

# שתי מערכות תקשורת: תקשורת של ולמען מיעוטים בישראל

דן כספי ונלי אליאס

## הקדמה

המרקם החברתי בחברה המודרנית הולך ולובש פנים של פסיפס אתני, לשוני ותרבותי, לא מעט בזכות תהליכי ניעות מואצים של קבוצות ועמים. בהתהוות המציאות החדשה הזאת יש לאמצעי התקשורת תפקיד מרכזי. התסיסה הטכנולוגית המתמדת מעשירה את התפריט התקשורתי העומד בפני כל פרט ומגוונת אותו. ההגירה הפיזית אינה מחייבת התנתקות מחברת האם, מן התרבות בארץ המוצא ומשפת האם. בזכות צלחות לוויין ורשת האינטרנט מהגרים שונים, יהיו אלה מרוסיה, מהודו או ממקסיקו, יכולים להמשיך ו"להרגיש בבית" בכל מקום. תהליכי ההגירה המואצים מעצימים את אופיה הפסיפסי של החברה בת זמננו, המורכבת משלל מיעוטים לשוניים, תרבותיים ואתניים, ישנים וחדשים. כתוצאה מכך מתהוות פזורות ברחבי העולם, המצטרפות לפזורות ותיקות קיימות, למשל יהודים, אירים, פלסטינים, ארמנים, איטלקים, סינים, כורדים, צוענים ועוד. עמים רבים חיים ושורדים מחוץ לארצותיהם פרקי זמן ממושכים ובכל זאת משמרים את הזיקה למולדתם במידה זו או אחרת.

כיום כמעט כל קהילת מיעוטים מאמצת אסטרטגיה של זהות היברידית: "לחיות כאן ולהרגיש שם". תופעת ההיברידיות של מיעוטים מבליטה את המתח המתמיד בין שתי הקהילות – המהגרים והקולטים או המיעוט והרוב. חרף שינוי הערכים הדרמטי והפתחות לרבגוניות, קהילת הרוב המארחת לא השתחררה מאימת האורחים החדשים. גם כיום כבעבר כל גל הגירה נתפס כאיום משמעותי על היציבות החברתית ועל המרקם התרבותי, שכן ההגירה עלולה להפר איזונים בחברה הקולטת. מבחינה זאת, הסערה במדינות מערב אירופה סביב מנהגי המסורת האסלאמית, ובמיוחד כיסוי הראש לנשים, אינה מפתיעה (Freedman, 2004). יהודים דתיים סבלו, ועדיין סובלים, משך מאות שנים מבולטותם, כאשר הזקן והפאות מינפו את הסטראוטיפיזציה (Morris-Reich, 2004). בכלל, הבדלי לבוש ומנהגים תרבותיים מבליטים את המהגרים. ההבדלים עלולים לעורר חרדות לא רק משינויים אלא גם מאובדן ההגמוניה הערכית והתרבותית (Hall, 1997; Hedetoft, 2003). אולם האקלים הערכי הפתוח מחייב את המארחים לארוז את חרדותיהם מפני המיעוטים

השונים בעטיפות ובביטויים אלגנטיים העומדים בקני המידה של תקינות פוליטית.

מבחינה זו עשויה תקשורת ההמונים לשרת את שתי הקהילות ואת שאיפותיהן השונות. המהגרים יכולים להסתייע בה כדי לשמר את זיקתם לתרבות ולשפת האם, ולטפח תת-תרבות מובחנת לצד מיעוטים ותיקים בחברה החדשה (Zilberg, 1995; Viswanath & Arora, 2000; Caspi et al., 2002). ואילו כלי התקשורת בשפת הרוב יכולים לשמש סוכן חברות למהגרים במכלול תחומים, לזרז את הטמעתם הלשונית והתרבותית ולשמר את ההגמוניה התרבותית של הרוב (Chaffeet al., 1990; Stilling, 1997; Reece & Palmgreen, 2000). המארחים יכולים להשתמש במכלול אמצעי התקשורת כדי להנחיל למהגרים לא רק את רזי השפה החדשה, אלא גם מנהגים, חגים וטקסים על משמעויותיהם לסולידריות החברתית.

