

זיוה בן-פורת

ליריקה ולהיט

בשיתוף עם: הרי גולומב, יהודית גלזמן, משה גלעד,
אורלי לובין, רחל פן, עוזי שביט ורקפת שפי

איורים: דודו גבע

ספרות, משמעות, תרבות 18

עורכי הסידרה: איתמר אבן-זהר ובנימין הרשב

עורך מדעי: גדעון טורי

עורך לשוני: הרי גולומב

איורים: דודו גבע

מפיקת סדר: יעל שוב

המכון הישראלי לפואטיקה וסמיוטיקה ע"ש פורטר
אוניברסיטת תל-אביב

הוצאת הקיבוץ המאוחד ★ תל-אביב

תוכן העניינים

7	פתח דבר
9	תיאוריה ומתודולוגיה
	זיוה בן-פורת
9	הפזמון כבעיה וכמושא של חקר הספרות
	אורלי לובין
24	ראש לשועלים או זנב לאריות
	רקפת שפי
38	על הקאנוניזאציה בפזמונאות האמריקאית
	הדינאמיקה של מערכת הפזמון בישראל
67	רקפת שפי
	התפתחות הפואטיקה של הפזמונאות הישראלית
76	בראשית שנות השבעים
	יהודית גלזמן
99	חמישים שנות שיר
	רחל סן
	מז'ורו' ברסאנס לאין אהבות שמחות (1969)
110	ולערב שירי ברסאנס (1983)
	משה גלעד
142	אין שירים אחרים
	מודלים תמאטיים ומודלים צורניים
163	זיוה בן-פורת
168	"סתו מאסיר" ו"לובן החצב"
	רחל סן
232	יחסים פארודיים בסארודיה של הפזמון

Ziva Ben-Porat Lyric Poetry and the Lyrics of Pop

The Israeli Popular Song as a Cultural System
and a Literary Genre

in collaboration with: Moshe Gilad, Yehudit Gluzman, Harai Golomb,
Orly Lubin, Rachel Pen, Uzi Shavit, Rakefet Sheffy

Literature, Meaning, Culture 18

Publications of
The Porter Institute for Poetics & Semiotics
Tel-Aviv University

Series Editors: Itamar Even-Zohar & Benjamin Harshav
Academic Editor: Gideon Toury
Style Editor: Harai Golomb
Illustrations: David Geva
Computer Typesetter: Yael Shoub

892.41309

2-12
1151776

C3



© כל הזכויות שמורות למחברים ולמכון פורטר
נדפס בישראל בדפוס חדקל בע"מ, ת"א 1989
נסדר באקספרס-סדר בע"מ, ת"א
Printed in Israel

ראש לשועלים או זנב לאריות

לשאלת ההגדרה של מערכת פופולארית וחקירות

הגדרת התרבות הפופולארית ומקומה כרכי-מערכת של התרבות

עם השתנות אמצעי ההפצה ותקשורת ההמונים, ובעיקר עם התרבותם, התגוונותם והשתנותם, מתעורר צורך בהגדרה חדשה של התרבות הפופולארית. לצד הדפוס, הצילום וההתרחבות ההדרגתית של אמצעי התחבורה, שאיפשרו הפצה המונית של מוצרי תרבות גם במאה שעברה, מתרחבים ומתפשטים במאה העשרים בקצב שאין לו תקדים אמצעי תקשורת ההמונים. אפשר אפילו להצביע על תאריך מדויק שבו מתחיל כל עידן חדש בתהליך זה, כגון התחלת שידורי הרדיו (1920), הטרט המדבר (1927), או שידורי טלביזיה קבועים (1928). אמצעים אלה אחראיים לא רק להשתנות תפוצת מוצרי התרבות – שהיה לה חלק גם בחציית גבולות מעמדיים ובשינויים אחרים בתורה – אלא גם להשתנות המוצרים עצמם. כוונתי לא רק למוצרים חדשים – כמו סרטים, תכניות טלביזיה ותסכיתי רדיו, שהם ייחודיים למדיום שלהם – אלא גם לשינויים במוצרים קיימים. למשל, הפזמון נהפך משירי-עם, או שיר המודפס בעיתון, לפזמון המושמע ברדיו, ואחר כך לפזמון המוקרן בטלביזיה – מדיום הדורש מהפזמון "כישורים" אחרים – עד שהוא הופך כליל לפזמון-לצפייה, פזמון הוידאו.

כך החלו להיווצר מוצרי תרבות ייחודיים לאופי אמצעי התקשורת המפיצים. עמדו על כך ג'ון אוולטי,¹ שהצביע על אמנים יוצרים משנות השישים (כגון אנדי וודהול, לנארד כהן, רוי ליכטנשטיין ו"החיפושיות"), שגדלו עם תרבות ההמונים ו"התעלמו מהבחנות מסורתיות רבות כדי לקבל, להבין, להתמודד ולבטא אסתטיקה חדשה" (מצוטט גם אצל Real, 1977), וכמובן, חוקר המדיה מרשל מקלוהן, שביטא אופן התבוננות חדש באימרה, שהפכה לסימנה שגורה: "המדיום הוא המסר" (McLuhan, 1964). עם המוצרים החדשים האלה צריך היה גם המחקר להתמודד, תוך כדי התאמת הקאטגוריות שלו למציאות המשתנה.

הקאטגוריות המסורתיות במחקר הן שלוש: תרבות קאנונית (אליטיסטית, גבוהה), תרבות פופולארית ותרבות עממית. מבין השלוש, התרבות הפופולארית היא תחום המחקר החדש יותר. היא עצמה, במובחן מן התרבות העממית, אינה קיימת יותר מאמיתיים וחמישים שנה, וחקר התרבות הפופולארית, כתחום דיון לגיטימי ופעיל, צעיר עוד הרבה יותר. מן הצד השני, התרבות העממית, שקיומה ותיק ומחקרה ותיק, היא התחום שעצם קיומו

