

אמצעי התקשורת הייחודיים לחברה הדתית והחרדית

עלוני פרשת השבוע ופשקווילים-עריכה וסיכום הנושא: הדס מיכאליס

מטרות:

להכיר ולהבין את אמצעי התקשורת הייחודיים לחברה הדתית-חרדית ובהם מגוון עלוני בית הכנסת ומודעות קיר (פשקווילים)

נושאים:

- * הגורמים שהובילו להתפתחותם של עלוני בתי הכנסת(דתיים, לאומיים, חברתיים, וטכנולוגיים)
- * תפקודם של עלוני בתי הכנסת כתקשורת אלטרנטיבית
- * תפקידם של עלוני בתי הכנסת בהגברת המודעות הפוליטית דתית ובהיווצרות הגמוניה דתית
- * תפקידם של הפשקווילים בחברה החרדית
- * הנושאים המרכזיים בהם עוסקים הפשקווילים
- * זהותם של מפרסמי הפשקווילים
- * המקומות המועדפים לתלייתם
- * הישרדות הפשקוויל כמדד להתקבלות

מקורות:

- אמצ"ת הייחודיים בחברה הדתית והחרדית- ד"ר צוריאל ראשי
- עיתונות לחצי עם- ד"ר יונתן כהן
- מודעות הקיר במאה שערים- משה שפירא
-

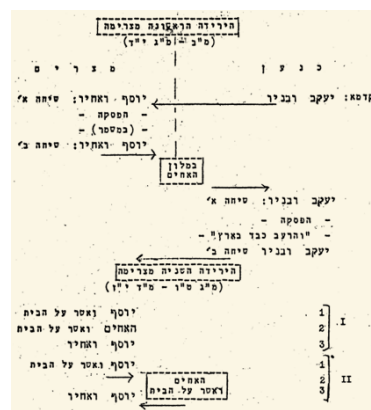
עלוני פרשת שבוע

עלוני פרשת השבוע - מבוא

אל שפע המקומונים הרואים אור ברחבי ישראל, נוסף בשנים האחרונות ענף מיוחד - עיתוני בתי הכנסת. המדובר בכמה עשרות עיתונים ועלונים הרואים אור מדי שבוע, אחדים כלל ארציים ורבי תפוצה ורובם מקומיים ודלי תפוצה.

מטרתם המרכזית של מערכות אותם עלונים - הפנמת מסרים העולים בקנה אחד עם משנתם הרעיונית של העורכים ורביניהם בקרב כלל הציבור.

העיתונים הללו הם גלגול חדשני למפעל ישן - גיליונות לעיון ולימוד בפרשת השבוע" שערכה וכתבה פרופ' נחמה לייבוויץ' ז"ל. מפעלה זה החל לפני 40 שנה במתכונת פשוטה ביותר - דפים פשוטים שהודפסו בסטנסיל משני עברי הדף והופצו באלפי עותקים והביאו לרבים את "הנשמה היתרה" של השבת. דפים אלו שימשו ללימוד מונחה של נושאים שונים בפרשת השבוע.



גליונות נחמה



"שיחת השבוע" בעריכת הרב מנחם ברוד, הרואה אור מטעם צעירי חב"ד הוא הנפוץ בעיתונים אלו - 190,000 עותקים מדי שבוע, כתפוצתו של המקומון הנפוץ ביותר ("העיר"). אחריו יש לציין את "מעין השבוע" של תנועת ש"ס המונה כ - 130,000 עותקים. "שבת בשבתו" בעריכת חוקר החסידות ד"ר יצחק אלפסי רואה אור מטעם המרכז לחינוך דתי בשיתוף המפד"ל, ותפוצתו 98,000 עותקים. "עונג שבת" בעריכת המשפטן שמואל כהן יוצא לאור מטעם החוגים הדתיים בליכוד ונפוץ ב - 40,000 - 50,000 עותקים. הדוגמאות שהובאו מעידות על מידת הפופולאריות לה זוכים עיתונים אלו, שרבים אוספים ואוגדים אותם כדי לקרוא בהם גם בעתיד.

