

שימוש בטכנולוגיה בקהלים דתיים בישראל

שילוב בין חברה מסורתית ותקשורת מתקדמת

ירון כץ

ההתפתחות הטכנולוגית של אמצעי השידור האלקטרוניים והשינויים בתפקיד התקשורת יוצרים תהליך של מעבר לשימוש באמצעי תקשורת אלטרנטיביים המשלבים בין אמצעי תקשורת המונים ובין תקשורת בין אישית. אמצעים אלה הם חלופיים לאמצעי התקשורת המסורתיים, משמשים קבוצות באוכלוסייה שאינן זוכות לביטוי הולם בתקשורת הממוסדת ומאפשרים להן אמצעי מידע ופרסום העוקפים את המגבלות המוטלות על התקשורת. הפעילות האלטרנטיבית הרבה ביותר בישראל היא לקהלים דתיים וחרדים, וזו נעשית בעיקר בעזרת אמצעים טכנולוגיים מתקדמים, כגון אינטרנט ושידורי לוויין. מחקר זה בודק את הדילמה הערכית בשימוש בתקשורת מתקדמת בחברה דתית תוך ניסיון להיזהר מהסכנות התרבותיות של הטכנולוגיה ובמטרה לעשות בה שימוש מועיל בלבד. במסגרת המחקר נבדקו מאפייני צריכת הטכנולוגיה והשימוש באמצעי תקשורת חדשים בקרב קהל יעד דתי. הממצא הבולט ביותר הוא שמבחינת השימוש בתקשורת חדשה אין הבדל בין קהל יעד דתי וקהל חילוני, אולם ההבדל הוא

בתכנים שאותם צורכים דתיים. הדתיים רואים באמצעי הטכנולוגיה החדשים כלים שאפשר להיעזר בהם לקידום הדת היהודית ולהפצתה ברבים בצורה היעילה ביותר. המסקנה העולה ממחקר זה היא כי קהלי יעד העושים שימוש ממוקד ואיכותי באמצעי תקשורת חדשים יכולים לעשות שילוב מושכל בין חברה מסורתית ותקשורת מתקדמת.

השימוש בתקשורת סקטוריאלית הופך להיות גורם בעל משמעות רבה בישראל בזכות התקדמות טכנולוגית המאפשרת שימוש נרחב באמצעי תקשורת אלטרנטיביים (חלופיים לאמצעי התקשורת הרשמיים) ובאמצעי פרסום אלטרנטיביים (העוקפים את המגבלות באמצעי התקשורת). תקשורת אלטרנטיבית התפתחה גם בשל הגבלות בשימוש באמצעי תקשורת רשמיים המונעות מקבוצות סקטוריאליות לפעול באופן חופשי ולהגיע לציבור שלהם דרך אמצעי התקשורת המרכזיים. לעומת זאת התפלגות קהלי היעד מאפשרת לנצל את השיפורים הטכנולוגיים והשינויים בתקשורת, בעיקר בקרב המגזר הדתי והחרדי.¹ קהל היעד של התקשורת האלטרנטיבית הדתית והחרדית בישראל הוא גדול, מאחר שלמעלה ממחצית האוכלוסייה מוגדרת דתיים ושומרי מסורת. 17% מהציבור מגדירים את עצמם דתיים (12% דתיים ו-5% חרדים), ו-43% מגדירים את עצמם מסורתיים. לעומתם רק 40% מגדירים את עצמם חילוניים.²

בחברה הדתית והחרדית נעשה שימוש רב ומגוון באמצעי תקשורת המונים ותקשורת בין אישית. התקשורת הדתית כוללת עיתונות, תחנת רדיו שהוקמה על ידי הממשלה ואתרי אינטרנט. מפת התקשורת החרדית עשירה יותר, וכוללת עיתונים יומיים ושבועונים, ירחונים וכתבי עת, עלוני פרשת שבוע ופרסומים פנימיים, תחנות רדיו פיראטיות, שידורי טלוויזיה בלוויין, דרשות מוקלטות, קלטות שמע ווידאו, סרטי די-וי-די ואתרי אינטרנט. התקשורת החרדית היא מהוותיקות בקרב גורמי התקשורת הסקטוריאלית בישראל, והיא הציבה את עצמה כתרבות-נגד ביחס לקבוצות השונות המרכיבות את החברה הישראלית.³

1 על תקשורת סקטוריאלית בישראל ראו Katz, 2007, Gilboa and Katz, 2001.

2 ראו דו"ח גוטמן, 2000.

3 קפלן, 2006.

אופן השימוש של קבוצות סקטוריאליות בתקשורת חדשה שנבדק במחקר זה מתייחס לשינויים טכנולוגיים כמקור מידע שנועד לשרת את האינטרסים של הקהילה. התקשורת החדשה מאפשרת ליצור אלטרנטיבה תקשורתית לתקשורת הכללית כשירות לקהל דתי, הפוסל מטעמים ערכיים כל כלי ביטוי הנוגד את אופיו. החברה הסקטוריאלית של הציבור הדתי והחרדי מנצלת בצורה ממוקדת את טכנולוגיות התקשורת החדשות, אולם החידושים הטכנולוגיים יוצרים קונפליקטים תרבותיים בין חברה מסורתית וטכנולוגיות תקשורת גלובליות. המחקר בוחן את הדילמות ואת היתרונות של שימוש בתקשורת סקטוריאלית בציבור הדתי ומשרטט את אופני השימוש של חברה מסורתית בתקשורת מתקדמת.

אמצעי התקשורת בציבור הדתי והחרדי

ייחודו של הציבור הדתי הוא ברצון להיות דתיים ומעורבים עם הכלל כדי שלא להינתק מהמודרניזציה. ממחקר שערכה גבל (2006) על היחס של הציבור הדתי לתקשורת הכללית ניתן לראות כי צריכת התקשורת של הציבור הדתי דומה לזו של הציבור החילוני. הציבור הדתי קורא את העיתונים המיועדים לכלל האוכלוסייה, מאזין לתחנות הרדיו המרכזיות וצופה בערוצי טלוויזיה המיועדים לקהל הרחב. עם זאת במחקר נמצא כי קיים מתאם שלילי בין מידת הדתיות ובין היחס לתקשורת. ככל שהנחקר דתי יותר כך יחסו לתקשורת הכללית שלילי יותר. אף על פי שאמצעי התקשורת הכלליים הם אמצעי המידע המרכזיים של המגזר הדתי, היחס של דתיים לתקשורת הכללית הוא שלילי, חשדני ונתון למשא ומתן. כתוצאה מכך דתיים רבים משלימים את צריכת התקשורת שלהם בעזרת מערכת תקשורת אלטרנטיבית המיועדת לקהל יעד זה.

