוליברלי, אפילו בענף הכדורגל. בפברואר 2008 נקנתה קבוצת הכדורגל אבספליט יונייטד לא על ידי אוליגרכים או אילי הון, אלא על ידי קהילת אוהדי כדורגל ייחודית המאוגדת דרך האינטרנט.

החל לשטוף את הליגה גל של רכישות על ידי יזמים ואנשי עסקים, רבים מהם - למורת רוחם של האוהדים המקומיים - זרים. כאשר מלקולם גלייזר, מיליארדר מארצות הברית, רכש את הקבוצה המצליחה מנצ'סטר יונייטד, פיתחו כלפיו אוהדי הקבוצה המקומיים עוינות יוקדת והחלו להיאבק נגד מה שהגדירו "מסחור היתר ועסקות שידור בטלוויזיה והנכונות לדרוס את הנאמנות והמסורת". כך הגיבו גם אוהדי צ'לסי לאחר שהקבוצה נרכשה על ידי האוליגרך הרוסי רומן אברמוביץ'.

במועדונים אחרים קיימים מודלים שונים של ניהול שנועדו להפחית את הקונפליקט בין ההנהלה מונעת הרווחים לבין האוהדים. כך למשל בברצלונה, מהמפוארות והמעוטרות בקבוצות הכדורגל העולמי המקיימת מבנה קואופרטיבי, מתקיימות אחת לכמה שנים בחירות לנשיאות המועדון והאוהדים בוחרים מבין מועמדים שונים המציגים את חזונם ותכניותיהם לגבי עתיד הקבוצה. עם זאת, גם במקרה זה מעורבות האוהדים בסופו של יום מינימלית והניהול השוטף מתבצע על ידי יחידים. האם בכלל ייתכן שבעולם גלובלי של כלכלה ניאוליברלית, יהיה המצב בענף הכדורגל שונה?

באופן מפתיע, דווקא השימוש בתקשורת גלובלית, ובעיקר באינטרנט, עשויה לאפשר את חזרתם של פתרונות כלכליים-חברתיים לעולם ניאוליברלי, אפילו בענף הכדורגל הנשלט באופן גובר והולך בידי בעלי הון. בפברואר 2008 נקנתה קבוצת הכדורגל אבספליט יונייטד לא על ידי אוליגרכים או אילי הון, אלא על ידי קהילת אוהדי כדורגל ייחודית, MyFootballClub (MyFC). קהילה זו, שהוקמה ביוזמתו של כתב הספורט לשעבר וויל ברוקס, השתמשה בפלטפורמה של רשת האינטרנט על מנת לאגד קרוב ל-30,000 אוהדי כדורגל במטרה לקנות ולנהל מועדון כדורגל באחת מליגות הכדורגל של אנגליה.

העשור החולף היווה בעיני אוהדים ופרשנים נקודת מפנה באופיו של הכדורגל הישראלי. יותר ויותר קבוצות בליגת העל נרכשו בידי אנשי עסקים אמידים, ושמותיהם של בעלי ממון כארקדי גאידמק, גומא אגיאר ודניאל יאמר החלו להופיע תדיר במדורי הספורט ולא רק במוספי הכלכלה. ענף הכדורגל הישראלי השלים בכך תהליך ממושך של התמסרות מואצת, התדלדלות החובבנות כאידיאולוגיה ופרקטיקה, ומעבר לספורט מאורגן ומקצועני שההון הוא המנוע שלו.

הפיכת מועדוני הכדורגל למקצועניים יותר, תחרותיים יותר ובעיקר מוכוונים-רווח, משפיעה לא רק על זהותם של מקבלי החלטות מאחורי הקלעים. השחקנים המצליחים נהנים מחוץ עתק, ועוברים בין קבוצה לקבוצה - לעתים למורת רוחם של האוהדים - בעסקאות חליפין תדירות. אם בעבר הכנסתו העיקרית של מועדון כדורגל היתה ממכירת כרטיסים ומנויים למשחקים, הרי שכיום הכנסה זו שולית יחסית לחוץ פרסום, מפעלי הגביעים השונים ומעל כולם - תמלוגים מזכויות שידור. המכוונות העסקית מחליפה את 'חובת השירות לעיר' שאפיינה את בעלי הקבוצות בעשורים שעברו.

