

The Handbook of Religion and Communication.

Yoel Cohen and Paul A. Soukup (Eds.), Wiley-Blackwell, 2023. 569 pages.

אמיר חצרוני*

אוסף המאמרים רחב היריעה בעריכת יואל כהן מאוניברסיטת אריאל (גילוי נאות - הוא עמד בראש הוועדה שהעניקה לי פרופסורה) ופול סוקאפ מאוניברסיטת סנטה קלרה, מנסה לארגן ולסכם את הקורפוס המחקרי בנושא דת ותקשורת. זהו תחום שצמח באופן ספורדי מאז שנות ה־70, ובשנים האחרונות מתרחב אקספוננציאלית, אך עדיין סובל מהיעדרה של תאוריית אב שתווסת את העשייה המדעית. בעיה זו אינה ייחודית לקשר בין דת לתקשורת. היא מאפיינת כמעט את כל ענפי המחקר בתקשורת שצמחו לא מתוך צורך לענות על שאלה מחקרית מופשטת או מקושי ליישב סתירות אמפיריות, אלא מתוך עניין שעלה מהשטח. כך, לדוגמה, המחקר על ילדים ומדיה התפתח מתוך הצורך של אנשי חינוך לפתור בעיות בבתי ספר ומסגרות חינוכיות. למרות זאת, העורכים עושים כמיטב יכולתם להציג את התחום כמארג ולא כאוסף של חיבורים מקריים.

הספר מחולק לשמונה שערים: גישות מדעיות (שער I), גישות דתיות (שער II), תוכן דתי קולקטיבי (שער III), תוכן דתי אינדיווידואליסטי (שער IV), ניתוח מוסדי (שער V), ניתוח תפקודי (שער VI), ניתוח תרבותי (שער VII) ומדיה חדשים (שער VIII). בניכוי השער השמיני, חלוקה זו מייצרת שתי חטיבות - תאוריה (חלקים 1-2) ומחקר (חלקים 3-8).

השער הראשון נפתח בפרק מאת לין שונפלד קלארק והידי אפוליטו, שמנסות לסכם את הגישות התאורטיות במחקרי דת ותקשורת. הפרק פותח במשורר הרומאי טיטוס לוקרטיוס, שעסק באופן שבו בני אדם מספרים על תחושותיהם בנוגע לבריאה כבר מאה שנה לפני הספירה, בשירו *De Rerum Natura* ("טבע הדברים"). בהמשך הוא מתייחס לכתביו של הפילוסוף הצרפתי ז'אק אלול משנות ה־60, שטען כי תקשורת ההמונים מאיימת על הדת המאורגנת, ולהגיגיו של פילוסוף צרפתי נוסף, פייר רבין, שבשנות ה־70 ניסה למצוא מקום לנצרות הקתולית בדיכוטומיה המקלהונית

* פרופ' אמיר חצרוני (amirhetsroni@gmail.com).

מדיום חס/מדיום קר. הכתבות מזכירות גם מחקרים משנות ה־80 וה־90 על טלה־אוונגליזם בארצות הברית, ולבסוף מחקרים מהמילניום הנוכחי הבוחנים את ההשפעה האינטראקטיבית של דת ומדיה על זהות לאומית.

הפרק השני, מאת פול סוקאפ, מביא את נקודת המבט הדתית - מהאינקלוסיביות של הכנסייה הקתולית, שבניסיון לאמץ את הטלוויזיה לצריכה מינתה לה קדושה פטרונית (קלרה מאסיזי), ועד לטאליבן שדחו את המדיה כ"נשק מערבי".

הפרק השלישי, מאת סטיבן גארנר, מסכם מחקרים אמפיריים על דת ותקשורת. הניתוח ההיסטורי מבליט את הגירעון התאורטי ואת ההתמקדות בשאלות מעשיות. את המחקרים האמפיריים הראשונים ערכו חוקרים שהיו בעצמם אנשי דת, או לכל הפחות מעורבים בעשייה דתית. למשל, סטיוארט הובר מאוניברסיטת קולורדו, אחד האבות המייסדים של מחקרי דת ומדיה, הוא בנו של כומר ברתראני, ושימש יועץ לענייני מדיה במשך שנים בכנסייה הברתראנית. מאוחר יותר הוא הצטרף לצוות החוקרים של גרבנר וגרוס במסגרת Cultural Indicators Project, שבו ניהל מחקרים בנושא השפעת הצפייה בטלוויזיה על קהילות דתיות. מחקריו של הובר, שאומנם לא תרם מאמר לספר אך מצוטט בפרקים רבים, מדגימים היטב את הקו הדומיננטי של מחקרי ההשפעה בתחום - מחקרי מקרו ולא מיקרו. בעשורים האחרונים נוטה הכף למחקרי תרבות לא כמותניים, אך הגירעון התאורטי עדיין לא כוסה.

