

# טרנסמדיה וחינוך

ערגה הלר\*

המשחקי-חינוכי הטמון בטרנסמדיה, הוא פעל לשלבה במערכת החינוך הממוסדת ובפעילויות חינוכיות לשעות הפנאי והיה שותף במיזמים חינוכיים-משחקיים ללמידה גלובלית המבוססת על יצירת עולמות "מלאי קסם", כלשונו. למשל, מיזם הטרנסמדיה של רחוב סומסום, שהתבסס על סדרת הטלוויזיה הדידקטית הוותיקה, הוסיף לה ספרי עיון, משחקי רשת, מארזי DVD הכוללים גם הפעלות אינטראקטיביות, מערכי שיעור לגן להפקת הצגות בנושאים רגשות ומצבים חברתיים, תחפושות של דמויות הסדרה, בובות, צעצועים ועוד. כל זאת נועדו ליצור בעבור קהל של פעוטות וילדי גן סביבה שהעלילה הטלוויזיונית משתלבת בה במשחק ובעשייה. כמו כן, המרכז הפיק חומרים להורים ולצוותי חינוך, ובהם הנחיות ליצירת סביבה לימודית מעשירה בתוך הצגת עלילות הסדרה בעולם הממשי - פינות משחק, בובות ויצירה (Herr-Stephenson, Alper, Reilly, & Jenkins, 2013).

בסוף העשור הראשון של המאה העשרים ואחת חידש ג'נקינס בעיקר בכך שהתמקד בטכנולוגיית האינטרנט ובתרומתה לתהליך של הפיכת נרטיב לטרנסמדיה בתוך שילוב בין המסר המילולי, המסר החזותי והמסר השמיעתי. אמנם ג'נקינס הרבה לשתף פעולה עם יוצרי רחוב סומסום, אך מרבית אנשי החינוך טרם שמעו על אפשרויות הטרנסמדיה. היו אלה דווקא חוקרי התרגום שגילו עניין רב בהיבט מסוים של התאוריה התקשורתית החדשנית. לפי התאוריה, כשסרט חדש יוצא לקולנוע, שידורי הבכורה שלו מתקיימים כמעט בו בזמן בכל רחבי העולם. בארצות רבות הוא מתורגם ומדובב. הסרט גם מלווה במשחקי רשת או בפעילויות שיתופיות באינטרנט. לעתים קרובות הוא מבוסס על יצירת ספרות שתורגמה, וכעת יש לרענן את התרגום הישן. כמו כן, יש חובבים הקוראים את הטקסט המקורי בשפה אחת ומיד יוצרים "פנפיקשן" בשפה אחרת. כך מופיע בה בעת אוסף יצירות, טרנסמדיה, בכמה שפות ובכמה ערוצים, בכללם קולנוע, משחקי מחשב וספרות כתובה ומתורגמת. על היוצרים לגבור על ההבדלים בין הערוצים ובין השפות במאמצייהם לשמור על אחדות בעלילת-העל ובמאפייניה (Scolari, 2009, p. 587). לא פעם צרכני הטרנסמדיה עצמם הופכים ליצרנים שלה ולמבקריה, והם מקפידים לשמר את האחידות בזהות הדמויות ואת מוצא העלילה (מקום, זמן).

בתהליך זה מתבצעים כמה סוגי המרות: עיבוד קולנועי - המרה של סיפור מודפס בתוך הוספה של ערוץ חזותי ושל ערוץ שמע; תרגום - המרה של טקסט בין שפות. תרגום לכתוביות משנה את הערוץ המילולי שהיה בערוץ המקורי, ואילו דיבוב מחליף את ערוץ השמע. בצפייה ביתית בסרט מדובב אפשר לשלב בין ערוץ שמע בשפה אחת לכתוביות בשפה אחרת. כל אלה היבטים של טרנסמדיה בתרגום. גם המתרגמים של משחקי המחשב מציעים לשחקנים ייצוג של עולם אחד ואחיד במגוון שפות דבר שאולי נתפס כמובן מאליו, אך אינו טריוויאלי כאשר מדובר במערכות לשוניות רבות המתייחסות בה בעת למערכת התקשורתית חזותית, משמע התמונות על המסך, ולמערכת לשונית של שפת המקור, שלעיתים היא עצמה מערכת תרבותית מתווכת לעולם התרבותי המיוצג באמצעותה (O'Hagan, 2012). מעבר בין-תרבותי או בין-שפתי זה מקשה על מתרגמים, ולא אחת פוגע באחידות. צרכנים המתקשים לזהות אחידות חשים תסכול מכך. כאשר מדובר בסרטים לילדים או לכל המשפחה, ציבורים שאינם צורכים את עלילות הטרנסמדיה בשפה האנגלית הבין-לאומית (international English) העלילה

