חומרי לימוד במקצוע מוביל
אמנות שימושית
חלק ב': מפגשים מהסוג החזותי בעידן הטכנולוגי

240 ש"ש | (בחירה, כיתות י"א-י"ב)

חלק ב. 3. המצאת מכשיר הטלוויזיה והשפעתה על השפה החזותית
(30 ש"ש)

פיתוח וכתיבה: ד"ר נעם טופלברג
ייעוץ ועריכה מדעית: ד"ר בן ברוך בליך
עריכה דידקטית ואינפוגרפיקה: גב' רינת סופר גרינפלד
עריכת תוכן: גב' שרית זיו
גוף מבצע: רשת עמל
עריכה גרפית: גב' אפרת יצחקוב
ניהול וריכוז: גב' רעות מידד, רשת עמל

המינהל לתקשוב טכנולוגיה ומערכות מידע
משרד החינוך

© כל הזכויות שמורות למשרד החינוך

תשע"ט 2018

תוכן העניינים - חלק ב. 3.

נושא	עמ'
הקדמה דידקטית למורה	**3**
ב.3. 1. רקע היסטורי – סדקים באוטופיה של המודרניזם	9
ב.3. 2. היכרות עם הפיתוח הטכנולוגי – הטלוויזיה	14
ב.3.3. הקודים החזותיים והערכים התוכניים החדשים שהביאה הטלוויזיה	24
ב.4.3 . תגובות הכלים המסורתיים – הקולנוע, הצילום, הציור והכרזה	33

הקדמה דידקטית

במסמך זה שני חלקים:

1. הנחיה להוראה וללמידה של יצירות חזותיות באמצעות שאלת שאלות.
2. דוגמאות לניתוח יצירות מתוך הפרק הרלוונטי.

חלק 1 – הנחיה להוראה וללמידה של יצירות חזותיות באמצעות שאלת שאלות

מטרה: לאפשר לתלמיד לקרוא טקסט חזותי ובהמשך לחקור ולהכיר את הקשר שבין אותו טקסט חזותי לרקע התקופתי שבו הוא נוצר.

שלב א': תיאור היצירה ושאלת שאלות ראשוניות

הצגת היצירות בכיתה תעורר דיון **ראשוני** שמטרתו **לעורר, להרהר ולערער.**

מה מיוחד/מתמיה ביצירה?

התלמיד ישאל:

מה אני חושב על זה?

מה מפליא בזה?

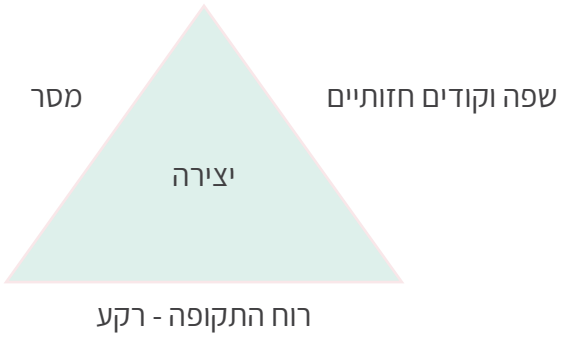
מה מעורר תהייה?

מה רואים ביצירה?

התלמיד יתאר את היצירה תוך שימוש במושגים ובכלים שנלמדו בחלק א' של התוכנית: "יסודות השפה החזותית"

שלב ב': תהליך הקניית הידע או הבניית הידע לתלמיד

דיון **מעמיק** שמטרתו **לברר** ולהבין את הקשר שבין המסר של היוצר תוך שימוש בשפה המושפעת מהכלים הטכנולוגיים ורוח התקופה.



הדיון ביצירות יתבצע בעזרת שלוש שאלות מנחות:

1. מהו הרקע של היוצר והיצירה?
2. כיצד מתייחסת היצירה לרוח התקופה?
3. כיצד היצירה שאנו בוחנים מתייחסת לשפה ולקודים של הכלי הטכנולוגי החדש הנדון בפרק?

שלב ג': יישום בעזרת פעילות מתווכת

לדוגמה: דיון כיתתי בעד ונגד הכלי/ היוצר /היצירה, הכנת הרצאה לחברים בכיתה, כתיבת ערך בוויקיפדיה, הכנת תערוכה וירטואלית, עיצוב סביבת למידה בבית הספר, כתיבת עבודת חקר כסיכום, ועוד...

המלצה לחלוקת הזמן המוקדש לכל אחד מהנושאים בפרק:

נושא הלימוד	מספר השעות
רוח התקופה רקע היסטורי ורעיונות מרכזיים הטמעת מושגים מרכזיים	3 שעות
היכרות עם הכלי הטכנולוגי	2 שעות
הוראת השפה והקודים החזותיים שמביא איתו הכלי הטכנולוגי החדש	4 שעות
יצירות: הוראת הקשר בין המסר של היוצר תוך שימוש בשפה המושפעת מהכלים הטכנולוגיים ורוח התקופה	16 שעות
יישום הנלמד	3 שעות
מדידה והערכה של חלק זה	2 שעות

חלק 2 – דוגמאות לניתוח יצירות מתוך הפרק הרלוונטי

פרק זה מציג לתלמידים את הטלוויזיה כחידוש טכנולוגי, ומאפשר להם להבין כיצד הוא השפיע על השפה החזותית שהתגבשה במחצית השנייה של המאה העשרים.

שתי היצירות, "ללא כותרת" של אלן סקולה ו"כרית הפינה של פאול" של ראלף גוינגס, עושות כל אחת שימוש אחר בקודים חזותיים טלוויזיוניים כדי לבקר את החברה, הכלכלה והפוליטיקה של הקפיטליזם האמריקאי.

ניתוח היצירות מבוסס על שני שלבים:

חלק א' – תיאור היצירה תוך שימוש במיומנויות ובמושגים שנלמדו בחלק א' של תוכנית הלימודים בכיתה י'.

חלק ב' – ניתוח היצירה תוך התייחסות להקשר רחב: רקע על היוצר והיצירה, רוח התקופה והיחס לכלי הטכנולוגי.

דוגמה מס' 1

אלן סקולה, ללא כותרת, סיום משמרת במפעל של התעשייה האווירית, סן דייגו, קליפורניה, 25 שקופיות שחור לבן, 17.2.1972

חלק א' – תיאור היצירה תוך שימוש במיומנויות ובמושגים שנלמדו בחלק א' של תוכנית הלימודים בכיתה י'

התמונה מחולקת לחמישה מלבנים המסודרים בחמש שורות. בכל מלבן נראים קווים וכתמים לבנים ושחורים המאורגנים בסדר אקראי ולכן נוצרת תחושת תנועה. מבנה המלבנים מזכיר מבנה של סרט צילום ובו סדרת תמונות. נקודת המבט וזוויות הצילום משתנות. בארבע השורות העליונות קיימת נקודת מבט אחת, ואילו בשורה התחתונה האמן בחר נקודת מבט שונה. בארבע השורות הראשונות רואים אנשים העולים בגרם המדרגות. חלקם מביטים ישירות אל המצלמה וחלקם מתעלמים ממנה. הדמויות מתוארות במרחקים שונים מהצלם. השורה התחתונה מתחילה בצילום נוסף של גרם המדרגות בצד שמאל, ולאחר מכן מציגה צילום מן הצד של דמויות צועדות. הצילום האחרון בשורה כמעט ריק, ורואים בו רק את כפות הרגליים של אחת הדמויות, וצל מאורך של דמות נוספת.

השינויים בנקודות המבט יוצרים תחושת אי סדר וחוסר איזון, וכך גם ההבדלים בקומפוזיציות וכמובן בכתמים השחורים והלבנים בכל אחד מהמלבנים. למשל, המישור העליון של הקומפוזיציה נראה עמוס וסוער יותר מהמישור התחתון שלה.

מה מיוחד או מתמיה ביצירה:

הצילום נראה כאוסף של תמונות – פריימים (Frames) שמתעדים רגעים אקראיים במציאות. התמונות קטנות, בגודל לא נוח לצפייה, ודורשות מהמתבונן תשומת לב.

נשאלות כמה שאלות:

- האם יש קשר בין התמונות?
- מדוע בחר האמן לחלק את היצירה ל-25 תת-יחידות נפרדות?
- מה הרעיון מאחורי הבחירה שלו?

חלק ב': ניתוח היצירה תוך התייחסות להקשר רחב: רקע על היוצר והיצירה, רוח התקופה והיחס לכלי הטכנולוגי.
הערה: המידע שלהלן מסוכם מתוך קובצי היצירות

רקע על היוצר והיצירה:

במהלך שנות השבעים מתמקד סקולה ביצירת סדרות צילומים תיעודיים שאת סגנונם הוא מכנה "ריאליזם ביקורתי". סקולה מתעד אנשים, בעיקר ממעמדות נמוכים, ומאפשר לצופה הצצה אל שגרת יומם. מטרתו לבקר את החברה האמריקאית בתקופת המלחמה הקרה ואת הקפיטליזם.

יצירה זו צולמה במפעל לייצור נשק של חיל האוויר האמריקאי בסוף יום העבודה. סקולה הספיק לצלם רק 25 צילומים לפני שגירשו אותו החיילים השומרים על המפעל. במוזיאון מוצגת היצירה באחד משני אופנים: או כתמונה אחת הכוללת את כל 25 התמונות או בהקרנה ברצף, כשכל תמונה מוקרנת במשך זמן-מה, ולאחריה 13 שניות של חושך. זמן ההקרנה הכולל הוא 17 דקות.

הקשר לרוח התקופה:

היצירה נוצרה בתקופה שבה הייתה ארצות הברית שרויה בעיצומה של המלחמה הקרה, ולכן הוציא הממשל האמריקאי סכומי עתק על הצטיידות בציוד מלחמה.[1] המפעל המצולם הוא מפעל צבאי, והפועלים עוסקים בייצור נשק לטובת תחזוק מאזן האימה של המלחמה הקרה באותה עת.

ביצירה מציג סקולה ביקורת חברתית, פוליטית וכלכלית: הוא מבקר את האופן שבו הממסד הקפיטליסטי בארצות הברית עושה שימוש באנשים הפשוטים, הזקוקים לשכר, לצורך מטרותיו הפוליטיות, שהם לא בהכרח מזדהים עמן – במקרה זה המלחמה הקרה.
מצד אחד, התמונות השונות מעניקות לפועלים פנים וזהות בעזרת התקריבים ובאמצעות זוויות הצילום השונות, אך מצד שני, החזרה המסודרת של הפריימים והקרבה הקומפוזיציונית שלהם זה לזה יוצרים זהות והשטחה של הדמויות. השטחה זו ממחישה את השימוש הציני שעושה הממסד הקפיטליסטי האמריקאי באנשים הזקוקים נואשות לכסף כדי להמשיך במדיניות שלו.

היחס של היצירה לשפה החזותית של הטלוויזיה:

היצירה עושה שימוש בקודים חזותיים המאפיינים שידור חי טלוויזיוני. למעשה היצירה היא מעין "כתבת טלוויזיה" המוצגת בצילומי סטילס. סקולה נהג כעיתונאי חוקר: הוא הגיע במפתיע למפעל, שלף את מצלמתו והחל לצלם "בשידור חי" את המתרחש.

מרכיבי הקוד החזותי של שידור חי שנעשה בהם שימוש:

- מקריות בבחירת התמונות והקומפוזיציה בכל פריים – הארגון של הקומפוזיציה וסדר התמונות לא תוכננו מראש ולא יכלו להיות מתוכננים מפני שהדברים התרחשו בזמן אמת, וזמן הצילום נמשך עד שגורש הצלם.
- טעויות לכאורה – ה"טעויות" המופיעות בצילום, כגון הפריים האחרון, הן תוצאה של "השידור החי" שהיוצר בחר לא לפגום בו על ידי ארגון התמונות מחדש או בחירה של חלק מהן.
- יצירת "אירוע" – סקולה הציג את כל התמונות שהספיק לצלם. המקריות והחד-פעמיות של הצילום הן שיוצרות את "האירוע הטלוויזיוני" החי שמתעד הצלם, והן המהות של הסיפור והמסר שהוא מעביר.

המושגים המופיעים ביצירה זו:

- המלחמה הקרה
- קפיטליזם
- ריאליזם ביקורתי
- שידור חי
- אירוע טלוויזיוני
- פריים

1 המושג המלחמה הקרה נלמד בהקדמה לפרק 3: המצאת הטלוויזיה והשפעתה על השפה החזותית, כחלק מרוח התקופה.

דוגמה מס' 2

ראלף גוינגס, כרית הפינה של פאול, שמן על בד, 1970, 48x68 ס"מ

חלק א': תיאור היצירה

מתבסס על התבוננות מעמיקה של התלמידים ומיומנויות שנלמדו בכיתה י'

בתמונה נראה טנדר מסחרי פתוח בצבע כחול מבריק, בעל גלגלים צבועים באדום, אשר חונה ליד בניין צבוע לבן. תיאור הרכב מאוד ריאליסטי וממשי, בזכות ההקפדה על פרטים ועל הצבעוניות המשתנה הנובעת מהאור המוטל על הטנדר, אשר מדגישה את המבנה הפלסטי התלת-ממדי שלו.

בחזית הבניין דלת לבנה וחלון המחולק לריבועים. מעל קבוע שלט המעיד כי מדובר בחזית של חנות. הבניין מחולק לחלק עליון ולחלק תחתון באמצעות צינור מאוזן שחוצה אותו לכל אורכו. בחלק העליון של הקיר, ממש מעל לצינור, מוצמד שלט מלבני צהוב ועליו כיתוב בשחור: "כרית הפינה של פאול, ביליארד, סנוקר". בכל אחד מצדי הכיתוב מופיע פקק גדול של פפסי קולה, המזוהה על פי לוגו החברה ופסי כחול, לבן ואדום. משמאל לשלט הצהוב מופיע חור ריבועי שחור, שנראה כפתח אוורור, ולשמאלו צינור דק וצינור עבה הנמשכים כלפי מעלה אל מעבר לגבולות התמונה. משמאל לצינור העבה נראה שלט פרסום נוסף בצורת פקק של פפסי, ולשמאלו שלט צהוב עם כיתוב שחור, הנראה רק בחלקו. מימין לשלט הצהוב מופיע גוף תאורה הפונה ימינה. החלון והדלת מעידים כי מדובר בבנייה מסורתית. הדלת צרה, והחלון אינו דומה לחלון ראווה המוכר מרחובות מרכזיים בערים הגדולות.

תפיסת החלל ביצירה רדודה: קיר הבניין משמש כרקע למכונית שעומדת לפניו. אי אפשר לראות את פנים המקום החשוך, אך חלקים מהרחוב שמצדו השני של הבניין משתקפים בחלונות החנות. אי אפשר להבין מהם השלטים שבצד השני של הרחוב, אך נראה כי אחד מהם, הממוקם בחלון המרכזי, הוא שלט פרסומת לכרטיס אשראי מאסטרכארד. כמו כן נראית מכונית החונה בצד השני של הרחוב.
הפרטים: הפרסומות, סוג הדלת והחלון, הטיח הלבן, מרכיבי הבניין החשופים, הרכב המסחרי שחונה באלכסון, קישוטים מסחריים אקראיים של פקקי פפסי קולה גדולים, ומנגד היעדרותן של דמויות וריקנות המרחב, כל אלו מעידים כי היצירה מתעדת רגע – פיסת חיים שלווה ב"חצר האחורית" של אמריקה.

מה מיוחד או מתמיה ביצירה?

מדוע בחר היוצר לתאר סצנה סתמית וחסרת ייחוד זו תוך מתן תשומת לב לתיאור מדויק מאוד של פרטים, כמעט יתר על המידה?

חלק ב': ניתוח היצירה תוך התייחסות להקשר רחב: רקע על היוצר והיצירה, רוח התקופה והיחס לכלי הטכנולוגי.
הערה: המידע שלהלן מסוכם מתוך קובצי היצירות

רקע על היוצר והיצירה:

ראלף גוינגס התפרסם בתחילת שנות השבעים כחלק מהפוטו-ריאליזם: תנועה של יוצרים שציירו סצנות יומיומיות הקשורות בתרבות ההמונים הקפיטליסטית. היצירות שלו מצוירות בטכניקה מושלמת עד כדי כך שכמעט אי אפשר להבחין בינן ובין צילום. עם זאת, הסגנון שלו כה מדויק ומתמקד בכל פרט עד כי הסצנה הסתמית הופכת ל"גדולה מהחיים".
ביצירה זו מתאר גוינגס בפירוט רב את הכניסה למועדון ביליארד בשם "כרית הפינה של פאול". המושג כרית פינה (Corner Cushion) מתייחס לכיסויי המגן המולבשים על פינת שולחן המשחק.
אך בתמונה לא רואים כלל את פנים המועדון או את שולחנות הביליארד, אלא רק את הרחוב ואת הבניין המוזנח יחסית שבו הוא ממוקם. מרכז היצירה הוא המכונית הכחולה. סדרת הטנדרים (Pickup Truck) הייתה הסדרה הראשונה שבה התפרסם גוינגס, מסוף שנות השישים.

התייחסות לרוח התקופה:

יצירותיו של גוינגס בכלל ויצירה זו בפרט עוסקות בביקורת כלפי החלום האמריקאי, דרך החיים המשתקפת מבעד לאידיאולוגיה הקפיטליסטית של המערב.[2]. סדרת הטנדרים שלו מתמקדת ברעיון האמריקאי כי האדם חופשי לנוע באמצעות מכוניתו לכל מקום שירצה כדי למצוא את מקומו. אך החופש המוחלט הגלום בחלום האמריקאי מוביל גם לאובדן זהות, בדידות וחיפוש.

זהו למעשה נושא הסדרה של המכוניות כולה ושל יצירה זו בפרט. היצירה נקראת על שם מקום הבילוי, אך עוסקת למעשה במכונית ובבעליה. איננו יודעים אם המכונית שייכת לבעל המקום או לעובר אורח, אבל הריקנות, עליבות המבנה, היעדר זכר לבני אדם או לפעילותם – כל אלו יוצרים תחושת עצבות קלה ובדידות, המנוגדת לשם היצירה המעיד על מקום בילוי ועל נוחות של ישיבה במקום (כריות).

הצבעוניות ביצירה סמלית: הצבעים העיקריים הם כחול ואדום (של הטנדר) והלבן של הקיר שמאחוריו, צבעים המזכירים את דגל ארצות הברית. הדגש הצבעוני בשלטי הפרסום בכלל והאזכור של כרטיס האשראי (מאסטרכארד) בפרט, נוגעים גם הם בביקורת על הקפיטליזם האמריקאי המאוחר ועל תרבות הצריכה שהופכת את החופש למותנה בכסף.

היחס של היצירה לשפה החזותית של הטלוויזיה:

גוינגס מאמץ במידה רבה קודים של כתבת טלוויזיה תיעודית:

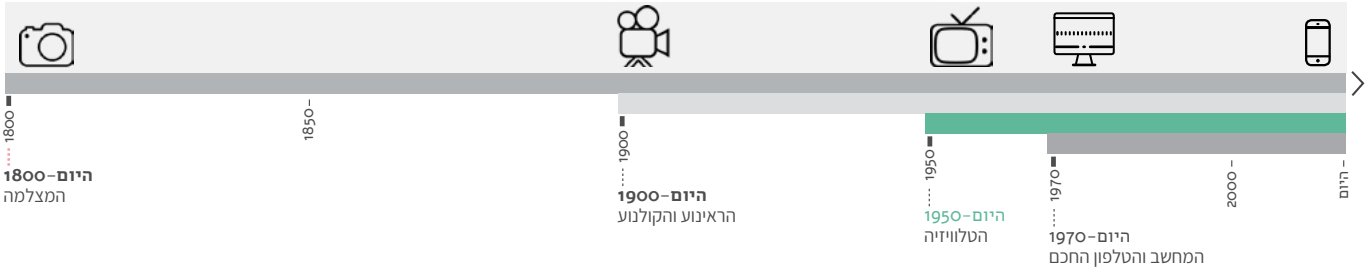
- בחירת רגע אקראי והפיכתו ל"אירוע" טלוויזיוני: הבחירה בפיסת מציאות הופכת אותה לבעלת משמעות וחשיבות. כמו במאי תיעודי בוחר גוינגס בקפידה את הרגעים שהוא מתאר כדי להעביר את רעיונותיו.
- אשליה של תיעוד נאמן לממשות: כמו היוצרים התיעודיים בטלוויזיה, גם כאן השפה החזותית יוצרת אשליה של תיעוד אמיתי, ללא התערבות ממשית של היוצר. וכמו בטלוויזיה, מדובר באשליה מפני שכדי להגיע לתיאור משכנע כל כך, היוצר נדרש ליכולת טכנית גבוהה, לעבודה רבה מאוד ולתכנון מדוקדק ביותר של התוצר הסופי.

המושגים המופיעים ביצירה זו:

- החלום האמריקאי
- תרבות ההמונים
- קפיטליזם
- היפר ריאליזם
- אירוע טלוויזיוני

2 המושג החלום האמריקאי נלמד בהקדמה לפרק 3: המצאת הטלוויזיה והשפעתה על השפה החזותית, כחלק מרוח התקופה.

ב.3. המצאת מכשיר הטלוויזיה והשפעתה על השפה החזותית



ב.3. 1. רקע היסטורי – סדקים באוטופיה של המודרניזם

הקדמה

הרקע ההיסטורי בפתיחת פרק זה עוסק בתחילת התפוררות הרעיונות המודרניסטיים בעקבות מלחמות העולם ובתפקידה המרכזי של הטלוויזיה כמעצבת דעת קהל בתקופת המלחמה הקרה.

נפתח בדיון על האכזבה מהרעיון המודרני שלפיו חקירה מדעית ושיטתית מובילה בהכרח למסקנה אמיתית כפי שהיא באה לידי ביטוי בשיח של תורת הקיום (האקזיסטנציאליזם).

לאחר מכן תידון המלחמה הקרה – אחת מתוצאות מלחמות העולם – וניסיונו של כל אחד מהגושים, המזרחי־סובייטי והמערבי-אמריקאי, לצבור השפעה בינלאומית.

לבסוף תוצג תיאוריית המחט התת-עורית של לאסוול, המגדירה את חשיבות הטלוויזיה כמעצבת דעת קהל בת־קופת המלחמה הקרה. נראה כי הטלוויזיה נתפסה ככלי מרכזי בידי השלטונות לשימור האידיאולוגיה השלטת ולחיזוק הרעיונות התרבותיים המרכזיים בכל אחד מהגושים.

הרקע ההיסטורי אינו כולל יצירות חובה.
מומלץ להיעזר בסרטונים הממחישים את הרעיונות המרכזיים הנדונים להלן.
המלצות לסרטונים להרחבה מופיעות במסגרת ירוקה.

הרעיונות המרכזיים אותם יש ללמד בכיתה מופיעים בסיכום הרקע.
הזמן המומלץ לדיון ברקע ההיסטורי וברוח התקופה – 2-4 שעות.

מלחמות העולם – סדקים באוטופיה המודרניסטית

בפרק הקודם ראינו כיצד מסוף המאה התשע-עשרה ובמהלך העשורים הראשונים של המאה העשרים התגבשו הרעיונות האוטופיים המרכזיים של המודרניזם: אופטימיות ותחושת "תיקון עולם" ושבירת מסורות, חדשנות ומקוריות. בד בבד ראינו כיצד מתחלקת התרבות העולמית בין שני כוחות מרכזיים – המערב הקפיטליסטי בהנהגת ארצות הברית והמזרח הקומוניסטי בהנהגת ברית המועצות. שני גושים אלה ניהלו (ובמידה מסוימת עדיין מנהלים), מאבק בלתי פוסק על שליטה פיזית, כלכלית, אידיאולוגית ותרבותית. מאבק זה הגיע לשיא משמעותי בשתי מלחמות העולם: הראשונה שהתרחשה בין 1914 ל-1918 והשנייה שהתרחשה בין 1939 ל-1945.