ניסיון כזה אינו חף ממתחים, מפני שהמיעוטים נוטים לדבוק במטענים המיובאים מארץ המוצא – בשפה, בתרבות ובמערכת הערכים. סביר להניח ששתי הקהילות מעורבות במעין משא ומתן על עיצוב סטטוס-קו חדש, כאשר אמצעי התקשורת משמשים זירה, אולי עיקרית, להידברות ביניהן, מחד גיסא, וליצירת גבולות סימבוליים, מאידך גיסא. כך מתגלגלת תקשורת ההמונים לחזית מפגש של ערכים, של ציפיות ושל שאיפות שונות ומנוגדות. האם כלי התקשורת מסוגלים לתווך בין שתי הקהילות – המארחים והאורחים? כיצד הם מתמודדים עם המתחים ביניהן? ומנגד, כיצד מטפחת כל קהילה אמצעי תקשורת משל עצמה ומשתמשת בהם לקידום האינטרסים שלה במשא ומתן? האם הם מחזדים את ההבדלים והמתחים או מרככים אותם? שאלות אלה העסיקו לא מעט חוקרים שהתמקדו בקשר שבין תקשורת ומיעוטים אתניים; תשובותיהם הושפעו לא פעם מן האקלים הפוליטי והתרבותי שבו נערך המחקר.

## שלוש מערכות תקשורת

הדיון בספרות המחקרית נוהג להצביע על דו־תכליתיות של אמצעי התקשורת בשפת המהגרים, המשמשים מעין "סוכנים כפולים". מצד אחד הם מסייעים לתהליך ההסתגלות לחברה החדשה, משמשים

לוח 1: מאפיינים של מערכות תקשורת ומיעוטים<sup>2</sup>

שפה	אמצעי תקשורת על	אמצעי תקשורת "למען"	אמצעי תקשורת "של"
של הרוב	של הרוב	של המיעוט, לעתים מעורב	של המיעוט בלבד
משרת עיקרי של	החברה המארחת	החברה המארחת, ובמידת מה גם של קהילת המיעוט	קהילת המיעוט
ייצוג המיעוט	בדרך כלל סטראוטיפי	בדרך כלל פטרנליסטי – "שופע חום" והייררכי	Underdog, לעתים עדיף על פני הרוב: זירה לייצוג אלטרנטיבי ולביטוי אותנטי
המטרה העיקרית	לסייע לרוב להתייחס לנוכחים החדשים ולהשלכות דעת הקהל וקבועי המדיניות	לסייע למיעוט להסתגל לחברת הרוב ולכללי המשחק החדשים	לסייע למיעוט להסתגל, תוך שימור זהותו המקורית
תיווך בין הרוב למיעוט	תיווך מזערי	תיווך חד-צדדי, נושא פנים לחברת הרוב	תיווך חד-צדדי, נושא פנים לקהילת המיעוט

למהגרים מצפן בה, ומעניקים להם אוריינטציה ומקור מידע ולימוד עליה. מצד שני הם מנציחים והיות לאומיות ותרבותיות קיימות, מאיטים את האינטגרציה בחברה החדשה ומטפחים מובלעות, לא רק תרבותיות אלא בעיקר לאומיות (Subervi-Velez, 1986; Riggins, 1992).

חקר תקשורת המהגרים והמיעוטים האתניים אינו מסוגל לפי שעה להכריע בין שתי ההערכות. הקשר של המחקר ועיתויו מקרינים לא מעט על המסקנות. מחקרים חלוציים על תקשורת מהגרים שנערכו באקלים חברתי-תרבותי שצייד בכור היתוך, נטו להתמקד בתפקידה הסוציאליזטורי של תקשורת המהגרים (Park, 1922; Zubrzycki, 1960; Hunter, 1958) והתייחסו אליה כאל מצב ביניים. חוקרים אחדים אף העריכו שהצלחתם של עיתוני מהגרים ב... היעלמותם (Janowitz, 1967). ככל שהם יצליחו במשימת החברות, והקוראים ילמדו את השפה וישתלבו בעסוקות תרבותיות, כך הם מיייתרים את עצמם. לעומת זאת בעידן ההגירה ההמונית שבסוף המאה האחרונה, ובמקביל לשינוי האקלים התרבותי והפוליטי, השתנו קני מידה להצלחתה של תקשורת מיעוטים: מאחר שההגירה הפכה לתופעת קבע, ומהגרים הם קהילת מיעוט לגיטימית ולא חולפת, השתנה היחס לאמצעי התקשורת שלהם. הללו שוב אינם אמצעי תקשורת זמניים שנועדים לכליה, אלא הם חלק מן ההון התרבותי ומן המשאבים הפוליטיים של המהגרים (Gillespie, 1995; Wilson & Gutierrez, 1995; Cottle, 2000; Adoni et al., 2006; Georgiou, 2006; Elias, in press).

מכאן שלתקשורת מהגרים ולמיעוטים אתניים נועד תפקיד חשוב נוסף: אתגור הדימויים הסטראוטיפיים הרווחים בתקשורת הרוב ומתן ביטוי לקבוצות המודרות מתקשורת הזרם המרכזי. תפקיד זה זכה לאחרונה לתשומת לב מחקרית אשר עסקה לא מעט בשאלה, באילו תנאים הופכת תקשורת מיעוטים לזירה של ייצוג אלטרנטיבי ולכלי לקידום אינטרסים פוליטיים, חברתיים ותרבותיים של המיעוט (Cottle, 2000; Browne, 2005; Meiss & Tait, 2005; Georgiou, 2006).

