

כבר מהשיחה הראשונה עם לקוח אני יכול לִצְפוֹת איך העבודה איתו תיראה. לפעמים אני מבין עם מי אני מדבר כבר מהמשפט השלישי. לפעמים אפילו מהמילה הראשונה. בדרך כלל הלקוחות מגיעים אליך בלי כלום, אבל הלקוח הזה הגיע עם דימוי של האתר כבר מוכן לו בראש, מה שהקשה עלי להוציא את החזון שלו לפועל. קווי המתאר של הפרויקט שלו היו ברורים יחסית, הוא עצמו היה נלהב בצורה בלתי רגילה:

“אני רוצה את זה מאוד צבעוני,” הוא אמר כשדיברנו בטלפון, “ושיהיה ויזואל של דובון צעצוע, כחלק מהטריידמרק. תראה, בגדול אני לא יודע איך עושים את הדברים האלה... אבל אני סומך עליך. מה שאני כן יודע זה שאני רוצה שתהיה לזה אווירה של ‘בית ספר’ כשזה לא בבית ספר. אתה מבין למה אני מתכוון? אני אומר ‘בית ספר’, אבל מתכוון ל’לא’,” הוא נשמע משועשע. “כל החצאיות הסקוטיות האלה זה... זה כבר דור אחר וזה לא מה שאנחנו מחפשים.”

הקול שלו היה מגורען וסינתטי בטלפון, כאילו שהוא מדבר דרך מגאפון ישן. הוא תיאר לי תכנים מהעולם הפנימי שלו. “אפשר לקחת את זה יותר לכיוון של אֶפְטֶר־סְקוּל. ואז את השם של האתר, שיהיה למעלה, ובפונט כמו שיש בשלטים של הצופים. אתה מכיר את השלטים שתמיד תלויים על גדרות של בתי ספר? מין יריעות ענקיות כאלה מבר ירוק... אפשר לחשוב שזה כל מה שהם עושים שם, בשבט. מכינים את השלטים האלה. כל פעם שאני עובר ליד שבט זה מה שאני רואה אותם עושים. ואתה יודע, אני

אוהב את איך שהאותיות מצוירות. לא יודע להסביר למה. משהו בזה מדבר אלי. אוי – ואייקונים! כן, אני רוצה אייקונים קטנים באותיות.”

”אייקונים...” חזרתי אחריו ורשמתי על פתק מקומט שהיה לי על השולחן.

”אני יודע שזה שטויות, אבל זה חשוב לי,” הוא אמר.

”ממש לא שטויות,” אמרתי לו.

”אתה יודע, לבבות קטנים, כוכבים. משהו חמוד כזה, כמו שילדות מציירות במחברת כשמשעמם להן בשיעור. בקיצור, מבחינתי אתה יכול לקחת את כל מה שאמרתי עכשיו ולהמשיך עם רעיונות משלך. אני מניח שיהיו לך רעיונות.”

כל התקופה האחרונה עיצבתי פרויקט אחרי פרויקט, ורצייתי דווקא לנוח. יכולתי. זאת אומרת, לנוח. אבל אז הלקוח הזה צץ ומצאתי את עצמי עם הפרויקט שלו, שאני לא באמת יודע להגיד למה הסכמתי לעשות אותו. זה יהיה שקר אם אני אגיד שהמוטיבציה שלי הייתה כלכלית. כל החודשים האחרונים לא עשיתי כלום חוץ מלעבוד, וכסף באמת היה הדבר האחרון שהטריד אותי. ואז הבחור הזה התקשר אלי וקבענו פגישה ליום למחרת; שתיים-עשרה בצהריים בקפה-קפה בטשרניחובסקי. כשהגעתי הוא כבר ישב על כיסא קש מול אחד השולחנות בחוץ. התיישבתי מולו ומהר מאוד התחלנו לדבר על האתר. הסיגנל הראשון שקיבלתי מהאישיות שלו היה שמחת חיים. הוא היה טעון במין עוצמה חיובית שלא תלויה בכלום, משהו שיהיה זול להגדיר כסתם ”שמחת חיים”; זה היה יותר כמו איזה זרם של חיות שנבע ממנו. משהו שאי-אפשר לעצור את התנועה שלו גם אם אתה רוצה לעצור את זה רק לשנייה, כדי להסתכל. הסתכלתי עליו כשהוא דיבר ותיארתי לעצמי שכל פרויקט יזמי יכול להמריא ככה, מאפס.