"כבו מאורותיה של אירופה" הכריז אדוארד גרי (Edward Grey, 1862–1933), שר החוץ הבריטי, ב-1 באוגוסט 1914, יום הכרזת מלחמת העולם הראשונה. אמירה זו חזתה במידה רבה את תחילת הקריסה של האוטופיות המודרניסטיות ושל מעצמות אירופה ככוח מוביל בעולם. מלחמת העולם הראשונה הסתיימה ללא מנצחים ממשיים. מיליונים נפלו בקרבות, אירופה חרבה, הכלכלה האירופית התמוטטה, עמים שלמים איבדו את הנהגתם ומסורתם, וכוחות חדשים בעלי אופי טוטליטרי החלו להשתלט על חלקים באירופה. כך, במידה רבה, נזרעו הזרעים לפרוץ מלחמת העולם השנייה.[3]

גם המלחמה השנייה לא הצליחה להשיב את הסדר המודרניסטי על כנו. להפך – המלחמה הביאה את האנושות לשיאים חדשים של שנאה, חוסר סובלנות, רצח המונים ואימה. זו הייתה המלחמה הגדולה ומרובת הקורבנות בהיסטוריה. נהרגו בה כשמונה-עשר מיליון חיילים בקרבות, ובנוסף נרצחו בשיטות מזוויעות שישה מיליון יהודים והוצאו להורג מיליונים נוספים שלא ענו על דרישות "הגזע העליון" של המשטר הנאצי: צוענים, מפגרים, הומוסקסואלים ועוד.

זאת ועוד, במלחמת העולם השנייה התגלה במלא עוצמתו פוטנציאל האימה הגלום במדע ובטכנולוגיה בדמותן של פצצות האטום שהטילו האמריקאים בסיום המלחמה על שתי הערים היפניות הירושימה ונגסאקי במטרה להכניע את צבא יפן. עוצמת ההרג וההשפעה המתמשכת של פצצות האטום הבהירו כי האנושות עלולה להגיע בקלות יחסית להשמדה עצמית.

נקודה למחשבה והרחבה

האקזיסטנציאליזם – תורת הקיום

אחת המסקנות הביקורתיות החשובות והמשמעותיות שהסיקה התרבות המערבית בעקבות מלחמות העולם התבטאה בהתפתחותה של תפיסה המכונה אקזיסטנציאליזם (Existentialism) או תורת הקיום. מקורה של שיטה פילוסופית זו, שהתפתחה במהלך שנות הארבעים והחמישים של המאה העשרים, בתורתו של הפילוסוף הגרמני מרטין היידיגר (Martin Heidegger, 1889-1976), אף שהוא עצמו דחה את השם שניתן לה.

האקזיסטנציאליזם מטיל על האדם אחריות מלאה למעשיו. בעקבות התנסויותיהם בזוועות מלחמת העולם השנייה טענו ההוגים המרכזיים של השיטה, וביניהם הסופרים הצרפתים ז'אן פול סארטר (Jean-Paul Sartre, 1905–1980), אלבר קאמי (Albert Camus, 1913–1960) וכן הפסיכיאטר היהודי-אוסטרי ויקטור פרנקל (Viktor Frankl, 1905–1997), ניצול מחנה ההשמדה אושוויץ, כי האדם נולד אל תוך מצב נתון, לנסיבות שלא הוא בחר. אין לקיומו כל תכלית או מטרה. הוא פשוט קיים. לכן, כל שביכולתו של האדם לעשות הוא לבחור את דרכו בהתאם לנסיבות ולפי צו מצפונו כדי לעצב את חייו בצורה הטובה ביותר.

באופן כללי ניתן לומר כי האקזיסטנציאליזם מסמל את תחילת סופו של הרעיון המודרניסטי הגורס כי בחינה הגיונית, מדעית ושיטתית של המציאות תוביל בהכרח לפתרון יחיד, מוסכם והגיוני לכל בעיה. במילים אחרות, האקזיסטנציאליזם טוען כי אין אמת אחת מוחלטת, וכי על כל אדם לברור את דרכו בהתאם למערך הנסיבות הייחודי לו. מסקנה זו היא תגובה, בין היתר, להרס שהמיטה האנושות על עצמה במלחמות העולם, בעקבות המחשבה כי לכל צד יש "אמת מוחלטת אחת" שעליו להילחם עליה.[4]

3 ראו: מיכאל זיו (ער'), **האנושות תולדות התרבות והאמנות**, כרך שמיני – העת החדשה, ישראל, 1986, עמ' 756 – 760.

4 ראו: ד"מ מקינון, "אקזיסטנציאליזם", ריי ואורמסון, אנציקלופדיה לפילוסופיה, כרך 1, עמ' 102– 103.

הרעיונות האקזיסטנציאליסטיים השפיעו מאוד על התפתחות השפה החזותית של המחצית השנייה של המאה העשרים, במיוחד בכל הנוגע ליוצרים שפנו אל עולם הרגש והתת-מודע והתנתקו מתיאור אובייקטיבי של הממשות הנראית. יתר על כן, גם הדגש בתהליכי יצירה ועבודה אישיים המתנתקים מהמסורת המקובלת מקורו ברעיונות האקזיסטנציאליסטיים. למעשה, בתחומי השפה החזותית, כמו בתרבות כולה, מבשר האקזיסטנציאליזם את התגבשותו הראשונית של רעיון האמת הגמישה של העידן הפוסט-מודרני, לפיו אין לפעול על פי רעיונות מוכתבים מראש ומוחלטים, וכי כל יוצר וכל אדם מבין את המציאות כפי שהוא מסוגל ומעוניין.

המלחמה הקרה והולדת הטלוויזיה – המדיה החזותית בשירות האידיאולוגיה

לאחר מלחמת העולם השנייה הייתה אירופה הרוסה ברובה. ברית המועצות השתלטה על יותר ויותר אזורים במזרח היבשת והשליטה בהם משטר דיקטטורי-קומוניסטי. המערב התנגד לכך, וכך החל להתפתח מאבק סמוי וגלוי בין שתי המעצמות על שליטה תרבותית, פוליטית ותודעתית באירופה.[5] מאבק זה, שכלל גם התחמשות גרעינית ואיומים בהשמדה הדדית, נודע בכינוי "המלחמה הקרה". את המונח "מלחמה קרה" טבע איש העסקים והמדינאי היהודי-אמריקאי ברנרד ברוך (Bernard Baruch, 1870–1965) בנאום שנשא ב-16 באפריל 1947, ובו תיאר את מערכת היחסים העוינת שהלכה ונרקמה בין ארצות הברית לברית המועצות בעקבות מלחמת העולם השנייה. המלחמה הקרה התנהלה מסוף שנות הארבעים ועד לשנת 1990, אז התמוטטה ברית המועצות ואיתה הגוש המזרחי כולו.[6]

נקודה למחשבה והרחבה

שורשי המלחמה הקרה

שורשי המלחמה הקרה נבטו בסוף מלחמת העולם הראשונה, עם הקמת האינטרנציונל השלישי, איגוד בינלאומי של המפלגות הקומוניסטיות, הידוע בכינוי ה"קומינטרן", על ידי הממשל הסובייטי בשנת 1919. מטרתו של איגוד זה הייתה לסייע בהפצת הרעיונות הקומוניסטיים בעולם, ובעיקר במדינות המערב ה"בורגניות". פעילות זו גרמה לאי שקט רב בקרב מדינאים מערביים שראו בה ניסיון להשתלטות עוינת שקטה מצד הקומוניסטים.

העוינות וחוסר האמון בין הגוש המערבי לגוש הסובייטי הגיעו לשיא חדש באוגוסט 1939, עם חתימת הסכם בין ברית המועצות בהנהגת סטלין ובין גרמניה בהנהגת היטלר. הסכם זה ידוע בשם הסכם ריבנטרופ-מולוטוב, ולפיו יתקיים שיתוף פעולה מדיני וכלכלי בין שתי המדינות, והן לא יתקפו זו את זו.[7] חוסר אמון זה הלך והתגבר לקראת סוף מלחמת העולם השנייה, כשראש ממשלת בריטניה וינסטון צ'רצ'יל (Winston Churchill, 1874–1965) הבין כי ברית המועצות מתכוונת להשתלט על מזרח אירופה ודחק בצבאות המערב לנסות להקדים את הסובייטים.

לאחר המלחמה הצטרפו חלק ממדינות מזרח אירופה לגוש הקומוניסטי, ואחרות נותרו דמוקרטיות ונהנו מתמיכה אמריקאית. עד לשנות התשעים של המאה העשרים נאבקו שתי המעצמות זו בזו, בניסיון להשיג כמה שיותר השפעה על מדינות אירופה.

יצירה לדיון:

סרטון: המלחמה הקרה (אנגלית, כתוביות)

5 See: Ingo F. Walther (ed.), Art of the 20th Century, Bonn, 2005, Vol. 2, p.664.

6 מסוף העשור הראשון של המאה העשרים ואחת, במסגרת שלטונו של ולדימיר פוטין, חותרת רוסיה להשיב את מעמדה כמעצמת על המשפיעה על מדינות רבות באירופה ובמזרח התיכון.

7 הנאצים הפרו הסכם זה כשפלשו לברית המועצות ב-22 ביוני 1941, ובכך השיבו את שיתוף הפעולה בין צבאות המערב ובין ברית המועצות, אך לא את האמון. ראו: גוטמן ישראל (ער'), **האנציקלופדיה של השואה**, חוזה ריבנטרופ-מולוטוב, תל-אביב, 1990, באתר "הספרייה של מט"ח".
https://lib.cet.ac.il/pages/item.asp?item=15250

אל תוך מציאות מורכבת זו נולדה הטלוויזיה, והחלה להתבסס ככלי המרכזי והחשוב ביותר של בידור ומידע. בארצות הברית, עם השיפור הכלכלי לאחר תום המלחמה, נקנו מקלטי טלוויזיה כמעט בכל בתי האב. כתוצאה מכך נעשתה הטלוויזיה כלי מרכזי להעברת האידיאולוגיה השלטת ולעיצוב דעת קהל. השפעת הטלוויזיה על דעת הקהל נתפסה כמכרעת עד כדי כך שהצופים בה כמעט אינם מסוגלים לחשיבה ביקורתית על התכנים המוצגים.

תיאוריית המחט התת-עורית של לאסוול

חוקר התקשורת והסוציולוג האמריקאי הרולד לאסוול (Harold Lasswell, 1902–1978) הגדיר רעיון זה **בתיאוריית המחט התת-עורית** (hypodermic needle theory) שלו משנת 1945. לפי תיאוריה זו, לטלוויזיה יש השפעה חזקה ומיידית על הצופה, בדומה להשפעה שיש לזריקה תת-עורית. המדיה החזותית מסוגלת להעביר מסרים ולהחדיר אותם למוחו של הצופה גם באופן מודע וגם באופן לא מודע.

נקודה למחשבה והרחבה

תיאוריית המחט התת-עורית – המודל הליניארי

כדי להבהיר כיצד פועלת הטלוויזיה פיתח לאסוול את המודל הליניארי, הגורס כי קיימת זיקה ישירה בין פעולת התקשורת לתגובת הקהל.

במודל הליניארי של לאסוול יש חמישה שלבים:

1. מי – מיהו בעל האינטרס המתווה את התכנים והרעיונות המופיעים בתקשורת?
2. אומר מה – מהם התכנים שהוא מבקש להעביר?
3. באיזה ערוץ – באילו אמצעים טכנולוגיים הוא משתמש?
4. למי – מיהו קהל היעד של מסרים אלה?
5. באיזו השפעה – כיצד השפיעו המסרים?

על פי לאסוול, בתנאי מעבדה מושלמים, שרשרת אירועים זו מתנהלת ללא הפרעה. הוא מכנה זאת "הולכה מושלמת" (total conductance). אך בעולם האמיתי מתרחשת למעשה הולכה מוגבלת, שבה יכולים להיות שיבושים בכל אחד מהשלבים. לכן מה שלאסוול מתאר הוא מעין משחק טלפון שבור שבו בעל האינטרס או המסר מכוון לרעיון מסוים, אך תוך כדי השתלשלות העניינים משתנה המסר ומתעוות. לפי התיאוריה, שרשרת תקשורת ההמונים אמורה לפעול על סוגים שונים של אנשים בעלי יכולות שונות באותו האופן.[8]

יצירה לדיון:

סרטון: תיאוריית המחט התת-עורית של לאסוול (אנגלית, תרגום לעברית)

השפעת כוחה של הטלוויזיה – המקרתיזם בארצות הברית והז'דנוביזם בברית המועצות

משנת 1947 החלו פחדי המלחמה הקרה לחלחל להוליוד ולטלוויזיה האמריקאית ולשלול כל אזכור חיובי לרעיונות הקומוניזם או של ברית המועצות. רשתות הטלוויזיה ואולפני הוליוד יצרו רשימה שחורה של עובדי תעשיית הקולנוע והטלוויזיה החשודים בקומוניזם, ואף הודיעו לעיתונות כי לא יעסיקו במודע אנשים הדוגלים ברעיונות אלו. גישה זו הלכה והתרחבה עד שהגיעה לשיא שבא לידי ביטוי בתופעה שכונתה "מקרתיזם"[9] על שמו של הסנטור האמריקאי ג'וזף מקרתי (Joseph McCarthy, 1908–1957), שהקים בין השנים 1950–1956 ועדה מיוחדת בסנאט האמריקאי שמטרתה הייתה לאכוף את החוקים המונעים ריגול וחבלה למען הקומוניזם.[10]

8 ראו: דן לאפי, **סוגיות מפתח בתיאוריית המדיה**, רעננה, 2011, עמ' 15– 20.

9 מקרתיזם: שם דבר לחוסר סובלנות כלפי איזו צורה שהיא של קדמה וליברליזם, במסווה של מלחמה בקומוניזם. ראו: "מקרתיזם", דן פינס וקפאי פינס, מילון לועזי עברי המורחב, כרך ב', תל-אביב, 1972, עמ' 399.

10 See: John Wyver**, The Moving Image,** New-York, 1989, pp. 192–193.

יצירה לדיון:
סרטון: אלן שרקר, מהו מקרתיזם ואיך הוא התרחש? (אנגלית, תרגום לעברית)

גם בברית המועצות הבינו היטב את כוחה של המדיה החזותית. בדומה למקרתיזם האמריקאי התפתחה בברית המועצות צנזורה קשה על תוכני המדיה. הוביל אותה הקומיסר הסובייטי לענייני אמנויות אנדריי ז'דנוב, שאוסף נאומיו התפרסם לאחר מלחמת העולם השנייה גם בתרגום לעברית. ז'דנוב תקף בחריפות כל יצירה מודרנית שמתעסקת ב"אמנות לשם אמנות", מציגה רעיונות ליברליים או מתנגדת לרעיונות המשטר הקומוניסטי. גם הוא, כמו מקרתי, עסק בטיהור השורות ובסילוק אנשי רוח ויוצרים שהתנגדו לשלטון, וכמו במקרה של המקרתיזם הפך לימים הביטוי "ז'דנוביזם" לכינוי גנאי המסמל סתימת פיות תרבותית בשם רעיונות אידיאולוגיים שמפלגת השלטון מעוניינת לשמר.[11]

סיכום

חלק זה התמקד בהבנת רוח התקופה שלאחר מלחמת העולם השנייה, בה החלה הטלוויזיה להפוך לחלק מכל בית אב. ראינו כי בעקבות מלחמות העולם החלה **להיסדק תמונת העולם האוטופית של המודרניזם**, הגורסת כי חקירה מדעית ושיטתית תוביל לגילוי האמת. בד בבד החלה המלחמה הקרה, שבה ניסה כל אחד מהגושים – הקומוניסטי בהובלת ברית המועצות והקפיטליסטי בהובלת ארצות הברית – לצבור השפעה רבה ככל האפשר בכל התחומים על מדינות רבות ככל האפשר.

הטלוויזיה, שכוחה כמשפיעה על דעת הקהל הובן היטב בשני צדי המתרס, נתפסה ככלי מרכזי בידי השלטון להעברת רעיונות ואידיאולוגיות. על האופן שבו נתפסה השפעת הטלוויזיה אפשר ללמוד **מתיאוריית המחט התת-עורית של לאסוול**, לפיה אם מתנהל תהליך מבוקר היטב של העברת מסרים, ניתן לשלוט בהם באופן מושלם ולהעביר כל מסר לכל צופה.

כתוצאה מכך התפתחו בשני הגושים תהליכי צנזורה קשים על התכנים ועל תעשיית הטלוויזיה והקולנוע, מתוך כוונה לשלוט בתהליכי העברת המידע ובתכנים עצמם:

- בארצות הברית התפתח **המקרתיזם,** שניסה במשך תקופה קצרה "לנקות" את התעשייה ואת התכנים שלה מכל תמיכה או רמז לרעיונות קומוניסטיים.
- בברית המועצות התפתח **הז'דנוביזם**, שניסה "לנקות" את התעשייה ואת התכנים שלה מכל תמיכה או רמז לרעיונות קפיטליסטיים וליברליים.

11 ההשוואה בין המקרתיזם בארצות הברית לז'דנוביזם בברית המועצות היא סביב עקרון הצנזורה ועיצוב דעת הקהל הדומה מאוד בשתי התופעות. עם זאת יש לזכור כי המקרתיזם נמשך זמן קצר יחסית, כשש שנים, בעוד הרדיפות שיזם אנדריי ז'דנוב אחרי אלה שראה בהם מתנגדי המשטר הקומוניסטי בברית המועצות נמשכו שנים רבות, ורבים מהם הוגלו או הוצאו להורג.
See: The Editors of Encyclopaedia Britannica, Zhdanovshchina, Encyclopædia Britannica, 20/06/1998.
https://www.britannica.com/event/Zhdanovshchina

ב.3. 2. היכרות עם הפיתוח הטכנולוגי – הטלוויזיה

הקדמה

חלק זה מציג את התפתחות הטלוויזיה עד הפיכתה למכשיר חובה בכל בית אב.

בתחילת הפרק מוצגים שלושת השלבים העיקריים בהתפתחות הטכנולוגית של הטלוויזיה:

1. גלגל ניפקוב (פאול גוטליב ניפקוב)
2. טלוויזיה אלקטרו-מכנית (ג'ון לוגי ביירד)
3. טלוויזיה אלקטרונית (פילו פארנזוורת, ולדימיר זבורקין ובוריס רוסינג)

לאחר מכן נדונים חמישה שינויים משמעותיים שהתפתחות הטלוויזיה הובילה אליהם:

1. הטלוויזיה כ"מדורת השבט"
2. השידור החי
3. טלוויזיה רב-ערוצית
4. כלי מרכזי בפרסום
5. 15 דקות התהילה

ההיכרות עם הפיתוח הטכנולוגי כוללת דיון ביוצרים ויצירות חובה.
יצירות החובה מופיעות במסגרת אפורה, תחת הכותרת "יוצרים לדיון" או "יצירות לדיון".
דיון וסיכום על היוצרים המרכזיים ויצירותיהם ניתן למצוא בחומרי הלימוד.
המלצות לסרטונים להרחבה מופיעות במסגרת ירוקה.

הרעיונות המרכזיים שיש ללמד בכיתה מופיעים בסיכום חלק זה.
הזמן המומלץ לדיון בהמצאת הטלוויזיה: 1–2 שעות.

שלבים בהתפתחות הטכנולוגית של הטלוויזיה[12]

מהי טלוויזיה?

הטכנולוגיה שעליה מתבססת הטלוויזיה החלה להתפתח בשלהי המאה התשע-עשרה, בעקבות המצאת הטלגרף והרדיו. שידור הרדיו מתרחש כאשר גלי קול הנקלטים במיקרופון מומרים לאותות חשמליים המכונים גלים אלקטרומגנטיים, מוגברים ונפלטים אל האוויר. מקלט הרדיו קולט את גלי החשמל מן האוויר וממיר אותם חזרה לצלילים. הטלוויזיה פועלת על אותו עיקרון בדיוק, רק שבמקום גלי קול היא ממירה גלי אור של תמונה לאותות חשמליים וחזרה לתמונה.[13]

להתפתחות הטלוויזיה שלושה שלבים עיקריים:

1. גלגל ניפקוב: ההמצאה הראשונה שאפשרה שידור תמונה. קרויה על שם הממציא פָּאוּל גוֹטְלִיב נִיפְּקוֹב (Paul Gottlieb Nipkow, 1860–1940), סטודנט גרמני להנדסה וחשמל. **המצאה זו שימשה בסיס לכל הפיתוחים שבאו אחריה.**

2. הטלוויזיה האלקטרו-מכנית של ג'ון לוגי ביירד: שילוב בין גלגל ניפקוב לטכנולוגיית הטלגרף שאפשרה שידור למרחוק. הממציא, ג'ון לוֹגִי בֵּיְרְד (John Logie Baird, 1888–1946) היה מומחה בריטי לחשמל ואלקטרוניקה, והוא העביר את שידור הטלוויזיה הראשון בעולם. המכשיר שהוא פיתח התבסס על פעולה מכנית ויצר תמונה לא איכותית מספיק, ולכן לא נעשה בו שימוש מסחרי, אך הוא פרץ את הדרך לממציאי השלב השלישי.

יצירה לדיון:
ביירד, שידור הטלוויזיה הראשון – בובת סטוקי ביל, 2.10.1925

3. הטלוויזיה האלקטרונית: זהו למעשה הפיתוח שעליו מבוססת הטלוויזיה המודרנית, והוא גם זה שהפך למסחרי. הטלוויזיה האלקטרונית היא שילוב של טכנולוגיה שפיתח ילד פלא אמריקאי בשם פִילוֹ פָּארְנְזְוֹרְת (Philo Farnsworth, 1906–1971), המחלקת את התמונה לפיקסלים, ושל שני מדענים סובייטים: ולדִימִיר קוֹסְמָה זְבוֹרְקִין (Valadimir Kosma

12 See: Albert Abramson, The Invention of Television, in Anthony Smith and Richard Paterson, Television: An International History, Oxford, 1998, pp.9-21.

13 בשנת 1895 הצליח הממציא האיטלקי גוליילמו מרקוני (Guglielmo Marconi, 1874–1937) להעביר מידע חשמלי באופן אלחוטי ולמעשה המציא את הטלגרף. בשנת 1899 נחנך קו הטלגרף האלחוטי הראשון בין אנגליה לצרפת. ראו: עלי לוין, מי המציא את הרדיו האלחוטי – מרקוני או טסלה? New-Tech Microwave Magazine, 29/07/14
https://www.new-techonline.com/2014/07/%D7%9E%D7%99-%D7%94%D7%9E%D7%A6%D7%99%D7%90-%D7%90%D7%AA-%D7%94%D7%A8%D7%93%D7%99%D7%95-%D7%94%D7%90%D7%9C%D7%97%D7%95%D7%98%D7%99-%D-7%9E%D7%A8%D7%A7%D7%95%D7%A0%D7%99-%D7%90%D7%95-%D7%98%D7%A1/

(Zworykin, 1888–1982) ובוֹרִיס רוֹסִינְג (Boris Rosing, 1869–1933) ששיפרו את הטכנולוגיה של פַארְנְזְוֹרְת ויצרו לראשונה מכשיר איכותי מספיק לשיווק המוני.

