

מבט מפלה: גזענות ובידול חברתי בין אשכנזים למזרחים בישראל הצעירה

עודד היילברנר

“צחק שאול מסוריה, בחור בעל ראש שחור מתולתל, שנשא לאשה את פנינה ווידנפלד הבלונדינית מבריסל [...] שמואל הבלונדיני תכול העניים וחוויר הפנים נשא את מרים שחורת השיער [...] עליזה טוויל (הסורית) נשואה כיום לפישל [...] ולהם שני ילדים בלונדיים”¹.

התפיסות הגזעניות בחברה הישראלית בימינו הן בעלות היסטוריה ארוכה. דבריהם של העיתונאים דלעיל ורבים אחרים מעלים שאלות חשובות על דרך התרקותם של דימויים גזעניים ושל קוד ה'לובן' בתרבות החזותית הישראלית.² במאמר שלהלן נבחנת שאלת הסטריאוטיפים המזרחיים בעשור השני למדינת ישראל בעזרת פרסומות למוצרי צריכה, בעיקר ניקיון וקוסמטיקה, שהופיעו מדי פעם בעיתונות הישראלית. בצמוד להן נדפסו ידיעות על דפוסי התנהגות, מעשי פשע, עבריינות ואלימות, לרוב של עולים מארצות אסיה ואפריקה. בעזרת תיאורים מלימודי התרבות החזותית אני מבקש לעמוד על משמעות ההנגדה בין 'צבע', הצגת מוצרי צריכה 'לכנים', נקיים ומערביים, ובין 'אינפורמציה', תיאור דפוס התנהגות בעייתי של עולים מארצות האסלאם. לטענתי אותם דימויים וכוונות

* תודה לד"ר אורי ביתן על העריכה ועצות מדעיות ותוכנות.

1 עורד גור, 'שחור בלבן', עין בעין: שבועון מצויר למשפחה, 25.12.1957, עמ' 10-11.

2 ב'קוד הלובן' הכוונה ל-'קוד גנטי' תרבותי המתבטא במכלול שלם של מאפיינים של חברה מסוימת ובהם שפה, גוף, צבע עור. בהקשר הישראלי ראו, שרה חזנסקי, 'עייניים עצומות לרווחה: על תסמונת הלבקנות הנרכשת בשדה האמנות הישראלית', תיאוריה וביקורת, 20 (2002), עמ' 57-86; מיכל חכם, 'האוטו ירוק, החלב מבריא והביצה עברית: קולוניזציה ו"הלכנה"', בתוך: סיוון שטאנג ונועה חזן (עורכות), תרבות חזותית בישראל, תל אביב 2017 (להלן: חכם, האוטו ירוק), עמ' 526-577; נועה חזן, 'חזיון ראווה של כוח ממסדי בצומת שבין גזע למגדר', סוציולוגיה ישראלית, 14, 2 (2013) (להלן: חזן, חזיון ראווה), עמ' 339-371.

תרמו לגיבושן ולהעמקתן של דעות מפלות וגזעניות בקרב חלק מקוראי העיתונים כלפי אותם עולים.

חזותיות מערבית, הגמוניה חזותית, משטר המבט וגוף האחר במודרניזם האירופי

ההבחנה בין גוף בריא לגוף חולה הייתה מרכזית בתרבות המודרניסטית במחצית הראשונה של המאה העשרים, הן בקודים והן בפרקטיקה.³ המונח 'מודרניזם' מתייחס כאן לתרבות של הקפיטליזם המאוחר, בעיקר לאחר מלחמת העולם הראשונה.⁴ הבניית הזר כאחר מאיים וכאויב האקזוטי אפיינה תרבות זו, שבה שררה דיכוטומיה בין הנורמלי לסוטה, בין המלוכלך והחולה לבריא ולנקי, ובין שומר החוק לפושע, וקבעה את יחסה לאחר, לשונה מן התרבות האירופית הלבנה והבריאה. זיהוי הבריא, סימון החולה והרחקתו היו בין התנאים ליצירת חברה בריאה פיזית ונפשית.⁵

בדומה לאירופה, גם בישראל של שנות השישים רווח המצב המודרני, דהיינו מפגש בין טכנולוגיה, קפיטליזם ותרבות חזותית אשר התפתחו בהשפעות אירופיות. חוקרים הראו כי הבניית האחר בישראל, השפה והמבט המפלים, תרמו לעיצוב קהילה לאומית ישראלית מדומיינת ולאבחנות אתניות-גזעיות.⁶ כמו כן גם בישראל מילאה התרבות ההגמונית

3 Sander Gilman, *Stand up Straight: A History of Posture*, London 2018 (להלן: גילמן, תעמרו ישר).

4 עודד היילברונר, 'מודרניזם: מצב רוח, מצב תודעת, סגנון או זרם?', בתוך: עודד היילברונר ומיכאל לוי, *איך אומרים מודרניזם בעברית*, תל אביב 2010, עמ' 27-66.

5 Roger Griffin, 'Series Preface', in: Marius Turda, *Modernism and Eugenics*, London 2011, pp. xi-xii; Tim Armstrong, *Modernism, Technology and the Body: A Cultural Study*, Cambridge 1997, pp. 2-3; Nina G. Jablonski, *Living Color: The Biological and Social Meaning of Skin Color*, Berkeley, CA 2012; Gabriel Josipovici, *What Ever Happened to Modernism*, New Haven, CT 2010, p. 12; Michael Bell, 'Primitivism: Modernism as Anthropology', in: Peter Brooker (ed), *The Oxford Handbook of Modernism*, Oxford 2010; Richard Dyer, *White*, London New York 2007; Mike Hill, *Whiteness: A Critical Reader*, New York 1997; Fae Brauer, 'Introduction', in: Fae Brauer and Anthea Callen (eds.), *Art, Sex and Eugenics: Corpus Delecti*, Hampshire 2010, pp. 1-36 (להלן: בראואר וקלן [עורכים], אומנות, מין ואאוגניקה); עודד היילברונר, 'הצפנה/פענוח והמפנה התמונתי בשיח הפוסטקולוניאליסטי', *תיאוריה וביקורת*, 37 (2010) (להלן: היילברונר, הצפנה/פענוח), עמ' 306-320.

6 אליעזר בן רפאל, אבי בראלי, אפרים יער ואורי כהן (עורכים), *ישראל והמודרניזם: למשה ליסק ביובלו*, שדה בוקר 2002 (להלן: בן רפאל ואחרים [עורכים], ישראל והמודרניזם); עודד היילברונר, 'הויקטוריאנים הישראלים: דאגות ואינחת בקרב הבורגנות הישראלית בעשור השני', *עיונים בתקומת ישראל*, 28 (2018) (להלן: היילברונר, הויקטוריאנים הישראלים) עמ' 128-168; אורית רוזין, חובת האהבה הקשה: יחיד וקולקטיב בישראל בשנות החמישים, תל אביב תשנ"ח (להלן: רוזין, חובת האהבה הקשה); חזן, חזיון ראויה; ענת הלמן, בגדי הארץ החדשה: מדינת ישראל הצעירה בראי הלבוש והאופנה, ירושלים תשס"ב; אמיר בן פורת, היכן הם הבורגנים ההם: לתולדות הבורגנות הישראלית, ירושלים 2000; אורי כהן, 'האוניברסיטה העברית והריבוד המעמדי-עדתי בעשור הראשון',

האשכנזית, בעלת היומרה המערבית, תפקיד מרכזי ביצירת תודעה גזענית כלפי האחר. אולם המקרה היהודי-ישראלי נבדל מזה האירופי משום שהמפגש בין העולים מארצות ערב לתושבים הוותיקים או לעולים מארצות מזרח אירופה ומרכזיה היה חלק מתהליך מהפכני של בניין אומה באמצעות הגירה. בניגוד למצב ששרר באירופה, נועדו העולים מארצות ערב והאסלאם להיות חלק מהאומה הנבנית, ולפיכך היו האפליה והגזענות הישראלית בעלות מאפיינים ייחודיים.⁷ לכך יש להוסיף את היחס החיובי למסורות המזרח התיכון ולתרבות הערבית, בפרט בקרב חלקים מן האוכלוסייה היהודית הוותיקה שחיה כאן דורות, בעיקר ספרדים בני היישוב הישן. מפגשים עם עולי ארצות אסיה ואפריקה לא תמיד היו אפוא בעלי אופי מפלה או מתנשא, אם כי לעיתים קרובות היו כאלה.⁸

הגוף האירופי והאחר בכותרות הישראליות

בעזרת היבט אחד של אסטרטגיית הדרה והכלה של הזר, האחר המזרחי בתרבות הישראלית, אני מבקש להראות כיצד האחר, בעיקר עולים חדשים מארצות אסיה ואפריקה, היה נוכח/ נפקד בעיתונות היומית הישראלית, בעיקר בפרסומות ובכרוניקה היומיומיות, כיצד קראו קוראי העיתונים את אותן כרוניקות ופרסומות שתרמו לביסוסה ולהעמקתה של אסטרטגיית ההכלה וההדרה בחברה הישראלית. על רקע היבטים תיאורטיים והיסטוריים של התרבות החזותית ושל מאפייני המבט ההגמוני יתמקד הדיון בתרבות הישראלית החזותית בעשור השני למדינה. דיון זה ייעשה בעזרת ניתוח היבטים צורניים ותוכניים של פרסומות למוצרי צריכה. כמו כן ייסקרו כרוניקות יומיות שעסקו בדפוסיה ההתנהגות אלימים ועבריינים של עולים מארצות אסיה ואפריקה. לאחר מכן אדון במשמעות 'מבט המבט' (The Gaze) (Regime) בהקשר החברתי של הופעת הפרסומות והכרוניקות, של זהותם החברתית של

בתוך: אבי בראלי, דניאל גוטוויין וטוביה פרילינג (עורכים), חברה וכלכלה בישראל: מבט היסטורי ועכשווי, שדה בוקר 2005; דני גוטוויין, 'החלוציות הבורגנית: תרבות פופולרית והאנוס של מעמד הביניים הממסדי, שירי נעמי שמר, 1956-1967', בתוך: מאיר חזן ואורי כהן (עורכים), תרבות, זיכרון והיסטוריה: בהוקרה לאניטה שפירא, ירושלים 2012 (להלן: גוטוויין, החלוציות הבורגנית), עמ' 746-685; Avi Bareli and Uri Cohen, *The Academic Middle-Class Rebellion Socio-Political Conflict over Wage-Gaps in Israel*, Leiden 2017

7 ירון האזרחי, 'השיח הפוסט קולוניאלי הישראלי', קתרסיס, 15 (2009), עמ' 10-21 (להלן: האזרחי, השיח הפוסט קולוניאלי). ירון צור אפיין את הלאומיות היהודית כשרויה במתח בין אתוס לאומי שוויוני לאתוס קולוניאלי אירופי של היררכיות בין 'מזרח' ל'מערב'; מכאן אפשר להסיק אולי על המאפיינים הייחודיים של האפליה בישראל של עולי מדינות אסיה ואפריקה לאחר הקמת המדינה. ראו ירון צור, 'הזהויות המודרניות של יהודי ארצות האסלאם: האופציה היהודית הערבית', פעמים, 127-125 (2011), עמ' 45-56.

8 איתמר אבן זוהר, 'הצמיחה וההתגבשות של תרבות עברית מקומית וילידית בארץ ישראל, 1882-1948', קתדרה, 16 (1980), עמ' 165-189 (להלן: אבן זוהר, הצמיחה וההתגבשות של תרבות עברית); בועז לב טוב, 'שכנים נוכחים: קשרים תרבותיים בין יהודים לערבים בארץ ישראל בשלהי התקופה העות'מנית', זמנים 110 (2010), עמ' 42-55.

