

בשדה מחקר התקשורת

"זה לא קולנוע, זה מפגש חברתי": על קהילתיות וגבולות חברתיים בתרבות הפנאי החרדית

מתן אהרוני*

עבודת הדוקטור "זה לא קולנוע, זה מפגש חברתי": על קהילתיות וגבולות חברתיים בתרבות הפנאי החרדית עוסקת בשני תחומים עיקריים, תקשורת קהילתית ותרבות פנאי בחברה החרדית, דרך בחינת הקולנוע החרדי. במחקר נבחנו אופני ההפקה, ההפצה וההתקבלות של סרטים עלילתיים של יוצרים ויוצרות חרדים מזרמים שונים, ונותחו התכנים של חלקם. הסרטים החרדיים מופקים עבור צופים חרדים מקשת גילאים וממגוון מגזרים הפתוחים לטכנולוגיה מודרנית ומשתמשים בה.

מטרתו העיקרית של המחקר הייתה לבחון כיצד מדיום חדש ומודרני, הקולנוע, משתלב בתרבותה של החברה החרדית בישראל, שמגדירה את עצמה באופן רשמי כאנטי מודרנית (סיון, 1991; פרידמן, 1991; ליאון, 2009), ומהן ההשלכות של מהלך זה על החברה החרדית בכלל ועל תרבות הפנאי בפרט. חשיבותו של המחקר הוא בעיבוי הקורפוס המצומצם של מחקרי תרבות הפנאי החרדית (אלאור ונריה, 2003; לב-און ובן-שחר, 2009), בהצגת נקודות המבט של סוכני תרבות חרדים חדשים ושל צרכני תרבות (קפלן ושוטדלר, 2009, 2012), ובבחינת התהוותה, התעצבותה והתפתחותה של תעשיית תרבות קולנועית שלא נבחנה עד כה בכלים, באופנים ובהיקפים שנבחנו במחקר זה (בא-גד אלימלך, 2009; וניג, 2011).

במהלך המחקר נמצא שבשילוב המדיום הקולנועי בחברה החרדית מתמודדים היוצרים והיוצרות החרדים עם קשיים ולבטים שנובעים מהמתח הקיים בין אילוצים הלכתיים לרצונם האמנותי ולדרישות הצופים שלעתים אינם עולים בקנה אחד. התמודדות זו נבחנה בעבודה בעזרת ארבע שאלות מרכזיות: (א) כיצד מעצבים סוכני תרבות את שדה התרבות הקולנועי החרדי? (ב) כיצד צורכים, חווים ומפרשים הצופים החרדים את הסרטים? (ג) כיצד מיוצגות דמויות שאינן נענות לאידאל החרדי ואיזה תפקיד חברתי הן ממלאות? (ד) מהם יחסי הגומלין בין הקולנוע החרדי הקהילתי לקולנוע ולטלוויזיה של הזרם המרכזי?

על המתודולוגיה

במחקר נבחנו לראשונה דרכי ההפקה, ההפצה וההתקבלות של הקולנוע החרדי במחקר אתנוגרפי מרובה אתרים (חזן, 1992; Marcus, 1995) המשלב חמש שיטות מחקר איכותניות פרשניות. שיטות אלה כוללות תצפיות משתתפות, ראיונות עומק, קבוצות מיקוד, ניתוח שאלונים וניתוח קולנועי של סרטים חרדיים. המעקב אחר תהליכי הפקת הסרטים החרדיים, הפצתם והתקבלותם בקרב הצרכנים החרדים נמשך שלוש שנים, החל במרס 2010 ועד מאי 2013, הודות להתנדבות לשמש עוזר הפקה, צלם

* עבודת הדוקטור נכתבה בהדרכתה של פרופ' תמר כתיאל באוניברסיטת חיפה. ד"ר מתן אהרוני מלמד בבית הספר לתקשורת באוניברסיטת אריאל בשומרון ובבית הספר סמי עופר לתקשורת במרכז הבינתחומי הרצליה.

