

מתוך "מסגרות מדיה: כתב עת ישראלי לתקשורת", גליון 3 (מרץ 2009, ירושלים), כתב העת של "האגודה הישראלית לתקשורת" ו"הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו".

מאמר מקורי

"כוכב מושפל": בחינת הקשר בין השפלה בתכניות מציאות ובין הנאת הצופים מהן

גבי וימן, יונתן כהן וענבל בר-סיני*

"אם בחרת להיות מורה, אז למה את צריכה את הביזוי הזה, לעמוד כאן ולקשקש?" (דוד דביר, שופט בתכנית "נולד לרקוד", למתמודדת אוראל, 24.11.06, ערוץ 2)

תקציר

תכניות המציאות זוכות להצלחה רבה בישראל ובעולם כולו. יש בהן התמודדות חושפנית, ונוקשה לעתים, על פרס, על תואר או על תפקיד נכסף. אך בנוסף להכרת הזוכים יש בתכניות אלה גם השפלה של המתמודדים או של המפסידים. על שכיחות ההשפלה בסוגה טלוויזיונית זו אפשר ללמוד גם ממחאותיהם הרבות של צופים נזעמים שיצאו נגד השפלת מתמודדים. להשפלה בתכניות אלה פנים רבות: מתיחת ביקורת אישית על מתמודדים כושלים והטחת עלבונות בהם מפי השופטים, חשיפת הכושל בצערו, התפלשות פומבית בכוון, הצגת תמונות מביכות ביותר של משמניהם או של צרותיהם המשפחתיות, אכילת חיות ושרצים לשם הישרדות, השפלת אחרים כדי להרחיקם מן ההתמודדות ועוד. ההנחה הסמויה של מערכות ההפקה היא כי ההשפלה היא גורם לריתוק קהלים, להגברת ההנאה מן

* ד"ר גבי וימן הוא פרופסור מן המניין בחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה (weimann@soc.haifa.ac.il). ד"ר יונתן כהן הוא מרצה בכיר בחוג זה (jcohen@com.haifa.ac.il). ענבל בר-סיני הייתה סטודנטית לתקשורת באוניברסיטת חיפה.

ההתמודדות, לקידום המתח והריגוש של הצופים ולהצלחת התכניות. האם אכן ההשפלה תורמת להצלחת התכניות? על שאלה זו מנסה מחקר זה לענות. במערך ניסויי נבדק אם קיים קשר בין תפיסת ההשפלה ובין ההנאה שמפיקים הצופים מן התכנית. המערך הניסויי כלל הפעלת משתנים בלתי תלויים, ובהם סוג ההשפלה (ביזוי או העלבה) וסדר הצגת הקטעים (מידת חומרת ההשפלה: עולה או יורדת), ומידת ההנאה מרצף הקטעים שימשה כמשתנה תלוי. ממצאי הניסוי מצביעים על קשר מובהק והפוך מזה ששוער: ככל שעוצמת ההשפלה עולה, כך מידת ההנאה יורדת. אמנם למחקר ראשוני זה יש מגבלות הקשורות לסוג התכניות שנבדקו ולבדיקת ההשפעה לטווח קצר, אך יש בו כדי לעודד מחקר עתידי שירחיב את היריעה מבחינת התכנים וטווח הזמן. ממצאי המחקר נידונים בהקשר מדיניות הפיקוח של גופי הרגולציה בישראל על שידור תכניות ריאליטי בה.

מבוא

"תכניות ריאליטי הן כמו גלדיאטורים עכשוויים שמאורגנים על ידי תאגידים ובעלי הון על גבם של אנשים", טען המחזאי וסרמן בעקבות ההצגה "הזירה" שהעלה ב-2005 בתאטרון עכו. "אנשים מתבזים בכדי לשרוד, והצופים מריעים". ועל הקהל של מופעים אלה הוא מזהיר: "צריך שיהיה ברור שהקהל שצופה הוא משתף פעולה. אם אנשים לא יצפו בתכניות האלה והרייטינג שלהן יצנח, הן ירדו. ברגע שפתחת והסתכלת אתה שותף מלא להתעללות ולביזוי. אני חושב שמוטלת על הצופים אחריות מוסרית, ואני רוצה שיבינו שאם הם צורכים תכנית שמשפילה אנשים, הם שותפים מלאים להשפלה. זה מה שרציתי להשיג – לתת לקהל תחושה שהוא שותף מלא לאירוע, ואז לאט לאט לגרום לו להבין במה הוא שותף" (יודילוביץ', 2005).

לאחר הצלחתן בארצות הברית ובעולם המערבי הגיעו תכניות הריאליטי גם לישראל. בכל ערב וערב משודרת לפחות תכנית ריאליטי אחת בערוצים המסחריים, ותכניות אלה זוכות ברובן להצלחה מרשימה במונחי צפייה (רייטינג).¹ את לוחות הרייטינג של השנים האחרונות מובילות בקביעות תכניות ריאליטי, ובהן "כוכב נולד", "משפחה חורגת", "סופר נני", "השגריר", "הדוגמניות", "נולד לרקוד", "הישרדות", "לרדת בגדול" ועוד. בתכניות אלה יש התמודדות, חושפנית, ונוקשה לעתים, על פרס, על תואר או על תפקיד נכסף. אך תכניות אלה אינן רק מכתירות "מנצחים": הן גם רומסות את הכושלים. על שכיחות ההשפלה בסוגה טלוויזיונית זו אפשר ללמוד גם ממחאותיהם הרבות של צופים נגד השפלת מתמודדים.²

להשפלה בתכניות אלה פנים רבות: מתיחת ביקורת אישית על מתמודדים כושלים והטחת עלבונות בהם מפי השופטים, חשיפת הכושל בצערו, התפלשות פומבית בבוץ, הצגת תמונות מביכות ביותר של משמניהם או של צרותיהם המשפחתיות, אכילת חיות ושרצים לשם הישרדות, השפלת אחרים כדי להרחיקם מן ההתמודדות ועוד.

מדוע שכיח כל כך ממד ההשפלה בתכניות הריאליטי? ההנחה הסמויה של מערכות ההפקה היא כי ההשפלה היא גורם לריתוק קהלים, להגברת ההנאה מן ההתמודדות, לקידום המתח והריגוש של הצופים ולהצלחת התכניות (Stanley, 2002). ביום עיון שהוקדש לתכנית "הישרדות" טענה רות מנדל ליאור, עורכת התכנית, כי המטרה היא "למשוך את הצופים". לדברי הביקורת על מניפולציות והשפלה בתכנית השיבה: "כשאני עושה טלוויזיה, אני עושה בידור. אני לא באה לתקן את העולם. ריאליטי הוא לא ז'אנר מחנך". גם אייל אלקבץ, עורך ובמאי הסדרה, טען בלהט כי "זה יוצר טלוויזיה טובה. הוספנו נגיעות של הומור וטראש, כי זה מה שהקהל הישראלי אוהב"³.

האם אכן ההשפלה תורמת להצלחת התכניות? על שאלה זו ינסה מחקר זה לענות. נבדוק אם אכן הצופים תופסים מופעים והתנהגויות מסוימות בתכנית כהשפלת המתמודדים. אם שאלה זו תיענה בחיוב, נבחן אם קיים קשר בין תפיסת ההשפלה ובין ההנאה שמפיקים הצופים מן התכנית. האם ההנחה הסמויה כי השפלה מקדמת הנאה ומרתקת צופים היא נכונה?

מהי סוגת הריאליטי?

תכניות המציאות הן כנראה התופעה הטלוויזיונית הבולטת בעשור האחרון במרבית מדינות העולם המערבי, אם כי לאחרונה אימצו את המתכונת גם חברת שמרניות באסיה, במזרח התיכון, באפריקה ועוד. תכניות המציאות אינן חדשות: בשנות החמישים שודרו בארה"ב תכניות כמו "מלכה ליום אחד", שבהן המתמודדות ניסו לשכנע קהל צופים במצוקתן הכואבת (בעל נכה, מחלות קשות, עוני וכדומה) כדי לזכות בכתר המלכה-ליום-אחד ובפרסים ובמתנות שהורעפו על "המלכה" באותו יום. ב-1973 שודרה בטלוויזיה האמריקנית הסדרה "משפחה אמריקנית", והיא עוררה מחלוקת. הסדרה עקבה אחרי משפחת לאוד, משפחה אמריקנית טיפוסית לכאורה. יוצרי הסדרה הציבו מצלמות בבית המשפחה, ולאורך הפרקים קרו אירועים לא צפויים: האישה הודיעה לבעלה כי היא מתכוונת להתגרש ממנו (וכך אכן קרה זמן קצר לאחר שידור התכנית), ואחד מבני המשפחה "יצא מהארון" מול המצלמות. בעקבות השידור התעורר באמריקה

ויכוח ציבורי שבו נשאלו שאלות אחדות, כמו באיזו מידה נוכחותן של המצלמות יצרה את האירועים שתועדו בה, ומהי מידת הלגיטימיות המוסרית של הסדרה. הסדרה לוותה בהד עצום, ורשתות טלוויזיה אחרות ברחבי העולם התחילו אף הן לשדר סדרות דומות שהתפתחו לכיוונים שונים. כיום, כמעט בכל מדינות העולם מוקרנות תכניות מציאות מקומיות וגם סדרות מיובאות או במתכונת מיובאת. סוגת הריאליטי כוללת כמה תת-סוגים, ובהם שעשועונים שבהם תחרות פרסים ("הישרדות", "אפקט הפחד", *Big Brother*, "המבצר" ועוד), תחרות כישרונות בחיקוי של מבחני בד ("כוכב נולד", *American Idol* וכדומה), תכניות כסגנון תיעוד מציאות (תיעוד ידוענים כמו *The Osbournes*, תיעוד החלפת בני זוג כמו *Wife Swap*, תיעוד חיים במציאות היסטורית כמו *The 1900 House*), תכניות שידוכים ("דאבל דייט" או "קחי אותי שרון" בישראל, *Blind Date* בארה"ב), תכניות מתיחות ומצלמה נסתרת וכן תכניות מהפך והגשמת חלומות ("הברבור" ודומות לה).

