

## ניתוח פרשני של תוכנית הטלוויזיה "כוכב נולד" בראי התיאוריה של פייר בורדייה

מאת: גבי פרנק © 2007

### תקציר

לאור גל ההתעניינות הגוברת והולכת בתוכנית כוכב נולד מצאתי לנכון לחזור ולבחון שוב את התופעה, הפעם מתוך זווית הראיה של הסוציולוג והפילוסוף פייר בורדייה (Pierre Bourdieu). במאמר זה לא הוספתי את הרקע על תוכנית "כוכב נולד" ולפיכך, אני מפנה את הקוראים והקוראות למאמרי הקודם הבוחן את תופעת "כוכב נולד" בראי התיאוריה הפסיכואנליטית של לאקאן, שם אני סוקר בהרחבה את הרקע לתוכנית.

### דיון

מפעלו של בורדייה מנסה להבין את פעולת האומנות בזיקה לקשרי הגומלין בין יוצריה לבין צרכניה. בורדייה יצא כנגד כל אלה שראו באמנות תחום עצמאי בעל מימד משחרר ואוטופי. הוא טען כי המוסדות התרבותיים המתיימרים לייצג ערכים אוניברסאליים משרתים בפועל אינטרסים פרטיקולאריים מעמדיים. הם ממלאים פונקציה אידיאולוגית, הווה אומר, הם עשויים למסך את התודעה ויכולים לשקף את המציאות הכלכלית השוררת באורח מסולף ומניפולטיבי. אליבא דה בורדייה, לא ניתן לראות ב"כוכב נולד" פנומן העוסק אך ורק בבחירתם האסתטית ומרצון חופשי של בני אדם הפועלים כסוכנים בלתי תלויים ואוטונומיים בשדה התרבות והפעילות החברתית. אלא, יש לאפיין את שדה התרבות אליו משתייכת התופעה בכללותו, ולראותו כמונע על ידי אינטרסים כלכליים ויחסי כוח פוליטיים.

בורדייה טען כי האומנים מציגים את האומנות שלהם כמושהו מקודש שאסור לגעת בו או להתקרב אליו, וקטרג כי הם תופסים את עולמם במונחים של כשרון ללא תנאים. לעומתם, הוא סבר כי לא ניתן להעריך את האומן על סמך כישרונו בלבד ואין לראות בתוצרתו יצירה הקיימת לכשעצמה. מתוך כך, הוא טען כי הערכה וביקורת של יצירות אומנות יכולות להיעשות רק מתוך התבוננות מדוקדקת ביחסי הגומלין בין יוצרי האומנות לבין צרכניה בהקשרים החברתיים, המעמדיים, הפוליטיים וכדומה.

בורדייה סבר כי האמנות איננה אלא שדה של מערכת יחסים הנשלט על ידי אינטרסים סמויים ומוסתרים. שדה האומנות הוא רחב, מכיל תת שדות, ומוכפף וקשור למכלול רחב של שדות מתחומים אחרים. בורדייה טען כי לכל שדה יש חוקי תפקוד קבועים ומשותפים עם כלל השדות ועם שדות ספציפיים אחרים, ותכונות ייחודיות האופייניות לשדה המסוים. כל שדה

מגדיר את עצמו בין השאר באמצעות מושאי מאבק ואינטרסים הייחודיים לו. לכל אחד מהשדות יש קצב התפתחות ייחודי, אבל לכל השדות יש מאפיינים מבניים דומים.

בורדייה טען כי בשדה יש שחקנים וותיקים ושחקנים חדשים שרק נכנסו לשדה. הכניסה אל השדה מתאפשרת דרך שערי כניסה סימבוליים, היא כרוכה ב"תשלום" ומתאפשרת רק כשהשחקן החדש יוצר הביטוס שמאפיין את השדה. הביטוס הוא מנגנון שיוצר ממוצע בין המימד הסובייקטיבי למימד האובייקטיבי בהתנהגות של יחידים ששייכים לשדה. זה המפגש בין מה שהיחיד מביא מהמקום ממנו הוא בא והעמדה שהוא מבקש להשיג. הביטוס הוא תנאי ואפשרות כניסה לשדה וגם תוצאה של שותפות בשדה, ובלי להיות חבר בשדה אי אפשר לרכוש הביטוס.

