

"צופים ולא רואים?": כיצד תופסים עולי ברית המועצות לשעבר בישראל את ייצוגם הטלוויזיוני

נסים כץ והלל נוסק

מבוא

במדינות רבות הייצוגים של קבוצות מיעוט במדיה, בעיקר בטלוויזיה, הם תחום מחקר חשוב מאוד (קמה ופירסט, 2015). גם בישראל, כבר לפני למעלה משני עשורים התפתח תחום מחקר רחב של הבניית הזהויות, אשר ניסה לחשוף את ה"הכחדה הסימבולית" של קבוצות מיעוט שונות בחברה הישראלית.¹ "הכחדה סימבולית" היא סטראוטיפיזציה שלילית או חיובית הנקבעת על פי המרחק של הדמות המיוצגת מהדמות ההגמונית הישראלית. הדמות ההגמונית הישראלית היא הצברית. היא נתפסת כדמות התרבותית של הרוב ואפשר להכניסה לנוסחה חברתית קולעת: יהודי-אשכנזי-חילוני-גברי-הטרנססקסואל-בריא. או כפי שברוך קימירלינג (2001) הציג אותה בראשי התיבות "אחוס" לים" (אשכנזי, חילוני, וותיק, סוציאליסט, לאומי). זהו דגם של אליטה מכוננת ברוח ה-WASP האמריקני (White Anglo-Saxon Protestant). המרחק מהדמות ההגמונית הישראלית, הצבר, או הקירבה אליה קובעים את הייצוג ההולם של הקבוצה התרבותית או של המיעוט בשני ממדים. הממד האחד הוא הרמה הכמותית, קרי רמת החשיפה שלה באמצעי התקשורת, המכונה "ייצוג סימטרי" או לחלופין "ייצוג לא סימטרי". הממד השני הוא הרמה האיכותית, קרי ייצוגיה במדיה המרכזית. דא עקא, ככל שקבוצה מסוימת קרובה לנוסחה של הזהות ההגמונית היא תזכה לייצוג הולם יותר הן ברמת החשיפה הן בייצוגיה. ולהפך, ככל שהיא רחוקה יותר מן הנוסחה של הזהות ההגמונית הישראלית היא תזכה לרמת חשיפה נמוכה יותר, קרי ייצוג לא סימטרי וסטראוטיפי של דמותה באמצעי התקשורת. בישראל התפרסמו עבודות מחקר רבות על הייצוגים של עולי ברית המועצות בטלוויזיה הישראלית. מחקרים אלה בחנו את הייצוגים של עולי ברית המועצות לשעבר כאלימים, כעוסקים בזנות ובפשע ובהקשר של חוסר סדר חברתי.²

מעבר לשאלת הייצוגים של קבוצות מיעוט תרבותיות בתקשורת, נשאלת השאלה כיצד רואות אותן קבוצות מיעוט תרבותיות את ייצוגן התקשורתי. מאחר שייצוגן של קבוצות כאלה הוא שלילי בעיקרו, יש לברר מדוע קבוצות מיעוט תרבותיות אלה צורכות את הייצוגים שלהן בתקשורת המרכזית. מחקרים (Lemish, 2014; Elias, 2011) שעסקו בשימושי תקשורת של עולי ברית המועצות לשעבר מראים שהם צורכים באופן בולט את ה"הכחדה הסימבולית" שלהם

בטלוויזיה הישראלית. השאלה היא מדוע צורכים עולי ברית המועצות לשעבר בישראל את הייצוגים שלהם בטלוויזיה הישראלית המרכזית. אפשר יהיה להסיק מבירור שאלה זו מדוע מיעוטים תרבותיים הסובלים מדימויים שליליים במדיה צורכים ייצוגים אלה. מחקרים שעסקו בפרשנות ובתגובות של מיעוטים תרבותיים על הייצוגים שלהם לא ענו על השאלה. אלי אברהם, ענת פירסט ונועה אלפנט-לפלר (2004) בדקו עמדות של קהלים שונים בחברה הישראלית ומצאו תגובות שונות ומגוונות, אך לא הסבירו את הקשר שבין הפרשנות והתגובות לבין הצריכה התקשורתית.

שאלת המחקר של מאמר זה היא: מהו הקשר בין הייצוגים של עולי ברית המועצות בטלוויזיה הישראלית וצריכתה על ידם לבין תפיסת הייצוג שלהם את עצמם?

סקירת ספרות

תפיסות של קהלים בחקר התקשורת

אסכולת ברמינגהם תרמה תרומה משמעותית ומכרעת למעבר מחקר הטקסט לחקר הקהל, בהמשך ישיר להצעתו של אליהו כ"ץ (כ"ץ ואחרים, 1992; Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) בהצגת פרדיגמת השימושים והסיפוקים בחקר המדיה, שחוקרי התקשורת לא ישאלו עוד "מה המדיה עושה לאנשים" אלא "מה אנשים עושים עם המדיה". ג'ון פיסק (Fiske, 1994; Lembo, 1994) טען שלטקסט עצמו אין תמרורים או רמזים שמכוונים את הקורא לפסוע בדרכים מסוימות, אלא שהוא מורכב מ"עודפות סמיוטית", משמע עודף של סמלים וסימנים בגוף הטקסט. עודפות זו מאפשרת לקבוצות, לתתי קבוצות ולחברים בקבוצות שונות להפיק משמעויות שממלאות את צרכי הזהויות הפרטיות והקבוצתיות שלהן. הפרשנות של הפרט לטקסט המוצע היא תוצר של המיקום החברתי והתרבותי שלו מול מקודד הטקסט שמנסה להבליט פירושים מסוימים ולאכוף אותם על הקורא. פיסק נשען על צורות הקריאה של סטיוארט הול כדי להרחיב את מודל צורות הקריאה שלו (פיסק, 1995). הול הציע שלוש צורות פענוח של מסרי המדיה. (1) קריאת העמדה השלטת-ההגמונית (Dominant-Hegemonic Position), שבה הפרט צופה בתוך הצופן השליט. כלומר, פענוח וקבלת המסר בהתאם למקודד ולכוונותיו ברוח

הוא תוצאה של המפגש בין נמען תקשורת לתוצר תקשורת, שאותו אי אפשר למגר או לעקוף אלא רק להיתקל בו. מחד גיסא, מצב גבול תקשורתי הוא מצב שעל פי הגדרתו חייבים להיתקל בו; מאידך גיסא אין אפשרות של ממש לחמוק ממנו ללא התמודדות אתו.

יספרס הציג שלושה טיפוסים של אנשים המתנסים במצבי גבול. הטיפוס הראשון הם אנשים שבהתודעות שלהם לאנטינומיות של "מצב גבול" חווים ערעור וחוסר ביטחון קיצוני, שיכולים להסתיים בשיתוק של יכולת ההפעלה וההכרה שלהם. הטיפוס השני הם אנשים המנסים להתחמק מחוויות אלה בצורות שונות של פשרה והכחשה של ניגודים המתגלעים מתוך הקיום. דפוס זה הוא הדפוס השכיח ביותר. הטיפוס השלישי הם אנשים שרותמים את האנטינומיה של ההתנסות במצבי הגבול לחיפוש שלהם אחר האינסופי שבחיים ומנסים את הסתירות השונות כאמצעי לחיוב החיים.

החידוש התאורטי של מאמר זה הוא ההתאמה המושגית של טיפוסים אלה למצבי גבול תקשורתיים. יש כאן ניסיון ליישם את התגובות למצבי גבול אלה על מפגש של מיעוט תרבותי בתקשורת עם הייצוג הסטראוטיפי שלו בה ועל החוויה התודעתית שלו במצבי הגבול התקשורתיים.

בהמרה של טיפוסים של מצב גבול למצב הגבול התקשורתי אפשר להגדיר שלוש צורות של התנסות או של תפיסות אל מול הייצוגים. שלוש צורות קריאה שונות קשורות למרחק התפיסתי: האחת, "קריאת איון" – אי יכולת של הפרט לתפוס את הייצוג התקשורתי. למשל כאשר הפרט השייך לקבוצת המיעוט אינו מזהה ואינו מבין את הייצוג השלילי של הקבוצה שלו בצפייה בטלוויזיה. השנייה, קריאת הכחשה – הפרט תופס את תפיסת הייצוג התקשורתי אך מפעיל מנגנוני פשרה ומתכחש לה. למשל כאשר הפרט מזהה ומבין את הייצוג של קבוצתו בטלוויזיה אבל מנסה להכחיש שהייצוג קשור אליו או מדבר עליו. השלישית, "קריאה התמרה" – הפרט במיעוט תופס את הייצוג התקשורתי וכתוצאה מכך רואה את האפשרויות הטמונות במציאות החברתית לשנותו. למשל, הפרט מזהה ומבין את הייצוג של קבוצתו בטלוויזיה, מפתח רגש שלילי כלפי ייצוג זה ועושה מעשה כדי לשנותו (כגון לשלוח מכתב לרשות השנייה ולהתלונן על הייצוג או להעלות פוסט בפייסבוק על הייצוג).