(כהגדרתו המקובלת) מוטל בספק. האם במאה העשרים, כאשר "העולם כולו אינו אלא כפר קטן" (כמאמר מרשל מקלוהן), עדיין אפשר לדבר על תרבות עממית-אנונימית, העוברת מפה לאוזן, שזהות מחברה וזהות מבצעה אינן חשובות? היום, כאשר הפרט היוצר עומד בראש הסולם, קשה למצוא תופעות שהן תרבות עממית נטו, ללא השפעות או גילויים של תרבות פופולארית. מערכת התרבות הפופולארית עונה על הצרכים שמילאה בעבר התרבות העממית, יש בה מאפיינים הדומים למאפייני התרבות העממית – ועם זאת, יש שוני מהותי בין השתיים: האמנות העממית באה מן העם, האמנות הפופולארית נוצרת בשבילו. גם אם יש פה נביעה של מערכת אחת מקודמתה – וקרוב לדאי שמחקר היסטורי מקיף יוכל להצביע על אלה ממאפייני התרבות העממית הקיימים בתרבות הפופולארית של היום, וכן על תהליך המעבר מן התרבות הפופולארית, המוכרת לנו במאות השמונה-עשרה והתשע-עשרה, למה שבמחצית השנייה של המאה העשרים מכונה "תרבות פופולארית" – הרי היחסים בין השתיים הם בעיקרם יחסי החלפה (המרה), שהמחליף המוחלף חופפים בהם זה את זה ככמה מן הפונקציות שהם ממלאים.²

רק קבוצה אחת של מוצרים תרבותיים עדיין מקיימת במובהק את תכונות התרבות העממית: "תרבות הרחוב". ואולם, גם תרבות הרחוב שונה מן התרבות העממית: אמנם היא אנונימית מבחינת מחבריה, והיא נוצרת ומופצת בדרכים ספונטאניות, אך אין היא מערכת עצמאית ומרובדת כפי שהיתה התרבות העממית. "תרבות הרחוב" אינה אלא ספיח של התרבות הפופולארית, ואף מאומצת על-ידיה (כך למשל עשויה הוצאה, המפיצה ספרי פזמונים, להפיץ גם לקט של "שירי רחוב"). למעשה היא בגדר ספיח, הממלא פונקציה של התרבות העממית, שהתרבות הפופולארית אינה ממלאת.

כדוגמא למילוי פונקציות של התרבות העממית על-ידי התרבות הפופולארית אפשר להתבונן בשתי תופעות: המעשייה והסיפור המצויר – בצורתו המודפסת (comics), לא כל שכן בצורתו הטלביזיונית (הסרטון המצויר, ה"cartoon). היש מקום לטעון, שהסיפור המצויר של היום תפס את מקום המעשייה? לא קשה להראות, שהסיפור המצויר הקונבנציונאלי עונה על אותם צרכים חברתיים, פסיכולוגיים ואסתטיים עצמם שבעבר ענתה עליהם המעשייה, ושהוא עושה זאת תוך שמירה על תכונות היסוד שמנו במעשייה תומפסון (מצד המוטיבים), פרופ (מצד המבנה והמרכיבים) וממשיכיהם. אם כך, הרי יש פה החלפה מלאה מבחינת המוצר התרבותי, הממלא את הפונקציה המסוימת, ובמקרה שלנו – סיפור עלילה, דמיוני ולעתים פנטאסטי, שבמרכזו דמויות בלתי אפשריות (חיות מדברות, למשל), והוא תואם דרישות של מבנה סיפורי מסוים (סוף טוב, למשל).³

הול (Hall & Whannel, 1965b) מציב את התרבות הפופולארית כמשך לתרבות העממית: שתיהן מצויות, לדעתו, על רצף אחד. המשותף לשתייהן: הקשר האמיתי בין הקהל למבצע השוני ביניהן: התרבות הפופולארית היא אינדיבידואליסטית ונשענת על אמנות של מבצע מוכר – מה שאינו נכון, כמובן, לגבי התרבות העממית.

שאלת היווצרותו של פולקלור אמיתי בזמננו – שהיא שאלה פתוחה – אינה סותרת את יחסי ההחלפה המתוארים, גם אם נותנים לה תשובה חיובית. הפולקלור הנוצר בתת-חברות ספציפיות, כמו הסלנג המאסין אותן (למשל, הציובס הפלמ"חאי או "אגדות המקום" של כל מושבה או קיבוץ), אינו ממלא אותן פונקציות חברתיות ודיאקטיות שמילאה המעשייה העממית ואינו יצוק בתבניתה.

¹ Cawelti, J.G., 1971. "Notes toward an Aesthetic of Popular Culture", *Journal of Popular Culture* V:2.

אולם שאלות אחרות הקשורות בתרבות הפופולארית, המתפשטת ותופסת מקום מרכזי יותר ויותר בחיי הפרט והחברה, החלו להעסיק את המחקר. המתח בין שאלות הנובעות מגישה סוציולוגית לשאלות שמקורן אסתטי הביא, לבסוף, לנסיגות של הגדרה והגדרה-מחדש.

מרבית המחקרים האמריקאיים יוצאים משאלות כגון "האם התרבות הפופולארית פוגעת בתרבותנו, מדרדרת אותה, מורידה את רמת הדור הצעיר?", או "לאילו ערכים ולקראת מה מחנכת התרבות הפופולארית, וכיצד נוכל לחזור לערכי החינוך שאפיינו את התרבות הגבוהה?" במקביל הולכת וגוברת הלגיטימציה לעיסוק בחקר התרבות הפופולארית כשלעצמה, לא רק בנפרד משאלות של חינוך ומסר, אלא אפילו מתוך התנגדות להן.⁴ אלא שגם חוקרים שבחרו לעסוק בתרבות הפופולארית רואים עצמם נאלצים להצדיק את עיסוקם בצורך להבין "מה עושים הצעירים" ו"מהי התרבות המודרנית". התוצאה העיקרית של צורך זה בלגיטימציה היא חלוקתה של התרבות לארבעה סוגים: א. תרבות קאנונית; ב. תרבות עממית; ג. תרבות פופולארית; ד. תרבות המונים. אין זו חלוקה גרידא, אלא גם העמדת היירארכיה: התרבות הפופולארית גבוהה, או טובה, מתרבות ההמונים (לנושא זה, וכן לכלל התייחסות המחקר האמריקאי לתרבות הפופולארית, ראה, למשל (Browne, 1970; Hall & Whannel, 1965a; Mendelson, 1966; Real, 1977).

