

רהוט או עילג: מיומנות ארגונית ובולטות תרבותית בתעשיית המוסיקה בישראל

מוסיקה – והכוונה בעיקר למוסיקה פופולרית – היא רכיב בולט של התרבות העכשווית. הסביבה הציבורית רוויה מוסיקה במידה שהופכת רגעים נטולי מוסיקה לחריגים ואף נדירים. פטי קול של סרטים, פרסומות ותוכניות טלוויזיה; מוסיקת רקע במקומות ציבוריים ובהמתנה טלפונית; שידורי רדיו במכונית ובבית; וכמובן תקליטים¹ פרטיים במכשירי שמע ניידים או ניידים. בתוך כך נעשתה המוסיקה כלי מרכזי בבנייתה של תחושת המיוחדות העכשווית של כל אינדיבידואל, אך חשוב מכך אולי, בבנייתן של זהויות קולקטיביות מגוונות: לאומיות, אתניות, מעמדיות, אזוריות, מיניות, דוריות ועוד.

תעשיית המוסיקה היא השדה הארגוני הקובע אלו סוגים של מוסיקה יעמדו לרשות הציבור, ובעיקר איזו מוסיקה תזכה לנוכחות, לבולטות וליוקרה בסביבה התרבותית העכשווית. בישראל מתבטא עניין זה בחריפות בהבדלי הנוכחות והבולטות שבין הפופ/רוק הלועזי והעברי לבין המוסיקה המזרחית/ים-תיכונית, הידועה בציבור כ"מוסיקת קסטות". הבדל זה מיוחס, על-פי עמדת המאזין, לעיונות כלפי "מוסיקת הקסטות" או לעיונות האמנותית של הפופ/רוק.

מבלי להעמיד במוקד הדיון את סוגיות ההיררכיה האמנותית והיחסיות התרבותית, ברצוני לתאר בעמודים שלהלן את ההבדל בנוכחות בין שני ז'אנרים אלה כתוצר של שני מכלולים שונים של פרקטיקות מקצועיות בתוך תעשיית המוסיקה בישראל. האחד נטוע בתוך תרבות הפופ/רוק הגלובלית, דבר שמניב רצף קולח של עבודה – "רהיטות" ארגונית – בין הרכיבים הארגוניים הקובעים את הנוכחות והבולטות של מוסיקה. השני נטוע בתפיסת עולם אמנותית שונה מן הפופ/רוק, בעלת זיקה למסורות מוסיקליות מזרח-תיכוניות, דבר המניב קשיים ותקלות במגע בין הרכיבים הארגוניים – "עלגות" ארגונית – ושיבוש של הנוכחות והבולטות של המוסיקה המיוצרת בו.

ברקע הדברים עומד כמובן המאבק הכללי והרחב יותר על אופיה ומהותה של העשייה התרבותית בישראל. המכלול הראשון קשור יותר לישראליות ההגמונית, הידועה כ"אשכנזית", והשני לישראליות ה"מזרחית" שנותבה לעמדה תרבותית נחותה על-ידי הראשונה. הדיון הנוכחי מתמקד בהקשר הארגוני של תעשיית המוסיקה כביטוי אחד של מאבק זה. כל זאת, כדי להמחיש בקצרה, ברמה כללית יותר, כי שדות ארגוניים הם כלי חברתי בידי תפיסות עולם תרבותיות – ובמקרה זה, תעשיית המוסיקה כמכשיר להבניית הפופ/רוק כתרבות המוסיקה הדומיננטית.

- * מאמר זה הינו חלק מפריקט המחקר "מוסיקה פופולרית והבנייתה של תרבות ישראלית", הממומן על-ידי הקרן למחקר בסיסי שעל-יד האקדמיה הלאומית הישראלית למדעים ואשר מנוהל בשותפות עם ד"ר אדווין סרוסי.
- 1. המונח "תקליטים" משמש כאן, בכל מקרה שלא מצוין אחרת, כשם כולל לחפצים-נושאי-מוסיקה (קלטות, דיסקים וכו').

תעשיית המוסיקה הגלובלית ותרבות הפופ/רוק

תעשיית המוסיקה העולמית היא אחת מן הריכוזיות ביותר שבתעשיות התרבות – ואולי מן התעשיות בכלל. כ־70 אחוז מכלל המוסיקה הפופולרית המוקלטת בעולם כולו הופקה, יוצרה והופצה בשנות השמונים על-ידי חמש חברות עיקריות: אי.אם.איי (EMI), פוליגרם (Polygram), סוני (Sony), וורנר (Warner) ובי.אם.ג'י (BMG). חברה שישית, המעלה את אחוז השליטה העולמי של "הגדולות" (The Majors), כפי שהן מכונות בזירגון המקצועי, אל מעל ל-80 אחוז לערך היא אי.סי.אי (MCA), הנחשבת "קטנה" יחסית משום שמוצריה מופצים באמצעות בי.אם.ג'י. עוצמתה של כל אחת מן החברות הללו היא תוצאה של תהליכים ארוכי טווח של רכישות, השתלטויות ומיזוגים, שהביאו לכך שחברות תקליטים ותיקות וחדשות, קטנות או גדולות, נהפכו לחלק מן החברות הללו. כך למשל כלולה חברת וירג'ין (Virgin) הצעירה יחסית, אך המצליחה מאוד מאז שנות השבעים, בתוך אי.אם.איי (EMI); סוני היא גלגול של סי.בי.אס (CBS); וורנר כוללת "לייבלים"² ותיקים כמו אלקטרה ואטלנטיק; בי.אם.ג'י היא גלגול של אר.סי.אי (RCA) הוותיקה, ואי.סי.אי שולטת בגפן (Geffen) החדשה – ואלו הן רק דוגמאות בולטות. למעשה, מרבית חברות התקליטים הקטנות וה"עצמאיות" בעולם נשלטות, או לכל הפחות תלויות מאוד, ב"גדולות" לקיומן. בנוסף לכך, כל אחת מחברות אלו היא חלק מתאגיד גלובלי בעל אינטרסים במוצרי תרבות נוספים ובמוצרים אחרים. לחברת האם של אי.אם.איי (בסיס התאגיד הוא בבריטניה) יש חברות למוצרי חשמל ואלקטרוניקה. פוליגרם היא חלק מתאגיד פיליפס שבסיסו בהולנד, ששורת מוצרי החשמל, האלקטרוניקה והתקשורת שלו מגוונת ביותר. גם על סוני אין צורך להרחיב בהקשר זה, וראוי רק לציין שהתאגיד שולט גם על חטיבת קולנוע ענקית (קולומביה). וורנר היא חלק מתאגיד טיים-וורנר שכולל גם את חברת סי.אן.אן (CNN), והוא למעשה תאגיד התקשורת והבידור הגדול בעולם, עם חברות קולנוע, טלוויזיה בכבלים, עיתונות, הוצאות ספרים ועוד. בי.אם.ג'י היא חלק מתאגיד ברטלסמן הגרמני, השולט גם הוא על נתחים ניכרים משוק התקשורת והבידור בעולם. אי.סי.אי (שגם לה יש חטיבת קולנוע גדולה) היתה במשך רוב שנות השמונים בשליטת תאגיד האלקטרוניקה היפני מצושיטה, אולם במהלך שנות התשעים נרכשה על-ידי תאגיד סיג'רס הקנדי, המזוהה בעיקר עם ייצור משקאות חריפים. חלק מחברות אלו נוטות לשתף פעולה בפיתוח של רשתות תקשורת או טכנולוגיות חדשות, כמו למשל שיתוף הפעולה המפורסם בין פיליפס לסוני בפיתוח קלטות ואחר כך בפיתוח תקליטורים.

המשמעות של נתונים אלה היא שאין זה נכון לראות את תעשיית המוסיקה כתעשיית תקליטים בלבד. המוסיקה והתקליטים הם נדבך מרכזי במערך ייצור מגוון הרבה יותר, שכולל מוצרים רבים אחרים. חלק ממוצרים אלה נתמך על-ידי המוסיקה והתקליטים, חלק אחר תומך בהם, ולעתים קרובות ההבדל בין מוצר עיקרי לנתמך אינו ברור. מדובר, בין היתר, במוצרי חומרה מגוונים כמו מערכות שמע ביתיות, ווקמנים ועוד, אך בעיקר במוצרי תרבות נוספים כמו כתבי-עת, תוכניות טלוויזיה, פוסטרים, וידאו-קליפים, ספרי תצלומים, רכילות וביוגרפיה (של מוסיקאים), סרטים, פרסומות, קלטות וידאו ועוד. תעשיית המוסיקה מהווה למעשה את אחד המוקדים של תהליך רב-כיווני ומתואם, המייצר חבילות תרבותיות בנות רכיבים שונים. התגלמותו המושלמת, כ"חלום" מדיה טוטלי, תוארה כך באופן פרודי בכתב-העת *The Nation*:

תאגיד "ענק" בע"מ מחזיק בבעלותו חברות בנות בכל מדיום. אחד מכתבי-העת שלו קונה (או מזמין) מאמר שיכול להיות מורחב לכדי ספר, אשר המחבר שלו מרואיין בהרחבה בכתבי-עת אחרים של החברה ובתחנות השידור שלה. הספר מעובד לתסריט בשביל חברת הסרטים של התאגיד, והסרט משובץ אוטומטית להקרנה ברשת בתי הקולנוע שלו. לסרט יש פס קול היוצא לאור בחברת התקליטים של התאגיד. הזמר הופך לסלבריטי באמצעות כתבות דיוקן ותמונות שער במגזינים של החברה ובראיונות בתחנות הטלוויזיה שלה. התקליט מנוגן ללא הרף ברשת תחנות הרדיו של החברה. מאוחר יותר מונפק הסרט על-ידי חטיבת קלטות הווידאו של התאגיד ומוקן בתחנות הטלוויזיה שלו. זכויות לשידורים חוזרים של הסרט נמכרות אחר כך לתחנות טלוויזיה ברחבי העולם (Bagdikian 1989, 813, מצוטט אצל Negus 1993, 4-5).

2. "labels", שם נרדף ורווח לציון פירמה של תקליטים, בעקבות התוויות המוטבעות על התקליט או בשולי אריזתו.

תיאור זה אינו ממצה את מגוון המוצרים הנוסף העשוי להתקיים בחבילה התרבותית, אך לעומת זאת הוא מגזים במכוון בתיאור העוצמה הריכוזית ובמידת התכנון המסחרי של המהלכים המשתמעים ממנו – לפחות ככל שהדבר נוגע למדינות כמו ישראל, שבהן תעשיית התרבות כוללת מרכיב לא מבוטל של ארגונים ציבוריים שאינם למטרות רווח. עם זאת, ככל שהדבר נוגע למוסיקה, נשלטים פסי הייצור של תאגידים אלה מאז שנות השבעים (ואולי אף קודם לכן). על-ידי מה שיכונה להלן "תרבות הפופ/רוק". מהלך הייצור והשיווק הכללי של תעשיית המוסיקה משתמש בחטיבות האחרות של התאגיד כדי לבנות – באמצעות החומר העיתונאי הכתוב והמצולם, החומר הטלוויזיוני, אבזרים מגוונים כמו פריטי לבוש וקישוטים שונים, וכמובן התקליטים והמוסיקה עצמם – חבילה של משמעות ודימויים שבמוקד שלה מצויים לרוב להקה או מוסיקאי/ת מסוימים של תרבות הפופ/רוק.