עולי ברית המועצות לשעבר בישראל

בשנות התשעים של המאה הקודמת היגרו לישראל למעלה ממיליון עולים מברית המועצות לשעבר. הם מונים יותר מ-12 אחוז מאוכלוסייתה של מדינת ישראל.⁴ קהילת דוברי הרוסית נחשבת לקבוצה האתנו-תרבותית הגדולה ביותר שהיגרה לישראל מאותה ארץ מוצא.⁵ בניגוד לעליות הקודמות למדינת ישראל – שהגורמים להן היו "גורמי משיכה" כגון חיווך היהדות ושמידת הציונות – העלייה של עולי ברית המועצות בשנות התשעים נבעה בעיקר מ"גורמי דחיפה": משבר כלכלי עמוק ברוסיה, אי יציבות פוליטית, התגברות הלאומנות והאנטישמיות.⁶

מעבר למשקלה הכמותי של העלייה, קהילת עולי ברית המועצות לשעבר ייחודית בתכונותיה הסוציו-דמוגרפיות. 55 אחוז מהעולים הם בעלי השכלה על-תיכונית מקצועית או גבוהה, כ-35 אחוז מהם עסקו בארץ מוצאם במקצועות אקדמיים ו-34 אחוז עסקו במקצועות חופשיים וטכניים. רובם עבדו במקצועות יוקרתיים, רק חמישה אחוזים עסקו

האידיאולוגיה הדומיננטית. זהו המקרה הקלאסי של "תקשורת שקופה לחלוטין". (2) קריאת הצופן המתדיין (Negotiated code). הפרט מכיר בלגיטימציה של ההגדרות ההגמוניות לבנות מערכות משמעות גדולות אך ברמה מוגבלת יותר, והוא קובע חוקים משלו. הקריאה המתדיינת מכילה תערובת של יסודות סתגלניים ואפוזיציוניים. במילים אחרות, יש קבלה של המסר ההגמוני אך התנגדות בהתאם להטיה החברתית תרבותית של הפרט. (3) קריאת הצופן האפוזיציוני (Oppositional code). הפרט עורך פירוק מוחלט של המסר בצופן המועדף כדי להרכיב מחדש את המסר בשלמותו במסגרת התייחסות נפרדת. כלומר, מודעות למסר ההגמוני וקריאה חתרנית שלו (Hall, 1980).

הממצאים המעטים שנמצאו במחקרים על תפיסות של מיעוטים, מוסברים בעיקר באמצעות צורות קריאה שהציע הול (1980, 1989, Hall, 1977). ההשערה הרווחת היא שקבוצות המיעוטים אינן מזהות או לחלופין מאמצות באופן גורף את הדימוי של הרוב ההגמוני כלפיהן. השערה זו אינה משכנעת דייה וספק אם יש לה תימוכין במחקר. יש לכך כמה נימוקים: ראשית, כפי שהראה לנו הול, כדי להבין את המסר ההגמוני יש להכיר אותו ותחילה. פייר בורדייה (2005) אף טבע את המושג "הביטוס" (Habitus) כסכמות תרבותיות וקוגניטיביות שבהן אנו מפרשים את העולם כדי להסביר את הפער בפרשנות בין המעמדות השונים. שנית, השערה זו בדבר אימוץ קריאה ההגמונית עומדת בסתירה לטענה של צ'רלס טיילור (Taylor, 1992) שכל קבוצה לא מקבלת את הייצוגים השלילים שלה כאשר הם "מסמנים" תמונה מצמצמת שלה. שלישית, הביקורת של התאוריה הפוסט-קולוניאלית (באבא, 1994; סעיד, 2000; Harindranath, 2000). הומי באבא טען שלייצוג יש השפעה מכרעת על הקבוצות החברתית שהוא מייצג, במיוחד כשמדובר בקבוצות מיעוט שסובלות מאי שוויון אתני, תרבותי או מעמדי. לפיכך הייצוגים מסתירים מאחוריהם יחסי כוחות חברתיים של נמען-מוען. ביקורת זו רלוונטית לתפיסות של מיעוט תרבותי משום שאין זה ראוי (ואף לא נכון מחקרית) לעסוק בהשוואת תפיסות של מיעוטים את הייצוג התקשורתי שלהם מול תפיסות כלליות של קהלים שונים. לפיכך אנו זקוקים לתאוריה שתעזור לנו בהסבר התפיסה של מיעוטים את המשמעות של הסטראוטיפים על עצמם כפי שהם מועברים במדיה. במאמר זה נעשה שימוש בתאוריה הפסיכולוגית של קרל יספרס כאפשרות להרחבת הקריאות האפשריות של עולי ברית המועצות לשעבר את הייצוגים שלהם בטלוויזיה הישראלית.

מצבי גבול תקשורתיים: שימוש בתאוריה הפסיכולוגית של יספרס

"מצב גבול" הוא מצב שהאדם מתנסה בו אך אינו יכול לזווג או לתכנן אותו.³ משמעות ה"גבול" כפולה: האחת, שהתודעה אינה מסוגלת להבין את המצב באמצעות ההכרה. מצב מעין זה הוא בגדר עובדה שאין האדם יכול להסבירה. השנייה היא שהאדם הנתון במצב כזה מוגבל ביכולת הפעולה שלו. משמעותו של ה"גבול" היא ניגודים בין השקפת העולם של הפרט לבין העולם עצמו. ניגודים אלה הם מוחלטים. פירושו של דבר שלא יכול להימצא שום דבר בין ההתנסויות הללו במצב הגבול ובין ההתנסויות האחרות בעולם (טנן, 1977; מירון, 2006).

"מצב גבול תקשורתי" הוא ניסיון מקורי להפגיש את האדם עם תוצרי תקשורת כדי להסביר את האלמנטים המשפיעים על נמענים מסוימים במגע שלהם עם תוצרת תקשורתית. לפיכך, מצב גבול תקשורתי

למרות זאת חשוב לסייג את הדברים. בצד אי הנכונות לוותר על זיקתם לתרבות הרוסית והבדלנות החברתית, רבים מהעולים, כתשעים אחוז, רוצים להרגיש חלק מהחברה הישראלית, ורובם מעריכים שימשיכו לחיות בישראל (Elias, 2011, 2002, 2003, 2004; Remennick, 2014). יתרה מזאת, למרות הגורמים שפעלו להתבדלותם מבחינה תרבותית, אפילו המצדדים והטהרנים הגדולים של התרבות הרוסית אינם יכולים לבודד עצמם מהשפה העברית והיא חודרת לתוך התרבות הרוסית. הדבר בא לידי ביטוי בלבוש, בהתנהגות חברתית ובצרכי מוצרי התרבות הישראלית. לפי רמניק (Remennick, 2002, 2004) שישים אחוז מדוברי הרוסית מאמצים את התרבות הישראלית, וזהותם הרוסית משמשת כ"העצמה" מול האוכלוסייה הקולטת. הדבר בא לידי ביטוי בשפה, בעיקר אצל בני הנוער. בקרב דוברי הרוסית התפתחה דו-לשוניות היברידי של שימוש בעברית וברוסית גם יחד (לעתים באותו משפט).

רמניק (Remennick, 2003) הגדירה את הדו-לשוניות HebRush המשמשת הן בתחום הציבורי הן בתחום הפרטי של דוברי הרוסית (סוציולוגים מבחינים בדרך כלל בין שימוש ציבורי לבין שימוש פרטי בשפה). השפה המארכת משמשת לצרכים חברתיים בספרה הציבורית, ואילו שפת האם משמשת בעיקר לצרכים חברתיים בספרה הפרטית: חברים, משפחה וכו'. רמניק טענה כי הנערים והילדים בבית הספר בקיאים בשפה העברית, ורבים מהם משתמשים בשפה הרוסית יחד עם השפה העברית. הנערים דוברי הרוסית הם דו-לשוניים ויכולים לבחור בין עברית לרוסית. הבחירה בשפה נקבעת לפי נושא השיחה וההעדפה הלשונית של המשוחח. הסבים שלהם יודעים מעט עברית ומשתמשים בה בצורה דלה ביותר. מה שקובע את השילוב של הרוסית עם העברית זהו הגיל והמיקום החברתי של הדובר. הצעירים והמוכשרים ביותר משתמשים בעברית ביום-יום. לטענת רמניק, לשפה יש משמעות סוציו-כלכלית. לדידה דו-לשוניות מצמיחה מוביליות סוציו-כלכלית בקרב הדור החדש והצעיר של המהגרים.