טרנסמדיה (Transmedia) היא נרטיב (משמע סיפור) המתקיים בה בעת בכמה טכניקות סיפוריות, חזותיות ומשחקיות, בכמה ערוצי תקשורת ובמגוון אמצעי תקשורת, ומכאן משמעות שמה: חוּפָּה-מְדִיָּה. את המושג טבע לראשונה הנרי ג'נקינס (Jenkins), חוקר תקשורת מ-MIT, בראשית המאה העשרים ואחת כחלק מעבודתו ההשוואתית על סוגי מדיה (Jenkins, 2003). ג'נקינס מצא כי עלילה יכולה לזלוג מסרט לספרות חובבים או מספר למשחק לוח, ולהימשך שם באופן משחקי ומהנה. משעה שיצירת ספרות, למשל, ספר עלילתי דוגמת שר הטבעות של טולקין, חצה את גבולות המדיום - הפך לסרט קולנוע ולמגוון מוצרים מסחריים ברישיון (משחקי מחשב, בובות) ושלא ברישיון (למשל אתרי חובבים), הוא יצא למעשה מגבולות הסוגה ונעשה עלילת טרנסמדיה.

תאוריית הטרנסמדיה מתבססת בראש ובראשונה על הנחת היסוד שמתבצעת העתקה מודעת, מלאה, מפורשת וגלויה - אותו עולם התרחשות ואותן דמויות משמשים נקודת מוצא לעלילה החדשה. גם תרגום של יצירה, דוגמת ספר או סרט, הנושאת בזיכיונות מסחריים, נתפס כחלק מיצירת טרנסמדיה. ההגדרה ליצירת טרנסמדיה קובעת כי היא פעילה בערוצים נוספים לערוץ היצירה המקורי, אך אין בה קביעה בכמה ערוצים מדובר ואין זה מחויב שיוצר הטרנסמדיה יחזיק בהיתרים מסחריים, ברישיון, בתקציב, במקצוע או בהשכלה. גם איכותם האסתטית של הנרטיבים החדשים אינה משפיעה על הגדרתם לעניין זה, בין אם הם יצירות מופת ספרותיות או קולנועיות, משחקים מבדרים או יצירות גרועות, משמיות וחסרות כישרון. זאת ועוד, יצירת טרנסמדיה אינה מחויבת לשמור על המסר של היצירה המקורית. הפרות ממין זה מצויות בדרך כלל בספרות חובבים (FanFiction או "פנפיקשן"), שהיא ביטוי מובהק של טרנסמדיה. כך, למשל, בסדרת הספרים הארי פוטר שכתבה ג'ק רולינג, הארי נעשה לבן זוגה של ג'יני, ואילו בכמה מיצירות ספרות החובבים באינטרנט הוא בן זוגה של הרמיוני. אלו הן הסתעפויות של יצירה נתונה, המשכים שלה או יצירת עלילות מקבילות, המתפרסמות בה בעת עם פרסום היצירה המקורית או בסמוך לכך, והכללים המחייבים היחידים הם זיקה מוכחת לעלילת המקור ולדמויות המקוריות.

אף שתאוריית הטרנסמדיה מזכירה לכאורה את הדיון בייצוגים בתאוריה העוסקת באינטר-טקסטואליות, אין מדובר בתופעה אחת. אמנם אפשר להסביר יצירות המזוהות כטרנסמדיה גם באמצעות המונחים שקבעו ז'ר ז'נט (Genette) ורולן בארת (Barthes), אך שני חוקרים אלו התמקדו בסוגי הקשרים בין הטקסטים עצמם, ולא בסיווג הערוץ. אינטר-טקסטואליות נבדלת מטרנס-מדיה גם בכך שהיא תחבולה המעמתת בין יצירות נפרדות, שלעתים אין בין העלילות שלהן קשר גלוי.

בתחילה תיאר ג'נקינס את הטרנסמדיה כנרטיב שכל ערוץ תקשורת מעניק לו ייחוד משלו, אך כולם שומרים על אחידות עלילתית ומספקים חוויה בידורית (Jenkins, 2007). ואולם, בהמשך Herr-Stephenson, Alper, Reilly, & Jenkins (2013) הבין ג'נקינס כי הטרנסמדיה מתאפיינת בגמישות בלכידות העלילה וביצירתיות ובמשחקיות רבה. משחשף ג'נקינס את הכוח

\* ד"ר ערגה הלר היא חוקרת תרבות המשמשת ראש ההתמחויות בספרות ובאמנות במכללת קיי. הלר עורכת את כתב העת 'קולות' לחינוך וחברה בהוצאת מכללת קיי. פרסומיה מתמקדים בעיקר בחקר התרגום של פנטזיה, מד"ב וטרנסמדיה ובמחקר ספרות הילדים.

אחת הנקודות העולות אצל חוקרי טרנסמדיה רבים, בין אם הם עוסקים בחקר תקשורת, ספרות, קולנוע או חינוך, היא שזהו אמצעי עכשווי, דיגיטלי וגלובלי, היוצר עולמות מרובים וקסומים שילד יכול "להיכנס לתוכם" בממד הממשי והווירטואלי כאחד. הדבר נותן מענה לצרכים של הילד להיכנס לעולם היצירה, להמציא עולמות ועלילות, שהוא שותף להן במשחק ובחוויה. בין השאר הוא נעשה שותף ליצירה בפלטפורמות של משחק למשתתף אחד (צביעת דמותו של גיבור סיפור הטרנסמדיה במחשב) או לפעילות משחקית מרובת משתתפים, ולעתים אף גלובלית. חשיבותם של כל אלו לחינוך הילד ולהתפתחותו כבר נידונו רבות במגוון תאוריות (Heller, 2014, p. 180). יש לציין שמשחקי הטרנסמדיה הדידקטיים אינם מיועדים רק לפעוטות וילדי גן, כמו במקרה של מיזם רחוב סומסום. היום שיתוף בטרנסמדיה הוא פעילות מקובלת בקרב בני נוער רבים, החובבים סרטים וסדרות טלוויזיה והופכים ליצרנים באתרי החובבים שמחוץ למערכת החינוך. אפשר לגייס את הנוער לפעילות טרנסמדיה חינוכית, המשלבת חשיבה יצירתית, חדשנות, דמיון ואוריינות דיגיטלית בסביבת בית הספר. במחקרים שונים בעולם המערבי נמצא כי לימוד באמצעות טרנסמדיה מגביר מיומנויות אינטראקטיביות ותקשורתיות, בכללן דיבור וציבור, מעצים חוויות תרבותיות ואסתטיות ומחדד את הקריטריונים השיפוטניים, ובה בעת מפתח רגישות לאחר ומעמיד את הילד או הנער באופן ביקורתי לפני הגבולות שהחברה מציבה לפניו (Munaro & Vieira, 2016, pp. 1012-2015). הרווח אפוא אינו רק אקדמי-אינטלקטואלי אלא גם אישי, פסיכולוגי והתנהגותי. ואכן, בתי ספר רבים בארצות הברית ובאירופה משתמשים בטרנסמדיה להוראה. אין מדובר רק בטרנסמדיה המבוססת על טכנולוגיות חדשניות. גם ספרי קומיקס, סרטי תעודה וסרטונים של התלמידים הם טרנסמדיה המאפשרת לימוד חווייתי ויצירתי של עלילות ספרותיות, מידע היסטורי או כללים מדעיים - ידע שבעבר נרכש בדרך השינון בלבד. הוראה באמצעות טרנסמדיה קושרת בין המערכת החינוכית לעולמו של הצעיר באופן הדוק ומזמנת לו אפשרות להמשיך ללמוד ולבנות ידע והבנה בצורה משחקית וחוייתית גם אחרי שעות בית הספר. כדי ליצור יצירת טרנסמדיה חינוכית איכותית יש צורך בתקציבים גבוהים ובמערכת ליווי ובקרה, ולכן כמעט שאי אפשר לעשות זאת בקרב תלמידים, מורים ובתי ספר. לפיכך, יצירת קורפוס 'טרנסמדיה' דידיקטי צריכה לעשות במחלקות לחינוך באוניברסיטאות, במוסדות של טכנולוגיה חינוכית או בתעשיית עצמה (למשל בחברות משחקים, בקולנוע ובהוצאה לאור). תלמידים ומורים יכולים לפעול כצרכנים של טרנסמדיה במשחקי רשת ובחברות צעצועים בזיכיון או כיצרנים פעילים ובעלי "משקל סגולי" במסגרת פנפיקשן, משחקי תפקידים, סרטוני חובבים ודומיהם. כך הם יפעלו במגוון ערוצים בהנאה, במשחק וביצירתיות. אם כן, הוראה יצירתית יכולה לנצל בתבונה טרנסמדיה קיימת, גם מסחרית, לפיתוח מיומנויות דיגיטליות והון תרבותי בקרב התלמידים.

נמסרת בשפת היעד המדוברת, למשל, בישראל מוקרנים סרטים המדובבים לעברית, דבר הגורם לפעמים לאי-הלימה בין המיוצג חזותית למיוצג שמיעתי. בפועל, כיוזמה מסחרית ראשונית ולא כתגובה לדרישה צרכנית, רק מעט יוצרים מתרגמים מראש את מכלול יצירת הטרנסמדיה שלהם למגוון שפות (סרטים מדובבים לשפה מקומית, אך משחקי רשת נותרים לא פעם באנגלית).

מקרה טרנסמדיה ייחודי התחיל בסדרת הספרים ארתור והמינימונים. יוצר הסדרה, הקולנוען לוק בסון, פרסם את הספרים בתחילה באנגלית ובצרפתית. ואולם, בראשית המאה העשרים ואחת הוא הפך אותה לסדרה קולנועית, לאתר מרשתת אינטראקטיבי, למשחקי רשת ולמתקנים בפארק שעשועים, כל זאת במגוון שפות כתובות ודבורות (בכללן גם עברית) מתוך מודעות מלאה לכך שאת ספריו קוראים צעירים שאינם יודעים בהכרח את שפות המקור של הסדרה (Heller, 2014, pp. 183-184). נעיר כי נגישות ליצירות טרנסמדיה בשפה המקומית היא עניין רב-משמעות לאוכלוסייה הצעירה, והיעדרה הוא אחד החסמים לאימוץ הטרנסמדיה להוראה או למשחק עצמאי בגילים צעירים.

