

# ARTATTACK

מאת אפי ווייס

לאחר כשנתיים של פעילות, 16 תכניות, שתי תערוכות, ערבי הקרנה ואירועים אחרים ARTATTACK מחליפה ראש. ארבעת יוזמי התכנית ומייסדיה: איציק לישי, עירית נרתי, אמיר בורנשטיין, ואפי ווייס, נסעו ללמוד בחו"ל, ואת התכנית תפיק רותי סלע, שתעשה ברצועת השידור ככל העולה על רוחה. לרנל הפרידה, העליתי על הכתב כמה מחשבות, שליוו את הפעילות שלי ושל שלושת חבריי ב-ARTATTACK.



המחשבות הראשונות על הקמתה של תכנית טלוויזיה עצמאית, שתציג אמנות-מסך כפי שהיא, עלו במוחותיהם (או שמא בלבותיהם?) של ארבעת יוזמי ומייסדי ARTATTACK לפני כשנתיים. הם היו אז ארבעה אמנים צעירים, שזה עתה סיימו את לימודי האמנות ואשר לא רצו בשום אופן לחזור אחרי ולא להיות מחוזרים, גם לא לשקוע אל תהומות של עשייה למגירה, אלא ליצור כמו ידיהם את הבמה ואת התנאים להם ולעוד שכמותם. ובעיקר - להציע משהו אחר, משהו בעל-ערך, עקרוני, לאתר משבצת ריקה, להשתלט עליה ולקבוע עובדה, להשפיע.

היום, כשכל מועדון, פאב, גלריה, כל אירוע תרבותי או בידורי, מקפידים להתקשט בנוצותיו של מסך מרצד; היום, כשיש כל-כך הרבה ערבי-וידאו, קורסי וידיאו, תערוכות ואפילו פסטיבל בינלאומי בתל-אביב בקרוב, קצת קשה אולי להבין על מה ולמה ARTATTACK, למה הידאו זקוק לעוד שופר, ומה בכל זאת לא קונבנציונלי בפעילות של ARTATTACK.

ARTATTACK הוקמה כדי ליצור אלטרנטיבה מול שתי קונבנציות: זו של עולם האמנות וזו של עולם הטלוויזיה, דווקא על-ידי חיבור שני התחומים, דבר שנראה טבעי ביותר, אבל משום מה לא היה קיים עד כה בצורה אוטונומית (או שדיברו בטלוויזיה על אמנות או שהאמנות עסקה בביקורת על טלוויזיה). חיבור בין שני התחומים נראה לרבים כהכלאה מאוסה בין האליטיסטי לפופוליסטי, מה שרק מעיד על כך ששני השדות הללו הקצינו ועוותו עד כדי גרוטסקה. והרי כאן טמון הכישלון: הטלוויזיה אינה חותרת לאיכות, והאמנות אינה מחפשת קהל רחב יותר מאשר קהל המשוכנעים שלה. בצירוף המילים "עולם הטלוויזיה" אני מתכוונת למגמות הכלליות ההולכות ומתרחבות של איכות נמוכה, רדידות תכנים וסנסציוניות מתגברת. ב"עולם האמנות" אני מתייחסת, בהקשר זה, פחות לעבודות אמנות עצמן, ויותר לרוב מוסדות האמנות, דרכי התצוגה והביקורת, ובכלל זה גם למידה הנמוכה של אחריות ויוזמה, שאמנים לוקחים על עצמם בהקשרים האלה.