פופ/רוק

חשוב אולי להבהיר בשלב זה בקצרה את עיקריה של תרבות זו. האידיאולוגיה האמנותית של הפופ/רוק מושתתת על שני עקרונות של ריגוש: הטרדה או אי-נחת ועליצות פורקת עול. הראשון מניב באופן טיפוסי אווירה של זעם, תסכול ואף יאוש באמצעות צלילים מחוספסים, רועשים ומעוותים. השני מניב אווירה של חושניות, יצירות ו"כף" באמצעות קצב סוחף, הרמוניה וצלילים מתורגמים. שניהם עושים שימוש מסיבי בכלי נגינה חשמליים ואלקטרוניים, בהגברה, בתחבום אולפני ובזמרה אקספרסיבית. חלק ניכר מן המוסיקה אינו ניתן לשיבוץ לאחד מן העקרונות, שכן המיזוג בין קצב סוחף, התרונות, רעש וחספוס רווח מאוד. המוסיקה נתמכת לרוב על-ידי שלל מוצרים חזותיים – סגנון לבוש של מוסיקאים, עטיפות תקליטים, פוסטרים, וידאו-קליפים ועוד – אשר מחזקים את האווירה הכללית. עניין מכריע הוא שברגע העיצוב העיקרי שלה (1964–1972 לערך) נחוותה תרבות הפופ/רוק כאמירה מרדנית, חתרנית וסרבנית כנגד מה שנתפס כתרבות "מורבעת" ו"זקנה". התמסדותם של מוסיקאי רגע מעצב זה גרמה לכך שחדשנות בלתי פוסקת – לכאורה לשם רענון ושימור הרוח המרדנית המקורית – נהפכו למאפיין עיקרי של הפופ/רוק. כתוצאה מכך נעשתה המפה התרבותית של הפופ/רוק, במהלך השנים, מגוונת מאוד. היא כוללת תת-סגנונות והקשרים המזוהים עם אווירות צליל ועם דקויות שונות של משמעות (דאנס, ראפ, הבי-מטאל, רוק אלטרנטיבי, אמצע הדרך ועוד). כל אחד מאלה משתנה תדיר ומקיים מעין היגיון של אוונגרד והתמסדות, בשמה של חדשנות לשמה או בשם חידוד והקצנה של מוטיב החתרנות. המאגר המצטבר של הסגנונות שהתמסדו נהפך ל"זרם המרכזי" של הפופ/רוק, וחלקים רבים ממנו מאבדים את כוחם החתרני, המטרדי, ונעשים למוסיקה פופולרית מנעימה ומאששת. חברות בתרבות הפופ/רוק כוללת אם כן התעדכנות מתמדת במרחש במסגרות השונות, אך גם בידע של ה"קלאסיקה" המצטברת (לדיון מפורט יותר ראו Reggev 1994 ורגב 1995). הבקאות, המומחיות והידע בעולם-תוכן זה, ובנוסף לכך הבעלות על טעם ונשיות רגשיות ספונטניות הקשורות למוסיקה זו ולמוצריה הנלווים, מהווים סוג של הון תרבותי והביטוס ספציפיים הקובעים את החברות בתרבות זו.³

"תעשיית המוסיקה", כשם קוד לשדה ארגוני מורכב, כוללת סדרה מגוונת של מקצועות ופרקטיקות עבודה המייצרים יחדיו את החבילה התרבותית של מוצרי הפופ/רוק. רשימה חלקית של מקצועות ופרקטיקות אלה כוללת מוסיקאים לסוגיהם (נגנים, זמרים, מלחינים, תמלילנים), טכנאי צליל, מפיקים מוסיקליים, אנשי פרטואר (המופקדים על איתור אמנים, החתמתם על חוזים וככלל ניהול הקריירה שלהם), מעצבים גרפיים, מעצבי אופנה, צלמי סטילס, אנשי שיווק, אנשי מכירות, אמרגנים, במאים וצלמים של וידאו וקולנוע, תאורנים, מאפרים, מעצבי שיער, שדרני רדיו וטלוויזיה, עיתונאי מוסיקה (רכילאים, מבקרים ועוד), מוכרים בחנויות תקליטים, תקליטנים בדיסקוטקים ועוד. קהילה מקצועית מגוונת זו מושתתת על היכרות, ידע ובקאות ברגישויות

3. המושגים "הון תרבותי" (cultural capital) והביטוס (habitus) לקוחים מעבודתו של פייר בורדייה, ולא יפורטו כאן. בתמציתיות יתרה ניתן לומר כי ההביטוס הינו מאגר מופנם של רגישויות, תובנות, ידע, מיומנויות וכישורים המנחה את פעילותו האינטואיטיבית, ועל כן את חברותו של אדם, בעולם תרבותי נתון. הון תרבותי כולל את ההביטוס וכן ידע פורמלי, השכלה ועוד. לפירוט הרחבה ראו למשל את Bourdieu 1984; 1993; Bourdieu with Waquant 1992.

ובדקויות של תרבות הפופ/רוק. ובמלים אחרות, פרקטיקות העבודה שלה מבוססות על ההביטוס של תרבות זו כמשאב נתון ו"מובן מאליו". מצב זה הוא חדש יחסית. עד 1975 לערך עדיין נשלטה תעשיית המוסיקה על-ידי מקצוענים שהביטוס הפופ/רוק היה זר להם.

התוצאה של השתלטות הביטוס הרוק על תעשיית המוסיקה הגלובלית אין פירושה בהכרח האחדה סגנונית של המוסיקה בעולם, כפי שעשוי להשתמע. אסתטיקת הפופ/רוק כוללת היגיון לקטני של הכלאה (hybridity), שעומד בבסיס החדשנות וריבוי הסגנונות. התוצאה היא הפקעה והכפפה של סגנונות מגוונים אל תוך היגיון הפופ/רוק כמעין מכנה משותף, אך לא הומוגניזציה.

פרשנויות תיאורטיות

ההבנה הסוציולוגית של תעשיית המוסיקה מקובעת בשני צירים עיקריים של מחקר ותיאוריה. ציר אחד מדגיש את ההיבט הארגוני-מוסדי כשלעצמו, כגורם "טכני", והאחר את התפקיד התרבותי של הארגון מייצר התרבות. הציר הראשון נטה לראות במשך שנים את תעשיית המוסיקה כחלק מתהליך ליניארי של יצירה, ייצור, הפצה וצריכה. חברות התקליטים נתפסו כארגונים המצויים לרוב בתווך, בין השלב היצירתי לבין הצריכה, שתפקידם העיקרי הוא ייצור והפצה של מוסיקה ותקליטים. דימאגיו והירש (DiMaggio and Hirsch 1976) מיינו לאור זאת את המחקר על אודות ארגונים יצרני תרבות לשלושה מישורים: מישור המיקרו של פרקטיקות עבודה מקצועיות ספציפיות, מישור הבוחן ארגונים שלמים כיחידות בפני עצמן, ומישור הבדוק את יחסי הארגון עם ה"סביבה". מאחר שהתהליכים הארגוניים עצמם נתפסו כמוכרים וידועים, התמקדו המחקר והתיאוריה של גישה זו בעיקר במה שנתפס בעיני מעצביה – ברובם אמריקנים, המכנים את עבודתם "גישת ייצור התרבות" (The "production of culture" approach) – כנקודות הבעייתיות של התהליך: המפגש של הארגונים עם השלב היצירתי ועם הצריכה, וככלל עם מה שנתפס כ"חיצוני" לארגונים. הצד היצירתי של עשיית המוסיקה, כמו גם הצריכה שלה, נתפסו כחקשים בלתי חזויים, שבהם מתקיימת תחלופה תדירה של אופנות, סגנונות, טעמים ועוד. עבודותיהם החלוציות למעשה של הירש (Hirsch 1972) ושל פיטרסון וברגר (Peterson and Berger 1971) ניסו להציב מודל ולהראות בפועל כיצד מנסות חברות התקליטים לשלוט ב"סביבה" הבלתי צפויה בעיניהם של "חומרי הגלם" (היצירה המוסיקלית) והביקוש (הטעמים המשתנים), באמצעות מנגנונים של יזמות, שומרי סף, יחסי ציבור ועוד.

לזכותן של עבודות נאיביות במקצת אלה על תעשיית המוסיקה יש לומר, שהן נעשו בתקופה שבה תעשייה זו עדיין לא התעצמה למצב שתואר לעיל, והן התייחסו לרגע בהיסטוריה שלה שבו המנהלים פעלו מתוך אי-הבנה, ואף ניכור, כלפי השינויים הדרמטיים שחלו במוסיקה הפופולרית בשנות השישים והשבעים – צמיחת תרבות הפופ/רוק. מאוחר יותר שכלל פיטרסון (Peterson 1982; 1990) את גישתו לכיוון מוסדי כללי יותר, אך עדיין התעלם מן התפקיד התרבותי-חברתי של תעשיית התרבות.

בניגוד דרסטי לגישה זו מצוי הציר המתמקד בתפקיד התרבותי של תעשיית המוסיקה. ככלל נשלט ציר זה בידי חוקרים המחזיקים בעמדה ביקורתית-מרקסיסטית. הם שותפים בדרך-כלל לפרשנות הרואה בתרבות הפופ/רוק ביטוי של חתרנות, מרדנות וסירוב כלפי המציאות הקיימת והתרבות השלטת. העיסוק שלהם בהיבט הארגוני-תעשייתי של תרבות הפופ/רוק בוחן אם כן את מקומו של זה ביחס לחתרנות של המוסיקה. מאליו ברור שהנטייה כאן היא לראות בתעשיית המוסיקה את ה"רע" הקפיטליסטי, המייצג את התרבות השלטת ומנטרל את המוסיקה מעוצמתה ומן האוטנטיות שבה. גירסה דיקלית במיוחד של גישה זו מצויה במחקר מוקדם (יחסית להיסטוריה של חקר המוסיקה הפופולרית) של צ'אפל וגארופלו (Chapple and Garofalo 1977). לדידם, הרגע ה"אוטנטי" של תרבות הרוק היה קצר מאוד. העובדה שכבר בשנות השבעים המוקדמות יותר 80- אחוז של המוסיקה הפופולרית בארצות-הברית היו מוסיקת רוק או מוסיקה נגזרת-רוק (כלומר פיתוחים, השפעות, חיקויים ועוד של מוסיקת הרוק) מוצגת על ידם כראיה לקאופטציה של תרבות זו. שכן,

4. קאופטציה: אימוץ של תכנים או גורמים מתנגדים אל תוך המסגרת שאליה הם מתנגדים, ובתוך כך נטרול האמירה המתנגדת.

הפיכתה של מוסיקה זו לחוד החנית של תעשיית המוסיקה, ולמניבת הרווחים העיקרית במסגרתה, נתפסה בעיניהם כאנטיתזה לביקורתיות ולחתרנות של המוסיקה. במלים אחרות, הבנתם את תפקידה התרבותי של תעשיית המוסיקה תואמת לחלוטין את התזה של אדורנו והורקהיימר (1993) על תעשיית התרבות כולה – משרתת של המשטר הקפיטליסטי באמצעות ריגושים אסתטיים רדודים ומסולפים, ועל-ידי הכפפת הייצור התרבותי להיגיון של רווחיות. ההבדל הוא שצ'אפל וגאורפלו מונעים בכל זאת על-ידי אהדה עקרונית לתרבות הפופ/רוק.

גון שונה של גישה זו מצוי אצל פריט' (Frith 1981). עמדתו הביקורתית מצויה בהמשך להגות נוסח ולטר בנימין ואנטוניו גרמשי, וקרובה לזו של הול (Hall 1982) וגישת "לימודי התרבות" (cultural studies) המזוהה אתו. אולם, בשונה מגרוסברג (Grossberg 1984), תלמיד מובהק של הול שמתמקד בעולמות המשמעות של תרבות הפופ/רוק, מקדיש פריט' תשומת לב גם למימד הארגוני-מוסדי (וראו Frith 1988) על המימד ההיסטורי של תיעוש המוסיקה). פריט' רואה את תעשיית המוסיקה כמכשיר לפיקוח, להכוונה ולשליטה בתרבות הפופ/רוק ובמסרים הביקורתיים שלה. בינה לבין המוסיקאים והמאזינים מתקיים מתח מתמיד. אלה מחפשים לקיים את הפרקטיקות הביקורתיות והחתרניות של המוסיקה, להשתמש במוסיקה כבאמירה "אותנטית" של זהות ומרדנות. ואילו התעשייה מנסה לכוון, לנתב ולפקח כך שהמוסיקה תתקיים רק בהקשרים ה"נכונים" מבחינתה של התרבות השלטת. כלומר, שהמוסיקה תהיה "בידור", "פעילות" "פנאי", "רקע" ליומיום ועוד. דבר זה מושג על-ידי ניתוב העשייה המוסיקלית לנוסחאות מקצועיות של עבודה ותפוקה ארגונית; על-ידי ייצור חיקויים "מתונים" מרובים של המוסיקאים ה"אמיתיים" (כחלק מהיגיון כלכלי של מקסימיזציה של מוצר מצליח); על-ידי השמעה רבה ובלתי פוסקת של המוסיקה ביומיום, כ"רקע" לכל פעילות, עד כדי שחיקת תחושת הייחודיות, ועוד. אולם הקואופטציה של תרבות הפופ/רוק המתרחשת בדרך זו אינה סופית. על כל סגנון או דפוס מוסיקלי שהתעשייה מנתבת אל תוך האינטרסים שלה, מייצר הדחף הביקורתי-חתרני של קבוצות שונות רגעים חדשים ונוספים של מוסיקה "אותנטית". התוצאה היא רצף בלתי פוסק ומגוון של סגנונות ודפוסים המתחדשים כל הזמן בתוך תרבות הפופ/רוק, ומתח מתמיד בין האמירה הביקורתית המצויה לכאורה "מחוץ" לתעשיית המוסיקה לבין הפרקטיקות המסחריות, השווקות והמנטרלות, המהוות את הגרעין של תעשייה זו. חשוב לציין כי פריט' נוטה להיות ביקורתי כלפי הדימוי של הפופ/רוק כסוג של מוסיקה עממית-עירונית עשווית. הוא מדגיש את המאבק המתמשך, או הדיאלוג, בין אינטרס תרבותי בסיסי של תחושת אותנטיות, לבין מיסודו התעשייתי של אינטרס זה.

