

## גוגל בייבי – מוסר.WWW

מאת: חנית גולי

גוגל בייבי (2009), סרטה עטור הפרסים של ציפי ברנד פרנק, עוקב אחר דורון מֶמֶט, איש הייטק שאחרי שהביא עם בן זוגו ילדה לעולם באמצעות אם פונדקאית מארה"ב, החליט שהוא רוצה לעשות "אאוטסורסינג של ההיריון להודו"<sup>1</sup>. מדובר בפרויקט עסקי שמטרתו העיקרית ליווי ותיווך בין זוגות חשוכי ילדים לבין נשים פונדקאיות מהודו, כל הדרך עד להיריון. לשם כך הוא נעזר בשירותיה של דוקטור פאטל, רופאה הודית המנהלת חוות פונדקאיות – נשים הודיות נטולות ממון, אבל בעלות רחם המשמש אותן לצרכי פרנסה. השכר המשולם להן הוא אסטרונמי במושגים מקומיים ובמאות אחוזים זול יותר מכל מה שהעולם המערבי יכול להציע לזוגות חשוכי ילדים. ממט מתווך, בעיקר באמצעות הרשת, בין ההורים המיועדים החתומים על הצ'ק, לתורמות הביציות. התורמות, בד"כ מארה"ב, נבחרות דרך מאגר ממוחשב המציג את מרכולתן הגנטית ותמונתן. משנבחרה בעלת הסל הגנטי המשובח ביותר, ונשלחה "תרומתה" לארץ, מתבצעת ההפריה במעבדות ישראל. אחר כך, נודד ממט "זים הילדים", עם מיכלים מלאי חנקן נוזלי המכילים עוברים קפואים, עד לחוות הפונדקאיות בהודו, שם מוחדרים העוברים לפונדקאיות ההודיות, ששירותיהן כאמור, זולים משמעותית מהנהוג במדינות מפותחות.

ברנד פרנק מעידה ב"מדוע יצרתי את גוגל בייבי", מאמר שליווה את יציאת הסרט, כי "לפי חוקי הכפר הגלובלי, מה שיקר או לא ניתן לעשייה במקום אחד, יכול להיעשות במקום אחר בזול וללא קושי. מהרגע שייצור התינוק במעבדה

<sup>1</sup> <http://yes.walla.co.il/?w=2/7848/1662376>

הופרד למרכיביו, הבייבי ביזנס הפך לתעשייה המגלגלת מיליונים".<sup>2</sup>

במילים אחרות, עסק טוב בנה דורון. עסק שמוזיל משמעותית את הליך יצירת הילד, שכן היריון הוא החלק הכי יקר בכל העסק הזה. עסק. גוגל. בייבי.

"גוגל בייבי" היא כאמור כותרת ליצירה דוקומנטרית שעוקבת אחר דרכים חדשות ליצירת ילדים, או כמו שקורא לזה ממת "הפקת הילד". הבאת ילד לעולם, פעולה אנושית- בסיסית שמתיישבת עם צרכים ודחפים אנושיים, אותה פעולה אינסטינקטיבית הצרובה בתוך גרעין ההוויה האנושית מבלי שנלמד אותה, נפרמט אותה, נשדרג אותה או נעביר אותה לפסים דיגיטליים, מתוארת בסרט כהליך עסקי, מדעי, מכני ונטול רגשות. ילדים שנוצרים במבחנות הנושאות אותם ברחבי העולם, ע"י אותו יזם ילדים, עד שיוחדרו לרחם השכור.

הסרט נפתח בכתוביות לבנות על רקע שחור: "בשנות ה-60 עם כניסתן של הגוללות למניעת היריון, ניטל הסיכון של כניסה להיריון מקיום יחסי מין. כיום, בזכות הטכנולוגיה, אין תלות בין 'לעשות ילד' לבין סקס. בזכות הגלובליזציה אפשרות זו פתוחה בפני כולם. הדבר היחיד שצריך הוא כרטיס אשראי. הדרכה ניתן למצוא ביוטיוב"<sup>3</sup>. מיד אחרי הפתיחה הזו מצולמת מבואה, מעין מסדרון חשוך הנפתח אל חצר מאירה. רצפת המסדרון מלאת מים ואשה בלבוש מסורתי, כהת עור וכפופת גב, גורפת את המים אל אותה חצר בעזרת עלה של עץ דקל. מטכנולוגיה מפוארת שמאפשרת "הפקת ילדים", אל הבראשיתיות הזו, בה אפילו מגב לא נמצא בשימוש, אלא תוצרי הטבע – עלה של עץ דקל.

