

# מהפכת נגישות המידע באמצעות האינטרנט והטלפון הנייד ותרומתה לסיפוק צרכים חברתיים: "פוקימון גו" כמקרה בוחן

טל לאור

## מבוא

משחקים נועדו לאפשר פריקת מרץ ולספק שעשוע בסימולציה של המציאות בתחומים שונים. חוקי המשחק, הרגשות, הסקרנות, התחרות, הלמידה, הם מעין "מיקרוקוסמוס" של החיים. המשחק מלווה את האדם בכל גיל, מקום וחברה (ארבל ואחרים, 2011; יהושע ופריש, 2014). ידוע שהאדם שיחק במשחקים עוד בתקופת העת העתיקה וככל הנראה אף לפני כן (סבן, 1991).

בשנים האחרונות התפתחו אפליקציות של מציאות רבודה, משחקי רשת מרובי שחקנים, שיוצרים "פיקציה עירונית" ומשלבים בין העולם הפיזי האמיתי לעולם הווירטואלי של המשחק. זאת בניגוד למשחקי רשת קודמים שבהם עולם התוכן היה וירטואלי לחלוטין (Gotow et al., 2010).

"פוקימון גו" הוא אחד מהמשחקים הפופולריים ביותר בז'נר המציאות הרבודה ובכלל (Giddings, 2017; Keogh, 2017). מחקרים שבדקו את השימוש במשחק, מצאו שהמציאות הרבודה יכולה לגרום לשינויים התנהגותיים בקרב ציבור השחקנים ולהוביל להשפעות רבות על תחומי החיים השונים (Clark & Clark, 2016).

במחקר זה נבחנים המניעים לצריכת משחקי מציאות רבודה, תפיסת ההשפעות בקרב השחקנים ומידת סיפוק צורכיהם, תוך כדי שימוש בשדה המחקר של המשחק "פוקימון גו". המסגרת התיאורטית שמנחה מחקר זה היא אסכולת השימושים והסיפוקים העוסקת בשימושים של צרכני התקשורת במדיה התקשורתיים השונים ובסוגי התוכן השונים שמספקים צרכים פסיכולוגיים וחברתיים (Ruggiero, 2000).

## סקירת ספרות

### משחקי רשת

משחקי רשת הם משחקי מחשב שמאפשרים לאנשים לשחק זה עם זה באמצעות האינטרנט. משחקי רשת מרובי שחקנים אינם שונים במהותם ממשחקי מחשב רגילים, אך החוויה המשותפת ותחושת הקהילה שנוצרת בין השחקנים הפכה את המשחקים האלה לפופולריים ביותר כיום. עם זאת מחקרים שבדקו את אופי התקשורת בין השחקנים במשחקים הללו

מציגים ממצאים סותרים. יש הטוענים ששחקנים רבים נוטים ליצור קשרים חברתיים ארוכים עם אחרים שאיתם הם משחקים (Seay et al., 2004). אחרים מצאו שרמת האינטראקציה בין השחקנים נמוכה ונוטה להתמקד בתקשורת קצרה שמטרתה סיפוק צרכים במשחק (Ducheneaut & Moore, 2004). השחקנים במשחקי רשת מרובי שחקנים אינם נוטים לשתף פעולה ונוטים לראות את המשתתפים האחרים כקהל להצלחותיהם ולא כחברים או שותפים. רוב השחקנים רואים את חוויית המשחק כ"לבד אבל ביחד". ישנה תחושה חברתית של האנשים הסובבים אותם, אך רוב השחקנים לא נוטים לתקשר עם אחרים (Ducheneaut et al., 2006). נוסף על כך, שחקנים רבים אינם נוטים לשתף בחוויות מחייהם האמיתיים אלא משוחחים רק על דברים שקשורים לעולם המשחק (Seay et al., 2004).

מרכיב חשוב שנבחן הוא המניעים של אנשים שונים לשחק במשחקי רשת מרובי שחקנים. אחד המחקרים הראשונים בנושא הוא מודל סוגי האנשים של ברטל, המחלק את שחקני משחקי רשת לסוגים שונים, בהתאם לאישיותם (Bartle, 1996). ניק יי הרחיב מודל זה וברק אם המניעים השונים קשורים בסוגי השחקנים. נמצאו עשרה מניעים לשחק במשחקי רשת מרובי שחקנים, הנחלקים לשלושה מרכיבים שונים:

1. מרכיב ההישגים (Achievement) – כולל שלושה מניעים: התקדמות (רצון להתקדם במהירות ולהגיע למעמד שהוא מעין סמל סטטוס בעולם המשחק), מכניקות (רצון להבין את חוקי המשחק טוב יותר ובכך לשחק ביעילות) ותחרות (רצון לנצח כמה שיותר אנשים).
2. המרכיב הסוציאלי (Sociability) – כולל שלושה מניעים: חברתיות (רצון לעזור ולדבר עם שחקנים), יחסים (שימוש במשחק כדרך ליצור מערכות יחסים חברתיות ארוכות טווח) ועבודת צוות (השגת סיפוק מעבודת צוות משותפת).
3. מרכיב השקיעה במשחק (Immersion) – כולל ארבעה מניעים: גילוי (מציאת דברים במשחק שרוב השחקנים אינם מודעים אליהם), משחק תפקידים (שימוש במשחק כדי ליצור דמות עם רקע וסיפור מקורי בתקשורת עם אחרים בעולם המשחק), התאמה אישית (רצון לעצב את הדמות במשחק באופן נרחב) ואסקפיזם (ניצול עולם המשחק כדי לברוח מהמציאות והקשיים בחיי היום־יום) (Yee, 2006).

דמיטרי ויליאמס ועמיתיו בדקו את חשיבות המרכיבים הללו לשחקני משחק הרשת Everquest<sup>2</sup>, ומצאו שהסיבה העיקרית שהנבדקים שיחקו במשחק היא רצון להצליח (מרכיב ההישגים). הסיבה השנייה בחשיבותה היא מרכיב השקיעה במשחק והסיבה השלישית היא ההיבט הסוציאלי במשחק. עוד נמצא שככל שהמרכיב החברתי או מרכיב ההישגים גבוה יותר, כך גדל הסיכוי ששחקן ישחק יותר זמן. מנגד, ככל שהרצון לשקוע בעולם המשחק גבוה יותר גדל הסיכוי ששחקן ישחק פחות במשחק (Williams, Yee, & Caplan, 2008).

אחד המניעים הבולטים למשחקים הוא ההנאה, שהיא מאפיין מרכזי במשחקים. לפיכך אפשר להשתמש במשחקים להניע פעולות שונות באמצעות הוספת הנאה לפעילות. לדוגמה, נמצא כי המשחק ווי יכול לסייע בשיקום, משחקים אחרים שמשלבים ריצה או הליכה מסייעים לפעילות בריאה, משחקים מבוססי מקום יכולים לגרום לתלמידים לקחת חלק באירועי תרבות (מוזיאונים, למשל) וכן הלאה. בהמשך לכך פותחו משחקים שנועדו להשפיע על התיירות באמצעות השפעה על מיקום המשחקים ועל עידוד אינטראקציה גבוהה יותר במקומות תיירותיים (Zach & Tussyadiah, 2017).

נקודת המוצא של מחקר זה היא אסכולת השימושים והסיפוקים, המניחה שצרכני תקשורת בוחרים את המדיום והתכנים שיצרכו בהתאם לצרכים שהם מעוניינים למלא. לכן חשוב לברוק את המניעים של השחקנים, שכן הם פותחים צוהר להבנת צורכיהם. יתרה מזאת, בדיקת הצרכים שופכת אור גם על האופן שבו משפיע המשחק על השחקנים. לדוגמה, נמצא שמשחקי וידאו אינם ממלאים צרכים של לימוד ולכן נראה שהשחקנים לא לומדים מהם התנהגויות למרות החשש הקיים בחברה (Sherry, Lucas, Greenberg, & Lachlan, 2006).

### משחקי מציאות רבודה

העלייה בפופולריות של מכשירים סלולריים הכוללים מערכות GPS הביאה לפיתוח אפליקציות של מציאות רבודה (augmented reality applications), המציגות מידע שמתקשר למיקום הפיזי שבו האדם נמצא ומשלכות בין המידע הווירטואלי למתרחש בעולם האמיתי.