יוצריהן, ושל הקהל שלו נועדו. לצד המחקר המגוון הקיים, יכולים ההקשר והאופן של הצגת הישראליות (החזותית) ההגמונית כנגד אלה של עולי ארצות אסיה ואפריקה, להדגים כיצד התגבשו דפוסי אפליה, הרחקה והגזעה בישראל של אותה תקופה.⁹ מכלל ההיבטים של חקר האתניות וההבדלה המעמדית-אתנית בישראל אני מאמץ שניים. האחד הוא נקודת המבט הפוסט-קולוניאלית, העוסקת באתניות כקטגוריה אנליטית ופוליטית ומטרתה לזהות אופני התהוות זהות אתנית מתוך יחסי כוח.¹⁰ השני הוא נקודת המבט הפרגמטית-פנומנולוגית, שרואה באתניות תופעה דינמית הנתונה למשא ומתן מתמיד, בדגש על הפרט ועל המשמעות שהוא מעניק לזהות זו במסגרת הבנתו את המבנה האתני-ריבודי בישראל. הדגש בה הוא על ההקשרים החברתיים, הכלכליים והתרבותיים שבהם חי ופועל היחיד, מנכס אותם ומשתמש בהם למיקום ומיקום מחדש.¹¹ אחד המאפיינים החשוב למאמר זה של נקודת מבט זו הוא אופני התארגנות האשכנזיות או האתניות הלבנה או 'קוד הלוכין'.¹²

המבט ההגמוני המערבי ותוצאותיו

בעקבות מאמרו החשוב של הסוציולוג גיאורג זימל, 'הזר',¹³ הראה המחקר כיצד הבנתה החברה המערבית את הזר כשונה וכאיוב. ג'יימס ורנון סבר שהמפגש עם השונה והזר עיצב את המעמד הבינוני הבריטי ואת הזהות האנגלית המודרנית במאה התשע-עשרה. אומברטו

- 9 הטקסט המרכזי על הגזענות הישראלית על כל מאפייניה נכתב בידי יהודה שנהב וחנון חבר, *גזענות בישראל*, תל אביב 2000. לביקורת בונה על הספר ראו האזרחי, *השיח הפוסט קולוניאלי*. אני מבדיל בין 'גזענות' (racism), שאותה מגדיר ג'ורג' פרדריקסון כ'ערכים של קבוצה אתנית בעלת מעמד מוגן ופריוילגיות בולטות לעומת קבוצה או קבוצות אחרות, שנחשבות, בגלל שושלת משפחתית פגומה (defective ancestry), לבעלות מאפיינים חברתיים רלוונטיים שמונעים מהם חברות מלאה בקהילה או זכות לאזרחות במדינת לאום', ובין (שוב פרדריקסון) 'הגזעה' (racialism), שהיא הפעלת גזענות כלפי האחר, או צורת גישה או פנייה אל האחר (George Fredrickson, *The (racism as attitudinal)*, *Comparative Imagination on the History of Racism, Nationalism and Social Movements*, Berkely, CA 1992, pp. 80, 85 (להלן: Fredrickson, *The Comparative Imagination*)).
- 10 גיא אבוטובול, לב גרינברג ופנינה מוצפי-האלר (עורכים), *קולות מזרחיים: לקראת שיח מזרחי חדש על החברה והתרבות בישראלית*, גבעתיים 2005; חנון חבר, יהודה שנהב ופנינה מוצפי-האלר (עורכים), *מזרחיים בישראל: עיון ביקורתי מחודש*, תל אביב 2002; יהודה שנהב, *קולוניאליות והמצב הפוסטקולוניאלי*, תל אביב 2004.
- 11 אורנה ששון-לוי, גיא בן פורת וזאב שביט, 'מבוא', בתוך: הנ"ל (עורכים), *מראי מקום: זהויות משתנות ומיקומים חברתיים בישראל*, ירושלים 2016, עמ' 7-25.
- 12 אורנה ששון-לוי כתבה על פרקטיקת סימון הגבולות בין אשכנזים למזרחים לשם שימור היררכיה תרבותית: אורנה ששון-לוי, 'אבל אני לא רוצה לעצמי זהות אתנית: סימון גבולות ומחיקתם בשיחים עכשוויים של אשכנזיות', *תיאוריה וביקורת*, 33 (2008), עמ' 101-129.
- 13 גאורג זימל, 'הזר', בתוך: הנ"ל, *כיצד תתכן חברה ומאמרים נוספים*, תרגמה מרים קראוס, בני ברק 2012, עמ' 252-256.

אקו כתב על המצאת האויב כדרך לביסוס שליטה של אליטה חברתית ותרבותית.¹⁴ דיוויד סימפסון עוסק בהצגת הזרים (שאינם לבנים) בספרות האנגלית בראשית המאה התשע-עשרה. הסופרים תיארו את תחושת הזרות שעורר האחר, השפיעו על הגזענות וסייעו להפוך את המוכר לזר ואת הזר למוכר.¹⁵

ניתוח מבטו של האחר המוצג כאן מבוסס על גישתו של ג'ון ברג'ר בתחום התרבות החזותית. הוא טען שיש להתבונן ביחסי הגומלין בין מערכות חיים ולא לפצלן למרחבים תרבותיים נפרדים.¹⁶ מחקר התרבות החזותית מדגיש את יכולתם של בעלי הכוח להנחיל את האידיאולוגיה שבה הם מאמינים באמצעות המבט ההגמוני, ולכפות אותה על החברה כולה.¹⁷ ניקולס מירזוף טוען כי לצד פרויקט הנאורות של המאה השמונה-עשרה, שבו הרציונל הכתיב את הגדרת האדם המשכיל, הנאור, הופיע המושג 'חזותיות מערבית' / 'מראה מערבי' / 'מראה של איש המערב' (Western Visuality), אשר נחשב נעלה על מי שאינו מערבי.¹⁸ דילן ייטס וג'ון קואו וויי צ'ן סברו כי 'המראה ציין עליונות [...] של הציוויליזציה'.¹⁹ בעת התגבשות הגזענות כלפי 'הסכנה הצהובה' (yellow peril) בסוף המאה התשע-עשרה 'החזותי' הפך לתחושת התרבות 'ואופני המבט על האחר (הסיני 'הצהוב') היו עדות לעליונות המערבית על זו המזרח-אסיאתית.²⁰ דוגמאות אלה מראות כיצד הקטגוריות מזרח ומערב ארגנו את המושגים הערכיים בצורה מרחבית פשטנית כדי להחיל אותן על קבוצות שלמות באנושות שהודרו מהמרכז ההגמוני. בעזרת התרבות החזותית הן תרמו להברלה בין ברברים לבני תרבות, בין הפנים הטוב לעומת החוץ הרע, בין 'אנחנו' בעלי הערכים הנעלים ובין 'הם' הדוחים את ערכי הציוויליזציה.²¹

הגזענות, מקומו של האחר והמגע עמו בתרבות ובחיים האירופיים התאפיינו, לדברי טוני בנט (Bennett) וג'ף אילי (Eley), ב'תסביך תצוגתי-ראוותני' (Exhibitionary Complex) וב'גני חיות אנושיים' שבהם המגע האירופי עם הזר, עם האחר, עם האקזוטי והשונה בא לידי ביטוי בעיקר באמצעות סוכני משנה כתצוגות עירום, קרקסים, מופעי מוזרויות (freak shows), סרטים, הופעות, כרזות, גלויות, ביקורים במוזיאונים ובכפרי אפריקנים וספרי

-
- 14 אקו, להמציא את האויב, ירושלים 2016. James Vernon, *Distant Strangers. How Britain Became Modern*, Berkeley, CA 2014; אומברטו
- 15 David Simpson, *Romanticism and the Question of the Stranger*, Chicago 2013; Helen Young, *Race and Popular Fantasy Literature*, New York 2016, p. 10
- 16 ג'ון ברג'ר, על ההתבוננות, תל אביב 2012 (להלן: ברג'ר, על ההתבוננות).
- 17 סיכום מצוין של הנושא ראו אצל Marita Sturken et al. (eds.), *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*, London 2010
- 18 Nicholas Mirzoeff, *The Right to Look: A Counter-history of Visuality*, Durham 2011
- 19 John Kuo Wei Tchen, Dylan Yeats, *Yellow Peril!: An Archive of Anti-Asian Fear*, London 2014, p. 21
- 20 שם, עמ' 20.
- 21 Maria Boletsi and Christian Moser (eds.), *Barbarism Revisited: New Perspectives on an Old Concept*, Leiden 2016, pp. 11-26

הרפתקאות. כל אלה תיווכו בין האירופי למזרחי, בין הגוף הבריא לאחר, השונה.²² אבקש להתעכב לרגע על מופעים חזותיים גזעניים אלה שישמשו הן מסגרת הן קנה מידה לתופעות הישראליות שאתאר בהמשך.

'תסביך תצוגת־ראוותני', 'גני חיות אנושיים' וניתוק כמעט מוחלט בין האחר לחברה הלכנה שלטו במטרופולין הקולוניאלי האירופי לפחות עד שנות השישים של המאה העשרים. תפיסות האסתטיזציה והארוטיזציה בתרבות האירופית של הגוף הלבן לעומת הגוף הכהה ה'מכוער', ה'א־אסתטי' וה'פגום' הביאו לקידום תורת האאוגניקה שבלטו בה, לצד היבטים הומניים כמניעת מחלות ושיפור חברתי, גם יסודות מפרידים בין 'בריא' ל'חולה', ואשר עוררה בעיקר לאחר מלחמת העולם הראשונה אהדה הולכת וגוברת לתיאוריות שביקשו לסלק, להפלות, לעקר ולהשמיד קבוצות שאינן פרודוקטיביות כמושבות האירופיות ובאירופה עצמה. עם זאת אנו יודעים היום יותר על תהליכי העברת דימויי הגוף המערבי, על תפיסתם והתקבלותם בקרב ההמונים בעזרת קרקסים, מופעי 'פריקים' ברחובות אירופה, מוזיאונים, סרטים והרצאות פופולריות. ברור שדימויים אלה, המכונים במחקר 'המפנה התמונתי',²³ הפכו לאובייקט התבוננות ששיקף שינוי באופן שבו אנו מביטים בגוף ובכך תרמו תרומה מכרעת לדיון העכשווי על מקורות הרעיונות של הגזעה, הפליה ולבסוף השמדה באירופה במחצית הראשונה של המאה העשרים.²⁴ דוגמה טובה לתהליך זה באירופה המודרנית הייתה שכוחות השימוש בדימוי 'מפלצת' או גוף מעוות במופעי פריקים, עבדים ושאר ילידי מושבות שהיו בעלי מבנה פיזיולוגי ופיגמנטי שונה מהמקובל במערב. המקרה הידוע לשמצה של שרה ברטמן (Bartman), 'ונוס ההוטנטוטית' מדרום אפריקה וסבב הופעותיה בכריטיניה ובצרפת, הוא הדוגמה המפורסמת ביותר.

תצוגות הראווה הקולוניאליסטיות באירופה ובארצות הברית מן המאה התשע־עשרה ועד שנות הארבעים של המאה העשרים היו פופולריים מאוד. מיליוני אנשים נהרו לאותם אזורים או מקומות יישוב שבהם רוכזו מופעי הראווה הללו בלב גרמניה והולנד לקרקסים, למופעי פריקים, לתערוכות, למופעי חיות בלב ערי אירופה, לסרטים ולהצגות של האחר,

22 היילברנר, *הצפנה/פענוח*; Tony Bennett, *The 'Exhibitionary Complex' Bew Formation*, London 1988, pp.73-102; Geoff Eley, 'The Trouble with Race', in: Rita Chin et al. (eds.), *After the Nazi Racial State Difference and Democracy in Germany and Europe*, Ann Arbor, MI 2009; David Olusoga, *Black and British: A Forgotten History*, London 2016; Pascal Blanchard, Nicolas Bancel, Gilles Boetsch, Eric Deroo, Sandrine Lemaire and Charles Forsdick (eds.), *Human Zoos: Science and Spectacle in the Age of Colonial Empires*, Liverpool 2008 (להלן: *בלנשרד ועמיתיו* [עורכים], *גני חיות אנושיים*); Paul Gilroy, *There Ain't no Black in the Union Jack*, London 1987; Bill Schwarz, *Memories of Empire*, volume I: *The White Man's World*, Oxford 2011

23 על המפנה התמונתי ראו *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago, IL 1994 Mitchell, W. J. T., 'Pictorial Turn', in: *ibid*.

