

מחקרים בקליטת העלייה

התקשורת בשפה הרוסית בישראל - משא ומתן על זהות

← אנה קוטיקוב-אוליאל

מאמר זה עוסק במקומה של התקשורת המגזרית בתהליך השתלבותם וגיבוש זהותם של מהגרים בארץ החדשה. השאלה הנדונה במאמר היא: מדוע צופים עולי ברית המועצות לשעבר במהדורת החדשות בערוץ 9? האם עקב צורך בשימור התרבות ושפת המקור או שמא בשל צורך להתערות בנעשה בסדר היום הישראלי בשפה המובנת להם? המאמר דן בהשפעתה של התקשורת המגזרית על זהות העולים מרוסיה בישראל.

תהליכי הגירה וקליטה ומקרה הגירת יהודי בריה"מ לשעבר

מדיניות קליטת מהגרים מושפעת רבות ומשתנה בהתאם למציאות החברתית, הכלכלית, הביטחונית והפוליטית במדינה הקולטת. בישראל ניתן לראות מגמות שונות של קליטת עלייה המשקפות את מצבה המדיני של ישראל בהתאם לתמורות שחלו בה במהלך השנים. בשנים שלאחר הקמתה קלטה ישראל רבבות עולים ניצולי שואה והייתה נתונה במאבק בלתי פוסק על ביטחונה ועצמאותה. על כן האידיאולוגיה הציונית שליוותה את גלי העלייה דגלה בחיזוק היישוב היהודי ויצירת חברה מאוחדת ויצרנית במדינה עצמאית (קימרלינג, 1998).

רעיון כור ההיתוך, שהיה רווח ומקובל בישראל החל מקום המדינה, אפיין את גישת הקליטה בשנות החמישים והשישים. שיטה זו 'כפתה' על העולים החדשים את השפה העברית ואת נוהגי התרבות הישראלית, תוך דחיקת התרבות של ארץ הולדתם ומחיקה או טשטוש של מאפייניה הייחודיים. מפלגת מפא"י, ששלטה בישראל החל מקום המדינה, הנחילה אידאולוגיה ציונית הדוגלת בזהות קולקטיבית ובהתגייסות היחיד למען הכלל. בבסיס הערכים הציוניים עמדה אז תחיית הלאומיות היהודית, המתאפשרת על-ידי הקרבה אישית ולכידות חברתית, לצד טיפוח הצבא והביטחון שהפכו לסמלים המרכזיים בהבניית התרבות הלאומית הישראלית (הורוביץ וליסק, 1990).

המאמר הוא חלק מעבודת גמר שנעשתה באוניברסיטת תל-אביב בהנחיית פרופ' ג'רום גורדון וד"ר נטשה זילבר.

אנה קוטיקוב-אוליאל היא בוגרת המכללה האקדמית ספיר בתקשורת ובעלת תואר שני בתקשורת מאוניברסיטת תל אביב. מתמקדת בחקר עולי ברית המועצות לשעבר, התקשורת בשפה הרוסית בישראל והשפעתה על תהליכי הקליטה בארץ. בעבר עבדה בארגון, בהסברה לתקשורת הזרה, וכיום עובדת כיועצת תקשורת.

דפוסי קליטת מהגרים בשנות התשעים - היטמעות ומעבר לפלורליזם תרבותי

לקראת התפרקות הגוש הסובייטי בסוף שנות השמונים של המאה העשרים, החלו להיפתח שעריה של ברית-המועצות-לשעבר להגירה יהודית המונית אל מחוצה לה. להבדיל מהעלייה משנות השישים ואילך, שהגיעה לישראל בדרך כלל בהדרגה, גל העלייה בשנים אלה היה מסיווי והביא עמו כמות עולים גדולה תוך זמן קצר. מדינת ישראל, בניגוד למדינות מערב אירופה וארצות הברית, לא צמצמה את מכסות ההגירה אליה וקיבלה את העולים ללא תנאי כ'בנים' השבים אליה (זילברג, 2012; אליאס, 2003).

גל עלייה זה החל בשנת 1989 והתאפיין במהגרים מכלל שכבות האוכלוסייה ובהטרוגניות אתנית וחברתית. המניעים לעלייה היו בחלקם אידאולוגיים ונבעו מרצון לשוב למולדת ההיסטורית. גורמים אחרים, 'דוחפים', כגון החרפת האנטישמיות, קריסת הכלכלה הסובייטית והידרדרות איכות החיים הביאו לנטישה המונית של כמחצית מיהודי בריה"מ לשעבר (היילברון, 2008; זילברג ולשם, 1999).

במהלך עשרים השנים לאחר מכן עלו לארץ כ-830,000 איש, ביניהם משפחות רבות בנות מספר דורות שעלו יחדיו לארץ, וקרובי משפחה שהגיעו לישראל בעקבותיהן, מה שסימל את עזיבתם הסופית את בריה"מ לשעבר במטרה לא לשוב אליה (Della Pergola, 1998). גל זה סחף עמו לארץ אוכלוסייה שהוגדרה כבעלת הון אנושי - כ-55% מהעולים היו בוגרי 13 שנות לימוד ומעלה ובעלי מקצועות חופשיים ואקדמיים (אליאס, ירושלמי וסופר, 2000), והיא כללה אנשי רוח ומדע שנחשבו למובילים בתחומם בבריה"מ לשעבר (לשם וסיקרן, 1998; Philippov & Knafelman, 2011).