שינוי חשוב שחוללה תפיסת הטרנסמדיה בתאוריות של נרטיב ושל תקשורת הוא מעבר מדיון בטקסט כיחידה העומדת בזכות עצמה, כלומר דיון בסרט או בספר, או כיצירה שיש זיקה בינה ובין מטא-טקסט שלה, כלומר דיון אינטר-טקסטואלי, לדיון בטקסט ובמכלול האובייקטים המלווים אותו כשלם, כיחידה אחת, אף שזהו אוסף מגוון מאוד (Scolari, 2009, p. 589). השינוי הזה נרחב מאוד מפני שהכללה של האובייקטים המלווים את היצירה מחייבת לבחון, לצד היבטים אמנותיים ותקשורתיים, היבטים הקשורים בתרבות הצריכה, בין אם הגורמים המניעים אותה מסחריים אם לאו. משקלו של טקסט ההופך לטרנסמדיה אינו חלקו היחסי בה, אלא הוא נובע מהמדיה שהוא משפיע על העלילות החדשות הנוצרות באותה טרנסמדיה. שינוי "המשקל הסגולי" של כל רכיב בטרנסמדיה חודר גם לחזקת הסובייקט, והוא נעשה מצרן סביל - "קורא" או "צופה" - ליצור פעיל של נרטיבים מסתעפים, חפצים ורעיונות הנובעים מסיפור הטרנסמדיה. היצירה הסובייקטיבית אינה חייבת להתרחש באותו ערוץ היצירה המקורי, כלומר סיפור פנפיקשן יכול להחליף פרק בסדרת טלוויזיה וסרט חובבים יכול להרחיב עלילה צדדית של חלק מסדרת ספרים (Scolari, 2009, p. 590).

יצירות טרנסמדיה מצויות בשפע באתרי חובבים, הן כסיפורת כתובה הרואה אור לעיתים מזמנות בדפוס והן כמדיה דיגיטלית גלובלית - כאותם חובבים הממשיכים את עלילות הגיבורים האהובים עליהם, הן בתמונות, במשחקי הרשת, בסרטונים ואף בסרטים עלילתיים באורך מלא שהחובבים יוצרים. היום גם חברות המייצרות צעצועים לילדים, דוגמת חברת לגו, יוצרות סיפורי טרנסמדיה לשיווק המוצרים שלהן. כך המשחק בעולם הממשי ממשיך בעולם הווירטואלי בליווי יצירות קולנועיות וחברות קומיקס. אין מדובר רק בחברת לגו. התרבות הדיגיטלית מוצפת בסיפורים ובמשחקים שהם טרנסמדיה, ועולם הילדים והנוער נעשה מרחב בין-לאומי למשחק וללמידה. כיוון שקוראים וצופים מכל העולם הופכים מקהל פסיבי המקבל נרטיב לינארי סטטי לציבור יצרני, השותף לדינמיקה של יצירה א-לינארית המתחדשת ללא הרף (Heller, 2014, p. 180), גם ההיררכיה במשחקים השתנתה. כעת הסמכות אינה נמצאת בהכרח "למעלה", כמו במבנה למידה ישן, אלא יש תנועה רבה "למטה למעלה" - הנמענים הופכים ליצרנים של עלילות משנה או נמצאים בשיח וירטואלי עם היוצר ולעתים אף משפיעים על התפתחות העלילה.

**מקורות:**

- Heller, E. (2014). When fantasy becomes real issue: On local and global aspects of literary translation/adaptation, subtitling and dubbing films. In D. Aben-David (Ed.), *Media and translation* (pp. 173–194). New York and London: Bloomsbury.
- Herr-Stephenson, B., Alper, M., Reilly, E., & Jenkins, H. (2013). T is for transmedia: Learning through transmedia play. USC Annenberg Innovation Lab and The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop. Retrieved from [http://www.joanganzcooneycenter.org/wp-content/uploads/2013/03/t\\_is\\_for\\_transmedia.pdf](http://www.joanganzcooneycenter.org/wp-content/uploads/2013/03/t_is_for_transmedia.pdf)
- Jenkins, H. (2003). Transmedia story telling. MIT Technology Review. Retrieved from <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2007). Transmedia story telling 101. Confession of an Aca-Fan: The official weblog of Henry Jenkins. Retrieved from [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html)
- Munaro, A. C., & Vieira, M. A. D. P. (2016). Use of transmedia storytelling for teaching teenagers. *Creative Education*, 7, 1007–1017. Retrieved from [http://file.scirp.org/pdf/CE\\_2016052515125102.pdf](http://file.scirp.org/pdf/CE_2016052515125102.pdf)
- O'Hagan, M. (2012). Translation as the new game in the digital era. *Translation Spaces* 1(1), 123–141.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586–606.