השינויים במפת התקשורת ובחברה הדתית יוצרים שינויים גם באמצעי התקשורת המיועדים לציבור הדתי. האינטרנט הפך להיות האמצעי העיקרי לתקשורת אלטרנטיבית, ואילו ההשפעה של אמצעי תקשורת מסורתיים פחתה. עיתונות המיועדת לקהל דתי, שהייתה קיימת במשך למעלה מחמישים שנה מאז הקמת מדינת ישראל בתמיכת מפלגה פוליטית (עיתון הצופה, שנתמך על ידי המפד"ל, מפלגה דתית לאומית שהתפרקה בשנת 2008), נמכר לגורמים פרטיים,

ולאחר מספר שנים שולב בתוך עיתון הפונה לציבור ימני (מקור ראשון). עם זאת הממשלה אימצה את רעיון התקשורת האלטרנטיבית ופרסמה מכרזים לתחנת רדיו דתית (תחנת הרדיו "קול חי" היא תחנה ארצית המיועדת לקהל דתי וממומנת מפרסומות. כיום רוב התכניות פונות לקהל חרדי) ולערוץ טלוויזיה למסורת ישראל (למכרו ניגשה קבוצת משקיעים אחת שגם זכתה במכרז, אולם לאחר שביצעה הערכות כלכליות היא החליטה שאין כדאיות בערוץ זה). גם ערוץ טלוויזיה פרטי ששודר בכבלים ובלוויין במשך כשנה וחצי (ערוץ תכלת) ויועד לקהל דתי ומסורתי נסגר.

שינויים אלה בהרגלי הצריכה של תקשורת אלטרנטיבית מעלים את השאלה אם יש מקום לציבור הדתי להיות מבודל באמצעי תקשורת אלה או שעליו להיות חלק מוביל בתקשורת הכללית. הערוצים המסחריים הארציים, ערוץ 2 וערוץ 10, בנויים לפי הגישה השנייה, ואכן יש מספר תכניות בעלות מאפיינים דתיים ומסורתיים בערוצים אלה. שאלה דומה מאפיינת גם את האינטרנט המאפשר מצד אחד לפנות ישירות לקהלי יעד ממוקדים ומצד שני לקהלים רחבים דרך אתרים פופולריים.

החברה החרדית קיצונית יותר באמונה הדתית וביחס לתקשורת. מגזר זה מורכב ממגוון זרמים וקבוצות. בין הזרמים השונים קיימים הבדלים באידאולוגיות ובאורח החיים, והפנייה הממוקדת של אתרי אינטרנט מאפשרת לכל קבוצה ליצור כלי חברתי שתפקידו ללוות את חייה ואת התפתחותה של הקהילה. הזרמים העיקריים במגזר הם החסידים (31%), הליטאים (28%), החרדים ספרדים (20%), החרדים הלא מזוהים (9%) והחרדים לאומיים (7%).

ה"חרדיות" מכילה בתוכה ערכים מסורתיים המקובלים מזה מאות בשנים, אולם בעיקרה היא נוצרה כתגובה לשינויים התרבותיים והחברתיים שהתרחשו בעת החדשה. שינויים אלה היוו סכנה לקיומה ולחזוקה של המסורת, העצימו את מעמדו של העם היהודי ותפקידו כנושא התורה והגבירו את החשדנות כלפי העולם המודרני. המנהיגות החרדית חיה בתודעה של איום מפני תופעות רוחניות, חברתית, תרבותיות ופוליטיות הסובבות את הקהילה. בהתאם לכך ההתפתחות

של התקשורת החרדית קשורה להכרה שיש להשתמש בכלים מודרניים כדי להילחם במודרניזציה.⁴

הציבור החרדי חרת על דגלו את הבדלנות הכוללת חיי קהילה בתוך חממות. הנחות יסוד אלו מובילות את הציבור החרדי בכל תחומי החיים: לבוש, חינוך, ניהול קשרים למטרת נישואין ואף שפה. מאפיינים אלה באים לידי ביטוי באיסור שימוש בתקשורת הממוסדת. יחס החרדים לתקשורת החל בעמדה נוקשה לאחר שהרבנים הטילו איסורים חמורים בשימוש בכל אמצעי התקשורת, בעיקר רדיו וטלוויזיה ובהמשך גם אינטרנט. לגבי השימוש בעיתונים חל איסור להשתמש בעיתונות הכללית, וכאלטרנטיבה לכך החלו לצאת לאור עיתונים המיועדים לקהלים חרדיים והתפתחו אמצעי תקשורת אלטרנטיביים: הוקמו תחנות רדיו בעלות תכנים יהודיים, סרטים דתיים מופצים בדי-וי-די ודרך האינטרנט, והחל שימוש מוגבל באינטרנט.

הסיבה המרכזית להתנגדות לתקשורת הממוסדת והתפתחות אמצעי תקשורת אלטרנטיביים היא תרבותית-יהודית, הכוללת את הפחד מתרבות המערב ומחילוניות, הצורך בסגירות תרבותית ולכידות מגזרית, וכן הצורך בבמה לשיח ציבורי המיוחד לקהלים אלה. לעומת החילוניות של החברה הכללית, שבה נושאים כמו אלימות, מין ולשון הרע מככבים בטלוויזיה, בעיתונים ובאתרי האינטרנט הפונים לציבור הרחב, יש התחזקות תרבותית בציבור החרדי. הבדלים תרבותיים אלה הובילו לפער ערכי שהצריך פיתוח תקשורת אלטרנטיבית. מאחר שהציבור החרדי אינו זוכה בכמה כדי להשמיע את דעותיו ולדון בנושאים המיוחדים למגזר לו, אמצעי התקשורת האלטרנטיביים מעצימים את הזהות היהודית ומלכדים את הציבור על ידי שיח משותף.

מקורות המידע העיקריים של הציבור החרדי לנעשה בתוך הקהילה וכן חדשות מישראל ומהעולם הם אמצעי התקשורת החרדיים. החשיפה לאמצעי התקשורת הכלליים נמוכה מאחר שהמסרים הפרסומיים והתרבותיים המועברים

בהם והמיועדים לקהל הרחב אינם מתאימים לציבור החרדי ונחשבים פוגעים מבחינת ערכים ותרבות יהודית. הפער הדתי, הערכי והאידאולוגי בין החברה החרדית והחברה הכללית הרחיקו את החרדים מנגישות לתקשורת הממוסדת. הצורך בתקשורת עצמאית שתתאים לערכים הדתיים ולערכיים של החברה החרדית הביא לפיתוח תקשורת אידאולוגית אלטרנטיבית לתקשורת החילונית.⁵

העיתונות החרדית מהווה כלי מרכזי של השיח הציבורי במגזר ויש לה מעמד מיוחד למרות השינויים הטכנולוגיים והתבססותם של אמצעי תקשורת חדשים. היא רואה את עצמה כמי שחובתה לספק לקוראיה כלים הסברתיים להתמודדות עם החילונים ולשכנע את אלה שאינם משוכנעים במאבקים הפנימיים של המגזר החרדי.⁶ העיתונות החרדית מאופיינת בכך שהיא מדווחת על הנורמות הרצויות ואינה מתארת אירועים כפי שהתרחשו בפועל. זו תקשורת אידאולוגית שמטרתה הפצת האידאולוגיה הדתית של הזרם שאותו היא מייצגת. קפלן (2006) טוען כי כמה מהמאפיינים של העיתונות החרדית אינם עולים בקנה אחד ואף מנוגדים להגדרות המקובלות בחקר התקשורת ביחס לעיתון ככלי תקשורת: עורכי העיתונים כפופים להחלטות רבנים ומנהיגים חרדים, הם משמשים כשומרי סף ומונעים מקוראיהם מידע שנתפס כבלתי ראוי, מזיק או מנוגד לערכי החברה החרדית או שיש לו השלכות שליליות אפשריות על קהל הקוראים החרדי.