24 Alison Bashford, Philippa Levine (eds), *Oxford Handbook of the History of Eugenics*, Oxford 2012; *בראוור וקלן* (עורכים), *אומנות, מין ואאוגניקה*.

לשיעורי אנטומיה ציבוריים בכיכרות העיר ולאירועים של 'גני חיות אנושיים', שילמו כסף והעשירו את היזמים. אלה מצידם שילמו מס למדינה, וזו גרפה מאותם מופעים הון כספי ותרבותי ואף לגיימיציה פוליטית. מופעי הפריקים ואתרי הופעות חיות של ילדים במרכזי ערי אירופה ציינו נקודת מפנה במיקומם הגיאוגרפי הפיזי של הזרים. אם עד תחילת המאה התשע־עשרה אפשר היה לתאר את ילידי המושבות, לצייר אותם וללמוד עליהם בנגיעה, במישוש ובהתחככות בהם בלב אפריקה או הודו (רק מעטים 'זכו' לכך), הרי שמן המאה התשע־עשרה ואילך הם הובאו לערי אירופה, כפריה ובתיה. שינוי מקום זה היה לא רק בעל ממד גיאוגרפי אלא אף אנושי, שכן לראשונה יכלו האירופים לא רק לדמיין את האחר אלא להביט, לגעת, למשש ולהתחכך בו במגרש הביתי שלהם. אפשר היה לצפות במופעי אמזונות בלב יערות אירופה, בתצוגות הפולקלור האפריקני שייבא לגרמניה האמרגן הקולוניאליסט קרל הגנבק (Karl Hagenbeck), במוזיאון/מעבדה לאנטומיה של ד"ר יוזף קן בלב כיכר פיקדילי בלונדון (שבו אפשר היה למשש 'פלאים אנטומיים' של נשים ממושכות בריטיות ולהתרשם מהם), בתצוגות מערב פרוע בלב שלזוויג־הולשטיין הירוקה שבצפון גרמניה או במופעי פריקים של דמויות שעוקרו לאחר הופעותיהן בקוני איילנד ובניו יורק.²⁵

המבט החמקמק

כיצד הביטו האירופים ותושבי צפון אמריקה הלכנים על 'גני החיות האנושיים'? עלינו להכיר בחמקמקות המבט וייחודו בכל תרבות. לכל תרבות חזותית יש מאפיינים ייחודיים שנובעים מתרבות לאומית, מהיסטוריה וממסורות מקומיות. ההבניה והפרקטיקה החברתיות של המבט כוללות אופני מבט וצפייה שונים.²⁶ מיזורף הראה כיצד אלמנטים חזותיים בדימוי מאפשרים שליטה של השלטונות במבט. הדימוי כולל סיווג (הבחנה בין המוכלל למודר, בן הקבוצה הזרה), הפרדה (פיזית בין אלמנטים באופן הצגתו; לדוגמה פרסומות כנגד כרוניקות עיתונאיות) ואסתטיקה (המכלול החזותי שבו הסיווג וההפרדה נראים טבעיים ואסתטיים, שומרים על הטעם הטוב ועל המהוגנות של הדמויות החזותיות המופיעות בדימוי).²⁷ לא רק המבט טעון במשמעויות; גם דרך הצגת הדימוי והמוטיבים המרכזיים שבו חשובים להבנת המציאות החברתית.²⁸ דימוי בצילום, בתמונה או בפרסומת מורכב מאיך־ספור משמעויות. לא רק אלה שלהן התכוון יוצר הדימוי באופן מודע או לא־מודע, אלא גם אלה של בעל המבט על הדימוי. פרשנות זו מעניקה חשיבות לא רק לעיצוב הדימוי ולתכנונו, אלא גם להקשרו החברתי. כדי להבין את משמעות המבט הישראלי על הכרוניקות

25 בלנשרד ועמיתיו (עורכים), גני חיות אנושיים.

26 על המבט החמקמק (The Elusive Gaze) שאפשר לפרשו בדרכים שונות ראו במאמר קלאסי Victoria Best, 'Mastering the Image: Photography and the Elusive Gaze', *French Cultural Studies*, VIII (1997), pp. 173-181, וגם: היילברנר, הצפנה/פענוח.

27 Nicholas Mirzoeff, 'Introduction', in: idem (ed), *The Visual Culture Reader*, London and New York 2013

28 ברג'ר, על ההתבוננות.

ועל דימויי הפרסומות בעיתונות הישראלית עלינו להבין תחילה את הרבדים והמשמעויות של המבט הישראלי שבו אני עוסק כאן.

פרסומות וכרוניקות בעיתונות הישראלית בעשור השני למדינה: כוחה של ההגדרה

העשור השני לקיומה של ישראל היה שקט יחסית לזה הראשון. בשנת 1958, שנת העשור למדינה, החלה מדינת ישראל לצאת מתקופת הצנע הארוכה שהחלה בתחילת העשור. שיכונים – מפעלי בנייה אדירים – החלו להיבנות, ואט-אט פונו המעברות מיושביהן. תהליכי התברגנות הורגשו יותר ויותר. במחצית השנייה של שנות החמישים אפשר לרבר על הופעתו של מעמד בינוני חדש שעזמו נמנו טכנוקרטים, אנשי מדע, מורים, עיתונאים וסופרים, חוקרי אוניברסיטה, פקידיים ועוד – רובם המכריע אשכנזים. לצד המגזר הציבורי הלך וגדל המנגנון הממשלתי ההסדרותי ועזמו גם המגזר הפרטי וכמובן אינטרסים פרטניים, אידיאל האינדיווידואליזם ותרבות הצריכה.²⁹ דני גוטוויץ מונה את מיתון המתח בין שתי הקבוצות 'חלוציות בורגנית' – הכלתו של המעמד הבינוני החדש באתוס החלוצי. העיסוק במקצועות החופשיים והטכנוקרטיים 'הפך [...] להגשמה חלוצית'.³⁰ אפשר לטעון כיום בביטחון כי בחברה הישראלית של סוף שנות החמישים ושנות השישים התרופפה ההגמוניה הקולקטיביסטית של העשורים הקודמים, והתפתחה חברה תוססת יותר עם קולות רבים של קבוצות שונות בחברה הישראלית.³¹

האם קוראי העיתונות בעשור השני למדינה נמנו עם כל השכבות בחברה הישראלית? אפשר לומר בביטחון שהמבטים בפרסומות וקוראי הכרוניקות נמנו ברובם עם הקבוצות ההגמוניות, דהיינו עולים וותיקים, ילידי הארץ ועולים חדשים מארצות אירופה. אליהם הופנו הפרסומות. בסקר ייחודי בקרב קוראי עיתון הארץ נמצא שמרבית קוראי העיתון בסוף שנות החמישים היו 'זכרים, מבוגרים, נשואים, בעלי השכלה על-יסודית ילידי אירופה, ותיקים, שכירים שמקצועם חופשי או טכני ובעלי הכנסה בינונית לפחות'. כעשור לאחר מכן, ב-1971, עדיין נמצא שהאוכלוסייה הוותיקה והמבוססת (שהייתה אשכנזית ברובה)

29 אמיר בן פורת, כיצד נעשתה ישראל קפיטליסטית, תל אביב 2010; חמי שיינבלט, 'לתפוס את אמריקה': תהליכי אמריקניזציה בחברה הישראלית 1958-1967, תל אביב 2017 (להלן: שיינבלט, לתפוס את אמריקה); היילברונר, הויקטוריאנים הישראליים. על התגבשות המעמד הבינוני החדש בשנות החמישים ראו לאחרונה, Avi Bareli and Uri Cohen, *The Academic Middle-Class Rebellion: Socio-Political Conflict over Wage-Gaps in Israel, 1954-1956*, Leiden 2018.

30 גוטוויץ, החלוציות הבורגנית, עמ' 694.

31 היילברונר, הויקטוריאנים הישראליים; הנ"ל, 'צריכת ספרות פורנוגרפית ופניקה מוסרית בשנות השישים', עיונים בתקומת ישראל, 31 (2019) (להלן: היילברונר, 'צריכת ספרות פורנוגרפית'), עמ' 40-1; אריה קראמפף, המקורות הלאומיים של כלכלת שוק, ירושלים 2014; Orit Rosin, *A Home for All Jews: Citizenship, Rights, and National Identity in the New Israeli State*, New York 2016.

קוראת יותר עיתונים מהאוכלוסייה הפחות מבוססת.³² אם כן, לא רק יוצרי הפרסומות והכרוניקה – המאיירים, הפרסומאים, העורכים הכתבים, המביאים לדפוס והמאיירים – היו יוצאי אירופה, אלא גם רוב ציבור הקוראים, שהיו שותפים כנראה לתפיסתם החזותית של הראשונים.³³

כיצד הביטו הקוראים בפרסומות ובכרוניקות העיתונאיות, או נכון יותר לשאול, כיצד חשבו הפרסומאים והחוקרים שהקוראים הביטו? אין מידע רב בנושא זה. משרדי הפרסום בישראל החלו באותה תקופה לערוך מחקרי שוק כדי להבין את השפעת הפרסומות על הציבור ואת הכוונתה לציבורים מסוימים. ראו לדוגמה דיון בשוק הפרסומות: 'אנו חיים בארץ קטנה מאד. שיטות שיווק מודרניות מתחילות רק כעת להיכנס לישראל. אחד הדברים החסרים כאן זה מכון לחקר דעת קהל הבודק באופן אמפירי את צרכי השוק. יש סוכנויות פרסום בארץ העוזרות לנו למכור מוצר אך אינן בודקות את דעת הקהל, [אלמוני] משתתף בפאנל'.³⁴ מסקרים מעטים שנערכו עולה שקוראי העיתונים קראו גם מודעות פרסומת. הם לאו דווקא סמכו עליהם,³⁵ אף שסמכו יותר על מודעות בעיתון מאשר על כרזות ברחוב ועל פרסומות ברדיו או באולם הקולנוע.³⁶ למרות הספקולטיביות של הדיון להלן, אפשר

32 עוזי פלד, מנוי הארץ כקורא וכצרכן, ירושלים 1962, עמ' 3 (להלן: פלד, מנוי הארץ). עירא כהנמן, הישראלי העירוני כקורא וכצרכן: אפיונים של הקוראים הקבועים של העיתונים היומיים ושל השבועונים וירחונים, המבקרים בקולנוע ובעלי תכניות רכישה של מוצרים ברי-קיימא, ירושלים 1971 (להלן: כהנמן, הישראלי העירוני כקורא וכצרכן).

33 ראו על מדיניות הפרסום בכתב העת יקינתון. ידיעות אחרונות היה נפוץ גם בקרב עולי ארצות אסיה ואפריקה, אולם צוות העיתון ועורכיו היו עולים מאירופה וותיקי היישוב היהודי. על ציבור הקוראים של עיתון הארץ באותן שנים, ועל אפיונים חברתיים של קוראי עיתונות יומית בכלל, ראו פלד, מנוי הארץ; כהנמן, הישראלי העירוני כקורא וכצרכן. פלד בדק מי הביט בפרסומות בעיתון הארץ והושפע מהן, ומי אף קנה את העיתון בעקבות כך. ראו גם מרדכי נאור, 'העיתונות בשנות החמישים', בתוך: צבי צמרת וחנה יבלונקה (עורכים), העשור הראשון תש"ח-תשי"ח, ירושלים 1997 (להלן: צמרת ויבלונקה [עורכים], העשור השני), עמ' 215-226; מרדכי נאור, 'העיתונות בשנות המדינה הראשונות', בתוך: הנ"ל, רבותי, העיתונות: פרקים בקורות התקשורת הכתובה בארץ, תל אביב 2004, עמ' 230-240.

34 המרכז הישראלי לניהול, פיתוח מוצרים חדשים: קובץ הרצאות, תל אביב 1964, עמ' 30. ראו גם טל אריאלי, 'כיצד "למכור" תכניות חסכון', בתוך: המרכז הישראלי לניהול, עידוד החיסכון על ידי מוסדות בנקאיים, תל אביב 1961 (להלן: אריאלי, כיצד למכור), עמ' 41.