בספרות הסוציולוגית (Adoni, Caspi & Cohen, 2006) נקבע מודל היחסים בין מהגרים לחברות מארחות על ציר שבין הטמעה ועד לרב תרבותיות או הפרדה, בעיקר על פי רכישתה של שפתה של החברה הקולטת. בארץ, משנות התשעים נתפסה הדילמה שבין היטמעות להיבדלות של עולי ברית המועצות לשעבר המתבטאת בשימוש או בדחייה של השפה העברית. ההתנזרות משימוש מהשפה העברית מחד גיסא ואימוץ שימושים בה מאידך גיסא הביאו לאתגור של מודל "כור ההיתוך" הישראלי ולהכרה דה פקטו בפלורליזם התרבותי (אם כי חלק מהעולים רואים בפלורליזם התרבותי פשרה זמנית). אם השפה היא מרכיב תרבותי דומיננטי של זהות, המסקנה היא שהזהות של עולי ברית המועצות לשעבר היא מורכבת ורב-פנים, זהות רוסית-ישראלית ייחודית (אליאס, 2005; אליאס ולמיש, 2013; Remennick, 2002, 2004).

מודל האינטגרציה והשילוב הוא המודל המתאים לאסטרטגיית הקליטה של יוצאי ברית המועצות לשעבר בישראל. העולים מגלים פתיחות לזהות החדשה, אך אינם חושבים שהיא כרוכה בהכרח בויתור על הזהות הקודמת. הם מעריכים את הסמלים של הסביבה החדשה בלי להוריד מערך המשאבים התרבותיים של מולדתם. הם מעוניינים להשתלב בסביבה החדשה ובקשרים תרבותיים עם אנשים ממוצא כשלהם.

בעיסוקים בלתי מקצועיים וארבעה אחוזים עבדו בסקטור השירותים (סיקרון, 1998; Remennick, 2002; Lerner, 2011). כמו כן, שמונים אחוז מהעולים הגיעו מהאזורים האירופיים של ברית המועצות לשעבר כמו מוסקבה וסנט פטרבורג (אליאס, 2005; לשם וליסק, 2000). רובם באו לישראל ללא ידיעת עברית או אידיש והדת היהודית כמעט לא הייתה מוכרת להם (הורוביץ ולשם, 1998). מרביתם רואים עצמם כקבוצת עילית במרחב התרבותי הרוסי והישראלי. הם אינם מוותרים על השפה והתרבות הרוסית וממשיכים לראות בהן מרכיב חיובי חשוב בזהותם ובדימויים העצמיים.⁷

מחקרים בעשור הקודם הראו כי למעלה מתשעים אחוז מהעולים מדברים בעיקר רוסית וחשוב להם שילדיהם ידעו את השפה הרוסית (Lerner, 2011; Elias, 2011, 2014; AlHaj & Leshem, 2000). לשמונים אחוז מהם חשוב קיומם של מוסדות תרבות רוסית ולמעלה משבעים אחוז חשובות מסגרות חינוך בלתי פורמלי בשפה רוסית. לריסה רמניק (Remennick, 2002, 2004) ציינה כי רק 12.5 אחוז אמרו שיש להם גישה רומנטית או זיקה לשפה העברית. הסיבות לכך רבות. ראשית, דוברי הרוסית באים מארץ מוצא שהם רואים בה מעצמה תרבותית. רוב הנשאלים במחקרים השונים ציינו בפירוש שהם רואים את התרבות ואת השפה הרוסית כנעלים על העברית, דבר שמחזק את תחושת העלינות האירופית. מחקרים (אליאס, 2003; זילברג, 2000; Remennick, 2004) מראים כי ישנה הסתייגות מאופייה הפרובינציאלי והמזרחי של התרבות הישראלית (Lerner, 2011). דוברי הרוסית מוקירים את המורשת התרבותית שלהם ומתנגדים לניסיון לכפות עליהם "ישראליות" (Remennick, 2004).

שנית, לעולים דוברי הרוסית יש מעט מאוד תמריצים לאימוץ שפת הרוב ממגוון סיבות. למעלה מעשרים אחוז מהם הם עצמאים או עובדים בחברות רוסיות ומשרתים בעיקר רוסים. למעשה הם מנהלים חיים של מובלעת רוסית (Remennick, 2002). דוברי הרוסית צורכים תרבות רוסית בישראל ונהנים מחוויות תרבותיות רוסיות מיוחדות להם. תאטרון גשר מעלה הצגות בשפה הרוסית, קיים מרחב ספרותי של סופרים שכתובים ברוסית ויש ספריות וחנויות ספרים רבות בשפה הרוסית. למעלה משמונים אחוז קוראים וצורכים ספרים ברוסית ויותר מחמישים אחוז משתמשים בספריות ציבוריות בשפה הרוסית. נוסף על כך מועלים קומדיות ומופעי סטנדאפ בשפה הרוסית, ויש מועדונים שמנגנים מוסיקת דיסקו ברוסית. בזירה התקשורתית נהנים דוברי הרוסית ממגוון ערוצי תקשורת בשפה הרוסית הן במדיה המודפסת והן במדיה האלקטרונית. לקהילה הרוסית בישראל יש מקומונים, מגזינים ועיתונים בשפתם, עיתון ארצי (וסטי), תכניות בשפה הרוסית בערוצים הישראליים המרכזיים, ערוץ ישראלי מרכזי בשפה הרוסית (ערוץ 9) וחמש תחנות טלוויזיה בשפה הרוסית בכבלים (אליאס, 2005; אליאס ולמיש, 2013; כספי ואליאס, 2002; Elias, 2011, 2014).

שלישית, ההגדרה העצמית של זהות העולים היא מורכבת. ישנם שלושה מרכיבי זהות שעולי ברית המועצות לשעבר מגדירים עצמם לפיהם: זהות יהודית, זהות רוסית וזהות ישראלית. הזהות היהודית היא הדומיננטית ביותר (למעלה משבעים אחוז), אך הזהות הרוסית קודמת לזהות הישראלית. המרכיב השני של הזהות – יוצא ברית המועצות (למעלה מ-69 אחוז) – קודם לזהות הישראלית (44 אחוז ופחות מכך) (אליאס, 2005; Remennick, —; Al-Haj & Leshem, 2000; Lerner, 2011).

ייצוגים של עולי ברית המועצות לשעבר בטלוויזיה הישראלית

מחקרים רבים עסקו זה למעלה משני עשורים בהכחדה הסימבולית, הן החיובית והן השלילית, של עולי ברית המועצות לשעבר בישראל ונראה שהכחדה סימבולית זו לא השתנתה כמעט מבחינה היסטורית ומבנית. עולי ברית המועצות לשעבר מיוצגים בטלוויזיה הישראלית כאלמים, כעוסקים בזנות ובפשע, וכפורעי סדר חברתי.¹⁰ כדי לתת הסברים תאורטיים על ייצוגם השלילי והחיובי של עולי ברית המועצות לשעבר בישראל, השתמשו מחקרים אלה בתאוריות ובפרדיגמות שונות: מרכזו ופריפריה, הבניית המציאות, חדשות סדר וחדשות אי סדר, דלת קדמית ודלת אחורית, ניגודים בינאריים ותפיסה סלקטיבית. ההנחה העוברת כחוט השני במחקרים אלה היא שישנו גורם מרכזי דומיננטי המשפיע על הסיקור התקשורתי, המביא לכך שהייצוג שלהם יהיה שלילי או חיובי, בהתאם למטרות הקבוצה החברתית התרבותית הדומיננטית.

מתודולוגיה

שיטת המחקר, ראיונות עומק מובנים למחצה, מקובלת מאוד במחקרים האיכותניים (Saville-Troike, 1989; Ross, 2000; Dhose, 2012) ומתאימה במיוחד לחקר מיעוטים.¹¹ כל ראיון חולק לשני חלקים. בחלק הראשון, בניסיון ללמוד מהי התפיסה הבלתי נעזרת של המרואיינים את ייצוגם נערך ראיון שכלל שאלות שונות המכוונות לאופן שבו המרואיינים רואים את הייצוגים שלהם. בחלק השני, שבדק את התפיסה הנעזרת, הוקרנו למרואיינים שלושה קטעים מז'נרים שונים: תכנית סאטירה, תכנית דרמה ופרסומת. הז'נרים נבחרו מכמה סיבות: ראשית, בז'נרים אלה ישנו ייצוג מובנה ולא ישיר של המציאות (כמו חדשות). שנית, כדי לבדוק אם יש תפיסות משותפות או לא משותפות של ייצוגים בז'נרים שונים. שלישית, כדי להבין אם חלק מהקריאות (איון, הכחשה או התמרה) נפוצות יותר בז'נרים ספציפיים שהוצגו לנחקרים. הקטעים מז'נרים אלה הוצגו בטלוויזיה הישראלית בפריים טיים ומייצגים באופן סטראוטיפי את עולי ברית המועצות לשעבר ברוח ההכחדה הסימבולית. קטעים אלה שנבחרו להקרנה נותחו ניתוח תוכן טקסטואלי מפורט של האפיוזות כ-Stimuli (שיטה שבה בוחרים ומנתחים איטמים שאמורים לעורר תגובות אצל נחקרים או משתתפים).