בשל היקפו העצום של גל העלייה וכדי למנוע תלות מתמשכת של העולים במנגנוני הקליטה, הוחלט להנהיג את שיטת 'הקליטה הישירה'. בדרך זו אכן נקלטו רוב העולים: לכל עולה ניתן סל קליטה שכלל סכום כסף התחלתי והקצבה חודשית. אלה נועדו לסייע בהוצאות הנדרשות ואפשרו השתקעות של העולה ומשפחתו באופן עצמאי למקום מגוריהם החדש שהם בחרו, ללא התערבות מצד המדינה.

מבחינה כלכלית, ציפיות העולים להשתלבות מהירה התנפצו במהרה. התשתית התעשייתית המצומצמת יחסית וחוסר היערכותה של מדינת ישראל לקלוט כמות כה גדולה של אנשים החלישו את יכולתן של הרשויות הארציות והמקומיות להיות מעורבות בתהליך הקליטה. שוק העבודה הישראלי לא היה ערוך אף הוא לקלוט מאות אלפי עובדים חדשים (Cohen, Haberfeld & Kogan, 2011), ובתקופה הראשונית נותרו מרביתם מובטלים או נאלצו להתפרנס בדוחק מעבודות שלא תאמו את השכלתם וכישוריהם (Della Pergola, 1998). תהליך היווצרותה של קהילת דוברי הרוסית בארץ נחשב לייחודי, הן בישראל והן עבור העולים עצמם, שכן בבריה"מ לשעבר לא הייתה קיימת מסורת של התארגנות ופעילות קהילתית שליכדה סביבה את היהודים במדינות השונות (זילברג ולשם, 1999). ההתארגנות הקהילתית בישראל התבססה על הרשתות החברתיות שיצרו העולים בינם לבין עצמם בערים השונות במטרה להתמודד ביחד עם קשיי הקליטה, ועל הקמתם של ארגוני מהגרים בלתי-פורמליים שפעלו בעיקר בתחום החברתי-פוליטי. קשיי הקליטה והתעסוקה הביאו אפוא להקמת תשתית נרחבת של אגודות וארגונים שפעלו במטרה לקדם ולייצג את מעמד העולים בישראל (זילברג, 2012).

תקשורת מהגרים

תקשורת מהגרים - מאפיינים ומטרות

אחד ממאפייניה של מדינה מודרנית הוא מנגנון תקשורת ממלכתי שתפקידיו, בין היתר, הם גיוס, חינוך והסברה לאזרחי המדינה (זלצר, 1998). התפתחותה של תקשורת מהגרים תלויה בפלטפורמה החוקתית של המדינה הקולטת ובמדיניות הקליטה וגישה כלפי מהגרים. גישה מדינית הדוגלת באסימילציה תשתמש בתקשורת ככלי להטמעתם של המהגרים והעברת מסרים בהתאם למדיניות הממשל, בעוד מדינה הדוגלת בפלורליזם תרבותי תעודד הקמתה של תקשורת מהגרים עצמאית המוקמת על-ידי המהגרים עצמם. על כן מדיניות הקליטה של מדינה ושליטתה על כלי התקשורת בה קובעים את מידת הקמתם ואופיים של כלי תקשורת המשמשים מהגרים ועשויים להשפיע על התכנים והמסרים המועברים בהם (Mowlana, 1997). התנאים לקיומה של תקשורת-מהגרים מושפעים מהתשתית הכלכלית של המדינה הקולטת ומתאפשרים בזכות תנאי שוק המזמנים מימון עצמאי כמו גם סבסוד ממשלתי (Cohen, Haberfeld & Kogan, 2011).

לאמצעי תקשורת המשמשים מהגרים (שלו רוב יהוו קבוצת מיעוט בחברה הקולטת) שני תפקידים עיקריים: חיבור לתרבות החדשה של החברה הקולטת ולצדה שמירה על קשר עם תרבות המקור תוך חיזוק קבוצת המיעוט וערעור של הייצוג הסטראוטיפי כפי שהוא בא לידי ביטוי בתקשורת המקומית. אופיו של כלי התקשורת משפיע באופן ישיר על התכנים המועברים בו, ולכן קיים הבדל משמעותי כאשר שולט בו גוף ציבורי-ממלכתי או כשהוא פועל באופן עצמאי. על כן יש להבדיל בין אמצעי תקשורת הנוצר עבור מהגרים לבין אמצעי תקשורת הנוצר על-ידי מהגרים. שני הסוגים נבדלים זה מזה במספר היבטים המשפיעים על התכנים המועברים בהם, בייצוג המהגרים בתקשורת הממלכתית, במימון שהם מקבלים ובשליטה בתכנים (Caspi & Elias, 2011).

בהתייחס למקרה הישראלי, התגבשותה של קהילת דוברי הרוסית בארץ סימנה אותה כבעלת פוטנציאל צרכני גבוה והניעה מפרסמים וגופים מסחריים להשקיע בהקמתם של כלי תקשורת בשפה הרוסית לצד הקמתם של עיתונים בשפה הרוסית מטעם גופי תקשורת ישראלים שישמשו את קהילת העולים (זילברג ולשם, 1999).