לפי בורדייה, ההתבוננות על שדה התרבות אליו משתייכת תופעת "כוכב נולד" מחייבת אותנו להגדיר תחילה מי הם שחקני השדה המשתתפים במשחק. לכאורה, מדובר במשימה קלה, שכן התוכנית מציגה את השחקנים הראשיים באופן ברור וגלוי, שחקנים המתנהגים על פי כללים מובנים ומוסכמים מראש. אלו הם המנחה, השופטים, המתמודדים והצופים בבית. מאידך, בורדייה מציע לנו כי היבט יותר מדוקדק יגלה כי בשדה הנדון קיימים שחקנים נוספים אשר זהותם מובלעת, מוצנעת, ולעיתים אף מוסווית. בשדה זה מתקיימים יחסי כוחות שבמסגרתם השחקנים הגלויים אינם דווקא אלו המחזיקים את מרב העוצמה. יתרה על כך, עיון קפדני יראה כי סיפור המסגרת של התוכנית מכסה על אינטרסים כלכליים ומשרת שחקנים אחרים שנוכחותם כביכול נעדרת מהתוכנית.

במעגל הקרוב מדובר בנותני החסות, שחקני מפתח אשר תופסים חלק מכריע בשדה. חברת סלקום למשל נוכחת בתוכנית באופן גלוי דרך כללי התחרות הקוראים לצופים להצביע עבור מועמדיהם באמצעות הטלפון הסלולארי. כללים אלו אינם אלא מניפולציה שמביאה את הצופה לחוש כי יש לו אחריות על גורלם של המתמודדים, כי בידי הכוח לקבוע מי יישאר ומי יודח, וכי תפקידו בתוכנית משמעותי ומכריע. הקריאה להצביע כמובן איננה תמימה, שכן ההצבעה באמצעות מכשיר הטלפון הסלולארי נעשית בתשלום ומשקפת את אחוזי הצפייה.

למרות שעלות ההצבעה נראית לצופה שולית (כחמישים אגורות), הרי שמאחורי הסכום הפעוט מסתתר קמפיין פרסומי רחב שבסופו של דבר משאיר בידי חברת סלקום רווחים כספיים לא מבוטלים. מה שמקבלת חברת סלקום בתמורה לדמי הפרסום הוא לאו דווקא הרווחים שבאים מגביית התשלום עבור אלפי ההצבעות. הרווח הגדול מגיע דרך עיצוב וקביעת הדימוי של חברת סלקום כשחקן "חיובי", "ראוי", "מדובר", "צעיר", "תוסס", שנוטל חלק באירוע תרבותי פופולארי שעליו קיים קונצנזוס חברתי. חברת סלקום מעוניינת שבעתיד הצופה ישא את הדימוי החיובי של החברה אל עבר שדה התחרות בין החברות הסלולאריות השונות, ויראה בסלקום בחירה מועדפת.

תוכנית "כוכב נולד" בנויה ומשווקת באופן מתוחכם שלא משאיר מקום לתרעומת או לתחושת ניצול בקרב הצופים. התוכנית נותנת לצופה תחושה של שותפות ושיוויון, אך מתחת למעטה ההסוואה מתברר כי בפועל הצופה הוא שחקן נחות שמשחק לידי של שחקן החזק ממנו עשרות מונים. במהלך העונות הושמעו ביקורות נגד התוכנית הנוגעות לפרסום הסמוי של חברות כמו סלקום וקוקה קולה, נותנות החסות הרשמיות, אך כצפוי לא נעשה דבר בעניין.

אם נראה לנו כי גבולות שדה התרבות אליו משתייכת תופעת "כוכב נולד" מוגדרים היטב, הרי על-פי בורדייה לא ברור היכן גבולות אלו מתחילים או מסתיימים. עניין זה בא לידי ביטוי בקיומם של שחקנים נוספים אפילו פחות נוכחים. כך למשל, יש לזכור כי נותני החסות מקיימים קשרי חליפין עם שחקן בכיר נוסף, ערוץ הטלוויזיה המסחרי. זה האחרון כפוף לשחקנים נוספים, הגורמים הממסדיים של הממשלה, אשר נותנים את הזיכיון לערוץ לפעול. שחקנים משניים אך הכרחיים הם החברות שמספקות מזון ומשקאות להפקה, הנהגים, התאורנים, הצלמים, אנשי סאונד, העורכים, אנשי הפקה, ובמילים אחרות כל אלו שמופיעים ברשימת הכתוביות בסוף כל תוכנית.