על כן חשוב להבחין בין אמצעי התקשורת המתווכים לפי המטרה והאינטרסים שהם משרתים, של המארחים או של האורחים. לרוב אמצעי התקשורת בזרם המרכזי משרתים את החברה המארחת ומתייחסים למיעוט מנקודת ראותם של המארחים ובשפתם. מחקרים רבים מצביעים על מגמות של ייצוג חסר וסטראוטיפי של מהגרים ומיעוטים אתניים באמצעי התקשורת המרכזיים (Butterwegge, 1996; First, 1998; Santa Ana, 1999; Hussain, 2000; Lemish, 2000). בדרך זו עלולים אמצעי התקשורת להבנות תמונה מסולפת על המיעוטים ואולי אף לחזק דימויים שליליים קיימים, הניזונים במידה רבה מחששות ומבערות.

המיעוט עשוי לגלות תנחומים באמצעי תקשורת חלופיים, הן אלה המיובאים מארץ המוצא והן אלה אשר נוסדו המדינה המארחת. בזכות השינויים הטכנולוגיים של העת האחרונה מהגרים אינם חייבים לסחוב

מערכות התקשורת (ברוסית ובערבית) לבין דרך התנהלותן מול הממסד המארח. השימוש בדוגמאות מן התקשורת ברוסית ובערבית נועד לצורכי הקונטקסטואליזציה של המודל המוצע, ומביא בחשבון את ההקשרים הפוליטיים, האידיאולוגיים והתרבותיים אשר משפיעים באופן דיפרנציאלי על צמיחתה ועל התפתחותה של תקשורת מיעוטים "רצויים" ו"בלתי רצויים". יתרה מזאת, יישום המודל על שני מיעוטים כה שונים, לכאורה, מחזק את תקפותו באשר לתפקודן של מערכות תקשורת "של" ו"למען" מיעוטים אחרים ולמענם, הן בישראל הן במדינות אחרות.

### בין תקשורת "למען" לתקשורת "של"

הקריטריונים להבחנה בין שתי מערכות תקשורת מיעוטים מתחלקים לשלוש קטגוריות עיקריות: הראשונה מכילה ארבעה קריטריונים המתייחסים לכינון אמצעי התקשורת ועיצובו – היוזמה לייסודו, טיב הבעלות עליו, זהות כוח האדם והמנהלים שבו. הקטגוריה השנייה התפקודית מציעה חמישה קני מידה להבחין בין התנהגות כל סוג של אמצעי התקשורת – היחס לחברה המארחת לעומת היחס לארץ המוצא, קבוצת ההתייחסות של קברניטיו של אמצעי התקשורת, גישת חברי הקהילה אליו וסדר היום שלו. הקטגוריה השלישית כוללת שלושה קריטריונים של פיקוח – פוליטי, כלכלי וציבורי. הדיון בכל אחד מן הקריטריונים עשוי להבהיר את יעילותו להבחין או לפחות לתרום להבחנה בין שני דגמי תקשורת מיעוטים.

### כינונו של אמצעי התקשורת ועיצובו

1. יוזמה: בזכות זהות היוזם של אמצעי התקשורת אפשר להבחין בין שני דגמי התקשורת, והניסיון הישראלי מעיד על כך. באקלים האוטוריטרי של השנים המעצבות במדינה החדשה ועקב מחסור במשאבים כלכליים ואנושיים, התקשה המיעוט הערבי לטפח אמצעי תקשורת של עצמו. וכן גם הפעם, אך בנסיבות שונות לחלוטין, הרוב היהודי טרח לשעתק את דגם התקשורת "למען". מאחר שהאליטות בחברה הערבית נהרסו במהלך מלחמת העצמאות ובעקבותיה, נותר חלל תקשורתי שחייב את הממסד היהודי למלאו בהקדם. הרוב היה להוט לסייע לקיים תקשורת בשפת המיעוטים הן מטעמים פרקטיים והן מטעמים סימבוליים, כעדות לכיבוד זכויותיהם בדמוקרטיה. טיפוח תקשורת "למען" ובשפת המיעוטים הבטיח לרוב היהודי פיקוח מרבי על אחד המתווכים עתירי העוצמה בחברה.