קשה להגדיר את תכניות המציאות שכן יש בהן מגוון רחב של תת-סוגים. עם זאת אפשר לאפיינן על פי מאפיינים קבועים של מרבית התכניות בסוגה זו: משתתפים בהן "אנשים פשוטים" (לעתים לצד ידוענים ו"כוכבים"), ורובן מבוססות על תחרות שבסופה מוענק לזוכה פרס – כסף, מכונית, דירה, חווה דוגמנות או מעמד "שגריר" בחו"ל, הצעת נישואים או ניתוח פלסטי לשיפור ההופעה. בוקר (Booker, 2004) הציעה מתווה של המכנה המשותף לכלל תכניות המציאות, ולפיו ההפקה מציגה תבנית, מסגרת ונושא בעלי מוטיב אחיד (שירה, ריקוד או תכנית היכרות), אולם כלל האירועים המתרחשים בתבנית זו חדשים, מקוריים ובלתי צפויים מראש, שכן הם תלויים בהתנהגותם ובמעשיהם של "האנשים האמתיים". את האפיון המדעי של סוגת הריאליטי הציעו נבי, בילי, מורגן וסטיט (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003) וכן היל (Hill, 2005). האפיון מגדיר תכניות אלה כתכניות המציאות אנשים אמתיים בעת שהם חווים אירועים מתוכננים או אמתיים. לתכניות אלה יש חמשת המאפיינים הבאים: (א) אנשים מציגים את עצמם (ואינם מגולמים בידי שחקנים); (ב) לפחות חלק מן התכנים מצולם מחוץ לאולפן; בסביבות מגורים, עבודה או בילוי של המצולמים; (ג) אין תסריט קבוע מראש; (ד) האירועים בתכנית מוצגים בהקשר עלילתי; (ה) המטרה העיקרית היא לבדר את הצופים.

"סודות ההצלחה" של סוגת הריאליטי

תכניות המציאות רווחיות במיוחד שכן הן משלבות הפקה זולה יחסית עם הצלחה רייטינגית: אין צורך בתסריט, אין צורך בשחקנים מקצועיים ויקרים,

והוצאות ההפקה הן לרוב מינימליות. תכניות מציאות נחשבות לעסק המייצר רווחים אדירים. הממד המרכזי של חלק ניכר מתכניות המציאות הוא התחרות האכזרית בין המתמודדים. לריגוש יש תפקיד מרכזי: אנו צופים במה שנראה כגרסה מודרנית המכליאה קרבות גלדיאטורים וקרקס. כללי המשחק של התכניות הללו מבוססים על שיסוי המשתתפים זה בזה. אושרו של הזוכה יכול להיות מושג רק באמצעות כישלונם והשפלתם של המשתתפים האחרים במעין "משחק סכום אפס". אחד הרגעים האהובים ביותר על במאי התכניות מתרחש כאשר המצלמה מלווה בפעם האחרונה את המפסידים ברגעי כישלונם, שבורים ודומעים ברגע סילוקם מן התכנית. בניסיון להתחקות אחרי סוד הצלחתן של תכניות הריאליטי זוהו שבעה גורמים, ואלה הם:

1. **מציאות ובדיון:** תכניות טלוויזיה מסוגות שונות זוכות להצלחה בזכות יכולתן לשקף מציאות, לקרב אל המציאות, להסביר מציאות או לנבא מציאות. המציאות חלחה גם אל תכניות שאינן מציאותיות, אל תכניות בידור ושעשועים, בתהליך שכינה קלדוול (Caldwell, 1995). בתהליך זה עובר הדגש מתסריט או טקסט טלוויזיוני אל התמונה ואל ייצוג מציאות באמצעות תמונות. כאן נעזרת הטלוויזיה בטכניקות הייחודיות למדיום זה: שחזור אירועים אמתיים, "הילוכים חוזרים" של אירועים מצולמים, עיבוד גרפי של תמונות וקטעי סרטים, שימוש בסרטי חובבים, יציאת המצלמות ל"רחוב" תוך כדי שימוש בצילומים תזזיתיים של מצלמות כתף ועוד.

2. **חדשנות:** יש בסוגת הריאליטי רכיבים רבים של חידוש, של הפתעה (או מניפולציות של הפתעה). אמנם זה אינו תוכן טלוויזיוני חדש, אך הוא "הסתעף" לכיוונים חדשים (מירוץ לדירה, מירוץ לשרידות, מירוץ לכבוש חתן, מירוץ לתפקיד "שגריר" או "דוגמנית" וכדומה). סוגת הריאליטי קיימת שנים רבות, אך היא לבשה פנים חדשות, היא מתחדשת מדי פעם בפעם בת-סוגה חדשה או בתכנים חדשניים ויוצקת רעננות מתחדשת לסוגה ותיקה.

3. **מציצנות:** בספרו "אומה של מציצנות" (Voyeur Nation) קלוורט (Calvert, 2000) משייך את תכניות הריאליטי לתופעה כללית יותר של "מציצנות מתווכת". על פי קלוורט, "מציצנות מתווכת" היא צריכת תמונות ומידע על חייהם האמתיים לכאורה של אחרים, לעתים קרובות באופן חד-צדדי ותוך כדי חדירה לפרטיותם, בדרך כלל למטרות בידור, באמצעות אמצעי התקשורת. הצצה לפרטיותם של אחרים, המסקרנת רבים מאתנו,

מלווה בהרגשת אי-נעימות, אך "מציצנות מתווכת" באמצעות התקשורת חוסכת מאתנו את אי-הנעימות ומאפשרת גישה קלה לפינות הפרטיות והאינטימיות ביותר.

4. קלות ההפקה והיצוא: מנקודת הראות של מערכת ההפקה אלה תכניות זולות, קלות להפקה, נוחות מאוד להפצה וליצוא לשווקים עולמיים. יש בהן רווחים מובטחים בזכות רייטינג גבוה וגם אפשרות למכור את התכניות עצמן או למכור את הפורמט או את הרעיון לזכיינים אחרים או למדינות אחרות. כך לדוגמה, הפורמט של "מי רוצה להיות מיליונר" נמכר ל-103 מדינות נוספות, והצלחה שיווקית בין-לאומית דומה רשמו תכניות ריאליטי כמו "הישרדות".

5. אשליית ההשתתפות: נייגר ויוסמן (2005) מייחסים את הצלחת הריאליטי לאשליה של ההשתתפות הדמוקרטית. הצופים יכולים לקדם או להדיח מתמודדים ולהשפיע על השבת מועמדים מודחים, וכל זאת בקלות יחסית: הם יכולים להצביע בשליחת מסרון או באינטרנט. לכאורה יש לקהל היכולת לקבוע את המשך העלילה ואת המנצחים והמפסידים, ובכך מקדמים אצלם את הרגשת ההזדהות, את המעורבות בצפייה ואף את ההנאה ממנה.

6. שימושים וסיפוקים: אחת התאוריות המרכזיות באופן טבעי הייתה "גישת השימושים והסיפוקים" (uses and gratifications). גישה זו, המניחה כי הצופים מונעים מצרכים שונים (קוגניטיביים, ריגושיים, חברתיים, אסקפיסטיים), אומצה גם בידי חוקרי תכניות הריאליטי. נבי ואחרים (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003) הציעו את ארבע קבוצות הצרכים הבאות וכדקו אותן לגבי צופים בתכניות הריאליטי: (א) הסחה: בריחה מן השגרה, הפגת מתחים, הדחקת צרות ובעיות; (ב) יחסים אישיים: צפייה כפעילות של התחברות לאחרים, התערות חברתית, ניהול יחסים פארא-חברתיים עם דמויות; (ג) זהות אישית: פיתוח הכרה עצמית, חיזוק הערכה עצמית; (ד) מעקב: להיות In, לדעת מה קורה, לדעת על מה מדברים. במחקר נמצא כי המניע העיקרי של הצופים הקבועים בריאליטי היה הרצון להתבדר, במקום השני צוינה האפשרות להציץ לחייהם של אחרים, ובמקום השלישי – ניהול יחסים פארא-חברתיים עם הדמויות בתכנית (הזדהות עם דמויות או פיתוח רגשי דחייה כלפיהן).

7. תשוקות וגירויים: פיתוח מתקדם של גישת השימושים והסיפוקים הוא "תאוריית הרגישות" (sensitivity theory) של סטיבן רייס (Reiss, 2000). לפי גישה זו, אנשים מונעים מתשוקות ספציפיות (desires), ולכן הם רגישים יותר לגירויים הרלוונטיים לסיפוק תשוקות או מאוויים אלה. גישה זו מצביעה על 16 סוגי תשוקות שסדר העדיפות שלהם שונה מאדם לאדם, ושינויים אלה מסבירים דפוסי התנהגות שונים והנאה מדברים שונים. צפייה בטלוויזיה היא דרך למציאת מענה למאוויים, בעיקר על פי הגירויים שכל תכנית מספקת. מגוון המאוויים של 16 הסוגים השונים הופעל במחקר שערכו רייס ווילטץ (Reiss & Wiltz, 2004) באשר לצפייה בתכניות הריאליטי. הם מצאו כי לתכניות הריאליטי היו שני מניעים בולטים. המניע העיקרי לצפייה בתכניות ריאליטי היה התשוקה למעמד (סטטוס), דהיינו הרצון להרגיש חשוב, חזק ומקובל. צפייה בתכנית מציאות התקשרה למניע זה בשני אופנים: ראשית, הצופים מרגישים עליונות על המשתתפים בתכניות, אשר לעתים קרובות מוצגים בכישלונם, בעליבותם או במצבים מביכים; שנית, המסר הסמוי בתכניות אלה הוא שגם לאיש "הפשוט", "ל"אדם הקטן", יש סיכוי להצלחה, יש אפשרות להגיע לחשיפה ולפרסום בהיקף מרשים. המניע השני בחשיבותו היה "נקמה": דווקא צופים קבועים בתכניות אלה הדגישו צורך זה יותר מאלה שאינם צופים קבועים. התשוקה לנקמה נשענת על הנאה מצפייה בהתמודדות, בתחרות וגם בכישלון של מי שרוצים בכישלונם. יש כאן בהחלט ביטוי מסוים לקשר פארא-חברתי שבו הצופים מזדהים עם דמויות גם באופן שלילי: ברצון לראותן מובסות, נכשלות, מושפלות.