במגזר החרדי יש שני עיתונים מובילים: "המודיע" של הפלג החסידי ו"יתד נאמן" של הפלג הליטאי, ויוצאים גם לאור מספר רב של שבועונים וירחונים.⁷ אף על פי שהעיתונות החרדית פונה לחברה החרדית, בשנים האחרונות עורכי העיתונים החרדים מודעים לכך שדבריהם נקראים על ידי אנשי תקשורת, ולכן הם כוללים כתבות שהתוכן שלהן מכוון ליהודים דתיים שאינם חרדים או לאלה שאינם מוגדרים כדתיים. כתבות אלה כוללת במה לתגובות על דברים הנוגעים לחברה החרדית שפורסמו בתקשורת הכללית. העיתונות החרדית משמשת גם

5 צרפתי, 1998.

6 מיכלסון, 1990; לוי, 1990.

7 העיתונים החרדים העיקריים הם: המודיע, יתד נאמן, יום ליום, יום השישי, משפחה, השבוע, המחנה החרדי, כפר חב"ד ובקהילה.

כמה למאבקים פנימיים בתוך המגזר החרדי או להבעת ביקורת עצמית ופנימית על תופעות חברתיות המתרחשות בתוך החברה החרדית.⁸

אמצעי התקשורת האלקטרוני הפופולרי ביותר הוא הרדיו החרדי. כיום פועלות עשרות תחנות רדיו פיראטיות שאינן מורשות לפעול לפי החוק ולא קיבלו רישיון לקיום שידורים לציבור. תחנות הרדיו הפיראטיות משדרות לקהלי יעד מוגדרים, ובכך ניתן לראות את השפעתן הרבה. קהלי היעד של תחנות אלה אינם מאזינים לתחנות הרדיו המורשות (החוקיות) משום שאלה לא עונות על צורכיהם (תחנות אלה הן חילוניות מדי לטעמם של מאזיני התחנות החרדיות).

תחנות הרדיו הבלתי מורשות מיועדות לחרדים, לדתיים, לחוזרים בתשובה ולשומרי מסורת שאינם חוזרים בתשובה אך מעוניינים בחיזוק ערכי הדת. על אף היותם בלתי חוקיים הם הפכו להיות לגיטימיים בקרב קהלי היעד כאמצעי המקשר בין הרבנים והמנהיגים של המגזר ובין הציבור הרחב וכן כאמצעי להעביר ערכים דתיים ותרבותיים. צמיחת תחנות הרדיו החרדיות משקפת צורך בסיסי של מגזר המרוחק מהמרכז התרבותי לדו-שיח ערכי, דתי ותרבותי המתאים לצרכיו ושאינו מוצא את רצונותיו בתחנות הרדיו הרשמיות.⁹

שידורי לוויין מהווים אמצעי תקשורת פופולרי נוסף המנצל שיפורים טכנולוגיים כדי להגיע ישירות לקהלי יעד במגזר החרדי והדתי תוך עקיפת אמצעי התקשורת המרכזיים. מדי שבוע משודר שידור של מפלגת ש"ס בלוויין, ומופיעים בו רבנים וביניהם המנהיג הרוחני של התנועה, הרב עובדיה יוסף. שידורי ש"ס

8 העיתונים החרדיים מופצים לבתי מנויים ונמכרים בסופי שבוע בחנויות לממכר עיתונים ובקניוסקים. כ-40% מבתי האב במגזר החרדי מנויים על אחד העיתונים היומיים. מספר הקוראים של כל עיתון חרדי גבוה בשל מספר הנפשות הרב בכל משפחה חרדית. סקר שנערך במכוני המחקר market watch ומותגים בנושא איכות החשיפה לעיתונות במגזר החרדי קובע ש-68% מהמגזר קורא עיתון יומי, 76% מהמגזר קורא עיתון בסוף שבוע וזמן הקריאה הממוצע הוא עשרים דקות (לעומת שבע דקות במגזר החילוני). 37% מהמגזר החרדי ציינו שהעיתון המומלץ הוא "המודיע", 29% – השבועון "משפחה", ו-25% – העיתון "יתד נאמן".

9 על הרדיו הפיראטי ראו לדוגמה לימור, 1998 ; Cohen, 2006.

נקלטים במאות נקודות צפייה ברחבי הארץ ובמספר רב של בתים פרטיים שהותקנה בהם צלחת לקליטת שידורי לוויינים.

שידורים אלה משמשים כאמצעי תעמולה יעיל ביותר. כוחה הפוליטי של ש"ס עלה במידה רבה בזכות הפעילות התקשורתית, והיא כיום אחת המפלגות הגדולות בכנסת עם עשרה אחוזים מחברי הכנסת. השימוש בשידור לווייני מאפשר קשר ישיר בין בוחרים ונבחרים והגעה לקהלי יעד מגוונים בעלות נמוכה יחסית, הוא פותר בעיות לוגיסטיות של כינוס עצרות ענק ומאפשר לפתור את הקושי הארגוני שבהגעה פיזית של ראשי המפלגה ורבנים לכינוסים פוליטיים. השידור השבועי של ש"ס הפך להיות פופולרי ביותר בקרב תומכי המפלגה, והוא בסיס לפעילות חברתית ותורנית ענפה המסייעת להצלחה הפוליטית של המפלגה.¹⁰

לחברה החרדית יש מנגנונים הבאים להשלים את המידע שהציבור מחסיר כתוצאה מאי חשיפה לתקשורת הרשמית. אמצעי תקשורת פופולרי הוא עלון פרשת שבוע המחולק בבתי הכנסת בשבת במטרה להפיץ דברי תורה יחד עם התייחסות לענייני השעה. העלון מתאפיין בתוכן, בהשקפת עולם ובמדורים בהתאם להשקפת עולמם ומטרותם של המוציאים לאור. הוא כולל בדרך כלל 4–6 דפים ובו כמה מהאלמנטים האלה (משנתנה בהתאם לסוג העלון וקהל היעד): דבר תורה מרכזי (או יותר מאחד) על פרשת השבוע ואירועים פוליטיים, מידע על זמני כניסה ויציאת השבת, סיפורים עם רקע דתי ועם קשר לפרשת השבוע או לנושאים אקטואליים, התייחסות לפעילות חברתית של הגוף המוציא לאור, סיפור לילדים ושאלות ותשובות שהופנו לרבנים. בציבור הדתי והחרדי יוצאים לאור עלונים רבים מאחר שכל קבוצה וגם בתי כנסת שכונתיים מוציאים לעצמם עלון ייחודי. כלי תקשורת נוסף שמשמש את החרדיים הוא ה"פשקוויל" – כינוי לכרזת קיר ברחוב החרדי הנושאת מסר, לרוב שלילי, כלפי אדם או רעיון כלשהו.¹¹

10 על מפלגת ש"ס ראו Fischer, 1999 ; Beak, 1999.

11 העלונים ממומנים על ידי תרומות של אנשים פרטיים, גופים ציבוריים או עמותות וכן מפרסומות ומחסויות.

