

מיתוג הטראומה

זיכרון מלחמת יום כיפור ב"שעת נעילה"

באמצע דצמבר 2020, ימים אחדים לאחר סיום שידורה של הסדרה **שעת נעילה**, הפציעה על מסכי הטלוויזיה בישראל פרסומת לנט"ל (נפגעי טראומה על רקע לאומי): עמותה ישראלית המצהירה באתרה כי היא פועלת "מתוך השקפת עולם שלפיה טראומה על רקע לאומי היא חלק בלתי נפרד ממצואות החיים בישראל. כולנו חשופים לטראומה". השחקנים שגילמו בסרט פרסומת זה את החיילים – המתחלפים ביניהם בנשיאת אלונקה כשבפיהם הטקסט "גם בישראל 2020 יש עדיין אנשים שסוחבים את 1973... ואת 1982... ואת 2006... ואת 2014 [...]..." – היו אותם שחקנים שגילמו את התפקידים הראשיים בסדרה העלילתית ששידוריה אך זה הסתיימו.

מעבר לטשטוש הידוע, השחוק והמופך, בין מציאות ודמיון, המתקיים לא אחת בתקשורת ההמונים, נדמה שחיבור זה – בין הדרמה ששודרה בערוץ הטלוויזיה הציבורי בישראל לבין פרסומת החותרת להגביר את המודעות לקיום העמותה והמבקשת מנמעניה לתרום כדי להבטיח את המשך קיומה – משקף דבר מה עמוק יותר: ברית של אינטרסים, שבאה לידי ביטוי לא רק בזירה השייווקית הצרה, אלא גם, ובעיקר, במהלך משולב שתכליתו הנכחת תודעת הטראומה בקרב הציבור הרחב בישראל. למעשה, זהו מהלך מתוחכם של מיתוג הטראומה כחלק מן האתוס הממלכתי הישראלי.

מאמר זה מעלה את הטענה כי **בשעת נעילה** נפגשות האידיאולוגיה השלטת, המנרמלת ומנציחה את הטראומה כחוויה קיבוצית של החברה הישראלית, עם האינטרס המסחרי, המבקש ללכד קהלים רחבים מסביב לסיפור מאחד שמושתת בבסיסו על החיבור הדרמטי, הכובש, שבין טלוויזיה ומלחמה.

"הלם", "הפתעה", "מוחדל", "קונספציה שקרסה", "רעידת אדמה" – אלו רק כמה מדימויי המפתח של מלחמת יום כיפור המשוחזרים לעיפה בזיכרון הטלוויזיוני של מלחמה זו. ההתייחסות אל מלחמת יום כיפור ותוצאותיה כאל טראומה לאומית מקובלת ומוסכמת על רבים. הייצוג הטלוויזיוני של המלחמה נשען במידה רבה על שחזורן של חוויות מחוללות טראומה: מצור, שְׁבִי, תחושות של הפקרה ושל נבגדות. זהו זיכרון שמהדהד את המהלומה, את השבר ואת הפצע של הלוחם הישראלי ושל החברה בישראל. חלק בלתי נפרד מדימויי המפתח הם ייצוגי ביקורת ומחאה הנמסכים אל תוך זיכרון המלחמה. לרוב מדובר בביקורת כפולה. האחת עוסקת במהלכי המלחמה עצמה; האחרת נוגעת למהלכים שקדמו למלחמה: ברמה המיידית (תפקוד ההנהגה בימים שלפני פרוץ המלחמה) וברמה הכללית יותר (המנטליות הישראלית, השאננות ושיכרון הכוח שאפיינו את השנים שקדמו לה ועוד).

הדהודה של הטראומה בייצוג הטלוויזיוני של מלחמת יום כיפור הוא אפוא מקובל וצפוי. נראה שדימויי המלחמה, שכבר בשעתה נתפסה כקטסטרופה לאומית ("חורבן בית שלישי"), מתחזק לאורך השנים. זוויות חדשות ומפתיעות וביקורות נוקבות יותר נרתמות לייצוג המבט המקובל, המוסכם, על אודות אותה מלחמה. הטראומה לעולם נוכחת. וכך, קרוב לחמישים שנה לאחר מלחמת יום כיפור, זוכה עיבודה האמנותי של טראומת המלחמה לעדנה, בין השאר **בשעת נעילה**.