35 בסקר של פלד אמרו 87 אחוז מקוראי הארץ שהם קוראים 'איזה שהוא חלק מן המודעות', 47 אחוז טענו שהם קוראים את המודעות 'לעיתים קרובות' ו'לעיתים קרובות מאוד', 22 אחוז חשבו שאפשר בדרך כלל לסמוך על הכתוב במודעות, 48 אחוז סברו כי 'לפעמים אפשר ולפעמים אי אפשר לסמוך על הכתוב במודעות'. ראו: פלד, מנוי הארץ, עמ' 42.

36 בסקר דעת קהל שערך המכון למחקר חברתי שימושי עלה שרוב קוראי הארץ (76 אחוז) חשבו שאפשר לסמוך יותר על מודעה בעיתון מאשר על מודעות המופצות בצינור פרסום אחר. 87 אחוז ממנוי הארץ קראו חלק ממודעות העיתון. בעלי מקצוע עצמאים התעניינו יותר משכירים במודעות מסחריות ופרסומיות. ראו: תדריך לפרסומאים: מתוצאות המחקר בין מנוי הארץ שבוצע על ידי המכון למחקר חברתי שימושי, ירושלים 1963, עמ' 2.

לגבש מסקנה מסוימת על אופן ההתבוננות והקריאה בעיתונות ממחקרים ישראליים בני התקופה שעסקו בתרבות חזותית, ומתגובות קוראים.

מחקר שהתפרסם ב־1968 בכתב העת הסוציולוגי הישראלי מגמות בדק סטריאוטיפים לאומיים בקרב ילדים והגיע למסקנה כי צילומים שבהם הופיעו אשכנזים התקבלו בחיוב ובאהדה על רוב האוכלוסייה בקבוצת המדגם לעומת כאלה שבהם הופיעו מזרחים.³⁷ על השפעת הפרסומות על מערביותה של החברה הישראלית אפשר ללמוד מכתבה על קבוצת נערים עולים מארצות אסיה ואפריקה, שטענו באוזני מדריכה כי בהשפעת קריאת פרסומות בעיתונים (בין היתר) הם מעוניינים לעזוב את המושב שבו הם חיים, 'לעשות כסף', לקנות נוספה (כפי שראו בפרסומות) ולחיות כמו באירופה.³⁸ לעומת זאת מחקר של המכון למחקר חברתי שימושי בתחילת שנות השישים על השפעת צינורות תקשורת שונים על שימוש במרגרינה בקרב כמה מאות עקרות בית ממוצא אשכנזי ומזרחי, מצא שרק שלישי מן הנשאלות זכרו מודעות פרסומת מן העיתון, רובן ממוצא אשכנזי; השאר זכרו מרכיבים רבים או מסוימים בהן.³⁹ רוב עקרות הבית לא הושפעו באופן ניכר מתוכן המודעה.⁴⁰ אולם אין די במבט ההגמוני כדי להסיק מהם דפוסי הכלת המידע והפעולה הנובעת מקריאת כרוניקות הפשע והפרסומות של צידן. ניתוח הפרופיל של קוראי העיתונים מביא אותנו למסקנה שהמבט על הכרוניקות העיתונאיות ועל האירורים הנלווים לפרסומות היה מערבי אירופי. כיצד קשרו קוראי העיתונות בין לובנן של הפרסומות לכהותן של כרוניקות הפשע, ההייגינה הלוקיה והעצלות המזרחית המוצמדות אליהם? כאן עלינו לשוב לתיאוריות מתחום התרבות החזותית. רולאן בארת, שחקר את 'המסר צילומי', עמד על היחס שבין האזור לטקסט: קריאת תצלום היא היסטורית ותלויה בידע של הקורא. רק אם נלמד את הסימנים

37 ישעיהו רים, 'סטריאוטיפים לאומיים אצל ילדים', מגמות, כרך טז, גל' 1 (1968), עמ' 45-50. כתב העת מגמות ייצג את המגמות המרכזיות והממסדיות בקרב חוקרים, פסיכולוגים, סוציולוגים ואנתרופולוגים ישראלים שהיו במידה רבה מוטים אידיאולוגית וחברתית. ראו ברוך קימרלינג, 'שמואל נוח אייזנשטדט: בין ביקורתיות לשמרנות דינמית', בתוך: חנה הרצוג וטל כוכבי (עורכים), דורות, מרחבים, זהויות: מבטים עכשוויים על חברה ותרבות בישראל, ירושלים 2007 (להלן: קימרלינג, אייזנשטדט). כתב העת הצטיין בפרסום מחקרים שניסו להוכיח את עליונות התפיסה החזותית וההבנה הטקסטואלית של ילדים ונערים אשכנזים על זו של ילדים יוצאי ארצות המזרח. ברוך צדיק, 'תלות בשדה אצל בני-המזרח ובני המערב', מגמות, כרך טז, גל' 1 (אוקטובר 1968), עמ' 51-58; ראובן פוירשטיין ומ' מישל, 'פרצפציה וציור אצל הילד הצפון אפריקאי', מגמות, ט (1958), עמ' 157-162.

38 שלום יעקב, 'מלבטיו של הנוער במושב חדש', מענית, (1959), עמ' 13-19.

39 המכון למחקר חברתי שימושי בהנהלת לואי גוטמן היה משנות החמישים ועד שנות התשעים המוסד המרכזי בישראל לחקר תפיסות חברתיות ופוליטיות בקרב הציבור הישראלי. ראו, גבי וימן, הסיפור החלוץ של חקר דעת הקהל בישראל: המכון למחקר חברתי שימושי 1947-1997, חיפה 2015.

40 יהודית ט' שובל ואליהו ל' גוטמן, היחס למצרכי מזון מוכנים: מחקר בין עקרות בית בתל אביב ובבאר שבע, ירושלים 1962, עמ' 27-30. מגמה דומה, המדגישה את השפעת הפרסומות על נשים בישראל אם כי באופן מוגבל, אפשר למצוא במחקרו על עוזי פלד, מני הארץ.

המרכיבים את התמונה נוכל להבין, לקרוא את הצילום.⁴¹ הדימוי נקלט באופן מידי על ידי מטא־שפה פנימית ששקועה בידע שצבר המביט. בארת טען שככל שהטקסט קרוב יותר לשפת הדימוי הוא נראה פחות כמפרש אותו ויותר כמתמזג בו. האם אפשר להבין מניתוח זה של בארת שסמיכות מיקום הפרסומות לכרוניקות הפשע יצר מתח, צרימה והתנגדות בין הלבן לשחור, בין הפרסומת לסבון עבור בחורה חייכנית ובהירה לסיפור על אנס מזרחי בעל חזות כהה? חוקר התרבות החזותית, יוסי נחמיאס, מסביר פער זה באמצעות המושג 'אתחול חזותי' מלימודי הקוגניציה. לטענתו, כאשר טקסט כתוב וטקסט ויזואלי צמודים, החזותי מתפקד כגירוי מקדים 'המעודד דלייה בלתי מודעת של דימויים ממאגר הזיכרון החבוי. הטקסט המילולי עובר בתודעת הקורא תהליך של "אתחול חזותי" אשר במהלכו מפתח הקורא־המתבונן אהדה והזדהות אסוציאטיביות כמו גם ביקורת וריחוק אנליטיים'. אם כן יש למקם את הדימוי החזותי, יהא זה הצילום או האיור, בתוך התהליך החברתי הניבט לעינינו לא רק מתוך הדימוי אלא אף מתוך הטקסט הנלווה, בין שהוא ממוקם במתכוון ליד הדימוי ובין שבאופן אקראי.⁴²

הפרסומות

באותו עשור התפתחה תרבות הצריכה הישראלית. ב־1958 נפתח בתל אביב הסופרמרקט הראשון. בחנויות החלו להיראות יותר ויותר מוצרי צריכה מסוגים שונים, החל בקוסמטיקה, היגינה, בית, מזון וכלה במוצרי צריכה חשמליים. באמצע שנות השישים חלה גם עלייה ניכרת ברכישת מכוניות פרטיות.⁴³ כל אלה באו לידי ביטוי בפרסומות מאוירות בשחור לבן בעיתונות הישראלית.

מנגד, בד בבד עם גידול המעמד הבינוני התפתח גם הפרולטריון המזרחי: עובדים מקצועיים ועובדי כפיים חסרי מיומנות מקצועית.⁴⁴ הם מצידם, כפי שטוענים רבים ובראש

41 Raphael Samuel, 'Reading the Signs', *History Workshop Journal*, 32, 1 (1991), pp. 88-109

42 יוסי נחמיאס, 'הפליטים בצילום: מבט אוניברסאלי מול מבט מקומי', סטודיו, 124 (2011), עמ' Jennifer V. Evans, 'Seeing Subjectivity: Erotic Photography and the Optics of Desire', 27

American Historical Review, 118, vol. 2 (2013), p. 430-462

43 שיינבלט, לתפוס את אמריקה. על ההיסטוריה החברתית של העשור השני נכתב עד כה מעט יחסית. ראו, עודד היילברונר, הויקטוריאנים הישראלים; צבי צמרת וחנה יבלונקה (עורכים), העשור השני; תום שגב, 1967: והארץ שינתה את פניה, ירושלים 2010; גוטוויין, חלוציות בורגנית.

44 על היעדר הכשרה מקצועית בקרב העולים מצפון אפריקה בעיקר, ראו לדוגמה בכנסי אנשי תעשייה של המכון הישראלי לניהול שבהם מנהלי מפעלים התלוננו על כך. א' ברלר, 'הגורמים החברתיים-כלכליים המשפיעים על התנהגות בעבודה', המרכז הישראלי לניהול, משמעת עבודה במשק הישראלי, קובץ הרצאות, תל־אביב 1965, עמ' 4-5; רבקה בר יוסף, 'משמעת עבודה', שם, 1961, עמ' 27-28, 55. בכנס נוסף טען משה צור, מנכ"ל משרד המסחר והתעשייה, לפני מנהלי מפעלים: 'אם אנהג בפרובוקציה אשאל: מקרב הציבור היושב פה, מי יעדיף לשלוח את בניהם לבית ספר מקצועי וכמה מהם יחשבו [...] שהוא צריך ללכת להשכלה הומנית'. המרכז הישראלי לניהול, תכנית פיתוח התעשייה בישראל

1965-1970, תל־אביב 1964, עמ' 56.

ובראשונה שמואל נוח אייזנשטדט, 'הוסללו לחקלאות ולפריפריה ("אזורי פיתוח") לא מתוך צרכי משק המדינה וודאי לא מתוך רצונם שלהם, אלא מתוך רצון לעצב ככל האפשר את חייהם החברתיים בהתאם לאוריינטציות ולערכים של החברה הקולטת'.⁴⁵ העלייה מצפון אפריקה, שנמשכה כל אותה תקופה, השלימה את המהפך הדמוגרפי שהגדיל את חלקה של האוכלוסייה המזרחית בישראל. אולם רוב הנוער המזרחי בישראל לא זכה לרכוש השכלה על-יסודית, ודרכו אל המעמד הבינוני המתפתח, המגזר הציבורי והמקצועות החופשיים, הייתה חסומה. התעשייה הישראלית המתפתחת קלטה חלק מכוח האדם המזרחי, בפרט בעיירות הפיתוח. רוב מזרחי היה אפייני לשכונות העוני הוותיקות, לעיירות הפיתוח ולשיכונים של מפוני המעברות ומושבי העולים. החלוקה המעמדית, המצוקה והעוני קיבלו גוון עדתי. להלן יוסבר כיצד היווצרות מעמד בינוני אשכנזי לעומת פרולטריון ושוליים מזרחיים כוננו בידול חברתי-כלכלי, שהמבט המפלה והמנוגד – בפרסומות ובכרוניקות – מאשש אותה תרבותית.

