

עידן המידע והזהות החרדית הדתית

יואל כהן

לתקשורת (כהן, 2011a). עם זאת, מרבית המחקר על הדת והתקשורת התרכזו עד כה בארצות הברית (Ferre, 1980; Buddenbaum, 1990; Abelman & Hoover, 1990; Hoover, 1998; Garrett-Medill, 1999 ועוד). המקרה הישראלי נבדל מהניסיון שנצבר בארצות הברית, היות שמטבע הדברים הדת והמדינה היהודית שזורות זו בזו. מערכת היחסים בין דת למדינה זכתה לתשומת לב מחקרית רבה בישראל (Abramov, 1976; Liebman & Don-Yehiya, 1983; Sharansky, 2000 ועוד). הרבה פחות תשומת לב הוקדשה במסגרת המחקר על יחסי דת ומדינה בישראל לשחקנים בלתי רשמיים כמו כלי התקשורת, מלבד בדיונים במישור העממי של "האיש ברחוב" על הכיסוי התקשורתי של הדת (Cohen, 2012a). בתקשורת החילונית לא זכה כיסוי הדת כמעט לתשומת לב כלשהי (Cohen 2006d; Heilman, 1990). היבטים אחרים של יחסי התקשורת והדת בישראל כוללים את כיסוי הדת על ידי כתבים זרים (כהן, 2008; Cohen, 2012c). אם הנושא נחקר, התמקד חלק ניכר מהמחקר במערכת היחסים שבין החרדים והתקשורת (Cohen, 2011b). המגזר החרדי מנוכר לאוכלוסייה הכללית ופיתח תקשורת בלגית ייחודית המעוררת שאלות אנתרופולוגיות וסוציולוגיות פסיכולוגיות חשובות. נכתב על העיתונות החרדית (מיכלסון, 1990; Levi, 1990; Tsarfaty, 2009), ותכנים דתיים נבדקו בכלי תקשורת חדשותיים דתיים וחילוניים (כהן, 2004; 2006b; 2005). שמעון באומל (Baumel, 2002, 2005) בחן את העיתונות החרדית באמצעות כלים בלשניים כדי לזקק את ההשקפה החרדית הרווחת בקהילה החרדית על התפקיד החברתי של התקשורת. נרי הורוויץ (2000) תיאר את יחסם של רבנים חרדים לאינטרנט בראשיתו. קרין ברזילאי-נחון וגד ברזילאי (Barzilai-Nahon & Barzilai, 2005) בחנו את התאמת האינטרנט לצורכי הקהילה החרדית ויהודית תידור באומל-שוורץ (Baumel-Schwartz, 2009) ניתחה פורומים אורתודוקסיים של נשים יהודיות באינטרנט.

שאלת מפתח היא כיצד התייחסה החברה החרדית אל השינויים הטכנולוגיים בתקשורת ההמונים – מהעיתונות ועד מחשבים – ובה בעת שמרה על זהות הגטו התרבותי שלה. במאמר זה אני בוחן את תגובות החרדים על שינויים בתקשורת, כולל יצירת תקשורת חרדית

החרדים בוחרים להסתגר בגטאות תרבותיים כדי להבטיח שאורח החיים החילוני לא ישפיע על אורח חייהם הטהרני. עקב הפילוסופיה של פרישה מהמודרנה ושאיפתה לשמור על ערכיה הדתיים, חשה הקהילה החרדית מאוימת מהשינויים בתקשורת ההמונים. מכל המגזרים בישראל, החרדים מסתמנים כמגזר הפעיל ביותר ביצירת כלי תקשורת קהילתיים המיועדים למגזר שלהם בלבד. לפי התאוריה של תיאודור אדורנו (אדורנו, 1991), תקשורת ההמונים היא גורם מכריע במתן לגיטימציה למבנים מוסדיים פוליטיים ומלעיט את קהל הצרכנים בכרורות דמיוניות וחסרות חשיבות כדי להסיט את תשומת לבם לזוטות ולמנוע את השתתפותם המלאה והיצירתית במבנים החברתיים הממוסדים של הזרם המרכזי. אם החדשות נגזרות ממבנה המוסדות, הרי שבחברה הדתית יהיו החדשות שונות מאלה הנפוצות בחברה הישראלית החילונית. חשיפתם של יהודים חרדים לתקשורת ההמונים הושפעה ממנהיגיהם הרוחניים. השפעתן של ההיררכיות הדתיות – בייחוד הרבנים – דומיננטית בקהילות החרדיות, אם בזרם הליטאי החרדי שם תפקיד הרב מתמקד בפירוש ההלכה, או בזרם החסידי החרדי שבו האדמו"ר מתפקד כדמות האב של הקהילה כולה והשפעתו מרחיקת לכת יותר, כאשר הייעוץ שלו מתבקש בקשת רחבה של נושאים חברתיים ואחרים. במשך השנים פרסמו רבנים חרדים פסיקות הלכתיות נגד ההיחשפות לתקשורת ההמונים המאיימת, לתפיסתם, על ערכי המשפחה על פי התורה. החרדים בישראל, המהווים שישה אחוזים מאוכלוסיית ישראל היהודית (לפי הסקר החברתי של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה משנת 2009), מאתגרים על ידי דפוסי התקשורת המשתנים והמתחדשים בעיתונות, ברדיו, בפרסומת, בטלוויזיה ובאינטרנט.

לאור החשיבות המעטה שמייחסים לדת חוקרי תקשורת ההמונים בישראל, היקף המחקר השימושי שהתבצע על השפעות הגומלין שבין התקשורת לדת בהקשר היהודי הישראלי היה מוגבל (Cohen, 2012a). אפרים קורנגוט (1993), אבי שבת (1995), איתמר ורהפטיג (2009) ואני (2002, וכן 2006a; 2006c; 2001; Cohen, 2001) דנו בגישות תאולוגיות יהודיות לתפקיד החברתי של התקשורת. יואל שוורץ (2005) בחן את המחשב לפי השקפת ההלכה, ואני (Cohen, 2012d) בחנתי את האינטרנט מהזווית של ההלכה היהודית ומדדתי את התייחסויותיהם של רבנים

כעוסים אחרי שפרסם מאמר שכלל פרטים על תקיפת חיילת בבסיס צבאי. הנאשם, על פי הדיווח, נעצר באשמת תקיפה ואונס. כדי לעקוף את המגבלות כאשר יש צורך לפרסם מידע חשוב, מפרסמים המודיע וביתד נאמן טורים הקרויים "מיום ליום" ו"על סדר היום" בהתאמה, ובהם, באמצעות התקפות על נושא "לא יהודי" – לדוגמה, הצלחה ישראלית באירוע ספורט בין-לאומי – הם בעצם מדווחים על כך שהאירוע התקיים.