אפשר לנסות להעריך את הסיבות לעיסוק החריג בהיקפו של הטלוויזיה במלחמת יום כיפור. ברי שנסיבות פריצתה של המלחמה, משכה והיקפה, הם כולם חומרי גלם עשירים המספקים בסיס ליצירתם של ייצוגים חדשים ומקוריים על אודות המלחמה. הסבר נוסף, המתפצל מנסיבות המלחמה, מתמקד בעוצמת הכאב ובעומק הטראומה. על פיו, מלחמת יום כיפור היא חוויה טראומטית שעבודה – הפרטי והקולקטיבי – טרם הושלם. לאור זאת אפשר להסביר את עוצמת העיסוק הטלוויזיוני כסוג מסוים של חזרה כפייתית הטורדת את הקורבן, או לחלופין, כמאמץ עיקש לעבד את הטראומה.

ביטוי מרכזי להדהוד זה הוא העיסוק הרב במקרי הלם קרב וטראומה אישית שהם תולדת המלחמה. מקובל לראות במלחמת יום כיפור מלחמה שבה נחשפה תופעת הלם הקרב הצבאי במלוא חריפותה. ב־1974 דווח על כ־700 פגועי הלם קרב מן המלחמה (נגן וקורדובה, 1974; בליך, 2000). ב־2005 עמדה ההערכה על 2,300 פגועים. למעשה, אין כל יכולת להעריך אם העלייה במספר הפונים לטיפול חלה בעקבות הופעה מאוחרת של הטראומה, או שהיא משקפת מגמה הולכת ומתחזקת של דיווח מאוחר על הטראומה

(כל זאת אם מקבלים את הנחת היסוד שמספר המתחזים זניח). במילים אחרות, האם הפנייה לטיפול פוסט-טראומטי שלוש שנה ויותר לאחר המלחמה אכן מעידה על המלחמה, או שמא היא, בין השאר, היענות לשיח הציבורי, תוצאה של חשיפה לטקסטים שונים דוגמת סרטים ותוכניות טלוויזיה העוסקים בה? זאת ועוד: מהו משקלם של אירועים מאוחרים יותר, כגון מלחמת המפרץ או האינתיפאדות השונות וגלי הטרור התכופים, ביצירת התגובה הפוסט-טראומטית ביחס למלחמת יום כיפור?

כך או כך, עצם עיסוקם של טקסטים שונים במספרם של נפגעי הלם הקרב רומז שהלם הקרב האישי נתפס כאנלוגיה למצב הקולקטיבי. שחזור מלחמת יום כיפור הוא שחזור של המלחמה כטראומה קולקטיבית.

מחקרים אחדים יוצאים נגד התפיסה הקובעת שמלחמת יום כיפור היא טראומה עבור לוחמיה. כך, במחקרה **כאילו לא הייתה מלחמה** בדקה עדנה לומסקי-פדר (1998) כיצד תפסו גברים שנלחמו במלחמה את האופן שבו השפיעה עליהם. ממצאיה תיארו את הלוחם הישראלי כמי שִנְרַמַל את המלחמה ושילב את האירוע הקשה במסלול חייו. בביקורתו על מחקרה של לומסקי-פדר, עומד חן נרדי (1999) על הפער בין ריבוי מקרי הטראומה בקרב בוגרי מלחמת יום כיפור לבין ממצאי המחקר, ומצביע על החברה הישראלית כמנגנון של הרשאה ושל הסְדָרה, החותר בהתמדה לנרמול זה. הפער שהציג נרדי, בין טראומה שלכאורה אין מחלוקת על קיומה ובין הכחשתה העיקשת ונרמולה המתמיד, מצוי בלב הדיון על אודות הייצוג החזותי של מלחמה זו.

