

אמצעי תקשורת להפצת האמונה כסמני רצף ותמורה בחברה החרדית

מירב עמרן

להזיק לחברתם יותר מאשר להועיל לה. במיוחד נכונים הדברים לגבי אמצעי תקשורת ויזואליים, כגון טלוויזיה, וידאו, מחשב ואינטרנט (ברזילי-נהון וברזילי, 2004; הורוביץ, 2000; צרפתי ובלייס, 2002; קפלן, 2001),² בין היתר בגלל הקשר המיוחד שבין חוש הראייה לבין היצר, שכן "מקובלים אנו שאין יצר הרע שולט אלא במה שרואות עיניו" (בבלי, סוטה ח ע"א; הורוביץ, 2000, עמ' 13). לגבי אמצעים אלה אין ההנהגה החרדית יכולה לשלוט ולפקח על התכנים המצויים בהם ועל הפרט המשתמש בהם (קפלן, 2001, עמ' 20).

שתי מסורות מעמידות למבחן את מערכת יחסי הגומלין שבין חברה לטכנולוגיה: מסורת הדטרמיניזם הטכנולוגי, לפיה הטכנולוגיה הופכת לישות בפני עצמה בבחינת "גולם הקם על יוצרו", ומסורת הדטרמיניזם החברתי, המוסרת לאדם ולחברה את השליטה ואת האחריות לגורלם. ההנהגה החרדית דבקה בגישה הדטרמיניסטית, היינו שיש להימנע משימושים בטכנולוגיות תקשורת כ"מקדם הגנה" מפני הפיתויים הבלתי ניתנים לשליטה הכרוכים לעתים בשימוש באמצעים אלה. שוב, הדברים נוגעים בעיקר לטכנולוגיות התקשורת הוויזואליות ככלל, והאינטרנט בפרט (הורוביץ, 2000; צרפתי ובלייס, 2002; קפלן, 2001).

הדרך העיקרית שנוקטת החברה החרדית כדי להתגבר על שימוש באמצעים ויזואליים, הנתפסים כמסוכנים, היא לעודד ולטפח שימוש באמצעי תקשורת אודיו: קלטות, דיסקים, נגן מ.פ.3 ותחנות רדיו חרדיות.³ מגיד טהרניין (Tehrani, 1979) הגדיר שלושה מודלים של התנהלות קבוצת דתיות בסביבה מודרנית: בדלנות והסתגרות מפני המודרנה, התנגדות למודרנה, והתאמה של המסורת לכוחות החברתיים והתרבותיים של העולם המודרני על ידי שימוש ברטוריקה ומודלים תרבותיים מהעולם המודרני. בעוד אמצעי האודיו שבאישור ובשימוש החברה החרדית משרתים את האידיאולוגיה הבדלנית השלטת בחברה זו, הרי שלגבי הפצת מסרים בקרב החברה הרחבה ההתאמה היא דומיננטית, ומתוך כך גם הנכונות לעשות שימוש בכלים "אסורים" להפצת מסריה. אסטרטגיה זו משרתת את התפיסה החרדית האנטגוניסטית למודרנה לפיה "יש להילחם באויב בכלים שלו" (קפלן, 2001, עמ' 20). ההבחנה בין הפצת מסרים לקבוצה ומחוץ לה נתמכת על ידי שני דגמי תקשורת שמציג ג'יימס קרי: תקשורת כריטואל – הפניית מסרים אל המרחב הקהילתי, בבחינת ייצוג אמונות וערכים משותפים שמטרתם לשמור

במאמר אני עוסקת בהתפתחויות שחלו בעשורים האחרונים בדרכי ההפצה של מסרים אמוניים על ידי ארגונים חרדיים בטכנולוגיות תקשורת אלקטרוניות מקבוצת "המדיה הקטנים",¹ ובדפוסי הצריכה של המסרים הללו בציבור החרדי. בפרק המבוא אני מחדדת את ההבחנה בין האמצעים המשמשים להפצת מסרים בחברה פנימה לצורכי חיזוק הזיקה שבין הפרט לקבוצתו, לבין האמצעים המשמשים להעברת מסרים לציבור הישראלי הרחב לצורך הסברה וקירוב רחוקים. לאחר מכן אני מתמקדת באופן שבו החברה החרדית אימצה טכנולוגיות תקשורת אלקטרוניות על ציר זמן, מראשית שנות השמונים של המאה העשרים ועד היום, בזיקה לתהליכי המודרניזציה שבהם היא נתונה בד בבד עם התחשבות במערכות האילוצים שעמן היא מתמודדת במישורים האידיאולוגי והכלכלי. לבסוף אני מצביעה על ניצנים של שימוש בתקשורת שאינם עולים בקנה אחד עם דפוסי הצריכה המסורתיים, אם כי אלה, בהתאמה עם הדינמיות והסתגלות, הם מאפייניה הבולטים של החברה החרדית הנאבקת על שמירת צביונה כקבוצת מיעוט בעלת זהות נבדלת.

מבוא

חקר אמצעי התקשורת בחברה החרדית זוכה לפריחה מזה כעשרים שנה (בלונדהיים וקפלן, 1993; ברזילי-נהון וברזילי, 2004; הורוביץ, 2000; לב און ונריה בן-שחר, 2009; עמרן, 2006; צרפתי ובלייס, 2002; קפלן, 2001, 2007). הנושא מעניין מפני שהחברה החרדית היא חברה מסורתית, בדלנית ופונדמנטליסטית, שוללת ערכים מודרניים, אך מאמצת דרכי פעולה מודרניות כאינסטרומנטליות, במאמציה להילחם במודרניות (סיון, 1991; סיון וקפלן, 2003; קפלן, 2007; קרלינסקי, 2004; שלג, 1998). השאלה העיקרית במאמר היא אם האימוץ האינסטרומנטלי לכאורה של המודרניות הוא בעצם סוס טרויאני שהחרדים עצמם מכניסים בין חומותיהם, שהרי הוא מחייב התנהגות לפי "כללי המשחק" המודרניים (קרלינסקי, 2004).

הרבנים מודעים לקיומם של תהליכים היסטוריים וסוציולוגיים ולאופן שבו טכנולוגיות משפיעות על חברה סגורה (הורוביץ, 2000, עמ' 26). לכן, גם כאשר מדובר בהפצה של מסרים אמוניים, היינו של שיעורים תורניים – פעילות שיש בה כדי להאדיר את האמונה – החשש המקנן בהנהגה החרדית הוא שטכנולוגיות תקשורת עלולות

אינטרנט העוסקים בהפצת האמונה. בין היתר, נקטתי את הפעולות הבאות: כעשר תצפיות; ראיונות יזומים עם אנשי מפתח בתעשיית התקשורת בחברה החרדית;⁷ כשישים ראיונות אקראיים עם נשים וגברים, בעיקר עם נשים חרדיות שפגשתי במרחב הציבורי בחברה החרדית בירושלים והסביבה (קריית טלזסטון ובית שמש), ובאירועים פרטיים של משפחות חרדיות; כעשר שיחות טלפון עם נשים וגברים הרשומים באתר האינטרנט של ארגון "קול הלשון" כמשפחות בעלות גמ"ח (גמילות חסדים) להפצת שיעורים תורניים; ראיונות חוזרים עם מידענים שעליהם התבססה עבודת הדוקטור; וניתוחי תוכן של אמצעי התקשורת שבשימוש החברה החרדית, ובעיקר אתרי אינטרנט חרדיים ושיעורים תורניים מוקלטים.

השלב המרכזיים בהתפתחותה של תרבות האודיו התורנית היו: בשלב הראשון – הופעתה של קלטת האודיו והיווצרותו של שוק קלטות פורח ומשגשג. הקלטות זכו לכינוי "קלטות תורניות" גם אם התוכן לא עסק ישירות בספרות תורנית, והרצאות הדוברים נתפסו כדברי תורה. בשלב השני – "ערוצי הקודש", תחנות הרדיו הפירטיות, שבינן לבין שוק הקלטות היה שיתוף פעולה פורה שתרם לשגשוגם של שני ערוצי התקשורת הללו. בשלב השלישי – חדירת הדיסקים התורניים שפגעו פגיעה אנושה בשוק הקלטות. בשלב הרביעי והעכשווי – השתלטותו של נגן המ"פ 3 על תרבות האודיו התורנית בחברה החרדית.

הקלטות בחברה החרדית

ב-1980 כוללניק (כולל היא ישיבה לאברכים, היינו, לגברים נשואים) ממוצא אמריקני בשם מנחם ויין, תושב קריית טלזסטון, נכח בשיעור השבועי של מרצה פופולרי באותם ימים, בנימין זאב חשין. הוא לא הסתפק בהאזנה חד פעמית במסגרת הפרונטלית, ורצה שבני משפחתו ומכריו יאזינו, יפנימו ויישמו אף הם את המסרים החשובים מאוד, לדבריו, בענייני הלכה, מוסר והשקפה.⁸ הוא הקליט את השיעורים, וכאשר הוא השמיע את ההקלטות לקרובים לו הם ביקשו עותק לעצמם. זמן קצר לאחר מכן פנה אליו בנו של דרשן פופולרי נוסף, שלום שבדרון, וביקש ממנו להקליט גם את אביו בקשות דומות הפנו אליו מקרוביהם של דוברים מובילים נוספים. בתוך חודשים ספורים מצא עצמו מר ויין עסוק בפעילות אינטנסיבית של הקלטות ושכפולים של דרשות, הרצאות ושיעורים תורניים של כמה וכמה דוברים לשיירות בני משפחתו, מכרים וחרדים רבים שהוא לא הכיר. עד מהרה הפכה קלטת האודיו לאמצעי העיקרי והדומיננטי לצריכת מסרים אמוניים בחברה החרדית (עמרן, 2006, עמ' 93). בראיון עיתונאי תיאר ויין את חודשיו הראשונים בשדה התקשורת של שוק הקלטות, שבמידה רבה הוא האחראי לביסוסו:

הייתי עמוס בשיעורים, רץ ומתרוצץ בשלושה שיעורים שלעתיים היו באותה שעה. הייתי רץ במכונית משיעור לשיעור, הופך את הקלטת ששעון העצר שבידי הראה כי היא מתקרבת לסיומה ולאחר מכן רץ לשיעור השני, גם שם הייתי חייב להחליף את הקלטת והשיעור השלישי אף הוא היה ממתין לי. כאשר הייתה הקלטת מתקרבת אל סיומה הייתי מציב שלט עליו היה חרוט "נותרו 5 דקות" – אות היא למרצה כי עליו לסיים דבריו בעוד חמש דקות ולאפשר לי להחליף את הצד של הקלטת (גרנות, 1985, עמ' 26).

ויין הקים עמותה בשם "נר למאה". על פי חז"ל נר המספק אור לאחד מספק אור גם למאה (תלמוד בבלי, מסכת שבת, דף קכב). כך גם

על הסדר הקיים בחברה כמו גם על היציבות והאחדות הקבוצתית, ותקשורת כתמסורת – אקט של הפצת מסרים במרחב (Carey, 1988, pp. 15-23).

הפצת מסרים אמוניים היא תוצר של תהליכי החילון בחברה המערבית אשר הביאו לאובדן השליטה שהיה למוסדות הדת על הפרט (פרידמן 1990; Berger, 1969). קבוצות דתיות הפכו, בעיקר מסוף המאה ה-19, לסוכנויות שיווק המתחרות על לבו וכספו של ה"צרכן", מסורות דת הפכו למוצר צריכה וחלק נכבד של הפעילות הדתית החל להיות נשלט על פי הלוגיקה של שווקים כלכליים (Berger, 1969). שיווק האמונה (religious marketing) הפך למונח רווח בספרות הסוציולוגית (Schement & Stephenson, 1996, pp. 266-267; Monahan, 2008), אך כלל לא ברור אם קהל היעד היה הציבור שבתוך הקבוצה, מחוץ לה או שניהם גם יחד. כדי לחדד את ההבחנה בין שיווק לפי דגם התקשורת כריטואל לבין שיווק לפי דגם התקשורת כתמסורת איעזר במונח מתחום המסחר שעד כה לא נדון בהקשר לקבוצות דתיות: "שימור הלכות" (client preservation).⁹ מחקרי השוק כיום מתמקדים בקביעת ההשקעה הדרושה בשימור לקוחות ביחס למאמץ הנדרש לשם השגת לקוחות חדשים. אחד מהמחקרים האלה מצא שעלייה של חמישה אחוזים ברמת שימור לקוחות בתחומי התעשייה ועסקים שונים, מניבה רווחים העולים על הרווחים מההשקעה בלקוחות חדשים בשנה הראשונה להצטרפותם (קנת ופינישטיין, 2008). כלומר שעל ארגונים העוסקים בהפצת האמונה להקדיש מאמצים לחיזוק השורות ולמנוע נטישתם של חברים לא פחות ואולי אף יותר מהרחבת השורות. הם מכירים בכך שבעידן המודרני החברות בקבוצה היא וולונטרית, ועתידה של החברה החרדית תלוי בנאמנות ובחסידי חברה, העלולים לחמוק ממנה (סיון, 1991, עמ' 50-51).

בחברה הישראלית פועלים ארגונים לא מעטים בהפצת אמונה, ובהם: "ערכים", "שופר", "אל המקורות", "הידברות", "נעשה ונשמע", "צוהר" (של בעלז), "שלום לעם". רוב הפעילות להפצת מסרים אמוניים באמצעות כלי תקשורת או במפגשים פרונטליים מתקיימת בתוך החברה החרדית, במרחב הקהילתי. מדי שבוע מתקיימים בשכונות החרדיות מאות שיעורים הרצאות ודרשות מפי מאות דוברים. בין היתר מתקיימים שיעורי פרשת השבוע, גמרא, הלכה, מוסר, חסידות, שיעורים לנשים ולילדים, כנסים שונים, הספדים והרצאות בכל נושא ועניין (חינוך ילדים, שלום בית, לשון הרע ורכילות). כן נדפסות מאות חוברות ייעוץ, הדרכה וקונטרסים (אנגלברג ונוביס-דויטש, 2010; שטלדר, 2001, עמ' 85-87). נראה ששיווק האמונה תופס מקום שולי בפעילות הפצת האמונה של הארגונים החרדיים.