קהילות דתיות, ובייחוד הקהילה החרדית, אינן חשופות לתקשורת של הזרם המרכזי כמו האוכלוסייה היהודית הכללית בישראל. חלק ניכר מן הקהילה אינו חשוף לתקשורת המונים מודרנית כלשהי. ממצאים אלה עומדים בניגוד למחקר בארצות הברית, שמצא שככל שהאדם דתי יותר כך הוא נוטה יותר לקרוא עיתונים. 64 אחוז מהאמריקנים המבקרים בכנסייה לפחות פעם בשבוע קוראים עיתון יומי, לעומת 49 אחוז מאלה המבקרים בכנסייה פחות מפעם בשבוע, ו-49 אחוז מהמבקרים בכנסייה פעם בשנה או פחות (Hoover, 1998, Table 7:19). העיתון המודיע של ערב שבת זכה לחשיפה של 27 אחוז מהאוכלוסייה החרדית, ויחד נאמן זכה לחשיפה של 26 אחוז לפי סקר TGI משנת 2007.³ המהדורות של המודיע ושל יחד נאמן של שאר ימות השבוע מגיעים לאחוזים קטנים יותר מהאוכלוסייה.

מאמצע שנות השמונים החלו לצאת לאור שבועונים חרדיים מסחריים הפתוחים לדיווח חדשותי שאינו מקובל בעיתונים היומיים המתפרסמים על ידי המפלגות הפוליטיות. השבועונים בעלי התפוצה הגדולה ביותר הם המשפחה, בקהילה ושעה טובה. גם השבועון שבוע, המתפרסם בידי קבוצת העיתונות הדתית, הוא רשת ארצית של שבועונים המופצים חינם ומתבססים על פרסומות, במהדורות מקומיות באזורי מפתח בעלי אוכלוסייה חרדית כמו ירושלים, בני ברק, ביתר עלית, קרית ספר ואלעד. שבועונים אלה מדווחים על דיונים פנימיים בקרב מועצת גדולי התורה (ארגון הגג של הרבנים החרדים בישראל), על הפוליטיקה הפנימית של מפלגות פוליטיות חרדיות ועל מקרים של שחיתות במוסדות חרדיים. שבועונים אלה פתחו תיבות פנדורה של סוגיות שבעבר הוכחשו בחוגים חרדיים, כגון הבעיה של תלמידים הנושרים משיבות, אפליית ילדים ממוצא מזרחי במערכת החינוך החרדית האשכנזית, והנושא של ילדים הלוקים בתסמונת דאון. הצלחת השבועונים יכולה להיזקף לרצון הקיים בקרב חלקים מהחברה החרדית לקבל מידע מלא יותר, ובעיקר להיות מנוכרים פחות למדינת ישראל המודרנית.

לפי ישראל קצובר, שערך את השבועון יום ששי יחד עם יצחק נחשוני בשנות השמונים: "בעבר, עקב פרשנות מרחיבה של צו ההלכה נגד רכילות וסקנדלים, ובגלל אי רצון עמוק להציג כביסה מלוכלכת ברבים, היה כיוון מוגבל בלבד של העולם האורתודוקסי. אך העיתונות האורתודוקסית העצמאית החדשה אינה בוחלת בדיווחים על שימוש לרעה בכספי ציבור על-ידי חברי כנסת ומנהיגים אורתודוקסים, או על עיוותים או שחיתות במערכת הכשרות".⁴ דודי זילברשגל, המו"ל לשעבר של בקהילה, ציין כי "הנציגים של הציבור החרדי, כמו שכולנו יודעים, הם שליחי הרבנים, ורק מועצת גדולי התורה מחליטה מי הם יהיו. אבל, כמו שאמרו חז"ל, אין למנות נציגי ציבור ללא התייעצות עם הציבור".⁵ ניסיונות של רבנים חרדים להטיל איסורים על השבועונים המסחריים החרדיים נכשלו. למשל, ב-1977 השיקה מועצת גדולי התורה – מחשש לאבד את הסמכות שממנה נהנתה בקהילה – קמפיין נגד השבועונים

אלטרנטיבית לתקשורת הישראלית החילונית, חשיפת יהודים חרדים הן לתקשורת החילונית והן לתקשורת החרדית החלופית, תגובות הרבנים וההשפעה של התפתחויות אלה על החברה החרדית בישראל. לקבוצה לא חרדית, החרד"ל (חרדי-דתי-לאומי), שהיא חלק מהזרם האורתודוקסי המודרני, אתיחס בנפרד.

העיתונות החרדית

בעקבות הקמתה של המדינה היהודית החילונית ב-1948, ייסדו מנהיגי התנועה החרדית אגודת ישראל בשנת 1950 עיתון יומי, המודיע. הייתה בכך הכרה שלולא עשו זאת, הייתה הקהילה החרדית עלולה להיחשף להשפעותיה של התקשורת החילונית. לאחר מכן החלו לצאת לאור עיתונים חרדיים מפקחים אחרים, כולל יחד נאמן, היוצא לאור על ידי מפלגת דגל התורה, המזוהה עם הזרם הליטאי החרדי, ולאחרונה המבשר מטעם סיעה שהתפלגה מאגודת ישראל, בעלת אוריינטציה חסידיית. ש"ס, המפלגה החרדית המזרחית, מוציאה לאור את השבועון יום ליום.

העיתונות החרדית מתאפיינת בגישה המכתיבה צניעות בעניינים הקשורים למין לפי אמות מידה מחמירות ביותר. התכנים של העיתונות החרדית מושפעים מאוד מעקרונות תאולוגיים יהודיים ומשקפים פחות את המציאות כפי שהיא מאשר את המציאות שצריכה להיות, להשקפתם. בהסתמך על הציווי המקראי של שמירת קדושת המחנה, "והיה מחניך קדוש" (דברים כג, 15), מבקשים העורכים החרדים להבטיח שהעיתון הנכנס אל הבית החרדי לא יחלל את האווירה המשפחתית. בתקשורת החרדית לא מתפרסמות תמונות של נשים והדיווח החדשותי אינו נעשה בידי נשים, אך נשים מפרסמות כתבות ועוסקות בעריכה. נשים כותבות חותמות על מאמריהן בראשי התיבות של שמן. אין סיקור מערכתי על בידור, ספורט, זמרים או נשים, וגם לא על ניצול מיני או התעללות מינית. מחלת ה-AIDS, לדוגמה, מכונה "מחלה מידבקת". כאשר נבדק ראש הממשלה לשעבר, אהוד אולמרט, בבדיקה רפואית בחשד כי לקה בסרטן הפרוסטטה, דיווחה התקשורת החרדית רק על "חשד לסרטן". כאשר הואשם הנשיא לשעבר, משה קצב, ב-2007 באונס, ונאלץ להתפטר מהנשיאות, היה זה אתגר לעורכים החרדיים: מצד אחד הם אינם נוהגים לדון בעניינים כמו אונס; מצד שני אי אפשר להתעלם מכתב אישום נגד הנשיא. העיתונים מצאו דרכים להתגבר על מכשול זה. יחד נאמן דיווח: "אתמול החליט התובע הכללי על הגשת כתב אישום נגד קצב על סדרת עבירות פליליות, כגון שימוש בכספי מדינה והפרעה להליכים משפטיים".¹ כאשר קצב נמצא אשם ב-2010 והוכנס לכלא לא פורסם דבר בקשר לכך בעיתונות החרדית. קצב כבר לא היה נשיא, ולכן בהיעדר השלכות פוליטיות לפסק הדין של בית המשפט, אפשר היה להתעלם מפרט חדשותי זה.