של מאחורי הקלעים, עוזר מקרין סרטים וסדרן בהקרנות סרטים. נוסף על העבודה האתנוגרפית ועל השיחות הבלתי רשמיות עם המעורבים בהפקות הסרטים ועם צופים וצופות חרדים, נערכו 31 ראיונות עומק (גאסקל, 2011) עם 19 יוצרים ויוצרות חרדים ואנשי מקצוע המעורבים בהפקה והפצה של הסרטים החרדיים. ראיונות חצי מובנים למחצה נערכו עם עשר צופות חרדיות חסידות, ליטאיות וספרדיות, שאותן אפשר להגדיר "צופות כבודות" של סרטי נשים חרדיים. כמו כן קובצו יחד חמש קבוצות מיקוד (Berg & Lune, 2012), של צופים וצופות חרדים צעירים מאותו מגדר ומאותה שכבת גיל, שצופים בקביעות בסרטים חרדיים. כדי לקבל פרספקטיבה נוספת הופץ לצופים בסרטים החרדיים שאלון מקוון של שאלות פתוחות. על השאלון ענו 154 צופים (121 גברים חרדים ו-33 נשים חרדיות) משלושת הזרמים העיקריים, חסידים, ליטאים וספרדים, ביולי 2011. כדי לבחון את תוכן הסרטים, בדגש על בחינת הייצוג המעמדי של הדמויות בסרטים, נותחו עשרה סרטים חרדיים בנינוח קולנועי (שוחט, 1991), וכדי לבחון חלק מאופני ההפצה נותחו ניתוח סמיוטי (בארת, 2003; פן, 2011) עשר כרזות פרסומת של סרטים חרדיים.

המסגרת התאורטית המרכזית של המחקר היא גישת תקשורת כתרבות (קארי, 2003; קלנר, 2004). גישה זו, הרואה בתקשורת חלק מהתרבות ותוצר שלה, מבקשת לבחון אותה בכלים פרשניים אתנוגרפיים, ולהציג את החוויות והפרשנויות האישיות של משתמשיה ושל יוצריה על פי הריטואלים התרבותיים שנוצרים במסגרתה. בגישה זו נבחנים פעילותם של הצופים בצריכת התכנים, מרכיבי התכנים ומאפייניהם, והתנהלותם של היוצרים. הקולנוע החרדי נבחן כקולנוע קהילתי על פי גישה תאורטית לתקשורת קהילתית.

מחקרי התקשורת הקהילתית בוחנים את מאפייני העשייה הקהילתית, את מטרותיה ואת השלכותיה על חבריה ותת-קהילותיה (נוסק, 2001; קמה, 2008; Howley, 2005; Ginsburg, 1991; Carpentier, Lie & Servaes, 2007; 2010). במחקרים אלה נמצא כי התקשורת הקהילתית שמפיקים יוצרים מהקהילה עבור חברי הקהילה ומספרים את סיפוריה, פועלת באופן שונה מן המקובל בתקשורת של הזרם המרכזי מבחינה ארגונית, מקצועית ואסתטית. חלק ממטרותיה הוא להציע חלופות לייצוגים מכלילים של הקהילה, כפי שהם מוצגים לרוב בתקשורת הדומיננטית של הזרם המרכזי, ולקדם את האינטרסים של הקהילה המקומית. כלומר, התקשורת הקהילתית היא מנגנון שיוצר תרבות שנראית ונשמעת במרחב התרבותי הקהילתי המקומי.

על הסרטים החרדיים

הקולנוע החרדי נבחן במחקר לפי גישות, תפקידים ומאפיינים של התקשורת הקהילתית ובהתאם לשני תחומי מחקר נוספים: יחסה של החברה החרדית לתקשורת החרדית, והתקשורת הדתית. במרכז המחקר עומדים הסרטים החרדיים העלילתיים שהופקו מתחילת שנת 2000. סרטים אלה הם בעלי תכנים דתיים ועוסקים בנושאים של אמונה דתית, ערכים חרדיים, נורמות בחברה החרדית בישראל וזהויות חרדיות. בעקבות הגבלות ואילוצים הלכתיים נוצרו במקביל שני סוגי סרטים חרדיים: סרטי נשים וסרטי גברים. לכל אחד מהם יש מאפיינים שונים מבחינת התכנים, הסוגות, קהל היעד, דרכי ההפקה וההפצה ואופני הצפייה.