למראית עין, הוספת הקאטגוריה "תרבות ההמונים" מאפשרת לעכל את הגורם החדש שנכנס למחקר – אמצעי תקשורת המונים – בהיותה מזוהה עימו, ככיכול. תוספת זו גם מאפשרת לחוקרים לעסוק בתרבות הפופולארית, שמראש הציבו אותה כגבוהה יותר – בהיותה יצרנית יותר, חד-פעמית יותר וכדומה – ולא בתרבות ההמונים, הנתפסת כתרבות הנחותה. רוב ההגדרות המוצעות לתרבות הפופולארית הן השוואתיות, ומטרתן העיקרית – לחבחין בין שני סוגים שונים של זר'בית לא-קאנונית בעולם המודרני. בדרך כלל אין ההבחנה מגלה עמידות רבה, ואפילו החוקרים המציעים הבחנה זו זונחים אותה במהלך דיונם, גם אם אינם מצהירים על כך בגלוי. הול (Hall & Whannel, 1965b) מבחין בין שתי התרבויות לפי תכונות אינהרנטיות להן; בראון (Browne, 1970) – לפי היקף המוכרות, אמצעי ההפצה והמעמד החברתי-תרבותי, וריל (Real, 1977) – לפי אמצעי ההפצה. הבלבול הרב השורר בחקר התרבות הפופולארית ניכר פה לעין בשימוש בלתי מובחן בכמה פאראמטרים שונים (בראון אף משתמש בהם לחילופין, בלי להבחין ביניהם ולקבוע איזה מהם הוא הדומיננטי).

הול, שבבסיס הגדרתו הניסיון להגיע לקהל רחב, מבחין בין היצרניות והאינדיבידואליות – המאפיינות את התרבות הפופולארית, שהקונבנציה משמשת בה בסיס ליצרניות – לבין תרבות ההמונים, שבה "הנוסחה היא הכל". בראון מוסיף על הבחנתו של הול את ההבחנה לפי המוכרות – מה מוכר ומהו היקף המוכרות – ומערבב אותה עם הבחנה מעמדית (אילו מוצרים הם חלק מתרבותה של שכבה מצומצמת ואילו הם חלק מחיי אוכלוסייה רחבה). התוצאה היא, שאותה יצירה עצמה, למשל האמלט, משויכת בעת ובעונה אחת לכל הקאטגוריות: האמלט הוא מחזה קאנוני – בגלל הערך המיוחס לו; פופולארי – משום שהוא

מוצג לעתים קרובות ומוכר לבני מעמדות שונים; שייך לתרבות ההמונים – כי הוא מוקרן בטלביזיה.

את השאלה המתבקשת בדבר הפרדוקסאליות של שיוך יצירה אחת למערכות תרבותיות שונות באופיין (למשל בחשיבות שהן מייחסות לפונקציה האסתטית ולערכים האמנותיים), בתפקידן החברתי ובקהל היעד שלהן, באמצעי ההפצה ולכן גם בהליכי הקליטה של מוצריהן, הציג ריל במפורש. על השאלה "האם מדובר באותה יצירה עצמה, בלי תלות במדיום – או שהמדיום הוא החשוב, תהיה אשר תהיה היצירה המופצת באמצעותו?" משיב ריל: אמצעי ההפצה הוא הקובע. כל יצירה, מרגע שהיא מועברת דרך תקשורת ההמונים – הופכת להיות תרבות פופולארית, בלי כל תלות ב"מוצאה".

אולם אם נאמץ את הקביעה, ש"תרבות פופולארית היא כל מה שמופץ באמצעי ההפצה ההמוניים", תבטל החלוקה כולה. לא רק הפופולארי וההמוני, אלא גם הקאנוני, ימצאו בסל אחד, שכן היום כל מוצרי התרבות מופצים, בשלב זה או אחר, באמצעי ההפצה (והתקשורת) ההמוניים. לכן, רק התייחסות אל מה שנוצר ככונה תחילה להפצה המונית עשויה להיות בעלת ערך כאמצעי זיהוי; רק מוצר כזה באמת מושפע מקיומם של כלי התקשורת האלה. אלא שברור כי במקרה זה לא תתאפשר הבחנה בין "פופולארי" ל"המוני".

האם אפשר לקיים הבחנה בין התרבויות על סמך הקריטריונים האחרים שהציע בראון – דרגת התפוצה והמוכרות? הצעתו של בראון למדידת היקף התפוצה על-ידי חלוקת אמצעי ההפצה לעיתונים קטנים ולעיתונים גדולים, למוזיאונים ולגלריות, וכיוצא באלה, חלוקה זו אינה נותנת תשובה אפילו על השאלה של מדידת המוכרות. מוכרות יכולה להירכש גם באמצעים אחרים, כגון באמצעות בית-הספר (ההופך את התנ"ך ואת שקספיר, למשל, למוכרים במיוחד). כדי שמוצר יהיה חלק של התרבות הפופולארית צריך הצרכן לרצות בו ולקנות אותו.

גם מסקירה חלקית כזאת אפשר לראות, שהנטיגות להגדיר את התרבות הפופולארית באמצעות קווי תיחום, שיפרידו בינה ובין התרבות הקאנונית ותרבות ההמונים, נדונים לכישלון. ההבחנה ההשוואתית – לפי תכונות המוצרים, לפי המעמד החברתי של המשתמשים או לפי התפוצה – אינה מהותית דיה אפילו כדי להציב שני סוגים של תרבות; למעשה, ההבחנה מצביעה בהצלחה על ריבז במערכת התרבות הפופולארית, ומאפיינת את המרכז שלה ואת השוליים שלה, או את תוצריה הראשוניים לעומת המשניים. החוקרים אפילו מדגימים את דבריהם בתיאור תופעות, שאינן אלא עדות להתרבות המערכת (כך, למשל, אצל הול – התרבות במערכת הקולנוע למרכז קאנוני, מרכז פופולארי ושוליים של הפופולארי), ובהנמקות להתרבות זו (ההטרוגניות של קהל היעד הרחב). התיאור של בראון – שהוא תיאור כמעט היסטורי, העוקב אחרי ה"תהליך" שעוברת יצירה אחת תוך השתנות קהל היעד שלה ואמצעי התקשורת המשמשים להפצתה – הוא כשלעצמו תיאור הולם לתהליך שעובר מודל בתוך המערכת. דוגמת האמלט יכולה להראות זאת במפורט: מערכת האמורה לשרת קהל יעד מסוים והומוגני – האצולה, למשל – מייצרת מודלים ייחודיים לה; אולם עם השתנות המבנה המעמדי (במהלך המאות, ומכאן ההתבוננות ההיסטורית) צריכה אותה מערכת לשרת קהל הטרזוגני, וצורך זה מביא להתרבותה. תוך כדי התרבות עובר אותו מודל – במקרה שלנו, בהתגלמותו הקונקרטי באמלט –

⁴ תיאור ארסי במיוחד של המלחמה נגד התרבות הפופולארית, ושל השתלשלות המחקר משנות הארבעים עד היום, אפשר למצוא בספרו של פידלר (Fiedler, 1982).