מגמה זו מעידה על תהליך ריכוז ההון בכלכלה הישראלית בידיהם של מספר מצומצם של מקבלי החלטות, במגוון תחומים ובכלל זאת בספורט. התמסרות ליגת העל הישראלית היא גם חלק ממגמה עולמית. הפרמיייר ליג, ליגת העל הבריטית, היא הדוגמה הפרדיגמטית לתהליך זה, ומודל לחיקוי עבור ליגות אחרות בעולם. המניעים העסקיים דומיננטיים בליגה זו כבר מיום הקמתה, כאשר עשרים הקבוצות המובילות בליגה הלאומית הבריטית פרשו והקימו ליגה משלהן על מנת שלא לחלוק ברווחי זכויות השידור. בראשית שנות ה-2000

ובמקרים מסויימים - כמו זה של קבוצת הפועל קרית שלום המנוהלת באמצעות ממשק חברתי מקוון - השפעתה של רשת האינטרנט על אפשרות ההתאגדות של האוהדים בולטת במיוחד. אמנם עוד רחוק היום שבו קבוצה מקצוענית מהליגות הבכירות תעבור למתכונת ניהול שיתופית מבוססת אינטרנט, אולם אין ספק שהפלטפורמה שמספקת רשת האינטרנט העניקה חיים חדשים למודל הקואופרטיבי, שלרבים נדמה שאבד עליו הכלח. ענף הכדורגל וההתארגנויות הקואופרטיביות החדשות שנוצרו בו הוא רק דוגמה לאפשרויות הגלומות בשילוב שבין קואופרטיבים ורשת האינטרנט.

הרעיון הקואופרטיבי ויישומו במציאות הישראלית

הרעיון אשר עומד מאחורי ההתאגדויות הנסקרות אינו חדש. הקואופרטיבים - האגודות השיתופיות - היו מודל עסקי חשוב במהלך המאה ה-20. בשנת 1995 התכנסה במנצ'סטר ועידת ברית הקואופרציה הבינלאומית (International Co-operative Alliance) וניסחה מספר עקרונות יסוד לקואופרציה. הגדרת הבסיס שלהם היא החשובה לענייננו: קואופרטיב הוא "התארגנות אוטונומית של בני אדם המתאחדים מרצונם החופשי כדי לספק את צורכיהם ושאיפותיהם הכלכליים, החברתיים והתרבותיים המשותפים, באמצעות מיזם בבעלות משותפת, המנוהל באופן דמוקרטי". עקרונות היסוד הם, אם כן, הצטרפות רצונית, ניהול דמוקרטי ויוזמה כלכלית. על אף הבדלים בפרשנות שניתנים למרכיבי יסוד אלו בהקשרים שונים, ניכרת

קהילת MyFC מבוססת על עקרונות קואופרטיביים של בעלות משותפת, ניהול שיתופי ושוויון בין בעלי המניות של הקבוצה. כך, מוזמן כל אדם להצטרף לבעלות על הקבוצה בעלות של 35 ליש"ט ולקבל זכות הצבעה במסגרת קבלת ההחלטות השונות לגבי הקבוצה. בעליה של קבוצת הכדורגל הם חברי המועדון שגרשמו דרך אתר האינטרנט של הפרויקט. הם מנהלים הצבעות מקוונות לגבי עניינים שונים, החל מהחלטות לגבי הרכבים וכלה ברכש של שחקנים לקבוצה. לאחר כל משחק חברי המועדון מתעדכנים בסטטיסטיקות הנוגעות לביצועי השחקנים ובאפשרותם לקבל עדכונים שוטפים מהמאמן. הרעיון לקניית קבוצה על ידי האוהדים עלה כבר בשנות השמונים, אך לברוקס, וסביר להניח שלרבים אחרים, היו חסרות המסגרות המתאימות הנחוצות לניהול התארגנות בסדרי גודל של אלפי אנשים. האינטרנט כיום מספק את המסגרות הללו באמצעות טכנולוגיות של מדיה חברתית, המאפשרת את הקמתן של קהילות מקוונות בעלויות ארגון נמוכות ובאפשרויות גיוס ותרומה גבוהות מאד. במקרה של מועדון הכדורגל, שיתוף הפעולה בין האוהדים נוצר דרך מערכת משותפת אשר נגישה וזמינה לכולם בכל מקום ובכל שעה. יצירת הקשר בין חברי המועדון מתבצעת באמצעות אתר האינטרנט הכולל פורום, ובאמצעות הדואר האלקטרוני ורשימות הדיור של האתר. רוב התנהלות המועדון והקבוצה מתרחשת למעשה ברשת כאשר התוצר הפיזי העיקרי הוא משחקי הכדורגל של הקבוצה. גם בישראל התארגנו לאחרונה קבוצות המנוהלות על ידי אוהדים כהפועל קטמון ומכבי יפו,

