

קבר לספרים

חיים יבין, מר טלוויזיה או טלוויזיה מרה?

חיים יבין, עובר מסך, תל-אביב, משכל, 2010, 408 עמ'.

ספרו האוטוביוגרפי של חיים יבין הוא קודם כול ספר זיכרונות של מי שכונה בתקשורת "מר טלוויזיה" והיה מן השדרנים המזוהים ביותר עם הערוץ הראשון. כמו כל סיפור אגדה משובח פותח חיים יבין בסיפור כישלונו כתלמיד בבית הספר, כאשר המנהל אמר להוריו: "או שיישאר כיתה או שיעזוב את בית הספר" (עמ' 26). תגובת הקורא היא כמובן אהדה אינסטינקטיבית. הנה הילד הזה נזרק מלימודיו ולמרות זאת הפך לאחד האנשים המפורסמים ביותר במדינה. כל אחד יכול לעשות את זה בכוח הרצון. אבל, ככל שהקורא מתקדם בספר הוא אינו מגלה אצל יבין כישרונות מיוחדים, מלבד אותה "נוכחות טלוויזיונית". כישרונו המילוליים בסיסיים וכאשר לא קרא טקסטים מן המוכן, אלא היה צריך לראיין, הוא היה כבד פה. אכן, גם זו הייתה חלק ממהפכת הטלוויזיה בישראל אשר העדיפה אישים, כולל פוליטיקאים, בעלי נוכחות "עוברת מסך" על פני אישים ברוכי כישרון.

מעבר לסיפור הסינדרלה ההופכת למלכת הנשף, הספר של חיים יבין יכול לשמש מקור רב ערך לסיפור התפתחותה של הטלוויזיה הישראלית, מראשית הדרך ועד ימי שקיעתו של ערוץ 1. בשנת 1967, לפי הספר, הזעיק שר ההסברה ישראל גלילי את ידידו הפרופסור אליהוא כץ להקים טלוויזיה בישראל. מלבד הקשיים הטכניים המעניינים כשלעצמם, של הקמת מכשיר המשדר תמונות לעם הספר, החלו לבצבץ גם הקשיים הפוליטיים. יבין מגלה עד מהרה כי ימי הרדיו, שאופיינו במעורבות של פוליטיקאים בשידורים, נמשכים גם בטלוויזיה. בשנת 1963, הוא מספר מניסיונו כקריין ברדיו, "מצלצל הטלפון ועל הקו לשכת ראש הממשלה [...] גבתון, מנהל הרדיו, מקריא את המהדורה לתוך השפופרת, ידיעה אחר ידיעה [...] ומתקן מילה במילה את מה שמכתיבים לו: הגרסה הבן גוריונית ל'פרשה' וספיחיה" (עמ' 62). התערבות פוליטית זו נמשכה גם עם הקמתה של הטלוויזיה.

הטלוויזיה, לדברי יבין, המשיכה לשרת את הממשלה. בפברואר 1970, בעת מלחמת ההתשה, הפציץ מטוס פנטום ישראלי בטעות מפעל מצרי ושבעים פועלים נהרגו. שר הביטחון משה דיין בא לאולפן כדי להסביר את התקלה. כותב יבין: "דאגתו היחידה הייתה להצטלם

מצד העין הבריאה [...] כשיצא מן הראיון היה זחוח, הייתה בפיו רק שאלה אחת: איך הייתי? גם אנחנו היינו מרוצים [...] והשאלות היו צפויים [...] חשבנו על 'ההסברה' ולא על 70 איש שנהרגו כך סתם" (עמ' 105).

ומדוע "מר טלוויזיה" וחבריו היו כה כנועים? ההסבר של יבין, גם לפוליטיזציה וגם ליחסים המעוררים בין העובדים להנהלה, נשמע פרשני ולמדני ומרוחק לא מעט, מפיו של מי שהמשיך לעבוד בערוץ הראשון שנים רבות: "כי זאת לדעת, רשות השידור קשורה בטבורה לממשלה וזו מעדיפה שיקולים פוליטיים על פני ניהול אמת של הטלוויזיה. הממשלה ממנה את המליאה, את הוועד המנהל ואת המנכ"ל, ומה שחשוב לא פחות – היא גם מפקחת על התקציב ועל כוח האדם של הרשות" (עמ' 123).