<sup>2</sup> <http://yes.walla.co.il/?w=//1498219> ראו גם נספח מס' 1.

<sup>3</sup> <http://yes.walla.co.il/?w=2/7848/1662376>

על רקע תמונות אלה נשמעים היסוסים ופחדים אנושיים של הפונדקאיות ההודיות, אלה שיישאו ברחמן את ילדיהם של האחרים, כאלה שלעיתים אפילו לא יגיעו ללידה אלא רק כמה שבועות אחריה, פשוט כי אין להם זמן, בסדר יומם הצפוף.

גוגל בייבי – תינוק הגוגל, התינוק שאינו תולדה של מעשה האהבה של אבא ואמא. התינוק שהוריו, אלוהיו, הם במידה רבה הטכנולוגיה שסיפקה לו את כל התנאים, בדר"כ בתוך מבחנות סטריליות במיכלים מלאי חנקן נוזלי. את הנשיקות, החיבוק ומעשי האהבה מחליפה שיחת הסקייפ או הטלפון בה סוגרים על מחיר, כמו גם על סל תכונות גנטיות משובח למרבה במחיר. ילד אהבה הופך להיות ילד גוגל, ילד שהאינטימיות של יצירתו לא קיימת, הוא נולד כחלק ממערך עסקי קר, המוכיח כמעט בעזות מצח – הכל אפשרי.

המילה גוגל שמכוננת למנוע החיפוש הגדול בעולם, ניתנה אמנם בשל היותה מעצמת הרשת הדומיננטית, זו השולטת שליטה רמה באוטוסטראדת המידע הבלתי נדלה, אולם בהקשר של כותרת הסרט היא משמשת כסמל לטכנולוגיה הזו שהופכת את העולם לכפר גלובלי שכמעט כל האפשרויות פתוחות בפני תושביו. על פי הגדרת האתר "דה מרקר" שבשליטת עתון "הארץ", גוגל היא "חברת אינטרנט וטכנולוגיה בינלאומית, המתמחה בחיפוש באינטרנט... היא הוקמה על ידי סרגיי ברין וחברו לארי פייג' ב-1998, אז הציגה את המוצר הראשון והמפורסם ביותר שלה: מנוע חיפוש בשם גוגל, בעל אלגוריתם ייחודי לבחירת תוצאות החיפוש. מנוע החיפוש זכה לפופולריות רבה, וב-2011 מספר

המשתמשים השונים בו היה גבוה ממיליארד".<sup>4</sup>

השם גוגל ניתן כעיוות של הכינוי המקורי גוגול. הכוונה לביטוי המספרי 1 ואחריו מאה אפסים. השם נבחר על מנת להראות שמטרת מנוע החיפוש הזה היא להנגיש את המידע העצום הנמצא באינטרנט לציבור הרחב. אין שום דבר הנסתר מבינתנו או איזשהו פרט מידע שידנו לא תהא משגת.

הכל פתוח, אנחנו דור העתיד, יכולים לעשות הכל - לשחק באלוהים, לצחוק לגורל ולהפיק ילדים. הכל אפשרי. אלוהים מת. אנחנו, נציגי ומשתמשי הגוגל, אנחנו האלוהים החדש.

היצירה מעבירה את הצופה חוויה אמביוולנטית: מצד אחד מועצם האדם וכוחו גדל למימדים אלוהיים. הגורל וגזירותיו כבר לא קובעים את מסלול חייו העתידי של האדם. בעזרת הטכנולוגיה המתקדמת יכול האדם, שלא כדרך הטבע, להפיק לעצמו ילד.

אמנם זה מייצג את התעצמות האדם, אבל רק מבחינת יכולותיו הטכניות ולא המוסריות. האדם שביקש לעצמו את תפקיד האלוהים הופך למעין כלי ריק ונפוח שתוכו חלול. היכולות הטכניות קיימות, אלא שתוצר היכולות הטכניות הללו – הרשת, כלי שגבולותיו המוסריים מטושטשים, מעמידה בספק את יכולתו המוסרית של האדם לשימוש אחראי בה.

בצמד המילים "גוגל בייבי" מומחשת הדואליות הזו במספר אופנים:

<sup>4</sup> <http://www.themarker.com/misc/tags/1.3460>

ראשית, הידע האינסופי שטמון בגוגל משול לאלוהות – האלוהות אל מול הבייבי, התינוק האנושי.

שנית, הגוגל – הטכנולוגיה במלוא תפארתה ועצמתה, אל מול הבייבי, התינוק, המסמל בראשיתיות, טבע. הטכנולוגיה אל מול הטבע.

בנוסף לדואליות הכפולה הקיימת בפירוק צמד המילים, קיימת גם משמעות נוספת כשבין שתי המילים יש קשר שייכות – התינוק של גוגל. גוגל הוא מולידו של אותו הבייבי. הטכנולוגיה הפכה להיות מולידת הטבע. כלומר – שני עולמות שלא התמזגו עד כה, מתמזגים זה בזה בקשר של תלות הדדית, כששאלת הביצה והתרנגולת יכולה להופיע גם במקרה זה.

בשבוע בו השיקה גוגל את שירותי ה"סטריט וויז" שלה בישראל, התפרסם ב"דה מרקר" המאמר "גוגל מכניסה את העולם למכונת צילום", בו כתב אור הירשאוּגה:

השקת גוגל סטריט וויז בישראל היא חלק מהחזון הרחב של גוגל.. איזו חברה היתה לוקחת על עצמה לנסות לשכפל את כל הספרים הקיימים?<sup>5</sup> הירשאוּגה טוען כי במרבית פעילויותיה ומיזמיה מבקשת גוגל בעצם לשכפל את העולם.

בחזון של גוגל אפשר לראות עולם וירטואלי מלא. בשונה מעולמות וירטואליים אחרים, זהו אינו עולם בדיוני. זהו שכפול מדויק של העולם שלנו.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> <http://www.themarket.com/advertising/1.1690285>

אם כך, העולם המשוכפל שמבקשת גוגל ליצור, מצטרף אל הדואליות הכפולה המתקבלת מניתוח כותרת היצירה והסרט. זאת ועוד - המושג "יצירה", מקבל גם הוא משמעות כפולה, וקיימת התייחסות למושג זה בשני אופנים שונים: הראשון, גוגל בייבי – תינוק הגוגל, הילד המופק ממפגן כוח לא מבוטל של הטכנולוגיה כנגד תהליכים טבעיים. אבל קיימת התייחסות גם לגוגל בייבי - הסרט עצמו, כיצירה העומדת בפני עצמה, הנבנית מסיפור יצירת תינוק הגוגל. במילים אחרות, ניתן להבחין בשתי יצירות הנידונות – תינוק הגוגל, והסרט "גוגל בייבי", העוסק ביצירת תינוק הגוגל.

תפקידו של מנוע החיפוש גוגל מהותי בפיענוח הכותרת. גוגל הוא הכל. הוא האלוהות הטכנולוגית שנבדלת מהאלוהות הדתית בכך שאין שאלות לא פתורות. לגוגל פתרונים. דרך שורת החיפוש במנוע החיפוש של גוגל ניתן להגיע לכמות בלתי נדלית של מידע.

כשם שהוא החלון להמון מידע שימושי וחיובי, כך הגוגל יכול להיות חלון למידע פחות מוסרי. נדמה כי גם כאן, יכולת הבחירה עומדת לנו. הכוח העצום קיים. עכשיו צריך לבחור לאן לתעל אותו. אם גוגל הצליח להביא ליצירת ילדים, נדמה שגוגל יכול לספק לנו הכל. הכל למעט השיפוט המוסרי.

למן הקמתה חרטה גוגל על דגלה את הסיסמה מעוררת הציניות "אל תהיה רע"<sup>7</sup> (Don't be evil). סרגיי ברין, אחד משני מייסדיה, נשאל ב-2003, שנה

---

<sup>6</sup> שם.

<sup>7</sup> <http://www.calcalist.co.il/internet/articles/0,7340,L-3081002,00.html>

לפני ההנפקה של גוגל, מה "רע" בעיניו. גוגל התיימרה אז לקחת ברצינות את הסיסמה "אל תהיה רע." הוא ענה ש"רע" הוא הפרת האמון של המשתמשים. מנכ"ל גוגל, אריק שמידט טען כי "לגוגל אין מודד-רוע שיאפשר לנו לקבוע מה טוב ומה רע."<sup>8</sup> לדברי שמידט, כשהגיע לגוגל לפני שבע שנים ומשנודע לו שהסיסמה הבלתי רשמית של החברה היא "אל תהיה רע", הוא חשב שמותחים אותו. סמנכ"לית גוגל, מאריסה מאייר, הוסיפה שהסיסמה "מעולם לא נבחרה והתקבלה רשמית"<sup>9</sup>, אף שהיא מופיעה במקום בולט באתר שבו מציגה גוגל את קשריה עם משקיעים.

הקוד האתי של גוגל, מנוסח ופונה אל עובדי החברה ועוסק בעיקר בנהלי עבודה פנימיים. שאלות כמו האם גוגל מעדיפה כלבים או חתולים מקבלות מענה רציני במסמך זה<sup>10</sup>. שאלות "איזוטריות" בקוד האתי כמו - האם תפקידה של גוגל להחליט ולתעדף תורמת ביציות זו או אחרת, ע"פ אלגוריתם חיפוש הנשען על מניעים עסקיים כלכליים? האם גוגל משתתפת בעסקת יצירת ילד, ע"פ המודל שהוצג בסרט? לשאלות מעין אלה, לא ניתנה תשובה בקוד האתי של גוגל.

לסיכום, מצפייה בסרט "גוגל בייבי" ניכר כי שיפוט מוסרי כמו גם מערכת חוקים וערכים ברורה, בולטים בהיעדרם על רקע התעצמות היכולות הטכניות האלוהיות כמעט – ייצור ילדים.

---

<sup>8</sup> ש.ם.

<sup>9</sup> ש.ם.

<sup>10</sup> <http://investor.google.com/corporate/code-of-conduct.html>

הסרט מפנה אצבע מאשימה כמעט בלתי נראית כנגד עסקת ייצור הילדים המתוארת בו. הקור, הנופך הכלכלי המובהק המחליף את תום יצירת הילדים בדרכים הבראשיתיות, מעורר אצל הצופה, כמעט כל צופה, תחושה לא נוחה.

תחושה זו מוחרפת על ידי יוצרת הסרט כשהיא מראה את דוקטור פאטל, מנהלת חוות הפונדקאיות בהודו, מקבלת שיחת טלפון מזוג הורים בריטיים שילדם המיועד עתיד להיוולד בשעות הקרובות בחווה שבהודו, והם מבשרים לה כי לא יוכלו להגיע בזמן. לידה עומדת דיקשה, צעירה הודית שתלווה את התינוק בימיו הראשונים ותטפל בו, עד אשר יגיעו הוריו מבריטניה. מיד אחרי שיחת הטלפון הזו, נכנסות דיקשה ודוקטור פאטל, לחדר הלידה. הלידה מתבצעת בניתוח קיסרי. הפונדקאית היולדת מתלוננת על כאבים קשים, היא מקבלת סמי טשטוש ומאותו רגע היא מפסיקה להגיב לסביבה. גם הסביבה, יש לציין, לא ממש מגיבה אליה. הניתוח הקיסרי מסתיים. התינוק נולד בריא, "לבן ואירופאי", לצהלות דוקטור פאטל, ומועבר היישר לידיה של דיקשה. היולדת עדיין לא מגיבה לסביבה. לא ברור מה עלה בגורלה. גופה המפולח נתפר ע"י דוקטור פאטל אגב שיחת טלפון. הזילות של מעמד הלידה, הנתפס כמעמד נרגש ומלא חרדת קודש בו מגיחים חיים לעולם, הזילות של הגוף והנפש של אותה פונדקאית, שכעת, משנסתיים תפקידה, היא זוכה להתעלמות כל הגורמים הרפואיים שכמעט מתנערים ממנה, הזילות הזו צורמת מאד לעין ומותירה את הצופה בתחושות קשות.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> 19:59'0 - http://yes.walla.co.il/?w=2/7848/1662376

דורון ממט, אותו יזם ילדים, בוחר להתעלם מן הקטע הזה. באתר האינטרנט של חברת "תמוז", חברת הפונדקאות הבינלאומית שהקים, הוא מציג את הדברים מן הזווית של לקוחותיו:

יש לזכור שההורים המיועדים מגיעים אלי אחרי שמיצו את האופציות האחרות. הם כמהים לילד, והם פעמים רבות אחרי ייסורים לא קטנים – ההליך של ההריון המרוחק אינו קל בכלל והוא מאד אמוציונאלי... המעורבות הרגשית היא עצומה וזה שהסרט בחר להתעלם ממנה לא אומר שהיא לא קיימת.

