

### "האח הגדול, היפה והחנן": שיעור מחנך

ד"ר תמר קטקו, מנהלת תחום אתיקה בחינוך  
ראש תכנית המצטיינים, במכללת סמינר הקיבוצים

תוכניות הריאליטי (reality), מעצם הגדרתן, אמורות לשקף את מציאות חייהם של משתתפים, המייצגים רבדים חברתיים שונים, בעלי עיסוקים מגוונים, מגדר ושייכות אתנית, או בעלי כישורים וסיפורי חיים מעניינים. התוכניות אמורות לחשוף את המשתתפים ללא התערבות חיצונית, בבחינת "לא נגענו". ואולם, בפועל הפכו תוכניות הריאליטי לסוגה טלוויזיונית המאפשרת הצצה לחייהם הפרטיים של בני אדם בהתמודדות יום יומיות שונות ומורכבות, אינטימיות וציבוריות, ומלווה אותם בתחרויות מאתגרות ל"שיפור חייהם" באמצעות פרסים כספיים אטרקטיביים וחשיפה סלבריטאית באמצעי התקשורת.

תוכנית הריאליטי הראשונה, "משפחה אמריקאית", שודרה בערוץ PBS האמריקאי ב-1973. הסדרה ליוותה משפחה גרעינית המתמודדת עם גירושים. התוכנית זכתה לעשרה מיליון צופים, מספר עצום לערוץ שלרוב זכה באחוזי צפייה נמוכים מאוד. הסדרה לוותה בהד עצום, ורשתות טלוויזיה אחרות ברחבי העולם התחילו אף הן לשדר סדרות דומות. ב-1974 הוקרנה סדרה בשם "המשפחה" בבריטניה, שליוותה משפחה ממעמד הפועלים, שגם היא זכתה להד תקשורתי רחב ולדיון ציבורי ממושך בעקבות הקרנתה, ונכון להיום, כמעט ואין מדינה בעולם שלא מקרינה תוכניות ריאליטי שהפכו ללהיט תקשורתי שאין שני לו בעוצמת השפעתו (Murray & Quелlette, 2004).

סדרת הטלוויזיה של ערוץ MTV האמריקאי "העולם האמיתי" (The Real World) היא אחת הראשונות שהפכו את תוכניות הריאליטי למה שהן היום, באמצעות העיבוד לתוכנית ה"אח הגדול" ההולנדי, כשבכל עונה הוכנסה קבוצת צעירים זרים לבית וחיה בו במשך תקופה של כמה שבועות. הפופולאריות האדירה של הסדרה גרמה למפיקים להמציא סדרות נוספות שפעלו על אותם מנגנונים מניפולטיביים הן על המשתתפים והן על הצופים. וכך הופיעו "הישרדות", המרוץ למיליון", "לרדת בגדול", ו"American Idol". בעשר השנים האחרונות עלו מאות תוכניות ריאליטי בערוצי הטלוויזיה בארצות הברית התופסות מקומות ראשונים בטבלת הרייטינג, וכמותן גם במדינות מערביות רבות אחרות. העובדה שהתוכניות הללו תפסו תאוצה גם אצלנו מחזקת את העמדה שלפיה החברה הישראלית מצויה יותר ויותר בעיצומה של "אמריקניזציה" (ניג'ר ויוסמן, 2005).

ההשפעה הפסיכולוגית על הצופים מתחילה בכך שמסך הטלוויזיה מפסיק להיות מחיצה מרוחקת והופך להיות חלק מהחיים בבית, ובכך שותפים למשחק ולהמשך העלילה, ולכן גם חורצים את גורלם של גיבורי התוכניות. החוקרות קונסאלבו והייס (Consalvo, 2002 & Hayas, 2003) זיהו בתוכניות הריאליטי סכנה לשיבוש החשיבה הביקורתית של הצופים על ידי שימוש בחומרים תיעודיים לכאורה, והעלאת נושאים שוליים ואסקפיסטיים למרכז ההתעניינות תוך דחיקת הסוגיות הביטחוניות והכלכליות החשובות באמת, לשוליים. לדין מהוות התוכניות הללו גרסה מודרנית למופעי הגלדיאטורים בתקופת רומא, שהסיחו את דעת הציבור מרודנות השלטון ואכזריותו. עמדה הפוכה מזו אנו מוצאים במחקריה של

פריסבי (Frisby, 2003), שלטענתה תוכניות הריאליטי מעודדת חשיבה בקורתית ומחדדת את הראיה האנלוגית תוך השוואה בין הדימויים התקשורתיים לבין המציאות. בעיניה התוכניות הללו מהוות אספקלריה לחיים האמיתיים שבאמצעותה יכולים הצופים לבחון את מצבם ולהתעודד נוכח התמודדותם של אחרים במצבים דומים, גם אם הם פיקציה, ולכן יש בהן משהו "טיפולי" ומעצים.