בשנות ההגירה ההמונית, מיד לאחר הקמת המדינה, פרחו העיתונות הלועזית בישראל בשפות המהגרים החדשים. תחנת הרדיו הממשלתית הנהיגה שידורים בעשרות שפות למהגרים החדשים ובהמשך גם לעמיתיהם שנותרו בארצות המוצא. העיתון המודפס והרדיו היו מכשירי עזר בידי הממסד כדי להבטיח נגישות לאזרחים החדשים דוברי בליל שפות ולתקשר אתם. על כן רוב העיתונים בלועזית נתמכו ביד פוליטית ותפקדו כביטאונים מפלגתיים (ראו לוח 2).<sup>3</sup> המפלגות נזקקו לקולות המהגרים ערב הבחירות ועל כן הקצו משאבים למימון עיתונים ופרסומים וביטאונים בשפתם ביד רחבה: גודל התמיכה הכספית בפרסומים בשפות הזרות היה כגודל המאגר האלקטורלי של קהילות המהגרים. פרסומים אלה, שאחדים מהם היו יומונים, הציגו את פלאי החברה הקולטת ובייחוד את חלקה

ספרים עבי משקל. כיום הם מוקלטים על גבי דיסק און-קי גדושים לצד טקסטים, צלילים וכדומה. גם במקומות החדשים לשם מגיעים המהגרים הם יכולים לשמור על קשר עם הארץ העזובה באמצעות האינטרנט, שידורי לוויין וכדומה (Hargreaves & Mahdjoub, 2006; Elias & Shorer-Zeltser, 1997; Georgiou, 2006).

לפיכך יש טעם מיוחד לבחון מקרוב את שתי מערכות התקשורת העוסקות בתיווך בין שתי הקהילות, המיעוט והרוב. על מנת להעריך את איכות התיווך של כל מערכת תקשורת, אפשר להסתייע בקני מידה שעל פיהם אפשר להבחין בין אמצעי תקשורת "של" מיעוטים וכאלה "למען" מיעוטים, ולהשליך מהם על תפקודם כמתווכים. אפשר שהמשותף לשתי המערכות היא שפת המיעוט. על כן קשה לעתים להבחין ביניהן. ואולם, כפי שנראה בהמשך, הבחנה זו מהווה אתגר תאורטי חשוב, ולו משום שהשוני בין השתיים משליך על ביצועי המערכות לא רק בתיווך בין שתי הקהילות – המארחת והאורחת – אלא גם בכושר הדיפרנציאלי לייצג את המיעוט ולהבטיח לו ביטוי עצמי והעצמה.

הניסיון להבחין בין שתי מערכות תקשורת הוא במידה רבה פרי מחקר מוקדם אשר התמקד בשתי קהילות המיעוטים העיקריות של ישראל: המהגרים מחבר המדינות אשר הגיעו לישראל בשני העשורים האחרונים, והאזרחים הערבים-פלסטינים (Adoni et al., 2006). ההשוואה חושפת דמיון ניכר בין שתי הקהילות. כל אחת מהן מהווה חמישית מכלל אוכלוסיית המדינה, ויחד הן מונות כארבעים אחוז. לכל אחת שורשים תרבותיים ולשוניים שונים מאלה של אוכלוסיית הרוב, אשר באים לידי ביטוי גם במערכות תקשורת נפרדות (ברוסית ובערבית) אשר פורחות בעשורים האחרונים בישראל. כל מיעוט מתהדר בזיקה אמיצה אל תרבות המוצא שמחוץ לגבולות הארץ. ושניהם יחד נופלים קורבן למנגנוני ההדרה וההזרה המופעלים עליהם על ידי התקשורת בשפת הרוב. לא במקרה פורח בעשור האחרון חקר תקשורת ומיעוטים אתניים בישראל, שאף הוא מוסיף דוגמאות מאלפות (זילברג, לשם וליסק, 1995; כספי ואליאס, 2000; אליאס ושוורר-זלצר, 2007; Kabha & Caspi, forthcoming; Elias, in press; Jamal, 2006).

לצד הדמיון הרב, ההשוואה בין שני המיעוטים אינה יכולה להתעלם מן השוני ביניהם. בעוד המהגרים מחבר המדינות הפכו למיעוט בעקבות הגירה פיזית, הערבים-פלסטינים שינו את מעמדם ללא תנועה כלשהי והם מיעוט ותיק יותר מדוברי הרוסית. נוסף על כך כל אחת משתי הקהילות מקיימת יחס אחר עם הרוב. המהגרים מחבר המדינות הם מיעוט "רצוי", וישראל ממשיכה להשקיע משאבים כבירים כדי לעודד את המשך ההגירה. הפלסטינים-הישראליים, לעומת זאת, הם מיעוט "כפוי" הנמצא ביחסי עימות גלויים וסמויים עם הממסד הישראלי. לכן גם יחסי הממסד כלפי התקשורת בשפתם של מיעוטים אלה שונים. בשל תחושת איום מצד המיעוט הערבי, פיתח הרוב היהודי דפוסי בקרה ופיקוח מסועפים על מוקדי העוצמה בחברה הפלסטינית, ובכללם גם על אמצעי התקשורת. המהגרים החדשים מחבר המדינות, לעומת זאת, יכלו לתבוע בנחישות את זכות המיעוט לזהות היברידית, ובתוכה לתקשורת בשפתם, ונהנו מיחס סובלני של הממסד כלפי תביעותיהם הסקטוריאליים. עם זאת חשוב להדגיש כי אין המאמר מבקש להשוות בין שתי