צריכת אמצעי תקשורת על ידי מהגרים

כדי להתמודד עם הפער שנוצר במידע חדשותי או תקשורתי נוקטים המהגרים מספר דרכים. הדרך הראשונה היא הקמת ערוצי תקשורת עצמאיים או ממשלתיים בשפת האם המהווים חלופה לשידורים המרכזיים באותה מדינה. לערוצים אלו שני תפקידים עיקריים: שימור זהותם התרבותית המקורית של המהגרים על ידי מתן מידע על האירועים הקהילתיים של קהילת המהגרים; וקירוב המהגרים לחברה החדשה על ידי חשיפתם למידע אודות המתרחש בתוך החברה בכללותה (Zilberg & Leshem, 1996; פרס וליסצ'ה, 2000). מדיית המהגרים מהווה בעצם גשר בין הישן והחדש התרבותי; תפקידו האחד של הגשר הוא הצגת חדשות מארץ המוצא, דבר שיש בו כדי להזכיר למהגר את מקורותיו, וקצהו השני - הצגת חדשות רלוונטיות מארץ ההגירה, ובאמצעו הצגת סיפורים גאו-אתניים מקומיים, המחזקים את תחושת הקהילה ובנייתה אצל המהגרים (Lin & Song, 2006). לחשיפת קורותיה ומנהגיה של המדינה הקולטת בפני המהגר הזר ישנה השפעה על התאקלמותם במדינה, מפני שהיא תורמת להבניית המרחב הציבורי החדש של המהגר.

ממצאי מחקרים מצביעים כי מהגרים מארצות מוצא שונות יעדיפו מקורות מדיה שונים אלה מאלה לשם צריכת חדשות. כך מהגרים מאמריקה הלטינית יקימו ויצרכו יותר שידורי רדיו בשפת המקור, בעוד מהגרים מאסיה יעדיפו ערוצי טלוויזיה (Lee & Tse, 1994). מעצם אופייה, הטלוויזיה האתנית מנסה לשמור על חזות המאפיינת את ארץ המוצא. למשל, המגישים יהיו בעלי חזות אתנית הדומה לחזותו של המהגר, בשל חשיבות העברת המסר הטלוויזיוני על ידי 'אנשים כמוני', כלומר דומים לקולט המסר (Kreuter & McClure, 2004).

הדרך השנייה היא ניצול הקדמה הטכנולוגית וצריכת שידורי הטלוויזיה, הרדיו והאינטרנט המשודרים מארץ המוצא של המהגרים. היכולת להיחשף למדיה המשודרת בארץ המוצא בזמן אמת מאפשרת למהגרים לשמור על קשר הדוק עם תרבות המקור (Katz, 2001).

הדרך השלישית היא צפייה בערוצים המרכזיים של המדינה הקולטת המשתמשים בשפתו של הרוב. מחקרים שעסקו בנושא זה העלו כי המהגרים המשתמשים בחלופה זו הם בעלי המוטיבציה הגבוהה ביותר להשתלבות בחברה הקולטת וכן בעלי יכולת שפתית טובה מספיק כדי להבין את רוב המסר המועבר במדיה (Reece & Palmgreen, 2000).

אך ברוב המקרים מהגרים אינם בוחרים בדרך אחת אלא משלבים בין מספר דרכים כדי לחוות את כל העולמות התקשורתיים, כעולה ממחקרם של וואנג והי (Hwang & He, 1999). חוקרים אלה בחנו את צרכנות אמצעי התקשורת בקרב מהגרים סינים בארצות הברית. הם מצאו כי המהגרים השתמשו באמצעי התקשורת המרכזיים בשפה האנגלית, על מנת ללמוד את השפה והמנהגים המקומיים וכדי להתערות ולהבין טוב יותר את החברה האמריקאית. כמו-כן המשתתפים במחקר נהגו לצפות באמצעי תקשורת אשר שודרו מסין לצורך שימור תרבות המקור וזיקה לארץ המוצא; אך במקביל הם עשו שימוש באמצעי התקשורת הקהילתיים בשפה הסינית, שמקורם בארצות הברית, במטרה להבין יותר טוב את המתרחש בארצות הברית בשפה הנוחה להם להבנה.

השימוש בכלי התקשורת השונים בולט במשפחות מהגרים שבהן המאבק סביב הבחירה במה לצפות משקף את המתח שנוצר בין הרצון להיטמעות בחברה, החזק יותר אצל הילדים, לבין הצורך בהמשכות תרבותית, שהוא דומיננטי יותר אצל המבוגרים. כמו-כן הטלוויזיה משמשת כלי שיוצר לפעמים תחושת כפייה אצל הילדים, כאשר ההורים משתמשים בה במסגרת הנחלת השפה והתרבות של ארץ המוצא (Elias & Lemish, 2008).

עליית התקשורת הרוסית בישראל והשלכותיה

ניתן לומר כי מפת התקשורת במדינה משקפת מגמות בחברה. הסתכלות בהתפתחותם של כלי תקשורת ישנים ובהיווצרות ערוצי תקשורת חדשים יכולה ללמד על המבנה החברתי המשתנה של מדינת ישראל. כלומר, אופיים של כלי תקשורת וערוצים חדשים, השונה מן התווים הכלליים המאפיינים את רוב מוסדות התקשורת שהיו קיימים לפנייה במדינה, עשוי ללמד על מגמות מתחזקות בחברה הישראלית או לחילופין על התחזקות קהילות מתפתחות ואף מגזרים שפעילותם לא ניכרה קודם לכן (ברזילי, 2003).

על פי רוב, קהילות או מגזרים מן הסוג הזה לא קיבלו בעבר סיפוק לצורכיהם התקשורתיים מערוצי התקשורת הארציים והיו זקוקים לערוץ תקשורת נוסף שיפנה אליהם בצורה שיוכלו להבין ושתתאם את עולם הערכים שלו (שם, 2003). ביטוי לכך ניתן לראות בצמיחתם המהירה והמרובה של כלי תקשורת בשפה הרוסית החל משנות התשעים המוקדמות, עם

התגברות העלייה מבריה"מ וגיבושה כקהילה מדומיינת (כספי ואליאס, 2000). גל העלייה הרוסית לישראל בשנות השבעים הוביל להקמתם של כלי תקשורת בשפה הרוסית שהלכו והתמעטו ככל שהשתלבו של העולים בתרבות הישראלית. הגירתם של יהודים מרוסיה לישראל עודדה יזמות פרטית ומסחרית להקמתם של כלי תקשורת בשפה הרוסית, בכדי לקדם את צורכי העולים ולממש את אפשרות הביטוי שלהם בישראל, ביטוי שנחסם במשטר הסובייטי המדכא (זילברג ולשם, 1999; כספי ואליאס, 2000). כמו-כן מרבית הבאים בעלייה זו השתייכו למעמד הביניים המשכיל בבריה"מ לשעבר והביאו עמם תרבות קריאה וכתביה מפותחת. בין השאר עלו עיתונאים רבים ששאפו לעסוק במקצועם במדינתם החדשה (כספי ואליאס, 2000).

עד שנת 1989 פעלו בארץ מספר מצומצם של כלי תקשורת בשפה הרוסית; הבולט בהם היה היומון נאשה סטראנה, ולצדו היו שבועונים וירחונים אחדים. בשנת 1991 הוקם ערוץ הרדיו הממלכתי 'רדיו רק"ע' (רשת קליטת עלייה) על-ידי רשות השידור. הוא יועד הן לעולי בריה"מ לשעבר והן לעולים מאתיופיה שהובאו לארץ במסגרת 'מבצע שלמה' באותה שנה. זמן השידור בשפה הרוסית בערוץ עמד על יותר מ-12 שעות יומיות, והשידורים ברדיו רק"ע נועדו להפיץ את ערכי החברה הישראלית לעולים הפוטנציאליים (Adoni, Caspi & Cohen, 2006). רשות השידור אף הוסיפה כתוביות בשפה הרוסית לחלק משידורי הערוץ הראשון והשני, במטרה להקל על העולים לצרוך תכנים אקטואליים.

מצבה הביטחוני הבלתי יציב של ישראל ותחילתה של מלחמת המפרץ שפרצה ב-1991 הביאו לצורך בהול של העולים בהתעדכנות בנעשה בארצם החדשה ובשמירה על קשר עם הקרובים להם שהתגוררו באזור אחר בארץ (זילברג ולשם, 1999). כתוצאה מכך החלה הפצתם של עשרות עיתונים וכתבי עת ברוסית. התפתחותם המהירה התאפשרה הודות לעלויות הפקה זולות, תרבות הקריאה והכתביה הענפה של העולים והפוטנציאל השיווקי והרווחי של אוכלוסייה זו שקסם מאוד לבעלי עיתונים ומפרסמים. מרבית העיתונים התבססו על חדשות זרות והעתיקו ידיעות מכלי תקשורת רוסיים ואמריקניים ומסוכנויות ידיעות דוגמת רויטרס (שהם וגופשטיין, 2009; כהן וטוקצ'ינקי, 2007; Adoni, Caspi & Cohen, 2006).

בחינת פרסומים בעיתונות הישראלית החל משנת 1992 עשויה להצביע על יסוד נוסף שאולי תרם להיווצרות תקשורת מגזרית זו. בחינת הפרסומים בתקשורת הלאומית בעברית מציגה תמונה של ייצוג שלילי וסטריאוטיפי בעיקרו של העלייה הרוסית והשפעותיה, ללא התייחסות להבדלים אינדיבידואליים בין העולים (זסלבסקי, 2003). מחקרה של למיש (Lemish, 2000), שבדק את ייצוג הנשים העולות מבריה"מ בעיתונות הפופולרית הישראלית, יש בו להמחיש תופעה זו. העולות מוצגות לרוב בהקשר של זנות, כשם שתופעת הזנות מוצגת לרוב בהקשר לעולות; העולה מוצג כאחר, כאדם שונה וסוטה מן הנורמה; סיפורי ההצלחה של עולים בחברה הישראלית מוצגים ככאלה שהושגו כנגד כל הסיכויים. יתר על כן, סיקור הקהילה היה מועט וברובו שלילי (Lemish, 2000).

בשני העשורים לאחר העלייה נמצא כי הגברים העולים הוצגו לרוב בהקשר של אלכוהול ואלימות במדיום הטלוויזיוני והקולנועי (Gershenson, 2011). ניתן לשער אפוא כי המצוקה התעסוקתית ותחושת הקיפוח כתוצאה מהייצוג השלילי של התקשורת הישראלית הולידו צורך אצל העולים בייצוג הולם ובתכנים שיענו על צורכיהם באופן שיסייע בהסתגלות לארץ החדשה מחד ובשמירה על סממני התרבות הישנה מאידך.

עם תחילת התפתחותה של התקשורת הרוסית, הציפייה הייתה כי צריכת התקשורת הרוסית תהווה מקור מידע נוסף ותשלים, כביכול, את צריכת התקשורת העברית ולא תחליף אותה לחלוטין. אולם, בפועל, התקשורת הרוסית, ככל שהתעצמה, החלישה את ההזדמנות אצל העולים לחוש תחושת שייכות לחברה ולהבנות את זהותם הישראלית; כך היא נמצאה מחזקת את בידולם (אדוני וכהן, 2002). מתוך סקרים ומחקרים בנושא העלייה של שנות התשעים אחד הממצאים הבולטים היה, כי אין העולים מרוצים מקליטתם במדינת ישראל, הרגשה המדכאת בהם את הרצון להשתלב בחברה החדשה. תחושה זו של תסכול מן הסביבה החיצונית גרמה להיווצרות קהילות מגובשות בתוך חברת העולים. הללו ממלאים לעצמם את חסכי התרבות והתקשורת על ידי הקמתם מתוך קהילותיהם, בהתאם למודל הסגרגציה (בן רפאל, 2001).

עלייתה של התקשורת הרוסית בישראל סייעה רבות בגיבוש קהילת דוברי הרוסית בארץ ובליכודה סביב מכנה משותף של תהליך הקליטה שהיה כרוך בקשיים רבים. קשיים אלה, לצד הצורך בשמירה על קשר עם תרבות המקור והתעדכנות בסדר-היום האקטואלי בישראל, הפכו אותה לסוכנת חברות משמעותית עבור העולים. עקב זאת חלק מכלי תקשורת אלה נקטו אסטרטגיה שנועדה לחזק או להחליש את יחסי הגומלין של הקהילה עם החברה הישראלית, בהתאם לאידאולוגיה של הגוף שמטעמו הופצו. קהל היעד החדש התאפיין בדעות שונות ומגוונות, ולכן החל משנת 1989 התאפשרה הקמתם והפצתם של עשרות עיתונים בשפה הרוסית שלכל אחד מהם תוכן ייחודי שנועד לקדם מטרה שונה (Adoni, Caspi & Cohen, 2006).

העיתונות בשפה הרוסית החצינה את מצוקותיהם של העולים ועודדה אותם לשנות ולחזק את מעמדם. בכך יצרה מכנה משותף בין העולים אך גם תרמה להגדלת הפערים בינם לבין הוותיקים ולהתבדלותם בתוך קהילות העולים. העיתונאים דוברי הרוסית סיקרו את המציאות מנקודת מבטם של העולים ומתוך תחושת מעורבות גדולה, תוך הדגשת ערכים חברתיים ופוליטיים הנמצאים בבסיסו של מכנה משותף זה. פעילות תקשורתית זו הובילה לסיקור לא מאוזן של מגוון היבטים (כספי ואליאס, 2000; זילברג, לשם וליסק, 1995).

תקשורת, תרבות וקהילה

תפקידה של הטלוויזיה בהתבססות קהילת דוברי הרוסית בישראל

כניסתן של הרשתות הזרות לשידורי הכבלים בישראל ביטאה תהליכי גלובליזציה עולמיים, שחיקו את שליטתם של תאגידים בין-לאומיים ברשתות הטלוויזיה והובילו לריבוי ערוצים ותכנים משודרים. כתוצאה מכך נחלש כוחה של התקשורת המקומית בהבניית זהות לאומית. ריבוי הערוצים אפשר לעולים לבחור אם לצרוך ערוצים זרים או מקומיים, שהתוכן המשודר בהם פונה ברובו לאוכלוסייה המקומית ומבוסס על שפה, הומור וערכים משותפים. כך, בסוף שנות התשעים, קרוב לעשור לאחר תחילת גל העלייה, שודרו בטלוויזיה הישראלית שבע תוכניות שבועיות בשפה הרוסית בערוצים הממלכתיים ובערוצי הכבלים הקהילתיים בישראל. אלה טיפלו במגוון רב של נושאים אקטואליים והיו בעלות דמיון רב לתוכניות דומות בשפה העברית. בנוסף לכך מספר תוכניות בטלוויזיה הישראלית שודרו בליווי כתוביות ברוסית.

כמו-כן שידורם של הערוצים הזרים בישראל השפיע על גישתה של התקשורת הישראלית כלפי חדשות חוץ. עד שנות התשעים הדגש היה על סיקור חדשות פנים, וחדשות חוץ עסקו בעיקר באירועי מדיה בינלאומיים (אירוויזיון, אולימפיאדה וכיוצא בזה), או באירועים ומשברים בעלי השפעה על מדיניותה הביטחונית של ישראל. התבססותה של קהילת דוברי הרוסית בארץ והתרבותם של ערוצי הזרים וכלי תקשורת ברוסית הביאו את כלי התקשורת הישראליים לתת מקום נרחב יותר לחדשות חוץ ובכך לחזק את כוחם אצל הקהילה הרוסית וליצור אצלה דעת קהל בנוגע למדיניות החוץ והפנים הישראלית (Cohen, 1993).

תחושת הסולידריות החברתית התעצמה בעתות משברים ביטחוניים ומדיניים שפקדו את ישראל בשנים שלאחר העלייה, כגון גל פיגועי הטרור שהחל בשנת 1994 והכה בכל רחבי הארץ, וכן רצח ראש-הממשלה יצחק רבין ז"ל. משברים אלה הגבירו את התלות של העולים בכלי התקשורת לצורך קבלת מידע אקטואלי והתעדכנות בנעשה (כספי, 1997). עולים רבים מצאו את הסיקורים בערוצי תקשורת זרים כפרו-פלסטינים ואנטי-יהודים והחלו בהדרגה לצרוך חדשות מאמצעי תקשורת ישראליים ברוסית ועברית, בדגש על תכנים אקטואליים. הסיבה העיקרית - הצורך בלכידות חברתית ובהשתייכות אל החברה הקולטת מול סכנה ממשית וגורל משותף (אליאס 2005; Adoni, Caspi, Cohen, 2006). כלי התקשורת הזרים נתפסו כעיונים לעומת התקשורת המקומית שנתפסה כאמינה יותר.

