

## לא לברבור הזה התכוון דירר - בתוכניות הריאליטי

### ליאורה קצירי-זיני

כפטריית הצצות לאחר הגשם, מציפות תוכניות הריאליטי את מסכי הטלוויזיה, והופכות לגולת הכותרת של כל ערוצי השידור. שמות כמו: "הברבור", "כוכב נולד", "המתמחה", "השגריר", "דרוש מנהיג" ו"הדוגמניות", היו לאירועי תקשורת לאומיים כמעט ולחלק בלתי נפרד מחוויית הצפייה הקולקטיבית. כדי לממש את החלום ולהיות "מפורסם כמו בריטני ספירס" או "עשיר כמו דונאלד טרמפ", מוכנים המתמודדים על התואר לחשוף את חייהם, לעבור סדרת ניתוחים אכזריים ולספר על הקשיים והאכזבות שהיו למנת חלקם. המנגנון הוא כזה: מן הצד האחד- ריטואל של בכי פומבי של מתמודד המודח מהמשחק וכך נוצר קונצפט טלוויזיוני של התבזות עצמית ומן הצד השני- הלהט של קהל הצופים החוזים בזוכה המאושר. אגדת הברווזון המכוער שהופך לברבור מתקיימת לעיני הצופה השותף לטרנספורמציה, למהפך שעובר גיבור התוכנית, מ"הלפני" ל"אחרי".

בה בעת מתמלאים המסכים המקיפים את הצופה בייצוגים משתנים פרי פיתוח טכנולוגי של תוכנת מחשב הנקראת **מורפינג**. מורפינג הוא תחבולה קולנועית המאפשרת שינוי קיצוני שבו דימוי אחד משתנה לאחר. תוכניות הריאליטי חושפות לעיני הצופה את פעלול הטרנספורמציה כפי שנראה תדיר בעקבות השימוש הנרחב באפקט המורפינג בעידן הדיגיטלי. בתהליך המורפינג מתרחשת זרימה והשתנות של הדימוי. הצגתו מתאפשרת באמצעות שימוש משולב באפקטים של עריכה – בקרוס דיזולב וורפ (חלקים מהתמונה נמתחים או מתקצרים). בהתהוותו הוא מייצר עונג חזותי, כמו פעלול שרביט הקסמים. אפקט המורפינג, זיכה את יוצריו באוסקר על "אפקטים חזותיים", בסרט **שליחות קטלנית 2** (גי'מס קמרון, 1991), ונמצא מאז בשימוש בסוגי מדיה רבים כמו משחקי מחשב, סרטי קולנוע דוגמת **אלמנט החמישי**, (לוק בסון, 1997), **גברים בשחור** (זונגפלד ברי, 1997) **אקסמן** (בריאן סינגר, 1997), **השבק** (אנג לי, 2003) בסדרות טלוויזיה כמו "סטאר טרק" (ניקולס מאייר, 1991) - קליפים ב-M.T.V כמו "שחור לבן" (מייקל ג'קסון, 1991) ופרסומות בטלוויזיה.

כדי להבין את תכונות המורפינג נידרש לניתוח היסטורי מדעי של וולף (Wolf, 83), ממחקרו אנו למדים כי תובנות אפקט המורפינג המיושמות היום באלוגריתם של תוכנת המורפינג, הן תולדה של שני גילויים מוקדמים: א. בתקופת הרנסנס אלברכט דירר השתמש במתווה לציוריו בתכונת יסוד של המורפינג – כל פרט בפנים ניתן

יהיה לשינוי בנפרד. ב. במאה התשע עשרה -מחקר מורפולוגי של הביולוג ד'רסי תומפסון עשה שימוש בחישוב באינטרפולציה, חישוב המאפשר שיערוך שלבי התפתחות במרחבי זמן גדולים. תובנות אלו מיושמות בתוכנת המורפינג שהפכה לכלי נפוץ בעולם האנימציה הממוחשבת.

השימוש במורפינג שכיח ויומיומי - אנו מוקפים בדימויים בהם: מכוניות הופכות לגמרים, מוצק מתחלף לנוזל, גברים הופכים לנשים, לבן הופך לשחור, שמן הופך לרזה. לפי סובצ'ק (Sobchack, 131) המורפינג הפך לקלישאה. לטענתה, במורפינג בתהליך מאחד, ניתן להיפך לאחד ולהטמיע את האחר בנו. כך נוצר שינוי הומוגני חסר מאמץ והפיך, שבו דימוי מתחלף באחר ואין הבדל במעמד האונטולוגי שלהם.

במאמר זה אטען כי תכונות המורפינג מתקיימות גם בתוכניות הריאליטי. בדיון שלו חזה בודריאר (Baudrillard, 253), בפיתוח תוכניות הריאליטי כתוצר של מציאות המתפקדת ברמה של סימולקרה. הסימולקרה היא התחוללות של ממשות חסרת מקור או מציאות באמצעות מודלים. מדובר בהמרה של הממשי בסימנים של הממשי. הסימולקרה הופכת את הדימוי שנוצר באמצעות התקשורת לבעל מעמד ריאלי לא פחות מהמציאות עצמה. כך גם בתוכניות הריאליטי - "שגריר", "מנהיג", "כוכב נולד", "כרבור" - דמות אנונימית הופכת לדימוי טלוויזיוני, למריונטה בדרמת פולחן הגיבורים המפורסמים. כוחן הממכר של תוכניות הריאליטי, מוכח בהצלחתן הגורפת. את ההצלחה ניתן להסביר בכך, שהדימוי הטלוויזיוני הפך ל"ערך חברתי" המייצר משמעות: מתן מענה מהיר ומיידי לצרכים ותשוקות של ההמון. על פי המחל שקבע בודריאר, הטלוויזיה היא הקוד הגנטי ששולט בשינוי הצורה של האמיתי. בהמשך ארחיב את עמדתו.