## לוח 2: אמצעי תקשורת "למען" לעומת אמצעי תקשורת "של" מיעוטים

מאפיין	אמצעי תקשורת "למען" מיעוטים	אמצעי תקשורת "של" מיעוטים
<b>כינון אמצעי התקשורת ועיצובו</b>		
1. יוזמה	גורם מחוץ לקהילה: גורם ממסדי, מפלגה או יזם פרטי	גורם מתוך הקהילה: קבוצה או פרטים
2. בעלות ומימון	בעלות ציבורית / ממשלתית / מפלגתית, אך תיתכן גם בעלות פרטית	בעלות פרטית, חלקה של יזמים מארץ המוצא; מימון ציבורי של עמותות או גופים ממשלתיים
3. כוח אדם באמצעי התקשורת	לרוב ותיקי הקהילה	לרוב מהגרים טריים בקהילה: "כוח אדם" זול
4. ניהול אמצעי התקשורת	גורם מחוץ לקהילה או ותיקה	לרוב גורם מתוך הקהילה
<b>התנהגותו של אמצעי התקשורת</b>		
5. נגישות תקשורתית וייצוג המיעוט	מבוקרת ומוגבלת למיעוט	חופשית למדי למיעוט אך מוגבלת לרוב
6. סדר היום באמצעי התקשורת	פער בין סדר היום התקשורתי לבין זה של המיעוט: מנסה לעצב / להכתיב סדר יום לקהילה	תאימות / התאמה בין סדר היום התקשורתי לבין זה של המיעוט: נוטה לשקף סדר יום בקהילה
7. היחס לארץ המוצא ולמהגרים במדינות אחרות	ביקורת, התעלמות עד כדי הדחקה, לעתים אף "דמוניזציה"	אידאליזציה, סולידריות, "סיר הבשר", נוסטלגיה, טרנס-לאומיות
8. היחס לחברה המארחת	תומך יותר מאשר ביקורתי, אך משתלב	ביקורתי יותר מאשר תומך, אך מתבדל
9. קבוצת ההתייחסות	ממסד התקשורת של הרוב	ממסד הקהילה בארץ ובחו"ל
<b>פיקוח מסוגים שונים</b>		
10. פיקוח פוליטי	חזק עד הדוק, לעתים אמצעי תקשורת הוא כלי הסברה ממשלתית	בדרך כלל רופף, לעתים פיקוח עקיף, למשל תשתיות, רגולציה וסובסידיה ממשלתית
11. פיקוח כלכלי	על אמצעי תקשורת ציבורי – לא משמעותי; משמעותי על אמצעי תקשורת בבעלות פרטית	תלוי במשאבי הקהילה. הדוק במקרה של בעלות פרטית מלאה. רופף במקרה של בעלות ציבורית או כשאין תלות בתמיכות חיצוניות
12. פיקוח ציבורי	הדוק – של הממשלה, מפלגות, עמותות וכדומה. רופף – של חברי הקהילה	הדוק. ישיר וגלוי בבעלות ציבורית. עקיף וסמוי בבעלות פרטית, רייטינג כמשל

השידורים) עיצבו את המטרות ואת מדיניות השידור ברוסית, שביקשה לאזן את התעמולה האנטי ציונית הסובייטית ולטפח את התודעה הלאומית של המאזינים היהודים. עם נפילת מסך הברזל ובואם של כמיליון מהגרים דוברי רוסית לישראל השתנו אמנם המטרות, אך אותם שדרים המשיכו לשרת את הממסד, הפעם בעיקר לצורכי החברות של מהגרים במדינה המארחת (כספי ואליאס, 2000). ההפרטה הגוברת במערכות חיים רבות ובאמצעי התקשורת בפרט בסוף המאה הקודמת, והשינויים הדרמטיים באקולוגיה התקשורתית גרמו לצמצום תמיכתו של הממסד על שלוחותיו בתקשורת הלועזית. אולם היזמים הפרטיים שהחליפו את הממסד לא חיסלו את התקשורת

של המפלגה ואת הישגיה במדינה, ועסקו למעשה בתיווך פוליטי בין הבוחרים שבאו לישראל זה עתה לבין פרנסי המפלגות. העיתונים הללו שימשו בין היתר מורה נבוכים לדמוקרטיה הישראלית (Caspi & Limor, 1999).