נדמה כי את ההצלחה השיווקית הגדולה של **שעת נעילה** ניתן לייחס לשני מדדים מרכזיים המהווים תנאי לפופולריות של הטקסט הטלוויזיוני: הממד האמנותי-בידורי והממד השיווקי-כלכלי (ערב, 2017). שני אלה תומכים, ובה בעת מסייעים, בהעלמת הממד האידיאולוגי העמוק של הסדרה.

ברמה האמנותית או הבידורית – נדמה שיותר מכל מלחמה אחרת, הנרטיב של מלחמת יום כיפור הולם את אופיו של התוכן הפופולרי בטלוויזיה: זהו סיפור פשוט שבמרכזו הפתעה קולוסאלית; קריסה מיתולוגית של הסמכות ושל הגבריות הבטוחה בעצמה; קונפליקט עיקש והלם מוחלט. זהו גם סיפור בעל משמעות עמוקה על חטא היוהרה, השאננות והרהב, והעונש הכבד המבקש לָקח. לצד זאת, סיפור המלחמה הוא גם סיפור

גבורה על ניצחון צבאי כביר שהושג חרף נתוני הפתיחה הקשים. גם ההבטחה לסנסציה, לחידוש, בדמות מידע חדש או נקודת מבט חדשה על המלחמה, תואמת ומצדיקה את העניין הטלוויזיוני בה.

מתוך הבנה כי הטלוויזיה, בבסיסה, היא מדיום החותר למכירה (של מותגים, של עמדות, של זמן הצפייה), מתבקש לבחון את הסדרה באמצעות **הפריזמה השיווקית-כלכלית**. יש לשאול מהו המותג שהסדרה מבקשת למעשה למכור? כיצד מתויגת המלחמה? מהם הערכים הבסיסיים המתלווים למותג זה?

ראוי להתעכב על שלושה ממדים החוצים את שתי הרמות שלעיל, והמשקפים את האידיאולוגיה השלטת בהן.

ממד התודעה הקולקטיבית – נוכחות הטראומה כחלק בלתי נפרד מהזהות הישראלית. **שעת נעילה** מצטרפת למגוון גדול מאד של טקסטים שבבסיסם הדהוד של המצב הישראלי כמצב פוסט-טראומטי. "זוהי תמצית ההיסטוריה הביטחוניסטית שלנו: 'טראומה לטראומה תביע אומר'" (רוזנבלום, 2000). ואומנם, כאילו על מנת להצדיק תפיסה זו, עלו פרקי הסדרה לאוויר בשיאה של תקופת הקורונה, שנתפסה בזמן אמיתי כטראומה קולקטיבית נוספת, אף כי לא על רקע לאומי.

הסדרה מסייעת במיתוג מלחמת יום כיפור כטראומה מכוננת, כחוויה משותפת. בחסותה, קהלים חדשים, צעירים, "שאינם מכירים את ההיסטוריה", אמורים אולי לאמץ את תפיסת העבר הטראומטי.

מעבר לעיסוק בטראומה במישור הקולקטיבי, ביקשו יוצרי הסדרה לתרום תרומה משמעותית בהעלאת סוגיית נכי צה"ל הסובלים מפוסט-טראומה לסדר היום הישראלי. הדבר בא לידי ביטוי בעצם תוכני הסדרה, כמובן, אך גם בפעילות שמחוץ למסך: לדוגמה בסדרת ראיונות עם שחקנים בסדרה שהציגו עצמם כמי שחוו טראומה בזמן שירותם הצבאי, או אף בהופעה של יוצרי הסדרה ושחקנים אחדים מתוכה בוועדת העבודה, הרווחה והבריאות של הכנסת, בישיבה מיוחדת שעסקה בסוגיית הפוסט-טראומה.