עוד לפני שהתחלנו לדבר על המסר האסתטי של המוצר כבר היה לי ברור שהרעיונות שלו לא יהיו חדשניים. שהם רק ישחזרו את מה שכבר ממילא מציף את הרשת. אבל זה לא הדאיג אותי. מניסיון כבר ידעתי שההצלחה של אתרים כאלה לא תלויה בחדשנות הרעיונית שלהם, ושמעבר לאיכות של התכנים עצמם, מה שבאמת הופך אתר כזה מסתם עוד מפולת של תוכן לאתר איכותי זה חוויית המשתמש. אחרי עשרים דקות של שיחה התברר שהוא דווקא די בקיא בחומר. אני חושב שהוא אפילו הבין בעצמו שהוא לא מחדש כלום, מה שסופית הפך את הטקטיקה שלו לקסומה בעיני.

הוא הגיע אלי דרך חגי רימר, שלמד איתי תקשורת חזותית בבצלאל. היינו בקשר רק בשנה הראשונה של הלימודים, וגם זה בגלל איזו מטלה בטיפוגרפיה שהיינו צריכים להגיש ביחד, ככה שאי-אפשר להגיד שהתקשורת בינינו התחילה בצורה ספונטנית. ואני לא יודע למה, אבל מאז ההגשה ההיא הוא תמיד התנהג כאילו הוא חייב לי משהו. גם שנים אחרי שסיימנו את התואר הוא היה יכול פתאום לשלוח אלי לקוחות במקום לקחת אותם לעצמו. וזה מוזר, בעיקר כי שנינו מעצבי אינטראקטיב, שזה אחד המקצועות הכי נפוצים בשוק התעסוקה כרגע, וגם בגלל שאני לא בטוח עד כמה עמוס בלקוחות הוא באמת היה, ואם הוא יכול להרשות לעצמו לחלק לקוחות למעצבים אחרים. עד עכשיו הוא עוד עושה את זה לפעמים; שולח אלי לקוחות במקום לקחת אותם לעצמו. כמה פעמים הוא אפילו נתן את הטלפון שלי לאנשים שחפשו שירותי עיצוב לגמרי שונים ממה שאני יודע לתת: עיצוב פנים, עיצוב מוצר, עיצוב פסקול. לא יכולתי לעזור להם. בכל מקרה, הלקוח הזה עמד להכניס לי שלושת אלפים שקל לחשבון, סכום די סטנדרטי לפרויקט בהיקף הזה. השעה הייתה שמונה בערב והייתי בבית. לפני שהתיישבתי לעבוד לקחתי את אינגמר לסיבוב. הלכתי

איתו על קינג ג'ורג' וכשראיתי את האם־פם נזכרתי שנגמר לי הלחם ושכבוקר מצאתי נמלים בקורנפלקס; עמדתי מול הקערה והסתכלתי עליהן צפות בחלב. הסתכלתי על זה במשך די הרבה זמן. הן הזיזו את הרגליים במרץ ובסוף נכנעו לציפה. אינגמר הלך לפני בצעדים שקטים ולאט־לאט התקרבו לאם־פם. רציתי להיכנס איתו לסניף, אבל כשהתקרבו לכניסה מישהו אמר:

”כלבים זה לא...”