מ"תוצר של אצולה" ל"תוצר של המונים + אצולה" ("המונים" כולל פה גם את מה שבראון יכנה "פופולארי" – תיאטרון, וגם את מה שיכנה "המונים" – טלביזיה). פה מודגם אחד התהליכים המתרחשים במערכת ומביאים להתרבות (והמתרחשים, אגב, גם במערכת מרובדת): מודל קאנוני תופס מקום גם כשולי המערכת כלי לאבד את מעמדו הקאנוני. מה שבשלב אחד של חיי המערכת שירת סוג מסוים של קהל יעד, בשלב אחר – מרובד יותר – משרת "שני" סוגים של קהל יעד. אין פה אפוא שינוי בהגדרה, במיון או בסוג התרבות של התוצר הקונקרטי או של המודל שביסודו, כפי שינסה בראון לטעון, אלא שינוי מעמד של מודל בתוך המערכת.

ההשתנות הזאת מקבילה להשתנות בשימוש באמצעי ההפצה – מתיאטרון-לאצולה דרך תיאטרון-להמונים ועד לטלביזיה. הול, לעומת זאת, מתאר תהליך התרבותי (כלי לכנותו התרבות) לא כפונקציה של השתנות אמצעי ההפצה או השתנות קהל היעד, אלא כפונקציה של שאיפת המערכת עצמה להתרכז. הדוגמא של הול היא, כאמור, הקולנוע: ממדיום "פופולארי" בלבד הפך הקולנוע למדיום המייצר גם לשני הכיוונים האחרים: לכיוון ה"קאנוני" ולכיוון ה"המוני". "המוניים" ייחשבו אותם מודלים, שתוצריהם הקונקרטיים נייטראליים, לא פוגעים, לא מקומיים מדי; "קאנוניים" יהיו המודלים, שתוצריהם הקונקרטיים הם סרטים נסיוניים, אוונגארדיסטיים, אולי אפילו פוליטיים-בוטים או מחתרתיים. שני סוגי המודלים (מובן שבכל "צד" יהיו מודלים רבים, ותוצרים קונקרטיים רבים עוד יותר) אינם אופייניים לראשית ימי הקולנוע, שהיה פופולארי – אבל יותר מקומי, אולי – והם תוצאה של התרבות המערכת (ולא, כפי שישען בראון, של תרבויות שונות). מודלים מסוימים ממצים את עצמם, כבר אינם "מקור יצרני" (מאכדים את ראשוניותם) – והחקר הנוצר מוליד מודלים חדשים, ראשוניים או משניים, התופסים את מקומם בקאנון (הראשוניים) או בשוליים (דוגמניים), וכדרך זו הם חלק של תהליך התרבות המערכת. הגדרת התרבות הפופולארית חייבת אפוא לצאת מן הפונקציה המיוחדת לה, המנביעה את התכונות המיוחדות אותה וקובעת את יחסיה עם התרבות הקאנונית והתרבות העממית. בתוך הנסיונות לבנות חלוקה מרובעת של התרבות מצביעים החוקרים על כמה מרכיבים, היכולים להיות חלק של הגדרת התרבות הפופולארית. הול מכחין בעיקר במעמד הגבוה של המבצע בתרבות הפופולארית: הקהל תלוי בכישורי המבצע ובעוצמת סגנונו האישי, והאמנות הפופולארית ככללה מתקיימת אך ורק דרך מדיום הסגנון האישי. לדעת הול, עליית מעמדו של המבצע האינדיבידואליסט היא חלק מתהליך עליית הפרט והאינדיבידואליזם הבורגני, על כל צורותיהם.

הול מצביע, כלי לפרט, גם על הנוסחה הקבועה, על השימוש בקונבנציה ועל האישור של ערכים מוכרים. בראון כולל במושג "תרבות פופולארית" את כל מרכיבי החיים שאינם אליטיסטיים במובן הצר, ומציב תנאי, אם כי לא תנאי הכרחי: הפצת מוצרי התרבות הפופולארית באמצעי תקשורת ההמונים.⁵ ריל שם את הדגש על המסחריות. התרבות הפופולארית מייצרת "מוצרים תרבותיים המיוצרים אך ורק לשוק ההמוני"; היא שואבת

⁵ כך מאבד בראון לחלוטין את ההבחנה הקודמת שלו בין תרבות פופולארית לתרבות המונים, והופך את התרבות הפופולארית למטרייה, הכוללת בתוכה אפילו את התרבות העממית. בראון יוצר רצף בלתי מובחן בין התרבויות, וטוען שכל הצורות נובעות – בסופו של דבר ובאופנים רבים – זו מזו.

מסוגי התרבות האחרים וכונה ישות מסחרית לחלוטין. חשוב לציין, כמובן, כי ההבדל בין תרבות פופולארית לתרבות קאנונית כמוסדות כלכליים קטן בהרבה ממה שמקובל לחשוב (וראה 1977, Gans): אבל ההתכוונות המסחרית, על הנובע ממנה (שאיפה לתפוצה רחבה ככל האפשר, התכוונות לקהל רחב ככל האפשר), היא מרכיב חשוב בהגדרת התרבות הפופולארית. "היות שתרבות ההמונים מכוונת לספק את הטעם הממוצע של קהל לא מרובד, היא מאופיינת על-ידי סטנדרטיזאציה של התוצר והתנהגות המונית", קובע ריל. באמירות אלה יש תרומה להגדרת התרבות הפופולארית, לקביעת מאפייניה המרכזיים ולהבחנתה, כמערכת מרובדת, מן המערכת הקאנונית.

אם כן, תרבות פופולארית היא תרבות המייצרת מוצרים שמתכוונים לקהל רחב; שמטרתם מסחרית; שמשך חייהם קצר, או לפחות אינו מתיימר להיות ארוך;⁶ ואשר הפצתם נעשית בערוצי הפצה המוניים בסיוע גורמים מתווכים ותוך שימת דגש על הביצוע.⁷

הגדרה זו כוללת בתוכה תנאים הכרחיים ומספיקים. אחד התנאים הכרחיים, למשל, הוא המסחריות: מוצר המוותר על אלמנט המסחריות – למען הדגשת אלמנט אחר – אינו שייך לתרבות הפופולארית. למשל: עיתונות פוליטית-אידיאולוגית, או הוצאת ספרים אידיאולוגית, מוותרות על מסחריות ו/או הפצה המונית ו/או התכוונות לקהל רחב, בידיעה שזה המחיר של היצירות האידיאולוגיה ברורה ומוצהרת. מוצרים אלה, גם אם אינם "קאנוניים", אינם נכללים בתרבות הפופולארית.

יש גורמים, שעדיף להתייחס אליהם כאל מוצר פופולארי רק בחלקם. למשל: ה"עיתונות", ככלל, מקיימת את כל התנאים של התרבות הפופולארית; אולם העיתונות כשלעצמה נחלקת למדורים הטרונגניים, ואתם מדורים בעיתון שאינם נכתבים כדי להגביר את מסחריותו אינם בגדר תרבות פופולארית. אפשר לומר, שעיתון כולל בתוכו מאמרים פרי עטם של כותבים מפורסמים כדי להגביר את התפוצה – ולכן עצם הכללת מאמרים שכתבו אנשים מסוימים הוא מאפיין של התרבות הפופולארית. לעומת זאת, מה שעיתונאים אלה כותבים אינו מיועד להגברת המסחריות; אי לכך, תוכן המאמרים אינו בגדר תרבות פופולארית.

הדוגמא הבולטת ביותר היא המוסף לספרות. עיתון כולל בתוכו מוסף כזה כדי להגביר את תפוצתו, משום שהעלאת יוקרה וכיסוי מרבי של שטחי התעניינות פוטנציאליים נחשבים לגורמים המעלים את התפוצה. המוסף משרת אפוא מטרה מסחרית גם אם הוא מופנה לקהל קוראים קטן וסלקטיבי. אולם רוב החומר הנכלל במוסף אינו נכתב מתוך התכוונות מסחרית. במרבית המוספים יש העדפה בולטת של מאמרי פרשנות מלומדים על

⁶ מגמות של ניסיון לקאנוניזאציה (וליומרה של "נצחיות") אפשר לראות בהוצאת ספרי פזמונים, למשל: אבל בדרך כלל התכוונות המחבר היא קודם כל למידי.

⁷ הגדרה זו, והדיון שלהלן, ישימים בעיקר – גם אם לא אך ורק – לזמר הפופולארי וליחסים שבינו ובין הליריקה (אלא אם כן יצוין במפורש אחרת). ייתכן, אם כי די לא סביר, שבדיקה דומה בשאר תחומי התרבות תעלה סתיות מהותיות מן ההגדרות שיוצעו כאן לגבי תחום ספציפי זה של התרבות הפופולארית: סביר יותר שיתגלו שינויים קלים בלבד בין תחום לתחום, שאולי יביאו, בסופו של דבר, גם לשינויים קלים בהגדרת התרבות הפופולארית.

פני רצוניות בהירות, המסתפקות בהצגת יצירות וגירוי הקורא לקריאתן, ולכן משויך המוסף לספרות למערכת הקאנונית, ולא למערכת הפופולארית. כך מסייעת הגדרה זו – בניגוד לאלה שתוארו קודם – להבחין בין מוצרי התרבות של עידן אמצעי תקשורת ההמונים לבין מוצרים תרבותיים אחרים, התואמים רק חלק של ההגדרה. כמו כן, זוהי הגדרה של הפונקציות שמודל צריך למלא כדי להיות חלק של התרבות הפופולארית, כך שהשתנות המודל או המוצר הספציפי לאורך ההיסטוריה אינה פוגעת בה, כפי שהיא עלולה לפגוע בהגדרות המסתמכות על תכונות.

תרבות פופולארית ותרבות קאנונית – יחסים מערכתיים

מן הדיון במחקר האמריקאי עולה, שבמקום לנסות להגדיר את התרבות הפופולארית ביחס לתרבות הקאנונית, עדיף לראותה כמערכת עצמאית; ובמקום לחלקה לשני סוגים – תרבות פופולארית ותרבות המונים – עדיף, נוח ומתאים יותר לדון בהתרכזות של מערכת אחת, המערכת הפופולארית. במסגרת כזאת אפשר – בעקבות המתודה המוצעת בתיאוריית הרבי-מערכת של איתמר אבן-זהר – לדון בתהליכים שעוברת המערכת: התחלפות מודלים, היווצרות מודלים ראשוניים (חדשניים, יצרניים) ומשניים (אפיגוניים, חקייניים), מעבר מודלים ממרכז המערכת (הקאנוני) לשוליים (הלא-קאנוניים), וכן הלאה.

אפשר להדגים זאת בעזרת החומר שנאסף ותואר במסגרת המחקר ומופיע בשאר מדורי הקובץ. חזירת שיר המחאה האנטי-מלחמתי לפזמונאות הישראלית ("שיר לשלום"; "אל תדליק לי נר"; "חפץ חיים ברוח הגוברת") והאופן שבו הוא תופס את מקומם של השירים העצובים ("הוא לא ידע את שמה"; "בדרך לבריכות") ושירי הזיכרון ("הרעות") הם דוגמא מובהקת לחילופי מודלים. הכנסת לשון זיכרון, פזמוני השטות שחידודי לשון במרכזם ("זאת שמעל למצופה"), התמאטיקה האנטי-אידיאולוגית ("אני שוכב לי על הגב") – כל אלה דוגמאות מובהקות לפעילות ראשונית, חדשנית ויצרנית (ניתוח של הדוגמאות מופיע בפתיחה של זיוה כן-פורת למדור "הדינאמיקה של מערכת הפזמון בישראל"). הופעת המודל של שיר הסתו האירופי (המשולב) בפזמונאות בכלל, ובזמר המזרחי בפרט, היא דוגמא למעבר מודלים ממרכז קאנוני לשוליים לא-קאנוניים, בין שמדובר בתנועה בתוך הפזמונאות ובין שמדובר בתנועה מהשירה הספרותית לפזמונאות (על כך ראה מאמרה של זיוה כן-פורת "סתו מאפיר" ו"לובן החצב").

בדרך זו נתפסת התרבות הפופולארית עצמה כרבי-מערכת, המכילה בתוכה מערכות שונות (פזמון פופולארי, קולנוע פופולארי, תיאטרון פופולארי וכן הלאה), שכל אחת מהן מרובדת – בהתאם למצבה בזמן נתון בהיסטוריה של תרבות נתונה – יש לה מרכז ושוליים, והיא מקיימת יחסים עם המערכות האחרות.

אם כן, מה הם היחסים בין המערכת הפופולארית לבין המערכת הקאנונית? למעשה, יש נטייה חזקה לקשר בין קאנוני למרכזי ובין לא-קאנוני לשולי, וזאת מכיוון שזה הקישור השכיח בתרבות ומכיוון שהדיכוטומיה "מרכז-שוליים" היא מאפיין כללי ומובהק ביותר של כל תפיסה מערכתית (ראה אבן-זהר, 1978, 32). לכן, נראה שהדרך הנוחה ביותר לתיאור יחסי המערכות תהיה לתאר כל מערכת פופולארית (שהיא לא-קאנונית מבחינת מעמדה בתרבות) כשוליים של המערכת הקאנונית התואמת אותה מבחינת המדיום, ואת כל התרבות

הפופולארית – כשוליים של התרבות הקאנונית. יחד עם זאת, הנחת יחסי "מרכז-שוליים" בין שתי מערכות כאלה (פופולארית וקאנונית) גוררת עימה שורה של הנחות נוספות, הנובעות ממצב יחסים כזה; ובמרכזן – יחסי ההדדיות בין שתי המערכות ותלות קיומית הדדית תוך כדי מאבק מתמיד.