בסרטי הגברים מיוצגים גברים בלבד. עקב אילוצים הלכתיים לא נראות בסרטים דמויות נשים והן לא מוזכרות בהם. הסרטים מופקים במגוון סוגות: סרטים שמציגים אגדות חז"ל ומשחזרים תקופה היסטורית, סרטי הרפתקאות, דרמות, סרטי פעולה, קומדיות וסרטי מתח ואימה. הסרטים

מופצים בפורמט של דיסקים המתאימים לצפייה במחשב ביתי, בפורמט די.וי.די, ובתחילת דרכם הופצו גם באמצעות קלטות וידאו. הם נמכרים בחנויות דיסקים ובמרכולים הנמצאים בערים וביישובים חרדיים. השפה המדוברת בסרטי הגברים היא עברית. חלק מהסרטים מיוצאים גם לחוץ לארץ לאחר הוספת דיבוב לאנגלית, לרוסית וליידיש, אולם עיקר מכירות הסרטים נעשה בארץ. חלק ניכר מהצופים בסרטי הגברים הם ילדים וילדות ובני נוער חרדים. לרוב הם צופים בסרטים שוב ושוב לבדם, במסגרת משפחתית או עם חברים.

הגיבור בסרטי הגברים הוא אדם דתי מאמין, חרדי או דתי-לאומי, השומר על חוקי ההלכה היהודית, אך עליו להתמודד עם אתגרים שנחשבים קיצוניים בציבור החרדי. בהתמודדותו הוא משרטט את גבולותיה של הקהילה החרדית ומאשר את ערכיה. לרוב, מבחן האמונה נוצר כתוצאה מהיחשפות לחיים המודרניים, לעולם החילוני, או בשל בעיות אישיות, מקצועיות או חברתיות פנימיות. הגיבור צולח מבחן זה בכוח האמונה הדתית ובעזרת חברי הקהילה החרדית ודמויות חילוניות. בסרטים אין עיסוק מפורש בהבדלים שבין הזרמים והמגזרים השונים הקיימים בחברה החרדית. הם פונים לכלל אוכלוסיית המאמינים, דתיים וחרדים כאחד, ומיועדים לצופים ממגוון גילים ומשני המגדרים.

סרטי הגברים החרדיים העלילתיים מופקים ברובם באופן פרטי בכספם של היוצרים החרדים. בגלל התפתחות טכנולוגית, שאפשרה העתקת סרטים בעזרת כונני דיסקים שבמחשבים הביתיים, ועם השימוש בתוכנות שיתוף קבצים ברשת האינטרנט, התמעטו מכירות הסרטים. בגלל חוסר הכדאיות הכלכלית שנבעה מכך פחתו מספר הפקות הסרטים, הצטמצם מספר היוצרים הפעילים וחלק מהיוצרים פנו להפקת סרטי נשים.

סרטי הנשים התפתחו במקביל לסרטי הגברים והופקו בראשית דרכם בידי נשים חרדיות, בסיוע אנשי ונשות מקצוע דתיים וחילוניים. על רקע הגבלות הלכתיות, בסרטים אלה יש נוכחות בלעדית של נשים וקהל היעד שלהם הוא נשים ונערות חרדיות בלבד. בסרטי הנשים מושם דגש על צניעות הדמויות מבחינת מראה והתנהגות, והמסר הדתי ברור וגלוי. הסוגה העיקרית והמרכזית היא המלודרמה, שמלווה לרוב בשיר מקורי. יש גם סרטי נשים קומיים וסרטי דרמה, אולם אלה הם מיעוט ואינם זוכים לפופולריות שלה זוכים הסרטים המלודרמטיים. עלילות הסרטים עוסקות לרוב בקשיים ובהתגברות עליהם. הסרטים מציגים סיפורים על מחלות ממאירות ועל הדרכים של הגיבורות להתמודדות עמן, על חטיפות של תינוקות או היעלמותם ועל משברים משפחתיים. ברוב הסרטים הזהות היהודית והאמונה הדתית של הגיבורה וקרוביה הם מרכיבים מרכזיים בעלילה שזוכים לאישוש וחיזוק באמצעותה. הדמויות בסרטים דוברות עברית ולרוב אין להן ייחוס מגזרי ברור ומובהק.

בניגוד לנהוג בסרטי הגברים, יוצרי ויוצרות סרטי הנשים מעבירים את סרטיהם לאישורן של נשות חינוך חרדיות, לרוב מנהלות של בתי ספר לבנות וסמינרים. הסרטים מקבלים גם את אישורה של "משמרת הקודש והחינוך", מוסד חרדי רשמי שעוסק בבחינת כשרותם של אירועים, שירותים ומוצרים תרבותיים לקהל החרדי ממגוון הזרמים. האישור לסרט מצוין בכרזות שיווק הסרטים: "מבוקר, מאושר ומומלץ על ידי נשות חינוך".