העלונים רבי התפוצה הם אלו המסונפים לארגונים פוליטיים ודתיים ידועים. העלונים של המפלגות כוללים עלון של המפד"ל ("שבת בשבתו"), של דגל התורה ("תודעה"), של הליכוד ("עונג שבת") ושל ש"ס ("מעין השבוע"). ("עלונים מארגונים בעלי גוון דתי כוללים שני עלונים חשובים של חב"ד ("שיחת השבוע" ו"שיחת הגאולה"), עלון של מכון מאיר ("באהבה ובאמונה"), ועלון הנקרא "ערכים" היוצא כל שבועיים בידי עמותת ערכים. בכל העלונים הללו נתן למצוא עיסוק אקטואלי, והם העלונים הידועים ביותר ומופצים ברחבי הארץ. נוסף עליהם מופיעים עלונים רבים בעלי תפוצה נמוכה יותר. חלקם של העלונים הקטנים הינם בעלי גוון פוליטי מובהק, כמו "דרכה של תורה - העלון להפצת הרעיון היהודי", הנערך בידי בנימין זאב כהנא מיישיבת הרעיון היהודי בכפר תפוח, או עלון חדש בשם "לכתחילה". לעומתם, בעלונים רבים כמו "דף שבועי" של אוניברסיטת בר-אילן, אין כל נגיעה אקטואלית. עלונים נוספים יוצאים לאור ע"י מרכזים קהילתיים מקומיים או בתי-ספר, ומופצים באופן מצומצם ואף מקומי. באופן רגיל שולחים מפיקי העלונים מספר עלונים לאנשי קשר בכל ישוב, המפיצים אותם לגבאי בתי הכנסת, שמניחים אותם בבית הכנסת לטובת הציבור. גופים מסוימים החלו להוציא לאור עלונים בשפות שונות: אנגלית, רוסית, אמהרית, פרסית וגרוזינית. אחדים מן העלונים מופצים גם באינטרנט. הרחבת שיטות התפוצה מעידה בעיקר על ההתלהבות והמחויבות של העורכים, שעושים מלאכתם בהתנדבות, ואולי גם על הביקוש הגובר לערוץ תקשורת זה.

מאפייני עלוני פרשת השבוע:

- מכילים צרופים שונים של תכנים המופיעים באינטמים קצרים ובפינות קבועות כדי להקל על הקוראים הרגילים.
- תכנים כוללים: דברי תורה על פרשת שבוע, תשובות הלכתיות, ביוגרפיות של רבנים, היסטוריוגרפיה של קהילות יהודיות, חידות ותשבצים לילדים, ידיעות יח"צנות על מוסדות דתיים, חידושי לשון ומקרא, מאמרי פרשנות בענייני השעה.
- גולת הכותרת של העלונים הם המאמרים העוסקים באקטואליה. מאמרים אלו יופיעו בהבלטה רבה ועיתים רבות תוך קישור לפרשת השבוע.
- עלוני פרשת השבוע מופצים חנים, בזכות מימון ע"י תרומות ומפרסמים.
- תפוצת עלוני פרשת השבוע עומדת על סכום הנע בין חצי מיליון למיליון וחצי עותקים בשבוע.

גורמים שהובילו להתפתחות עלוני פרשת שבוע:

גורמים דתיים

- הרצון של רבנים ועורכים להפנים את משנתם הרעיונית בקרב הציבור.
- חיזוק הזהות הדתית
- הגברת הלכידות החברתית של המגזר הדתי, ע"י יצירת **קונפורמיות** (תסמונת העדר)

תפקידם של עלוני
בתי הכנסת בהגברת
המודעות הפוליטית
דתית ובהיווצרות
הגמוניה דתית

גורמים לאומיים:

- הפיכתו של בית הכנסת מוקד לשיח ציבורי במובן הפוליטי, כפי שעשו העלונים בשנים האחרונות, מגבירה את המודעות של ציבור המתפללים לגבי זהותם הפוליטית, ומחזקת בעיניהם את החשיבות של זהות דתית בשייכות פוליטית. העלונים תרמו להיווצרותה של הגמוניה ימנית בקרב המחנה הדתי, בכך שהגבירו את המודעות הפוליטית-דתית של קהלם, והם מספקים אנטיזה דתית להשקפה החילונית המובעת בערוצי התקשורת. אדם דתי הנתקל יום-יום בעמיתיו החילוניים בשכונה, בעבודה, במילואים ובמסגרות חינוך, חש שהוא מיעוט, וכי לדעותיו ולאמונותיו האותנטיות אין קיום בעולם הנאור. בשבת הוא מוצא חיזוק לאמונותיו בעלונים בתי הכנסת.
- התקשורת נתפסה בעבר כ"כללית" יותר, יותר לאומית, ואילו היום היא נתפסת כחילונית. שינוי זה תרם לרצון להקים ערוצי **תקשורת אלטרנטיביים** (חלופיים) שיהוו פלטפורמה (במה) לתפיסות לאומיות.