היפותזת ההדדיות מופיעה בתיאוריית הרבי-מערכת בשלביה המוקדמים (אבן-זהר, 1974, 45–49), ובעצם כבר במקורות הפורמאליסטיים והסטרקטוראליסטיים העוסקים באבולוציה של הספרות. אבן-זהר מצטט, למשל, את טענתו של שקלובסקי, ש"חידושים ספרותיים (במערכת הקאנונית) הם לעתים קרובות שאילות מן המערכת הבלתי קאנונית", וטוען בעצמו בחריפות רבה, ש"הספרות הקאנונית מגיעה להישגים רק על-ידי מאבקה נגד ספרות בלתי קאנונית". תנועת המודלים היא אפוא דו-סטרית: מודלים שהיו קאנוניים ונשחקו עוברים לשוליים, ואילו מודלים הנמצאים בשוליים, והמתאימים בזמן נתון לחלל שנוצר במרכז או לתנאים תרבותיים מסוימים – חודרים מן השוליים למרכז הקאנוני. אך כבר כאותו מאמר עצמו מסכם אבן-זהר את מחקריו בז'אנרים השונים של הספרות הלא-קאנונית במסקנה – שקיבלה אישורים רבים במחקרים העוסקים בפזמונאות ומתפרסמים בקובץ זה – ש"מבנים ספרותיים בכל המישורים לא אומצו מעולם על-ידי המערכת הבלתי קאנונית לפני שהפכו להיות נכסי צאן ברזל של המערכת הקאנונית". כלומר, הנחת ההדדיות, על כל המשתמע ממנה, אינה עולה בקנה אחד עם ההנחה האחרת, המקובלת עד היום על רוב החוקרים, והעומדת ביסוד הבנת המערכת הפופולארית, והיא, שהיחסים בין שתי המערכות הם חד-סטרית: הקליטה היא רק מצד המערכת הפופולארית, השואבת רכיבים ומודלים מהמערכת הקאנונית, ואילו המערכת הקאנונית "מתעלמת" מהמערכת הפופולארית, או משתמשת בה בצורות שונות – אך לא כמאגר מודלי. גם אלמנט התחרות, המאבק בין השתיים, קיים בערבון מוגבל מאוד. אמנם שתי המערכות נאבקות על אותו מרחב מחיה (כסף לפרסום, כוח הקנייה של הצרכן, מעמד בחברה, זמן שידור ברדיו או בטלביזיה, שטח בעיתון), אולם בסופו של דבר, ההתכוונות היא לקהלים שונים למדי. קשה לומר, שהמערכת הקאנונית מתפתחת – כלומר, מתקיימת – אך ורק מתוך המאבק במערכת הפופולארית (כפי שהדבר מנוסח ביחס ליחסי המרכז והשוליים).

בנוסחים המאוחרים יותר של תיאוריית הרבי-מערכת מתריע אבן-זהר מפני זיהוי פשטני של "קאנוני" עם "מרכז" ושל "לא-קאנוני" עם "שוליים", ולו בגלל העובדה, שלכל אחד מן הרבדים ברבי-מערכת של התרבות (גם לקאנוני וגם לפופולארי) יש מרכז ושוליים משל עצמו (Even-Zohar, 1978, 32); אך הוא ממשיך להדגיש את חשיבותו, אפילו הכרחיותו, של המתח התחרותי בין הרבדים (Even-Zohar, 1979, 296).

דווקא בקטע אחר של התיאוריה הכוללת שלו, בדיונו על מגעים בין ספרויות (Even-Zohar, 1978) נותן אבן-זהר בידי חוקר התרבות הפופולארית כלי לטיפול ביחסים חד-סטרית, דוגמת אלה שנמצאו מאפיינים את יחסי הפזמונאות והשירה הקאנונית. מידת הדדיותם של היחסים בין שתי התרבויות ("ספרויות", במאמר הנוכח של אבן-זהר) הבאות במגע – תרבות המקור ותרבות היעד – מתוארת כסקאלה, ששני קטביה הם תלות מוחלטת מצד אחד והדדיות מלאה מצד שני. במקרה של תלות מוחלטת מתפקדת תרבות המקור כחלק של הרבי-מערכת של תרבות היעד. לגבי התרבות הפופולארית נוכל לומר, שיחסים אלה קיימים בין התרבות הישראלית הפופולארית לבין התרבות הפופולארית הבינלאומית;

למשל, הפזמונאות האמריקאית, הפזמונאות הדרום-אמריקאית, ושאר איברי מערכת הפזמונאות בעולם הם חלק של תרבות היעד (התרבות הפופולארית הישראלית) ר'תורמים" רכיבים באורח חד-צדדי (בלי להתעניין ולהתחשב בקיומה של תרבות היעד). כנגד זאת, היחסים בין התרבות הפופולארית לבין התרבות הקאנונית במסגרת אותה תרבות (הישראלית) ואותה שפה (העברית) אינם כאלה, אלא הם יחסי תלות ברמת קשר נמוכה יותר (השירה הקאנונית תורמת לפזמונאות מודלים, אפילו טקסטים – "שירי משוררים" שהולחנו – אך אין היא חלק של הפזמונאות). כמובן, תרבות אחת יכולה להיות במגע עם כמה תרבויות אחרות ולקיים עם כל אחת מהן יחסי תלות ברמות שונות.

