

סקירת ספרים

God, Jews and the media: Religion and Israel's media

Yoel Cohen, London and New York: Routledge, 2012, 258 pages

מישל רוזנטל*

תרגום: אביגיל גלפנד

את ספרו *God, Jews and the media: Religion and Israel's media* פותח יואל כהן בבקשה מקוראיו להשעות את חוסר האמון (suspend disbelief) שלהם ולדמיין מצב שבו אלוהים, באמצעות שליחו הרב הראשי, מבקש לתאם בעבורו ריאיון לערוץ הראשון במטרה לתקשר עם האנושות, לרבות העם היהודי. בתיאור הגרוש של התסריט ההיפותטי (אפשר למצוא את הפתיח ב-google books, ועל כן אמנע מהרס ההנאה למתעתדים לקרוא) פורס כהן את מסקנותיו, המנחות במיומנות רבה את הקורא לתת את הדעת על יחסי הגומלין המרתקים שבין מדיה, יהדות ותרבות. כבר מן הפתיח אפשר ללמוד כי הספר מהווה רפלקציה תאולוגית לא פחות משהוא מהווה טקסט מחקרי (ובהתאמה, נראה כי לאורך הפרקים השונים הלך הרוח הדומיננטי נע בין שני הקטבים של הדיכוטומיה האמורה).

הספר מחולק לארבעה חלקים. הראשון בהם, "יהדות מתווכת" (פרקים ראשון-שני), מספק את התשתית התאורטית והתאולוגית לספר.

בפרק הראשון ממוסגר השיח בדבר דת ומדיה אגב התייחסות ליחסי הגומלין ולהשפעה ההדדית שבין הדת היהודית ובין תקשורת ההמונים. אמנם הספר בכללותו (למעט שני פרקים) מתמקד בהקשר הישראלי, אך כותרתו של פרק זה מטעה כשהיא מרמזת שאפשר להשליך את ממצאיו ואת תוכנו של הספר בכללו על הדת היהודית בכללותה; זאת – מאחר שישראל מוגדרת כמדינה יהודית שהיהדות בה הנה הדת השלטת (עמ' 4-5). בהקשר זה יכול היה כהן

* ד"ר מישל רוזנטל (mrosenthal@com.haifa.ac.il) היא מרצה בחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה.

להעשיר את גישתו באמצעות הצגת הפולמוס האקדמי הקיים בדבר ההגדרות השונות לדת בכלל (Smith, 1998; Asad, 1993) וליהדות בפרט (Batnitzky, 2012; Satlow, 2006). רלוונטית במיוחד לעניין זה היא אבחנתו של סאטלו (Satlow) בדבר ההבחנה שבין הגדרות מסדר ראשון ומסדר שני. הגדרות מסדר ראשון, לדבריו, הן "שימושיות ברמת הנתונים; הן מלמדות אותנו על האופן שבו הקבוצה הנחקרת תופסת את עצמה. עם זאת, הן פחות אפקטיביות כקטגוריות אנליטיות או כגורמים הסבריים לתופעה הנחקרת. אין בכוחן של אותן הגדרות 'יהדות' מסדר ראשון לתאר את התופעה הדתית. ביכולתן של הגדרות אלה לסרטט את ההבדלים שבין היהדות האורתודוקסית להטרודוקסית, ובכך לתאר באופן 'אותנטי' את הווייתה של הקהילה היהודית" (עמ' 843). לעומתן, הגדרות מסדר שני הן פרשניות, אנליטיות ונמנעות מהכללות מהותניות (לדוגמה "המסורת", "לפי היהדות" וכדומה), לטובת ספציפיות היסטורית ותיאור גדוש.

לכל אורך הספר מאמץ כהן הגדרות "יהדות" מסדר ראשון, שלעתים הן גמישות דיין להכיל פרקטיקות רפורמיות וקונסרבטיביות (עמ' 28-29), אך במקרים אחרים קשיחותן מדירה קטגוריות רחבות של תופעות דתיות ורוחניות עכשוויות בישראל (www.kab.co.il/kabbalah), כמו גם הבניות חילוניות של יהדות. בשל כך כהן מתעלם מחלקים נרחבים בחברה הישראלית, מהלך שלא היה בהכרח בעייתי אילו רק היה הכותב פותח בגילוי נאות.

