



# הטלוויזיה המיסחרית היא מכשיר של

## טרור רוחני. היא תחולל בארץ תמורה עמוקה

# מאדאם קארנצ'י

דון'ליה המוטימיליונרים. "קא' ראצ'י".

לא עוד מילחמה בין גושי-אמונים ושלום עכשווי. לא עוד מאבק בין דתים וחילוי ניים. אלא מילחמה בין עולם דימוני שהוא כל-כולו אשליות, ובין כל השאר. אם עוד נותר משהו מן הערכים שעמדו לנגד עינינו כאשר הקמנו את המדינה הזאת — הם יטבעו במבוך נוצני זה, שישחוף את פני ריחם אל האפס הסופי.

ל ש דבך השלכה חברתית, שגם בה טמונה סכנה נוראה. מי שיראה את הגברת של קארנצ'י על המירקע, בצבעים טבעיים (כביכול), יתמלא תשוקה של אותם חיים נהדרים, קלים, שופעי-מתרות. אבל הוא לא יתקרב אל החיים האלה אף במלימטר אחד. להיפך, כסוף השידור הוא יהיה עני קצת יותר, שהרי הוא משרב בעד הפירסומת הזאת.

והי אחת האשליות של הפירסום הטל-וויזיוני. הוא יקר לאין-שיעור מכל פיר-סומת אחרת. אך כמו כל פירסומת האזרח משלם עבורה, בתפקידו כצרכן. שום פיר-לנטרופ לא יוציא מכיסו את הון-העתק הדרוש כדי להביא את העולם הקסום של קארנצ'י אל כל בית בישראל. כל מי שיקנה בקבוקון עבור אשתו או חב-רתו — וכי תהיה לו ברירה אחרי השי-דור? — ישלם גם עבור הנוול, גם עבור הבקבוקון, גם עבור העטיפה וגם עבור הפירסומת שהכריחה אותו לקנותו. יש בארץ פערים מסוגים שונים. יש פער מסוכן בין עשירים ועניים. יש פער בין המצוי והצפוי. עם הנהגת הפיר-סומת הטלוויזיונית, ייווצר פער בלתי-נס-בל בין המציאות, שבה חי האזרח, ובין המציאות המדומה, שאותה יראה מדי יום בטרקלין שלו. התוצאות? אי-שקט. תיסכול. מתחים גוברים. קירוב ההתפוצצ-צות החברתית. ובעיקר — הנכרת הירידה.

הצופה ידע שיש באישהו מקום מציי-אות שכונת. אם אינה קיימת בארץ, מש-מע שהיא קיימת בחוץ-לארץ. אולי בגר-מניה, אולי באמריקה, אולי בדרום-אפ-ריקה, אולי בקנדה. רבים היושבים כעת על המזי-וודות הרחוקות, יארוז את מיזי-וודותיהם בפועל, יחפשו את העולם ש"קארנצ'י" מעביר לים. הם לא ימצאו אותה, כמובן, מפני שאי-נו קיים אלא בדמיונם של במאי-סרטונים. אבל כאשר יגלו זאת, יהיה זה מאחר מדי. הם כבר יהיו יושבים בטורונטו או בלוס-אנג'לס. ילדיהם כבר יהיו לומדים בבית-הספר המקומי. סוף-פסוק.

ה שדכה אחרת היא, כמובן, כל-כלית. אותה ניתן למדוד בפשטות רבה יותר. נדמה שגא תיתכן הוכחה חזי-תבת יותר לצביעות המונומנטלית של ייגאל הורביץ, ושג כל אשר הוא מייצג, מאשר עמדתו בפרשה זו. מי לא ראה את ייגאל הגואל על המיר-קע, כשהוא זועק מול שובתים: "אין כסף, אין לי!" מי לא שמע מפיו — (המשך בעמוד 48)

בנסות, בגדיהן אינם מתקמטים, לעולם אינן מתעייפות ומתעצבות. היא יוצאת תמיד ממכונית-הדר, מרצדס או רולס-רויס, שמחירה שניים-שלושה מיליוני ליי-רות (לפני עליית המדד). לעולם אינה עובדת. נשים כאלה אינן צריכות לעבוד. כמו הינוספים, אין הן קיימות כלל בי-שעות-היום.

האשה של קארנצ'י יוצאת בערב, בי-חברת גבר אלגנטי שנגור מזורגל. היא מבלה במועדון-לילה חלומי. הגבר — ברור שהוא מולטי-מיליונר (בדולרים), המרוויח את המיליונים שלו מבלי להתי-עייף עד הערב — שבו בקסמי המאדאם קארנצ'י. הוא שולף מכיסו טבעת יהלוי-מים (טיפאני? קארטייה?). גשיקה נמסה.

אין מנוס מפני ההתקפה הזאת. יש אנשים המפתחים נוגדנים מסויימים, המסוגלים לקום מן הכסא ולרוקן את המקרר ברגע שמתחיל שידור-הפירסומת. אך מרבית הצופים נשארים רתוקים ל-כרסה (או למיטה), מוכנים לקלוט את הכל. תשדירי-השרות יוכיחו. ככל שהצופה יהיה פרימיטיבי יותר, כן יהיה חשוף יותר להתי-קפה זו.

והי עובדה סוציולוגית חשובה. בבואנו לנתח את המסר של המודעה הטל-וויזיונית, עלינו לראות גם את היעד של המסר הזה.