השיטה והמבנה

המאמר מתבסס על עבודות מוסמך (עמרן 1995) ודוקטור (עמרן 2006), ומתאר את דפוסי השימוש והצריכה באמצעים הללו בציבור החרדי גם לאחר מכן, עד שנת 2015. שיטת המחקר בשתי העבודות הייתה אתנוגרפית איכותנית, וכללה שהייה ממושכת בשטח ומפגשים רבים עם ראשי ארגונים ובני הקהילה. הנחת יסוד במחקר איכותני היא שהדרך הטובה ביותר להבין אנשים היא להתבונן, לדבר, להקשיב ולהשתתף בחוויותיהם בסביבתם הטבעית. הטכניקות שהשתמשתי בהן לשם כך היו תצפית, תצפית משתתפת, ראיונות, שיחות אקראיות, האזנה לתחנות רדיו חרדיות, האזנה לקלטות, עיון בחומר כתוב ומעקב אחר אתרי

נתפסה כתוצר תרבותי, בין היתר לחידוד ההבחנה בין שני המתנות חרדים וחילונים, היינו, בין "טוב" ל"רע" (עמרן, 2006, עמ' 59). מנחם בלונדהיים טען כי משתי האסכולות המרכזיות בחקר התקשורת – "שימושים וסיפוקים" ו"אפקטים" – אסכולת ה"אפקטים" היא המתאימה לחקר החברה החרדית, בעיקר לבחינת תפקידי התקשורת בחיזוק עמדות (בלונדהיים, 1993). אולם חיזוק העמדות מצד מפיצי האמונה נעשה בקרב ציבור שממילא מעוניין לחזקן, והקריאות להמשיך ולנהוג לפי הנורמות, הערכים הקבוצתיים ו"ההשקפה" החרדית (הלוי, 2012, עמ' 55, וראו גם הערה 10) מופנים אל מי שמבקשים להיות שותפים בכך לא פחות מהם. משימתם היא לשכנע את המשוכנעים. קיימת הסכמה כללית רחבה על מבנה חברתי כזה ועל היחס שבין הפרט למפיצי האמונה, היינו שמטרות הפרט תואמות את יעדי הקבוצה, כנהוג בחברות קולקטיביסטיות (עמרן, 2006, עמ' 268).

ואכן, החרדים מעידים על עצמם כי הם מבקשים להתחזק באמונה כפעילות קבועה ומתמשכת, ורואים בצריכת מסרים אמוניים באמצעות הקלטות אמצעי ההשגת מטרה זו. מבחינתם זהו כורח מציאות המאפשר לקיים חיים פוריים, כפי שמעידה על כך מידענית, תושבת קריית טלזוסטון: ביום חמישי אני מחכה להתחיל את ההכנות לשבת בשביל לשמוע קסטה. אני בולעת את העבודה [במטבח] עם הטייפ. כולם יודעים שאסור להפריע לי. בשבע שנים שלא היו לי ילדים שמעתי מוסר, ביטחון, אמונה. היום – איך לחנך ילדים. המטרה להביא את הילדים שלי לרמה שאני לא הייתי כשהתחלתי לחנך אותם. עכשיו אני יודעת למה לא היו לי ילדים שבע שנים. הייתי צריכה להגיע לדרגה של אמונה ומוסר בשביל שאהיה ראויה לילדים (עמרן, 2006, עמ' 323, הערה 15).

ככלל, האמונה באל ופעולות היום-יום הנגזרות ממנה אינן מובנות מאליהן גם לבני הקבוצה (עמרן, 2006, עמ' 265). העובדה שפרטים משתייכים לחברה החרדית ומנהלים אורח חיים הלכתי – אין משמעה שלא מתעוררים בהם ספקות באשר לצורך לדקדק בהלכות, כמו גם באשר לשאלות התאולוגיות המהותיות והבסיסיות ביותר: האם קיים בורא לעולם? האם קיימת השגחה פרטית? האם האל רחום וחנון? החיים מזמנים מצבים קשים, שספק אם כל הסבר שהוא יכול להניח את הדעת.

בנימין בראון הרחיב לגבי המונח "אמונה תמימה": "מצד אחד ניצב 'המאמין התמים', המקבל את אמונתו מכוח מסורת אבות ואינו שואף לפתחה [...] מצד אחר ניצב 'המאמין התאולוגי', שאינו מסתפק באמונה התמימה אלא מבקש לבסס את אמונתו ולשכללה באמצעות מערכת הגותית שיטתית" (בראון, 2005, עמ' 403). בראון ציין, כי במהלך הדורות תפסת האמונה התמימה הפכה לערך מרכזי של היהדות החרדית, בין היתר נוכח ניצני משבר המודרנה (שם, עמ' 436). המשמעות היא חינוך הציבור הרחב לאמונה שאין בה מקום לשאלות הרומזות על ספקנות ואי ביטחון באל. תפיסת האמונה התמימה קנתה אחיזה גם בשוק הקלטות: אף שהופצו אינספור קלטות בקרב בני הקבוצות החרדיות, רובן המכריע לא עסק בשאלות תאולוגיות. העלאת הנושאים הללו וצריכתם עשויה להתפרש כעדות להרהורי כפירה או לסדקים באמונה, ואלה אינם ראויים לחשיפה.

לעומת זאת, ארגונים שעיקר עיסוקם הוא שיווק האמונה, היינו פנייה אל הציבור הרחב, מיקדו וממקדים מאמץ הסברתי ושכנועי בסוגיות אלה. אלא שבמסגרת הגמ"חים הביתיים, הקלטות של הארגונים הללו,

הדרשן, מדבר אל ציבור אחד, ובזכות הקלטתם של הדברים הם מגיעים לציבורים נרחבים. העמותה שימשה מרכז הפצה שהיה בו מאגר קלטות מקוטלג, ובהמשך גם ממוחשב. כל ההכנסות מהתשלום הסמלי בגין רכישת הקלטות היו קודש לקידום יעדי המקום. התופעה של הקלטת מרצים ודרשנים רווחה בחברה החרדית משנות השבעים של המאה העשרים (קפלן, 2007, עמ' 51), והחידוש של ויין היה במיסודה של התופעה ובהעמדתה כמודל לחיקוי.

לאחר הקמת "נר למאה" קמו עמותות וארגונים נוספים להקלטה ולהפצה של קלטות, ובהם: "חסדי נעמי", ארגון צדקה שפעל גם בתחום הפצת האמונה; "ערכים", שנוסד ב-1980 והחל להפיץ קלטות בעיקר לקרוב רחוקים; "קול הדף" להפצת שיעורי הדף היומי (דף הגמרא היומי); "יהדות מזווית שונה" בראשות הרב מרדכי נויגרשל כחברה בע"מ; "יד לתמר", בראשות הרב עמנואל תהילה. אלה היו למרכזי הפצה גדולים ומבוקשים, כעין אבן שואבת לרבים מבני החברה החרדית ו"מתחזקים". נוסף על כך, ברוב הישיבות ומוסדות החינוך בחברה החרדית הוקלטו דבריהם של הרבנים ונוצרו ספריות של קלטות לשירות התלמידים ובני משפחותיהם. עם זאת, עיקר פעילות ההפצה התקיימה באמצעות מאות גמ"חים ביתיים. הגמ"חים היו מוסדות שכונתיים שרכשו קלטות במרוכז מהארגונים הגדולים, ושמשו כעין זרועות הפצה שלהם. הם פעלו כספריות וגבו תשלום סמלי מתושבי השכונה. מהם הגורמים המרכזיים שאפשרו את ההצלחה של תרבות צריכת המסרים האמוניים בקלטות? החברה החרדית מתאפיינת בפיקוח הדוק של ההנהגה על בני הקבוצה בתחומים נרחבים של החיים (ברזילאי, 2003, עמ' 201; לביאון ונריה בן-שחר, 2009, עמ' 70), אך אין חובה לצרוך מסרים אמוניים בקלטות. זוהי פעילות פרטית, בלתי פורמלית וולונטרית של האדם בשעותיו הפנויות. אמנם מופעל לחץ, לעתים עד כדי איום, בניסיון למנוע שימוש באמצעי תקשורת מסוימים (למשל מופצים פשוטילים המציינים כי ילדים שבביתם ימצא מחשב מסתכנים בסילוקם מבית הספר). הלחץ מתמקד במסרים ובאמצעים שאליהם אין להיחשף, אך לא באלה שאליהם מותר להיחשף.

תאוריית זהות החברתית להבניית זהות קולקטיבית, המזוהה עם טיפל וג'ון טרנר, יכולה לסייע לנו בדיון הנוכחי (Tajfel & Turner, 2006). הדגש בתאוריה זו מושם על ההקשר התרבותי שבמסגרתו הקבוצה פועלת. בקצה אחד ממוקמות התרבויות הקולקטיביסטיות, שעמן מזוהות בדרך כלל חברות מסורתיות. הקולקטיביזם, כסינדרום תרבותי, מתאפיין בהתאמה של הצרכים והמטרות של היחיד לאלה של הקבוצה, והישגיו של היחיד מכוונים לשיפור מצב הקבוצה יותר משהם מכוונים לעצמו. אין נטייה לעזוב את החברות האלה גם אם הדרישות המחייבות גבוהות. בקצה השני ממוקמת התרבות האינדיבידואליסטית, האופיינית לחברה המודרנית-מערבית, ובמסגרתה נתפסות מטרות היחיד כחשובות יותר מטרות הקבוצה. הדגש הוא על תחרות בין-אישית ועל הישגים אישיים. אם כן, החברה החרדית, שהיא חברה מסורתית (קפלן, 2003, עמ' 231), היא מקרה מבחן לתרבות קולקטיביסטית. חברי הקבוצות הקולקטיביסטיות מרבים להשוות בינם לבין הקבוצות הסובבות. הם מבקשים להצביע על הישגים קבוצתיים על פני הקבוצות האחרות ובכך לבסס לעצמם גאווה קבוצתית (Hinkle & Brown, 1990, p. 66). במקרה שלפנינו, פיתוחו של שוק הקלטות, שבמסגרתו הופצו "תכנים טהורים" לעומת "תכני התועבה" שבתקשורת החילונית, היה בעבור בני החברה החרדית מקור לגאווה ולהתפארות. הקלטת

7-8). בזכות הקלטות אפשר היה לקיים את הצו התורני שנדרש מכל יהודי יום-יום – מצוות לימוד תורה – גם כאשר נמצאים בדרכים. ומה פשר "בדרך הקלה"? המשמעות היא משולשת: (א) היא מאשררת את התפיסה שצריכת קלטות שוות ערך ללימוד תורנית. (ב) המדיום עצמו קל ונוח לשימוש, גם כאשר נמצאים במצב של ניידות. נהגים חרדים האזינו לקלטות באמצעות הרדיו טיפ שברכב; נוהג נפוץ היה להאזין לקלטות בווקמן בעת נסיעה באוטובוסים; ול"קול הדף" היה הסדר קבוע עם "אל על" להעברת תקציר שיעורי הדף היומי בערוץ מס' 9 בטיסות של החברה לארצות הברית. (ג) התכנים שהופצו בקלטות נמסרו בלשון בהירה, ובכלל זאת שיעורי גמרא הקשים להבנה גם למי שבקיא בחומרים הללו. לכך כוונו דבריו של וולטר אונג שטען כי טכנולוגיות תקשורת אלקטרוניות יעילות לא רק להפצת מסרים, אלא תורמות לתחייה של תרבות אורלית חדשה, שאינה נשענת רק על המילה הכתובה. זוהי תחייה של תרבות המשחררת את האדם מהצורך להשתייך לאלטה למדינת כדי להיחשף למידע. אונג הגדיר זאת כשלב ה"אורליות השניונית של האבולוציה התרבותית" (secondary orality) (Ong, 1971, p. 136).

התאוריה של אונג רלוונטית לא פחות, ואולי אף יותר, לנשים החרדיות. במערכת החינוך של "בית יעקב" נשים נחשפות לתכנים מודרניים ואף רוכשות מקצועות מתקדמים, אך חשיפתן ללימודים תורניים במסגרת זו מוגבלת (אלאור, 1990).¹³ אין תימה שהן ראו בהאזנה לקלטות הזדמנות לפצות על החסך הלימודי שהצטבר במהלך השנים "בדרך הקלה", תוך ניצול היתרונות של האורליות השניונית: "בעלי לומד ככולל, ואני – במטבח", וכן, "בית מדרש של רבנים אצלי במטבח". אלה משפטים שגורים בפה של נשים חרדיות (עמרן, 2006, עמ' 112). ההאזנה לקלטות נתפסה על ידן כהליך למידה, גם אם החומרים הם בסיסיים ופופולריים, ורחוקים מלשקף את היכולות שהן הפגינו במסגרות הלימוד הממוסדות.¹⁴

בעלי הגמ"חים הקפידו שלא לכלול באוסף הביתי שלהם קלטות שמתוכנן עלו מסרים החותרים תחת אושיות השלטון ומדינת ישראל. הם לא חיפשו לשלב במפעל המשפחתי שלהם קלטות המעוררות ריב ומדון. בקלטות שהוקלטו בישיבות אפשר היה לשמוע ביקורת פנימית מפורשת על החברה החרדית לצד הכפשות חריפות של החברה הישראלית רווית התאווה והתועבות.¹⁵ אלא שקלטות אלה לא נועדו להפצה המונית, והדוברים הרגישו חופשיים להביע דעות ועמדות קיצוניות הנמסרות בדלתיים סגורות. אך גם במסגרות פנימיות אלה לא נמצאו קלטות שהיה בהן כדי לחתור תחת אושיות השלטון באמצעות פעילות אלימה, כפי שהדבר נעשה, למשל, בקלטות שהופצו באיראן בתקופת טרום המהפכה, במהפכה שזכתה לכינוי "מהפכת הקסטות" (Tehrani, 1979, p. 7).¹⁶

גמ"חים ביתיים לקלטות

הגמ"חים הם ארגוני חסד ומצוות המושרים בהווי החברתי והתרבותי של היהודים החרדים. בדרך כלל הם מוקדשים ל"עילוי נשמות" של יקירים ונקראים על שמם. את הגמ"חים החלו להקים בשנות השמונים של המאה העשרים, אף שעוד קודם היו ניצנים של גמ"חים, בעיקר להלוואות ללא ריבית, אם כי גם של מוצרים (רוזנטליכ"ץ, 2004, עמ' 95). מנקודת מבט פונקציונלית הגמ"ח הוא מנגנון שהחברה החרדית פיתחה למתן שירותים חינוכיים ללא תשלום כדי שתוכל לשרוד בתנאי

בעיקר של "ערכים", נצרכו בהמוניהן על ידי הציבור החרדי, ביוזמת בעלי הגמ"ח, שדאגו לצייד את המפעל הביתי שלהם בחומרים הללו.¹⁰ קלטות אלה נצרכו בחברה החרדית הרבה יותר מאשר בציבור הרחב.¹¹ בגלל המגבלה על דיון חופשי בשאלות העשויות להתפרש כמרמזות על ספקות, צריכת קלטות על ידי הציבור החרדי הייתה אמצעי מרכזי להתמודד עם הסוגיות הללו באופן עקיף.