מחקרים שבדקו את תכניות הריאליטי הטיחו בהן ביקורת נוקבת, והיו אף מי שהרחיקו לכת וטענו כי תכניות המציאות הן מיקרוקוסמוס של כל התופעות ה"רעות" בעולם המודרני (Rome, 2002). כדי לבטא את ביקורתם היו חוקרי תקשורת שיצרו צירופים מילוליים המתארים את המניפולטיביות של תכניות ריאליטי: דירי (Deery, 2004) טבע את המונח *advertainment*, המורכב מן המילים *advertising & entertainment*, בטענה שתכנית המציאות משמשת קרקע נוחה לפרסום ולמשיכת לקוחות במעטה בידור, ואילו בוקר ווייט (Booker & Waite, 2005) טבעו את המונח *humilitainment*, הממזג בין צמד המילים *humiliation & entertainment* כדי לתאר את ממצאיהם כי תכניות המציאות מכילות יותר השפלה מזו שבדרמות כתובות. חוקרי סוגת הריאליטי מצביעים על שכיחותה הגבוהה של השפלה בתכניות אלה: יש המסבירים זאת ביכולת הצופים ליהנות מחשיפת

רגשות מלאה של המתמודדים בתכנית, חשיפה המגיעה לשיאים במצבי השפלה (Aslama & Pantti, 2006).

השפלה בתכניות הריאליטי

"יקירתי, את עכשיו מתחרה בתכנית ריאליטי. במשך 15 ימים השפלה תהיה שמך האמצעי" (Deegans, 2003). השפלה קשורה לרגש אנושי בסיסי: הבושה (Lewis, 1971; Nathanson, 1987). הבושה היא תגובה המתעוררת לרוב אצל אדם כאשר כישלונותיו נחשפים מול אחרים (Jacobson, 1954). אל הבושה מצטרפות האכזבה והרגשת הכישלון כאשר הזהות העצמית סופגת פגיעה אנושה (Steinberg, 1991). לפי מחקרים שונים, הזהות העצמית נפגעת ומעוררת עמה רגש עז של השפלה בעיקר בשני מצבים: הראשון הוא הלבנת פני אדם ברבים (בנזימן, 2006), והשני הוא ביזוי, הכולל את עיסוקו של האדם ב"דוחה" (קריסטבה, 1980). בשני סוגים אלה של השפלה יעסוק מחקרנו.

בנזימן טוען כי לשני המונחים, "להשפיל" ו"להלבין פנים", משמעות זהה: השניים מהווים פגיעה בכבודו של אדם באמצעות העלבתו. המלבין פניו של אדם מבקש לגמדו, להנמיך את זקיפות קומתו של הזולת, שהרי שורש המילה "השפלה" מעיד שהיא נגזרת מאותו שורש שנגזרת ממנו גם המילה שפּל. לפי בנזימן, העלבתו של אדם והלבנת פניו בהכרח מחללות ומטמאות את זהותו העצמית. הוא טוען כי פניו של אדם מבטאים את מהותו הפנימית; הפנים הם הביטוי החיצוני של פנים האדם. לפיכך הלבנת פנים כמוה כמחיקת פנים, דהיינו התייחסות שאיננה מכבדת את אישיותו ואת אנושיותו של האדם. הפגיעה באנושיות האדם באמצעות השפלתו והעלבתו מוצאת ביטוי במחקרים נוספים. במחקרו של Margalit (1996) השפלה מוצגת כהתייחסות לבן אנוש כאילו היה חפץ בלבד, כלי, חיה, תת-אדם או אדם נחות.

שיק (Schick, 1997) מבחין בין השפלה ובין בושה או פגיעה בכבוד העצמי. לפיו, מה שמגדיר השפלה אינן רק הבושה שיש בסיטואציה או הפגיעה בכבוד העצמי אלא ההרגשה שהאדם המשפיל נהנה מן ההשפלה. המייחד את ההשפלה היא ה-gloating, השמחה לאידו של המושפל. לטענתו, גם אם בחברה אין דרך למנוע כישלונות מבישים מאנשים או מצבים שבהם הכבוד העצמי שלהם נפגע, ההנאה ששואבים אחרים מן הכישלון היא מה שמייחד את ההשפלה, ולכן השפלה, להבדיל מבושה, ניתנת למניעה (לעומת כישלונות).

בתכניות מציאות העיסוק בכישלון הוא חלק מחוקי הז'אנר, בין אם הדבר נעשה "באופן ממוסד" על ידי השופטים (כמו ב"כוכב נולד"), ובין אם הוא נעשה

"באופן מזדמן" על ידי משתתפים אחרים, שמטרותיהם מושגות באמצעות כישלוננו של האחר. כך או כך, יש מי שנהנה מזה ומתמקד בכישלון האחר, מה שהופך את הכישלון להשפלה. לונדי, רות ופארק (Lundy, Ruth & Park, 2008) מדווחים במחקרם כי הצופים בתכניות מציאות מצאו בהן מידה גדושה של השפלה, בעיקר מסוג כישלון חברתי צורם. ניכר שמפיקי הריאליטי מאמינים שגם הקהל נהנה מן ההשפלה של המתמודדים, שכן העיסוק בכישלונות, הניתוח שלהם וההנאה מהם מהווים חלק מרכזי בתכניות. כך לדוגמה האמירות הבאות מפי השופטים למתמודדים באודישנים של התכנית "נולד לרקוד"; אמירות אלה שימשו אותנו במהלך הבריקה האמפירית, והן מדגימות את המרכזיות של ההשפלה בז'אנר:

"אם אלווין איילי [הכוריאוגרף] היה חי, הוא היה מת, אם היה רואה [את הביצוע של המתמודדת]" (אונה הולברוק, 29.11.06).

"את לא מבינה מה עשית. עשית רע לדבר הכי טוב שאלווין איילי יצר אי פעם [...] את ברגע זה קלקלת וחירבת [את הכוריאוגרפיה שיצר] [...] אני פשוט מתבייש במה שראיתי [...] מי שנתן לך את היצירה בידיים, לחתוך לו את הידיים" (דוד דביר, 29.11.06).

"הבחירה והביצוע גובלים בעיוורון מוחלט לדבר האמתי, זה על גבול של לבזות את מה שהוא יצר" (עידו תדמור, 29.11.06).

"אם בחרת להיות מורה, אז למה את צריכה את הביזוי הזה לעמוד כאן ולקשקש, ושהתלמידים שלך יראו מה שאת עושה, כי אני חושב שזה פשוט לא ראוי לשום דבר. זה הג'ז הכי זול שאני ראיתי ביומיים האלה [...] (דוד דביר, 24.11.06).

מה שברור מדוגמאות אלה הוא שהשופטים אינם מסתפקים בפסילת המועמד, אלא הם משקיעים מאמץ בניסוח דבריהם כך שיגרמו לצופים ליהנות מן השיפוט השלילי. הציפייה היא שהצופים ייהנו מהשפלת המועמדים מעבר להנאתם מן המתח של התחרות או מהזהדותם עם המנצחים. גם מחקרם של לונדי ושותפיו (Lundy, Ruth & Park, 2008) באשר לדפוסי צפייה בסדרות הריאליטי מגלה כי הצופים זיהו רמות גבוהות של השפלה כרכיבים חיוניים של תכניות אלה. סוג שונה של השפלה כרוך בביזוי ובעיסוק בהתנהגות דוחה. ג'וליה קריסטבה, בספרה "כוחות האימה: מסה על בזות" (1980), מפרשת את המושג "בזות" כגועל ממזון, מלכלוך, מפסולת ומרפש, כמו גם מהפרשות וכיוצא באלה. כל אלה מעוררים דחייה ובחילה, ומי שמוצג כעוסק בכל אלה נקשר לביזוי, להשפלה. אפקט אחר מצוי בהגדרה נוספת של קריסטבה את הבזות כ"צומת של פוביה,

אובססיה ופרוורסיה"; לפיו מחד גיסא, הבזות מעלה באדם רצון עז להפנות עורף לרוחה, ומאידך גיסא, היא מתקשרת לאיסור הבראשיתי שלנו אשר מכונן את התשוקה אל מה שאינו אפשרי ואינו ממומש. בתכניות ריאליטי רבות נדרשים המשתתפים להתנסות בביזוי מסוג זה, והדוגמאות השכיחות הן אכילת שרצים, מגע עם יצורים דוחים (נחשים, תולעים ועוד) והימצאות במצבים מעוררי בחילה וגועל. כך למשל, הקטע ששימש למחקר זה נלקח מן התכנית האמריקנית *Fear Factor* ("אפקט הפחד"), ובמסגרתה נתבקשו המתמודדים לאכול קערה מלאה בגבינה מקולקלת מעורבת בתולעים חיות (ראו תיאור בפרק השיטה).

השערות המחקר

מחקרים מצאו כי השפלה מביאה עמה הנאה לשני גורמים: הגורם הראשון הוא האדם המשפיל והנהנה מכך (Schick, 1997); הגורם השני המפיק הנאה הוא מעניינינו במחקר זה: העד למעשה ההשפלה. בוקר (Booker, 2004) ממליצה למי מקוראיה שטרם חווה "שמחה לאיד" לאוץ ולצפות בתכניות מציאות. היא משווה את תכניות המציאות לאירוע בהיסטוריה הקרוי "המלחמה על הדוב", ובמסגרתו עדת כלבים המשחרים לטרף נשלחים להמית דוב גדול לעיניו המשתאות של קהל רב. כבר בעת העתיקה, היא טוענת, השכילו להבין הפורטינים כי יש לעקור אירועים מסוג זה מן התרבות, ולא על שום סבלו של הדוב, כי אם על שום הנאת הצופים. בהינתן ממצאיהם של חוקרים המצביעים על קיומה של השפלה בתכניות ריאליטי (Booker, 2004; Booker & Waite, 2005) ועל כך שהשפלה מעניקה גם למתבונן בה הרגשת עליונות והנאה (Schick, 1997) או יכולת ליהנות מחשיפת רגשותיהם של המתמודדים (Aslama & Pantti, 2006), נשער שלוש השערות, ואלה הן:

(א) ככל שמידת תפיסתה של ההשפלה בקטע מתכנית ריאליטי תהיה גדולה, כך תהיה מידת ההנאה של הצופים מקטע זה. מעבר להנאה בטווח הקצר שיש בצפייה בהשפלתו של הזולת, קיימת האפשרות של "קהות", כאשר חשיפה להשפלות חוזרות ונשנות תשפיע על הנורמות האוסרות את השפלת הזולת. כמו במחקרי האלימות, יש סכנה שחשיפה להשפלה תגרור הפחתה ברגישות לסבלו של הזולת, או דה-סנסיטיזציה (Funk et al., 2004). יתרה מכך, אם השפלה מובילה להנאה וגם להפחתת הרגישות, יש מקום להניח שעוצמת ההשפלה של הזולת שהצופים יצטרכו לראות כדי לזכות בריגוש, תלך ותתחזק.