זה היה השומר בכניסה. הוא ישב שם על שני כיסאות פלסטיק שהיו מולבשים אחד על השני. הטרחה לאסור עלי להיכנס עם אינגמר בשילוב המבט העייף שלו הסגירו את זה שהוא כנראה טיפוס עקשן. ראו עליו שהוא מרגיש אחריות אמיתית כלפי האספקטים הבטיחותיים של הסניף; היו שם נהלים והוא שמר עליהם. מסיבה כלשהי הנחתי שיש לו גם ניסיון עם ילדים. לפני שהוא הספיק להגיד עוד משהו, מתחתי את הרצועה של אינגמר והלכנו משם. בסוף הגענו לפיצוציית מתוק־בלב על פינת שדרות בן ציון. באופן מפתיע היה שם מבחר יחסית גדול של קורנפלקסים. לקחתי שתי חבילות של וואפל־קריספ ובקופה ביקשתי גם קאמל סופט. בזמן שהבחור שעבד שם פתח את התא המוגבה של הסיגריות, הוצאתי שטר של מאה מהארנק. הושטתי לו את השטר והוא לחץ על אחד הכפתורים של הקופה. המגירה של המזומן נפתחה ונבלמה ברעש על הציר. הוא הרים את הוו המתכתי שהחזיק את השטרות במקום והניח תחתיו את המאה שנתתי לו. בזמן שהוא ברר את העודף הסתכלתי על מסך האל־סידי שהיה תלוי מאחוריו: ראו שם את ערוץ MT_me, אחד מתת־הערוצים של אִם־טיווי. הופתעתי לראות שהוא עוד קיים. למרות שזה לא באמת מפתיע, פשוט כי הוא שיתוף הפעולה הראשון של אִם־טיווי עם אִיבִי, וכנראה רק העובדה הזאת מספיקה כדי להשאיר אותו על המסך לפחות עד

סוף השנה. מה שייחד את הערוץ הזה משאר הערוצים של אָם-טייזי היה שבמקביל לקליפים הופיע על המסך בְּרָקוֹד שנועד להיסרק עם הסמארטפון ממרחק של עד עשרים סנטימטר. הסריקה של הברקוד הפעילה אפליקציה חִינְמִית, שאיפשרה קנייה מקוונת של פריטים שנכללו ויזואלית בְּתוֹכֵן המשודר. באפליקציה אפשר היה לַמְצוֹא את ה־wishlist: רשימת המוצרים השלמה, כשליד כל מוצר ברשימה הופיעה האפשרות לראות את המיקום של בית החרושת שמייצר אותו על מפה, שמתעדכנת ביחס לג'י־פִּי־אָס המובנה של הסמארטפון. לא הבנתי בשביל מה הם עשו את כל הקטע הזה של המפה והבתי חרושת. לא הצלחתי להעלות על הדעת סיטואציה שבה מישהו נהנה מאינפורמציה כזאת. מעבר לזה, דרך האפליקציה הצופים יכלו לקנות גם את התכנים עצמם – כל מיני קבצי אֵי־טִי־וִי־ז, כרטיסים להופעות, דברים כאלה. במהלך השידור רצו בתחתית המסך עדכונים שוטפים על רכישות שצופים בכל רחבי העולם ביצעו דרך האפליקציה. ועכשיו הראו שם קליפ של Die Antwoord. השיר נקרא "I Fink U Freeky". הבחור מאחורי הדלפק שלף שטר של עשרים מהקופה, החזיק אותו ביד והניח עליו כמה מטבעות של חמש. כשהוא הושיט אלי את היר עם העודף, היד שלי כבר הייתה מושטת והכסף עמד לעבור ממנו אלי, אבל אז הוא הסתובב כדי לראות על מה אני מסתכל. הקליפ צולם בשחור-לבן; ראו שם חדר חשוך עם קירות לא מטויחים. בחדר הייתה רק כורסה אחת, ישנה. על הכורסה ישבה בחורה צעירה ששרה ראפ באפריקאנס. העיניים שלה היו שחורות לגמרי ושני מטר ממנה הופיעו ונעלמו נערים צעירים, שכל אחד מהם סבל ממום פיזי מינורי כלשהו. כל אחד מהם הוקפץ לפריים בקאט־אין ונתן סולו של ברייקדאנס. כל סולו היה אמור לייצג את אחד מאסונות הטבע שפקדו את כדור הארץ בשנה האחרונה. הזמרת העוותה את הפנים

חזק כשהיא דיקלמה את המילים של השיר. סביבה בחדר התרוצצו
בערך עשרה עכברושים שטיפסו לה על הכתפיים, על הפנים, על
השיער. הבחור מהקופה ואני עוד עמדנו שם עם הידיים מושטות
אחד אל השני ועם העיניים על המסך. הכסף עמד לעבור בינינו;
הקליפ רק התחיל.