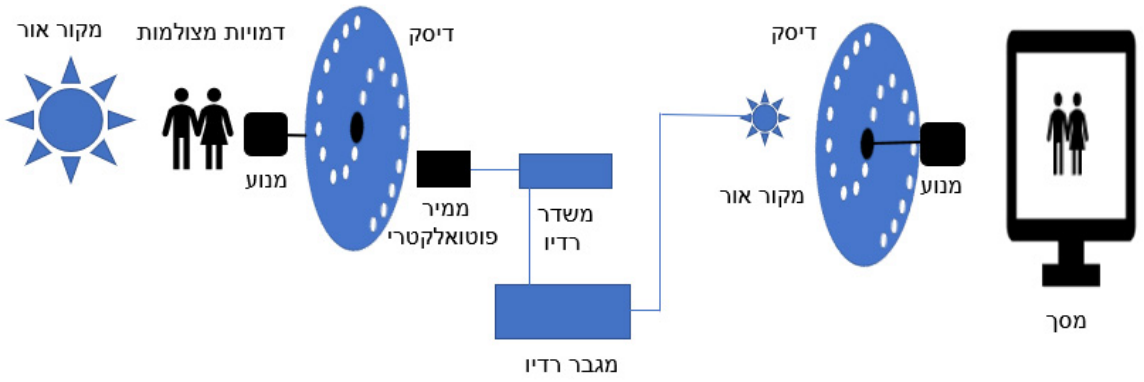
נקודה למחשבה והרחבה

שלבי התפתחותה של הטלוויזיה – פירוט היסטורי וטכנולוגי

1. המצאת הטלוויזיה – גלגל ניפקוב

פָּאוּל גוֹטְלִיבּ נִיפְּקוֹב (Paul Gottlieb Nipkow, 1860–1940), סטודנט גרמני להנדסה וחשמל, היה אחד הראשונים שניסה ליצור מכשיר המתבסס על גלים אלקטרומגנטיים אך משדר תמונה. בשנת 1884, כשהוא בן 24, הצליח ניפקוב לפתח את המערכת הראשונה בעולם לשידור תמונה. מערכת זו קרויה על שמו, "גלגל ניפקוב", והיא מבוססת על שני גלגלים שמסתובבים מהר בעזרת מנוע. כל אחד מהם מחורר בעשרים חורים המאורגנים בקו לולייני – מהמרכז החוצה ובמרחק הולך וגדל זה מזה. כאשר מוקרן מאחורי הגלגל אור חזק בזמן שהוא מסתובב נוצרת אשליה של פסי אור. פסי האור נקלטים בגלאי הפוטו-אלקטרי שמאחורי הגלגל הראשון ומומרים לגלים פוטו-אלקטריים. הם עוברים שוב דרך הגלגל השני ומומרים לכדי נקודה בתמונה על גבי מסך שנמצא מעבר לגלגל.

תרשים גלגל ניפקוב



סרטון: כיצד פועלת המערכת של ניפקוב

המערכת שבנה ניפקוב מהווה את הבסיס לכל פיתוחי הטלוויזיה מאז ועד היום. היא ממירה גלי אור לאות חשמלי על ידי שימוש בתאים פוטו-אלקטריים שכל אחד מהם הוא נקודה מתוך התמונה. ככל שמספר התאים גדול יותר יש יותר נקודות והתמונה ברורה יותר. כל הפיתוחים המאוחרים יותר עושים שימוש בעיקרון של נקודות בצפיפות גדולה, אם כי השיטות להמרת גלי האור הלכו והשתכללו.

המערכת שהמציא ניפקוב לא זכתה להצלחה או לפיתוח מסחרי כי חסר בה המרכיב העיקרי של הטלוויזיה: שידור מרחוק. בעיה זו נפתרה רק בעשור השלישי של המאה העשרים, עם הטלוויזיה המכנית של ג'ון לוגי ביירד.

2. הטלוויזיה האלקטרו-מכנית של ג'ון לוגי ביירד

ג'ון לוֹגִי בֵּיירְד (John Logie Baird, 1888–1946) היה מומחה בריטי לחשמל ואלקטרוניקה. הוא הוקסם מההמצאה של ניפקוב והחליט לנסות לשלב אותה עם הטכנולוגיה של הטלגרף, כך שיהיה אפשר לשדר תמונה מרחוק. בשלב הראשון הוא הוסיף עדשות, הגדיל את הגלגל והעלה את מספר החורים מעשרים לשלושים כדי לשפר את התמונה ב"גלגל ניפקוב".

ב-2 באוקטובר 1925 הצליח ביירד לצלם בובה בשם סטוקי ביל באחד מחדרי ביתו ולהקרין אותה על גבי מסך בחדר אחר. זו הייתה פריצת הדרך שהובילה לפיתוח המנגנון שלו לכדי מכשיר מסחרי.

ביירד המשיך לשפר את איכות התמונה של המערכת שבנה והגיע להישגים מרשימים. במקביל, בחברת שידורי הרדיו הבריטית, הבי-בי-סי (B.B.C – British Broadcast Cooperation), החלו להתעניין בשידורי טלוויזיה ציבורית ובחנו את המערכת שלו, אם כי בסופו של דבר החליטו לא להשתמש בה. הסיבה העיקרית הייתה פעולתה המכנית-סיבובית שהתבססה על גלגל ניפקוב והייתה לא איכותית ויעילה מספיק.

את הפתרון סיפקו דווקא מתחריו של ביירד בארצות הברית וברית המועצות שפיתחו את הדור הבא של טלוויזיות אלקטרוניות.

סרטון: הטלוויזיה המכנית של ג'ון לוגי ביירד, 1925 (אנגלית, כתוביות)

מכשיר הטלוויזור של ביירד, 1930

3. הטלוויזיה האלקטרונית:

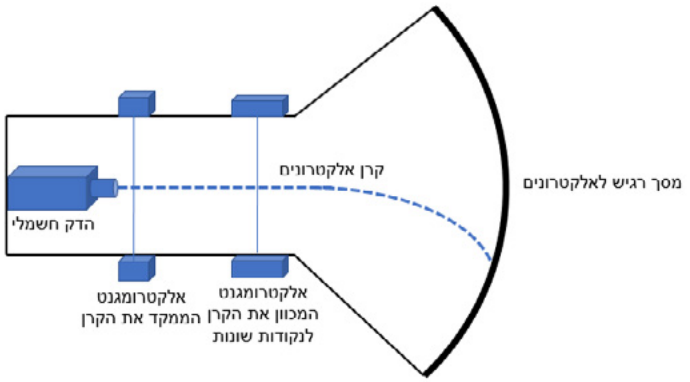
פִילוֹ פַארְנְזְוּוֹרְת (Philo Farnsworth, 1906–1971), היה ילד פלא שחי ביוטה שבארצות הברית. בשנת 1920, כשהיה בן ארבע-עשרה בלבד, הציג בפני המורה שלו לכימיה את רעיון הטלוויזיה האלקטרונית שהגה, וכעבור שנים מעטות, ב-1927, הציג את המצאתו לקהל הרחב.

כמו במקרה של ביירד, גם הרעיון של פארנזוורת התבסס על גלגל ניפקוב, אך הוא החליף את הדיסק המסתובב ברשת תאים פוטו-אלקטריים מצזיום.[14] את המערכת שבנה הוא כינה "מבתר התמונה" (image dissector) כי היא "ביתרה" את התמונה לנקודות-נקודות. לעומת המערכת של ניפקוב, מערכת זו הייתה מהירה הרבה יותר ויצרה תמונה מדויקת מאוד.

מבתר התמונה של פארנזוורת, 1927

ולדִימִיר קוֹסְמָה זְבוֹרְקִין (Valadimir Kosma Zworykin, 1888–1982) ובוֹרִיס רוֹסִינְג (Boris Rosing, 1869–1933) היו שני מדענים סובייטים שהחלו לפתח מערכת של טלוויזיה אלקטרונית עוד בשנת 1897. המערכת שלהם נקראה שפופרת קרן קתודית, והיא התבססה על גוף זכוכית ובו רִיק מוחלט. בצדו האחד היה הדק חשמלי שפלט קרן של אלקטרונים שליליים ובצד השני היה מסך זכוכית מצופה בחומר כימי שהאיר כאשר האלקטרונים פגעו בו. נקודות האור יצרו תמונה על גבי המסך.

תרשים השפופרת הקתודית של זבורקין ורוסינג



14 יסוד כימי מתכתי פעיל ביותר מקבוצת המתכות האלקליות. צבעו כסוף והוא דומה בתכונותיו לנתרן. את הצזיום גילו ב-1860 צמד המדענים רוברט בונזן וגוסטב קירכהוף. צזיום הוא מתכת פעילה מאוד, שמגיבה בצורה חזקה ביותר בנוכחות מים ויכולה לבעור באופן פתאומי באוויר. בגלל רגישותה הרבה לאור היא משמשת בייצור תאים פוטו-אלקטריים – מכשירים שהופכים אנרגיית אור לאנרגיית חשמל – כמו למשל במחשבונים הפועלים ללא סוללות. ראו: יואב בן דב (ער'), אנציקלופדיה אביב, כרך 15, ישראל, 2004, עמ' 40.
https://school.kotar.cet.ac.il/KotarApp/Viewer.aspx?nBookID=42156111#41.693.4.default

בשנת 1917, במהלך המהפכה הבולשביקית, ברח זבורקין לפריז ולאחר מכן לארצות הברית. הוא החל לעבוד בחברת האלקטרוניקה וסטינגהאוס, והמשיך לפתח שם את המצאותיו בתחום הטלוויזיה. ב-1929 הוא החל לעבוד בחברת התקשורת RCA (Radio Corporation of America). ושם שילב את המצאתו עם מבתר התמונה של פָּארְנְזְוֹוֹרְת ויצר למעשה את הטלוויזיות המסחריות הראשונות.[15]

ההמצאה של זבורקין ורוסינג השלימה למעשה את התהליך הטכנולוגי ואפשרה, בשילוב עם ההמצאות שקדמו לה, להפוך את הטלוויזיה למוצר חובה בכל בית. הטלוויזיה שינתה מהותית את המציאות ואת האופן שבו הקהל צורך מידע חזותי.

שידור הטלוויזיה הראשון של חברת RCA, 7.7.1936

15 פָּארְנְזְוֹוֹרְת תבע את חברת RCA על שימוש ללא רשות בהמצאתו. המשפט התנהל זמן רב ובסופו הגיעו הצדדים לפשרה, ולפיה תשלם RCA תגמולים לפָּארְנְזְוֹוֹרְת ובתמורה תורשה להשתמש בהמצאתו במוצריה.

החידושים שהביאה עמה הטלוויזיה

כבר בתחילת דרכה היה ברור כי הטלוויזיה עומדת לשנות את התרבות בכלל ואת האופן שבו האדם צורך את המידע החזותי בפרט. המהפכה הגדולה שיצרה הטלוויזיה הייתה בכך שזמן קצר יחסית לאחר המצאתה יכול היה כל אחד לצרוך מידע חזותי בביתו ובזמנו החופשי. חידוש זה היה ברור לכל מי שחי באותה תקופה. כך, למשל, נכתב בכתבה שהתפרסמה באנגליה בשנת 1930, הרבה לפני שהטלוויזיה הפכה למוצר מסחרי שקיים בכל בית אב: "אי אפשר לעצור את הממציא המודרני... זה כמעט ודאי שבעוד שנים מעטות כל הבידור שלנו יהיה זמין בין ארבעת קירות ביתנו. לחצו על כפתור פשוט, והסרט הסטריאוסקופי המדבר יופיע על המדף שלכם".[16]

ימיה הראשונים של הטלוויזיה, תחילת המלחמה הקרה, היו דווקא תקופת הפריחה הגדולה של הצילום והקולנוע. עיתונים הכוללים צילומים הגיעו לשיא תפוצתם בכל העולם, והעורכים דרשו עוד ועוד צילומים מכל קצוות תבל. מעבר לכך, שיפור התשתיות בתקופת המלחמה גרם לכך שמהירות העברת הסחורות ממקום למקום גדלה מאוד, כך שגם מידע עבר מהר הרבה יותר.[17]

במהלך שנות הארבעים של המאה העשרים לא רבים שמו לב לקופסת העץ העומדת בסלון. התמונות שהיא שידרה היו באיכות גרועה ובשחור לבן. איש לא תיאר לעצמו כי מכשיר זה, שאיכות השידור שלו הלכה והשתפרה במהירות רבה, יביא עד מהרה לקצם של רוב ענפי הצילום המקצועי ובעיקר לסופו של הצילום העיתונאי. בעקבות התפתחות הטלוויזיה השתנה הצילום באופן עמוק ומהותי, וכן השתנה האופן שבו בני אדם צופים בייצוג החזותי.

התמונה האלקטרונית הייתה לא רק מהירה יותר מהצילום, אלא גם הביאה איתה את מיידיות השידור החי. השידור הטלוויזיוני יצר אצל הצופים תחושה שהם נוכחים באירוע ממש, בניגוד לצילום שהעיד על כך שהצופה פספס את ההתרחשות. הצילום העיתונאי היה יכול לשרוד במציאות זו רק אם הצליח להביא תמונות שהטלוויזיה לא יכלה להגיע אליהן או פספסה אותן.

התוצאה הסופית של התפתחות הטלוויזיה הייתה שהצילום איבד את מעמדו ככלי חזותי המעיד על התרחשות אמיתית. ככל שהצילום הלך ואיבד את אחיזתו בממשות לטובת הטלוויזיה, הוא התקרב יותר לאמנות. צלמים רבים החלו להציג בגלריות ונטשו את השאיפה לאובייקטיביות.[18]

במשך העשורים הראשונים לקיומה הייתה הטלוויזיה המכשיר הטכנולוגי המתקדם ביותר בבית הממוצע. אף שרוב הצרכנים לא הבינו כיצד פועל המכשיר, ואף על פי שהטלוויזיות היו קטנות מאוד, הייתה להן נוכחות ממגנטת בחלל הסלון המשפחתי. הן פנו ישירות לשני חושים: ראייה ושמיעה, אך למעשה הפעילו את כל החושים באמצעות ההבהוב והבוהק של המסך, הזמזום של התחממות השפופרת ופצפוצי החשמל הסטטי בזמן הכיבוי.

אך הרבה מעבר לפן הטכנולוגי, הטלוויזיה ייצגה שער אל העולם הגדול, אל מידע בזמן אמת, אל חדשות, אל דעות. נוכחותה בבית השליכה גם על בעלי הבית והגדירה אותם כמתקדמים, תרבותיים ופתוחים לריבוי דעות ולדיון עדכני במתרחש בעולם. נוכחותה של הטלוויזיה בבית הפכה לחלק בלתי נפרד מהתרבות ומהאופן שבו היא הגדירה את עצמה.

מעמדה האיקוני של הטלוויזיה ככלי להגדרת סדר יום תרבותי, חדשותי, פוליטי ואידיאולוגי נשמר באופן כמעט מוחלט עד לסוף המאה העשרים. מעמד זה החל להתערער עם התפתחות רשת האינטרנט והרשתות החברתיות.[19]

ניתן למנות כמה חידושים משמעותיים שהטלוויזיה הביאה עמה לעולם:

1. **הטלוויזיה כ"מדורת השבט":** הטלוויזיה הפכה את הייצוג החזותי לנגיש ואחיד למספר גדול מאוד של בתי אב, הנחשפים לאותם תכנים ומסרים ברגע נתון. עם התפתחות הטכנולוגיה הלכו ונעשו השידורים נגישים ליותר ויותר אנשים. שיאו של התהליך היה בשנת 1962, עם שידור הלוויין הראשון בעולם שהיה שיתוף פעולה של שלוש חברות השידור האמריקאיות: CBS, ABC, NBC.

16 See: Phil Norman, Television, A history in 100 Programmes, London, 2016, p.1.
17 See: Ingo F. Walther (ed.), Art of the 20th Century, Bonn, 2005, Vol. 2, p.664.
18 See: Ibid, pp. 667 – 670.
19 רעיון זה יידון בהרחבה בפרק הבא, בחלק העוסק בהשפעת המחשבים, האינטרנט והטלפונים החכמים על המדיה המסורתית בכלל והטלוויזיה בפרט.

יצירה לדיון:
שידור הלוויין הראשון בעולם, 10.7.1962 (התוכנית מתחילה ב-09:57)

אפיון חדשני זה זיכה את הטלוויזיה בכינוי "מדורת השבט". ביטוי זה הוא מושג מרכזי במאמר המפורסם משנת 1967 "המדיום הוא המסר" של חוקר התקשורת האמריקאי מרשל מקלוהן (Marshall McLuhan, 1911–1980) ייחס המושג "מדורת השבט" לטלוויזיה מעמד של מקום המפגש המרכזי שסביבו מסופרים סיפורי התרבות של השבט הפרימיטיבי. מקלוהן ראה בטלוויזיה את החלופה המודרנית למדורה הפרימיטיבית שסביבה מתעצבת דעת הקהל ומובְנים הערכים התרבותיים של החברה.[20]

2. השידור החי: הטלוויזיה אפשרה להעביר תכנים חיים בזמן אמת מהשטח. היה זה יתרונה הגדול והמשמעותי על פני כל המדיות המסורתיות. כך החלה להתפתח תרבות חזותית של שידורים חיים וחדשות. עם זאת, בתחילת הדרך, מ-1941 ועד סוף שנות החמישים, לא הצליחו שידורי הטלוויזיה לממש את היתרון הגדול של השידור החי.

בשידור הפתיחה של תוכנית האקטואליה "See it Now" ברשת CBS, שהתקיים ב-18 בנובמבר 1951, הדגים המגיש האגדי אדוארד מורו (Edward Murrow, 1908–1965) לראשונה את יכולת השידור החי בכמה מצלמות. מטרת ההדגמה הייתה למצב את התוכנית כזו המעבירה את המידע העדכני והמדויק ביותר שאפשר.

יצירה לדיון:
שידור הפתיחה של התוכנית "See It Now", CBS, 18.11.1951

בעקבות השתכללות הטכנולוגיה, משנות השישים של המאה העשרים, הלך והתבסס השידור החי כחלק ייחודי ובלתי נפרד מהשפה החזותית הטלוויזיונית. התקופה שבין שנות השישים של המאה העשרים ועד סופה הייתה תור הזהב של הטלוויזיה החיה. המדיום הטלוויזיוני נתפס כאמין ביותר וכחשוב ביותר בכל הנוגע לחדשות ולמידע עדכני בזמן אמת. יתר על כן, לטלוויזיה יוחסו כוח רב והשפעה כמעט מוחלטת על דעת הקהל. עקב כך נעשתה הטלוויזיה יעד ללחצים פוליטיים וכלכליים של השלטונות כמעט בכל מדינה.[21]

עם התפתחות האינטרנט, הרשתות החברתיות והטלפונים החכמים, בתחילת המאה העשרים ואחת, שינתה הטלוויזיה את פניה, ובמקום שידורים חיים החלה להתמקד יותר ויותר בתוכניות ריאליטי, בסדרות ובתוכניות בידור שונות.[22]

3. טלוויזיה רב-ערוצית: משנות השמונים של המאה העשרים התפתחה הטלוויזיה הרב-ערוצית בכל העולם. המושג טלוויזיה רב-ערוצית מתייחס לחברות עצמאיות, המספקות ללקוחות שירותי טלוויזיה ותכנים תמורת תשלום חודשי קבוע. השירות כולל בדרך כלל את התחנות הציבוריות המשודרות באותה מדינה או אותו אזור, ערוצי תוכן שונים שהגיעו להסכם עם אותה חברת הפצה וערוצים ייחודיים לכל חברה.[23]

התפתחות הטלוויזיה הרב-ערוצית הובילה לכך שמעבר לתכנים תיעודיים וחדשותיים החלה הטלוויזיה להתמחות גם בסדרות ובסרטים, ובמידה רבה החליפה את הקולנוע. המשמעות המיידית הייתה פתיחת ערוצי הטלוויזיה לתחרות, כניסה של שחקנים מסחריים רבים לתחום, וכמובן חופש בחירה רב מאוד לצרכן. פן נוסף של התפתחות טכנולוגית זו הוא האפשרות להקליט תכנים או לצפות בתכנים לא בזמן השידור שלהם. טכנולוגיה זו, המכונה Video on VOD (Demand, החלה להתפתח בשנת 1990 בשירות ניסיוני של חברת התקשורת האמריקאית GTE. מהעשור השני של המאה העשרים ואחת קיימת אפשרות זו אצל כל החברות המספקות שירותי טלוויזיה רב-ערוצית, והיא מאפשרת

20 עוד על הגותו של מקלוהן, החשובה מאוד להבנת תקשורת ההמונים ותפקידה המרכזי של הטלוויזיה בה, ועל המושגים המרכזיים שטבע, ראו בהרחבה בסוף חלק זה.
21 ראו: מיצ'ל סטיבנס, "הטלוויזיה משנה את פני החדשות", מתוך: דן כספי, תקשורת המונים, זרמים ואסכולות מחקר, תל אביב, 1995, עמ' 193.
22 נושא זה יידון בהרחבה בפרק האחרון העוסק בהתפתחות המחשבים והטלפונים החכמים, בהקשר של תגובות הכלים המסורתיים לפיתוח הטכנולוגי החדש.
23 כדי להמחיש את המבנה העסקי הזה ניתן להתבונן בשוק הישראלי של סוף העשור השני של המאה העשרים ואחת. השוק מורכב משתי ספקיות תוכן גדולות ועוד כמה קטנות יותר. כל אחת מהחברות מספקת את התוכן הציבורי בישראל (כאן, רשת, קשת, ערוץ 10, ערוץ הכנסת וכדומה), וכן ערוצי תוכן מחו"ל כמו נשיונל ג'יאוגרפיק, ערוץ ויוה, ערוצי ספורט ועוד. לבסוף, מתהדרת כל חברה בערוצי תוכן ייחודיים לה כמו נטפליקס, ערוצי סרטים וסדרות, ערוצי אוכל וטיולים וכדומה.

לצרכנים לא רק לבחור את התכנים אלא גם לארגן את הצפייה, ממש כמו עורך השידורים המקצועי, על פי רצונם ונוחיותם.[24]

4. כלי מרכזי בפרסום: היותה של הטלוויזיה מכשיר שנמצא בתוך הבית הפכה אותה כבר בתחילת דרכה לכלי רב-עוצמה בידי המפרסמים. בעקבות כך התפתח עד מהרה המודל העסקי ולפיו מימון עלויות הפקת המשדרים מגיע מפרסומות.[25]

הפרסומת הראשונה בעולם שודרה ב-1 ביולי 1941. הפיקה אותה תחנת השידור WNBT בניו יורק ליצרנית השעונים Bulova. החברה שילמה לתחנת הטלוויזיה תשעה דולרים כדי שהפרסומת תשודר לפני משחק בייסבול בין הברוקלין דודג'רס לפילדלפיה פיליס. אורכה של הפרסומת עשר שניות, והיא מראה שעון על גבי מפת ארצות הברית, כשהקריין מכריז: אמריקה פועלת לפי זמן Bulova (America runs on Bulova time).

יצירה לדיון:
פרסומת לשעוני Bulova, 1941.

משנות החמישים, עם כניסתה המהירה כמעט לכל בית אב במערב, ועד להתפתחות רשת האינטרנט שמרה הטלוויזיה על מעמדה כמדיה העיקרית לפרסום ולשיווק – גלוי וסמוי. בעוד שבקולנוע מוקצב זמן מועט יחסית לפרסום, בעיקר לפני תחילת הסרט, כדי לא לקטוע את הרצף הנרטיבי שלו, השידור הטלוויזיוני מורכב משיאים של רגש שמופסקים באחת לטובת פרסומות כדי לגרום לצופים לצפות בפרסומת בעודם ממתינים בקוצר רוח להמשך התוכנית. ערוצי טלוויזיה רבים ממומנים על ידי פרסומות, וכך נעשו הפרסומות חלק בלתי נפרד מהשידור הטלוויזיוני.

5. 15 דקות התהילה: בעקבות התפתחות הטלוויזיה טבע אמן הפופ אנדי וורהול (Andy Warhol, 1928–1987) בשנת 1968 את המושג "15 דקות התהילה". המושג התייחס לפרסום מהיר, מיידי וקצר מועד שאפיין את כוכבי הטלוויזיה. "בעתיד כל אדם יזכה לפרסום עולמי של 15 דקות", אמר וורהול. נבואתו הוגשמה במידה רבה עם תוכניות הריאליטי שפרחו במהלך שנות התשעים של המאה העשרים, ויותר מכך עם התפתחות הרשתות החברתיות המאפשרות לכל אדם לפרסם ולהפיץ טקסטים, תמונות וסרטונים. בהקשר זה יצוין כי מאז ימיה הראשונים זכתה הטלוויזיה לביקורת רבה על האופן שבו היא "משטיחה" ו"מרדדת" מסרים, בשל מהירות זרימת המידע והצורך "לארוז" כל רעיון בכותרת מכלילה כדי למשוך קהל ולהותירו מרותק למסך.[26]

וורהול, כוכב תקשורת בעצמו, אף הגיש בין 1985 ל-1987 תוכנית טלוויזיה בערוץ MTV בשם "15 הדקות של אנדי וורהול" (Andy Warhol's 15 Minutes). זו הייתה התוכנית הראשונה שעסקה בראיונות וברכילות מחיי הידוענים, בעיקר מעולם המוזיקה של התקופה. העיצוב הייחודי של התוכנית וההגשה הדינמית של וורהול, ידוען צבעוני בפני עצמו, טבעו מערכת של קודים חזותיים לתוכניות טלוויזיות רבות באותו סגנון מאז והלאה.

יצירה לדיון:
קדימון לתוכנית הטלוויזיה "15 הדקות של אנדי וורהול", ערוץ MTV, 1985

בתוכנית "15 הדקות של אנדי וורהול" בפרט, ובערוץ MTV בכלל, החלה להתפתח תרבות הווידיאו-קליפ, המקשרת מוזיקה עם ייצוגים חזותיים. וורהול היה בין הראשונים שעשו שימוש בייצוגים חזותיים בהקשר מוזיקלי כשצילם וערך סרטונים למוזיקה של להקת ולווט אנדרגראונד (Velvet Underground) שהוא היה המפיק האמנותי שלה. הרעיון ששיר צריך להיות מלווה בסרטון היה הבסיס להקמת ערוץ הטלוויזיה MTV, והוא הפך עם השנים לסטנדרט קבוע בתעשיית המוזיקה.

24 בישראל החל השירות לפעול עם הקמת חברת הכבלים Hot בשנת 2003 ושינה ללא היכר את שוק התקשורת והטלוויזיה המקומי. ראו: ארז בן-ארי, איך עובד VOD – וידיאו על פי דרישה? Nrg מעריב, 11/05/05.
https://www.makorrishon.co.il/nrg/online/10/ART/931/115.html

25 מודל זה אומץ גם על ידי אתרי האינטרנט מהעשור הראשון של המאה העשרים ואחת.

26 ראו: מיצ'ל סטיבנס, שם, עמ' 197.

יצירות לדיון:

ראסל מולקאי, קליפ לשיר "הווידיאו הרג את כוכב הרדיו", להקת הבנגלס, 1.8.1981 (הקליפ הראשון ששודר בערוץ MTV בארצות הברית)

סטיב בארון, קליפ אנימציה לשיר "Money for Nothing", להקת דיר סטרייטס, 1.8.1987 (הקליפ הראשון ששודר בערוץ MTV באירופה)

נקודה למחשבה והרחבה

רעיונות מרכזיים בהגותו של מרשל מקלוהן[27]

חוקר התקשורת האמריקאי מרשל מקלוהן (Marshall McLuhan, 1911–1980) נחשב, במידה רבה של צדק, לקול המרכזי של תרבות ההמונים בכלל ושל הטלוויזיה, ככלי הטכנולוגי המרכזי בתרבות זו, בפרט. יתר על כן, המושגים שטבע בתחילת המחצית השנייה של המאה העשרים חזו במידה רבה של דיוק את החידושים וההתפתחויות שהטלוויזיה הובילה אליהם, ולכן ראוי להתעכב על כמה מהמרכזיים שבהם:

המדיום הוא המסר

הרעיון שפיתח מקלוהן במאמר "המדיום הוא המסר" מרכזי להבנת ההתפתחויות שיצרה הטלוויזיה בפרט ותקשורת ההמונים בכלל. המשמעות המרכזית של הכותרת "המדיום הוא המסר" היא כי למדיום עצמו, כלומר לכלי שבו משתמשים כדי להעביר את הרעיונות והמסרים, יש השפעה על האופן שבו האדם והחברה מבינים את משמעות המסרים: אין דין ציור כדין צילום, ואין דין צילום כדין סרט. רעיון זה נדון בהרחבה בפרק שעסק בצילום, בדיון על ההבדל בין האופן שבו נתפס הציור לעומת הצילום ככלי לתיעוד המציאות.

אך מקלוהן לוקח את רעיון השפעת המדיום על המסרים צעד נוסף קדימה – הוא עוסק לא רק בתוכן ובמשמעות אלא גם בעוצמה ובאיכות היכולת של כל מדיום להשפיע. לטענתו, עוצמת ההשפעה של המסרים קשורה ישירות לקנה המידה של המדיום. במילים אחרות, ככל שהמדיום מאפשר למידע להגיע ליותר אנשים, בזמן אמת, כך גדלה השפעתו. בכך מציב מקלוהן את הטלוויזיה כמדיום המשפיע ביותר של תקופתו. אכן, בתקופה שנכתב המאמר, שידורי הטלוויזיה היו המדיום שהגיע בו-זמנית למספר הגדול ביותר של בני אדם. ככל הנראה, אילו כתב את המאמר בתחילת המאה העשרים ואחת היה מקלוהן מייחס את יכולת ההשפעה הגדולה ביותר לרשתות החברתיות ולרשת האינטרנט.

אמצעי תקשורת חמים וקרים

מקלוהן מגדיר שני סוגים של אמצעי תקשורת: חמים וקרים. מדיום חם הוא אמצעי תקשורת שנותן מידע רב ומדויק ומשאיר לצופה מעט מקום להשלים מידע או להשתתף בפענוחו. לדוגמה, קולנוע, טלוויזיה, צילום. לעומתו, מדיום קר מותיר לדמיונו של הצופה מקום רב להשלים את החסר. לדוגמה, ציור או ספר.[28]

הכפר הגלובלי

מושג מרכזי נוסף המופיע בהגותו של מקלוהן ונוגע ישירות להתפתחויות שיצרה הטלוויזיה הוא הכפר הגלובלי. על פי רעיון זה, העולם "הולך וקטן" ביחס הפוך להתפתחותם וצמיחתם של אמצעי תקשורת ההמונים. זוהי כמובן מטפורה שמטרתה לתאר את המהירות ההולכת וגוברת שבה מגיע מידע בזמן אמת אל צופים רבים ככל האפשר ויוצר אצלם תמונת עולם אחידה. כשכתב את הדברים כיוון מקלוהן ישירות לשידורים החיים בטלוויזיה, אך הוא זיהה במושג זה במידה רבה מאוד את המגמה של אמצעי התקשורת בכלל – התפתחות רשת האינטרנט ומהירות העברת המידע ברשתות החברתיות.

27 ראו: מרשל מקלוהן, "המדיום הוא המסר", בתוך: להבין את המדיה, תל-אביב, 2003, עמ' 13–30, וכן:
Marshall McLuhan, The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man, Canada, 1962.

28 במאמר המקורי הגדיר מקלוהן את הטלוויזיה כמדיום קר כי סבר שהמידע המועבר בה חלקי ומקוטע. אך לאחר מכן, במיוחד עם התגברות השידורים החיים, שינה את דעתו והגדיר אותה כמדיום חם, ה"משתלט" על מוחו של הצופה ומציף אותו במסרים, כך שלצופה אין כמעט יכולת ביקורתית.

סיכום

חלק זה עסק בהיכרות עם התפתחות הטכנולוגיה החזותית של הטלוויזיה ועם המשמעויות התרבותיות הנגזרות ממנה.

ראינו כי הטכנולוגיה של הטלוויזיה החלה להתפתח בסוף המאה התשע-עשרה, בהמשך לגילוי הגלים האלקטרומגנטים ולהמצאת הטלגרף והרדיו. פריצת הדרך שאפשרה את המצאת הטלוויזיה והפיכתה לכלי מסחרי ומשפיע התרחשה בשלושה שלבים עיקריים:

1. **גלגל ניפקוב (פאול גוטליב ניפקוב, 1884)** – פיתוח שהתבסס על מנוע מכני והצליח לראשונה להמיר את הגלים האלקטרומגנטיים לתמונה. גלגל ניפקוב לא אפשר שידור למרחוק ולכן לא הפך למערכת מסחרית. עם זאת, זה היה הבסיס שעליו התפתחה הטלוויזיה.
2. **טלוויזיה אלקטרו-מכנית (ג'ון לוגי ביירד, 1925) –** פיתוח שהתבסס על גלגל ניפקוב, שיפר מאוד את איכות התמונה וחשוב יותר – אפשר לראשונה שידור למרחוק. גם פיתוח זה לא הצליח לפרוץ כמסחרי כי לא היה יעיל ואיכותי דיו, אך על בסיסו התאפשרה פריצת הדרך של השלב השלישי.
3. **טלוויזיה אלקטרונית (פילו פארנזוורת, 1927. ולדימיר זבורקין ובוריס רוסינג, 1929) –** מבתר התמונה של פארנזוורת והשפופרת הקתודית של זבורקין ורוסינג, שהתבססה עליו, היו פיתוחים ששיפרו את איכות התמונה ואת טווח השידור והפכו לבסוף מסחריים. פיתוחים אלה הם הבסיס הטכנולוגי לכל הטלוויזיות מאז.

לאחר מכן דנו בחמישה חידושים תרבותיים מרחיקי לכת שהטלוויזיה הובילה אליהם:

1. **הטלוויזיה כ"מדורת השבט":** מושג שטבע מרשל מקלוהן ולפיו לטלוויזיה תפקיד מרכזי ומכריע בעיצוב דעת קהל, ממש כפי שהמפגשים סביב המדורה היו המוקד שבו התעצבה תרבותו של השבט הפרימיטיבי.
2. **השידור החי:** מקור כוחה העיקרי של הטלוויזיה הוא היכולת להעביר לכמות גדולה מאוד של אנשים מידע אמין ומוחשי בזמן אמת. בהקשר זה טבע מקלוהן את המושג "הכפר הגלובלי" המתייחס לאופן שבו העולם הולך ו"קטן" ביחס הפוך להתפתחות כלי תקשורת ההמונים בכלל והטלוויזיה בפרט.
3. **טלוויזיה רב-ערוצית:** היכולת של הצרכנים לבחור תכנים ולערוך את הקצב והכמות של הצפייה על פי נוחיותם וטעמם שינתה לחלוטין את התוכן הטלוויזיוני כמו גם את המבנה הארגוני של חברות ההפקה והֶחדירה לשוק הרבה מאוד שחקנים עסקיים פרטיים.
4. **כלי מרכזי לפרסום:** עולם הפרסום אימץ את הטלוויזיה כמדיה המרכזית שלו הן מפני שבאמצעות הטלוויזיה התוכן השיווקי מגיע לקהל הרב ביותר, והן בשל היכולת ליצור הפקות מורכבות מאוד בעלות נמוכה יחסית ולשדר אותן שוב ושוב לאורך זמן.
5. **15 דקות התהילה:** הנגישות של הטלוויזיה לאדם הפשוט בזמן אמת והיכולת לשדר שידורים חיים הובילה את אמן הפופ אנדי וורהול לטבוע את המושג "15 דקות התהילה" כמאפיין מרכזי של עידן הטלוויזיה. לפי מושג זה, הטלוויזיה מאפשרת לכל אדם להגיע לתודעת הציבור, ולו לזמן קצר. מושג זה חזה במידה רבה את התפתחות תוכניות המציאות (ריאליטי) של שנות התשעים של המאה העשרים ומאוחר יותר את הרשתות החברתיות. כמו כן חזה המושג את התפתחותה של תרבות הקליפים המוזיקליים בטלוויזיה, ששינתה לחלוטין את עולם המוזיקה.

ב.3.3. הקודים החזותיים והערכים התוכניים החדשים שהביאה הטלוויזיה

הקדמה

כדי להבין את חידושי השפה של הטלוויזיה מושווית בפתיחת חלק זה חוויית הצפייה הטלוויזיונית עם חוויית הצפייה הקולנועית. נראה כי בעוד הקולנוע שואף לנתק את הצופה מחיי היומיום וליצור לו אשליה מוחלטת, הטלוויזיה שואפת לחבר את הצופה אל המציאות הממשית ואף להיות חלק בלתי נפרד ממנה. בשל כך היא "אורזת" את המציאות הממשית באופן פשטני ויוצרת "מציאות טלוויזיונית" מזויפת.

לאחר מכן נדון בערכים החזותיים והתוכניים שהביאה עמה הטלוויזיה:

1. יצירת אירועים טלוויזיוניים – חד-פעמיים וחוזרים, מתוך שאיפה לעצב את המציאות של הצופים.
2. "ראשים מדברים" ועזרים חזותיים – האופייניים לתוכניות אקטואליה וחדשות במטרה ליצור מצג של רצינות והעמקה.
3. צמצום החלל והזמן – באמצעות חיתוכים למקומות ולזמנים שונים ובאמצעות פיצול המסך.
4. שידור חי – הכולל תקלות וטעויות החושפות את מנגנון המציאות המזויפת של הטלוויזיה.
5. תוכן פרסומי גלוי וסמוי – באמצעות פרסומות ושימוש במוצרים בסדרות ובתוכניות שונות.

הדיון בקודים ובערכים החזותיים והתוכניים החדשים של הטלוויזיה כולל יצירות חובה.
מטרת הדיון ביצירות אלה היא להבין את הערכים החזותיים של המדיום בתחילת דרכו.

יצירות החובה מופיעות במסגרת אפורה, תחת הכותרת "יוצרים לדיון" או "יצירות לדיון".
דיון וסיכום על היוצרים המרכזיים ויצירותיהם ניתן למצוא בחומרי הלימוד.
המלצות לסרטונים להרחבה מופיעות במסגרת ירוקה.

הרעיונות המרכזיים שיש ללמד בכיתה מופיעים בסיכום חלק זה.
הזמן המומלץ לדיון בשפה החזותית של הטלוויזיה – 8 שעות.

ההבדלים בין חוויית הצפייה הטלוויזיונית לחוויית הצפייה הקולנועית

מבחינות רבות הטלוויזיה היא המשך ישיר של הקולנוע, ועושה שימוש בטכנולוגיה ובשפה חזותית דומה מאוד. על פניו, הטלוויזיה לא שינתה מהותית את השפה החזותית שהביא עמו הקולנוע.

כמו במקרה של הקולנוע, גם בטלוויזיה יש שני כיווני יצירה מרכזיים:

1. תיעוד המציאות ופרשנותה: בעיקר במשדרי חדשות, תוכניות תחקירים וסרטי תעודה.

2. תוכניות בידור ואשליה כמו שעשועונים, סיטקומים, מופעים ומאוחר יותר גם סדרות וסרטים.[29]

במאי הטלוויזיה, כמו במאי הקולנוע, מעצב את **מימד הזמן ומימד החלל** באמצעות שימוש במרכיבי השפה החזותית הייחודית למצלמת הווידיאו: **גודלי צילום משתנים, תנועות מצלמה וזוויות צילום**, ומשתמש בקודים חזותיים של **עריכה ליניארית ומונטאז'**.

אם כך, מה בכל זאת מייחד את השפה של הטלוויזיה?

למרות הדמיון הרב לקולנוע הרי שחוויית הצפייה בטלוויזיה שונה במהותה מחוויית הצפייה בקולנוע. כפי שנראה בהמשך, ההבדלים בין שתי החוויות הם הבסיס לשפה הייחודית של הטלוויזיה.

הצפייה בקולנוע – ניתוק מחיי היומיום ויצירת אירוע

הצפייה בקולנוע מוגדרת כאירוע וכבילוי. החוויה מתחילה עוד לפני ההגעה הפיזית לאולם: הצופה בוחר את הסרט שברצונו לראות, מתכונן ליציאה, מתלבש במיוחד, נוסע אל אולם הקולנוע, בוחר את מקומות הישיבה, משלם, נכנס לאולם, מאתר את המקומות שבחר וממתין לרגע כיבוי האורות. רגע כיבוי האור מסמל את המעבר מהמציאות היומיומית אל עולמו הקסום של הסרט. במהלך הסרט הצופה מייחד זמן נתון לחוויית הצפייה: רצף מתמשך, כמעט ללא הפרעות, כאשר הוא יושב בחושך ואמור לשמור על השקט ולהתרכז כולו בתכנים המוקרנים על המסך הגדול. גודלו של המסך משמעותי, כי הוא מכסה את רוב שטח הראייה של הצופה ואמור לשבות את תשומת לבו המלאה. עם תום הצפייה נדלקים האורות, והצופה "מוחזר" באחת אל המציאות. הוא יוצא מהאולם, אל שעה שונה מזו שנכנס אליה, ונושא עמו את החוויה שעבר.

התיאור המעט מליצי לעיל, של חוויית הצפייה בקולנוע, משקף את הרעיון המרכזי של המדיום הקולנועי: יצירת חוויה מלאה ושלמה לצופה, שאמור להתנתק מחיי היומיום ולהיכנס אל מציאות וממשות חדשות לגמרי. המושג "ניתוק מהמציאות" תקף גם כאשר מדובר בסרטים תיעודיים, כי כמו במקרה של סרטים בדיוניים, הבמאי יוצר בשביל הצופה עולם מלא שמאפשר לו לעתים להכיר מציאות חדשה ולעתים להתמודד עם מציאות מוכרת מנקודת מבט חדשה.

הצפייה בטלוויזיה – חלק מרצף המציאות היומיומי

רעיון החוויה הקולנועית שתואר לעיל **הפוך** למעשה לרעיון שבבסיס החוויה הטלוויזיונית. הטלוויזיה "מביאה" את העולם האמיתי אל תוך ביתו של הצופה. לכן הצופה בטלוויזיה אמור להתחבר למציאות היומיומית, האמיתית, מייד, וללא גבולות של זמן וחלל. הוא אמור לחוות את הצפייה כחלק מהמציאות ולא במנותק ממנה. הטלוויזיה, בהיותה מכשיר שנמצא בכל בית, מתיימרת להיות המציאות עצמה או לכל הפחות חלון אל המציאות הממשית.

חוויית הצפייה בטלוויזיה הפוכה אפוא לגמרי לזו של הקולנוע: הטלוויזיה נמצאת בבית, ועד להתפתחות טכנולוגיית ה-VOD ב-1990 לא היה אפשר לשלוט בזמן ההקרנה ובתכניה. לכן לא מתקיים "אירוע" ההכנה לקראת הצפייה, אלא הטלוויזיה פשוט מופעלת, והתוכן המוקרן בה מופיע בחלל הבית. הצפייה נעשית בדרך כלל באור ובמסך קטן שאינו משתלט על תודעתו של הצופה. יתר על כן – הצפייה מקוטעת, נתונה להפרעות ולהסחות דעת, ופעמים רבות נעשית בד בבד עם פעולות אחרות. אין למעשה כל הפרדה בין ההתנהלות הרגילה של הבית ובין השידור הטלוויזיוני, ולכן ברוב הזמן לא מתרחש "אירוע".

לאור ההבחנות שהוצגו לעיל, בין התפקידים השונים של המדיות – הטלוויזיה והקולנוע – ובין חוויות הצפייה הנובעות מהם, נבחן כעת מהם הקודים החזותיים הייחודיים לשפה החזותית של הטלוויזיה.

29 סיטקום (Sitcom), או בעברית "קומדיית מצבים", הוא סוגה טלוויזיונית, בדרך כלל סדרה שכל פרק בה נמשך כ-23 דקות. קומדיית המצבים עוסקת בכמה דמויות מפתח, משפחה או קבוצת חברים, הנקלעות כל פעם למצבים שונים ומשעשעים. כל פרק מורכב משני סיפורים מרכזיים וסיום, ועומד בפני עצמו מבחינה עלילתית. עם זאת, הדמויות מאופיינות בהתנהגויות קבועות, וכך נוצרת המשכיות בין הפרקים. קומדיות המצבים מצולמות בדרך כלל מול קהל. סוגה זו התפתחה ממש בתחילת ימיה של הטלוויזיה והגיעה לשיאה בשנות השמונים והתשעים של המאה העשרים. ראו: דוד גורביץ', דן ערב, סיטקום, האנציקלופדיה של הרעיונות.

http://haraayonot.com/idea/sitcom/

השפה החזותית הייחודית של הטלוויזיה

"מציאות טלוויזיונית" – כלי לעיצוב סדר יום ודעת קהל

היתרון הגדול ביותר של הטלוויזיה על פני כל המדיות החזותיות שקדמו לה הוא עושר ומהירות המידע הזורם לבתינו. כמות המידע ומהירות הגעתו אל הצופה יוצרות אצלו אשליה שהוא בקיא במציאות הממשית. ניתן לומר כי במהלך שנות השישים של המאה העשרים הייתה הטלוויזיה חלק בלתי נפרד מהמציאות היומיומית בכל בית אב בעולם המערבי בכלל ובארצות הברית בפרט. בכל בית הוקרנו אירועים היסטוריים כמו ההתנקשות בנשיא ארצות הברית ג'ון קנדי ב-1963 או הנחיתה הראשונה על הירח ב-1969.

בגלל כניסתה לכל הבתים ובשל האופי הייחודי של חוויית הצפייה בה, שנדון לעיל, נעשתה הטלוויזיה כלי ראשון במעלה לשתי מטרות ממסדיות: עיצוב דעת קהל ופרסום מסחרי. השפה החזותית הייחודית שהתפתחה לשידורי הטלוויזיה יועדה לתרום באופן מיטבי למטרות אלה.

באופן כללי ניתן לומר כי השפה החזותית הטלוויזיונית מתאפיינת בטשטוש גבולות מכוון בין מציאות לאשליה, בין תרבות גבוהה ליומיומית, בין אמת לבדיה, ואורזת בשביל הצופה את כל התכנים הללו באריזה אחת של "מציאות" טלוויזיונית. חברות השידור נוטות לבחור אנשים יפים ורהוטים שיודעים להעביר את המסרים במהירות ובתמציתיות. המהירות שבה מתחלפים הייצוגים החזותיים, כמות המידע העצומה המועברת דרך הטלוויזיה בכל יום ובכל שעה, הזמינות של המידע – כל אלה תורמים לטשטוש ולהשטחת המציאות הממשית לכדי אותה "מציאות" טלוויזיונית חד-ממדית, מתווכת וחד-כיוונית שצופי הטלוויזיה חיים בה. הם דנים ומתעניינים בנושאים שמעולם לא חוו או לא ראו, ואת המידע עליהם הם מקבלים ארוז ומוכן מידי מישהו אחר, ללא יכולת השפעה עליו.[30]

נקודה למחשבה והרחבה

היחס ההפוך שבין הכמות והמהירות של המידע ובין היכולת להבינו ולשלוט בו

במאמרו "המדיום הוא המסר" משווה מרשל מקלוהן בין האדם המערבי לבן שבט נידח, בכל הנוגע להשפעה של הצפת המידע שיוצרת הטכנולוגיה החזותית, ובעיקר הטלוויזיה:
"בפעולתה השגרתית מטביעה הטכנולוגיה שלנו את ילידי המקומות הנידחים בשיטפון של מושגים, בלי שהייתה להם הכנה מוקדמת כלשהי. אבל עם אמצעי התקשורת האלקטרוניים חווה איש המערב בעצמו בדיוק אותה הצפה שחווים תושבי המקומות הנידחים. חסרה לנו בסביבה האוריינית שלנו ההכנה למפגש עם הרדיו והטלוויזיה בדיוק כשם שלבן גאנה חסרה היכולת להתמודד עם האוריינות, שעוקרת אותו מהעולם השבטי הקיבוצי שלו ומנחיתה אותו בבידוד אינדיבידואלי. אנו משותקים בעולם האלקטרוני החדש בדיוק כמו בן אחד השבטים הנידחים שנקלע אל התרבות האוריינית והמכנית שלנו. המהירות האלקטרונית בוללת את התרבויות הפרהיסטוריות עם פסולת משווקי התעשייה, ואת הלא-אוריין עם האוריין למחצה ועם הפוסט-אוריין".[31]

מקלוהן טוען כאן טענה בעלת משמעות מרחיקת לכת: בעוד שהטלוויזיה הרחיבה מאוד את הגישה של כל אדם מערבי לחדשות ולמידע, היא למעשה החלישה את היכולת שלו להבין את המציאות שבה הוא חי. יתר על כן, האופן שבו הטלוויזיה "אורזת" את המציאות בשביל הצופה והאופן שבו מתנהל בה המנגנון של יצירה והעברה של המידע לא מאפשרים לאדם הפשוט לקחת חלק פעיל ביצירת תובנות על המציאות. הצופה בטלוויזיה הופך לסביל, ובשל הכמות והמהירות של המידע גם לחסר יכולת ביקורתיות כלפי המידע שהוא מקבל. **למעשה מתקיים יחס הפוך בין הכמות והמהירות שבהן זורם המידע ובין היכולת שלנו להבין אותו, לברור את העובדות הנכונות מתוך שטף המידע ולבנות לעצמנו תמונת עולם ברורה ומשמעותית.**

כמו ברבים מרעיונותיו, גם כאן נגע מקלוהן בלב לבה של השפעת הטכנולוגיה החזותית על חיי האדם ותרבותו. התופעה שהוא אבחן הלכה והתרחבה עוד יותר בעידן הפוסט-מודרני עם התפתחות המחשבים, רשת האינטרנט

30 ראו: מיצ'ל סטיבנס,"הטלוויזיה משנה את פני החדשות", מתוך: דן כספי, תקשורת המונים, זרמים ואסכולות מחקר, תל אביב, 1995, עמ' 195–198.
31 ראו: מרשל מקלוהן, "המדיום הוא המסר", בתוך: להבין את המדיה, תל-אביב, 2003, עמ' 13–30.

והרשתות החברתיות, עד ששינתה לחלוטין את האופן שבו האדם המערבי מבין מושגים שנחשבו בסיסיים וברורים מאוד בעידן המודרני כמו אמת, מציאות ועובדות.[32]

תכונות אלה של המדיום הטלוויזיוני הקנו לו חשיבות רבה ככלי לעיצוב דעת קהל. להלן כמה דוגמאות שמדגימות את חשיבות הטלוויזיה לגבי השלטונות בישראל לצורך יצירת נרטיב תרבותי וסדר יום משותף:

יצירות לדיון:

נתן אקסלרוד, מצעד צה"ל, יומני כרמל, 1948

השידור הראשון של הטלוויזיה החינוכית – נאום שר החינוך זלמן ארן על תרומת הטלוויזיה לתלמידי ישראל, 24.3.1966

שידור הטלוויזיה הראשון בישראל, מצעד צה"ל, 1968

הקודים החזותיים והתוכניים הייחודיים של השפה הטלוויזיונית

ניתן למנות כמה מהקודים החזותיים והתוכניים המרכזיים של השפה הטלוויזיונית, שתפקידם העיקרי הוא לטשטש את הגבולות שבין המציאות החיצונית ל"מציאות" הטלוויזיונית:

1. ה"אירוע" הטלוויזיוני

בעוד המדיום הטלוויזיוני מגדיר את עצמו כחלק בלתי נפרד מהמציאות של צופיו ולכן אינו מנותק מהרצף היומיומי, פעמים רבות מנסים יוצרי הטלוויזיה לייצר "אירוע" טלוויזיוני באופן מלאכותי. ניתן להגדיר אירוע טלוויזיוני כשידור שמושך קהל רב מאוד, כלומר מגדיל את אחוזי הצפייה וכך מגדיל גם את רווחי הערוץ מפרסומות.[33]

ניתן להגדיר שני סוגים של אירועים טלוויזיוניים:

א. אירוע חד-פעמי: משחק חשוב, אירוע גמר של תוכנית כלשהי, תיעוד בזמן אמת של אירוע חברתי, פוליטי, כלכלי או אחר. כדי למשוך את תשומת לב נעשה שימוש בפרומואים (קדימונים) חוזרים ונשנים לקראת השידור המסוים. במקרים רבים נהוג לשדר את האירוע שוב ושוב לאחר השידור המקורי.

הדוגמה הראשונה למשדר טלוויזיוני מסוג זה התרחשה בשנת 1949. במהלך צילומים לשידור החדשות הראשון בצרפת הכינו כתבה על תחרות כדורים פורחים. כדור פורח ובו עיתונאי וצלם עלה באש. השניים נמלטו, אך המצלמה המשיכה לצלם, והתמונות שודרו שלוש פעמים בשבוע, ולאחר מכן פעמיים ביום במשך אותה שנה.[34]

יצירה לדיון:

לול, ערוץ 1, עונה 4, מערכון, "לה-מרמור", 1973.

ב. אירוע חוזר: דרך נוספת לייצר "אירוע" טלוויזיוני היא שידור קבוע בשעה מסוימת. על כך למעשה התבססו מהדורות חדשות הערב מימיהן הראשונים, במטרה למתג את עצמן כ"מדורת השבט" העדכנית והמלאה ביותר.

32 הכוונה היא כמובן לתופעת החדשות המדומות (Fake News) שהן תוצאה ישירה של התפתחות הרשתות החברתיות למיניהן. נושא זה ידון בהרחבה בפרק האחרון של התוכנית העוסק בהתפתחות המחשבים, האינטרנט והטלפונים החכמים והשפעתה על השפה החזותית.

33 שיטה זו להגדלת רווחי הערוץ נעשתה מרכזית יותר ויותר עם התפתחות הטלוויזיה הרב-ערוצית והגברת התחרות בין חברות השידור השונות. אפשר לומר כי ככל שיש תחרות גדולה יותר מתרבים הניסיונות ליצור "אירועים" טלוויזיוניים מושכי קהל. הדוגמה הטובה ביותר לכך היא תוכניות הריאליטי.

34 ראו: מיצ'ל סטיבנס, "הטלוויזיה משנה את פני החדשות", מתוך: דן כספי, תקשורת המונים, זרמים ואסכולות מחקר, תל אביב, 1995, עמ' 192.

משנת 1941 שידרה רשת CBS בניו יורק בכל יום שני משדרי חדשות בני רבע שעה. במשדרים ראשונים אלה, בעיקר בשל קשיים טכניים, היה קושי להביא חומר מצולם מעניין ועדכני. המגישים הראשונים, ריצ'רד האבל (Richard Hubble), דאגלס אדוארדס (Douglas Edwards) וולטר קרנקייט (walter Cronkite), נהגו להופיע כשהם אוחזים מקל מול מפה או מציגים תרשימים שונים ותיארו לצופים את ההתרחשויות. אפילו אירועים משמעותיים כמו ההתקפה על פרל הרבור לא צולמו אלא רק דווחו, כשברקע מתנפנף (בעזרת מאוורר) דגל ארצות הברית.[35]

יצירה לדיון:

סרטון המציג את מהדורת חדשות הערב הראשונה של CBS, 2.9.1962

2. "ראשים מדברים" ועזרים חזותיים

מכיוון שתפקיד הטלוויזיה נתפס בעיני יוצרי הטלוויזיה עצמם כמראה שמביאה את המציאות אל בתי הצופים ומפרשת אותה למענם, כבר מתחילת דרכה תפסו משדרי החדשות תפקיד מרכזי בשפה החזותית הייחודית שלה. בשנת 1949 כבר שידרו חדשות במאה תחנות בארצות הברית. הקוד החזותי של משדרים אלה זכה לכינוי "ראשים מדברים", כלומר קריין שמקריא טקסט למצלמה. בתקופה זו החל שילוב של מעט צילומים שהפיקו חברות יומני הקולנוע.[36]

ריצ'רד האבל, מגיש החדשות הראשון של תחנת הטלוויזיה CBS, היה אחד המגישים המרכזיים שניסחו את הקודים החזותיים האופייניים לחדשות:

- **"ראשים מדברים":** צילום הקריין בפלג גוף עליון, כשפניו בגובה עיני הצופה, כאילו הוא משוחח עמו. הקריין מקריא את הטקסט, בדרך כלל מטלפרומפטר, בהבעת פנים ניטרלית ככל שיוכל.
- **שימוש בעזרים חזותיים "מדעיים":** מכיוון שהחדשות ותוכניות התחקירים ניסו להיראות כמשדרות מידע אמין ורציני, נעשה שימוש בעזרים חזותיים מדעיים וסמי-מדעיים כמו מפות, תצלומים, תרשימי זרימה, גרפים וכדומה. בתחילת הדרך היה המגיש משתמש בעזרים אלה בעזרת מקל, כמו מרצה. משנות השישים של המאה העשרים נעשה שימוש בתפאורות מתוחכמות יותר שהמגיש היה יכול "לטייל" בתוכן, כמו שאפשר לראות בשידור של תוכנית תחקירים בהנחיית דאגלס אדוארדס.

יצירות לדיון:

ריצ'רד האבל מגיש חדשות באולפן CBS, 5.11.1941

דאגלס אדוארדס, תוכנית תחקירים Armstrong Circle Theater, CBS, 3.2.1960

3. צמצום החלל והזמן

כפי שחזה מרשל מקלוהן בספרו "הגלקסיה של גוטנברג" (1959) הביאה הטלוויזיה לכדי צמצום של החלל והזמן, ויצרה מעין "כפר גלובלי" שבו סיפורים ותמונות מכל העולם מגיעים אל צופים מכל העולם. יכולתה של הטלוויזיה להביא אל תוך ביתם של הצופים תמונות וסיפורים מזמנים וממקומות מרוחקים הייתה אחד היתרונות המשמעותיים ביותר שלה על פני המדיות המסורתיות, והיא עוררה התרגשות רבה אצל הצופים.

כפי שאפשר לראות בדוגמה של תוכנית התחקירים "Armstrong Circle Theater" של CBS, במסגרת תוכניות אלה היה נהוג להתחיל את השידור מהאולפן, כאשר המגיש, הפועל על פי הקוד החזותי של "ראשים מדברים", מציג בדרמטיות את הסיפור שעומד להיות מוקרן. מייד עם תום ההקדמה עבר השידור אל מקום וזמן אחרים לצורך הצגת הסיפור "מן השטח". במקרה שהסיפור דרמטי במיוחד נוהגות חברות השידור להפוך אותו ל"אירוע" טלוויזיוני באמצעות קדימונים ושידורים חוזרים.

35 ראו: מיצ'ל סטיבנס, שם, עמ' 191.
36 ראו: שם, עמ' 192.

אחד הקודים החזותיים המרכזיים של צמצום החלל והזמן בין האולפן לשטח הוא פיצול המסך לשני חלקים או יותר. פיצול זה מכווץ יחד חללים וזמנים שונים ומציג אותם בו זמנית לצופה. כאשר מדובר בשידור חי, הכיווץ הוא בעיקר של החלל (אם כי ייתכן שהדובר באחד הצדדים נמצא באזור זמן שונה בעולם, וכך יכולים להופיע בו זמנית יום ולילה על אותו המסך ובאותו הזמן). אך כאשר מדובר בתוכנית ערוכה מראש משמש קוד חזותי זה כלי יעיל מאוד לכיווץ של הזמן והחלל.

טכניקה זו אומצה גם על ידי סדרות טלוויזיה שאינן משודרות בשידור חי, לצורך איחוד בין חללים וזמנים שונים. אחת הסדרות הידועות בשימוש נרחב בחלוקת המסך היא "מופע שנות השבעים" של רשת פוקס, ששודרה בין 1998 ל-2006. בדוגמה מתוך הסדרה ניתן לראות כיצד מאוחדות שתי שיחות המתנהלות בחלל ובזמן שונים.

יצירות לדיון:

סצנה מתוך "מופע שנות השבעים" המדגימה חלוקת מסך

4. שידור חי: מקריות ותקלות טכניות

ללא ספק, יתרונה המשמעותי ביותר של הטלוויזיה על פני כל המדיות המסורתיות היה השידור החי – יכולתה להביא אל הצופה תמונות של אירועים שונים בזמן אמת. השידור החי הוא הכלי החזק ביותר של הטלוויזיה לברוא מציאות, אך הוא עלול לחשוף את המנגנון ה"משטח" שמאחורי מציאות זו, כאשר מתרחשות תקלות שונות.

שידורים חיים היו אתגר טכנולוגי לחברות השידור. בגלל מיעוט של צוותים טכניים, סרבול של הציוד והזמן שנדרש לפיתוח הסרטים ולהעברתם אל תחנות הטלוויזיה צולמו תוכניות רבות בשטח, אבל שודרו זמן רב לאחר שהתרחשו בפועל.
בתחילת שנות החמישים החלו חברות השידור CBS ו-NBC להפיק דיווחי חדשות מהשטח בעצמן. צוותי צילום הוצבו בערים הגדולות, וכל צילום היה מועבר במטוס למרכז החברה בניו יורק. בכמה מן הערים הגדולות כמו וושינגטון החלו גם שידורים חיים, באמצעות חיבור כבלים לתחנת השידור. אך רק בתחילת שנות השישים הגיע השידור החי לכדי מימוש כוחו. כך, למשל, נהוג לייחס את ההפסד של סגן נשיא ארצות הברית ריצ'רד ניקסון למועמד ג'ון קנדי בבחירות 1960 לשידור החי של העימות הטלוויזיוני המפורסם ביניהם.[37]

יצירות לדיון:

קטע מתוך העימות הטלוויזיוני בין ניקסון לקנדי, 26.9.1960

סרטון: חשיבותה של הטלוויזיה בהפסד של ניקסון לקנדי בעקבות העימות הטלוויזיוני הראשון בהיסטוריה (כתוביות באנגלית)

"מה לא לעשות" – CNN, דנה באש סוקרת את הטעויות של מועמדים לנשיאות בעימותי טלוויזיה מפורסמים (ללא תרגום)

קוד חזותי ייחודי לשידור החי, שחושף לרגע את המנגנון שמאחורי המציאות הטלוויזיונית, הוא אירועים מקריים שנובעים מטעויות ומתקלות. מאפיין חזותי זה יכול להתקיים רק בטלוויזיה, וליצור מצבים משעשעים מאוד ולעתים נוגעים ללב. ברוב הפעמים מתרחשים אירועים מקריים אלה בשל תקלות בתקשורת בין המגישים לחדר הבקרה, האולפן והשטח, בשל תקלות טכניות או בגלל התנהגות לא צפויה של מרואיינים או מגישים.

37 שם

יצירות לדיון:

קריין החדשות של רשת CBS ריצ'רד הוטלט (Richard C. Hottelet) מקנח את אפו בשידור חי, 1960

מגישת חדשות 2 מאבדת את התקשורת עם חדר הבקרה במהלך דיווח על מבצע צוק איתן, 10.7.2014

סטפן בורג, שדרן ערוץ 4 השוודי משדר מהכותל בירושלים כשאישה מקרית נכנסת לפריים. 2013.

קישור לאתר מאקו המציג אוסף של טעויות בשידור חי

5. תוכן פרסומי גלוי וסמוי

לאחר מלחמת העולם השנייה החלה הטלוויזיה לבסס את עצמה כמדיום המרכזי של בידור והעברת מידע. עד 1958 התקיימו שידורי טלוויזיה בעשרים ושש מדינות ברחבי העולם, אך כבר בתחילת שנות החמישים שודר ברוב הרשתות בזמן צפיית השיא – משעות אחר הצהריים – מגוון רחב מאוד של חומרים: מסרטים תיעודיים דרך דרמות ועד תוכניות בידור. רוב השידור היה חי, והתקציב להפקתו הגיע בעיקר מפרסום. בבריטניה היה השידור ציבורי ומומן מכספי מדינה, אך ב-1955 נשבר המונופול של ה-BBC וגם שם התחיל שידור מסחרי במימון פרסומות.[38]

תקציבי הפרסום היו המנוע של תעשיית הטלוויזיה. בארצות הברית, למשל, היה תקציב הפרסום השנתי של חברות השידור בשנת 1956 יותר ממיליארד דולר – סכום דמיוני שבלעדיו לא יכלה התעשייה להתקיים. בשל כך הרשו לעצמם המפרסמים להתערב בתוכני התוכניות ולהשפיע עליהם. אחת הדוגמאות שעלתה לכותרות התרחשה ב-1959, כאשר התגלה כי בתוכנית חידונים ששודרה ב-CBS התערבה אחת החברות המסחריות לטובת אחד המתמודדים ונתנה לו את התשובות לשאלות מראש. הגילוי עורר מהומה רבה, וועדת חקירה שהוקמה בסנאט גילתה כי חברות מסחריות התערבו במקרים רבים בשיקולים של חברות השידור ובתוכן התוכניות. בעקבות גילויים אלה נעלמו תוכניות החידונים, וחזרו לזמן קצר תוכניות תעודה שונות. עד מהרה הוחלפו תוכניות התעודה בסדרות דרמה. תוצאת המשבר הייתה ירידה בהפקה של תוכניות במימון חברות מסחריות.[39]

נקודה למחשבה והרחבה

הרייטינג (מדרוג) והשפעתו על תוכני הטלוויזיה

במהלך שנות השישים הפך הרייטינג לנושא מרכזי מבחינת חברות הטלוויזיה האמריקאיות, והן החלו למדוד אותו באמצעות דגימה סטטיסטית בכאלף בתי אב שזהותם נשמרה בסוד. חברת המחשבים והמידע האמריקאית נילסן ייצרה לשם כך מכשיר מיוחד שחובר לטלוויזיה של המשפחות הנבחרות, ומכשיר זה העביר בזמן אמת נתונים על הרגלי הצפייה למרכז הבקרה של החברה. שיטה זו, כמו גם סקרים טלפוניים בזמן אמת, הייתה מקובלת למדידת הרייטינג בכל העולם עד תחילת המאה העשרים ואחת, אז התאפשרה מדידה מדויקת הרבה יותר באמצעות הטכנולוגיה של הממירים המותקנים בכל בית כמעט.

המפרסמים ראו במדידות אלה מספרים קדושים, ונתונים אלה השפיעו ישירות על ההשקעה בתוכניות השונות. מחירי זמן הפרסום עלו ככל שעלה מספר הצופים. בתחילת הדרך ארך עיבוד נתוני הצפייה זמן רב, כשישה שבועות, אך כבר ב-1973 הצליחו לעבד את הנתונים למחרת כל יום שידור. לרייטינג הייתה השפעה ישירה ובלתי אמצעית על כל מאפייני השידור ועל הקריירות של עובדי הרשת וכוכביה. דירוג הצפייה גרם לכל נקודת זמן שידור להיות משמעותית למפרסמים לקהלי יעד שונים. למשל, שבת בבוקר, זמן שבו ילדים צופים יותר, נעשה משבצת זמן רצויה ליצרני צעצועים, וכן הלאה.[40]

38 See: John Wyver, The Moving Image, New-York, 1989, p. 191.
39 See: Ibid., pp. 198–199.
40 See: Ibid., pp. 199–200.

הפרסום בטלוויזיה נעשה אפוא חלק בלתי נפרד מהתוכן ומהקודים החזותיים של התוכניות. את התוכן השיווקי אפשר לחלק לפרסום גלוי ופרסום סמוי. **פרסום גלוי** הוא הפרסומות שמופיעות בזמן המוקצב להן. לעתים הן מופיעות בתחילת התוכנית כהודעת חסות ולעתים בתוך רצף פרסומות ייעודי. ככל שהשידור דורג גבוה יותר בנתוני הצפייה שלו, הוקדש זמן רב יותר לפרסומות. בנוסף, תסריט של תוכניות טלוויזיה נכתב כך שכל סצנה או כמה סצנות מסתיימות בנקודת שיא של מתח. לאחר נקודה זו שובץ מקבץ פרסומות, בתקווה שהמתח ישאיר את הצופים ליד המסך.

יצירות לדיון:
עשר הפרסומות הראשונות בטלוויזיה, שנות הארבעים

כפי שניתן לראות בדוגמאות, כבר בימים הראשונים של הפרסומות בטלוויזיה אפשר למצוא זיקוק ותמצות של הקודים החזותיים שמאפיינים את המציאות הטלוויזיונית הארוזה: האנשים תמיד יפים וטובי לב (למשל בפרסומת הראשונה לקוקה קולה), המוצר הוא האיכותי ביותר ואפשר להוכיח זאת באופן מדעי באמצעות שימוש בטכנולוגיה כמו הילוך איטי ובעזרת עזרים שונים (הפרסומת השנייה לפלסטרים של ג'ונסון וג'ונסון), נעשה שימוש בכוכבים כדי לפרסם מוצר (הפרסומת השלישית לסכין גילוח), וכדומה.

קודים חזותיים ראשונים אלה אופייניים לפרסומות מאז והלאה. עם זאת, בדיון על פרסומות אלה מומלץ להשוות אותן לפרסומות עדכניות ולשים לב לכמה נקודות חשובות שמבדילות בינן ובין הפרסומות שאנו רגילים לראות מסוף המאה עשרים:

1. זמן: הפרסומות ארוכות ביחס לפרסומות העדכניות.
2. הסיפור המוצג: בהתאמה לאורך, גם התסריט של הפרסומות הראשונות מספר סיפור מורכב ובעל כמה שלבים במקום להתמקד במצב יחיד.
3. התפקידים המגדריים מסורתיים וברורים.
4. יש חזרה רבה על אותו המסר בכמה צורות שונות.
5. טון הדיבור של הקריין חוזר על עצמו ברבות מן הפרסומות.
6. נעשה שימוש רב יחסית בכתוביות.

פרסום סמוי הוא המעניין והבעייתי יותר. הכוונה היא למוצרים שונים שמשתתפים בתוכניות הטלוויזיה בלי להצהיר כי מדובר בפרסומת. החברות המפרסמות משלמות כסף רב לחברות ההפקה והתוכן כדי שישלבו מוצרים שלהן בתוכניות טלוויזיה שונות – החל בדרמות וסרטים וכלה בתוכניות ריאליטי. פעמים רבות הפרסום הסמוי עובד טוב יותר מהגלוי. כאשר הפרסום הוא גלוי, הצופה מבין כי מדובר בפרסומת ומראש מתייחס אליה בביטול או בחשדנות מסוימת. כאשר הפרסום סמוי, המוצר נעשה מזוהה עם מצבים ממשיים באותה "מציאות" טלוויזיונית ארוזה ונתפס בעיני רבים כחלק בלתי נפרד מהמציאות הממשית.

יצירות לדיון:
מגזין גירים, פרסום סמוי: בלי ששמתם לב ראיתם פרסומת, ערן הילדסהיים על פרסום סמוי

על עוצמת השפה החזותית של הטלוויזיה ככלי לפרסום ולקידום רעיונות ודעת קהל אפשר ללמוד מאמרתו המפורסמת של חוקר התקשורת האמריקאי אריק ברנאו (Eric Barnouw, 1908 – 2001) שכתב: "נראה כי הטלוויזיה, כמו משלחת מיסיונרית בעידנים אחרים, משרתת קידום מכירות של אימפריה בכל התחומים: תרבותי, כלכלי וצבאי. הטלוויזיה יצרה בסיס לאימפריה מסוג חדש".[41]

בחלק הבא נבדוק כיצד השפיעה השפה החזותית של הטלוויזיה על המדיות החזותיות המסורתיות: הקולנוע, הצילום והאמנות הפלסטית.

41 See: John Wyver, The Moving Image, New-York, 1989, p. 205.

סיכום

חלק זה התמקד בקודים החזותיים והתוכניים הייחודיים לטלוויזיה שהחלו להתפתח בשנות הארבעים של המאה העשרים והגיעו לבשלות בשנות השישים.

תחילה עמדנו על ההבדל המשמעותי בין חוויית הצפייה בטלוויזיה לעומת הקולנוע. ראינו כי אף על פי שהטלוויזיה עושה שימוש בטכנולוגיה ובמרכיבים חזותיים דומים לאלו של הקולנוע הרי שהיא מכוונת לחוויית צפייה שונה, ואפילו הפוכה מחוויית הצפייה הקולנועית:

חוויית הצפייה בקולנוע: מכוונת ליצור אירוע המנתק את הצופה מחיי היומיום ומעבירו למציאות אחרת המופיעה בסרט.
חוויית הצפייה בטלוויזיה: מכוונת להשתלב כחלק בלתי נפרד מהרצף היומיומי של הצופה ולשמש לו צוהר אל המציאות הממשית.

ראינו שכתוצאה מכך שתפקיד הטלוויזיה הוא להיות "צוהר" למציאות, המציאות הטלוויזיונית יוצרת אשליה של מציאות, אך למעשה ארוזה באופן תמציתי ופשטני בשביל קהל שנותר סביל וחסר ביקורתיות.

לאחר מכן דנו בקודים החזותיים והתוכניים שהתפתחו בטלוויזיה בשל טשטוש הגבולות שבין המציאות הממשית למציאות הטלוויזיונית:

1. ה"אירוע" הטלוויזיוני – בניסיון למשוך קהל הטלוויזיה מייצרת "אירועים" מלאכותיים משני סוגים:
א. אירוע חד-פעמי – משחק, גמר של תחרות, תיעוד של אירוע חברתי, פוליטי וכדומה. לקראת ה"אירוע" משודרים פרומואים רבים, ולאחריו חוזרים על קטעים ממנו.
ב. אירוע חוזר – תוכניות שמשודרות בזמן קבוע, כמו חדשות או תוכניות תחקיר, וממתגות את עצמן כמובילות דעת קהל, מעניקות מידע עדכני וחשוב, וכדומה.

2. "ראשים מדברים" ועזרים חזותיים – צילום פלג גוף עליון של דמויות ושימוש בעזרים מדעיים וסמי-מדעיים כמו מפות, תרשימים, תמונות וכדומה, כדי ליצור מצג של רצינות והעמקה בנושאים הנידונים.

3. צמצום החלל והזמן – שימוש בטכניקות כמו מסך מפוצל ומעבר מהאולפן למקומות וזמנים שונים, וחזרה אל האולפן, כדי ליצור תחושה של מיידיות ואמינות המידע המשודר.

4. שידור חי: מקריות ותקלות טכניות – יתרונה הגדול של הטלוויזיה: יכולתה להביא מידע עדכני באופן מיידי לקהל גדול מאוד, חושף לעתים קרובות את המנגנון שמאחורי מצג המציאות הטלוויזיונית בגלל טעויות שונות שמתרחשות עקב בעיות בתקשורת.

5. תוכן פרסומי גלוי וסמוי – הפרסום הוא המנוע שמאחורי תעשיית הטלוויזיה.
שידורי הטלוויזיה עמוסים בתוכן שיווקי גלוי – פרסומות ממש – ובפרסום סמוי באמצעות שימוש במוצרים שונים בסרטים, תוכניות וסדרות. בין החברות המסחריות לחברות הטלוויזיה מתקיימים יחסים הדדיים, והן מחזקות אלה את אלה.

ב.4.3 . תגובות הכלים המסורתיים – הקולנוע, הצילום, הציור והכרזה

הקדמה

חלק זה עוסק בשינויים בשפה החזותית של הקולנוע, הצילום, הציור והאיור בתקופת המצאת הטלוויזיה.

הרעיון המרכזי בדיון הוא כי בשל יכולתה של הטלוויזיה להביא את הייצוג החזותי בשידור חי ובמהירות לכל בית, היא שימשה כבר מתחילת ימיה כלי בידי כוחות פוליטיים וכלכליים לעיצוב דעת קהל וככלי מרכזי במלחמה הקרה.

כתוצאה מכך יוצרים מכל המדיות המסורתיות הביעו ביקורת על המדיום החדש בשני אופנים:

1. ניסיון להטמיע את הקודים החזותיים החדשים:
   - א. שפה חזותית של תרבות הצריכה ועולם הפרסום – תרבות הפופ
   - ב. תיווך ואריזת המציאות – גישת הריאליזם הישיר
2. ניסיון לגבש שפה חזותית חדשה שתבדל את המדיות המסורתיות מהטלוויזיה:
   - א. פרימיטיביזם, הפשטה וילדותיות
   - ב. טכנולוגיות חדשות בקולנוע – סינמסקופ, סינרמה, תלת-מימד

הדיון בתגובות הכלים המסורתיים כולל יצירות חובה.

הדיון ביצירות יציג את הרעיונות המרכזיים של כל אחת מהתנועות ומהמגמות הנדונות וימחיש אותם באמצעות ניתוח היצירות.

יצירות החובה מופיעות במסגרת אפורה, תחת הכותרת "יוצרים לדיון" או "יצירות לדיון".
דיון וסיכום על היוצרים המרכזיים ויצירותיהם ניתן למצוא בחומרי הלימוד.

אין צורך להתעכב על ההיסטוריה של הזרמים או היוצרים השונים. יש להתמקד ביצירות ובאופן שבו הן מתייחסות לשפה החזותית הטלוויזיונית כדי להעביר את המסרים והרעיונות של היוצרים. הרעיונות המרכזיים שיש ללמד בכיתה מופיעים בסיכום חלק זה. הזמן המומלץ לדיון בתגובות: 14–16 שעות.

ניסיונות להטמיע את השפה החזותית של הטלוויזיה

בבואנו לדון ביוצרים המנסים להטמיע במדיות ותיקות יותר את הקודים ואת השפה החזותית של הטלוויזיה ניתן לראות את הטמעת שני המאפיינים המרכזיים של השפה הטלוויזיונית שדנו בהם:

1. **שפה חזותית של תרבות הצריכה ועולם הפרסום – תרבות הפופ:** יוצרים המדגישים את הפן החומרי של התרבות המערבית ואף עושים שימוש בייצוגים מעולם הפרסום ומתרבות הצריכה, חפצים מן היומיום, דימויים מהעיתונות, הקומיקס והתרבות הפופולרית. יוצרים אלה מטשטשים במכוון את ההבדלים שבין תרבות גבוהה לנמוכה, בין אמנות לעיצוב ובין בנאליות יומיומית להתרחשויות בעלות משמעות רבה. גישה זו נקראת בשם הכולל **תרבות הפופ**, והיא נוגעת לכל תחומי היצירה החזותית.
למעשה, גישה זו מביאה לידי ביטוי את הסדקים באוטופיה המודרניסטית שדנו בהם בתחילת פרק זה.

2. **תיווך ואריזת המציאות – גישת הריאליזם הישיר:** גישה הפוכה הרואה בשפה הטלוויזיונית, ובעיקר בהתפתחות הטכנולוגית שאפשרה לכל אדם לקנות מצלמת וידיאו ולצלם, הזדמנות לתיעוד המציאות וליצירת אמירה בעלת תוכן ומשמעות ביקורתית, לצורך עיצוב דעת קהל וסדר יום.
גם גישה זו מביאה לידי ביטוי את הביקורת החברתית על הרעיונות האוטופיים של המודרניזם.

אפשר לראות שלושה סוגים עיקריים של יוצרים, מכל תחומי המדיה, הפועלים בגישה זו:

- יוצרים המאמצים את השפה החזותית המקוטעת והתזזיתית של הטלוויזיה כדי ליצור **קולאז' של קטעי ממשות** בעודם משתמשים בחומרים חזותיים מן המציאות ומתחום תקשורת ההמונים כמו קטעי טלוויזיה, גזרי עיתונות וכדומה.
- יוצרים, בעיקר מתחום המיצג, המאמצים את הקוד החזותי של **"אירוע חדשותי"** ומציגים אירוע יחיד המתרחש בזמן ומקום מסוימים ומוגבלים, מתוך כוונה להשפיע על המציאות עצמה ולעצב דעת קהל.
- יוצרים הרואים את עיקר תפקידם **בשיקוף וייצוג המציאות היומיומית,** מתוך כוונה ליצור סדר יום או לעצב דעת קהל.

1. שפה חזותית של תרבות הצריכה ועולם הפרסום – תרבות הפופ

מקורותיה הרעיוניים של תרבות הפופ

יותר משהוא מתאר תנועה אמנותית, מתייחס המושג פופ (Pop) לגישה חזותית הקשורה קשר הדוק לחיים עצמם ולחוויה החזותית של היומיום. גישה זו החלה להתפתח בשנות החמישים של המאה העשרים בבריטניה, מתוך חוסר נחת של יוצרים רבים שחשו כי התפיסה הרווחת, לפיה האמנות הפלסטית ניצבת במעמד נעלה ביחס לייצוגים חזותיים אחרים כמו צילום, קולנוע ובעיקר טלוויזיה, אינה רלוונטית עוד בעידן של תקשורת המונים.[42]

את הזרעים להתגבשותה של גישה זו ניתן למצוא בשנת 1951, בהרצאות וביצירות של קבוצה בין-תחומית קטנה של יוצרים בריטים – אמנים, אדריכלים ותיאורטיקנים – שכינו את עצמם "קבוצת העצמאים". הרצאותיהם עסקו בנושאים יוצאי דופן בשיח של עולם האמנות: תקשורת המונים, מדע בדיוני, העולם החזותי של האופטיקה ותחומים חזותיים נוספים.

חברי קבוצה זו, ויוצרי הפופ שבאו בעקבותיה, השתמשו ביצירותיהם בייצוגים שמקורם בראש ובראשונה במדיית ההמונים ותרבות הצריכה האמריקאית. היוצרים האנגלים של תחילת הדרך, כמו ריצ'רד המילטון (Richard Hamilton, 1922–2011), פיטר בלייק (Peter Blake, 1932), ג'ו טילסון (Joe Tilson, 1928) ואחרים שאבו את השראתם מייצוגים חזותיים האופייניים לעולם הטלוויזיה ותרבות ההמונים כמו פרסומות למוצרי צריכה, דמויות מצוירות, מוצרי מזון מהיר וכדומה. בעקבות עבודתם והרצאותיהם התנתק המושג "פופ" מתחום האמנות הפלסטית והיה לשם המתאר תרבות שלמה בעלת קודים חזותיים מובחנים – קליפים לשירים, פרסומות, סרטים, תספורות, עיצוב מוצרים, אופנת לבוש ועוד.[43]

התפתחות תרבות הפופ בבריטניה

נקודת הפריצה החשובה של תרבות הפופ לתודעה הבינלאומית היא התערוכה "זה המחר" (This is Tomorrow) שאצר האמן ריצ'רד המילטון בגלריה whitechapel בלונדון באוגוסט 1956. הרעיון לתערוכה היה של האדריכל והתיאורטיקן תיאו קרוסבי (Theo Crosby, 1925–1994), שהציע שהנושא יהיה "דרך החיים המודרנית" ובתערוכה ישולבו תחומי יצירה חזותית שונים: אדריכלות, עיצוב, ציור, פיסול, צילום ותיאוריה. יתר על כן, העבודה לקראת התערוכה הייתה גם היא בקבוצות מעורבות של יוצרים. שלושים ושמונה היוצרים המשתתפים התאגדו בשתים-עשרה קבוצות, שכל אחת יצרה יצירה אחת. כל היצירות הוצגו בחלל הגלריה כמיצב אחד גדול.[44]

את ההקדמה לקטלוג התערוכה כתב התיאורטיקן ומבקר האמנות הבריטי לורנס אלווי (Laurence Alloway, 1926–1990) שכינה אותה "שיעור בצפייה החוצה את גבולות התפיסה המקובלים". אוצר התערוכה, המילטון, שיצר בשביל הקטלוג את הקולאז' המפורסם שלו "ומה למעשה עושה את הבתים של היום כה שונים וכה מושכים", הוסיף: "אנו דוחים את הטענה שניתן לתאר את המחר באמצעים מסורתיים... ניתן לתאר את המחר רק על פי הדימויים של ההווה ושל חוויית הדימויים החדשה של ההווה, דימויים הלקוחים מחיי היומיום והמושפעים מתחום התקשורת... בתערוכה נחשף המבקר למגוון חומרים ומבנים, אשר בהצבתם יחד הופכים את האמנות והאדריכלות לפעילות רחוקה מהסטנדרטים האידיאליים המקובלים ממש כמו הרחוב עצמו".[45] הביטוי החזותי בתערוכה לדבריו אלה של אלווי היה הצגתם של ייצוגים חזותיים יומיומיים כמו שלטי ניאון, כרזות פרסומת, מוצרי צריכה שונים בגודל עצום, וכדומה.

התערוכה "זה המחר" תרמה לתפוצת רעיונות הפופ בעולם כולו, אך יותר מכול זכו רעיונות אלה להצלחה בארצות הברית, כנראה משום שביטאו נכונה את רוח הזמן, כפי שהשתקפה במדיה האמריקאית ובמיוחד בטלוויזיה ובתעשיית הקולנוע. מאמצע שנות החמישים, בהשפעת הרעיונות הבריטיים ובהשפעת הרדי-מייד (Ready-Made) של האמן הצרפתי מרסל דושאן (Marcel

42 ביטוי לגישה זו ניתן למצוא בדיון האקדמי בלונדון כבר במהלך שנות השישים. כך, למשל, נכתב במסגרת חוברת שפרסם הקולג' המלכותי לאמנות בלונדון באותה תקופה: "אמנות הפופ מתארת את הסביבה הצרכנית ובהלכי הרוח שלה: כיעור הופך ליופי... הנושא מורם לרמת תוכן באמצעות יחסם של היוצרים אליו".

See: Edward Lucie-Smith, Pop Art, in Nikos Stangos (ed.), “Concepts of Modern Art”, New-York, 1994, p. 226.

43 See: Ingo F. Walther (ed.), Art of the 20th Century, Bonn, 2005, Vol. 2, pp. 517-518.

44 ראו: אתר גלריה Whitechapel, תערוכות עבר.

https://www.whitechapelgallery.org/exhibitions/this-is-tomorrow/

45 See: Richard Hamilton, This is Tomorrow, full text, on Internet Archive.

https://archive.org/stream/richardhamilton00hami/richardhamilton00hami_djvu.txt

תורגם ע"י פיטר מלץ באתר מפגשים מהסוג החזותי:

http://www1.amalnet.k12.il/sites/Mifgashim/Pages/thisistomorrow.aspx?mid=4

(Duchamp, 1887–1968, החלו יוצרים אמריקאים כמו ג'ספר ג'ונס (Jasper Johns, 1930) ורוברט ראושנברג (Robert Rauschenberg, 1925– 2008) לעסוק בייצוגים מהיומיום, החל בקולאז'ים המחברים בין חפצי רדי-מייד שונים שנמצאו ברחוב (כמו ביצירה "המונוגראם" של ראושנברג מ-1955) ועד לשימוש ברדי-מייד רעיוני (כמו ביצירה "ברונזה צבועה" של ג'ונס מ-1960), דהיינו – הפיכת חפץ מן המציאות ליצירה אישית, בלי להשתמש בחפץ עצמו, באמצעות העתקה מדויקת שלו עד כדי כך שקשה להבחין בין החפץ האמיתי ליצירה. העתקה זו מתייחסת באופן ביקורתי ל"אריזת" המציאות המוצגת בפני הצופים כמציאות ממשית המאפיינת את המדיום הטלוויזיוני.

יוצרים אלה הביאו להתפתחותה של תרבות הפופ בארצות הברית, שיצרה שינויים מרחיקי לכת בשפה החזותית של המדיות המסורתיות והייתה לביטוי חזותי של דור שלם.

נקודה למחשבה והרחבה

הרֶדי-מייד של דושאן והשפעתו על תרבות הפופ

המושג רֶדי-מייד (Ready-Made) או בעברית "מן המוכן", אינו חדש. באופן מסורתי, הכוונה היא לשימוש בחפצים שלא יצר האמן, כחלק בלתי נפרד מיצירתו. במסורת ידועות דוגמאות רבות לשימוש כזה, בדרך כלל מתוך כוונה להגביר את הריאליזם של היצירה. אחת הדוגמאות החשובות באמנות המודרנית היא הפסל "רקדנית בת 14" של הפסל האימפרסיוניסטי אדגר דגה (Edgar Degas) משנת 1881, שבו הוסיף האמן לפסל סרט שיער וחצאית מבד אמיתי. גם הרעיון של דגה, בהתאמה לרעיונות האימפרסיוניזם, היה להגביר ככל האפשר את הריאליזם של הפסל. אולם שימוש כזה בחפץ מהיומיום אינו דומה כלל לשימוש שעשו בו יוצרי הפופ. אלו שאבו את השראתם לשימוש ברדי-מייד ממקור אחר לגמרי: הרדי-מייד הייחודי של האמן הצרפתי מרסל דושאן (Marcel Duchamp).

דושאן ניסח בעשור הראשון של המאה העשרים את עקרונות השימוש ברדי-מייד באופן ייחודי שהשפיע על יוצרים רבים בכל תחומי היצירה החזותית שבאו אחריו. בכלל, קשה להפריז בחשיבות רעיונותיו של דושאן להבנת ההתפתחויות של התרבות החזותית. הוא עסק ביצירותיו בשאלות שהעסיקו יוצרים במהלך המאה העשרים כולה, והעלה רעיונות ייחודיים שסימנו דרך לאחרים אחריו. **אחד הרעיונות המרכזיים של דושאן היה השימוש הייחודי שלו ברדי-מייד.**

דושאן הבין כי כל צופה ביצירה או בייצוג חזותי כלשהו, בכל מדיה, אינו מגיע "נקי" מהשפעה סביבתית. הצופה תמיד נושא עמו מערך שלם של חוויות וזיכרונות מהעולם שבו הוא חי ומהחפצים הסובבים אותו. על פי דושאן, האדם אינו יכול להתחיל מאפס. אין לו ברירה, והוא חייב להתחיל להבין מדברים "מן המוכן".[46] מסקנתו הייתה כי הניסיון של יוצר להעביר את המסרים שלו לצופה באופן ישיר וכפי שהוא התכוון במדויק נדון לכישלון מראש. בעקבות מסקנה זו הוא פיתח את רעיון הרדי-מייד, שמערב את הצופה בתהליך הפענוח והענקת המשמעות של היצירה החזותית שבה הוא מתבונן. בהרצאה שנתן ביוסטון, טקסס, באפריל 1957 שכותרתה "המעשה היצירתי" הסביר דושאן רעיון זה: "המעשה היצירתי אינו מבוצע על ידי האמן לבד; הצופה מקשר בין היצירה ובין העולם החיצוני על ידי פענוח ופרשנות של איכויותיה הפנימיות, וכך מוסיף את תרומתו למעשה היצירתי".[47]

על פי דושאן, תפקידו העיקרי של היוצר הוא לבחור את החפצים מתוך העולם הממשי. לאחר הבחירה "מנתק" היוצר את החפץ מהקשרו הרגיל במציאות ומעניק לו משמעות חדשה באחד משני אופנים עיקריים:

1. **רדי-מייד לא מטופל –** שימוש בחפץ אמיתי, ללא כל טיפול של היוצר או עם טיפול מינימלי והצגתו כיצירה אישית. **עצם הצגת החפץ כיצירה מעניקה לו משמעות חדשה.** כך, למשל, במקרה של היצירות "מתקן לייבוש בקבוקים" (1914) והמזרקה (1917).

46 See: Interview with Katharine Kuh, “MD,” March 29, 1961, in K. Kuh’s The Artist’s Voice with seventeen artists. New York and Evanston, 1962. p. 81-93.
47 See: Maria Popova, The Creative Act: Marcel Duchamp’s 1957 Classic, Read by the Artist Himself, Brainpickings. https://www.brainpickings.org/2012/08/23/the-creative-act-marcel-duchamp-1957/

2. רדי מייד מטופל – שימוש בחפץ כחלק מיצירה או בשילוב עם חפצים אחרים שיוצרים יחד חפץ חדש. **השילוב בין החפצים, או בין החפץ לציור, הוא המעניק לכל אחד מהם משמעות חדשה.** כך, למשל, ביצירות "הכלה מופשטת מבגדיה בידי רווקיה אפילו" (1913–1926), L.H.O.O.Q (1919) ו"מדוע לא תתעטשי רוז סלבי" (1921).

בכל אחד מהמקרים חווה הצופה ביצירות של דושאן חוויה ייחודית ושונה מחוויית הצפייה הרגילה מול יצירות מסורתיות. במקום ניסיון להבין את המשמעויות והמסרים שהאמן ניסה להעביר, הצופה נסחף, כמעט בלי ברירה, לתהליך חשיבה ביקורתי המחבר בין תובנותיו שלו וניסיונו ובין הרעיונות של היוצר.

השילוב בין המעשה היצירתי של האמן לזה של הצופה, על פי דושאן, ניתן לתיאור באמצעות התרשים הבא:

היוצרים של תרבות הפופ פעלו באופן דומה מאוד לדושאן מבחינת המשמעות של חפצי הרדי-מייד שבהם השתמשו. הצופה ביצירותיהם חווה תהליך חשיבה דומה מאוד לזה שתואר לעיל. ההבדל בין הרדי-מייד של יוצרי הפופ לזה של דושאן היה שיוצרי הפופ לא השתמשו בחפצים ממש אלא יצרו אותם בעצמם. אך החפצים שיצרו היו דומים בכול לחפצים עצמם, כך שפעמים רבות הצופה לא הבחין בהבדל.[48]

תרבות הפופ בארצות הברית

תרבות הפופ שהחלה להתפתח בבריטניה השפיעה על יוצרים בכל העולם ובכל תחומי היצירה החזותית. רבים חשו כי היא מבטאת נכונה את רוח התקופה. בין היוצרים החשובים ניתן למנות את הציירת אוולין אקסל (Evelyne Axell, 1935–1972) הבלגית, את המעצבים ז'אן לניקה (Jan Lenica, 1928–2001), הפולני, אלנה סראנו (Elena Serrano, 1934) הקובנית, הצלם הצרפתי מרטיאל רייס (Martial Raysse, 1936) והצלם-צייר הצרפתי אלן ז'אקיט (Alain Jacquet, 1939 – 2008).

אך ללא ספק, המקום שבו פרחה תרבות הפופ בעיקר היה העיר ניו יורק. מאז שנות הארבעים של המאה העשרים, בעקבות מלחמת העולם השנייה, החליפה ניו יורק את פריז כמרכז האמנות הבינלאומי. המפגש של יוצרים אירופאים חשובים שהיגרו לניו יורק בתקופת המלחמה עם יוצרים מקומיים הוביל להתפתחות אחד מזרמי האמנות המשמעותיים ביותר של התקופה – אסכולת ניו יורק, שדנו בה בפרק הקודם. ההפשטה האקספרסיבית של היוצרים בזרם זה הגדירה קודים חדשים של שפה חזותית אישית וסוערת שנועדה לשמש ביטוי הולם לרגשות ותחושות תת-מודעות של היוצר, ולתפיסת עולם אקזיסטנציאליסטית, שאינה מתיימרת כי הצופה יוכל להבין באופן ישיר תחושות אלו.

הקודים החזותיים של אסכולת ניו יורק היו שיא של הפשטה רגשית במאה העשרים. תרבות הפופ הייתה החלופה שדור צעיר של יוצרים הציב מול אסכולת ניו יורק. יוצרים צעירים אלה, אנדי ווהול (Andy Warhol, 1928–1987), רוי ליכטנשטיין (Roy Lichtenstein, 1923–1997), קלאס אולדנבורג (Claes Oldenburg, 1929), ג'ורג' סיגל George Segal, 1924– (2000), רוברט אינדיאנה (Robert Indiana, 1928–2018) ואחרים, קראו תיגר על הניתוק של חברי אסכולת ניו יורק

48 בכל מקרה, גם אם ההבדל בין החפץ למציאות היה ברור, כמו במקרים שבהם הוגדל החפץ לממדי ענק (לדוגמה "אטב כביסה" של קלאס אולדנבורג משנת 1976) הרי שהדמיון לחפץ המקורי היה כה משכנע שהצופה עבר תהליך חשיבה דומה מאוד לזה שתואר לעיל.

מחיי היומיום ומתרבות הצריכה והחיים שהתפתחה בעידן הטלוויזיה ותקשורת ההמונים. לדעתם, על היצירה החזותית של התקופה הזו לשקף את הערכים המרכזיים בה ולבקר אותם, בבחינת מראה אמיתית, ולא לברוח מהם אל התכנסות אקזיסטנציאליסטית, כפי שעשו חברי אסכולת ניו יורק.

במקום לשאוב השראה מעולמות פנימיים ובלתי נגישים הציבה תרבות הפופ את הנגיש, המיידי והיומיומי. במקום לראות ביצירה החזותית תחום נעלה, הבז למסחריות ומסתגר בתוך עצמו (בבחינת "אמנות לשם אמנות"), הציבה תרבות הפופ את המסחריות, הפתיחות והשיח היומיומי האמיתי בין בני אדם, החיים בתרבות המקדשת ערכים אלה. ולבסוף, במקום העיקרון המודרניסטי "פחות זה יותר" הציבה תרבות הפופ את העודפות החזותית – בצבע, בגודל ובפרטי הפרטים של הצורה.

תרבות הפופ נוגעת לכל תחומי היצירה החזותית: אמנות, צילום, עיצוב מוצרים, עיצוב גרפי, סרטים, תוכניות טלוויזיה, אופנה, עולם הפרסום ותקשורת ההמונים. רבים מהיוצרים פעלו בכמה מהתחומים גם יחד, וכחלק מהביקורת של התקופה על רעיונות המודרניזם לא ראו לעצמם חובה להתמקד בתחום אחד בלבד. כך, למשל, היוצר המסמל יותר מכול את התרבות הזו, אנדי וורהול, שפעל כאמן, מעצב גרפי, צלם אופנה, מגיש טלוויזיה, במאי ומפיק של סרטים ואבי הווידיאו-קליפ המוזיקלי. וורהול, שכינה את הסדנה שלו בניו יורק "המפעל", הדגיש בכל עבודתו את ההיבט המסחרי של העולם החזותי.

יש להדגיש: תרבות הפופ היא ביקורתית וצינית, ואינה מציגה את ערכי תרבות הצריכה כחיוביים בלבד. עם זאת, היוצרים המרכזיים בה עושים שימוש בערכים אלה לטובת יצירתם והמסרים שלהם ומחברים במוצהר את התרבות החזותית שיצרו עם העולם האמיתי שסביבם.

קודים חזותיים של הפופ השואבים מהשפה החזותית של הטלוויזיה:

1. שימוש בחפצים יומיומיים, בדרך כלל מוצרי צריכה שונים.
2. הגדלת החפצים ו"אריזתם" מחדש, כפי שעושה הטלוויזיה. לחפצים מוענקת חשיבות ומרכזיות כסמלי תרבות.
3. הוצאת חלקים מהמציאות מהקשרם ויצירת "אירועים" של מציאות מזויפת באמצעות מיצבים, פסלי חוצות, דפי עיתונות שהפכו ליצירות וכדומה.
4. "עודפות" חזותית: צבעוניות לוקאלית, עזה ובוהקת השואבת מעולם הפרסום והצעצועים, גודלי ענק, פרטי פרטים של החפצים המתוארים, וכדומה.
5. שימוש בחומרים תעשייתיים ויומיומיים כמו קרטון, נייר, פלסטיק וכדומה לצד חומרים מסורתיים.
6. עירוב תחומים, טכניקות ומדיות שונות, כחלק משיקוף וביקורת המציאות וביטוי לסדקים במודרניזם.

יצירות לדיון:

אמנות:

ריצ'רד המילטון, מה למעשה עושה את הבתים של ימינו כה שונים וכה מושכים, 1956, 25x26 ס"מ

רוי ליכטנשטיין, טקה טקה, שמן על בד, 1962, 142.2x172.7 ס"מ

אנדי וורהול, מרלין, הדפס משי, 1967

קית הרינג, ללא כותרת, רישום, אקריליק, ספריי אמייל ודיו על נייר, 1980

אוולין אקסל, גלידה, שמן על בד, 1964, 80x70 ס"מ

עיצוב:

אנדי וורהול, עטיפת האלבום "מחתרת הקטיפה וניקו", 1967

ז'אן לניקה, וויצק, כרזה לאופרה של ורשה, 1964

הרברט לאופין, הפסקה – שתו קוקה-קולה, כרזת פרסומת, 1953

אלנה סרנו, יום לוחמי הגרילה הגיבורים, כרזה, 1968

פיטר בלייק, עטיפת האלבום "תזמורת מועדון הלבבות הבודדים של סרג'נט פפר", הביטלס, 1967

ג'ים שינדלר, לוגו מקדונלד'ס, 1962

מרטין שארפ, עטיפת אלבומה של הלהקה הבריטית Cream, 1967

ג'ורג' לואיס, תמונת השער של המגזין "אסקוויר", מאי 1969

ג'ון פאשה, לוגו הרולינג סטונס (The Rolling Stones), 1971

צילום:

אנדי וורהול, שלושה אלוויס, 1962, תצלום מעובד בהדפס רשת, 208.3x299.7 ס"מ

אלן ז'אקיט, ארוחת בוקר על הדשא, תצלום מעובד בהדפס רשת, 1964-1965, 175x195 ס"מ

מרטיאל רייס, נעשה ביפן, האודליסק, צילום וצבע פלואורסצנט על לוח, 1964

מרתה רוסלר, ניקוי וילונות, מתוך הסדרה "להביא את המלחמה הביתה," תצלום, 1969-1972

קולנוע:

ג'ורג' דנינג, צוללת צהובה, 1967

טרי גיליאם, אנימציה ל"מונטי פייטון והגביע הקדוש", 1971

2. תיווך ואריזת המציאות – גישת הריאליזם הישיר

"אני מתחיל באמת להבין כל חברה בכך שאני מתבונן בחנויות המוכרות פסולת ובשוקי הפשפשים... שם אפשר לראות את תוצאות הרעיונות (של התקופה, נ"ט) בחפצים שהתרבות משליכה"

אדוארד קיינהולץ, 1970[49]

מהי גישת הריאליזם הישיר?

ריאליזם ישיר הוא כינוי כולל לגישה זו של יוצרים חזותיים, שהחלה להתפתח במהלך שנות החמישים של המאה העשרים והגיעה לשיאה בתחילת שנות השבעים. במידה רבה, זוהי תמונת מראה של תרבות הפופ: כמו יוצרי הפופ, גם יוצרי הריאליזם הישיר עוסקים בביקורת נוקבת על תרבות הצריכה ועידן ההמון, יתר על כן, בשני המקרים נתפס האדם עצמו כסוג של מוצר צריכה. אך בעוד השפה החזותית של הפופ מתמקדת באופן שבו "חרושת התרבות" של עידן הטלוויזיה עוטפת את המציאות בצבעים עזים ובפלסטיק נוצץ במטרה למכור כמה שיותר, השפה החזותית של יוצרים אלה מתמקדת בפסולת ובחפץ הממשי וגם בבני אדם, שהושלכו הצידה כפסולת על ידי התרבות. הבדל משמעותי נוסף בין הפופ ובין תפיסה זו הוא שיוצרי הפופ אינם נוטים להשתמש בחפצים עצמם, אלא יוצרים אותם מחומרים שונים המדמים את החפץ האמיתי. לעומתם, יוצרים בגישת הריאליזם הישיר משתמשים בחפצים אמיתיים שמצאו ברחוב.

שלושה סוגים של יוצרים פועלים מתוך גישת הריאליזם הישיר:

1. קולאז' של קטעי ממשות: יוצרים העושים שימוש בחפצים שאספו או בתיעוד רגעים ממשיים, לא מבוימים ולא ערוכים. בעבודותיהם מאמצים יוצרים אלה את השפה התזזיתית של הטלוויזיה ו"אורזים" יחד באמצעות קולאז', מונטאז' ופוטומונטאז' אירועים שונים לכדי מציאות בדיונית אחת.

רעיון הקולאז' והמונטאז' שפיתח האמן והמעצב ראול האוזמן, ממייסדי תנועת הדאדא, מתבסס על רעיון הרדי-מייד של דושאן – שימוש בחומרים שנחתכו מן המציאות, נותקו מהקשרם המיידי והודבקו יחד לכדי תמונת מציאות ארוזה מחדש. השפה החזותית של הקולאז'ים והמונטאז'ים המוקדמים שלו כוללים צילומים חתוכים או קרועים המשולבים עם כותרות חתוכות מהעיתונות. דוגמה ליצירה מסוג זה היא "דיוקן עצמי ABCD" משנת 1923.

בהקשר של גישת הריאליזם הישיר נתפסו הקולאז'ים כפעולה ביקורתית כלפי השפה החזותית של תרבות הצריכה, כפי שהיא מתבטאת בטלוויזיה, מכיוון שהקולאז' "מתקיף" את הצופה בערבוביה של ייצוגים ומסרים ממש כפי שעושה זאת הטלוויזיה. יוצרים חזותיים בכל העולם הושפעו מהקודים החזותיים של השפה שפיתח האוזמן והשתמשו בהם במהלך שנות החמישים והשישים של המאה העשרים במטרה לבקר את תרבות הצריכה והטלוויזיה.[50]

עם יוצרים אלה נמנים אמני הריאליזם החדש בצרפת כמו הצייר ז'אק דה לה וילאז' (Jacque de la Village, 1926) והפסל ז'אן טינגלי (Jean Tinguely, 1925–1991), שיצרו באמצעות ה"חפץ המצוי" (Object trouve).[51] גם בישראל פעלה בסוף שנות השישים ותחילת השבעים "קבוצת המדרשה" ובה יוצרים כמו רפי לביא (1937-2007) ותמר גטר (1953) שגם ביצירותיהם אפשר לראות גישה זו.[52] בתחום העיצוב ניתן לראות את השפעת גישה זו אצל יוצרים כמו המעצב הצרפתי רוברט מאסין (Robert Massin, 1925), השוודים ג'ון מלין (John Melin, 1921–1992) ואנדרס אוסטרלין (Andres Osterlin, 1926), הבריטי קולין פורבס (Colin Forbes, 1928) ואחרים, ובתחום הצילום אצל יוצרים כמו הצלם ואמן

---

49 See: Ingo F. Walther (ed.), Art of the 20th Century, Bonn, 2005, Vol. 2, p. 509.

50 See: Steven Heller, Veronique Vienne, 100 Ideas that changed Graphic Design, London, 2017, p. 190.

51 'Object trouve' הוא מונח כמעט מקביל למונח Ready-Made, המתאר שימוש בחפץ מן המוכן, הנמצא ברשות האמן, כחלק מיצירת האמנות ללא שינוי או עם שינוי מינורי בחפץ עצמו. במושג 'Object trouve' עשה שימוש באוקטובר 1960 חוקר האמנות הצרפתי פייר ראסטני (Rastany) כדי לנסח את עקרונות מניפסט "הריאליזם החדש" (Nouveau Realisme) שכתב ב-(See: Pierre Restany, Manifeste des Nouveaux Réalistes, éd. Dilecta, Paris, 1969 (2007). המניפסט התייחס אל קבוצת יוצרים צרפתים שבמהלך שנות השישים של המאה העשרים החלו לשלב ביצירתם אובייקטים קיימים שמצאו בסביבתם העירונית.

52 קבוצת האמנים המכונה "קבוצת המדרשה" או "אסכולת המדרשה" לא פרסמה מעולם מניפסט ולא הצהירה על כוונותיה באופן חד-משמעי. מדובר בקבוצת אמנים, ובעיקר אמניות (מיכל נאמן, אפרת נתן, תמר גטר, יוכבד וינפלד, דגנית ברסט, מרים שרון ועוד), שהתגבשה במהלך הלימודים במדרשה להוראת אמנות ששכנה אז ברמת השרון סביב כמה מורים מרכזיים במדרשה כמו מיכל נאמן ויאיר גרבוז ובהנהגתו של רפי לביא. לכל היוצרים בקבוצה כמה מכנים משותפים הקושרים את יצירתם אל גישת הריאליזם הישיר: מבחינה תוכנית הם מרבים לעסוק בביקורת חברתית. מבחינה צורנית הם משתמשים בחומרים פשוטים ויומיומיים, תוך שילוב בין מדיות שונות כמו צילום, ציור וטקסט. הרכיבים הצורניים ברבות מהיצירות מקיימים מערכת קשרים אירונית וסותרת את עצמה החותרת תחת מיתוסים מקובלים ומעלה אותם לדיון חדש ומרענן.

המיצג איב קליין (Yves Klein, 1928–1962), אלן סקולה (Allan Sekula, 1951-2013), סנדי שרמן (Cindy Sherman, 1954) ורוברט פרנק (Robert Frank, 1924).

יצירות לדיון:

אמנות: הריאליזם החדש ואסכולת המדרשה

ז'אק דה לה וילאז', רחוב גרנייר בסנט לזר, קרעי כרזות על בד, 1967, 52x58.40 ס"מ

ז'אן טינגלי, חניבעל 1, מתכת צבועה, גלגלי אופניים, צירי גלגלים, שרשראות, חגורות גומי, חגורות עור ומנועים, 1963, 280X11.7X121.9 ס"מ.

רפי לביא, ללא כותרת, אקריליק, שמן, קולאז' וזפת על בד, 1965, 130x130 ס"מ

תמר גטר, הורים אבלים בעיגול, ללא ציון שנה, צבע-לוח, לכה, גיר שמן ותצלום על בד, 177x137 ס"מ

עיצוב:

ראול האוזמן, דיוקן עצמי ABCD, קולאז' ופוטומונטאז', 1923

קולין פורבס, עטיפת המגזין פלסטיקס היום, 1965

ג'ון מלין ואנדרס אוסטרלין, ללא כותרת, 67.8X99.7 ס"מ, 1963

ברונו מונארי, כרזה לקמפארי, 1964

צילום:

איב קליין, לקפוץ אל הריק, פוטומונטאז', 1960

אלן סקולה, ללא כותרת, סיום משמרת במפעל של התעשייה האווירית סן דייגו קליפורניה, 25 שקופיות שחור לבן, 17.2.72

סנדי שרמן, ללא כותרת, מתוך סדרת התצלומים תמונות קולנועיות, 1977

רוברט פרנק, האמריקאים, תצלום, 1959

2. היצירה כאירוע חדשותי – וידיאו-ארט, מיצגים, אמנות אדמה: יוצרים מסוג זה אימצו את רעיון המיצג הדאדאיסטי ו"האירוע התקשורתי" הטלוויזיוני לצורך הפקת אירועים חד-פעמיים המתקיימים בזמן ומקום מסוימים. תופעה זו, שפרחה משנות החמישים של המאה העשרים, מכונה בשם הכללי "אירועים" (Happenings).[53] כוונתם של יוצרים אלה הייתה להשפיע על דעת הקהל ולשנות אותה באמצעות אירועים רבי משתתפים שיוצרים הד תקשורתי. באירועים אלה משולבים אמנות, צילום ווידיאו. רוב האירועים הללו עושים שימוש במצלמות וידיאו ובמצלמות סטילס לצורך תיעוד האירוע. למעשה, צילומים וסרטים אלה הם התיעוד החזותי היחיד שנותר מהאירועים, למעט רישומים וכתבים הנוגעים לתכנון האירוע.

השפה החזותית שהתפתחה באירועים אלה מזכירה במידה רבה מאוד את כתבות הטלוויזיה בשידור חי, מהשטח. הצילום לא תמיד יציב או מוקפד, תנועת המצלמה תזזיתית, האירועים נתונים למקריות, ומדי פעם "חודרים" לתמונה (Frame) אנשים או התנהגויות בלתי צפויות. בניגוד לשידור חי בטלוויזיה, היוצרים בתחומים אלה יכולים לערוך את הסרטים מאוחר יותר, אך פעמים רבות, מתוך החלטה, נשארים בתיעוד האירועים הבלתי מתוכננים וה"טעויות" מפני שבעיני יוצרי ה"אירועים", המקרי הכרחי כי פעמים רבות הוא ביטוי לממשי והאמיתי.

עם יוצרים אלה נמנים חברי תנועת פלוקסוס (Fluxsus) כמו יוקו אונו (Yoko Ono,1933) והאמן המושגי ג'וזף בויס (Joseph Beuys, 1921–1986),[54] אמניות מיצג כמו לסלי לייבוביץ' (Leslie Labowitz, 1946), סוזן לייסי (Suzanne

53 החל משנת 1952, נודעה ל"אירועים" חשיבות רבה. רעיון זה קודם באחד מבתי הספר החשובים לאמנות – Black Mountain Collage בעיקר בשיעוריו של המוזיקאי המהפכני ג'ון קייג' (John Cage, 1912-1992).
See: "Performance Art", Nikos Stangos, The Thames & Hudson Dictionary of Art and Artists, London, 1996, p. 273.

54 החל משנת 1963 שיתף בויס פעולה עם קבוצת פלוקסוס הבינלאומית. מטרתה של הקבוצה הייתה לבטל את הגבולות בין החיים ובין הפעולה האמנותית.

(Lacy, 1945, ביה לאו (Bia lowe), ובישראל – יוכבד וינפלד (1947) ומוטי מזרחי (1946), ואמני מיצב כמו הזוג יאווצ'ף וז'אן קלוד כריסטו (Javacheff Christo, 1935, Jeanne Claude, 1962–2009).

יצירות לדיון:

וידיאו-ארט, אמנות אדמה ומיצגים – שילוב של אמנות, צילום וקולנוע:

יוקו אונו, Cut Piece, מיצג, 1965

ג'וזף בויס, קויוט, אני אוהב את אמריקה ואמריקה אוהבת אותי, מיצג, 1976

לסלי לייבוביץ', סוזן לסלי, ביה לאו, בקינה ובזעם, מיצג על מדרגות עיריית לוס אנג'לס, 13.12.1977

יאווצ'ף כריסטו וז'אן קלוד, עטיפת הרייכסטאג, מיצב, 1971-1995

מוטי מזרחי, ויה דולורוזה, מיצג, 1973

3. שיקוף המציאות היומיומית: יוצרים המתמקדים ביצירת אשליית מציאות באמצעות שפה חזותית הקרובה ככל האפשר לממשות. לגבי יוצרים אלה, תפקידו המרכזי של הייצוג החזותי הוא ייצוג נאמן של המציאות כפי שהיא, כמעט ללא הבעת דעה של היוצר. למעשה, דעתו של היוצר באה לידי ביטוי בעיקר בבחירותיו מה להציג.

יוצרים אלה מאמצים את התפיסה הטלוויזיונית התיעודית שלפיה השידור החי אמור לייצג נאמנה את ההתרחשויות הממשיות. אמנם היצירות השונות אינן משודרות בשידור חי, אך השפה החזותית של היצירות יוצרת אשליה של תיעוד אמיתי, ללא התערבות ממשית של היוצר. אשליה זו כוללת סתירה פנימית מפני שכדי להגיע לתיאור משכנע כל כך, היוצר נדרש ליכולת טכנית גבוהה, לעבודה רבה מאוד ולתכנון מדוקדק ביותר של התוצר הסופי.

עם יוצרים אלה נמנים אמני ההיפר-ריאליזם והפוטו-ריאליזם כמו ראלף גוינגס(Ralph Goings, 1928–2016) , צ'אק קלוז (Chuck Close, 1940) וריצ'רד אסטס (Richard Estes, 1932), המעצבים אלן פלטשר (Alan Fletcher, 1931–2006) וקוונטין פיורה (Quentin Fiore, 1920) והצלמים לואיס היין (Lewis Hine, 1874–1940), דורותיאה לאנג (Dorothea Lange, 1895–1965) וטוני פריסל (Toni Frissell, 1907–1988).

בתחום הקולנוע הבינלאומי התפתחו במהלך שנות החמישים כמה זרמים ריאליסטיים מרכזיים שהתמודדו עם כניסת הטלוויזיה באמצעות שימוש בקודים חזותיים של שידור חי ומקריות. בארצות הברית כונתה תפיסה זו "קולנוע ישיר" (Direct Cinema), והבמאים הבולטים בה היו ריצ'רד ליקוק (Richard Leacock, 1921-2011), רוברט דרו (Robert Drew, 1924-2014) ודון אלן פנבייקר (Donn Alan Pennebaker, 1925). בצרפת התפתחה תנועת "הקולנוע האמיתי" (Cinema Verité) שהיוצרים הבולטים בה היו ז'אן רוש (Jean Rouch, 1917–2004), פרנסואה רייכנבך (Francois Reichenbach, 1921–1993) ואחרים, ובאיטליה התפתח הריאליזם החדש (Neo-realism) שהיוצרים הבולטים בו היו ויטוריו דה סיקה (Vittorio De Sica, 1902–1974), רוברטו רוסליני (Roberto Rossellini, 1906–1977) ועוד.

המשותף לכל הזרמים הקולנועיים הללו הוא השאיפה להביא לאולם הקולנוע את האמת, החיים עצמם, ולא סרט שמעוות את המציאות. לשם כך השתמשו היוצרים בציוד קל לנשיאה וצילמו ללא תסריט מוכן מראש. בסרטים רבים נעשה שימש במצלמת כתף, כלומר צילום תזזיתי ולא יציב המאפיין את כתבות הטלוויזיה בשידור חי. יתר על כן, לרוב משתתפים בסרט שחקנים לא מקצועיים או אנשים אמיתיים שנקלעו במקרה למקום הצילום.

סרטי "הקולנוע הישיר" בארצות הברית התאפיינו בנקודות מבט "אובייקטיביות" ובשימוש במצלמות נסתרות, כדי למנוע מהמשתתפים להתנהג באופן לא טבעי. קודים חזותיים אלה יצרו תחושה כאילו מדובר במציאות עצמה, אך חומר הגלם

אך למרות שהשתמש במושג פלוקסוס ברבים מהמיצגים שלו, רוחו האקספרסיוניסטית של בויס הייתה זרה למינימליזם של אמני הקבוצה. רגע מכונן בשיתוף הפעולה של בויס עם הקבוצה התרחש ב"פסטיבל האמנות החדשה" (Fest der neuen Kunst) שיזמו אמני פלוקסוס ב – 20 ליולי 1964 בעיר אכן (Aachen). במהלך מופע בו השתתף בויס עם אמני פלוקסוס נוספים תקף אותו באגרופים אחד הצופים וגרם לו לדמם מאפו. כתגובה, הניף בויס צלב עץ בידו השמאלית, בעודו מדמם, והצדיע לקהל בימינו. בכך, הגדיר עצמו כקדוש מעונה.

See: Ingo F. Walther (ed.), Art of the 20th Century, Bonn, 2005, Vol. 2, p. 692-693.

של הסרטים נערך מאוחר יותר כדי לבטא את רעיונות היוצר. לעומתם, יוצרי "הקולנוע האמיתי" בצרפת סברו כי על היוצר להתערב באופן פעיל במציאות, ולכן עודדו את המשתתפים בסרטים לפעולה וערכו איתם ראיונות במהלך הצילומים. עם זאת, הסרטים כמעט לא ערוכים לאחר הצילום. לבסוף, סרטי "הריאליזם החדש" האיטלקים הם הסרטים הערוכים והמעובדים ביותר מכל שלוש התנועות. הבמאים האיטלקים אמנם מצלמים ברחוב אנשים אמיתיים, אך הם מגיעים עם תסריט מוכן ומשתמשים בשחקנים שיודעים את תפקידם. תוכני הסרטים האיטלקיים הם ביקורת חברתית נוקבת על המצב הכלכלי, החברתי והפוליטי הקשה באיטליה שלאחר מלחמת העולם השנייה.[55]

נקודה למחשבה והרחבה

מה בין הריאליזם של המאה התשע-עשרה לריאליזם הישיר במחצית השנייה של המאה העשרים?

המושג ריאליזם אינו חדש. באופן כללי המושג מתייחס לתיאור חזותי נאמן לממשות, בניגוד לאידיאליזציה, עיוות או הפשטה, למשל. אך המושג ריאליזם שימש גם כשם של תנועות אמנות וגישות ליצירה חזותית או ספרותית.[56]

התנועה הריאליסטית המודרנית הראשונה התפתחה במאה התשע-עשרה. כפי שראינו, הריאליזם החזותי, בהנהגת האמן הצרפתי גוסטב קורבה, התפתח כתגובה לסובייקטיביות של היצירה החזותית הרומנטית והניאו-קלאסית ובעיקר כתגובה להתפתחות הצילום. קורבה חיפש אחר שפה חזותית חדשה שתעניק לציור תפקיד משמעותי בעידן שבו תיעוד המציאות נלקח ממנו. התשובה שפיתח הייתה הריאליזם, ולפיו על התיאור להיות נאמן למציאות בעיקר מבחינת התכנים המוצגים. קורבה סבר שעיקר תפקידו של הצייר הוא להיות מוביל חברתי ומבקר מצפוני של עוולות החברה ולהציגן בציוריו ללא כחל וסרק.

