

מדריך התאמת אירועים ותכניות לקהילה החרדית

תוכן העניינים:

הקדמה

מי?

אפיון קהל היעד
צניעות והפרדה
התאמת מרצים

איפה?

בחירת מיקום

מתי?

זמנים מיוחדים

מניעים להשתתפות:

פינוק
ערך רוחני
חיבור ללוח השנה
מענה לבעיה
מי עוד יגיע
הזדהות ערכית

פרסום ושיווק:

שפה וסגנון
סגנון עיצובי
ערוצי תקשורת
לוגואים

מה נאכל?

כשרויות כיבוד

הקדמה

אחד מעקרונות החברה החרדית הוא התבדלות וזהירות מפני השפעות חיצוניות. ה'חיישנים' החרדיים מורגלים בחיפוש אחר סממנים המעידים על כך שהתוכן או האדם עמו באים במגע הוא מה שנקרא בעגה החרדית "משלנו" או "היימיש". סף הרגישות החרדי הינו גבוה מאד וחוסר שימת לב לניואנסים עלול לגרום לאירוע או לתכנית להיכשל וחמור מכך להוביל לקרע האמון שבין הקהילה לארגון.

להגיד איפשהו שעיקר המדריך זה התאמת אירועים אבל כן הוא יכול לשרת גם בכללי בדרכי הגישה לחברה החרדית ובעבודה שוטפת איתם.

הניסיון בשטח מוכיח שעבודת הכנה מוקדמת הכוללת מיפוי מדויק, הבנת הקודים הייחודיים של הקהילה אותה מלווים והתאמה תרבותית של האירוע מגבירה את סיכויי ההצלחה של האירוע ומפחיתה את החשדנות. עבודת המיפוי הנעשית תוך כבוד הדדי, מעבירה מסר של אכפתיות ומחזקת את היכולת ליצור שיתופי פעולה בטווח הרחוק.

כמענה לצורך זה, צוות ייעודי מתוך הפורום לעבודה קהילתית עם חרדים החליט להרים את הכפפה ולייצר תדריך המבוסס על ידע מהשטח ועל ניסיונם הרב של השותפים. מטרת התדריך הינה הנגשת מידע בנושא התאמה תרבותית של תכניות ואירועים לקהילה החרדית עבור עובדים קהילתיים העובדים עם קהילות חרדיות ובייחוד לעובדים חדשים. בעבודה על המדריך ניסינו לגזור תובנות ועקרונות פעולה מארגנים, להפיק כללי אצבע, להציב אבני דרך ולפשט ככל הניתן את התחום המסועף והמורכב. לצד העקרונות המנחים, כאשר מדובר בחברה החרדית יש לבחון את הניואנסים הייחודיים של כל קהילה וקהילה וכן לבצע התאמות לשינויים המתרחשים באופן תדיר. הדרישות הקהילתיות והסטנדרטים המקובלים- הינם דינמיים מאד. בתוך כל השינויים והקהילות הייחודיות, הידע במדריך מאפשר ליצור התמצאות ראשונית בתוך הכרת אורח החיים החרדי ומציב את השאלות שיש לשאול על מנת ליצור אירוע מותאם ומוצלח.

את משימת השיווק, ניתן לכאורה להטיל בידי חברות פרסום והפקה שימצאו את הדרכים להטמיע את השירות באופן מותאם בקהילה. אולם אנו מאמינים, כי ישנה חשיבות רבה לביצוע עבודת המיפוי וההכרות המעמיקה על ידי העובד עצמו. הכרת האוכלוסייה, וביצוע הפעילות הקהילתית מתוך נקודת מבט הנותנת חשיבות לאורח החיים הייחודי, תפיק תוצרים איכותיים יותר ותאפשר לבצע פעולות המשרתות את מטרות העבודה הקהילתית.

ברצוני להודות לחברי צוות ההיגוי מנחם שוורץ, מרכז בכיר תחום חרדים במחוז ירושלים במשרד הרווחה, צבי גוטשטיין עו"ס קהילתי מינהל קהילתי אשכולות בירושלים ועידו גל, עו"ס קהילתי במגדל העמק, שנרתמו למשימה בחפץ לב. תודה מיוחדת לתהל לאו ממרכז הגישור בעיריית ירושלים על הסיוע ועל ההערות המחכימות. אנו תקווה כי המדריך יסייע לעובדים קהילתיים להעניק שירות מותאם תרבות ויועיל להגברת האמון בין המוסדות השונים לבין האנשים בקהילה.