על שולחן העבודה שלי היה הארד דיסק WD506 שחור שקיבלתי מהלקוח כשנפגשנו לפני יומיים. הוא הכיל את ארגז הכלים: מאתיים ג'יגה של סרטונים, ג'ייפגים ועוד תיקייה עם וידאו־אלים משניים שהוא ביקש ממני לשתול במקומות אסטרטגיים בעמוד; תמונה של בחורה בביקיני לכן מצלמת את עצמה עם איפון מול המראה, תמונה של מילקשייק תות בכוס טייק־אווי, תמונה של דובון פרוותי בצבע בז'. כשישבנו שם, בקפה, הוא הוציא את ההארד דיסק מהתיק שלו, הניח אותו על השולחן והסתכל עלי במין חביבות שלא לגמרי הבנתי, התחשב בעובדה שעוד לא עשיתי בשבילו כלום.

"אני יודע מה אתה חושב עכשיו," הוא אמר וחיך, "ואתה צודק. זה באמת המון תוכן. אבל תזכור שזה הכול אני בחרתי. אחד־אחד." ואז הטלפון שלו צפצף ורטט ברעש על השולחן; היה לו סמסונג חמש עם מגן פלסטיק גמיש, מכוסה גבשושיות בומבסטיות לבלימת זעזועים. הסתכלתי עליו מרים את המכשיר ומקליד משהו. הוא הקריח באופן מעורר חמלה. ניחשתי שאני בטח צעיר ממנו בכמה שנים, למרות שגם אצלי זה כבר התחיל ופחדתי מזה בדיוק כמו כולם. כבר הרבה זמן שאני עסוק במחשבה שהגבר הישראלי מקריח מהר יותר מגברים במדינות אחרות. הייתה תקופה שבה הפחד מהקרחה עשה אותי די אובססיבי לנושא ונברתי בכל חומר מדעי שהצלחתי להשיג. מחקרים רפואיים, סטטיסטיקות. חשבתי שזה ירגיע אותי אם אני אדע למה זה קורה לכולם סביבי, אבל זה לא עזר. למעשה זה עשה בדיוק את ההפך. כל ההתעסקות

בנושא הזה עימתה אותי עם המושג המביך "גנטיקה יהודית". עצם העובדה שהמושג הזה קיים, וזה שהוא לגיטימי בקהילה המדעית – זה פשוט גמר אותי. אבל אני מודה שאני מבין את הגנטיקאים. מאוד קל לעשות הכללות לגבי הגברים היהודים: הם לא אתלטיים במיוחד, הם נמוכים והם נוטים למחלות כמו סיסטיק-פיברוזיס, דיסאטונומיה, אלפא 1, אנטי־טריפסין, מוקוליפידוזיס ואנמיה על שם פנקוני מסוג C. אבל כל זה לא חדש. והמחקרים שקראתי הראו שהגברים היהודים הם באמת שיאנים עולמיים בהקרחה, מה ששימח אותי למשך אולי חמש שניות, פשוט כי זה הראה שצדקתי. אבל מה שהכי הטריד אותי בעניין הזה היה הגיל הצעיר שבו היהודים בישראל מקריחים בשנים האחרונות. נחרדתי כל פעם שראיתי חייל עם מפרצים או את הקמפיינים המדכדכים של התכשירים לטיפול בנשירה. הייתי משוכנע שאני עד לשינוי. מצאתי עשרות מחקרים על התקרחות בגיל צעיר, ומחקרים כאלה לא עושים סתם; אם מישהו קם וטורח לחקור משהו, זה כי הוא קורה בפועל. בכל מקרה, התברר שנכון להיום, ארבעים ושניים אחוז מהגברים היהודים בין גיל עשרים לעשרים ושמונה בישראל כבר התחילו להקריח. באחד הימים שלי באינטרנט נתקלתי במאמר שהציע קשר סיבתי בין התקרחות מוקדמת לבין ההשפעה שיש לתנאי הסביבה בישראל, למשל הקרינה הסלולארית והאקלים המקומי. ההשערה הזו הופרכה ברגע שמישהו הסב את תשומת הלב אל האוכלוסייה הפלסטינית, שחיה בתנאי אקלים וקרינה זהים, אבל שיעורי ההקרחה שלה אפילו לא מתקרבים לנתונים של האוכלוסייה היהודית. אני משוכנע שבדור הקודם זה לא היה ככה, לפחות לפי הזיכרון שלי. אני זוכר שפעם גברים הקריחו רק אחרי גיל שלושים, שמפרצים היו ממש סימן היכר של העשור הרביעי לחיים של גבר. הסתכלתי על תמונות ישנות: ההורים שלי יושבים