עם זאת, אין לראות את המצב כסטאטי. יחסי המערכות הם תהליך מתפתח. מערכת אחת תלויה בחברתה כאשר היא פגומה; כל מערכת שואפת להיות רב-מערכת מרובדת, ואם יש בה "אתרים ריקים" – הרי היא מערכת פגומה. הקביעה מתי מערכת פגומה היא קביעה יחסית: הפגומות באה לידי ביטוי כאשר מערכת אחת "נתקלת" במערכת אחרת ר'מגלה" שאתריה ריקים. במקרים כאלה ייווצר מגע, והוא יהיה מגע של תלות (ראה אבן-זהר, 1974). ואולם תוך כדי התפתחותה של המערכת הפגומה תלך ותגבר ההשתחררות מתרבות המקור – כתוצאה מעלייה ביצרנות, בהתרבדות ובהתגוננות של מערכת תרבות היעד. כאמור, התערבות (interference) של תרבות אחת בחברתה מתרחשת כאשר תרבות היעד אינה יכולה להתנגד להתערבות זו – או כאשר היא זקוקה לה. מכאן נובע, שמקרים של התערבות חלים רק כאשר תרבות היעד היא תרבות חלשה. חולשתה של המערכת התרבותית נובעת ממרכיביה שלה, ולא דווקא מגורמים חיצוניים לה (כלכליים או פוליטיים, למשל). מה שהופך מערכת לחלשה הוא חוסר יכולתה לתפקד אם היא מגבילה את עצמה לאינוונטאר שלה-עצמה. חוסר היכולת הזה בא לידי ביטוי בעיקר כאשר שינוי במערכת אינו יכול לבוא מבפנים, והמערכת חייבת לקלוט אותו מבחוץ. חולשת המקורות ה"עצמאיים" של תרבות היעד, שאינם מספיקים ליצירת שינוי, היא הגורם לחולשת המערכת; וכדי ליצור את השינוי נדרשת חזירה מבחוץ של רכיבים של תרבות המקור. תרבות היעד לא תמיד "בוחרת" לה את תרבות המקור, אבל בכל מקרה, תרבות המקור צריכה להיות מקובלת על תרבות היעד. שני גורמים יכולים ליצור את המקובלות הזאת ואת ה"כניעה" לתרבות המקור: יוקרה (תרבות המקור נתפסת כמודל ראוי לחיקוי) ודומינאנטיות (למעשה, מדובר במצבים של "קולוניאליות תרבותית"). בישראל, מערכת הפזמונאות מקבלת את התרבות הקאנונית הישראלית כתרבות מקור מסיבות של יוקרה, ואילו התרבות הפופולארית האמריקאית, או האנגלית, משמשת לה תרבות מקור מסיבות של דומינאנטיות, כמעט-קולוניאליזם אמריקאי, המקל על חזירת מוצרים אמריקאיים (או מוצרים המקובלים בתרבות האמריקאית, או שהם בשפה האנגלית, או שהתקבלו על דוברי השפה האנגלית).

אחת התזות המרכזיות של אבן-זהר בתחום "המגעים בין ספרויות", המתארת מעבר מודלים ורכיבים מתרבות המקור לתרבות היעד, חשובה במיוחד לחוקר של מערכת התרבות הפופולארית בכלל ומערכת הפזמונאות בפרט. לעתים קרובות, המעבר מתרבות המקור לתרבות היעד נעשה לא ישירות, מהמרכז הקאנוני, אלא דווקא מהשוליים האפיגוניים. תרבות היעד ככלל נוטה תמיד לברור ולקלוט בעיקר ממה שכבר התבסס

השירה הקאנונית והפזמונאות. פזמונים כמודל של שירת נתן זך החלו נכתבים בשלב מאוחר יותר מפזמונים כמודלים אלתרמניים או גולדברגיים, ועד היום אין הם מהווים רוב במערכת הפזמונאות. גם הרכיב החדור מתרבות המקור יכול להיות מכל סוג שהוא, ולא דווקא רכיב שהוא מרכזי לה. יתר על כן, תרבות היעד יכולה לקלוט רק חלק ממרכיבי הרכיב הנקלט; ורכיב זה, או חלקיו שנקלטו, בדרך כלל אינו שומר בתרבות היעד על חיפוקו המקורי, אלא מחליף פונקציה ומקבל פונקציה חדשה. כך למשל חדר הרוק בעיקר בתחום המוזיקאלי, והשינויים בתחומי הלשון והתמאטיקה פיגרו אחריו בהרבה. פזמונים שתמליליהם אנטי-אידיאולוגיים, או "מסטוליים", החלו להופיע רק בשנים אלה ממש, שנות השמונים, אף שכבר זמן רב הם חלק של פזמונאות הרוק האמריקאית.

כמעט תמיד, מה שנקלט מתרבות המקור נוטה לעבור בתרבות היעד תהליכי פישוט וסכמאטיזציה. תרבות היעד מתנהגת אפוא כמערכת אפיגונית למרכז מערכת תרבות המקור, ובדרך כלל יש פער זמנים ניכר בין חיי מרכז תרבות המקור לבין חיי מרכז תרבות היעד. אולם גם לאחר שתרבות היעד התרבדה, יכולה השפעת הגורמים מבחוץ להימשך עוד זמן רב. תרבות היעד יכולה להיות פתוחה יותר או פתוחה פחות לקליטה מבחוץ. למשל, חברה לאומנית שתשדל לדחות כל חזירה של גורמים זרים. ואולי בכך נעוצה אחת הסיבות לבעייתיות של השירה המזרחית (מוזיקה והיגוי) במערכת הפזמונאות הישראלית. אפשר לראות, שאפיונים אלה של היחסים בין תרבות יעד לתרבות מקור – כאשר הן מפתחות יחסי תלות (ברמה זו או אחרת), ולא יחסי הדדיות של מרכז ושוליים – הם המתאימים לתיאור לפחות חלק מסוגי היחסים, שמפתחת מערכת הפזמונאות הישראלית. אין ספק, שלתיאור החיים הפנים-מערכתיים (ההתרבדות, התחלפות המודלים), וגם לתיאור צורת מעבר המודלים מתרבות המקור לתרבות היעד – איך היא מתרחשת ובאילו ערוצים – מתאימה תיאוריית התחלפות המודלים במערכת, הקשורה ביחסי מרכז ושוליים; אך חפיפה זו קיימת בתיאוריה המקורית ואינה מעמידה כל קושי מתודולוגי. במונחים של תיאוריית המגעים נוכל להשתמש גם כדי לענות על שאלות כמו: מה ייקלט בנוסח תרבות המקור ומה ייקלט בנוסח "המתורגם"? איזה רכיב מתרבות המקור ייבחר לקליטה בתרבות היעד?

ייתכן שעדיין אי אפשר להקיש ממערכת ספציפית זו (הפזמונאות) על התרבות הפופולארית כולה; אבל אין ספק שתיאוריית המגעים בין התרבויות היא הדרך הנוחה לתאר את מצבה של הפזמונאות הישראלית – הן בזמן היותה מערכת פגומה והן לאחר שהחל בה תהליך ההתרבדות. נראה, שגם את היחסים בין המערכת הפופולארית בכלל לבין המערכת הקאנונית בכלל נכון לתאר כיחסי תלות חד-צדדיים, שכן הקליטה היא עדיין חד-צדדית, מצד המערכת הפופולארית בלבד.