המחקר העוסק בהיסטוריה של אפליית המזרחי בתרבות החזותית התרכז עד כה בעיקר בביטוייו בקולנוע הישראלי. לאחרונה החלו להתפרסם מחקרים שבודקים אפליה זו בתחומים חזותיים נוספים.⁴⁶ ביטוי נוסף לתרבות חזותית מפלה זו היו הפרסומות למוצרי צריכה. בכל התחומים הוצגו תהליכים דינמיים של הבניה חברתית-תרבותית. אלא שכפי שאראה כאן, הפרסומות פנו אל המעמד הבינוני החדש והישן, האשכנזי ברובו, ואילו כרוניקות הפשע והאלימות דיווחו על השוליים החברתיים, המזרחים בעיקרם. הניגוד בין השניים ביטא מבט מפלה: מבט הגמוני אשכנזי, אירופי ומערבי המפריד בין מרכז אשכנזי לשוליים מזרחים, מאשש תרבותית את הבידול ומוסיף ממד תרבותי לבידול החברתי, המעמדי והעדתי שהתבסס באותה תקופה. לסיכום, המבט מכונן את הבידול המעמדי עדתי כחלק מהסדר התרבותי.⁴⁷

45 מצוטט אצל קימרילינג, אייזנשטדט, עמ' 465. על השימוש בפרסומות להעמקת 'קוד הלובן' והרחקת 'האחר', 'הזר', 'הצבעוני' בתרבות האמריקנית, ראו, Julian Sivulka, *Stronger than Dirt: A Cultural History of Advertising Personal Hygiene in America, 1875 to 1940*, New York 2001; Brown, Kathleen, *Foul Bodies: Cleanliness in Early America*, London 2008

46 ראו מחקריהן של חכם, האוטו ירוק וחזן, *חזיון ראווה*.

47 הספרות על כינון הבידול המעמדי-אתני בישראל הצעירה רבה ומתעצמת משנה לשנה. למאמר חלוצי בנושא ראו, עוזיה כוזם, 'תרבות מערבית, תיוג אתני וסגירות חברתית: הרקע לאי-השוויון האתני בישראל', *סוציולוגיה ישראלית*, א (תשנ"ט), עמ' 385-428. סקירות של כיוונים מרכזיים במחקר אפשר למצוא אצל אריה קיזל, *הנרטיב המזרחי החדש בישראל*, תל אביב 2014; איתן כהן, *המרוקאים: הנגטיב של האשכנזים*, תל אביב 2016. מנקודת המבט של התרבות החזותית ראו את מחקרה הקלאסי של אלה שוחט, *הקולנוע הישראלי: היסטוריה ואיריאולוגיה*, תל אביב 1991 (להלן: שוחט, *הקולנוע הישראלי*); הנ"ל, *הקולנוע הישראלי: מזרח/מערב והפוליטיקה של הייצוג*, רעננה 2005; וכן יוסף רוז, 'מסומנים: ההבניה של הלובן האשכנזי בקולנוע הציוני', בתוך: יגאל נזרי (עורך) *חזות מזרחית: הווה הנע בסבך עברו הערבי*, תל אביב 2004, עמ' 123-135; Yaron Shemer, *Identity, Place and Subversion in Contemporary Mizrahi Cinema in Israel*, Ann Arbor, MI 2013, pp. 27-41

פרסומות בעיתונות הן טקסט של התרבות הפופולרית, 'חפצים תרבותיים' שנותנים ביטוי וצורה לדאגות ולשאיפות המקובלות על הרוב בחברה מסוימת בזמן נתון. אין הן מבטאות מציאות חברתית, אבל הן מאפשרות להעריך מהם הרעיונות והדימויים שרווחים במקום מסוים בקרב אוכלוסייה מסוימת.⁴⁸ פענוח קודים של פרסומות בעיתונות בידי הקהל הנמען יכול לתת לנו כלים להבנתה של סביבת היום-יום של האזרח.⁴⁹ ביום-יום הישראלי בישראל הצעירה, כפי שבא לידי ביטוי בפרסומות, התעלמו מן העולה החדש מארצות אסיה ואפריקה. הדמויות שהוצגו בפרסומות היו של בני מעמד בינוני: גברים ונשים בלבוש אירופי, משפחות קטנות, מוצרי השמל, דירות למעמד המבוסס, השכלה על-תיכונית ומוצרים אחרים שהיו מחוץ להישג ידם של רוב העולים החדשים מארצות אסיה ואפריקה. רוב הדמויות בפרסומות היו בעלות מראה אירופי, בהירות, לעיתים בהירות שיער. אף על פי ששיער בהיר מאפיין מיעוט בקרב יהודים אשכנזים הוא שימש כסמן יוקרתי של אירופיות.⁵⁰ המראה האירופי הובלט בפרסומות, במיוחד של מוצרים שאמורים להשפיע על המראה החיצוני – קוסמטיקה, לבוש, מזון שאמור להפוך את הילד לבריא – בריאות ש'קוד הלוכך' מייצג על ידי מראה.

הנה כמה דוגמאות.⁵¹ אישה צעירה, בהירת שיער, מצהירה על העדפתה לגברים המשתמשים במי פנים טירל כשלצידה גבר צעיר, בהיר אף הוא, שאמור מן הסתם להשתמש במוצר.

48 Pamela Swett, *Selling under the Swastika: Advertising and Commercial Culture in Nazi Germany*, London 2012, p. 7 (להלן: סוויט, למכור מתחת).

49 נושא הפרסומות בעיתונות הישראלית נחקר לעומק, כולל מחקרים העוסקים בעשור הראשון. ראו חכם, האוטו ירוק; נתי אוראלי, ההיבט התרבותי של פרסום סיגריות בישראל, עבודת מוסמך, אוניברסיטת תל אביב 1989; אסנת רוט-כהן, התפתחות תעשיית הפרסומות בישראל: תהליכים תקשורתיים, כלכליים, חברתיים, טכנולוגיים וגלובליים, עבודת דוקטור, אוניברסיטת בר אילן 2012; אביבית אגם דאלי, מחוזות חפץ: נופי פרסומות בישראל, תל אביב 2010 (להלן: אגם דאלי, מחוזות חפץ); עירית זאבי, דבר המפרסם: שפת הפרסומות הישראליות כראי החברה, תל אביב 2017 (להלן: זאבי, דבר המפרסם); הנ"ל, 'אבדן הפשטות: הרטוריקה של הפרסומות בעיתונות היומית הישראלית בעשור הראשון', מסגרות מדיה, 5 (2010), עמ' 84-112; יעל קדרון, דימויי נשים בפרסומות לסיגריות בעיתונות נשים בישראל בשנים 1947-2001, עבודת מוסמך, אוניברסיטת בן גוריון 2009; משה לוי, 'אתה זוכה המדינה זוכה. פרסומי הגרלות בישראל הסוציאליסטית-קולקטיביסטית', סוגיות חברתיות בישראל, 10 (2010), עמ' 6-28.

50 Victoria Sherrow, 'Hair Color', idem, *Encyclopedia of Hair: A Cultural History*, Westport, Connecticut and London 2006, pp. 77-79

51 ראו זאבי, דבר המפרסם; חכם, האוטו ירוק.



איור 1. מי פנים טירל, הארץ, 16 בינואר 1958, עמ' 4

פרסומת ל'מי שער אנטיביוטי – ביוקפיל' מציגה גבר ואישה בהירים מביטים במראה לאחר התזת מי השיער בעלי השם הלועזי והיומרה הרפואית, שהפך כנראה את שערם לבריא, דבר המומחש על ידי מראם הבהיר.



איור 2. מי פנים ביוקפיל, הבוקר, 27 בינואר 1958, עמ' 3

לא פעם הופיעו ילדים בהירי שיער כסמך יוקרתי לאירופיות, ללובן, כלומר לבריאות, בפרסומות למוצרי מזון: חלב, גבינה לבנה. בדוגמה שלפנינו זוג הורים וילד בעלי מראה אירופי קוראים לאכילת פריגורט – יוגורט עם פירות שמוצג כסמך בריאות.⁵²



איור 3. בעונת החורף פריגורט תנובה, היום, 12 בינואר 1966, עמ' 4

לפחות עד אמצע שנות השישים התעלמו הפרסומות בדרך כלל מעולים מארצות אסיה ואפריקה ומילדיהם. עיריית זאבי, חוקרת בולטת, ואחרים טוענים כי ימי התום של המדינה משתקפים אף באופי העיצובי והאינפורמטיבי של הפרסומות. הפרסומות משקפת הן את המוצר הן את ההקשר התרבותי-היסטורי-חברתי למציאות בארץ ובעולם. המשק היוצר, האדם העובד, סולידריות חברתית, פיתוח המדינה ומעמדו של העם, טוענת זאבי, היו מוטיבים מרכזיים בפרסומות בעיתונות.⁵³ אלה היו כמובן מרכיבים במוטיבים ההגמוניים בשנות החמישים והשישים, אולם לא בפרסומות. רוב הפרסומות בעיתונות לא עסקו במוטיבים אלה אלא בפרסומות לתרבות החומרית של הישראלים – סיגריות, אוכל, מוצרי חשמל, בית אופנה והיגיינה ועוד – והגוף ושפת הגוף החסון היו במרכזן.⁵⁴

הפרסומות בעשור השני לקיומה של ישראל אימצו דגמים מערביים מודרניסטיים והזכירו בעיצובן ובתוכניהן פרסומות אירופיות מאותה תקופה ומהתקופה שבין שתי מלחמות העולם. חלקן הועתקו בשלמותן מעיתונות זרה ונוספו להן כתוביות בעברית, כפי שטוענת אביבית אגם דאלי במחקרה על פרסומות בעיתונות הישראלית החל בסוף שנות השישים: 'עצם ההופעה של הפרסומות על גבי דף העיתון העברי ומשמעותם התרבותית של הסימנים החזותיים שהופיעו בה: בין אם מדובר בפרסומת שנוצרה בארץ או בכזו שיובאה

53 זאבי, דבר המפרסם, עמ' 39-58.

54 על גוף יציב כסימן היכר לגוף מערבי בריא ראו, גילמן, תעמדו ישראל.

מחו"ל והותאמה לעיתון. כלומר, הדימוי החזותי שהופיע בפרסומות נבחן במחקר משום שהוא נושא משמעות תרבותית וסוציולוגית.⁵⁵ תהליך גראמשיאני זה של עיצוב ההגמוניה בחברה הישראלית כמערכת היה דינמי ולווה כדיאלוג מסוים עם קבוצות מוכפפות, אך בעיקר בחשש מהן. הכוונה כמובן לקבוצות כערכים הישראליים, היהודים עולי ארצות אסיה ואפריקה, הדתיים והחרדים. נראה שבישראל בראשית שנות השישים התנהל משא ומתן כזה בעיקר בשולי המרכזים התרבותיים והפוליטיים של המדינה.⁵⁶

לא רק הפרסומות היו בסגנון מודרניסטי אירופי. רוב המעצבים והמאיירים, עורכי עמודי המודעות, האחראים לעמודי הגרפיקה והגלפופות היו ממוצא מרכז אירופי או הושפעו מן הסגנון המודרניסטי האירופי בתקופת לימודיהם. מוצרי הצריכה שהם איירו ייצגו את התרבות שממנה צמחו או הושפעו.⁵⁷ תכני המודעות ייצגו את רוח התקופה, דהיינו עליית האינדיווידואליזם וחשיבות הקניין הפרטי. אורח החיים הצרכני הנכון היה מערב אירופי, היגיני, רציונלי, בריא. לצד כלים אחרים בהכניית תרבות הגמונית מערבית, היו הפרסומות אמצעי להצגתה של התרבות האירופית, שיווקה והצדקת עליונותה.⁵⁸ מן הפרסומות השתמע קשר ברור וחד-משמעי בין הדימוי למוצר עצמו. כטקסט מודרניסטי הן התמקדו במוצר

55 אגם דאלי, *מחוזות חפץ*, עמ' 42. על תפקידם של מעצבים, פרסומאים וחברות פרסום ממרכז אירופה בעיצוב העולם הפרסום הישראלי ראו גיליון מיוחד של *יקינתון*, כתב העת של ארגון מרכז יוצאי אירופה. גיליון נושא, 'מסע הפרסום מאירופה לארץ ישראל', *יקינתון*, 286, ספטמבר 2017.