גם קול ישראל הקדים והנהיג שידורים דו-תכליתיים ברוסית עוד בסוף שנות החמישים (במסגרת התחנה "קול ציון לגולה") שהופנו הן ליישוב היהודי בברית המועצות והן למהגרים המעטים שהצליחו לחמוק מבעד מסך הברזל. מערך ההסברה-התעמולה הציוני גייס לעזרתו את גלי האתר לטובת מימוש יעדים לאומיים. הרשויות המנחות (הסוכנות היהודית ולשכת הקשר, אשר השתתפו גם במימון

ובטלוויזיה בערבית. בוגרי מודיעין יהודים עדיין משמשים כתבים צבאי, מדיניים או פוליטיים בשידורים בערבית מטעם הממסד.

כמו בתקשורת בערבית, גם באמצעי התקשורת "למען" בשפה הרוסית, במיוחד בשידורי של תחנת הרדיו הממלכתית "קול ציון לגולה", היו רוב השדרים מהגרים ותיקים אשר הפנימו את צורכי הממסד ואת יעדיו. אחדים מבין השדרים אף יצרו קשר אמיץ עם לשכת הקשר שעסקה בעידוד העלייה מברית המועצות, ואף גייסו למשימות מיוחדות. בדרך זו השלטונות הבטיחו פיקוח, אמנם סמוי, על השידורים ברוסית לפי צרכים משתנים. במאבק למען פתיחת שערי ההגירה מברית המועצות במהלך שנות השישים עד השמונים במאה שעברה, מילאו השידורים ברוסית תפקידים של הסברה, של הפצת הנרטיב הציוני וגם של חינוך המורל של היהודים, ובעיקר מסרבי העלייה. סגל השדרים התמיד באוריינטציה פטרונית כלפי המאזינים גם לאחר שאלה הגיעו לישראל. יתרה מזאת, השפה השגורה בפי השדרים הוותיקים נשמעה מעט ארכאית ולעתים מהולה בעגה עברית. על כן השליטה בשפה אינה יכולה לאפיין תקשורת מיעוטית באשר היא מבלי להתייחס לזהות הכתבים והשדרים.

להבדיל, יש פרסומים רבים של יוצרים שזה מקרוב באו. הכוונה בעיקר לכתבי עת לספרות ולפובליציסטיקה אשר המחזישו את פוטנציאל התקשורת "של". ברבים מן הפרסומים הללו נושבת רוח חלוצית ויצירתית של אמנים מהגרים המתעקשים להמשיך את מחאתם נגד הממסד גם בארץ החדשה. על כן, חרף המשאבים הצנועים העומדים לרשות המהגרים מצליחים כתבי העת להשיג סטנדרטים איכותיים וגבוהים מאלה של העיתונים רבי התפוצה אשר בבעלותם של הוותיקים. בדומה למצב בתקשורת בשפה הרוסית מצא אנשי רוח ערבים בכתבי העת לספרות ותרבות, גם כאלה שמימן הממסד, חופש רב יחסית. כתבי העת הללו זכו להתעניינות ניכרת של קוראים דווקא משום שהם נתפסו ככריזמה של אזרחים ערבים (Kabha & Caspi, forthcoming).

**4. ניהול אמצעי תקשורת:** שיתוף אנשים מקרב הקהילה עשוי לחזק את האופי האותנטי של התקשורת "של", אך לא תמיד. במקרים רבים מיטיבים גורמים ממסדיים או פרטיים להבין שכדי לרכוש את אמון הנמענים עליהם להסתייע במי שדוברים את שפתם ללא רבב ומכירים את הלכי החשיבה ותחומי ההתעניינות. על כן לעתים קרובות הם מגייסים עיתונאים וכתבים מקרב המיעוט, אך אלה נותרים בתפקידים זוטרים במערכת. באמצעי התקשורת "למען", רוב רובם של התפקידים הבכירים, הניהול וקביעת המדיניות נותרים בידי אנשי הרוב, ולא במקרה. תפקידי ניהול בכירים נחשבים לרגילים, לשם ביצוע יעדי של אמצעי התקשורת. הפקדתם בידי עמיתים מקהילת המיעוט כרוכה בהימור לא קטן. לא רק זאת, כל סטייה קלה מן היעדים המקוריים, כל עיכוב או כישלון עלולים לעורר חשדות ומתחים במערכת. ואמנם ב"בית השידור הישראלי", תחנת הרדיו הישראלית בערבית, יהודים ממוצא מזרחי איישו במשך שנים את התפקידים הבכירים בעוד אזרחים ערבים הועסקו ככתבים זוטרים, כקריינים או בתפקידים לוגיסטיים מגוונים. במידה שהוצעו תפקידי ניהול, הופקד בידי מועמדים ערבים ניהול מחלקות משניות, למשל דת או מוסיקה (כספי, 2005).