האם המשפט מדויק? משרת את המטרות שלנו?

מירי ווינלס, עו"ס קהילתית "משלנו" – פיתוח קהילתי למגזר החרדי/ מנהלת הפורום לעבודה קהילתית עם חרדים - לברר איך כותבים לחתום גם בשם מרכז הגישור?

מי?

אפיון קהל היעד

הדבר הראשון שנרצה לעשות לקראת עבודה משותפת עם קהילה חרדית הוא אפיון קהל היעד הספציפי.

בשלב הראשון, נשתמש בחלוקה המקובלת ונססה להבין מי הקבוצה שאליה אנו רוצים להגיע - חסידים, ליטאים או ספרדים.

אבחנה זו חשובה ביותר והיא מיומנות בסיסית למי שרוצה לבנות שיתופי פעולה עם החברה החרדית. ביכולתה של אבחנה זו לומר הרבה על סגנון הקהילה העומדת מולנו והיא זו שתאפשר את המשך העבודה האישית של כל עובד בהבנת מאפייניה הנוספים של הקהילה.

בשלב השני, נבצע אבחנה היכן הקהילה ממוקמת על הרצף שבין שמרנות למודרניות. כלומר, אם אנשים עושים שימוש באינטרנט, לומדים באקדמיה וכדומה - נדע שהם נוטים יותר להשתלבות בחברה הישראלית ולא ימוץ אורח חיים מודרני. אם דברים אלה אינם מקובלים, נדע שמדובר בקהילה שמרנית באופן יחסי.¹

בשלב השלישי, נעבור מהאבחנה הבסיסית לאבחנה המתקדמת. שם נשאל - לאיזו תת קהילה שייכת הקבוצה? מה הערכים שייחודיים לקהילה זו? מהם הקודים החברתיים הנהוגים בה? מהם הרגישויות והניואנסים האופייניים? נוכל לשאול, האם הקהילה ישראלית או חוצניקית? האם יש בקהילה בעלי תשובה רבים? מהו המצב הסוציו-אקונומי הרווח בקהילה? וכן הלאה.

לסיכום, על מנת לאפיין את קהל היעד נבצע שלוש אבחנות: שלב ראשון: אבחנה בסיסית בין חסידים, ליטאים, ספרדים שלב שני: מיקום על הרצף שבין שמרנות למודרניות שלב שלישי: מאפיינים ייחודיים של הקהילה.

צניעות והפרדה

באופן כללי עריכת אירוע מעורב אינה מקובלת בקהילות חרדיות, מלבד מקרים חריגים מאוד. ישנן כמה רמות:

1. **אירוע בנפרד** - שני אירועים נפרדים האחד לנשים והשני לגברים.
2. **אירוע בהפרדה** - הנשים והגברים יושבים באותו חדר, אולם ביניהם עומדת מחיצה. במקרה כזה הדובר יהיה גבר כיון שאין זה מקובל שאשה תישא דברים בפני ציבור גברי בפורום רחב. במקרים בהם קיים צורך חיוני שתדבר אישה מסוימת, ניתן למקם אותה מאחורי הגברים, או בצד. ככל שהקהל מודרני יותר, תהיה לו פחות בעיה להקשיב לדוברת אישה.
3. **אירוע מעורב** - רוב האירועים במגזר החרדי לא יתקיימו במעורב. אולם בקהילות מודרניות בעלות אופי מגובש וקהילתי מאוד, לעיתים ניתן יהיה לקיים אירוע מעורב. כמובן יש לבדוק עם הקהילה עצמה. כמו כן, אם מדובר באוכלוסיית יעד ספציפית שבה מתבקש ששני ההורים יבואו יחד למפגש, לדוגמא, דיון בצרכי הילד, יש מקום לבדוק האם ניתן לקיים את המפגש בנוכחות שני ההורים.

¹ יש לשים לב שסוג עבודת הנשים לאו דווקא מעיד על רמת הפתיחות, שכן אחד ממטרות ההשתלבות בהייטק היא כדי לאפשר את לימוד התורה של האיש – **האם להכניס?**

באופן כללי, ככל שהתוכן במפגש יותר רגיש ואינטימי ויצריך חשיפה אישית - יהיה פחות מקובל לקיים את האירוע כמיועד לשני המינים וכן להפך, ככל שתוכן האירוע יותר ניטרלי, כגון הרצאה אינפורמטיבית, שיחת חיזוק רוחנית וכדומה - יהיה ניתן לפתוח אותו לנשים ולגברים, בהפרדה.