בהקשר זה מציין כהן כי אף על פי שמנהיגים דתיים מרבים להטיל דופי בלגיטימיות של תקשורת ההמונים החילונית במהותה, זו ממשיכה להוות גורם משפיע מרכזי על החיים היהודיים בימינו. בסקירתו המתומצתת למדי בנושא מחקרי דת ותקשורת (שבה החמיץ לעניות דעתי הדגשים חשובים אחדים [Clark, 2002; Hjarvard, 2008; Hoover, 2006; Meyer & Moore, 2006; Morgan, 2008; Stolow, 2005; de Vries & Weber, 2001]; להבין את היהדות ואת המדיה בהקשר השוואתי (סיון וקפלן, 2003; קפלן, 2007; Shandler, 2009; Stolow, 2010) כדוגמה למחקרים מן התחום העשויים להעשיר את הדיון. לקראת סופו של הפרק הראשון עושה הכותב שימוש במתודולוגיות מגוונות לצורכי המחקר: החל בשאלונים וכלה בניתוחי תוכן המציעים ביקורת תרבותית רחבה.

בפרק השני, ובלי לנקוט משנה זהירות, פורס כהן בפני קוראיו את משנתו בדבר הרעיון שהוא מכנה "התאוריה היהודית לתקשורת" (ייתכן כי הגדרה ממצה יותר מזו הייתה עשויה להיות "תאולוגיה יהודית לתקשורת", שכן הכותב חוטא לפרקטיקה המחקרית בעודו מציג רפלקציה דתית מוטה המשוקעת בפרספקטיבת האמונה שבה הוא מחזיק). הכותב מתחיל את הדיון במחשבות על אודות "התקשוריותו האינסופיות של אלוהים" ועל אודות אמצעי ההתקשורת

השונים שלו עם בני האדם: התקשרות אינפורמטיבית (דרך התגלות), התקשרות אמוציונלית/רגשית (תפילה בעל פה ואקטים דרמטיים המתוארים בתורה, דוגמת חציית ים סוף) וציוויים (מצוות בעלות אופי רגולטורי המווסתות את התקשורת שבין אדם לאלוהיו). שאר הפרק מוקדש להלכות רבנים בנושאי התקשורת השונים. בין הנושאים הנדונים נמנים צניעות מינית, אחריות, קדושתה של התקשורת (לרבות זכויות יוצרים, דיוק ופרסום), מסחר אלקטרוני, יום השבת ומניין וירטואלי. כהן מסכם את טיעוני הרבנים ומוסיף כי טכנולוגיות חדשות (דוגמת תקליטורים או ספרים אלקטרוניים הנושאים את שמו של אלוהים, עמ' 22-23) אתגרו את השיח הרבני. הפרק נחתם בפולמוס הבעייתי בדבר "השפעתה של היהדות על הוויית תקשורת ההמונים המודרנית" (עמ' 30), לרבות הערות אחדות באשר ל"השפעת הרעיונות היהודיים" על פרקטיקות תקשורתיות באיסלאם ובנצרות: "הכללים לגבי רכילות וזכות לפרטיות אומצו והורחבו בידי הנביא מוחמד, וכך הפכו לעיקרי יסוד באיסלאם, עקרון הכבוד האישי של הפרט וכן החסד ביחסים בין-אישיים. לא פחות חשובים הם הערך היהודי של דיוק בדיווח והחשיבות של האמת באיסלאם" (שם).

בחלקו השני של הספר, "מלחמות תרבות במדיה" (פרקים שלישי-שביעי), דן כהן במקרי בוחן אחדים בדת ובחדשות בישראל.