האינטרנט כיום מספק טכנולוגיות של מדיה חברתית, המאפשרת את הקמתן של קהילות מקוונות בעלויות ארגון נמוכות ובאפשרויות גיוס ותרומה גבוהות מאד. במקרה של מועדון הכדורגל, שיתוף הפעולה בין האוהדים נוצר דרך מערכת משותפת אשר נגישה וזמינה לכולם בכל מקום ובכל שעה.

בישראל של תקופת היישוב ושל העשור הראשון לאחר הקמת המדינה היוו הקואופרטיבים כוח מניע יסודי בכלכלה הלאומית, ויצרו בסיס לשיתוף פעולה קהילתי סביב מטרות הצמיחה והגדילה של היישוב היהודי ההולך ומתפתח. בשנת 1953 היו למעלה מ-2500 קואופרטיבים יהודים.

קצת הקרחון

אחד מן התנאים העיקריים של הממשלה להעברת תוספת התקציב הנדרשת לשירותי הכבאות היא בהחלת רפורמה מקיפה, אשר במסגרתה מוקמת בימים אלו רשות לאומית לכבאות והצלה. אך על אף שהקמת הרשות נראית כצעד נכון אשר יוכל בעתיד להביא לפעולה יעילה יותר של שירותי הכבאות בישראל, יש לשים לב כי במסגרת הרפורמה מבקשת הממשלה גם לשבור את איגוד הכבאים. סעיף 74 בחוק להקמת הרשות הלאומית קובע כי "עובד הרשות, וארגון עובדים המייצג עובדים של הרשות, לא ינקטו שביטה, מלאה או חלקית, וצעדים ארגוניים כלשהם, ולא יטלו בהם חלק, בכל הקשור בפעילות מבצעית של הרשות, פעולות אימון, תרגילים והכשרה" (חוק שירותי כבאות והצלה - התשע"א/2010). הממשלה יודעת היטב כי ללא אפשרות לנקוט בצעדים ארגוניים כלשהם, אין כל משמעות לקיומה של התארגנות עובדים. בכך מבקשת הממשלה לאפשר לה לנצל את הרפורמה על מנת לפגוע בתנאי עבודתם של הכבאים, וזאת בניגוד מוחלט לתמיכה הציבורית הרבה לה זכו בעקבות האסון בכרמל. אך בניגוד לעמדת הממשלה לפיה התארגנות עובדים היא גורם שיש להילחם בו, ראוי לזכור כי דווקא איגוד הכבאים היה זה אשר חזר והתריע, מזה שנים, על המצב העגום של שירותי הכבאות ודרש תוספת תקנים ותקציבים. הרי עוד הוכחה כי בסופו של דבר, ארגוני העובדים - בשירותי הכבאות ובמקומות אחרים - הם אלו אשר דואגים יותר מכולם לא רק לתנאי העבודה בארגון, אלא גם לאיכות השירות אותו הוא מספק.



