

## דפי פייסבוק ציבוריים כאמצעי להבניית סמכותם של מנהיגים רוחניים בחברה היהודית המסורתית

מירב עמרן

[merav60@gmail.com](mailto:merav60@gmail.com)

### תקציר

המחקר עוסק באופני הבנייה של סמכות דתית אונליין. נחקרו דפי פייסבוק ציבוריים של 17 מנהיגים רוחניים באמצעות ניתוחי תוכן וראיונות הן עם מנהיגים והן עם מפעילי הפייסבוק הנקראים 'מנהלי-דפים'. הוצגו שתי אופציות למערכת-יחסים בין בעל הסמכות הדתית לבין האינטרנט: האחת נתפסת כמחלישה את הסמכות הדתית, והשנייה רואה באינטרנט גורם התומך בסמכות להמשכיות ול"השלמתיות" בין מסגרות הדת שאינה מקוונת ('אופליין') לבין הדת המקוונת ('אונליין'). הגישה התאורטית היא "עיצוב דתי-חברתי של טכנולוגיה" RSST- religious social shaping of technology, לפיה הקבוצה הדתית רותמת את הטכנולוגיה לשימושיה בהתאם למערכות הערכים שלה. מטרת המחקר היא לבחון אם מתקיימת הבניה של סמכות המנהיג באמצעות האופציה השנייה – המשכיות ו"השלמתיות" וכיצד מאפשרת הטכנולוגיה לקדם את הבניית הסמכות נוכח המגבלות והדילמות שטכנולוגיות-תקשורת חדשות מציבות בפני החברה היהודית המסורתית. הממצאים מלמדים כי דפי הפייסבוק מתומרנים ונשלטים בידי מנהלי-דפים. נראה כי נעשה במדיום שימוש תועלתני לביסוס הלגיטימיות והסמכות של המנהיג והדוקטרינה שהוא מייצג. למרות שחלק מן העוקבים מצונזרים והאינטראקציה עמם חסרה – יש עדיין קהל נרחב שמביע תמיכה בדף ומוכן לקבל את "כללי המשחק" המוכתבים. ראייה לכך היא מספר העוקבים ההולך ורב. המחקר מצביע על קיומה של אבולוציה של אמצעי-תקשורת במסגרת הדת העממית, שמתאימה עצמה לתנאים המשתנים: בעבר פעלו כוחות ה-grassroots באמצעים לוקליים במרחב הקהילתי, ואילו כיום הם פועלים באמצעות הטכנולוגיה הגלובלית, פונים לקהלים בזירה המקומית והבין-לאומית ומשתמשים ביסודות תרבותיים עדכניים המזוהים עם "העידן החדש" למימוש האופציה של המשכיות ו"השלמתיות".

**מילות-מפתח:** טכנולוגיות תקשורת, אינטרנט, דת עממית, צנזורה, סמכות דתית.

## Public Facebook pages as means of constructing the authority of spiritual leaders in Jewish traditional society

Merav Amran

[merav60@gmail.com](mailto:merav60@gmail.com)

### Abstract

The study examines the ways that online religious authority is constructed. Public Facebook pages of 17 spiritual leaders were assessed through content analysis and interviews were conducted with the leaders and Facebook operators, referred to as page managers. Two types of relationships between spiritual authority and the internet are presented: One, which is perceived as diminishing religious authority, and another, which considers the internet as progressing authority for continuity and completeness between offline and online religious frameworks. The theoretical framework used was Religious Social Shaping of Technology (RSST), which posits that a religious group shapes how technology is used in accordance to its value system. The goal of the study was to examine whether the construction of the leader's authority exists through another possibility, i.e., continuity and completeness, and how this shaping of technology facilitates progression of authority construction, despite constraints and dilemmas that new communication technologies generate for the traditional Jewish sector. The data reveal that Facebook pages are manipulated and controlled by page managers. There appears to be a utilitarian use of the medium to enhance the legitimacy and authority of the leader and the doctrine that s/he represents. While some of the followers are uncensored and the interaction with them is unknown, still a wide audience is supportive and willing to accept the dictated "rules of the game." One interpretation for this is an increase in the number of actual followers. The study demonstrates that means of communication have evolved in the religious population, which adapts itself to different conditions: in the past grassroots forces operated using local methods in this social space, whereas today they operate through global technology, turn to audiences in the local and international sector and use contemporary fundamental cultural tools which are identified with the new era to realize the possibilities of continuity and completeness.

**Key words:** Communication technologies, Internet, popular religion, censorship, religious authority.

## מבוא

דפי פייסבוק ציבוריים של מנהיגים רוחניים בחברה היהודית המסורתית, עלו לראשונה ב-2009, אם כי רובם פועלים רק ארבע שנים ואף פחות מכך.<sup>1</sup> המנהיגים לא הזדרזו לעשות שימוש בערוץ זה, ורבים מהם אינם מוכנים עדיין לעשות בו שימוש בשל שלושה חששות מרכזיים: הפיתויים המצויים באינטרנט ונתפסים כפוגעים במוסר וכנוגדים את ערכי הדת, כפריצת גבולות קבוצתיים אל עבר החברה החילונית הרחבה וכערעור ההבחנה בין קודש לחול (83: Campbell & Bellar, 2016). גם מנהיגים המזוהים עם הזרמים המזרחיים, הנחשבים לליברלים יותר בגישתם לאמצעי התקשורת,<sup>2</sup> רואים באינטרנט כלי העלול להשחית מבחינה מוסרית (Cohen, 2016: 189).<sup>3</sup> ככל שטכנולוגיות התקשורת מתפתחות, כך החברה היהודית המסורתית מאתגרת יותר בניסיונותיה למצוא כלים שיסייעו לה להפעיל שליטה יעילה יותר בתכנים המצויים באמצעים אלה ובדפוסי השימוש בהם (רוזנברג וראשי, 2014).

נטענת הטענה שהימנעות של רבנים מפעילות באינטרנט עלולה לפגוע במעמד הסמכותי של הדת המסורתית, מאחר שכך היא אינה ערוכה לתחרות עם מקורות ספיריטואליים עכשוויים הפועלים ברשת, שאליהם מוסבת כיום תשומת הלב של ציבורים נרחבים (Cohen, 2016: 202). ואכן, בספרות נידונות בהרחבה ההשלכות שיש לאינטרנט על מקורות הסמכות המסורתיים של הקבוצה הדתית: באיזו מידה ובאיזה אופן משתנה הסמכות הדתית כתוצאה מן הפעילות במרחב המקוון, ואילו אמצעים נוקטת ההנהגה כדי לשמור את הלגיטימיות שלה ועל מעמדה הסמכותי במתכונת המסורתית (Teusner, ; Cheon, 2013; Campbell, 2010). המחקר הנוכחי יבחן את השאלות הללו בהקשר של החברה היהודית המסורתית באמצעות הרשת החברתית פייסבוק.

## סקירת ספרות – אינטרנט וסמכות דתית

מערכת היחסים בין סמכות דתית לבין האינטרנט, מתמקדת בשתי אופציות מרכזיות: הפרדה והחלפה מחד גיסא, לעומת המשכיות ו"השלמתיות" מאידך גיסא.<sup>4</sup> הראשונה נתפסת כמחלישה את הסמכות הדתית ואף מסכנת את קיומה, והשנייה רואה באינטרנט גורם התומך

\*ברצוני להודות לד"ר רבקה נריה בן-שחר וד"ר סיגל ברק ברנדס על הערותיהן החשובות.

<sup>1</sup> **החברה המסורתית** כוללת מגוון קבוצות דתיות ורבנים המזוהים עם החברה היהודית האורתודוקסית (לא כולל הציונות הדתית). המנהיגים והפעילים בקבוצות אלו רואים באורח החיים החרדי אידאל שאותו ראוי לממש. עם זאת, במרכיבי הזהות ובדפוסי הפעולה שלהם מצויים יסודות הטרודוקסיים המאתגרים את המסגרות הרבניות הממוסדות (ראו בהרחבה בעמ' 10).

<sup>2</sup> הרב עובדיה יוסף נהג למסור את דרשותיו השבועיות בשידור ישיר באמצעות לווין (קפלן, 2006). מנהיגים אשכנזים נמנעים מכך עד היום.

<sup>3</sup> כהן (Cohen, 2016, P. 195) מצא שרבנים מזרחים חוששים יותר מן האשכנזים מסכנות האינטרנט. יוצאת דופן בגישתה לאינטרנט היא חב"ד, הרואה בטכנולוגיות התקשורת אמצעים שנבראו להחשת הגאולה (דהן, 2006, עמ' 158-162).

<sup>4</sup> **השלמתיות** – ביסוד השקפה זו עומדת הטענה כי דברים הנראים לנו כסותרים – סותרים רק למראית-עין, בעוד שברובד העמוק יותר של המציאות הם דווקא משלימים זה את זה. <http://www.a-c-elitzur.co.il/site/siteArticlePrint.asp?ar=20>

בסמכות המסורתית ואף משלים הבניה מחודשת של הלגיטימיות שלה בעידן הנוכחי (Cheong, 2013).

#### אופציה ראשונה – הפרדה והחלפה

מאמר החלוץ המצביע על אפשרות להיחלשות הדת כתוצאה מן המעבר למרחב המקוון, הוא פרי-עטם של אוילירי ובראשר (O'Leary & Brasher, 1996: 252). השניים זיהו מודל של תקשורת דתית ברשת, וכינוהו "הכיכר הציבורית האלקטרונית". לטענתם, יש לכיכר זו פוטנציאל לטשטש היררכיות ישנות של סמכות וסטטוס. למשל, אנשים חסרי הכשרה תאולוגית או סטטוס בהיררכיה של הכנסייה, יכולים להשתתף בשיח עם אנשי כמורה או עם פרופסורים מן האקדמיה.

ברוח דומה, אוילירי (O'Leary, 1996) מציין שכיום נוצרות קבוצות דתיות וירטואליות המתפקדות ללא מנהיג מרכזי או קשר ישיר עם מוסדות הדת. כמו כן, כתבי הקודש ומחקרים בנושאי-דת נחשפים אונליין ומנועי חיפוש משמשים כספרייה של טקסטים דתיים. כתוצאה מכך צומחים פרשנים ומדריכים ממקורות סמכות מגוונים, בעוד שבעבר היה המידע נתון לשליטה, או שהיה מובן רק לאליטות הדתיות שהוכשרו לכך.

בנוסף, קיימת סכנה לפרסום מידע אופוזיציוני הפוגע במהימנות מוסדות ומנהיגי הדת המסורתיים ונוצרות הזדמנויות לשיח ביקורתי ולעימותים באמצעות מידע שהמאמינים השיגו אונליין (Fukamizu, 2007). עניין נוסף הוא הקושי של מנהיגים מסורתיים להתמודד עם גורמים המעוותים את הדת ומפזרים שמועות במכוון – מה שנקרא "טרור של מידע" (Introigne, 2005: 112-113), ובמקרים רבים, אין למוסדות הדת הוותיקים די אנרגיה להילחם בתופעות של מידע כוזב או מטעה (Cowan, 2004: 266-268).

כמו כן מסתמנת תופעה של מנהלי אתרים ופורומים הבקיאיים בטכנולוגיה ומוצאים עצמם בעמדה של מנהיגים, למרות שאין להם הכשרה דתית כלשהי. בכך הם מאיימים על המנהיגים שהוכשרו לתפקיד. הם זוכים לכינויים כמו "מומחי-דת", "סמכויות מושלות" ו"יועצים רוחניים" (Campbell, 2005 ; Herring, 2011).

#### אופציה שנייה – המשכיות ו"השלמתיות" complementarity

אלו הן התפתחויות משולבות, סוציו-טכנולוגיות, היוצרות סמכויות מורחבת שמעצבת מחדש פעילות דתית מסורתית אופליין ומתחזקת אותה על-ידי פעילות אונליין, ולהפך: פעילות אונליין שמחזקת את תפיסת הסמכות של מוסדות הדת הוותיקים (Cheong, 2013).

קופדג' (Coppedge, 2009) מציין כי מוסדות-דת רבים מצדדים ברשתות החברתיות כמו טוויטר ופייסבוק, בזכות נגישותן ההולכת וגדלה לציבור, ויכולת הקהילה הדתית, כמו גם של הציבור הרחב, לתקשר עמן בדרכים חדשות. בדומה מצאו קולבר וצ'אונג (Kulver & Cheong, 2007) שבמקום שמנהיגים דתיים בסינגפור ימתחו ביקורת על הטכנולוגיות החדשות ויביעו מפניהן חשש, הם ראו באינטרנט התפתחות חיובית עבור קהילותיהם, ואימצו כלי זה כאסטרטגיה לצמיחה.

גם פישר נילסן (Fischer-Nielsen, 2012) במחקרו על דפוסי שימוש של כמרים דניים באינטרנט, מצא ששני שלישי מהם משתמשים באינטרנט להרחבת הקשר עם בני הקהילה, ואף נעזרים בו לקידום פרקטיקות דתיות אופליין. הוא מסכם כי באופן זה האינטרנט משמש חידוש מרענן למוסדות הדת ומקור להמשך הלגיטימיות שלהם.

קיצורו של דבר: המנהיגים הרוחניים נאלצים לפעול במסגרת התפתחויות סוציו-טכנולוגיות העשויות לאתגר את הדת במתכונתה המסורתית. עליהם להכיל את המרחב המקוון בפרקטיקות שלהם ובתפיסת-עולמם באופן שימשיך וישלים את המסגרות המסורתיות, כדי לבסס את הלגיטימציה ואת הסמכות שלהם ושל הדוקטרינה שהם מייצגים.