ערבי שירה - בציבור החרדי קימת הקפדה רבה על כך שגברים לא ישמעו שירת נשים ולא יתבוננו באשה רוקדת, מנגנת או משתתפת בהצגה. ולכן ערבי שירה, מחול, דרמה וכדומה לא יתבצעו בעירוב לשני המינים. יותר מכך, אם רוצים לארגן ערב שירה לנשים יש להקפיד על אפשרות לסגירת החדר באופן שקול השירה לא יישמע במקום בו עוברים גברים.

התאמת מרצים

לזהות המרצה והשתייכותו המגזרית ישנה השפעה גדולה על רמת ההיענות של הקהילה ועל האמון שהיא תיתן בעובד הקהילתי. לעתים קרובות העובד עומד בפני הדילמה בין הבאת מרצה חרדי אך פחות מקצועי לבין שמירה על רמה מקצועית גבוהה. לדעתנו, בנושאים רגשים וערכיים הנוגעים לנפש האדם, חינוך ילדים, זוגיות וכדומה, ההתאמה המגזרית והבנת המרצה את התפיסות החרדיות חשובה מאוד. לעומת זאת בנושאים מקצועיים ניטראליים, כגון תכנון ובניה, רפואה ועוד - המקצועיות של המרצה גוברת על החשיבות של השתייכותו לקהילה.

קוד הלבוש של המרצה צריך להיות צנוע ומותאם. כדאי להתייעץ עם איש קשר מהקהילה ולהבין מהו קוד הלבוש המצופה ממרצה אורח. בנוסף, על המרצה להימנע משימוש בביטויים או סלנגים שאינם מקובלים בקהילה. במידה ומביאים מרצים או מנחים שאינם חרדיים - חשוב לעשות איתם הכנה ולספר להם קצת על אורח החיים של הקהל שישתתף באירוע, על מנת שלא יהיו פליטות פה או שימוש בדוגמאות שאינן מתאימות, דבר שעלול לפגום באמון ובחיבור של הקהילה לתוכן המפגש ולזהות המארגנים.

איפה?

בחירת מיקום

למיקום בו נערך האירוע יש חשיבות גדולה. ככל שהאירוע יתרחש במיקום מוכר וטבעי לקהילה וקרוב לחיי היומיום שלהם כגון עזרת נשים של בית כנסת, אולם קהילתי, מתנ"ס בשכונה וכדומה - צביון האירוע יהיה יותר "היימיש" ("משלנו"). ולהפך, ככל שהאירוע יהיה באזור שהאוכלוסייה איננה מגיעה אליו בדרך כלל, כגון שכונות חילוניות, תיאטרון, ספריה ציבורית וכדומה תיווצר לקהל תחושת זרות שתפגום ביכולתו להתחבר לאירוע.

נקודה חשובה נוספת בבחירת מיקום האירוע הינה **קלות ההגעה למקום**. רוב הציבור החרדי תלוי בתחבורה ציבורית. לכן בחירת מיקום שקרוב למגורי התושבים או למצער נגיש היטב לתחבורה ציבורית, הינה קריטית ביותר. עריכת אירוע במיקום לא נגיש מספיק מעביר מסר לקהילה וכי האירוע אינו מיועד עבורם.

מתי?

זמנים מיוחדים -

בסדר היום החרדי ישנם "חלונות זמן" מיוחדים בעלי מאפיינים ייחודיים, שכדאי וחשוב להכיר אותם ולשים לב אליהם כאשר מתכננים אירוע קהילתי:

1. **חגים** - משפחות חרדיות הן בדרך כלל גדולות ולכן מצריכות מאמץ רב לקראת החגים, הכולל אירוח מספר רב של נפשות, קניית בגדים חדשים לילדים הרבים ועוד. לכן, מספר שבועות לפני החגים הנשים החרדיות מעט פחות פנויות להשתתפות באירועים שאינם קשורים לנושא. לחלופין, אם יש הכרח לקיים אירוע מסוים מומלץ ליצוק לו תוכן הקשור להכנות החג.
2. **בין הזמנים** - במקביל ללוח השנה של החינוך הכללי חיה הקהילה החרדית גם סביב לוח שנת הלימודים של הישיבות, הכוללים ותלמודי התורה. שנת הלימוד מחולקת לשלושה "זמנים": זמן "אלול" שבו מתחילה שנת הלימודים. זמן זה נמשך מראש חודש אלול עד יום הכיפורים. זמן שני הוא "זמן חורף" שמתחיל ב"ח חשוון ונמשך עד ראש חודש ניסן, וזמן שלישי הוא "זמן קיץ" שנמשך מ"ח אייר עד ערב ט' באב. התקופות שבין הזמנים הללו הן זמני חופשות הנקראות "בין הזמנים" (במלעיל) והן מיועדות להתרעננות או להתכוננות לחגים.
- לקראת עריכת אירועים בקהילה, יש לשים לב גם ללוח השנה של הבנים החרדיים וגם ללוח השנה של החינוך הכללי (לפיו הולכים מוסדות הלימוד של הבנות). בנוסף, יש לקחת בחשבון כי חזרה של בחורי ישיבה הביתה ל"בין הזמנים" ושליחת הבחורים חזרה לישיבה היא אירוע הדורש מהמשפחה החרדית התארגנות מבחינת כביסות, קניית ציוד, הכנת אוכל מפנק וכדומה.
3. **מוצאי שבתות** - גברים חרדים רבים לומדים בכולל גם בשעות הערב המאוחרות ולכן אינם יכולים להשתתף בפעילויות קהילתיות הנערכות בערבים. אולם, מוצאי שבת זהו זמן יחסית פנוי. במיוחד בשבועות החורף בהם השבת יוצאת בשעה מוקדמת והערב ארוך. אפשר לשלב באירועי מוצאי שבת סעודת "מלווה מלכה" - סעודה מסורתית הנערכת במוצאי שבתות (סעודת זו צריכה לכלול לחם).
4. **"ליל שישי"** - הלילה שבין יום חמישי ליום שישי נקרא בעגה החרדית-ישיבתית "ליל שישי" (במלעיל). לילה זה מתאים להתכנסויות קהילתיות גבריות, ומומלץ להגיש בו חמין, "טשולנט". אצל הנשים לעומת זאת, מדובר בערב של הכנות מרובות לקראת השבת וישנה העדפה שלא לצאת מהבית בערב זה.
5. **ימי שישי** - בחברה החרדית יום שישי הוא יום עמוס מאד וגדוש במשימות של הכנה לקראת השבת. אירוע ביום שישי אינו מתאים למשתתפים חרדיים.
6. **אסרו חג** - ביום שאחרי חג הסוכות וחג הפסח חל אסרו חג - יום נוסף בעל מעמד חגיגי מסוים, ובמוסדות החינוך החרדיים לא לומדים ביום זה.
7. **תקופת החתונות** - בחודשי החורף (חשוון-אדר) והקיץ (סיון-אמצע תמוז) אלו התקופות בהן מתקיימות רוב החתונות במגזר כיון שאז אין הגבלות של מנהגי אבל או של זמנים מיוחדים אחרים. במגזר החרדי חתונות מהוות מקור בילוי ונקודת מפגש חברתית משמעותית ובתקופות העמוסות עשויות להיות לאזרח חרדי ממוצע כמה וכמה חתונות שעליו להשתתף בהן. ישנה ציפייה חברתית להשתתפות בחתונות גם במעגלי הכרות מעט רחוקים, אולם ההשתתפות בחתונות חרדיות הינה קצרה וסמלית ואינה מחייבת שהייה לאורך כל האירוע.
8. **שמירה על זמנים** - התרבות החרדית אינה מתאפיינת בדיוקנות יתרה או שמירה אדוקה על זמנים. נפוצה ההלצה על כך שבנוסף לשעה שרשומה בהזמנה, ישנה שעה שהיא לפי "השעון החרדי". בתרבות זו מקובל להגיע לפגישות או לאירועים באיחור ויש לקחת זאת בחשבון. כדאי

לרשום בהזמנה שעת התחלה מוקדמת יותר על מנת לצמצם את בעיית האיחור או למצוא פתרון משותף אחר.

9. **סדר יום** - אירועים המתקיימים בערב, מומלץ להתחיל אחרי שעת השכבת הילדים ולגברים - אחרי סיום הכולל. מעניין לדעת כי החברה החרדית נוהגת לסיים את יומה מאוחר בלילה. בריכוזים החרדיים יש תנועה ערה עד שעות מאוחרות יחסית, ובהתאם גם הבוקר לרוב מתחיל מאוחר. לכן, אירועים המתקיימים בשעות הבוקר כדאי להתחיל בשעה מאוחרת יחסית.