נדמה שאין צורך בדוגמאות כדי להעיד על הזולות והרדידות המאפיינות את הטלוויזיה, אבל אולי כדאי לצטט מתוך מאמר ביקורת בעיתון סטודיו כדי להדגיש את השימוש בכתיבה "מתוחכמת" כערך, כמוסכמה סגנונית המעידה על בקיאות, גם כאשר התוכן דל ובסיסי עד כדי גיחוך: "...המצלמה מצלמת בקצב נמוך, בהילוך איטי, בשוטים ארוכים ומתמשכים, היא קולטת את האיטיות וגם יוצרת אותה. ובעוד היא משולבת בין קליטה ליצירה, היא חושפת את המושא, את שקיפותו שהיא השקיפות שבאיטיות". ובהמשך: "XXX משלב כמות ומהירות. הוא עובד בטכנולוגיות שונות ובכלים שונים: תכנות מחשב (פרמיאר), הקלטות אודיו וצילומי וידאו. בכך, הוא מפגין הכשרה ועכשוויות: הטכנולוגיות והכלים שבהם הוא משתמש דורשים ידע טכני והבנות אודות האפשרויות הטמונות בטכנה, דהיינו בעשייה". כתיבה מסוג זה, מלומדת לכאורה, אינה בהכרח מעידה על התנשאות או על פניה לקהל מצומצם ובכח, אלא, במקרים רבים, כמו כאן, על אוזלת-יד או על חוסר הבנה, או, פשוט, על חוסר מאמץ לקרוא עבודת אמנות, ובמילים אחרות - על חוסר רצינות ויושר מקצועי. אותה בישה אפשר למצוא גם אצל מנהלי גלריות, שמעוניינים לתת לתערוכה הקרובה נופך עכשווי באמצעות "איזושהי עבודת וידאו", או שרוצים "לעשות משהו" עם המקרן שזה עתה רכשו, אצל אוצרים שלא מוצאים את הזמן לראות עבודות של אמן מסוים ומזמינים אותו להציג על סמך השמועה, אצל כותבים שלא טורחים אפילו לבדוק את העובדות - טועים בשם האמן ובמינו ומניחים הנחות חסרות כל בסיס, ועוד כהנה וכהנה תופעות (דוגמאות לא יחסרו), שכמובן מעידות על בעיה עמוקה יותר, ולא כאן המקום להרחיב.

ARTATTACK היא תכנית טלוויזיה עצמאית, המופקת לגמרי בהתנדבות ומשודרת בערוצי 9 של חברות הכבלים "תבל" וערוצי זהב, מאז יוני 2000. את התכנית יזמנו, ארבע אמנים צעירים, מתוך השקפתנו, שהאמנים יכולים וצריכים להיות הנציגים של עצמם ושהאמנות צריכה להיות נגישה ויכולה להיות בעלת משמעות לאוכלוסייה רחבה יותר.

כוונתנו הייתה לשמש במה שבאמצעותה ניתן להציג עבודות ולהכיר עבודות של אחרים.

ARTATTACK היא תכנית אמנות. לא אירוח, לא ביקור בתערוכה. ARTATTACK היא פורמט תצוגה, היא גלריה טלוויזיונית לעבודות טלוויזיה היא המדיום הטבעי להן.

ב-ARTATTACK אנו משדרים עבודות אמנות במלואן, לא כחלק מאייטם משודרת פעמיים בשבוע במשך כל החודש. אנו פתוחים תמיד להצעות מצד האוצרים המעוניינים להציג את עבודתיהם בתכנית.

מלבד הפקת התכנית, ARTATTACK יוזמת ומשתתפת בתערוכות, הקרנות ציבוריות, הרצאות ועוד.

[www.digitalartlab.co.il/artattack](http://www.digitalartlab.co.il/artattack)

בשני התחומים, אם-כן, המצב הרווח הוא של העדר מחשבה ביקורתית אמיתית ואחריות חברתית. כמובן שאין הכוונה לומר שאין אמנים/אנשי טלוויזיה, שרואים את התפקיד החברתי/ביקורתי/תרבותי של התחום שבו הם עוסקים, ואף עושים זאת בצורה מעוררת הערכה.

הדברים הנאמרים כאן משקפים התרשמות כללית ובעיקר את התחושה הקשה שחשו חברי ARTATTACK כלפי מה שמחכה להם, כאנשים צורכי תרבות, כאמנים בכלל וכאמני וידאו בפרט.

בשני התחומים התפתח סטנדרט: כך עושים טלוויזיה. כך מראים/כותבים על אמנות. סטנדרט אינו דבר מיותר, הוא אפילו חיובי. אבל כשהסטנדרט רוכש עמדה של בלעדיות והופך להיות האופציה היחידה, המוצאות הן חמורות.

הקהל/הצופה/הציבור שאינו נמגש עם חריגות מהסטנדרט, מזהה את הנורמטיבי עם ה"נכון", ה"אמת", המוסרי. הוא מוכן לקבל רק את ה"מקובל" ושואף למציאות חסרת חריגות. יחס החברה הישראלית ומוסדות המדינה אל "חריגים" או "אחרים" הוא לקוי ואף מפגר. דומני שאין צורך בהבאת הוכחות לכך. במציאות בה קיים רק הנורמטיבי, אין מקום (או אפילו ידיעה על האפשרות) לחשיבה עצמאית, להתבוננות ביקורתית, ליצירתיות אמיתית.