הקטע הסאטירי שנבחר היה מתכנית הסאטירה ארץ נהדרת, ששודרה באותה תקופה בימי שישי בערוץ 2, וזכתה בכל עונותיה לאחוזי צפייה (רייטינג) גבוהים במיוחד על פי נתוני הוועדה למדרוג. תכנית סאטירה זו משתמשת בדימויים מן החברה ומקצינה אותם במערכוניה הרבים (בלמס, 2007). הקטע שנבחר לצפייה לנחקרים נקרא "לובה – סופר מרקט". הוא שודר בשנת 2003, והיה המערכון החוזר של התכנית במשך כל העונה הראשונה (ואף זכה למערכון חוזר במהדורת העשור של התכנית).

הקטע שנבחר לצפייה בז'נר הדרמה היה מהסדרה זינזאנה. זו סדרה ישראלית מקורית בבימויו של חיים בוזגלו, ששודרה בשנת 2000 בערוץ 2 וזכתה לממוצע מדרוג (רייטינג) גבוה במיוחד (21 אחוז לפרק בקירוב). הסדרה עוסקת בחיי אסירים בכלא גברים ובכלא נשים, ומלווה את סיפורו של מנהל הכלא, שלמה טוויזר. הקטע הנבחר הוא תמונת סיורו הראשון של מנהל הכלא החדש בין התאים השונים,

דפוסים של צפייה בטלוויזיה של עולי ברית המועצות לשעבר בישראל

בהגירה מסיבית כמו של עולי ברית המועצות לשעבר יש למדיה שני תפקידים: חיזוק הסתגלותה של קבוצת המהגרים לקבוצת הרוב ושימור תרבות המיעוט – ובמידה מסוימת ההפרדה – מהחברה הקולטת. תפקידים אלה לעתים מנוגדים זה לזה, אך יכולים גם לדור זה בצד זה.⁸ מתפקידים אלה נובעות שתי טענות סותרות, שהתקשורת הישראלית והשיח האקדמי מטיחים בעולים מברית המועצות. האחת, שהעולים דוברי הרוסית הדבקים בשפה ובתקשורת הרוסיות מנהלים למעשה חיי מובלעת וניתוק מההווה הישראלי. הטענה השנייה היא שהמטרה הפוליטית והתרבותית של אמצעי התקשורת בשפה הרוסית היא אינטגרציה פוליטית ותרבותית עם תרבות הרוב, מתוך אמונה שזה יקדם את הסטטוס החברתי שלהם. אפשר גם לטעון שכדי להבין לעומק את הצריכה של המדיה יש להבחין בין המדיה השונים על פי שפת הצריכה. ואכן, נמצאה הבחנה בהעדפות לפי המדיה. ההעדפה הברורה היא קריאת ספרים בשפה הרוסית על פני מדיה אחרים. זה יכול להעיד על צריכה לפי הפונקציות שהמדיה מספקים: לזהות התרבותית קוראים ספרים ברוסית, ואילו לצורך עדכון וקשר עם המציאות הפוליטית קוראים עיתונים בשפה העברית (Adoni & Nossek, 2013, 2014). מאמצעי התקשורת בשפה העברית, ערוצי הטלוויזיה הם הנצרכים ביותר (Elias, 2011, 2014). רוב העולים צופים באורח מזדמן במהדורות החדשות בערוץ 10 ובערוץ 2. העולים הוותיקים העידו כי הם מתקשים בקריאת התרגום בעברית, ולכן קשה להם לצפות בשאר הערוצים, ואילו למעלה מ-75 אחוז מהצעירים העידו כי הם צופים בסדרות ובתכניות דרמה בערוצים 2 ו-10.

הצפייה בטלוויזיה בשפה העברית גוברת בקרב הדור השני והדור השלישי. הדור הצעיר מעיד לא פעם כי הוא צופה בתכניות ריאליטי, בידור ודרמה בערוצים המרכזיים (אליאס ולמיש, 2013). קיים פער בין הדור הצעיר לדור המבוגר בצריכת טלוויזיה בשפה העברית לזו הרוסית. הדור המבוגר מעוניין להנחיל את המורשת הרוסית ואת השפה לילדיו, הצעירים מדווחים במקרים רבים כי הם אינם מרוצים ואינם נהנים מצריכת תקשורתית בשפה הרוסית, אך רואים תכניות אלה כדי ליצור שיח עם הוריהם. הצעירים, מבחינתם, רוצים מהר מאוד לעבור לערוצים בשפה העברית. תורמת לכך גם העלייה הניכרת של דמויות עולי ברית המועצות לשעבר בסדרות ובסרטים (אליאס ולמיש, 2013; Gershenson, 2011; Elias, 2011).

לסיכום, מחקרים מראים ששימושי התקשורת של העולים מברית המועצות לשעבר הם גורמים משמעותיים המסייעים להם בתהליך ההתאקלמות.⁹ אולם נראה שתפקידם של אמצעי התקשורת והשימוש בהם על ידי המהגרים מברית המועצות לשעבר אינם חד משמעיים. לא פעם הם מתחרים זה בזה או מסייעים בתהליך ההסתגלות לחברה הקולטת ובשימור התרבות המקורית. מחד גיסא, החשיפה לאמצעי התקשורת המקומיים ממלאת תפקיד חשוב בתהליך הלמידה של המהגרים על החברה הקולטת וההשתלבות בה. מאידך גיסא, התקשורת בשפת המקום משמשת גם כאמצעי רב עוצמה לעיצוב ולטיפוח סטראוטיפים שליליים של עולי ברית המועצות לשעבר, והחשיפה להם מעוררת ניכור לחברה הקולטת ולנטייה להסתגרות.

דווקא על הסטנדרטיות של הרוסיות היפות הורטות משפחה, ופחות רואים את התרבות שמזכירים את זה בתכניות של סאטירה או מזכירים את זה כאנשים שהביאו אלימות לארץ, והכול זה עניין של שתייה חריפה...אפילו את ליברמן שמחקים אז מחקים אותו עם מבטא כבד כבד, ועם מה שיש לו אז מעוותים את זה...".

כמו בדימויים השליליים, זיהו המרואיינים גם את הדימויים החיוביים שלהם:

שירלי (בת 28, רווקה, גרה בתל אביב, תואר שני): "אני חושבת שאם זה תכנים של חדשות נגיד שהן יותר מקצועיות, מחקריות, התדמית היא די של חברה יחסית רציניים בעלי השכלה, בעלי מקצוע".
מריה (בת 42, נשואה +2, גרה באורנית, תכונות): "חלקם כאוכלוסייה שדי מתקשה מבחינה כלכלית, וחלקם לרוב הדור הצעיר יותר שהגיעו לפה שהיו עוד נערים הם מתוארים דווקא כאלו שהגיעו להישגים טובים גם מבחינה כלכלית וגם מבחינת תרבות והסתגלות לתרבות החדשה".
ניקולאי (בן 37, רווק, גר בירושלים, תואר ראשון): "אז אם הסטראוטיפ הרוסי או שכולם חכמים ו[של] אנשי הייטק או שכולם זונות ונרקומנים, אז יש את הסטראוטיפ החיובי כביכול של האנשים המבריקים".
רמה (בת 33, נשואה, קרית מוצקין, תואר שני): "בגדול מבחינת הסטיגמה אם אני אגיד, ככה זה מתואר או שאנשים מאוד מושכלים ומתורבתים, מצד שני יש את אלה ששותים וזה, זה איזה שהוא קיצוני איך שאני רואה את זה".
אסנת (בת 46, גרושה +2, גרה בחולון, תואר שני): "לרוב אנשים משכילים, ככה אני חושבת שמראים אותם, אני לא יודעת שהם לא מסכימים אולי לחיים כל כך, קשה להם להסתגל לחיים בעולם החופשי שבסופו של דבר זה קורה כמובן".

מרואיינים ידעו גם להביא דוגמאות ספציפיות מתוך תכניות ספציפיות שהוצגו להם. הם השתמשו בדוגמאות מוחשיות כדי להעביר את המסר בדבר הייצוג התקשורתי, למשל:

עמית (בן 30, רווק, גר בנטעים, תואר ראשון): "האח הגדול, לא שצפיתי שם בתכנית אבל הבחור שהיה שם הבלונד, מוקף בעצמו זה שכולם היו רבים אתו, כביכול הבחור המעצבן הקשות, אבל גם זה שכולם אהבו לשנוא אותו פחות או יותר לפחות שמה בבית".

