

Communicating Awe: Media Memory and Holocaust Communication

Oren Meyers, Eyal Zandberg & Motti Neiger, Houndsmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014, 185 pages

ורד ויניצקי-סרוסי*

אחרי השואה עסקו רבים בסוגיית הזיכרון של העבר וייצוגו. בשנים הראשונות התמקדה דילמת הייצוג (האם אפשר לייצג את השואה?) בעיקר בשדה שנתפס כתרבות גבוהה. שבעים שנה אחרי האירוע שואלים אורן מאיירס, אייל זנדברג ומוטי ניגר שאלה השייכת לאותה אסכולה: כיצד אמצעי תקשורת פופולריים, החולין שבחולין – רדיו, טלוויזיה ועיתונות – מתמודדים עם קדושה, עם טאבו, ובעיקר עם טראומה? איך מעבירים תכנים קשים במדיה המונית, שמתחילה לא נתפסים כמיועדים לאתגרים מהסוג הזה? ברמה רחבה יותר הם תוהים כיצד חברות מתמודדות עם עבר קשה במיוחד. על מנת לענות על השאלות הללו בחרו מאיירס, זנדברג וניגר לבחון את התקשורת הישראלית ביום הזיכרון לשואה. השאלה לא רק מאתגרת, אלא גם קריטית להשפעה החברתית, שכן בחברות מודרניות "תקשורת המונים היא האתר שבו נבנה הזיכרון הקולקטיבי" (עמ' 4), וממד זה הוא שני בחשיבותו רק למערכת החינוך. מה שלא למדנו על השואה במערכת החינוך הגיע לתודעה שלנו כנראה באמצעות תרבות פופולרית (למשל, באמצעות סרטים כמו **החיים יפים** של רוברטו בניני או **רשימת שינדלר** של סטיבן ספילברג). יתרה מכך, יש סיכוי לא רע שראינו את אחד משני שוברי הקופות הללו בטלוויזיה בבית, במסגרת שידורי יום הזיכרון. העובדה החברתית הזו משמשת עוד סיבה טובה להכרעה המתודולוגית של הכותבים לבחון את שירי הזיכרון שמושמעם ברדיו, את הכתיבה ביום הזיכרון שמתפרסמת בעיתונות הישראלית היהודית ואת לוח השידורים בטלוויזיה המיוחד ליום הזה. מסקנתם, שאליה הם מגיעים בפרק הסוגר את הספר – שהוא פרק חזק ועצוב – מותירה את הקורא פחות מוטרד ממצבה של המדיה בישראל וגם ממצב לימודי הזיכרון הקולקטיבי, אבל מוטרד מאוד ממצבה של החברה הישראלית. החברה הישראלית היא אולי לא המוקד המוצהר של החוקרים בספר, אבל היא הפיל שעומד במרכז החדר וגדל מרגע לרגע. והפיל הזה הוא העובדה שהפכנו, בסיוע נלהב של התקשורת הישראלית, לאומה בטרומה – לדור שואה עכשווי ומתמשך.

ההקדמה לספר עוסקת בתשתית התאורטית של המחקר: הזיכרון הישראלי של השואה, טקסים חברתיים, זיכרון קולקטיבי ומדיה. הפרק הראשון עוסק בעיצוב זיכרון השואה מהתקופה הפורמטיבית הישראלית ועד שנות התשעים באמצעות ניתוח עיתונות כתובה. הרעיון להשתמש בעיתונות הכתובה כדי להעניק פרספקטיבה היסטורית לכינונו, לכניסתו ולהתפתחותו של יום הזיכרון לשואה ולגבורה בישראל הוא רעיון מצוין, כי העיתונות הכתובה (בניגוד לטלוויזיה כמדיום שהצטרפה רק בסוף שנות

* פרופ' ורד ויניצקי-סרוסי (vered@mail.huji.ac.il) מלמדת במחלקה לסוציולוגיה ואנתרופולוגיה, האוניברסיטה העברית בירושלים.