היחס לאינטרנט במגזר הדתי והחרדי

התקשורת המקוונת תופסת תאוצה רבה בשנים האחרונות, וכחלק מהשפעתה על התרבות היא מחלחלת גם לציבור שנחשב שמרני יותר, הציבור הדתי והחרדי. תהליך הכניסה של האינטרנט לציבור זה אטי יותר ובעל מגבלות רבות מאשר לציבור הכללי, והוא אף נדרש להצדקה פעמים רבות, שהרי כיצד ניתן לתת לכלי חסר גבולות כמו האינטרנט להתקבל ללא סיבות מוצדקות? כחלק מתהליך הצדקתו עלתה השאלה כיצד יכול כלי זה לתרום לאדם פרטי בחברה הדתית או לחברה הדתית בכללה? מה הם השכלולים והשיפורים היכולים להיעשות כיום בעזרתו שלא היו קיימים לפני כן? ככל שיינתנו תשובות בדבר יכולתו של האינטרנט להשפיע לטובה על עולם התורה והדת, כך הוא יתקבל יותר בקרב הציבור הדתי.

התפתחות האינטרנט העמידה את הציבור הדתי והחרדי בדילמה ערכית אם לראות בצורה חיובית את האפשרויות הרבות שטומן בחובו כלי זה, או שיש לחשוש מפני הסכנות הטמונות בו, בעיקר בשל ההשפעות התרבותיות של תקשורת גלובלית וטכנולוגיה חוצת גבולות. האיום הטמון באינטרנט הוא תרבותי, והוא עלול לפורר את החברה הדתית והחרדית ולערער את בסיסה הערכי והחינוכי, המדגיש את השפעתה של הרשת על אישיותם הפרטית של הגולשים, ובעיקר של ילדים ובני נוער הנמצאים בתהליך עיצוב אישיות.

בהתאם לכך עלתה השאלה אם יש בחוסר הגבולות כדי לשלול את הטכנולוגיה באופן מוחלט, או שעדיף לבחון אם היתרונות גוברים על החסרונות ואם הם אינם מאפשרים לחברה זו להתעלם מקיומו ומהתפתחותו של הכלי המקוון. נושא זה נידון בקרב רבנים, אך נראה כי ההכרעה על עצם השימוש באינטרנט נובעת ברוב המקרים מתוך מניעים אידאולוגיים ולא מתוך הלכה פסוקה. רוב הדעות אינן נשענות על פסיקה מפורשת במקורות המחייבים של ההלכה, אלא הן שואבות את תוקפן בעיקר מתוקף סמכותם ואישיותם של הקובעים אותן.

האינטרנט מציב בפני הציבור הדתי התמודדות עם אתגרים. כל הקבוצות מודעות לכך שהוא מעורר בעיות ויוצר שאלות, אך יש הבדלים ביחס לטיפול בהן

הנובעים מהסתכלות רחבה יותר. החרדיות הקלאסית רואה באינטרנט איום תרבותי ערכי. גורמים מתונים יותר משייכים את סוגיית האינטרנט בעיקר לתחום השאלות החינוכיות, וגם אצלם ניתן לראות גישות שונות לפתרונות אפשריים ולדרכים שונות להתמודדות עם האתגר.

הדילמה של שימוש באינטרנט במגזר החרדי היא גדולה יותר מאשר במגזרים אחרים ובכלל זה החברה הדתית, מאחר שהמגבלות הדתיות במגזר זה הן חמורות יותר. האינטרנט, אשר מטבעו מפיל מחיצות ומחבר את המשתמש בו לחברה וירטואלית גלובלית, מנטרל את מנגנון הפיקוח החברתי, ובכך מהווה ניגוד לחרדיות. עיקר החשש נובע מפריצת הגבולות והמשמעותיות החברתיות והערכיות. רבני הציבור החרדי מוטרדים לא רק מהתוכן שמציעים האתרים, אלא מעצם היותם צינור המחבר בקלות את המשתמש לתרבויות שונות.

בעקבות התפתחות האינטרנט הוקם בציבור החרדי גוף הקרוי "בית דין מיוחד לעמוד בפרץ המחשבים", שפרסם כרוז שבו נאמר כי חל איסור חמור על כל איש מישראל להתחבר לאינטרנט והשימוש במחשבים לצורך הסתכלות במשחקים ובסרטים הוא סכנה חמורה ביותר, ולכן אין להשתמש במחשב אלא לצורך פרנסה. כרוזים נוספים שפורסמו במגזר החרדי טענו כי דעת תורה היא שיש איסור חמור להתחבר לאינטרנט או לטלוויזיה בהיותם מהווים סכנה איומה לקדושת ישראל. מודעות אלה טענו ש"מאחר שהאינטרנט הוא המוביל הגדול ביותר בעולם של תעתועי היצר, מסית ומדיח לחטא ולתועבה מהסוג הגרוע ביותר, הרי שמי שמשתמש באינטרנט שותף לכל תחלואי התרבות הקלוקלת הפולשת לתוך הבית והמשרד, ומצבו הרוחני והיהודי של המשתמש באינטרנט נמצא בסכנה". ניתן לראות מכרוזים אלו את הדאגה העיקרית מעצם קיומו של כלי הפורץ גבולות ומאפשר למשתמש בו להגיע להיכן שירצה בקלות ובמהירות. בהתאם לכך הדאגה היא לא לבעיות שאותן יוצר השימוש ברשת אלא למשמעותו של כלי זה כגורם תרבותי חברתי העוקף את ההסתגרות המגזרית.

לעומת החרדים, השימוש של דתיים באינטרנט הוא תופעה מתרחבת. השימושים הבולטים ביותר הם באתרים הנותנים סיוע בענייני יהדות, כגון פרטים על שירותי דת, עדכונים על הנעשה בעולם היהודי, לימוד טקסטים יהודיים או פנייה לרבנים בשאלות הלכתיות ומוסריות באתרי שאלות ותשובות. קיומם של מסנני אתרים מאפשר להורים רבים להכניס את רשת האינטרנט לביתם, מתוך

תחושת ביטחון שלא יאונה לילדיהם שום רע מבחינת חשיפה לאתרים שאינם הולמים את ערכי הדת. חשיפה זו היא שמפתחת בקרב צעירים רבים את השימוש הרב והמגוון ברשת, ומאפשרת לכל אדם דתי ליהנות ממגוון אפשרויות של דת, השכלה, ידע ובידור המיועדים לציבור שאליו הוא משתייך.