הצדקת הדימויים

אפשר להבחין בדבריהם של המרואיינים הצדקה לייצוגים השליליים שלהם בתקשורת עד כדי מתן צידוקים רציונליים לקשר הזה באופן שבו הוא נתפס "טבעי" והגיוני, למשל, שהייצוגים מעידים על משהו אמתי. לעתים הדימויים החיוביים הם מקור להעצמה של קבוצת תרבותית.

לדוגמה דבריה של ואלרי (בת 40, נשואה+3, חיפה, תואר ראשון): "אני אגיד לך שיש בזה אמת, שאם תבוא למקום כזה שאני למשל, אני עבדתי בבנק מלא מלא שנים כסטודנטית [...] שהיו מספרים על עוקץ כזה ואחר שנעשה לרוב זה נעשה על ידי רוסים, ואני גם יודעת להסביר את זה, כי אנחנו חיינו שם ברוסיה במציאות כזאת שבאמת אין לנו את הבסיס. זה לא שאני מצדיקה את זה, אבל כן, מה לעשות. אז אם תבואי למקום בלוי אני בטוחה שאולי שבעים אחוז מהבנות יהיו רוסיות. זה גם הסבר לדעתי שזה לרוב לא עולות חדשות יהודיות. זה לרוב בנות שנשארו או בצורה לא חוקית, או בנות שבאות למלון ומשכירות חדרים לכמה שעות. הייתה אצלנו אחת שעבדה אצלנו בבנק דרך חברת כוח אדם בקופה זיהתה אותה כיצאנית, אחותי שעבדה בבית מלון זיהתה אותה שהיא הייתה עם גברים. אם מישהו יבוא ויגיד: הנה, ככה אמרת,

מלווה בקבוצת סוהרים, שבה מתבלטים סוהר צעיר, סוהר מבוגר וקצינה מבוגרת בעלת אפיונים "אשכנזיים". בסיוור מוצגות לפניו דמויות: ערבים, מזרחים ורוסים. בקטע הנבחר אנו רואים את אסולין נכנס לתא של רוסים ומנהל אתם שיחה.

הפרסומת שהוקרנה למרואיינים הייתה של חברת YES, חלק מהקמפיין האופייניים של החברה. אחת המטרות העיקריות של קמפיין זה היא למתג ולעצב את YES בתודעת הצרכן לא רק כגוף תקשורת המספק תכנים בידוריים מגוונים, אלא אף כגוף המפיק בעצמו תכנים איכותיים ומקוריים. יתר על כן, תכני החברה מוצגים כבעלי אופי בין-לאומי ולא מקומי, כפי שאפשר לראות בפרסומות בהשתתפותם של כוכבי סדרות אמריקניות, כגון **הסופרנוס וסיינפלד**. הפורמט הזה בנוי ממה שנראה כפרק מסדרת מתח טלוויזיונית, אלא שבאמצע ישנה תפנית עלילתית. בדומה לשאר הפרסומות, גם בפרסומת שנבחרה נקטעת הסצנה בפתאומיות והצופה מבין שמדובר בסט צילומים ושמה שציפה מהדמויות עומד להשתנות לחלוטין. יוצרי הפרסומת האמינו שהדרך האפקטיבית ביותר לקהל הרוסי תהיה להתאים את המסר לעולם התוכן הרוסי, כלומר לפנות למוטיבים הנוגעים למאפייני הרוסים כפי שהם עצמם, המפרסמים, רואים אותם. למרות הפורמט הידוע מה שמייחד פרסומת זו מקודמתיה הוא שהיא בשפה הרוסית, ומכאן שהיא מיועדת לקהל יעד של דוברי הרוסית בישראל, ומשתמע מכך כי שאוכלוסיית הרוסים בישראל אינם ישראלים צברים. הם ממשיכים לדבר בשפתם ואינם צורכים את התכנים שמספקת הטלוויזיה הישראלית. לכן הייתה YES מעוניינת להגיע גם לקהל היעד הרוסי ולהעביר את המסר שהיא תספק עבורם תכנים "לא ישראלים", בניגוד לשאר אמצעי התקשורת הישראלים. עם זאת, קיומן של כתוביות בעברית מרמז על פנייתם של YES לכלל האוכלוסייה הישראלית באותה הזדמנות. הפרסומת משקפת ניסיון לחזור אחר הצופים ולהחמיא להם, תוך העברת המסר ש-YES מספקת גם תכנים מותאמים להם. מעבר לקודים תרבותיים ואידאולוגיים, המשותפים לכלל הפרסומות בקמפיין של YES (כגון צרכנות וקפיטליזם), ניכרים ייצוגים של ערכים ושל מיתוסים הקשורים לאופן שבו הישראלים רואים את אוכלוסיית הרוסים בישראל. לאחר הצגת הקטעים הללו נשאלו המרואיינים שאלות שנועדו לבחון את תגובותיהם לקטעים שהוצגו. במחקר רואיינו 25 מרואיינים והוקפד על נוכחות של מרואיינים על פי מגדר, גיל, דת, מקום מגורים והשכלה. הראיונות נערכו בין אוקטובר 2012 לאוקטובר 2013.

ממצאים

תפיסות של דימויים חיוביים ושליליים

הממצאים מראים שמרבית המרואיינים ידעו להצביע על הדימויים השליליים שלהם ולזהותם. למשל:

לילך (בת 32, נשואה, גרה בתל אביב, תואר שני): "הדברים שקשורים לשתייה, לשתייה חריפה בעיקר אלכוהוליים, עבריינות, אלימות במשפחה קצת, זנות".
ויטלי (בן 31, נשוי +1, גר בראשון לציון, תכונות): "בדרך-כלל זה מאבטח או מנקה רחובות או קופאית, לפי דעתי זה מה שעולה לי לראש עכשיו".
שירלי (בת 28, רווקה, גרה בתל אביב, תואר שני): "תכנים שעוסקים בפשיעה, באלכוהול, זנות".
ליבי (בת 32, רווקה, גרה בקרניאל, תואר שני): "נראה לי שהולכים

מרינה (בת 42, נשואה +2, גרה באורנית, השכלה תיכונית): "לרוב הדור הצעיר יותר שהגיעו לפה, שהיו עוד נערים. הם מתוארים דווקא כאלו שהגיעו להישגים טובים, גם מבחינה כלכלית וגם מבחינת תרבות והסתגלות לתרבות החדשה".

אולגה (בת 24, רווקה, גרה באשקלון, השכלה תיכונית): "אני רואה את זה מהצד בגלל ההורים שלי, אבל אני לא מרגישה כל כך. אני לא מרגישה נחיתות או משהו כזה, כי אני נמצאת פה מגיל קטן. אז ככה שאני למדתי להשתלב בחברה הישראלית אז אצלי יש קצת מנטליות של ישראלים ולא של רוסים. יש הרבה דברים שאני יכולה לעמוד על שלי, ולבטא את עצמי הרבה יותר טוב מאשר אנשים שגורמים להם להרגיש ככה מהמעמד הנחות יותר, חוסר ביטחון, אז הם מרגישים חוסר ביטחון. זה מה שנותנים להם להרגיש וקשה להם להתבטות".

ליבי (בת 32, רווקה, גרה בקרניאל, תואר שני): "הביגוד. לשים סנדלים עם גרביים זה מייצג מאוד את הרוסים לא את כולם אבל כך נראתה העלייה ממש בהתחלה. המבטא הכבד, כי השפה היא שונה מאוד מהדמות הרוסית, אז שומעים את המבטא הרבה יותר וזה נכון זה מייצג".

התייחסות לז'נר

הממצאים מצביעים על יחס שונה של המרוויינים לייצוגים שלהם כתלות בז'נר. יחסם אל הסאטירה והדרמה לעומת פרסומת או חדשות. מרוויינים רבים התייחסו בסבלנות ובסלחנות כלפי הייצוג השלילי שלהם בסאטירה ובדרמה, לעומת הייצוג השלילי שלהם בפרסומת ובחדשות. הדוגמאות הבאות ממחישות זאת:

ג'ניה (בן 30, רווק, תל אביב, תיכונית): "לדוגמה איך שמוצג חבר הכנסת ליברמן, תמיד עם פנים זועמות, תמיד קשורים לעולם התחתון, חיקוי שלו בארץ נהדרת [...] תמיד בתכניות בידור שיש דמות מברית המועצות תמיד יהיה לה מבטא כבד, תמיד יהיה לה מבט זועם, תמיד יהיה קישור לחוסר שמחה אם זה אגב מצד הגבר, ראה ערך בכא לובה בארץ נהדרת, ראה ערך איך שהבדרן שלום אסייג מציג את הרוסים, עכשיו זה דוגמאות שאני ככה זוכר כרגע. עכשיו אם אני אנתח דרך הפולקלור וההומור, תמיד אפשר לקחת דברים יותר טוב מדברים אשר קוראים עליהם בעיתונים, אז אני יכול לפתח שהאוקלוסייה הרוסית מתוארת תמיד כזועפת, עצבנית, לא מרוצה מהמקום שהיא נמצאת בו שבפועל בעיני זה לא נכון".