יותר של המידע. כיום קיימים קואופרטיביים הכוללים 15-30 משפחות ומנוהלים בצורה ממוחשבת. תחומי הפעילות בקהילה שניתן לספקם באמצעות התארגנות קואופרטיבית או כמו-קואופרטיבית מגוונים הרבה יותר מתחומי העיסוק המסורתיים של הקואופרציה, החל מייעוץ לסטודנטים וטיפול שטחים ירוקים וכלה במיזמים תיירותיים, שירותי הסעדה, ניהול גני ילדים וניהול אירועים. האינטרנט הופך בשנים האחרונות, אם כן, לכלי



בכירור מגמה לאפיין את הקואופרטיביים כארגונים המכפיפים את שיקולי ההון לשיקולים החברתיים והמעניקים עדיפות לטובה המשותפת על פני זו האינדיבידואלית.

בישראל של תקופת היישוב ושל העשור הראשון לאחר הקמת המדינה היוו הקואופרטיבים כוח מניע יסודי בכלכלה הלאומית, ויצרו בסיס לשיתוף פעולה קהילתי סביב מטרות הצמיחה והגדילה של היישוב היהודי ההולך ומתפתח. לאחר קום המדינה הוחלט כי הקואופרציה תהיה המבנה הארגוני אשר יקלוט את גלי העלייה הגדולים, וישובים רבים שקמו במהלך אותם שנים נסמכו על הקואופרציה כמודל להתבססותם הכלכלית והארגונית. בשנת 1953 היו למעלה מ-2500 קואופרטיבים יהודים.

במהלך שנות החמישים והשישים החלה דעיכתו של המודל הקואופרטיבי בישראל, דעיכה שהיתה חלק ממגמה עולמית. עלייתה של הכלכלה הניאו-ליברלית משנות השבעים ועד ימינו הביאה את המודל הקואופרטיבי לשפל ברמת הפופולריות שלו בעולם, זאת על אף שתפיסות מגוונות של 'דרך שלישית', המבקשות לשלב בין כלכלה דינמית לסולידריות חברתית, הביאו עדנה מסוימת לרעיון הקואופרטיבי בעשורים האחרונים, והן מוצאות בו פתרון למגוון צרכים של צרכנים, יצרנים, עובדים ומעסיקים.

הקואופרציה ברשת: יין ישן בבקבוק חדש?

בשנים האחרונות צומחים פרויקטים חברתיים נוספים המבקשים לתת מענה לסוגיות כלכליות באופן שיתופי באמצעות האינטרנט. ניהול מועדוני כדורגל הוא רק אחד מהם. כך לדוגמה מועדון הצרכנים 'יחד זה כוח' המשתמש בכוח הקנייה של קבוצות גדולות של צרכנים על מנת לתת לחברי המועדון עסקאות צרכנות זולות יותר מהעסקאות המוצעות לצרכנים פרטיים בודדים, ו'הקואופרטיב לאנרגיות מתחדשות', אגודה שיתופית אשר "יוזמת, מקדמת ותומכת בפרוייקטים קהילתיים לייצור אנרגיה ממקורות מתחדשים והתיעלות אנרגטית". דוגמה נוספת להתאגדויות חברתיות בעשורים האחרונים הם קואופרטיבי השמרטפות בארצות הברית: משפחות מתאגדות יחד על מנת ליצור סבב שמירות על ילדיהם באופן שבו תמיד יהיה מישהו מן ההתאגדות שישמור על הילדים במידת הצורך. התאגדויות מסוג אלו היו קיימות בצורות לא רשמיות ברמה כזו או אחרת בעבר, אך התפתחות הטכנולוגיה מאפשרת התאגדויות בסדרי גודל משמעותיים הרבה יותר וכן ניהול זול ויעיל

חשוב עבור מיזמים קואופרטיביים חדשים וישנים המבקשים להצליח ולהתייצב כלכלית, ומספק פתרונות לקשיים רבים הגלומים בעיקרון הקואופרטיב המסורתי. בנוסף לדוגמאות של קואופרציות ואגודות שיתופיות מבוססות-רשת, ניתן למנות צורות נוספות של שיתופיות מבוססת-רשת בעלות 'דמיון משפחתי' לרעיון הקואופרטיבי. על אף שאין בבסיסן יוזמה כלכלית בהכרח, הן פועלות על פי עקרונות של שוויוניות, מעורבות ופעולה למען הכלל. קהילות מקוונות של בעלי מקצוע חולקות ידע ועצות; תכנות קוד פתוח; חברים בקהילות כגון Couch Surfing המעניקים זה לזה באופן הדדי את האפשרות לישון זה בביתו של זה; פרויקטים של עיתונות שיתופית, אנציקלופדיות ומאגרי ידע שיתופיים - כל אלו הם רק טיפה בים בכל הנוגע לשיתופי פעולה המייצרים מוצרים ציבוריים ברשת.