סרטי הנשים מוקרנים באולמות אירועים שהוסבו לאולמות הקרנה ובמתנ"סים בערים וביישובים שבהם יש רוב חרדי. ההקרנות נערכות בשלושה מועדים בשנה: בחול המועד פסח, בחול המועד סוכות ובקיץ בתקופת "בין הזמנים", שמציינת את החופשה שבין תקופות הלימוד בישיבות. לעתים נערכות הקרנות של סרטי נשים גם בבתי ספר חרדיים לבנות, בסמינרים ובאולפנות לנשים. עס זאת סרטים אלה אינם מוקרנים בזירה הביתית.

צופות חרדיות ממגוון המגזרים והגילאים משתתפות בהקרנות אלה. כיאה לאירוע חברתי, לבושות במיטב בגדי החג באות הצופות להקרנות, לרוב עם חברותיהן או עם בנות משפחתן. הן רוכשות את הכרטיסים לסרטים דקות מספר לפני תחילת ההקרנה בחזית האולם אצל קרובי משפחה ומכרים של היוצרים. במהלך חלק מהקרנות הסרטים מורגשת באולם התרחשות פעילה. צעקות, צרחות, קולות צחוק רועמים ומחיאות כפיים נשמעים באולמות בתגובה על קטעים מרגשים במיוחד. גם תנועה בלתי פוסקת של צופות היוצאות ונכנסות לאולם מלווה את מהלך ההקרנות באולמות האירועים.

על מסקנות המחקר

במחקר יש ארבעה חלקים אמפיריים. בחלק הראשון נערך ניתוח של שבעה סרטי גברים ושלושה סרטי נשים שבהם מוצגות דמויות שחורגות מן האידאל החרדי המקובל ב"חברת הלומדים". בניתוח נבחנו הסיפורים שמוצגים בסרטים והתפקידים החברתיים שמיוחסים לדמויות. בחינה זו מלמדת על האופנים שבהם משורטטים גבולות החברה החרדית והזהויות המרכיבות אותה באמצעות עלילות הסרטים. החלק השני עוסק בתהליכי ההפקה וההפצה של הסרטים החרדיים. הוא מתמקד ביחסי הגומלין שבין היוצרים לקהליהם ובאופיה של הקהילה המקצועית שנוצרה והתמסדה בחברה החרדית: יוצרים ויוצרות חרדים. החלק השלישי עוסק בהתקבלות הסרטים. הוא מציג את השיח שמשמש את הצופים החרדים בהערכתם את הסרטים ובהתנהלותם התרבותית האקטיבית בזמן הפנאי, לפני הצפייה, במהלכה ואחריה. החלק הרביעי בוחן את היחסים שבין שדה הקולנוע הקהילתי לבין שדות טלוויזיוניים וקולנועיים של הזרם המרכזי בישראל. בפרק החמישי מוצגים סיכום ומסקנות המחקר העיקריות.

ממצאי ניתוח תהליכי ההפקה וההפצה, התכנים, התקבלות הסרטים החרדיים והיחסים בין שדה הקולנוע הקהילתי החרדי לשדה התקשורת הפופולרית של הזרם המרכזי, עולות ארבע מסקנות עיקריות: (1) הקולנוע החרדי משמש מתווך תרבותי, המאפשר לצופים חרדים להיחשף בבטחה, בהשגחת היוצרים, להיבטים זרים ולא מוכרים ולשלב תפיסות ורעיונות מודרניים עם מסורתיים. (2) תרבות הפנאי הקולנועית החרדית היא תרבות משתתפת (Jenkins et al., 2006). תרבות זו מבטאת את הדרכים היצירתיות שבהן הצופים מנכסים את הסרטים ומשלבים אותם בחיי היום-יום באופנים שונים. פרקטיקות הניכוס וההתאמה של הצופים מלמדות על ערעור היחסים ההיררכיים המקובלים בין מפיצי תכנים לצרכניהם בחברה החרדית. (3) הקולנוע החרדי מציג זהות פאן חרדית, שבסיסה הוא החרדי הפתוח למודרנה. בכך הוא דן בצורה חתרנית בנושא של זהויות ותת קהילות חרדיות, היות שבסרטים מטושטשים גבולות תוך קהילתיים ולא מוצגים שסעים מגזריים. (4) בתעשיית התרבות הקולנועית התעצבה והתמסדה קהילה מקצועית של יוצרים ויוצרות חרדים, סוכני תרבות חדשים. הם מצטרפים למגמות השינוי בחברה החרדית, שבהן משולבים אנשי סמכות משנה לסמכות הרבנית מתוקף ידע וניסיון מקצועי.