אבל יבין לא נטש למרות הכול את הערוץ הראשון אפילו בימי הפוליטיזציה האפלים ביותר, לדבריו, של תקופת יוסף לפיד כמנכ"ל רשות השידור: "מעטה יחדור אל כל מערכות הטלוויזיה דפוס העסקנות [...] פגיעה בתכנים [...] נטרול היוצרים העצמאיים [...] פשיטת רגל של היצירה וההפקה [...] נטשו אותנו כמה מטובי אנשינו". ומה הייתה תגובתו של יבין למצב הבלתי נסבל הזה? "אנחנו שנותרנו, אמרנו לעצמנו: חייבים להתבצר ולהמשיך להביא אל המסך את האמת העיתונאית שלנו". וכך נותר "מר טלוויזיה" על סיפון הטלוויזיה המרה כלענה, ההולכת ושוקעת, במשך ארבעים שנה, עם משכורת דשנה לא מעט.

ויש גם סקופ קטן בספר על הסיבה להקמת הטלוויזיה בישראל, שהיה חדש לי. כולנו למדנו ומלמדים כי דוד בן-גוריון התנגד לטלוויזיה משום שראה בה תיבת שוטים שתפגע באינטליגנציה של עם הספר, ואולי גם חשש ממנה מסיבות פוליטיות. אבל, מדוע שינה את דעתו? מספר יבין: "ב-1960 בפאריז, שהה בן גוריון בביתו של שגריר צרפת בישראל. לפתע הזעיק אותו יצחק נבון, אל חדר האורחים [...] על מסך הטלוויזיה התרוצצה להקת דבורים עמלניות, עסוקות בהכנת דבש [...] בן גוריון היה מרותק אל המסך ופסק: היה תהיה טלוויזיה בישראל". וכך הגענו אל **האח הגדול**.

ברוך לשם

מראה המקום

אביבית אגם דאלי, מחוזות חפץ: נופי פרסומת בישראל, תל-אביב, רסלינג, 2010, 308 עמ'.

אביבית אגם דאלי מציגה, ממקמת, מנתחת ומבארת את "מחוזות החפץ" כפי שהם משתקפים בנופי הפרסומת בישראל. בספרה, המבוסס על עבודת הדוקטור שלה, מכוונת הכותבת אל שדה השיח של הפרסומות בעיתונות הכתובה כחומר גלם שתמציתו מסרים שיווקיים ומבססת באמצעותם זווית של עיון תרבותי-חברתי המבטא את המשווק ויותר מכך את עולם הדימויים של קהל היעד: החברה הישראלית.

בעשור האחרון התרחב חקר החברה הישראלית בפריזמה של חומרי התרבות הפופולרית וחפצי היום-יום. כך הופכים חומרים כמו תוצרי אמנות וקישוט עממיים, צילומים, כרזות, גלויות, איגרות ברכה ורבים נוספים לחומר גלם ראוי המרחיב ומעשיר את הדיון בהיבטיה השונים של החברה הישראלית. עולם הפרסומות בעיתונות הכתובה הוא נדבך נוסף וראוי בדיון זה.

אגם דאלי בדקה את הפרסומות בעיתונות למן 1967 ועד לימינו אלה. עניינה איננו כמובן במוצרים אלא בדימויי המקום והנוף המעטרים את המוצר בתמונת הפרסומת. תמונות אלה שצולמו בארץ יצרו מאגר של תמונות נוף מקומי ששימש את הפרסומאים. אלה עברו לימים לשימוש במאגרי צילומים בין-לאומיים שהשפיעו לפחות בממד של הרחבת נופי חו"ל כרקע לפרסומת הישראלית. הנחת המחקר שלה היא כי תמונת המקום היא מראה האתר הפיזי והדימוי שלו בעיני המתבונן. ירושלים היא עיר הבירה ודימויה האפשרי הוא של מקום מרכזי, עתיק וקדוש. דגניה היא אתר התיישבות בארץ וגם שם קוד לחלוציות ציונית. ניו יורק היא כרך מרכזי בארצות הברית וגם בין-לאומי מודרני, תוסס ונחפץ. עוד מבהירה הכותבת כי תמונת הנוף בפרסומת, מיקומה הגאוגרפי בארץ או בעולם הגדול ואירועי זמן פרסומה מייצרים אמירה תלוית תרבות.

הדימויים והקשרם המקומי בונים את המסר שאותו מבקש המפרסם להנחיל. בעלת המחקר פורשת בפני הקורא דימויים מקומיים של נוף פרסומת ומציגה את משמעותם המשתנה במהלך השנים. כך ייצגו המדבר והספר בתודעה הישראלית את השממה שיש לכבוש. עוד שימש המדבר לאורך שנים כדי לייצג את האויב הערבי שדמותו הודרה מן הפרסומת כמו גם מרכיבים אחרים של השיח הוויזואלי. עד שנות התשעים נתפס המדבר כאזור מסוכן הנמצא מחוץ לתחום. לנוכח הסכמי השלום החל הדימוי משתנה והיה לסמל של אתר טיול ונופש. ככזה הוא הוצג בעיקר באמצעות נופי חו"ל שהגבירו את הממד של חוויית העולם הגדול.

כך נוף ים וחוף ים היו דימויי הנוף הרווחים ביותר ו"מסמלים את המקום ואת אי המקום גם יחד". "אי המקום" בתרבות שקידישה את הטריטוריה, מיקמה את המבט הישראלי "עם הגב לים" ודימתה את הים לאזור מעבר ולטריטוריה המקשרת בין שם לכאן. בעשורים האחרונים הובלט הים בפרסומות כמקום של נופש והנאה, כמהות רומנטית וכדימוי של עושר וסמל של מעמד הנגזר מאתרי מגורים יוקרתיים הצופים אל מרחבי הים.

כך הדימוי הקרקעי חקלאי של החלוציות הסוציאליסטית שהנציחה

תבנית נוף ישראלי אידאלית שהפכה בעשורים הבאים לטבע ונוף המבטאים נהנתנות, חלומות נדל"ן על שטחי הפרדסים של פעם וגם חזרה לטבע של בריאות ודימויי מודרניות של ירוק ואקולוגי.

כך העיר הישראלית, ותל-אביב בראשן שהייתה ל"ציון האמיתית". העיר הגדולה הייתה בפרסומת המאוחרת יותר לסמל של מקום מנוכר ואדיש, גם אם משדר קידמה. העיר העברית והחלפה פעמים רבות בערים מפורסמות מתוצרת חוץ שהאדירו את המוצר המשווק בעטיפה אורבנית המדמה את "החיים הטובים" בעולם הגדול. כמו בייצוגי נוף אחרים, גם כאן חזר המפרסם הביתה, אל הנוף המקומי בנסיבות של מלחמה, כמו מלחמת המפרץ ששבה וחיידה את הלאומי על פני הבין-לאומי.

הפרסומות בעיתונות הכתובה הן קורפוס מחקרי חשוב ומשמעותי לנוכח התכווצות והיעלמות אפיקי שיח מודפסים כמו כרזות, גלויות ואיגרות ברכה שעד לשנות השבעים היו שדה דימויים גרפי עשיר שנעלם בעידן הטלוויזיה והמחשב. סביר להניח שהמפרסמים מכוונים תמיד לדימויי נוף מוסכמים וברורים לכול, אך היה זה מועיל לקבל נתונים ברורים על חלקה, הפוחת בוודאי, של הפרסומת בעיתונות מול זו המוקרנת בטלוויזיה ובמחשב כדי לתת תוקף ראוי יותר לקביעה זו. חלק מן הדוגמאות המוצגות מוכרות לכל קוראי העיתונות המשכילים בוודאי להבין את המסרים העולים מן הפרסומות. במובן זה כוחו של המחקר אינו טמון דווקא בחידוש גורף אלא בהתמקדות בזווית הסתכלות מרתקת ובפענוחה המפורט לא על ידי אינטואיציה אלא על פי מחקר בהיר ומבוסס כהלכה.

אגם דאלי מצליחה באמצעות ניתוח דימויי המקום והנוף בתמונת הפרסומות להציג שיקוף של "המקובל והפופולארי [...] ומה שנמצא פעמים רבות במרכז הקונצנזוס" של החברה הישראלית בעשורים השונים. מסקנתה המרכזית היא כי ככל שחולפות השנים מתרבה השימוש בפרסומות בדימויים של "לא מקום" בנוסח מסעדות ושדות תעופה, כמו גם שימוש במראות אתרים בעולם וקטן השימוש באתרי הארץ החוזרים לתמונה בעתות מצוקה ומלחמה.