אולגה (בת 24, רווקה, גרה באשקלון, תיכונית): "צחקתי מאוד. אחלה קטעים. כן, כן של זינזנה ובבא לובה, אחלה קטעים [...] הפרסומת, כל הפרסומות שלהם דפוקות".

ואלרי (בת 40, נשואה +3, חיפה, תואר ראשון): "הפרסומת הזאת היא אגרסיבית היא לא נעימה. אני כמעט ולא צחקתי. היא מוגזמת".

חוסר היכולת לשנות

תמה נוספת שהתגלתה במחקר היא שהמצב של הייצוג השלילי בתקשורת הוא מצב סופי שאי אפשר לשנותו.

שירלי (בת 28, גרה בתל אביב, רווקה, תואר שני): "אני חושבת שהעיסוק בשוליים תמיד יישאר כי יש כאלה, כנראה שיש איזה משהו כזה גם בחברה".

אולגה (בת 24, רווקה, גרה באשקלון, תיכונית): "אני ממשיכה הלאה. זה משהו שגרתי שקורה ביום יום [...] לפעמים יש רגעים שאני אומרת להורים שלי שבביל מה הבאתם אותי לכאן".

אני נורא אכעס, כי זה רק אחת. מה שאני מנסה להגיד שאם משקפים את זה, אז זה לא נעים שיחשבו שזאת הכללה או שרק את האמת, אבל יש בזה אמת אין ספק".

לילך (בת 32, נשואה, גרה בתל אביב, תואר שני): "אני חושבת שבקטע של לובה, אני חושבת שהיה איזושהי אמפתיה כלפי, כאילו באמת כמו שהיא אומרת שם. המנהל יבוא יגיד ללקוחות זה לא חמישה מוצרים, שישה מוצרים, ישלח אותה הביתה, אין עבודה. זה משהו שכאילו מייצר אמפתיה, כי יש בזה מן האמת. זאת אומרת, זה אנשים. זה לא כמו שמישהו יפטר אותו ובסך הכול יש לו מקצוע וניסיון עבודה. כאילו, הם צריכים את הקטע של ניסיון עבודה [...] קיים איזושהו מחסום שפה, ושם הייתה קצת אמפתיה כלפיה. כלפי הדמות הזאת כי היא יושבת בסופר וזו העבודה שלה והיא חייבת את העבודה הזאת".

ויטלי (בן 31, נשוי +1, גר בראשון לציון, תיכונית): "בסרטון הראשון בפרסומת של YES, היא הייתה פחות נוגעת בסטריאוטיפים. רואים שהפרסומת הזאת בוימה על-ידי מיישור רוס, קודם כל בקאמרה יש שם צילום של רוס. כן, פשוט אפשר לראות שם כל מיני כאלה קטעים מכל מיני סרטי פולחן של אחרי הנפילה של ברית המועצות. באופן כללי אני יכול להבין למה זה עובר בקהל הרוסי הפרסומת הזאת. גם השיר שהם שרו המנגינה שמה היא של אסירים. שיר רוסי כזה. לכן הסרטון הראשון זה פחות גזעני או סטריאוטיפי. במיוחד רוסים, בואי נגיד, אנחנו משדרים אז אתם מכירים. בסרטון של לובה יש בו משהו שמסתכל על הסטריאוטיפים, זה מוקצן ולא סתם. מישור רוסי, את כן רואה את זה בכל מקום. יקיות, יש עבודה שצריך לעשות אותה. יש להם מוסר עבודה גבוה. רואים את זה גם אצל לובה שזה הוקצן וגם בשאר הדברים שזה פחות ושם זה מוצג. הקטע של השפה, לי יש למשל עד היום טעויות. לא משהו קריטי, לא מה שמוקצן אצל לובה, בכל אופן".

ליבי (בת 32, רווקה, גרה בקרניאל, תואר שני): "כן, את הזונה שזה היה כזה קלאסי שהיא לומדת משהו ויחד עם זה היא עוסקת בזנות. והתפקיד של הקופאית לא רק את התפקיד של הקופאית, גם הכניסה לפרטים: הזאת של יש לך שישה מוצרים ולא חמישה, זה כאילו בדיוק זה כזה רוסי. זה כזה להיכנס לפרטים קטנים. זה מאוד מייצג, מאוד מאוד מייצג, בקיצוניות ובסאטירה".

פרקטיקות של תפיסה לגבי המרחק החברתי והתרבותי של עולי ברית המועצות: הבחנה בין עלייה ותיקה לעלייה חדשה

עמית (בן 30, רווק, גר בנטעים, תואר ראשון): "זה באמת עניין שעבר עם השנים הרבה שינויים... כיום יש פחות או יותר שלוש רמות, יש לך את הרוסים החדשים את האוליגרכים. שהם פחות כאילו נחשבים בתור יהודים אלא נחשבים יותר בתור הרוסים החזקים, הרוסים הכללים העולים החדשים. העניין הזה של הרוסי שלא מבין עניין כבר יחסית נעלם. יש את הרוסי הפשוט, את הרוסי הרגיל שכביכול כן התקבל בחברה וכבר נטמע. שבצעם שמים דגש על האישיות המסוימת הזאת של הרוסי, שהוא מאוד עקשן, מאוד דעתן, מאוד רועש. אין כבר את הרוסי העולה חדש כביכול, הוא לפי דעתי נעלם מהטלוויזיה".

לילך (בת 32, נשואה, גרה בתל אביב, תואר שני): "לפי דעתי בתקשורת, לפי מה שאני רואה, שאת העלייה של שנות השבעים ואת העולים מברית המועצות היותר וותיקים כאילו מציירים בצורה אחת. עיקר התקשורת עוסקת כשיש איזה משהו סביב הרוסים. זה בדרך כלל עוסק בשנות התשעים. גם אותם רוסים שיש עליהם כתבות זה לרוב רוסים שעלו בשנות התשעים".

דיון ומסקנות

המסקנה המרכזית היא שיש להשתמש בצורות קריאה שונות מצורות הקריאה שהציע הול (Hall, 1977, 1980, 1989) כשאנו רוצים להבין תפיסות של מיעוטים תרבותיים את הייצוגים שלהם. משום שהקריאה של המרואיינים עולי ברית המועצות לשעבר תהיה מורכבת יותר ולפיכך שונה באופן מהותי מהקריאות של קהלים אחרים (שם). מחקר זה אימץ את הביקורת של התאוריה הפוסט-קולוניאלית (באבא, 1994; סעיד, 2000; Harindranath, 2000) שאל לחוקרים להשתמש באותן מתודות ששימשו אותם להבנת התפיסה של ייצוג קהלים הגמוניים כאשר אנו מנסים להבין קבוצות מיעוט אתני, לאומי או תרבותי. לפיכך נעשה כאן ניסיון להמשה ולשימוש בצורות קריאה שונות ייחודיות הלקוחות מהתאוריה הפסיכולוגית של יספרס. מהמחקר הזה אפשר להסיק בהכללה גם על מיעוטים שונים ותפיסתם את הייצוגים השליליים שלהם. צורות הקריאה במחקר זה יכולות לשמש בסיס להבנה טובה יותר של תפיסות הייצוגים של קבוצות מיעוטים שונות על רקע אתני, לאומי או תרבותי במדיה המרכזיים במדינותיהם.

הממצאים מלמדים שהמרואיינים יוצאי ברית המועצות לשעבר ידעו להצביע על הייצוגים השליליים שלהם בתקשורת ולזהותם, בניגוד לממצאי המחקרים השונים שמיעוט תרבותי לא מזהה לעתים את ההכחדה הסימבולית שלו. רוב המחקרים הללו נעשו בעקבות הול. ההשערה הרווחת במחקרים אלו שמיעוט תרבותי לא מזהה באופן גורף את הדימוי שלו בקרב הרוב ההגמוני, כפי שהול הציג. הממצאים במחקר זה מראים שהתפיסות של המיעוט התרבותי מורכבות יותר ונובעות מקריאות מתוחכמות יותר מהקריאות שהציע הול.