החברה הדתית מתאפיינת בהכרה אינטלקטואלית לאתגרים התרבותיים שהציבה בפניה התרבות המודרנית. בשונה מהחרדיות היא אינה דוחה שינויים תרבותיים, אלא מנסה להביא לידי ביטוי את הטוב ואת החיובי שבהם. בהתאם לכך אין החברה הדתית פוסלת באופן גורף את ההתפתחות הטכנולוגית, אם כי היא מודאגת מתכנים תרבותיים שהיא מפיצה. האינטרנט נתפס אמנם בעיקר כשאלה חינוכית, אולם קיימת מחלוקת בקרב הרבנים המשתייכים למגזר זה ביחס להתמודדות עם תכניו. למרות ההתייחסות החיובית לאפשרות להשיג מידע בקלות, החשש הוא מהסכנה הטמונה בתכנים הבעייתיים, בעיקר אתרי פורנוגרפיה. הדעה המקובלת היא שאין להתנגד לאינטרנט אלא להפכו לאתגר. מאחר שיש אתרים אשר ביכולתם להגדיל את השפעת הדת, יש לעודד את הילדים לקחת חלק בהתפתחות אתרים אלו. בהתאם לעמדה זו עדיף לחנך לשימוש נכון, כגון לקבלת מידע תרבותי ומדעי מתוך חשיבה שדווקא הזדקקותו של הציבור הדתי לאינטרנט תביא לפיתוחם של אתרים בעלי תוכן חיובי.

קבוצה נוספת בציבור הדתי היא של שומרי מצוות שנחשבים למתירנים יותר מבחינה דתית ומכונים מסורתיים. הם מזדהים עם הנורמות המקובלות בחברה הישראלית החילונית ובעולם המערבי, תוך דחיקת ההלכה לתחומים מוגדרים וממורדים. אחד מסימני ההיכר הבולטים של חברה זו הוא היחס לתרבות הפנאי, הנחשבת אצל אנשים מסורתיים כדבר נצרך התורם לבריאותו הנפשית ולעושרו התרבותי של האדם. לאור זאת מתקבל השימוש באינטרנט כמובן מאליו וכחלק מההשתלבות בחברה. עצם השימוש בו אינו עולה לדיון, ואף בהעלאת אופן השימוש בו יש גישה הדוגלת יותר במשמעת עצמית מאשר בחסימת אתרים או

בהגבלת השימוש ברשת. גישה זו רואה את החברה הדתית כחלק מהעולם המערבי, ובתור שכזו עליה לשאוף להשתלבות במהפכת המידע.¹²

שימוש באינטרנט לצרכים דתיים

בעקבות התנגדותם של רבנים ומנהיגי דת לאינטרנט ולמה שהוא מציע כמו והתפתחו שירותים המנסים להתגבר על החסרונות של הכלי ולהציע לציבור הדתי לקבל רק את הטוב ואת החיוני שבו. החברה הדתית השכילה למצות את היתרונות של האינטרנט, ובכך להשתמש בטכנולוגיה המודרנית לגיבוש ולחיזוק הערכים המסורתיים. נוסף על מידע כללי, האינטרנט משרת את הציבור הדתי בענייני דת ומסורת, ופותח בפניו עולם מלא אפשרויות של התחזקות דתית ופתרון מהיר לבעיות רבות בנושאים כגון שאלות ותשובות, שיעורי תורה, אתרי רבנים, קהילות וירטואליות, יצירה ותפילות, וכן פרסום ממוקד לקהלים דתיים.

מידע חיוני

בדומה לחברה החילונית הצורכת מידע חיוני בנושאים המעניינים אותה, כך גם הציבור הדתי זוכה לקבל מהאינטרנט מידע רב על אודות נושאים דתיים העולים על סדר היום. הצורך במידע ממוקד לציבור הדתי נובע מכך שבאמצעי התקשורת המיועדים לציבור הכללי לא ניתן למצוא מקום רב לציבור הדתי, ואין בהם מדורים נרחבים הנותנים מענה לצרכן הדתי. בעיתונות המקוונת יש מדורי יהדות הכוללים כתבות וחדשות הקשורות לציבור הדתי, לתרבות דתית, מדורים של כותבים דתיים ויצירה יהודית. עם זאת אתרים רבים מציעים עדכונים בנושאים כמו כשרות, מסעדות ואולמות, זמני היום (זריחה, שקיעה, כניסה ויציאת שבת), פרטים על מקוואות או זמני תפילה בבתי הכנסת. מידע חיוני לציבור הדתי מועבר גם בתחנות רדיו, מאחר שהמציאות הדיגיטאלית מאפשרת לכל אדם להקים תחנת רדיו ולשדר באינטרנט ללא ביקורת וצנזורה. כך כמו ברשת תחנות דתיות שונות, כגון ערוץ 7, רדיו ברסלב, רדיו קול האמת ורדיו 2000. שימוש אלטרנטיבי נוסף הוא בשידורי טלוויזיה באינטרנט ובכלל זה מהדורת חדשות של ערוץ 7, תכניות

12 על מאפייני החברה בישראל ראו למשל Goldstein and Gitelman, 2001; Horowitz, 1999; Kimberling, 2003.

טלוויזיה יומיות של מכון מאיר ואתר שורש וכן ערוץ הידברות שהחל את דרכו באינטרנט, ועבר לתקשורת הרב ערוצית בשידורי הלוויין הארציים של חברת יס.

אינטרנט כשר

הצורך בסינון ובבקרה של אתרים ותכנים יוצר תופעה של "אינטרנט כשר", שבו אתרים וספקי תוכן מאפשרים שירותי סינון מידע. שירות זה מסייע לדתיים רבים להרגיש בטוחים כשהם גולשים ולנצל את היתרונות של גלישה באתרים בטוחים. כך מתאפשרת להורים בקרה על התכנים שילדיהם חשופים אליהם, ואף להורים עצמם מתאפשר סינון מסוים על פי בחירתם. אין ספק שגורמים מסחריים המספקים שירותים אלה לא היו מצליחים ללא הפתיחות שאותה גילו דתיים רבים להכניס את הכלי לביתם.

ספק האינטרנט "אינטרנט זהב" מציע "שירות בקרת הורים", המאפשר להורים לקבוע את רמת הסינון של האתרים שילדיהם גולשים בהם.¹³ בספק האינטרנט "בזק בינלאומי" קיימים מספר מסלולים המציעים גלישה בטוחה בתחומים שונים, ובהם מסלול ילדים וסינון ממוחשב של אתרים לא רצויים. כן יש אפשרות להתחבר ל-Safe net, תכנת סינון של הספק עצמו החוסמת אתרי פורנוגרפיה, אלימות ועוד. ספק זה עובד בשיתוף עם חברת "נתיב" המיועדת למגזר החרדי, ומציעה חבילה של כאלף וחמש מאות אתרים שניתן לגלוש בהם. ספק האינטרנט "נטוויזין" מציע ללקוחותיו שירות סינון אתרים באמצעות חברת "מסנט" הסורק בזמן אמת כל דף אינטרנט. הספק מציע ללקוחותיו בקרה על זמני הגלישה, הגבלת שעות זמני גלישה והפקת דו"חות על שעות הגלישה ועל האתרים שבהם ניסו ילדי הלקוחות לגלוש.

חברת "מורשת" לסינון אתרים מציעה רמות חסימה שונות בהתאם לבקשת הלקוח. החברה מאפשרת לבחור בין שבע רמות ולשנות את רמת הסינון לפי

13 האתר קובע כי "שירות סינון התכנים יגן על ילדכם מפני חשיפה לאתרי פורנו, אתרים המעודדים שימוש בסמים, אתרי טרור ואלימות, הימורים בלתי חוקיים וכדומה. כך, אתם כהורים, תוכלו להיות בטוחים כי גלישתם מבוקרת".