תפקידם של עלוני
בתי הכנסת
כתקשורת
אלטרנטיבית

גורמים חברתיים:

- תחושת ה**ניכור** הגוברת בקרב הציבור הדתי-לאומי מן הציבור החילוני¹, ובעיקר מן התקשורת החילונית, הביאה ליצירתם של ערוצי תקשורת אלטרנטיביים (=חלופיים) המיועדים לציבור הדתי לאומי והחרדי.
- תחושת הניכור הגוברת הושפעה מהמגמה של שבירת **ההגמוניה התקשורתית** של רשות השידור בישראל. הצריכה התקשורתית הפכה ממכנה משותף כלל-חברתי לחוויה קבוצתית. צפייה בטלוויזיה הפכה לעניין של טעם אישי ולדרך ביטוי של העדפות אישיות, במקום לאמצעי חיבור להוויה החברתית. כתוצאה **מהפלורליזם התקשורתי** הגובר, נוצר מצב שבו קבוצות מיעוט אינן מקבלות כמובן מאליו, שבסדר היום הציבורי יידחקו צורכיהן הקבוצתיים מפני "צרכי הכלל". כך החלו קבוצות מיעוט ובתוכם המיעוט הדתי לפתח מודעות לסוגיית הביטוי התקשורתי לצרכיהם הקבוצתיים.
- סיבה נוספת ליצירת תחושת ניכור עולה מן הטקסטים המופיעים בעלונים: בעיני הכותבים התקשורת עוסקת בנושאי דת ללא הבנה בסיסית של מערכת המושגים הדתית, והדבר מגביר את תחושת הניכור. גם האזכור המתמיד של פסקי הלכה "סנסציוניים" (יצירת מהומה) בתקשורת החילונית, ללא הבנה בסיסית של תהליכי פסיקה הלכתיים, משקף בעיני הציבור הדתי את חילוניותה וגישתה המתנשאת של התקשורת לדת.

¹ בציבור הדתי יש הרואים בתקשורת אויב ומכנים אותה "תשקורת" – מלשון שקר.

סיכום הגורמים החברתיים: כותבי העלונים רואים בתקשורת מוסד מרכזי של התרבות החילונית, והם יוצאים לא רק כנגד כלי התקשורת, אלא גם כנגד הנחות העבודה של מערכת התקשורת החילונית כולה. נראה כי העלונים מהווים עבורם ערוץ אלטרנטיבי להשמעת דעותיהם ולהשגת מטרותיהם.

גורמים טכנולוגיים:

- בעבר, הפקת מסרים תקשורתיים היתה דבר מורכב ויקר. ההתפתחות הטכנולוגית אפשרה הפקת מסרים תקשורתיים בקלות, במהירות ובמחיר זול מתמיד.

פשקווילים

פשקווילים- מבוא

מקור המילה **פשקווילים** [=מודעות הקיר] הוא איטלקי: pasquino – פסקוינו, אדם שנהג לכתוב דברי ביקורת וסאטירה על האפיפיור. שם זה ניתן לטורסו [=פסל נטול ראש] פסל עתיק שנתגלה במאה ה-16, שעליו נהגו אנשי רומא להדביק כתבים בחרוזים עליזים ועוקצניים. כתבי פלסתר אלו היו ברובם אנונימיים וכך גם רבים מהפשקווילים כיום. המונח התקבל בשפות האירופאיות עד שהתגלגל לידיש, שהייתה נפוצה בין יהודי אירופה.

אמנם בתחילה, היה הפשקוויל מיועד להשמיץ,² אך מלבד שימוש זה, הנפוץ עד היום, **משמש הפשקוויל כיום בשכונות החרדיות ככלי תקשורת לכל דבר ועניין**. זהו המדיום היחידי שהעולם החרדי על כל מגזריו נחשף אליו. מודעות אלו חשובות בעיקר לאנשי העדה החרדית ונטורי קרתא [=שומרי העיר בארמית, מראשוני האשכנזים ביישוב העברי, הדוגלים בשלילת קיומה של מדינת ישראל כמדינה חילונית]. זאת מאחר ואין להם כל עיתון יומי שיעמוד לרשותם, כדוגמת "המודיע" של אגודת ישראל או "יתד נאמן" של החרדים הליטאים, וביטאוניהם הפנימיים הם דלי תפוצה. כך שהפשקווילים מהווים **תקשורת אלטרנטיבית** בתוך המגזר החרדי המגוון.