(ב) ההשערה השנייה נשענת על ההנחה שגירוי רגשי שמעוררת הצפייה בהשפלה עשוי לעורר עניין: אם אכן הוא מעורר עניין, הנאה וריגוש (כפי שנבדוק לגבי ההשערה הראשונה), עוצמתם תיחלש אם הגירוי יחזור על עצמו. אם כך, על סמך הטיעון "קהות-לאחר-חשיפות-חוזרות" נוכל לנסח את ההשערה השנייה כך: לעומת נבדקים שלא נחשפו לקטע משפיל לפני הצפייה בקטע לא משפיל, נבדקים שצפו בקטע משפיל לפני הצפייה בקטע ללא השפלה ייהנו פחות מן הקטע ללא השפלה.

(ג) אך אם ההנאה נשענת על ריגוש, סוגי תוכן שונים עשויים ליצור ריגוש מסוג שונה, ובכך ליצור תגובות שונות אצל הקהל ורמות שונות של הנאה. לכן ההשערה האחרונה נשענת על ההבחנה בין סוגים שונים של השפלה בתכניות הריאליטי ומבקשת לבדוק אם לסוג מסוים יש יתרון על אחרים מבחינת הנאת הצופים. ההנחה בבסיס השערה זו היא שמושא הפגיעה בקטעי הביזוי אינו האדם המושפל בלבד, כי אם גם הצופה, כך שהצפייה של האדם בביזוי האחר בידי אחרים מעלה בו דחייה כה עזה, עד שהוא עצמו הופך למושא הפגיעה (קריסטה, 1980). לפי זה נוכל לנסח את ההשערה השלישית כך: מידת ההנאה מקטעי הביזוי תהיה קטנה ממידת ההנאה מקטעי ההעלבה.

מערך המחקר

מחקר זה בא לבחון את הקשר בין תפיסת השפלה בתכניות מציאות ובין הנאה מהן, באמצעות ניסוי. המערך הניסויי כלל הפעלת משתנים בלתי תלויים, ובהם סוג ההשפלה (ביזוי או העלבה) וסדר הצגת הקטעים (מידת חומרת ההשפלה: עולה או יורדת), ומידת ההנאה מרצף הקטעים שימשה כמשתנה תלוי. הניסויים כללו ארבע קבוצות נבדקים. בפני כל קבוצת נבדקים הוקרנו שלושה קטעים, ומיד לאחר הצפייה בכל אחד ואחד מהם התבקשו לענות על שאלון שבו נמדדו מידת ההשפלה הנתפסת (כבדיקת מניפולציה) ומידת ההנאה.

בניסוי הופעלה עמדת מחשב המחוברת לאינטרנט, ובאמצעותה צפו שתי קבוצות בשלושה קטעים מן התכנית "נולד לרקוד", המצויים באתר "קשת", זכיינית ערוץ 2, ואשר ייצגו את תנאי ההעלבה, ואילו שתי הקבוצות האחרות צפו בשלושה קטעים מן התכנית *Fear Factor* ("אפקט הפחד"), המשודרת בישראל בערוץ AXN בכבלים, ואשר ייצגו את תנאי הביזוי. הקטעים הוצגו לנבדקים מאתר האינטרנט הרשמי של התכנית, המשודרת בארה"ב ברשת NBC. בחירת הקטעים נבעה משני שיקולים מרכזיים. השיקול הראשון הוא סוג ההשפלה –

העלבה או ביזוי – שבא לידי ביטוי בסוג התכנית, "נולד לרקוד" או *Fear Factor*, בהתאמה. השיקול השני הוא מידת ההשפלה: קטע נטול השפלה, קטע בעל מידת השפלה בינונית וקטע בעל מידת השפלה גדולה.

ברור ששתי תכניות אינן מייצגות את מכלול הסוגה על מגוון התכניות שבה, ולכן ראוי להתייחס בזהירות ליכולת להחיל את תוצאות הניסוי על הסוגה כולה. בחירת שתי התכניות נבעה מרצון להבטיח שהממצאים אינם ייחודיים לתכנית אחת ולגוון, כך שבמחקר תהיה הן תכנית שבמרכזה תחרות נורמטיבית של כישרון, וההשפלה נובעת רק משיפוט הביצועים, הן תכנית שההשפלה היא ביסודה. כמו כן היה רצון להרחיב את המחקר כך שיכלול תכנית שהופקה בישראל ותכנית זרה. שתי התכניות שודרו בארץ, ושתיהן זכו להצלחה סבירה, למרות שברור ש"נולד לרקוד", שהופקה בארץ, הייתה בעלת הד גדול יותר מרעותה. חשוב לציין כי בדיקת השערות המחקר (למעט השערה 3) מתבססת על ניתוח תוך-נבדקי, כך שההשוואות הן בין שלושה קטעים מאותה סדרה שאותו אדם צפה בהם. לכן ההבדלים בין התכניות אינם מהווים איום על תוקף המחקר, אלא רק שחזור של הממצאים המרחיב מעט את יכולת ההכללה.

אוכלוסיית המחקר

בניסוי השתתפו 40 נבדקים בטווח גילים בין 15 ובין 68, שחולקו באקראי לארבע קבוצות הניסוי (ממוצע גיל: $M=32.95$, $SD=15.04$). הנחקרים נחלקו באופן שווה לגברים ולנשים, וממוצע שנות ההשכלה שלהם היה 12.85. הניסוי כלל עשרה נבדקים בכל אחת ואחת מארבע הקבוצות, כך שכל קבוצה כללה חמש נשים וחמישה גברים. הנבדקים אינם בעלי אפיון מיוחד, ונעשה מאמץ לשלב נבדקים מכל שכבות האוכלוסייה. הובהר לנבדקים כי השתתפותם הנה התנדבותית בלבד. הנבדקים אשר לקחו חלק בניסוי נבחרו לפי זמינותם להגיע לעמדת מחשב המחובר לאינטרנט, או נבדקו בביתם מול מחשביהם הפרטיים.

הליך המחקר

הנבדקים נחלקו לארבע קבוצות שונות המובדלות זו מזו בסוג התכנית שממנה נלקחו הקטעים שצפו בהם ובסדר הופעתם של הקטעים. לוח 1 להלן מציג את סדר הצפייה בכל אחת ואחת מקבוצות הניסוי.

לוח 1: סדר הצפייה לפי קבוצות הניסוי

סוג התכנית	קטע 3	קטע 2	קטע 1	קטעים קבוצה
"נולד לרקוד"	קטע בעל מידה גדולה של השפלה	קטע בעל מידה בינונית של השפלה	קטע נטול השפלה	א
	קטע נטול השפלה	קטע בעל מידה בינונית של השפלה	קטע בעל מידה גדולה של השפלה	ב
"Fear Factor"	קטע בעל מידה גדולה של השפלה	קטע בעל מידה בינונית של השפלה	קטע נטול השפלה	ג
	קטע נטול השפלה	קטע בעל מידה בינונית של השפלה	קטע בעל מידה גדולה של השפלה	ד

לפי סיווג הקבוצות בלוח 1 אפשר לראות כי אמנם קבוצה א מובדלת מקבוצה ב בסדר הופעתם של הקטעים, אך שתי הקבוצות נחשפות לאותם קטעים. אמנם קבוצה א מובדלת מקבוצה ג בסוג התכנית, אך זהה לה מבחינת סדר הופעתם של הקטעים. באותו אופן, קבוצה ג מובדלת מקבוצה ד רק בסדר הופעתם של הקטעים. הקבוצות א ו-ד מובדלות זו מזו הן בסוג התכנית הן בסדר הופעתם של הקטעים, כמו גם קבוצות ב ו-ג.

בתחילת הניסוי נתבקשו הנבדקים לענות על מספר שאלות רקע, הכוללות פרטים על אודות גילם, מגדרם, שנות השכלתם, תדירות הצפייה בתכנית "נולד לרקוד" או "אפקט הפחד" (בהתאם לקבוצה שבה הם מוצבים), תדירות צפייתם בטלוויזיה בכלל ותדירות צפייתם בעשר תכניות מציאות שונות כפרט, חמש מתוכן תכניות ישראליות ("אימא מחליפה", "הדוגמניות", "לרדת בגדול", "רוקדים עם כוכבים", "השגריר") וחמש מתוכן זרות (*Temptation Island*). משתנים אלה נבחרו כדי לשלוט על הסברים חלופיים להבדלים בהנאה ולבחון את תנאי הגבול לניסוי. למשל, היכרות עם התכניות או עם הסוגה בכלל עשויה להפחית רגישות, וזו תפחית את השונות במחקר.