בחירת המשתמש, מחסימה כוללת של כל האתרים (למעט דואר אלקטרוני) ועד לגלישה חופשית באינטרנט. המיוחד בשירות זה הוא שהוא מותאם לכלל ציבור הדתי, לא רק לצעירים אלא גם למבוגרים שאינם רוצים להיות חשופים לאתרים שליליים, והם יכולים לחסום את עצמם משימוש באתרים בהתאם לבחירה של רמת גלישה.

ספק האינטרנט "אינטרנט רימון" מצהיר שמטרתו היא לשמור על לקוחותיו מתכנים שליליים שהאינטרנט מציע. הוא מציע שירות ללקוחות דתיים וללקוחות חרדיים, כאשר אופי הסינון בכל מגזר הוא שונה. לקוחות דתיים יכולים לבחור מסלול אחד מתוך חמישה. במסלולים הקלים יותר מתאפשרת גלישה לאתרי חדשות ובידור, ואם הגולש הגיע לאתר שטרם נבדק מתבצעת בדיקת מכונה או בדיקה אנושית האורכת כתשעים שניות. ברמה החסימה הגבוהה ביותר נחסמת הגישה לרוב אתרי החדשות והבידור ואף חסימה לאתרים מקצועיים. אם לקוח אינו מרוצה מתוצאות החסימה באפשרותו לעבור לרמת חסימה שונה על ידי הקלדת סיסמה, אלא אם כן הוא קבע אחרת בהגדרת ה"קו האדום שלו" מול החברה. באפשרות הלקוח לפנות לנציג שירות ולהכניס אתר מסוים לרשימת אתרים פרטית שהוא יכול לגלוש בהם, כל עוד הם אינם סותרים את החסימה הכללית של החברה המונעת גישה לאתרי פורנוגרפיה ואלמות. יש גם אפשרויות גלישה לציבור החרדי הכוללות רמות שונות, מגישה לדואר אלקטרוני בלבד ועד הרמה הפתוחה ביותר המאפשרת גישה לאתרי חדשות, תוך סינון של כתבות ותמונות לא רצויות.

שאלות ותשובות

אפשרות של שיח שאלות ותשובות היא אחת מדרכי השיח המרכזיות בתחום ההלכה והתקשורת האלטרנטיבית. היא מכילה מאגר של שאלות ותשובות הלכתיות שנשאלות על ידי הציבור הרחב, והנענות על ידי רב אחד או קבוצה של רבנים. ההתקדמות הטכנולוגית הפכה את תרבות השאלות והתשובות (שו"ת) היהודית לנגישה ולקלה לביצוע, והיא מאפשרת לה להיות עשירה ומגוונת יותר מבחינת נושאים ותשובות של רבנים שונים.

השימוש באינטרנט לפתרון בעיות הלכתיות משלב התנהגות מסורתית והתקדמות טכנולוגית. גולשים רבים בוחרים להפנות את שאלותיהם באמצעות

השו"ת הוירטואלי. עד כה נשאלו באתר "כיפה" ובאתר "מורשת" מאות אלפי שאלות, מה שהופך אותם לשו"תים הגדולים ביותר בעולם היהדות. העובדה שמדי יום נשאלות מאות שאלות חדשות באתרי היהדות השונים מראה כי התופעה השתרשה עמוק בחברה הדתית.¹⁴

יתרונות השו"ת הוירטואלי הם רבים. ניתן לשאול שאלה ולקבל תשובה תוך שעות ספורות; ניתן גם לפנות לכמה רבנים ולקבל חוות דעת שונות, ללא מאמץ מיוחד וללא השקעה כספית; בזכות העובדה שרוב השאלות והתשובות נרשמות באינטרנט נוצר מאגר גדול של שו"ת, המחולק ומקוטלג לפי נושאים ולפי רבנים, והמאפשר גישה נוחה לכל גולש המחפש תשובה לכל שאלה. יתרון נוסף הוא האפשרות לשאול שאלות ללא צורך להזדהות. בדרך זו אנשים שומרי מצוות יכולים לשאול שאלות מביכות בנושאים שהצניעות יפה להם ולקבל תשובה לנושא המטריד אותם ללא צורך להיחשף. שאלות רבות לא היו נשאלות ללא מדיום המאפשר סודיות וצנעת פרט, ולכן באתרי שו"ת ניתן לראות שאלות רבות הסובבות סביב נושא המין למשל, והן עולות לרוב בקרב זוגות נשואים ובקרב בני נוער המרגישים מבוכה לשאול שאלות אלו פנים אל פנים.¹⁵

שיעורי תורה

אדם שיקליד בגוגל את מילות החיפוש "שיעורי תורה" יקבל מאגר עצום של אתרים המציעים לגולשים שיעורי תורה לקריאה, להאזנה ואף לצפייה. ניתן לצפות בשיעורי תורה המצולמים בשידור חי ואף לשאול את הרב שאלות באמצעות הדואר האלקטרוני ולקבל תשובה בשידור.

מצאיות זו של שיעורי תורה באינטרנט שנויה במחלוקת. יתרונותיה הם העובדה ששיעורי התורה הופכים להיות נגישים לכל אדם, בכל שעה ובכל מקום שבו הוא נמצא עם מחשב. אדם יכול להיות נגיש לשיעור תורה הנאמר בעיר

14 ראו לדוגמה נכטשטרן, 2008.

15 אתרי השו"ת המוכרים ביותר הם "כיפה", "מורשת" ואתר ישיבת בית אל.

אחרת או במדינה אחרת בקלות וללא מאמץ. יתרון נוסף הוא אפשרות הבחירה מתוך מגוון רחב של שיעורים בנושאים שונים או מבין רבנים רבים, כך שכל אדם יכול לקבל שיעור לפי הנושא שמעניין אותו. יש גם אפשרות להאזין או לצפות בשיעור תורה ללא צורך לפנות לכך זמן או משאבים. אדם יכול להאזין לשיעור תוך כדי עיסוק בצורכי הבית או בעבודה במשרד, וכך לנצל את זמנו ללימוד תורה בכל רגע נתון.

הטענה הנגדית היא ששיעורי תורה ברשת נותנים לאנשים לגיטימציה לא לצאת לשיעורי תורה המתקיימים פנים אל פנים, ובכך הופכים את לימוד התורה לדבר וירטואלי החסר קשר אישי של רב ותלמיד וחסר פן חברתי. נוסף על כך עולה הטענה כי האפשרות לצפות בשיעור תורה מהבית, כאשר האדם אינו נוכח מול הרב הדובר, מאפשרת לאדם להתנהג בפחות כבוד כלפי השיעור. אדם יכול למשל להאזין לשיעור תורה בלבוש לא מכובד, לענות לטלפון באמצע השיעור או לעסוק בדברים אחרים תוך כדי האזנה. לדעת רבנים רבים עובדה זו גורמת לזילות התורה ולחוסר כבוד כלפיה, מכיוון שהאדם מרגיש שהוא מאזין למחשב ולא לרב, ולכן התנהגותו כלפי הנאמר מכבדת פחות. אולם למרות החסרונות לא ניתן להתעלם מהתרומה של האינטרנט להעצמת התורה ולהפצתה בקרב רבים. בזכות כלי זה אנשים רבים נחשפים לרבנים שלא שמעו מעולם ולנושאים שלא הכירו, ובאפשרותם להאזין או לצפות בשיעור בכל שעה פנויה שבה הם מרגישים צורך בכך.¹⁶

אתרי רבנים

באותה דרך שבה יוצרים מעריצים של כוכבים שונים אתרי אינטרנט לאהובים עליהם, כך גם בעולם הדתי קמים יוצרי אתרים לרבנים שונים. ההבדל הוא בתוכן. אם באתרי מעריצים נמצא בעיקר תמונות, פורומים, קטעי מוזיקה וכתבות, הרי

16 אתרי אינטרנט מובילים ומוכרים המציעים שיעורי תורה הם אתר הישיבה "מכון מאיר", אתר ישיבת בית אל ואתר "שורש".