"למען". רבים מן היזמים שהקימו רשת מסופעת של העיתונות הרוסית שפרחה בישראל בשנות התשעים, היו ישראלים ותיקים אשר לא הסתירו את כוונותיהם העסקיות. על כן, על אף הפריחה המחודשת של העיתונות הפרטית ברוסית בשל גלי ההגירה ההמונית, רבים מהם החליפו את הזיקה לממסד בזיקה לבעלי הון ישראלים. מכאן שעל אף שעיתונים ברוסית אימצו מאפיינים אחדים של תקשורת "של", הם נותרו במהותם וברוחם עיתונים "למען" המהגרים. יזמים בהילת מהגרים התקשו לגייס הון או לא גילו עניין כלכלי בתקשורת הרוסית בפריסה כלל-ארצית, אלא העדיפו את העיתונות המקומית ברוסית, המודפסת והמקוונת, שבה העלויות הנמוכות שנדרשו להפעלתו של אמצעי התקשורת ואחזקתו הקלו על כניסתם של חברי הקהילה לתוך הזירה התקשורתית (שם).

**2. בעלות ומימון:** לכאורה הבעלות והמימון היו אמורים להבחין בין שני הדגמים של התקשורת; אך לא כך הוא. הבעלות אינה מבחינה ביניהם. בעלות פרטית אמורה לזהות שידורים ועיתונים "של", שכן הם מנותקים לכאורה ממחויבות הממסד וקשובים יותר לרחשי לב בקהילה. ואולם, כפי שצוין לעיל, כאשר הבעלות על אמצעי תקשורת נמצאת בידיהם של תושבי המקום הוותיקים, המחויבות הממסדית משתנה למחויבות בעלת אופי כלכלי, לעתים על חשבון מתן ביטוי הולם לצורכי הקהילה. לא מפתיע, אפוא, שהקהילות מגייסות ומתגייסות לממן תקשורת בעצמן. עיתונים רבים, מודפסים ומקוונים, מופיעים מטעם הקהילה וכחלופה לפרסומים למען חברי הקהילה בבעלות פרטית. מיעוטים רבים חזורים תודעה של טיפוח ארגונים חברתיים היוזמים ומממנים מגוון אמצעי תקשורת "של". גם המגמה במדינות אחדות לעודד תקשורת קהילתית עשויה לתרום לתקשורת "של" במימון עמותות וגופים ציבוריים. היזמים הפרטיים זהירים יותר בהשקעות בעיתונים "של" פן יסבו נזקים כלכליים.

רוב העיתונים ברוסית אשר פרחו עם התעצמות גלי ההגירה בשנות התשעים היו בבעלותם של אנשי עסקים ותיקים, שהונעו על ידי שיקולים כלכליים גרידא. שיקולים אלה הותירו חותם על איכות התכנים באותם עיתונים: רובם היו חומרים ממוחזרים מהעיתונים בחבר המדינות והתעלמו כמעט לגמרי מהסוגיות שעמדו על סדר יומה של קהילת המהגרים. לא היה ניסיון לתת ביטוי הולם למאגר העוצמות האינטלקטואליות שלה. בניגוד להם דווקא ירחון ספרות בשם *Zerkalo* [ראי], שהיה משוחרר מהשיקולים המסחריים, מפני שמומן על ידי לשכת הקשר, הצטיין באיכות גבוהה של פרסומים ספרותיים ופובליציסטיים פרי עטם של אנשי רוח מתוך הקהילה.

**3. כוח אדם באמצעי תקשורת:** זהותו של כוח האדם עשויה לסייע לעתים לאבחנה בין שני דגמי התקשורת. על בסיס ההנחה כי תקשורת "של" מתבססת יותר על כוח אדם בקהילת המיעוט בעוד תקשורת "למען" נסמכת על גיוס כוחות מקצועיים מאוכלוסיית הרוב. אלה אמורים להיחשב נאמנים יותר להנחיל את ערכי הרוב ויעילים יותר לחברת מחדש את הנמענים מקרב המיעוט. כבר בתקופת המנדט גייסה הנהגת היישוב יהודים דוברי ערבית אשר יכלו לכתוב ולשדר בשפת היריב. מסורת זו נמשכה גם לאחר כינון המדינה. יהודים דוברי ערבית הועדפו באיוש המשרות העיתונאיות, בייחוד ברדיו