המסקנה הראשונה שעולה מניתוחי הסרטים ומבחינת התנהלות היוצרים בהפקת הסרטים היא שהקולנוע החרדי הוא תוצר היברידי המשלב בתוך סיפור בעל מסר דתי מוכר, שמייצג ערכים חרדיים מקובלים – רעיונות, גישות, תפיסות עולם וגם נופים ושיח שנתפסים כזרים לעולמם של הצופים החרדים. כך מייצג הקולנוע החרדי עמדה של "פתיחות מתווכת", המאפשרת חשיפה לעולמות זרים ומובילה להתנסויות בפרקטיקות לא מוכרות שאינן מקובלות במסגרת הדתית המוגנת שעליה מפקחים היוצרים והיוצרות החרדים. במסגרת ה"פתיחות המתווכת", שהיא חלק מהתפתחות תהליכי

שמתרחשת בחברה החרדית בישראל, משתלבים היבטים של החיים המודרניים עם ערכי יסוד של החיים המסורתיים. שילוב זה יוצר "מודרניות חרדית" בהקשר הקולנועי. זהו תהליך שבו רעיונות, גישות ופרקטיקות מודרניות מנוכסות, מתורגמות ומוגדרות מחדש בהתאם לערכים חרדיים מסורתיים. ממצא זה, הדומה לממצאי מחקרים נוספים, של שילוב הזר עם המוכר ושל המודרני עם המסורתי, אינו מעיד על תהליכי "חילון" של החרדיות הישראלית אלא על שינויים תרבותיים שבהם מופקים מוצרים מודרניים, חדשים וייחודיים לצרכנים החרדים, מבלי לחתור תחת הנחות היסוד והערכים הבסיסיים של החברה החרדית.

המסקנה השנייה נוגעת לתרבות הפנאי החרדית ולאקטיביות של צרכניה. על תרבות הפנאי הקולנועית אמונים סוכני תרבות חדשים בחברה החרדית – אנשי הקולנוע. הם מספקים את התכנים הקולנועיים, מחליטים על אופיים ומכוונים לתגובות הרצויות. תרבות קולנועית זו מקיימים צופי הסרטים בזמן הצפייה, לפנייה וגם אחריה, בחיי היום-יום ובחגים ומועדים מוגדרים, באופנים שגם נענים לשליטתם של הסוכנים וגם חורגים ממנה. במחקר נמצא כי הקולנוע החרדי מביא לתרבות פנאי חרדית משתתפת, פעילה ויצירתית. למרות המסגרת המגבילה והמפוקחת שבה פועל הקולנוע החרדי, במחקר מוצג כיצד צרכני הקולנוע החרדי עוקפים את ההכוונה, את הפיקוח ואת ההגבלות של היוצרים, ומבטאים את החופש שלהם להשתמש בסרטים בפרקטיקות חברתיות בדרכם. באירוע החברתי של הקרנות סרטי הנשים צופות מבוגרות בשיתוף עם צופות צעירות, מקיימות בחלק מההקרנות ריטואלים בעלי מאפיינים קרניבליים: פעילות ערה של הצופות, המלווה בקריאות ובצעקות לעבר המסך באופן שחורג מכללי הצניעות הווקליים היומיומיים. ואילו בחסות סרטי הגברים נערכים אירועים משפחתיים חווייתיים ומלכדים. נוסף על כך, הצופים החרדים הצעירים מפתחים תרבות הערצה הדומה במאפייניה לתרבות הערצה בחברות מערביות חילוניות בעידן הפוסט-מודרני. עשייתם מאופיינת כתרבות משתתפת, המלמדת על כוחם ועל יכולתם של צרכני התרבות לחרוג מההכוונות של בעלי סמכות, ולהרחיב את פרקטיקת הצפייה לאופני פעולה נוספים בזמנים ובמקומות אחרים.