הטלוויזיה ותחנות הרדיו המרכזיות לא היו אופציה להפצת האמונה, הן בשל קשיי נגישות של קבוצת המיעוט החרדית אל אמצעים הנשלטים בידי ההגמוניה החילונית, והן בשל רצונה לשמר את אופיה הבדלני, בין היתר על ידי דחיקה של אמצעים ומסרים אחרים ויצירת חלופה חוסמת לתקשורת החילונית (בלונדהיים, 1993). החברה החרדית מעמידה את עצמה כתרבות נגד לחברה הסובבת אותה (קפלן, 2003, עמ' 224), ופעילות במסגרת הערוצים הרשמיים עשויה לפגוע ביכולתה לממש את עמדתה האנטגוניסטית באמצעי תקשורת שמחוץ למסגרת הרשמית (Macbride, 1980, p. 170). העובדה שהמדיום היה זול, פשוט לשימוש וקל להשגה, סייעה אף היא לבסס תרבות אודיו אלטרנטיבית בחברה שמשאביה הכספיים מוגבלים. לכך נוסף אינטרס כלכלי לפעול בשוליים, ועל ידי כך להימנע מתשלומי תמלוגים ומסים (אילן, 2000, עמ' 283-289).

הדרשן הפופולרי, הרב אמנון יצחק, נהג לומר בהרצאותיו: "להם יש טמבלוויזיה ולנו – קלטות". הקלטת הוצבה כנגד הטלוויזיה וכתשובה לה. הטלוויזיה היא מקור להפצת תועבה, הקלטת – להפצת קדושה. העובדה שהטלוויזיה היא כלי מתוחכם יותר באבולוציה הטכנולוגית לא יצרה בחברה החרדית תחושה שהמדיום המינימליסטי ובעל האפשרויות המוגבלות שהם אימצו נמצא בעמדת נחיתות כאשר הדברים נוגעים למישור הרוחני והערכי. כלומר, הקלטת לא נתפסה כפתרון דחוק או כהתפשרות, אלא כמקור לגיבוש ולביסוס הזהות הקבוצתית הנעלה והמועדפת. בשנות התשעים של המאה העשרים החלו לשווק קלטות במארז מזהיר, ובני הקבוצות החרדיות נהגו להעניק מארזים שכאלה כשי בעת שביקרו קרובים או מכרים, בדרך כלל בחגים. כלומר, המדיום התקבל כמוצר מכובד, הראוי להימסר במעמד חגיגי.

ארגוני הקלטות החזיקו ו"ועדות רוחניות" (בפועל אלה היו ועדות צנוורה) לבדיקת תכני הקלטות, פעילות שאינה אפשרית במדיום המעביר שיעורים בזמן אמת, כמו שידורי רדיו ישירים. כלומר, תרבות הקלטות עמדה בקנה אחד עם הצורך של ההנהגה החרדית לפקח על הקהילה בכלל, ועל המסרים המופצים במסגרתה בפרט. אפשרות הפיקוח תרמה לביסוס שביעות הרצון של ההנהגה הרבנית מהשימוש שנעשה במדיום, ולהמשך שגשוגו של השוק בחברה החרדית.¹²

סממן בולט של דפוסי הצריכה של הקלטות היה האזנה להן כפעילות משנית, כרקע לפעילות מרכזית אחרת. אצל הנשים היה זה על פי רוב כרקע לעבודות הבית השוטפות. האזנה לקלטות אפשרה להן לנצל את הזמן ביעילות ובנעמיות, בד בבד עם ההרגשה שהן מממשות מטרות נוספות, כגון רכישת השכלה תורנית והתחזקות באמונה. גם הגברים צרכו את הקלטות כפעילות משנית. לא בכדי הייתה כותרת הכתבה העיתונאית פרי עטו של אהרון גרנות, שבמסגרתה התראיין ויין: "בלכתך בדרך – בדרך הקלה" (גרנות, 1985). בכך הוא יצר זיקה למקבץ הפסוקים הנאמרים פעמיים ביום, בתפילת שחרית וערבית: "ושיננתם לבניך ודיברתם במשבתך בביתך ובלכתך בדרך ובשכבתך ובקומיך, וקשרתם לאות על ירך והיו לטטפת בין עיניך" (דברים ו,

דרכו להתמודד עם נקודת התורפה שלו. אפשר שניהול גמ"ח זימן לגב' ברכה פיש, בעלת גמ"ח בשכונת סנהדריה, אפשרויות לספק את יצר הפטפט שלה, ואף ניתב אותו לפעילות חסד. עם זאת, התרשמתי שרוב בעלי הגמ"חים היו בעלי דחף לעסוק בחסדים. דחף זה קיים במשפחות רבות בחברה החרדית, ועדות לו היא ריבוי הגמ"חים למגוון צרכים. ייעוץ, המלצות, התחבטויות וקבלת מידע על החידושים בשוק – כל אלה היו חלק מהווי הגמ"ח. עם זאת, המידה שבה הגמ"ח היה מוקד להתרחשות חברתית רחבה יותר הייתה תלויה בצביון שבעליו הקנו לו, על פי נוחותו ותפיסתו. גב' מלאכי הקפידה להגביל את האינטראקציה הבין-אישית לנושאים הנוגעים לקלטות. ייעוץ והמלצות ניתנו ברוחב לב והשואלות יכלו להחליף רשמים, אך היא לא אפשרה להן לגלוש לשיחות בנושאים אחרים. לעתים קרובות היא נהגה להעיר לנשים ולקטוע את שיחתן. לכן, ביקורן של הנשים השואלות בגמ"ח שלה היה קצר למדי – בדרך כלל כרבע שעה. לעומת זאת, בשל "הטבע הוורבלי" של גב' פיש והצורך העז שלה לתאר חוויות בכל תחומי החיים, הפטפט הייתה המאפיין העיקרי של הגמ"ח שהיה בבעלותה. גב' מועלם, שהייתה בעלת גמ"ח סמוך לכביש בראילין, הייתה חדורה תחושה של שליחות. היא סברה כי תפקידה לספק לנשים מטופלות בילדים, המתקשות לצאת לשיעורים, "זירה" למפגש חברתי. "זהו צורך בסיסי של האישה, הגורם לה סיפוק והנאה", לדבריה.

הכנסות הגמ"ח התבססו על: (א) התשלום החודשי הסמלי; (ב) קנסות בגין איחורים בהחזרת קלטות; (ג) תרומות, בעיקר לקראת חגים, שהגיעו לכדי כמה מאות שקלים; (ד) הפרשת מעשר: רוב בעלי הגמ"חים תרמו כעשירית מהכנסתם לפיתוח מפעלם; (ה) הקדשת קלטות ל"עילוי נשמה" של יקירים. אצל מר שר-שלום, כל מצטרף חדש הפקיד המחאה פתוחה ללא סכום נקוב כעירבון ולא קיבל כנגדה כל מסמך ביטחון. "האמון הוא הבסיס לכל היחסים בחברה החרדית", הסביר לי. ברשותו של גמ"ח פעיל היו בין 5,000 קלטות, ל-10,000. בדרך כלל כשליש מהן נמצאו במקום והשאר היו מושאלות. רוב החומר היה בשפה העברית, והיו קלטות, בין עשרות לכמה מאות, גם ביידיש ובאנגלית. מלבד מדור נפרד ל"ערכים" היה גם מדור לילדים, שבו היו מאתיים קלטות בממוצע – היצע זעום יחסית לביקוש ולהיצע הקלטות למבוגרים. ניכר מאמץ מתמשך מצד ההנהגה החרדית לצמצם חשיפה של ילדים לאמצעי תקשורת אלקטרוניים.

היו גם גמ"חים בעלי התמחות: גמ"חים בשפה האנגלית, גמ"ח מיוחד לילדים, וגמ"חים שיועדו לנשים בלבד, אשר נחלקו לחלוקת משנה: הסוג האחד היה גמ"חים בעלי אוסף רב תחומי שנתנו שירות לנשים בלבד מאחר שבעלות הגמ"ח לא היו מעוניינות שגברים יסתובבו בביתן מטעמי נוחות וצניעות. במקרה זה הנשים שאלו קלטות גם בעבור בעליהן. הסוג השני היה גמ"חים שהתמחו בנושאים "נשיים": טהרת המשפחה, הכנות לשבת ושלמות הבית. לא היו בנמצא גמ"חים מיועדים לגברים בלבד, אם כי היו סדרות של קלטות לגבר או לאישה, ואותן אפשר היה לרכוש מהארגונים הגדולים. בפועל, גברים ונשים האזינו אלה לקלטות של אלה (עמרן, 2006 עמ' 112; קפלן, 2007, עמ' 63, 67).

למערכת היחסים שבין הגמ"חים בירושלים היו שני פנים: מחד גיסא, הייתה תחרות על כבוד ויוקרה. היו בהם שחפצו להיחשב למובילים בשוק, ולשם כך הם נהגו להטות אוזן למידע על החידושים האחרונים אצל עמיתיהם. מאידך גיסא, היו יחסי אהדה הדדיים בין בעלי הגמ"חים,

הדלות והעוני שבהם היא שרויה. חברה שלא יכולה להחזיק את עצמה ברמה הכלכלית, מצאה לעצמה פתרונות ברמה הקהילתית. משפחות עזרו זו לזו על פי בחירתן.

לגמ"ח מטרת נוספת, ובכללן יצירת הפרדה תרבותית מהסביבה הרחבה, כפי שציננה רוזנטל-כ"ץ: "הגמ"חים הם פתרון לקהילה החרדית המתיישב עם מגמת ההתבדלות של הקהילה החרדית, כאמצעי לשימור ייחודה, ולהשמר מהשפעות חיצוניות" (שם, עמ' 100). הגמ"חים הביתיים פתוחים לכאורה לפני כל פונה, אך בפועל בני החברה הרחבה לא מגיעים אליהם (ואף לא בהכרח מודעים לקיומם). אחד המאפיינים הבולטים של תרבויות קולקטיביסטיות הוא יסוד הערבות והתלות ההדדית (Markus & Kitayama, 1991, pp. 228-229, 245). עם זאת, ככל הידוע לי אין אח ורע להיקף ומגוון השירותים שמציע מוסד הגמ"חים הביתיים בחברה החרדית, בקרב תרבויות קולקטיביסטיות ואחרות ברחבי העולם.

כאמור, הגמ"ח לקלטות פעל במתכונת של ספרייה. בדרך כלל התשלום למשתמשים בשירותיו הסתכם בשקל או בשקלים בודדים לחודש על שאילת עשר קלטות או יותר. בשנת 1995 פעלו כ-120 גמ"חים לקלטות בירושלים.¹⁷ רשימה שלהם הייתה תלויה על דלת הכניסה ל"חסדי נעמי". לא מעט צרכנים פקדו את "חסדי נעמי" ואת "נר למאה" בעיקר כדי לרכוש חומר עדכני אשר היה עשוי להגיע לגמ"ח רק כעבור חצי שנה או שנה ואף לא להגיע כלל. לא היה קל למפות את שוק הקלטות, שכן גופים רבים עסקו בהקלטה ובהפצת קלטות של מאות דוברים. עם זאת, למרות הגופים הרבים שהיו מעורבים בשוק, שימשו הגמ"חים הביתיים זרוע הפצה עיקרית לתושבי השכונה, בעיקר בשל הקרבה המיידית למקום מגורי הצרכנים, העלות האפסית ושעות הפעילות הנוחות (על פי רוב בערב). גם האווירה החמימה תרמה להעדפת מוסד זה כמקור לצריכת קלטות.

רבקה נריה בן-שחר טענה כי הדרכים המקובלות להשגת קלטות אצל נשים חרדיות היו בעיקר שאילה מחברות ומקרובות וקנייה בחנויות ולא מהגמ"ח, אולי בשל רמת הנגישות של הגמ"חים הפתוחים רק שעות מספר בשבוע. אפשרות נוספת שהעלתה הייתה שהנשים לא היו מעוניינות שידעו לאילו קלטות הן בוחרות להאזין. קנייה בחנות הייתה אנונימית, והן שאלו מחברות או מקרובות אליהן. מהן הן יכולות היו לבקש באופן חופשי קלטת שעניינה נושא מסוים (נריה בן-שחר, 2008, עמ' 147). לפי המחקר שלי, הגמ"ח היה המקור המרכזי לצריכת קלטות בידי נשים גם אם באופן לא ישיר, מאחר שאילה מחברות ומקרובות, רבות מהן שכנות, ראשיתה בשאילת קלטות בידי אותן השכנות מהגמ"ח (עמרן, 2006, עמ' 103). בשלב הבא השכנות הרבו להחליף ביניהן עממן את הקלטות שמקורן, כאמור, בגמ"ח. שיתוף בין שכנות בצריכה תקשורתית היא תופעה מקובלת בחברה החרדית. נריה בן-שחר הרחיבה לגבי התופעה של "קריאה בשרשרת" של עיתונים חרדיים (נריה בן-שחר, 2012, עמ' 156-158).