הפרק הרביעי, על אתיקה דתית ומדיה, מאת רוברט פורטנר, משווה בין חוויות דתיות לצריכת מדיה בפן האינדיווידואלי (תפילת יחיד לעומת גלישה באינטרנט) ובפן הקבוצתי (מיסת חג מולד לעומת הליכה לקולנוע). הוא מציג מחקרים שמסקנתם היא שיש דמיון רב בין החוויות, גם אם בצריכת מדיה חסר ממד אמוני מובהק.

השער השני של הספר פחות יומרני מבחינה תאורטית, ואולי מסיבה זו הוא מצליח לספק תמונה ברזולוציה גבוהה יותר. כל אחד מפרקיו מסכם את היחס של דת מסוימת (או דתות קרובות) למדיה: מרי קתרין קנדי עוסקת בנצרות; יואל כהן והדי הניאט עוסקים ביהדות ובאסלאם; אנתוני לה־דוק וקבאל קומאר פותחים צוהר לאופן שבו דתות אסיאתיות לא תאיסטיות, כגון הינדואיזם ובודהיזם, מתייחסות למדיה; ואילו יוסף מויאנגאטה ומרק פקאל מתארים את היחס למדיה בדתות אפריקניות פוליתאיסטיות. בכל הפרקים הללו מצטיירים חששות מהשפעת התקשורת על ציבור המאמינים, בעיקר בכל הנוגע לחילון ופירוק קהילות דתיות, לצד תקווה - בעיקר באסלאם, אבל גם בכמה זרמים בנצרות וביהדות - כי המדיה יכולה לתרום לגיוס מאמינים וחיזוק האמונה. לבסוף, הפרק שחיבר טימו טיירה עוסק בקבוצה לא קטנה אך שקופה, שזוכה

לייצוג הדל ביותר במדיה - אתאיסטים. המחבר מציג מחקרים שמראים מחד גיסא כי קיים תתייצוג ומאידך גיסא מצביעים על כך שהייצוג נוטה להיות חיובי ולקשר בין אתאיזם להישגים מדעיים. פרק זה עוסק גם בקשר בין חשיפה למדיה, בעיקר לרשתות חברתיות, ובין יציאה בשאלה בדתות מונותאיסטיות.

השער השלישי, Religions as Actors, נפתח במאמר מאת ג'ים מקדונל על הטלוויזיה הדתית. בניגוד לאמונה הרווחת, ראשיתה לא בערוצי הכבלים הטלה־אוונגליסטים בשנות ה־80, אלא כבר בשנות ה־50. אמנם קולו של האוונגליזם הוא הדומיננטי בתחנות טלוויזיה דתיות, אך גם הקתוליות, האסלאם ודתות אסיאתיות זוכות לייצוג. אומנם, בשנים האחרונות דועכות תחנות הטלוויזיה הדתיות, במקביל לדעיכה הכוללת בשידור הקונבנציונלי ועלייתן של פלטפורמות שידור לא סינכרוניות, אך בקרב הקהלה המבוגר יותר, שגם נוטה להיות יותר שמרני ודתי, עדיין נשמרת נאמנות לתחנות אלו, שלאורך השנים היוו כר פורה לגיוס יציב של כספים ומאמינים.

פרק 11 מפנה את הזרקור לטלה־אוונגליסטים עצמם - הטאלנטים. הנודעים ביותר משתייכים לזרם האוונגליסטי, למשל פט רוברטסון, אך ישנם גם כמה וכמה מטפים טלוויזיונים מצליחים מוסלמים, כמו ארפין אינאן, או הינדואיסטים, כמו Baba Ramdev, Sri Ravi Shankar, Swami Sukubutananda, Guru Aasaram Bapu. האחרונים, בניגוד לאימאמים ולכמרים אוונגליסטים, משלבים בתוכניתיהם אלמנטים בידוריים שמזכירים תוכניות אירוח, ולמעשה מציעים לציבור מיני־בוליווד דתי. תרומתה של היהדות בתחום זה - בעיקר האורתודוקסית - צנועה יחסית, בגלל הטינה שלה לתקשורת המודרנית, אך בשנים האחרונות גם כאן נפרצים הקווים, במיוחד בערוץ 14. הפרק מסכם את תופעת הטלה־אוונגליסטים כהטפה שמיועדת בעיקר למאמינים, המחזקת אותם יותר מאשר משכנעת אחרים.

