

תוכן העניינים

3	הקדמה.....
5	פרק 1 החולשות של תחליפי המוסר
8	פרק 2 כללי המוסר.....
11	פרק 3 הקוד האתי
13	סיכום.....
14	ביבליוגרפיה.....

הקדמה

בשנים האחרונות חלה עליה משמעותית של שימוש של בני נוער בגלישה ברשתות החברתיות, הן באינטרנט דרך המחשב והן דרך הטלפון הנייד דרך אפליקציות ייעודיות. בני הנוער ייצרו לעצמם מעין בועה אינטרנטית בה הם יכולים לעשות הכול, לדבר עם אנשים שונים מרחבי העולם, לפרסם את מחשבותיהם, לשתף חוויות, ליצור אלבומי תמונות ועוד. מרבית בני הנוער כיום, בישראל כמו גם בעולם כולו, רואים בגלישה ברשתות החברתיות חלק בלתי נפרד מחייהם.

אך לא הכול רורד בעולם הרשתות החברתיות. בבועה הזו מתגלים גם הצדדים האפלים יותר של חיי הצעירים. אחד מהם הוא התופעה הקשה של התעללות ברשת. להתעללות הזאת יכולות להיות צורות שונות: הפצה של תוכן פוגעני כגון תמונות וסרטונים, כתיבה מעליבה שמופצת בין ילדי הכיתה או מופנית ישירות לנפגע ועוד. התוכן הפוגעני מועבר בכל כלי מקוון אשר עולה על דעתנו: בלוגים, רשתות חברתיות, הודעות, מיילים, וואטסאפ, טלפון סלולרי ועוד. דרך זו של פגיעה באדם אחר דרך הרשת מקנה לתוקף אנונימיות ואף בטחון עצמי גבוה יותר מאחר והוא כתב מאחורי מסך מחשב ולא מדבר/מראה/משמץ את הנפגע פיזית/פנים אל פנים. במקרים רבים הנפגע כלל לא מודע שהוא אכן עבר התעללות ברשת מאחורי גבו מה שגורם לכך שהוא לא יכול לנסות ולהקטין את נזקיה.

במחקר שנערך בקרב תלמידי חטיבות הביניים בישראל נמצא כי כ-16% מן המשתתפים נפגעו באלימות ברשת וכ-33% היו עדים לאלימות ברשת. ילדים ובני נוער משתמשים ברשתות חברתיות נתונים בסיכון מוגבר לפגיעה מקוונת. בחוזר מנכ"ל משרד החינוך משנת 2009 פגיעה מקוונת מוגדרת כאירוע אלימות חמור המחייב דיווח ותגובה הולמת. (מרכז המחקר והמידע של הכנסת, 2011). בסקר שנערך לאחרונה בקרב תלמידי שתי חטיבות ביניים דיווחו 6.9% מן המשתתפים כי נחשפו לאלימות ברשת כקורבנות, 7.8% השתתפו כתוקפים ו-22.2% נחשפו כעדים. נמצא מתאם גבוה בין מי שנקטו אלימות מחוץ לרשת לבין מי שנקטו אלימות ברשת.

למרות שהידע על התופעה הזו כבר מוכר היטב, רק מעט מאד נעשה כדי למנוע אותה. אחת השאלות שעולות בהקשר הזה היא מהי האחריות של הפירמות שמפעילות את הרשתות החברתיות (Soler-Costa et al. 2021). זה יהיה הנושא של העבודה הזו. השאלה היא מהתחום של מוסר ועסקים – מהו האיזון הרצוי בין הדרישות השונות מהפירמות האלו: מצד אחד קיומה של רשת חברתית שאכן תצליח למשוך משתמשים, ומצד שני שמירה על כך שהיא לא תנוצל לרעה ותפגע בחייהם של צעירים בשלב פגיע במיוחד של חייהם. המטרות האלו אינן סותרות אחת את השנייה, אבל כן קיים מתח מסוים ביניהן – הצעירים נמשכים לרשתות האלו בגלל שהם יכולים להתבטא בהן בחופשיות ובנוחות, ורשת שתהיה מוגבלת מדי תמצא את עצמה ללא משתמשים. השאלה היא כיצד ניתן להגיע לאיזון הזה.

הפרק הראשון יבחן את האמצעים המקובלים היום לשמירה על התנהגות מוסרית של פירמות, האמצעים המכונים "תחליפי מוסר", מכיוון שהם לכאורה מחליפים את הצורך במוסר באמצעים אחרים. השאלה היא האם הם באמת מצליחים לעשות זאת.

הפרק השני יבחן את העקרונות המוסריים שעשויים להיות הקווים המנחים לאימוץ התנהגות מוסרית של הפירמות בתחום. שני העקרונות שיבחנו בפרק זה הם התועלתנות והחובות.

הפרק השלישי יבחן את האמצעים להפוך את העקרונות האלו למציאות בפירמות שמפעילות את הרשתות החברתיות. האמצעי המסוים שיבחן בפרק זה הוא מה שמכונה "הקוד האתי האוטנטי" (גבע, 2011, פרק י'), שהוא האמצעי שנחשב בתחום של מוסר ועסקים ככלי המוביל ליישום העקרונות המוסריים בפירמות עסקיות בכלל, לאו דווקא בתחום הרשתות החברתיות.

פרק 1 החולשות של תחליפי המוסר

החוקרת אביבה גבע (גבע, 2011) מגדירה תחליפי מוסר כאמצעים שונים שקיימים בעולם העסקי, ואמורים לשמור על ההתנהגות המוסרית של הפירמות, גם אם הן לא יאמצו לעצמן מוסר אמיתי. לפי התפישה המקובלת בעולם העסקי של ימינו, אומרת גבע, התחליפים האלו הם כל מה שצריך, והם מיייתרים את הצורך לשינוי עמוק יותר במוסר של הפירמות. למעשה, יש אפילו מי שיטען שהתחליפים האלו הם המוסר האמיתי, ובין חסידיו של השוק החופשי לדוגמה, שהוא אחד מתחליפי המוסר החשובים ביותר בעולם, יש כאלה שטוענים שכל נסיון לכפות על הפירמות כללים מוסריים הוא למעשה בלתי מוסרי, ורק יפגע במטרות המוסריות שהוא אמור להשיג. אבל כפי שגבע מראה, לכל אחד מהתחליפים האלו יש חסרונות גדולים מאד שמטילים ספק כבד לגבי היומרות שלהם להביא להתנהגות מוסרית של הפירמות.

את החולשות האלו אפשר לראות גם בתחום של הרשתות החברתיות. התחליף הראשון שאותו נבדוק כאן הוא השוק החופשי. מבחינת החסידים של השוק החופשי, עצם התחרות החופשית בין הפירמות אמורה להבטיח את ההתנהגות המוסרית שלהן. אבל יש לכך חולשות שונות. הראשונה בהן היא זאת שמכונה "לא הכול מסחר", לפי חולשה זו השוק איננו יכול למנוע התערבות כלכלית ברשתות החברתיות מכיוון שמבחינת השוק זה דבר לגיטימי לסחור בו כמו כל דבר אחר. "אך לא כל הנכסים האנושיים עומדים למכירה בשוק ולא כל היחסים החברתיים הם יחסי מסחר" (גבע, 2011, עמ' 41). מבחינת הרשתות החברתיות, הן מציעות מוצר מסוים, שיש לו ביקוש רב. אם יש תופעה מסוימת שגורמת לעליה בצריכה של המוצר שלהן, אז על אחת כמה וכמה זה מצדיק את הקיום שלהן – זה מראה שיש ביקוש, שזה מה שאנשים רוצים. אבל מתברר במציאות שהביקוש יכול לעלות גם כתוצאה מדברים איומים. בכמה וכמה מקרים התברר שתופעת הבריונות של בני נוער אחד כלפי השני, שהיתה מוכרת כמובן גם לפני הרשתות החברתיות, נהיתה חזקה עוד יותר בגללן. מקרים של בריונות שהיו לפני הרשתות החברתיות מוגבלים בהיקף שלהם, הפכו לגדולים הרבה יותר. לפני כן היו אולי כמה מבני הכיתה מתעללים בבן נוער אחד, אבל בזה זה נגמר. בעידן הרשתות החברתיות, ההתעללות הזאת יכולה להיות מושכת עבור אחרים שיצטרפו אליה. הסבל של בן נוער (או בת נוער, ההתעללות הזאת קיימת גם אצל בנים וגם אצל בנות, גם מבחינת הקורבנות וגם מבחינת המתעללים) הופך להיות ממש מין אטרקציה, שמוציאה מבני הנוער את הרע ביותר שאפשר. הרשתות החברתיות מגבירות את התופעה הזו, וגם נהנות ממנה בעליה השימוש בהן. הסבל הוא המוצר כאן למעשה (טרבלוס, 2018). זאת היא דוגמה ברורה לכך שלא כל מה שהשוק החופשי מאפשר לסחור בו הוא גם מוסרי.

כשל נוסף של השוק החופשי הוא ש"לא הכל פתוח". עקרונית, בשוק פתוח, יש הרבה מתחרים, ואף אחד מהם אינו יכול להכתיב את התנאים של השוק. אבל בתחום הרשתות החברתיות, מעצם ההגיון של הרשתות האלו, יש נטיה למונופולים – יש יתרון לרשת שיש בה הרבה חברים, ובמיוחד זה נכון לגבי בני נוער שירצו להצטרף לרשת גדולה ככל האפשר. אפשר היה לטעון אולי שהשוק יביא לכך שרשתות שיעשו עבודה טובה יותר בהגנה על בני הנוער יזכו להצלחה גדולה יותר, וכך השוק יבטיח התנהגות מוסרית יותר. אבל זה ממש לא המצב בשוק הרשתות החברתיות, שבו למספר קטן מאד של חברות (פייסבוק, הגדולה שבהן, היא גם הבעלים של אינסטגרם) יש שליטה כמעט מוחלטת על השוק. במצב כזה, השוק בפני עצמו אינו יכול להבטיח שיפור בהתנהגות המוסרית.