לטענתי, אפקט המורפינג - פיתוח דיגיטלי המאפשר הצגה ויזואלית של טרנספורמציה - שינה את המרחב הויזואלי. שינוי זה משפיע גם על תפיסת דימוי האני, ומעודד אצל הצופה פתיחות רבה יותר לקבלת שינוי הפיך וחסר מאמץ. הצופה נזשף לכוחו הממכר של המדיום, שבו דמות אנונימית הופכת

לדימוי טלוויזיוני, ומציאות וירטואלית נתפסת כאילו היתה אקטואלית. ברצוני לבחון את המאפיינים של יצורי המורפינג כסימולקרות, ואחר-כך לדון בהשלכות שלהן על תוכניות הריאליטי, על כן אבסס את הוכחת טענתי על המודלים שקבע בודריאר, פילוסוף פוסטמודרני שהרבה לעסוק בתקשורת המונים ובתרבות פופולרית. מרחב הדיון הוא עידן הפוסטמודרניזם-חברה חדשה "חברה פוסט-תעשייתית", "חברת הצרכנות" "חברת התקשורת", "חברת ההיי-טק", (Jameson, 1984) - מאפייניה הם העדר עומק, חברה המוקפת מסמנים שאיבדו את משמעותם, (Baudrillard 253), וזיקה לטכנולוגיה חדשה

(Sobchack 131). על כן אדון בעודפות הטכנולוגית של עידן זה שבו בלחיצת כפתורי המחשב דוהרים הצבאות, נוצרות שקיעה וזריחה מלאכותית, ואפקטים דיגיטליים כמורפינג מייצרים סימולקרות מושלמות שמקרינות לתמיד את ההיקסמות שלהן עצמן במדיום טלוויזיוני או קולנועי. בכוחה של המניפולציה הטכנולוגית ליצור אשלייה ולטפח תקווה לשינוי מעמדי, מותגי, כמו שפע הדימויים הטלוויזיוניים שז'אנר הריאליטי מוכר להמונים.

שאלת המחקר היא, כיצד תכונותיו של אפקט המורפינג באות לידי ביטוי בתוכניות הריאליטי, וכיצד אפקט המורפינג הפך לקלישאה והוטמע בתודעת הצופה.

אי אפשר לדון בתכונות היסוד המתמטיות של המורפינג ללא בחינת הבסיס הטכנולוגי שהושג כבר במאות הקודמות. וולף (Wolf, 84) מצא כי שתיים מתכונות יסוד אלו הן פרי גילוי מוקדם זה. על כן אביא בקצרה את הסקירה ההסטורית שערך: ליאונרדו דה וינצ'י (1452-1519), הבחין בהגיון שקיים ביחסי המידות של הגוף האנושי, תובנה אשר הובילה אותו למיפוי היחסים האנטומיים ולגישה מתמטית לציור גוף האדם. אך יוצר המורפינג הראשון הוא אלברכט דירר (1500). בימניו נמצא מתווה המאשר גילוי זה. הוא השתמש בסימון קווי פרופורציה של ראש ופנים, ומצא כי מיקום שונה של הקווים האלה במרחקים שונים ושינוי הזוויות היחסיות ביניהם, מאפשר מגוון גדול של פנים אנושיות. באחד העמודים מופיע מתווה של ראש הנמצא בפרופיל בשש ווריאציות היוצרות שש דמויות. בכל אחת מהדמויות המרחק שבין הקווים האנכיים או האופקיים שונה, כמו לדוגמה אלה המציינים את הזווית של האף - הזווה אנכית או אופקית שלהם שינתה את הדמות. זה היה החיזוי מראש של אפקט המורפינג שתכונת יסוד

ראשונית שלו היא שכל פרט בפנים ניתן יהיה לשינוי בנפרד. ב-1637, הופיע "גיאומטריה" של דקרט והניח את היסוד לגיאומטריה אנליטית, זאת שיטת הקואורדינציות הקארטזיאנית המאפשרת לחשב נקודות וקווים בתוך הגריד. הגריד מאפשר חישוב מתמטי של שטח וקביעה מדויקת של מניפולציות בצורות הגיאומטריות שבתוכו. גילויים אלו של דירר ושל דקרט, מיושמים באלוגריתם של תוכנת המורפ הנמצאת בשימוש היום. תכונת היסוד השניה שחישוב מתמטי של מורפ מתבסס עליה, היא תרומת מחקרו של ד'רסי תומפסון בתחום הביולוגיה המורפולוגית, תומפסון ערך אינטרפולציה בין עצמות אגן של דינוזאור מכונף לדינוזאור מתקופה אחרת, מהלך שאיפשר לחשב התפתחות משוערת במרחבי זמן גדולים מאוד. האינטרפולציה היא חלק מהחישוב המתמטי של אפקט המורפינג והיא מאפשרת טרנספורמציה בין צורה טבעית לתבניות מתקדמות. לפיכך, טוען וולף, שתי התגליות של דירר ותומפסון הן הבסיס לידיע שיושם בפיתוח אפקט המורפינג – אפקט שהגיע לרמת פיתוח גבוהה בעידן הדיגיטלי.