בחברה שלנו לא רק הדירה (או העיר, אם היא חדשה) מתוכננת לפי החיים המתוכננים שלנו, כפי שאנו מצופים להיות אותם (יחידת הורים, 3 שירותים (1 שירותי אורחים), 2 חדרי ילדים (אחד מהם ממ"ד), הכנה לכבלים בכל חדר). גם ל"היות מיוחד", "היות שונה" יש סטנדרט, כמו שמציע מסע הפרסום של Orange להודעה "קולית"; אם פעם אדם היה זקוק לאיזה שמץ של "יחודיות", רעיון משלו, קורטוב של יצירתיות, כדי להקליט על המזכירה הודעה שאין לאף אחד אחר (כן, פעם זה היה ערך), היום יש כבר מוצר ששולל את הצורך אפילו במאמץ היצירתי הקטנטן הזה. האבסורד של "יחודיות" תפורה על-פי מידה, (ראה קמפיינים: B.U. Think Different<sup>®</sup>), והניצול לרעה של מושגים המבטאים ערכים של אינדיבידואליות וסובלנות ("Yes-החופש לבחור"), הוא משיאי הבונוניות השאננה; גם יוצאי דופן יש לנו, אנחנו ייצרנו אותם והכל תחת שליטה.

אולי נשמע ש ARTATTACK יצאה למגר את כל אלה, בעוד שבסך-הכל מדובר בתכנית לא לוחמנית בכלל ואפילו בתכנית לא מרגיזה. מה שמייחד את ARTATTACK הוא שהיא עצמאית, נטולת אינטרסים כלכליים, נטולת ניכונים של תכנית בידור מחד ושל להג ידעני מאידך. ב ARTATTACK האמנות היא במרכז, היא הגלגל המניע. ב ARTATTACK סומכים על עבודת האמנות הטובה שתחזיק את הצופה המבין וההדיוט ועל האמן שיהיה המגשר הטוב ביותר בין הקהל והעבודה, אם רק ייתנו לו הזדמנות להיות הנציג של עצמו, לדבר על עבודותיו במילותיו שלו ואם יכבדו אותו בשאלות ראויות ובעריכה (או בכתיבה) שאינה עושה כל מאמץ לטשטש את התוכן.

הערוצים המקומיים יכולים היו להיות הפלורליזם בשיאו. זוהי במה ללא שיקולי רווח ורייטינג, ללא התערבות ממסדית וללא הירארכיות (ולטוב ולרע). המציאות של השידורים בערוץ היא עבודה הרבה יותר, רוב השידורים (בשום אופן לא כולם) נעים ברמתם בין מסכת שמעלים בבית-ספר לבין חיקוי פתטי של הערוצים ה"מקצועיים" (הנועזים ביותר מחקים את MTV בוורסיה ים-תיכונית מיוזעת). ועדיין זאת הזדמנות מדהימה ליצור טלוויזיה אחרת, והזדמנות לקבוצות בעלות עניין משותף, איזוטרי ככל שיהיה, להשמיע את קולן. ההזדמנות עדיין לא מומשה.

העצמאות והחופש שהערוצים האלה מציעים, הם מה שקסם למקימי ARTATTACK ונרם להם לחשוב דווקא על הטלוויזיה כשדה מתאים לפעולה. מעבר לכך שזהו החלל הטבעי ביותר לעבודות וידאו ארט (ולפורמטים נוספים שנוצרו למסך). רק במקרים מועטים מכשיר טלוויזיה וספסל בגלריה מהווים פתרון מתאים לסוג כזה של עבודת אמנות. ואין הכוונה רק לפתרון ברמה הטכנית.



<sup>®</sup> בשירות "הודעה קולית" (בשורזק) של חברת orange, מציעה החברה לרכוש, מתוך מאגר של הודעות, הודעה מיוחדת לתא הקולי.  
<sup>®</sup> קמפיין B.U. (היה אתה), גם כן של חברת orange - הייחוד שהוצע התבטא כחות או יותר בכך שלכולם מתאים אורנג', Think Different הוא סלוגן לחטיף "קליק".