המשברים הביטחוניים שהתחוללו בישראל בתחילת שנות ה-2000, אשר הובילו לאינתיפאדת אל-אקצה, השפיעו באופן מהותי על דפוסי צריכת התקשורת של העולים מבריה"מ לשעבר. המציאות הקשה אילצה אותם להתעניין במתרחש סביבם ולכוון את צריכתם התקשורתית לתכנים ישראליים. בעקבות המשבר הביטחוני נחשפו רבים מהם לראשונה למהדורות חדשות בשפה העברית ובכך הפכו לחלק מהחברה הישראלית ולמציאות בה. מחקרה של אליאס (2005) הראה כי עם השנים צריכתם התקשורתית של העולים מכוונת בראש ובראשונה אל האקטואליה הישראלית, וכי הם מקיימים אותה באמצעות כלי תקשורת שונים הן ברוסית והן בעברית (אליאס, 2005). ממצא נוסף במחקר הוא שצריכת התקשורת בשפה הרוסית אינה סוגרת את דוברי הרוסית בתוך קהילתם אלא דווקא מאפשרת את התערותם בחברה המקומית, בכך שהיא חושפת אותם לסדר היום הלאומי, לסמלים ולערכים הישראליים.

במקביל להעמקת המשבר הביטחוני בשנת 2002 הוקם ערוץ 9 ('ישראל פלוס') - ערוץ מסחרי ייעודי בשפה הרוסית. הערוץ נועד למלא תפקיד חשוב בתהליך השתלבותם של העולים, מכיוון שייעודו הוא החלפת ערוצי החדשות שמקורם בבריה"מ לשעבר בערוץ חדשות שמקורו בישראל. עם זאת, ערוץ זה עשוי לעכב את המעבר לצפייה בחדשות בעברית. תפקידו העיקרי אפוא הוא מתן חלופה מקצועית וביצועית לערוצים הקיימים בכל הנוגע לעדכון במתרחש בישראל ובכך למלא אחר הצורך הדחוף להתעדכן ולהתערות בנעשה בחברה הישראלית (אליאס, 2005).

תפקידה של צריכת התקשורת, בשפה העברית והרוסית, בהבניה החברתית של הזהות

הקהילה הרוסית בישראל מתמודדת עם משברי זהות פנימיים. מדובר בתופעה שהיא ייחודית להם מחד ואוניוורסלית מאידך. הזהות מהווה את הקישור של האדם בין החוויה הפרטית שהוא חווה לבדו לסביבתו החברתית (Yurchisin, Watchravesringkan, & McCabe, 2005). מאידך, על פי הול (Hall, 1989), הזהות, המהווה את האישור החברתי למהותו האמתית של ה'עצמי', מושלכת דווקא לשוני מהאחר ומהאותנטיות האישית.

השתלבותם של העולים בשיח הציבורי ותחושת השתייכות גוברת לחברה הישראלית שנוצרה אצלם, הייתה תלויה, כאמור, בצריכת תקשורת מקומית ברוסית ובעברית. תהליך ההשתלבות של העולים הצריך הגדרה מחודשת של זהותם העצמית כישראלים וכיהודים; כל אחת מזהויות אלה מכילה את העולה החדש בקולקטיב הישראלי ומביאה אותו למקם מחדש את זהותו המקורית, הרוסית, ביחס אליהן (היילבורן, 2008). מצב זה הוביל להיווצרותה של 'זהות היברידית' המסמלת את השתייכותו של המהגר לשתי קבוצות תרבותיות שונות, את יחסיו עם כל אחת מהקבוצות ואת הדרך שבה הוא משלב ביניהן בחייו האישיים (ADONI, CASPI & COHEN, 2006).

מחקרם של פרס וליסצה (2000) הראה כי הזהות המועדפת על העולים ברובם המכריע היא רוסית או יהודית בעוד שהזהות הישראלית התקבלה כהעדפה שנייה אצל 40 אחוז מהם. ממצא זה מעיד על מעבר איטי, אם כי הדרגתי, לאימוץ הזהות הישראלית כזהות הראשונית אצל העולים, שלא היו בעלי זיקה כלשהי לישראל טרם עלייתם לארץ (פרס וליסצה, 2000). אחד ממרכיבי הזהות המשמעותיים ביותר היא השפה המדוברת המהווה גורם מגשר בין התרבות הישנה לחדשה אך גם מפרידה ביניהן. צריכת התקשורת בשפה הרוסית אפשרה לעולים להתחזק כקהילה, אך מנעה מהם השתלבות בחברה החדשה (אליאס, 2005). כתוצאה מכך החלו בהדרגה דוברי הרוסית לצפות במגוון תכנים תקשורתיים בשפה העברית כמקור נוסף ללימודי השפה ומנהגיה של החברה הישראלית (אליאס, 2005). במקביל להשתלבותם של העולים, גדלה המודעות בחברה הישראלית להונם התרבותי של העולים ולתרומתם הפוטנציאלית לתרבות הישראלית. תרומה זו אפשרה את הקמתם של מוסדות המשמרים את הערכים הסימבוליים של התרבות הרוסית, כגון תיאטרון, ספריות, מופעים מוזיקליים ועוד (זילברג, 2012). תפיסת התרבות הרוסית נחשבת למשאב שמעבירים מדור לדור כדי לשמור על ההון התרבותי (Lerner, 2011). על-כן הורים עולים בחרו לחנך את ילדיהם בשפה הרוסית ולהנחיל להם את הנורמות והערכים של מדינת המוצא (זילברג, 2012). יש בכך כדי להעיד על רצונם של העולים להמשיך את חייהם בישראל ולהשתלב באוכלוסייה הוותיקה לצד שמירה על תרבות המוצא. מחקרם של צמח וויזל (1999) תמך בהשערה זו לאחר שהראה כי 80 אחוז מהעולים מעוניינים להרגיש חלק מהחברה הישראלית ו-60 אחוז מהם רוצים לאמץ את התרבות והמנהגים הישראליים (צמח וויזל 1999).