### סמכות דתית מהי?

לינקולן מגדיר סמכות כ"אסימטריה בין מנהיג לקהל באופן שהמנהיג שולט בתשומת הלב של הציבור, רוכש את אמונו, וגורם לו להאמין שהוא אכן כפי שהוא מעוניין להציג את עצמו" [אצל ציאנג (Cheong, 2013: 73-74)]. ציאבס (Chavez, 1994: 756) ספציפי יותר לגבי מהות הסמכות הדתית. לדבריו סמכות זו שונה מסמכות אחרת בכך שהיא קושרת עצמה לכוח על-טבעי, כולל שימוש בשפה שהוא מכנה "god-talk". הוא מוסיף כי על המנהיג הדתי לספק "סחורה דתית", כמו "ישועות", אם כי נדרש לכך מבנה חברתי מתאים. למשל, מבנה חברתי חילוני פוגע בלגיטימציה של המנהיג לספק "סחורה" כזו (שם).

דברים אלה נקשרים להצעה שמעלה קמפבל (Campbell, 2010: 253-254) לפיה מחקרי-דת אונליין מאפשרים לחקור סמכות דתית כעניין רב-ממדי. לא רק מעמדו ההיררכי של המנהיג ניצב במוקד החקירה, אלא גם ה"מבנים" (ארגונים וקהילות) שעמם הוא קשור; האידאולוגיות המזוהות עם הקבוצה והטקסטים הקנוניים. קמפבל מוסיפה שחלוקת הסמכות לקטגוריות אינה רעיון חדש, שכן מקס ובר זיהה כבר שלושה מקורות של "סמכות טהורה": חוקי, מסורתי וכריזמטי.

### בסיס תאורטי: עיצוב דתי-חברתי של טכנולוגיה

עיצוב דתי-חברתי של טכנולוגיה (RSST-religious social shaping of technology)

קמפבל מתבסס על העיקרון שהטכנולוגיות אינן דטרמיניסטיות; דהיינו, הן אינן כופות את עצמן על הקהילה, אולם קבוצות דתיות יכולות לעצבן מחדש בהתאם לצורכיהן באמצעות תהליך של קבלת החלטות – מה שקמפבל מכנה (Campbell, 2005) negotiating new media. תוצאות התהליך עשויות להיות אחת מאלו: קבלת הטכנולוגיה; דחייתה; עיצובה מחדש באמצעות חידושים ופתרונות בהתאם למערכות הערכים ולמוסר הקבוצה. ארבעה היבטים לתהליך שכזה: א. ההיסטוריה של יחסי הגומלין בין הקבוצה הדתית לבין טכנולוגיות התקשורת לאורך שנים; ב. מערכות הערכים המרכזיות של הקבוצה; ג. תהליך קבלת ההחלטות; ד. שינויים בתפיסה ובשיח של הקבוצה אודות הטכנולוגיה (Campbell & Bellar, 2015: 77).

דוגמה לעיצוב מחדש של טכנולוגיה, מובאת במחקר שערכו קמפבל ובלאר (Campbell & Bellar, 2015), לגבי הדרכים להפצת אמונה באתר של עמותת "אש התורה". הן מציינות שהאתר מיועד לחילונים, ומכאן ההצדקה לקיומו מלכתחילה. כמו כן הוא פועל תחת פיקוח של רבנים, ובכלל זה הגבלות וצנזורה. הן מציגות גם שינוי תפיסתי וערכי שחל בעמותה, והוא קידוש האתר - sanctifying the Internet.

ראוי לציין כי מדובר בשינוי תפיסתי שלא היה מוכר עד כה כלפי האינטרנט. ביהדות המסורתית רווחת התפיסה שזוהי לכל היותר טכנולוגיה ניטראלית מבחינה ערכית, ולכן אין לשלול אותה כל עוד מועברים בה תכנים ראויים (צרפתי ובלייס, 2002 : 47).<sup>5</sup> במחקרים נוספים שעניינם התאמה של טכנולוגיות לשימושן של קבוצות דתיות, הקבוצות מבקשות למצוא פתרונות שיאפשרו להן לחיות עם הטכנולוגיה, אך אף פעם לא "לקדש" אותה. למשל, במחקרם של רוזנברג וראשי (2014) על מאבק הרבנים על טלפון סלולרי כשר, הם מציינים שהוא "הופשט מכל שירותי התוכן ועוצב כערוץ תקשורת מוגבל לתקשורת קולית בין-אישית בלבד" (עמ' 73). הם מוסיפים כי ההצלחה מרשימה אך הפתרון חלקי, משום שבזמן שהחלו נציגי הציבור במערכה למען הסלולר הכשר, החזיקו כבר רבים מקרב הציבור החרדי בטלפון נייד, מה שהפך את האתגר לקשה יותר.

דוגמה נוספת מובאת במחקרם של גולן וקמפבל (Golan & Campbell, 2015) על פורומים סגורים לחרדים באתר האינטרנט "בחדרי חרדים". השניים מציינים כי מנהלי האתר מודעים לבעייתיות שהטכנולוגיה מעמידה בפני הקהילה (עמ' 475), והפתרון שנקט הוא קביעת כללים לפיקוח עצמי של משתמשי הפורום על צורת השימוש באתר, ובכלל זה הקפדה שלא לפגוע במוסדות הסמכות המסורתיים.

המחקר הנוכחי מתווסף למחקרים העוסקים בהתאמת טכנולוגיות לשימוש האוכלוסייה הדתית על בסיס RSST באמצעות הפלטפורמה של **דפי פייסבוק ציבוריים**. הפייסבוק הוא הרשת החברתית הגדולה בעולם, והיא מתבססת על קשרים וירטואליים בין החברים. ברבעון האחרון של 2016 נמצאו בפייסבוק 1.86 ביליון משתמשים בחודש.<sup>6</sup> בשונה מדפים אישיים שנועדו לגיבוש מעגל חברתי על בסיס קשרים אישיים – נועד הדף הציבורי לגבש בסיס אוהדים לקידומה של דמות ציבורית, לשמור על קשר עם הציבור, לטפח פעילות בעלת חשיפה גבוהה, לייצר מידע, תכנים ואירועים באופן רציף שבכדי למנוע את דעיכתו יש להשקיע בתחזוקתו השוטפת.<sup>7</sup>

**מטרת המחקר** היא לבחון באיזו מידה ובאילו אופנים מתבצעת ההבניה של סמכות המנהיג הרוחני ושל הדוקטרינה שהוא מקדם באמצעות האופציה של המשכיות והשלמתיות ליצירת "סמכותיות מורחבת" בין הדת אופליין לבין זו המתנהלת ומופצת אונליין, ובאילו

<sup>5</sup> כאמור, התפיסה בחב"ד שונה. ראו הערה 3.

<sup>6</sup> <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide>

<sup>7</sup> <http://www.המרכזלעסקיםקטניםובינונייםבישראל.com/%D7%97%D7%93%D7%A9%D7%95%D7%AA/159>

אופנים מתבצע העיצוב של הפייסבוק לביסוס סמכותו של המנהיג לצד ההתחשבות במערכת האילוצים שהטכנולוגיה ככלל והפייסבוק בפרט מציבים בפני החברה היהודית המסורתית.

## שיטת המחקר

השיטה שנקטה במחקר זה כוללת ניתוח תוכן כמותני ואיכותני באמצעות ניתוח תמטי, כלומר: באמצעות קידוד ליצירת קטגוריות מובחנות שהוכללו לתמות מרכזיות (שקדי, 2003). הניתוחים התבצעו בשני שלבים: בשלב הראשון נעשה ניתוח אנכי לכל דף פייסבוק בנפרד על ציר הזמן, ובשלב השני נעשה "ניתוח צירי", כלומר: השוואה בין הדפים שבמדגם בחתך רוחבי, לזיהוי היסודות המשותפים הבולטים (Strauss & Corbin, 1998). בנוסף התקיימו ראיונות-עומק טלפוניים חצי-מוֹבָּנִים עם מפעילי הדפים (הנקראים 'מנהלי-דפים') ומנהיגים.

**המדגם:** המדגם כלל דפי פייסבוק של 17 מנהיגים גברים המזוהים עם החברה היהודית המסורתית, שעברו את סף 5000 העוקבים.<sup>8</sup> מספר הדפים שקהל העוקבים שלהם הוא מתחת ל-5000, הוא רב, וקצרה היריעה. הקריטריון של כמות העוקבים נבחר משני טעמים: א. הוא מעיד על פופולריות, ולפי הספרות קיים קשר בין פופולריות של מנהיג לבין מידת הסמכותיות המיוחסת לו (Teusner, 2013); ב. בדפים בעלי מספר עוקבים רב ניכרת פעילות רבה יותר של העלאת פוסטים ושל תגובות להם, ובכך הם מספקים קורפוס עשיר יותר לטובת המחקר. לעיתים בחנתי דפים ושוחחתי גם עם מנהיגים שלא עמדו בקריטריונים של המדגם, וזאת אם ראיתי בכך תועלת למחקר. זוהי התנהלות המוכרת ממחקרים אתנוגרפיים (שקדי, 2003).

קורפוס הנתונים מתחלק לשניים: החלק הראשון כולל את הפוסטים ואת תגובות העוקבים החל מיום פתיחת הדף של המנהיג ועד דצמבר 2016. מועד פתיחת הדף שונה ממנהיג למנהיג, ואצל הראשונים שפתחו ב-2009 (כמצוין לעיל) מדובר בכמות של כ-2000 פוסטים. החלק השני הוא מידע שעלה מן הראיונות. המחקר התנהל כשנה ושלושה חודשים, מספטמבר 2015 ועד לדצמבר 2016.

הפרשנות למידע שנאסף התבצעה מנקודת המוצא של "תקשורת כתרבות", כלומר: הטקסטים מקבלים את משמעותם מן הקונטקסט שבו הם מפוענחים (ליבס, אצל צרפתי וזאבי 2012: 95). למשל: את הסימנים בדף לצנזור של שיח העוסק בלימוד גמרא לנשים, פירשתי בהקשר של המתח הבין-מגדרי לגבי גבולות האוריינות של נשים בחברה היהודית המסורתית.

### קטגוריה ראשונה: קורפוס הפוסטים

**שיטת הדגימה:** לגבי כל דף, נבדק רק פוסט אחד – והוא הראשון שהועלה באותו יום. בדפים שבהם מועלה פחות מפוסט אחד ביום, נבדקו כל הפוסטים.

איתור המאפיינים התבצע בהסתמך על ארבע תמות, שהן ארבעת הממדים המרכיבים סמכות לפי קמפבל, כפי שפורטו לעיל (Campbell, 2010): **מנהיג, אידאולוגיה, טקסטים ו'מבנים'**. זהו עיקרון ניתוחי המוכר מן המחקר הפוזיטיביסטי, לפיו ניתן להציג את התופעה הנחקרת תוך פירוקה לחלקים שונים ונפרדים זה מזה (שקדי, 2003: 25-26). בכל אחד מן

<sup>8</sup> המחקר אינו כולל מנהיגים מן הציונות הדתית. בדפיהם מאפיינים ייחודים רק להם, והם ראויים למחקר נפרד.

הפוסטים פעלתי לאיתור מאפיינים הקושרים אותו לאחת או יותר מן התמות הללו. בכך נעשה תהליך הפוך מניתוח תמטי: במקום לקדד מאפיינים המופיעים בטקסט ולגבשם לתמות – כפי שנעשה בניתוח תמטי (Ryan & Bernard, 2003) – היה עלי לפרק למאפיינים את התמות שנקבעו מראש. פוסטים רבים לא היו רלוונטיים והם נופו בתהליך שנקרא "צמצום מידע" (שקדי: 102).

הייתה גם התייחסות למאפיינים שהופיעו לעיתים נדירות, משום שהערכתי שבמקור הם התקיימו בהיקף נרחב, וזאת מאחר שישנם סימני-מחיקות המעידים שנעשתה בהם מניפולציה. זוהי הסקת מסקנות על בסיס אבדוקציה - "הערכה של משתנים לא בהירים בסביבה בלתי-מוכרת" (לויין-רוזליס, 2011: 31). חיזוק להערכותי קיבלתי במסגרת הראיונות בהם נאמר לי במפורש שנעשות פעולות צנזורה ועריכה לגבי תגובות עוקבים הנתפסות כפוגעות במנהיג ובדוקטרינה, או מערערות על הנורמות והאידיאולוגיות המובילות בחברה היהודית המסורתית.

#### **קטגוריה שנייה: מאפייני האינטראקציה בין מנהלי הדפים לבין העוקבים**

קטגוריה זו מחברת בין הפוסטים לבין תגובות העוקבים. המטרה הייתה לקדד מאפיינים באינטראקציה שבין מנהלי הדפים לבין העוקבים; דהיינו, לזהות נושאים ודפוסים מרכזיים ולגבשם לתמות. הסתבר שמנהלי הדפים ממעטים להגיב והאינטראקציה דלה מאוד, ולכן גובשה תמה מרכזית אחת שכותרתה: "היעדר דיאלוג". בהמשך אסביר שזהו דפוס מכוון במאמץ להבניית סמכות המנהיג.

#### **קטגוריה שלישית: קורפוס תגובות העוקבים**

התבצע ניתוח תמטי של כל תגובות העוקבים לפוסטים שבמדגם. הקריטריון המרכזי היה חזרות - Repetitions (Ryan & Bernard, 2003: 89) של תכנים, רעיונות והבעות - expressions (Ryan & Bernard, 2003: 87, 89) שגובשו לשש תמות מרכזיות.

יש להבהיר שתגובות עוקב עשויה להיות מקודדת ליותר מתמה אחת; למשל, אם עוקב משתמש בביטויי הערצה למנהיג ומוסיף ציטוט מן המקורות, אזי לפנינו שתיים מן התמות שהתגבשו – הערצה למנהיג והעשרת השיח הדתי. לא כל הקידודים נכללו בתמות; למשל, פרסומים מסחריים נותרו מחוץ למחקר.

#### **קטגוריה רביעית: הפייסבוק עצמו כמקור לביסוס הסמכות**

נחקרו שני נושאים: (א) התייחסות מטא-תקשורתית; כלומר, דברים שנכתבו בפוסטים על אמצעי-תקשורת בכלל; (ב) באיזה אופן משרתות תכונות הפייסבוק (פיצ'רים) – ובכלל זה יחסי הגומלין בין פייסבוק לאמצעי-תקשורת אחרים – את צורכי המנהיגים ואת הדוקטרינה. בסעיף זה נעזרתי במידה רבה בראיונות טלפוניים.

**ראיונות טלפוניים:** התקיימו שבעה ראיונות עם 'מנהלי דפים', שני ראיונות עם עוזרים נוספים,<sup>9</sup> וכן עם שני מנהיגים בחודשים אוקטובר עד דצמבר 2016.<sup>10</sup> המטרות היו: (א) פרשנות

<sup>9</sup> פירוט מנהלי הדפים והעוזרים (תאריכי הראיונות שמורים אצל המחברת): לידור שריקי – המנהל של הרב יגאל שריקי; יוסף (לא מזדהה בשם משפחה) – המנהל של הרב מלכא; רונייה כהן – המנהלת של הרב יגאל כהן; רועי בנימין – המנהל של הרב זר, וכן סימו – מעוזריו של הרב; יעקב פסל – מנהל מחשוב ב"ערכים" והדף של הרב לסרי; יוסף נחמה – המנהל של הרב ארוש; משה שהרבני – מעוזריו של הרב מאמו; טל שבתאי – מעוזריו של הרב אלבו (שאינו כלול במדגם).

והבהרה של תכנים שעלו בפוסטים ובדפוסי האינטראקציה שהם מנהלים עם העוקבים; (ב) עמדות לגבי הפייסבוק: המניעים לשימוש באמצעי זה ובאמצעים נוספים, והדילמות המתעוררות מכך; (ג) מידע לגבי ההתנהלות "מאחורי הקלעים" של הפעלת הדף ואמצעי-תקשורת אחרים שבשימוש המנהיג.

**הפרופיל האישי:** נבדקו 30 עוקבים אחרי כל אחד מדפי המנהיגים שבמדגם, על-פני שלושה חודשים – עשרה עוקבים בחודש, גברים ונשים בשווה (סה"כ 450), בניסיון לזהות מיהו ציבור העוקבים, בעיקר בכל הנוגע לרקע האמוני שלהם. לשם כך נעזרתי בתוכן תגובותיהם, במראם החיצוני (כיפות/מטפחות), ובסימנים שונים בדף האישי, במטרה להעריך באיזו מידה תתאים נקודת המוצא של "תקשורת כתרבות" גם לפרשנות של תגובות העוקבים. אם יסתבר שרוב העוקבים הם ממילא בעלי זיקה לדת – אפרש את תגובותיהם כשל מי ששותפים במאמץ לביסוס סמכותם של המנהיגים.<sup>11</sup>

בדיקת מספר העוקבים התבצעה פעמיים: בתחילת המחקר – בספטמבר 2015 – ובדצמבר 2016.

## תוצאות

### א. מטרת השימוש בפייסבוק

לדברי המרואיינים נועדו דפי הפייסבוק של המנהיגים הרוחניים בראש וראשונה "לקרב רחוקים" תוך ניצול יתרונות המדיה בשיתוף קהלים נרחבים. סיבות נוספות שהמרואיינים נתנו הן: "לעודד את המתקשים בחיי היום-יום"; "לשמח את עם ישראל"; כלומר, להשפיע על רווחתם של הנחשפים לדף. אצל חלק מן המנהיגים ה"קירוב" כרוך עם אידאולוגיות או הדגשים מיוחדים שברצונם לקדם, כמו יחסי דת ומדע; זוגיות ושלוש-בית; קידום האידאולוגיה של ברסלב; ובמקרה אחד – הסברה חרדית, כולל פולמוס בין חרדים לחילונים. בנוסף, ישנם מנהיגים המקדמים עסקים פרטיים; למשל, בריתות, פדיון כפרות, מכירת ספרים מפרי-עטם ו"סדנאות להעצמה אישית" בהנחייתם.

### ב. מנהיגים רוחניים חוץ-ממסדיים<sup>12</sup>

המנהיגים הרוחניים הנכללים במדגם נחלקים לשני טיפוסים עיקריים: מנהיגים הפועלים במרחב המיסטיקה היהודית, שמקורותיה העיקריים הם תורת הקבלה ומסורות הקדושים הצפון-אפריקאים,<sup>13</sup> ודרשנים שהפכו לראשי-חוץ במרחב של "תנועת התשובה",<sup>14</sup> ובכלל זה מנהיגים מחסידות ברסלב המתחדשת, שעיקר עיסוקה החזרה בתשובה (ליאון, 2009: 58).<sup>15</sup>

<sup>10</sup> המנהיגים הם: הרב יוסי מזרחי והרב מנחם ברוד, דובר תנועת חב"ד (אינו כלול במדגם).

<sup>11</sup> פרשנות כזו מחייבת זהירות, כי זיקה לדת אצל עוקב אינה מעידה בהכרח על תמיכה במנהיג. למשל, מי שבוחן תגובות עוקבים דתיים בפייסבוק של מנהיגים מן הציונות הדתית, יכול להיווכח בביקורות הנמתחות כלפי המנהיגים והממסד המזוהה עם מגזר זה.

<sup>12</sup> בכינוי "חוץ-ממסדיים" משתמשת פלדמן (2012) לתיאור רבנים שעקפו את מסלול ההכשרה הנדרש מאנשי הממסד הרשמי.

<sup>13</sup> למשל, פלדמן (2012) הרחיבה לגבי הנהגה רוחנית מטיפוס זה.



הכללת שני טיפוסים אלה במחקר, נובעת מן התופעה שהם מייצגים: לטענת ליאון (2007: 24), שניהם מהווים "מגמות משלימות, המעניקות לדת כוח והשפעה מחודשים, שנראה היה כי נשחקו עם המפנה המודרני". הוא מסביר שתהליכי החילון גרמו במרוצת השנים לשחיקת הסמכויות הדתיות, אך בד בבד גם הביאו להתחדשות דתית המתאפיינת, בין היתר, בפיתוחם של ערוצי ניעות חלופיים להנהגה הדתית הרשמית, ומקורם לעיתים בכוחות פריפריאליים (ליאון, 2007: 8). עם זאת, הם מתאמצים באופן פרדוקסלי לקבל הכרה כמנהיגים חרדיים מאותו הממסד שבזכות היחלשותו הם התעצמו: מקפידים במצוות, מקפידים על לבוש ליטאי, מתגוררים בשכונות חרדיות, מקימים פעמים רבות כוללים וישיבות, ומגדלים זקן-פרא. גם ציבור המאמינים שלהם רואה בהם מנהיגים חרדיים. לעומת זאת, הממסד הרבני אינו מקבל אותם תמיד אל קרבו (פלדמן, 2012: 196-197) מסיבות שונות: הם לא עברו מסלולי ניעות רשמיים; רובם מזוהים עם היהדות המזרחית, הנתפסת בעיני הממסד החרדי האשכנזי כ"חרדיות חקיינית" (ליאון, 2011: 208); רבים מקרב "תנועת התשובה" הם חוזרים בתשובה בעצמם, ובכך דימוים נחות מלכתחילה (קפלן, 2007); הם נושאים תמיד רכיב הטרודוקסי המתאגר את הדת הממסדית וגורם לה מתח וחוסר נחת (ליאון, 2007: 9). הנכונות של רבים מהם לעשות שימוש בטכנולוגיות-תקשורת שנויות במחלוקת במישור הערכי והמוסרי היא דוגמה לכך.

קמפבל (Campbell, 2010) מציינת שהדמויות החזקות בכנסייה הנוצרית, הן אוֹפֵּלִין והן אוֹנְלִין, הן אותן הדמויות עצמן. במחקר הנוכחי אין זה כך. ראשית, אין אף מנהיג אחד שצמח בפייסבוק, ולכולם פעילות ענפה קודמת בשטח. גם בתקופה בה היו הקלטות נפוצות ביותר, הן היו של מנהיגים שביססו קודם לכן לגיטימציה בשטח.<sup>14</sup> בנוסף, לא כל מי שפופולרי בשטח הוא בעל דף מצליח, אם בכלל. אפילו לדף של הרב עובדיה יוסף – הסמכות החרדית המזרחית העליונה – היו עוקבים מעטים גם בימי חייו. גם מחזירים בתשובה שקנו לעצמם שם ומעמד, כמו הרב ראובן אלבז, לא ביססו עד כה דף מצליח משלהם. הסיבות העיקריות לכך הן הרתיעה משימוש בטכנולוגיות-תקשורת חדשות והיעדר ניהול יעיל. טל שבתאי, מעוזריו של הרב אלבז, ציין בפניי שהרב מתנגד עקרונית לפעילות בפייסבוק, והוא אף מטיף לכך בשיעוריו.

## ג. מנהלי הדפים

כאמור, האינטראקציה בין המנהיגים לבין העוקבים מתבצעת כמעט תמיד באמצעות 'מנהלי דפים' – רובם צעירים בשנות ה-20 וה-30 לחייהם, הקשורים למוסדות שבראשות המנהיג הרוחני, בין אם תלמידים ובין אם עוזרים, ויש גם קרובי-משפחה. הם מתמצאים בהפעלת אמצעי-תקשורת, אף שלא עברו הכשרה לכך. כמו כן מתקיימות התייעצויות בין 'מנהלי דפים' לגבי שכלול טכניקות ההפצה של המסרים.

<sup>14</sup> המונח "תנועת התשובה" מתייחס לקשת של ארגונים ופעילויות שעיסוקם החזרה בתשובה. יש על כך ספרות ענפה. ראו למשל בספר "חרדיות רכה" (ליאון, 2009).

<sup>15</sup> שמות המנהיגים/רבנים: יורם אברגיל, יעקב אפרגן, שלום ארוש, דב ברלנד, דניאל זר, זמיר כהן, יגאל כהן, אהרון לוי, מיכאל לסרי, רפאל מאמו, יוסי מזרחי, מאיר מלכא, יאשיהו פינטו, יצחק פנגר, אבנר קוואס, יגאל שריקי, נתנאל שריקי.

<sup>16</sup> לא כך לגבי "ערוצי הקודש", היכן שמנהיגים צמחו, וזאת מן הסיבה הפרוזאית שהיה צורך למלא משבצות שידור. הרדיו שימש קרש קפיצה לרבים, שאח"כ השתלבו בארגונים ממוסדים (עמרן, 2006).

זוהי פעילות התנדבותית, יוזמה שצמחה מלמטה, מ"שורשי העשב" (grassroots), כחלק מן האמונה העממית המוגדרת כ"הבניה עצמית של משמעות דתית" (עמרן, 2006: 118). ראשיתה של התופעה בתחילת שנות ה-80 של המאה ה-20, ב"תרבות הקסטות התורניות", כשאברך "משוגע לדבר" הקים עמותה שהתפתחה לשוק כלל-ארצי ובין-לאומי משגשג (עמרן, 2006). המשכה של התופעה ב"ערוצי הקודש" – תחנות הרדיו הפירטיות (לימור ונווה, 2007), בנגני ה-Mp3 (עמרן, 2015), וכיום היא ניכרת בטכנולוגיות הגלובליות.

בחלק מן המקרים, מנהלי הדפים כותבים במפורש שזוהי יוזמתם, ללא מעורבות המנהיג. בעוד שבקרב קבוצות דתיות בעולם מתפתחת התופעה שמנהלי אתרים צוברים כוח ושליטה והופכים למנהיגים בעצמם (Herring, 2005) – במקרה שלפנינו הם פועלים תמיד מאחורי הקלעים. לא מופיע דיוקן שלהם, ושם אינו מתפרסם. לעיתים הם נעזרים ב"וועדת רבנים" המשמשת מנגנון סינון, כפי שיש בעיתונות החרדית (נריה בן-שחר, 2012) ובאתרי אינטרנט חרדיים (Campbell & Bellar, 2015). **אנו עדים לתהליך אבולוציוני של שימוש באמצעי-תקשורת במסגרת הדת העממית, בהתאם לתנאים המשתנים.**

#### ד. ציבור העוקבים

ישנה אי-הלימה בין הממצאים העולים מפרופיל העוקבים, לבין מידע שעלה בראיונות: לפי הדף הפרטי, מעל למחצית הציבור הם מסורתיים בדרגות ובווריאציות שונות. למשל, אישה מעלה תמונות מביקור בקברי צדיקים, ובתמונת הפרופיל היא לובשת גופייה. גם אלואר מתארת בחורות חשופות-זרועות בדרשותיו של הרב דניאל זר שנכלל במדגם (אלואר, 2006: 121). ניכר כי הציבור מגלה עניין במיסטיקה, בקבלה ובדת עממית. מאחר שהפוסטים גדושים אלמנטים כאלה, זוהי פלטפורמה תקשורתית שהוא עשוי להתחבר אליה לאורך זמן. הקבוצה השנייה בגודלה היא דתיים (נשים חבושות מטפחות וגברים חבושי כיפות). חלקם מגלים בתגובותיהם ידע תורני ומצטטים פסוקים מן המקורות. הקבוצה השלישית בגודלה היא ציבור ללא סממנים מסורתיים; דהיינו, חילוני, וחלקו אף מצהיר על כך: "גדול, אהבתי (את הדרשה) למרות שאני חילוני".

הממצאים דומים למתואר בספרות על המשכיות בין ההתנסות הדתית של האדם אופליין לבין התנסותו אונליין. כלומר: אלה ההולכים לכנסייה או מתפללים בקביעות, הם גם אלה המעורבים בפעילות אקטיבית אונליין. מכאן המסקנה שהאינטרנט אינו יוצר מהפכה דתית ולא חילונית (Fischer-Nielsen, 2012).

אלא שהמרוויינים טענו שהם עומדים בקשר עם המוני עוקבים חילונים, ואלפים מתוכם חזרו בתשובה באמצעות הדף ובאמצעות פלטפורמות-תקשורת אחרות המזוהות עם המנהיג. הסבר אחד לפער בממצאים עשוי להיות בכך שמספרם של כלל העוקבים ושל רבים אחרים הנחשפים באמצעות "שיתופים", גדול לאין-ערוך ממספר המגיבים. עם זאת, קפלן מציין כי מחזירים בתשובה רווחת התופעה להצהיר על המונים שחזרו בתשובה באמצעותם, וקיים פער גדול בין הדימוי למציאות (קפלן, 2007: 101).

עוקבים חרדים לא זיהיתי, וזאת בהלימה עם דברי המרואיינים הטוענים שמספר החרדים בקרב העוקבים הוא נמוך. עם זאת, לעיתים העוקבים מופיעים ללא דיוקנם ובצורת אייקון או כינוי (למשל, MARKO POLO, בנובמבר 2016 אצל הרב קוואס), ויש בדף האישי סימנים המעידים על אדיקות דתית. התנהלות כזו היא בהלימה עם המושג שטבעה אוקון (2016: 70) - "אנונימיות יחסית"; דהיינו, הופעה דואלית של אנונימיות מצד משתתפים המסווים ומטשטשים את דמותם בעולם הממשי. יחס אמביוולנטי של בני הקבוצות החרדיות כלפי המדיום, מטעמים אידאולוגיים ומלחץ קבוצתי, עשוי להסביר דפוס חשיפה כזה.

### מאפיינים מרכזיים המסייעים בהבניית סמכות המנהיג

בעוד שבקרב קבוצות דתיות בעולם, סמכות המנהיג נבחנת גם בזיקה לבקיאותו בטכנולוגיות (Cheong et al, 2011), הרי שלפי הראיונות במחקר זה, ההתעסקות של המנהיג בטכנולוגיה עלולה לפגוע בדימויו הרוחני. סימו, מעוזריו של הרב זר, ציין בפניי ש"הרב לא פתח מחשב מימיו, וטוב שכך". גם בעיתונות החרדית הרבנים קוראים להכשיר צוותים טכניים שידעו להצביע על הסכנות כתוצאה מן הפיתוחים החדשים, ושלא יוכשרו לכך בעצמם (סופר, "המודיע", תשע"ה).

במקרים רבים המנהיג מתנער מן האחריות לדף, והדבר אף נכתב במפורש. זוהי **הבניה של סמכות ללא נטילת אחריות**. עדות ראשונה לדואליות זו נמצאה בתחילת שנות ה-2000 באתרו של הרב עובדיה יוסף, שם נכתב "האתר הבלתי-רשמי של הרב עובדיה" (עמרן 2006: 188).<sup>17</sup> הרתיעה מן הטכנולוגיה, כמו גם ההבנה שכיום אין אפשרות בלתי, הן שמובילות לפשרה זו. עם זאת ייתכנו סיבות אחרות להתנערות מאחריות; למשל, החשש לפחיתות כבודו של המנהיג. גאזדה וקולה (Gazda & Kulla, 2013) מצאו שבוותיקן, ככל שהדרגה בהיררכיה של הכמורה נמוכה יותר, כך גדלה הפעילות של בעל התפקיד ברשתות החברתיות, והם מייחסים זאת להבדלים בסטטוס וביוקרה של המנהיגים.

להלן הממצאים הבולטים בכל אחת מן הקטגוריות המרכזיות שצוינו לעיל:

### קטגוריה ראשונה – ניתוח הפוסטים

**ממד המנהיגות:** ניכר מאמץ להבנות למנהיג מעמד של קדושה. למשל, להציגו כבעל כוחות מיוחדים או בעל קשר מיוחד עם בורא עולם, ולכן כדאי לקבל את עצתו ואת ברכתו ולאפשר לו לבצע "תיקונים" בהזמנה אישית. גם המאפיין שמציין צ'אבס (Chavez, 1994) – השימוש בשפה על-טבעית - "god talk" – ניכר בדפים שלפנינו, ובעיקר בפוסטים המעלים טקסטים מן הקבלה העוסקים בסגולות. דוגמה נוספת היא הצמדה ויזואלית של המנהיג לדיוקנאות של קדושים, רבנים רמי-מעלה, ובהם הרב בן איש חי, הבבא סאלי, הרב יצחק כדורי והרב עובדיה יוסף. ייתכן שהמטרה היא, בין היתר, ליצור רושם שאותם רבנים מאצילים עליהם מקדושתם. לעיתים ניכרת הבניית מציאות חסרת היגיון אידאולוגי או תאולוגי. למשל, בדף של הרב מלכא,

<sup>17</sup> להתנערות מאחריות נלוותה גם נימה אפולוגטית; דהיינו, שיש להילחם באויב (החילונית) בכלים או במגרש שלו (קפלן, 2001, עמ' 20).

המוקדש בכותרת הראשית "לזכר הרב כדורי", העלו תמונות רבות של הרב עובדיה יוסף, והתעלמו מכך שהרב יוסף היה במחלוקת עמוקה עם עולם הקבלה (לאו, 2006), ואף יצא בביקורת חריפה כנגד הרב כדורי.<sup>18</sup>

**תמיכה הדדית בין המנהיגים:** היא עוד אמצעי בולט לביסוס לגיטימיות וסמכות. בדפי המנהיגים מתפרסמות מודעות על אירועים שעמיתיהם מקיימים, עם דיוקנאות שלהם ולינקים (קישורים) לדרשותיהם, לצד מחמאות הדדיות. הרב מזרחי ציין בפניי שהוא עושה כמיטב יכולתו לקדם את הדור הצעיר של הרבנים הנמצא בראשית דרכו, וזאת בשונה מן הממצא בספרות, לפיו מנהיגים דתיים מעדיפים ליצור לינקים למנהיגים מוכרים ומובילים (Teusner, 2013).

ניתן לזהות המשכיות בין מסגרות האונליין למסגרות האופליין לביסוס התמיכה בין מנהיגים. למשל, לידור שריקי, מנהל הדף (ובנו) של הרב יגאל שריקי ("הסי.טי") ציין בפניי שהפרגון העולה מן הפוסטים תואם לדברים שהוא שומע בהרצאות החיות של הרב. כלומר, מסגרת האופליין ממשיכה לתת את אותותיה גם אונליין. ודוגמה הפוכה: הרב מזרחי סיפר לי שבינו לבין הרב זמיר כהן יש הסכם על פרסומים הדדיים בפייסבוק לגבי כינוסים צפויים, ובד בבד הם דואגים לכך שיהיה קהל בכינוסים הללו.<sup>19</sup>

הסבר נוסף לתמיכה ההדדית עשוי לנבוע מן המניע לגבש 'קליקה' של מנהיגים רוחניים חוץ-ממסדיים אל מול הממסד הרבני הרשמי. אלה הם שני מחנות שהאג'נדה שלהם אינה זהה. למשל, המנהיגים החוץ-ממסדיים משתדלים לקדם את המסורת הקבלית, כפי שמעידים אין-ספור הטקסטים הקבליים המועלים בדפיהם, ואילו הממסד הרבני הרשמי מתמקד במסורת ההלכתית (פלדמן, 2009: 109).

רוניה כהן, מנהלת הדף (וכלתו) של הרב יגאל כהן, ציינה בפניי שהפרגון ההדדי קשור גם ב"מידת הגאווה". לדבריה, הרב יגאל כהן נוהג לומר בדרשות יום השבת שאם מנהיג אחר מצליח יותר ממנו – יש לשמוח בשמחתו. דברים דומים שמעתי מפי לידור שריקי. היא מוסיפה שיש יתרון בדרשות השבת, שאינן מוקלטות וניתן לדבר בהן בחופשיות על נושאים רגישים. לדבריה, מספר העוקבים אחר מנהיג אחד לעומת מספר העוקבים אחר מנהיג אחר, הוא נושא רגיש.

עם זאת, לא הכול "סוג בשושנים". לדברי הרב מזרחי יש בין המנהיגים גם סכסוכים וקנאות (בעבר התפרסמו כתבות על מאבקים אישיים בינו לבין הרב אמנון יצחק). גם יוסף נחמה, מנהל התקשורת של הרב ארוש, ציין בפניי כי הרב ניתק קשר עם הרב ברלנד בשל השערוריות שיוחסו לו והחשש מפגיעה בתדמיתה של חסידות ברסלב.

**ממד האיזולוגיה - התכנים מותאמים לדרישות הנורמטיביות והאיזולוגיות בחברה המסורתית:** מאפיין בולט הוא ההקפדה על "נושאים שבקדושה", ובמידה רבה ההימנעות מאקטואליה ומן השיח הציבורי העכשווי. גם פרסומות מסחריות אינן בנמצא, בעוד שהן

<sup>18</sup> למשל: <http://news.walla.co.il/item/378406>

<sup>19</sup> כאשר הרב זמיר מגיע לשאת דברים בניו-יורק, הרב מזרחי דואג לו לקהל, וכן להפך, כשהרב מזרחי מגיע לישראל.

מצויות באתרי אינטרנט חרדיים (Campbell & Bellar, 2015: 81). אפילו אקטואליה יהודית זוכה להתייחסות מועטה. למשל, להחלטת אונסקו המבטלת זיקה בין היהדות לירושלים (13 באוקטובר 2016) התייחסו רק שניים מתוך 17 הדפים, וגם אז לא הדיון האקטואלי הוא שעמד במרכז, אלא הוכחת אמיתות התורה שמנבאת התרחשות כזו כשלב צפוי באחרית הימים.

התייחסות אקטואלית עקבית מתנהלת בדף של הרב מאיר מלכא נגד "נשות הכותל", והוא גם מקפיד להגיב על אירועי-טרור, ואילו הרב לוי משתמש בדף ככלי להסברה חרדית. במישור האישי, שני מנהיגים שהורשעו בפלילים: הרבנים פינטו וברלנד, יוצאים כנגד המערכות השלטוניות שלטענתם פגעו בהם. לדוגמה, בינואר 2014 נכתב בדף של הרב פינטו: "המאבק יוצא לדרך".

הזנחת האקטואליה בולטת על רקע מספר מאפיינים: (א) שיח בעניינים ציבוריים מקובל בקרב מנהיגי-דת ברשתות חברתיות בעולם (Cheong, 2011: 24). (ב) מנהיגות גברית דתית נתפסת כסמכותית יותר ממנהיגות נשית, ומנהיגות גברית מקושרת יותר עם שיח ציבורי מאשר מנהיגות נשית, המתמקדת יותר בנושאים אישיים, ומכאן שהיעדר שיח ציבורי מזוהה עם סמכותיות נמוכה (Teusner, 2013). (ג) אקטואליה היא חלק בלתי-נפרד מדרשות יהודית (בלונדהיים, 1997: 65), אלא שבקטעי הדרשות על פרשת השבוע המתפרסמים בפוסטים, אין התייחסות לאקטואליה. (ד) מאחר שברוב הדפים מועלים מספר פוסטים מדי יום (אם כי גם חזרות רבות), לפחות חלקם יכלו להיות מוקדשים לנושאים אקטואליים. כלומר, ריבוי פוסטים אינו מעיד דווקא על ריבוי נושאים או תחומי-שיח.

בין הסיבות למיעוט פוסטים בנושאים אקטואליים: (א) הרצון להבנות דימוי של ערוץ-תקשורת ייעודי המציע אלטרנטיבה (מוצלחת יותר) לערוצי התקשורת של החברה הרחבה (ועל כך בהמשך). (ב) ליאון (2012א: 214) מציין שהעיסוק באקטואליה בדרשות משרה לעיתים "אווירה של מתח באוויר". בדומה לכך ציינו המרואיינים כי הם מעוניינים לנקוט משנה-זהירות בכל הקשור ליחסי חרדים-חילונים, ולא להיכשל בהפניית אצבע מאשימה שתרתיע קהל פוטנציאלי. זוהי גם הגישה המקובלת ב"ארגוני התשובה" (קפלן, 2007: 131). (ג) ייתכן שהמנהיגים החוץ-ממסדיים מעוניינים לזכות בהכרה לפעילותם בפייסבוק מצד הממסד הרבני. מניע זה כבר צוין בספרות בהקשר של הבניית הכריזמה של הרב איפרגן ("הרנטגן") אל מול ההנהגה החרדית הרשמית (פלדמן, 2009: 109-110).

לדברי המרואיינים נשמעות לעיתים תגובות של הסתייגות מצד הרבנים, אך לא הופנתה כלפיהם דרישה לסגירת הדף, וגם פשקווילים לא הופצו נגדם [בשונה מן הקמפיין כנגד הטלפונים הסלולריים, שכלל פשקווילים (רוזנברג וראשי, 2014)]. לדברי הרב מזרחי, נמתחה עליו אמנם ביקורת מצד הרבנים, אך בד בבד הם מכירים בתרומתו לקירוב עשרות אלפי חילונים.

עוד התנהלות המשרתת אידיאולוגיה מרכזית היא בתחום המגדרי: מועלים פוסטים המוקדשים למעלת לימוד הגמרא, ויש להם עוקבות המבקשות להרחיב את לימודי הגמרא בפייסבוק כפתרון זמין יחיד עבורן המאפשר לימוד טקסטים "גבריים" אלה. אלא שלכך אין תגובה ממנהלי הדפים, וישנם סימנים לכך שדיון שמתפתח בנושא זה מצד עוקבים אחרים,

נמחק (למשל, אצל הרב זמיר כהן, 27 ביוני 2016). המתח הבין-מגדרי לגבי גבולות האוריינות המותרים לנשים בחברה היהודית המסורתית (צרפתי ולירן-אלפר, 2010) לא נפתר בפייסבוק, אלא דווקא מאושרר. קווים אדומים אינם נחצים. היענות סלקטיבית, עריכה וצנזורה, הם דוגמאות לעיצוב הפייסבוק באופן המשמר את הצביון המסורתי של הדפים. לעיתים נדירות מוצגים אמנם צילומי נשים, אך לא נמצאו קישורים לדרשה של אישה כלשהי או לדף פייסבוק של רבנית. באתר האינטרנט של הרב זר קיימת אמנם לשונית המכוונת את העוקב לעבר דרשות של נשים, אך אין קישור או יידוע לגביה במסגרת דף הפייסבוק, בעוד שקישורים לדרשות של גברים מצויים שם למכביר.

לצד ההגבלה והפיקוח במישור האידאולוגי, יש לעיתים שבירה של הרצף האמוני באמצעות אייקונים נטורליסטיים או סוריאליסטיים ברוח "העידן החדש", בהם סמיילים, פרחים, לבבות, איורים פסיכודאליים ומוטיבים עכשוויים אחרים. מה שבעבר נצפה בעיקר באתרים המזוהים עם חסידות ברסלב,<sup>20</sup> או בפרסומות במגזינים חרדיים (צרפתי וזאבי, 2012), נמצא כיום בשפע בפייסבוק של המנהיגים הרחניים. גודמן מציין כי המסרים בסגנון "העידן החדש" מבקשים להיענות לעולם התרבותי של קהל היעד, ובד בבד משקפים הטמעה של אותם יסודות בזהות העצמית של המנהיגים (גודמן, 2002).

#### ממד הטקסט: ספר תהילים מוביל

בולטת הדומיננטיות של פסוקים מספר תהילים. גם לפי ליאון, תהילים הוא המוביל בפעילות התשובה של דרשנים עממיים, שלדבריהם: "יש בספר ישועות עצומות ונוראות...יש לו הרבה כוח לשנות. יש אפילו אנשים שמדברים בזכותו עם המלאכים" (ליאון, 2012א: 210).

סיבה נוספת קשורה עם התזה שהוצגה לעיל לגבי המאמץ לבסס לגיטימיות מול הממסד הרשמי. בעוד שלשני סוגי המנהיגויות יש אגידה טקסטואלית שונה, הרי שספר תהילים מקובל על שתיהן. גם הממסד הרבני הרשמי רואה בספר זה חלק מן הקורפוס הבסיסי ובו-בזמן גם מקור לסגולות ולישועות, לשימושם של גברים ונשים כאחד (עמרן, 2006: 296).

האתרים מעודדים גם **טקסיות מקוונת** באמצעות טקסטים: מבקשים מן העוקבים לקרוא את הטקסט המופיע בפוסט (למשל, אצל הרב ארוש, 5 במאי 2014), מאחר שקריאה, במיוחד המונית, מניבה ישועות. מזה שנים מתקיימים קמפיינים לקריאה קולקטיבית (באמצעות אתרי אינטרנט, אפליקציות, דפי פייסבוק, וטלפון קווי), ומובטח למי שמתחייב לקרוא מספר פרקים במסגרת קהילת קוראים, כי יזכה בכל הישועות כאילו קרא את הספר במלואו. בדף של הרב זר מקדמים במיוחד קריאה משותפת כזו.

#### ממד ה"מבנים" – החצר הרבנית כבסיס לסמכות בפייסבוק

רבים מן המנהיגים שבמדגם הקימו לעצמם "חצר" רבנית, כלשונו של גודמן (2002: 8), שהיא למעשה מעגל פנימי של "קהילת מאמינים", כלשונו של פלדמן (2012: 195). חצר וירטואלית זו כוללת מקורבים, תלמידים, עוזרים ו"משמשים בקודש". זהו המעגל שעליו נשען המנהיג

<sup>20</sup> בילו ומרק (2013, עמ' 363) כותבים, שחסידי ברסלב מונעים על-ידי חיפוש אחר חוויות רוחניות ומיסטיות. מכאן, בין היתר, העניין שהם מגלים במוטיבים המזוהים עם "העידן החדש".

בתחילת דרכו, והוא משמש בסיס ליצירת לגיטימציה בציבוריות הישראלית, בקרב יהדות התפוצות, ואצל הממסד הרבני הרשמי (פלדמן, 2012: 196). דפי הפייסבוק אינם פונים אל בני מעגל זה, ולפי הראיונות לרובם אין ממילא חשבון פייסבוק, אך בדפים שלפנינו ניכרת המשכיות של תפקידם המרכזי בביסוס מעמדו הסמכותי של המנהיג. באמצעות הערוץ הוויזואלי מתועדים ומועלים פוסטים עם צילומי סטילס וסרטונים משותפים להם ולמנהיג במהלך שיעורים שהמנהיג נותן, באירועים משפחתיים בהם הוא אורח הכבוד, ובטקסים שונים שהוא מנהל.

### **קטגוריה שנייה: אינטראקציה בין מנהלי הדפים לבין העוקבים – היעדר דיאלוג**

המאפיין הבולט ביותר במסגרת הפייסבוק הוא מיעוט הדיאלוגים או כל אינטראקציה אחרת.<sup>21</sup> לדברי מנהלי הדפים, הפייסבוק נועד ליצור קשר ראשוני כשלב מעבר לקשר משמעותי יותר בהמשך. גם קמפבל ובלאר (Campbell & Bellar, 2015) מציינות שהקשר המקוון שמקיימת "אש התורה" עם הציבור הוא שלב ראשוני לקראת קשר פנים אל פנים בהמשך. כלומר, החשיפה אונליין אמורה להוביל לפעילות במסגרות אופליין, ולמימוש האופציה של המשכיות והשלמתיות. הדפים שלפנינו מעודדים את הציבור למפגשים במסגרת כינוסים, הילולות, סדנאות, מסעות לקברי צדיקים בהדרכת המנהיג (אצל הרב לוי גם למחנות בפולין), וגולת הכותרת היא המפגש האישי עם המנהיג. בדף של יגאל שריקי נכתב: "לקביעת תורים - מס' טלפון..." כאילו היה זה תור לרופא.

אצל הרב זר עבר הצוות לשיטת הפצה באמצעות Hootsuite - פרסום אוטומטי של מסרים במספר ערוצים בו-זמנית.<sup>22</sup> בכך נוצר נתק כמעט מוחלט בין מנהלי הדף לבין הציבור. הדף של זר הוא היחיד שאצלו מסתמנת ירידה במספר העוקבים, בעוד שאצל כל היתר מסתמנת עלייה. ייתכן שיש גבול לריחוק שהציבור מוכן להכיל, ושזוהי הסיבה לנטישת העוקבים אחרי דף זה.

המעבר ל-Hootsuite נעשה מטעמים אידאולוגיים: לדברי רועי בנימין, מנהל הדף של הרב זר, השאיפה היא להתחככות מינימלית עם הטכנולוגיות המסכנות את המשמעת הקהילתית. כלומר, הצוות אינו מאמץ אפילו את הגישה של "אפקט האדם השלישי", לפיו אנשים תופסים עצמם כחסינים יותר מחבריהם בקהילה מפני הסיכונים הטמונים ברשת האינטרנט (Wu & Koo, 2001); או העיקרון של "כורח המציאות" (נריה בן-שחר ולב-און 2013: 301), דהיינו, שהעולם עובר לטכנולוגיות הגלובליות ואין מנוס מנטילת חלק פעיל במציאות המשתנה.

תשובות לשאלות עוקבים נענות לעיתים באמצעות קישור לסרטון ממאגר ההקלטות של המנהיג. על פי רוב הציבור מקבל ומשתף פעולה עם דפוסי האינטראקציה שמנהלי הדפים נוקטים, אך לא תמיד. למשל, עוקב כותב: "לא קיבלתי תשובה, קיבלתי קלטת" (הרב אמנון

<sup>21</sup> לפי קנט וטיילור (Kent and Taylor, 2002) הדיאלוג הוא אינטראקציה בתוך מערכת יחסים קיימת, והוא כולל: הדדיות... והיעדר כוונות מניפולטיביות. על הארגונים לחזק את מחויבותם לדיאלוג, לא רק על-ידי עידוד פידבק מן הציבור, אלא גם לספק אמצעים לתקשורת, כגון אי-מייל, כתובות אינטרנט ומספרי 800.

<sup>22</sup> <https://hootsuite.com>

יצחק, 4 במארס 2014). נראה אפוא שגם בעידן הדיגיטלי יש ציפייה לקשר אישי אצל חלק מן העוקבים, ולו בצורה מתווכת, וקשר כזה כמעט שאינו אפשרי בדפים שלפנינו.

סיבות נוספות המצוינות בספרות להימנעות מדיאלוג:

- א. למנוע יצירת תנאים לדיון ביקורתי כלפי מקורות הסמכות או לקריאת תיגר על נורמות מסורתיות, כפי שקורה לעיתים במרחבים המקוונים (הכטר, 2014: 730-731, 748; אוקון, 2016: 70; לב-און ונריה בן-שחר, 2009: 92).
- ב. מחסור בזמן ובצוות עובדים להתמודדות עם עומס הפונים (Gazda & Kulla, 2013; Cheong et al, 2011).

יש להבהיר, כי בפלטפורמות אחרות אין מונעים מן הציבור קשר מתווך עם המנהיג או צוותו, ולעיתים אף מעודדים אותו. אצל הרב פינטו מתפרסם מדור בשם "כותבים לצדיק", וכך נכתב בו: "הפונים אל הצדיק נענים בתשובות מיידיות ומדויקות להפליא וזוכים לישועה ללא כל עלות ובשמירה על פרטיות מלאה. התשובה תישלח חזרה תוך 3 ימים" (2 במארס 2014); באמצעות הטלפון – בישיבת "חוט של חסד" בראשות הרב ארוש, עונים לפניית טלפונית בין השעות 9:00-23:00, ולדברי יוסף נחמה, 50 איש ואישה (שיושבים בנפרד) מועסקים במחלקת המדיה של הישיבה כדי לענות על כל צורכי הפונים. הדואר האלקטרוני הוא אמצעי נוסף, והרב פנגר מרבה להשתמש בפלטפורמה זו תחת הכותרת "נפגשים במייל". הרב ארוש הוא היחיד שכותב במפורש כי תשובות בפייסבוק לא ייענו, ומפנה למספר טלפון.

מנהלי הדפים מגיבים אמנם בקושי לעוקבים, אך אינם מהססים לענות כשהציבור מבקש פרטים לגבי כינוסים או רכישת ספרים מפרי-עטם של המנהיגים. באותן הזדמנויות התשובות בדף מהירות – מה שמעיד שמנהלי הדפים ערים לשאלות העוקבים, והחלטה מתווכת לענות היא סלקטיבית ולפי האינטרס שלהם.

### **קטגוריה שלישית: ציבור העוקבים כמקור לגיטימציה**

אצל כל המנהיגים (למעט אחד) ניכרת עלייה משמעותית במספר העוקבים, לעיתים בעשרות אלפים. למשל, אצל הרב אברגיל ז"ל (נפטר במהלך המחקר) חלה עלייה מ-8,030 ל-27,000; אצל הרב מאמו - מ-67,591 ל-109,299; אצל הרב זמיר כהן - מ-103,107 ל-139,242; ואצל הרב מזרחי - מ-47,000 ל-94,000. עלייה זו אינה מעידה בהכרח על תחיה דתית ועל חזרה המונית בתשובה, אלא על עלייה בפופולריות הרשתות חברתיות בכלל, ויתר מודעות לקיומה של פלטפורמה זו גם לצורכי אמונה. הסבר קיצוני לכך הוא אולי היחלשות הפרקטיקה הדתית במתכונתה המסורתית לטובת הדת אונליין, אך לא סביר שכך אכן קורה (ועל כך בהמשך).

### **המאפיינים הבולטים בתמיכת הציבור במנהיגים הרוחניים**

- (א) נאמנות – ממשיכים לעקוב אחר המנהיג והדף ולתמוך בהם גם בהיעדרה של אינטראקציה. ניכר כי העוקבים משלימים עם התנאים המוכתבים להם.
- (ב) הערצה וייחוס קדושה למנהיג: ביטויים כגון: "צדיק יסוד עולם", "צדיק אמיתי המשנה טבע בברכתו" (אצל פינטו, 28 בנובמבר 2016), הם הליבה של תגובות העוקבים.



יש לציין שקיימות תגובות ביקורתיות, כולל גידופים וקללות, אלא שלרוב הן מצונזרות באמצעות תוכנות סינון מותקנות מראש, או בידי מנהלי הדפים, כפי שנאמר לי במפורש בראיונות, ולמעשה זו ההתנהלות המקובלת גם ברחבי העולם הנוצרי (Coppedge, 2009). עם זאת, המרואיינים הדגישו שתגובות כאלו אינן רבות. לעומת זאת, בכתבות ב-ynet טוקבקיסטים רבים מכפישים את הרב פינטו שהורשע בפלילים.<sup>23</sup> זהו עוד חיזוק להערכה שהציבור במרחב הדתי המקוון מזדהה עם המנהיגים ועם הנושאים המתפרסמים בדפים.

לעיתים, כאשר תגובות שאינן אוהדות מתפרסמות בכל זאת, עוקבים אחרים מתערבים ודורשים להסירן. בכך הם משמשים מעין שומרי-סף, ואף מותחים ביקורת על מנהל הדף. למשל, כאשר מנהל הדף של הרב מלכא כתב בפוסט: "מעניין אותי כמה לייקים שווה המשפט הבא: שמע ישראל ה' אלוהינו ה' אחד", ענתה על כך עוקבת (שרית אלנקוה): "גם בזה אתם עושים צחוק? הקדוש ברוך הוא לא צריך לייקים כדי לדעת שאוהבים אותו. תתביישו". כלומר, בחלק מן המקרים מנהלי הדפים נכונים לפתיחות, לסטייה מן הכללים הנורמטיביים ולאיימוץ שיח עכשווי יותר מאשר קהל העוקבים שעדיין מצפה למסגרת השמרנית המוכרת לו ממתכונת הדת אופליין.

והנה דוגמה נוספת: בדף של הרב עובדיה, בחג הפורים (2014) הועלתה תמונה של ילד בתחפושת הרב כשלצידו מחשב. חמש מתוך 28 תגובות העוקבים הביעו מורת-רוח על הימצאות "מכשיר טמא" בסמוך לילד. כלומר, גם ציבור המשתמש במחשב מתקשה להשלים עם קיומו של מכשיר זה בחיי היום-יום, ולכל הפחות לא בסביבת ילדים.<sup>24</sup>

בולטת העובדה שהרבנים פינטו וברלנד, למרות שהורשעו בדיון, נתפסים כקדושים שנעשה להם עוול. ניתן לקשור זאת להגדרתו של לינקולן לגבי מיהו מנהיג סמכותי – זה שגורם לציבור להאמין שהוא אכן מי שהוא מציג את עצמו (לעיל, עמ' 4). במיוחד לגבי הרב פינטו – ככל שהתקדם משפטו גדל משמעותית מספר העוקבים אחריו (מ-16,500 לפני ההרשעה ל-62,580 בעת כניסתו לכלא), וביטויי התמיכה בו התעצמו. יש להניח שהעוקבים, רובם ככולם נחשפים גם לאמצעי-תקשורת אחרים. כלומר, יש להם אינפורמציה לגבי הרקע להרשעת המנהיג, ואף על פי כן הם מצדדים בו ואף שותפים למחאתו כנגד המערכות השלטוניות. זהו דפוס המזכיר את התגובות הציבוריות בזמן משפטו של אריה דרעי, שהרקע להן היה אתני-חברתי ולא בהכרח דתי (ליאון, 2012).

**(ג) הציבור ממליץ על ספרים חדשים מפרי-עטם של המנהיגים – ספרות שמתוספת היום לקורפוס של כתבי הקודש (ליאון, 2012: א: 225).**

**(ד) הציבור "משתף" ועושה "לייקים" בהמונים. למשל, יוסף, מנהל הדף של הרב מלכא, ציין בפניי שבשבוע הקודם לריאיון היו 780,000 "שיתופים" לפוסטים שעלו בדף של הרב.**

<sup>23</sup> <http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4873936,00.html>

<sup>24</sup> המאמץ להרחיק ילדים מאמצעים שהתקבלו אצל מבוגרים חוזר כחוט השני בחברה החרדית. למשל, החברה החרדית אימצה את ה-Mp3 להורדת שיעורים תורניים ומוזיקה ולהאזנה להם, אך משתדלת למנוע מילדים ליטול חלק בשוק זה שהולך ומתרחב, מחשש שיעשו בו שימוש לא ראוי (עמרן, 2015).

(ה) הציבור מעשיר את השיח הדתי בציטוטים ובתובנות מן המקורות. הדברים נכתבים בתמיכה וכהשלמה למסר שהתפרסם בפוסט, ואף פעם לא מעמדה לעומתית. לא נראה שהעוקבים מנסים "לנגוס" בתפקידו של המנהיג. לא נתקלתי בתופעה המתועדת בספרות לגבי קבוצות דתיות בעולם, לפיה הציבור המגיב באמצעי-תקשורת מאתגר את המנהיג באשר למידת דיוקם או אמיתותם של הדברים שהוא אמר או פרסם (Cheong et al, 2011).

(ו) גיבוש של קהילת "אמן" - ולעיתים עשרות תגובות "אמן" שנאמרות ברצף. ייתכן שזהו ניסיון ליצור מסגרת הדומה למה שוויקטור טרנר (2004) מכנה "קומוניטס" – אחווה המבטלת היררכיות בין בני-אדם באירוע רב-משתתפים. ההתמקדות במילה או בביטוי-מפתח, עשויה להעיד שגם הקהל מצידו לא מתעניין בדיאלוג בפלטפורמה זו, אלא מסתפק בהבעת תמיכה תוך יצירת מסגרת משותפת כזו עם שאר העוקבים.

### קטגוריה רביעית: מאפייני הפייסבוק כמקור לגיטימציה וכבסיס לסמכות

מאפיינים של הפייסבוק ("פיצ'רים") מאפשרים להרחיב ולשכלל אידאולוגיות ופרקטיקות, כולל דפוסים של שימוש באמצעי-תקשורת אופייניים לדת העממית. ניכרת גם המשכיות במתן הרציונל לשימוש באמצעים שנויים במחלוקת, כפי שאפרט להלן.

פונקציית ה"לייקים", ה"שיתופים" וה"תיוגים", משרתת היטב את אחת האידאולוגיות המרכזיות בעולם התשובה והיא "זיכוי הרבים" (שרעבי, 2013; ליאון, 2012). מנהלי הדפים מרבים לבקש "אנא שתפו למען זיכוי הרבים", והעוקבים מרבים להיענות לבקשה. בנוסף, העוקבים מפרסמים מיוזמתם קישור לעמותות להפצת האמונה, וכך ניתן להתוודע להיקף הנרחב של ארגונים ויזמי-דת ("אור הזוהר", "נתיב האור", "שומע תפילה", "גאולה שלמה"). המסר לעוקבים הוא שהם בתפקיד: מוטלת עליהם האחריות להרחיב את השיח והידע הדתי תוך הפצתו במרחב המקוון. כפי שמציין ליאון (אצל שרעבי לעיל, עמ' 401): "לימוד תורה אינו יעד לכשעצמו אלא כלי להרחבת החיים הדתיים בעידן של מודרניות וחילון".

עוד מאפיין בולט הוא שהמסרים מופצים במתכונת שאני מכנה "טפטופי דרשות". בדפים נבחרו הכינויים: "המסר היומי", "על קצה המזלג", "בקטנה", או "נקודה לחשיבה". אלה הם מקבצים של "חידושי תורה" קצרים אשר מופעים באתר מספר פעמים ביום כדי ליצור "הנכחה דתית מתוקשרת" (Cheong, 2010, Para. 3), בהתאם להתפתחויות הטכנו-חברתיות ולמציאות בה הציבור מתקשה לצרוך הרצאות ארוכות (Cheong et al, 2011). "טפטופי דרשות" משמשים בין היתר "טיזר" למעוניינים להיחשף לדרשה השלמה באמצעות קישור, ולפי התגובות: "גדול", "מחזק" – נראה שחלק מן העוקבים אכן עושים זאת.

"טפטופי דרשות" חושפים מידע חלקי המתמקד בנושאים שבקדושה, ורק במעבר לדרשה המלאה נחשף גם מידע אקטואלי כפי שהוא מקובל בדרשנות היהודית. אך אין להסיק מכך שמנהלי הדפים מבקשים לאמץ באופן שיטתי שימושים מובחנים באמצעי התקשורת שברשותם (ובכללם בלוג אינטרנטי, רדיו אינטרנטי, ניוזטריס, ווטסאפ, יוטיוב ודואר אלקטרוני). המאפיין הבולט הוא מחזור אותם מסרים בפלטפורמות שונות. למשל, בדף של

הרב ברלנד מופיעה ההודעה: "אנו שמחים לבשר על פתיחת הבלוג 'אור הגאולה'. שם תוכלו ליהנות ממגוון רחב של עדכונים דיווחים ופרסומים שוטפים 24 שעות, וליהנות מהאור האין סופי של הצדיק" (26 ביוני 2014). בפועל אלה הם דפי "פרשת השבוע" ושיעורים אחרים שהרב נותן בישיבת "שובה ישראל" שבראשה הוא עומד. נעשה כאן אפוא שימוש בפלטפורמה המכונה "בלוג" להצגת עדכניות הלקוחה מן העולם התרבותי של קהל היעד, אלא שזוהי עדכניות מדומה.

עוד ממצא שעולה מן הראיונות הוא שנפתחים דפים נוספים למנהיגים, לצורך גיבוי, בתגובה לחסימות שמבצע אתר "פייסבוק" בשל הפרת זכויות יוצרים. מנהלי הדפים מתקשים לממן הפקות של סרטונים ואייקונים, והשימוש בחומרים ממקורות אינטרנטיים אחרים הוא דרך מקובלת להתמודד עם הקושי הכלכלי. זהו המשך של המאפיינים הפירטיים שהם חלק בלתי-נפרד מניהול תעשיית התקשורת בחברה החרדית עוד מתקופת הקלטות ו"ערוצי הקודש" (עמרן, 2006).<sup>25</sup>

למרות שהפייסבוק של המנהיגים הרחניים מתאמץ לבנות לעצמו דימוי של ערוץ ייעודי המתמקד בתכנים שבקדושה, אין הוא צפוי להתקדש כפי שקרה עם הקלטת התורנית, שהפכה למדיום סימבולי, ואף שימשה מקור לגיבוש זהות קולקטיבית (עמרן, 2006). בדף של הרב אמנון יצחק (כבר לא פעיל), נכתב: "דף זה איננו רשמי ויש למחוק חשבון פייסבוק האישי כי רובו נגד התורה ויש בו דברים רעים. הדף נועד לאלו שעוד לא סגרו". עם זאת, ההסתה יגות מן הפייסבוק היא כאין וכאפס לעומת העמדות השליליות, במיוחד של הממסד הרבני, כלפי הוויסאפ (סופר, "המודיע", תשע"ה).

הטענה כנגד הוויסאפ היא שאין בו שליטה על התכנים, מה גם שהם בעלי פוטנציאל ויראלי. הרב ברוד, דובר חב"ד, ציין בפניי ששנות הפעילים בחב"ד מודאגות מצילומי הפרופיל של נשים בוויסאפ של בעליהן. למרות זאת, אצל חלק מן המנהיגים הוא הפך לכלי הפצה מרכזי. למשל, רונייה כהן שולחת מדי ערב מסרונים לכ-1000 אנשי-קשר. לדבריה, המסר הופך מיד ויראלי ומגיע לעיני המונים. בדף של הרב זר מוצע לציבור להצטרף לקבוצת הוויסאפ היומי "ומובטח לקבל בכל יום עדכונים מדליקים" (26 ביוני 2016). ההצדקה של מנהלי הדפים היא שלגבי מי שמשתמשים ממילא באמצעי זה - עדיף שייחשף למסרים במסגרות שהם מציעים. זוהי אפולוגטיקה שמזכירה את מה שצרפתי ובלייס (2002) מכנים "מובלעת וירטואלית".

הדילמות דומות גם כשמדובר בפייסבוק: מן הראיונות עולה שהחשש ל"החטאה עצמית" מתמונות פרופיל של בחורות הוא הסוגיה המרכזית שעמה נאלצים מנהלי הדפים להתמודד במישור המוסרי. פתרון אחד הוא שנסים הן שתפעלנה את הדף. רונייה כהן, למשל, החליפה מנהל בחור שפרש מתפקידו בשל כשל מוסרי זה. לדבריה, "הוא החטיא את עצמו". אפשרות שנייה היא שימוש בתוכנת Hootsuite. אפשרות שלישית, עליה הצביע יעקב פסל מ"ערכים" בריאיון עמו, היא לצמצם את השימוש בפייסבוק כאמצעי מרכזי להפצת אמונה.

<sup>25</sup> ישנן עוד סיבות לפתיחת דפים נוספים. למשל, לרב פנור יש דף המופעל על-ידי "הידברות", ודף נוסף למטרותיו המסחריות. כמו כן, קבוצות תומכים פותחות דפים, אך לרוב אינן מתמידות בכך.

אם ארגון ותיק ומוביל כמו "ערכים" נמנע מלפתח את הפייסבוק כפלטפורמה מרכזית למטרה זו – הרי שהסיכוי להתקדשותו הוא קלוש.

## דיון

המנהיגות החוץ-ממסדית צמחה בזיקה להיחלשות ההנהגות הרשמיות. כתוצאה מכך נפתח אצלה פתח לאימוץ דפוסים הטרודוקסיים, המאתגרים את הדת הממסדית, והשימוש בפלטפורמת הפייסבוק הוא רק דוגמה לכך. הפייסבוק הוא נדבך חדש במערכת יחסי הגומלין המתקיימת לאורך שנים בין טכנולוגיות התקשורת לבין ההנהגה החוץ-ממסדית. השימוש בטכנולוגיות-תקשורת הוא חלק בלתי-נפרד ממאמציה של הנהגה זו להשיג את יעדיה (פלדמן, 2009: 101), ועיצוב הפייסבוק באופן השומר על ערכי היסוד של החברה המסורתית, מאפשר לחברה זו להצדיק את המשך פעילותה התקשורתית באמצעי שנוי במחלוקת.

עם זאת, אמביוולנטיות ערכית ומוסרית היא בלתי-נמנעת, ולראיה: יש מנהיגים המתנערים מן האחריות לניהול הדף; יש תוכנת מחשב שמפחיתה למינימום את הקשר בין מנהלי הדפים לבין הפייסבוק; וכבר קרה שמנהל עזב כדי שלא "להחטיא את עצמו". על פניו ניכר כי הפייסבוק לא יוכל להיתפס ככלי הראוי להתקדש, למרות שמנהלי הדפים מנסים לשוות לו תפקיד ייעודי של אמצעי המתמקד בנושאים שבקדושה, ולמרות שיש בו תכונות המחזקות פרקטיקות של הפצת אמונה.

ניכר כי עיצובו מחדש של הפייסבוק אינו רק פשרה במישור הערכי, אלא שהמניע לכך הוא גם תועלתני: לבסס את הלגיטימיות והסמכות של המנהיג הרוחני באמצעות פיקוח על התכנים ושמירה על גבולות השיח. לכן החשש מפני "טרור של מידע" אינו רלוונטי, שהרי ננקטות ממילא פעולות עריכה. הקהל מצידו משתף פעולה, ולמרות שחלק מן העוקבים מצונזרים – רבים מהם מוכנים עדיין לקבל את "כללי המשחק" המוכתבים, ולראיה – מספר העוקבים ההולך ורב. ההערצה הבלתי-מסויגת בתגובות העוקבים כלפי מנהיגים שהורשעו בדיון, עשויה לנבוע מביקורת על הפייסבוק היוצר קהילה שבאמצעותה ביכולתנו לבדוד את עצמנו ולא לשמוע דעות ותפיסות שעמן אין אנו מסכימים (Wittkower, 2010: xxiv).

האם הפייסבוק "נוגס" במסגרות הדת אופליין? בכינוס של הרב אמנון יצחק במבשרת-ציון (2014), נכח קהל מצומצם של עשרות, לעומת המאות שהיו מגיעים לכינוסיו בעבר. בתשובה לשאלה, הוא ענה שהקהל שלו "עבר לצפייה ביוטיוב ובשידורים חיים מבלי לצאת מהבית".<sup>26</sup> אלא שהידלדלות הקהל במסגרות אופליין מדאיגה ארגוני-דת ברחבי העולם. ההבנה היא שלא ניתן לשמר את הסמכות ואת הלגיטימיות של המנהיג והדוקטרינה ללא ייזום וטיפול פעילויות-שטח משלימות, כמו טקסים ולימודים פרונטליים (Herring, 2005). המטרה צריכה להיות השלמה הדדית ולא פגיעה הדדית.

ואכן, יחסי הגומלין בין מסגרות הדת אופליין והמסגרות אונליין, ניכרים בהזדמנויות רבות. למשל, הפייסבוק משמש "לוח מודעות", ואין-ספור כרזות מעוצבות מועלות לגבי

<sup>26</sup> בשנות ה-90 ובתחילת המילניום, נצרכה תקשורת מתווכת גם במסגרות קהילתיות אופליין. כך לגבי דרשות הלוויין של הרב עובדיה יוסף, שהיו נצפות במשותף בבתי-כנסת; וקלטות הווידאו של הרבי מלובביץ, שהיו נצפות במעגל סגור במרכזי חב"ד.

כינוסים צפויים, ובהמשך מתפרסם תיעוד מן השטח המעיד על הצלחתם. בדף הבית של הרב מאמו מופיע צילום של רבבות המניפים ידיים כלפי המנהיג הנערץ בכינוס המוני. גם תגובות העוקבים מאשרות את הצלחת מסגרות האופליין. למשל, בדף של הרב איפרגן:

"התיקון כל פעם מרגש אותי מחדש זכות גדולה נפלה בחלקנו להיות חלק ממעמד קדוש כזה" (18 בדצמבר 2014).

נראה, שיותר משהדת משנה את פניה, הדת **מרחיבה את פניה**. מתוספים לה נדבכים חדשים המסייעים במימוש האופציה של המשכיות והשלמתיות. בין היתר, הפייסבוק מכוון עצמו להיות שלב מעבר לקראת תקשורת משמעותית יותר בכל הקשור להידוק הקשר בין העוקבים לבין המנהיגים. הוא אינו נתפס כפלטפורמה שמתאימה לדיאלוג, למרות שיתרונותיו הטכנולוגיים מאפשרים זאת.

אנו עדים אפוא **לאבולוציה של השימוש באמצעי התקשורת** במסגרת הדת העממית, שמתאימה עצמה לתנאים המשתנים. צ'אנוג ואחרים (Cheong et al, 2011) טוענים כי במסגרות אונליין התפתח מרחב חדש של פרשנויות וסינתזות המאפשר לסמכות הדתית להשיג לגיטימציה מחודשת. בדפים שלפנינו הפוסטים מועלים על רקע של אייקונים מסורתיים בשילוב אפקטים ויזואליים בסגנון "העידן החדש" ליצירת מסר מקוון אשר מבקש בחלקו להיענות לעולם התרבותי של קהל היעד, ובחלקו האחר, יש להניח שהוא משקף הטמעה של אותם יסודות בזהות העצמית של המנהיגים (גודמן, 2002). ניכרת גם רטוריקה וצורת חשיבה חדשנית אצל מנהלי הדפים ביחס להפצת האמונה. למשל, נאמר לי כי "הדרשה של הרב היא קואוצינג ללא תשלום".

ראוי להוסיף שאין דגם "טהור" להתנהלות של דף: למשל, הרב יגאל שריקי מציג חזות של רב ליטאי, ללא אייקונים ברוח "העידן החדש", הוא מעלה סרטונים של הילולות, נמנה על שדרת המקובלים העממיים, אך בדף שלו מתגלה פתיחות וסממנים ישראלים שאינם קיימים אצל מנהיגים אחרים. הוא היחיד שספד לשמעון פרס לאחר מותו; הוא העלה פוסט צילום משותף עם בכיר באקדמיה (פרופ' הלפרין); והוא אף מציג תמונות נשים. לעומת זאת, אצל הרב לסרי, המורגל בהופעה מול ציבור חילוני זה שנים, הפוסטים הם שמרניים ומסורתיים ואינם כוללים תמונות נשים.

הפופולריות של המנהיג בשטח, השקפתו לגבי הפייסבוק והתפקוד של צוות הניהול, הם בין הגורמים שיקבעו אם יפתח דף מלכתחילה, ואם תהיה בדף זה מגמת ריבוי של עוקבים, או קיבעון שיוביל לדעיכה. עם זאת, אין מודל ברור להצלחה. אצל הרב זר חדל צוות הניהול מכל אינטראקציה עם ציבור העוקבים, ומספרם נתון בירידה. האם לפנינו סיבה ותוצאה? לא בטוח, מאחר שדוגמה הפוכה ניכרת אצל רב אחר – הרב יעקב עדס, שדף המיוחס לו נפתח רק לפני מספר חודשים (יולי 2016), מספר הפוסטים בו קטן, אין בו דיאלוג עם העוקבים, ואף על פי כן קהל העוקבים שלו מונה כיום 38,000. בשנים האחרונות קנה לו הרב עדס מעמד של צדיק ו"מקובל", ונראה שהציבור נוהר אחריו ממסגרות האופליין.

## סיכום

מחקר זה בדק דפי פייסבוק ציבוריים של 17 מנהיגים רוחניים חוץ-ממסדיים באמצעות ניתוחי תוכן וראיונות. המטרה הייתה לבחון באילו אופנים מתבצעת הבניה של סמכות המנהיג ליצירת סמכותיות מורחבת בין הדת אונליין לבין הדת אופליין. לשם כך נבחנו ארבע קטגוריות המקיפות היבטים שונים של התנהלות הדפים: (א) הפוסטים, שהסתמכו על ארבעה ממדים של סמכות, לפי התפיסה שסמכות נבנית לא רק על בסיס הכריזמה של המנהיג, אלא גם על אידאולוגיה, טקסטים קנוניים ו"מבנים" (קבוצות וארגונים); (ב) אינטראקציה בין מנהלי הדפים לעוקבים, שהמאפיין המרכזי שלה הוא הימנעות מדיאלוג; (ג) תגובות העוקבים, מהן עולה הערצה כלפי המנהיג והשלמה עם אופני הניהול של הדפים; (ד) הפייסבוק עצמו, שמאפייניו ויחסי-הגומלין בינו לבין אמצעי-תקשורת נוספים, מאפשרים להרחיב ולשכלל אידאולוגיות ופרקטיקות.

המאפיינים הבולטים שעלו בכל אחת מן הקטגוריות, מלמדים כי לא פחות מן המטרה המוצהרת של מנהלי הדפים – לקרב רחוקים לאמונה – מטרתם היא ליצור סביב המנהיג מעגלי תמיכה ואהדה חדשים, להמשך ביסוס הלגיטימציה והסמכות שלו במסגרות אופליין ואונליין. אלא שלא בטוח ששתי המטרות, המוצהרת והבלתי-מוצהרת, הן בהישג יד, מאחר שמתקיים "שכנוע של המשוכנעים". מדובר בקהל שרובו בעל זיקה קודמת לאמונה ממילא, כפי שניכר בתקשורת אונליין גם בקרב קבוצות דתיות בעולם. נכון שבכך אין הלימה בין ממצאי שתי שיטות המחקר – הראיונות וניתוחי התוכן, וזאת מאחר שהמרוויינים מכוונים לכך שהחילונים הם הקבוצה הדומיננטית. ייתכן כי "האמת" מצויה בפשרה ויש יותר חילונים עוקבים ממה שניכר, אך לא המונים מושפעים מהחשיפה לדף כפי שמנהלי הדפים אוהבים להציג. בנוסף, הטיעון לפיו הפייסבוק מסייע במלאכת הקירוב, מאפשר להצדיק מלכתחילה את השימוש באמצעי-תקשורת זה, השנוי במחלוקת.

התזה לפיה המנהיגות החוץ-ממסדית מנסה ליצור חזית מגובשת אל מול הממסד הרבני ולקבל ממנו הכרה, נתמכת במידה חלקית בדברי המרוויינים שהתייחסו לקיומו של מתח בינם לבין הממסד הרבני על רקע הפעלת הדף, ובמידה רבה על מחקריה של פלדמן (2009, 2012) בהקשר של הבניית הכריזמה של מנהיג רוחני אל מול הממסד הרשמי. תזה זו נתמכת גם בדברי ביקורת פנים-חרדיים, המעידים על הקושי לקבל מנהיגים שלא צמחו במסגרות הרשמיות. למשל, אצל קפלן (2007: 131): "כל מיני 'רבנים' ו'מקובלים' אשר מלבד העובדה שעטו על עצמם גלימה.... על מי הם עובדים? בעיקר על החילונים והמסורתניים שאינם מכירים את צדיקי הדור באמת".

הכיוון המסתמן הוא פיתוח אפליקציות תורניות (Wagner, 2013) שלטענת המרוויינים יהיו ידידותיות למשתמש ובעלות אמצעי-אבטחה להגנה מפריצת גדרי המסורת. האפשרות לדיאלוג מקוון בין מנהיג לבין העוקבים אחריו תיפגע אמנם יותר, וגם עלויות הפיתוח יקרות, אך יש להניח שהתהליך הננקט לגבי הפייסבוק – עיצוב מחדש של הטכנולוגיה – ימשיך להטביע את חותמו על הדרכים שנוקטת החברה היהודית המסורתית להגברת השליטה באמצעים הטכנולוגיים שבשימושה.

## מקורות

- אוקון, שי 2016. חרדים ברשת: משחקי זהות בקהילה החרדית בקהילה החרדית המקוונת, **חקר החברה החרדית** תשע"ו 2015/2016 (מרץ, 2016) : 56-77. נדלה ב-10 בדצמבר 2016  
<http://www.haredisociety.org/uploads/files/515159282502909157>
- אלאור, ת' 2006. **מקומות שמורים: מגדר ואתניות במחוזות הדת והתשובה**. תל-אביב: עם עובד.
- בילו, י' ומרק, צ' 2013. בין צדיק למשיח: קווי מתאר לניתוח השוואתי של חסידות חב"ד ושל חסידות ברסלב, **עיונים בתקומת ישראל: מאסף לבעיות הציונות, הישוב ומדינת ישראל** 23 : 350-377.
- בלונהדיים, מ' 1997. כלי תקשורת תרבותיים במעבר, מהדרשה המסורתית לעיתונות היהודית, **קשר** 21 : 63-79.
- כץ, א' 2014. דרכי שו"ת חדשות (טלפון אינטרנט ומסרונים)- יתרונות, חסרונות ומסקנות, **המעין** נה(ב) [טבת תשע"ה] : 212, 52-62. נדלה ב-15 בדצמבר 2016 :  
<https://www.machonso.org/uploads/images/212-16-56-62.pdf>
- גודמן, י' 2002. החזרה בתשובה וזהויות דתיות חדשות בישראל בתחילת שנות האלפיים, **המרכז לפיתוח על שם פנחס ספיר ליד אוניברסיטת תל-אביב**. נייר דיון מס' 15. נדלה ב-15 בדצמבר 2016 :  
<http://primage.tau.ac.il/libraries/breder/booksf/1623771.pdf>
- דהן, א' 2006. "דירה בתחתונים", **משנתו המשיחית של רבי מנחם מנדל שניאורסון**. עבודת דוקטורט, האוניברסיטה העברית בירושלים.
- הכטר, ת' 2014. בדיחה זה לא רק דבר מצחיק: השימוש בבדיחות בקרב קהילה וירטואלית חרדית כביטוי לתופעה חברתית, **מגמות** מט(4) : 722-753.
- טרנר, ו' 2004. **התהליך הטקסי, מבנה ואנטי מבנה**. תל-אביב: רסלינג.
- לאו, ב' 2006. אורתודוקסיה ליטאית בגוון מזרחי: הרב עובדיה יוסף. בתוך: שלמון, י' רביצקי, א' ופרזיגר, א' (עורכים), **אורתודוקסיה יהודית- היבטים חדשים** (499-522). ירושלים: מאגנס.
- לוי-רוזליס, מ' 2011. שימוש בהיגיון חקר אבדוקטיבי: הגיון החקר של הגילוי ככלי לבניית הסבר מוצק לממצאי הערכה אמורפיים ובלתי צפויים, **ביטחון סוציאלי** 85 : 29-47.
- ליאון, נ' 2007. על מודרניות, חילון וניעות דתי: לשאלת התחדשות ההנהגה הרבנית הקהילתית ביהדות המזרחית, **סוגיות חברתיות בישראל** 4 : 5-31.
- ליאון, נ' 2009א. בניית סמכות קהילתית מקומית בתנועת התשובה החרדית-מזרחית. בתוך: קפלן, ק' ושטדלר, נ' (עורכים), **מנהיגות וסמכות בחברה החרדית בישראל: אתגרים וחלופות** (164-185). ירושלים: מכון ון-ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד.
- ליאון, נ' 2009ב. **חרדיות רכה, התחדשות דתית ביהדות המזרחית**. ירושלים: יד יצחק בן-צבי.