הפרסומת, כותבת אגם דאלי, היא ראי המחניף לנמעניו ומבקש להציג תמונה יפה של המציאות. היות שהאדם הוא "תבנית נוף מולדתו", כפי שמצטטת המחברת, האם מדובר בתבנית מיופה ההולכת ומתרחקת מן הארץ ולפחות מדימויי הנוף הבולטים שלה? דימויי תבנית נוף מולדת בתמונת הפרסומת מתייחסים לשני רכיבים השזורים יחד: הצגת מציאות והבנייתה. האם המוצג הוא תבנית העולם של המפרסם בלבד שבעיניו העולם הגדול הוא ייפוי המציאות? עד כמה מבטא עולם דימויים זה את נמעניו שבכל סקר מבהירים באחוזים גבוהים שטוב ויפה להם כאן בארץ מולדת? האם בכוחם של דימויי הנוף המוצגים בפרסומת להשפיע ולייצר מציאות של מקום? לנוכח החומר הנבדק חושבת המחברת שכן. ראוי היה להרחיב בהצגת מנגנון זה, אף שקשה לכמתו ולהוכיחו, ואולי זהו תחילתו של דיון נוסף בסוגיה משמעותית שמציבה בפנינו המחברת.

חיים גרוסמן

יחסי הגומלין בין חב"ד, שאלת גבולות ארץ ישראל והמדיה

אורלי צרפתי, מאוסלו עד ההתנתקות: המאבק על ארץ ישראל השלמה בעיתוני חב"ד, ירושלים ותל-אביב, הספריה הציונית ואוניברסיטת תל אביב, 2010, 277 עמ'.

במדינת ישראל, שבה למעלה מרבע מחברי הכנסת מייצגים זרמים דתיים ומפלגות חרדיות וחלקם נתונים למרותם של רבנים, ראוי ללמוד, לחקור ולעמוד על דרכי השיח שלהם עם הציבור החילוני בארץ. ספרה של אורלי צרפתי, מאוסלו עד ההתנתקות, מרים מסך מעל יחסה של חסידות שמשתמשת בתקשורת באופן יוצא דופן, חסידות חב"ד.

הספר בודק את עיצוב מאבקה של חסידות חב"ד על רעיון ארץ ישראל השלמה בעיתוניה שיחת השבוע וכפר חב"ד בשתי תקופות סוערות בחיים המדיניים של ישראל. האחת, תקופת המאבק נגד הסכמי אוסלו, במחצית הראשונה של שנות התשעים, בימי ממשלת יצחק רבין, והשנייה, במחצית הראשונה של העשור הראשון בשנות האלפיים, במאבק נגד ההתנתקות החד צדדית מעזה ומגוש קטיף בתקופת כהונתו של אריק שרון כראש ממשלה.

הבחירה בחסידות חב"ד אינה מקרית. בחינת יחסה של החברה החרדית בישראל לאמצעי התקשורת מצביעה על שתי מגמות מרכזיות. מחד גיסא הגישה המסורתית, המזהה את אמצעי התקשורת עם תכנים שעיקרם כפירה, ועל כן שוללת את השימוש באמצעי התקשורת ההמוניים למעט העיתון, הנתפס כלגיטימי וניתן לבקרה תמידית בחברה החרדית. מאידך גיסא הגישה האינסטרומנטלית, הגורסת כי אמצעי התקשורת ההמוניים הם ניטרליים ועל כן כשרים, כל עוד תוכניהם וערכיהם ראויים. חסידות חב"ד פרצה את גבולות התקשורת בחברה החרדית בראשית שנות התשעים ודרכה אומצה בידי ש"ס ואחרים. חסידות חב"ד עושה שימוש באמצעי תקשורת המוניים באופן חריג לחברה זו; די אם נזכיר את הפרסום האגרסיבי שמטרתו להכין את העם לבואו של המשיח בעיתונות, בשלטי חוצות, ברדיו ועוד.

חשיבותו של מחקר זה בשלוש תרומות. ראשית, בבדיקה שיטתית של כל גיליונות שני העיתונים של חסידות חב"ד בשתי תקופות סוערות. הראשונה נגד ממשלת שמאל והשנייה נגד ממשלת ימין, על רקע אירועים בעלי חשיבות, חיצוניים לחב"ד ופנימיים בה. העיתונים פעלו בשנים אלה במאמץ להתגבר על הדרתם מאמצעי התקשורת הישראליים וליצור אלטרנטיבה בהפצת עמדת החסידות ובחזיק הסולידריות בתוכה, בהצלחה מרשימה. שנית, בתרומתו להארת הפער בהבנת תהליכים פוליטיים-מדיניים בין הציבור החילוני המתייחס לתהליך השלום כחלק מהסדר פוליטי, לבין חב"ד המשתיתה את יחסה לתהליך השלום על השקפת עולם דתית-משיחית. שלישית, מחקר זה מצטיין בניתוח מורכב של הטקסט, התמה והנרטיב, לאורך זמן המאפשר לחלץ מהטקסטים הנבדקים את השקפות העולם והתמורות שחלו בין שנות התשעים לשנות האלפיים ביחסה של חסידות חב"ד לגבולות ארץ ישראל השלמה. הניתוח המורכב מוכיח, לצערנו, כי תהום פעורה בין הציבור החילוני לחרדי בשאלות הנדונות. הכרתו יכולה לשמש בידי מנהיגינו מכשיר לניווט בין שתי קבוצות אלה.