המסקנה השלישית עוסקת בתעשיית התרבות הקולנועית החרדית ובסמכויות המשנה שנוצרו בחברה החרדית. במחקר נמצא כי בחברה החרדית התעצבה קהילה מקצועית חדשה של אנשי ונשות קולנוע חרדים, המתחזקים את תעשיית התרבות הקולנועית כתעשיית קולנוע קהילתית, שבה שותפים יוצרים בעלי ידע וניסיון מתחומי החינוך או הבידור. היוצרים והיוצרות מחפשים את ייחודם ומבקשים להבחין עצמם מחבריהם לעשייה. אולם לכולם ישנה מטרה מסחרית משותפת: לעניין ולבדר את הצופים מבלי להשמיט את המסרים הדתיים והמאפיינים החרדיים. בהתאם לרקע שלהם בעולם החינוך או הבידור ועל פי מטרת היוצרים, נמצא כי תהליכי ההפקה של סרטים חרדיים נעים בציר שבין עשייה חינוכית דידקטית דתית, כפי שחלק מהיוצרים והיוצרות מציגים את עשייתם, לבין עשייה יצירתית אמנותית ובידורית, שאותה מבקשים להדגיש יוצרים ויוצרות חרדים אחרים. השילוב של גישות ומטרות אלה נעשה בסרטים החרדיים במינונים שונים. האיזון בין הגישה החינוכית הדתית לבין הגישה הבידורית המסחרית מוביל ליצירתה של חוויה דתית-בידורית מהנה השונה באופיה מהגישה החינוכית שמשתמשת בבידור למטרותיה החינוכיות.

ניסיונות של יוצרים ויוצרות חרדים להפיץ את סרטיהם לקהל הרחב בטלוויזיה ובקולנוע של הזרם המרכזי, או ליצור למען קהל זה כנציגי קבוצת מיעוט, מלמדים כי קשה לגשר על הפערים בין מאפייני השדות השונים של תעשיית התרבות הקולנועית: השדה הקהילתי החרדי והשדה של הטלוויזיה והקולנוע מן הזרם המרכזי. שדה הקולנוע הקהילתי החרדי שונה מזה של אמצעי התקשורת

הישראליים החילוניים הפופולריים. הוא בעל מאפיינים ייחודיים שאינם מאפשרים ליוצרים וליוצרות להשתלב בתקשורת הזרם המרכזי מבלי לפגוע בקהל היעד הבסיסי החרדי.

המסקנה הרביעית עוסקת בתפקידו הפוליטי החברתי של הקולנוע הקהילתי ומתמקדת בזהויות חרדיות. הקולנוע החרדי מתאים באופיו לגישה התאורטית שקושרת את התקשורת הקהילתית עם החברה האזרחית. במחקר מוצג כיצד הקולנוע החרדי מאתגר את ההפרדה בחברה החרדית בין מגזרים ובין תת-קבוצות, ואת הנטייה לפילוח פנימי. בעזרת הדמויות המרכזיות בסרטים החרדיים ועל פי אופני הצריכה שלהם, הקולנוע החרדי מבנה קהילה מדומיינת של קבוצה חרדית שמקיפה תת-קבוצות שנפרדות בהיבטים רבים של חייהן. קהילה זו מייצגת זהות פאן-חרדית, המטשטשת זהויות חרדיות מגזריות שונות, ובכך היא בוחנת מחדש, ולו במשתמע, גבולות פנים חברתיים, וגישות ותפיסות מסורתיות ומודרניות. כלומר, בעזרת הקולנוע החרדי משורטט מרחב מדומיין חוצה גבולות פנים קהילתיים, שמשותף לקבוצה חרדית רחבה: צופים ויוצרים חרדים הפתוחים לרעיונות מודרניים, לאמצעים טכנולוגיים ולשימוש בהם. פעולת דמיון זו, שנוצרת מתוך תפיסת היוצרים את קהל הצופים המדומיין שאליו הם פונים, מלווה בהימנעות עקיבה מעיסוק מפורש בפוליטיקה חרדית פנימית ומערעור הסדר החברתי הקיים.

ארבע המסקנות העיקריות שעולות מממצאי מחקר זה מצביעות על הדרכים שבהן התאימו סוכני התרבות החדשים, אנשי הקולנוע החרדים, את המדיום הקולנועי המודרני לחברה החרדית ולערכיה באופן שאפשר חדירת חידושים ותוספות של רבדים תרבותיים לחברה החרדית, אך בלי לחתור תחת ערכיה ואמונותיה הבסיסיים.