הפשקווילים לא רק מודבקים על אבני השכונה, אלא **יש להם תפקיד חשוב בביצור חומותיה, בשמירה על סגנון החיים החרדי ומניעת השפעות מן החוץ** (כדוגמת המודעות הקוראות ללכת בלבוש צנוע)

כיום ניתן לראות את הפשקווילים בריכוזי המגורים החרדים, והן הפכו לאחד מסמליה של שכונת מאה שערים בירושלים. בשכונה זו מודבקים פשקווילים כבר מעל 100 שנה, והאמירה העממית

² וכנגד זאת יצא חוצץ החפץ חיים בספרו שמירת הלשון: "כי בְּהִלְשׁוֹן הָרָע שָׁלוֹ הוּא מְזִיקוֹ בְּסִתְרָא, וּבְפִרְט אוֹתָן כּוֹתְבֵי עֵמֶל (שְׁקוּרִין פֶּאֶסְקוּוֹיִלִין) שְׁעָלֵיהֶם נֶאֱמַר (דְּבָרִים כ"ז כ"ד), "אָרוּר מִכָּה רָעָהוּ בְּסִתְרָא" (שמירת הלשון חלק א שער הזכירה פרק ד).

אומרת ש"הן מחזיקות את קירות מאה שערים". לאחרונה, החלה עיריית ירושלים לנסות למסד את הדבקת הפשקווילים על גבי לוחות המודעות מתוך מטרה לשמור על איכות הסביבה.

מאפייני הפשקוויל

מאפיינים לשוניים - שפה:

- הפשקוויל מתייחד בשימושי לשון ייחודיים השונים מלשון העיתונות הכללית, ומי שקורא בו ואינו מהחברה החרדית או שמטבעות לשון תנ"כיים ותלמודיים שגורים על לשונו חש כי לפניו תת-לשון זרה, בשל רקעה התרבותי.
- הפשקוויל עשיר בציטוטי מקורות מהתורה שבכתב ומהתורה שבעל פה - פעמים כציטוט מדויק ולעיתים בהשאלה על פי הצורך כגון הביקורת נגד חברי הכנסת של אגודת ישראל ש"מכרו את הבכורה עבור נזיד עדשים".
- שימוש מרובה במילים מהשפה הארמית המוכרת היטב ללומדי התלמוד הבבלי.
- שימוש במושגים ובמילים ביידיש, שהיא שפה מדוברת בחברה החרדית. כך יהיה ניתן לראות במודעה אחת על נסיעה "לרגל היארצייט [=יום השנה ביידיש] יום ההילולא [=בארמית]".
- לאורך המודעות פזורים ראשי תיבות [=נוטריקונים] המוכרים רק למי ששייך לחברה זו. ניתן להשוות את השימוש הרב בנוטריקונים לשימוש הנעשה בהם בשפה הצבאית.
- חריגות דקדוקיות רבות, שריד להזנחה מימי תקופת ההשכלה במהלכה נהגו המשכילים להתפאר בידיעותיהם בתחום, ולכן הכתיבה הרבנית נטתה לזלזל בה.
- ניתן למצוא מאפיינים מודרניים – מטבעות לשון לועזיות כמו 'ארכיאולוגיה' ו'צ'רטרים' לצד מטבעות לשון מובהקים של השפה העברית כמו 'מהפך' ו'מחירים מדהימים'.

מאפיינים נוספים:

- שימוש בחתימות רבנים / ארגונים < פשקווילים רבים כוללים חתימות של דייני הבד"ץ. החשוב שבחותמים הוא הגאב"ד (=הגאון אב בית דין). חתימות הרבנים על הפשקוויל מעניקות לו תוקף של דעת תורה מחייבת ובכך הם מצליחים לגייס המונים להפגנות. פעמים הפשקוויל כולל חתימות של גופים ציבוריים כגון 'אתרא קדישא' – ארגון הפועל כנגד חפירות ארכיאולוגיות.
- שמרנות צורנית של הפשקוויל – צבע הנייר, גופן.

הנושאים המרכזיים בהם עוסקים הפשקווילים:

- הודעות על אירועים עתידיים
- גילויי דעות בנושאים העומדים על סדר היום של הקהילה
- פרסומות של חברות מסחריות

זהותם של מפרסמי הפשקווילים:

