

צוות סלוניקי – מחקר במרחב אורבני (מרים, קובי, אלעד ועמית)

בתחילת העבודה בסלוניקי השתתפנו ב"סיעור מוחות" שבמהלכו התברר כי הנושא המשמעותי ביותר מבחנת חברי המשלחת שבחרו להתמקד בקהילת סלוניקי, הוא הפער שבין ההיסטוריה המפוארת של הקהילה לבין מצבה של היום. לפיכך שאלת המחקר שבחרנו לטפל, הייתה מה היא הסיבה לשינוי זה? השערת המחקר אותה העלנו, הייתה כי השינוי נובע משינוי בזהות הקהילתית והאישית של היהודים בסלוניקי – מיהודי סלוניקאי ליווני יהודי (בסדר זה).

את ההשערה הוחלט לבדוק על ידי בחינת הביטוי של הקהילה במרחב העירוני והאנושי, באמצעות השוואה בין מצבה של הקהילה ערב הגירוש לאושוויץ על ידי הנאצים ב-1943, לבין מצבה היום שנת 2006.

את המרחב העירוני חקרנו בארבע רבדים, כאשר הרובד התודעתי הוא הבסיס לשאר המרחב:

1. **הרובד התודעתי** – במסגרתו ביצענו השוואה בין "מפות-קהילה" (מפות קוגניטיביות) שביקשנו מאנשים שונים בקהילה לצייר, בהם התבקשו לתאר על בסיס מפה סכמאטית של העיר, היכן נמצאת מבחנתם הקהילה היהודית של סלוניקי (לדוגמה – בניין הקהילה, בית הכנסת החדש ובית הקברות העתיק שנהרס על הגרמנים). המפות חולקו לשלושת הדורות החיים היום בסלוניקי (הדור הראשון הוא זה ששרד את השואה).

2. **הרובד העירוני** – במסגרתו חקרנו את ההבדל בין ההשפעה היהודית על המתאר העירוני אז והיום, באמצעות השוואת כמות הרחובות (והמקומות בכלל) שהיו בעלי שמות יהודיים אז לעומת אלו שקיימים היום. בנוסף חקרנו את ההבדל מבחינת מבנה העיר, צפיפות הרחובות וכדומה, שהשתנו מאוד כאשר היו קיימות שכונות יהודיות לפני השואה והיום לאחר שנהרסו כליל על ידי המשטר הנאצי.

3. **הרובד השכונתי** – התמקדנו בשני אזורים שהיו מרכז לחיים יהודיים לפני המלחמה והיום נותרו בהם עדיין שמות הרחובות היהודיים המקוריים (השכונה באזור בית החולים הברון הירש והאזור המסחרי הישן במרכז העיר). ביצענו השוואה בין כמות המוסדות היהודיים, מורכבות מרקם החיים היהודי, מודעות הציבור ברחוב היווני להיסטוריה היהודית המקומית והמבנה הארכיטקטוני אז והיום.

4. **רובד הרחוב** – תיעדנו שני רחובות שעדיין נושאים שמות יהודיים (רחוב מזרחי וסטואה שאול), בדקנו את השינוי במבנה הרחוב ועיצוב הבתים שעדיין בבעלות הקהילה היהודית, אז והיום.

5. **רובד הפרט (החנות)** – התמקדנו בחנות משפחתית יהודית (חנות הצילום של משפחת קוניו) בסטואה שאול, באמצעות ראיון מצולם, תיעוד מראה החנות, בחינת השינוי בפרסומות של החנות לאורך השנים מעת פתיחתה בשנו ה-20 ועד היום.

ראוי לציין כי הרבדים כולם השתלבו והובילו זה לזה, כאשר הבסיס היה מפות הקהילה שעזרו לנו לבחור לבצע את המחקר באזור מסוים.