בשנים האחרונות החלו מפתחי אפליקציות להשתמש בטכנולוגיות הקיימות כדי לפתח משחקים המבוססים על מקום (LBS), פלטפורמה של אפליקציית מציאות רבודה. משחקי מציאות רבודה הם למעשה פיתוח של משחקי רשת מרובי שחקנים, שיוצרים "פיקציה עירונית" בכך שהם משלבים בין העולם הפיזי האמיתי ובין העולם הווירטואלי. בניגוד למשחקי רשת קודמים שבהם עולם התוכן הוא וירטואלי לחלוטין, משחקי מציאות רבודה מוציאים את המשחק מתוך המרחב הרגיל שלו (מסך המחשב או הטלפון) ומוסיפים תוכן וירטואלי לעולם האמיתי (De Souza e Silva, 2017). המשחקים הללו מתבססים על המיקום הפיזי של השחקנים ובונים נרטיב בעזרת התוכן הנוסף המוצג בעולם הווירטואלי (Avouris & Yiannoutsou, 2012; Kjeldskov & Paay, 2007; Magerkurth et. al, 2005).

יתרון חשוב במשחקי מציאות רבודה הוא ההיבט החינוכי שלהם. המשחקים יכולים לפתח כישורים שונים כגון חשיבה, סקרנות, יצירתיות, שיתוף פעולה, ריבוי דעות, מודעות למרחב ציבורי, אחריות ועילות. המשחקים יכולים ליצור מסגרת של למידה חווייתית, שכן באמצעות האינטראקציות של השחקן עם הסביבה הפיזית שלו, השחקנים האחרים והעולם הווירטואלי של המשחק, אפשר לעודד למידה חברתית ולמידת מצבים וקריאתם

(Avouris, Sintoris & Yiannoutsou, 2013; Avouris & Yiannoutsou, 2012) יש משחקי מציאות רבודה שפותחו בעיקר במטרה לחנך ולעודד הבנה של מצבים מורכבים או הבנה מדעית. כמו כן אפשר לשלב אלמנטים חינוכיים גם במשחקים שבהם המטרה העיקרית איננה חינוך אלא סיפוק הנאה לציבור השחקנים (Avouris & Yiannoutsou, 2012). מנגד חוששים מפתחים רבים לפתח משחקי מציאות רבודה בגלל חסרונותיהם הרבים. התנועה במשחקים האלה מתפרשת כדבר נחוץ, כגורם שעלול להקשות על השחקנים, שכן אי אפשר ליהנות מהמשחק באופן פסיבי. נוסף על כך נתפסים משחקי מציאות רבודה כפעולות "יחידניות", וכדי להתגבר על כך במשחקים רבים נדרש שיתוף פעולה בין שחקנים שונים שמתחברים יחד במקומות פיזיים מוגדרים, אך גם האספקט הזה עלול להיות חיסרון לשחקנים מסוימים, למשל כאלה שגרים במקומות נידחים. כמו כן, האתגרים של קביעת מקום והתלות ברשתות הסלולריות ובאמצעים טכנולוגיים שונים עשויים להשפיע על משחקים שדורשים קצב משחק מהיר ותחרותיות (Gotow et al., 2010; Rashid et al., 2006).

### "פוקימון גו"

"פוקימון גו" הוא אחד המשחקים הפופולריים ביותר כיום ומשמש דוגמה בולטת לעלייה בפופולריות של ז'נר משחקי המציאות הרבודה. אפליקציית המשחק הושקה ב-6 ביולי 2016, תחילה בארצות הברית, באוסטרליה ובניו זילנד, ובהמשך גם במדינות אחרות ברחבי העולם.

במשחק נדרשים השחקנים להסתובב ברחבי העולם ולחפש יצורים וירטואליים הנקראים "פוקימונים", המופיעים במקומות מוגדרים במפת המשחק. כאשר שחקן מגיע למקום כזה, הפוקימון יופיע על המסך והשחקן יוכל לנסות לתפוס אותו. המשחק משתמש במצלמה של מכשיר הסמארטפון כדי לדמות את הופעת הפוקימונים הווירטואליים במיקום הפיזי של השחקן. המטרה העיקרית של המשחק היא לתפוס הרבה פוקימונים, כדי לצבור יותר נקודות (Colley et al., 2017; Dorward et al., 2017).

פופולריות המשחק נסקה במהירות (Hanson, 2016). שבוע לאחר ההשקה המשחק היה לפופולרי ביותר בארצות הברית (דה מרקר, 2016) ושבר שיאי הורדות בחנות האפליקציות של אפל (Statt, 2016). סקרים ומחקרים שבדקו את תדירות השימוש במשחק מצאו שמתמשים משקיעים יותר זמן במשחק מאשר ברשתות החברתיות פייסבוק, טוויטר וסנאפצ'אט ביחד (Clark & Clark, 2016). המשחק הגיע למקום השלישי בדירוג משחקי הסלולר הפופולריים ביותר (Nelson, 2016) והוכתר למשחק הפופולרי ביותר לשנת 2016 (Landi, 2016).

בסקר שנערך בקרב שחקני פוקימון זוהו שבע מוטיבציות למשחק פוקימון: אימון, כיף, אסקפיזם, נוסטלגיה, שימור חברויות, השקעה ביחסים והישגיות (Yang & Liu, 2017; Laor, forthcoming, b). קשרים עם משפחה וחברים נמצאו כבעלי השפעה רבה

על שחקנים וכמניע שגורם להם להמשיך לשחק במשחק תקופה ארוכה. הסיבה ששחקנים התחילו לשחק במשחק נמצאה קשורה להערצת המשחק ולהתלהבות מהפורמט של מציאות רבודה (Rasche, Schlomann & Mertens, 2017).

מחקרים שבחנו את המשחק מצאו שהשימוש בטכנולוגיה של מציאות רבודה יכול לגרום לשינויים התנהגותיים של ציבור השחקנים ולהשפיע על תחומי חיים שונים. לדוגמה, נמצא שקיימות שלוש השפעות מרכזיות של המשחק על השחקנים: תחושה של קהילתיות (שבאה לידי ביטוי בקשר שבין השחקנים), ניידות ופעילות אקטיבית (Zach & Tussyadiah, 2017).

המשחק מעורר אנשים לצאת מחוץ לבית, שכן כדי להתקדם במשחק, על השחקנים לבקר במגוון אתרים. נמצא שהמשחק "פוקימון גו" מעורר פעילות גופנית ומשפר את בריאות השחקנים (Clark & Clark, 2016; Zach & Tussyadiah, 2017). זאת ועוד, נמצא שמשתמשי "פוקימון גו" הגדילו באופן משמעותי את מספר הצעדים שהם צועדים במהלך היום (Althoff, White & Horvitz, 2016). כמו כן המיקום של תחנות ומכונים במשחק מעורר אנשים לבקר במקומות ובאתרים חשובים. כך נמצא שאנשים שמשחקים במשחק משקיעים יותר זמן מחוץ לביתם ונחשפים יותר למקומות בטבע שאליהם לא היו מגיעים ללא המשחק (Dorward et al., 2017; Zach & Tussyadiah, 2017). לדוגמה, שחקני פוקימון סיפרו כי בעקבות המשחק הם מטיילים מחוץ לשכונות המגורים שלהם ואף מתכננים טיולים כדי לתפוס פוקימונים במקומות רחוקים יותר (Zach & Tussyadiah, 2017).

האינטראקציה של המשחקים עם הטבע יכולה להותיר רושם חיובי ולגרום לעלייה באהבת הטבע ובפעילויות הקשורות לטבע ולפיכך אפשר להשתמש במשחק כדי להעלות את המודעות לחקר הטבע ולזנים של חיות בעולם האמיתי (Dorward et al., 2017). יתרה מזאת, למשחק יש גם השפעות רגשיות והוא יכול לסייע לאנשים בעלי קשיים באינטראקציה עם אחרים בכך שהוא גורם להם לקשור קשרים עם שחקנים אחרים בסביבה המשחקית. יש הטוענים כי המשחק יכול אף לסייע לאנשים בעלי חרדה חברתית ודיכאון (Pyae & Potter, 2016). עוד נמצא שההנאה מהמשחק קשורה באופן הדוק לתוצאות חיוביות של המשחקים בו: גישור על פערים חברתיים, פחות תחושת בדידות ובריאות פיזית טובה יותר (Yang & Liu, 2017).