במעגלים המרוחקים עוד יותר ניתן למצוא את כותבי המילים והלחנים של השירים המבוצעים, האגודות שגובות תמלוגים עבור כותבי ומעבדי השירים המקוריים, תוכניות טלוויזיה נוספות שמארחות את המתמודדים, אתרי האינטרנט של התוכנית, פורומים של המעריצים, חברת התקליטים שמפיקה ומפיצה את תקליטור התוכנית, בני משפחות המועמדים שמשתתפים בשלבי התוכנית השונים, ועוד.

כאמור, המשתתפים בתוכנית "כוכב נולד" הם לאו דווקא השחקנים החזקים שבשדה, אך נוכחותם הגלויה מקלה במידת מה את מלאכת הביקורת. גם אם המתמודדים עצמם הם מושא ההתעניינות העיקרי של הצופים, הרי שמנחה התוכנית, צביקה הדר, הוא זה שזוכה ליותר זמן שידור מכל המשתתפים האחרים. הוא זה שמרכיב את כל חלקי השדה ליחידה הומוגנית וקוהסיבית הפועלת בתיאום מושלם. הוא זה שמסביר את כללי התוכנית, מציג את השופטים בנימת הכבוד הראויה, מביע עמדה הוגנת, מרגיעה ואמפאיתית כלפי המתמודדים, והוא זה שפונה ישירות אל הקהל בבית בחמימות ובאהדה. מאידך, המנחה איננו סתם איש נחמד, אלא נשא קשוח של חוקי המשחק.

כך גם פאנל השופטים, המהווה עוד נידבך במערך יחסי הכוחות בשדה. הרכב הפאנל אמור ליצור מראית עין של איזון דמוקראטי, עניין הבא לידי ביטוי בסגנון השופטים, הרקע האומנותי מתוכו הם באים, היחס המיגדרי, וכדומה. פאנל השופטים אמור גם לתת לצופים תחושה כי מדובר באירוע "רציני", "מקצועי", וכי יכולות המתמודדים מוערכות בקפדנות יתרה על ידי מביני עניין, או אם להשתמש במונחי בורדייה, על ידי שחקנים ותיקים ומיומנים.

מאידך, עיון קפדני יראה כי מתחת להערכות ה"מקצועיות" של השופטים מסתתר תסריט מוכן מראש שלא משאיר מקום לאלתור או לביקורת חופשית ובלתי מרוסנת. הערכת השופטים צריכה לייצר התנגשות מובנית שבמסגרתה תתרחש דרמה סביב מועמדים טובים, מוצלחים, מוערכים, ומנגד מועמדים רעים, מושפלים, ודחויים. דרמה זו יכולה לקבל את ביטויה תוך תמימות דעים בפאנל השופטים או תוך כדי חוסר הסכמה ביניהם. אולם, גם מה שנראה כוויכוח דמוקרטי בין השופטים צריך בסופו של דבר להתנהל לפי דגם ההיאבקות החופשית, כלומר לא כל המכות מותרות. בסופו של דבר, השופטים אינם נדרשים לייצר הערכות מקצועיות של ממש, אלא אמירות קצרצרות, לעיתים נחמדות, לעיתים פרובוקטיביות, שלא משאירות מקום להתלבטות אמיתית, לעמימות, או לחוסר הכרעה. אלו עלולים לטמון בחובם סיכון רב מידי למנחה ולתוכניתו.

ברור הוא שתוכנית "כוכב נולד", שעניינה הוא תהליך לידתם של כוכב או כוכבת במתכונת מזרזת, דמויות שאך לפני זמן כה קצר היו עלומות ולא ידועות לציבור, חייבת להציע כללי משחק שונים לגמרי. עד כה, מי שהיה רוצה להיות זמר היה צריך לעבור דרך מפרכת של איסוף שירים, גיבוש להקת ליווי, אימון ממושך בחדרי חזרות, הופעות בבמות קטנות, בניית קהל וציפייה למפיק או לחברת תקליטים שיגלו את כישרונו ויזמינו אותו להפיק תקליט. בתוך כל זאת היה החלום הגדול, לעלות יום אחד מול אלפי אנשים מריעים ולהיות ראוי שיכתבו עליך בעיתונים ושיערכו לכבודך תוכנית בטלוויזיה. רק מעטים הצליחו להגשים את חלומם בדרך זו. בורדייה טען כי לטלוויזיה יש עוצמה שמשנה באופן שלילי את כללי המשחק ומנמיכה את סף רשות הכניסה לשדות אחרים.