ליד שולחן עגול באיזה אולם, קירות מחופים עץ, חתונה של מישוהו. כולם בתמונה בני שלושים וחמש, בערך. הגברים פונים אחד לשני בשיחה; חלקם עונדים שרשראות זהב דקות על הצוואר, לכולם יש שיער על הראש. ואני מקבל את הטענה שהתקרחות תלויה בעיקר בגנים, אבל אם היא נכונה, זה רק הופך את ההקדמה של ההתקרחות לעוד יותר מוזרה, כי אם זה גנטי, אז מה הביא לשינוי בקנה מידה כזה בין שני הדורות? הרי דברים כאלה לא קורים כל כך מהר, ועוד בצורה כזו בולטת לעין. בשלב כלשהו של המחקר הקטן והנחמד שלי מצאתי פורום רשמי של גנטיקאים שנקרא: HUM MOLGEM. נרשמתי אליו כמשתמש אורח ונכנסתי לקבוצת דיון שעוסקת בחקר גן ההקרחה. כתבתי שם את ההשערה שלי לגבי השינוי הגנטי בין הדורות והתגובה הראשונה לפוסט נכתבה תוך פחות מעשר דקות. חוקר יוגוסלבי בשם וויגיניץ' פסל את ההשערה שלי בטענה שכל תהליך של שינוי גנטי חייב להתפרש על מינימום חמש מאות שנה. "we will not be the ones who will witness the change", הוא כתב והוסיף שהוא לא מבין למה אנשים שאין להם את הידע האלמנטרי הזה נכנסים לפורום, והוסיף שבשכיל ליצינים כמוני יש אתרים כמו WikiAnswer. הוא אפילו צירף בשבילי את הלינק, כנראה מתוך חשש אמיתי שאני לא אצליח למצוא אותו לבד. מהתגובה שלו הבנתי שכנראה פגעתי בכבוד המקצועי שלו, ושהוא בטח גם מקריח בעצמו. עשר דקות אחר כך נכתבה לפוסט שלי עוד תגובה, הפעם דווקא מחוקר ישראלי. אבישי משהו. הוא קישר את ההקרחה המוקדמת אצל הצעירים היהודים שחיים כיום בישראל לעלייה בשיעור הלחץ הנפשי שהאוכלוסייה הזו חווה. הוא הזכיר שם מחקר פסיכולוגי שעשו באוניברסיטה העברית ב־2010, שבחן את מידת ההשפעה שיש לשנות השירות הצבאי על חתך האוכלוסייה הזו, כמו גם את ההשפעה שיש לאופי הצמיחה

של הכלכלה בישראל, שמעודדת את בני המעמד הבינוני לזימות באופן שמביא אחוז גדול ממנו לקריסה נפשית. בתוך עשרים דקות דחה את ההשערה שלו דוקטורנט מפרוינסטון, שטען שכמות הלחץ הנפשי שבני האדם חווים היא ערך קבוע שמשתנה רק איכותנית וביחס לתקופה הנחקרת. העובדה שמישהו בכלל העז לחשוב שהצעירים היהודים חווים לחץ נפשי גדול יותר משאר הצעירים בעולם זיעזעה אותו והוא הפציר בכל חברי הפורום שלא להתייחס ללחץ נפשי כאל תופעה חדשה.