תוכניות הריאליטי הפכו להיות סוג של "תחליף דמוקרטי" לבחירות שאזרחים מן השורה נדרשים לעשות. במקום לבחור ב"תהליך דמוקרטי" מפלגה או מנהיג, הם בוחרים בקומיקאי, בזמרת או בשחקן אחר המייצגים מאבק "צודק" בדרך אל הפסגה. ז'אנר הריאליטי פועל על הצופים בגבולותיו של מבנה על חברתי המושגת, כביכול, על דמוקרטיה ליבראלית. המרת סוגיות אקטואליות הסובבות במרחב הפוליטי והחברתי, בסוגיות הנוגעות למרחב הפרטי, עובד על אותם קודים מוכרים: במקום ללכת לקלפי, הקלפי בא אל הצופים הביתה. כל שעליהם לעשות הוא ללחוץ על מקשים בטלפון נייד או באינטרנט. אלא שבניגוד למשחק האמיתי בבחירות, המותרות את הבוחרים מתוסכלים ממידת השפעתם על ההנהגה, כאן, הם באמת משפיעים על מהלך התוכנית ועל מוביליה. ממש לנגד עיניהם. נוסף על כך, הם נחשפים לקונפליקטים פתירים ובזמן קצוב, בעוד שקונפליקטים "אמיתיים" בסביבתם הקרובה ובפוליטיקה הרחוקה, יכולים להימשך חודשים ואפילו שנים ובסופו של דבר להגיע למבוי סתום.

בתוכניות הריאליטי יש תחושה ש"כולם מנצחים". תמורת ההתמכרות לגיבורי הריאליטי, מחויבים הצופים להניע את מנגנון הצריכה המשומן היטב, שמפעיל את התוכניות: ככל שהולך ומתהדק הקשר בין הצופים למתמודדים כך הולך וגובר השימוש בטלפונים ניידים – שיטה שהפכה להיות חלק אימננטי מחייהם של הצופים שמחפשים "ריגושים" (באומן, 2002; נייגר ויוסמן, 2005). איש לא מעלה בדעתו לרגע מהו מחיר ההפסד הערכי, הרגשי והכלכלי של הצופים: הכסף המושקע בשליחת המסרונים, הזמן האבוד מול המסך במקום קריאת ספרים, הכנת שיעורי בית, האזנה למוזיקה, שיחה עם חבר או חברה, ועיסוק בפעילות גופנית כלשהי. ערפול החושים מביא את הצופים להאמין שהתוכניות הללו הן "אמא תרזה" מודרנית בכך שהן שולפות אלמונים ואלמוניות מהפריפריה ומשכונות המצוקה, סוג של "סינדרלות", שבזכות הצופים מוענקת להם הזדמנות להיחלץ מהעוני, מחוסר היכולת להתקדם, ומאפליה מתמשכת, לעבר הסיכוי ללמוד ולטפח קריירה וחיים אחרים, כי "מגיע להם".

האשליה המניפולטיבית הזו הופכת את הצופים ל"תורמים", ל"מעורבים בקהילה" ולתחושה שהשתתפותם הפעילה בתוכניות הריאליטי משנה את פני החברה, נתפסת כ"גמילות חסדים", ושביצועם נאספים צעירים מ"הרחוב" ומאלמוניות מדוכדכת אל קדמת הבמה. המעקב הצמוד אחרי התחרות שלהם תוך חשיפה מוחלטת של חולשותיהם ונקודות החוזק שלהם, הופכת אותם ל"בני בית". ה"אח הגדול" הפך ל"אח מאומץ" בחיק משפחתם, אלא שהחשיפה האינטימית היא חד צדדית – מה שעושה את כל המהלך הרבה יותר נוח ופחות מחייב. המהלך הזה מגיע לשיאו כאשר התוצאה מתממשת לנגד עיניהם, בשידור ישיר כאשר הפרסים והתהילה בערב הזכייה, ולאחר מכן במהפך האישי של הזוכים, אינם אחיזת

עיניים כי אם חזיון אמיתי: reality אחרית הימים. ראו מקרה נינט טייב, מקרית-גת זוכת "כוכב נולד", קוטי סבג מבית שמש, זוכה ה"אח הגדול", או אלכס מורוזוב, זוכה "היפה והחנון".

העובדה ש"כל אחד יכול" מעוררת ציפיות, לעיתים הרסניות, בעיקר בקרב אותם צעירים מודרים בשל מראם, מוצאם, מעמדם הנחות בבית הספר, בבית או בשכונה, או כאלה שאירועים אישיים וטראגיים מנעו מהם למצות את יכולותיהם וכישוריהם. וגרוע מכול: לא רק שהמשתתפים מגויסים לצרכים מניפולטיביים, אלא אף מוכנים "לבלוע" כל דבר: כך נחשפה פרשת התרופות הפסיכיאטריות ו"עידודם" של המפיקים מאחורי הקלעים לשינויים התנהגותיים של המשתתפים, שיש בהם כדי ליצר דראמות, שערוריות ומתחים על רקע עדתי, חברתי, פוליטי או מיני, וכל זאת להעלאת אחוזי הרייטינג.