בשורה התחתונה – אם עושים ילד בגוגל או עושים אותו באופן המסורתי – הילדים האלו כולם נולדים כתוצאה מהאהבה של ההורים שלהם ומהכמיהה שלהם לילד.<sup>12</sup>

מעניין להתעכב על האופן בו סיים ממט את תגובתו, וטען כי הילדים האלו "נולדים כתוצאה מהאהבה של ההורים שלהם" – זוהי אמירה אמביוולנטית שאיננה מפרשת למי בדיוק מכוונת אותה אהבה. האם מדובר באהבה בין בני הזוג? האם מכוונת האהבה כלפי אותו ילד? מה זו אותה אהבה וכיצד היא באה לידי ביטוי בהליך מלאכותי באמצעותו יוצרים ילד?

אמנם, האינטרנט ועוצמתו האדירה מסוגלים לספק כמעט הכל, רק לא שיפוט מוסרי. כוח כל כך עצום ולא מפוקח, נטול גבולות ורסנים, הוא פתח לחולות רעות שעלולות לחלחל אל החברה האנושית, להפר טבואים ולערער את הסדר

---

<sup>12</sup> <http://www.tammuz.com/main.php?action=googlebaby> ראו גם נספח מ'2.

החברתי המוכר לנו. היעדר מנגנון שיפקח עליו ויקבע מה מותר ומה אסור, הוא בבחינת סכנה מוחשית לחברה האנושית.

אין שום ספק שגוף מעין זה צריך לקום ולנסות לקיים ולהחיל מערכת חוקים, הגבלים ונורמות שיחלחלו אל תוך המגוון העצום של המידע הקיים ברשת. אולי כשם שגוגל מתימרת לשכפל את העולם, גם המוסר ישוכפל. אין מדובר במוסר שגבולותיו חדשים, אלא במוסר שהעולם בו הוא מוחל, הסביבה בתוכה הוא פועל היא חדשה. יש לקוות שאותו מוסר ידע לפעול בתוך כל אחד מהעולמות, כמו גם לקשר בין השניים. הקשר הזה יכול להועיל לשני העולמות גם יחד בדרכים שעוד אין במוחנו לתפוס, אחת מהן היא הבאת ילדים לעולם. עולם מוסרי.

כפי שניסיתי להראות, כותרת הסרט רחוקה מלהיות תמימה. היא מתריסה, פרובוקטיבית ומכוונת את הצופה להתבוננות ביקורתית, בפרקטיקה המתוארת של הבאת ילדים לעולם.

## נספחים:

1. ציפי ברנד פרנק על הסרט "מדוע יצרתי את גוגל בייבי?"

חוויה אישית לקחה אותי בעקבות "גוגל בייבי"- סרט מסע בין שלוש יבשות שהתחיל באתרי הקניות באינטרנט כששוטטתי בין עשרות מודעות של בחורות שמציעות ביציות למכירה און ליין, בדיוק כמו שקונים באמזון גינס או דיסק מוזיקה.

בהמשך המסע מצאתי את עצמי נוסעת להודו בעקבות מיכלים מלאים בחנקן נוזלי המכילים עוברים קפואים .

בבומביי הוכנו מבעוד מועד עשרות פונדקאיות לתהליך החדרת העוברים.

בשנות השישים המצאת הגלולה למניעת הריון ניתקה את הסקס מעשיית ילדים ומהפחד של הריון בלתי רצוי. זו היתה המהפכה המשמעותית הראשונה של טכנולוגיית הפרייון.

בשנות התשעים הושלמה המהפכה לכיוון השני. הטכנולוגיה איפשרה לעשות ילדים ללא צורך בסקס ואפילו לא בפרטנר: מה שצריך זה זרע שמגיע במשלוח פדקס הביתה, ביצית שקונים באינטרנט, רחם, ומישהו שישים אותם ביחד. את ההוראות אפשר למצוא ביו טיוב.

לפי חוקי הכפר הגלובלי, מה שיקר או לא ניתן לעשייה במקום אחד, יכול להיעשות במקום אחר בזול וללא קושי, מהרגע שייצור התינוק במעבדה הופרד למרכיביו, הבייבי ביזנס הפך לתעשייה המגלגלת מיליונים.

בסרט "גוגל בייבי" אני מנסה לשפוך מעט אור על התעשייה הזאת, שעם תוצאותיה בעתיד הלא רחוק כולנו נצטרך להתמודד<sup>13</sup>.