ביומיום אני נתקל בשני תהליכים נפוצים של הקרחה. אני קורא להם "נסיה" ו"דילול". בנסיה, כמות השיער נשארת זהה במשך כמה שנים מתחילת התהליך ובמקביל נוצרים מפרצים. בדילול, לעומת זאת, קו השיער נשאר זהה, אבל צפיפות השיער פוחתת בשליש. נוסף לשני אלה יש גם "הקרחה קודקודית" שמתחילה במרכז הקרקפת ומתפשטת לכיוון המצח. ובאותו רגע, בקפה־קפה, הלקוח שלי היה בעיצומו של דילול, ואני נכנסתי לתמונה בדיוק בזמן לחזות בשלב האכזרי ביותר בתהליך. מרחוק עוד אפשר היה לחשוב שהוא בכלל לא מקריח, אבל ממרחק של שני מטר או פחות כבר אפשר היה לראות את הקרקפת שלו מבעד למעט השיער שנשאר לו. זה היה מצב ביניים מדכדך; האישה הזו היה על המסלול הבטוח לאובדן השיער שלו, אבל עוד לא היה לגמרי קירח ויכול היה ליהנות מהיתרונות של מצבו הנוכחי כסימולציה של השפע האבוד. מצד שני, הוא ידע טוב מאוד איך הוא נראה לפני שנתיים ואיך הוא ייראה בעוד שנה. במילים אחרות, אפשר לומר שהוא ידע מה הוא מפסיד. ולמרות כל זה, ניכר שהוא משקיע במראה שלו. אני חושב שאפילו הרחתי ממנו אפטר־שייב, מה שמאוד הרשים אותי בהתחשב בעובדה שתמיד היה לי קשה לטפח דברים

שמלכתחילה נראו לי פגומים. האופן שבו הוא התייחס למראה החיצוני שלו, אם ככה, היה לא פחות מהישג בעיני. ואפשר היה גם להרגיש שהוא בא מכסף; אני לא יכול באמת לבסס את זה על משהו קונקרטי, אבל אני מדבר פה על כסף מהבית. מהמעמקים של המשפחה. לא על איזה בסיס כלכלי של דור אחד אחורה. וזה גם לא היה משהו שהוא לבש או אמר שהסגיר את זה, הספיקו לי רק כמה מחוות גוף וההתנהלות הבינאישית הכללית שלו כדי לראות את השילוב המתקתק הזה שהיה בו: בין לארג'יות של ילד, למודעות כלכלית חינוכית שמאפיינת רק אנשים עשירים באמת. רק בנאדם שחווה עושר בקנה מידה כזה יכול לזרוק כסף בלי לחשוב פעמיים, ובסוף היום גם להגיד לך בדיוק לאן כל שקל הלך. אני מניח שבסך הכול הוא היה אדם מעשי; הכסף איפשר לו לנצל את הזמן שלו לעיסוק בדברים שהיו חשובים לו באמת, כמו האתר הזה למשל. הוא סיפר שהוא בן שלושים ושש, וכששאלתי אותו אם הקמת אתרים כאלה היא העיסוק העיקרי שלו הוא הודה שלא, שכבר כמה שנים הוא מנכ"ל של עמותה. המלצרית ניגשה אלינו כדי לקחת הזמנה. הסתכלתי עליו כשהוא דיבר איתה ותהיתי איזו עמותה הוא מנהל, אם זה משהו שאני מכיר. הוא הזמין תה עם חלב. אני לא זוכר מתי לאחרונה ראיתי מישהו שותה תה עם חלב. הזמנתי גם אני והמלצרית הלכה. הלקוח הזיז שוב את ההארד דיסק למרכז השולחן ומנה בפני רשימה של אתרים מופרים מהתחום שהכילו מוטיבים שהיו מוצלחים בעיניו. הוא אמר שהוא רוצה לשאוב מהם השראה ו"להפוך אותם לשלוי". הוא ללא ספק היה אחד כזה שבער לו לייצר משהו מקורי. אחר כך הוא התכופף שוב אל התיק שלו, מה שמיקם את הקרקפת שלו בדיוק מול הפרצוף שלי; הסתכלתי עליה והנחתי שהזדמן לו לנסות תכשירים כמו מינוקסידיל או רוטס HR. המוצרים האלה התרבו בשוק כתגובה לעלייה בכוח הקנייה

של קהל המקריחים, שהפך בהדרגה ליותר ויותר מוחשי וקיבל יחס תואם מרשתות השיווק. בסופו של דבר התסריט המסחרי הזה היה נוֹגֵה; המחירים של התכשירים לא הלמו את המשכורות של רוב האוכלוסייה, מה שהיה חסר פרופורציה ביחס לשגירות של תופעת ההקרחה בקרב האזרחים, וכיחס לעובדה המצערת, שאף אחד מהתכשירים האלה גם לא באמת עבד.

