

## על הומור וגבולות חברתיים

דבר הערוך | ד"ר דוד לוי\*

גיליון מיוחד זה של כתב העת "הומור מקוון" מתמקד בהומור בתקשורת. בדרך לעיסוק בנושא, נצלול לאחת מסוגיות המפלגות את מחקר התקשורת. דניס מקוויל (2014), הציע לחלק את השפע העצום של המחקרים בדיסציפלינה זו לשני ענפים עיקריים. את האחד כינה "הפרדיגמה הדומיננטית" ותחתיו הציב את כלל המחקרים העוסקים ב"השפעות התקשורת" או במגוון השימושים שלה, ואילו את השני הוא כינה "חלופית". זו מאגדת תחתיה שורה של עבודות המקצות לתוכני תקשורת ההמונים מעמד של מראה חברתית שאמנם מעוותת במידה זו או אחרת, אך מאפשרת להתבונן באמצעותה על עולמות ערכיים, על יחסי כוח ואף על פרקטיקות של התנגדות לכוח.

בהתייחס לנושא גיליון זה, אפשר לבחון ברוח הפרדיגמה הדומיננטית של תקשורת ההמונים את מידת השפעתו של ההומור על קהליו. בהיבט זה אפשר לראות בו בין היתר דרך למילוי הצורך באסקפיזם – בריחה מוחלטת מכל מבנה חברתי שאדם חש מחויב אליו בחיי היומיום. ואילו ברוח הפרדיגמה החלופית אפשר לראות בהומור ביטוי למקומו של יוצר או של קבוצה בסדר חברתי מסוים. המסר מנותח אפוא אם כמנגנון לחיזוק ולאישור של זהות קולקטיבית (לעתים באמצעות הוצאת "אחרים" אל מחוץ לגדר) ואם כפרקטיקה של התנגדות. בגיליון זה, בכוונתנו להעשיר בעיקר את מחקרי "הפרדיגמה החלופית". הכותבים עוסקים, כל אחד בדרכו, באופן שבו ההומור מגדיר ומשרטט את גבולותיהן של קהילות מסוגים שונים. כל אחד מארבעת המאמרים הנכללים בו חושף בדרכו הייחודית את הדרכים השונות לעשות כן.

מאמרה של אריאל פרידמן מתייחס לאופן שבו משקפים קליפים ישראלים הומוריסטיים את גבולותיהם התרבותיים של גולשים ישראלים המשייכים את עצמם להקשר ה"מקומי" ו"הגלובלי" כאחד. במחקרה, המבוסס על ניתוח סמיוטי של קליפים פופולאריים (המדד לפופולאריות הוא סקרי אינטרנט שערכה), מצאה החוקרת געגוע לעולמות העבר - שבא לידי ביטוי בחיבה לקליפים של עידן הערוץ הראשון בשנים ששימש מדורת השבט של החברה הישראלית - ולתכנים פופולאריים מרחבי הגלובוס. עבודתה גם מאזכרת את השימוש בווידיאו קליפים כדי לתת תחת הסדר החברתי-אמנותי הקיים, כולל הסדר הנראה על פניו "אלטרנטיבי" בזכות עצמו. בהקשר זה היא מזכירה את פרויקט האריסה, שהוא ליין של מוזיקה מזרחית לגייז שפרץ בעשור השני של המאה ה-21 ונעשה בו שימוש מודע בהומור כדי לייצר את החיבור הלא-צפוי והלא-מקובל עד לאותה נקודת זמן בין התרבות ההומוסקסואלית למוזיקה המזרחית. מדובר בפרויקט מוזיקלי המגדיר מחדש דימויים של חד-מיניות מזרחית החותרת הן תחת ההגדרות של חד-מיניות חזותית שכבר התקבעו והן תחת המוזיקה המזרחית שהיא עצמה נחשבת כאמור לאלטרנטיבה (אף כי ממוסדת ומבויתת היטב) של הסדר החברתי הבורגני השולט בשוק המוזיקה בישראל.

\* ד"ר דוד לוי, ביה"ס לתקשורת, המסלול האקדמי המכללה למינהל | המחלקה לתקשורת, האוניברסיטה הפתוחה

מאמרו של חננאל רוזנברג מוסיף ומחדד את ההיבט החתרני המצוי בטקסטים הומוריסטיים וגם הוא נפנה לעסוק בעולמם של מי שעושה שימוש בסוגה הומוריסטית כדי להצביע על "אלטרנטיבה" לסדר החברתי הקיים. רוזנברג מציג את צורות הביטוי הרפלקטיביות וההומוריסטיות שצמחו לצד עולם הפשקווילים החרדי. יוצרי הפשקווילים מקרב הנהגת הציבור החרדי מציגים במרחב הציבורי של הרחוב החרדי סדר עולם נוקשה שיש בפומביותו כדי לכפות תודעה על העוברים ושבים ברחוב, ואילו יוצרי הפרודיות והסאטירות מאתגרים במילותיהם את המבנים הספרותיים והרטוריים של הפשקווילים ולעתים אף את הרעיונות התמטיים הכלולים בהם – ובכך הם סודקים, כדברי הכותב, את "עמודי הבניין" של העולם החרדי.