באופן דומה רואים וואליס ומאלם (Wallis and Malm 1984; Malm and Wallis 1992) וקמפבל-רובינסון ועמיתותיה (Campbell-Robinson et al. 1991) את המימד הגלובלי של תעשיית המוסיקה. ה"אותנטי" מזוהה אצלם עם תרבויות המוסיקה המקומיות, הילידיות-ייחודיות, והמתח המתמיד הוא ביחסים בינן לבין המוסיקה הבינלאומית, בעיקר האנגל-אמריקנית, המשווקת על-ידי התאגידים הגלובליים.

פופ/רוק ומעמד אורייני התקשורת

הבנה שונה במקצת של תעשיית המוסיקה, מזו של שתי הגישות המובילות, בצבצה בעבודותיהם של הניון (Hennion 1983) וויניול (Vignolle 1980) הצרפתים, התחזקה לאחרונה אצל גוס (Negus 1993) – והיא זו שמנחה את הדיון הנוכחי. תעשיית המוסיקה נתפסת כאן כרכיב מרכזי בתוך מסגרת תרבותית רחבה, שבה חברים מוסיקאים, מאזינים וגם העובדים בתעשייה. מסגרת זו, לפחות אצל גוס, היא תרבות הפופ/רוק הגלובלית. תעשיית המוסיקה היא האתר הארגוני שבו מעובדים ומוסדרים עולמות התוכן, המוטיבים האידיאולוגיים וההרגשים הרגשיים והחושיים הנוגעים למוסיקה, לכדי פרקטיקות של עבודה, לעשייה מקצועית. בתוך המסגרות הארגוניות מתרחש המפגש בין הדחפים היצירתיים של מוסיקאים לבין דפוסיים של עיצוב וייצור. מפגש זה כולל מתח וקונפליקט אך גם בירור ומיקוח. הוא מניב את המוצרים המוסיקליים והאחרים שבאמצעותם חשים המאזינים והצרכנים את הקשר למוסיקאים, ושבאמצעותם הם בונים את זהותם כחלק מתרבות הפופ/רוק. תעשיית המוסיקה נעשתה במהלך שנות השמונים – לאחר שתרבות פופ/רוק נעשתה המובן מאליו שמנחה את קיומה, ולאחר שתפקידי מפתח בתוכה אוישו

על-ידי אלה שגדלו על ההביטוס של תרבות זו – לחלק מתרבות הפופ/רוק. לא שלב ארגוני "טכני" המתווך בין ה"סביבה" היצרית למאזינים, ולא גורם המצוי באנטיטה ליצרניות ולאיתנטיות, אלא רכיב מרכזי בקיומה של תרבות הפופ/רוק. פרקטיקות העבודה של מקצועני התעשייה – טכנאי צליל, מפיקים, מעצבי עטיפות ואריות, צלמים, אנשי שיווק, במאי קליפים, שדרנים, מבקרים ועוד – מבטאות את היותם, כיחידים וכמקצוענים, חברים בתרבות זו.

מהלכי הייצור והשיווק המתואמים של מקצועני התרבות בחטיבות התאגידים השונים, וכן הקשרים והיחסים ביניהם לבין עמיתיהם בארגונים הציבוריים שאינם למטרות רווח (תחנות שידור, מסגרות חינוך) הם אם כן סוג של תקשורת בין חברים באותה קהילה תרבותית. מחלוקות, מתחים ואי-הסכמות במהלך התעשייתי, גם אם הם נתפסים ברגעים נתונים כקונפליקט בין "יצירתיות" לבין "מסחריות", מבטאים למעשה את תהליכי המיקוח והבירור של הערכים האסתטיים והאידיאולוגיים של קהילה זו, ואת עיצובם – ולא "קאופטציה" של הביקורתיות.

בהמשך לנגוס ברצוני לטעון כאן כי קהילה זו אינה אלא מעין מסגרת תרבותית-חברתית "חדשה", המאורגנת סביב הערכים והאידיאולוגיה שעוצבו בראשיתם במסגרות של "תרבות הנגד" של "שנות השישים", ואשר התמסדו מאז ועברו כמה גלגולים או "דורות" עד לגירסה העדכנית של שנות התשעים. תרבות הפופ/רוק היא נדבך מרכזי במסגרת זו, אך לצדה ניתן למצוא קולנוע, תרבות טלוויזיה, סגנונות אופנה, דפוסי התנהגות מינית, סגנון לשון ועוד. שליטתה של קהילה זו במנגנונים של תעשיית התרבות ותעשיית המוסיקה מבטאת את הצלחתה לצבור כוח ארגוני ופוליטי, ואת ניסיונה המתמשך להנחיל ולהפיץ את תפיסת עולמה. התמסדותו של הפופ/רוק, והתרחבותו מעבר למוסיקה עצמה לכדי חבילה תרבותית מגוונת, מציינים את הופעתם של מושגים "חדשים" של אנינות, תחכום ומורכבות, את הפיכתם לרכיבים של הון תרבותי דומיננטי עכשווי ואת התגבשותם לכדי הביטוס ספציפי, "חדש".⁵

במלים אחרות, גם הגישה הננקטת כאן מרגישה את התפקיד התרבותי-חברתי של תעשיית המוסיקה. אולם הדגש הוא על היותה – כאמור, זה כ-15-20 שנה – כלי בידי גורם חברתי המצוי בנסיקה לעמדות כוח והשפעה. זהו סקטור מעמדי, אשר האחריות להופעתו של הון תרבותי מסוג חדש כבר יוחסה לו בעבר (Featherstone 1991; Lash 1990), ואשר ניתן לכנותו אולי, ככל שמתחדדת זהותו ההיסטורית, "מעמד התקשורת האלקטרונית". מדובר בקבוצה של אורייני-מדיה (media literates) ותרבות עכשווית, אשר מקצועני התרבות שבתוכם תופסים בהדרגה את מקומם כ"סיעה הנשלטת בתוך המעמד השליט" (כפי שבורדייה מכנה את האליטה התרבותית) – בצד, ואולי אף במקום, קודמיהם ההיסטוריים שזוהו באופן בלעדי עם "תרבות גבוהה" מסורתית. זהותה התרבותית של סיעה זו מוגדרת כאמור באמצעות ההון התרבותי ה"חדש", שהפופ/רוק הוא נדבך מרכזי בתוכו (רכיבים אחרים הם תרבות הקולנוע, תרבות הטלוויזיה, עולם הפרסום ועוד). את כוחה וזהותה היא מממשת, בראש ובראשונה, באמצעות ארגוני תרבות מסחריים. בכך היא שונה מקודמתה ההיסטורית שהשתמשה בעיקר בארגוני תרבות ציבוריים-חלוציים (DiMaggio 1982; 1992) – למרות ששימוש בארגונים מסוג זה רווח גם הוא.

המיומש בפועל של תהליך זה, ככל שהדבר נוגע לתעשיית המוסיקה, מתרחש באמצעות מקצועני תרבות מקרב קבוצה זו. פרקטיקות העבודה המגוונות, המתקיימות סביב המוסיקה עצמה בחטיבות של התאגידים המסחריים ובארגונים הציבוריים הפועלים בתיאום עמן, מניחים היכרות עם ההון התרבותי החדש ובעלות עליו. התקשורת הבין-אישית ובין-ארגונית, יחסי העבודה, מדדי היעילות, התפוקה והמצוינות של השדה הארגוני ניזונים מן ההביטוס של הפופ/רוק. זוהי ה"רהיטות" הארגונית שבכותרת המאמר. הזרימה הקולחת של הבנה ביחסים בין מחלקות וחטיבות של אותו התאגיד, היכולת לעבוד בצוותא, קשרי ספק/לקוח או מתן/קבלה של שירותים בין ארגונים שונים – כל אלה קשורים להיכרות עם הביטוס הפופ/רוק. בעלות על הביטוס זה, היותם של הרגישויות, האנינות והתחכום האופייניים לו רכיב "טבעי" בתרבות הטעם של אדם, בקיאות בידע (שמות של מוסיקאים, להקות, סגנונות, תקופות וכו') של הפופ/רוק והתעדכנות שגרתית, מתוך עניין, בהתחדשות המתמדת של ידע זה, הם תנאי לקיומן של פרקטיקות עבודה קולחות בשדה הארגוני הגלובלי של תעשיית המוסיקה.

5. ראו הערה 2.

נקודה נוספת וחשובה היא הגלובליות של התהליך. שלוחות של מעמד אורייני המדיה בכלל, ושל סקטור הפופ/רוק בפרט, מצויות בארצות רבות. אהדה לעולמות התוכן של הפופ/רוק ואמונה במשמעויותיהם מובילים מאזינים, מוסיקאים ומקצועני תרבות אחרים בעולם לתפקד כסוכנים של ההון התרבותי החדש. כך נהפך הון זה ללגיטימי ודומיננטי בתרבות המקומית – ולמעשה לחלק אינטגרלי ממנה.

ישראל היא מקרה אחד, שאינו שונה בהכרח מן המתרחש בארצות רבות נוספות (וראו בעניין זה את Wallis and Malm 1984). כתוצאה מכך נחלקת תעשיית המוסיקה המקומית, באופן גס, לחלק "רהוט" הפועל כחלק מן השדה הארגוני הגלובלי, על בסיס ההון התרבותי החדש והביטוס הפופ/רוק; ולחלק "עילג", אשר התבססותו על הון תרבותי ועל הביטוס אחר מקשה על פעילותו הקולחת והיעילה בשדה הארגוני – ולכן נידונים מוצריו למיקום חריג בתרבות המוסיקה בישראל.

תעשיית המוסיקה הרהוטה בישראל

תעשיית המוסיקה בישראל מהווה, בעיקרה, חלק בלתי נפרד מן השדה הארגוני הגלובלי. בהיותה כזו היא מושתתת על תרבות הפופ/רוק ומשמשת כלי להפצתה ולהפיכתה לישראלית. התגבשותה של תעשיית המוסיקה בישראל כחלק מן התעשייה הגלובלית חופפת את תהליך השתלטותה של אסתטיקת הפופ/רוק על המוסיקה העברית (Regev 1992), והיא מהווה את הכלי הארגוני שבאמצעותו ממומש התהליך התרבותי. בד בבד עם צמיחתם של מוסיקאי הרוק לעמדות של דומיננטיות בעשייה המוסיקלית עצמה, הלכו עמדות מפתח בשדה הארגוני המקומי של תעשיית המוסיקה ואוישו במידה גוברת במקצוענים בעלי הביטוס הנטוע בתרבות הפופ/רוק. בהדרגה נוצר מצב שפעולה מתואמת וקולחת, רהוטה, בין הסקטורים השונים בתעשיית המוסיקה מבוססת, מדעת או שלא מדעת, על תפיסת העולם המוסיקלית-תרבותית של הפופ/רוק. ובמלים אחרות, סגנונות מוסיקליים או עשייה ארגונית אשר אינם מתפקדים בתוך ההנחות, העגה והמפה התרבותית של הפופ/רוק, נעשו חריגים לתעשיית המוסיקה המקומית ונדחקו בהכרח לשוליות תרבותית. כדי לזכות בנוכחות ציבורית, בולטות תרבותית ואף יוקרה אמנותית, רצוי מאוד לתפקד בתוך מערך המושגים ותפיסת העולם של הפופ/רוק.