בכל עיתון יש צנזור רבני שתפקידו לבדוק מדי יום את המהדורה שתצא למחרת. מעליו קיימת מועצה של רבנים הקובעים את מדיניות המערכת. הדרך שבה עיתון מגדיר מנהיג דתי בתואר "גאון" או "רב" חושפת את היחס לאותו רב ולמעמדו בעיני העיתון ונותני חסותו (Baumel, 2002). "העיתון שלנו הוא ספר חינוכי. כל הורה המביא את העיתון אל ביתו יודע שתכניו מתאימים לעולם החרדי", אמר יצחק טננבאום, עורך המודיע.² לעתים מועדת המערכת של הצנזור ולעיתון משתרבת ידיעה שנחשבת לא מתאימה. לדוגמה, באוגוסט 1990 הגיעו ליתד נאמן קריאות טלפונית מאמהות נבוכות ומרבנים

הציבורי, לעומת ממוצע של חמישה אחוזים ו-16 אחוז משלושת המגזרים האחרים. רק 25 אחוז מהחרדים אמרו שהם מרוצים (ממוצע של 58 אחוז בקרב שלושת הזרמים האחרים אמרו שהם מרוצים). 51 אחוז האזינו באותה תקופה לערוץ 7, תחנה הפונה אל קהל המתנחלים, אף על פי שהפעילות החדשותית של התחנה והתשתית הכללית שלה היו פחות מלאים מאלה של שתי התחנות האחרות. כשנערך סקר רוקח לא הייתה אף תחנת רדיו שפנתה לאוכלוסייה החרדית, וכללה פעילות חדשותית. ערוץ 7 נשלט בידי הדתיים-לאומיים, מה שהפגיע לאור סדר היום האולטרה-ציוני של התחנה. ערוץ 7, שהתכנים שלו היו מקובלים יותר על מגזר זה מאלה של קול ישראל ושל גלי צה"ל, בעלות האופי החילוני, הועדף על פני גלי צה"ל (רוקח, 1997).

דפוסי האזנה החרדיים השתנו אחרי שהוקם רדיו קול חי בשנת 1996, לצד עוד תשע תחנות אזוריות, בהתאם לתכנית הכנסת להקמת תחנות רדיו אזוריות. בהתחלה העבירה התחנה את שידור החדשות מקול ישראל, אך כעבור זמן הקימה תשתית עצמאית לאיסוף חדשות עם אוריינטציה לכיסוי ההתפתחויות בעולם הדתי. התחנה תרמה להיפתחות נוספת של הגטו התרבותי החרדי. שודרו בה תכניות עם מוסיקה יהודית כמו חזנות ושירים חסידיים, ותכניות לימוד בנושאים יהודיים כגון שיעורים משודרים, תכניות שהתמקדו בצרכנות ושירותים חברתיים, וכן תכניות שהציעו עזרה וייעוץ אישי לבעיות שהעלו מאזינים. התחנה שהייתה מיועדת להתחלה לכל האוכלוסייה הדתית – דתיים-לאומיים כמו גם חרדים – שינתה כיוון אחרי שחוותה קשיים כלכליים עקב קהל מאזינים מצומצם, והפכה לתחנה חרדית מפני שהדירקטוריון שלה הגיע למסקנה שהמאזינים הלא חרדים מקשיבים לתחנות כלליות כמו קול ישראל ולא לרדיו קול חי. כדי למשוך יותר מאזינים חרדים נאלצה התחנה להתפשר ולהוציא מתכניתיה דברים העלולים להרגיז חרדים אחרים, כמו שירת נשים. במקרה דרמטי אחד התפטרו שני שדרנים שזוהו עם האורתודוקסיה המודרנית אחרי שמנהל התחנה עצר בשידור את השמעתה של זמרת.⁷ באופן פורמלי התחנה אינה כפופה לפיקוח רבני, גם אם הצוות מתייעץ עם רבנים בנושאים מסוימים, אך כמו השבועונים המסחריים היא קשובה לרוח הרחוב החרדי. במקרה אחר התחנה ספגה איומים אחרי שחשפה את קיומם של מאבקי כוח בישיבת פוניבז'.⁸ מאז הקמת רדיו קול חי הוקמה תחנה חרדית נוספת בהמרת מפלגת ש"ס – רדיו ברמה – הפונה אל החרדים ממוצא ספרדי. בסקר שנערך בשנת 1995 עלה כי תחנות פירטיות אחרות בעלות אוריינטציה חרדית נהנו מקהלים קטנים יותר: שני אחוזים ואחוז אחד מהחרדים האזינו לקול הנשמה ולרדיו אמת (איגוד המפרסמים בישראל, 1995). דפוסי האזנה של החרדים שונים מאלה של מגזרים דתיים אחרים. שלושת המגזרים האחרים – הדתי-לאומי, המסורתי והחילוני – מקשיבים לרדיו בעיקר בשעות הבוקר, ובשעות הערב הם צופים בדרך כלל בטלוויזיה. החרדים מקשיבים לרדיו בשעות הפנאי שלהם בערב, הן עקב האיסור על צפייה בטלוויזיה והן משום שבבוקר הם עסוקים בתפילה בבית הכנסת. לפי סקר שנערך בשנת 1995, 46 אחוז, 47 אחוז ו-44 אחוז מהיהודים החילונים, המסורתיים והדתיים-לאומיים, בהתאמה, האזינו לרדיו בשעות הבוקר בין 06:00 ל-09:00, ורק עשרים אחוז מהחרדים. כמו כן, עשרה אחוזים, תשעה אחוזים ו-13 אחוזים מהחילונים, מהמסורתיים ומהדתיים-לאומיים האזינו לרדיו בין השעות 18:00-21:00, בעוד שבקרב החרדים, 24 אחוז מהם האזינו בשעות אלה (איגוד המפרסמים בישראל, 1995).

המסחריים. אמנם לחלק מהשבועונים היו צנזורים רבניים, אבל הייתה חסרה שותפות מוסדית. המאבק הרבני התרחב ב-2001 כאשר קבוצות שונות נאבקו לסגור את השבועונים. רמז להצלחתם של השבועונים מצוי בסקר TGI שמצא ב-2007 כי 29 אחוז ממשותפי הסקר קראו את משפחה, 21 אחוז את בקהילה, שבעה אחוזים את שעה טובה, שישה אחוזים את המחנה החרדי ושישה אחוזים את יום ליום. לעומת אלה, קראו את המודיע 26 אחוז ואת יתד נאמן 25 אחוז.⁶

טלוויזיה

כשהוקמה הטלוויזיה הישראלית ב-1968, אסרו רבנים חרדים על הצפייה בה בטענה כי תכניה אינם מתאימים מבחינה מוסרית, אף שבידור כשלעצמו אינו אסור. התפיסה החרדית היא שבידור משמש הפוגה ומנוחה הנחוצים מדי פעם עקב העומס של העיסוק בערכים גבוהים יותר כמו לימוד התורה. בשנת 2007 היו רק 33 אחוז מהתושבים בבני ברק בעלי מכשירי טלוויזיה לעומת רוב הערים האחרות, שבהן מספר בתי האב שהיה בהם מקלט טלוויזיה נע בין 82 אחוז באשדוד למאה אחוז בראשון לציון (סקר חברתי, הל"מ, ירושלים 2008). כאשר הומצאו מצלמות וידאו – שמשפחות חרדיות רבות השתמשו בהן להנצחת חגיגות משפחתיות – לא הוטל איסור רבני על השימוש בהן. אך ב-1993, אחרי שהתגלה שאפשר לראות תכניות טלוויזיה בחיבור הווידאו אל המחשב, אסרו הרבנים החרדים גם על השימוש בווידאו.

רדיו

האיסורים על טלוויזיה ועל עיתונים חילוניים נחלו הצלחה רבה יותר מן האיסורים על אמצעי תקשורת אחרים. האיסור על האזנה לרדיו התבסס על ההלכה היהודית האוסרת שמיעת לשון הרע, אך כובד הרבה פחות כי הבעיות הפוליטיות-ביטחוניות התדירות של ישראל מקשות על הציות לאיסור זה. חשיבותה של הצניעות הייתה רלוונטית לרדיו בעידן הטרור טלוויזיה, כאשר הרדיו כיסה קשת רחבה של נושאים, כולל דרמה. כיום, הרדיו משמש בעיקר לקבלת מידע. יש מעט הבדלים בין חרדים ומגזרים אחרים בישראל, כולל המגזר הדתי-לאומי, המגזר המסורתי והמגזר החילוני, בהאזנה לערוץ החדשות העיקרי, רשת ב' של קול ישראל. בסקר שנערך בשנת 1995 ציינו 36 אחוז מהחרדים כי הם מאזינים לרדיו; 46 אחוז מהחרדים אמרו שאינם מאזינים לשום רדיו (איגוד המפרסמים בישראל, 1995). בסקר רוקח, על דפוסי האזנה לרדיו, שלא פורסם ונעשה במסגרת ועדה ממשלתית לבדיקת תפקיד הרדיו במודעות החברתית על מורשת ישראל, אמרו שלושים אחוז מהחרדים שאינם עושים זאת מסיבות דתיות. בשלושת המגזרים האחרים – הדתי-לאומי, המסורתי והחילוני – כולם האזינו לרדיו (רוקח, 1997).

תחנת הרדיו של גלי צה"ל, הנחשבת לתחנה השנייה בפופולריות שלה בקרב אוכלוסיית ישראל, היא דוגמה טובה לבחינת הסתייגויות החרדים מן הרדיו. התחנה, הפונה במידה מסוימת לצעירים ולחילונים, משדרת הרבה מוסיקה. החרדים מסתייגים מהזהות עם המדינה הציונית ומהשידור של מוסיקת פופ, כולל שידור של זמרות. כאשר נשאלו בסקר רוקח על דפוסי האזנה לרדיו אם שידורי תחנת גלי צה"ל מנוגדים לערכי הדת, חשבו 51 אחוז מהחרדים שכן, לעומת רק 29 אחוז מהדתיים-לאומיים, 14 אחוז מהמסורתיים ו-18 אחוז מהחילונים. שלושים אחוז ו-25 אחוז מהחרדים היו "מאוד לא מרוצים" או "לא מרוצים" מהשידור

אינטרנט

האינטרנט היא זירת הקרב העיקרית נגד התקשורת שבה הפסידו הרבנים החרדים (Cohen, 2011b). בשנת 2000 אסרה המנהיגות הרבנית החרדית על שימוש באינטרנט והגדירה אותו כאיום מוסרי על קדושת ישראל. האינטרנט איים על החומות הגבוהות שהקימו רבנים חרדים כדי להדיר מקהילתם השפעות תרבותיות חילוניות. האיסור כוון לילדים שהוסחו מלימודי הדת שלהם על ידי מחשבים, כולל האינטרנט ומסדי נתונים. לאור מרכזיות האינטרנט בחיים המודרניים הרשו ב־2007 הרבנים את השימוש באינטרנט לצרכים עסקיים, למרות הסיכונים המוסריים שבשימוש בו. העיתונים החרדיים הדפיסו את המילה "אינטרנט" בפעם הראשונה בשנת 2007, כשפרסמו הודעות מטעם ועדת הרבנים לענייני תקשורת שהתירו לעסקים להשתמש באינטרנט. קיים הבדל בין האסכולה הליטאית האשכנזית לבין הענפים האשכנזי-חסידי והספרדי-מזרחי בקרב החרדים. האסכולה הליטאית המחמירה יותר אסרה לא רק על האינטרנט אלא על מחשבים בכלל וקראה לחבריה להיפטר מהם ולסלקם מבתיהם. הספרדים הסובלנים יותר והחסידיים האשכנזים נוטים לעבוד לפרנסתם ולהשתמש במחשבים לשם כך, בניגוד לליטאים הלומדים בשיבות.

הסכמתם של הרבנים החרדים להתיר שימוש באינטרנט לצורך עסקים הייתה תוצאה של סדרת ניסיונות מצדם לספק לצאן מרעיתם אינטרנט שעבר סינון. הושגה הסכמה עם חברת בזק לספק לבתי עסק גישה למספר קטן של אתרי אינטרנט.⁹ שיטה זאת לא הייתה חסינה לחלוטין. כך התברר ב־2008, כאשר חסידות בעלז התירה לאנשיה להשתמש בחבילה מיוחדת שכללה כ־150 אתרי אינטרנט אשר הוכרוזו מותרים לשימוש הן בבית והן לעסקים. חסידות בעלז הגיעה להסדר עם שרת אינטרנט דתי, רימון, שייצר חבילה של 150 אתרים, ובה נכללו גם אתרים בעלי עניין כללי, כולל כמה עיתונים ישראלים איכותיים, ואתרים הקשורים לעסקים. התברר שאתרים אשר נחשבו "טהורים" הובילו באמצעות לינקים לאתרים בעייתיים או כללו פרסומות בעייתיות, וכן היו אתרים שנחשבו תחילה "טהורים", אך בשלב מאוחר יותר שולבו בהם חומרים בעייתיים. הוועדה הרבנית לענייני תקשורת המליצה על שיטה חלופית שבה הגישה תותר רק לאתרים רלוונטיים למקצוע מסוים. החולשה בתכנית זו הייתה שחלק מהלקוחות החרדיים לא יוכלו לקבל גישה לאתרים שיהיו מותרים ללקוחות חרדים אחרים, שעסקיהם נזקקים לאותם אתרים.