הקטעים שנצפו

לאחר מכן צפו הנבדקים בשלושה קטעים מתוך אחת משתי התכניות "אפקט הפחד" או "נולד לרקוד". מן התכנית "נולד לרקוד" נבחרו שלושה קטעים ברמות

שונות של השפלה. הקטע הראשון הוא ללא השפלה, והוא לקוח מן התכנית התשיעית בעונה השנייה: הקטע מציג ריקוד סמבה של בני זוג, ובעקבותיו הם מקבלים מחמאות מכל השופטים. הקטע השני, קטע אודישן, הוא ברמת השפלה מתונה, ובו נראית מורה רוקדת ג'ז לפני השופטים. השופטת הראשונה מבקרת אותה על כך שהקטע אינו מעודכן. אחריה השופט השני משפיל את הנבחנת בסדרת הערות על כך שההופעה שלה הייתה זולה ומבזה ומדגיש את היותה מורה המבזה את עצמה בפני תלמידיה. השופטים הנוספים אמנם ממתנים את הביקורת הקשה, אך הם אינם מציינים את הריקוד לטובה. כקטע ברמת ההשפלה הגבוהה ביותר נבחר קטע ריקוד של בחורה שהציגה חלק מריקוד ידוע. עוד לפני הריקוד השופטים מעירים לה הערות שליליות על הבגד שלבשה. לאחר הריקוד ארבעת השופטים לועגים לה ולריקוד, ולמעשה משוחחים בינם לבין עצמם בלי שהמתמודדת זוכה להגיב כלל. טון ההערות ציני מאוד ופוגעני, ועולה ממנו שהמתמודדת איננה מבינה כלל את הקטע, ושאינן לה מושג בריקוד. אחת השופטות אומרת שאילו היה הכוריאוגרף רואה את הביצוע, הוא היה מת, ואחד השופטים מכנה את הריקוד שלה "ביזוי של הכוריאוגרף".

מן התכנית "אפקט הפחד", תכנית אמריקנית ששודרה בארץ, נבחרו שלושה קטעים ברמות השפלה שונות. הקטע ללא השפלה מציג משימה ספורטיבית (אך קצת מסוכנת): מתמודד עומד על גג מכונית נוסעת, ועליו לאסוף דגלים התלויים על גג בניין לאורך המסלול, ובסוף המשימה עליו לקחת מפתח ולהצליח להיכנס אל המשאית. המשימה מבוצעת בהצלחה. הקטע ברמת השפלה בינונית מציג זוג: אח ואחות צעירים. בקטע זה האחות בעלת שיער ארוך ובלונדיני, והיא מסכימה לקצר את שיערה (למעשה לגלח אותו) כחלק מן התחרות; פעולת התספורת, כמו תגובותיה ותגובות הסובבים אותה להסכמה שלה, נראים בקטע. האח תומך בה, והיא מרגיעה את עצמה, בעוד שהמתחרים מנסים לומר לה שהיא תפסיד בכל מקרה, והיא מגלחת את ראשה לשווא. הקטע מסתיים בכך שהאחות מזילה דמעה, מסתכלת במראה, מתחבקת עם האח, והוא ניגש להסתפר. בקטע ברמת ההשפלה הגבוהה ביותר המתמודדים מתבקשים לאכול "גבינת תולעים" העשויה מגבינה מקולקלת ומתולעים חיות, בלי להקיא. מודגש שמן הגבינה נודף ריח רע מאוד. בקטע נראה אחד המתמודדים אוכל את הגבינה ומציג למצלמה את פיו כדי להוכיח שבלע את הגבינה. לאורך המשימה נראה המתמודד סובל: דמעות זולגות מעיניו, אפו נוזל, והוא כמעט מקיא. הוא נאלץ להטות את ראשו כלפי מעלה כדי להימנע מהקאה, כך שהוא נראה מעוות, והסבל ניכר היטב בפניו.

מיד לאחר הצפייה בכל אחד ואחד משלושת הקטעים נדרשו הנבדקים לענות על שאלות רלוונטיות לקטע הזה. ראשית נשאלו הנחקרים אם צפו בקטע זה בעבר. בנוסף לכך, לאחר כל קטע ענו הנחקרים על שאלות שנועדו למדוד שלושה

משתנים: הנאה, חוסר נוחות ותפיסת השפלה. הנבדק נדרש לענות על שאלות אלה באמצעות סולם ליקרט שנע בין 1 ל-5 (1 – כלל לא, 5 – במידה רבה מאוד). במסגרת השאלות הבוחנות "הנאה" נשאלו הנבדקים באיזו מידה נהנו מן הקטע, באיזו מידה היו מעוניינים לצפות בו שוב, באיזו מידה הקטע שימח אותם, באיזו מידה היו מעוניינים להיות בנעלי המשתתף או המשתתפת בסיטואציה שנצפתה בקטע, ובאיזו מידה היו מעוניינים לצפות בקטעים נוספים מן התכנית. כלל הפריטים הללו יצר ציון הנאה לכל אחד ואחד מן הקטעים המדורגים על פי עוצמות ההשפלה השונות. לוח 2 להלן מציג את מקדמי אלפא של קרונבך לכל אחד ואחד משלושת הקטעים (ללא קשר לסדר הופעתם), וכפי שאפשר לראות לגבי כל אחד ואחד משלושת הקטעים הללו, המהימנות היא מעל 0.7. מכיוון שהשאלות נשאלו לגבי טקסטים נפרדים, נבדקה המהימנות בנפרד לכל קטע וקטע, אך בבדיקת מהימנות של כל הפריטים שמדרו הנאה משלושת הקטעים גם יחד, נמצאה מהימנות גבוהה יותר ($\alpha = 0.82$).

לוח 2: מקדמי מהימנות Alpha Cronbach של הסולמות
"הנאה" ו"חוסר נוחות" לפי סוגי הקטעים

קטע בעל מידה גדולה של השפלה	קטע בעל מידה בינונית של השפלה	קטע נטול השפלה	עוצמת השפלה / משתנה
$\alpha = 0.75$	$\alpha = 0.71$	$\alpha = 0.85$	הנאה
$\alpha = 0.71$	$\alpha = 0.81$	$\alpha = 0.81$	חוסר נוחות

המשתנה "חוסר הנאה" הורכב משאלות אשר בחנו באיזו מידה העלה הקטע נבדק כעס, באיזו מידה העלה בו גועל, ובאיזו מידה היה הנבדק מעוניין להפסיק לצפות בקטע בטרם הסתיים. המהימנות של סולם זה מוצגת גם היא בלוח 2 לעיל. יש לציין כי בנוסף לשלוש השאלות בסולם זה הייתה שאלה נוספת: "באיזו מידה העלה בך הקטע גיחוך?". בנייתו מהימנות נמצאה שאלה זו כפוגעת במהימנות הסולם, ולכן היא הוסרה מן הניתוח. בתום מילוי השאלון, הוצג הקטע השני, ושוב נתבקשו הנבדקים לענות על השאלון, ושוב – לגבי הקטע השלישי. המענה על השאלות נדרש מיד בסיומו של כל אחד ואחד מקטעי הצפייה לשתי תכליות: ראשית, כדי שהנבדק יענה על השאלון כאשר הקטע עודנו טרי בזיכרונו; שנית, כדי להימנע מהשפעות של קטעים מסוימים על ההתרשמות הכוללת מן התכנית. אמנם גם כאן נבדקה המהימנות לגבי כל קטע וקטע בנפרד, כי השאלות התייחסו בכל פעם לקטע אחר, אך המהימנות של תשעת הפריטים נבדקה בהתייחס

לשלושת הקטעים. אמנם נמצא שהמהימנות ברמה סבירה (0.71), אך היא הייתה נמוכה מזו שבקטעים בנפרד.

כדי לבדוק אם הנאה וחוסר נוחות, כפי שנמדדו במחקר זה, הנם שני קצוות של רצף, חושבו שני משתנים: האחד – ממוצע של שלוש מדירות הנאה, והשני – ממוצע של שלוש מדירות חוסר הנוחות של הנבדקים. הקשר בין המשתנים היה אמנם שלילי, אך חלש מאוד ולא מובהק ($r = -.043, ns$). מכאן שהמשך הניתוח נערך ביחס לכל אחד ואחד מן המשתנים בנפרד.

ממצאים

בדיקת מניפולציה

השאלה "באיזו מידה היית מגדיר את הקטע כמשפיל?" שימשה ככלי לבדיקת מניפולציה שנועדה לבחון אם הקטעים שנבחרו לייצג רמות שונות של השפלה אכן נתפסו כך אצל הנחקרים. נמצא כי תפיסות הצופים תאמו את הציפיות, וכי הקטע שנבחר כמשפיל ביותר אכן נתפס כמשפיל ביותר, הקטע שנבחר לייצג מידת השפלה קטנה נתפס כפחות משפיל ממנו, ואילו הקטע שנבחר לייצג מידה בינונית של השפלה נתפס כמשפיל פחות מן הקטע המשפיל מאוד ויותר מן הלא משפיל, כפי שמוצג בלוח 3 להלן. לשם בחינת מובהקות ההבדלים, נערך ניתוח שונות, ונמצא כי כל ההבדלים בין שלושת הקטעים מובהקים ביותר ($p < 0.01$).

לוח 3: בדיקת מניפולציה: ממוצע "תפיסת השפלה" לפי סוגי הקטעים

קטע נטול השפלה	קטע בעל מידה בינונית של השפלה	קטע בעל מידה גדולה של השפלה
M = 1.23 ^c SD = 0.53	M = 3.28 ^b SD = 1.53	M = 4.28 ^a SD = 1.17

ערכים באותה שורה שאינם חולקים אותיות זהות, שונים מובהק $p < .05$.

נתונים תיאוריים

מחקר זה בחן את הקשר שבין תפיסת ההשפלה של הצופים ובין מידת הנאתם מקטעים מתכניות ריאליטי. מגדר הצופים לא היה קשור למידת הנאה הממוצעת שלהם משלושת הקטעים ($t(38) = -1.26, p < .2$) או מתפיסת ההשפלה הממוצעת של שלושת הקטעים ($t(38) = -1.88, p < .8$). לעומת זאת נמצא הבדל מובהק בין הנאה של נשים וגברים מן הקטע נטול ההשפלה, מה שהצביע על כך שהנשים נהנו מקטעים אלה יותר מן הגברים ($t(38) = -2.8, p < .05$). בנוסף לכך נמצא

קשר שלילי בין שנות השכלה ובין מידת ההנאה הממוצעת משלושת הקטעים מתוכם שלושה ראו שני קטעים, ושניים ראו שלושה קטעים לפני הניסוי. בבדיקת ההבדל בין מי שצפו בקטעים לפני כן ובין מי שלא צפו בהם אכן נמצא הבדל במידת ההנאה הכללית, כך שמי שצפו בעבר נהנו יותר ממי שהקטעים היו חדשים להם. לא נמצא הבדל ברמת חוסר הנוחות.