קשה לאפיין את בעלי הגמ"חים, למעט העובדה שכמעט כולן נשים. תחילה סברתי שבעלי הגמ"חים הם אנשים בעלי בעיות או תכונות יוצאות דופן. למשל, גב' נחמה מלאכי משכונת בית וגן, בעלת אחד מהגמ"חים הגדולים והעדכניים בירושלים, היא חשוכת ילדים, ומפעלה זה היה פיצוי על כך, לדבריה. מר אליעזר שר-שלום (הגבר היחיד בענף), בעל גמ"ח בשכונת רוממה, הוא כבד דיבור, וייתכן שהאינטראקציה עם אנשים רבים, המתחייבת מאופי עיסוקו, הייתה

שפועל בלילה, ואת צריכה לראות באיזה מאור פנים הם פותחים את הדלת, כאילו שרק חיכו שיעירו אותם" (עמרן, 2006, עמ' 107). תרבות הקלטות פרוחה כ-25 שנה, בין השנים 1980 ועד ל-2005. זו הייתה צורה תרבותית שהפכה לאחד המוסדות המרכזיים של החברה החרדית לגוניה. מוסד זה היה חלק בלתי נפרד מהזהות שחברה זו ביססה לעצמה בעשורים האחרונים. תרבות הקלטות שימשה אספקלריה של אורחות החיים, נורמות ההתנהגות והמנהגים בחברה החרדית: תרומות המעשר; תשלום למטרת "עילוי נשמה"; פעילות התנדבותית; עזרה וערבות הדדית; הפקדת ניהול הגמ"ח בידי נשים, כמו שאר הפעילויות התוך-ביתיות; אמון הדדי (השארת המחאה פתוחה). כל אלה הם מאבני היסוד של נורמות ההתנהגות בחברה החרדית ושל ההווי הקהילתי האופייני לה. העובדה שאנשים בחרו לתרום מכספם ל"עילוי נשמה" של יקיריהם באמצעות קלטות מעידה על המעמד הרם שהקלטות זכו לו ועל האמונה והביטחון שיש ביכולתן של המדיים למלא תפקיד חשוב זה, שהוא בעל ערך סנטימנטלי רב. הקלטת לא הייתה נחלתם הבלעדית של מוקדי הכוח שבקבוצה, אלא כלי עממי בשירותם של אמונות, מנהגים ומסורות.

"ערוצי הקודש" ותרומתם לתרבות הקלטות

בשנת 1995 עלו לאוויר תחנות הרדיו הפירטיות שזכו לכינוי "ערוצי הקודש" (לימור, 1998; אילן, 2000, עמ' 218-221). הרדיו נועד בעיקר לקרב רחוקים, אך כפי שקרה עם הקלטות של "ערכים" ההערכה של מנהלי התחנות היא שהאזינו לו עשרות אלפי חרדים.¹⁹ היו פעילים בארגוני הקלטות שהזדרזו להספיד את הקלטת. הם חששו שהגישה הקלה למקלט הרדיו תהיה פיתוי גדול מדי לקהל שיעדיף אותו על ההליכים הכרוכים ברכישת קלטות או בהחלפתן. הרדיו ממילא שידר קלטות לצד שידורים חיים מהרצאותיהם של מיטב הדוברים החרדיים. בתכניות רבות הציבור הוזמן להתקשר ולהפנות שאלות אל מרצה בנושא הנדון, ובדרך כלל הוא נהג להשיב תשובות ארוכות ומפולפלות, שהיו כעין דרשות משנה העומדות בפני עצמן.

האינטראקטיביות הייתה אפשרית בעיקר לגברים, היות שקול אישה לא נשמע בתחנות הללו. אישה יכלה לכל היותר לכתוב לתחנה, ואפשר שמכתבה הוקרא מעל גלי האתר ונדון בתכנית. היו כמה תחנות שאפשרו להעלות נשים לשידור בתנאים מסוימים, למשל ברדיו "מכל הלב" נשים דיברו בתכניות שעסקו במניעת הפלות, וב"רדיו 10" הרב אורי זוהר שוחח עם נשים "מתקרבות". גם כיום "ברדיו 2000", הפועל כרדיו אינטרנטי, אפשר לשמוע נשים כאשר הנושא הנדון נתפס כמזדיק זאת.

הרדיו היה מגוון יותר מן הקלטות, היות ששיעורי הדת בו היו רכיב אחד לצד תכניות אקטואליה, מוסיקה, אירוח מומחים (רופאים, אנשי חינוך, משפטנים), תכניות לילדים ולנוער, מבצעי התרמה ועוד. ואולם, למרות פריחתם של "ערוצי הקודש", הציבור החרדי לא נזח את הקלטת. הרדיו לא דחק אותה למקום נמוך יותר בהיררכיה של הפעילות התקשורתית בחברה החרדית. נהפוך הוא, אחד הביטויים למאמץ של הציבור החרדי לסייע בקידום התחנות הפירטיות היה הנהוג לתרום להן קלטות. גם "חסדי נעמי" תרם קלטות לתחנות מסיבות דומות. בשלב הראשון היה נהיר לכול כי תרומת הקלטות הכרחית כדי שהתחנות תוכלנה להמשיך ולהתקיים, היות שהקלטות היו עמוד השדרה של לוח המשדרים בכל הערוצים. עם הזמן החליפו מיטב הדוברים בשידור חי

והם הרבו לשבח אלה את אלה. לעתים קרובות התבססה הקמתו של גמ"ח חדש על לימוד השיטה הנהוגה בגמ"ח ותיק. גמ"ח פעיל לקלטות נעשה מפעל חיים של בעליו. תרומת המעשר מהכנסתה של המשפחה הייתה בבחינת הקרבה אמיתית למי ששכרם זעום. אמנם האישה היא שניהלה את הגמ"ח, אך שאר בני המשפחה – בעיקר הילדים – עזרו בהפעלתו. עם זאת, לא היה די בעזרתם, ולא תמיד אפשר היה לסמוך על כושר ההתמדה של הילדים. הקושי לא היה טמון בהקמת הגמ"ח, אלא ביכולת להתמיד בהפעלתו ובפיתוחו. מ-120 הגמ"חים לקלטות שהיו רשומים בשנת 2001 ב"חסדי נעמי" באזור ירושלים, 12 היו מוצלחים במיוחד, כלומר החזיקו אלפי קלטות, תנועת השואלים בהם הייתה ערה והם היו נתונים במגמת התרחבות. הגורם להצלחה היה ניהול נכון: הקפדה על אכיפת כללי התקנון, הרחבת היצע הקלטות, שימוש בצידוד טכני, ויותר מכול – ניהול מערך מתנדבות, שבו כמה נערות או נשים הרגישו מחויבות לעשות את עבודתן בעקיבות ובנאמנות. העבודה בגמ"ח לא הסתיימה עם סגירתו בשעת הערב. הפעלתו דרשה שעות עבודה רבות נוספות – לצורך שכפול של קלטות על פי הזמנה, רכישת קלטות חדשות, הקלטת שיעורים המתנהלים בקהילה כדי להעשיר את אוסף הקלטות בגמ"ח, ולעתים גם סיוע בהקמתם של גמ"חים חדשים.

ההתנדבות נתפסה כסגולה. בגמ"ח של הגברת מלאכי עבדו כמה נערות בהתנדבות. הן באו אל הגמ"ח אחת לשבוע בכל מזג אוויר ולמרות עומס הלימודים בבית הספר. הן הפעילו את המקום כאילו היה עסק לכל דבר: ספרו מלאי, שכפלו קלטות, בדקו את תקינות הקלטות המוחזרות, עדכנו את הנתונים החדשים במחשב, דאגו לתחזוקת העטיפות, טלפנו למאחרים להשיב קלטות, ייעצו, המליצו ועוד. גישתן הייתה רצינית ובוגרת, והן התמידו בעבודתן ללא כל תמורה, זולת פרוסת עוגה שבה הן התכבדו בסוף הערב. גב' מועלם נעזרה בבנות 18-22. היא נתנה פירוש מיסטי לפעילות ההתנדבותית בביתה: "ההתנדבות בגמ"ח שלי היא סגולה. נשים עם בעיות פוריות מתעברות, בנות מתאסרות".¹⁸ לא היה פס ייצור לאחסון קלטות, ומחשבה יצירתית רבה הושקעה בעיצובם של מדפי הקלטות, בין היתר כדי לפתור את בעיית חוסר המקום והצפיפות המאפיינת את רוב הדיירות בחברה החרדית. משפחת פיש תכננה וייצרה מתקן נייד בעל צורה מחומשת להצגת הקלטות, וגמ"חים אחרים העתיקו ממנה. קוטר המתקן מטר אחד, וגובהו – שניים. בכל צלע כמה דלתות מתקפלות, וכאשר הן נפרסות מתגלות מאות קלטות בכל דלת. המתקן נע על גלגלים, וכך אפשר להזיזו לפינה כאשר הוא אינו בשימוש.

רושם מיוחד הותיר בי המפגש הראשוני עם הגמ"ח של גב' מלאכי: דלת הבית נפתחה, ולנגד עיני נחשפו ארונות קיר עמוסי קלטות, המכסים שלושה מכותלי הסלון המשפחתי. בסוף הערב הארונות נסגרו והשתלבו להפליא בתפאורת החדר, שנראה כסלון ביתי לכל דבר. תכנון שכזה חייב מעוף וחוש אסתטי, ובמקרה הזה – פרי יוזמתו של נגר קרוב משפחה. כמובן, אין פס ייצור מסחרי לארונות שכאלה, וגם לא למתקן המחומש שעיצבה משפחת פיש, ונדרש פתרון מיוחד, הכרוך ברצון עז להצליח במשימה. דומני שללא מסירות הנפש, לא הייתה כל מוטיבציה למצוא פתרון הולם שיאפשר לקיים מפעל בעל אופי ציבורי כזה לצד חיי משפחה.

"...וזה עוד גמ"ח קל", סיכמה את שיחתנו אחת המתנדבות בתום יום קבלת קהל, בשעה 22:30. גמ"ח "קשה" הוא, למשל, "גמ"ח לתרופות

האתר. בדרך כלל היה מופיע שם הדובר, ובסמוך לו – אייקון בצורת קלטת. אלא שאט אט החל להסתמן השינוי: במקום אייקון של קלטת הופיע אייקון של דיסק. אפילו הרב אמנון יצחק, שנהג לגייס מתנדבים להפצת קלטות בצמתים, החל לגייס מתנדבים להפצת דיסקים בצמתים. הרב יצחק, יותר מכל דרשן אחר, נהג לפאר ולהלל את תרומת הקלטות לקידום היעדים של תנועת התשובה בכלל ושל הארגון שבראשו הוא עומד – "שופר" – בפרט. אם הוא כבר החל להשתמש בטרמינולוגיה המדגישה את קיומם של דיסקים הדבר העיד אולי יותר מכול על גסיסתה של הקלטת.

מה הייתה המשמעות של ההתפתחויות בטכנולוגיה של התקשורת בחברה החרדית לגמ"חיים לקלטות? האם די היה בכך שהם יסבו את עצמם מקלטות לדיסקים? בהחלט לא. דיסק עלה פי שניים עד שניים וחצי מקלטת – כעשרה שו במקום כארבעה-חמישה שו, ובעלויות החדשות לא יכלו בעלי הגמ"חיים, שהתבססו על רכישות מרוכזות, לעמוד. מפיצי הדיסקים שאפו או נאלצו להיות עדכניים, אך לציבור קשה היום, שרכש את המוצרים, המתכונת החדשה לא התאימה. למשל, עד שנת 2005 הצליחה גב' מלאכי לצבור לא יותר מ-150 דיסקים לגמ"ח שבבעלותה, לעומת 10,000 קלטות שהיו ברשותה.

הכמות העצומה של דיסקים שחולקו חינם אין כסף בצמתים ובטרמפאדות עשויה להטעות. היא יצרה רושם שהמדיום בפריחה. אולם הדיסקים הללו, שיועדו לשייוק האמונה, הופצו ועדיין מופצים בעיקר על ידי "שופר" וארגונים המזוהים עם ברסלב, ובראשם "חוט של חסד". ארגונים אלה גייסו תורמים לרכישת כמות נכבדה של דיסקים לצורך הפצתם. ישנם ארגונים קטנים יותר, כמו מוסדות "נר רחמים" של הרב משה בן משה מנתניה, שנקטו אותה אסטרטגיה של הפצה.

הגמ"חיים פעלו עד שנת 2005, אך לא היו רכישות חדשות והחומרים בגמ"חיים חדלו להתעדכן כמעט לחלוטין. הנזק לפעילות של הגמ"ח לא היה מידי, מאחר שהחברה החרדית מעריכה גם הקלטות ישנות ודוברים ותיקים. ישנן סדרות של קלטות בנושאי בית, משפחה וחינוך ילדים שהפכו לקלאסיקה וכך גם נתפסים הדוברים, ובכללם דוברים שהלכו לעולמם. "כמו יין ישן", "כמו ריהוט עתיק", "זה כמו ללכת לקינג דיוויד" – אלה מקצת הביטויים על הדוברים הוותיקים והנערצים. אלא שהגמ"חיים הבייתיים לא כללו באוסף הביתי שלהם את הדור הצעיר של הדוברים. המגמה שהסתמנה הייתה קפיאה על השמרים וגסיסה טבעית. לא היה צורך להכריז על סגירה רשמית.

תרבות האודיו התורנית עמדה בסכנה מבלי שנמצא לה תחליף ראוי. הרדיו החרדי שנותר לאחר ירידתם מהאוויר של "ערוצי הקודש", מנה שתי תחנות הפועלות על פי חוק הרשות השנייה לרדיו ולטלוויזיה – "רדיו קול חיי" ו"רדיו קול ברמה", והיה תחליף חלקי בלבד לתרבות האודיו המפוארת ששלטה קודם לכן. האינטרנט אמנם מציע מגוון עצום של שיעורים תורניים לצפייה, להאזנה, להורדה לנגן ולרכישה, אך זהו אמצעי שנוי במחלוקת בחברה החרדית (הורוביץ, 2000; צרפתי ובלייס, 2002; ברזילי-נהון וברזילי, 2004; לב-און ונריה בן-שחר, 2009; Livio & Tenenboim-Weinblatt, 2007). עדיין רבנים רבים אוסרים על תלמידיהם להעלות את שיעוריהם ברשת, ולא ברור אם ובאיזו מידה אלה מבני החברה החרדית הנחשפים לאינטרנט משתמשים בכלי לצריכת מסרים אמוניים. לדברי בכירים בתעשיית התקשורת בחברה החרדית דפוס השימוש של הציבור החרדי הנחשף לאינטרנט הולכים ונעשים דומים לאלה של הציבור החילוני.²⁰ בין היתר נאמר

את שידורי הקלטות. אף שתורמי הקלטות היו ערים לכך וידעו שסביר להניח שהקלטות שתרמו לא ישודרו, הם הוסיפו לתרום. הציבור החרדי ביקש לטפח קשרים בלתי אמצעיים עם הערוצים הפירטיים לא פחות משהערוצים ביקשו זאת, ותרומת הקלטות הייתה אחד האמצעים לכך. שידורים הוקלטו על ידי התחנות, והקלטות שווקו לציבור הרחב. נוסף על כך, התחנות הביאו לפרסומם של דוברים שלא היו מוכרים קודם לכן בקנה מידה ארצי, מפני שהיה צורך למלא משבצות שידור. הציבור שנחשף אליהם דרך הרדיו דאג להשיג את הקלטות שלהם. כלומר, "ערוצי הקודש" היו בסיס לייצור קלטות נוספות ולהרחבת שוק הקלטות בחברה החרדית ובקרב "מתחזקים".