מניעים להשתתפות

בציבור החרדי המיינסטרימי, תרבות הפנאי כמעט ואינה קיימת. אנשים אינם מרבים להקדיש מזמנם ולצאת לאירוע שמטרתו רק הנאה או התאוורות, תושב חרדי ממוצע אינו יוצא לקולנוע, או לבילויים אחרים מסיבות רוחניות וכלכליות. ההזדמנויות למפגש חברתי מתרחשות בעיקר בשמחות המרובות ובבית הכנסת. על רקע מאפיינים תרבותיים אלו, יש להבין מה הם המניעים שייגרמו בכל זאת לתושב החרדי להשתתף באירוע קהילתי:

1. **פינוק** - המחסור באירועי פנאי עשוי להוות עבור חלק מהאוכלוסייה סיבה בפני עצמה כדי להשתתף באירוע שכונתי, בייחוד עבור הנשים. חשוב להבין זאת ולהציע מעטפת שתתאים לערב שמשמש גם כבילוי כגון אוכל טוב, בידור קליל, מיקום נח וכדומה. לא לחינם הסמנטיקה בקרב נשים חרדיות המשתתפות באירועים הוא "פינוק" כלומר יש משמעות לתחושה של "השקיעו בי".

2. **ערך רוחני** - חלקים אחרים, דווקא יסלדו מאירוע השם דגש על הנאה חומרית ויימשכו למפגשים הנושאים ערך רוחני או מוסרי. לדוגמה, ניתן לבקש מכתב מרב שמדבר על חשיבות הנושא המדובר או להביא הרצאה של רב בעל סמכות שייתן שיחת חיזוק. דרך מקובלת נוספת לכנס מפגשים בציבור החרדי היא להפוך אותם להזדמנות לצבירת זכויות רוחניות. לדוגמה: ערב שיוקדש לעילוי נשמת דמות מסוימת או לרפואת חולה. אפשר גם לעשות זאת על ידי סעודת אמנים, אמירת פרקי תהילים משותפת, שיחת חיזוק ועוד.

3. חיבור ללוח השנה היהודי -

המלצה נוספת היא להשתמש באלמנטים מלוח השנה היהודי ולשלבם בתכניות ובאירועים. לדוגמה - תחרות תחפוזות לקראת פורים, קישוט הבניין בפרחים לקראת חג השבועות, הכנה של סידור פירות לקראת טו בשבט, שמחת בית השואבה קהילתית, תכנית "סוכה מארחת" וכדומה.

4. **מענה לבעיה** - דרך שלישית לגייס משתתפים לאירוע היא פיצוח מענה מדויק לצורך אמיתי ומהותי שחווים התושבים. לדוגמה, דיון בבעיות תחבורה אקוטיות עם גורמים בעירייה, דיון במצוקת נוער בסיכון בשכונה, תכנון מקומות חניה, הורדת יוקר המחיה ועוד.

5. מי עוד יגיע?

השאלה המרכזית שמעסיקה כל משתתף חרדי פוטנציאלי, היא: מי עוד יגיע? שכן, המעמד החברתי הקהילתי של המשתתף עלול להיות מושפע מזהות שאר המשתתפים. לכן, אם פונים לקהילה מסוימת, חשוב למתג את המפגש/ התכנית בצורה שתגרום לקהל היעד להרגיש בנח. לדוגמה תמונה של איש/ילד חסידי מאותה חסידות שהמודעה מכוונת אליה, שימוש בסמלים, שפה או סלנג רלוונטיים וכדומה.

כמו כן, כדי לפוגג את החשש של "מי עוד יגיע" שווה לסייע לקהילה להתגבש לקבוצות שישתתפו באירוע יחד על ידי יצירת קשר עם מוביל אחד או שניים מהקהילה שיהיה ה"מתווך" שיזמין את האנשים לאירוע וינגיש עבורם את המידע אודותיו.

6. ערכים:

בכל פרסום של אירוע או תכנית למעשה מסתתרת הבלטה של איזשהו ערך שמדבר לקהל היעד. סולם הערכים בכל מגזר ובכל קהילה שונה. לדוגמה: בפרסום אירוע או תכנית המקדמת את נושא הבריאות על ידי כושר ותזונה נכונה, עבור קהלים מסוימים יהיה מתאים להדגיש את ערך השמירה על הבריאות. לעומת זאת, בפרסום לקהילות חרדיות יהיה זה אולי חסכון הכסף שגורמת השמירה על הבריאות (ערך הסתפקות במועט) או תזונה נכונה כגורם המעניק לאמא כח ומרץ לטפל בילדים (ערך שלמות המשפחה). בפרסום חוג ספורט לדוגמה, במקום להדגיש ערכים של ביטוי עצמי והצטיינות, ניתן לשווק זאת כתעסוקה לילדים ואמצעי להגנה על הילדים מפני פיתוי העולם שבחוץ – אלו ערכים המבוססים על ערך הבדלנות ומתאימים יותר לחברה החרדית. דוגמה נוספת - עובד שמעונין לגייס את הקהילה לקדם את נושא המוגנות, יכול להשתמש בערך של "שלום בית" - מניעה של פגיעות מיניות בגיל קטן ימנע בעיות של זוגיות בעתיד - או בערך לימוד התורה - "רבים מהבחורים הנושרים מהשיבה סבלו מפגיעות מיניות".