הרהיטות הארגונית של תעשיית המוסיקה בישראל מושתתת על קיומו של "עולם אמנות" (art) "world", מושג שפותח בהרחבה אצל (Becker 1982), ובו הגדרות תפקידים וחלוקת עבודה, קונבנציות ופרקטיקות מוסכמות, תפיסה אסתטית עקרונית ועוד, המונחים על-ידי תרבות הפופ/רוק. הנקודה האידיאולוגית הבסיסית ביותר היא הבנתם של מרבית הגורמים הפועלים בעולם זה את המוסיקה העברית העכשווית כמצויה, כצריכה להימצא, בהמשך אסתטי ואידיאולוגי ישיר להתרחשויות בפופ/רוק הגלובלי (תוך התאמות מקומיות). הבנה זו מנחה את עבודתם הנפרדת ואת שיתוף הפעולה הקולח בין שלושת המוקדים הארגוניים-מקצועיים של תעשיית המוסיקה בישראל: חברות התקליטים, ארגוני השידור (טלוויזיה ורדיו) והעיתונות הכתובה.

חברות תקליטים

נכון לאמצע שנות התשעים, מורכב הגרעין של תעשיית המוסיקה בישראל משלוש חברות תקליטים מובילות, אשר מייצרות מוסיקה עברית וגם קשורות בטווח העסקי לתאגידים הגלובליים. אלו הן אן.אם.סי (NMC), הליקון והד-ארצי. אן.אם.סי היא הנציגה המקומית של סוני ושל אי.אם.איי. בדומה לכך מחזיקה הליקון בנציגות הבלעדית של פולגרם בישראל. הד-ארצי היא הנציגה של וורנר ושל בי.אם.גיי (ועל כן גם של אן.אם.סי.איי). יחדיו שולטות שלוש חברות אלה על כ-70 אחוז משוק התקליטים המקומי. שוק זה נחלק באופן מסורתי במידה שווה בין המוסיקה הלועזית והעברית, תוך תנודות קצרות טווח לאחר הכיוונים. אן.אם.סי והליקון, מעבר להיותן נציגות של תאגידים בינלאומיים וגם יצרניות של מוסיקה עברית, אינן דומות בהיקף של סוגי הפעילות או מבנה השליטה בהן לתאגידים שהוזכרו לעיל – הן מתמקדות בייצור ובהפצה של מוסיקה. הד-ארצי היא היחידה הדומה להגיון המדיה הטוטלי, המאפיין את התאגידים שהיא מייצגת. הד-ארצי עצמה נשלטת על-ידי חברת הכשרת היישוב, אשר שולטת גם בעיתון מעריב.

בנוסף לכך מהווה הד-ארצי, כשלעצמה, מיני-תאגיד הכולל הוצאה לאור (ספריית מעריב), חטיבת הפצה – המפיצה לא רק את מוצריה של החברה, אלא גם תקליטים של חברות אחרות, קטנות, המייצרות מוסיקה עברית (נענע דיסק, התקליט חיפה, בן-מוש הפקות ועוד) וספרים של מו"לים נוספים (זמורה-ביתן, למשל) – וכן חנויות מכירה.

חשוב לציין כי חברות התקליטים אינן גדולות במיוחד. הד-ארצי, על כל חטיבותיה, העסיקה 92 עובדים בשכר ב-1993 (על-פי תשקיף החברה מפברואר 1994), רובם המכריע בתפקידי מינהלה ומכירות. במחלקות הקובעות לעניין המוסיקה – המחלקה הבינלאומית, המתפקדת למעשה כמחלקת יבוא, והמחלקה העברית, שהיא הזים המקומי – היו רק 11 עובדים בשכר. בחברות האחרות שיעור העובדים דומה ואף קטן יותר. זהו מצב של היררכיה ארגונית "קצרה" שבו מתקיים קשר ישיר ומיידי בין המנהלים הבכירים לעובדים האחרים. לכן, חברותם של העובדים בכל הרמות באותה תרבות מוסיקלית תורמת באופן מכריע לרדיטות העבודה בתוך הארגון. כך, בנוסף לעובדים הקובעים איזו מוסיקה לועזית לייבא ולהפיץ בישראל ולאלו מוסיקאים עבריים לממן הקלטות – עובדים שמומחיותם בתרבות הפופ/רוק נתפסת אצלם כחלק בלתי נפרד מן המקצוענות – גם המנהלים הבכירים מושרשים בתרבות הזו. שתי דוגמאות קצרות ימחישו זאת.

בביקור אצל מנכ"ל אחת מן החברות הללו ישב במשרד גם האחראי על המוסיקה העברית. השניים השמיעו בגאווה רבה הקלטה של תקליט חדש, שעמד לראות אור כחודש מאוחר יותר, של אחד המוסיקאים הבולטים של החברה ושל הפופ/רוק הישראלי בכלל. מערכת ההשמעה הופעלה בעוצמה רבה. לאחר שהסתיים השיר הראשון, שכבר היה אז להיט מוכר מן הרדיו, הם הפצירו בי להקשיב לשיר הבא, הפחות מוכר עדיין. לאחר כדקה של בית ראשון שקט, הגיע הפזמון עם התפרצות של שירה וגיטרה חשמלית "מלוכלכת", מנסרת באופן דרמטי. שני המנהלים התמוגו לחלוטין עם המוסיקה ברגע זה. זרועותיהם התנופפו קלות בתנועות אגרוף האופייניות לקהל בעת קונצרט רוק, ואחד מהם אף נעמד ועשה "גיטרת אוויר" בידיו (כלומר כאילו הוא מנגן בגיטרה). התנהגות זו, מעבר להתמוגגות הצרופה המופגנת בה, מהווה ביטוי מוכר ושגור של הביטוס הרוק, כמערך רגישויות וביטוי ספונטני הטבוע בין היתר בגוף של בעליו.

מנכ"ל של חברה אחרת טרח לציין שוב ושוב במהלך ראיונות: "הבוקר שמעתי לד זפלין", או "נו מה שמעתי היום... את הדורס" (ידועה יותר בעברית כלהקת "הדלתות"), וכן "האחיין שלי אוהב רוק כבד, אבל מה הוא יודע. השמעתי לו תקליט ישן של לד זפלין והוא נפל... ביקש ממני שאביא לו עוד תקליטים שלהם", וגם "אין, זאת המוסיקה שגדלנו עליה"... בהערות אלה הפגין היטב את היותו נטוע, מילדות למעשה, בתוך תרבות הפופ/רוק ואת בעלותו על הידע והמומחיות שהם רכיב מרכזי בהון התרבותי הספציפי שלה.

מן המנהלים הבכירים, דרך המחליטים על רפרטואר התקליטים הלועזי או המקומי, ועד לאחראים על מלאי במחסנים – היכרות עם השמות, הסגנונות, התקופות ובקיאות ב"טריוויה" נוספת מסוגים שונים על הפופ/רוק הלועזי או העברי, היא תנאי לעבודה קולחת ורהוטה בתוך חברות התקליטים. בדרך-כלל אין מדובר רק בידע מקצועי או במומחיות צרופה, אלא גם באהבה אמיתית – לפחות לחלק מן הסגנונות בתרבות מוסיקלית זו.

ארגוני השידור

ככל שהדבר נוגע למוסיקה, מהוות רשת ג' של קול ישראל וגלי צה"ל (כולל גלגל"ץ, הרשת לנהגים) את הגרעין של העשייה הרדיופונית בישראל. תחנות רדיו נוספות – האזוריות או הפירטיות, למשל – גזרות לרוב את דפוסי השידור שלהן מתוך אלה שעוצבו שם, והן אף מגייסות עורכי מוסיקה ושדרנים בעלי ניסיון ומוניטין מגל"ץ או מרשת ג'. שידור של מוסיקה בטלוויזיה הוא עניין פחות ממוקד. מוסיקאים רבים מופיעים בתוכניות האירוח השונות (דן שילון, אמנון לוי) של הערוצים השונים, אולם תוכניות המוקדשות רק למוסיקה הן נדירות יחסית, ועיקרן ניסיונות לעצב רצפי שידור בנוסח אס.טי.וי (MTV) (ראו על כך את Regev, forthcoming). ובכל מקרה, עולם התוכן הדומיננטי בפרקטיקות השידור של מוסיקה ברדיו ובטלוויזיה בישראל, מאז 1980 לערך, הוא הפופ/רוק, הלועזי והעברי.

במקרה של הרדיו, עצם הקמתה של רשת ג' (ב'1976) כערוץ למוסיקה פופולרית בלבד, ובעיקר פופ/רוק, מסמל את הפיכתו של הרדיו לכלי מרכזי להנכחת הפופ/רוק ביומיום הישראלי. הרחבת השידורים של גלי צה"ל, באותה תקופה, לכל שעות היממה עם תוכניות מוסיקה לרוב, והקמתה בסוף שנות השמונים של גל"ץ 2 תחילה וגלגל"ץ לאחר מכן (במקומה) כערוץ מוסיקה, העמיקו וחידדו את התהליך. הן רשת ג' והן גל"ץ ניהלו במהלך שנות השמונים ואל תוך שנות התשעים מדיניות שידור המבוססת על הנרטיב התרבותי-מוסיקלי של הפופ/רוק. תוכניות של מוסיקה "חדשה", תוכניות "נוסטלגיה", מגזינים של "חדשות" מוסיקה, ראיונות, מצעדי פזמונים ועוד, מנוהלים מתוך מסגרת המונחים וההתייחסות של הפופ/רוק. בהתאם, שדרנים ועורכי מוסיקה מגויסים לעבודה על סמך מומחיות וידע בתרבות זו, כלומר על סמך בעלות על ההון התרבותי הספציפי שלה. גם סגנונות ההגשה והקריינות הזוכים להערכה, שהופכים את הדמויות שמאחוריהן לבעלות מוניטין ול"כוכבי תקשורת", נטועים לחלוטין בהביטוס של הפופ/רוק. הם כוללים לרוב לא רק הפגנה של ידע ומומחיות, אלא גם מימוש של האווירות הרגשיות לסוגיהן, הטיפוסיות לתרבות זו: העליצות פורקת העול לכאורה של מגישים אחדים והרצינות האמנותית של עורכים אחרים הן פרקטיקות מקצועיות, המבוססות על ההביטוס הספציפי של הפופ/רוק. החלפת דעות והערכות על מוסיקאי פופ/רוק ועל סגנונות, המתנה והתרגשות לקראת תקליטים חדשים של מוסיקאים בולטים, הן למעשה חלק מפרקטיקות העבודה של מחלקות המוסיקה בתחנות הרדיו בישראל. היכולת להשתתף בפרקטיקות אלה היא יסודית לעבודה עצמה.

כך, למשל, בתקליטייה של גלי צה"ל מתנהל באופן מתמיד שיח מתמשך בין תורני המקום לבין מגישים ועורכי מוסיקה הנכנסים ויוצאים לקחת תקליטים (אל האולפנים, לשידור) ולהחזירם. הערות קצרות, דיונים ארוכים יותר, הם רק חלק מן השיח. כרזות של תקליטים חדשים התלויות בחדר, המוסיקה המתנגנת ללא הפסקה, הבולטות של תקליטים חדשים של מוסיקאים שונים על המדפים, הם חלק בלתי נפרד מן העניין. ושוב, "העניין" הוא השמות הנחשבים של הפופ/רוק המקומי והלועזי. כמעט שום דבר אחר.

למעשה הפכו רשת ג' וגלי צה"ל את הסביבה הצלילית-מוסיקלית של ישראל לרוויה בפופ/רוק, לועזי או עברי. בשביל מרבית העובדים במחלקות אלה של ארגוני השידור בישראל, הפופ/רוק הוא "המובן מאליו" שממנו בונים רשימות שידור על-פי הצורך. דוגמה מאלפת לכך ניתנה בשני רגעים של צורך בשידורים "לאומיים", כלומר שידורים שמטרתם גיוס ההזדהות הקולקטיבית. האחד היה בעת מלחמת המפרץ בתחילת 1991, השני בשבוע-שבועיים העוקבים לרצח יצחק רבין בנובמבר 1995. בשני מקרים אלה היו ערוצי המוסיקה מלאים מוסיקה עברית, נוגה מאוד במקרה השני, שנלקחה ברובה המכריע מן המאגר העשיר של הפופ/רוק הישראלי. אמנם, בשל ההקשר ההיסטורי היתה נטייה להשמיע ב-1995 גם "שירי תש"ח", אך את הטון נחננו שמות כמו אריק איינשטיין, יהודה פוליקר, משינה, שלום חנוך, שלמה ארצי, אביב גפן ועוד. היה זה בניגוד חריף לרגעים מוקדמים יותר של גיוס דומה (מלחמת יום הכיפורים למשל), שבהן להקות צבאיות ושירי לחימה ושכול, או "שירי ארץ-ישראל" היו הרכיב המכריע. הפרקטיקה המקצועית, כביטוי של תפיסת עולם תרבותית, גרמה את השינוי.

הטלוויזיה היא מקרה שונה במקצת. השליטה של אנשי הפופ/רוק בתוכניות המוסיקה של הטלוויזיה, על ערוצי השונים, היא פחות טוטלית. הדבר קשור להיסטוריה של המדיום, בכלל ובישראל, ולהיגיון של "שירות ציבורי" שהתקיים בו. במובנים רבים, שידורי טלוויזיה ותרבות הפופ/רוק היו באנטיתזה הדדית עד לשנות השמונים, בכל מקום. בישראל בלט הדבר בגישה הפטרונית, הבלתי מבינה והמציצנית, שננקטה בכתבות טלוויזיוניות על רוק או באסתטיקה המאולצת של תוכנית מוסיקה מוקדמת כמו עוד להיט. מבחינה זו חלה הנוכחות – ובהדרגה ההשתלטות – של הפופ/רוק על שידורי המוסיקה בטלוויזיה בישראל, ככל שהוקמו יותר מסגרות שידור שנתנו מקום בלעדי לצורה הטלוויזיונית המובהקת של הפופ/רוק – הווידאוקליפ.

באמצע 1990 לערך החלו בהדרגה שידורי טלוויזיה בכבלים בישראל. אתם הגיעה למספר גדל והולך של בתים בישראל רשת אם.טי.וי, המשדרת אך ורק וידאוקליפים. נוכחותה של רשת זו, המהווה מוסד בולט של תרבות הפופ/רוק מאז תחילת שנות השמונים (Goodwin 1993), הכתיבה הגדרה המזהה מוסיקה בטלוויזיה עם וידאוקליפים. ערוצי השידור (הטלוויזיה הישראלית, הערוץ

השני, חברות הכבלים) פיתחו כתוצאה מכך תוכניות קליפים שונות (הבולטות שבהן היו "הקופסה" ו"נטו") שבהן שודרו קליפים עבריים ולועזיים. תוכניות אלה נהפכו למוקד הנוכחות הטלוויזיונית של הפופ/רוק, והן מופקות ומוגשות מתוך הראה וחקייו של הדפוסים שעוצבו באם.טי.וי.

עיתונות כתובה

בתחילת שנות השמונים, עם הקמת המקומונים, הרחבתם של מוספי סוף השבוע של העיתונים והופעתם של ירחונים ושבועונים חדשים, התרחב בפרק זמן קצר נפח העיתונות הכתובה בישראל. הדבר חייב את גיוסם של כותבים-מומחים בתחומים מגוונים, כדי למלא מדורים בענייני פנאי, בידור, אמנות ועוד. "מומחיות" במוסיקה פופולרית נתפסה, כבר אז, כשליטה בהון התרבותי של הפופ/רוק. מדורי המוסיקה של העיתונים – כ"מחלקות" של ארגוני תקשורת אלה – נהפכו בעקבות זאת לעוד פרקטיקה מקצועית הנשלטת על-ידי חברים בתרבות זו.

סקירות קריירה, ראיונות עם מוסיקאים, ניתוחים שנתיים או תקופתיים על "מצבה" של המוסיקה בישראל, הצגת שמות חדשים מחו"ל לקהל המקומי וביקורות תקליטים – כל אלה ועוד נעשים בעיתונות הכתובה בישראל על-ידי מקצוענים שמונחים על-ידי תפיסת העולם האסתטית והידע של הפופ/רוק. כל אחד מן העיתונים היומיים, וכן המקומונים של תל-אביב וירושלים, כוללים מדורי מוסיקה מורחבים שבהם עובדים מומחים שונים לפופ/רוק עברי, פופ/רוק לועזי ותת-ז'אנרים (ראפ, דאנס ועוד) בתוכו. כמו כן קיימת חלוקת עבודה בין המציגים סקירות וכתבות רקע, לבין המתמחים במידע בעל אופי רכילותי, ולבין המבקרים. בסך הכל מחזיקים עיתונים, כמו ידיעות אחרונות, מעריב, הארץ, כל העיר, העיר, תל-אביב, זמן תל-אביב ועוד, צוותים מגוונים ורחבים יחסית של מקצועני פופ/רוק. בהתחשב בכך שמרבית המקומונים הם בבעלות העיתונים הארציים, הרי למעשה מקיימים העיתונים כפילות של צוותים כאלה.

כך, למשל, כולל העיתון מעריב של יום שישי, בגוש דן, מוסף שבועי "רגיל", מוסף מיוחד הנקרא "תרבות מעריב", מדריך טלוויזיה ורדיו, ואת המקומון זמן תל-אביב. יחדיו הם כוללים מדי סוף שבוע סדרה של ז'אנרים עיתונאיים (ראיון, ביקורת, סקירה, רקע וכו') המופיעים במסגרות מערכת נפרדות, ואשר עוסקים כולם בהיבטים שונים של הפופ/רוק מתוך בקיאות מקצועית.

לשלושת מוקדים ארגוניים אלה יש להוסיף סדרה של ארגונים קטנים יותר, המהווים חוליות משמעותיות בשדה הארגוני של תעשיית המוסיקה בישראל. אלה הם משרדי האמרגנות וההפקה של המוסיקאים, משרדי יחסי ציבור, חברות להפקות וידאו, אולפני הקלטה, חנויות תקליטים ועוד. מיותר לציין כי גם אלה מנוהלים על-ידי בקיאים בתרבות הפופ/רוק, התופסים אותה כ"מובן מאליו" של המוסיקה הפופולרית. שלושת המוקדים של תעשיית המוסיקה וארגונים אלה מייצרים יחדיו בישראל את החבילות התרבותיות הכוללות תקליטים כרכיב מרכזי, אך גם מוצרים כמו מדורי מוסיקה בעיתונות, וידאוקליפים, תצלומים ופוסטרים, קונצרטים, סגנונות חזותיים (בלבוש, בשיער) ועוד. הם מהווים יחדיו שדה ארגוני המפיץ, מייצר ומנכיח את תרבות הפופ/רוק בישראל.

הרהיטות הארגונית של תעשיית המוסיקה באה לביטוי במלוא עוצמתה ביחסי העבודה המתואמים שבין כל הרכיבים הללו. שלא כמו ב"חלום" המדיה הטוטלי שתואר לעיל, אין רכיבים אלה מצויים תחת שליטה של תאגיד אחד, המכתיב תיאום מתוך אינטרס כלכלי. הרהיטות היא תוצאה של חברותם של המקצוענים העובדים בארגונים אלה באותו עולם תרבותי-מוסיקלי. עקב כך הם פועלים לא רק בתוך עולם מונחים דומה, אלא גם מתוך מחויבות דומה לערכים האסתטיים והאחרים של תרבות מוסיקלית זו. פירושה הפרקטי של רהיטות זו הוא שמוצרים מוסיקליים – בעיקר תקליטים – המשויכים באופן קל וברור לקטיגוריות הקיימות והמקובלות של הפופ/רוק, יזכו לנוכחות תרבותית-ציבורית רבה יותר מאשר מוצרים חריגים. ובמילים אחרות, המוצרים המוסיקליים הבולטים בתרבות הציבורית של ישראל הם לרוב אלה אשר מתאימים, ולמעשה מייצרים מלכתחילה, מתוך התבניות, הדפוסים והקטיגוריות של תרבות הפופ/רוק.

סוג אחד של פעילות הממחיש את הרהיטות הוא ההפקה של וידאוקליפים. מאז 1990, כאשר התחילו שידורי ערוץ אם.טי.וי בישראל, קפץ מספר ההפקות של קליפים לשירים עבריים מכמה

בודדים בשנה לכ־150 ב־1995. החשש, כי שיעור הצפייה הגבוה יחסית של גילאי 15–25 בערוץ מוסיקה זה יביא לירידה ניכרת במכירות תקליטים עבריים, הוא שהוביל לכאורה לצמיחה זו (כמעין תחרות מקומית באם.טי.וי) – אך הוא התגלה כמוטעה.⁶ הצמיחה הדרמטית בהפקה של קליפים למוסיקה עברית היתה למעשה תוצאה של "איזומורפיזם מוסדי" – כלומר תהליך חיקוי והידמות של ארגונים, מתוך אמונה שסוגים מסוימים של עשייה ארגונית הם "נכונים" או "יעילים" יותר (DiMaggio and Powell 1983). מרגע שווידאורקליפים נעשו רכיב סטנדרטי של החבילה התרבותית בפופ/רוק, ובעיקר מרגע שסטנדרד זה הגיע במלוא עוצמתו לשגרה התרבותית של ישראל, אימצה גם התעשייה המקומית צורה תרבותית זו מתוך רצון להתעדכן ו"להיות כמו" חברות התקליטים הגלובליות.⁷ הנקודה החשובה כאן היא שייצור של וידאורקליפים מחייב שיתוף פעולה של מקצוענים שונים, הפועלים במסגרות ארגוניות נפרדות. כדי שקליפ ייחשב מוצלח, צריכים אלה להתמצא בהיסטוריה, באסתטיקה ובהקשר התרבותי של הצורה. הם צריכים "לחוש" את התכנים והמשמעויות שמרכיבים את הדימוי של המוסיקאי/ת ולתרום בהתאם את חלקם להפקה. כך חוברים במאים, תסריטאים, צלמים, מאפרים, עורכים, מאיירים, שחקנים, דוגמנים והמוסיקאים עצמם, עם אנשי חברת התקליטים המופקדים על מימון, יחסי ציבור ושיווק, לצילום ולהפקה של הקליפ על בסיס הבנה משותפת חיונית. לכך יש להוסיף את התיאום הארגוני הקיים במקביל עם ערוצי הטלוויזיה, שם מטופחות מסגרות השידור של קליפים, ועם העיתונאים, המדווחים על הקליפ וגם כותבים עליו ביקורת וניתוח כמקולנועי. זה אומר, בפועל, שבוגרים ובוגרים של מוסדות לימוד כמו קמרה אובסקורה, החוג לקולנוע של אוניברסיטת תל-אביב או בית הספר לקולנוע בירושלים, עובדים של הדר-ארצי, אן.אם.סי והליקון, תסריטאים ובמאים הפועלים גם בעולם הפרסום, שחקני קולנוע, מנהלים של משרדי הפקה וייצוג של מוסיקאים, עיתונאים של מקומונים ועיתונים ארציים, מגישים בערוצי הכבלים, בעלי מעבדות לעריכה ממוחשבת של וידאו ועוד, יוצרים סביב הווידאורקליפ מסגרת ארגונית של עשייה מקצועית מגוונת, המבוססת על היכרותם את תרבות הפופ/רוק וחברות בה.

תעשיית המוסיקה בישראל היא אם כן מסגרת ארגונית, אשר המקצועות והתפקידים הטיפוסיים שלה והמרכזיים בתוכה מאוישים על-ידי חברים מקומיים בתרבות הפופ/רוק הגלובלית. הם משתמשים במסגרת הארגונית כדי להפיץ בישראל את הרכיב הלועזי של תרבות זו, כדי לייצר את הגירסה העברית שלו וכדי לבנות לגיטימציה והכרה לשניהם. המחויבות האינטואיטיבית של המקצוענים בתעשייה זו לערכים של הפופ/רוק, והבקיאות שלהם בידע ובדקויות של תרבות זו, יוצרים את הרהיטות הארגונית של התעשייה: את הזרימה של יחסי עבודה ואת הביצוע הקולח של מה שנדרש כדי לקיים את תרבות הפופ/רוק המקומית. ככלל, יש לראות את אופי פעילות זו של תעשיית המוסיקה בישראל כהיבט אחד של התגבשות, צמיחה והתחזקות של מעמד אורייני התקשורת בישראל.

תעשיית מוסיקה עילגת – מוסיקת הקסטות

מחקרים וכתביה אקדמית על מוסיקה פופולרית הם עדיין עניין נדיר יחסית, בעולם בכלל ובישראל בפרט. מבחינה זו נהנית מסגרת העשייה המוסיקלית הידועה בישראל כ"מוסיקת קסטות" (או "מוסיקה מזרחית" או "מוסיקה ישראלית בסגנון ים-תיכוני") מתשומת לב מחקרית חריגה. ארבעה פרסומים לפחות כבר עסקו בז'אנר זה, והם בדקו את התהליכים ההיסטוריים-תרבותיים המגולמים בו (שילוח וכהן 1982; Cohen and Shiloah 1985), עמידה על הפונקציונליות החברתית והייחודיות המוסיקלית (Halper et al. 1989) ובחינה של מנגנוני הדרתו מן התרבות הציבורית בישראל (Regev 1986). דוברי "מוסיקת הקסטות" תובעים מאז סוף שנות השבעים לערך מידה של הכרה, הערכה ונוכחות בתרבות המקומית – בעיקר ברדיו ובטלוויזיה – אשר לתחושתם נמנעות מהם שלא

6. לאחר כשנה עד שנתיים של עלייה קלה בנתח השוק של המוסיקה הלועזית, בעיקר עקב מכירותיהם של תקליטים אשר להיטים מתוכם אכן שודרו תדירות ב־אם.טי.וי, שב היחס המסורתי של שוויון בין המוסיקה הלועזית לעברית לקדמותו – לפני העלייה המשמעותית בייצור וידאורקליפים עבריים.

7. וידאורקליפים נתפסים כרכיב מרכזי בבניית הדימוי של המוסיקאים – מה שהם מייצגים במונחים של אווירה, סגנון חזותי וכו'. תרומתם של הקליפים למכירות של תקליטים אינה חד-משמעית.

בצדק. העשייה האקדמית, מדעת או שלא מדעת, הצטרפה למעשה באופן מובלע לתביעה זו. אולם, למרות המאבק ולמרות הישגים מסוימים בתחום הנוכחות והיוקרה, מיקומה של "מוסיקת הקסטות" בתרבות הציבורית של ישראל הוא חריג.

לפחות חלק מחריגות זו, או נוכחותה הירודה של מוסיקה זו בתרבות הציבורית, נובע מן ה"עלגות" הארגונית של המסגרות המקצועיות שבהן היא מתקיימת. המנהלים והעובדים של חברות התקליטים המייצרות את מוסיקת הקסטות אינם פועלים מתוך בעלות על ההון התרבותי הספציפי של הפופ/רוק. פרקטיקות העבודה שלהם לוקות בשל כך באי-התאמה למסגרות ארגוניות אחרות, בעיקר העיתונות וארגוני השידור הארציים, ונוכחותה של המוסיקה שהם מייצרים נותרת דלה יחסית.

שתי חברות מובילות את התעשייה של מוסיקת הקסטות. אלה הן האחים ראובני ובן-מוש הפקות. חברות אלה הוקמו בשנות השבעים (ראובני) ובשנות השמונים (בן-מוש) כמסגרות ייצור, הפקה והפצה של מוסיקת הקסטות. המאפיינים הסגנוניים של מוסיקה זו – שאינם אלא הכלאה של מקורות מגוונים, ובהם זיקה חזקה למסורות מוסיקה ערביות ויס-תיכוניות (ראו על כך עוד במאמרים שהוזכרו לעיל) – עשו אותה "זרה" ו"אחרת" לעוסקים במוסיקה הישראלית הדומיננטית באותן שנים, שהיו בעיצומה של ההתחברות לפופ/רוק. במלים אחרות, המסגרות הדומיננטיות של תעשיית המוסיקה בישראל לא מצאו במוסיקה זו עניין תרבותי או מסחרי, ולמעשה דחו אותה. חברת האחים ראובני, שהוקמה בשנות השבעים היתה על כן יוזמה ארגונית-תרבותית-חלופית (באותו עשור פעלה גם חברת האחים אוזלאי, שפעילותה נעשתה מצומצמת יותר בעשורים העוקבים), ובמידה רבה תוצאה של הדירה זו וניצול שלה לצורך יזמות. לאור הצלחתה היחסית הופיעו יזמים נוספים, שמתוכם בן-מוש הפקות נהפכו לבולטים ביותר. נכון לאמצע שנות התשעים חולקות שתי חברות אלה ביניהן, פחות או יותר בשווה, כ־60–70 אחוז של שוק המוסיקה המזרחית. במהלך שנות פעילותן כמסגרות ארגוניות התגבש סביב חברות אלה שדה ארגוני השונה בבירור מן השדה הדומיננטי. יחד עם ההיבט הסגנוני, הוא כולל דפוסים ופרקטיקות אשר מייצרים סוג של "רהיטות" ארגונית טיפוסית בתוכו. אולם מאחר שהם אינם עולים בקנה אחד עם תפיסות העולם וההיגיון התרבותי המנחים את התעשייה הרהוטת, ועל כן גם עם חלק מן הפרקטיקות המקצועיות שלה – תעשיית המוסיקה המזרחית מוצאת את עצמה במצב של עלגות ביחס לתעשייה הדומיננטית.

ראשית, האידיאולוגיה האמנותית המנחה את קיומה של מוסיקת הקסטות היא אידיאולוגיה של הנעמה ושל המשכיות. האווירה הצלילית המיוצרת על-ידי המוסיקאים אמורה ליצור ריגושים מאששים, של עצב (בלדות סנטימנטליות) או שמחה (שירים רקידים). הטרדה, כעס או עליצות מוגזמת הם מושגים זרים למוסיקת הקסטות. כך גם חדשנות סגנונית לשמה. העיקרון המנחה הוא נאמנות לתבניות צליל קיימות והוספה של שירים חדשים בתוכן. להוציא רגעים ספורים של פיתוח וקיבוץ דפוסי צליל (כמו למשל חיים משה בתקליטו אהבת חיי) מאופיינת המוסיקה המזרחית בשימור ובשחזור מתמשכים של צלילים אופייניים, על-ידי זמרים וזמרות מגוונים. כתוצאה מכך מקובע הצליל הטיפוסי של זמרי המוסיקה המזרחית זה שנים סביב דפוס נתון של תזמור וגוני קול. החידושים העיקריים ב'אנר נובעים ממידת המחויבות הרגשית הנחוית אצל זמרים וזמרות שונים, ותיקים או חדשים.

ביטוי מובהק למרכזיותה של פונקציית ההנעמה הוא נדירותו של דפוס ה"קונצרט" ותפוצתו של דפוס ההופעה בשמחות פרטיות בקרב מוסיקאי המוסיקה המזרחית. רובן של ההופעות הפומביות של מוסיקה זו מתקיימות באירועים כמו חתונות, שבהם מזמנים מוסיקאים להנעים לאורחים ולהרקידם. נפוצה מעט פחות היא ההופעה במועדונים, שבהם מופיעים כמה זמרים לפרקי זמן קצרים הכוללים שירים ספורים. נדירים במיוחד הם "קונצרטים", במועדונים או באולמות, שבהם קהל של רוכשי כרטיסים בא להאזין למוסיקאי ספציפי במשך תוכנית שלמה שלו. למצליחים מבין מוסיקאי המוסיקה המזרחית (אביהו מדינה, חיים משה) יש יותר קונצרטים, אך חלק ניכר מהם הוא מזומן ו"סגור" מראש על-ידי רכישת כרטיסים קולקטיבית (של ועדי עובדים, קיבוצים ועוד).

שנית, המוצר נושא המוסיקה המרכזי של תעשייה זו הוא הקלטת. הסיבה ההיסטורית לכך היא הקמתן של החברות כמנגנון הפצה אלטרנטיבי לשידורי הרדיו (מוסיקת הקסטות כמעט שלא הושמעה ברדיו בשנות השבעים, וגם בשנות התשעים השמעתה מצומצמת למדי, ראו להלן). קלטות הן מוצר זול להפקה, לייצור ולשכפול. הן גם ניידות מאוד וניתנות להשמעה בכל מקום ובכל הזמנות. קלטות גם זולות יותר לרכישה מאשר תקליטים (ויניל בעבר, דיסקים בהווה). אולם הצליל של קלטות נוטה להיות פחות מדויק ו"נקי" מזה של תקליטים. הן נשחקות מהר יותר בהשמעה תדירה, וגם מכשירי ההשמעה הניידים הטיפוסיים אינם מצטיינים באיכויות צליל. קיימת על כן סבירות גבוהה שמוסיקה המזוהה עם קלטות בלבד (ולא עם תקליטים) תיתפס כפחות מעודכנת ועכשווית וכבלתי מתוחכמת. חשוב לציין כי לקראת 1990 נהפכו גם דיסקים למוצר רווח בתעשייה זו. אולם שיעורן של הקלטות, מתוך ההיקף הכולל של המכירות, נותר כאן גבוה יחסית לשיעורן במכירות הפופ/רוק (כ-70 אחוז במוסיקת הקסטות, לעומת כ-40 אחוז בתעשייה הרהוטה בישראל).

בהמשך לכך מצויים מנגנוני ההפצה של תעשייה זו. קלטות (וכיום גם דיסקים) של מוסיקת קסטות נמכרות בעיקר בדוכנים ובחנויות קטנות בשווקים (הכרמל בתל-אביב, מחנה יהודה בירושלים וכו'), ובתחנות אוטובוס מרכזיות – דבר שהניב בשלב מסוים את הכינוי "מוסיקת התחנה המרכזית". אתרים אלה נראים ומאורגנים אחרת מן החנויות ה"רגילות". היסטורית, הדבר נובע משיקולים של עלויות ופערי תיווך שסייגו את הפצתן לחנויות ה"רגילות", ומתחושתם של אנשי חנויות התקליטים הללו כי אין לקלטות אלה ביקוש בקרב הקהל הטיפוסי שלהן. התוצאה היא התגבשותו של מנגנון סיטונאי וקמעונאי חלופי ונפרד מזה של חברות התקליטים הגדולות. בשנות השמונים החלו בכל זאת החברות הגדולות להפיץ את קלטות המוסיקה המזרחית (הדיראצי את בן-מוש הפקות, הליקון את האחים ראובני), אולם הסכמי ההפצה הם הדדיים: התקליטים של חברות אלה מופצים לדוכנים ולחנויות בשווקים ובתחנות המרכזיות באמצעות האחים ראובני או בן-מוש הפקות. במלים אחרות, מדובר בשני שווקים נפרדים מבחינה ארגונית ותרבותית.

בנוסף לכך, עלויות ההפקה הנמוכות של קלטות, האינטרס של זמרים ותיקים לשמור על נוכחות בקרב הקהל (שאצל מוסיקאי פופ/רוק קשורה להשמעות תדירות ברדיו) והפיתוי לייצר "כוכבים" חדשים, מביאים להופעתן של קלטות חדשות רבות, בתדירות גבוהה. כמות השירים המקוריים המחוברים בז'אנר אינה מצויה ביחס ישיר לכך. התוצאה היא שכמות גדולה של קלטות ראות אור ובהן להיט אחד מוביל, ולצד הרבה שירים מתורגמים בחופזה מיוונית ומטורקית, או "כיסויים" (כלומר ביצועים בלתי מקוריים) לשירים שהתפרסמו כבר על-ידי זמרים אחרים. כמו כן נפוצה חזרה על שירים שכבר הופיעו בקלטות קודמות, דבר המשבש את הייחודיות של כל קלטת כמזר מוסיקלי "חדש". ולבסוף, קלטות רבות סובלות מאי-הקפדה על הגהה של הכיתוב ועל עיצוב האריזה בכלל.

גם מנגנון הפרסום ויחסי הציבור הוא נפרד. הפרסום הטיפוסי של זמרים וקלטות מתרחש באמצעות מודעות רחוב המודבקות באופן "פיראטי" על גבי קירות וגדרות, תחנות אוטובוס ועוד; או בתוך מדור פרסומי מיוחד המופיע בעיתונים הגדולים ומאגד מודעות של כל היצרנים והמפיקים של המוסיקה המזרחית.

מוסיקת הקסטות מהווה אם כן לא רק סגנון ואווירה צלילית "אחרת", אלא גם מסגרת עבודה מקצועית שונה בשביל יוצריה ויצרניה. במהלך השנים נוצר גם כאן הביטוס ספציפי המכתיב את פרקטיקות העבודה היומיומיות בין הגורמים השונים, וכן עולם של ידע ובקאות, מומחיות ורגישות שמגדיר את השייכות למסגרת תרבותית זו. אולם, כאמור, אל מול תעשיית המוסיקה הרהוטה, הנשלטת על-ידי תרבות הפופ/רוק, מתגלה תעשיית הקסטות כעילגת, כבעלת תפקוד "לא נכון" ואף לקוי לכאורה: הגיון ההנעמה וההמשכיות המוליך (מזווית הראייה הרהוטה) להיעדרן של מחויבות אמנותית-אותנטית של מוסיקאים וחדשנות סגנונית, הדימוי הטכנולוגי הירוד של הקלטות ומסגרות השיווק והפרסום הבלתי מהוקצעות והבלתי מלוטשות לכאורה, מובילים לקיום כמור-נפרד של מסגרת ארגונית.

מעבר לקיום הנפרד, שעשוי להיתפס כמקביל, העלגות מתגלה בעוצמתה במפגשים שונים שבין שתי המסגרות הארגוניות. מפגשים (או היעדר מפגשים) אלה הם שמניבים את נוכחותה הרלה

והמתויגת של מוסיקת הקסטות בתרבות הציבורית של ישראל. קודם לכן, חשוב אולי להדגיש כי הפרמטרים של העלגות שפורטו לעיל אינם מחייבים, כשלעצמם, נתק והיעדרות ציבורית של המוסיקה. התעשייה הרהוטה אוהבת לטפח מסגרות "אלטרנטיביות", בעיקר אם ניתן לפרש את שונותן באופן כלשהו כ"חתרנית". טכנולוגיה ירודה, הנעמה והיעדר ליטוש עשויים להיתפס כהתרסה נגד מסחריות רהוטה או אמנותיות יתר, ולזכות בתווית חיובית של "שוליים" או "עצמאות" (סצנת ה-indie של הרוק הרדיקלי);⁸ או כעממיות נאיבית ולזכות בתווית של "אותנטיק" (סגנונות מוסיקליים שונים מרחבי העולם). מקצועני תעשיית המוסיקה הרהוטה אינם מחילים בדרך-כלל תוויות אלה על מוסיקת הקסטות בישראל.⁹

כאמור, היוצרים והיצרנים של מוסיקת הקסטות מתלוננים במשך שנים על קיפוח ואפליה של מוסיקה זו, בעיקר בכל מה שקשור לנוכחות באמצעי התקשורת, ובהמשך לכך הם מנהלים מאבק לשינוי המצב. בצד ראינו, מאמרים בעיתונות ושתדלנות בקרב גורמים שונים ברשות השידור ובגלי צה"ל, הוקמה גם עמותה ציבורית ששמה עזית, בניסיון להיות מוקד של מימון ציבורי מסוג כלשהו. אולם למרות המאמצים הממושכים, הבולטות התרבותית וההכרה – שנמדדים בנוכחות בשידורי הרדיו והטלוויזיה ובמדורי המוסיקה בעיתונות – נותרה נמוכה. לאחר יותר מ-15 שנה הורחבה אמנם הנוכחות של המוסיקה המזרחית בתרבות הציבורית, אך בעיקר במסגרות המשעתקות את נפרדותה, ולמעשה את תיוגה כחריג תרבותי-מוסיקלי. כאלה הן תוכניות הרדיו שקיימות ברשת ג' ובגלי צה"ל מאז ראשית שנות השמונים. תוכניות אלה, גם אם גדלו בכמות ובאורך במשך השנים, משעתקות את המוסיקה המזרחית כז'אנר נפרד, כעולם מוסיקלי "אחר" מן הישראלי השגור. תחנות רדיו פיראטיות המשדרות אך ורק מוסיקה מזרחית עושות דבר דומה. לשאלה מהי דעתו על תחנה אחת כזו, גלי הים התיכון, ששידרה בגוש דן במשך 1994–1995, ענה אחד המוסיקאים הבולטים של הז'אנר: "גללי הים התיכון – אני רוצה אינטגרציה, לא הפרדה".¹⁰

שידורי הטלוויזיה מכילים אף פחות מכך. זמרים מזרחיים מגיעים מדי פעם לתוכניות האירוח הכלליות, ובדומה לרדיו, גם כאן מופקות מדי פעם תוכניות המוקדשות לז'אנר ("בטברנה" של הטלוויזיה הישראלית, למשל), אך במקום שבו מתורגמת המוסיקה לצורה טלוויזיונית מובהקת – הווידאו-קליפים – נוכחותם אפסית. תעשיית הקסטות אינה מפיקה וידאו-קליפים, לפחות לא במובנם המקובל כמוצרים הבונים אילוסטרציה קולנועית של המוסיקה (ולא צילום פשוט ויזר של זמר, על במה או על רקע אחר). ההפקה של קליפים זרה לתעשייה זו הן מבחינת פרקטיקות העבודה הזמינות בתוכה, והן מבחינת התפיסה השונה של ויזואליזציה של מוסיקה ומוסיקאים הרווחת בה.

מדורי המוסיקה בעיתונות הכתובה מקדישים לעתים נדירות מקום לסיקור או לביקורת של תקליט חדש מזרחי, ראיון עומק עם מוסיקאי מוביל או דיון דומה. חלק מהמקומונים כוללים מדורי סיקור מזדמנים של קלטות של מוסיקה זו. אולם את עיקר תשומת לב העיתונאית מקבלים המוסיקאים המזרחיים בהקשרים רכילותיים ובמה שמכונה בעגה העיתונאית כתבות "צבע", שאינן נכתבות על-ידי מקצועני המוסיקה של העיתונות.

8. סצינת האוונגרד של תרבות הפופ/רוק נוטה להתקיים במסגרות מסחריות קטנות, אשר לכאורה הן "עצמאיות" ביחס לפירמות הגדולות (אך למעשה קשורות ותלויות בהן לצורכי הפצה והדפסה), ומכאן הכינוי "indie".

9. להוציא רגעים ספציפיים ומזדמנים, כמו למשל הקריירה של אלי לחון בתחילתה, או כאשר אחד ממנהלי חברות התקליטים הגדולות כינה באוזני אחד האחים ראובני בשם "ברי גורדי הישראלי". ברי גורדי (Berry Gordy) הוא המייסד והבעלים של חברת התקליטים טמלה מוטאון (Tamla Motown), המפורסמת בצליל המיוחד של מוסיקת "נשמה" שחורה שעוצבה בה, ושהיתה לפירמה המסחרית הגדולה ביותר בארצות-הברית בבעלות שחורים עד שנרכשה על-ידי פוליסרם ב-1988.

10. הערה זו מבטאת את קיומם של אינטרסים שונים והיררכיות איכות וכוח בתוך תרבות המוסיקה המזרחית. ניתן להצביע בעיקר על האליטה הוותיקה יותר, המיוצגת על-ידי מוסיקאים כמו אביהו מדינה, חיים משה, מרגלית צנעני, ועל-ידי מנהלי חברות התקליטים הוותיקות; ולעומתה על מוסיקאים חדשים יותר, כמו עופר לוי, אבי ביטר, ליאת בנאי ועוד, המכונים לעתים בתוך תרבות זו, על-ידי הוותיקים יותר, בשם "הז'אנר הבכייני".

הנוכחות הדלה, ולחלופין התיוג והמסגור, הם מעין מעגל סגור המשוותק על-ידי המסגרות הארגוניות הנפרדות ופרקטיקות העבודה הבלתי תואמות שלהן. אפילו הצד הטכני כשלעצמו, שאמור להיות "ניטרלי", נתפס באופן שונה ועשוי להניב תיוג והיעדרות. כך למשל, בפסטיבל ערד שנערך 1994, הוחלט לקיים קונצרט מיוחד משיריו של יוני רועה, בין הבולטים שבמחברי המוסיקה המזרחית מאז סוף שנות השמונים. היה זה אירוע משמעותי, שכן מוסיקה מזרחית כמעט שאינה מיוצגת בשלל המופעים של פסטיבל זה. זמרים וזמרות (בהם כאלה שאינם מזוהים לחלוטין עם מוסיקת הקסטות) עלו לבמה, לבד ובצירופים שונים ביניהם, וביצעו להיטים מוכרים שחיבר יוני רועה. עוד קודם לכן הוחלט לשדר את הקונצרט בשידור ישיר ברשת ג'. לשם כך היה צריך לבדוק, לכוון ולסדר, עוד לפני המופע עצמו, את מה שמכונה "באלאנס" – צליל אופטימלי ומאוזן בעוצמתו ובגווניו בין כלי הנגינה השונים, המיקרופונים של הזמרים ועוד. אנשי ההפקה של המופע עצמו, כלומר מקצועני המוסיקה המזרחית, תבעו לערוך את כיוון הצליל בעצמם, מתוך גאווה מקצועית ובטענה שהטכנאים האמונים על פופ/רוק "אינם מבינים" את המוסיקה המזרחית ומכוונים צליל החוטא לאווירה הנכונה לדעתם של מוסיקה זו. במהלך המופע החלו אנשי הרדיו להתלונן שאיכות ה"סאונד" אינה טובה, ובעצם היא בלתי נסבלת, והשידור אינו אפשרי. למרות ניסיונות "לאזן" את הצליל, הוחלט בסופו של דבר לקטוע את השידור הישיר בעיצומו של המופע. הדבר גרם כמובן לתרעומת רבה בקרב אנשי המוסיקה המזרחית וחזק את תחושת הקיפוח שלהם.

דוגמה נוספת: בינואר 1995 ערכה עמותת עזית מופע ראווה של מיטב מוסיקאי הז'אנר. המופע נערך בהיכל התרבות בתל-אביב, בנוכחות נשיא המדינה ומוזמנים נוספים, וכונה "מוזמרת הארץ". כותרת כזו מסמנת בדרך-כלל רפרטואר של "שירי ארץ-ישראל", והפקעתו באה להכריז על שייכות והמשכיות ביחס לרפרטואר המזוהה עם הישראליות הילידית הראשונית. רשימה ארוכה מאוד של זמרים חמרות התייצבה, וכל אחד ואחת ביצעו אחד או שניים מלהיטיהם המפורסמים. המארגנים הקפידו לכלול אך ורק שירים מקוריים, ולא תרגומים. שני מנחים, אביהו מדינה וחפני כהן, הנחו את הערב בלשון נמלצת ובחלקה מדוקלמת, שבנוסף להצגת השירים והמבצעים בנתה מעין "סיפור" היסטורי של המוסיקה המזרחית. כל זאת, על רקע תפאורה נוסח "פסטיבל הזמר והפזמון", אירוע הראווה השנתי של רשות השידור בשנות השישים והשבעים. אולם, בניגוד מסוים לכך, ליווה את הזמרים והזמרות במשך כל הערב הרכב נגנים שכלל שני קלידינים (אלקטרוניים), גיטרה חשמלית, בס חשמלי, מתופף וגן כלי הקשה. במלים אחרות, הרכב פופ/רוק טיפוסי. בעת הקונצרט לא נראו על הבמה כלי נגינה כמו עוד, בחוקי או קאנון, שהשימוש בהם רווח בהקלטות של מוסיקה מזרחית. כך, בין הממלכתיות הספקרשמית לבין העוצמה החשמלית היה המופע "קונצרט רוק משונה מאוד", כפי שכנתה אותו מוסיקולוגית אורחת מאנגליה שנכחה בו.¹¹ במונחי הפופ/רוק הדומיננטיים, נתפס המופע כמאולץ ואנכרוניסטי. הסיקור שלו בעיתונות נטה להיות "צבעוני", כלומר לעסוק באנקדוטות שנאמרו או בלבוש של הזמרות; או שהיה עוקצני. התייחסות עניינית לאיכות המוסיקלית לא היתה.

מתוך אינטרס לקלוע בכל זאת לדפוסים המניבים בולטות תרבותית, מאמצים לעתים יוצרים ויצרנים של מוסיקת הקסטות פרקטיקות של מסגרות תרבותיות אחרות – הפופ/רוק או "שירי ארץ-ישראל". אך שליטה חלקית בלבד בהביטוס המתאים פוגם במהוקצעות של הביצוע, והתוצאה היא עלגות. בין ביצועים כאלה, לבין הפרקטיקות הייחודיות למסגרת תרבותית זו, נוכחותה הציבורית של מוסיקת הקסטות ממשיכה להיות ירודה. רגעים של הדרה על בסיס פשוט של טעם ואסתטיקה שונה קיימים לא מעט בתעשיית המוסיקה בישראל. אולם מוסיקת הקסטות נפקדת ממסגרות האחוריות של מקצועני הפופ/רוק בישראל בעיקר משום שמוצריה אינם משתבצים בקלות ברפרטואר התבניות, הדפוסים והקטיגוריות שמרתקים ומרגשים אותם. זו עיקרה של העלגות הארגונית.

11. רות דייז: "A very strange rock concert" בלשונה. חשוב להדגיש כי הקהל הנוכח – כולל מחבר שורות אלה – נהנה מאוד מן המופע במרבית חלקיו.

סיכום

הגישה הניאורמוסדית לחקר ארגונים, שנעשתה למובילה של תחום זה בסוציולוגיה, "הפכה את היוצרות" שהיו מקובלים בו במשך עשרות שנים. במקום לנסות להבין מדוע ארגונים אינם יעילים, וכיצד ניתן אולי לשפר את יעילותם, הראתה גישה זו כי ארגונים אינם אלא כלי חברתי להבניית של המציאות על-פי תפיסת העולם המודרנית של קדמה ורציונליות. מובילי הגישה הראו כיצד מושגים אוניברסליים ואובייקטיביים לכאורה של "יעילות" ו"רציונליות" אינם אלא "הפשטות מתוך פרקטיקות חברתיות שצמחו בשל סיבות היסטוריות מורכבות", בלשונו של דובין (Dobbin 1994, 122). מכאן שהדפוסים הארגוניים המשותפים עליהם הם כלים לקידום תפיסות העולם שמתוכן צמחו הגירסאות הספציפיות מאוד של מושגים אלה. גישה זו, על-פי דובין, היא גישה תרבותית לחקר ארגונים. הצגתם של הארגונים כמכשיר להבניית תפיסות מודרניות כלליות של "רציונליות" מותירה חלק מן העוסקים בגישה זו ללא זיהוי ברור של הגורמים החברתיים האחראים להבניה. שנהב (1995) תורם לדיון בכך שהוא מאתר את נשאייה של "תורת הניהול" – מנהלים מקצועיים וחוקרי התחום – כגורם כזה. בהיותם גורם חברתי-מקצועי המאמין בתוקף האובייקטיבי של מושגים אלה, הם למעשה המיישמים והמתווכים של סדר חברתי קפיטליסטי שמושגים אלה מרכזיים בו.

מאמר זה הראה, ברוח דומה, שהשדה הארגוני המכונה "תעשיית המוסיקה" אינו מסגרת להסדרת תהליכי הייצור וההפצה של מוסיקה, כל מוסיקה, באופן "רציונלי" ו"יעיל" למען רווחיות. זוהי אולי האידיאולוגיה הארגונית שבה מאמינים חלק מן הפועלים בשדה. בפועל משמש שדה זה כלי להפצתה של תרבות הפופ/רוק; והוא חלק מתהליך רחב יותר של צמיחת מעמד חברתי חדש, של אורייני תקשורת, והתמקמותו בעמדות כוח. עולם התוכן והמשמעות שנתפס בראשיתו כביטוי לסרבות חברתית, התמסר, ונציגו שנהפכו למקצועני תרבות השתלטו למעשה על תעשיית התרבות בכלל ועל תעשיית המוסיקה בפרט. בשביל מקצוענים אלה מהווה תרבות הפופ/רוק ודפוסיה סוג של "אמת" מקצועית ואמנותית, שעל-פיה יש לנהל את ההפקה וההפצה של מוסיקה. כך, מאז סוף שנות השבעים מהווה תעשיית המוסיקה, בישראל ובחורל, כלי ארגוני מתוחכם ומורכב שעושה את הפופ/רוק לתרבות המוסיקלית הדומיננטית בעולם, מתוך תחושה של מחויבות מקצועית טהורה. תעשיית המוסיקה כוללת מגוון של מקצועות ומסגרות ארגוניות קטנות, אשר כל אחד מהם תורם את התמחותו לרכיב כזה או אחר של הפופ/רוק. הרהיטות של השדה הארגוני מושתתת על היכרותם את תרבות זו והיותם חלק ממנה.

בתוך כך, תרבויות מוסיקליות אחרות מוצאות את עצמן במצב שולי. לא רק בגלל האסתטיקה הנפרדת שלהן, אלא גם בגלל שהמסגרות הארגוניות שבתוכן הן מתקיימות מתגלות כעילגות ביחס לאופי פעילותה של תעשיית המוסיקה. התוצאה עשויה להיות נוכחות ציבורית ירודה, אם כי לא בהכרח סטטוס אמנותי נמוך. הג'אז והמוסיקה הקלאסית מתפקדים היטב כתת-תרבויות אליטיסטיות, עם מסגרות ארגוניות כמעט נפרדות. אולם לגבי תרבויות מוסיקה מסורתיות או עממיות עשוי קיומה של מסגרת ארגונית נפרדת להתגלות כמכשול בדרך לבולטות תרבותית, ואף ליוקרה אמנותית. כפל המשמעות של המונח "אתניות" בתעשיית המוסיקה בישראל ממחיש זאת היטב: מוסיקה עברית הנטועה מלכתחילה בתוך הפופ/רוק, ואשר במסגרות התעשייה הרהוטה היא מכונה "אתנית", מסומנת כסוג של העזה, חלוציות אמנותית או ניסיון כן ליצור מוסיקה מקומית מובהקת. זהו מצבם של יהודה פוליקר ואהוד בנאי, למשל. אולם כאשר המונח "אתניות" ניתן למוסיקה עברית, המתקיימת במסגרות בלתי רהוטות, הוא מסמן "אותנטיות עממית" – אך גם דחיקה לשוליים, הורה ותיוג של מוסיקה שהיא בעליל מקומית ועכשווית.

באופן פרדוקסלי, לו היו המוסיקאים של ז'אנר זה פועלים בתוך התעשייה הרהוטה, תחת תווית ה"אתניות" מן הסוג הראשון, ייתכן שחלק מהם היו זוכים ליותר בולטות בתרבות הציבורית של ישראל – כפי שמעידות, למשל, הבלחות הנוכחות של מרגלית צנעני, אלי לוזון ואחרים כאשר שיתפו פעולה עם גורמים בפופ/רוק. יתר על כן, בעבור חברות התקליטים המובילות בישראל מהווה מוסיקת הקסטות סוג של אתגר, המנומק בעיקר בהיגיון כלכלי: מדובר ב"פלא שוק" שעשוי להניב רווחים נוספים. אולם השתלטות על פלא שוק זה פירושה הכפפה מלאה של מוסיקת הקסטות לאסתטיקת הפופ/רוק. כך, למשל, הזמר נתי לוי עבר בסוף 1996 – לאחר שהקליט

כארבעה תקליטים בחברת האחים ראובני – לעבוד במסגרת הליקון, כמימוש של ניסיון חברה זו להציב נוכחות בשוק המוסיקה המזרחית. התקליט האור קרוב הופק על-ידי צוות של הליקון, תוך הקפדה יתרה על דפוסים של מרקמי צליל ואריות מוצר הלקוחים הישר מהפופ/רוק העכשווי – בעיקר מן ההיבט הממוסד שלו, לא ה"אוונגרדי". שירים מן התקליט זכו לנוכחות ציבורית נדירה – ביחס לתקליטים קודמים של אותו זמר, או של מוסיקה מזרחית בכלל – בתוכניות טלוויזיה ובשידורי רדיו.¹²

תעשיית המוסיקה הרהוטה בישראל אינה אם כן גורם "ניטרלי" או טכני-מקצועי בלבד בשדה המוסיקה הפופולרית, כפי שאין היא גורם אינטרסנטי צר המעוניין "רק" ברווחים. בהיותה מושתתת על תפיסת עולם אסתטית, הנחשבת מקצועית על-ידי נשאים, היא משרתת אותה והופכת אותה לדומיננטית בתרבות המוסיקה בישראל.

המחלקה לסוציולוגיה ולאנתרופולוגיה, האוניברסיטה העברית בירושלים

ביבליוגרפיה

- אדורנו, תיאודור ומקס הורקהיימר, 1993. "תעשיית התרבות – נאורות כהונאת ההמונים", אסכולת פרנקפורט, ספרית פועלים, תל-אביב, עמ' 158–198.
- רגב, מוטי, 1995. רוק: מוסיקה ותרבות, דביר, תל-אביב.
- שילוח, אמנון ואריק כהן, 1982. "דינמיקת השינוי במוסיקה של עדות המזרח בישראל", פעמים 12: 3–25.
- שנהב, יהודה, 1995. מכות הארגון, שוקן, תל-אביב.
- Bagdikian, B., 1989. "The Lords of the Global Village," *The Nation*, June 12th, pp. 805–820.
- Becker, Howard, 1982. *Art Worlds*. Berkeley: The University of California Press.
- Bourdieu, Pierre, 1984. *Distinction*. Cambridge Mass.: Harvard University Press.
- , 1993. *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, Pierre, with Loic Wacquant, 1992. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Campbell, Deanna Robinson, Elizabeth B. Buck, and Marlene Cuthbert, 1991. *Music at the Margins*. Newbury Park: Sage.
- Chapple, Steve, and Reebee Garofalo, 1977. *Rock'n'Roll is Here to Pay*. Chicago: Nelson Hall.
- Cohen, Erik, and Amnon Shiloah, 1985. "Major Trends of Change in Jewish Oriental Ethnic Music in Israel," *Popular Music* 5: 199–223.
- DiMaggio, Paul, 1982. "Cultural Entrepreneurship in Nineteenth Century Boston," parts 1 and 2, *Media, Culture and Society* 4: 33–50 and 303–322.
- , 1992. "The Extension of the High-Culture Model to Theatre, Opera and the Dance," in *Cultivating Differences*, ed. Michele Lamont and Marcel Fournier. Chicago: The University of Chicago Press, pp. 21–57.
- DiMaggio, Paul, and Paul M. Hirsch, 1976. "Production Organization in the Arts," *American Behavioural Scientist* 19: 735–749.
- DiMaggio, Paul, and Walter Powell, 1983. "The Iron Cage Revisited: Institutionalized Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields," *American Sociological Review* 48: 147–160.
- Dobbin, Frank, 1994. "Cultural Models of Organization: The Social Construction of Rational Organizing Principles," in *The Sociology of Culture*, ed. Diana Crane. Oxford: Blackwell, pp. 117–142.
- Featherstone, Mike, 1991. "Lifestyle and Consumer Culture," in *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Frith, Simon, 1981. *Sound Effects*. New York: Pantheon.
- , 1988. "The Industrialization of Popular Music," in *Music for Pleasure*. London: Routledge.
- Goodwin, Andrew, 1993. *Dancing in the Distraction Factory*. London: Routledge.

12. המעבר החד מהקשר תרבותי ארגוני אחד לשני מצא ביטוי על עטיפת הדיסק, בטקסט קצר של נתי לוי שבו הוא מודה לאנשי הליקון: "בתחילת הדרך חששתי עקב הניגודים המוסיקליים שלנו, אך בהמשך הופתעתי לטובה מהאנשים אשר לצדי מכל בחינה אפשרית."

- Grossberg, Lawrence, 1984. "Another Boring Day in Paradise: Rock and Roll and the Empowerment of Everyday Life," *Popular Music* 4: 225–258.
- Hall, Stuart, 1982. "The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies," in *Culture, Society and the Media*, ed. Michael Gurevitch et al. London: Methuen, pp. 56–90.
- Halper, Jeff, Edwin Seroussi, and Pamela Squires-Kidron, 1989. "'Musica Mizrahit': Ethnicity and Class Culture in Israel," *Popular Music* 8: 177–184.
- Hennion, Antoine, 1983. "The Production of Success: An Anti-Musicology of the Pop Song," *Popular Music* 3: 158–193.
- Hirsch, Paul M., 1972. "Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems," *American Journal of Sociology* 77: 639–659.
- Lash, Scott, 1990. *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- Malm, Krister, and Roger Wallis, 1992. *Media Policy and Music Activity*. London: Routledge.
- Negus, Keith, 1993. *Producing Pop*. London: Edward Arnold.
- Peterson, Richard, 1982. "Five Constraints on the Production of Culture," *Journal of Popular Culture* 16: 143–153.
- , 1990. "Why 1955? Explaining the Advent of Rock Music," *Popular Music* 9: 97–116.
- Peterson, Richard, and David Berger, 1971. "Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry," *Administrative Science Quarterly* 16: 97–106.
- Regev, Motti, 1986. "The Musical Soundscape as a Contest Area: 'Oriental Music' and Israeli Popular Music," *Media, Culture and Society* 8: 343–356.
- , 1992. "Israeli Rock, or a Study in the Politics of 'Local Authenticity'," *Popular Music* 11: 1–14.
- , 1994. "Producing Artistic Value: The Case of Rock Music," *The Sociological Quarterly* 35: 85–102.
- , forthcoming. "Who Does What with Music Videos in Israel."
- Wallis, Roger, and Krister Malm, 1984. *Big Sounds from Small Peoples*. London: Constable.
- Vignolle, J.P., 1980. "Mixing Genres and Reaching the Public: The Production of Pop Music," *Social Science Information* 19: 79–105.