שיתוף הפעולה בין שני האמצעים, הרדיו והקלטות, לא התנהל בתנאים אידאליים: "משחקי החתול ועכבר" שהתקיימו תדיר בין תחנות הרדיו הפירטיות לבין רשויות האכיפה פגעו לעתים ביכולת התחנות להשתמש בקלטות בייעילות להגשמת יעדיהן. כך, למשל, בגלל החלפת כתובות בתדירות גבוהה היה קשה לסדר את החומר שוב ושוב, ולעתים הוא נותר בארגזים ללא סדר. בגלל ההחרמות היה קשה לצבור מספר גדול של קלטות ולמסד שירותים נלווים, כמו תיבת טלמסר לצורך הזמנת קלטות, ניסיון שהחזיק מעמד תקופה קצרה בלבד אצל אחת התחנות המובילות באותה תקופה – רדיו "קול הנשמה".

מאפיין בולט נוסף במערכת יחסי הגומלין שבין הרדיו לקלטות היה הסתרתן של קלטות בישיבה סמוכה לתחנה, כדי שלא יוחרמו בידי המשטרה בשעת פשיטה. כך, למשל, רוב הקלטות של התחנה "מכל הלב", ששידרה משכונת מאה שערים (כמה משחקני בית"ר ירושלים נהגו לשדר מתחנה זו דברי "התחזקות"), אוכסנו בישיבה הסמוכה בראשות המקובל, הרב דויד בצרי. בכניסה לתחנה היו כמה מאות קלטות, אך שכבת האבק שהצטברה עליהן העידה שהן לא היו בשימוש. לקלטות היה תפקיד סימבולי, והן ביטאו את הלב והתמצית של הסכסוך המתמשך בין תחנות הרדיו לרשויות. לכן נעשה מאמץ רב להציל לפחות אותן, כפי שמנסים להציל ספרי תורה מבתי כנסת בוערים. תצוגת הקלטות בכניסה נועדה להטעות את המשטרה וליצור רושם שאלה כל הקלטות שברשות התחנה. בעבר המשטרה החרימה קלטות, ונראה שאף השמידה אותן. הדבר נחשב לפגיעה של ממש במי שמאמינים כי השמדת קלטות חמורה לא פחות מהשמדה של כתבי קודש. החרמה והרס של ציוד טכני בשווי אפלי דולרים חמורים פחות מהרס קלטות בעלות של עשרות שקלים, היות שלרכישת ציוד חדש דרושות כמה שעות התרמה במהלך שידור, ואילו חומר שהוקלט בתחנה – ערכו לא יסולא בפז ואין לו תחליף.

שיתוף הפעולה בין "ערוצי הקודש" לקלטות נמשך עד לסגירתם בשנת 2005 עקב חקיקה שהטילה עונשים כבדים (שלוש עד חמש שנות מאסר) על מפעילי תחנות רדיו פירטיות. עד לירידתן מהאוויר הרשתות הללו היו גורם מרכזי שסייע לשוק הקלטות להמשיך ולהתקיים נוכח חדירתו של אמצעי טכנולוגי חדש באותה תקופה – הדיסק. מפעלים לייצור קלטות ברחבי העולם נסגרו לטובת מפעלים לייצור דיסקים.

דעיכתה של הקלטת וסיום תפקידה ככלי מרכזי להפצת אמונה

לקראת סוף שנות התשעים של המאה העשרים הצטרפה "שחקנית" חדשה אל זירת התקשורת בחברה החרדית – רשת האינטרנט. אתרים לשייוק האמונה הוקמו ברשת וארגונים שיווקו את קלטותיהם באמצעות

הטענה בחסות "קול הלשון", התעוררו בעיות טכניות חוזרות ונשנות, סיבה שפגעה במוטיבציה שלהם להמשיך ולהתמיד בניהול גמ"ח שקיומו מעורר אי נוחות מלכתחילה. "קול הלשון" לא אמר נואש, ובשנת 2009 יצא ביוזמה מסוג חדש: הקמת עמדות הטענה לנגני מ"מ³ במרחבים ציבוריים בחברה החרדית – בבתי כנסת, בישיבות ובתי מדרש, וכן בעסקים מסחריים חנים אין כסף לשירות הציבור. אתרים נוספים שנבחרו להתקנת עמדות הם: בתי חולים (לניאדו, מעייני הישועה, זיו, אסף הרופא ותל השומר), וכן בנתב"ג (בבית הכנסת) ובמרכזים יהודיים בתפוצות (סידני, בריסל, ניו יורק, לונדון וציריך). כל שנזקק לו הצרכן היה להצטייד בנגן אישי, וכדי להקל על הציבור בעל היכולות הכספיות המוגבלות ואף לעודדו לצרוך את השיעורים יצא "קול הלשון" מפעם לפעם במבצעי מכירות של נגנים במחירים מסובסדים. חלק מהעמדות מחוברות לרשת האינטרנט, ומתעדכנות באתר. את העמדות המנותקות מהרשת יש לעדכן באופן עצמאי, ונדרשת מוטיבציה ונכונות גבוהה מצד האחראי לעמדה, כדי שהיצע השיעורים לא יקפא על שמריו.

אחת העמדות הפופולריות בירושלים מוצבת בתוך חנות למכר דיסקים מוסיקליים וסרטים למחשב, "גל פז", בסמוך לכיכר השבת שבמאה שערים. כיצד תעשיית הדיסקים המוסיקליים קיימת בחברה החרדית ותעשיית הדיסקים התורניים נכשלה? התשובה היא שהשוק המוסיקלי מתוכנן לרכישה של דיסקים ותקליטורים בודדים למשפחה בשנה. כך דיווח לי יהודה סילבר, מנהל "גל פז", (בשיחה שהתקיימה לאחרונה, ב־18.1.2015). בהיקף רכישות כזה משפחות רבות בחברה החרדית יכולות לעמוד. לעומת זאת, מצופה מכל אדם בוגר בחברה החרדית שיצרוך מאות הרצאות ושיעורים תורניים בשנה. (בשיחה קודמת שקיימתי עם סילבר ביולי 2012 הוא ציין שהשוק מתוכנן לרכישה של כשלושים דיסקים ותקליטורים בשנה למשפחה, אך כיום ירדו הציפיות בשל שיטות פירטיות שנפוצו לצריכת הדיסקים). החנות, ששטחה כמאה מ"ר, הקצתה מקום לעמדת "קול הלשון" בתחומה. העמדה זמינה לציבור בשעות שבהן החנות פתוחה. בין היתר, נערו מצוידות גם בנגן של הוריהן (אצל נערים ניכרת תופעה זו פחות), וילדים באים בלוויית אחיהם הגדולים או הוריהם. לעתים יודעים מראש צרכני העמדות מה בכוננתם להטעין, ולעתים הם שוקלים, מתדיינים ומתייעצים עם הסובבים, ולבסוף מחליטים.

שאלתי את מנהל "גל פז": "מדוע החנות מעוניינת בעמדה כזו בתחומה? מדוע אתה צריך את כל הבלגן הזה?" תשובתו הייתה: "למען זיכוי הרבים". אין ספק ש"זיכוי הרבים" הוא מניע המושרש עמוק בלבבות של רבים מבני החברה החרדית (ליאון, 2009, עמ' 179-196; שרעבי, 2013). עם זאת, בין המטענים בנגן שלהם שיעורים תורניים יש הרוכשים לעצמם דיסק מוסיקלי או תקליטור לצפייה במחשב, ולא מן הנמנע שהמניע העסקי משמש אף הוא שיקול בהחלטה של "גל פז" להקצות שטח בתחומה לעמדה של "קול הלשון".

בשנת 2009 היו כשלושים עמדות פרוסות ברחבי הארץ, וכיום מצויות בין 170 ל־180 עמדות, וגם מספרן בתפוצות בסין עלייה. ניכר שהרב שמואל זילבר, חסיד בעלז, האחראי מטעם "קול הלשון" לגיוס התורמים לרכישת העמדות, נחוש להמשיך ולדבוק "במשימה הקדושה", לדבריו, של הפצת אמונה באמצעי זה. להערכתו, מספר ההטענות בעמדות המרכזיות ברחבי הארץ מגיע ל־30,000 עד 40,000 שיעורים בחודש לעמדה.²¹

לי: "אם כבר החרדים נחשפים לאינטרנט – אז לא שיעורים תורניים בראש מעייניהם".

"קול הלשון" של תרבות האודיו התורנית היה ארגון "קול הלשון". "קול הלשון", כמו ארגונים אחרים העוסקים בהפצת אמונה, הוקם במסגרת תהליך ההתפתחות והשינוי שהחברה החרדית עוברת מצורות הנהגה דתיות וגופי סמכות ממוסדים לשלב של היווצרות סמכויות חדשות, דרגי משנה או סמכויות משנה, המהוות תוצר של תמורות תרבותיות חברתיות פוליטיות ואחרות. מקצתן מאתגרות את המנהיגות הרשמית ואת ההיררכיות הקיימות, ומקצתן מאזנות ומשלימות אותה (קפלן ושוטלדר, 2009, עמ' 9-10). הציבור החרדי מוקיר את הסמכויות החדשות, ומושפע ממסריהן החינוכיים בכל שטחי החיים. "קול הלשון" נוסד בשנות השמונים של המאה העשרים כערוץ טלפוני להעברת שיעורי החפץ חיים (רבי ישראל כהן המאיר) – הלכות לשון הרע ורכילות. במהלך השנים הוסיף הארגון למאגר שלו אלפי שיעורים על ספרי קודש אחרים. אלא שקווי טלפון אינם יכולים להשתוות לצריכת קלטות. הטלפונים הנייחים מגבילים את הניידות של המאזינים, והעלויות של ההתקשרות באמצעות הקוים הסלולריים גבוהות. ייתכן שגם שליטה בשוק של מרכזייה טלפונית נוספת, "קול הדף" בראשות חסידות גור (עמרן, 2006, עמ' 85-92), מנעה מ"קול הלשון" אפשרות לפתח קו טלפוני שישמש ערוץ מוביל להפצת אמונה. בשנת 2007, לאחר התלבטויות וקבלת אישורים מרבנים בכירים, הקים "קול הלשון" אתר אינטרנט ואליו העתיק את כל השיעורים הטלפונים. נוסף על כך, באתר מועברים שיעורים בשידור ישיר מבתי כנסת ברחבי הארץ, והציבור הרחב מוזמן להעלות חומרים מוקלטים לאתר. סך הכול מצויים באתר קרוב ל־40,000 שיעורים תורניים בחמש שפות. בין השיעורים: שיעורי גמרא, משנה, הלכות, מוסר, חסידות, סיפורים לילדים ושיעורים לנשים. עם זאת, ההערכה של אותם בכירים בתקשורת היא שעיקר הנחשפים לאתרים המפיצים שיעורים תורניים הם בני הציונות הדתית לגוניה ויהודים בתפוצות. ההתפתחות המשמעותית בפעילות "קול הלשון" להצלת תרבות האודיו החלה לקראת סוף שנת 2008, בעת שבשוק הישראלי נפוצו נגני המ"מ³. "קול הלשון" החליט לרתום את המדיום לצורכי קדושה, על ידי הטענת השיעורים המופיעים באתר האינטרנט לנגן האישי. הוא פנה למשפחות חרדיות שתיאונתנה להקים בביתן עמדות הטענה באמצעות המחשב האישי ורשת האינטרנט. אלה אמורים היו להיות גמ"חים ביתיים להטענות.

הקמפיין לא הצליח. הסיבה המרכזית הייתה סירובן של המשפחות להתחבר לרשת האינטרנט. גם אם הייתה קיימת ההכרה שאפשר לרתום את המדיום לצורכי קדושה ובכך לשמש גורם התומך בקידום יעדי הקבוצה, המשפחות חששו שיתעורר חשד אצל השכנים והמכרים שמהן עושות במדיום שימוש "לא כשר" בשעות אחרות. המשפחות אף חששו שבני ביתן לא יעמדו בפיתוי, ויעשו שימושים לא ראויים במכשיר, כפי שציינה לפני אחת מהמידעניות בשנות החמישים לחייה מקריית טלוסוטון: "אני כבר מבוגרת, אך בביתי בנינים צעירים, ולהם הרבה יצרים. מה אני צריכה את הבעיה הזו אצלי בבית!?"

גמ"חים להטענות עשויים היו לפתור את הבעיה הקשה של אחסון הקלטות. אמנם חלק מבעלי הגמ"חים פיתחו לעצמם שיטות מקוריות לאחסון, אך אצל רבים אחרים קלטות נעזמו גם בחדרי השינה ובפינות שונות בבתי הקטנים ממילא. אצל המעטים שניאותרו להקים עמדות

(Enzensberger, 1970). בפועל, לאורך השנים לא מסתמן שינוי משמעותי בהיקף השימוש בדוברות החרדיות, במרצות ובדרשניות באמצעי תקשורת להפצת מסריהן. מספר הנשים המפיצות את מסריהן באמצעי תקשורת נותר יציב, בין עשר ל-13 נשים. במסגרת הקהילה מאות נשים נושאות דברים בציבור; מספרן אינו נופל באופן משמעותי ממספר הגברים העוסקים בכך.

בין עשרות אלפי השיעורים המצויים בעמדות ההטענה של "קול הלשון" אין הרצאות של ארגון "ערכים". "ערכים" אינו מיועד לציבור שומרי המצוות, ומפיץ חומרים שאינם עומדים בקנה אחד עם הערך והתפיסה של "האמונה התמימה". "קול הלשון", הפועל לשימור הלכות, לא יכול להציב את עצמו בעמדה שבה הוא עשוי להיתפס כמי שמכרסם בתפיסה זו. בני החברה החרדית נחשפים להרצאות של "ערכים" בהטענה של הרצאות מאתר האינטרנט של הארגון לנגנים האישיים, אלא שלדברי המידעניות שעמן שוחחתי מעטים עושים שימוש באופציה זו, ומקרב המידעניות – אף לא אחת. דרך נוספת היא פנייה ישירה למר משה ביתן, האחראי לשיווק המוצרים של "ערכים". מר ביתן ציין לפני כי הוא עומד בקשר עם כמאה מבני הציבור החרדי, הרוכשים ממנו ישירות דיסקים המכילים קובצי מ"פ 3 במחיר של שלושה נ"ח לקובץ. בדרך כלל דיסק שכזה מכיל עשרה קבצים, היינו עלותו כשלושים נ"ח. זהו מחיר גבוה לאין ערוך מעלות הקלטות, ובכללן קלטות של "ערכים", בתקופת הגמ"חיים – כשקל בחודש, ואולי משום כך מספר הלקוחות שלו אינו גדל.

