

## Artattack

ה-'site' של Artattack הוא מקום אלטרנטיבי בשולי המסד האמנותי מחד והטלוויזיוני מאידך, שבו ניתן ליצור דיאלוג, להפיץ עבודות טלוויזיוניות מסוג שונה, ולשתף פעולה עם אמנים אחרים.

בשונה מאמנות ה-site specific של שנות ה-60 וה-70 המוקדמות, ה-site שלנו איננו מקום, ממסד או חלל פיזי, שקיים מראש. הוא מיוצר על-ידי עשייה, שיתוף פעולה, יצירת קהילת אמנים וחשיפתם לציבור שצופה בטלוויזיה, ושאיננו בהכרח כזה ההולך למוזיאונים או מבקר בגלריות. כיום נפוצה השיטה שבה אמנים מתאגדים אד-הוק בהתארגנויות זמניות למטרה מסויימת. לעיתים, הם מונעים על-ידי הרצון ליצור לעצמם מסגרות תצוגה אלטרנטיביות או ארגונים של אמנים, ועל-ידי כך לעקוף את התווך הממוסד ולגשת ישירות לקהל הרחב ביותר. במובן הרחב זוהי מוטיבציה שבבסיסה ביקורת על יחסי השוק, שיצירות אמנות מוגבלות אליהם לעיתים קרובות מדי.

השאלה העקרונית ביותר לגבי תוכנית כמו Artattack, היושבת בין הפטיש הטלוויזיוני לסדן האמנותי, היא איך להתחמק מהקונוונציות הבעייתיות של וידיאו-ארט מהצד האחד, ומפורמטים דהויים רדופי שיקולי רייטינג של מדיה מסחרית, מהצד השני.

**מהצד האחד** - הרצון הראשוני של וידיאו ארט להגדיר את עצמו כעוד מדיום אמנותי ספציפי כמו פיסול, ציור וכו', ולסתת לעצמו מקום של כבוד בתוך עולם האמנות, הוביל אותו, בשנותיו הראשונות, לעיסוק במדיום כהארכה טכנולוגית של אותן פעילויות.

דגש הושם על נרקיסיזם (אמנים מדברים ללא סוף על עצמם), פעולה גופנית כלשהי של האמן מול המצלמה, רפטיביות שמחקה את הסידרתיות של עבודת האמנות, והערכת זמן 'לא טלוויזיונית'. ובקיצור - כל מה שלא ניתן להגדיר כטלוויזיה.

Artattack אינה תוכנית טלוויזיה קונבנציונאלית. היא גם לא מה שניתן להגדיר כייצירת אמנות! ובכל זאת, המניעים להפקת תוכנית בת חצי שעה של עבודות וידיאו לשידור בטלוויזיה הקהילתית, דומים לאלה של אמנים מחוייבים מהעשורים האחרונים, ובעיקר, בעיניי, לעקרונות המשתנים של אמנות ה-site specific.

אם בעבר הלא רחוק, הביקורת על הבידוד והניתוק של אמנים ואמנות מהתרבות הפופולרית ומכל מה שנמצא מחוץ למסד האמנותי (דרך מוסדות כמוזיאון והגלריה), היוו מניע דומיננטי של אמנות ה-site specific, הרי שכיום, המוקדים של אמנות ואמנים מהסוג הזה, הם מחוייבות וחיבור גדולים יותר עם העולם החיצון על-ידי נושאים 'לא אמנותיים' ושימוש בטכנולוגיה פופולרית. אם בשנות ה-60 האמנים החליפו את החלל הנקי והסטריילי של הגלריה בחומריות של הנוף ובשעמום הבלתי טהור של היומיומי, הוציאו את האמנות מתוך הגלריה (לעיתים באופן המובהק ביותר - סמית'סון והרפתקאותיו בניו ג'רזי ובאזורים מבודדים ביוטה, דניאל ביוון ומצעד הקנבסיס המפוספסים שלו מחלון הגלריה החוצה), והסיטו את המוקד מעבודת האמנות עצמה לקונטקסט ולחלל בו היא מוצגת ולקבלתה על-ידי הצופה, הרי שכיום מציגות קבוצות של אמנים בבתי-מלון, בפרוייקטים של בנייה, בבתי-ספר, בסופרמרקטים וכדומה.

לעיתים, זונחת הפעולה את הממד הפיזי של יציאה מהמתחם האמנותי, על-מנת להציג בחלל בעל אופי שונה, ואז היא מומרת בחדירה לאמצעי הפצה פופולריים כגון טלוויזיה, רדיו ואינטרנט. בנוסף להתרחבות זו בחלל של חיי היומיום, אמנים מסוג זה מתמצאים במגוון של דיסציפלינות (אנתרופולוגיה, פסיכולוגיה, מחשבים, ארכיטקטורה ואורבניות, תיאוריה פוליטית וכו'), וקשובים למדיה ולשיח הפופולריים (אופנה, מוסיקה, פרסום, וכמובן - טלוויזיה).

כדי שזו לא תיבלע ותהפוך להיות עוד ענף של תעשיית התרבות והבידור, צריכות התארגנויות כמו Artattack לשמר את המקומות שבהם נעשית פעילות עצמאית ולהציג את המציאויות האלטרנטיביות הללו.

התוכנית Artattack היא יוזמה של ארבעה אמנים צעירים, בוגרי בצלאל, שכמו אמנים אחרים, חיפשו אחר תחילת דרכם האמנותית. התוכנית נוצרה מתוך שתי מוטיבציות עיקריות: האחת, מתן במה לאמנים ויוצרים אחרים, שתגדיל את אפשרויות התצוגה והחשיפה המצומצמות כל כך, העומדות כיום בפניהם; והשנייה, הצעת מודל אחר של אמנות - מתקשר, נגיש, לא מנוכר, לא אליטיסטי, אלא כזה הפונה לקהל הרחב.

התוכנית, להבדיל מתוכניות תרבות אחרות בטלוויזיה, היא תוכנית אמנות. לא תוכנית אירוח ולא ביקור בתערוכה. התוכנית מציגה אמנות צעירה, כשהדגש הוא על עבודות אמנות שטלוויזיה היא המדיום המתאים להן, למשל: וידאו ארט, סרטונים ניסיוניים, סרטים דוקומנטריים, אנימציה, אמנות מחשב וכדומה. העבודות מוצגות בתוכנית במלואן, לעיתים משולבים גם ראיונות עם היוצרים, דיונים או תיעוד של אירועי אמנות אחרים.

כמו כן, התוכנית פתוחה תמיד להצעות מצד הצופים, אמנים ושאינם אמנים, המעוניינים להציג את עבודותיהם במסגרתה. השאיפה היא ליצור, בעזרת התוכנית, מעמד אחר של אמנות, מעורב יותר, נגיש יותר ומצוי יותר לקהל רחב, שאינו בהכרח שוחר גלריות; להדק את הקשר בין יוצרים בעלי עניין משותף, לפתוח ערוץ של שיחה ודיון בין יוצרים, לחשוף כמה שיותר אמנים ועבודות אמנות, וליצור אפשרויות נוספות לתצוגה, דבר שחסר מאד בעולם האמנות הישראלי.

השאיפה לעצמאות והרצון לפרוץ את המעגל הסגור של עולם האמנות, הביאו לבחירה בערוצים המקומיים. הערוץ המקומי כערוץ אלטרנטיבי, משולל שיקולי רייטינג ומאפשר חופש תכנים ויצירה מקורית נרחבים הרבה יותר מאלה הקיימים בערוצים המסחריים. ובהתאם, גם הקהל של הערוץ המקומי הוא קהל פתוח, אקטיבי ומעורב.

היכולת של הטלוויזיה לתקשר, ואף יותר מכך - להשפיע על הקהל הרחב ביותר - איננה מוטלת בספק, והיכולת של גילגול מסויים שלה להציג את עצמו כאלטרנטיבה היוזואלית היחידה, היא תוצר של הכוח הזה. אמנות הוידאו אינה יכולה להפקיר את השדה היוזואלי, וביכולתה להשפיע ולו במידה שהיא תציע אופציה אחרת לתקשורת עם הציבור.

במאמר שכתבה לאחרונה רוזלינד קראוס על מרסל ברודהרס, היא מתארת את הרגע בו הופיע בתחילת שנות השבעים חידוש הטכנולוגי, וניפץ את המחשבה שגם המדיום הזה יוכל להיות ספציפי לעצמו וארוז בקפידה בתוך הזימור שלו. החידוש הזה היה דומה בזולות שלו ובחופש שהוא מעניק, לחוויה העכשווית של עריכה ממוחשבת על ה-desktop הפרטי שלך בבית. המכשיר נקרא Portapak והיה בו שילוב קל מידות ונוח להפעלה של מצלמת וידאו ומוניטור. האפקט הטלוויזיוני של טכנולוגיה מהסוג הזה בישר את הניתוק של עבודות הוידאו מהיומרה המודרניסטית של אמני הקולנוע הסטרוקטורליסטים של שנות ה-60 (כדוגמת מייקל סנואו ועבודת ה-Zoom בת 45 הדקות שלו), והמעבר לכאוס הפוסט-מדיומלי של הטלוויזיה. מה שמפליא הוא, שהרבה אמנים עדיין מנסים ליישם את הבידוד האמנותי הזה על 'מדיום' שהוא ללא ספק צאצא של הטלוויזיה והתרבות הפופולריים.

וידאו הוא בדיוק מה שעולם האמנות לעולם לא יוכל לבדוד כעוד מדיום אמנותי - ההטרוגניה הגדולה ביותר המשודרת בצורות שונות, בזמנים לא אחידים ולמקומות רחוקים אחד מהשני.

**מהצד השני** - Artattack כתוכנית טלוויזיה, מנסה לנסח סוג של סובלנות לכאוס הזה - מה שטלוויזיה נוסחתית בארץ מונעת מהצופים על-ידי היצמדות לסיסמאות 'מנצחות' כגון 'הסדרות הטובות ביותר בעולם'. באקלים התרבותי הזה, וידאו ארט נפס פעמים רבות כשעשוע בלתי מזיק, כסוג של קלות דעת ואי-רצינות, שמבקשת ממך לצחוק ואז לשכוח. כרגיל, את נקודת המבט הזו חולקים עולם האמנות והמדיה הטלוויזיונית. בגלל שהחלל התרבותי בארץ (שלאמנות אין חלק בו, לצערנו), מוצף בדימויי מדיה הלקוחים מתחומים כמו פרסום מולטימדיה, הרי שמה שכונה פעם 'חוויה אסתטית' נמצא כעת בכל מקום, ובזה צריכה יצירה ויוזואלית אמנותית להתחרות.