תומפסון ממשיך וטוען כי, עובדת היותו של אפקט המורפינג כה משוכלל היום, התרחשה כד בבד עם הגסיונות הבלתי פוסקים להקנות לתמונה הקולנועית אשלייה של טרנספורמציה. לעומת השימוש בטכניקות שנעזרו באפקטים פשוטים ובפעולות עריכה כמו ההשתנות מאדם לזאב בסרט "The Wolf Man", (לון צ'ייני, 1941), או מאוחר יותר בסרט "Starman" (1984), בסצינה שבה החיזור משתנה מתינוק לגבר, הרי שהסרט "Willow" (1988, בית הפוסט – Industrial Light Magic) – היה הסרט הראשון שהמורפינג מתחיל להראות בו כצילום. שם השתמשו בתוכנת מורף, תוכנת מחשב שפותחה על ידי דוג סמית'. בסרט רואים סדרה של מורפינג שבה מתחלפת חיה אחת באחרת: מצב ליען, מען לגמר שואג ובחילוף האחרון מתגלה דמות של אשה זקנה. זמן קצר לאחר מכן טכניקת המורפינג הופכת לזמינה גם בבתי פוסט אחרים.

חשיבות הסקירה שערך וולף לעניינינו היא הבלטת המהלך הטכנולוגי שעבר אפקט המורפ עד להפיכתו לאפקט משוכלל. אך הוא לא היה הופך לכזה אלמלא שתי התפתחויות טכנולוגיות שהתחוללו בעידן המהפכה הדיגיטלית, שהן אשר איפשרו אותו: פיתוח הצילום הדיגיטלי ושכלול תוכנות המחשב. שנה לאחר מכן נוצר "שליחות קטלנית 2- יום הדין", (1991, קמרון), שבו אפקט איש הכרום מחליף במורפ דמויות שונות ומתקיים באנשים שונים, בחילוף כמו זרימה מהירה של כספית. הסרט זכה להצלחה קופתית אדירה ופרס

האוסקר ניתן ליוצריו בקטיגוריית "אפקטים חזותיים". אשוב ואשתמש בתוכנות אפקט המורפינג בסרט זה בהמשך.

משנות התשעים, אפקט המורפינג הפך להיות שכיח מאד במדיה. בסרטי קולנוע בטלוויזיה ובפרסומות. הוא היה לקלישאה, לא מעט בשל העובדה כי הטרגספורמציה שהוא יוצר ממחישה באופן מרהיב וחסר מאמץ את חוויית ההשתנות, כאילו היתה טבעית. כך נוצרת הזדמנות משלמת ליהפך לאחר ולהטמיע את האחר בנו. שלל הדימויים הטלוויזיוניים הנמצא על מדפי "חברת הצרכנות", הופך לאפשרי בלחיצת כפתור המחשב.

כיצד הפך אפקט המורפינג לקלישאה? בסיס לתשובה לשאלה זו אני מוצאת אצל סוביצ'ק (Sobchack, 132), שבדקה את התהליך והסיבות להטמעת אפקט המורפינג בתודעת הצופה. אני מקבלת את קביעתה על שהוא הפך לבאנלי, וקושרת טענה זו למופע תוכניות הריאליטי. אשוב לכך בהמשך. אם נסכם את עמדתה: המורפ הפך לקלישאה ויחד עם זאת נותר מפתיע, כי הצופה מזהה תהליכים גופניים שמתקיימים ב

[הדגשה שלי ל.ק.] עם תכונות המורפ:

אין דבר יותר מרתק מהקלות שבה שינויים דיגיטליים אלו חרגו ושינו לא רק את המרחב הטבעי של הגוף החי, אלא גם תוך מגבלות התהליך, את דרך ההתבטאות המשוערת של אנימציה אנוש. כשאני רואה מורפ אני בד מזהה את הכלתי אפשריות ואת המוזריות האנושית שבי, ואני מזדה איתו – לא עם הדמות הנרטיבית שהוא מציג אלא עם הדרך שבה הוא מצייר תהליך גופני. גופי שלי נשאב אל האופן חסר המאמץ שבו הוא משנה צורה ברמה התאית, ואני מזהה את המורפ כמוכר באופן משונה. אני מרגיש, שגם אני נמצא בשינוי תמידי, ואף פעם איני דומה לעצמי, לא רק בגלל שהשינוי הקיצוני שעובר המורפ מעוגן בדמות מסוימת, אלא בגלל ששינוי זה הפיך זמנית. (סוביצ'ק, 132).

סוביצ'ק ממשיכה ובדקת את משמעות היפוך הזמן באמצעים הדיגיטליים בהשוואה לאמצעים האנלוגיים כדי לערער את הקביעה בדבר היות הגוף האנושי תלוי-זמן. על כן היא עורכת השוואה בין הקאט והלונג טייק מול המורף, שניהם אמצעי השפה הקולנועית, המשמשים את הנארטיב ומייצרים צורה ומשמעות דרך שימוש במבנה זמני (Temporary), שוטים שמתחלפים בזה אחר זה, או בשוט הארוך שמתפתח ככל שהזמן עובר. הלונג טייק מזוהה עם התיאוריה של באזן, הקאט עם התיאוריה של אייזנשטיין, שהראה כיצד תחלופה של שוטים בסדר מסויים יוצרת משמעויות שונות. גם כשהתחלופה בין השוטים היא אסוציאטיבית, או שהיא געשית דרך השימוש בדיזולב "רך", ישנו צורך מסויים בזמניות, אי אפשר להתעלם ממימד הזמן של שוט רודף שוט, של לינאריות. שימוש בקאט או בדיזולב ליצירת מעבר או שינוי זמן, תמיד מורה לא רק על החלל, אלא גם על התלות של הגוף האנושי בזמן. (Sobchack 133). בניגוד לקולנוע, טוענת סוביצ'ק, היפוך הזמן נראה טבעי בעולם הדיגיטלי, לבני האדם קשה לשנות את צורתם, ועליהם להיאבק כדי למצות את עצמם, לכן הקלות שבה המורפ משנה את צורתו, היא שגורמת לו להיות כה מוזר ומסתורי: המורפ גורם לנו לחשוב על החלק שבנו שחומק מ"העצמי", הוא מדבר אל הגוף שלנו ברמה התאית- זו שכל הזמן משנה ומשתנה. המורפ אינו שינוי

צורה קלה ומהירה של חומר בזמן ובחלל בעלמא, אלא אוקסימורון, פרדוקס, אובייקט מטפיזי. (Sobchack 134).