בעולם של "כוכב נולד" נוצרת משוואה ההפוכה למה שהכרנו עד כה. המתמודד מגיע קודם לטלוויזיה, אחר כך מגיעים הראיונות בעיתונים, לאחר מכן הופעה מול אלפי אנשים מריעים ורק אז מתחיל המאבק. תוכנית כוכב נולד מלמדת אותנו כי הכול חייב לקרות במהירות, ברגע שלוחצים על השלט, כי הזמן קצר והריגושים רבים. התוכנית מציעה עסקת חבילה שבמהלכה המתמודד קודם הופך להיות זמר מפורסם, עניין שאורך לכל היותר שלושה חודשים ורק לאחר מכן פונה הוא לגיבוש זהותו המקצועית.

כאן המקום להבהיר כי תופעת "כוכב נולד" איננה תופעה תרבותית שצמחה מעצמה, אלא שדה שצועד יד ביד עם שדות אחרים. בעידן הדיגיטאלי, הזמרים מתקנים זיפים באולפן, "משפצים" את גוון הקול במחשב, עורכים קבצי קול, מקליטים באולפן פזמון אחד לשיר ועושים cut & paste לפזמונים החוזרים. השינויים הטכנולוגיים לא משפיעים רק על המקרים הפרטיקולאריים של סגנון, ביצוע, איכות, טעם וכדומה, אלא מכתיבים כללי משחק, תנאי קבלה והביטוס השונים ממה שהכרנו עד כה.

אם להשתמש במונחיו של בורדייה, ההביטוס של "כוכב נולד" כולל מצד אחד את מה שהמתמודד מביא (אלמוניותו, חוסר מקצועיותו, אך גם הפוטנציאל שטבוע בו) ומצד אחר את העמדה שהוא מבקש להשיג (ניצחון בתחרות). הביטוס הוא התנאי, אפשרות הכניסה, וגם התוצאה של שותפותו. התוכנית מעוניינת להציג את אגדת סינדרלה, סיפור עלייתו של מתמודד אלמוני מבירא עמיקתא לאיגרא רמה. מדובר בפנטזיה של כולנו לסיכוי נוסף, תקוותו של קשה היום לזכות יום אחד בלוטו. אלא שכאן, הדבר מתרחש בזמן אמיתי ויש בסוף זוכה. בשדה זה, נתוני פתיחה נחותים או בלתי אפשריים לצד סיכויי הזכייה והמאבק להשגתו הם חלק מההביטוס הנדרש מהמועמד והמבוטא על ידו.

"כוכב נולד", כמו כל שדה תרבות, מציב שערי כניסה סימבוליים, והמעבר דרכם מלווה במחיר. ייתכן כי המחיר העיקרי שמוכנים המתמודדים לשלם הוא הניצול, ההשפלה, הרמיסה והתוקפנות שמופנית כלפיהם על ידי שאר השחקנים. ההסכמה להיות מושא לאלימות מלווה גם בהסכמת המתמודדים ליטול חלק במשחק אשר בו מלכתחילה מעמדם מוגדר כנחות לשאר השחקנים בשדה.

מה שכנראה גורם למתמודדים בסופו של דבר כן להסכים לתשלום הוא הרצון העז לזכות בגמול שמובטח להם. חסרי המזל יזכו לכל היותר בחשיפה צנועה בטלוויזיה, משהו שיוכלו להיזכר בו בנוסטלגיה ביום מן הימים. ברי המזל יקבלו חשיפה, יגשימו את החלום הגדול, יופיעו מול קהל עצום בתוכנית עם אחוזי צפייה גבוהים ויזכו לפרסום ולתהילה. הסיכוי לקבל את הפרס הגדול, הוא זה שיניע את המתמודדים להסכים לתשלום הכניסה, הוא זה שימריץ אותם לפעול ולהיות "משוגעים לדבר".