במחקר זה נמצא שהתפתחו שלוש צורות קריאה: "קריאת איון", "קריאת הכחשה" ו"קריאת התמרה". המרואיינים שזיהו את הייצוגים שלהם פיתחו אסטרטגיות של "קריאת הכחשה" כלפי ייצוגים אלה. למשל נתגלתה סבלנות כלפי ייצוגים שליליים, משום שהם מזכירים את המציאות או מתכתבים אתה. כלומר, המרואיינים נטו "לסלוח" לייצוגים השליליים, משום שלידם ייצוגים אלה מתכתבים עם מציאות חברתית אמיתית, ובכך הם ייצוגים של אמת ולא של שקר. עוד נתגלתה סבלנות כלפי ייצוגים חיוביים, משום שלידם של המרואיינים הראייה של סטראוטיפים חיוביים הוא גורם המעצים והמשבח אותם בחברה. הסבלנות של קבוצת המיעוט כלפי הייצוגים השליליים והחיוביים שלה מצביעה על "קריאת הכחשה", משום שאפשר לראות בביורר כיצד המרואיינים מזהים ותופסים את הייצוג התקשורתי שלהם, אך מפעילים מנגנוני פשרה והגנה פסיכולוגיים ובכך מתכחשים למשמעות הייצוג השלילי.

עוד נמצא שמרואיינים רבים לא הזדהו עם הייצוגים השליליים שלהם ואף לא הושפעו מייצוגים שליליים אלה, אך טענו בתוקף כי ישנה קבוצה אחרת ומובחנת אשר לבטח תזדהה או תושפע מהייצוגים השליליים של קבוצת המיעוט בקטעים שנצפו, ברוח "אפקט האדם השלישי" (Davison, 1983). לענייננו במחקר זה קריאות ברוח "אפקט האדם השלישי" שייכות ל"קריאת הכחשה". גם כאן המשמעות היא הפעלת מנגנוני פשרה והגנה פסיכולוגיים נגד הדימוי השלילי. הממצאים מלמדים כי קיימת "קריאת התמרה". למשל, התפיסה של המרואיינים את יכולתם או אי יכולתם לשנות את הייצוגים השליליים. קיומם של ייצוגים שליליים מביא רגשות שליליים. הייצוג הטלוויזיוני של המיעוט התרבותי שנראה כייצוג שאי אפשר לשנותו, משמש עדות

רבתי ל"מצב גבול תקשורתי". מדובר בהכחשה של "מצב גבול", אך גם בחוסר יכולת להתמודד עמו, משום שזה מצב שאי אפשר לשנותו. כלומר, העדויות של המרואיינים על כך שאין אפשרות לשנות את הייצוגים מעידות על היותם ב"מצב גבול תקשורתי".

מרבית המרואיינים השתמשו ב"קריאת הכחשה" ורק מיעוט קטן מהם השתמש ב"קריאת התמרה". השימוש הנפוץ ב"קריאת הכחשה" מסביר מה הקשר בין התפיסה של הייצוגים השליליים על ידי עולי ברית המועצות לשעבר למידת צריכתם את אותם ייצוגים. כלומר, מהממצאים המראים את אופני "קריאת הכחשה" אפשר להסביר מדוע מיעוט תרבותי צורך את ה"הכחדה הסימבולית" שלו בתקשורת. נמצא יחס שונה של המרואיינים לז'נרים. המרואיינים היו מוכנים לסלוח לייצוגים השליליים שלהם בהומור, פחות מזה בדרמה ופחות מזה בפרסומת. היחס השונה של המרואיינים כלפי הז'נר עוזר להם לפתח "קריאת הכחשה" ו"קריאת איון" כלפי הייצוג השלילי. במילים אחרות, תפיסת ייצוג ספציפי של הנחקרים מכילה בתוכה גם את תפיסת הז'נר שבו מופיע הייצוג וזה משפיע על התפיסה הכללית של הייצוגים השליליים של הקבוצה החברתית שלהם בטלוויזיה.

ההסבר לסתירה לכאורה בין הייצוגים השליליים של המיעוט התרבותי לצריכת הייצוגים הללו קשור לצורות קריאה מורכבות וליכולת השונה של הפרט לתפוס את הייצוגים הללו ולהפעיל מנגנוני פשרה. צורות קריאה מורכבות אלה יכולות להסביר את הצריכה התקשורתית של המיעוט התרבותי.

הערות

- 1 ישובי, 2001; מזוגוביה, 2001; זסלבסקי, 2003; אברהם, פירסט ואלפנט-לפלר, 2004; פירסט ואברהם, 2004; Avraham & First, 2010a; 2010b; Gershenson, 2011; Lemish, 2014
- 2 זסלבסקי, 2003; יעקובי, 2011; מזוגוביה, 2001; Gershenson, 2011.
- 3 תנוך טנן (1997) ורוני מירון (2006) מתבססים על ספריו של יספרס: *Philosophie, 1-3: Philosophische Weltorientierung; Existenzzerhellung; Metaphysik*, Heiderbrg, 1994; *Psychologie der Weltanschauungen*, Heideberg, 1985
- 4 הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (2016, אפריל). השנתון השנתי הסטטיסטי לישראל מספר 67. אוחר ב-20.8.2016 מתוך: http://www.cbs.gov.il/webpub/pub/text_page.html?publ=93&CYear=2016&CMonth=4
- 5 אליאס, 2005; כספי ואליאס, 2002; 2014; Elias, 2011, 2014; Lerner, 2011
- 6 לשם וליסק, 2000; Ben-Refael, Olshtain; 2000, 2003, 2004; Al-Haj & Leshem, 2000; Ben-Refael, Olshtain & Geist, 1998; Remennick, 2002, 2003, 2004
- 7 אליאס, 2005; כספי ואליאס, 2002; רואי, 2013; Al-Haj & Leshem, 2000; Remennick, 2002, 2003, 2004; Lerner, 2011
- 8 אליאס, 2005; אליאס ולמיש, 2013; כספי ואליאס, 2008; 2011; Elias, 2011
- 9 אליאס, 2005; אליאס ולמיש, 2013; כספי ואליאס, 2008; Adoni & Nossek, 2001, 2013, 2014; Elias, 2011
- 10 זסלבסקי, 2003; יעקובי, 2011; מזוגוביה, 2001; Gershenson, 2011
- 11 Cottle, 2000; Katzinger, 2000; Ross, 2000; Bryman, 2016

מקורות

אברהם, א', ע' פירסט ונ' אלפנט-לפלר (2004). הנדדרים והנוכחים בזמן צפיית שיא: מגוון תרבותי בשידורי ערוצי הטלוויזיה המסחריים בישראל. ירושלים: הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו.

- (עורכים), רוסיים בישראל: הפרגמטיקה של תרבות בהגירה (עמ' 65-76). ירושלים: מכון ון ליר.
- Al-Haj, M.E. & E. Leshem (2000). *Immigrants from the Former Soviet Union in Israel: Ten Years Later*. Haifa: The Center of Multiculturalism and Educational Research
- Adoni, H., D. Caspi & A.A. Cohen (2006). *Media, Minorities and Hybrid Identities- The Arab and Russian Communities in Israel*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Adoni, H. & H. Nossek (2001). "The New Media Consumers: Media Convergence and the Displacement Effect", *The European Journal of Communication Research*, 26(1), pp. 59- 83.
- , (2013). "The Cultural Divide: Book Reading as a Signifier of Boundaries among Co-cultures in Israeli Society", *Israel Studies Review*, 28(1), pp. 55-75.
- , (2014). "Tell Me which Books You Read and I will Tell you Who You Are: Cultural Boundaries between Co-cultures in Israeli Society", in: D. Caspi & N. Elias (eds.), *Ethnic Minorities and the Media in the Holy Land* (pp. 161-183). London: Vallentine Mitchell Press.
- Avraham, E. (2003a). *Behind Media Marginality: Coverage of Social Groups and Places in the Israeli Press*. Lanham, MD: Lexington Books.
- , (2003b). "Press, Politics and the Coverage of Minorities in Divided Societies: The Case of Arab Citizens in Israel", *Harvard International Journal of Press/Politics*, 8(4), pp. 7-26.
- Avraham, E. & A. First (2010a). "Can a Regulator Change Representation of Minority Groups and Fair Reflection of Cultural Diversity in National Media Programs? Lessons from Israel", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(1), pp. 136-148.
- , (2010b). "Combining the Representation Approach with the Framing Concept: Television News Coverage of the Arab Population in Israel during Conflict", *Journalism*, 11(4), pp. 481-499.
- Ben-Refael, E., E. Olshtain & I. Geist (1998). "Identity and Language: The Social Insertion of Soviet Jews in Israel", in: E. Leshem & J. Shoval (eds.), *Immigration to Israel* (pp. 333-356). London: Transaction, New Brunswick and London.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Cottle, S. (2000). "Introduction: Media, Research and Ethnic Minorities: Mapping the Field", in: S. Cottle (ed.), *Ethnic Minorities and the Media* (pp.1-31). Buckingham: Open University Press.
- Davison, W.P. (1983). "The Third Person Effect in Communication", *Public Opinion Quarterly*, 47, pp. 1-15.
- Dhose, A. (2012). Imagined communities of television viewers: Reception research on national and ethnic minority audiences. In: H. Bilandzic, G. Patriarche & P.J. Traudt (eds.), *The Social Use of Media: Cultural and Social Scientific Perspectives on Audiences Research* (pp. 90-103). Chicago: Chicago University Press.
- Elias, N. (2011). "Russian Speaking Immigrants and their Media: Still Together?" *Israel Affairs*, 17(1), pp. 72-88.
- , (2014). "Media Use as Integration Strategy: Returning Diasporas from the Former Soviet Union in Israeli and Germany", in: D. Caspi & N. Elias (eds.), *Ethnic Minorities and the Media in the*
- אליאס, נ' (2003). מברית המועצות לישראל ולגרמניה: תפקידה של תקשורת ההמונים בהשתלבות החברתית והתרבותית של מהגרים, עבודת דוקטור, אוניברסיטת תל-אביב.
- (2005). שימושי תקשורת כאסטרטגיה של השתלבות. תל-אביב: אוניברסיטת תל-אביב.
- אליאס, נ' וד' למיש (2013). "ביחד ולחוד: מקומה של תקשורת ההמונים בקרב משפחות מהגרים מחבר המדינות", בתוך: י' לרנר ור' פלדחי (עורכים), רוסיים בישראל: הפרגמטיקה של תרבות בהגירה (עמ' 231-256). ירושלים: מכון ון ליר.
- באבא, ה' (1994). "שאלת האחר: הבדל, אפליה ושיח פוסט קולוניאלי", תאוריה וביקורת, 5, עמ' 79-105.
- בורדיה, פ' (2005). שאלות בסוציולוגיה. תל-אביב: רסלינג.
- בלמס, מ' (2007). מסרים מתחרים: השפעתה של תכנית הסאטירה "ארץ נהדרת" למול השפעת החדשות על תדמיות המנהיגים בבהירות 2006, עבודת מוסמך, האוניברסיטה העברית בירושלים.
- הורוביץ, ת' וא' לשם (1998). "יוצאי ברית המועצות במרחב התרבותי בישראל", בתוך: מ' סיקרון וא' לשם (עורכים), דיוקנה של העלייה: תהליכי קליטתם של עולי ברית המועצות לשעבר 1990-1995 (עמ' 291-333). ירושלים: מאגנס.
- זילברג, נ' (2000). "האינטליגנציה היהודית-רוסית: חיפוש מודלים חדשים של אינטגרציה", יהודי ברית המועצות במעבר, (1994), עמ' 196-212.
- זסלבסקי, נ' (2003). "כבר מזמן לא רוסיים: עולי ברית המועצות משתנים, התקשורת אחרי השינוי", פנים, 26, עמ' 30-36.
- טנן, ח' (1977). תפיסת האתיקה האקסיסטנציאלית במשנת קארל יאספרס. רמת גן: מסדה.
- יעקובי, ט' (2011). תקשורת, עלייה וקליטה: יחס התקשורת הכתובה הכללית, החרדית והדתית לעולי ברית המועצות בשנים 1989-2009. עבודת דוקטור. רמת-גן: אוניברסיטת בר-אילן.
- ישובי, נ' (2001). "איישוויון בתקשורת וזכויות האדם", בתוך: הנ"ל (עורכת), הדרה ודימוי שלילי-איישוויון בתקשורת הישראלית (עמ' 4-40). תל אביב: האגודה לזכויות האזרח.
- כספי, ד' ונ' אליאס (2008). "שתי מערכות תקשורת: תקשורת של ולמען מיעוטים בישראל", קשר, 37, עמ' 99-109.
- כ"ץ, א', ה' האז, מ' גורביץ, ש' ויץ, ח' אדוני, ומ' שיף (1992). תרבות הפנאי בישראל: תמורות בדפוסי הפעילות התרבותית 1970-1990. ירושלים: מכון גוטמן למחקר חברתי שימושי.
- לשם, א' ומ' ליסק (2000). "התגבשות הקהילה הרוסית בישראל", יהודי ברית המועצות במעבר, (1994), עמ' 47-66.
- מירון, ר' (2006). קארל יאספרס: מהעצמיות אל ההווה. רמת גן: אוניברסיטת בר אילן.
- מוזגוביה, נ' (2001). "היפה, המאפיון והתרבותניק", פנים, 18, עמ' 1-42.
- סיקרון, מ' (1998). "ההון האנושי של העולים ותהליכי השתלבותם בעבודה", בתוך: מ' סיקרון וא' לשם (עורכים), דיוקנה של העלייה: תהליכי קליטתם של עולי ברית המועצות לשעבר, 1990-1995 (עמ' 127-181). ירושלים: מאגנס.
- סעיד, א' (2000). אוריינטליזם. תל אביב: עם עובד.
- פיסק, ג' (1995). "טלוויזיה: פוליטיות ופולאריות", בתוך: ד' כספי (עורך), תקשורת המונים: זרמים ואסכולות מחקר - מקראה (עמ' 173-190). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- פירסט, ע' וא' אברהם (2004). ייצוג האוכלוסייה הערבית בתקשורת העברית: השוואה בין סיקור יום האדמה הראשון (1976) לבין סיקור "אינתיפאדת אל-אקצא" (2000). תל-אביב: מכון תמי שטינמץ, אוניברסיטת תל אביב.
- קמרלינג, ב' (2001). קץ שלטון האחרים-לים. תל-אביב: כתר.
- קמה, ע' וע' פירסט (2015). על ההדרה: ייצוגים תקשורתיים של "אחרים". תל-אביב: רסלינג.
- רואי, י' (2013). התרבות הדקה של יהודי ברית המועצות. בתוך: י' לרנר ור' פלדחי

- and Cultural Reception* (pp. 33-54). Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- Lemish, D. (2014). "The Whore and the Other: Israeli Press Images of Female Immigrants from the Former USSR", in: D. Caspi & N. Elias (eds.), *Ethnic Minorities and the Media in the Holy Land* (pp. 13-27). London: Vallentine Mitchell Press.
- Lerner, J. (2011). "Russians in Israel as a Post-Doviet Subject: Implementing the Civilizational Repertoire", *Israel Affairs*, 17(1), pp. 21-37.
- Taylor, C. (1992). *Multiculturalism and the Politics of Recognition*. Princeton: Princeton University Press.
- Remminick, L. (2002). "Transnational Community in the Making: Russian-Jewish Immigrants of the 1990s in Israel", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 28(3), pp. 515-530.
- (2003). "From Russian to Hebrew via HebRush: Intergenerational Patterns of Language Use among Former Soviet Immigrants In Israel", *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 24(5), pp. 431- 453.
- (2004). "Language Acquisition, Ethnicity and Social Integration among Former Soviet Immigrants of the 1990's in Israel", *Ethnic and Racial Studies*, 27(3), pp. 431-454.
- Ross, K. (2000). "In Whose Image? TV Criticism and the Black Minority Views", in: S. Cottle (ed.), *Ethnic Minorities and the Media* (pp.1-31). Buckingham: Open University Press.
- Saville-Troike, M.(1989). *The Ethnography of Communication*. Oxford: Basilblack Well.
- Holy Land* (pp. 219-237). London: Vallentine Mitchell Press.
- Fiske, J. (1994). "Audiencing: Cultural Practice and Cultural Studies", in: N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 189-198). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Gershonson, O. (2011). "Is Israel Part of Russia? Immigrants on Russians and Israeli Screens", *Israel Affairs*, 17(1), pp. 164-176.
- Hall, S. (1977). "Culture, the Media and the 'Ideological Effect'", in: J. Curran, M. Gurevitch & J. Woolacott (eds.) *Questioning the Media: A Critical Introduction* (pp. 315-348). Newbury Park, CA: Sage.
- Hall, S. (1980). "Encoding/decoding", in: S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128-138). London: Hutchinson.
- Hall, S. (1989). "Ethnicity, Identity and Difference", *Radical America*, 23(4), pp. 9-13.
- Harindranath, R. (2000). "Ethnicity, National Culture(s) and the Interpretation of Television", in: S. Cottle (ed.), *Ethnic Minorities and the Media* (pp.149-164). Philadelphia: Open University Press.
- Katz, E., J.G. Blumler, & M. Gurevitch (1974). "Utilization of Mass Communication by the Individual", in: J.G. Blumler & E. Katz (eds.), *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research* (pp. 19-32). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Katzinger, J. (2000). "Media Templates: Patters of Association and (Re)construction", *Media, Culture and Society*, 22(1), pp. 61-48.
- Lembo, R. (1994). "Is there Culture after Cultural Studies?" in: J. Cruz & J. Lewis (eds.), *Viewing, Reading, Listening: Audiences*