כדי למקסם את פוטנציאל ההשתתפות ולדבר אל ליבם של מגוון קבוצות, ניתן לשלב בכל אירוע כמה מן המרכיבים הנ"ל, כך שהערב יכלול גם צדדים של הנאה וגם של ערך רוחני.

פרסום ושיווק

שפה

- **סגנון** - חשוב לשים לב לבחירת המילים ולסגנון השפה בו עושים שימוש הן בשלב הפרסום והן באירוע עצמו. חשוב מאד להשתמש בשפה לא אקדמית ולא גבוהה מידי ובמשלב המוכר לקהילה. בנושאים רגישים וצנועים ייעשה שימוש בביטויים מרומזים ולא במילים מפורשות. אירוע
- **פתיחה** - יש להקפיד על כתיבה של בס"ד (בסיעתא דשמיא) בתחילת הטקסט ו"בעז"ה" (בעזרת השם) לפני ציון של אירועים עתידיים.
- שפות זרות - יש להיות מודעים לשפה המדוברת בקהילות החרדיות השונות - קיימות קהילות חרדיות גדולות הדוברות אנגלית, יידיש או צרפתית ויש לשים לב שקהילות אלו מקבלות מענה בשפה המובנת להן.
- **תאריכים** - יש להשתמש בתאריכים עבריים בנוסף לתאריכים הלועזיים שכן רוב החברה החרדית מנהלת את חייה סביב לוח השנה העברי ולא הלועזי (חלקם אף אינם מכירים את החודשים הלועזיים כלל).
- **שמות תואר וכבוד** - בחברה החרדית נהוג להוסיף שמות תואר לפני ציון שמות פרטיים. שמות התואר מציינים את המעמד הקהילתי של האדם: לגבר "רגיל" ללא תפקיד או מעמד מיוחד מקובל להוסיף את התואר הר"ר / ר' / הרב. ולאשה - את התואר גב' לגבר אברך תלמיד חכם או בעל מעמד מסוים אפשר להוסיף הרב הגאון או הרב החשוב, ולאשה בעלת מעמד - הרבנית. לרב או רבנית בעלי השפעה ומעמד גבוה ישנם מגוון כינויים מקובלים, ביניהם: "הגאון הצדיק", "כבוד תורת" "כבוד קדושת" ועוד. אחרי השם יש להוסיף "שליט"א" (שיחיה לאורך ימים טובים אמון) ולנשים - אחרי השם להוסיף תליט"א (תחיה לאורך ימים טובים אמון).

סגנון עיצובי

אם יש רב או דמות ציבורית שמדבר באירוע, כדאי לשים את שמו או את תמונתו בפרונט. מומלץ ככל האפשר להשתמש באלמנטים ניטרליים. באופן כללי העין החרדית מאד רגישה. אפילו שימוש בצבעים מסוימים עשויים לשדר מסר שאינו מזמין לקהילה חרדית. מומלץ לעלעל בפרסומי מודעות במקומים או עיתונים חרדיים כדי להתרשם מהסגנון. אפשר לומר שפרסומים לחרדים באופן כללי מתאפיינים בקריאייטיב יצירתי ומרומז- בדרך כלל עם קריצה לעולם התוכן מהתרבות החרדית, במינימליזם יחסי, בסגנון מאופק וסולידי ובשימוש רב יחסית באלמנטים מהודרים כגון צבע זהב, סלסולים וקישוטים עיצוביים.

לוגואים

הצבת לוגו של הרשות הינו חלק בלתי נפרד מהעבודה המשותפת יש לו תועלת בהעלאת רמת ההכרות של הקהילה עם הרשות. אולם קהילות הקרובות יותר לעמדה האנטי ציונית(סאטמר, הפלג הירושלמי וכדומה) עלולות לא לשתף פעולה עם פרסומים שהלוגו הרשמי של העיריה או גוף ממלכתי ציבורי אחר מופיע עליהם. במקרה כזה, מומלץ לשקול בשלב הראשון לפרסם ללא לוגו באופן חריג כדי לייצר את האמון. לאחר שנוצר קשר של אמון בין הקהילה לבין העובד, פרסום עם לוגו מתקבל בהבנה והופך לטעון פחות.