בדיקת ההשערות

לפי ההשערה הראשונה, ככל שעוצמת ההשפלה חזקה, כך גדולה מידת ההנאה. מכיוון שכל הנחקרים צפו בקטעים שבהם הוצגו רמות שונות של השפלה, וכל נחקר צפה בשלושה קטעים, היה צורך לבחון השערה זו באופן תוך-נבדקי. דהיינו ההשוואה הייתה בין היחס לקטעים שצפה בהם אותו אדם תוך כדי השוואה בין הרמות השונות של עוצמת ההשפלה. ניתוח השונות נעשה באמצעות ניתוח שונות תוך-נבדקי (repeated measures ANOVA), אשר בחן את ממוצעי ההנאה מכל אחד ואחד מן הקטעים.

לפני בדיקת המודל התוך-נבדקי הכולל נבחנו השפעתם של כל אחד ואחד ממשתני השליטה הבין-נבדקיים בנפרד: גיל, מגדר, השכלה, צפייה קודמת בקטעים (הראשון, השני והשלישי בנפרד) ותדירות הצפייה בריאליטי, הן ישירות על המשתנה התלוי הן באינטראקציה עם המשתנה התוך-נבדקי על ההנאה, וזאת – כדי להחליט אילו משתני שליטה לכלול במודל. האפקט הישיר של גיל נמצא לא מובהק $F(25, 14) = 1.392$, ns; observed power: 0.55 וגם האינטראקציה שלו עם סוג הקטעים לא הייתה מובהקת $F(50, 28) = 0.75$, ns; observed power: 0.49 בבדיקה לגבי מגדר לא נמצא אפקט ישיר $F(1, 38) = 1.59$, ns, אך נמצאה אינטראקציה של מגדר עם סוג הקטעים על הנאה $F(2, 76) = 7.27$, $p < 0.05$ observed power: 0.38. בבדיקת האפקט הישיר של תכיפות הצפייה בתכניות ריאליטי על הנאה נמצא שהאפקט מובהק $F(4, 35) = 4.71$, $p < 0.01$, אך לא נמצאה אינטראקציה של תכיפות הצפייה עם סוג הקטעים על הנאה $F(8, 70) = 0.69$, ns; observed power: 0.29. בבדיקה לגבי צפייה קודמת בקטעים נמצא כי צפייה בקטע ללא השפלה השפיעה ישירות על הנאה $F(1, 38) = 15.77$, $p < 0.05$; observed power: 0.97, אך האינטראקציה עם סוג הקטע לא הייתה מובהקת $F(2, 76) = 0.38$, ns; observed power: 0.22. השפיעה ישירות על הנאה $F(1, 38) = 0.42$, ns power: 0.25 וגם האינטראקציה

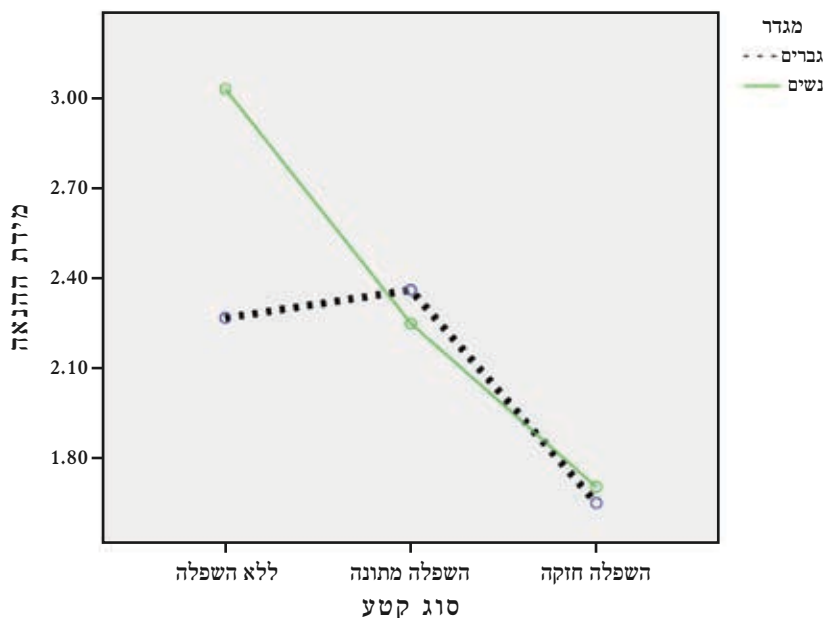
עם סוג הקטע לא הייתה מובהקת $F(2, 76) = 0.79$, ns; observed power: 0.14. לבסוף, צפייה בקטע עם השפלה ברמה גבוהה לא השפיעה ישירות על הנאה $F(1, 38) = 3.04$, ns; observed power: 0.40. וגם האינטראקציה עם סוג הקטע לא הייתה מובהקת $F(2, 76) = 3.05$, ns; observed power: 0.57. למרות שבמקרה זה המובהקות הייתה שולית ($p < .10$). לאור ממצאים אלה הוחלט לא לבחון את גיל הנבדק או את הצפייה בקטעים בעלי השפלה ברמות בינונית וגבוהה כחלק מן המודל, אך להשאיר במודל הסופי את המשתנים המגדר, ההשכלה, תדירות הצפייה וצפייה קודמת בקטע ללא השפלה.

לוח 4: ממוצעי "הנאה" ו"חוסר נוחות" לפי עוצמות ההשפלה

קטע בעל מידה גדולה של השפלה	קטע בעל מידה בינונית של השפלה	קטע נטול השפלה	עוצמת ההשפלה
M = 1.62 ^a SD = 0.59	M = 2.23 ^b SD = 0.73	M = 2.62 ^c SD = 0.96	ממוצע הנאה
M = 3.42 ^a SD = 1.08	M = 2.5 ^b SD = 1.28	M = 1.23 ^c SD = 0.38	ממוצע חוסר נוחות

ערכים באותה שורה שאינם חולקים אותיות זהות, שונים במובהק $p < .05$.

ניתוח השונות הצביע על כך שבשליטה על מגדר, השכלה, תכיפות הצפייה בתכניות ריאליטי וצפייה קודמת בקטע ללא השפלה, ההבדלים בהנאה מן הקטעים השונים מובהקים. בניגוד גמור להשערה, הייתה ירידה בממוצע ההנאה ככל שעוצמת ההשפלה עלתה, וההבדלים היו מובהקים סטטיסטית, $F(2, 22) = 16.90$, $p < 0.01$. בדיקת ההשוואות (simple contrasts) גילתה כי כל שלוש ההשוואות בין שלוש רמות ההשפלה מובהקות. בנוסף לכך האינטראקציה של סוג הקטעים עם מגדרו של הנבדק נמצאה מובהקת $F(2, 20) = 11.62$, $p < 0.001$. בנוסף לכך נמצאה אינטראקציה גבולית $F(2, 20) = 2.02$, $p < .10$. בין מגדר ובין סוג הקטע. בבדיקת האינטראקציה נמצא שלגבי נשים האפקט של סוג הקטע הראה ירידה לינארית, אך לגבי גברים קטעים ללא השפלה וקטעים בעלי רמת השפלה נמוכה גרמו הנאה ברמה דומה (ראו בתרשים להלן), ורק קטעים שהציגו השפלה קשה גרמו פחות הנאה. לא נמצאו אפקטים עיקריים מובהקים או אינטראקציות מובהקות לכל שאר משתני השליטה.



לשם תיקוף הממצא נבדקה באופן דומה גם ההשפעה של תפיסת השפלה על חוסר הנוחות. גם כאן נבדקו כל משתני השליטה בנפרד, ונמצא כי אין אפקט ישיר או אינטראקציות מובהקות לגיל, למגדר, להשכלה או לצפייה בריאליטי. האפקט הישיר של גיל נמצא לא מובהק ($F(25, 14) = 0.974, ns$; observed power: 0.38), וגם האינטראקציה שלו עם סוג הקטעים לא הייתה מובהקת ($F(50, 28) = 1.33, ns$; observed power: 0.82). בבדיקת האפקט הישיר של תכיפות הצפייה בתכניות ריאליטי על חוסר הנוחות לא נמצא אפקט מובהק של תכיפות הצפייה בתכניות ריאליטי על חוסר הנוחות לא נמצא אפקט מובהק של תכיפות הצפייה עם סוג הקטעים על חוסר נוחות ($F(8, 70) = 0.97, ns$; observed power: 0.42). לא נמצא אפקט ישיר של השכלה על חוסר נוחות ($F(9, 30) = 0.59, ns$; observed power: 0.23), ולא נמצאה אינטראקציה של השכלה עם סוג הקטעים על חוסר נוחות ($F(2, 60) = 1.50, ns$; observed power: 0.84). לבסוף, בבדיקה לגבי מגדר לא נמצא אפקט ישיר ($F(1, 38) = 0.28, ns$), אך נמצאה אינטראקציה בין מגדר ובין סוג הקטעים על חוסר נוחות ($F(2, 76) = 0.88, ns$; observed power: 0.20).

לעומת זאת, בבדיקת משתני הצפייה הקודמת נמצאו אפקט ישיר של צפייה בקטע עם השפלה בינונית ואינטראקציה של סוג הקטע עם צפייה בקטע ללא השפלה. בבדיקה לגבי צפייה קודמת בקטעים נמצא כי צפייה בקטע ללא השפלה

לא השפיעה ישירות על חוסר נוחות $F(1, 38) = 4.89$, ns; observed power: 0.11 אך האינטראקציה עם סוג הקטע הייתה מובהקת; $F(2, 76) = 3.14$, $p < .05$; observed power: 0.59 חוסר נוחות $F(1, 38) = 5.13$, $p < .05$; power: 0.60 אך האינטראקציה עם סוג הקטע לא הייתה מובהקת $F(2, 76) = 2.40$, ns; observed power: 0.47 לבסוף, צפייה בקטע עם השפלה בעוצמה חזקה לא השפיעה ישירות על חוסר נוחות $F(1, 38) = 0.91$, ns; observed power: 0.15 לא הייתה מובהקת $F(2, 76) = 0.34$, ns; observed power: 0.10 לכן במודל חוסר הנוחות הוכללו רק הצפיות בקטע ללא השפלה ובקטע בעל השפלה בינונית, כמשתני שליטה.