שבאתרי הרבנים נמצא לרוב שיעורי תורה שנאמרו מפיהם, פסקי הלכה שלהם, סיפורים הקשורים אליהם ואפשרות לשאלות ותשובות.

אתר "תפילות" מציע חיפוש והוספה של מנייני תפילה בכל רחבי הארץ, לפי קריטריונים של חיפוש בסיסי וחיפוש מורכב. אתר שהעלה בתוכו את הפונקציה של חיפוש שיעורי תורה בארץ הוא "שטייגן – פורטל עולם התורה". באתר היה מספר מצומצם של שיעורים בישיבות שונות ברחבי הארץ, והגולשים התבקשו לכתוב למנהל האתר אם הם מכירים שיעורים נוספים. מאחר שלא הייתה פונקציה המאפשרת להוסיף שיעור באופן מסודר וברור, לא הייתה נגישות ומוטיבציה בקרב הגולשים, ולכן הרשימה נשארה קטנה יחסית. אתר נוסף שהציע רשימה של שיעורי תורה בכל הארץ היה אתר "האמת האבסולוטית". באתר התקבלה רשימה של ארגונים בארץ המציעים שיעורי תורה, כגון "לב לאחים", "שופר", ו"ארגון הדף היומי".

קהילות וירטואליות

קהילות הוירטואליות ברשת (פורומים) הפכו להיות נפוצות ונגישות כמעט לכל חלקי האוכלוסייה. גם בציבור הדתי יש חשיבות רבה למציאת קהילה וירטואלית על פי נושאי ההתעניינות של הגולש. באתרים עם פורומים מובילים יש קהילות דתיות, וחדרי הפורום המובילים קשורים לזוגיות ולמשפחה.

באתר "תפוז" קיים פורום דתי, אך הוא מונה פחות מחמישים הודעות ליום; באתר "וואלה" אין כלל פורום המיועד לציבור הדתי; ובאתר "הייד פארק" יש מאה עשרים וחמישה חדרי פורום לדתיים מסוגים שונים תחת הכותרת "דת ואמונה", אך בפורום הפעיל ביותר מביניהם ("בחדרי חרדים") יש תנועה של כשמונים הודעות ליום. באתר "כיפה", המציע כחמישים חדרי פורום שונים יש תנועה של יותר משלוש מאות הודעות ביום בכל אחד משלושת החדרים המובילים בפורום ("לא כלה דרכנו", "נשואים טריים" ו"הורות ומשפחה"). בחדר הפעיל ביותר באתר ("היריון ולידה") נרשמה תנועה מהירה של יותר משבע מאות הודעות ליום.

יצירה

תחום נוסף המתפתח בקרב דתיים המשתמשים באינטרנט הוא יצירה. העובדה שהאינטרנט נותן מקום ובמה לכל המעוניין להביע את כישוריו, נותנת גם ליוצר הדתי מקום ברשת. שני אתרי יצירה לדתיים המובילים בתחומם הם "צורה" ו"ביכורים". באתרים אלו ניתן לפרסם יצירות בתחום הכתיבה, השירה, הצילום והציור. האתר מנוהל על ידי עורכים מתחלפים ויש בקרה על התוכן הנכנס מבחינת צניעות, אלימות ורמת היצירה. אתרים אלה מאפשרים חשיפה ליוצרים דתיים שאינם מעזים או שאינם מצליחים להביא את יצירותיהם בפני קהל. יוצרים אלה רואים באינטרנט בית ליצירות ולכישורים שלהם, ודרכו הם זוכים להגיע למימוש עצמי.

ההשפעה של תקשורת ממוקדת על קהל דתי

מסקירת אופן השימוש בטכנולוגיה בציבור הדתי והחרדי במחקר זה עולה כי קהלי יעד אלה למדו לנצל את התקשורת המתקדמת לקידום מטרות דתיות ותרבותיות וליצירת דו-שיח פנים-קהילתי. בקונפליקט שבין חברה וטכנולוגיה הצליח המגזר הדתי בישראל לממש את היתרונות הגלומים בקדמה תוך שמירה על המסגרת הדתית והתרבותית.

בהמשך למסקנה זו המחקר ביקש לבדוק את מאפייני צריכת התקשורת בקרב קהל דתי ואת ההצלחה בפנייה ממוקדת לקהל יעד זה. לצורך בדיקת מאפיינים אלה בוצע סקר שבו נשאלו כמאה צעירים בני עשרים עד שלושים המגדירים את עצמם דתיים. יש לציין שההיענות לסקר במגזר הדתי הייתה טובה. מאחר שהתשובות היו אנונימיות, היה נוח לנשאלים מאוכלוסייה זו להשתתף במחקר. לעומת זאת לא ניתן היה לבדוק את הרגלי צריכת התקשורת במגזר החרדי בשל חוסר הנכונות של אנשי מגזר זה לשתף פעולה בסקר.

החלק הראשון של הסקר בדק את מאפייני צריכת התקשורת בקרב קהל דתי. נמצא כי אמצעי התקשורת העיקריים של הנשאלים הם (לפי סדר צריכה): אינטרנט, רדיו (לא רק תחנות המיועדות לציבור הדתי) ועלוני השבת המופצים בבתי הכנסת. אמצעי התקשורת שקיבלו ציונים נמוכים היו אמצעי התקשורת המסורתיים – העיתונות והטלוויזיה. המחקר בדק גם את צריכת האינטרנט על סוגיו השונים. בנושא זה לא היו הבדלים גדולים בין הנשאלים ברמת הצריכה של

קהל היעד. לפי תוצאות הסקר כל המשתתפים משתמשים באינטרנט לצורך דואר אלקטרוני. רבים מהנשאלים (למעלה מ-90%) ענו כי הם נכנסים לאתרים בעלי מידע חיוני. כמו כן נרשמה התעניינות רבה באתרים המציעים תוכן דתי (כ-80% מהנשאלים ענו כי הם עושים שימוש באינטרנט לצרכים אלו). התעניינות נמצאה גם באתרי חדשות, אתרים הקשורים לכספים (תשלומי חשבונות ועדכוני בנק) ולהורדת קבצים מהאינטרנט. התעניינות פחותה יותר נרשמה לאתרים העוסקים בנושאי חינוך ומשפחה, לפורומים ולצ'אטים.