בנוסף לכל אלה, קיימות מגוון תופעות שיתופיות בעלות אופי כלכלי יותר הצומחות באינטרנט. החל מאתרים כגון 'בנק הזמן' שבבסיסו סחר-חליפין בין חברי הארגון; עבור דרך אתרי

משפחות מתאגדות יחד על מנת ליצור סבב שמירות על ילדיהם באופן שבו תמיד יהיה מישהו מן ההתאגדות שישמור על הילדים במידת הצורך. הטכנולוגיה מאפשרת התאגדויות גדולות של 15-30 משפחות, המנוהלות בצורה ממוחשבת.

המתקדמות של הרשת מאפשר להעתיק את מרכז הכובד של העשייה אל ציבור הגולשים. גדולתה של רשת האינטרנט ביכולתה להגיע למספר רב של אנשים שמתעניינים באותו תחום, לעניין אותם ביוזמות רלוונטיות ולהניע אותם לפעולה. הצלחתם ושגשוגם של אתרים אינטרנטיים שיתופיים ושל קואופרטיבים מבוססי רשת נובעת משיפור היכולות הטכנולוגיות המקלות על מציאת השותפים, מוזילות את עלויות ייצור המוצר המשותף ומיעילות את הליך יצירתו. בעידן הקישוריות האתגר המרכזי, אם כן, אינו עוד הנעת המשתתפים ושכנועם להשתתף בפרויקט – האתגר האמיתי הוא מציאת מספיק אנשים שממילא מעוניינים בשיתוף פעולה, והפעלתם וניתובם, לפי יכולותיהם, לצרכי הפרויקט.

יש דמיון רב בין הפרויקטים השיתופיים הרבים ברשת להתאגדויות הקואופרטיביות המסורתיות ולעיתים הם אף חופפים להם בעקרונותיהם ומטרותיהם. רבות מקהילות מקוונות אלו – המנוהלות באופן שיתופי ודמוקרטי וחבריהן מצטרפים באופן וולונטרי – תואמות את עקרונות הקואופרציה הוותיקים. יחד עם זאת, הקואופרטיבים החדשים שונים מהקואופרטיבים הטיפוסיים במגוון היבטים. הם ייחודיים בכך שהם מאגדים פרטים שעשויים להיות מפורזים גיאוגרפית, ואשר רבים מהם לא הכירו אלו את אלו לפני כן – אולם הם חולקים מטרה משותפת. פרטים אלו גם עשויים שלא להתייחס אל הפעילות שלהם ברשת בהכרח כאל השתתפות בקואופרטיב, וייתכן שהם עשויים שלא להיות כלל מודעים לעקרונות הקואופרטיביים העומדים בבסיס ההתארגנות בה הם שותפים.

השימוש הנבון בפלטפורמות מקוונות עשוי להגביר משמעותית את סיכוייהם של פרויקטים קואופרטיבים לנסוק. הרעיון הקואופרטיבי, כרעיונות השתתפותיים אחרים, דורש כלים שיאפשרו להקים התאגדויות המבוססות על עקרונות ההשתתפות, השוויון והניהול הדמוקרטי. היכולת של הרשת לגייס והנעת שותפים, הופך אותה לפלטפורמה מבטיחה לפרויקטים קואופרטיבים עתידיים בתחומים שונים ומגוונים. זוהי בשורה מבטיחה עבור אותם קואופרטיבים חדשים אשר ישכילו להשתמש באינטרנט כגורם ממנף, מעצב ומייצב בעתיד.

הערת המערכת: המאמר קוצר על מנת להתאים למסגרת המקובלת בכתב העת 'חברה'. ניתן לקבל מהמערכת או מהכותב את המקורות עליהם מתבסס המאמר.