המורפ, אומרת סוביצ'ק, בניגוד לקאט ולטייק הארוך, מייצר משמעות הפיכה ומיוצג פיזית לא דרך השפעות חיצוניות או עבודה פיזית, אלא הוא תוצר של הרצון. הסרט **שליחות קטלנית** 2 (ג'יימס קמרון, 1991), שבו אפקט המורפינג פרץ לתודעה, ישמש לנו דוגמא מאירת עיניים שעולה בדיונים על המורפינג (וולף, סוביצ'ק). מלחמה גרעינית הרסה את לוס אנג'לס וחלקים מכדור הארץ נכחדו. השנה היא 1997, הסרט יצא לאקרנים ב-1991 כלומר- חזון אפוקליפטי. מספר ניצולים של כדור הארץ נשלטים על ידי רובוטים מאיימים. אז מופיע לאור היום "מלאך", ותפקידו להגן על מושיע עתידי, נער מקליפורניה ששמו ג'ון קונור, שיציל את האנושות מידי הרובוטים. חוסר הוודאות מתעצם בהופעתו של "הרע" שאינו מציית לחוקי הקיום, הפיזיקליים והביולוגיים, ואינו כפוף להם, הוא יכול לשנות את צורתו על פי רצונו. הוא בוקע מתוך להבות, מתגלה בדמות של שוטר, הוא יכול לעבור מבעד לסורגי מתכת ולבקוע מתוך אריחי הרצפה.

סוביצ'ק, מתייחסת לסרטו של קמרון ומסכמת כי במורפינג לא קיים פער זמנים ולא מכשולים להיווצרותו, לכן כה קשה "להרוג" מורפ כדמות נרטיבית. זאת מכיוון ש"להרוג" בהכרח חייב להתייחס לאובייקט שיש לו צורה או שהוא כמו האדם בר-חלוף. את המחסל ב-"שליחות קטלנית", אי אפשר להרוג, אלא רק לשלח אותו למצב ההתחלתי שלו, מצב של שלולית אמורפית. סוביצ'ק טוענת כי, עובדת היות סופו של המורפ בראשיתו מערערת את הבסיס של זמן קולנועי, כי כל אובייקט מצולם משעתק אובייקט אמיתי. לכל פעולה – מקור. אולם, האיש שאליו הופך המחסל ב"שליחות קטלנית" מעולם לא היה קיים. איך היררכיה בין המחסל בדמות השוטר למחסל בדמות הרצפה ממנה הוא "נולד".

לפיכך לטענתי, מהלך זה של "לידה" המתרחש לעיני הצופה, שנוצר באמצעות אפקט המורפינג, מממש את מציאות הסימולקרה, בורא מרחב שבו מציאות מדומה מתפקדת כמציאות ממשית. אם כך, הרי שבנקודה זו של הדיון חל מפנה משמעותי. לטענתי, השימוש במורפינג אשר גילוי ראשון שלו מצאנו אצל דירר עובר גם הוא "מטמורפוזה". תפיסת המציאות של דירר בפני הדיוקנאות שצייר היא תפיסה אריסטוטלית, תפיסה הנבחנת לפי מושג המימסיס – מושג מרכזי בניתוח האסתטיקה של האומניות כולן. תרגומים שונים של **הפואטיקה**, קנת מקליש (McLeish.29) מתרגמים מימסיס כ"חיקוי", "ייצוג" ו"הדמייה": "חיקוי" הוא ציור של דמות אנושית המעמידה פני אחרת: הכוונה היא להעלות בזכרונו של הצופה את האדם המחוקק. "הדמייה" יוצאת מאותה נקודת הנחה, אבל כאן הדומות מדויקת יותר. הכוונה היא לבטל כל יוזמה יצירתית מצד הצופה, לגרום לו להאמין שהדמייה היא המציאות. (McLeish 29). ואילו אצל סוביצ'ק מרחב המציאות שבו מתקיים מופע המורפינג מתפקד כמרחב שבו מציאות מדומה מתחזה למציאות ממשית. כפי שטענו, במציאות הסימולקרה לא מתקיים שוני אונטולוגי בין המחסל בדמות השוטר לבין המחסל בדמות הרצפה שממנה הוא "נולד", על כן ארתום את המודל של בודריאר (Baudrillard 253) לטענתי, ואומר כי מורפינג אינו אלא "בן טבעי" לו. לטענתי יצורי המורפינג מתפקדים כסימולקרות - העתקים שאיבדו את מקורם ובכל זאת מתפקדים כאילו היו המקור. קביעה זו שלי מרחיבה את גבולות טענתי, כפי שאראה בהמשך.