כאמור, אפשר להסתייע במשחקים לשינוי התנהגות על ידי הטמעת הרגלים חדשים. משחק "פוקימון גו" מחייב את השחקן לטייל כדי לתפוס פוקימונים ולהשתתף בקרבות. בכך הוא מסייע בהטמעת הרגלים וחיזוק מוטיבציה לטיולים ופעילות גופנית (Zach & Tussyadiah, 2017).

מנגד ישנן גם השפעות שליליות על התנהגות השחקנים. מאחר שמטרת המשחק היא "לתפוס" פוקימונים ולהילחם אחד בשני, הדבר עלול לעודד ניצול והתאכזרות לחיות בעולם האמיתי בניסיון לחקות את המשחק (Dorward et al., 2017). חיסרון

נוסף הוא שהתחנות והמכונים במשחק ממוקמים באתרים ציבוריים חשובים, גורם שמעניק יתרון במשחק לגרים באזורים עם ריכוז רב של אתרים מסוג זה וחסרון לגרים באזורים פריפריאליים. עובדה זו עלולה להטמיע בשחקנים שגרים בפריפריה תחושה של כישלון ונחיתות בגלל הקושי להתקדם במשחק (Colley et al., 2017). השילוב בין המשחק הווירטואלי לעולם האמיתי מחייב את השחקנים לחשוב הן על חוקי המשחק הן על החוקים והנהלים החברתיים והתרבותיים במקומות המשחק. אנשים שגרים באזורים מעורבים מבחינה דתית או גזעית עלולים להיות מוגבלים במקומות שבהם יוכלו לשחק ולהימנע מלשחק באזורים שהם אינם רצויים בהם (Tekinbas, 2017).

ההשפעה השלילית העיקרית היא ההתמקדות הממושכת במסך הסלולרי, שגורמת לכך שהשחקנים אינם מודעים למתרחש סביבם בעולם האמיתי. הסכנה הזאת קיימת גם בשימושים אחרים במכשירים סלולריים, אך האלמנט החווייתי וההנאה הנגזרת מהמשחק מגבירים את הסכנה הזאת (Colley et al., 2017; Joseph & Armstrong, 2016; Laor, 2017; Forthcoming, b). כתוצאה מכך נרשמו מקרים של פציעות במשחק. הסיפור הראשון מסוג זה הוא על שני צעירים שנפלו מצוק בזמן שניסו לתפוס פוקימון שהופיע לידם. ככל שהפופולריות של המשחק עלתה, נרשמו יותר תאונות; רבות מהן היו תוצאה של משחק בעת נהיגה. בין השאר דווח על אדם שריסק את המכונית של אחיו כי שיחק בעת נהיגה, על בחורה שנדרסה בזמן ששיחקה ולא שמה לב לסביבתה ועל אדם שגרם לתאונת שרשרת כשעצר באמצע כביש מהיר כדי ללכוד פוקימונים (Abent, 2016). ריבוי התאונות גרם להפעלת לחץ ציבורי על מפתחי המשחק שבהשפעתו נוספו בשלב הראשון התראות זהירות במהלך המשחק, דוגמת "אל תשחק כשאתה נוהג". באוקטובר 2016 הוצא עדכון שעוצר את המשחק כאשר רכיב ה-GPS מזהה שהשחקן נמצא בתנועה מעל מהירות מסוימת.

היבט נוסף של הלחץ הציבורי והתקשורתי נגד המשחק קשור לנושא פרטיות המידע של השחקנים. כך פורסם שחברת ניאנטיק (Niantic) מקבלת גישה מלאה לחשבונות השחקנים בגוגל. החברה תיקנה פרצה זו בתוך כמה ימים, אך עדיין נשמעות טענות רבות על כך שהמשחק אוסף מידע על השחקנים ללא ידיעתם (De Souza e Silva, 2017; Hjorth & Richardson, 2017).

כיום, אמצעי התקשורת הם גורם מרכזי ביצירת תבהלות מוסריות ובשמירה על סדר היום הציבורי (Lim, 2013); קרי, תגובה קיצונית של המדיה והציבור לטכנולוגיות חדשות שנתפסות כאיום על הסדר הציבורי הקיים (Drotner, 1999; Buckingham & Jensen, 2012; Cohen, 1972). נראה שהעיסוק הנרחב של התקשורת בסכנות המשחק היא הרוגמה העדכנית ביותר לתופעה של תבהלה מוסרית (Laor et al., 2021).

## שימושים וסיפוקים

המסגרת התיאורטית המנחה מחקר זה היא אסכולת השימושים והסיפוקים, העוסקת בשימושים של צרכני התקשורת במדיה התקשורתיים השונים ובסוגי התוכן השונים שמספקים צרכים פסיכולוגיים וחברתיים (Ruggiero, 2000). כך בחירת המדיום הספציפי והתכנים מוכתבת על פי רוב בידי תפקידיו החברתיים ונטיותיו של הצרכן (Katz, 1980). מחקרים מצאו כי לצרכני התקשורת יש צרכים רבים המתמלאים בידי ערוצי תקשורת שמספקים מענה בהתאם למדיום, לתוכן, לטכנולוגיה, לתבניות השידור הזמינות והנגישות ועוד (כ"ץ וגורביץ', 2000). יתרה מזאת, הטענה היא שהאדם אינטליגנטי דיו כדי לזהות את צרכיו ולבחור בהתאם את אמצעי ותוכן התקשורת. בהמשך לכך אנשים יצרכו יותר מכפי שהם רוצים וממה שעונה על צורכיהם (Wei, 2008).

בחירת המדיום בידי אדם קשורה במוטיבציות שונות. קרי, המדיום והתוכן שבהם יבחר האדם ישתנו כדי למלא צרכים שונים וממוטיבציות שונות (Lin, 1999). בעידן ריבוי הערוצים והטכנולוגיות גדלים השימושים והסיפוקים ונעשים יותר משמעותיים בבחירה של אמצעי התקשורת והתוכן, שכן קיימות יותר אפשרויות בחירה (Wei, 2008). אמצעי תקשורת שונים נמצאו קשורים בצרכים שונים. לדוגמה נמצא שהבחירה לצורך רדיו, פודקאסט ועיתונות כתובה קשורה בסיפוק צרכים קוגניטיביים ואילו צריכת טלוויזיה קשורה בסיפוק צרכים רגשיים (כ"ץ וגורביץ', 2000; Laor, forthcoming). שימוש בסלולרי בידי מבוגרים קשור בצורך במשפחה וביטחון ואילו בקרב בני נוער הוא קשור בחברות (Wei, 2008). עוד נמצא שככל שאנשים ראו את הסלולרי כממלא צרכים של העברת זמן ושמירה על קשר, הם השתמשו בפלאפון יותר כדי לשחק במשחקים אינטראקטיביים בדרך (Wei, 2008). משחקי וידאו יכולים למלא צרכים רבים של שחקנים. הפונקציה העיקרית שהם ממלאים היא בידור ואסקפיזם (Sherry et al., 2006; Hou, 2011). עם זאת יכולים משחקי וידאו למלא צרכים קוגניטיביים, רגשיים, חברתיים ועוד. לדוגמה נמצא שמשחקי וידאו משפרים את מצב רוחם של השחקנים ומרגיעים חרדות. זאת ועוד, המשחקים משמשים "עולם אלטרנטיבי" שבו השחקנים יכולים להתנסות בחוויות חברתיות ולשפר את קשריהם החברתיים (Granic, Lobel & Engels, 2014).