ממד פוליטיקה הזהויות – בבסיס הסיפור שבחרו יוצרי **שעת נעילה** להדגיש נוצר חיבור בין שני אירועים היסטוריים: המלחמה, ועלייתה של תנועת הפנתרים השחורים בתחילת

שנות ה־70. חיבור האג'נדה המזרחית למלחמת יום כיפור הוא חיבור מקורי. למעשה, בתקופה שבה התרחשה המלחמה כבר ירדה התנועה משיאה, ועם זאת, נדמה כי באמצעות החיבור מבצעת כאן **שעת נעילה** מהלך מרתק של מיתוג.

נראה כי באמצעות החיבור של הפנתרים השחורים למלחמה מבקשת **שעת נעילה** לנכס את עצם ההתלבטות, את הקונפליקט הפנימי, אל הדימוי המזרחי. עצם ההתלבטות היא שהופכת את החייל המזרחי לחלק מהקהילה המז'ורית, קהילה של מתלבטים, של יורים ובוכים. ההתלבטות המוסרית למול ההכרח לצאת למלחמה היא אחד המאפיינים המופְּרים של המצב הישראלי מאז מלחמת ששת הימים ועד מלחמת לבנון הראשונה והאינתיפאדות למיניהן.

ממד ההון והמיתוג הטלוויזיוני – בתקופת שידורה הפכה **שעת נעילה** לאירוע טלוויזיוני. על-פי נתוני תאגיד השידור הישראלי "כאן", פרק הבכורה הכפול של הסדרה צבר כ־255,000 צפיות באתר של "כאן", ובכך שבר את שיא הצפיות מאז עליית התאגיד לאוויר. מעבר לכך, לסדרה הוקדשו תוכניות אירוח ודיון, וכן תוכניות דוקומנטריות שסיפקו הרחבה לסוגיות שונות שעלו בה. הסדרה גם יצרה דיון ביקורתי ער מעל דפי העיתונות וברשתות החברתיות. כך הפכה **שעת נעילה** בפועל לכלי במיתוגו ובקידומו של ערוץ ממלכתי חדש. סרטוני הפרומו של הסדרה, שהדגישו את היותה "הסדרה היקרה ביותר שהופקה בישראל", או "סדרה שטרם נראתה כמותה בישראל", כמו תרגמו את חוויית עוצמתה של מלחמת יום כיפור לכוח שיווקי. הם חתרו לפתות את הצופה ולגייסו לזירה שבה שולט הכוח. לא הכוח הצבאי, אלא זה של ההון הסימבולי. מובן גם כי מכירת הסדרה לגוף שידור גלובלי (HBO) היא חלק מאותו אתוס טלוויזיוני הכרחי. הִמְכִירָה מקנה את הגושפנקה ליצירה, מוכיחה לכאורה את ערכה האמנותי והמסחרי, ומעלה תרומה נוספת להפיכת הסדרה למשהו ש"חייבים לראות".

סיכום

בכל מפגש של הפנ ההיסטורי עם זה הטלוויזיוני קיים רידוד מסוים של המטען ההיסטורי. פישוט, דרמטיזציה, העדפת הסיפור האישי על הכללי – כל אלה הם רק חלק מהמחיר שמשלמת ההיסטוריוגרפיה האקדמית במפגשה עם המדיום הפופולרי.

לאורך השנים זכו גם מלחמות ישראל ל"מיתוג טלוויזיוני". אמצעי התקשורת, האורזים את האירועים במתכונת סיפורית, זקוקים לסיפור, ועל כן מלחמת ששת הימים (1967), לדוגמה, היא מלחמת הַפְּזָק, שבה מובלטים ערכים כמהירות והישגיות, ומלחמת לבנון הראשונה (1982) היא מלחמה שהדימוי המכונן אותה בזיכרון הציבורי הוא בּוּץ ("הבוץ הלבנוני").

מלחמת יום כיפור, ללא ספק, היא מלחמה שהטראומות – הקולקטיבית והאישית – כרוכות בדימויה הציבורי. במובן זה היא מהווה נדבך מרכזי של התפיסה הפוסט-טראומטית, שהיא אחד המאפיינים המרכזיים בדימוי העצמי של החברה בישראל. הדבר בא לידי ביטוי יומיומי במערכות הפוליטיקה, החינוך והתקשורת.