קיימים עדיין גמ"חיים לקלטות הממשיכים לפעול במתכונת מוגבלת. כך, למשל, ארון הקלטות של גמ"ח משפחת פיש, המכיל כ-4,000 קלטות, נמצא כיום בשיבת "עזרה לתורה" שבגבעת משה שבירושלים (ליד שכונת סנהדריה) ומשמש את התלמידים, שרבים מהם לא מיהרו להשליך לפח את מכשיר הרדיו-טייפ שברשותם.²³ שאר הגמ"חיים משרתים בעיקר שתי קבוצות באוכלוסייה החרדית: אוכלוסיית הקשישים, שאינה מעוניינת או אינה מצליחה לעשות הסבה לטכנולוגיית הדיסקים והנגנים החדשנית. הקבוצה השנייה היא הילדים, שלא לכולם ההורים ניאותו לרכוש נגנים, אף שבעמדות ההטענה מוצעים להם שיעורים (אם כי לא רבים). בין היתר קיים חשש שהם יעשו בהם שימושים שאינם "כשרים", כפי שהסביר לי הרב שמואל זילבר: "לצערנו, יש בעמדות גם חומר לילדים. מדוע לצערנו? כי בעיקרון איננו מעוניינים שילדים ישאו מ"פ 3. נכון הוא, שאם הם כבר מחזיקים את המכשיר – אז העמדות של 'קול הלשון' הן הרע במיעוט" (ראיון, 25.7.2010). משיחות שניהלתי עם מי שניהלו גמ"חיים לקלטות עלה שרובם מעוניינים להקים גמ"ח חדש בתחומים אחרים לשיירות הקהילה. עם זאת, הם אינם ממהרים לעשות זאת בעתיד הנראה לעין, וספק אם הדבר יצא לפועל. רובם ניהלו מפעל ביתי במשך כעשרים עד 25 שנים וייתכן שהם עייפו. רובם החלו בפעילות החסד שלהם בהיותם בשנות השלושים לחייהם, בעת שהם ניהלו אורח חיים אינטנסיבי ועמוס בכל הנוגע להקמת המשפחה ולביסוסה (יוצאת דופן היא גב' מלאכי שלא העמידה צאצאים).

סיכום

המפעל של ויין, "נר למאה", היה למרכז לרכישת קלטות תוך חודשים ספורים. הצלחתו נבעה, בין היתר, מכך שהוא "התפרץ אל דלת פתוחה". ויין הכשיר את השטח להקמת שוק נרחב. "נר למאה" נוסד בשנת 1980,

"קול הלשון" פעל לשיקום תרבות האודיו התורנית, כנראה יותר מכל ארגון או מוסד בחברה החרדית. הוא פתר את הקושי הכלכלי שהציבו הדיסקים מחד גיסא, ובלם את הסחף שהחל להסתמן לגבי חשיפה למחשב ולאיינטרנט מאידך גיסא לאלה שרצו להיחשף אך ורק לתכנים אמוניים, אך לא עמדו בפיתוי ומצאו עצמם גולשים גם באתרים "אסורים" בידי הרבנים. לציבור זה, המוכן לוותר על השימוש באיינטרנט בתנאי שיספקו לו שיעורים תורניים ממקורות אחרים – עמדות ההטענה של "קול הלשון" הן הפתרון.

תרבות האודיו ממשיכה לשגשג לא פחות מבעבר, כי הנגן הוא אמצעי יעיל ונוח לנשיאה בכל מקום. הציווי התורני המשמש בסיס לכותר של הכתבה העיתונאית – "בלכתך בדרך – בדרך הקלה" – קל למימוש יותר מאי פעם.

מאפיינים בולטים נוספים של שוק נגני מ"פ 3

בעבר נשים פקדו את הגמ"חיים הביתיים לקלטות. כיום התהפכו היוצרות, ובעיקר גברים הם הפוקדים את עמדות ההטענה. המסגרת הביתית התאימה לנורמות המקובלות בחברה היהודית המסורתית לפיה הבית הוא מקום טבעי לאישה להימצא בו (פרידמן, 1988, עמ' 1). לעומת זאת, המסגרות שבהן ממוקמות עמדות ההטענה הן בעלות אופי מגדרי גברי: בתי כנסת, בתי מדרש וישיבות. נשים חרדיות ציינו כי הן הרגישו לאין ערוך נוח יותר לגשת לבית השכנה, בעלת הגמ"ח, מאשר למסגרות הנוכחיות. גם שעות הפעילות של הגמ"חיים הותאמו לסדר היום של הנשים – בדרך כלל בשעות הערב, לאחר שהן סיימו את המחויבויות שלהן במקום העבודה ובמסגרת הבית. לכן, אף שהעמדה ב"גל פז" ממוקמת באתר ניטרלי מבחינה מגדרית – היא לא מותאמת לדפוס הצריכה הנוח לנשים, מאחר שהיא זמינה רק עד לשעה 19:00, זמן הסגירה של בית העסק.

יש להבחין בין חומרים מוקלטים לנשים בפי דוברות, לבין חומרים המותאמים לנשים בפי דוברים. "קול הלשון" לא פועל כדי להרחיב את החומרים הרלוונטיים לנשים. אלא שהנשים אינן קובלות על התנהלות זו. הן מתמרנות עם מה שבנמצא, ואף מביעות שביעות רצון מהחומר המועט אך האיכותי, כגון של הרבנית נוישטט, שהרצאותיה מתעזכות תדיר. הן גם אינן קובלות על הנסיגה שחלה באפשרויות החשיפה שלהן לתכנים אמוניים באמצעי תקשורת.

צריכת מסרים אמוניים באמצעות כלי תקשורת אינה נובעת מדרישה המוכתבת בידי ההנהגה החרדית או מאסטרטגיות שכנוע שהיא מפעילה. עם זאת, הנשים, שבעבר היו צרכניות מרכזיות של הגמ"חיים, לא יוזמות פעולות או מפתחות דרכים ואמצעים לייעול האפשרויות שלהן להיחשף למסרים שכאלה כיום. חסר, למשל, ארגון נשים שמפעיל עמדות ייעודיות לנשים. עמדות ייעודיות מופעלות בידי ארגונים וקבוצות בחברה החרדית לפי הדגם של "קול הלשון". למשל, ראש בית חב"ד בשכונת רמות שבירושלים למד את השיטה המונהגת ב"גל פז" ויישם אותה בעמדה ייעודית לחסידי חב"ד. כלומר, המדיום מתפשט לא רק מבחינה כמותית, אלא קבוצות וארגונים מאמצים אותו לצורכיהם. עם זאת, כאמור, כאשר המדובר בייעול אפשרויות החשיפה למסרים אמוניים לנשים החרדיות אין ולא מסתמנת פריצת דרך.²²

יתרון בסיסי של אמצעי תקשורת מקבוצת "המדיה הקטנים" הוא הזמינות שלהם לקבוצות יעד מגוונות, ובכללן מיעוטים וקבוצות שוליים, העושים בהם שימוש להעצמה עצמית (Tsfati & Peri 2006);

לאחרונה (13.1.2013) ציין לפני הרב זילבר, האחראי לעמדות "קול הלשון", כי מספר הנחשפים לאתר החברה מקרב בני החברה החרדית (לעת עתה כולם גברים) הוא בסימן עלייה. ייתכן שהסיבה לכך היא העלייה במספר החרדים המתקנים במחשבם את תוכנת הסינון החדשנית "אתרוג", המספקת שירותי אינטרנט "נקיים" מתכנים שאינם עולים בקנה אחד עם רוח המסורת. אמנם היא לא זכתה ל"הכשר" הרבנים, אלא לאישור הנתפס כרע במיעוטו, כך מצוין באתר החברה. זו עדות לדינמיות של החברה החרדית וליכולת השתלבותה בתנאי החיים המשתנים (קרלינסקי, 2004), תוך הצבת סייגים המותאמים לתפיסת עולמה (עמרן, 2006, עמ' 45, 146).

"מנהיגויות המשנה" הפועלות בחברה החרדית הן עדות לאופן שבו חברה נרתמת למאמץ של שימור הזהות הקבוצתית באמצעות הפצת מסרים אמוניים כפעולה הבאה מלמטה, מתוך הציבור עצמו (grass roots). זו התנהלות שיש בה מעורבות מועטה מצד האליטה הרבנית. "מנהיגויות המשנה" ממנפות את מערכת האילוצים שבה נתונה החברה החרדית לצורך לכידות והמשכיות קבוצתית באמצעות כלי תקשורת זולים, זמינים ופשוטים לשימוש. זהו מאבק מתמשך המתנהל בצלן של האלטרנטיבות המתדפקות על דלתות החברה החרדית. אי אפשר למנוע את חלחולן אל חברה זו בעידן הנוכחי, ובאופן פרדוקסלי דרך הפעולה של "מנהיגות המשנה" אף טומנת בחובה אימוץ של אמצעים מהסביבה החיצונית והמאיימת.²⁷ השימוש במכשיר כמו מ"פ 39 ובמיוחד הקמת אתרי אינטרנט מהווים דוגמה לכך. פרדריק ברט (Barth, 1969, pp. 9-38) וריצ'רד ג'נקינס (Jenkins, 1996, p. 99), ממפתחי תאוריית הסימבוליזציה של הזהות, טוענים שכדי שקבוצת המיעוט תמשיך לשמור על חיותה (ויטליות) וחיוניותה עליה להקפיד על גבולות פתוחים, ולאפשר זרימה של רעיונות ומסרים פנימה והחוצה. נראה ש"מנהיגויות המשנה" נמנות עם ראשי החץ האחראים להמשך קיומן של התכונות הללו בחברה החרדית.

העולם התקדם והחברה החרדית נאלצה להתאים את עצמה לשינויים שהתחוללו בשדה התקשורת תוך כדי מציאת פתרונות שיתנו מענה למערכות האילוצים האידאולוגיים והכלכליים שבהן היא נתונה. תוכנת "אתרוג" היא דוגמה לכך. החברה החרדית אינה מדירה את עצמה מהמגמה המסתמנת בשנים האחרונות – העברת אינפורמציה באמצעות הניידים האישיים והאייפונים, אלא שהיא עושה זאת בקצב אטי יותר ובכפופות לסייגים שהציבה לעצמה. לעת עתה נראה שההתפתחויות הטכנולוגיות הללו אינן מאיימות על התקשורת הקהילתית. עמדת ההטענה היא פתרון אידאלי לקבוצה המבקשת להמשיך ולצרוך מסרים אמוניים תחת שני אילוצים כבדים: משאבים כספיים מוגבלים ויזואליים ככלל בדלנית שמרנית המגבילה שימוש באמצעי תקשורת ויזואליים ככלל ואינטרנט כפרט. עמדות ההטענה הפכו להיות אמצעי התקשורת העיקרי לגיבוש ולחיוזוק הזהות החרדית במתכונתה המסורתית.

החברה החרדית אימצה את הטכנולוגיות החדשות למסרים אמוניים בזהירות ובחששות כבדים. הטכנולוגיה נחשבת מזיקה לא פחות מאשר מועילה. עם ההשלכות המאיימות שטומנות בחובן ההתפתחויות הטכנולוגיות על הצביון הייחודי של הקבוצה היא תמשיך להתמודד, כפי הנראה, לא בכדי מוגבל בהיקפו שוק הפצת מסרים אמוניים לילדים באמצעי התקשורת. התפיסה היא שרצוי להרחיק מעליהם את הסכנות הטמונות בטכנולוגיות אלה כל עוד אפשר, בטרם יתבגרו ויעשו כרצונם. אפשר להכליל ולטעון שגם אם מסתמנים תהליכים חדשים,

בנקודת זמן שהייתה גם נקודת מפנה בחברה החרדית, שהחלה לגלות סימני התקרבות אל החברה הישראלית בשטחים נרחבים של החיים (בן-רפאל, 2001, עמ' 107; קפלן, 2007, עמ' 245-262), בד בבד עם אימוץ דפוסי התנהגות האופייניים לחברה המודרנית (שלג, 1998). תהליכים אלה הדליקו אור אדום בחברה השמרנית והבדלנית, ואימוצם של כלי תקשורת מובחנים בעלי מסרים מובחנים היה אמצעי הכרחי לחיזוק הזהות הקבוצתית ולגיבושה של החברה החרדית כתרבות נגד לחברה הסובבת. אלה הפכו להיות יעדים מרכזיים, שחלקים נרחבים מהציבור החרדי היו, ועדיין הם, שותפים לקידומם.

שני חסרים בולטים בתרבות האודיו התורנית בחברה החרדית: האחד, שדוברות חרדיות לא הצליחו לבסס שוק תקשורתית לעצמן, לא בתקופת הקלטות וגם לא כיום, בעידן המ"פ 39. קשה להבין מדוע לא מסתמן שינוי, שהרי קיימים ניצני פמיניזציה בחברה זו.²⁴ עם זאת יש נשים שזכות לחשיפה באתרי אינטרנט, ובכלל זה אפשרות לצפות בהן (אם כי תחת מגבלות: רק נשים רשאיות לצפות בהן לאחר קבלת קוד סודי מהארגון). כך, באתר של "ערכים" מועברות הרצאותיהן של ארבע דוברות (לעומת 55 דוברים). עד שנת 2011 לא היה ייצוג לנשים באתר זה. עם זאת, כפי הנראה רוב הנחשפות לשיעורים אלה אינן נשים חרדיות במקור אלא "מתחזקות".

חסר בולט נוסף הוא שבעמדות ההטענה ובאתר האינטרנט של "קול הלשון" אין חומרים העוסקים בשאלות תאולוגיות בסיסיות הנדונות בחומרים המוקלטים של "ערכים", הדבר נובע, בין היתר, מהפער שבין האופן שבו ההנהגה החרדית סבורה שהאמונה צריכה להיות נחוות, לפי גישת "האמונה התמימה", לבין הדרך שהיא נחוות בפועל. דרך רדיקלית יותר להתמודד עם הסוגיה התאולוגית אפשר למצוא כיום בעיקר בחוגים מרדניים קטנים, המנהלים פורומים אנונימיים באינטרנט (בראון, 2005, עמ' 438).²⁵ הם מוצאים פתרון חתרני להביע את הסתייגותם מתפיסת "האמונה התמימה" באמצעות כלי שנוי במחלוקת בחברה החרדית, הוא האינטרנט, אך ייתכן שבאופן פרדוקסלי דווקא השימוש בו מסייע להם להמשיך ולנהל את חייהם במסגרת חברה זו. לא ברור באיזו מידה המחשב והאינטרנט משמשים כלי לצריכת מסרים אמוניים בקרב הציבור החרדי. מסרים אמוניים אינם בהכרח שיעורים תורניים, וייתכנו אתרים או מדורים המספקים מידע צרכני בתחומי האמונה. ואכן, אתרים המתמחים בשימור הלקוח קיימים באינטרנט זה כבר. אלה "מובלעות וירטואליות" (צרפתי ובלייס, 2002), שנועדו לחשוף ולספק מידע בנושאים רלוונטיים לאורח החיים החרדי. האתר שטייגן משמש דוגמה למובלעת שכזו. הוא שונה מהפורטלים המובילים, בחדרי חרדים וכיכר השבת, בכך שהנושאים המתפרסמים בו הם "על טהרת" העולם החרדי.²⁶ גם האתר של "קול הלשון" הוא בעל סממנים של שימור יותר מאשר של שיווק. למעשה הוא לא מתאים לציבור הישראלי הרחב ואפילו לא לציבור ה"מתחזק". השיעורים המועברים בשידור ישיר מבתי כנסת ברחבי הארץ הם ברובם בשפת האידיש, ורבים מהשיעורים בעברית נמסרים בהגייה אשכנזית כבדה. נוסף על כך שיעורים רבים עוסקים בנושאים חרדיים פנימיים מובהקים, שאין בהם עניין אפילו לא לציבור הדתי והמסורתי, ובהם: חיי הנישואין של אברך ואישה עובדת, הסכנות הצפויות לנוטשי הישיבה, "פגעי הטכנולוגיה" ושיעורים בתורה שבע"פ, במיוחד בגמרא, שהם קשים להבנה למי שלא ינק יסודות ספרותיים, לשוניים ותרבותיים אלה בילדותו.

בעיתונות החרדית, ולמעשה נמצאו רק שתי תגובות שיכולות להעיד כי היו שנטשו את אמונתם. זאת בזמן שידוע כי המציאות הייתה מורכבת לאין ערוך, תופעות של כפירה באל היו נפוצות, ומלחמות הישרדות על חשבון הזולת. למרות ביקורות על נוהג זה מצד מנהיגים ומחנכים בציבור החרדי. גם בספרות הדרכה חרדית עממית מורים לציבור שלא להאזין לקלטות המיועדות לציבור החילוני (קפלן, 2007, עמ' 69).

בשנות השמונים והתשעים של המאה העשרים הציבור הישראלי לא הכיר את שיטת השידוק של "ערכים", שהתבססה בעיקר על דיורר ישיר באמצעות קטלוג ומשלוח בדואר. רוב רובו של ציבור ה"מתחזקים" שצרך קלטות, השתמש בשירותי "חסדי נעמי", שפעל מתוך מרתף בסמוך לכיכר השבת שבמאה שערים. "חסדי נעמי" הפיץ קלטות של מרצים ודרשנים רבים, אך לא של "ערכים". נפוצות מאוד באותה תקופה בעבור ה"מתחזקים" היו גם הקלטות של הרב אמנון יצחק.

רבנים נהגו להצטלם ב"נר למאה" ותמונותיהם פורסמו בעיתונות החרדית (ראו עמרן, 2006, נספח 5).

גב' רבקה אפשטיין, מנהלת קשרי החוץ של "מכון בית יעקב למורות" בירושלים, פירטה לפני את הנושאים התורניים הנלמדים במוסד: תנ"ך, פרקי אבות, מדרשים ובכללם ציטוטים מן הגמרא (אך היא הדגישה יותר מפעם אחת שאין המדובר בחשיפה לטקסט של הגמרא עצמה) וספרות מוסר. ידוע לי שגם הלכות רלוונטיות לאישה החרדית לצורכי היום-יום נלמדות במסגרת "מכון בית יעקב" ובמוסדות הרשת ברחבי הארץ (ראיון, 2.12.2013).

נריה בן-שחר ציינה במחקרה שעסק בהרגלי קריאה של נשים חרדיות לצד הרגלי צריכה של אמצעי תקשורת אחרים, ובכללם הקלטות, שככל שתדירות ההאזנה לקלטות גבוהה יותר כך הציון שקיבלו אותן נשים בשאלות שעסקו בידע הכללי היה נמוך יותר. אחד מההסברים הוא, שייתכן שהנשים המרבות להאזין לקלטות מאופיינות ברמה גבוהה יותר של הסתגרות בתוך החברה החרדית (נריה בן-שחר, 2008, עמ' 153). אלא שדווקא בקרב הקבוצות המסוגרות והבדלניות צריכת הקלטות מועטה באופן יחסי. הקבוצות הללו לא הן שותפות מרכזיות בשוק הקלטות. במחקר שערכתי (עמרן, 2006) מצאתי שנשים אינטליגנטיות ומשכילות צורכות קלטות רבות על בסיס קבוע. סיבה אפשרית לכך היא הצורך שלהן להתחזק מבחינה דתית-אמונית דווקא משום שבאורח החיים שלהן, הכולל קריירה מקצועית, הן חוצות גבולות קבוצתיים ומסורתיים. נריה בן-שחר ציינה שנשים שאינן מאזינות לקלטות צורכות יותר תקשורת חילונית, ומכאן ייתכן הקשר למידע רב יותר אצל אותן הנשים.

ליקיה שבין ביקורת פנימית בחברה החרדית לבין המדיום שבשימוש, ראו קפלן, 2000. בין היתר הצביע קפלן על הנוהג של הדרשנים להציג ביקורת פנים חרדית בקלטות המופצות בתוך החברה החרדית לעומת הנטייה שלא לנהוג כך במסגרת העיתונות החרדית הכתובה, שאליה נחשפים גם אנשי ציבור מהחברה הישראלית הרחבה, וזאת כדי לא להציג כלפי חוץ את "הכביסה המלוכלכת". כיום יש קושי למצוא קלטות שבהן הדובר מותח ביקורת על קבוצת המשנה או המוסד שאותם הוא מייצג ושאליהם הוא משתייך. ייתכן שהסיבה היא חשש פן חומר זה יגיע לידי קבוצות משנה מתחרות בחברה החרדית בעידן המתאפיין בפיצול הולך וגובר ובמתחים בין קבוצתיים.

במסגרת "ערוצי הקודש" נשמעו דברי הסתה כלפי בכירים בציבוריות הישראלית וכן עידוד לאללימות באופן ישיר או במשתמע (אילן, 2000, עמ' 224), אך אלה שודרו בעיקר בשנים הראשונות לעלייתם של הערוצים לאוויר מפי שדרים צעירים ובלתי מנוסים. ככל שחלף הזמן הערוצים התמקצעו והשדרים נקטו לשון זהירה יותר.

במחקרי חקרתי את שוק הקלטות בירושלים ובקריית טלזוטון, אך גם חיים לקלטות היו נפוצים בריכוזים חרדיים בכל רחבי הארץ.

גם גילי רונטליכ"ץ מצאה במחקרה, שמניע לפתיחת גמ"חים לעריסות הוא, בין היתר, האמונה בסגולה שיש בכך "להביא ילדים לעולם במהרה" (רונטליכ"ץ, 2004, עמ' 88).

המתאפיינים בטשטוש גבולות בין האמצעים שנועדו לשימור הלקוח לבין האמצעים שנועדו לשיווק האמונה, לעת עתה הם בחיתוליהם, ויש לעקוב אחר המידה והכיוון של התפתחותם. לצד היותה של החברה החרדית יותר מודרנית וישראלית מאשר בעבר, התחום של צריכת אמצעי תקשורת להפצת מסרים אמוניים הוא עוד מקרה מבחן לתהליכי הרצף והתמורה המתחוללים בחברה זו.

הערות

- * ברצוני להודות לד"ר רבקה נריה בן-שחר ולד"ר נסים לואן על הערותיהם החשובות למאמר.
- 1 "המדיה הקטנים" הם, למשל, קסטות האודיו והוידאו, מכונות הצילום והפקסימיליה, ערוצי הלוויין והכבלים, אתרי האינטרנט, הפורומים וקבוצות הדיון, פורטל קהילות ובלוגים. פיתוחם של אמצעים אלה ממחיש כיצד נטיות אופוזיציוניות או מזדהות עשויות להתבטא פחות בתוכן מסוים ויותר באמצעי שבו התוכן נמסר (Manuel, 1993, p. 2). קבוצות מיעוט המתקשות להשמיע את קולן בספרה הציבורית או לחלופין המעוניינות לבסס לעצמן תרבות תקשורת שתהיה אלטרנטיבה (טובה יותר) לזו המנוהלת על ידי הזרם המרכזי של החברה, מאמצות כלי תקשורת אלה (Tsfati & Peri, 2006).
 - 2 יוצאות דופן היא חסידות חב"ד ותנועת ש"ס. הרבי מלובביץ (רבי מנחם מנדל שניאורסון) ראה בכלי תקשורת (למעט הטלוויזיה) אמצעים שנבראו להחשת הגאולה (דהן, 2006, עמ' 158-162), והרב עובדיה נהג למסור את דרשותיו השבועיות בשידור ישיר לרחבי הארץ באמצעות לוויין (קפלן, 2006). כיום יש נכונות בהנהגה של הקבוצות השונות בחברה החרדית להתגמש ולאפשר חשיפה למחשב ולאינטרנט כאשר היא נועדה לצורכי פרנסה (כהן, 2011).
 - 3 למרות פריחתן של תחנות רדיו חרדיות פירטיות בעבר, והפעלתן של שתי תחנות על פי חוק כיום, כלי זה נותר שנוי במחלוקת בחוגים שונים בחברה החרדית, בעיקר האשכנזית, מאחר שכמו לגבי הטלוויזיה והאינטרנט – אין אפשרות שההנהגה החרדית תשלוט ותפקח על התכנים ועל הפרט המשתמש בו (קפלן, 2001, עמ' 20).
 - 4 קרי הסביר כי בתקופת הרפורמציה עמלו על הפצת מסרים דתיים באמצעות כלי תקשורת ותחבורה במטרה להביא להשתתף מלכות האלוהים עלי אדמות. מאמצים אלה נתנו תנופה להמשך פיתוחם של אמצעי התקשורת. בעצם המוטיבציה לשכלל את דרכי ההפצה הייתה המרה דתית של תושבי תבל.
 - 5 המונחים "שיווק האמונה" ו"שימור הלקוח" אינם מתקבלים בברכה בחברה החרדית. אלה מונחים "ארציים", מתחומי החולין, וזרים לאמונה הטהורה. זהו ה"אתיק" לעומת ה"אמיק" (emic/etic) שבמחקר האנתרופולוגי. האתיק הוא האופן שבו סוציולוגים ואנתרופולוגים מציגים את הפעולות האנושיות ואת העולם החברתי הקשור בהן במסגרת שפה תאורטית ודיסציפלינרית, בעוד האמיק משקף את המציאות הסובייקטיבית כפי שתופסים וחווים אותה הנחקרים (Geertz, 1983).
 - 6 קיים ארגון נוסף בשם "צוהר" של רבנים מהציונות הדתית.
 - 7 בכללם: אבי גרינצויג, עורך האתר **בחדרי חרדים** (10.1.2012); 2.2.2013; שלום איינזבך, מפקח סרטים ותקליטורים בחברה החרדית (6.5.2010); 6.6.2011; שי הורוביץ, בעל חברה לפרסום ויחסי ציבור בשם נט, למגזר החרדי (5.1.2.2012); 2.8.2012).
 - 8 המונח "השקפה" נפוץ מאוד בקרב מפיצי האמונה, אם כי אין לו פירוש אחד. נאמר לי שהשקפה מבטאת את "האידיאלים שאליהם יש לשאוף" (עמרן, 2006, עמ' 75). לפי יאיר הלוי "השקפה" היא המצע האידיאולוגי החברתי-פוליטי של היהדות החרדית. עיקריה הם נורמה מחייבת שהילד החרדי נולד לתוכה והיא הופכת למעין אינסטינקט (הלוי, 2012, עמ' 55).
 - 9 דוגמה לקושי להתמודד עם שאלות התאולוגיות מתוארת אצל עדה קליין (2004, עמ' 58) בעבודתה על יחסה של העיתונות החרדית לשואה. היא ציינה כי ההתייחסות לעובדה שאמונתם של רבים נפגעה בשואה לא הייתה שכיחה

אלאור, ת' (1990). **משכילות ובורות: אוריינות נשים בהסידות גור – חוליה בשרשרת פאראדוקסים**. עבודת דוקטור, אוניברסיטת בראלן.

אנגלברג, א' ונ' נוביס־דויטש (2010). "הסרת הקסם מהאהבה הרומנטית והשבתו לחיק המשפחה: ספרי הדרכה דתיים לזוגיות בהתמודדות עם 'אתגרי תרבות המערב'". **סוציולוגיה ישראלית**, יב(1), עמ' 111-133.

בלונדהיים, מ' (1993). "דבר האל מתוך המכונה: תרבות הנגד של הקלטה החרדית". הצעת מחקר למכון לקומוניקציה, האוניברסיטה העברית.

בלונדהיים, מ', וק' קפלן (1993). "רשעות השידור: על תקשורת ועל קלטות בחברה החרדית", **קשר**, 14, עמ' 51-62.

בן־רפאל, א' (2001). **זהויות יהודיות: תשובות חכמי ישראל לבן גוריון**. שדה בוקר: המרכז למורשת בן גוריון.

בראון, ב' (2005). "שובה של 'האמונה התמימה': תפיסת האמונה החרדית וצמיחתה במאה ה־19". בתוך: מ' הלטרבטל, ד' קורצווייל וא' שגיא (עורכים), **על אמונה: עיונים במושג האמונה ובתולדותיו במסורת היהודית**. (עמ' 403-443). ירושלים: כתר.

ברזילי־נהון, ק', וג' ברזילי (2004). **טכנולוגיה מתורבתת: אינטרנט ופונדמנטליזם דתי** [גרסה אלקטרונית]. איגוד האינטרנט הישראלי. נדלה לאחרונה ב־1 בינואר 2013 מ: http://www.isoc.org.il/magazine/magazine5_1.html

ברזילאי, ש' (2003). "חיים כפולים: סיפורי המרקדים בין העולם החילוני לעולם החרדי", בתוך: ע' סיון וק' קפלן (עורכים), **חרדים ישראלים: השתלבות בלא טמיעה?** ירושלים: מכון ון ליר והקיבוץ המאוחד, עמ' 196-223.

גודמן, י' (2004). "החזרה בתשובה וזהויות דתיות חדשות בישראל בתחילת שנות האלפיים", בתוך: א' קליינברג (עורך), **לא להאמין: מבט אחר על דתיות וחילוניות** (עמ' 98-178). ירושלים, תל אביב: כתר ואוניברסיטת תל־אביב.

גרנות, א' (1985). "בלכתך בדרך – בדרך הקלה". **ערב שבת**, עמ' 26, 2.8.1985.

דהן, א' (2006). "דירה בתחתונים": **משנתו המשיחית של רבי מנחם מנדל שניאורסון**, עבודת דוקטור. ירושלים: האוניברסיטה העברית.

הורוביץ, נ' (2000). "החרדים והאינטרנט", **כיוונים חדשים**, 3, עמ' 7-30.

הלוי, י' (2012). "הרב שלמה וולבה ומאמצי החייאת המוסר בעולם 'ההשקפה' הישיבת־חרדי", בתוך: ק' קפלן ונ' שטדלר (עורכים), **מהישרדות להתבססות: תמורות בחברה החרדית בישראל ובחקרה**. (עמ' 55-80). ירושלים: מכון ון ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד.

כהן, י' (2011). רבנים והתקשורת: מערכת יחסים מסוכסכת. בתוך: משה רחמי (עורך), **עמדות: תקשורת: יעדים ואתגרים** (עמ' 91-112). אלקנה רחובות: מכללת אורות ישראל.

לב־און, א' ור' נריה בן־שחר (2009). "פורומים משלהן: עמדות ביחס לאינטרנט בקרב הגולשות בפורומים סגורים המיועדים לנשים חרדיות", **מסגרות מדיה**, 4, עמ' 67-105.

ליאון, נ' (2009). **חרדיות רכה: התחדשות דתית ביהדות המזרחית**. ירושלים: יד בן־צבי.

לימור, י' (1998). **דו"ח מחקר, הרדיו הפיראטי בישראל: תמונת מצב**. ירושלים: המכון לקומוניקציה ע"ש משפחת סמארט, האוניברסיטה העברית.

נריה בן־שחר, ר' (2008). **הנשים החרדיות ותקשורת המונים בישראל: דפוסי חשיפה ואופני קריאה**, עבודת דוקטור, האוניברסיטה העברית.

נריה בן־שחר, ר' (2012). **ההגדרה העצמית של נשים חרדיות**. בתוך: ק' קפלן ונ' שטדלר (עורכים), **מהישרדות להתבססות – תמורות בחברה החרדית בישראל ובחקרה**. ירושלים: מכון ון ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד, עמ' 137-161.

סורוצקין, ד' (2011). **אורתודוקסיה ומשטר המודרניות: הפקתה של המסורת היהודית באירופה בעת החדשה**. בני ברק: הקיבוץ המאוחד.

סיון, ע' וק' קפלן (2003). **חרדים ישראלים: השתלבות בלא טמיעה?**. בני ברק: הקיבוץ המאוחד ומכון ון ליר.

19 כך ציינו לפני מנהלי תחנות פירטיות, אך בה בעת הודו שאינם יכולים לבדוק זאת ודבריהם מתבססים בין היתר על העומס העצום שהיה על קווי הטלפון של התחנה. גם על פי היכרותי עם השטח, חרדים רבים האזינו לתחנות הללו, בעיקר מקרב החרדים המזרחיים.

20 ראו הערה 8, לעיל.

21 ראיון ב־20.6.2010. הרב זילבר לא היה מוכן להיפגש אתי מטעמי צניעות. עם זאת, יכולתי לקיים אתו קשר טלפוני או באמצעות המייל. גם ההנהלה הרשמית של "קול הלשון" סירבה לשתף אתי פעולה. "כל מה שאת רוצה לדעת – תמצאי באתר", נאמר לי. בכך היא ביטאה את אחד משני המרכיבים הבסיסיים ביחסם של בני קבוצת פונדמנטליסטיות, כמו החברה החרדית, לחוקרים: שליחות של בני החברה החרדית ככלל, חברי ארגונים ואנשים מהשורה, כחלק ממאמצי השידול והוכחת אמיתות הדוקטרינה, לצד חשדנות וחסר אמן למי שמטרתם לאסוף מידע על הקבוצה (עמרן, 2006, עמ' 52-58).

22 עם זאת פריצת דרך אצל נשים חרדיות מסתמנת בתחומים אחרים. ראו למשל אצל אורלי צרפתי ודליה לירן־אלפר (2010) על ניצני שיח נשי־פמיניסטי בעיתונות החרדית המסחרית; ואצל תהילה קלעג'י (2010) לגבי קריירה אקדמית של נשים חרדיות.

23 כך ציינה לפני גב' פיש בשיחתנו ב־13.1.2015.

24 ראו הערה 23, לעיל.

25 בהערה 181 שבעמ' 438 ציין בראון כי הבולט, המעניין והתוסס שבפורומים הללו הוא "עצור, כאן חושבים" שבאתר היידפארק. www.hydepark.co.il/forum.asp?forum_id=1364

26 www.shtaygen.co.il. שטייגן באידיש פירושה קדמה. זו עוד דוגמה לתהליכי הרצף והתמורה המתקיימים בחברה החרדית בד בבד, הפעם במישור הרטורי. על השתלבות בחיים המודרניים במקביל לשמירה על קודים מסורתיים, ראו עבודתו של אייזנשטדט (2010, עמ' 20-22) על "ריבוי המודרניות" (Multiple Modernities). הוא ראה במודרניות התרחשות רבת פנים, אין היא פרויקט ליברלי מערבי מובהק, אלא פרויקט המתרקם באופנים שונים בחברות שונות – חילוניות, מסורתיות ליברליות ופונדמנטליסטיות.

27 לגבי הפרדוקסים שבהם נתונה החברה החרדית ודרכי הפיצוח שלהם ראו: אלאור (1991).

מקורות ראיונות

מנהל "גל פז", יהודה סילבר, יולי 2012; 18.5.2015

ברכה פיש, בעבר בעלת גמ"ח קלטות, 13.1.2015

אבי גרינצויג, עורך האתר **בחדרי חרדים**, 10.1.2012; 2.2.2013

שלום אייזנבך, מפקח סרטים ותקליטורים בחברה החרדית, 6.5.2010; 6.6.2011

שי הורוביץ, בעל משרד פרסום ויחסי ציבור "נטו" למגזר החרדי, 5.1.2.2010; 2.8.2012

רבקה אפשטיין, מנהלת קשרי חוץ סמינר "בית יעקב", 2.13.2012

הרב שמואל זילבר, "קול הלשון", 20.6.2010; 25.7.2010; 13.1.2013

ספרות

אילן, ש' (2000). **חרדים בע"מ: התקציבים, ההשתמטות ורמיסת החוק**. ירושלים: לאור.

אלאור, ת' (2006). **מי שעלי להיות: מדרשי תמורה; מקומות שמורים – מגדר ואתניות במחוזות הדת והתשובה**. תל־אביב: עם עובד.

אלאור, ת' (1991). "תינוקות שנשבו: תפיסת החילוניות בקהילה החרדית", **מגמות**, לד(1), עמ' 104-121.

- Berger, P.L. (1969). *The Sacred Canopy*. New York: Garden City, Anchor Books.
- Carey, J.W. (1988). *Communication as Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the Public Sphere*. London: Sage.
- Enzensberger, H.M. (1970). "Constituents of a Theory of the Media", *New Left Review*, pp. 13-36.
- Geertz, C. (1983). "From the native's point of view: On the nature of anthropological understanding", in: *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. (pp. 55-70). New York: Basic Books.
- Hinkle, S. & R.J. Brown (1990). "Intergroup Comparisons and Social Identity", in D. Abrams & M.A. Hogg (eds), *Social Identity Theory*, (pp. 48-70). New York: Springer-Verlag.
- Jenkins, R. (1996). *Social Identity*. London: Routledge.
- Livio, O. & K. Tenenboim-Weinblatt (2007). "Discursive legitimization of a controversial technology: Ultra-Orthodox Jewish women in Israel and the internet", *The Communication Review*, 10(1), pp. 29-56.
- Macbride, S. (1980). *Many Voices, One World*. London: Kogan Page.
- Manuel, P. (1993). *Cassette Culture: Popular Music and Technology in North India*. Chicago: University of Chicago Press.
- Markus, H.R. & S. Kitayama (1991). "Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation", *Psychological Review*, 98(2), pp. 224-253.
- Mcquail, D. (2000). *Mcquail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Monahan, T. (2008). "Marketing the Beast: Left Behind and the Apocalypse Industry", *Media, Culture & Society*, 30, pp. 813-830.
- Ong, W.J. (1971). *Rhetoric, Romance and Technology*, New York & London: Cornell University Press.
- Sharabi, A. (2012). "'Teshuvah Baskets' in the Israeli Teshuvah Market", *Culture and Religion*, 13(3), pp. 273-293.
- Schemant, J.R. & H.C. Stephenson (1996). "Religion and the Information Society", in: D. Stout & J.M. Buddenbaum (eds.), *Religion and Mass Media* (pp. 260-280), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tajfel, H. & J.C. Turner (1986). "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior", in: S. Worchel & W.G. Austin (eds.), *The Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7-24), Chicago: Nelson Hall.
- Tehrani, M. (1979). "Iran, Communication Alienation Revolution", *Inter Media*, 7, pp. 6-12.
- Tsfati, Y. & Y. Peri (2006). "Mainstream Media Skepticism and Exposure to Sectorial and Extranational News Media: The Case of Israel", *Mass Communication & Society*, 9(2), pp. 165-187.
- סיון, ע' (1991). "תרבות המובלעת", *אלפיים*, 4, עמ' 45-97.
- עמרן, מ' (1995). *תרבות הקלטות בחברה החרדית*. עבודת מסטר, האוניברסיטה העברית.
- עמרן, מ' (2006). *אמצעי תקשורת בשירות החברה החרדית: מקומם של קלטות האודיו ואמצעים נוספים כסמני רצף ותמורה בחברה החרדית*. עבודת דוקטור, האוניברסיטה העברית.
- פרידמן, מ' (1990). מודל השוק וההקצנה הדתית [גרסה אלקטרונית]. בתוך: מ' כהנא (עורך), *בחבלי מסורת ותמורה, אסופת מאמרים לזכרו של אריה לנג* (עמ' 91-112). רחובות: כיוונים (הקיבוץ הדתי). גדלה ב-13 בדצמבר 2010 מתוך <http://www.biu.ac.il/SOC/so/Hakzana-Datit.pdf>
- פרידמן, מ' (1988). *האישה החרדית*. ירושלים: מכון ירושלים לחקר ישראל.
- צרפתי, א' וד' לירן-אלפר (2010). "ברוך שלא עשני אישה? ניצני שיה נשי" פמיניסטי בעיתונות החרדית המסחרית", *קשר*, 40, עמ' 126-138.
- צרפתי, א' וד' בלייס (2002). "בין מובלעת תרבותית למובלעת וירטואלית: החברה החרדית והמדיה הדיגיטלית", *קשר*, 32, עמ' 47-55.
- קליין, ע' (2004). *השוואה בעיתונות החרדית" יחסה של העיתונות החרדית לשוואה כאבן בוחן למאבק על עיצוב העבר*. עבודת מוסמך, אוניברסיטת בראילן.
- קלעג'י, ת' (2010). *בין הפאה לרעלה: מבט השוואתי על תהליכי אקדמיזציה בקרב נשים בחברות שמרניות – החברה החרדית והחברה הבדווית בישראל*. עבודת דוקטור, אוניברסיטת בראילן.
- קנת, ר' ור' פיינשטיין (2008). "שימור לקוחות: כמה להשקיע ואיך לבצע", בתוך: א' קפלן (עורך), *חוקרים ומדברים: מחקרי שוק ויישומם בשוק הישראלי*. (עמ' 119-126). ראשון לציון: גלובס.
- קפלן, ק' (2000). "'יש ריקבון רציני בחברה שלנו וצריכין להכיר את האמת': ביקורת עצמית בשיח פנימי של החברה החרדית בישראל", בתוך: ש' וולקוב (עורכת), *מיעוטים זרים ושונים: קבוצות שוליים בהיסטוריה* (עמ' 299-330). ירושלים: מרכז זלמן שזר לתולדות ישראל.
- קפלן, ק' (2001). "כלי התקשורת בחברה החרדית בישראל", *קשר*, 30, עמ' 18-30.
- קפלן, ק' (2003). "חקר החברה החרדית בישראל: מאפיינים, הישגים ואתגרים" (עמ' 224-255). בתוך: ע' סיון וק' קפלן (עורכים), *חרדים ישראלים: השתלבות בלא טמיעה?*, ירושלים: מכון ון ליר, הקיבוץ המאוחד.
- קפלן, ק' (2006). "החרדיות המזרחית והדת העממית: שני מקרי מבחן" (עמ' 483-443). בתוך: א. רביצקי (עורך), *ש"ס: היבטים תרבותיים ורעיוניים*. תל-אביב: עם עובד.
- קפלן, ק' (2007). *קולות מן השמיים: דרשות חיות ומוקלטות, בסוד השיח החרדי*. ירושלים: מרכז זלמן שזר לתולדות ישראל.
- קפלן, ק', ושתדלר, נ' (2009). *מנהיגות וסמכות בחברה החרדית בישראל: אתגרים וחלופות*. מכון ון ליר בירושלים, הוצאת הקיבוץ המאוחד.
- קרלינסקי, נ' (2004). "קולות מן החברה החרדית הישראלית של ראשית המאה העשרים ואחת", *ישראל*, 6, עמ' 187-196.
- רוזנטליך, י"ג (2004). *מתן ללא משא: גמ' חיים בחברה החרדית*, עבודת מוסמך, האוניברסיטה העברית בירושלים.
- שלג, ג' (1998). "החרדי החדש", *פנים*, 4, עמ' 43-49.
- שרעבי, א' (2013). "זיכוי הרבים: ההיגיון הקפיטליסטי בתנועת תחיה דתית בישראל", *סוציולוגיה ישראלית*, יד(2), 391-412.
- Barth, F. (1969). *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Oslo: Universitetsforlaget