לקראת אחת-עשרה בלילה כבר היו לי כמה סקיצות בסיסיות של הג'ריד. ישבתי מול שולחן העבודה שלי וניסיתי לחשוב איך אני ממקסם את חוויית המשתמש של האתר הזה והופך אותה לאידיאלית. מניסיון ידעתי שהגולשים לא אוהבים ללחוץ על אייקונים, שזה מעייף אותם ושהם מעדיפים ממשק שמציג לך את כל התוכן בעמוד אחד שגוללים בו למטה עם העכבר. החלטתי לפרוש את האימג'ים בצורה שמגיעה אל העין במפתח יציב, בצורה שמזכירה את הסרטונים שמראים פתיחה של עלי כותרת בפאסט-מושן; אימג'ים גדולים, שלוש בנות בכל שורה. כל תמונה כזו הייתה מין "תמונת שער" והקלקה עליה פתחה את העמוד האישי של כל בחורה בטאב חדש. רציתי שתמונות השער יהיו פחות רפרזנטטיביות ויותר יזכירו תמונות מאלבומים ביתיים. לאט-לאט הלייאוט התחיל לתפוס צורה ולהיראות יותר כמו אתר אינטרנט. הסדר הזה של הלחיצה על המקשים ותנועות העכבר על המסך הזכיר לי את התקופה עם יאנה בשיפר-דברת – משרד פרסום ברחוב הארבעה.

כשיאנה הגיעה לקריאייטיב היא הייתה בת עשרים ואחת. בימים הראשונים שלה במחלקה אף אחד לא ממש הכיר ביננו. ביום הראשון שלה במשרד מנהל המחלקה הוביל אותה בזהירות בחדר הגדול ונעצר איתה ליד עמדת המחשב היחידה שהייתה פנויה, העמדה שלידי. אפשר היה לראות שזו לא הפעם הראשונה שהם מדברים; לפני זה היו ראיון העבודה שלה, קורות חיים, בטח כמה מיילים. השיחה ביניהם במשרד נראתה כמו המשך מהודר ושברירי של תהליך ארוך יותר.

שעה אחר כך כבר היינו בתוך הזרם הגדול של העבודה. במשך שנתיים עשינו שם אותו התפקיד עד שעזבנו ועברנו לעבוד במקומות אחרים, מה שקרה פחות או יותר באותו זמן. הדבר הראשון ששמתי לב אליו אצל יאנה היה החריצות שלה. כשהייתי מסתכל עליה עובדת תיארתי לעצמי שככה נראָה מוסר עבודה. על כל דבר שהיא עיצבה היא הסתכלה כאילו אלה פנים של מישהו שעוד לא קבעו אם הוא מת או לא. וההיכרות שלה עם התוכנות, זה לא היה משהו שאפשר ללמוד בקורס; אני חושב שהיא חוותה את האלמנטים הוויזואליים מתוך תפישה מרחבית שהייתה עמוקה יותר משל בנאדם סטנדרטי, ולמען האמת, משהו בזה קצת הפחיד אותי. האינטואיציה המרחבית שלה הייתה פחות מוכוונת אסתטיקה ויותר כזו שהיית מצפּה שתהיה למישהו שגִדל על סיפון של אניית סוחר. בסופו של דבר ידעתי עליה מעט מאוד. ידעתי שהיא לא שותה קפה, שהאייפון שלה לא מצלצל כשהיא בעבודה, ושכל הזמן שעבדתי שם לא עבר בקריאייטיב אפילו מעצב אחד שהיה יותר טוב ממנה. ועדיין איכשהו היא נראתה לי ממוצעת. משעממת.

המחשבות על האוריינטציה הגרפית של יאנה גרמו לי להבין שהתנועה של המידע על הגריד לא זורמת כמו שרציתי. הסתכלתי על המסך במשך כמה דקות בלי לעשות כלום; הייתי תקוע. החלטתי לעזוב את זה קצת והדלקתי סיגריה. לקחתי כמה שאיפות ארוכות וגילתי את עצמי. הלינק הראשון והשני שעלו היו אתרים שעיצבתי לפני בערך שנתיים: אחד של יואן תוספי תזונה בלגיים, השני של רשת מרפאות לייזר בפריסה ארצית. באופן מפתיע, הלינק הרביעי היה מיוטיוב. לא הבנתי מה כבר יכול להיות הקשר שלי ללינק מיוטיוב, אז לחצתי כדי לראות מה זה. לפני שהסרטון התחיל התנגנה פרסומת, הווליום זינק בבת אחת ומצלמה צללה לתוך מסדרון גדול מרוצף שיש. לתוך הפריים שעט נחיל של פעוטות; הילדים השתוללו וחייכו בפה פתוח אל עבר שלטים שעליהם היה כתוב: מיני בית קפה, מיני חדר כושר, מיני חצי־חינם. לקראת אמצע הפרסומת התברר שמדובר ב"מינימול – קניון הילדים היחיד בישראל". בשוט השני ראו את הילדים משוטטים כמעברים של סופרמרקט צעצוע ומטיחים מוצרים לתוך עגלות סופר קטנות. כשראו אותם מדמים תשלום בקופה נשמע קול ילדותי בוויי־אוֹכֶר:

...ואפילו מיני חצי־חינם!

הילדים יכולים לבחור את המוצרים ולשלם בקופה כמו הגדולים!

אחרי הפרסומת המסך נעשה שחור והיו כמה שניות של שקט; זה היה מעבר בין סוגי תוכן. ואז התחיל הקליפ. במקום לצפות בו, גללתי

למטה, אל המידע עליו. התברר שלמישהו בקרדיטים יש שם בדיוק כמו שלי. ניסיתי להיזכר אם אולי בעצם כן ערכתי למישהו קליפ ואני לא זוכר את זה? אבל ידעתי שבחיים לא ערכתי לאף אחד שום דבר. אני גרוע בעריכה. הסתכלתי על הקליפ רץ והרגשתי שבכל זאת יש לי איזשהו קשר אותנטי אליו. אחרי הכול, הוא הופיע תחת השם שלי בגוגל, זה בטח אומר משהו. הסתובבתי על הכיסא שלי ובהיתי בחדר העבודה. הוא היה מלוכלך ומסודר. שולחן העבודה שלי הוא בעצם פלטת זכוכית שמונחת על שני חמורים מפלדת ניקל. על השולחן יש לי מֶק חדש, מֶק ישן, רמקולים של ג'יי־בי־אָל, אמנדה ומאפרה מסתובבת. מעל השולחן, קרוב לתקרה, יש חלון צר ומוארך. הסתכלתי החוצה וניסיתי לחשוב מה יאנה הייתה עושה אם היא הייתה מקבלת את ההנחיות שאני קיבלתי, שאמנם היו סטנדרטיות, אבל בכל זאת היה בהן משהו מעבר ל"מנהלי". סגרתי את הכרום והחלטתי להתפרש, ליצור תחושה של מרחב. הוספתי עוד מאה פיקסלים לרווחים שבין תמונות השער ואת התמונות עצמן הכנסתי ברול־אוֹבֶר; כשמניחים עליהן את העכבר, התמונה מתחלפת. לאימג' הראשון בחרתי תמונה שבה הבנות לבושות בצורה הכי יומיומית שאפשר להעלות על הדעת. לאימג' השני בחרתי תמונות עם קומפוזיציה דומה, אבל בלי בגדים. את הסרטונים הכנסתי בסלייד־שואו, מה שאומר שכשהעכבר עומד על האייקון שלהם הוא מתחלף במונטאז' קצר של חמש תמונות, שתי תמונות פֶר שנייה. את התמונות של המונטאז' הוצאתי מהסרטונים עצמם וסידרתי אותן ככה שמבחינה נושאית הן עובדות כמו תוכן עניינים של הסרטון השלם. האמת היא שאני לא מת על הקטע הזה של המונטאז'. אני חושב שהוא לא מקורי, ונוסף לזה גם פוגם בחוויה. אבל היום בכל אתר שמכבד את עצמו יש ממשק כזה, וזה יהיה מפגר להתחיל לצאת נגדו עכשיו, בעיקר בגלל היתרון

השיווקי שלו: המונטאז' הוא כמו טעימה שעוזרת למשתמש להחליט אם הוא רוצה להקליק על סרטון ולראות את כולו או להמשיך הלאה ולסקור את שאר התוכן. האפקט הסופי שלו הוא בעצם לתת למשתמש את התחושה שהוא מקבל תמצות של כלל התוכן בכמה שניות קצרות, או יותר מזה: שהוא חווה את כל התוכן בבת אחת.