במקביל לאיסורים הרבניים על מחשבים היו כמה ניסיונות של יזמים חרדים ליצור תכניות לסינון תכנים במחשב. ניסיון מוקדם אחד, האתר **תורה.נט**, התחייב לטפל בבקשות לכניסה לאתרים תוך 24 שעות. ניסיון נוסף, **נתיב**, היה תוכנה שחסמה הכול חוץ מדואר אלקטרוני או ממספר מוגבל של אתרים הקשורים לעסקים ולמוסדות רשמיים. דרישות החרדים להתמודד עם האינטרנט קיבלו ממד פרלמנטרי ב־2007 כאשר יצחק כהן, חבר כנסת מטעם ש"ס, הגיש הצעת חוק פרטית שחייבה שרתי אינטרנט לחסום חומרים פורנוגרפיים לילדים ולבוגרים, פרט לאותם בוגרים שביקשו במפורש לקבל חומרים פורנוגרפיים. הצעת החוק הייתה כללית ולא כוונה ספציפית לקהילה החרדית.

המגמה המובהקת שהסתמנה הייתה שהמשפחות החרדיות הכירו בכך שמחשבים ואינטרנט הם חלק מהמציאות בחיים המודרניים, ואין להתעלם מהם. משקי בית חרדיים רבים מחזיקים כיום מחשבים ללא גישה לאינטרנט. החרדים חשופים פחות למחשבים ולאינטרנט משאר

האוכלוסייה היהודית בישראל. ב־2007 החזיקו 55 אחוז ממשקי הבית החרדיים מחשב בבית. כ־57 אחוז ממשקי בית אלה היו קשורים לאינטרנט.¹⁰ אחוז זה היה גבוה יותר ממה שהראה סקר רשמי של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (2005). הסקר של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה מצא שרק עשרה אחוזים מהמשפחות החרדיות היו מחוברות לאינטרנט, לעומת 61 אחוז מכלל האוכלוסייה היהודית בישראל. בסקר של בתי אב שאין בהם מחשב או אינטרנט נמצא שחרדים הם הקבוצה הגדולה ביותר: 42 אחוז מבתי האב החרדיים לא החזיקו מחשב בבית לעומת 29 אחוז מהאוכלוסייה היהודית הכללית בישראל.¹¹

עד 2008 התרחב שימוש החרדים באינטרנט. 27 אחוז ממי שהחזיקו בביתם מחשב אך לא היו מחוברים לאינטרנט היו יהודים חרדים. ב־2007 נערך סקר נוסף ובו נמצא שבבני ברק היו רק 53 אחוז בעלי מחשבים אישיים, בעוד בשכונות מעורבות ובערים כמו רמת גן ואשקלון, היו 73 אחוז ו־71 אחוז בהתאמה בעלי מחשבים. עוד נמצא ש־66 אחוז ו־61 אחוז ממשקי הבית ברמת גן ובאשקלון השתמשו באינטרנט, אך רק 29.5 אחוז ממשקי הבית בבני ברק.¹²

השימוש של החרדים באינטרנט היה גם פחות "כבד". סקר שנערך ב־2005 הבחין בין "שימוש קל" (פחות מפעם ביום), בין פעם אחת עד שלוש פעמים ביום, ובין משתמשים "כבדים" שהשתמשו באינטרנט לפחות ארבע פעמים ביום. 58 אחוז מהמשתמשים ה"קלים" הם חרדים.¹³ סקר נוסף שנערך ב־2006 מצא ש־38 אחוז מהחרדים קנו באמצעות האינטרנט ונתנו בו אמון בביצוע פעולות בנקאיות מקוונות. אך אחוז זה היה קטן מזה של האוכלוסייה החילונית – 53 אחוז מהחילוניים השתמשו באינטרנט לרכישות וחמישים אחוז נתנו בו אמון לשם ביצוע פעולות בנקאיות מקוונות.¹⁴

בשנים 2005–2009 פעל קומץ של אתרי חדשות חרדיים ללא פיקוח רבני. **כיכר השבת**, **חרדים ולדעת**. האתרים, שנחלו הצלחה כלכלית, משכו אינטרסים חיצוניים. במקרה של **כיכר השבת** – העיתון **גלובס** קנה את האתר. אתרים אלה היו מודעים להגבלות החברתיות המקובלות בגטו הדתי-תרבותי החרדי והקפידו לא לכלול בהם תמונות של נשים, אך הם לא היו כפופים לצנזורים הרבניים. לכן חלק מהמנהיגים החרדיים סירבו להתראיין בהם והשמות של נותני החסות שלהם ועורכיהם הוסתרו מהציבור.

העיתונות החרדית המסחרית העצמאית בדמותם של השבועונים שלא היו כפופים לשליטה רבנית, קראה תיגר על המנהיגות החרדית עוד קודם לכן בכך שסירבה להיות כפופה לשליטה רבנית. כעת עשו אתרי האינטרנט החרדיים צעד נוסף וקראו תיגר על האיסור על שימוש באינטרנט. אם בזמנו חששו השבועונים מפני תגובת הרבנים ונזהרו לא לפגוע בהם, אתרי האינטרנט החרדיים התעלמו מהם. יתר על כן, פורומים כמו "בחדרי חרדים" הפכו לכמה שבה נוהגים חרדים להעביר ביקורת על הרבנים והמוסדות.

אתגר נוסף של האינטרנט למנהיגי החרדים הציבה הקמת פייסבוק. אף כי החרדים הדגישו תמיד את החשיבות של יחסים בין-אישיים הן במונחים של משפחה והן במונחים של קהילה, ופייסבוק לא הציב איום ישיר של אתרי אינטרנט בעלי תכנים מיניים, הרשתות החברתיות הפרו את כללי ההתנהגות החרדיים בעיקר עקב כך שהם מאפשרים בניית מערכות יחסים בין גברים ונשים. תוצאה נוספת של הרשתות החברתיות היא המעבר החופשי של מידע ורכילות בחברה שבה לשון הרע נחשבת עבירה על פי ההלכה. במובן מסוים הדבר תלוי במשתמשי



לצרכן החילוני בגלל האופי הפטרנליסטי וההיררכי של החברה החרדית. היות שהייצור נעשה הרחק מעיני החרדים, חייב המוצר להיחשב "כשר" בעיניו של הצרכן היהודי החרדי. מרבית המוצרים הננים מאמינות של 60-65 אחוז בעיני הציבור במגזר החרדי, לעומת כ-40-50 אחוז אמינות במגזר הרוסי, לדוגמה.²⁰ לפי התאחדות התעשיינים בישראל, החלטות על כעשרה אחוז מרכישות המזון במגזר החרדי מתקבלות על סמך דרגת הכשרות של אותו מוצר.²¹ היום, יותר מבעבר, קיים פיקוח על כשרות בסטנדרט שמתאים לצרכן החרדי. בישראל עוסקים כמאה ארגונים במתן אישורי כשרות; שבעה מהם מובילים בקרב הציבור החרדי.