המודל הסטטיסטי שניתח את ההבדלים במידת חוסר הנוחות מן הקטעים בעלי רמות ההשפלה השונות הראה שכל שעלתה רמת ההשפלה של הקטעים, כך עלתה מידת חוסר הנוחות מהם (כמוצג בלוח 4); $F(2, 72) = 22.70$, $p < 0.01$; מבחינת אפקטים ישירים על חוסר נוחות נמצא כי צפייה בקטע ללא השפלה לא השפיעה ישירות על חוסר הנוחות, $F(1, 36) = 0.44$, ns; observed power: 0.10 אך צפייה קודמת בקטע בעל רמת השפלה בינונית כן השפיעה ישירות על חוסר נוחות; $F(1, 36) = 4.17$, $p < .001$. מבחינת אינטראקציות, לא נמצאה אינטראקציה מובהקת עם צפייה בקטע ללא השפלה $F(2, 72) = 2.3$, ns; observed power: 0.25 או בקטע עם השפלה מתונה $F(2, 72) = 1.16$, ns; observed power: 0.45 מכיוון שנמצא אפקט עיקרי לסוג הקטע, נערכו גם כאן השוואות בין הקטעים (simple contrasts), והן הצביעו על הבדלים מובהקים בין כל שלוש הרמות של חוסר הנוחות. אם כך, למרות שמדדי ההנאה וחוסר הנוחות מן הקטעים בדקו היבטים שונים של תגובות הצופים (כפי שהתברר מן המתאם הנמוך בין המדרים), שניהם הדגימו את העיקרון ההפוך למה ששיערנו: השפלה איננה מובילה להנאה אלא להפך: היא גורם המפחית את הנוחות של הצופים מן הצפייה.

לפי ההשערה השנייה, סדר ההקרנה ישפיע כך שההנאה מקטע ללא השפלה תהיה מועטה יותר כאשר קדם לו קטע הכולל השפלה, בניגוד לצפייה בו ללא הקדמה של קטע משפיל. הרציונל בבסיס השערה זו הוא שההיחשפות להשפלה יוצרת קהות (דה-סנסיטיזציה) ביחס להשפלה, כלומר יוצרת תיאבון הולך וגובר להשפלה, ולכן ההנאה מקטעים ללא השפלה תפחת לאחר גירוי של השפלה. לשם בחינת השערה זו נערכה השוואה של הנאת הצופים מן הקטעים נטולי ההשפלה כאשר הם נצפו לפני קטעים משפילים או אחריהם, ונערך מבחן T לבדיקת מובהקות ההבדל. בניגוד להשערה השנייה (אך בהתאם לממצאים של ההשערה הראשונה) נמצא כי מידת ההנאה מקטע חסר השפלה של נבדקים שנחשפו קודם לכן להשפלה ($M=2.81$, $SD=1.04$) הייתה גדולה ממידת הנאתם של נבדקים שלא

נחשפו קודם להשפלה ($M = 2.44$, $SD = 0.86$). עם זאת נמצא כי ההבדלים בין השניים אינם מובהקים ($t(38) = -1.21$, $p > 0.2$; observed power: 0.41). מכאן שלא נמצאה תמיכה להשערה השנייה.

לפי ההשערה השלישית יהיה הבדל בין סוגי השפלה שונים באשר להנאת (או אי-הנאת) הצופים. לצורך בדיקת ההשערה השווינו בין מידת ההנאה של צופים מקטעים בעלי מידת השפלה גדולה בשתי התכניות. השווינו בין קבוצות א ו-ג, שצפו בקטעים אלו כאחרונים בסדרת הקטעים, ושוב – בין קבוצות ב ו-ד, שצפו בקטעים אלה כראשונים בסדרת הקטעים. בשני המקרים הקבוצות הושוּו באמצעות מבחן T למדגמים בלתי תלויים, ולא נמצאו הבדלים מובהקים ($mb = 3.06$, $SD = 1.13$, $md = 2.56$, $SD = .95$; $t(18) = 1.07$; $p < 0.3$; observed power: .32; $ma = 1.92$, $SD = 0.91$, $mc = 1.4$, $SD = .30$; $t(10.93) = 1.73$; $p > 0.1$; observed power: 0.76). כדי לשפר את הכוח הסטטיסטי של הניתוח השווינו בין ההנאה מקטעים משפילים בשתי התכניות ללא קשר לסדר הופעתם של הקטעים. כאשר חיברנו יחד את כל המשתתפים שצפו בקטעים מ"נולד לרקורד" והשווינו לאלו שצפו בקטעים מ"אפקט הפחד", נמצא הבדל מובהק באופן שולי ($malb = 1.81$, $mc/d = 1.44$, $t(38) = 2.03$; $p = 0.5$). דרך נוספת לבחון את ההשערה היא בהשוואת קטעים בעלי רמת השפלה בינונית משתי הסדרות (שתמיד נצפו כקטע שני). בהשוואה זו לא נמצא הבדל בין הסדרות ($malb = 2.27$, $mb/d = 2.19$; $t(33) = .34$; $p > 0.5$). לסיכום, נמצאה תמיכה חלקית להשערה השלישית, כך שקטעים בעלי השפלה מסוג העלבה ברמה גבוהה גרמו ליותר הנאה מקטעים בעלי השפלה מסוג ביזוי ברמה גבוהה.

דיון

בחירת הנושא למחקר זה הונעה ממספר שיקולים. השיקול הראשון קשור לשכיחות הגבוהה של השפלה בתכניות ריאליטי. כמעט בכל תכניות הריאליטי נמצאו השפלות מסוגים שונים ובתדירות גבוהה. כלומר לא רק מרוממים בהן את המנצחים ואת הזוכים, אלא אדרבה, חלק ניכר מזמן התכניות מוקדש גם למורחים, ל"טקס" ההרחה ולתגובות המורחים. השיקול השני קשור לדגש בהשפלת המפסידים. אפשר להבין שמפיקי תכניות ריאליטי מניחים כי ההשפלה מעצימה את הריגוש, מקדמת את ההנאה מן התכניות ומרתקת את הצופים. הנחה זו מנחה ככל הנראה את מפיקי הריאליטי לשלב קטעי השפלה רבים בתכניות אלה. השיקול השלישי קשור להנאת הצופים. להנחה זו של מפיקי התכניות, שללא השפלה אי-אפשר ליצור עניין, אין על מה לסמוך, ויעידו על כך לא רק

התלונות הרבות של הציבור על השפלה זו והביקורת הרבה הנמתחת עליה מחמת שכיחותה בתכניות אלה, אלא אף ממצאי המחקר הזה.

עם זאת יש לציין כי מחקר זה, מחקר גישוש באופיו, היה מוגבל בהיקפו, ולכן יש להתייחס לממצאיו בזהירות הראויה. חוזקו של המחקר טמון במערך הניסויי הנותן שליטה טובה במשתנים מתערבים ואינדיקציה טובה ממחקרים המתבססים על סקרים לגבי הקשר הסיבתי. עם זאת, המחקר הנוכחי נערך בקבוצה קטנה, ולכן עוצמת המבחנים הסטטיסטיים חלשה יחסית. מערך הניסוי עצמו לא היה נקי לגמרי, שכן הניסוי נערך בתנאים לא אופטימליים. אלא ששני האלמנטים הללו רק היו אמורים להקשות את מציאת הממצאים המובהקים, ולכן הם מחזקים את הממצאים שאכן נמצאו. מגבלה נוספת היא שהקטעים שנבחרו לניסוי נבחרו רק משתי סדרות, וקשה לפסול את האפשרות שיש משהו בסדרות הללו שגרם לתוצאות שנמצאו. עם זאת, הסדרות אינן יוצאות דופן, והן מייצגות תת-סוגות שונות ותכניות מיובאות כמו גם מקומיות. לסיכום, ללא ספק יש מקום למחקרים נוספים שישחזרו את בדיקת הקשר בין השפלה ובין הנאה, כמו גם למחקרים שינסו להסביר טוב יותר את התהליכים שביסוד קשר זה.

ממצאי המחקר מצביעים על קשר הפוך ממה ששוער: ככל שעוצמת ההשפלה עולה, כך מידת ההנאה יורדת. יתרה מזאת, ככל שעוצמת ההשפלה עולה, כך מידת חוסר הנוחות עולה. ממבט זהיר בנתונים אפשר לראות שהרגישות של הצופים להשפלה איננה לינארית, והפגיעה בהנאה ניכרת בעיקר במקרים של השפלה קיצונית. אפשר לראות זאת מכך שמידת ההנאה מצפייה בקטע שבו מידה בינונית של השפלה ($M=2.23, SD=0.73$), קרובה למדי למידת ההנאה מן הקטע נטול השפלה ($M=2.62, SD=0.96$) ורחוקה יותר מן ההנאה מקטע בעל מידה גדולה של השפלה ($M=1.62, SD=0.59$). דהיינו מעט השפלה איננה מפריעה מאוד לצופים, ואולם השפלה בוטה פוגמת בהנאתם באופן ניכר. אולם בכל מקרה אין בסיס להנחה שהצופים נהנים מהשפלת המתמודדים. ההפך הוא הנכון.

באשר להשערה השנייה, לא נמצא קשר מובהק בין סדר הצפייה בקטעים ובין מידת ההנאה מקטעים נטולי השפלה. דהיינו לא נמצא אפקט של הפחתת רגישות או פיתוח תיאבון לצפייה בהשפלה. אולם ייתכן שהניסיון למצוא אפקט זה בניסוי של הטווח הקצר מחטיא את קיומו של תהליך הפחתת הרגישות. ייתכן כי מחקר לאורך זמן יחשוף כי צפייה בתכניות משפילות מקזה את רגישות הצופים ומשנה את הגדרתם לגבי מהותה של השפלה, אולם בטווח קצר לא ניכרת השפעה שכזו.

ההשערה השלישית אוששה חלקית, ונמצא כי מידת ההנאה מהעלבה גדולה יותר ממידת ההנאה מביזוי, וזאת בהתאמה לטיעון כי מושא הפגיעה בקטעי הביזוי אינו האדם המושפל בלבד, כי אם גם הצופה, ולכן הצפייה של אדם בביזוי

מעלה בו דחייה עד כדי כך שהוא מרגיש את עצמו כמושא הפגיעה (קריסטבה, 1980). יתרה מזאת, בתכניות שבהן צפו הנבדקים בניסוי, ההעלבה הייתה חלק אינטגרלי מן התכנית ומן התחרות, ואילו הביזוי היה חלק מאקט שנבחר כדי לבזות, ואפשר היה לבחור במשימות פחות מבזות ולשמר את התחרות.