יש משהו שמייחד את אמנות הוידאו, גורם מהותי, אימננטי, שהופך את המדיום הזה לבעל פוטנציאל אנטי ממסדי מובהק. בעיית הסחר באמנות וידאו, שעדיין לא מצאה לה פתרון, רק מצביעה על הגורם המיוחד הזה (ובסופו של דבר ההתעקשות להתייחס לוידאו כאל "סוג" כמו ציור או פיסול וכד' היא למעשה אינוס של האמנות על-ידי הסטנדרט). הפורמט הזה הוא מהפכני מבחינת אופי דרכי התצוגה וההפצה והמנון שלהם, ויש לו יכולת להגיע לקהלים יותר גדולים, לחצות יבשות בעלות מינימלית ולהישאר נאמן למקור (ולהבדיל, למשל, מתמונות של אמנות בקטלוגים ובמגזינים). סביב אמנות הוידאו (ואמנויות דיגיטליות אחרות) נוצרות קהילות, ובעקבות כך דיאלוג ערבי, מערכי הפצה ייחודיים ושיתופי פעולה שאין כדוגמתם בתחומי אמנות אחרים. עובדה פשוטה היא, שחובבי אמנות סקרן יכול בקלות להחזיק בבית אוסף אמנות וידאו גדול יותר משל אספנים ומוזיאונים. מבחינה זו השידור בערוץ הקהילתי מתאים במיוחד למדיום, בכך שהוא מציע עוד צורת הפצה של אמנות וידאו כפי שהיא, ומציע לקהל, אמנים ושאינם אמנים, לקחת אחריות על התרבות אותה הם צורכים באופן אמיתי ואקטיבי (בניכוד ל"החופש לבחור" המרדים והפאסיבי שהוזכר לעיל).

חברי ARTATTACK מאמינים שאמנות טובה היא גם אמנות מתקשרת. לא שעבודת אמנות טובה היא טובה לכולם, או שכולם מעוניינים בה. עבודות שונות פונות לטעמים שונים, אבל בשום אופן לא לחתך מעמדי/תרבותי מסויים. את קהל היעד של עבודת אמנות פוגשים בכל מקום, גם בגלריות וגם בחדר המדרגות, והתגובות שהתכנית קיבלה מצופים שונים: אמנים, חברות הכבלים, אנשי טלוויזיה ואנשים שמעולם לא החשיבו עצמם כשוחרי אמנות, במשך שנה וחצי של שידורים, ביססו לנמרי את מה שהיה בהתחלה, משהו בין תיאוריה הגיונית לבין תחושת בטן.

לו היו מקימי התכנית מוצאים את עצמם היום מול אותן תהיות, אולי לא היו בוחרים, לאור האינפלציה הנוכחית בפופולריות של המדיום, לנייס כל-כך הרבה אנרגיות וזמן דווקא למען הוידאו-ארט. אכן, הוידאו-ארט בישראל נחלץ סוף-סוף מאלמוניותו, אבל מצבו הקיומי לא נעשה ברור יותר. בתוך מבול של דימויי מסך מתחלפים נהיה קשה יותר (וגם יותר קל!) לעשות אמנות וידאו. לכאורה אנחנו פוגשים סוגים של אמנות וידאו בכל מקום, לא רק בחללים שהם בהגדרה חללי אמנות; בטלוויזיה (קליפים, פרסומות, קטעי מעבר קצרצרים...), ברחוב (בצמחים, בתחנות דלק), במועדונים, בקונצרטים, בהרצאות... הוידאו-ארט, שאינו יכול לברוח מהמציאות בה הוא פועל, מגדיר את עצמו שוב ושוב ביחס לעושר התצורות האלה ולמה שהן מציעות. במובן זה, זהו אולי המדיום שהרלוונטיות שלו לעולמנו היא המובהקת ביותר ואינה זקוקה להוכחה. מבחינה זאת הוא נהנה אולי מאיזושהי חסינות (וזמנית לפחות) מפני כרסומי הספק והכרזות על מוות בטרם-עת.



## כמה שמנת

ARTATTACK

כמה ש... כמה ש... כמה שמנת... כמה שבת... כמה שווה... כמה שביי... כמה כמה... כמה כמה... כמה קמה... כמה ממה... כמה שמה... כמה תמה... כמה תמה... כמה שבת... כמה ש... כמה שמנה... כמה שמן אבא... כמה שמן הוא... כמה שפן הוא... כמה למה... כמה שמה נמה... כמה נמה... תנננה... דנה נמה... דנה קמה... כמה קמה... קמה למה... כמה מאמא... כמה למה??? מה לך שם... מה לך שם... מה לחשה לה... מה לחשה לסבא... מה לך שלסה... מה לך שם מה... לחשה לה מה... שלה... מעלה... יאללה... ינשאללה... הלאה... גלה... גע לה... שמע לה... קרא לה... טרלה לה... לה...

כמה שמנת 00:55:62 ◀◀

\* עבודת וידאו. ארבע דקות. אדפטציה ישראלית אישית למוסיקת עולם.