השישים) קדמה לאירוע ולהנצחתו, והיא גם שהניחה במידה רבה את התשתית להנצחה הציבורית בהמשך. הדיון פורש לפנינו שמונה עיתונים שונים המייצגים שמונה קבוצות יהודיות שונות. הפרק השני מנתח את הטקסטורה המוסיקלית היוצרת את יום הזיכרון, ומכאן גם את הזיכרון המוסיקלי שלו. 17,000 שירים שימשו כבסיס הנתונים של פרק זה וסייעו לעצב את תמונת העשור של שנות התשעים. עשור זה מרתק במיוחד בהקשר של הרדיו, שכן בו נפתח שוק הרדיו בישראל לתחנות מקומיות ובכך לתמונה מורכבת יותר של ההנצחה שיכלה להכיל קולות שונים, סוגיות של פריפריה אל מול מרכז ועוד. הפרק השלישי מעביר את הקוראים אל ערוצי הטלוויזיה (ציבורי ומסחרי) ואל שידוריהם ביום הזיכרון. הפרק הרביעי מנתח את הזיכרון הטראומתי כעבודת המדיה. הפרק החמישי והאחרון מציע שני מבטים: מבט לאחור המסכם את המחקר, ומבט קדימה המבקש לשתף את הקוראים במחשבות ראשוניות על הדרך שבה יום הזיכרון לשואה בא לידי ביטוי בפלטפורמות תקשורתיות חדשות.

הספר מעמת בין הטבע המורכב של עיצוב הזיכרון הקולקטיבי לבין הפרקטיקות של התקשורת, המכילות גם במה שעליה נפרשים הסיפורים ונבנה הזיכרון וגם מקצוע שיש לו מגבלות, הסכמות, קוד אתי, ידע מקצועי והרגלים משלו. כיצד מתמודדת המדיה נטולת הקדושה, המסחרית, עמוסת הפרסומות (והצורך להתפרנס) והשגרה השטחית משהו עם ייצוג של טראומה? החדשות הטובות או הרעות (תלוי בעיני המתבונן) הן שהיא מתמודדת עם זה לא בקשיים גדולים; אפשר אפילו לומר שבהתמסרות נטולת מחאה. חלק מן הרדיו המקומי, שהיה אמור אולי לשדר אלטרנטיבה אל מול הרדיו הלאומי, מאמץ את השיח הלאומי (רדיו ירושלים), וחלקו, גם אם נראה במבט ראשון כאילו הוא חותר תחת הזרם המרכזי (הרדיו התל-אביבי) או שונה (הרדיו החרדי), מקבל עליו את סדר היום הלאומי. גם בערוצים המסחריים של הטלוויזיה אין קושי רב להתמודד עם האתגר. הקלות שבה מתמודדות הזכייניות עם קיומם של ימים חריגים בלוח השנה שלהן מעוגן בעובדה שזיכרון הוא עיקרון מארגן של החברה הישראלית היהודית. אין פירוש הדבר שלקברניטי הערוצים המסחריים קל להיפרד מההכנסות מפרסום ביום הזה, אבל הערוצים מתמסרים לשידורי הטקסים, הסרטים והחדשות המיוחדות, והם לא מוחים ולא מציעים אלטרנטיבה. רוב העורכים, המפיקים והעיתונאים הם חניכי המקום הזה והפרקטיקה ברורה להם. מי שעמד מיום דום שהוא זוכר את עצמו, מי ששר את השירים הנכונים, לא יכול לחשוב אחרת. זהו הפיקוח החברתי החזק ביותר שעליו דיבר לפני שנים רבות אמיל דורקהיים, הפיקוח שמגיע מבפנים. הוא קורה בערוצים השונים, כי יש הסכמה שזה טאבו וקדוש. לאנשי תקשורת חדשים יש חונכים ותיקים שמכניסים אותם לרזי הציפיות. זה אולי כוחה הגדול ביותר של התקשורת ואולי גם חולשתה. גם מרחב הכתיבה העיתונאי מתיישר לימין הנרטיב הציוני של השואה, ורק עיתונים מעטים מצגיגים אלטרנטיבה. מעבר לכך, כדי לקבל לגיטימציה לכתוב על השואה ביום השואה בעיתון נדרשים הכותבים להציג יותר ממקור סמכות אחד (למשל, עובדת היות האדם עד לאירועים לא מספיקה). מה שמפתיע ומעורר מחשבה נוגה הוא שמקור הסמכות המקצועי – קרי, העיתונאי – הוא מקור הסמכות החלש ביותר בבחירת הכותבים ליום המקודש. זה ממצא מרתק שיש מקום לחשוב עליו גם בהקשרים אחרים של התקשורת הישראלית. מעבר לכך התנהלות התקשורת בימי הזיכרון מובנת מאליה. מה שנראה כבלתי אפשרי – מפגש בין מדיה פופולרית לטראומה – הוא טבעי בישראל.

למאירס, זנדברג ונייגר יש מה לומר לנו בשני מרחבים: לימודי זיכרון ולימודי מדיה. בלימודי זיכרון, למשל, הם מרחיבים את עולמנו בתובנות על הזיכרון הצלילי. בזיכרון יש מרכיב צלילי לצד מרכיבים טקסטואליים. אנחנו מזהים שיום מסוים הוא יום מיוחד באמצעות המוסיקה שמשודרת ברדיו. אנחנו גם יכולים לדעת שקרה משהו (למשל בתקופות פיגועים) כי אופי המוסיקה שמשודרת משתנה. אנחנו מתומרנים לזהות שירים "יפים" שהם שירי זיכרון או מנוכסי זיכרון. מה נדרש כדי

ששיר יהפוך לשיר זיכרון? השיר לא חייב לעסוק בשואה, אבל הוא צריך להישמע שייד. יותר מכך, דווקא שירים שעוסקים בשואה באופן ישיר (כמו השירים של יהודה פוליקר) אינם מושמעים באותה תכיפות כמו שירים שלא מזוהים ככאלה, כי הרדיו בונה מצב רוח כללי ולא ספציפי ויש משהו מאיים בישירות של שירי השואה. היום הנטייה היא אחר האבסטרקציה ולא הישירות. הפתרון של שיר שנוגע לא נוגע, גם רחוק מספיק וגם לא רחוק, הוא פתרון מרתק לדילמת החיבור שבין מגבלות המדיה לגודל השעה. עובדה זו יכולה גם להסביר את המופעים של אותם שירים בימי זיכרון אחרים. השירים הופכים להיות זיגורים. אימוץ שירים עצובים כשירי יום השואה מתחבר, לדעתי, לשינוי עמוק יותר שחל כאן ושעניינו התרחקות מההיסטוריה והתמקדות בייצוג ובחוויה. אפשר להשוות את התופעה הזאת למה שקורה במוזיאונים ההיסטוריים בעולם, שגם בהם החיפוש היום הוא אחר חוויה ולא אחר עובדות והבנה של אירועים. ואם זה לא מספיק מטריד, אפשר לקחת את זה למקום עמוק אף יותר ולראות את ההשלכות של אופני ההנצחה האלה על מערכת החינוך המתנתקת מההיסטוריה ומתחברת לרגש.

הספר תורם גם ללימודי המדיה. מרענן במיוחד הוא ניתוח מהדורות החדשות בערב יום הזיכרון לשואה כטקס. מדובר כאן על טשטוש גבולות בין עבר (שלא אמור לקחת חלק בחדשות) להווה, בין ייחודי לשגרתי ולצורך לטפח מצב רוח מסוים (מעין טקס הבדלה בין חול וקודש). לנוכח האתגר הזה הפכו מהדורות החדשות של ימי הזיכרון לקטגוריה תקשורתית לעצמה. ייתכן שמה שמאפשר את היצירה המקורית הזו הוא העובדה שהיא מעוגנת בשני מרחבים מוכרים מאוד לישראלים: חדשות וטקסי זיכרון. ניתוח החדשות ביום הזיכרון מאפשר את קידום החשיבה התאורטית על טקסים, על עיצוב הזיכרון ועל עשיית חדשות. תרומה נוספת עניינה בחיבור בין שתי אסכולות העוסקות בטרואומה. האחת, הפסיכואנליטית (המיוצגת על ידי דומיניק לה קפרה), מאמצת שיח פטריטי בהקשר החברתי. כל שנותר לחברות הוא או להשלים עם הטרואומה או להמשיך ולהחיות אותה. כל אחת משתי הדרכים עוברת דרך התקשורת. התקשורת יכולה להעצים, לטשטש בין הזמנים ולהפוך את כולנו לדור ראשון לשואה, או שהיא יכולה לעודד את ההשלמה תוך מתן מקום לשיח רפלקסיבי וביקורתי. האסכולה השנייה היא מבית מדרשו של גיפרי אלכסנדר וחבריו, אשר מפרידים בין טראומה ברמה האינדיווידואלית לזו ברמה החברתית. הטענה כאן היא שאירועים הם לא טראומתיים בטבעם אלא מובנים ככאלה בידי המדיה. מאירס, זנדברג וניגר טוענים ששילוב של ממדים הנתועים בהקשרים פוליטיים ומקצועיים עיתונאיים הביא לכך שיום הזיכרון לשואה ולגבורה הוא סוכן להפיכת השואה לטרואומה חברתית מתמשכת. אין כאן השלמה או הליכה הלאה אלא התקבעות (ואם תרצו שקיעה) בשיח טראומתי. חברה שלמה הפכה לטרואומתית בניצוח אמצעי התקשורת שלה, היוצרים ומנציחים את המצב תוך שהם שרים את האבל, מטשטשים בין זמנים, ומתאבלים בעיתונות – הכול בזמן הווה, הכול פעיל מאוד. לא מדובר באירוע היסטורי שקרה לפני שבעים שנה, אלא באירוע הווה שמתרחש כל הזמן. מה שנראה לנו כניתוח קליל של שירים וחדשות ותכניות הופך לאמירה קשה על החברה היהודית בישראל. המדיה הישראלית כמעט כולה, על מגבלותיה, אפשרויותיה, הבנותיה המקצועיות, התגייסה והובילה להפגנת הטרואומה (acting out) כחוויה ישראלית. וכך בסיכום הספר עולה תמונת מצב מטרידה, גם אם זה נכתב באופן מינימליסטי ועדין. השואה הפכה מאירוע היסטורי חשוב למצב תודעתי של אומה שלמה, לטרואומה קולקטיבית – ולתקשורת היה חלק קריטי בתהליך הזה. לכן גם שמות הפרקים מבריקים (למשל programming commemoration, mourning newspapers), כי הם מעבירים תחושה של אירוע שאינו פוסק, וכך העיתונות אבלה בהווה, הרדיו שר עצב, והחדשות איבדו את האבחנה בין עבר והווה.

מה שחסר בספר – או מדויק יותר, חבוי בו – הוא מרחב נוסף שהעיסוק בו מתבקש, הוא המרחב הישראלי. אולי הספר הבא של המחברים יעביר את מקרה הבוחן מהרקע אל המרכז. כל שנדרש הוא היפוך העדשה. אפשר יהיה למצוא בו, למשל, דיון מרתק ששורשיו כבר בספר הזה, על השלילה כפרקטיקה של התמודדות והכלה של המדינה בקרב החרדים, על פיצול בחברה היהודית הישראלית כעיקרון מארגן, על מקומה המורכב של הדת בקרב ציונים חילונים, על יחסי מרכז ופריפריה, על התקשורת הישראלית, ועוד. בספר ההוא ימצא ודאי גם מקום למי שנעדרו מהספר הזה: ערבים, מזרחים ורוסים. לכל אחת מהקבוצות הללו יש שיח מורכב עם השואה, עיתונות משלה, ערוצי תקשורת אינטרנטיים, מופעים בסדרות טלוויזיה, מאבק על מיקום השירים ביום המקודש ועוד. השיח הפלסטיני, המזרחי והרוסי הוא לא רק תוספת של קולות אחרים לשיח על השואה, אלא יכול להרחיב את ההבנה של החברה המתעקשת – תודות למדינה ולתקשורת – לחיות שוב ושוב את הטראומה. על *Communicating Awe* הוא ספר חובה להוראה ולמחקר על תקשורת בימים מיוחדים, על טקסים וזיכרון קולקטיבי של עבר בעייתי וכן על ישראל. הרבה על ישראל. וזה די טראומתי.