טענתו המרכזית של בודריאר היא, כי החברה המערבית, הפוסט-תעשייתית, חברת הטלוויזיה והאינטרנט, חדלה להאמין בעולם הדברים (המסמנים) והחליפה אותו בעולם הסימנים. לטענתו, החוויה התקשורתית הבסיסית בחיי היומיום היא פענוח בלתי פוסק של יער הסימנים שעל המסך, סימנים המציפים אותנו מכל עבר: שלטי רחוב, פרסומות, טלוויזיה, קניונים, פולחן הגיבורים המפורסמים. בתהליך התרבותי החדש שאלת המשמעות (Meaning) הקשורה לטבע הדברים האמיתיים מתחלפת בשאלת ההסמנה (Signification). בינינו לבין המציאות, בינינו לבין האמת, אומר בודריאר, מתייצבת מערכת טפילית חדשה שמתחזה לאמת:

הממשי מיוצר מתוך תאים ממוזערים, ממטריצות ומזכרונות, ממודלים של שליטה ומתוך אלה ניתן לשעתק אותו אינספור פעמים, הוא לא חייב יותר להיות רצינולי, מאחר שהוא אינו נמדד עוד ביחס לערכאה מסוימת, אידיאלית או שלילית הוא אינו אלא תפקודי, זו אינה עוד הממשות כיוון שאף מדומה אינו עוטר אותה יותר, זו היפר - ממשות. (Baudrillard 427).

במקום המציאות או מקבלים עולם תקשורתי המתקיים על ייצוגי מציאות. הסימנים הפכו לערך חברתי, בעולם המותגי העכשווי, כמו שהסחורה מייצרת את ערכה, תוך שהיא עוברת מיד ליד בשוק הצרכים והתשוקות. עולם זה, שבו סימנים ממוחזרים בינם לבין עצמם ומייצרים מציאות בדיונית שאיש אינו כופר עוד באמיתותה - בודריאר מכנה בשם "היפר-ריאליזם", או "היפר-ממשות", המציאות ההיפר-ריאליסטית משקפת עולם של ייצוגים שאיבדו את מקורם, ובכל זאת מתפקדים כאילו היו המקור: "נעלם ההבדל הריבוני בין האחד לשני (מקור והעתק) שהקנה קסם להפשטה." (Baudrillard 426). המציאות מתפקדת אפוא ברמה של סימולקרה, זו דוחקת את האמיתי החוצה, ותופסת את מקומו.

כדי להדגים נקודה תיאורטית זו, שבה דימוי טלוויזיוני מתקיים כסימולקרה, אביא את הדוגמה המצויינת של פיסק (Fiske, 174), אשר השתמש בדמותה של מרגרט תאצ'ר כראייה לטענת בודריאר:

מרגרט תאצ'ר המזייכת אל מצלמת הטלוויזיה ומשמיעה הערת אנב למיקרופון, בעודה פוסעת מן המסוק אל המכונית הממתינה לה, אינה פיסת מציאות שהדימוי שלה משודר אל מסך הטלוויזיה שלנו. היא היא הדימוי שלה עצמה. סגנון התספורת שלה אינו קודם בקיומו לדימוי הטלוויזיוני, וראיתו "בחיים" אינה חוויה אותנטית יותר מאשר ראיתו על מסך הטלוויזיה. החיוך, השיער העשוי בקפיצה והדברים שהיא אומרת לא היו שם אלמלא היו שם מצלמות הטלוויזיה, אלמלא היו הצופים. החיוך, השיער והדברים שהיא אומרת מתקיימים בו בזמן ובאופן זהה על מסך הטלוויזיה ובמנחת המסוקים, אין כל הבדל במעמד האונטולוגי, אין גם כל דרך שבה ניתן לומר שאחד מהם קודם לאחר או שיעתק אותו. כל אחד מהם הוא אמיתי/ מציאותי, או לא אמיתי/ מציאותי, בדיוק כמו האחר. היא סימולקרום, ואין היא יכולה להיות כל דבר אחר. (Fiske 177).

דוגמה זו של פיסק מאפשרת לי לשוב למודל של בודריאר. טענתו המרכזית של בודריאר היא, כי אין אתה צופה בטלוויזיה אלא הטלוויזיה צופה בך, הטלוויזיה גורמת לקוטביות להיעלם, בודריאר מאזכר את מקלהן (McLuhan 273) והקביעה שלו כי "המדיום הוא המסר", אלא, שבניגוד לו, אין בודריאר מסתמך על המסר - כי הרי מסר מציין היגד ספציפי ומוחשי של העולם - אלא טוען כי המדיום התמזג עם המסר: אתה הרוב, אתה החדשות, אתה מעורב. טלוויזיה, היא כבר לא מדיום של ספקטקל, אין יותר מדיום - הוא כעת חלק מהמציאות; המדיה הפכה למעין קוד גנטי ששולט בשינוי הצורה של האמיתי ל"היפר - אמיתי". (Baudrillard 273).

בודריאר כתב את המאמר בשנת 2000, ו"חזונו" מתממש בהיקפים שאולי לא שיער, והראייה - מספרן של תוכניות הריאליטי התופח כגולם שקם על יצרו. מושאי התשוקה של הצופה בתוכניות הריאליטי, מתפקדים במציאות המדומה שעל המסך כ"החיים האמיתיים", המציאות האמיתית היא המציאות הטל-ויזיונית {הדגשה שלי ל.ק.}, המייצרת עולם זוהר של מושאי תשוקה וכח, של פולחן הגוף, של תעשיות יופי שמגלגלות מיליונים, ומספקות רווחים עצומים לגופי התקשורת הרבים.

מכל זה נובעות שלוש מסקנות הגותנות מענה לשאלה כיצד תכונות המורפינג באות לידי ביטוי בתוכניות הריאליטי. א. מציאות טל-ויזיונית זו שבודריאר טען לה, מקבלת תוקף נוסף בעידן הנוכחי, עידן הצילום הדיגיטלי שבו פיתוח תוכנות המחשב מתקדם בלא הרף, ומייצר אמצעי המחשה בטכנולוגיה עתירת ידע. אפקט המורפינג שינה את המרחב הוויזואלי, שינוי המשפיע גם על תפיסת דימוי האני, ומעודד פתיחות רבה יותר לקבלת שינויים קיצוניים. לא בכדי משגשגת תעשיית הניתוחים הקוסמטיים ונהנית מקהל צרכנים המוכן להתמסר לתהליך המטמורפוזה בלי סייג. הידע של מיפוי השינוי ואפשרות החזוי של טכנולוגיית המורפינג בהדמיית מחשב, משמש תעשייה זו. תוכנת המורפינג מאפשרת לשנות חלק בפנים - לסת, אף, עפעפיים או סנטר - על ידי התאמתו למודל שאליו שואף השינוי. בתהליך השינוי מתבצעת התאמה בין שתי הדמויות, תהליך הקושר גודל, צבע, צורה, מיקום. בעזרת אינטרפולציה בין שתי הדמויות, כל נקודה מכופפת ועוברת שינוי, בדומה לפעולת שדה מגנטי. על כן זכה התהליך לכינוי "פיסול מגנטי". כך פועלת תוכנת המורפינג המייצרת טרנספורמציה מושלמת בקולנוע, בפרסומות ובקליפים כמו הקליפ המוכר "שחור לבן" (מייקל ג'קסון 1991), שבו 13 דמויות מתחלפות ביניהן: מזקן לצעיר, מגבר לאשה, מאפריקאי ללבן, מאסיאתי ללטיני. המורפינג "מאחד" אותן למרות ההבדלים ביניהן. לימים, כמה אירוני, מבצע זמר הפופ מייקל ג'קסון "פיסול מגנטי" בעצמו, דמותו הלכה והשתנתה לנגד עיני הצופים לאורך שני עשורים במעין מורפינג איטי משחור ללבן כמו בחזון השיר משנות התשעים בו הקסים את צופיו. די להביט בתמונת ילדות של הכוכב ולהשתאות אל מול המורפינג שכפה על עצמו.

ב. בתוכניות הריאליטי, בין המתמודדים לבין מושאי התשוקה שלהם, להיות "כוכב" כמו מדונה, "מומחה" כמו דוגלד טראמפ, נעשה תהליך של פיסול מגנטי של מורפ. מושאי התשוקה הן דמויות שאין בהן ניגודים, כולם זהות (Same). כלומר, מתממש בהן עוד עיקרון של מורפינג, העיקרון המאחד את השונה והאחר אל זהות/ כפילות (similitude) עצמית אחת. כפי שטענה סוביצ'ק, המורפינג מכיל את הטמעת האחר וגם את הטמעת השוני. היא מביאה את דוגמת סרטו של וודי אלן "זליג", שם מוצג רעיון דומה: זליג בדמות איש - זיקית, אדם שמשנתה כל הזמן, אדם שאין לו קיום, ההופך לסלבריטי. ככל שזליג מנסה להיטמע באחר -

להידמות לו לחלוטין - הוא הופך לישות חסרת קיום משל עצמה: "מצבו של זליג הוא מצבם של כל בני האנוש, והוא דומה למצבו של המורפ. הוא מונע ובד בבד מאשר תחושות מסורתיות של זהות עצמית ושל האפשרות להיפך לאחר או להטמיע את האחר בו. המורפ נוטה להציג שני צדדים בינריים, אך מנסה למחוק את ההבדלים, למחוק את שתי הנקודות מהן הוא צומח, תוך שינוי הומוגני חסר מאמץ והפיך". (Sobchack 140). זליג הוא הרדוקציה והורדה עד כדי אבסורדום של המושג סלבריטי; כלומר, הוא קיים רק במבטו של ההמון שגם לו אין כלום מעצמו. המון ואיש זיקית זה אותם פנים של אותו ריק.

ג. המורפ כמו תוכניות הריאליטי הוא אשליה המפתה לשינוי ללא מאמץ. סוביצ'ק השוותה זאת ל"חבלי לידה" (Sobchack 141) והדגישה את השוני בין המורפ שלא מצריך מאמץ, ואת יכולתו להתגבר בקלות על מכשולים כמו בדמותו של גיבור "שליחות קטלנית" - ובין העמל הקיים בזמניות האנושית והצורך בגילוי העצמי. תולדות האנושות סופרו כרצף של מכשולים ומאמץ להגשמה עצמית. "להיות" מוצג בחלל ובזמן כמאבק בלתי פוסק של האדם מרגע לידתו ועד מותו. לטענתי, מכאן סוד הקסם של המורפינג ושל תוכניות הריאליטי, בבחינת "הקלות הבלתי נסבלת של המציאות הטל-וויזיונית", המציעה השתנות מחוץ לזמן האנושי, מחוץ למאבק, ליגיעה ולכוח. המורפ כמו תוכניות הריאליטי הוא בו בזמן בדיוני וריאליסטי. אין מאחוריו ערכים של השגת שיויוניות, או צדק חברתי - אלא הוא מעצים את מיתוס השגת ההטרונגיות ללא מאמץ, יגיעה וכאב. המורפ ואיתו תוכניות הריאליטי היו למחזה יומיומי. על כן, בתוכניות הריאליטי מתרחשת הוויה הדומה לקביעתה של סוביצ'ק: התחלנו לשנות את עצמנו בצלמו של המורפ, לדמיין את עצמנו כמוהו, ישנו קשר בין הצורה המורפית לדמיונו, המייצר ערב רב של פיתויים כוזבים.

עובדת היותו של המדיום למציאות, כפי שקבע בודריאר, והיותן של תוכניות הריאליטי הוכחה כפולה ומכופלת לעוצמתה של הוויה זו - מספקת גם שלל דוגמאות קיצוניות. שתיים מהן ישמשו בסיס לסיכום טענותי. (האחת הסתיימה במוות והשנייה בהתבזות והגתכה עצמית). עוצמת הז'אנר מגיעה פה לשיאה ומוכיחה כי הסימולציה היא מקדש המאדיר דימויים של כוח, ממון ופרסום וההמונים מריעים לו.

סיפור התאבדותו של אחד המועמדים בתוכנית מציאות בשם "המתמודד", התפרסם בריבים. תוכנית ריאליטי זו הופקה על - ידי השחקן סילבסטר סטלונה, אשר ניצל את מעמדו והכטיח למצוא ולטפח מתאגרפים לעתיד. תנאי הקבלה תבעו מכל אחד מ-16 המתאגרפים לספק סיפור טוב ורקע מעניין. יחסי הציבור הבטיחו לציבור הצופים ספקטקל: "אתם תכירו את נשותיהם וילדיהם, את אימהותיהם", "יהיה מרגש מאוד". (נענע.חדשות. אפריל 2004). התוכנית עקבה אחר חייהם של המתאגרפים להם הובטחה הזדמנות להפוך ל"מתאגרף מקצוען" משנודע לאחד המועמדים, כי הוא עומד להיות מוחזק באחד משלבי התוכנית הוא התאבד. {הדגשה שלי ל.ק.}. סיום אכזרי זה סיפק עוד כותרת לגופי השידור והגדיל את אחוזי הצפייה בתוכנית. כמה מדייקת הכותרת "בידור עד מוות", שבחר גיל פוטסמן (Potsman, 1985) למאמרו, בו טען כי: הטלוויזיה אינה מבדרת, אלא שהיא עשתה את הבידור עצמו למתסרת הטבעית להצגת כל התבזות. [הדגשה שלי ל.ק.]. בידור הוא אידיאולוגיית-העל של השיח הטלוויזיוני כולו. לא חשוב מה מתואר בו או מאיזו נקודת מבט. (Potsman, 83).

להנאה זו נוסף לטענתי, סיפוק נוסף: עונג חזותי הדומה לזה שמייצר אפקט המורפינג המלבה את יצריו של הצופה. עתה נשוב אל חוויית הצפייה בתוכניות הריאליטי המייצרות את הסלבריטאי התורן. תוכנית הריאליטי היא משחק מתוקשר בקדימונים הגיונים מחזמר רכילותי הממלא את טורי העיתונים ואת אתרי האינטרנט, וזו

סיבת הצלחתה. על כן דואגים מפיקה "למתוח" אותה על פני זמן רב ככל שניתן, הצופים מזוהים עם גיבורי הסדרה ומלווים ב"מתח" את תהליך הפיכתו של גיבור התוכנית מברוזון מכוער לברבור. ריטואל ההשפלה והצהלה כפי שכבר נטען, מלווה את חווית הצפייה. "הברבור" או "הדוגמנית", שחלומם התגשם, זוכים במעמד המיוחד של הסליבריטאי התורן, ודמותם כובשת את המסך, עתה הם ניצלו מהאנונימיות המשממה והפכו לדימוי טלוויזיוני. הוא יהיה ל"שגריר", והיא תהיה ל"דוגמנית" נזשקת כמו שירז טל. נינט, גיבורת "כוכב נולד" של העונה הקודמת הפכה לסליבריטאית מצויה, והתוכניות הבאות תכליתן לייצר "נינטיות" נוספות בדמותה. עד כמה מוכנים רבים להשתתף בהזדמנות הניתנת להם בתוכניות הריאליטי, יעיד מקרה ערוץ הלוויין, שבישר על שידור פארודיה על תוכנית ריאליטי בשם "השפוט", ("The Assistant"). זו תוכנית ריאליטי שמביאה את סיפורם של צעירים שאפתנים שרוצים להיכנס לתעשיית הבידור בכל מחיר. באפריל 2005 התפרסמה ב-ynet כתבה שאצטט ממנה במדויק, שק רצף הפרטים מצייר מציאות שעולה על כל דמיון:

ל-12 המתמודדים הודיעו שהם עומדים להתחרות על תפקיד שידור (הדגשה שלי ל.ק.) סליבריטאי מהשורה הראשונה... מי שחיסה להם באחווה המפוארת היה הקומיקאי אנדי דיק, סליבריטאי סוג ד', שנכנס פחות או יותר לנעליו של דונאלד טראמפ ומתפש לעצמו עוזר. המתמודדים מגיעים לאחווה המפוארת, מקבלים את התואר "ביצ'ז", ישנים על מיטות צבאיות במוסך וכל בוקר מעירה אותם סירנה ומערכת כריזה. הם צריכים להפגין את כישוריהם כעוזרים אישיים לכוכב נפוח שמעביר אותם שורה של מטלות בזווית, למשל: למצוא עדשה שאבדה בתוך הבריכה, לזכות בשמו בתחרות ריצה, לאלף את החתול שלו. (YNET, תרבות 8.3.05). {8}

כאמור, המתמודדים מוכנים לעשות הכל כדי לזכות בתואר הנכסף, גם אם הוא רק עוזר סליבריטאי מהשורה הראשונה. אחוזי הרייטינג של תוכניות הריאליטי מעידים על הצלחה מסחררת, הרייטינג הוא מה שהעם רוצה, עוד אשליה, תקווה, הזדמנות להפוך לדימי - סמל להצלחה, שאינה אלא בבואה, סימולקרה שהמדיום עצמו יצר.

## סיכום

בדיראר מייחס את כל מהלך קריסת האמיתי לקפיטל, המעצים את כוחו מהרס מושאי ההתייחסות, תוך כדי העלמת כל הבדל בין אמיתי לכוזב. וטוען כי הכוח אינו מייצר דבר, אלא סימנים לקיומו, וכעת הוא עצמו הופך לסימולציה של כוח ולמקדש המאדיר אפקטים של כוח. (Horrocks 24) טענותי הוכיחו כי, תוכניות הריאליטי הן דוגמה האופיינית לכלכלה חדשה המייצרת, כמו בסרט נע, את הייצוגים הטלוויזיוניים שעל - פיהם אנו מנהלים את חיי הרגש והאהבה שלנו. זהו סמל לתרבות שבה דימויים אלו נצרכים כאילו הם נמצאים על מדף הקניות בסופרמרקט, מדף המציע ערב רב של פיתויים כוזבים. "נינט", "שרון", "יואב" ואחרים, מציפים את המרקע. ביצת זהב זו של התעשייה מתגמלת בכסף רב הן את גיבורי התוכנית שהשילו מאחוריהם את דמותם

האפורה לטובת דימוי טלוויזיוני:

ייצור תוכניות ריאליטי בהיקפים גדולים.

בקונטקסט של תהליכי הגלובליזציה שעוברת התרבות בשני העשורים האחרונים, שבהם מחריפים פערים חברתיים וגדל הקיטוב בין עשירים לעניים, תוכניות הריאליטי, מציעות נזילות חברתית תרבותית; הן מוכרות תקוות ואשליות.

אשוב עתה אל דירר, אמן הרנסנס הנאמן לתפיסה האריסטוטלית. כל אחת משש הדמויות שיצר על - ידי הזת פרט בפניה קיבלה אישיות בעלת הבעת פנים המביעה את אופיה. שיקוף המימסיס, התהליך הראשי באמנות, לא היה עניין של אינדוקטרינציה מוסרית, אלא בעיקרו עניין של חיקוי (סלקטיבי) של המציאות וכלל אפשרות של השפעה מוסרית. על כן הוא כרוך בהתכוונות אל ה"אופי", בשאיפה למידות הטובות כפי שהגה אריסטו ב"אתיקה", כי האופי של האדם מבטא את האופן שבו הוא ממלא את תפקידו, ואם ינהל את חייו על פי תורת המידות יביא עצמו למצב של "אושר" אופטימלי. היפוך הנורמות מתרחש בעידן הפוסטמודרני שבו ערכים מאבדים את משמעותם ועודפות טכנולוגית מייצרת במדויק את מסמני המציאות. עתה מטמיעה הטכנולוגיה את האשליה של העולם לתוך טלא - מציאות, (telereality), היא סופגת את הבדוי לאופני הייצוג הריאליסטיים שלה, היא רותמת אותם לתוך 'זמן אמת', ומשדרת אותם 'בשידור חי'. תוכניות הריאליטי מציפות את המסכים, ומוכרות את נוסחת ה"אושר" העכשווי שבה מתקיימת רדוקציה והורדה עד כדי אבסורדום של המושג סלבריטי, כלומר הוא קיים רק במבטו של ההמון שגם לו אין כלום משל עצמו. המון המבקש לעצמו טרגספורמציות, אמון על פעולות המורפינג המייצרים אותו ריק של מקל קסמים – ההופך ברווחן מכוער לברבור. על כך אומר בחיזון מר, כי לא לברבור הזה התכוון אלברכט דירר ברישומי הפנים שלו כשחיפש אחר הגיון המבע בפנים האנושיות.

## ביבליוגרפיה

אריסטו, **האתיקה**, מהדורת ניקומאכוס, תרגום: יוסף ג' ליבס, הוצאת שוקן, 1985.

הורקוס, כריסטופר (1999), **בוזריאר המלניזם**, ספריית הפועלים. הוצאת הקיבוץ הארצי השומר הצעיר. הקדמה: ד"ר דוד הורוביץ. עמ' 7-22.

גיל, פוטסמן (2000), **בידור עד מוות: השיח הציבורי בעידן עסקי השעשועים**. תרגום: אמיר צוקרמן. ספריית הפועלים. הוצאת הקיבוץ הארצי השומר הצעיר. פרק 6. עמ' 75-87.

פיסק, ג. (1991), **בתקשורת כתרבות**, מקראה, כרך א', עורכות תמר ליבס ומירי טלמון, האוניברסיטה הפתוחה. מתוך: J.Curran and M. Gurevitch (Eds.), *Mass Media and Society* (pp.55-67) London:Edward Arnold

פרדריק, ג'יימסון (2001), פוסטמודרניזם או ההגיון התרבותי של הקפיטליזם המאוחר. תרגום: עדי גינצבורג - הירש, הוצאת רסלינג.

קנת מק'ליש (2001) אריסטו, **על הפראטיקה לאריסטו**. תרגום: אמיר צוקרמן. ידיעות אחרונות. ספרי חמד. ספרי עליית הגג.

Baudrillard, J. (1984), "The Precession of Simulacra" *Art After Modernism: Rethinking Representation*, Ed.,B.Wallis D.A. Godine, Publisher,.

Sobchack, V. (2000) "At the Still point of the Turning World", *MetaMorphing* Ed Vivian Sobchack, Minnesota UP,pp.131-158.

Wolf, Mark.j.p. (2000) "A brief History of Morphing" in *Meta- Morphing*, Ed. Vivian Sobchack, Minnesota UP.,pp. 83-102.

#### אינטרנט

הולר, רועי, 8/3/05 "דרוש שפוט", תרבות. Ynet. <http://www.Ynet>

#### פילמוגרפיה

שליחות קטלגית 2 - (1991) ג'ימס קמרון  
האלמנט החמישי - (1997) לוק בסון  
גברים בשחור - (1998) זונגפלד בארי  
הענק (2003) אנג לי  
סטאר טרק - (1991), ניקולאס מאייר  
זליג - (1983), וודי אלן

קליפ לטלוויזיה:

מייקל ג'קסון (1991) - שחור לבן