בפרק השלישי, לאחר סקירה מתמצתת של מפת התקשורת הישראלית, כולל החינמון "ישראל היום" (הממומן בידי שלדון אדלסון, ולא אנדרסון כפי שציין כהן בספרו), דן הכותב בהפקתן של חדשות בנושאים דתיים, לרבות הרקע הדתי של העיתונאים המסקרים, יחסי עיתונאי-מקור ויחסי עיתונאי-עורך. לאחר פריסתו את שורת האנקדוטות, מגיע הכותב למסקנה הכוללת כי כתבים המגדירים את עצמם דתיים מתקשים לשרוד בנוף העיתונות הישראלי, החילוני במהותו (למשל, בעמ' 45 מסופר כיצד נדב שרגאי וחיים זיסוביץ' חוו אפליה מטעמים אידאולוגיים מצד מעסיקהם, שהיו בעלי אוריינטציה פוליטית "שמאלנית"). לנוכח זאת, הטענה המשתמעת מכתיבתו היא שאותם כתבים בעלי זיקה דתית כשירים יותר מעמיתיהם החילוניים (שחר אילן או אמנון לוי, למשל) לסקר את החברה החרדית לאור הרקע הדתי והידע התרבותי שבאמתחתם.

בפרק הרביעי עוסק כהן במקומה של האידאולוגיה בסיפורים בעלי נופך דתי כפי שהם מופיעים בחדשות. בחלק הראשון מוצגים נתונים סטטיסטיים שנדלו מניתוחי תוכן שערך כהן על "סיפורים דתיים" שליקט במשך חודשיים בשנת 2000. הסיפורים לקוחים מקשת רחבה של מקורות ישראליים, ביניהם התקשורת הדתית. עוד מצוין כי 10% מכלל תוכני התקשורת החילונית בישראל עוסקים בדת. בהמשך מונה הכותב את נושאי הסיקור השונים בתקשורת הישראלית, אגב התייחסות לעובדה ש"סיפורים דתיים" מופיעים בחדשות בעיקר בהקשרים

פוליטיים, בעימותים ובשערוריות. כמו כן נמצא כי חרדים זוכים לייצוג יתר בספירה החדשותית (43% מכלל הסיפורים, בעוד שבפועל מהווים החרדים רק 9% מכלל האוכלוסייה היהודית בישראל), ולעומתם בני דתות אחרות (נוצרים, מוסלמים ודרוזים) זוכים לסיקור מוגבל ומועט יחסית להם. בהקשר זה מתאר ומנתח הכותב את סיקורן התקשורת של שערוריות שבמרכזן עמדו רבנים (ביניהן האשמות בדבר תקיפות מיניות ושחיתות).

בפרק החמישי מתמקד כהן במדיה המופקים בידי הציבור הדתי ובעבורו (דוגמת עיתונות חרדית והתכנים האסורים בה – חומר לא צנוע, הימנעות מפרסום כתבות באשר להתעללות מינית וכדומה). כהן מסכם פרק זה בכותבו כי המדיה מחזקים את "הערכים ואת המבנים הדתיים בקהילה החרדית" (עמ' 95). בפרק השישי מתאר כהן את הדילמות הספציפיות של אמצעי התקשורת בזרם הדתי-לאומי – החל בעיתונים "הצופה" ו"מקור ראשון", עובר ב"ערוץ 7" וכלה בתחנת הטלוויזיה "תכלת" ובבית הספר לקולנוע "מעלה".

בפרק השביעי דן כהן ביחסי הגומלין שבין החילונים לדתיים ובמקומם של אמצעי התקשורת החילוניים והחרדיים בעיצובם של סטראוטיפים ושל תפיסות מציאות מסולפות. את הפרק חותם כהן בנימה פסימית המדגישה את השפעתה הסיבתית של התקשורת: "ככל שאמצעי התקשורת מרבים לסקר ולפרש את השאיפות של הצרדים השונים, כך מתחדדת התפיסה הציבורית של ההבדלים הללו" (עמ' 131).