הנאת הצופים מתכניות ריאליטי, לפחות לפי ממצאי מחקר זה, אינה קשורה אפוא למידת ההשפלה בתכנים הנצפים. אין בכך כמובן כדי להכחיש את הצלחת תכניות הריאליטי ואת יכולתן לרתק קהלי ענק, אלא שההסבר להצלחתן נמצא ככל הנראה בגורמי תוכן אחרים. יתר על כן: לפי ממצאינו, השפלה ברמות נמוכות אינה פוגמת בהנאת הצופים; רק במקרים שבהם ביזוי והשפלה פומביים הם ברמות גבוהות מאוד נפגמת הנאת הצופים. לדעתנו יש מקום לחפש את ההסברים להנאת הצופים בהתאמה לגישת השימושים והסיפוקים, ועל סמך זה אפשר יהיה להבין מדוע השפלה אינה בגדר מנבא של הנאת הצופה. נבי, בילי, מורגן וסטיט (Nabi, Biely, Morgan & Stitt, 2003), שהציעו ובדקו קבוצות צרכים שונות של צופים בתכניות הריאליטי, מצאו כי המניעים העיקריים, לפי סדר חשיבות יורד, היו הרצון להתברר, האפשרות להציץ לחייהם של אחרים ולאחריהם יחסים פארא-חברתיים עם הדמויות בתכנית. ביזוי והשפלה אינם משרתים מניעים אלה, ובמקרים מסוימים אף סותרים אותם: הרצון להתברר מנוגד לצפייה בקטעי השפלה, והתעללות בדמויות "אהובות" בתכנית וגם הזדהות עמן בוודאי אינם מובילים להנאה מצפייה בהשפלתן.

יש למצאי מחקר זה השלכות בעלות עניין לעוסקים במלאכת הפקת תכניות המציאות, כמו גם למשתתפים בהן ולצופים. קיומה של השפלה כמוטיב חוזר ונשנה בתכניות המציאות הנו עובדה מדאיגה לאור המחקרים על השפעותיהם של תוכני טלוויזיה על תפיסות הצופים את המציאות (Weimann, 2000). תכניות המציאות מציגות לראווה התנהגויות בלתי ערכיות ופגיעות קשות בפרטיותו ובכבודו של האדם. אלה כוללות הטחת ביקורת והעלבה אישית ("נולד לרקוד"), פיתוי בני זוג מאורסים לפרק את קשרם הזוגי (*Temptation Island*), שיפוץ מראה חיצוני באמצעות עשרות ניתוחים ותיעודם (*The Swan*), אכילת שרצים, איברי חיות והתפלשות ברפש (*Fear Factor*), הצגת המשתתפים בעירום מלא (*Dutch Fear Factor*) ועוד. המשותף לכל אלה הוא הצגת המשתתפים בקלונם והפיכת ההשפלה למוצר עסקי המניב רווחים. אולם מחקר זה מערער על ההנחה של מערכת ההפקה כי מידת ההשפלה בתכנית קשורה באופן ישיר וחיובי לקידום ההנאה מן התכנית. ממצאי המחקר נראה כי יש בסיס להפרכת ההנחה המקובלת על מפיקי התכניות שהשפלה היא גורם מהנה, ולמעשה המחקר מצביע על כך שככל שנעשה שימוש הולך וגובר בהשפלה, כך קטנה מידת ההנאה וגדלה מידת חוסר הנוחות של צופים. למרות ההיקף המצומצם של הניסוי הנוכחי, אפשר

להצביע על כך שלא נמצאו הבדלים הקשורים לגיל (מגיל 15 ועד 68), להשכלה (משש שנות השכלה ועד 18) ולמידת הצפייה בטלוויזיה בכלל או בריאליטי בפרט.

כאמור, השפלת משתתפים בתכניות ריאליטי עוררה מחאות חוזרות ונשנות של הצופים. ברוחות השנתיים של נציב תלונות הציבור של הרשות השנייה (הגוף הרגולטורי המפקח על ערוצי הטלוויזיה והרדיו המסחריים) התלונות על כך שכיחות. כך למשל, ברוח האחרון לשנת 2006 מדווח נציב התלונות על תלונות רבות לגבי "נולד לרקוד 2" ומגיב:

"אין שום הצדקה לבזות אנשים בפרהסיה ולגלגל אותם מבמת הריקוד עד לשיקום נפשי לכאורה [...] דעת הנציב הייתה שהשופטים פגעו באנשים רוויי תקווה וחלום והרסו את עולמם בהבל פה ובאלימות לשונית לא מרוסנת [...] ניתן היה להבחין בחולשתם מבעוד מועד ולחסוך מהם את ההתבזות בפרהסיה [...] ניתן היה לערוך את הדברים ולעקור את אותן סצינות של ביזוי גלוי" (עמ' 70).

אם התגובות הציבוריות ודברי נציב תלונות הציבור לא שינו את השימוש בהשפלה ובביזוי בתכניות הריאליטי, הרי זאת משום הנחתם המוצקה של מפקי התכניות כי הציבור, למרות המחאות, מעוניין בכך ונהנה מכך. ממצאי המחקר הנוכחי מטילים בהחלט ספק בהנחה זו. עם זאת, לנוכח מגבלותיו של מחקר ראשוני זה מן הראוי להמשיך בבדיקת השאלות שמעלה המחקר ולהרחיבן לתכניות אחרות, לבדיקות מעמיקות יותר, לממדים נוספים של קשר בין מידת ההשפלה ובין הנאת הצופים, ובעיקר לבדיקת ההשפעות לטווח ארוך. ממצאינו בשלב זה מצדיקים בהחלט את הצורך לבדוק את ההנחות המקובלות ואולי אף לערער עליהן.

הערות

- 1 על פי נתוני המדרוג של חברת "טל-גאל", כפי שהם מתפרסמים בקביעות באתר הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו.
- 2 כפי שמדווח ברוחות השנתיים של נציב תלונות הציבור של הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו.
- 3 מתוך דברים שנאמרו ביום עיון על תכנית הריאליטי "הישרדות" (המרכז הבינתחומי בהרצלייה, 31.3.08).

רשימת המקורות

בנזימן, י' (2006), הלכנת פנים וכבוד האדם, בתוך: י' דוד (עורך), "שאלה של כבוד": כבוד האדם כערך מוסרי, ירושלים: האוניברסיטה העברית, עמ' 263-278.
דוח נציב תלונות הציבור (דוח שנתי מספר 12) (תשס"ו-תשס"ז), הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו.

יודילוביץ', מ' (2005), תכניות ריאליטי הן כמו קרבות גלדיאטורים, <http://www.ynet.co.il/articles/1,7340,L-3157664,00.html> (נדלה ביום 21.10.2005).

נייגר, מ' ויוסמן, א' (2005), אשליית הבחירה הדמוקרטית: כיצד משיגות תכניות המציאות את שיתוף הפעולה של הצופים, תל אביב: מכון חיים הרצוג באוניברסיטת תל-אביב.

קריסטה, ג' (1980), כוחות האימה: מסה על הבזות (מהדרורה ראשונה), תל אביב: רסלינג.

Aslama, M. & Pantti, M. (2006). Talking alone: Reality TV: Emotions and authenticity. *European Journal of Cultural Studies*, 9(2), 167-184.

Booker, S. (2004). *Lessons from Temptation Island: A reality television content analysis*. New Britain, Connecticut: Central Connecticut State University.

Booker, S. & Waite, B. (2005). Humilitainment? Lessons from "The Apprentice": A reality television content analysis. *APS Annual Convention*. Los Angeles, CA, pp. 25-69.

Caldwell, J. (1995). *Televisuality: Style, crisis and authority in American television*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Calvert, C. (2000). *Voyeur nation*. Boulder, Colorado: Westview Press.

Deegans, E. (February 20, 2003). Bachelorette' sets up ABC's humiliation reality show: Mr. Needy beats Mr. Smoth. *St. Petersburg Times*, p. 21.

Deery, J. (2004). Reality TV as advertainment. *Popular Communication*, 2(1), 1-20.

Funk, J. B., Bechtoldt Baldacci, H., Pasold, T., & Baumgardner, J. (2004). Violence exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: Is there desensitization?. *Journal of Adolescence*, 27, 23-39.

- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audiences and popular factual television* (1st ed.). Milton Park, Abingdon: Routledge.
- Jacobson, E. (1954). The self and the object world: Vicissitudes of their infantile cathexes and their influences on ideational and affective development. *Psychoanal Study Child*, 9, 75-127.
- Lewis, H. B. (1971). *Shame and guilt in neurosis*. New York: Int. Univ. Press.
- Lundy, L., Ruth, A., & Park, T. (2008). Simply irresistible: Reality TV consumption patterns. *Communication Quarterly*, 56(2), 208-225.
- Margalit, A. (1996). *The Decent society*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Nabi, R. L., Biely, E. N., Morgan, S. J., & Stitt, C. R. (2003). Reality-based television programming and the psychology of its appeal. *Media Psychology*, 5, 303-330.
- Nathanson, D. L. (1987). *The many faces of shame*. New York: The Guilford Press.
- Reiss, S. (2000). Why America loves reality TV?. *Psychology Today*, 34, 52-54.
- Reiss, S. & Wiltz, J. (2004). Why people watch reality TV?. *Media Psychology*, 6, 363-378.
- Rome, S. (2002). Reality television needs to get real. *Boston Herald* (15.2.2002).
- Schick, F. (1997). On humiliation. *Social Research*, 64, 131-147.
- Stanley, A. (2002). TV memo; Forget the sex and violence; Shame is the ratings leader. *New York Times* (20.11.2002), A1.
- Steinberg, B. S. (1991). Psychoanalytic concept in international politics: The role of shame and humiliation. *The International Review of Psycho-Analysis*, 18, 65-72.
- Weimann, G. (2000). *Communicating unreality: Mass media and the reconstruction of reality*. Beverly Hills, CA.: Sage.