בפרק 12, קרלו נרדלה מנתח את הקשרים בין דת לפרסום ויחסי ציבור. הוא מתמקד באופני השיווק של דת ומראה כיצד משרדי פרסום מנסים להצניע את ההיבט הפיננסי כדי לא לעורר אנטגוניזם. עם זאת, חבל שאינו מרחיב לגבי השימוש בסמלים דתיים בפרסום שאיננו דתי. פרק 13 מאת גרגורי פרו, מוניקה קרפורד ומילדרד פרו מציג ניתוח מקרה: כיצד התמודד הממסד הדתי עם פרסום שלילי בעקבות חשיפת מקרי אונס של קטינים בידי כמרים בקנדה. האסטרטגיה המרכזית הייתה הודאה בטעות וגיוס ידוענים כדי לשכנע את המאמינים כי הוסקו מסקנות והופקו לקחים. בפרק 14, מאת אמנדה סטורגיל, מתואר השימוש של ממסדים דתיים באינטרנט. המסקנה העיקרית העולה מהפרק היא כי מעבר לרתיעה הראשונית מהפלטפורמה הווירטואלית, שעליה התגברו הממסדים הדתיים רק באמצע העשור הראשון של המילניום - הרבה אחרי תעשיות

תרבות אחרות - הם נרתעים מרשתות חברתיות דוגמת פייסבוק או טוויטר, ומעדיפים אתרי אינטרנט סגורים שבהם יש להם שליטה מלאה. דפים הקשורים לדת ברשתות חברתיות מנוהלים במקרים רבים בידי מאמינים ולא בידי הממסד הדתי עצמו, בגלל רתיעתו מיכולתם של גולשים להגיב ומריבוי התגובות.

השער הרביעי - תקשורת אישית ודת - מנסה להסיט את הדגש מהמקרו למיקרו ולבחון את הקשר בין דת למדיה ברמת הפרט. הפרקים בחלק הזה פחות מרשימים בהיקפם מהפרקים בחלקים אחרים, אם כי, מטבע הדברים, בספר שמסכם מחקרים קיימים, הלקונה של הסקירה נובעת בראש ובראשונה מלקונה בקורפוס המחקרי. פרק 15, מאת דניאלה זוספאן-ג'רום, מתאר את היחס של כמרים למדיה, ומראה כיצד במהלך השנים גדלה הפתיחות, במיוחד לתקשורת דיגיטלית שאיננה בפורומים פתוחים. פרק 16, "צדיקים במדיה", מאת פיטר בובקובסקי ודמיאן גוזק, עוסק בעיקר בביטויים של מגמות חילון בכלי התקשורת. הטענה העיקרית של המחברים היא שחילון אינו מקשה תקשורתית אחת, וכי לצד תוכן שמתאר אובדן אמונה ישנם גם ביטויים לאימוץ תפיסת עולם דתית אך אנטי-אורתודוקסית או המרת דת. פרק 17, מאת מרי הס, עוסק באופן שבו מדיה משמשת לחינוך דתי - משימושים שגרתיים, כגון העלאת טקסטים קנוניים לרשת לצורכי לימוד ושינון, ועד לקורסים אונליין להכשרת כמרים. מתברר כי האינטרנט משמש לחינוך דתי כמעט במידה שהוא משמש ללימודים בתחומי ההנדסה והשיווק. דווקא במסגרת הסגורה בדרך כלל של פורומים לימודיים יש יתרון עבור אנשי דת, שלא מעוניינים כי התלמידים ייחשפו לדברי כפירה.

השער החמישי עוסק במוסדות מדיה. פרק 18, מאת החוקר הנורווגי קנוט לונדבי, עוסק באופן שבו שידור של טקסים דתיים משפיע על הטקסים, ומגיע למסקנה כי התיווך של תקשורת ההמונים נוטה להפוך את הטקסים ליותר דרמטיים, בגבולות הדוגמה כמובן. למשל, בתפילות קתוליות בתקופה שלפני חג המולד (Advent), השידורים נותנים יותר ביטוי לטקסים כמו הדלקת נרות ומצעדים מאשר לתפילות חרישיות.

פרק 19, שחיבר יואל כהן, העורך הישראלי של הספר, עוסק בדת בחדשות. כהן שם דגש על הייצוג התוכני, ומגיע למסקנה שהדת תופסת רק מקום שולי בחדשות כאשר איננה קשורה לאירוע גדול כמו מלחמה או משבר קואליציוני, אלא לאירוע שגרת כמובן.

פרק 20, על דת בבידור, מאת אלן נובאס, עוסק בניסיונות להפוך דת לחומר פופי קליל - משעשעוני טלוויזיה ועד לתשבצים נושאי פרסים. הוא מצביע על הניגוד בין המטריאליזם של הבידור והא-מטריאליזם של דתות מונותאיסטיות, ומסביר כיצד

ההיבטים המטריאליסטיים מקבלים הכשר כאשר הם מיועדים לסייע בהפצת תוכן דתי.

פרק 21, מאת ג'ואל מיינארד, דן בדת בקולנוע. הוא מתאר את הדרך הארוכה שעשה הקולנוע המסחרי מהאפוסים התנ"כיים של ססיל ב. דה'מיל ועד לסרטי מדע בדיוני נוסח **מטריקס**, שמציגים למעשה דת חליפית בלי לקרוא לה בשם. זאת, תוך כדי הקבלה להיסטוריה של הקולנוע - מתור הזהב ההוליוודי שאופיין בסרטים שמרניים לכל המשפחה, דרך עידן הקולנוע העצמאי וסרטי הכפירה של שנות ה-70 (כגון **אדם בעקבות גורלו** [Easy Rider]), ועד לקולנוע הקפי של ימינו, המתמקד בפנטזיה פשטנית קוואזי-דתית ופונה בעיקר לנוער. מסקנה דומה עולה גם מפרק 22 מאת ג'ון פֶּרָה, על דת וסרטים תיעודיים, אם כי בסוגה הזו מרבית היצירות משתייכות לתחום הכפירה. מטבע הדברים, מדובר בדרך כלל בסרטים דלי תקציב שאינם שוברי קופות.

השער השישי - גישות פונקציונליסטיות - מסכם בעיקר מחקרים אמפיריים. מאמרה של מינה גרמן (פרק 23) מסכם את השפעות המדיה על קהילות דתיות וזהות דתית, תוך התבססות בעיקר על תאוריית השימושים והסיפוקים ועל נתוני מקרו כגון מספרי מתפללים. פרק 24, מאת יוהנס קראט, נוקט גישה מתודולוגית מנוגדת, כלומר איכותנית, ומתמקד בניסיונות לפרש את הדת כמערכת סמיוטית תוך יישום מודלים בארתיאניים. פרק 25, מאת חנה פטריק, מתאר מחקרים שניתחו טקסים דתיים - לרוב הכתרות - כאירועי מדיה, אם להשתמש בטרמינולוגיה של כץ ודיין. הוא כולל גם דיון בשינויים שעברו הטקסים כדי שיתאימו לסביבת המדיה המודרנית, ובודק באיזו מידה שינויים אלו חרגו מקונבנציות דתיות. פרק 26, מאת יוהנה סומילה, עוסק בנושא מסקרן - מוות בתקשורת. חבל שהפרק אינו עוסק בייצוג של נושא זה בתוצרי תרבות בדיוניים ומתמקד רק בחדשות, אך הוא מראה כיצד נעשית דרמטיזציה לצורכי רייטינג של אירוע שהוא אומנם עצוב בדרך כלל, אך לא דרמטי.

השער השביעי עוסק בשאלות תרבותיות. הוא נפתח בפרק מאת צ'ינג וואנג צ'ן, המסכם מחקרים על מגדר ומוצא אתני בהקשר של דת בתקשורת. המחברת איתרה לא פחות מ-142 מחקרים שהתפרסמו בשני העשורים הראשונים של המילניום, אך רובם המכריע (90%) עסקו בנצרות (60%) או באסלאם (30%). מרבית המחקרים הראו כי במהלך השנים הצטמצמו צמצום פערים מגדריים בפרקטיקות דתיות, כפי שהן משתקפות בתקשורת. רק מחקרים מעטים התייחסו לדתות אחרות. דתות לא מערביות לא זכו כמעט לתשומת לב. פרק 28 עוסק במטריאליזם דתי במדיה, קרי בצורת ההצגה של אובייקטים פיזיים הקשורים לפולחן דתי. הוא מנוגד במידת מה לפרק הקודם, שכן

המחברת פליציה כץ־האריס דווקא מצאה ייצוג ניכר לדתות לא מערביות, אם כי כאן מדובר במחקרים לא כמותניים.