בחלק השלישי (פרקים שמיני עד השנים-עשר ועד בכלל), המתמקד ביהדות מתווכת, עוסק כהן בסוגיות עכשוויות, ביניהן האינטרנט ותחום הפרסום. בפרק השמיני מסכם כהן כמה מן הנושאים העיקריים בקהילה החרדית בהקשר לאינטרנט ומספק נתונים סטטיסטיים מעניינים המציגים עלייה תלולה בשימוש באינטרנט בקרב אותם חוגים (Campbell & Golan, 2011; Campbell, 2011). נכון לשנת 2006 למשל, רק 50% מבתי האב החרדיים החזיקו במחשבים ביתיים, לעומת שנת 2009, שבה חל גידול במספר בתי האב שברשותם מחשבים ביתיים ל-65%. עוד מוסיף כהן כי לנשים חרדיות יש פחות נטייה להשתמש באינטרנט לעומת הגברים החרדיים (אף שכהן אינו דן בסיבות לכך, מחקרם של ליביו וטננבוים-ויינבלט [Livio & Tenenboim-Weinblatt, 2007] מספק תובנות בעניין זה). המחבר ממשיך וסוקר את מאמצייהם המגוונים של החרדים להפעלת פיקוח על האינטרנט; זאת – באמצעות פילטרים ייעודיים או באמצעים פוליטיים, דוגמת הצעת החוק שניסתה לקדם המפלגה החרדית ש"ס, ובמסגרתה כל ספקיות האינטרנט בישראל יחויבו להפעיל פילטר שיצנזר אוטומטית תכנים פורנוגרפיים לכלל הגולשים. באחת ההערות המעניינות ביותר בספרו מתאר כהן את מאמצייה

של ההתנחלות בית"ר עילית להפוך לעיר הראשונה המנותקת כליל מן האינטרנט (למעט השימוש בו לצורכי עבודה, דבר המצריך פילטר ייעודי).

בפרק התשיעי סוקר כהן את ענף ה"פרסום הכשר". הוא פותח בהכללה רחבה למדי בכותבו כי "בדומה לדתות מונותאיסטיות אחרות, גם הדת היהודית רואה בעין יפה את האופן שבו הפרסום מספק לצרכן מידע" (עמ' 156). לאחר מכן מציג כהן את ממצאיו של ניתוח תוכן שערך בפרסומות דתיות במהלכם של שישה חגים יהודיים. הוא כותב על אודות חוקי שיווק חרדיים ספציפיים ומביע צער על כך שענף הפרסום חוטא לזרם הדתי-הלאומי בכך שהוא אינו מכיר בו כפולחן שוק מובחן בעל צרכים ספציפיים (דוגמת לבוש צנוע, מגורים נפרדים וכדומה). בפרק העשירי, "שיווק הרבי", מתאר כהן את המאמצים הרבים והמגוונים שמשקיעים אותם מנהיגים דתיים, אגב התמקדות בשימוש שהם עצמם עושים במדיה השונים (רדיו, שלטי חוצות, פשקווילים, עלוני בתי הכנסת וכדומה) כדי להגיע לתלמידיהם ולקהל מאמינים רחב. כאן בולטת בהיעדרה התייחסות ל"שווקים רוחניים" נוספים לאלה שבהקשר החרדי (Clark, 2007; Einstein, 2008). בפרקים האחד-עשר והשנים-עשר חוזר כהן לעסוק בעיתונות אגב התייחסות לעיתוני הקהילה היהודית בתפוצות, כמו גם לאופן שבו הכתבים בנכר מבנים את רעיון ארץ הקודש בעבור קוראיהם בגולה. בפרק האחד-עשר משווה כהן בין שני עיתונים, ה-Jewish Chronicle הבריטי וה-Forward האמריקני (אשר למעשה אינו עיתון חדש כפי שסבור כהן, אלא ממשיך דרכו של היומן היהודי Forward שנוסד בשנת 1841), ומציע הן את הסיבות לתפוצתם הנמוכה הן את הסיבות הכלליות לחוסר הצלחתם בשוק התקשורת הרווי של ימינו. בפרק השנים-עשר לוקח כהן את הקורא אל מעבר לקונטקסט הישראלי/יהודי, אגב דיון בסיבות למרכזיותה של מדינת ישראל בתקשורת העולמית ואגב בחינת הפרקטיקות העיתונאיות והאופן שבו העיתונאים מבנים את כתבותיהם בנושא.