סיכום

הפלורליזם התרבותי בישראל הביא להכרה בעושר האתני הקיים בה ולפיתוח שלל אפשרויות של השתלבות מגזרים שונים בחברה; אך לצד זאת נוצרו פרגמנטציה תרבותית ופילוח מגזרי. השתייכות לכל אחת מהקבוצות דורשת מן הפרט להגדיר את זהותו, ועלולה כך ליצור קרע בין מספר זהויות או להביא לתחושת אי-שיוכות ודחיקה לשולי החברה (בדומה למודל המרגינליזציה). תהליך זה בולט בעיקר אצל בני נוער עולים או כאלה שנולדו להורים עולים ועל-כן תרבותם נחשבת לייחודית בישראל: רובם דוברי רוסית (ברמה בסיסית לפחות), אך מצד שני הם מעוניינים לאמץ נורמות וערכים ישראליים אשר יקלו עליהם להשתלב בחברה. כמו-כן נראה כי ככל שגיל העלייה מבוגר יותר והשהות בארץ קצרה יותר, כך הצורך בכלי תקשורת המספק תכנים בשפת המקור רב יותר, הן לשם התעדכנות בנעשה במולדת הישנה והן לשם שימור זהות המקור שעדיין מהווה נדבך חשוב בתהליכי אימוץ הזהות החדשה.

מקורות

- אדוני, ח' וכהן, ע' (2002). צריכת תקשורת והבניה חברתית של זהויות בקרב הקהילה ה"רוסית" בישראל. בתוך ל' דימרסקי-ציגלמן (עורכת), יהודי ברית המועצות לשעבר בישראל ובתפוצות. ירושלים: פרסומים על יהדות ברית המועצות.
- אליאס, נ' (2003). מחבר העמים לישראל ולגרמניה: תפקידה של תקשורת ההמונים בתהליך הקליטה החברתית והתרבותית של מהגרים. עבודת דוקטורט, החוג לתקשורת: אוניברסיטת תל-אביב.
- אליאס, נ' (2005). שימושי תקשורת כאסטרטגיית השתלבות: המקרה של מהגרים מחבר העמים בישראל. סדרת התקשורת המגזרית בישראל, 2, 5-51.
- אליאס, נ', ירושלמי, מ"ב וסופר, ש' (2000). היחסים בין עולי חבר העמים לבין הישראלים הותיקים והתפיסות ההדדיות שלהם: סקירת ספרות מחקרית. ירושלים: הכנסת - מרכז מחקר ומידע.
- בן רפאל, א' (2001). זהות ושפה: ההתערות החברתית של יהודי ברית המועצות לשעבר בישראל. בתוך מ' ליסק וא' לשם (עורכים), מרוסיה לישראל: זהות ותרבות במעבר. תל אביב: הקיבוץ המאוחד.
- ברזילי, ג' (2003). התרבות הפוליטית והמשפטית בישראל. בתוך א' יער וז' שביט (עורכים), מגמות בחברה הישראלית, ב. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- הורוביץ, ד' וליסק, מ' (1990). מצוקות באוטופיה: ישראל - חברה בעומס יתר. תל אביב: עם עובד, פרק א.
- היילברון, ס' (2008). זהות המהגרים - בין הגדרת הרוב להגדרה עצמית: דוח מחקר. המחלקה למנהל עסקים והמכון להגירה ושילוב חברתי, המרכז האקדמי רופין.
- ויזל, ר' (1999). הסתגלות עולי חבר העמים (1990-1998) בישראל. מחקר מעקב מס' 7, מכון המחקר 'דחף'.
- זילברג, נ' (2012). הקהילות היהודיות-רוסיות בתקופה הפוסט-סובייטית בישראל ובתפוצות. בתוך י' רועי (עורך), יהודי רוסיה במאה העשרים, יחידה 10 בתוך יחידות לימוד 1-10. האוניברסיטה הפתוחה, כרך ג, מהדורה זמנית.
- זילברג, נ' ולשם, א' (1999). קהילה מדומה וקהילה במציאות: עיתונות בשפה הרוסית וחיידוש חיי קהילה בקרב עולי חבר המדינות בישראל. בתוך: חברה ורווחה, רבעון לעבודה סוציאלית, 19, 9-37.
- זילברג, נ', לשם, א' וליסק מ' (1995). קהילת יוצאי בריה"מ לשעבר בין מסרים של התבדלות, שילוב או טמיעה (בעיתונות הרוסית ובמרכזי התרבות). דו"ח מחקר, מרכז ה"ה סילברט ללימודי ישראל, האוניברסיטה העברית בירושלים.
- זלצר, מ' (1998). תקשורת של מהגרים: תקשורת בשפה הרוסית בישראל. עבודת מ.א, החוג למדע המדינה, אוניברסיטת תל-אביב.
- זסלבסקי, נ' (2003). כבר מזמן לא "רוסים". בתוך: פנים. כתב עת לתרבות, חברה וחינוך, 26, סתיו 2003.
- כהן, י' וטיקוצ'ינסקי, ר' (2007). טלוויזיה וזהות חברתית בעידן הרב ערוצי: דפוס צפייה גלובליים ומקומיים של קבוצות חברתית בישראל. סוציולוגיה ישראלית, ח (2), 62-37.