בחירת ערוץ תקשורת

ברמה הארצית ערוצי התקשורת המרכזיים בחברה החרדית הינם:

עיתונות כתובה:

יתד נאמן- העיתון המוביל במגזר, ומייצג בעיקר את ציבור האברכים הליטאים והספרדים המודיע-פונה לחסידויות הגדולות-גור וויז'ניץ
המבשר- פונה לחסידויות הקטנות
הדרך-בטאון תנועת ש"ס
הפלס- בטאון "הפלג הירושלמי" הקיצוני
בקהילה, משפחה- שבועון הפונה לכלל החרדים ומציגים דעות מעט פחות שמרניות

אתרי חדשות חרדיים:

בחדרי חרדים

כיכר השבת

הידברות

חד אחד האתרים הבולטים הפתוח למי שיש סינון אינטרנט מחמיר.

הפלטפורמות שהוזכרו עד כאן הינן ארציות ואינן פונות לקהילה גיאוגרפית מקומית, אם כי ניתן לפרסם בהן גם פרסומים מקומיים משמעותיים.
בכל העיתונים, תחנות הרדיו והאתרים הרשמיים והמרכזיים קיימת ועדה רוחנית שאחראית לסינון וצנזור התכנים. הועדה תדאג, לדוגמה שלא יופיעו תמונות נשים (אלא במדורים שמיועדים לנשים בלבד), שתיערך בקרה על שימוש במילים מתאימות, שלא יופיעו מסרים המעודדים התרסה ויציאה נגד העמדה המקובלת בציבור ועוד.

אופציות פחות רשמיות הינן:

קבוצות ווטסאפ ארציות לעדכוני חדשות רלוונטיים למגזר, המשמשות גם כבמה לפרסומים.

ווטסאפ קולי ("ווטסאפ פון")- שירות המיועד לבעלי טלפון כשר, המדמה את תפקוד אפליקציית הוואטסאפ, רק בפורמט לא דיגיטלי: בכל פעם שלמערכת נכנס עדכון חדש, המנויים לקו מקבלים שיחה נכנסת המתנתקת באופן מיידי- "צינתוק"- (צלצול+ניתוק) המסמנת להם שקיבלו הודעה חדשה. המנויים יכולים להתקשר למספר הקו (אותו הם שמרו כשהתחברו לאותו קו עדכונים) ולהקשיב להודעות האחרונות. (הידועה שבהם הוא קו המידע שנפתחה בזמן הקורונה וסיפק מידע אמין לציבור החרדי בשיתוף משרד הבריאות, ולידיעתנו כיום נחשב כמערכת המידע החדשותית האמינה והרלוונטית בציבור החרדי עבור נטולי הדיגיטציה הצמאים לחדשות אונליין.)

ברמה המקומית הפלטפורמות הנפוצות לפרסום והעברת מידע הינן:

מודעות מודפסות על לוחות המודעות/ בכניסות לבנינים. קיימות חברות שמעניקות שירותי הפצת מידע המדביקות את המודעות לפי תא השטח המבוקש תוך מספר שעות לכל היותר.

פלייארים המונחים בתיבות הדואר של כל אחד מהדיירים בתא השטח המבוקש. גם כאן, מדובר בשירות שניתן לקבל ע"י חברת הפצה. בתכניות שקהל היעד פרוס על פני שטח גאוגרפי רחב, מומלץ לייעד סעיף תקציבי לפרסום והפצה בתכנית התקציבית של הפרויקט.

פרסום במקומונים בשכונות וברשויות החרדיות נפוץ מאד השימוש בעלוני פרסום המחולקים באופן חינוכי לכל תושבי השכונה ומכילים פרסומות בלבד. כדאי לברר איזה מקומון הוא האטרקטיבי ביותר לתושבים בשכונה/אזור, כיוון שבחלק מהמקומות ישנם כמה מקומונים מתחרים. יש לקחת בחשבון שקהל היעד של המקומונים הללו הינו בעיקר נשים ופחות גברים.

לגברים: מומלץ לתלות פרסומים בלוח המודעות של בית הכנסת הרלוונטי ובקהילות חסידיות- המקוה, המהווים מקומות כינוס קהילתיים יומיומיים.