אבל גם הסיפור הזה לא הפחית במיוחד את אחוזי הצפייה והשתתפות הצופים. ההיפך הוא הנכון: יותר ויותר ילדים מחקים את הדמויות המרכזיות של תוכניות הריאליטי, מורים מצטטים "אמרות כנף" ואף מאמצים דפוסי התנהגות מסוימים בכיתה ובחדרי המורים, הורים יושבים בכסית ציפורניים יחד עם ילדיהם במעקב צמוד אחרי המתחרים ומזדהים עם סערת רגשותיהם. הם מלווים אותם בעיניים בורקות לחדרי השירותים, למיטות, לסצנות של גידופים, השפלות וגילויי אלימות, למבוכה והתערטלות נפשית ופיזית, וכל זאת מול מצלמות שאינן בוחלות בדבר (הלפרין, 2012). בצאתם מן הבית, זה ממשיך גם במהלך היום, בהפסקות בין שיעורים (או תוך כדי השיעורים), בין ישיבות ובמהלך נסיעות באמצעות ה-Smartphones למיניהם. נראה ש-1984 זה עכשיו, ונבואתו של אורוול מגשימה את עצמה: "האח הגדול" אורב לנו בכל פינה. כך הופכים "חנונים" לליצני חצר מודרניים, יפות ומטופשות - לעלמות חסודות שהופכות ברווזונים מכוערים לברבורים, ושורדי בית "האח הגדול", הנמצאים תחת עינו הפקוחה וקולו ה"אלוהי" של ה"אח הגדול" - לצדיקים בסדום.

לאחרונה הוקמו וועדות לאתיקה רפואית ותקשורתית, שיצאו במאבק נגד תוכניות הריאליטי לשם צמצום הנזק ותיקון המעוות. בעקבות פניית מנכ"ל הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו אל הלשכה לאתיקה של ההסתדרות הרפואית, הקים יו"ר הלשכה, פרופ' אבינעם רכס, ועדת מומחים שהתבקשה לקבוע כללים אתיים ייחודיים לתוכניות ריאליטי. בוועדה, בראשותו של פרופ' אריה בס, השתתפו רופאים בכירים, פסיכיאטרית ומשפטנית. הדו"ח כולל אמירות קשות ביותר על הדרך שבה מתנהל ה'אנר': "על מנת לשמור על אחוזי רייטינג גבוהים, על התוכנית להתנהל ככל האפשר באווירה משברית מתמדת. על כן, דפוס האישיות של כל משתתף עשוי לקבוע את התאמתו לאידיאל משברי זה, כמו גם תנאי הלחץ הפיזי של מרחב התוכנית ועוצמת המצוקה הנפשית בה נתונים המשתתפים. לו היינו בוחנים רבות מתוכניות הריאליטי במדדים של ניסוי רפואי בבני אדם, ספק אם הייתה ועדת הלסינקי (ועדה שתפקידה לאשר ניסויים בבני אדם) מאשרת את קיומן. כדי שהתוכנית תצליח מבחינה שיווקית, פרטים מהותיים ממנה מוסתרים מהמשתתפים על מנת למצות את גורם ההפתעה עד תום. החשיפה החברתית העצומה, המעמד החברתי הנגזר ממנה, לחץ הצופים והחתיירה לפרס הגדול עלולים לשבש את שיקול הדעת של המשתתפים ולכפות עליהם את המשך ההשתתפות בניגוד גמור לטובתם הנפשית או הגופנית", קבעה הוועדה.

שיעור מחנך: הגיעה העת לכונן "וועדת אתיקה להורים ולמורים" כדי לצמצם את הצפייה בתוכניות הריאליטי לטובת קצת יותר שיעורי בית והעשרה תרבותית וספורטיבית. חיי הילדים בידינו, ה"ריאליטי" שלהם חייב להיות מחוץ ל"קופסא".

#### מקורות:

באומן, ז' (2002). **גלובליזציה והיבט האנושי**. תל אביב: הקיבוץ המאוחד.

הלפרין, ל' (2012). "ילדים בתוכניות ריאליטי ומערכת החינוך", בתוך: אתר **קו לחינוך**, 1 במאי.

נייגר, מ' ויוסמן, א' (2005). "אשליית הבחירה הדמוקרטית: כיצד משיגות תוכניות המציאות את שיתוף הפעולה של הצופים", בתוך: **אגרתא**, תל אביב: מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה והפקולטה למדעי החברה באוניברסיטת תל אביב.

Consalvo, M. (2005). "Rule sets, cheating, and magic circles: Studying games and ethics" in: *International review of information ethics* 4 (2), 7-12.

Frisby, C. (2003). *Reality Television Has Positive Impact on Viewers*, Columbia: University of Missouri.

Hayes, D. (2009). "Has Television Personalized Voting Behavior? In: **Polit Behav**, New-York: Department of Political Science, Syracuse University.

Murray, S., Quелlette, L. (2004). **Reality TV Remaking Television Culture**, New York and London: New York University Press.