כפי שהוצג לעיל, הטלוויזיה, בזמנית, היא המהדהדת והמנרמלת העיקרית של הטראומה. **בשעת נעילה** נפגשות האידיאולוגיה השלטת, המנרמלת ומנציחה את הטראומה כחוויה קיבוצית של החברה הישראלית, עם האינטרס המסחרי, המבקש ללכד קהלים רחבים מסביב לסיפור מאִחַד שמושתת בבסיסו על החיבור הדרמטי, הכובש, שבין טלוויזיה ומלחמה. כדאי לתהות אם במעשה המיתוג של טראומת יום כיפור לא מבצעת הסדרה הַסְבָּה של הטראומה אל מחוזות הנוסטלגיה. הנוסטלגיה, כאמצעי מתוחכם של נרמול הזוועה, מאשרת את הקיים והופכת אותו לשגרת. סרטוני פרומו, דיווחים חדשותיים, דיונים בפרלמנט ופרודיות – כולם למעשה תורמים לטשטוש זה שבין אֵימה ובידור, ובמובן מסוים, בין טראומה לנוסטלגיה. כך, באמצעות הַחֲזָרָה הריטואלית על אוסף דימויים מצומצם ומוגבל, הטלוויזיה מאיצה ומקבעת אותו זיכרון נוסטלגי. הדבר מתאפשר באמצעות פעולה כפולה: מצד אחד, חיזוק הזיכרון תוך קיבוע של מספר דימויים בתוכו, ומנגד, עיקור הדימוי מהקשרו. **שעת נעילה** כמו מוחקת או מעקרת את הזיכרון תוך שהיא הופכת אותו לעוד "בשר" הנטחן במטחנת הדימויים הפועלים בסביבה התחרותית.

מקורות

בלייך, אבי (2000). "פסיכיאטריה צבאית בישראל: פרספקטיבה של יובל", **הרפואה**, <https://www.ima.org.il/MedicineSite/Article.aspx?NewspaperArticleId=2168> (נדלה ב־16 ביולי 2022).

לומסקי-פדר, עדנה (1998). **כאילו לא הייתה מלחמה: תפיסת המלחמה בסיפורי חיים של גברים ישראלים**. ירושלים: מאגנס.

נגן, לחיים, ומשה קורדובה (1974). מדיניות הטיפול ופינוי הנפגעים במלחמת יום הכיפורים וארגונם. **הרפואה** פז, חוברת י"ב (דצמבר), עמ' 531-532. <https://in.bgu.ac.il/fohs/Pages/deans/Nagan.aspx>

נט"ל (נפגעי טראומה על רקע לאומי), אתר העמותה: <https://www.natal.org.il>

נרדי, חן (1999, 1 ביוני). "איך נירמלו כה רבים מאיתנו את המלחמה אל תוך חייהם", **הארץ (ספרים)**, עמ' 1-2.

"עקפה את 'טרהרן': שעת נעילה שוברת שיא בכאן 11", **סרוגים**, 21 באוקטובר 2020.

ערב, דן (2017). **מתים לראות: מלחמה, זיכרון וטלוויזיה בישראל 1967-1991**, תל-אביב: רסלינג.

רוזנבלום, דורון (2000, 26 במאי). "הכתישה המקרקשת בבטננו", **הארץ**.

"שעת נעילה": העלויות שמאחורי ההפקה היקרה ביותר בישראל אי פעם", ICE, <https://www.ice.co.il/research/news/article/792658> (נדלה ב־16 ביולי 2022).



ד"ר דן ערב, דיקן בית הספר לתקשורת במסלול האקדמי, המכללה למינהל; מרצה בבית הספר לקולנוע וטלוויזיה ע"ש סטיב טיש, אוניברסיטת תל אביב.

דוא"ל: aravdan@gmail.com