**חקר החברה החרדית, כרך 5, תשע"ח 2017/2018 (פברואר 2018): 66-39**  
מכון ירושלים למחקרי מדיניות

ליאון, נ' 2011. בין סוציולוגיה לפוליטיקה של המקף: הפרובלמטיקה של החרדיות המזרחית, **פעמים** 125-127, (תשע"א) 207-234.

ליאון, נ' 2012. המטיף ההדיוט. בתוך: אילן, נ' הורוביץ, כ' וקפלן, ק' (עורכים). **דורש טוב לעמו** (199-230). ירושלים: מרכז זלמן שזר.

ליאון, נ' 2012. הקלטת היא המסר: פונדמנטליזם, תקשורת וגיוס פוליטי בתנועת ש"ס, **תרבות דמוקרטית** 14: 201-221.

ליאון, נ' 2012. האחריות כלפי האחר: לשאלת ייעודה של חברת הלומדים במורשת הרב עובדיה יוסף. בתוך: קפלן, ק' ושטדלר, נ' (עורכים). **מהישרדות להתבססות: תמורות בחברה החרדית בישראל ובחברה** (233-251). ירושלים: מכון ון-ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד.

ליאון, נ' 2013. דיוקנאות רבנים בבית החרדי בישראל כאיקונות של זהות: פרק באנתרופולוגיה של תרבות חומרית, **ישראל** 21: 203-223.

ליאון, נ' 2016. **המצנפת והדגל: לאומיות-שכנגד בחרדיות המזרחית**. מכון ון ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד.

לימור, י' ונווה, ח' 2007. **הרדיו הפיראטי בישראל**. חיפה: פרדס.

לב-און, א' ונריה בן-שחר, ר' 2009. פורומים משלהן: עמדות ביחס לאינטרנט בקרב הגולשות בפורומים סגורים המיועדים לנשים חרדיות, **מסגרות מדיה** 4: 67-105. נדלה ב-15 בדצמבר 2015: <http://www.isracom.org.il/.upload/MF4-067-105-LEVON.pdf>

נריה בן-שחר, ר' 2012. ההגדרה העצמית של נשים חרדיות באמצעות דפוסי החשיפה לעיתונות החרדית. בתוך: קפלן, ק' ושטדלר, נ' (עורכים). **מהישרדות להתבססות: תמורות בחברה החרדית בישראל ובחברה** (137-161). ירושלים: מכון ון ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד.

נריה בן-שחר, ר' ולב-און, א' 2013. מגדר, דת וטכנולוגיה חדשה: תפיסות, עמדות, דפוסי התנהגות ושימוש באינטרנט בקרב נשים חרדיות העובדות בסביבות עבודה ממוחשבות, **מגמות** מט(2): 272-306.

סופר, ס', קהילות הקודש מאוחדות – כנס הרבנים המיוחד של "איגוד הקהילות" לקביעת גדרים וסייגים בעניין תקשורת וטכנולוגיה – בהיר לרבים. "המודיע", תוספת לגיליון (מוסף החג) ד' בסיוון תשע"ה, עמ' 10-14.

עמרון, מ' 2006. **אמצעי-תקשורת בשירות החברה החרדית: מקומם של קלטות האודיו ואמצעים נוספים כסמני רצף ותמורה בחברה החרדית**. עבודת דוקטורט, האוניברסיטה העברית בירושלים.

עמרון, מ' 2015. **אמצעי-תקשורת בחברה החרדית כסמני רצף ותמורה בחברה החרדית, קשר** 47: 114-126.

פלדמן, ע' 2009. הבניית הכריזמה של מנהיגות דתית חוץ-ממסדית בת זמננו: המקרה של "הרנטגן", **סוגיות חברתיות בישראל** 7: 85-119.



**חקר החברה החרדית, כרך 5, תשע"ח 2017/2018 (פברואר 2018): 66-39**  
מכון ירושלים למחקרי מדיניות

פלדמן, ע' 2012. קהילות אמונה חדשות: המקרה של קהילת מבקשי הנס, **פוליטיקה: כתב עת למדע המדינה וליחסים בין לאומיים** 21: 180-210.

צרפתי, א' ובלייס, ד' 2002. בין מובלעת תרבותית למובלעת וירטואלית: החברה החרדית והמדיה הדיגיטלית, **קשר** 32: 47-55.

צרפתי, א' ולירן-אלפר, ד' 2010. ברוך שלא עשני אישה? ניצני שיח נשי-פמיניסטי בעיתונות החרדית המסחרית, **קשר** 40: 126-138.

צרפתי, א' וזאבי, ע' 2012. "מדברים כהלכה": על רטוריקה של פרסומות בעיתונות החרדית, **מסגרות מדיה** 8: 89-114. נדלה ב- 10 בינואר 2017:

[www.isracom.org.il/.upload/Media%20Frames%208%20internet\\_Part7.pdf](http://www.isracom.org.il/.upload/Media%20Frames%208%20internet_Part7.pdf)

קפלן, ק' 2001. כלי התקשורת בחברה החרדית בישראל, **קשר** 30: 18-30.

קפלן, ק' 2006. החרדיות המזרחית והדת העממית: שני מקרי מבחן. בתוך: רביצקי, א' (עורך). **ש"ס, היבטים תרבותיים ורעיוניים** (443-483). תל אביב: עם עובד.

קפלן, ק' 2007. **בסוד השיח החרדי**. ירושלים: מרכז זלמן שזר.

קפלן, ק' ושתדלר, נ' 2009. **מנהיגות וסמכות בחברה החרדית בישראל, אתגרים וחלופות**. ירושלים: מכון ון ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד.

רוזנברג, ח' וראשי, צ' 2014. "מדיום) חדש מפני ישן תוציאו": הפשקווילים במאבקם למען הסולר הכשר, **עיונים בשפה וחברה** 6(2): 71-95. נדלה ב-15 בדצמבר:

<https://samba.huji.ac.il/+CSCO+0h756767633A2F2F796E6174686E74726E61>

[716662707672676C2E6E6766636E70722E7268+/pdf/6-2014-2.pdf](https://samba.huji.ac.il/+CSCO+0h756767633A2F2F796E6174686E74726E61716662707672676C2E6E6766636E70722E7268+/pdf/6-2014-2.pdf)

שקדי, א' 2003. **מילים המנסות לגעת: מחקר איכותני: תיאוריה ויישום**. תל-אביב: רמות-אוניברסיטת תל-אביב.

שרעבי, א' 2013. זיכוי הרבים: ההיגיון הקפיטליסטי בתנועת תחייה דתית בישראל, **סוציולוגיה ישראלית** יד(2): 391-412.

Campbell, H. 2005. Spiritualising the Internet: Uncovering Discourses and Narratives of Religious Internet Usage. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 1(1): 1-26. [heidelberg.de/volltextserver/5824/1](http://www.heidelberg.de/volltextserver/5824/1) נדלה ב-20 ביולי 2017.

Campbell, H. 2007. Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet. *Journal of Computer: Mediated communication* 12(3): 1043-1062.

נדלה ב-3 בינואר 2017:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x/abstractphbyu>

Campbell, H. 2010. Religious Authority and the Blogspher. *Journal of Computer-Mediated communication* 15(2): 251-276.

נדלה ב-15 בדצמבר 2016:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2010.01519.x/epdf>

Campbell, H. 2011. Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society. *Journal of the American Academy Religion* 80(1): 64-93.

נדלה ב-15 בינואר 2017:

[http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41333928/JAAR\\_article-FINAL-Nov\\_2011.pdf?AWSAccessKeyId](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41333928/JAAR_article-FINAL-Nov_2011.pdf?AWSAccessKeyId)

Campbell, H. & Bellar, W. 2015. Sanctifying the Internet -Aish HaTorah's Use of the Internet for Digital Outreach. In: Campbell, H. (ed.), *Digital Judaism: Jewish Negotiations with Digital Media and Culture* (74-90). New York and London: Routledge.

Chavez, M. 1994. Secularization as Declining Religious Authority. *Social Forces* 72(3) :749-774.

Cheong, H. P. Huang, S. & Poon, H. 2011. Religious Communication and Epistemic Authority of Leaders in Wired Faith Organizations. *Journal of Communication* 61(5): 938-958.

Cheong, H. P. 2011. Religion and Social Media: Got Web? *Media Development*, 58(1): 23-26.

נדלה ב-3 בינואר 2017:

<https://samba.huji.ac.il/+CSCO+10756767633A2F2F6A726F2E6E2E726F66>

[7062756266672E70627A++/ehost/pdfviewer/pdfviewer?](https://samba.huji.ac.il/+CSCO+10756767633A2F2F6A726F2E6E2E726F6670627A++/ehost/pdfviewer/pdfviewer?)

Cheong, H. P. 2013. Authority. In: Campbell, H. (ed.), *Digital Religion- Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (72-87). London and New-York: Routledge.

Cohen, Y. 2016. The Israeli Rabbi and the Internet. In: Campbell, H. (ed.), *Digital Judaism: Jewish Negotiations with Digital Media and Culture* (183-204). New York: Routledge.

Coppedge, A. D. 2009. *The Reason Your Church Must Twitter*. E-book.

נדלה ב-3 בינואר 2017:

[http://www.southernhiosynod.org/aws/SOS/asset\\_manager/get\\_file/20639](http://www.southernhiosynod.org/aws/SOS/asset_manager/get_file/20639)

Cowan, D. 2004. Contested Spaces: Movement, Countermovement, and E-Space Propaganda. In: Dawson, L. & Cowan, D. (eds.), *Religion Online: Finding Faith on the Internet* (255-272). London: Routledge.

נדלה ב-3 בינואר 2017:

<https://books.google.co.il/books?hl=iw&lr=&id=QoOn2VBPUM0C&oi=fnd&pg=PR7&dq=contested+spaces+movements>

Fischer-Nielsen, P. 2012. Religious Online Developments in a Secular Context. *Masaryk University Journal of Law and Technology* 6(1): 49-62.

נדלה ב-3 בינואר 2017:

<https://journals.muni.cz/mujlt/article/viewFile/2595/2159>

Fukamizu, K. (2007). Internet Use Among Religious Followers: Religious Postmodernism in Japanese Buddhism. *Journal of Computer-Mediated communication* 12(3): 977-998.

נדלה ב-3 בינואר 2017:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00359.x/epdf>

Gazda, I. & Kulla, A. 2013. The Use of New Media in the Catholic Church. *Informatol* 46(3): 232-239.

נדלה ב-3 בינואר 2017: <http://www.academia.edu/5004451>

Gelfgren, S. 2015. Why Does the Archbishop Not Tweet? How Social Media Challenge Church Authorities. *Nordicom Review* 36(1): 123-109.

נדלה ב-15 בדצמבר 2016: <http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel->

Herring, D. 2005. Virtual as contextual: A Net news theology. In: Dawson, L. & Cowan, D. (eds.), *Religion and Cyberspace* (149-165). London: Routledge.

Introigne, M. 2005. A Symbolic Universe: Information Terrorism and New Religions in Cyberspace. In: Hojsgaard, M. & Warburg, M. (eds.). *Religion and Cyberspace* (102-118). London: Routledge.

נדלה ב-15 בינואר 2017 <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/1165/598>

Kent, M. L. & Taylor, M. 2002. Toward a Dialogic Theory of Public Relations. *Public Relations Review* 28: 21-37.

נדלה בתאריך: 15 בדצמבר 2016:

[https://www.researchgate.net/publication/222652237\\_Toward\\_a\\_Dialogic\\_Theory\\_of\\_Public\\_Relations](https://www.researchgate.net/publication/222652237_Toward_a_Dialogic_Theory_of_Public_Relations)

Kulver, R. & Cheong, H. P. 2007. Technological Modernization, the Internet, and Religion in Singapore. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(3): 1122-1142.

נדלה ב-3 בינואר 2017:

<https://asu.pure.elsevier.com/en/publications/technological-modernization-the-internet-and-religion-in-singapore>

Lövheim, M. 2008. Rethinking Cyberreligion? Teens, Religion and the Internet in Sweden. *Nordicom Review* 29(2): 205-217.

נדלה ב-15 בדצמבר 2016:

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:126971/FULLTEXT01.pdf>

O'Leary, S. & Brasher, B. E. 1996. The Unknown God of the Internet. In: Ess, C. (ed.), *Philosophical Perspectives on Computer-Mediated Communication* (233-269). Albany, NY: SUNY Press.

O'Leary, S. 1996. Cyberspace as Sacred Space: Communicating Religion on Computer Networks. *Journal of the American Academy of Religion* 64(4): 781-808.

Ryan, G. W. & Bernard, H. R. 2003. Techniques to Identify Themes. *Field Methods* 15: 85-109.

Strauss, A. & Corbin, J. 1998. *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks: Sage.

Teusner, P. E. 2013. Formation of a Religious Technorati: Negotiations of Authority Among Australian Emerging Church Blogs. In: Campbell, H. (ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (182-189). London and New-York: Routledge.

Wagner, R. 2013. You are What You Install: Religious Authenticity in Mobile Apps. In: Campbell, H. (ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (199-206). London and New York: Routledge.

Wittkower, D. E. 2010. *Facebook and Philosophy: What's on Your Mind?* Chicago: Open Court.

Wu, W. & Koo, S. H. 2001. Perceived Effects of Sexually Explicit Internet Content: The Third-person Effect in Singapore. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 78: 260-274.