ריאליזם זה שונה מהותית מזה של גישת הריאליזם הישיר שתוארה לעיל והתפתחה במחצית השנייה של המאה העשרים. אפשר לומר כי הסיבה העיקרית להבדלים בין שתי הגישות נעוצה בכך שהריאליזם של המאה העשרים התפתח בעידן הטלוויזיה, עידן המקדש את הבחירה ברגע הצילום הנכון של השידור החי.

השפה החזותית של הריאליזם הישיר שמה בראש ובראשונה דגש בקרבה של הצורות המתוארות לממשות – כל הייצוגים אמורים לגרום לצופה להאמין כי הם משקפים ממשות חזותית באופן מושלם. הקרבה של התיאור לממשות היא התכונה שמעניקה לייצוג החזותי את כוחו ומאפשרת לו לשכנע את הצופים באמת של מסריו.

בניגוד לריאליזם של המאה התשע-עשרה, הנאמן למציאות בבחירת הנושאים שלו, הריאליזם של המחצית השנייה של המאה העשרים רואה את תפקידו העיקרי של היוצר בבחירת החפץ שהוא מעוניין להציג. מקורה של גישה זו בתפיסת הרדי-מייד של דושאן שפורטה לעיל. בעקבות התפתחות הצילום והקולנוע טען גם דושאן כי תפקידו העיקרי של היוצר הוא לבחור את החפץ המתואר.

גלגולו של רעיון זה במחצית השנייה של המאה העשרים קשור גם הוא ישירות לעידן שבו הטלוויזיה היא הכלי העיקרי לתיעוד המציאות מפני שעיקר האיכות וההצלחה של הייצוג הטלוויזיוני תלוי בבחירות שעושה הבמאי כדי להעביר את רעיונותיו: בחירת הרגע הנכון, גודל מסגרת הצילום (Frame), זווית הצילום, התאורה, הייצוגים, הקומפוזיציה, ולבסוף הבחירה של הצילום הנכון מבין אפשרויות רבות של כמה מצלמות.

55 ראו: עופר שלח, לקסיקון קולנוע, תל-אביב, 1990, עמ' 416.

56 See: “Realism”, Nikos Stangos, The Thames & Hudson Dictionary of Art and Artists, London, 1996, p. 299.

יצירות לדיון:
שיקוף המציאות:

אמנות:
פוטו-ריאליזם והיפר-ריאליזם
ריצ'רד אסטס, אוטובוס עם השתקפות של בניין פלטירון, 1966-1967, שמן על בד, 91.44x121.92 ס"מ
צ'אק קלוז, דיוקן עצמי גדול, אקריליק על בד, 1967-1968, 273.1x212.1 ס"מ
ראלף גוינגס, הפינה של פאול, שמן על בד, 1970, 48x68 ס"מ

עיצוב:
אלן פלטצ'ר, כרזה לכפכפי פירלי, 1962
קוונטין פיורה, הכריכה הפנימית של הספר "המדיום הוא המסר" של מרשל מקלוהן, 1967

צילום:
לואיס היין, עובדים בבניין האמפייר סטייט, תצלום, 1936
דורותיאה לאנג, נהיגת בקר, תצלום, 1956
טוני פריסל, עגלת קפה של הצלב האדום, תצלום, 1942

קולנוע:
ניאו-ריאליזם איטלקי
ויטוריו דה סיקה, סצנה מתוך "גונבי האופניים" (1948)
רוברטו רוסוליני, סצנה מתוך "פאיזה" (ארץ אדמה) (1946)

קולנוע אמיתי – צרפת:
ז'אן רוש, סצנת הפתיחה של "אני שחור", 1958

קולנוע ישיר – ארצות הברית:
ריצ'רד ליקוק, סצנת הפתיחה של "הכיסא", 1962

יצירת שפה חזותית חלופית כתגובת נגד להמצאת הטלוויזיה
פרימיטיביזם, הפשטה וילדותיות

נטישת ההיגיון והגישה הפרימיטיביסטית כביקורת על הטכנולוגיה ורוח התקופה

חלק זה דן ביוצרים חזותיים ממדיות שונות, אשר מתוך ביקורת קשה כלפי רוח התקופה שלאחר מלחמת העולם השנייה, כפי שתוסבר להלן, פנו אל שפה חזותית המסתמכת על ייצוגים פרימיטיביים, ילדיים וחסרי היגיון מערבי מקובל. במקום ההיגיון המערבי הנסמך על ייצוג הממשות הם מציגים גישה אקזיסטנציאליסטית קיצונית הבאה לידי ביטוי גם בהפשטה ילדותית המדגישה את כתב ידו של היוצר ואת הישענותו על תחושותיו הסובייקטיביות בתהליך היצירה.

יוצרים אלה שייכים לתופעה הידועה בשם הכולל "פרימיטיביזם" או "נאיביות". מושגים אלה מתייחסים ליוצרים בתקופות שונות ששפתם החזותית נראית לא מהוקצעת או לא מיומנת במכוון, והם מרבים להשתמש בייצוגים פשוטים השאובים מעולם הילדים או מתרבויות שאינן מערביות. גישה זו **אינה** מאפיינת קבוצת אמנים מובחנת או זרם כלשהו, אלא מתארת תגובות ביקורתיות שונות של יוצרים כלפי רוח התקופה הרווחת בעולם המערבי המפותח בתקופתם.[57]

התופעה המכונה פרימיטיביזם רווחת בתרבות המערבית ובייצוגיה החזותיים כבר מהתקופה הקולוניאליסטית של המאה השמונה-עשרה.[58] ההיסטוריה של הייצוג החזותי מלמדת כי בתקופות שבהן חשו יוצרים כי הטכנולוגיה התפתחה באופן המקשה על האדם להבין את המציאות והממשות באופן ברור, פנו חלקם אל שפה חזותית פרימיטיבית כחלק מביקורת על רוח התקופה ועל אובדן האנושיות שבה.[59] משמעויותיה של הביקורת הבאה לידי ביטוי במשיכה אל הפרימיטיביזם והאופן שבו היא מופיעה בייצוגים החזותיים השתנו בכל פעם בהתאם לטכנולוגיה ולרוח התקופה שכלפיה הופנתה אותה ביקורת.

כאמור, במהלך שנות החמישים של המאה העשרים ניתן לראות התפתחות של נטייה כזו אל שפה פרימיטיבית וילדותית, הזונחת את ההיגיון המערבי. נטייה זו קשורה ישירות לתחושה של יוצרים חזותיים מתחומים שונים כי באופן פרדוקסלי, דווקא בעידן שבו, באמצעות הטלוויזיה, חודרות תמונות המציאות והממשות ממש אל תוך הבית של כל אחד, הולכת ופוחתת היכולת של האדם להבין את המציאות ולבנות לעצמו תמונת עולם ברורה ומגובשת. ממש כפי שהגדיר זאת מרשל מקלוהן במאמרו "המדיום הוא המסר": עומס המידע והמניפולטיביות שלו, כפי שיצרה הטלוויזיה, עיוותו את תמונת מציאות והקשו על הבנתה.[60]

הביקורת של יוצרים אלה הופנתה כלפי עיצוב המציאות על ידי המשטרים השונים בתקופת המלחמה הקרה וכלפי הניסיונות לשלוט בתודעת ההמונים. כפי שראינו, הממסד עשה בכל אחד מהגושים שימוש נרחב בטלוויזיה ובשפה החזותית שלה ככלי לעיצוב דעת קהל כדי להרחיב את השפעתו התרבותית והפוליטית בעולם. כתגובת נגד התפתחה אצל יוצרים רבים, לקראת אמצע המאה העשרים, גישה הדוחה את ההיגיון ועושה שימוש בייצוגים ובשפה חזותית פרימיטיביסטית כחלק מביקורת חריפה נגד האופן שבו המשטרים השונים הציגו את עצמם כבעלי עליונות תרבותית ומוסרית על ה"אחרים", בין שמדובר בגוש הנגדי ובין שמדובר בחברות מהעולם השלישי.[61]

57 See: Colin Rhodes, Primitivism and Modern Art, London, 1994, pp.7-12.
וכן: דוד פייפר (עורך), נאיבית, אמנות. אנציקלופדיה לאמנות הציור והפיסול, כרך 3, ירושלים, 2001, עמ' 128.

58 קולוניאליזם: תהליך שבמסגרתו השתלטו מדינות אירופה על אזורים מחוץ ליבשת. אזורים אלה נקראו קולוניות או מושבות, ומכאן השם קולוניאליזם. בסוף המאה ה-15 החלו בכך ספרד ופורטוגל והקימו מושבות במרכז אמריקה ובדרומה ואחר כך גם באפריקה. במאה ה-17 הצטרפה הולנד לתהליך הקולוניאליזם, ובמאה ה-18 הצטרפו גם בריטניה וצרפת. ראו: קציעה אביאלי-טביביאן, אתר הספרייה הווירטואלית של מט"ח, 2009.
https://lib.cet.ac.il/pages/item.asp?item=20419

59 See: Ibid, pp. 135-136.

60 הרחבה בנושא: היחס ההפוך שבין הכמות והמהירות של המידע ובין היכולת להבינו ולשלוט בו מופיעה בנקודה למחשבה והרחבה בחלק העוסק בשפה החזותית הייחודית של הטלוויזיה. ראו עמ' 26.

61 See: Colin Rhodes, Primitivism and Modern Art, London, 1994, pp. 133–134.

נקודה למחשבה והרחבה

ביקורת באותה הרוח באה לידי ביטוי גם בספרות של התקופה. רצוי להזכיר בהקשר זה במיוחד את הסופר הבריטי ג'ורג' אורוול (George Orwell, 1903–1950) שבמהלך שנות הארבעים של המאה העשרים כתב את שני ספרי הביקורת החשובים שלו: "חוות החיות" (1945) ו-"1984" (1948). בספרים אלה מופנית הביקורת בעיקר כנגד המשטרים הטוטליטריים והקומוניסטיים, אך אורוול ממקד את חצו באופן שבו עושים משטרים אלה שימוש בתקשורת ההמונים לצורך עיצוב דעת הקהל ושליטה במוחם של ההמונים.

בספר "1984" טבע אורוול את המושג "האח הגדול" כדי לתאר את האופן שבו המשטרים הטוטליטריים משתמשים במצלמות כדי לשלוט בהמונים. "האח הגדול" נוכח בכל מקום באמצעות מסכי טלוויזיה שדרכם הוא מעביר את מסריו ודרכם הוא אף צופה באזרחים.

כנגד שטיפת המוח מציע אורוול את האהבה והאנושיות הפשוטה והיומיומית, אך בספריו אין בכוחם של אלה להושיע את הגיבורים, וסופם תמיד להיכנע לשטיפת המוח של השלטונות.

יצירות לדיון:

אמנות:

סיי טומבלי, לדה והברבור, שמן, עיפרון וגיר על בד, 1962, 190.5x200 ס"מ

הלן פרנקנטלר, עדן, שמן על בד לא מעובד, 1956, 261.6x297.2 ס"מ

ז'אן דבופה, ארך אף וכיסא ספטמבר, שמן על בד, 1961, 116x89.5 ס"מ

ז'אן מישל בסקיאט, ילד וכלב במשאבת ג'וני, אקריליק, גירים וספריי על בד, 1982, 420.5x240 ס"מ

עיצוב:

סייבונדו שינקואשה, כריכת המגזין'Idea" ' מס' 1, 1953

טומי אנגרר, כוח שחור, כוח לבן, כרזה, 1967

פייר דרנארד, כרזה לתערוכת סטודיו גרופוס, מוזיאון הכרזות, פריז, 1982, 60.3280X ס"מ.

צילום:

הארי קלאהן, דטרויט, תצלום, 1941

הארי קלאהן, נופים פשוטים, תצלום, 1943

ארון סיסקינד, ניו יורק, תצלום, 1951

פיטר קיטמן, פולקסוואגן, תצלום, 1953

ויליאם קליין, שחור ואור, תצלום, 1952

טכנולוגיות חדשות בקולנוע

הפגיעה של הטלוויזיה בתעשיית הקולנוע

המדיום שללא ספק נפגע באופן הקשה ביותר מהמצאת הטלוויזיה היה הקולנוע. אפשר להקביל במידה רבה את התהליך שעבר על הקולנוע במהלך שנות החמישים של המאה העשרים לתהליך שעבר על האמנות במחצית השנייה של המאה התשע-עשרה, כאשר יוצרים רבים חשו כי הציור איבד את תפקידו העיקרי: תיעוד, תיווך וייצוג הממשות בפרט והמציאות בכלל, לטובת המצלמה. אכן, בעקבות התפתחות הטלוויזיה, ובעיקר בתקופה שבה נעשתה הטלוויזיה כלי נוכח בכל בית אב, נטשו צופים רבים את אולמות הקולנוע, והוא הלך ואיבד את תפקידו החברתי והתרבותי כמדיום העיקרי לתיעוד, תיווך וייצוג המציאות להמונים, כמו גם את תפקידו ככלי לבידור ובילוי.[62]

בעקבות התפתחויות אלה ניכרה בהוליווד ירידה משמעותית בהכנסות במהלך שנות החמישים של המאה העשרים, ובהתאמה גם ירידה בהפקת סרטי קולנוע עתירי תקציב. במקביל, כפי שראינו בחלק הקודם, ניכרת עלייה בהפקת סרטים דלי תקציב שמחקים את השפה החזותית של הטלוויזיה ויוצרים אשליית תיעוד וספונטניות של "שידור חי".

אסטרטגיות להתמודדות של תעשיית הקולנוע

בתעשיית הקולנוע הבינו כי כדי להבטיח את המשכיות היצירה הקולנועית וכדי להתמודד עם התחרות שיצרה הטלוויזיה יש לפעול בכמה אסטרטגיות שונות. הראשונה, והרווחת ביותר, הייתה הפקה ומכירה של סרטים וסדרות לטלוויזיה. כתוצאה מכך החלו אולפני סרטים רבים ליצור סדרות בהמשכים, המתבססות על פרקים קצרים, סרטי אנימציה וסרטים הפונים לתרבות הפופולרית ולנוער.[63]

האסטרטגיה השנייה, ובה נתמקד כאן, הייתה ניסיון להפוך את חסרונו של הקולנוע – הניתוק מחיי היומיום והיותו של הסרט "אירוע" ייחודי – ליתרון שבאמצעותו אפשר לבדל את חוויית הצפייה בקולנוע מהצפייה בטלוויזיה.[64]

כדי למצב את הקולנוע כמדיום אמנותי "גדול מהחיים" לעומת השטחיות הבידורית של הטלוויזיה, החלו בתקופה זו לשפר את איכות הסרטים ואת חוויית הצפייה באמצעות שימוש בטכנולוגיות שונות. ראשית החלו יוצרי הפקות הענק להשתמש בסרטי צילום רחבים מאוד (70 מ"מ, לעומת 35 מ"מ המקובלים) כדי לשפר באופן ממשי את חדות התמונה.[65] בנוסף, החלו להשתמש בטכנולוגיות שונות של צילום והקרנה על גבי מסך רחב במיוחד, היוצרות חוויית צפייה פנורמית וטוטלית. הטכנולוגיות המקובלות בתחילת הדרך היו הסינמסקופ והסינרמה, ולאחר מכן הקרנות תלת-מימד.[66]

הסינמסקופ הוא שיטה שפיתח ב-1953 מנכ"ל אולפני פוקס המאה העשרים. בשיטה זו הוקרנו הסרטים על גבי מסך קעור ורחב מאוד ביחס למקובל. את הסינרמה פיתח המדען האמריקאי פרד וואלר (Waller), מנהל מחלקת האפקטים המיוחדים בחברת ההפקות פרמונט. בשיטה זו נעשה שימוש בשלושה מקרנים בו זמנית. סרטי התלת-מימד החלו להתפתח כבר ב-1915, על ידי המדען והקולנוען הבריטי ויליאם גרין (William Greene), אך החל להיעשות בהם שימוש מסחרי רק ב-1952. בטכנולוגיה זו צולמו הסרטים בצילום סטריאוסקופי – משתי נקודות מבט בו זמנית, ששולבו בהקרנה באמצעות משקפיים מיוחדים.

מטרתן של כל הטכנולוגיות הללו הייתה אחת: ליצור לצופה חוויה טוטאלית של צפייה וניתוק מהיומיום, בניגוד לחוויה הטלוויזיונית שכאמור נועדה לחבר את הצופה למציאות.

62 See: Andrew Sarris, “The State of Cinema Criticism in the United States”, in Donald E. Staples, The American Cinema, New-York, 1973. P. 371.

63 להרחבה בנושא זה ראו:
“Hollywood and Television in the 1950s: The Roots of Diversification.” History of the American Cinema.. Encyclopedia.com. 30 Aug. 2017

64 נושא ההבדל בין חוויית הצפייה בטלוויזיה לחוויית הצפייה בקולנוע ומשמעותו מבחינת השפה החזותית של המדיות השונות נדון בחלק העוסק בשפה הייחודית של הטלוויזיה. ראו עמ' 25.

65 ראו: אילן אבישר, אמנות הסרט, הטכניקה והפואטיקה של המבע הקולנועי, תל-אביב, 1995, עמ' 20.

66 ראו: שם, עמ' 19.

נקודה למחשבה והרחבה

הניסיונות ליצור סרטים במסך רחב ובעיקר בתלת-מימד החלו כבר בתחילת המאה העשרים. ב-1922 יצא לאקרנים סרט התלת-מימד הראשון, "כוחה של אהבה", ונעשה בו שימוש במשקפי תלת-מימד הדומים מאוד לאלו המוכרים עד היום. הסרט, שלא זכה להצלחה מסחרית, אבד, ואי אפשר לצפות בו כיום.[67]

אף שהטכנולוגיה הייתה ידועה, לא נעשה בה שימוש מסחרי עד שנות החמישים של המאה העשרים, בעיקר בשל כדאיות כלכלית. הטכנולוגיות החדשות חייבו שינוי בציוד הצילום, ההקרנה והקול של הסרטים. למשל, כדי ליצור סרט בטכנולוגיית סינמסקופ היה על הצלם להוסיף עדשה רחבה למצלמה, וכן נדרשה הקלטה סטריאופונית של הקול בשני מיקרופונים נפרדים שמוקמו כל אחד בצד אחר של מקור הקול. בעת ההקרנה באולם הקולנוע היה צריך להוסיף על גבי המקרן עדשה מיוחדת שאפשרה הקרנה רחבה במיוחד בלי לעוות את התמונה. המסך שעליו הוקרנה התמונה היה מעוקל מעט, ולבסוף נדרש גם ציוד קול שאפשר האזנה בסטריאו.[68]

רק בעקבות התפתחות הטלוויזיה ותחילת שידורי הצבע בשנת 1951 החלו אולפני קולנוע רבים לפתח טכנולוגיות אלה ולהשקיע באולמות הקרנה מיוחדים שאפשרו חוויית צפייה ייחודית בתלת-מימד.

למרות השקעות אלה לא פרח תחום סרטי התלת-מימד כפי שציפו האולפנים הגדולים, בעיקר בשל הסרבול שבהרכבת משקפי התלת-מימד ובשל האיכות הנמוכה יחסית של אשליית התלת-מימד שאליה היה אפשר להגיע טרם המצאת המחשבים.

יצירות לדיון:

תלת-מימד:

ארץ' אובולר, כרזה לסרט "השטן מבוואנה", 1952

ארץ' אובולר, סצנה מתוך הסרט "השטן מבוואנה" בתלת-מימד, 1952

אנדרה דה טוס, כרזה לסרט "בית השעווה", 1953

אנדרה דה טוס, סצנה מתוך "בית השעווה" בתלת-מימד וסאונד סטריאופוני, 1953

סינרמה – מסך רחב:

תרשים טכני של סינרמה

מריאן ס' קופר, כרזה לסרט "זוהי סינרמה", 1952

מריאן ס' קופר, סצנת הפתיחה של "זוהי סינרמה", 1952

סינמסקופ – מסך רחב

כרזת פרסומת לטכנולוגיית הסינמסקופ בסרט "הטוניקה", 1953

הנרי קוסטר, צילומי מסך מתוך הסרט "הטוניקה", 1953

67 See: Jesse Schedeen, The History of 3D Movie Tech, 2010, IGN.
https://www.ign.com/articles/2010/04/23/the-history-of-3d-movie-tech

68 See: David Mullen, Cinemascope, What It Is; How It Works, American WideScreen Museum, 1998.
http://www.widescreenmuseum.com/widescreen/cscope-ac.htm

סיכום

חלק זה עסק בתגובות היוצרים להמצאת הטלוויזיה ולשפה החזותית והקודים החזותיים שהביאה עמה.

גם בפרק זה דנו בשני סוגי תגובות:

1. הטמעת השפה החזותית של הטלוויזיה: יוצרים שניסו להתמודד עם האתגר שהביאה הטלוויזיה באמצעות אימוץ של שני ערכים מרכזיים והקודים החזותיים הקשורים בהם:

א. שפה חזותית של תרבות הצריכה ועולם הפרסום – תרבות הפופ: יוצרים במדיות שונות המאמצים ביצירתם ייצוגים מתוך תקשורת ההמונים ומהטלוויזיה לצורך ביקורת חברתית על תרבות הצריכה והקפיטליזם. תרבות זו רואה בשפה החזותית של הטלוויזיה ביטוי לרוח הזמן וחותרת תחת הרעיונות המרכזיים של המודרניזם, הרואים ביצירה החזותית תחום מנותק מהחיים (כגון העיקרון "אמנות לשם אמנות" שנדון בפרק הקודם).

ב. תיווך ואריזת המציאות – גישת הריאליזם הישיר: גישה העושה שימוש בעיקר בשפה ובקודים החזותיים של השידור החי הטלוויזיוני. גישה זו רואה במיידיות ובנגישות של השידור החי הזדמנות לאמירה חברתית ביקורתית, החותרת תחת הרעיונות האוטופיים של המודרניזם. בה בעת מבקרת גישה זו גם את האופן המלאכותי שבו "אורזת" הטלוויזיה את המציאות לצופיה.

היוצרים מתוך גישה זו נחלקים לשלושה סוגים עיקריים:

א. קולאז' של חלקי ממשות: יוצרים המחברים יחד קטעי תמונות, טקסטים וחפצי רדי-מייד לכדי תמונה אחת מקוטעת ותזזיתית.

ב. מיצג: יוצרים המאמצים את גישת ה"אירוע החדשותי" הטלוויזיוני.

ג. שיקוף המציאות: יוצרים המציגים ביצירתם אירועים יומיומיים ללא תיווך או הבעת דעה.

2. יצירת שפה חזותית חלופית כתגובת נגד להמצאת הטלוויזיה: יוצרים הממשיכים לדבוק בגישת "אמנות לשם אמנות" מתוך התנגדות לשפה הפופוליסטית הטלוויזיונית ולאופן שבו אורזת הטלוויזיה את הממשות והמציאות לצופיה ומנסה לשלוט בתודעתם. **יוצרים אלה, הדוגלים בדרך כלל בתפיסת עולם אקזיסטנציאליסטית, מתאפיינים בשני סוגים של מבע חזותי:**

א. פרימיטיביזם, הפשטה וילדותיות: יוצרים מתחומי הציור, העיצוב והצילום הרואים בשפה החזותית בראש ובראשונה כלי להבעת מחשבות ורגשות שאינם מתבססים על ייצוגים ממשיים או ניתנים לראייה. גישה זו מבטאת ישירות את רעיונות האקזיסטנציאליזם המבקר את האמיתות המודרניסטיות הכוללניות ומציב תחתן את עולמו הפנימי המורכב של הפרט ואת נסיבות חייו. לצורך ביטוי רעיונות אלה פנו היוצרים להשראה חוץ-מערבית ולביטוי חזותי ילדי.

ב. טכנולוגיות חדשות בקולנוע: יוצרים מתחום תעשיית הקולנוע שניסו להתמודד עם הפגיעה האנושה שפגעה הטלוויזיה בקולנוע באמצעות בידול חוויית הצפייה הקולנועית מזו הטלוויזיונית. לשם כך הם השתמשו בטכנולוגיות חדשות ששיפרו את איכות התמונה, הגדילו את המסך ויצרו אשליה של תלת-מימד.