שיתוף חפצים כמו אגורה, ועד אתר ההלוואות הבינלאומי 'קיווה' המאפשר לגולשים לתת הלוואות קטנות למקימי עסקים קטנים במדינות העולם המתפתח (מה שמכונה מיקרו-קרדיט). האם הגולשים ברשת מוסריים יותר, אידיאליסטיים יותר או אנוכיים פחות משאר בני האדם? ככל שהנגישות לרשת גדלה ומתחילה לייצג את האוכלוסייה הכללית, נראה כי התשובה לשאלה זו שלילית. נראה שמקור פריחת הקואופרציה הוא שפעולות קולקטיביות באינטרנט, דוגמת הקמת קואופרטיבים וניהולם השוטף, הנן יעילות יותר בסדרי גודל לעומת מקבילותיהן הלא-מקוונות, בשל הורדת החסמים במספר היבטים הנדרשים לפעילות קולקטיבית: מציאת פלטפורמה לייצור שיתופי, משיכה של שותפים פוטנציאליים, הורדת עלויות התרומה עבור המשתתפים, ולבסוף ארגון יעיל של ה'קלט' המגיע מהמשתתפים.

ההגיון הארגוני מאחורי הפרויקטים הקואופרטיביים ה'חדשים' שתוארו למעלה הינו השימוש באינטרנט כמוקד לניהול ענייניהם המשותפים של מספר רב של פרטים המתעניינים בנושאים רלוונטיים. הקמת מיזם קואופרטיבי מקוון זולה משמעותית מהקמת מיזם דומה שלא ברשת, וניתן להגיע באמצעותו במהירות ויעילות לקהלי יעד רחבים: יזמי הקואופרטיב יכולים לשאוב אליו ציבור גדול מאד של מתעניינים בעלויות שוליות נמוכות. כלי הניהול והארגון העצמי מסייעים במגוון פעולות נדרשות, החל משליחת מידע לחברי הקואופרטיב המתהווה, עבור דרך דיונים בפורומים אודות סוגיות ניהוליות שוטפות, ועד להצבעות בענייני השעה באתר הקואופרטיב (דוגמת אתר הקואופרטיב לכדורגל שתואר קודם).

אינני טוען, אם כן, כי האינטרנט יוצר בהכרח 'עולם חדש מופלא' המאופיין באלטרואיזם ובנתינה, אלא שהאינטרנט יוצר מצע טכנולוגי המרכיב את הבעיות הקלאסיות של שיתוף פעולה רחב-ממדים. כך, ליזמים קיימות הרבה יותר דרכים להגיע לקהלי יעד רלוונטיים, לגייס אותם להשתתף בקואופרטיב, ולערב אותם בניהול ענייני השוטפים.

סיכום

האינטרנט פתח צוהר הזדמנויות חדש עבור המודל הקואופרטיבי בכך שהוא מהווה פלטפורמה נוחה ליצירת שיתופי פעולה. השילוב של שיתוף הפעולה והניהול הדמוקרטי של הקואופרציה הישנה והתקשורת המהירה וטכנולוגיות הניהול

נראה שמקור פריחת הקואופרציה הוא שפעולות קולקטיביות באינטרנט, דוגמת הקמת קואופרטיבים וניהולם השוטף, מאפשרת בקלות: מציאת פלטפורמה לייצור שיתופי, משיכה של שותפים פוטנציאליים, הורדת עלויות התרומה עבור המשתתפים, ולבסוף ארגון יעיל של ה'קלט' המגיע מהמשתתפים.

ד"ר אזי לב־און הוא ראש מסלול מדיה חדשה ודיגיטלית בבי"ס לתקשורת במרכז האוניברסיטאי אריאל בשומרון. ד"ר לב־און חוקר את ההשפעות הפוליטיות והחברתיות של רשת האינטרנט, ומשתמש לצורך כך במגוון שיטות כגון ניסוי מעבדה, ניתוחי קישוריות וסקרים אופליין ואונליין.

www.azilevon.com
azilevon@gmail.com