- כספי, ד' (1997). *תקשורת ופוליטיקה. בתוך ממשל ופוליטיקה*, יחידה 10. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, ד' ואליאס, נ' (2000). להיות כאן ולהרגיש שם: על תקשורת בשפה הרוסית בישראל. *סוציולוגיה ישראלית*, ב (2), 455-415.
- לשם, א' וסיקרון, מ' (1998). תהליכי קליטת העולים מברית המועצות לשעבר 1990-1995, ממצאים עיקריים. בתוך מ' סיקרון וא' לשם, (עורכים), *דיוקנה של עלייה - תהליכי קליטתם של עולי ברית המועצות לשעבר, 1990-1995*. ירושלים: מאנגס.
- פרס, י' וליסיצה, ס' (2000). עולי חבר העמים - גיבוש זהות ותהליכי האינטגרציה - דוח מחקר. מרכז על שם יצחק רבין למחקר החברה הישראלית. *סוציולוגיה ישראלית*, ג (1), 11-7, 28-24.
- קימרלינג, ב' (1998). הישראלים החדשים, ריבוי תרבויות ללא רב-תרבותיות. *אלפיים*, 16, 308-264.
- שהם, ס' וגופשטיין, ס' (2009). *השוואה בין אתרי חדשות ישראלים בשפה העברית ובשפה הרוסית. מאמרים מחקריים - מידעת*, 5, 58-44.
- Adoni, H., Caspi, D & Cohen, A. (2006). *Media, Minorities and Hybrid Identities*. Cresskill, N.J. Hampton Press.
- Caspi, D. & Elias, N. (2011). Don't patronize me: Media by and for minorities. *Ethnic and Racial studies*, 34 (1), 62-68.
- Cohen, A. A. (1993). Israelis and Foreign News: Perceptions of Interest, Functions and Newsworthiness. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 37, 337-347.
- Cohen, Y, Haberfeld, Y & Kogan, I. (2011). Who went where? Jewish immigration from the Former Soviet Union to Israel, the USA and Germany, 1990-2000. *Israel Affairs*, Vol. 17, No. 1, January 2011, 7-20.
- DellaPergola, S. (1998). The Global Context of Migration to Israel. In E. Leshem, J.T Shuval (eds.), *Immigration to Israel: Sociological Perspectives*. Studies of Israeli Society, New Brunswick-London Transaction, 8, 51-92.
- Elias, N., & Lemish, D. (2008). Media Uses in Immigrant Families Torn between 'Inward' and 'Outward' Paths of Integration. *International Communication Gazette*, 70(1), 21-40.
- Gershenson, O. (2011). 'Is Israel part of Russia?' Immigrants on Russian and Israeli Screens. *Israel Affairs*, 17(1), 164-176.
- Hall, S. (1989). *Ethnicity: Identity and Difference*. Massachusetts, Hampshire.
- Herzog, H. (1940). Professor quiz: A gratification study. *Radio and the printed page*, 64-93.

- Hwang, B. & He, Z. (1999). Media Uses and Acculturation among Chinese Immigrants in the U.S.A. *Gazette*, 61,1, 5-22.
- Katz, E. (2001). Media Technologies, Social Organization and Democratic Politics In E. Ben-Rafael and Y. Sternberg (eds.) *Identity, Culture and Globalization* (pp. 307-317). Leiden-Boston-Koln; Brill.
- Kreuter, M. W. & S. M. McClure. (2004). The role of culture in health communication. *Annual Review of Public Health*, 25, 439-455.
- Lee, W. N., & Tse, D. K. (1994). Changing media consumption in a new home: Acculturation patterns among Hong Kong immigrants to Canada. *Journal of Advertising*, 23(1), 57-70.
- Lemish, D. (2000). The whore and the other Israeli images of female immigrants from the former USSR. *Gender & Society*, 14(2), 333-349.
- Lerner, J. (2011). 'Russians' in Israel as a post-Soviet subject: implementing the civilizational repertoire. *Israel Affairs*, 17 (1), 21-37.
- Lin, W. Y. & Song, H. (2006). Geo-ethnic storytelling: An examination of ethnic media content in contemporary immigrant communities. *Journalism*, 7(3), 362-388.
- Mowlana, H. (1997). *Global Information and World Communication* (2nd ed.). Sage.
- Philippov, M. & Knafelman, A. (2011). Old values in the new homeland: political attitudes of FSU immigrants in Israel. *Israel Affairs*, 17 (1), 38-54.
- Reece, D. & Palmgreen, P. (2000). Need for acculturation and media use motives among Indian sojourners in the US. *International Journal of Intercultural Relations*, 24 (6), 807-824.
- Yurchisin, J., Watchravesringkan, K. & Brown McCabe, D. (2005). An Exploration of Identity Re-Creation in the Context of Internet Dating. *The Social Behavior and Personality*, 33 (8), 735-750.
- Zilberg, N. & Leshem, E. (1996). Russian-language Press and Immigrant Community in Israel. *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 12 (3), 173-188.