בחלק הרביעי (הפרק השלושה-עשר) מסיים כהן את ספרו תוך כדי הדגשת החשיבות של ביסוס גישה יהודית מאוחדת למדיה, ושב לנימה התאולוגית שבה פתח את דבריו: "בעשותו כך, מוסריותו של הפרט תנסוק ותגיע לרמה מוסרית גבוהה יותר בשירות האל, בכך שהיא [הגישה] תבהיר כי האדם נברא בצלמו, כשתכליתו בעולם הזה לתקשר את תורתו מירושלים הקדושה" (עמ' 233).

הספר *God, Jews and the media: Religion and Israel's media* רווי מידע חשוב, והוא מרים תרומה משמעותית לתחום המצוי בחיתוליו: יהדות, מדיה ותרבות. על אף מסגורו התאולוגי של הנושא – מה שעלול למקם את התת-תחום המחקרי הפוטנציאלי הזה כשולי – הספר מציע נושאים מגוונים למחקר עתידי, ויש לקוות כי הוא סנונית ראשונה למחקר עשיר העתיד להתפתח בתחום.

רשימת המקורות

- סיון, ע' וקפלן, ק' (עורכים) (2003), חרדים ישראלים: השתלבות בלא טמיעה, תל אביב: הקיבוץ המאוחד.
- קפלן, ק' (2007), בסוד השיח החרדי, ירושלים: מרכז זלמן שזר לתולדות ישראל.
- Asad, T. (1993). *Genealogies of religion: Discipline and reasons of power in Christianity and Islam*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Batnitzky, L. (2012). *How Judaism became a religion: An introduction to modern Jewish thought*. Princeton: Princeton University Press.
- Campbell, H. (2011). Religion and the Internet in the Israeli Orthodox context. *Israel Affairs*, 17(3), 364-383.
- Campbell, H. A. & Golan, O. (2011). Creating digital enclaves: Negotiation of the Internet among bounded religious communities. *Media, Culture and Society*, 33, 709-722.
- Clark, L. S. (2002). Overview: The "Protestantization" of research into media, religion, and culture. In S. H. Hoover & L. S. Clark (Eds.), *Practicing religion in the age of the media: Explorations in media, religion and culture*. New York: Columbia University Press, pp. 1-32.
- Clark, L. S. (Ed.) (2007). *Religion, media and the marketplace*. New Jersey: Rutgers University Press.
- de Vries, H. & Weber, S. (Eds.) (2001). *Religion and media*. Stanford: Stanford University Press.
- Einstein, M. (2008). *Brands of faith: Marketing religion in a commercial age*. New York: Routledge.
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights*, 6(1), 9-26.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media age*. New York: Routledge.
- Livio, O. & Tenenboim-Weinblatt, K. (2007). Discursive legitimation of a controversial technology: Ultra-Orthodox Jewish women in Israel and the Internet. *The Communication Review*, 10(1), 29-56.
- Meyer, B. & Moore, A. (Eds.) (2006). *Religion, media and the public sphere*. Bloomington: Indiana University Press.

- Morgan, D. (Ed.) (2008). *Keywords in religion, media and culture*. New York: Routledge.
- Satlow, M. L. (2006). Defining Judaism: Accounting for "religions" in the study of religion. *Journal of the American Academy of Religion*, 74(4), 837-860.
- Shandler, J. (2009). *Jews, God, and videotape: Religion and media in America*. New York: New York University Press.
- Smith, J. Z. (1998). Religion, religions, religious. In M. C. Taylor (Ed.), *Critical terms for religious studies*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 269-284.
- Stolow, J. (2005). Religion and/as media. *Theory, Culture and Society*, 22(4), 119-145.
- Stolow, J. (2010). *Orthodox by design: Judaism, print politics, and the ArtScroll revolution*. Berkeley: University of California Press.