רשימת המקורות

- אלאור, ת' ונריה, ע' (2003). "המשוטט החרדי": צריכת זמן ומרחב בקרב האוכלוסייה החרדית בירושלים. בתוך: עמנואל סיון וקימי קפלן (עורכים), **חרדים ישראלים: השתלבות בלא טמיעה?** (עמ' 171-195). תל אביב: הקיבוץ המאוחד ומכון ון ליר בירושלים.
- בא-גד אלימלך, ו' (2009). **המשמעות החינוכית של הקולנוע החרדי לילדים ונוער**. חיבור לשם קבלת התואר "דוקטור" לפילוסופיה. רמת גן: בית הספר לחינוך, אוניברסיטת בר-אילן.
- בארת, ר' (2003). הרטוריקה של הדימוי. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות). **תקשורת כתרבות: טלוויזיה בסביבה של חיי היומיום**, חלק א (עמ' 303-337). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.
- גאסקל, ג' (2011). ראיונות אישיים וקבוצתיים. בתוך: מ"ו באואר וג' גאסקל (עורכים), **מחקר איכותני: שיטות לניתוח טקסט, תמונה וצליל** (עמ' 49-68). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.
- וניג, מ' (2011). **הקולנוע החרדי**. תל אביב: רלסינג.
- חזן, ח' (1992). **השיח האנתרופולוגי**. תל אביב: משרד הביטחון (האוניברסיטה המשודרת).
- לב-און, א' ובן-שחר, נ' (2009). פורום משלהן: עמדות ביחס לאינטרנט בקרב הגולשות בפורומים סגורים המיועדים לנשים חרדיות, **מסגרות מדיה**, 4, 66-105.
- ליאון, נ' (2009). **חרדיות רכה: התחדשות דתית ביהדות המזרחית**. ירושלים: יד יצחק בן צבי.
- נוסק, ה' (2001). **קול העם לכל העם?**: טלוויזיה קהילתית בישראל, **קשר**, 30, 51-65.
- סיון, ע' (1991). תרבות המובלעת, **אלפיים**, 4, 45-99.
- פן, ג' (2011). ניתוח סמיוטי של תמונות דום ("סטילס"). בתוך: מ"ו באואר וג' גאסקל (עורכים), **מחקר איכותני: שיטות לניתוח טקסט תמונה וצליל** (עמ' 259-278). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

- פרידמן, מ' (1991). *החברה החרדית: מקורות, מגמות ותהליכים*. ירושלים: מכון ירושלים לחקר ישראל.
- קארי, ג' (2003). גישה לתקשורת כתרבות. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), *תקשורת כתרבות: טלויזיה כסביבה של תרבות היום-יום*, חלק א (103-120). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.
- קלנר, ד' (2004). חקר תרבות, רב-תרבותיות ותרבות התקשורת. בתוך: ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות). *תקשורת כתרבות: טלויזיה כסביבה של תרבות היום-יום*, חלק א (עמ' 27-40). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.
- קמה, ע' (2008). ללא חדר משלהן: מעורבותן של מהגרות עבודה פיליפיניות בכתב עת בן כלאיים. *מסגרות מדיה*, 2, 73-84.
- קפלן, ק' ושטדלר, נ' (2009). *מנהיגות וסמכות בחברה החרדית בישראל: אתגרים וחלופות*. תל אביב: הקיבוץ המאוחד ומכון ון ליר בירושלים.
- , (2012). *מהישרדות להתבוססות: תמורות בחברה החרדית בישראל ובחקה*. תל אביב: הקיבוץ המאוחד ומכון ון ליר בירושלים.
- שוחט, א' (1991). *הקולנוע הישראלי: היסטוריה ואידיאולוגיה*. תל אביב: ברירות.

- Berg, L.B. & Lune, H. (2012). *Qualitative research methods for the Social Sciences*. New Jersey: Pearson.
- Carpentier N, Lie, R. & Servaes, J. (2007). Multitheoretical Approaches to Community Media: Capturing Specificity and Diversity. In L. Fuller (ed.), *Community media: International perspectives* (pp. 219-236). New York: Palgrave MacMillan.
- Ginsburg, F. (1991). Indigenous media: Faustian contract or global village?, *Cultural Anthropology*, 6(1), 92-112.
- Howley, K. (2005). *Community media: People, places and communication technologies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Howley, K. (2010). (ed.) *Understanding community media*. London: Sage.
- Jenkins, H., Puroshotma, R., Clinton, K., Weigel, M., & Robison, A.J. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. An Occasional Paper on Digital Media and Learning. The MacArthur Foundation.
- Marcus, G.E. (1995). Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.