המודל הגראפי, המוצע להלן, בא לסכם את מעמדה של המערכת הפופולארית ברב-מערכת של התרבות ולהדגים את יחסיה עם המערכות האחרות, תוך הבטלת הנקודות העיקריות שהועלו בדיון.

ובמפיק (ששיקוליהם מסחריים בלבד, בניגוד לאחדים מן המר'לים הספרותיים, שיפעלו גם משיקולי יוקרה, העשרת קטלוג, וכדומה), אלא גם במגבירי הפופולאריות (והמסחריות). אפשר להצביע, למשל, על כמה גורמים מתווכים מרכזיים, המפעילים אילוצים על מערכת הפזמונאות ועל הפואטיקה של הפזמון (ובעיקר הלהיט): א. חברות תקליטים; ב. דדיו; ג. טלביזיה; ד. ערוצי פרסומת; ה. חנויות תקליטים; ו. מו"לים המוציאים לאור ספרי זמר. אין זו רשימה ממצה, ואין זה בהכרח סדר הדומיננטיות הנכון. כמו כן, הדוגמאות שלהלן אינן בשום פנים רשימה ממצה, או אפילו חלקית, אלא רק כמה ראשי פרקים אפשריים להדגמת שדה המחקר העתידי בתחום זה. וכמוכּוּן, בהיעדר מחקר-שדה מקיף חסרה האינטגרציה ההכרחית בין אילוצי כל הגורמים המתווכים, ובין כל אלה לבין אילוצים אחרים שזכרו לעיל.

חברות תקליטים

חברת התקליטים היא הקובעת כמה כסף ואנרגיה יושקעו בכל תקליט ובכל אמן: היא הקובעת מרכיבים מקדמי-פופולאריות, כגון פרסום התקליט – האם התקליט יפורסם רק במודעות, או גם על חולצות, מדבקות, כפתורים? האם עטיפת התקליט תהיה בצבע אחד, בשני צבעים, או בהפרדת צבעים מלאה? האם יעצב אותה גרפיקאי בעל שם? חברת התקליטים משפיעה גם על הפואטיקה של הפזמונים. היא קובעת אם שיר מסוים ייכלל בתקליט: האם היא מוכנה לשלם תמורת הזכויות עליו? האם היא מוכנה לשלוח את האמן להקליט בחו"ל, עם תזמורת בינלאומית ועיבודים מיוחדים? איזה הרכב כלי יקבל האמן: תזמורת פילהרמונית – או כלים ספורים בלבד? כל אלה משפיעים על בחירת השירים לתקליט, על העיבודים, ואנֵיֶלֶן על ההלחנה, על התמה ועל הטקסט. התאמה לסוג צרכים מיוחד של חברת התקליטים (להקדה, סולן, אשה), ולסוג המוזיקה שהיא נזקקת לו בזמן נתון, יבטיחו לאמן השקעה ארוכת-טווח מצד החברה; והוא, מצידו, ייטה להתאים את עצמו לצרכיה.

רדיו

- הרדיו נמנע מלשדר שירים ארוכים. האילוח על המחבר: יש להגביל את אורך השיר לכשלוש דקות.
- הרדיו נמנע מלשדר שירים בעייתיים. האילוח:
 - לא לגעת בנושאים מעוררי מחלוקת;
 - להשתמש בלשון "נקייה".
- בישראל, בשנים האחרונות, מקבלים שירי-עדות עידודים ותמיצים רבים. הצורך החברתי של הרדיו יוצר לחץ ליצור שירים מסוג מסוים.
- לדדיו צרכים משלו, כגון הפגנת יוזמת הפקה מקורית, ניצול ציוד חדיש או הפקת תכניות מיוחדות למועדים מיוחדים. צרכים אלו דוחפים את הרדיו ליזום כתיבה והלחנה של שירים בנושא מסוים, או לכלים מסוימים, או אפילו הלחנה של טקסטים ספציפיים (למשל, תכניות ליום הזיכרון לחללי צה"ל המבוססות על כתבי נופלים, ובהן שירים

שהולחנו במיוחד לשם כך; לדוגמא: הלהיט "אל תבכי ילדה" של שלמה ארצי, שהולחנו לצורך כזה). כך גם נוצרה התכנית "ארץ טרופית יפה", שעל-פיה הופק תקליט – וניתנה דחיפה חזקה לעידוד המוזיקה הדרום-אמריקאית בארץ. בדומה לכך הולחנו שירי משוררים לתכניות מיוחדות; השירים ששירתו את צורכי הרדיו הפכו, בחלקם, ללהיטים, ואף החדירו לתודעת הציבור את הלגיטימיות של הלחנת שירי משוררים.

טלביזיה

טו, האילוח המרכזי הוא המבצע: בחירת שיר להקרנה בטלביזיה תיעשה לפי סוג ההופעה ה"טלביזיונית" של המבצע או של השיר המצולם. סוגים שונים של שירים מכתבים הגשה שונה (ולכן "טלביזיונית" שונה), והם אף מאפשרים מניפולאציות צילומיות ברמות שונות. ותאמה לצורכי הטלביזיה מבטיחה הקרנה בה, והקרנה כזאת היא הגורם שעוצמתו בהגברת הפופולאריות רבה אולי יותר מעוצמת כל גורם אחר.

כמה מהאילוצים המוכתבים על-ידי הגורמים המתווכים זהים, או נובעים, מאילוח המסחריות. ייתכן שאפשר לזהות מקור אינטרסאנטי אחד לכל האילוצים. יחד עם זאת, האילוצים שמכתבים הגורמים המתווכים – בהשוואה, למשל, לתביעות כלליות לקליטות – הם הרבה יותר מוגדרים, קלים לזיהוי, לעתים מוצהרים ותמיד מחייבים; לכן קל יותר לכודד אותם ולראות את השפעתם על הפואטיקה של הפזמון. ההכרה במעמד הכולט שיש לאילוצים אלה (שהוגדרו לעיל כ"חץ-מערכתיים") בעיצוב אופיה של מערכת פופולארית היא חיזוק נוסף לבחירה בתיאוריית ה"מגעים בין ספרויות" כמסגרת התייחסות. בשומרה על הכלים שפיתחה תיאוריית הרב-מערכת של הספרות, ובהבליטה את מעמדה העצמאי ואת אופיה השונה ("שפה" אחרת ו"תרבות" אחרת) של המערכת הנדונה, מהווה תיאוריית המגעים את המודל היותר הולם לאפיון מערכת פופולארית בכלל, ומערכת הפזמונאות בפרט.