56 דוגמה למשא ומתן בין ההגמוניה למוכפפים בשולי התרבות הישראלית ראו ביחס לספרות תועבה ישראלית. היילברונר, *צריכת ספרות פורנוגרפית*. אנטוניו גראמשי הדגיש את הקשר הדינמי ואת המשא ומתן (הדמיוני) שמנהלים ההגמונים עם המוכפפים, ואף את יכולתם של הראשונים לקלוט אלמנטים מן התרבות של האחרונים כדי לשמר את שליטתם עליהם. דומה שבישראל בראשית שנות השישים אולי התנהל משא ומתן כזה בעיקר בשולי המרכזים התרבותיים והפוליטיים של המדינה.

57 רשימה חלקית של מאיירי פרסומות בעיתונות הישראלית בשנות החמישים המאוחרות: אריה מוסקוביץ (לידי הונגריה), גרד רוטשילד (גרמניה), האחים שמיר (לטביה), פרנץ קראוס (אוסטריה), אוטה וואליש (צ'כיה), דן רייזנגר (יוגוסלביה), דן גלברט (גרמניה), פול קור (צרפת). אף חלק מן הסדרים ועורכי העמודים הפנימיים בעיתונות היו ממוצא אירופי. כך לדוגמה בעיתון *הארץ* עורך המודעות והגלפופות היה ש' פראנק. בעיתון *על המשמר* היה מרכזי חלמיש עורך העמודים הפנימיים ובידיעות *אחרונות* היה עורך הגרפיקה ג'קסון יהושע. מתוך: *ספר השנה של העיתונאים*, תל אביב תשי"ט, עמ' 260-262. על הקשר האירופי של מעצבי הפרסומות ראו גיליון מיוחד של כתב העת של ארגון יוצאי מרכז אירופה 'מסע הפרסום מאירופה לא"', *יקינתון*, 286, 2017, וכנ': עיריית זאבי, *הרטוריקה של הפרסומות בעיתונות היומית הישראלית 1948-1960: אפיונים לשוניים-סגנוניים בפרסומות בהקשר חברתי-תרבותי*, עבודת דוקטור, אוניברסיטה העברית 2005, עמ' 33-36. ראו בנספח סדרת הראיונות עם מעצבים ובעלי משרדי פרסום פעילים בשנות החמישים, שם, עמ' 342-375, בהם בא לידי ביטוי האופי המרכז אירופי של המעצבים והמאיירים בעיתונות הישראלית. ראו גם, [ללא מחבר], 'שיחה עם יצחק דנצינגר על האמנות הישראלית', *קילטרטן*, תל אביב 1964, עמ' 17-21.

58 נוהג ודעות על בשול, חמום מים ואפיה: סקר בקרב צרכני החשמל בשלוש הערים הראשיות, ירושלים, 1959, עמ' 71; מיכל חכם, הביטאוס – "עשיית בית" עירוני במולדת: שיח הדומסטיות הציוני בימי היישוב וראשית המדינה, עבודת דוקטור, אוניברסיטת תל אביב 2012 (להלן: חכם, הביטאוס); הנ"ל, האוטו ירוק.

ובעיקר דיברו בשבחו. מהחיובי המוצג בפרסומת השתמע השלילי שממנו הן התעלמו: תרבות העולים החדשים מארצות אסיה ואפריקה.

היו שהבחינו בהיעדרם של עולי ארצות אסיה ואפריקה מן הפרסומות. משרדי פרסום הודו כי הפרסומות, בעיקר המוצרים החשמליים, המכניים ואף מוצרי בית, מזון והיגיינה, כווננו למעמד הבינוני, הרציונלי והאשכנזי ברובו. משרד הפרסום טל-אריאלי טען בהקשר אחר ש'בנקים המוכרים תוכניות חסכון פונים לרגש ולשכל; לרגש על ידי ניצול הפחד, הרגש המשפחתי, עתיד המשפחה, הילדים. בשכל אנו פונים במודעת "האיש החושב" שאמנם אינה מתאימה לסוג מסוים של אנשים כיון שהם בעלי רמה אינטלקטואלית אחרת. יש לכוון את התעמולה לפי חוג הצרכנים. לא נציג במרכז תל אביב סרטון פרימיטיבי שמכוון למי שאינו יודע לקרוא'.⁵⁹ אהרון אריאל טען במאמר בירחון מולד, מכתבי העת המרכזיים של האליטה האינטלקטואלית הישראלית שתמכה במפא"י, כי

אידיאל היופי הישראלי מוצג לראווה במודעות הפרסומת המתרבות והולכות. הישראלית האידאלית היא תמירה, זהובת שיער ותכולת עין. אידאל צפוני זה מובלט' בכל מקום במדינה. 'אינך נראה יהודי' הרי זו מחמאה בעיני המהדרים ביופי [...] העדה השלטת בארץ הכתיבה ליתר העדות לא רק את תרבותה ואורח חייה אלא אף את אידיאל-היופי שלה [...] מנקרת עיניים יותר היא תופעת הנערה בת המזרח הצובעת את שיערה – ושיער צבוע הוא היחיד המכוער באמת – ונמצאת מפרסמת רבים את תסביך הנחיתות שלה, ואת סבל חברותיה.⁶⁰

בישראל של שנות החמישים והשישים ואילך הגוף ההגמוני היה אירופי, בהיר וחסון. מולו ניצב, כפי שטוען אדוארד סעיד, הגוף האחר – המלוכלך, האלים, העצל, הבלתי אמיין מוסרית, הפראי, הפרימיטיבי, אך גם האקזוטי, המסקרן והמושך ארוטית.⁶¹ באותו עשור פורסמו עשרות פרסומות שבהן הודגשה הסגידה המודרניסטית לדפוסי ההתנהגות האירופיים, לאופי ובעיקר לגוף הבהיר, השרירי, ההיגייני והמושלם. ולא רק שם. אלה

59 הצייטונג מתוך: ר' סובוסקה, 'החדרת מוצר צריכה שאינו מתבלה', בתוך: המרכז הישראלי לניהול, החדרת מוצר חדש לשוק: קובץ הרצאות, תל אביב 1960, עמ' 60. ראו גם אריאלי, כיצד למכור, עמ' 50-52.

60 אהרון אריאל, 'זהותו של הישראלי', מולד, 21 (1963), עמ' 674-675.

61 על גוף והיגיינה ראו, דפנה הירש, באנו הנה להביא את המערב: הנחלת ההיגיינה ובניית תרבות בחברה היהודית בתקופת המנדט, קריית שדה בוקר 2014 (להלן: הירש, באנו הנה); שהם מלמד, 'מגדר, אתניות, לאומיות והפוליטיקה של הפיריון בשנות החמישים בישראל', עבודת מוסמך, אוניברסיטת תל אביב 2002, עמ' 134-138; ליאת קוזמא, 'אותו הסקס בדיוק: ייעוץ מיני ביישוב העברי בשנות השלושים', תיאוריה וביקורת, 37 (2010), עמ' 93-124.

נדרשו גם מפקדים מטעם הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה שהורו להם להופיע 'בבגדים נקיים, לבנים ופנים מגולחות [...] עליך לעשות רושם של אדם מסודר'.⁶² המחקר בן זמננו מצביע על כך שההגמוניה הישראלית המייצגת את השכבות התרבותיות השולטות וערכיהן נשענה על דימוי כזה. הצגתו החזותית של גוף זה לעומת 'הגוף האחר' העמיקה את היחס המפלה והגזעני כלפי המזרחים, כפי שהראו עבודותיהם של אלה שוחט, שרה חנינסקי, נועה חזן וגיא רוז, שניתחו את המבט המפלה ואף הגזעני בדיוקנאות של מזרחים שצילמו צלמים ילידי הארץ או עולי אירופה. מגמתן של עבודות אלה משתלבת ב'אורתודוקסיה החדשה' במחקר הישראלי על שנות החמישים השישים, שרואה את התרבות הישראלית של התקופה כמפלה.⁶³

הכרוניקות

עד כאן עסקנו בפרסומות עצמן, מרכיביהן והאידיאולוגיה שעמדה מאחוריהן. שלוש הפרסומות שהוצגו לעיל ורבות אחרות שדוגמאות מהן מוצגות בספרות המשנית, נחקרו בקפדנות בידי חוקרים מלימודי תקשורת ותרבות. אני מכוון לתרום לנושא מכיוון אחר. בחנתי את הקשר שבין תרבות הפרסומות הישראלית, התרבות החומרית של המעמד הבינוני, של הוותיקים, למציאות החברתית הקשה שחוו אוכלוסיות אחרות כהליך דינמי של הנגדה תרבותית תוך כדי בדיקת ההשלכות התרבותיות של הנגדה זו.

הפרסומות שהצגתי ורבות אחרות לא התפרסמו בחלל ריק. חוקרי הפרסומות הישראליות התעלמו מעובדה מרכזית וכולטת: הפרסומות נדפסו לצד הכתבות שהוקדשו בעיקר לכרוניקות חדשותיות בארץ ומחוץ לה. רוב הפרסומות הוצגו בדרך כלל בעמודי החדשות מן הארץ. בעוד הדימויים החיוביים בפרסומות היו של משפחות 'צבריות', אשכנזיות, נורמטיביות, מעידים שמותיהם של מי שתועדו בכרוניקות, ולא פעם מקומם, על מוצאם מארצות אסיה ואפריקה ולעיתים ערבים ישראלים.

נפנה לשלוש הפרסומות שהצגנו לעיל. בעמוד שבו פרסם הזוג הבהיר את מי השיער ה'אנטיביטיים' ביוקפיל בעיתון הליברלי הבוקר, נדפסו לצידם ידיעות על פשעים: עולה ממצרים רצח פקיד סוכנות; יונה מנגזי, משכונת עמידר בפתח תקווה, התאבד. היחס אל העולים מארצות אסיה ואפריקה שהתגוררו במעברות ובשיכונני דיור ציבורי, והיו תלויים בפקידי המוסדות הקולטים כמו הסוכנות, היה כאל מסוכנים לפקידים שנטלו על עצמם

62 בעבודות הדוקטור של עירית זאבי ושל יעל קדרון שעסקו בדימויי גוף בפרסומות (הערה 40) מובאות דוגמאות לגוף הנשי הרצוי. הציטוט על הפוקדים מטעם הלמ"ס לקוח מסקר האזנה לרדיו: מדריך לפוקד, יוני 1960, עמ' 3; ארכיון המדינה (להלן: א"מ), גל-5/3553. ראו גם אצל חכם, הביטאטוס דימויים של נשים שהופיעו בפרסומות שהודפסו בספרי הבישול.

63 גיא רוז, דיוקן תימני: אוריינטליזם יהודי בצילום המקומי, 1881-1948, קטלוג תערוכה, מוזיאון ישראל 2012; חזן, חזיון ראווה; שרה חנינסקי, 'עיניים עצומות לרווחה: על תסמונת הלבנות הנרכשת בשדה האמנות הישראלית', תיאוריה וביקורת, 20 (אביב 2002), עמ' 57-86; שוחט, הקולנוע הישראלי; חנן חבר ויוסי יונה, גזענות בישראל, ירושלים 2007; הירש, באנו הנה.

את הטיפול בהם. הפרסומת, שמבטאת את היומרה המערבית של האשכנזים – המראה המערבי קשור ליומרה בריאותית מדעית – מונגרת לאי הצינוניות המסוכנת של עולי ארצות האסלאם, שהתבטאה ברצח של פקיד שכל חטאו, במשתמע, היה שעזר לעולים, ואף בהתאבדות.

רצח פקיד הסוכנות נעצר באשמת איום

הפול יוסטו מנהיג... בנות 1957... די ספרים... המבטאים... במבטא... מנהל... חרות... את... מכתב... דור ארבע פנים...

נאנסה אם ל-3 ילדים

אם לילדות ידועה... לפני יום... לנשים... בנרשין... התחייבה... נעצר חשד באונס האשה ברמת-ההר

למבוא לצרכנים... לנכד והסבתא... גם לקהל הצרכנים... ילמי... המבט... 50 אחוז... התרבות... גם הילדים... אולם... הילדים... יומיו... יומיו... אולם... כלי... לילי... כל...

לקראת חידוש הצגת האופרה

לקראת חידוש הצגת האופרה... הוצגה הצגת... מיוזמת... ענקה... רוב... האופרה... הוצגה... הוצגה... הוצגה...

78 עולים מפרס

לד. 26... תעוד... ירצו... אגן...

התאחד בכית-חולים

התאחד בכית-חולים... החבר... לרוב... במחלקה... גם... בבית... באחד... במחלקה... בבית... באחד... במחלקה...

ביוקפיל

מישקי אמניבוטי

איור 4. 'מי שיער ביוקפיל', ולצידה ידיעות רבות על אלימות של מזרחים, הבוקר, 27 בינואר 1958, עמ' 4 בעיתון היום, ביטאונה של מפלגת גח"ל הלאומית-ליברלית, הוצגה פרסומת לפריגורט תנובה, מוצר בעל יומרה בריאותית: יוגורט שכולל פירות. מולה נדפסה ידיעה על אלדו בלולו מבני ברק שהתעלל באשתו ורצח אותה לעיני שני ילדיהם. גם כאן הוצגה בריאות 'מערבית' מול האירציונליות המסוכנת של האישי שהתעלל באשתו ורצח אותה לעיני ילדיהם – והיה לפי שמו ממוצא מזרחי.

פרסומות נוספות הציגו מגמה דומה. בעל המשמר פורסמה ב־20 ביולי 1958 דיעה על 'עשרות מובטלים מאונס, קודרים ומיאושים' ממעברת חרובית (הסמוכה לכפר מנחם). הצגת המובטלים מעוררת אהדה: 'אנחנו מרוקנים אבל רוצים לעבוד', אבל גם כאן הם עושים זאת ב'רעש והרבה קולות בבת אחת'. כתב על המשמר, ביטאונה של מפלגה סוציאליסטית, אולי גילה אהדה למובטלים המרוקנים מהמעברה, אבל תיארם כרעשנים ולא מסודרים. אך למי פנה על המשמר? הפרסומת באותו עמוד הציגה תופעה צרכנית שהחלה לקנות אחיזה במגזר הקיבוצי:⁶⁴ זוג צברים בהירים, ספורטאים – סמל של כריאות האדם היהודי החדש, בפרסומת לסיגריות 'העשור', הגה הלאומי של ישראל. גם כאן, למרות האהדה, מוזכרת ישראל החדשה, הבהירה, בעלת היומרה לכריאות מול המובטלים העולים ממרוקו, האומללים והרעשנים ממעברה נידחת, שייתכן שרק קרבתם לקיבוץ של השומר הצעיר זיכתה אותם בכותרת בעיתון המפלגתי.



איור 7. סיגריות העשור והפגנת תושבי חרובית, על המשמר, 20 ביולי 1958, עמ' 6

בפרסומת לקניית בית בשכונת מעמד הבינוני קיראון ליד תל אביב הוצגו שני זוגות בעלי מראה אירופי: מיכל ושלמה, רוני ורפי. הגברים בעלי מקצועות חופשיים והנשים פקידות. כולם לבושים לפי צו האופנה הפריזאי האחרון. השיחה בין הזוגות נסובה על נושאים בורגניים: שוק הנדל"ן, מכוניות, הקמת משפחה, בתי קפה ועיצוב הבית העתידי

64 על התופעה ראו בספרו של טל אלמליח, אנשי האתמול: הקיבוץ הארצי-השומר הצעיר ומפ"ם, 1956-1977, אוניברסיטת בן גוריון 2019.

האוסר הכספי 10

כל עסקי בנק מודיות בטחון

"אוצר עמחי"

מ"מ ה. חנה יטובל 6
טל. 65212

דסרי מוהריב על האשמה.

מאסר חמש שנים לנוער בו שש עשרה וחצי שהרג נער אחר

נער בן 16 נהרג שמואל גשם מירושלם בן ימלו בארבעה שבועות נדון אחריו במות המעשה המזווני בחיה לחמש שנות מאסר בסופו חלו שנים עצומות - למחלת הבק רגל הנאשם, חמור נער מןהסין חושב כנר נשכר עממילי-העלם לרוב בן נאשם ברצח מאניו נאמר אבישוארה, בן ימלו וסארו, ע"י עקרת סכין כובד אולם ממלך המעשה החלקי סעיף הרצח בלע"ף הריגה.

המחיה בן שני הנרצח, נחלה בצבונות מספר ימיו המכרה - אצל' במוטו עשה צרכיו בשדה ליד בית הנאשם וזה נפח בו על כך, בפעשה הבאה שארקה כיתום בן מקרה, חנות סכנה, החלישי כיתום על סכך זה וברצח המהימני, מנסה לה' רבו, עשר נרשמו מעשרת כסופו של ביום המכרה צמח נמשו שני הנרצח.

התנאצת החרות

הריגה הנרצח, א.1.65, כשעה אחרים ישיבה ועד הטנין ממוקדן, רחוב חסן שוקר 3.

תליאבו / טניף העמון
היום 4.1.1965, יתקיים ערב שח

איור 11. בנק אוצר עממי ומריבה בין בני נוער ערביים, חרות, 4 בינואר 1965, עמ' 3

נקנס על הכאת אשתו

בעל, שהכה את אשתו בפומבי היטה לתשלום מאה לירות קנס, או שלושים ימי מאסר תמורתם. הנאשם, נסים לוי, בן 36, הוע' מד לדין בפני שופט השלום הרא- שית גבי מ. ורלינסקי, על שבגד במכר האחרון דחף את אשתו כמרכו ואדי סליב, והכה אותה בורועה. ל- נאשם הרשעות קודמות רבות.

תן חיור!

מחרתיים הגרלת נופעל הפיס

איור 13. מפעל הפיס ונקנס על הכאת אשתו, היום, 18 בינואר 1966

אחרי החתונה - אין דיוור במעברה

סיימה של בחלקת הקיבה של ה- מנות החרות יחסו דורות כען ארץ שבו ליד לרובת ערבים הרבים התמלח, גום אקולו להנפח של אש גום סיפורים.

שיום הנאש ישי'ום סנין קורטבו 1. גרמת מרדיו המונחת בעמקיה, נעצרו על ידי המעברה ורמתי'ו לו אפי אורלה הרשאו בו ג'נ השליש אר סכר אש סיפורו הנבא, ע"כ ישי'ת חום אש ועציו אן דויה ה' ונל למידי הוכח לו גריו כמכרת על סמך הכחש'ו ה' נרעם הניאשם אלא הרבנוה וארי מלח המכרה אן כיים אש המכחול החמן חש'ו לטל בריבת המשיחה.

1. י' סכבת בעל ליד כיש וזוה עררים שארם חולום למו' ככרית ה' על סמך הכחש'ו ה' נרעם הניאשם ו-ש'ום סכמה חריות בענו' ה' ישי'ת משילת אל המכחול מ' הרחיק'ו א' מבר הנכח'ת אר' - וואר'י חוסנוה שרש'ה לרסולת, ל' ריבית חרוב' עררים 1965 אפי' נרעם און חוסנוה עררים סכברת'ה א'א באוירי סיקות חר'י.

הוא צעיר ואתלטי... בעבודה ובן בספורט הוא תופס מקום ראשון מרבן מאליה:

1010

מפת הייצוא אמת 20 סיגריות 660

איור 12. סיגריות נלסון ותושבי מעברה, הארץ, 14 בינואר 1958, עמ' 6

המבט הישראלי ההגמוני והכניית האחר בתרבות המודרניסטית הישראלית

מה הייתה משמעותה של הנגדה חזותית־טקסטואלית זו? פרסומות בעלות אופי ותכנים מערביים מצד אחד וטקסטים על מעשי פשע ואלמות שביצעו בעיקר אחרים – עולים חדשים מארצות ערב וערבים ישראלים, מצד שני. כיצד תרמו החלטות עימוד כאלה לאישושן ולהעמקתן של עמדות גזעניות כלפי האחר, הזר ממוצא מזרח תיכוני?

בהסתמך על אבחנתו של ניקולס מיזרוף על המכלול החזותי שמאפשר שליטה במבטו של הקורא באמצעות סיווג, הפרדה ואסתטיקה, אני סבור שהצגת הפרסומות לצד הכרוניקות העיתונאיות תורמת להדרת הזר, האחר, בכמה אופנים. ראשית, ההבחנה בין המוכלל בפרסומות, דהיינו המערבי, הלבן, ובין המודר מהן, שהוא השונה, הזר, המזרחי המוצג בכרוניקות הפשע. שנית, הן כוללות הפרדה בעיצוב העמוד בין הפרסומות לכרוניקות הפשע שמוֹלָן. לבסוף, לפרסומות היה ממד אסתטי: הן הציגו את הטעם הנכון, הטוב, הרצוי, הבריא, ששומר על הסטטוס קוו. המכלול החזותי של הפרסומות והסיפורים שלצדם נראה אם כן טבעי ואסתטי, ושומר על הטעם הטוב של הרמויות החזותיות בדימוי.

הכניית הזר כאחר המאיים, האויב, האקזוטי, באה כאן לידי ביטוי חד, וכן גם הדיכוטומיה שבין הבריא לחולה, בין הנורמלי לסוטה, בין המלוכלך לבריא ובין שומר החוק לפושע, שמאפיינת את המודרניזם המערבי הקלאסי. מכאן קצרה הדרך לדחיקת 'כוכבי' כרוניקות הפשע לשולי החברה. כדברי מישל פוקו שהראה כיצד כינונה של העבריינות, עם כינונו של המודרניזם הקלאסי בראשית המאה התשע־עשרה, מאפשר פיקוח על יחידים ודחיקתם לשולי החברה: 'לא הפשע הופך אדם זר לחברה, אלא, להפך, הפשע עצמו הוא פועל יוצא מכך שאדם חי כזר בתוך החברה, שהוא שייך לאותו גזע מנוון... לאותו מעמד מנוון [...] החוק נעשה למען אחדים, מכוון אל האחר'.⁶⁵ מכאן קצרה הייתה הדרך ליצירת דפוסי הדרה והגזעה שמייצבים ומחזקים את 'הפריבילגיות והסטטוס של קבוצה אתנית לעומת קבוצה או קבוצות אחרות, זרות, מאיימות, אשר בשל מוצאן הפגום (defective ancestry) נחשבות בעלות מאפיינים חברתיים שמונעים מהן חברות מלאה בקהילה או זכות לאזרחות במדינת לאום', כדברי ג'ורג' פרדריקסון.⁶⁶

המודרניות הישראלית בשנות השישים התאפיינה בין היתר בעיצוב קהילת לאום מדומיינת שנשלטה על ידי תרבות הגמוניאלית אשכנזית אירופית וסומנה כמנוגדת לאחר המזרחי והערבי. כפי שהראו מחקרים רבים, תיאור המזרחי כעברייני אפשר לקבוצות ההגמוניות בישראל לשלוט על החברה לא רק בשנות השישים בכמה אופנים.⁶⁷ ראשית, כטענתו של מישל פוקו הגדרת המזרחי כעברייני אפשרה לכונן את האחר כמאיים, להבריל את הנכון

65 מישל פוקו, *לפקח להעניש: הולדת בית הסוהר*, תל אביב 2015, עמ' 41, 44.

66 Fredrickson, *The Comparative Imagination*, p. 85

67 הצגת הרדיקליות החברתית המזרחית כעבריינות באה לידי ביטוי בעיקר במחאת ואדי סאליב, הפנתרים השחורים. שני בר און ממן, 'מחאה ומעמד בכאר שבע 1963-1948', *עיונים*, 29 (2018), עמ' 89-110.