היעד העיקרי הוא, בהכרח, הי-שיכבה הנמוכה ביותר של האוכי-

מישהו עומד להרוויח הרבה-הרבה כסף, אם תקום הטלוויזיה המיסחרית. אני יודע מי יהיה מישהו זה. אני מנחש שלא ימצא רחוק מן החוגים הנמי-צאים עתה בשילטון.

אני אף מעלה בדעתי — או להשרנות זו! — שמישהו זה לא יימצא רחוק מאחד השרים הי-משתתפים בהכרעה זו.

מישהו ירוויח. מישהו יפסיד. עם ישראל.

פני זמן, בשנים הראשונות של הי-טלוויזיה הישראלית, בא אלי מומי-חה בריטי לתיקשורת. הוא ערך סקר על בעיות הטלוויזיה הישראלית, במסגרת מחקר עולמי על השפעת הטלוויזיה על החברה.

הוא נתן לי שיעור מעניין על כל האסונות הטמונים בתיבה הקטנה לגבי התפתחות האדם, כגון סילוף ערכיו ועיוות עולמו הנפשי. לבסוף אמרתי לו: "אני מקנא בך. הלוואי והיו לנו הבעיות האלה. אבל לנו יש בעיות הרבה יותר פשו-טות ומיידיות. למשל: כיצד למנוע מן הממשלה להשתמש בטלוויזיה כדי לשטוף את מוח הציבור ולכפות עליו את תפי-סותיה."

הפרופסור שלה בי מבט רחמני, כפי שהיה פסיקאי גרעיני מביט בכושי שיצא זה עתה מן הג'ונגל.

עכשו איני מקנא עוד באותו מומחה. אני מתחיל להבין את חרדותיו.

יצאנו מן הג'ונגל. הטלוויזיה הישרא-לית אינה עוד מכשיר עיוור בידי הממ-שלה. היא מסוגלת, לעיתים, להיות אויב-ייקטיבית — ועל כן יצא עליה הקצף של השילטון.

אך עכשו מאיימת על המדינה סכנה חמורה לאין שיעור יותר — הסכנה שני הטלוויזיה המיסחרית.

ה מודעה הטלוויזיונית היא סרטון רוחני.

יש אומרים: העיתונות מפרסמת מודעות מיסחריות. הרדיו מפרסם מודעות מיסחריות. הקולנוע מביא מודעות מיס-חריות. פירסום מודעות מיסחריות בטל-וויזיה לא יהיה אלא צעד נוסף באותה דרך.

מי שאומר כך, אינו מכין את ההכרד התהומי בין אמצעי הי-תיקשורת השונים, מכחינת כוחי המחזק.

הטלוויזיה היא מכשיר טוטאלי. היא פונה אל שני החושים העיקריים — הראייה והשמיעה — בעת ובעונה אחת. לא העיתון ולא הרדיו יכולים להגיע להשי-פעה טוטאלית כזאת.

צופה-הטלוויזיה אינו דומה למבקר-הקולנוע. איש הנכנס לאולם החשון יודע שהוא מתמסר לעולם של אשליות. איש המסתכל במירקע בביתו, בטרקלין או בי-חדר-השינה, חשוף בלא-הגנה, המכניסם ההגנתו שלו אינו מופעל.

המודעה הטלוויזיונית מסתערת על האוכלוסיה הזו, כמו חיידקים על אורגניזם חי.

הצופה יושב בכורסתו הנוחה, בחברת ידידים, בידו כוס בירה או מיץ, כולו רגוע. אין הוא מרגיש כלל כי באותו רגע נזרק עליו פצצור רוחני, הלוכד את הכרתו ואת תתי-הכרתו.



עולם האשליות: יהלומים, מועדוני-לילה, מכוניות-פאר

רק הדימיון הפרוע יכול לתאר לעצמו מה קורה אחר-כך. זה כבר לא יופיע על המירקע.

האם זה יכזב להיות אחרת? לא, אין זה יכזב להיות אחרת. החוקיות הפנימית של עולם-הפיר-סומת ועולם-התיקשורת, המתחב-רים בפירטון המיסחרי, מחייבת זאת.

לעניינם של המוני הצופים בדימונה ובמוסררה, בכפר-מנחם ובכפר-יהושע, בי-חופה התחתית ובהר-הכרמל, יופיע ערבי ערב עולם כוזב זה, על ערכיו הכוזבים ואמות-מידותיו הכוזבות.

הצופה הממוצע יידע: אלה הם החיים. כאנה הם צריכים להיות. את זה אתה צריך להשיג. זהו פיסגת כל השאיפות והמאווים. "מרצדס". אשה שהיא בוכת-חלון? ראווה מהלכת. גבר מזורגל. מועי-

דופיה, שהנוגדנים שרה הם החזי-שים ביותר.

על המודעה הטלוויזיונית — כמו בעל המודעה בעיתון, ברדיו ובקל-נוע — אינו רוצה אלא למכור את המו-צר שלו. המסר שלו הוא פשוט: "קנה את קארנצ'י. הבושם הנהדר."

זהו המסר הגלוי. אך יש במודעה מסר שני, חשוב הרבה יותר, מסוכן הרבה יותר. כדי למכור את "קארנצ'י" שלו, צריך המפרסם ליצור עולם שג-אסופיאציות, מסכת שג אשליות. על המירקע לא יופיע פירוש כימי משעמם של מרכיבי הבושם. בצורה של מישוואה בעלת ספרות ואותיות לאטיניות. על המירקע תופיע אשה בעלת הופעה מהממת. יפהפיה זוהרת. כלילת-השלמות, (נשים כאלה אינן מועיות, אינן מדברות