שלושה שערים לספר. השער הראשון ראשיתו בעבודת הדוקטור מאוסלו עד ההתנתקות – המאבק על ארץ ישראל השלמה בעיתוני חב"ד שכתבה המחברת בהנחיית אפרים ריבלין וגדעון קרן מאוניברסיטת פריס 8, צרפת, וגיבושה הסופי בארץ, בעת הפגנות סוערות וויכוחים אין קץ בין ימין לשמאל ובין דתיים לחילוניים, תוך שהמחברת משתדלת לשמור על ניטרליות ובוררת את המושגים הנדרשים למחקר בנושא זה (שטחים משוחררים/מוחזקים, מתנחלים/מתיישבים ועוד) בזהירות רבה. היא דנה בו בשאלת ארץ ישראל בספרות הדתית ובקרב אדמו"רי חב"ד, תוך עמידה על האמביוולנטיות המלווה את החסידות ביחסה לארץ ישראל, כאשר מצד אחד חב"ד מחויבת לשלוש השבועות האוסרות על מרידה בגויים, על כיבוש ועל שלטון יהודי בישראל, ומצד שני עמידה מנגד בשמירת פירות הניצחון הצבאי ממלחמת ששת הימים, שעוררו תחושות משיחיות עצומות בקרב חסידות חב"ד והביאו לחבירה פוליטית של חב"ד עם גוש אמונים וגוש הימין הכללי. שער זה מתאר בהרחבה את גיוס עיתוני תנועת חב"ד ככלי תעמולה נגד רבין והסכמי אוסלו, עיתונות שביטאה ניכור הולך וגובר לשמאל הישראלי.

השער השני, לבו של הספר, דן בעיצוב המאבק למען רעיון ארץ ישראל השלמה תוך גילויי הקצנה כלפי ממשלת רבין והשמאל הישראלי. עיתוני חב"ד הציגו מן הסתם תמונה חד צדדית, מגמתית, אידאולוגית, ואנשי הימין מצאו בהם במה ראויה להתגדר בה. עיתוני חב"ד יצרו משוואה מסוכנת לפיה בעלי ההשקפה הימנית הם בעלי זהות יהודית ראויה ואילו השמאל הרחיק עצמו מזהותו היהודית האוטנטית. בתקופה זו שבין 1990-1995 הפכו עיתוני חב"ד לשופר משמעותי בהובלת תהליך של דה לגיטימציה לשמאל ולממשלת רבין. מעניינת התפיסה של עיתוני חב"ד שלאחר רצח רבין אין הם דנים באחריותם לליבוי השנאה והדה לגיטימציה של ממשלת רבין. נראה שאין הם סבורים כי היה להם חלק בהובלה לרצח של ראש ממשלה בישראל.

השער השלישי דן במאבק בתכנית ההתנתקות החד צדדית מעזה ומגוש קטיף. אירוע פוליטי זה מצא את חב"ד כתנועה מפולגת לאחר מות הרבי; על כן פעולותיה זהירות וממוקדות יותר בעיקר בביקורת הבאה לידי ביטוי בעיתונות התנועתית. גם כאן, כמו במאבק בהסכמי אוסלו, ראתה חסידות חב"ד במהלך ההתנתקות מהלך המנוגד לתפיסת עולמה הדתית ולא כאירוע פוליטי-מדיני, ואת אובדן הקשר של עם ישראל עם תורת ישראל.

אף על פי שהספר דן בשאלה מהותית לציבור הישראלי, הנוגעת לשאלת גבולות ישראל, הברכה הגדולה המצויה בו היא בחשיפת הדעות החבויות בעיתוני חסידות חב"ד המשפיעים על חברי התנועה וגוש הימין, המוציאות לאור את הפער העצום הקיים בין הציבור החילוני לדתי בפירוש האירועים הפוליטיים-המדיניים הגדולים בשני העשורים הנדונים בספר. נראה ששני הציבורים הללו הולכים בקווים מקבילים בנושאים מהותיים. ספר זה ראוי שיונח על שולחנו של כל מנהיג בישראל למען ייטיב למצוא את הגשר בין חלקי העם.

יעקב אזולוס