מהסוטה ואת המרכז משולי החברה הישראלית של שנות השישים, אשר שאפה ליציבות ונורמליות לאחר שנים של אי־יציבות. כדומיהן באירופה הציגו כרוניקות הפשע והאלימות את עולי אסיה ואפריקה כבוויים, כלשונה של ז'וליה קריסטבה, או כ'חריגה מחוץ לסדר', כפי שהגדירה מרי דגלס וזהום ולכלוך בתרבות האנושית.⁶⁸ הסדר או הטוהר יוצגו על ידי הדמויות והמסרים הבהירים והמערכיים שהופיעו בפרסומות. שנית, הפיקוח על עבריינים הצדיק הפעלת משמעת חברתית נגדם. המוסדות האחראים לקליטת המזרחים, שילובם וחינוכם יכלו לאשש את סמכותם, להגביר את כוחם ולהצדיק את קיומם.⁶⁹

כך, לצד הזוג הבהיר בפרסומת (איור 6) הממליצה על מי הפנים טירל, הופיעה ידיעה שכותרתה 'ישראל מבערת את הגזות', ובה הודגש כי החולים בגזות היו ילדים מארצות ערביות, 'ארצות הנחשלות מבחינה הגיינית'. הניגוד בין הפרסומת לידיעה מעמיד מול בהירותו האשכנזית של העור הבריא שבפרסומת את מחלת העור הפטרייתית שסימלה עבור הקבוצה ההגמונית הקולטת, בעזרת שיח מדעי רפואי, את אחרותם הרפואית של עולי ארצות אסיה ואפריקה, את נחיתותם התרבותית ואת היעדר ההיגיינה שלהם. הטיפול הניסיוני הרדיקלי במחלה זו כלל גזיזת שערם של החולים. בשם הבריאות שללה ההגמוניה האשכנזית מיהודי המזרח נטולי ההיגיינה את זהותם שכן חוסר שיער מעיד אף על היעדר זהות.⁷⁰

מי קראו את הכרוניקות והביטו בפרסומות בעיתונות היומית? ככלל מחקר בלימודי תרבות, ובמיוחד בתרבות החזותית, המסקנות מבוססות במידה מסוימת על השערות והנחות שקשה לאשש, מה גם שניתוח הפרסומות לעיל נעשה במבט מאוחר של כותב המאמר, למעלה מחמישים שנה לאחר פרסומן.⁷¹ אולם יש בהן כדי לעורר מחשבה על מקומו של הגוף האחר בתרבות הישראלית, וממדי הגזענות והאפליה שהופעלו כלפיו, כפי שמבחינה הדוגמה הבאה מטייטת החוק למניעת מחלות מין בשנת 1957, שבה עומדים מחבריו על החוק המוצע והצורך בו: 'בתוך האוכלוסייה במדינה נתגלו כמה מראות נגעים שלא היינו גיללים לראותם קודם, באותם זמנים שבהם היישוב היהודי בארץ היה קטן ומוכחח'.⁷²

68 מרי דגלס, טוהר וסכנה: ניתוח של המושגים זיהום וטאבו, תל-אביב 2010; ז'וליה קריסטבה, כוחות האימה: מסע על הבזות, תל-אביב 2005.

69 חזן, חזיון ראווה; עמנואל מרקס, ההקשר החברתי של התנהגות אלימה: מחקר אנתרופולוגי-חברתי על עיירת עולים בישראל, תל-אביב 2010. על התנהגות אלימה בקרב העולים כחלק מיצירת תחום אורחי מזרחי בשנות החמישים והשישים ראו, Bryan K. Roby, *Mizrahi Era of Rebellion: Israel's Forgotten Civil Rights Struggle, 1948-1966*, New York 2016. רובי טוען כי המחאה של העולים המזרחיים הוצגה ככוונה בעיתונות כאלימות עבריינית.

70 Jane E. Schultz, '(Un)body Double: A Rhapsody on Hairless Identity', *Literature and Medicine*, vol. 28, no. 2 (2009), pp. 371-393

71 לדיון בנושא האופי הספקולטיבי בלימודי תרבות בכלל ובלימודי תרבות חזותית בפרט ראו, עוֹדֵד הַיִּלְבְּרוֹנֵר נורית בוכוויץ, 'רעש, או האם עלינו לפחד מסלבוזי ז'יזיק? הרהורים ומחשבות על מצבו של גוף הידע לימודי תרבות', *קתרסיס*, 18 (2012), עמ' 98-141.

72 1957, 29.4, עמ' 8, א"מ, ג-29/5420. למרות זאת יש לזכור שבאירופה הביאו ממדי האפליה והפעלת קודים תרבותיים קולוניאליסטיים, דוגמת 'קוד הלבן' ודימוי האחר, בסופו של דבר, לסטיגטיזציה,

על יסוד תיאוריות אלה אפשר לשער שכאשר הביטו קוראי העיתונים בפרסומות ובכרוניקות הצמודות להן, הם אימצו באופן לא מודע את הזיהוי בין מודרניות למראה אירופי, את דפוס ההתנהגות המערבי ודימוי הגוף הנקי, הבריא והנכון שניבט מהפרסומות. כאשר הם עברו לקרוא את חדשות הפשע או כרוניקות שעוסקות בהתנהגות לא הולמת של עולי אסיה ואפריקה או של ערבים ישראלים, אפשר לשער בזהירות רבה שתיאורי הטיפוסים המזרחים בכתבות העמיקו בקרב קוראי העיתון, האשכנזים ברובם, את דימויו של העולה החדש מארצות ערב או של ערביי ישראלי ככעל תרבות זרה, אחרת, עבריינית וחולה. אם נחזור לדבריה של פמלה סווט על הפרסומות ברייך השלישי, נוכל להסיק מהצירוף שבין פרסומות לידיעות על הרעיונות והדימויים שרווחו בחברה הישראלית בעשור השני.⁷³ הגוף המערבי האשכנזי, הבריא, ניבט מהפרסומות. הגוף המזרחי, המזוהה והמאיים, ניבט מהידיעות וזכה לטיפול האובייקטיבי כביכול, הפטרנליסטי והממשטר של רשויות החוק, הרפואה והקליטה ואף של העיתונאים בעלי הכוונות הטובות. כך היה במקרה של עיתונאי מעל המשמר שתיאר את המובטלים מהמעברה המרוחקת כרעשנים ולא מסודרים, אף שמן הסתם כוונתו הייתה למחות על מצבם ולקדם את סדר היום הסוציאליסטי של מפלגתו. עבור הקוראים שיכלו להזדהות עם המשפחה הבהירה והאידיאלית שהופיעה בפרסומות לפריגורט, שמו המזרחי של הגבר שרצח את אשתו לעיני ילדיהם בידיעה שנרדפה בסמיכות מקום, היה עלול להכתיים את הגבריות המזרחית והציבור המזרחי כולו.

אחת הדוגמאות הבולטות לניגוד שבין ידיעות פליליות, שבהן מככבים יוצאי אסיה ואפריקה ובין פרסומות שבהן נראות דמויות בעלות חזות אשכנזית, הן הידיעות על משפחה של משפחת דאלי, משפחה של עולים ממרוקו. המשפחה, ובעיקר האם, נחשדה ברצח הבת בשריפה או בכך שלחצו עליה להתאבד, בשל 'יחסים ידידותיים' עם ערבים. לבסוף הורשעו בני המשפחה בכליאה בלתי חוקית בלבד, וזוכו מאשמת סיוע להתאבדות. בעיתון חרות נרדפה הידיעה (לצד ידיעות פשע נוספות של ערביי ישראל) ובצידה פרסומת לאגודת האשראי הבנקאית 'אוצר עממי', שהציגה ילד בהיר עור.⁷⁴

'רצח על כבוד המשפחה' נחשב בציבור הישראלי ההגמוני, בעיתונות ובמחקר, כמאפיין תרבותי ערבי.⁷⁵ הידיעה הכתימה את המשפחה המזרחית (יוצאי מרוקו) בערכיות פעמיים:

ההפליה, להרחקה, לעיקור ולבסוף להשמדה. אלה לא התקיימו בישראל. כאן מדובר היה, לפחות בישראל הצעירה, ביחסי כוח חברתיים שמטרתם לא הייתה להוציא את המזרחים מהמפעל הציוני אלא למצב אותם בשוליו. לכן הם נתפסו כבעלי יכולת לקחת חלק במפעל הציוני, למרות שוליותם, גם אם לא כמו החלק של הקבוצה הדומיננטית.

73 סווט, *למכור מתחת, עמ' 7-8*.

74 הידיעה על זיכוי המשפחה נרדפה בעיתון דבר, 19.5.1965, בסמיכות מקום לפרסומת לרהיטי 'ריים', שהציגה אישה צעירה מרהטת את ביתה. כמוכן רוב המשפחות שהיו יכולות להרשות לעצמן רהיטים כאלה, באותה תקופה, היו אשכנזיות.

75 מנאר חסן, 'הפוליטיקה של הכבוד: הפטריארכיה, המדינה ורצח על כבוד המשפחה', בתוך: דפנה יורעלי ואחרות (עורכות), *מין, מגדר, פוליטיקה*, תל-אביב 1999, עמ' 267-305.

תהליכי הגזעה, הפליה (על גבול ההרחקה) ואולי אפילו שקילה של תהליכי עיקור היהודי 'הגלותי' – יהודי צפון אפריקה והמזרח התיכון – בעיקר מצד רופאים יוצאי גרמניה.⁷⁶ למרות זאת נראה שבעיקר לאחר השואה הקשו מערכות קשרים דתיים ותרבותיים משותפים, שנמשכו שנים רבות, על הגשמת התוכניות והמחקרים התיאורטיים על קבוצות יהודים עולים מאזורים אלה. לצד מגמות ההדרה ניכרו ביחסים בין הקבוצות החברתיות התרבותיות השונות בישראל גם ביטויים של תחושת הזדהות משותפת, שכוננה כנגד קבוצת האחרים המוחלטת, הערבים.⁷⁷

מערכות היחסים בין הקבוצות, בספירות הציבוריות והפרטיות, היו הדוקות, רב כיוונית, מורכבות ומעורבות אלו באלו. בחברה היהודית בארץ ישראל היו גם ביטויי הזדהות עם היהודי המזרחי או עם הערבי בן המקום.⁷⁸ לצד מבטן ההגמוני, המערבי של חלק מן האליטות העבריות החדשות, הצעירות, שימש הערבי יליד המקום מודל לחיקוי ולהערצה. בניגוד למצב במטרופולין האירופי, היהודי המזרחי היה נוכח בחיי היום-יום של הוותיקים, האשכנזים, הצברים והמגע עימם היה בלתי אמצעי: ברחוב, במקום העבודה, בבית, בצבא. ביטויי הסולידריות והמפגש היומי הקנו למבט הישראלי את תכונותיו הייחודיות, למרות צבעו הלבן.

76 הירש, באנו הנה; שחלב סטולר-ליס, הדרכה וקידום בריאות בחברות רב תרבותיות: המקרה של העלייה הגדולה לישראל 1949-1956, עבודת דוקטור, אוניברסיטת בן-גוריון 2006; הנ"ל, "נלחמות בבערות ובהרגלים נחשלים": תפיסות ופרקטיקות של אחיות ורופאים כלפי עולים בעלייה הגדולה של שנות החמישים, ישראל, 6 (2005), עמ' 31-62. ראו ריאיון עם שחלב סטולר-ליס העוסק בנושא גזענות כלפי עולי המזרח בעיתון הארץ, 10.6.2004.

77 על תחושת האחדות ומקומה של הזהות היהודית ביצירת תחושה זו, תוך כדי מאבקים תרבותיים, ראו פרסומים ומחקרים באותן שנים ואחריהן. שמואל נוה אייזנשטדט, 'נפתולי המודרניות של החברה הישראלית בעידן הגלובליזציה', בתוך: בן רפאל ואחרים (עורכים), ישראל והמודרניות, עמ' 17; בן-ציון דינור, 'היסודות הדינמיים בהתפתחותה של מדינת ישראל', מולד, ניסן-אייר תשכ"ח, עמ' 535-552. גישות מנוגדות ראו בספריה של אורית רוזין, *חובת האהבה הקשה*; A Orit Rozin, *Home for All Jews: Citizenship, Rights, and National Identity in the New Israeli State*, New York 2016. אחד המחקרים החשובים בנושא שעוסק בתקופה שבה אנו דנים יצא לאחרונה. זהו אוסף המאמרים של ההיסטוריון מיכאל פיגה ז"ל שיצא לאחר מותו בעריכתו של דוד אותנה. מיכאל פיגה, על דעת המקום: מחוזות זיכרון ישראליים, באר שבע 2017. על ההיבטים התרבותיים של יצירת לאומיות ישראלית וזיכרון קולקטיבי עבור כל הישראלים ראו: Yael Zrubavel, *Recovered Roots: Collective Memory and the Making of Israeli National Tradition*, Chicago 1996.

78 אבן זוהר, הצמיחה וההתגבשות של תרבות עברית.