מפרסמים הפונים אל התקשורת החרדית נדרשים לגלות רגישות. כמו שהתכנים המערכתיים מצונזרים בעיתונות החרדית, כך גם הפרסומות כפופות לצנזורה. פרסומות עם תמונות של נשים אינן מתפרסמות. בהתאם לקוד הצניעות אין לפנות אל נשים בלשון יחיד, אלא רק בלשון רבים. בתחום התיירות, לדוגמה, פרסומת של מלון אינה מציגה תמונה

פייסבוק שעליהם מוטל לפתח קוד התנהגות שיתאים לערכיהם ושלא יהיה שונה בהרבה מהקודים לפיהם מתנהלים אתרי האינטרנט החרדיים הבלתי רשמיים.

פרסום

הגטו התרבותי החרדי איבד מכוחו גם כתוצאה משינויים שחלו בתחום הפרסום. הסקטור העסקי גילה את הפוטנציאל המסחרי של השוק החרדי והתאים את האסטרטגיות והטקטיקות של הפרסומות כדי שיעלו בקנה אחד עם הרגליו של מגזר זה (Cohen, 2012b). הוא הרחיב את טווח הבחירה של הצרכן החרדי מעבר לתחום המוגבל של מזון ופריטי לבוש, והציע לחרדים יותר אפשרויות קנייה בתחומים נוספים. ואכן, דפוסי הצרכנות החרדיים השתנו עד שנת 2000. החרדים החלו לקנות מוצרי מזון כמו בשר קפוא, מוצרי מזון טבעיים, ומגוון רחב יותר של מוצרי חלב, וכיום יש בבתיהם מכשירים חשמליים כמו מזגנים, מכונות כביסה, מקפאים ותנורי מיקרוגל.

כתוצאה מכך הצטמצמו ההבדלים הניכרים בין הצרכים הצרכניים של השוק החרדי לאלה של השוק הישראלי הכללי. בבדיקה של כמות הפרסומות בסקטור הישראלי הכללי לעומת המגזר החרדי ב-2006 נמצא שבקטגוריות של המגזר החרדי, שאינן מופיעות בעשרת הקטגוריות הראשיות של פרסומת בסקטור הישראלי הכללי, נכללו מוצרי חלב, ספרים, מכללות וישיבות, שירותי בריאות וסוכנויות נסיעות. לעומת זאת, עם הקטגוריות הראשיות של פרסומת בסקטור הישראלי הכללי שלא הופיעו בעשרת הקטגוריות הראשיות של הפרסומת החרדית נמנו מכונות, מוצרי חשמל, חברות אשראי, רהיטים, ואמצעי תקשורת כמו מחשבים.¹⁵

האוכלוסייה החרדית מונה כ-100,000 בתי אב, ובממוצע יש 6.2 ילדים בכל משפחה חרדית לעומת 3.5 ילדים בקרב האוכלוסייה החילונית. רק 15 אחוז מתקציב הפרסום הכולל מופנה ספציפית אל מגזרי החרדים, הרוסים והערבים,¹⁶ אף שמגזרים אלה מונים כשבעים אחוז מהאוכלוסייה הישראלית. החרדים מונים שישה אחוזים מאוכלוסיית ישראל, אך מושכים רק שלושה אחוזים מתקציב הפרסום.¹⁷ הצפי הוא שהמגזר החרדי יגדל בשישה אחוזים מדי שנה. לפי מכון המחקר שילב, עד 2020 ימנה המגזר החרדי 19 אחוז מהאוכלוסייה. מדי שנה נולדים בישראל 105,000 תינוקות, מהם 30,000 במגזר החרדי.¹⁸ מתחילת שנות התשעים זיהו הגורמים המסחריים את השוק החרדי כשוק רווחי שאליו ראוי להפנות מסרים שיווקיים.

אך דפוסי הצריכה של החרדים מייחדים אותם, והם סובבים סביב מחזור החיים. נוסף על פריטים הקשורים ספציפית לדת, נהוג לרכוש בגדים חדשים לקראת החגים. במטבחים בבתי האב החרדיים מקובל שיש שני כירורים – בשרי וחלבי. האפנה היא התחום המאתגר ביותר עקב דרישות הצניעות. הצרכים המיוחדים של נשים בלבוש כוללים שרוולים ארוכים, חצאיות ארוכות וגרבינונים; הן אינן לובשות מכנסיים. חמישים אחוז מהגרבינונים הנמכרים בישראל נמכרים למגזר החרדי.¹⁹ מסיבות של צניעות לובשות הנשים פאות נכריות. הפאות נקנות בממוצע פעם בשלוש שנים במחיר ממוצע של 3,000 דולר. גם לגברים חרדיים יש צרכי ביגוד ספציפיים. 25 אחוז מחליפות הגברים הנמכרות בישראל נמכרות במגזר החרדי.

לחרדים יש דרישות גם לגבי תקני הכשרות במזון. סקר של גאוקרטוגרפיה מצא שהאמינות חשובה לצרכן החרדי יותר מאשר

קורא תיגר על הדת המאורגנת. אנשים מוצאים אמצעים חלופיים ואולי בעלי משמעות רוחנית עמוקה יותר כדי לבטא את גישתם הדתית. היות שהתקשורת אינה כפופה לרבנים פורמלית ואינה נתונה לשליטתם, הרי שהרבנים הפסידו במאבק על שליטה ממוסדת. עם זאת המאפיין הבסיסי של הגטו התרבותי ממשיך להתקיים. עקב השינויים המהירים המתחוללים בחברה השמרנית הזאת, כיבדו הרבנים במידה מסוימת בחשיפתם לתקשורת את הפתגם הרבני שאין לקבוע הלכות שהציבור אינו מסוגל לעמוד בהן. וכך, בעוד שנכון הדבר כי העיתונות החרדית המסחרית העצמאית החדשה של השבועונים, הרדיו ואתרי האינטרנט מציגה אתגר לעיתונות היומית החרדית הממוסדת, הרי שכלי התקשורת החרדיים החדשים האלה מכבדים את ערכי הדת לא פחות מהעיתונות החרדית הממוסדת. הרבנים אינם מודים בכך, אך התקשורת החרדית מסייעת לחזק את ערכי הדת ואת המוסדות הדתיים בקהילה החרדית.

כך גם, במידה פחותה, בקהילה הדתית-לאומית. החרדים מזדהים עדיין עם הרעיון הבסיסי של הגטו התרבותי, שגם אם הוא עבר שינויים מסוימים בשוליו, ממשיך להציג מבחינתם ומבחינת המנהיגות הרבנית את אורח החיים היהודי הנכון. אין להפריז, אפוא, במידה שבה שינו צורות התקשורת החדשות את חיי הדת. חיי הדת מתמקדים בבית הכנסת, בבית היהודי ובלמוד התורה. בית הכנסת נותר מרכז חיי הרוח היהודיים וכך גם הבית היהודי השומר על אורח החיים היהודי כפי שמתבטא בתר"ג מצוות עשה ולא תעשה של התורה, המסדירים את יחסי האדם עם אלוהיו ועם חברו. אם, לדוגמה, לימודי היהדות זכו לשדרוג באמצעות החלת טכנולוגיות כמו אלה המצויות באתרי אינטרנט לחינוך תורני, ממשיך מעמדן של המסגרות המסורתיות הבלתי-מקוונות של לימודי היהדות כמו שיעורים של רבנים ולימודים בישיבה להיחשב עליון.

של חדר שינה אלא של אולם הכניסה למלון. פרסומות לאינטרנט אינן מתקבלות על ידי התקשורת החרדית. הפרסומות היחידות המתקבלות לטלפונים ניידים הן כאלה המתייחסות לטלפונים "כשרים" שאינם מאפשרים גישה לאינטרנט או שליחת הודעות טקסט. כתוצאה מכך הולכים לאיבוד עשרות אלפי שקלים של פרסומות אבודות. הצנזור הרבני נדרש להיות בעל ידע מספיק כדי לפסוק לגבי הפרסומות המוגשות לפרסום. במקרה אחד העביר צנזור רבני של העיתון **יחד נאמן** פרסומת לוויאגרה משום שלא היה מודע למטרת התרופה.

רמז לפתיחת הגטו התרבותי בכל הנוגע לפרסומות אפשר לראות בכך שבשנות התשעים הקימו כמה חברות פרסום מחלקות נפרדות למגזר החרדי או מינו חברי צוות שהופקדו על המגזר החרדי. גישתם הייתה להתאים טקסטים פרסומיים קיימים על ידי הוספת דמויות דתיות, בעוד האסטרטגיה הפרסומית הכוללת נותרה ללא שינוי. מאוחר יותר הוקמו חברות עצמאיות בידי חרדים שהבטיחו בכך כי שיקולי השיווק החרדיים יובאו בחשבון מלכתחילה ובתכנון הפרסום ישתמשו במסרים המותאמים לצרכן החרדי. בעשרים השנים האחרונות למדו חרדים בקורסי השתלמות מקצועית בתחום הפרסום ויחסי הציבור, והקימו חברות פרסום משלהם.

כאשר אין נשים דוגמניות, לובשת הדוגמנות במגזר הדתי החרדי צורות שונות, החל ברבנים ועד מוטיבים דתיים. היו מקרים שבהם עיתונאים בעלי מוניטין טשטשו את הגבול הדק שבין עיתונאות אובייקטיבית ליחסי ציבור והופיעו בפרסומות או קידמו פרסומות. נעשה שימוש בסמלים דתיים תוך הקפדה לא לעשות זאת באופן הנחשב חילול הקודש. החלת פסוקים דתיים לקידום מוצרים עוררה דיון בקהילה החרדית וחלק מכלי התקשורת החרדיים מסרבים לפרסם פרסומות כאלה, הנחשבות לחילול הקודש.

גטאות תרבותיים וזרם המשנה החרדי"לי

קהילה נפרדת מהקהילה החרדית, אך שגם היא מקיימת גטו תרבותי, היא זרם משנה מחמיר בקרב הדתיים-לאומיים – הזרם החרדי"לי (חרדי-דתי-לאומי). זרם זה מתאפיין בהשקפה חרדית המתבדלת מן התרבות המודרנית יחד עם השקפה לאומית של המדינה הצייונית. הקהילה הדתית-לאומית מגבילה פחות את החשיפה לתקשורת, ובדרך כלל חבריה צופים בטלוויזיה. בניגוד לה קהילה החרדי"לית הקימה חומות תרבותיות כדי להרחיק את עצמה מהשפעות הנתפסות כמסוכנות. התפיסה החרדי"לית שותפה להשקפה החרדית בדבר הצורך לשלוט על חשיפת הקהילה לעולם הרחב, כולל התקשורת והאמנויות. ניסיונותיה לשלוט בכך כוללים את הגבלת הלימודים החילוניים בבתי הספר ואי חשיפה לטלוויזיה ולאינטרנט בבית. כלי תקשורת בעל השפעה בקהילה, השבועון **בשבע**, נוטה לכיוון החרדי"לי. החינוך הזה, היוצא אחת לשבוע, הוא בעל תפוצה של 110,000 עותקים בשש מהדורות מקומיות. העיתונים מגיעים ללמעלה מ-85 אחוז מבתי האב האורתודוקסים, ולפיכך הוא כלי התקשורת הגדול ביותר במגזר הדתי-לאומי²² ויש לו ללא ספק השפעה ניכרת במתן ביטוי למנטליות של הגטו התרבותי החרדי"לי.

סיכום: שרידי הגטאות התרבותיים החרדיים

קשה למדוד את השפעתו הכוללת של עידן המידע על העולם החרדי, אך כיום נחשפים חלקים מהקהילה למקבילים החרדיים של התקשורת החילונית. גודש המסרים המאתגרים את הסמכות הדתית ההיררכית

הערות

- 1 יחד נאמן, 1.2.2007.
- 2 ישראל היום, 28.8.2008.
- 3 מרכז העניינים, 31.7.2007.
- 4 *The Jerusalem Report*, 22.11.1990.
- 5 בקהילה, 14.11.2002.
- 6 מרכז העניינים, 31.7.2007.
- 7 ידיעות אחרונות, 7.7.1997.
- 8 מעריב, 6.10.2006.
- 9 הארץ, 8.12.2007.
- 10 מרכז העניינים, 10.7.2007.
- 11 המרכז למחקר ומידע של הכנסת, 29.4.2007.
- 12 סקר חברתי, הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, ירושלים, 2007.
- 13 סקר של מכון נטויזן, אוניברסיטת תל אביב, ספטמבר 2005.
- 14 סקר גיאוקרטוגרפיה, הארץ, 23.5.2006.
- 15 מרכז העניינים, 28.1.2007.
- 16 ידיעות אחרונות, 25.9.2000.
- 17 מרכז העניינים, 27.8.2000.
- 18 מרכז העניינים, 16.7.2007.
- 19 גלובס, 12.1.1996.
- 20 ניהול, נובמבר 2001.
- 21 מעריב, 6.7.1998.
- 22 שם.

- on the Interaction of Worldviews, Ames: Iowa State University Press.
- (2005). "Religion News in Israel", *Journal of Media & Religion*, 4(3), pp. 179-198.
- (2006a). "Judaism", in D. Stout (ed.), *Encyclopaedia of Religion, Communication & Media*, New York & London: Routledge.
- (2006b). "Media in Israel", in D. Stout, *Encyclopaedia of Religion, Communication & Media*, New York & London: Routledge.
- (2006c). "Social Communication, Mass Media and the Jewish Tradition", *Religion & Social Communication*, 4(2), pp. 145-157; [Reprinted in: Cohen, Yoel "Communication in Jewish Perspective", in Franz-Josef Eilers (ed.) *Social Communication in Religious Traditions of Asia*, Manila: Logos, 2006, p. 111-124]
- (2006d). *The Religion-News Media Nexus in Israel*. Ramat Gan: Bar-Ilan University.
- (2011b). "Haredim and the Internet: A Hate-Love Affair", in M. Bailey & G. Redden (eds.), *Mediating Faiths: Religion and Socio-Cultural Change in the Twenty-First Century*, Farnham, UK, and Burlington, USA: Ashgate.
- (2012a). *God, Jews & the Media: Religion & Israel's Media*. New York & London: Routledge
- (2012b). "God, Religion & Advertising: A Hard Sell", in A. Hetsroni (ed.), *Advertising & Reality: A Global Study of Representation & Content*. New York: Continuum.
- (2012c). "War, Religion & the Foreign Press Corps in Israel", in Y. Levin and A. Shapiro (eds.), *War, Peace in the Jewish Tradition: From the Biblical World to the Present*, New York & London: Routledge.
- (2012d). "Jewish Cyber-theology", *Communication Research Trends*, 31(1), pp. 4-14.
- Ferre, J. (1980). "Denominational Biases in the American Press", *Review of Religious Research*, 21, pp. 276-283.
- Garrett-Medill Center for Religion & the News Media (1999). *Media Coverage of Religion, spirituality, and values*. Evanston, IL: Northwestern University.
- Heilman, S.C. (1990). "Religion Jewry in the Secular Press: Aftermath of the 1988 Elections", in Charles S. Liebman (ed.), *Religious and Secular: Conflict and Accommodation between Jews in Israel*, Jerusalem: Keter, pp. 45-65.
- Hoover, S. (1998). *Religion in the News*. Thousand Oaks CA: Sage, p. 133, Table 7:19.
- Liebman, C. & E. Don-Yehiya, (1983). *Civil Religion in Israel: Traditional Religion and Political Culture in the Jewish State*. Berkeley: University of California Press.
- Sharansky I. (2000). *The Politics of Religion and the Religion of Politics: Looking at Israel*. Lanham MD: Lexington.
- Tsarfaty, O. (2009). "Alternative Identity & Memory in Ultra-Orthodox Newspapers", *Journal for Semitics*, 19(1), pp. 240-274.
- ## מקורות
- איגוד המפרסמים בישראל (1995). סקר השיפה 1995: עתונות, רדיו, קולנוע, וידאו; השיפה לאמצעי תקשורת: חרדים. תל אביב: איגוד המפרסמים בישראל.
- הורוויץ, נ' (2000). "החרדים והאינטרנט", *כיוונים*, 3, עמ' 7-30.
- ורהפטיג א' (2009). *צנעת אדם: הזכות לפרטיות לאור ההלכה*, עפרה: מכון משפט עברי
- כהן, י' (2002). "היהדות ותקשורת: מפגש והתנגשות", *מים מדליו*, 13, עמ' 278-267.
- כהן, י' (2004). "חדשות דת בישראל", *מים מדליו*, 15, עמ' 182-169.
- כהן, י' (2008). "ארץ הקודש: בעיני כלי תקשורת הזרים", *מים מדליו*, 19-20, עמ' 398-383.
- כהן, י' (2011). "רבנים והתקשורת: מערכת יחסים מטוכסכת", בתוך: משה רחמי (עורך), *ספר עמדות*, כרך ג: תקשורת: יעדים ואתגרים, אלקנה-רחובות: מכללת אורות ישראל.
- ליבמן, י' (עורך), *יחסי דתיים חילוניים בחברה הישראלית*, ירושלים: כתר, עמ' 65-45.
- סקר חברתי, הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (2007).
- סקר חברתי, הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (2008).
- מיכלסון, מ' (1990). "עיתונות חרדית בישראל", *קשר*, 8 (1990), עמ' 11-22.
- קורנגוט, א' (1993). *אור יחזקאל*, פתח תקווה: מכון אור יחזקאל, עמ' 366-335.
- רוקה, א' (1997). "דו"ח ועדת בדיקה ממשלתית על חיזוק ערכי היהדות באמצעות הרדיו (לא פורסם).
- שבט, א"י (1995). "עיתונים וחדשות – מצווה או איסור", בתוך: טללי אורות, [מכללת אורות] עמ' 188-164.
- שוורץ, י' (2005). *ספר עידן המחשב ולקחינו*, ירושלים: ישיבת דבר ירושלים.
- Abelman, R. & S. Hoover (1990). *Religious Television: Controversies & Conclusions*. Norwood, NJ: Ablex
- Abramov, S.Z. (1976). *Perpetual Dilemma: Jewish Religion in the Jewish State*. Rutherford NJ: Fairleigh Dickinson.
- Adorno, T. (1991). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London: Routledge.
- Barzilai-Nahon, K. & G. Barzilai (2005). "Cultured Technology: The Internet & Religious Fundamentalism", *The Information Society*, 21, pp. 25-40.
- Baumel, S.D. (2002). "Communication & Change: Newspapers, Periodicals and acculturation among Israeli Haredim", *Jewish History*, 16(2), pp. 161-187.
- (2005). *Sacred Speakers: Language & Culture among the Haredim in Israel*, Oxford & New York: Berghahn.
- Baumel-Schwartz, J. (2009). "Frum Surfing: Orthodox Jewish Women's Internet Forums as a Historical and Cultural Phenomenon", *Journal of Jewish Identities*, 2(1), pp. 1-30.
- Buddenbaum, J. (1990). "Network News Coverage of Religion", in J. Ferre (ed.), *Channels of Belief: Religion & American Commercial Television*, Ames: Iowa State University Press, pp. 57-78.
- Cohen, Y. (2001). "Mass Media in the Jewish Tradition", in D. Stout & J. Buddenbaum (eds.), *Religion & Popular Culture: Studies*