2. תגובתו של דורון ממט, הלקוחה מאתר "תמוז – פונדקאות בינלאומית":

הסרט גוגל בייבי הוא סרט דוקומנטרי על נושא הפונדקאות הבינלאומית. הסרט עקב אחרי (דורון ממט) במשך כשנה ותיעד את הליך הקמת חברת "תמוז". למיטב ידיעתי, "תמוז" הינה החברה הראשונה בעולם שמבצעת הליכי פונדקאות חובקי עולם. כשאני בוחן את התוצאה של הסרט, אני חייב להיות אמביוולנטי. מצד אחד נושא הפונדקאות ותרומות הביציות הוא נושא מאד טעון. האדם מן הישוב מרגיש מאד לא נוח עם תופעת הפונדקאות וכשהתפאורה היא הודו, התחושה אפילו הופכת לנוחה עוד פחות.

מצד שני, ישנם אלפי זוגות בעולם שזה הפתרון היחיד שלהם להגשים את חלום ההורות, וישנן הרבה פונדקאיות בעולם שזה הפתרון היחיד שלהן, להוציא את משפחתן ממעגל עוני. שאלות מוסריות לא יכולות לעמוד בפני עצמן. אני בהחלט מאמין שיש בעיה מוסרית קשה עם אלו שמבקשים לפגוע בסיכויי להיות הורה ובסיכויי הפונדקאית לקדם את משפחתה. יותר מכך אני חושב שיש בעיה מוסרית עם אלו שמנסים לקבוע את זה בשבילי (ושכל אחד יחשוב איך היה מגיב אם אמות המוסר

<sup>13</sup> <http://yes.walla.co.il/?w=//1498219>

החברתיות היו מונעים ממנו את זכות ההורות).

גוגל בייבי (כמרומז בשמו) ביקש לתאר את התופעה מעמדה מאד קרה.

איך עושים היום ילדים באינטרנט – באמצעות כמה קליקים. כסרט, המבקש בעיקר את לב הצופים, חיפש גם את הצהוב. כך, ביקש לזעזע את הצופים ובחר להראות פונדקאית בסיטואציה מאד קשה מיד אחרי הלידה, חשב שיהיה נחמד ומזעזע להראות כי התורמת המייצגת, קונה בכסף אקדח לבתה בת השלוש וכו'...

ברור שלידה אינה הליך קל, וברור שאין שום דבר מייצג ברובים שקנתה התורמת בסרט – אבל מבחינה קולנועית – צריך גם לעניין את הצופה, וזה בסדר.

מצד שני, התרומה העיקרית של הסרט היא שיקוף ההזדמנות. קיבלתי עשרות פניות אחרי הסרט מזוגות שצריכים עזרה.

כיוון שהסרט ביקש להיות מאד פלסטי, פן אחד כמעט נשכח בו לחלוטין.

הפן הזה הוא "ההורים המיועדים". אני קורא היום ביקורות על הסרט שמזדעזעות מחוסר המעורבות של ההורים בתהליך. יש לזכור שההורים המיועדים מגיעים אלי אחרי שמיצו את האופציות האחרות. הם כמהים לילד, והם פעמים רבות אחרי ייסורים לא קטנים – ההליך של ההריון המרוחק אינו קל בכלל והוא מאד אמוציונאלי. בעצם, אחרי שנים של נסיונות, מי שמתחיל את ההליך עולה על רכבת הרים חדשה. הרכבת יש לה עליות וירידות – חלקן חדות וחלקן מתונות... אבל הסוף של המסע הוא טוב. המעורבות הרגשית היא עצומה וזה שהסרט בחר להתעלם ממנה לא אומר שהיא לא קיימת.

בשורה התחתונה – אם עושים ילד בגוגל או עושים אותו באופן המסורתי

– הילדים האלו כולם נולדים כתוצאה מהאהבה של ההורים שלהם

ומהכמיהה שלהם לילד<sup>14</sup>.

**ביבליוגרפיה:**

1. אתר הסרט

<http://yes.walla.co.il/?w=2/7848/1662376>

2. "מדוע יצרתי את גוגל בייבי?"

<http://yes.walla.co.il/?w=//1498219>

3. גוגל לפי "דה מרקר"

<http://www.themarker.com/misc/tags/1.3460>

4. תגובת דורון ממת

<http://www.tammuz.com/main.php?action=googlebaby>

5. הקוד האתי של גוגל

<http://investor.google.com/corporate/code-of-conduct.html>

6. המוטו של גוגל

<http://www.calcalist.co.il/internet/articles/0,7340,L->

[3081002,00.html](http://www.calcalist.co.il/internet/articles/0,7340,L-3081002,00.html)

7. העולם המשוכפל של גוגל

<http://www.themarker.com/advertising/1.1690285>