פרק 29, מאת ג'ייסון ברטשיוס ורות צרויה, חוזר לסוגיה המגדרית, אך הפעם בהקשר מיני. הכותבים מראים איך במדיה המסורתיים (קולנוע, רשתות טלוויזיה ארציות) לרוב מוצגת מיניות הטרונומרטיבית מבחינה דתית (למשל משפחות הטרוסקסואליות), בעוד במדיה חדשים ניתן יותר מקום למיניות שונה.

פרק 30, מאת אלבה סבטה ומרים דיאז בוש, עוסק בייצוג של מנהיגים דתיים במדיה חדשים וישנים. הוא מראה כיצד התקשורת המסורתית מנסה לשמר את מעמדם הסמכותי של מנהיגי הקהילות, בעוד פלטפורמות וירטואליות נוטות למסמס את הגבולות בין מנהיגים למונהגים.

פרק 31, מאת רוברט ווייט, חוזר לשאלת היחס של זרמים דתיים למדיה ככלי להעברת מידע, חיזוק אמונה והמרת דת, ומראה כיצד במהלך השנים ספקות הומרו בביטחון והשימוש בתקשורת גבר.

שני הפרקים החותמים את הספר - פרק 32 מאת יוסף מיקו ומרים דיאז בוש, ופרק 33 מאת רואית צ'ופרה - מנסים לסכם את הדת בסביבה הווירטואלית. הניתוח של מיקו ובוש נעשה מנקודת המבט של הממסדים הדתיים, וצ'ופרה מביאה את הזווית של צרכני הדת. שני המאמרים מגיעים למסקנה דומה - עם השנים הדת חדרה יותר ויותר לסביבה המקוונת.

לסיכום, הספר כולל סקירה מקיפה ועתירת תובנות של היחסים המורכבים בין דת לתקשורת. הפרקים השונים, שניכר כי נאספו ונערכו בקפידה, מציעים פרספקטיבה רב־ממדית, המפגישה בין חוקרים המשתמשים במתודולוגיות שונות, אשר מפענחים יחד ובנפרד את היחסים המורכבים בין תקשורת לדת - יחסים שבהם הגבולות בין סיבה ומסובב אינם תמיד ברורים.

גיוון המחברים - מבחינה גיאוגרפית, אתנית, מגדרית ומתודולוגית - מסייע להעמקת הניתוח. כך גם מגוון הדתות המיוצגות. קשה לחשוב על דת פופולרית שאינה מופיעה בספר: מהמונותאיזם האברהמי, דרך דתות לא תאיסטיות, ועד לפגניזם ואפילו אתאיזם - כולן נמצאות כאן. אולם, כמו כל ספר שעוסק בסקירה ולא במחקר, החוקרים מוגבלים בסופו של דבר לעבודות שפורסמו עד כה. לדוגמה, מיעוט המחקרים האמפיריים על דת ותקשורת בעולם השלישי מונע מהמחברים לדון בנושא זה בהרחבה. למרות זאת,

ניתוחי מקרה ודוגמאות קונקרטיות מוסיפים חיות לדיונים התאורטיים. הקוראים מקבלים תובנות חשובות הנוגעות למקרים ספציפיים של הצטלבויות בין תקשורת ודת, ויכולים לפתח תפיסה מוחשית יותר של המושגים הנידונים. אולם ראוי לציין כי לאור מורכבות הנושא, חלק מהפרקים עשויים להיות נגישים יותר לקוראים בעלי רקע בלימודי תקשורת או דת, וכי האופי הבינתחומי של הספר עשוי להיות מאתגר לאלו שאינם מכירים את המורכבויות של שני התחומים.

החלוקה לשערים מסייעת להצגה מסודרת של מגוון היבטים בנושא. עם זאת, כאשר מדובר בספר ארוך כל כך (כמעט 600 עמודים!) על נושא כה רחב יריעה, ישנן מטבע הדברים פה ושם חזרות וסטיות. למשל, שני הפרקים בשער האחרון, על דת באינטרנט, עוסקים בסוגיות שנדונו ברובן המכריע בפרקים קודמים. אף על פי כן, ייתכן שלקוראים המתייחסים לספר כאל אנציקלופדיה החזרות אינן מהוות בעיה, כי אין בכוונתם לקרוא אותו במלואו.

לסיום, הספר מרים תרומה חשובה לשיח האקדמי בנושאי דת ותקשורת. הגישה המקיפה, נקודות המבט המגוונות והחקירה המעמיקה הופכים אותו למשאב חיוני עבור חוקרים, סטודנטים וכל מי שמעוניין להבין את יחסי הגומלין הדינמיים בין דת לתקשורת בעולמנו.