שני המאמרים האחרונים בגיליון הולכים בדרך דומה כדי לתאר את אופן השימוש בהומור כאמצעי לעקוץ את מי שהיוצרים סבורים שיש לעקצו למען הקהל המדומיין שלהם. מאמרם של חוקרת התקשורת אורנת טורין ועורך הדין ניר גורן עוסק במאבקם של סוכני הביטוח נגד השחרת המוניטין המקצועי שלהם בקמפיין המתמשך של חברת "ביטוח ישיר" שבו נחקק הפרוטטיפ של "שוקה". מדובר בסוכן ביטוח, שכמעט אינו מופיע על המסך בעצמו, נהנתן ולא יעיל באופן קיצוני. צופי הפרסומות לומדים עליו ועל אופי התנהלותו דרך התנהלות מזכירתו המנסה בדרכי רמייה שונות לשכנע את לקוחותיו המתמעטים להעדיף את שירותיו על פני מוקדי השירות הווירטואלי שמציעה החברה המפרסמת. המאמר בוחן שני היבטים: ברמה המוסדית מנסים הכותבים להוכיח שהומור כמו זה שמופיע בסדרת התשדירים אכן יכול לפצוע ולהזיק; הם עושים זאת באמצעות ניתוח מאבקו המשפטי של ארגון סוכני הביטוח נגד הרשות השנייה והחברה המפרסמת (לאחרונה הוכרע מאבק זה לטובת הסוכנים). ברמה התרבותית קושרים הכותבים את דמותו של "שוקה" לשלושה סוגי שיח של החברה הישראלית: לתיעוב המסורתי ל"דברנות" ול"בירוקרטיה" הרזוח בחברה המזוהה עם "הצבר" המיתולוגי, לשיח הפראיריות הבא לידי ביטוי בדחף של ישראלים "לא לצאת פראיר" ולשיח המחאה החברתית. הגם שקמפיין "שוקה" יצא לדרכו לפני מחאת 2011, ניתן לקשור אותו להלך הרוח הציבורי שהיא רכבה עליו. מכאן עולה שפרסומות כמו אלו של קמפיין "שוקה" לא נועדו לערער את עולם האמונות של קהלי היעד שאליהם הן פונות; הן פשוט קוראות לקהל לדגל "ה ביחד" באמצעות מיחזור אמונות משותפות והכפשתו של מי שמוגדר כ"אחר".

המאמר הנועל את האסופה עוסק באופן שבו עושים יוצרי הסאטירה שימוש בפרוטטיפים קמאיים, שהם יהודיים-ציוניים וחוצי תרבויות כאחד, כדי לחדד מסר שאמור לנגח יריבים פוליטיים אך בפועל מקבע סטראוטיפים. יוצרי תוכנית הסאטירה המצליחה "ארץ נהדרת" משייכים את עצמם בגלוי הן בדבריהם בבמות שונות והן בתכנים שהם יוצרים לצדה השמאלי הליברלי של המפה הפוליטית, אך כדי לאייר את יריביהם הפוליטיים מן הימין כמפלצות הם מביזים נשים החורגות מהסדר החברתי המקובל בקול, בגוף ובשאיפות. המאמר מתמקד בשתי דמויות שכאלו: מוריה סרק, דמות שייצגה את מתיישבי גוש קטיף ב-2005 ורוחאל בריר-חסד המתכתבת עם דמותה של דניאלה וייס – אחד מעמודי התווך האידיאולוגיים של תופעת נוער הגבעות. בשני המקרים מדובר בנשים שגופן הרחב וקולן הרם תופסים את מרבית השטח המצולם והמושמע. שתיהן עקרות בית שיצאו מביתן ומעיסוקיהן הממוגדרים אל עבר המרחב הציבורי ובהגיען לשם הן מזעזעות במראן את החושים ובמעשיהן – את הסדר החברתי. גופן הגדול וקולן הרועם מתורגמים להתנהגות המחריבה את המערכת הדמוקרטית הפוליטית בישראל. הלעג לגופן

של הנשים החריגות ולעמדותיהן מתערבים זה בזה, ואילו את החזרת הסדר החברתי על כנו מעניקים יוצרי התוכנית למנחה באולפן, שהוא גבר בעל מבנה גוף ממוצע ובעל קול ממותן.

את האסופה חותם מאמר הביקורת של ליאת שטייר-לבני על ספרה של איה בן דת **בין הומור לטראומה, בין אתיקה לאסתטיקה**, העוסק בניתוח סרטו של רוברטו בניני "החיים יפים". ברוח העבודות של אסופה זו מצביעה החוקרת על ההתכתבות של הספר עם שורה של נרטיבים אסתטיים אך בה-בשעה גם חברתיים בכל הנוגע לזיכרון השואה. בן-דת חולקת על דעתם של מבקרים הרואים בסרט שימוש מנוכר להקשר המזוויע שבו עוסקים חומריו ושטייר-לבני מבליטה את עמדתה הגורסת שהסרט דווקא מרחיב את זיכרון השואה ומזכיר כי הומור שימש אמצעי הישרדות למעונים במחנות הריכוז.

-----  
מקוויל, ד' (2014). **מבוא לתקשורת המונים**. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.