מרחב קולי- שכונתי או קהילתי - (האם זה שונה מהוואטסאפ הקולי?)

זהו שרות המיועד לדמות את התנהלות אפליקציית ווטסאפ, שבו קונה השרות יכול לשלוח הודעות לחברי מרחב קולי מסוים. לחברים במרחב ישנה גם אפשרות להשאיר הודעות למנהל, או לכל הקבוצה, ממש כמו בוואטסאפ רגיל. קיימים מספר ספקים בתחום לדוגמה "קול כשר" ו"ימות המשיח".

עד כאן הזכרנו פלטפורמות שאינן מקוונות. שימוש בפלטפורמות שאינן מקוונות עולה כסף אך עוזר לנו להגיע לחלקים ה"מיינסטרימים" של הקהילה. כעת נבדוק מהן האפשרויות המקוונות העומדות לרשותנו, ולמי הן מתאימות:

אימייל- דפוסי השימוש באימייל בחברה החרדית מעניינים: לחרדים שמרנים רבים יש גישה לאינטרנט רק בעבודה. אחרים משתמשים במייל (אם יש להם) רק כשהם צריכים משהו מסוים כגון שליחת מסמך, ומאחר ואין להם מחשב בבית הם הולכים למה שנקרא "חדר מחשבים"- שרות המצוי מאד בישובים חרדיים, זהו חדר שבו ישנן כמה עמדות מחשב עם אינטרנט מסונן, והתשלום

על השימוש בהן הוא לפי משך הזמן או לפי סוג השימוש. לחרדים מעט פחות שמרנים יש מחשב עם גישה לאינטרנט בבית. והנגישות שלהם למייל גבוהה יותר.

הפרסום על פעילויות קהילתיות דרך המייל יכול להיעשות במספר דרכים:

1. **קבוצת מייל קהילתית** - לבדוק אם ישנה קבוצת מייל שכונתית, ולבקש מהמנהל\ת לפרסם את האירוע שם.
2. **פרסום ברשימות תפוצה בנושא מסוים** - אם הפעילות קשורה לנושא רשימת התפוצה (לדוגמה ערב להורים לילדי צמי"ד ברשימת תפוצה המיועדת להם) ואם האירוע פתוח לכל אנשי הרשימה.
3. **ניוזלטר** - בחלק מהארגונים הקהילתיים יש ניוזלטר המופץ ברשימת תפוצה של תושבי השכונה. אם הניוזלטר אכן זוכה לחשיפה משמעותית, שווה לפרסם גם שם.

ווטסאפ - בכל שכונה ובכל רשות קיים מנעד של רמת שמרנות, לעיתים השמרנים הם מיעוט והמודרנים הם הרוב ולעיתים להפך. כך או כך, ברוב השכונות קיימות קבוצות ווטסאפ שכונתיות כאלה ואחרות, פעילות יותר או פחות. כדאי לחקור אלו קבוצות ווטסאפ קיימות, כמה חברים יש בהן ומה הקף הפעילות בהן, ולפי הענין להחליט אם לפרסם גם שם.

ה"סטטוס"/"עדכונים" בווטסאפ - אפליקצית ווטסאפ היא האפליקציה היחידה המאושרת בשימוש בטלפונים החכמים ה"מסוננים", לכן השימוש בפיצ'ר הסטטוס נפוץ מאוד בחברה החרדית. האופן בו השימוש ב"סטטוס" עובד הוא כזה: על מנת שיהיה אפשר להחשף לסטטוסים שהעובד הקהילתי מעלה, על התושב לשמור את המספר שלו באנשי הקשר. בנוסף, קיימות אופציות ב"סטטוס" בדיוק כמו באינסטגרם, שהפרסומים שלהן חשופים למאות עוקבים חרדים וניתן להיעזר בהן, דרך זאת בדרך כלל כרוכה בתשלום.

רשתות חברתיות - לא הרבה קהילות חרדיות מקיימות תקשורת סדירה גם במרחב הפייסבוק או רשתות חברתיות אחרות, זה תלוי ברמת השמרנות של הקהילה. במידה ונמצא כי זהו אכן ערוץ תקשורת שימושי, אפשר לנצל אותו.

מה נאכל?

כשרויות כיבוד

לקהילות רבות ישנה כשרות ספציפית שעליה הן סומכות, במיוחד לגביי אוכל בשרי הדורש הקפדות רבות, אך באופן כללי, ההכשרים המהודרים המקובלים על כלל הקהילות הינם:



הרב לנדא



הרב רובין



בד"ץ עדה חרדית

פסקת סיום?