## אסקפיזם

אסקפיזם הוא רצון לברוח מטרדות היום-יום ולהירגע בסוף היום (Chang, Hsieh & Lin, 2018). הוא מאפשר לאדם לא לחשוב על בעיות החיים האמיתיות ו"לכבות" את המוח באמצעות עיסוק בדברים שמצריכים פחות מחשבה או מחשבה מסוג אחר (Young et al., 2017). כמו כן הוא מאפשר לברוח מתחושות של בדידות. הוכח שהאסקפיזם הוא אחד מהמניעים של אנשים לשחק במשחקים שונים, ובהם גם משחקי רשת ושימוש באינטרנט (Chen & Lu, 2016). נראה שחשיבות האסקפיזם במשחקים טמונה בפער

שבין המציאות למשחק, שכן השחקן בעצם בורח ממציאות היום-יום למציאות המשחק (Chang, Hsieh & Lin, 2018). עם זאת נמצא ששחקנים המשחקים במשחקי וידאו לצרכים אסקפיסטיים מאמינים שסביבת המשחק אמיתית (Bowditch, Chapman & Naweed, 2018).

נוהגים להבחין בין שני סוגי אסקפיזם: אסקפיזם פסיבי ואסקפיזם אקטיבי. האסקפיזם הפסיבי מאופיין בצפייה מצד שלישי, קרי שאין השתתפות פעילה של האדם ואין לו אפשרות לאינטראקציה עם הטקסט האסקפיסטי. צפייה בטלוויזיה היא דוגמה מובהקת לכך. לעומת זאת האסקפיזם האקטיבי דורש מעורבות של האדם, דוגמת שליטה במשחקים שונים (Jones, Cronin & Piacentini, 2018). יש המגדירים "תרבות משחק" ככזאת שאיננה מערכת אסקפיזם "פשוט" שמאפשר לשחקן להתנתק מהיום-יום באופן פסיבי אלא כאסקפיזם אקטיבי, מורכב, המערב את השחקן ברמות שונות במשחק (Shaw, 2010). נמצא שאסקפיזם במשחקי וידאו קשור אצל שני המינים בשימוש רחב מדי שבוע. קרי, ככל שהמשחק מילא יותר צורך באסקפיזם עלה השימוש במשחק (Yee, 2006). משחקי וידאו חברתיים לכמה שחקנים משמשים כאסקפיזם מלחץ. עוד נמצא ששחקנים משחקים פחות ממניעים תחרותיים ויותר מרצון לשכוח מעט את צרות היום-יום ולברוח מהם (Hou, 2011). כשמדובר בטכנולוגיות תקשורתיות (סלולרי) נמצא כי סטודנטים משתמשים בסלולרי ככלי אסקפיסטי, על מנת להירגע ולברוח מבעיות (Smetaniuk, 2014).

## שאלת המחקר

מהם המניעים הייחודיים לצריכת משחק המציאות הרבודה "פוקימון גו"?

## מתודולוגיה

מחקר זה בחן את המניעים למשחק הפוקימון. המחקר נשען על שיטת מחקר איכותנית, שכללה ראיונות עם 35 שחקנים שאותרו בעזרת פורומים וקבוצות פייסבוק ייעודיות לשחקנים. שיטת הדגימה הייתה "דגימה מכוונת" (purposive / judgmental sampling). שיטת דגימה זו איננה הסתברותית, אך מתאימה לאוכלוסיית מחקר ספציפית, במקרה זה – שחקני פוקימון. החיסרון במדגם מסוג זה הוא שאין לדעת באיזו מידה אוכלוסיית המדגם מייצגת. הריאיון התבסס על שאלון חצי מובנה עם רשימת שאלות, אולם מאפשרים ואף מעודדים חריגות והתאמות. הרעיון בריאיון מסוג זה הוא לאפשר לחוקר לבחון את הנושאים שבהם הוא מעוניין מצד אחד, ולאפשר למרואיין לקשור את עולם התוכן שלו, את ניסיונו ואת תפיסותיו לנושאים אלה מצד שני (יונאי וטורין, 2000). תחילה נשאלו המרואיינים שאלות רקע שנועדו לגרום להם לחוש בנוח עם המרואיין, לדוגמה: כמה זמן הם משחקים במשחקי מציאות רבודה? האם שיחקו בעבר גם במשחקי רשת? לאיזו קבוצה הם שייכים במשחק? ומדוע בחרו בקבוצה זו? בהמשך נשאלו המרואיינים שאלות בכמה תחומים:



- מה היו המניעים שלך להשתתף במשחק?
- עד כמה היה חשוב לך להתקדם במשחק?
- באיזה אופן המשחק גורם לך לצאת מהבית ולהכיר את הסביבה?
- באיזה אופן המשחק גורם לך לעשות פעילות גופנית?
- באיזה אופן המשחק גרם לך ליצור קשרים עם אנשים שונים?
- מתי ואיפה אתה יוצאת לתפוס פוקימונים?

ניתוח הראיונות היה תמטי, כלומר ניתוח איכותני שמנסה להציע פרשנות, משמעות והכללה לתופעה הנחקרת (דושניק, 2011). נערכו תחילה השוואה בין תשובות של נחקרים שונים ולאחר מכן ניסיון לזהות דפוסים משותפים ביניהם (דושניק, 2011; Braun & Clarke, 2006) ועל החוקר היה להכיר את החומר שהתקבל בעת איסוף הממצאים (Braun & Clarke, 2006). עם זאת הניתוח נשען לא רק על פרשנות החוקר אלא גם על תחומי הדעת הרלוונטיים למחקר אשר על החוקר לשלוט בהם (דושניק, 2011). השלב הראשון בעריכת הניתוח התמטי התמקד באיסוף תמלול הראיונות ולמידתם. סידור התמלילים זה לצד זה תוך כדי התמקדות בכל שאלה והשוואת התשובות מאפשר איתור של תמות בראיונות.

במחקר זה רואיינו 35 איש בידי עוזרת מחקר שהשתתפה בהכנת השאלון והכירה את החומר לעומק. הראיונות הוקלטו ותומללו בידי עוזרת המחקר. החוקר האזין תחילה להקלטות ולאחר מכן השתמש בתמלילים וקיבץ משמעויות ודפוסים משותפים.

## ממצאים

המסגרת התיאורטית של אסכולת השימושים והסיפוקים מצביעה על כך שהאדם האינטליגנטי מזהה את צרכיו ובוחר אמצעי שיספק צרכים אלה. עורך המחקר הנוכחי ניסה להבין ולהגדיר את המניעים הייחודיים לצריכת משחקי מציאות רבודה. נמצא שהמניעים הרווחים במשחקים כמו הישגיות, סוציאליות, בידור ואסקפיזם, קיימים גם בקרב שחקני פוקימון. שני מניעים נמצאו ייחודיים למשחקי המציאות הרבודה: אסקפיזם נוסף מבוסס מקום על רקע פעולות היום-יום, השונה במאפייניו מהאסקפיזם המתואר בספרות, ופעילות גופנית, שהוגדרה לראשונה כמניע למשחק.

## הישגיות

אחד הצרכים שנמצאו בקרב שחקנים במשחקים הוא הישגיות ותחרותיות, כפי שנמצא במחקרים קודמים על משחקי וידאו ומשחקי רשת (Yee, 2006; Hou, 2011). מניע זה נמצא גם אצל שחקני "פוקימון גו" (Yang & Liu, 2017), ובמחקר נמצא ברמות שונות בקרב שחקנים שונים. חלק מהשחקנים העידו שתפיסת הפוקימונים חשובה להם והם יתאמצו (במידה משתנה) להשיגם. לעומת זאת חלק מהשחקנים העידו שהם מתייחסים

למשחק בפרופורציות ומשיגים את היעדים במשחק ב"אזורי הנוחות" שלהם, לכן אינם משקיעים מאמץ יוצא דופן כדי להתקדם במשחק. כמו כן זיהינו מגמה של ירידה במוטיבציה להישגים אצל שחקנים שמשחקים כבר תקופה ארוכה. כלומר השחקנים העידו על הישגיות גבוהה מאוד בתחילת המשחק, ועל ירידה בהתלהבות וברמת הצורך בהישגים.

"זה חשוב, אבל מבחינת סדרי עדיפויות כרגע לא מוצאת זמן... פעם זה היה חשוב לי. זה מאוד דינמי המשחק הזה מבחינת הקרבה שלי למשחק. פעם הייתי חורשת על המשחק להגיע לרמה גבוהה במכונים. גם יש את העניין של להשתוות לחברים למשחק יש את הרמה שכולם נמצאים בה ורוצים להגיע לזה".

"בהתחלה מאוד (היה חשוב לי להתקדם במשחק). באיזה שהוא שלב הבנתי שזה הקונספט, זה הדרך... עשיתי מה שהרגיש לי נכון... בהתחלה זה היה בקטע של 'להשיג את כולם', כשאת נמצאת למעלה יותר מידי זה מתחיל לשעמם אותך".

"בתחילת המשחק מתלהבים מהפרטים הקטנים האלה וככל שמתקדמים זה נהיה פחות רלוונטי".

נראה שהמשחק עונה על הצורך בהישגיות בקרב השחקנים בעצימות שונה, אך לזמן מוגבל ולפיכך בהמשך ככל הנראה השחקנים יחפשו מרחב אחר שיספק להם צורך זה.

### סוציאליות

שימור חברויות והשקעה ביחסים הם אחד המניעים למשחקי רשת (Yee, 2006) ו"פוקימון גו" (Yang & Liu, 2017). אינטראקציה עם משפחה וחברים נמצאה כבעלת השפעה רבה על שחקנים וכמניע שגורם להם להתמיד במשחק תקופה ארוכה (Rasche, Schlomann & Mertens, 2017). גם במחקר זה נמצא שסוציאליות היא אחד המניעים למשחק ובמיוחד עבודת הצוות. החידושים האחרונים במשחק דורשים קבוצה גדולה של שחקנים כדי להגיע ליעדים ולאתגרים חדשים במשחק, כך שהתגמול בסוף מוביל להנאה וסיפוק מעבודת הצוות.

רוב השחקנים סיפרו שהם משחקים עם חברים ובני משפחה. לדוגמה, אחד המרואיינים סיפר שהוא מחפש פוקימונים עם אשתו ואחר סיפר שהוא מחפש פוקימונים באופן קבוע עם בנו. מרואיין נוסף סיפר: "על הדרך פגשתי [חברים] חדשים. הם חברים לכל דבר ואני יוצא עם מישהי בגלל זה".

לסיכום, מהראיונות עולה שהמשחק מוביל לפעילות חברתית שעל פי רוב ממוסגרת במשחק, הן במשחק המשותף הן בשיתוף חוויות ומידע על המשחק ברשתות החברתיות. בדומה למחקרים קודמים נמצא שהאינטראקציות הן קצרות ומתמקדות בעיקר במשחק (Ducheneaut & Moore, 2004), בדומה למחקרם של סיאיי ואחרים אשר מצאו ששחקנים רבים לא נוטים לשתף חוויות אישיות מחייהם האמיתיים, אלא מדברים אך ורק על דברים שקשורים לעולם המשחק (Seay et al., 2004). גם המרואיינים במחקר זה סיפרו,

כי האינטראקציות שפיתחו בעקבות המשחק לא המשיכו "לעולם האמיתי", אף על פי שהיו רוצים בכך. במקרים רבים סיפרו המרואיינים, כי הם משחקים בקבוצות הטרוגניות.

## בידור

אחד המניעים הבולטים ביותר למשחק במשחקים שונים דוגמת משחקי וידאו, הוא האסקפיזם (Sherry et al., 2006; Hou, 2011). גם במקרה של "פוקימון גו" נמצא שהוא משרת את השחקנים וממלא את הצורך שלהם בהנאה ובכריחה מן המציאות ומקשיי היום-יום. מניע השקיעה במשחק ממלא את הצורך באסקפיזם, כאשר על פי רוב השחקנים העידו על הנאה מרובה מהמשחק ועל "כריחה". פרמטר נוסף במניע זה הוא הסחת דעת. גם פרמטר זה בא לידי ביטוי בכך שהמשחק גורם לשקיעה ולהסחת דעת ממרחב הזמן ואף להסחת הדעת מהמרחב הפיזי ולחוסר התמצאות שמביא אותם לחוסר זהירות.

לסיכום, מהראיונות עלה שהמניעים למשחק "פוקימון גו" תואמים את המודל שהציע יי: הישגים, יחסי חברה ושקיעה במשחק.

## מניע חדש: אסקפיזם מבוסס מקום על רקע פעולות היום-יום

מהראיונות עולה שהמשחק מתרחש במקביל לפעולה נוספת ואף משרדג את פעילויות היום-יום כך שאפשר לזהות סוג של אסקפיזם שטרם הוגדר במחקר: אסקפיזם בתוך פעולות השגרה וריבוי המשימות. קרי, השתתפות בכמה פעולות בו זמנית, כשהמשחק הוא חלק מהפעילות ומשמש כמעין כריחה מפעולות מחוץ לבית שאף הן מייצגות אסקפיזם. לדוגמה, אחד המרואיינים סיפר: "בכל מקום איפה שאני הולך אז אני גם משחק פוקימון גו [...] הולך, בודק". ואחת המרואיינות סיפרה שנהגה לצאת לריצות עם המשחק: "יצאתי לריצות עם זה [...] והייתי עוצרת את הריצות באמצע בשביל לתפוס פוקימונים". מרואיין נוסף שיתף שגם עבדו ועבדו חבריו המשחק משמש אסקפיזם בזמן פעולות נוספות ואף בזמן פעילויות חברתיות: "יש לי חברים שמשחקים ביחד, אז אנחנו מסתובבים ויוצאים וכשיושבים נגיד כברים אני פותח את המשחק ומשחק". כלומר, המשחק משמש כאסקפיזם מבוסס מקום, כבדכריה של המרואיינת הבאה: "כל פעם שיש לי זמן, אני פותחת את האפליקציה, פשוט שיהיה כרקע... בעבודה, או שטיילתי עם הכלב, או כשהייתי יוצאת לטיולים בשביל".

כך נשמעו עדויות שהמשחק משמש כרקע לפעילויות היום-יום מחוץ לבית, לדוגמה בעת הליכה לסופרמרקט, בילוי עם חברים וכיוצא בזה. אחד המרואיינים הסביר מדוע הוא מרגיש צורך לפתוח את האפליקציה בזמן פעילויות אחרות: "זה עוזר לי לעשות את הדברים שאני רוצה לעשות והופך את זה למשהו פחות משעמם".

ככל הנראה בעתיד ישמשו משחקי מציאות רבודה כמניע של אסקפיזם חדש, מבוסס מקום, שהולך וגובר בעת פעילות מחוץ לבית, כפי שאפשר לראות בדוגמאות רבות

בעידן הדיגיטלי, שבו ריבוי המשימות והתופעה של "מסך שני" הופכים למגמה ברורה (Van Cauwenberge, Schaap & Van Roy, 2014; Giglietto & Selva, 2014). הדוגמה הקלאסית לשימוש ב"מסך השני" היא הרשתות החברתיות ותקשורת הוואטסאפ בזמן פעילות אחרת. במחקר ראינו שהמשחק משמש גם הוא כבריחה ל"מסך שני" בזמן פעילויות אחרות. מחקרים אחרים הראו ש"המסך השני" שימש צופים כעיסוק בזמן פרסומות או תכנים שלא היו רלוונטיים להם (Giglietto & Selva, 2014). הערך המוסף שמתקבל דומה לכלי תקשורת מסורתי שהצריכה שלו כיום לרוב שניונית בעת נהיגה, פעילות ספורטיבית, ניקיונות וכישולים – הרדיו (לאור, 2015).

### מניע חדש: פעילות גופנית

מחקרים שבחנו את המשחק מצאו שהשימוש בטכנולוגיה של מציאות רבודה יכול לגרום לשינויים התנהגותיים בציבור השחקנים ולהביא להשפעות רבות על תחומי החיים השונים. המשחק מעודד אנשים לצאת למרחב ולפיכך מעודד פעילות גופנית (Clark & Zach & Tussyadiah, 2016; Clark, 2016), השפעה חיובית שעלתה גם במחקר הנוכחי. רבים העידו על פעילות גופנית כהשפעה חיובית בולטת של המשחק. "בקטע הספורטיבי זה דורש הליכה דורש סוג של תנועה בחוץ".

אחת המרואיינות סיפרה שהייתה יוצאת לריצות עם המשחק: "יצאתי לריצות עם זה [...] והייתי עוצרת את הריצות באמצע בשביל לתפוס פוקימונים". אחרים סיפרו שהמשחק גרם להם ללכת יותר ברגל ואחד המרואיינים העיד כי "אני מכיר אנשים שזה עוזר להם לצאת מהבית להליכות, לכושר...". מרואיינת סיפרה: "זה גרם לי יותר לצאת מהבית להיות פחות פדלאה". מרואיינים נוספים סיפרו גם הם על הליכות ארוכות שיצאו אליהן בזכות המשחק: "אחד הדברים שזה גרם לי [...] יותר ללכת ברגל אני הולך איזה עשרים קילומטר ביום כדי שהביצים יבקעו". "היינו עושים הליכות די ארוכות, זה היה בתקופה שהייתי מתאמן אז זה הוסיף לי מאוד". אחרים סיפרו שהמשחק עורר אותם לטייל ולהכיר את סביבתם: "זה גרם לי לטייל המון [...] תראי, לפני שנה המשחק יצא. זאת אומרת בחצי שנה הראשונה אינטנסיבי טיילתי ימים שלמים הייתי בדרכך בגלל סיבות אישיות וזה העיר אותי החזיר אותי לחיים, גרם לי לצאת להתעניין לצאת לשחק הייתי יוצא מהבוקר עד הערב לפעמים מחמש בערב עד שתיים בלילה". מרואיינת סיפרה שכאשר עברה דירה המשחק עורר אותה להסתובב באזור מגוריה החדש ולהכיר אותו: "כשעברנו לדירה חדשה אז הלכנו המון באזור, הכרנו מקומות, מכונים". ברוח דומה סיפר מרואיין אחר כיצד תוך כדי משחק למד להכיר מקומות בשכונתו שלפני ששיחק בפוקימון לא הכיר אותם כלל: "אני גיליתי המון דברים [תוך כדי משחק], אפילו על השכונה שלי ועל השכונות ליד ואני גר בשכונה שלי יותר מעשרים שנה ופתאום גיליתי שיש פה אנדרטה לחיילים ולא היה לי מושג".

## סיכום ומסקנות

שדה המחקר במאמר הנוכחי הוא המשחק "פוקימון גו", בשל הפופולריות שלו. סקרים ומחקרים שבדקו את תדירות השימוש במשחק מצאו שההשקעה בזמן המשחק גבוהה מהזמן המושקע ברשתות החברתיות פייסבוק, טוויטר וסנאפצ'אט גם יחד (Clark & Clark, 2016). המשחק הוכתר למשחק הפופולרי ביותר לשנת 2016 (Clark & Clark, 2016), אך מאז נמצא המשחק במגמת ירידה (Kawa & Katz, 2016). במחקר נבדקו המוטיבציה והמניעים למשחק מציאות רבודה, בהתכתבות עם מחקרים שבדקו מניעים ומוטיבציות לצריכת משחקי רשת, משחקי וידאו ומשחקי מציאות רבודה. זיהוי המניעים למשחק חשוב, שכן הוא מאפשר למידה של הצרכים שעליהם עונה המשחק מתוך הנחה שלאנשים שונים יש צרכים שונים והם צורכים תקשורת ומשתמשים בטכנולוגיות בהתאם לצרכים אלה (Ruggiero, 2000; Sherry et al., 2006). מן הראיונות עולים מניעים המתכתבים עם השימושים שנמצאו עונים על הצרכים של המשחקים משחקי וידאו ומשחקי מציאות רבודה: הישגיות, קשרים חברתיים, אסקפיזם ובידור (Sherry et al., 2006; Granic, Lobel & Engels, 2014; Hou, 2011). נמצא שהמשחק מספק את הצורך בהישגיות, אך לאחר זמן מה יורדת מוטיבציית השחקנים להישגיות. לכן, ככל הנראה, הם יחפשו את סיפוק הצורך הזה במרחב אחר. צורך נוסף שמספק משחק הפוקימון הוא קשרים חברתיים. עם זאת, על פי רוב הקשרים ממוסגרים למרחב ולתוכן שלו. המשחק מספק אסקפיזם ובידור, והשחקנים העידו על הנאה רבה מהמשחק בשעות הפנאי ואף על "ברייחה" בזמן ורקע לשדרוג פעולות שגרתיות אחרות. לאור הממצאים במחקר אפשר לקבוע אבולוציה ורמה נוספת של אסקפיזם. הספרות מתארת אסקפיזם פסיכי כאשר אין מעורבות בפעילות, לדוגמה צפייה בטלוויזיה, ואסקפיזם אקטיבי כאשר יש מעורבות בפעילות, לדוגמה משחקי מחשב. הרמה החדשה שהוגדרה במחקר זה – אסקפיזם אקטיבי נייד מבוסס מקום. יש לשער שבעתיד מניע האסקפיזם הייחודי הזה ישמש כמניע דומיננטי יותר בבחירת משחקי מציאות רבודה. זאת בעקבות ההתפתחות הטכנולוגית של המציאות הרבודה שתאפשר שימוש ב"מסך השני" לפעולות השוטפות של היום-יום. כך נשמעו עדויות שהמשחק משמש כרקע לפעילויות היום-יום מחוץ לבית, לדוגמה בעת הליכה לסופר, בילוי עם חברים וכיוצא באלה. ככל הנראה בעתיד ישמשו משחקי מציאות רבודה כמניע לאסקפיזם הולך וגובר בעת פעילות, כפי שאפשר לראות דוגמאות רבות בעידן הדיגיטלי שבו ריבוי המשימות והתופעה של "מסך שני" הופכים למגמה ברורה (Van Cauwenberge, Schaap & Van Roy, 2014; Giglietto & Selva, 2014). הקלאסית לשימוש ב"מסך השני" היא הרשתות החברתיות ותקשורת הוואטסאפ בזמן פעילות אחרת. במחקר ראינו שהמשחק עצמו משמש כברייחה ל"מסך שני" בזמן פעילויות אחרות, בדומה לממצאים ממחקרים אחרים שמצאו כי "המסך השני" העסיק צופים בזמן פרסומות או תכנים שלא היו רלוונטיים להם (Giglietto & Selva, 2014).

הערך המוסף דומה לכלי תקשורת מסורתי, הרדיו, שהצריכה שלו כיום היא על פי רוב שניונית בעת נהיגה, פעילות ספורטיבית, ניקיונות ובישולים (Laor, Y. Galily & Tamir, 2019; Laor, Galily & Tamir, 2017).

המרוויינים העידו שהיציאה מהבית והפעילות הגופנית היו מניע נוסף לצריכת משחקי מציאות רבודה. בעבר אופיינו משחקים ברשת ומשחקי מחשב בכלל בשקיעה במקום סגור ובניחות משמעותית. כיום ובעתיד המאפיין של מציאות רבודה מחייב השקה לעולם האמיתי ולפיכך מחייב יציאה מהבית, דבר המוביל לפעילות גופנית. לפיכך בעתיד חלק מהשחקנים יעדיפו, ככל הנראה, משחקי מציאות רבודה מפני שהם מניעים לפעילות גופנית ויציאה מהבית.

מן המחקר הזה עולה שלשחקני המשחק "פוקימון גו" יש מניעים שונים לשחק בו והם עולים בקנה אחד עם מחקרים ומודלים קודמים. המשחק ממלא צרכים שונים עבור שחקנים שונים, ואפשר להצביע על כמה שימושים מרכזיים הנוגעים לאסקפיזם, לאינטראקציה חברתית ולאתגריות. "פוקימון גו" שימש במחקר זה כמקרה בוחן של משחקי מציאות רבודה. תרומתו העיקרית של מחקר זה היא בהבנה של שימוש באסקפיזם האקטיבי הנייד מבוסס המקום באופן שוטף ביום-יום בכל מקום ובכל זמן. דפוס צריכה זה הוא ככל הנראה חלק ממהפכת נגישות המידע באמצעות האינטרנט והטלפון הנייד ותרומתו לחברה לסיפוק הצורך באינפורמציה, בבידור ואסקפיזם באופן זמין ונגיש במיוחד.

אומנם בשלב זה מדובר רק במשחק, אך בעתיד ככל הנראה הדבר יתפתח לאפליקציות מבוססות מקום (LBS) אשר יעניקו בזמן אמת אינפורמציה מבוססת מקום, או כל סיוע אחר בכל מקום ובכל זמן, כרקע לכל פעולה אפשרית אחרת. כלומר אפשר לשער שבעתיד הלא רחוק ניפגש בלא מעט משחקים ושירותים המתבססים על מציאות רבודה. זו תהיה המציאות האנושית, והמציאות הרבודה תספק את הצורך האינפורמטיבי, הבידורי והאסקפיסטי. כמו כן המניע הייחודי הנוסף שנמצא הוא פעילות גופנית, שככל הנראה יתפשט לשאר המשחקים של חברה מתקדמת ומערבית שבה המודעות לאורח חיים בריא המשלב פעילות גופנית היא אחד הנדבכים העיקריים.

תיאוריית השימושים והסיפוקים באה לידי ביטוי הלכה למעשה ברבדים שונים, ובעתיד ככל הנראה התלות במשחקים אלה להגשמת צרכים תהיה אף גבוהה יותר.

## מקורות

- ארבל, ח', ד' לחמן, נ' אפשטיין, ה' קאופמן וד' קבלינסקי בן דור (2011). "למידה באמצעות משחקים", **אאוריקה**, 32. <https://www.matar.tau.ac.il/wp-content/uploads/2015/02/newspaper32-docs04.pdf>.
- דה מרקר (2016). "שבוע אחרי שהושק: פוקימון גו הפך למשחק הסלולר הגדול בכל הזמנים". <http://www.themarker.com/wallstreet/1.3006315>
- דושניק, ל' (2011). "ניתוח נתונים במחקר האיכותני: הצעה לארבעה עקרונות מנחים", **שבילי מחקר**, 17, עמ' 137-143.
- כ"ץ, א' ומ' גורביץ' (2000). "תפקידם של אמצעי תקשורת ההמונים בישראל: 1970-1990", בתוך: א' כ"ץ, ה' האז, ח' ארנון, מ' גורביץ' ומ' שיף (עורכים), **תרבות הפנאי בישראל: תמורות ברפואי**

**הפעילות התרבותית 1970-1990 (עמ' 311-321).** תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.  
יהושע, ת' ו' פריש (2014). **משחק הוא חומר לימודי בתחפושת: שילוב משחק בלמידה, שאנן – המכללה האקדמית הרתית לחינוך, קרית שמואל חיפה.** <http://www.levladaat.org/data/upl/SitePages/843-sRedirTo.pdf>  
ינואי, י' וא' טורין (2000). "ליהנות מטקסט רע: איך נשים חוות רומנים רומנטיים", פת"ח, 4, עמ' 157-187.  
לאור, ט' (2015). "הרדיו בישראל והמרחב הקיברנטי: שימושים במדיום הרדיופוני בפלטפורמת רשת בפתח האלף השלישי", קשר, 47, עמ' 137-144.  
סבן, מ' (1991). "משחקי לוח בכנען בתקופת הברונזה הקדומה והתיכונה א' ומקור משחק הסנת המצרי",  
ארץ ישראל: מחקרים בידיעת הארץ ועתיקותיה, 233, עמ' 233-238.

- Abent, E. (2016). *Five Pokemon Go Accidents that Stress the Importance of Paying Attention*, retrieved on 2.12.2016, from: <https://www.slashgear.com/five-pokemon-go-accidents-that-stress-the-importance-of-paying-attention-15448441/>
- Althoff, T., R.W. White & E. Horvitz (2016). "Influence of Pokémon Go on Physical Activity: Study and Implications", *Journal of Medical Internet Research*, 18(12), e315 doi: 10.2196/jmir.6759.
- Avouris, N., C. Sintoris & N. Yiannoutsou (2013). "Learning in the City through Pervasive Games", in: *The Hybrid City II: Subtle Revolutions* (conference paper) (pp. 192-195). Athens: University of Athens.
- Avouris, N. & N. Yiannoutsou (2012). "A Review of Mobile Location-based Games for Learning across Physical and Virtual Spaces", *Journal of Universal Computer Science*, 18(15), pp. 2120-2142.
- Bartle, R. (1996). "Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who Suit MUDs", *The Journal of Virtual Environments*, 1. Retrieved on 26.2.2017 from: <http://mud.co.uk/richard/hcds.htm>
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven & London: Yale University Press.
- Bowditch, L., J. Chapman & A. Naweed (2018). "Do Coping Strategies Moderate the Relationship between Escapism and Negative Gaming Outcomes in World of Warcraft (MMORPG) Players?", *Computers in Human Behavior*, 86, pp. 69-76.
- Braun, V. & V. Clarke (2006). "Using Thematic Analysis in Psychology", *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), pp. 77-101.
- Buckingham, D. & H.S. Jensen (2012). "Beyond 'Media Panics'", *Journal of Children and Media*, 6(4), pp. 413-429.
- Chang, S.M., G.M. Hsieh & S. Lin (2018). "The Mediation Effects of Gaming Motives between Game Involvement and Problematic Internet Use: Escapism, Advancement and Socializing", *Computers & Education*, 122, pp. 43-53.
- Chen, H.J. & J.T. Lu (2016). "Clarifying the Impact of Social Escapism in Users' Acceptance for Online Entertaining Services: An Extension of the Technology Acceptance Model Based on Online Karaoke Television Services Users", *Information Systems Management*, 33(2), pp. 141-153.
- Clark, A.M. & M.T.G. Clark (2016). "Pokemon Go and Research: Qualitative, Mixed Methods Research, and the Supercomplexity of Interventions", *International Journal of Qualitative Methods*, 15(1), pp. 1-3.
- Cohen, S. (1972). *Folk Devils and Moral Panics*. London & New York: Routledge.

- Colley, A., J. Thebault-Spieker, A.Y. Lin, D. Degraen, B. Fischman, J. Hakkila, K. Kuehl, V. Nisi, N.J. Nunes, N. Wenig, D. Wenig, B. Hecht & J. Schoning (2017, May). "The Geography of Pokemon Go: Beneficial and Problematic Effects on Places and Movement", in: *Proceedings of the 35th Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1179-1192). New York: ACM Press.
- De Souza, A. & A. Silva (2017). "Pokemon Go as an HRG: Mobility, Sociability, and Surveillance in Hybrid Apaces", *Mobile Media & Communication*, 5(1), pp. 20-23.
- Dorward, L.J., J.C. Mittermeier, C. Sandbrook & F. Spooner (2017). "Pokemon Go: Benefits, Costs, and Lessons for the Conservation Movement", *Conservation Letters*, 10(1), pp. 160-165.
- Drotner, K. (1999). "Dangerous Media? Panic Discourses and Dilemmas of Modernity", *Paedagogica Historica*, 35(3), pp. 593-619.
- Ducheneaut, N. & R. Moore (2004). "The Social Side of Gaming: A Study of Interaction Patterns in a Massively Multiplayer Online Game", in: J. Herbsleb & G. Olson (eds.), *Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work* (pp. 360-369). New York: ACM Press.
- Ducheneaut, N., N. Yee, E. Nickell & R. Moore (2006). "'Alone Together?': Exploring the Social Dynamics of Massively Multiplayer Online Games", in: R. Grinter, T. Rodden, P. Aoki, E. Cutrell, R. Jeffries & G. Olson (eds.), *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 407-416). New York: ACM Press.
- Giddings, S. (2017). "Pokemon Go as Distributed Imagination", *Mobile Media & Communication*, 5(1), pp. 59-62.
- Giglietto, F. & D. Selva, (2014). "Second Screen and Participation: A Content Analysis on a Full Season Dataset of Tweets", *Journal of Communication*, 64(2), pp. 260-277.
- Gotow, J.B., K. Zienkiewicz, J. White & D.C. Schmidt (2010). "Addressing Challenges with Augmented Reality Applications on Smartphones", in: Y. Cai, T. Magedanz, M. Li, J. Xia & C. Giannelli (eds.), *Lecture Notes of the Institute for Computer Sciences, Social Informatics and Telecommunications Engineering*, 48 (pp. 129-143). Berlin: Heidelberg.
- Granic, I., A. Lobel & R.C. Engels (2014). "The Benefits of Playing Video Games", *American Psychologist*, 69(1), pp. 66-78.
- Hanson, M. (2016). *How to Download and Play Pokemon Go Right Now*, retrieved on 2.12.2016, from: <http://www.techradar.com/how-to/gaming/how-to-download-and-play-pokemon-go-right-now-1324484>
- Hou, J. (2011). "Uses and Gratifications of Social Games: Blending Social Networking and Game Play", *First Monday*, 16(7), Retrieved on November 2020 from: <https://doi.org/10.5210/fm.v16i7.3517>
- Hjorth, L. & I. Richardson (2017). "Pokemon Go: Mobile Media Play, Place-making, and the Digital Wayfarer", *Mobile Media & Communication*, 5(1), pp. 3-14.
- Jones, S., J. Cronin & M.G. Piacentini (2018). "Mapping the Extended Frontiers of Escapism: Binge-watching and Hyperdiegetic Exploration", *Journal of Marketing Management*, 34(5-6), pp. 497-508.
- Joseph, B. & D.G. Armstrong (2016). "Potential Perils of Peri-pokemon Perambulation: The Dark Reality of Augmented Reality?", *Oxford Medical Case Reports*, 10, pp. 265-266.
- Katz, E. (1980). "On Conceptualizing Media Effects", *Studies in Communication*, 1, pp. 119-141.
- Kawa, L. & L. Katz (22.8.2016). "These Charts Show That Pokemon Go Is Already in Decline",



- retrieved on 2.12.2016, from: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-08-22/these-charts-show-that-pokemon-go-is-already-in-decline>
- Keogh, B. (2017). "Pokemon Go, the Novelty of Nostalgia, and the Ubiquity of the Smartphone", *Mobile Media & Communication*, 5(1), pp. 38-41.
- Kjeldskov, J. & J. Paay (2007). "Augmenting the City with Fiction: Fictional Requirements for Mobile Guides", in: K. Cheverst & B. Schmidt-Belz (eds.), *Proceedings of the 5th Workshop on HCI in Mobile Guides, Mobile HCI 2007* (pp. 15-20). New York: ACM Press.
- Landi, M. (2016). *Pokemon Go App Named as the Most Popular Game of 2016 on Google Play*, retrieved on 2.12.2016, from: <http://www.mirror.co.uk/tech/pokemon-go-app-named-most-9375173>
- Laor, T. (forthcoming, a). Radio On-demand: New Habits of Consuming Radio Content. *Global Media and Communication*.
- Laor, T. (forthcoming, b). "Running Away with Pokémon Go Gang. Three Needs of Consumption Pokémon Go", *International Journal of Human-Computer Interaction*.
- Laor, T., Y. Galily & I. Tamir (2017). "Radio Presence in Online Platforms in Israel", *Israel Affairs*, 23(5), pp. 951-969.
- Laor, T., H. Rosenberg & N. Steinfeld (2021). "Oh, no, Pokémon Go! Media Panic and Fear of Mobility in News Coverage of an Augmented Reality Phenomenon", *Mobile Media & Communication*. <https://doi.org/10.1177/20501579211052227>
- Laor, T., S. Lissitsa & Y. Galily (2019). "Online Digital Radion Apps Usages in Israel: Consumers, Consumption and Meaning", *Technology in Society*, 59(C).
- Lim, S.S. (2013). "On Mobile Communication and Youth 'Deviance': Beyond Moral, Media and Mobile Panics", *Mobile Media & Communication*, 1(1), pp. 96-101.
- Lin, C.A. (1999). "Uses and Gratifications", in: Michael Singletary, Gerald Stone & Virginia P. Richmond (eds.), *Clarifying Communication Theories: A Hands-on Approach* (pp. 199-208), Hoboken, NJ: Wiley & Sons.
- Magerkurth, C., A.D. Cheok, R.L. Mandryk & T. Nilsen (2005). "Pervasive Games: Bringing Computer Entertainment Back to the Real World", *ACM Computers in Entertainment*, 3(3), pp. 1-19.
- Nelson, R. (12.7.2016). "Mobile Users Are Spending More Time in Pokémon GO than Facebook", retrieved on 20.1.2017, from: <https://sensortower.com/blog/pokemon-go-usage-data>
- Pyae, A. & L.E. Potter (2016, November). "A Player Engagement Model for an Augmented Reality Game: A Case of Pokémon go", *Proceedings of the 28th Australian Conference on Computer-human Interaction* (pp. 11-15), <https://doi.org/10.1145/3010915.3010960>.
- Rasche, P., A. Schlomann & A. Mertens (2017). "Who is Still Playing Pokemon Go? A Web-based Survey", *JMIR Serious Games*, 5(2), e7 doi: 10.2196/games.7197.
- Rashid, O., I., Mullins, P. Coulton & R. Edwards (2006). "Extending Cyberspace: Location Based Games Using Cellular Phones", *ACM Computers in Entertainment*, 4(1), 1-18.
- Ruggiero, T.E. (2000). "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century", *Mass Communication and Society*, 3(1), pp. 3-37.
- Samuel-Azran, T., T. Laor & D. Tal (2019). "Who Listens to Podcasts, and Why?: The Israeli Case", *Online Information Review*, 43(1), DOI:10.1108/OIR-04-2017-0119.
- Seay, A.F., W.J. Jerome, K.S. Lee & R.E. Kraut (2004). "Project Massive: A Study of Online Gaming Communities", in: E. Dykstra-Erickson & M. Tscheligi (eds.), *CHI '04: Extended*

- Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1421-1424). New York: ACM Press.
- Shaw, A. (2010). "What is Video Game Culture? Cultural Studies and Game Studies", *Games and Culture*, 5(4), pp. 403-424.
- Sherry, J.L., K. Lucas, B.S. Greenberg & K. Lachlan (2006). "Video Game Uses and Gratifications as Predictors of Use and Game Preference", *Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences*, 24(1), pp. 213-224.
- Smetaniuk, P. (2014). "A Preliminary Investigation into the Prevalence and Prediction of Problematic Cell Phone Use", *Journal of Behavioral Addictions*, 3(1), pp. 41-53.
- Statt, n. (22.7.2016). "Pokémon Go Breaks App Store Record for Most First-week Downloads in History", retrieved on 2.2.2017 from: <https://www.theverge.com/2016/7/22/12258874/pokemon-go-apple-ios-app-store-record-most-downloads>
- Tekinbas, K.S. (2017). "Afraid to Roam: The Unlevel Playing Field of Pokemon Go", *Mobile Media & Communication*, 5(1), pp. 34-37.
- Van Cauwenberge, A., G. Schaap & R. Van Roy (2014). "'TV No Longer Commands our Full Attention': Effects of Second-screen Viewing and Task Relevance on Cognitive Load and Learning from News", *Computers in Human Behavior*, 38, pp. 100-109.
- Wei, R. (2008). "Motivations for Using the Mobile Phone for Mass Communications and Entertainment", *Telematics and Informatics*, 25(1), pp. 36-46.
- Williams, D., N. Yee & S.E. Caplan (2008). "Who Plays, How Much, and Why? Debunking the Stereotypical Gamer Profile", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, pp. 993-1018.
- Yang, C.C. & D. Liu (2017). "Motives Matter: Motives for Playing Pokémon Go and Implications for Well-being", *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(1), pp. 52-57.
- Yee, N. (2006). "Motivations for Play in Online Games", *Cyberpsychology & Behavior*, 9(6), pp. 772-775.
- Young, N.L., D.J. Kuss, M.D. Griffiths & C.J. Howard, (2017). "Passive Facebook Use, Facebook Addiction, and Associations with Escapism: An Experimental Vignette Study", *Computers in Human Behavior*, 71, pp. 24-31.
- Zach, F.J. & I.P. Tussyadiah (2017). "To Catch them All: The (un) Intended Consequences of Pokémon GO on Mobility, Consumption, and Wellbeing", in: R. Schegg & B. Stang (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2017* (pp. 217-227), (*Proceedings of the International Conference in Rome, Italy, January 24-26, 2017*).