החלק השני בדק את ההצלחה של האינטרנט בפנייה ממוקדת לקהל דתי. אחד היתרונות של האינטרנט הוא פרסום לקהלי יעד. היכולת להגיע באופן ישיר וללא מתווכים לדתיים ולחרדים מקנה לאתרי האינטרנט יתרון אדיר באפיון ובפילוח קהל היעד הנכנס לאתרים השונים ברשת. באתרים דתיים מובילים יש שימוש רב בפרסומות המיועדות בעיקר לציבור הדתי. פרסומות אלו מגיעות בדרך כלל מארגונים ומעסקים המיועדים לציבור הדתי, והן ממוקדות בנושאים ובמוצרים שבהם מתעניינים קהלי יעד אלה, ושהם אינם יכולים למצואם באתרים המיועדים לציבור החילוני.

הממצאים מראים כי יש יחס חיובי לפרסומות בעלות תוכן דתי או פרסומות המיועדות לציבור הדתי, ואלה נתפסות כמידע חיוני למגזר ולא כדרך למכור מוצרים מסחריים. לעומת זאת נמצא יחס חיובי פחות כלפי פרסומות כלליות. לשאלה איזה סוג פרסומות מסקרן ומעניין אותם, ואילו פרסומות הם היו מצפים למצוא באתרים המציעים מידע ממוקד לציבור הדתי, ענו רוב הנשאלים (90%) שהם מצפים למצוא באתר מסוג זה פרסומות בעלות תוכן דתי, וחלק ניכר (שני שלישים) ענו כי הם מצפים למצוא פרסומות בעלות תוכן ערכי. רק 20% מהנשאלים ענו כי הם מצפים למצוא באתר מסוג זה פרסומות מכל סוג שהוא ללא בעיות צניעות או אלימות.

תחום נוסף שבו יש פנייה ממוקדת הוא אתרי קניות המיועדים לציבור הדתי-חרדי. ייחודם של אתרי קניות אלה הוא בכך שהמוצרים הנמכרים בהם מתאימים לדרישות התרבותיות של קהלי יעד אלה והם עוברים את אישור הרבנים. בנושא זה נמצא כי הנשאלים סבורים שהרגלי הקנייה של צעירים דתיים באינטרנט דומה

לאלה של האוכלוסייה הכללית. רובם המוחלט מעדיפים את אתרי המכירות המיועדים לציבור הכללי, מאחר שיש בהם מבחר גדול יותר והם אינם מרגישים צורך לרכוש מוצרים באתרים דתיים דווקא. לטענת הנשאלים אתרי מכירה אלה מיועדים לציבור החרדי ולא לציבור הדתי.

מנתונים אלה ניתן ללמוד כי הדור הצעיר של דתיים בישראל עושה שימוש נרחב באמצעי התקשורת החדשים, והוא צורך אמצעי תקשורת אלה בצורה ממוקדת בהתאם להעדפותיו. עוד ניתן ללמוד שהיחס הכללי של קהל היעד הדתי לפרסומות ממוקדות הוא חיובי, וכי קהל זה מצפה למצוא מידע ממוקד, כולל פרסומות בעלות תוכן דתי או ערכי ופרסומות המיועדות לציבור הדתי. המסקנה המתבקשת היא כי הציבור הדתי עושה שימוש רב, מגוון ויעיל בטכנולוגיה תוך שילוב בין חברה מסורתית ותקשורת מתקדמת.

ביבליוגרפיה

אברהם, א', ישראל הסמויה מעיני התקשורת: הקיבוצים, ההתנחלויות, ערי הפיתוח והישובים הערביים בעיתונות, הוצאת אקדמון, ירושלים, 2001

אורבך, א', סבא שלי היה רב – לקסיקון דתי-חילוני, הוצאת כתר, תל אביב, 2002

גבל, א', "הציבור הדתי-לאומי והתקשורת: יחסי שנאה-אהבה", בתוך: סדרת התקשורת המגזרית, הוצאת מכון חיים הרצוג, אוניברסיטת תל אביב, 2006

ליבס, ת', פרי, י', וגרבלסקי, צ', "היכן חבויה ההשפעה האמיתית? תקשורת ותקשורת אלטרנטיבית בבחירות בישראל ב-1996", קשר 20 (1996)

לימור, י', רדיו פירטי בישראל, 1998: דו"ח מחקר, מכון סמארט, ירושלים, 1998.

לוי, א', החרדים, הוצאת כתר, ירושלים, 1989

מיכלסון, מ', "עיתונות חרדית בישראל", קשר 8 (1990), עמ' 11–22, הוצאת המכון לחקר העיתונות היהודית, אוניברסיטת תל אביב

נכטשטרן, ב', "השפעת האינטרנט על החברה הדתית בישראל בפתח המאה ה-21", בתוך: צוריאל, ר' וזפט, מ' (עורכים), **תקשורת ויהדות**, הוצאת כתר הזהב, תל אביב, (ללא שנה)

צרפתי, א', "עיתונות בשירות המשיח", **קשר** 24 (1998), עמ' 16–27, המכון לחקר העיתונות היהודית, אוניברסיטת תל אביב

שלג, י', **הדתיים החדשים – מבט עכשווי על החברה הדתית: דתיים מול חילוניים**, כתר הוצאה לאור, ירושלים, 2001, עמ' 29–283

Beak, E., The Shas Phenomenon and Religious Parties in the 1999 Elections, in: Elazar and Mollov (eds.), *Israel at the Polls 1999*, 2001 by Frank Cass & Co., London and Portland, OR, pp. 55–100
Cohen, Y., The Religious-News Media Nexus in Israel, Sociological Papers No 112, 2006 by Social Institute for Community Studies, Bar Ilan University, Israel

Fisher, S., The Shas Movement, in: Ofir, A. (ed.), *Theory and Critique*, Special Edition, Van-Lir Institute and the United Kibbutz, 1999

Horowitz, T., "Ideologies, Identification, and Confusion as Causes that Influenced on Voting Patterns of Immigrants from the Former U.S.S.R", in: Arien, Asher, and Shamir, Michal (eds.), *The Elections in Israel – 1996*, The Israeli Institute for Democracy, 1999

Gilboa, E. and Katz, Y., The Media Campaign: The Shift to Alternative Media in: Elazar and Mollov (eds.) *Israel at the Polls 1999*, 2001 by Frank Cass & Co., London and Portland, OR, pp. 223–244

Ghanem, A., State Minority in Israel in the case of the Predicament of its Minority, *Ethnic and Racial Studies*, vol 21(3), Routledge, 1998, pp. 428-449

Goldstein, K. and Gittleman, T., The Russian Revolution in Israeli Politics, in: Arien, Asher, and Shamir, Michal (eds.), *The Elections in Israel – 1996*, The Israeli Institute for Democracy, 1999

Katz, Y., The Other Media – Alternative Communications in Israel, in: *International Journal of Cultural Studies*, August 2007

Kimberling, Baruch, *The Israeli State and Society*, 2003 by State University of New York Press

Libes, T., Peri, Y. and Grebilski, Z., How is the True Influence Concealed? Communication and Alternative Communication in the Israeli Elections of 1996, *Kesher*, No. 20, November 1996

The Gutman Report: Israel News – A Portfolio, Beliefs, Traditional Observance and Values of Israeli Jews, 2000 by Israel Institute for Democracy, Jerusalem