גם אמצעי התקשורת "למען" אמור לכאורה לפצות את המיעוט על החסך התקשורתי ועל ייצוגו החסר בזרם המרכזי. השליטה באמצעי תקשורת "למען" מסייעת לווסת את הנגישות התקשורתית של המיעוט, לעתים לפי שיקולי תועלת, דבר הנתפס כניסיון הרוב ל"גטואיזציה" של המיעוט. מי שחולש על אמצעי תקשורת "למען" מיעוט, ובעיקר על תהליכי הסלקציה והחשיפה, מכריע אף בשאלה מי ייחשף ומבנה את מעמדו בקהילה. לעתים נרקמים יחסי תן וקח בין הרוב החולש על אמצעי תקשורת "למען" לבין חברי המיעוט הנחשפים בו. ההעדפה לחשיפה ניתנת לגורמים "חיוביים", לא ביקורתיים, שאינם מסכנים את מעמדו המיוחס של הרוב ומוכנים לשתף פעולה עמו. ואמנם, הביטאונים הלועזיים נטו לתת פתחון פה לפעילים הפוליטיים מקרב המהגרים במפלגות שמימנו את הוצאתם. בדומה לכך גם שידורי הרדיו והטלוויזיה בערבית ברשות השידור העניקו לתת עדיפות למתונים בציבור הערבי, שהיו מסוגלים לעודד ו/או להעיד על שיתוף הפעולה בין שתי הקהילות, היהודים והערבים. אמצעי התקשורת "של" ו"למען" מיעוטים נבדלים לא רק בנגישות של המיעוט אל אליהם אלא גם באופן ייצוגו. לא פעם חוטא אמצעי תקשורת "למען" בייצוג פטרנליסטי, סטראוטיפי ומתנשא של המיעוט, ולו משום שליוצרו ולקברניטיו חסרה הרגישות הנדרשת ואף ההיכרות הבלתי אמצעית עם בני הקהילה ועם תרבותם. אמצעי תקשורת "של", לעומת זאת, עשוי להציב כאחת ממטרותיו המוצהרות מאבק בייצוג חסר וסטראוטיפי של המיעוט, תוך מתן דגש על אותם מרכיבים בזוהרם האותנטיות של המיעוט שאינם באים לידי ביטוי באמצעי התקשורת של הזרם המרכזי וגם לא באלה של הממסד.

דוגמה מרתקת לחוסר יכולתו של אמצעי תקשורת "למען" לייצג נאמנה את המיעוט היא אחת התכניות הוותיקות ששודרו בערוץ הראשון הממלכתי במסגרת רצועת השידור בערבית. שמה של התכנית היה **המסעדה הגדולה**. הייתה זו קומדיית מצבים שעסקה במעלליו של בעל מסעדה ועובדיו – כולם בני המיעוט הערבי. התכנית ביקשה לקדם דו קיום הרמוני בין המיעוט הערבי לבין הרוב היהודי, אולם אופן ייצוג הערבים היה לגלגני ופוגע. תוך הדגשת הייררכיה חברתית ותרבותית בינם לבין הלקוחות היהודים שיקפה הסדרה את הגישה המינימליסטית של הרוב המתייחס בחיוב למיעוט הערבי בתחום פחות מאיים, הלא הוא התחום הקולינרי (רוטנברג, 2005).

בשונה מהתקשורת "למען", אחד התפקידים הבולטים של התקשורת "של" הוא קידום דימוי עצמי של המיעוט ובמקרים מסוימים אף שיקומו. דוגמה מובהקת לכך הוא עיתון הומור וסטירה בשפה הרוסית **בסדר?** אשר הוקם בתחילת שנות התשעים בידי פובליציסט מוכשר מברית המועצות לשעבר. בתשובה על היחס הפוגע והמשפיל שלו זכו המהגרים בתקשורת העברית (Lemish, 2007; Golden, 2003; Elias & Bernstein, 2000) ביקש העיתון לעצב מחדש את הדימוי של קהילת המהגרים, תוך שיקום כבודה וערכה העצמי. לעתים הושגה מטרה זו על ידי היפוך הומוריסטי של היחסים המסורתיים בין הקולטים (הנתפסים בדרך כלל כחזקים וכדומיננטיים) לבין הנקלטים (הנתפסים כחלשים וכתלותיים). במקרה זה הבלית העיתון את המשאבים התרבותיים הניכרים שהביאו עמם המהגרים, תוך הדגשת הפער בין ההון התרבותי האירופי לבין אופיה הפרובינציאלי והלבנטיני של החברה הישראלית (Zilberg, 1995).



גם באמצעי התקשורת שהקים הממסד הקולט עבור מהגרים מחבר המדינות אוישו המשרות הניהוליות הבכירות בידי ישראלים ילידי המקום או בידי מהגרים ותיקים שהתערו בסביבה הלשונית והתרבותית המקומית. מפיקת המגזין השבועי בשפה הרוסית "קלידוסקופ", ששודר בערוץ הראשון הממלכתי במשך למעלה מעשור, הייתה שדרנית מנוסה וידועה, ילידת ישראל, שלא ידעה את השפה הרוסית, אך כנראה היטיבה לפקח על "סוציאליזציה תקינה" של ציבור המהגרים לערכים ולנורמות של הוותיקים (Elias, in press). עם זאת גם בתקשורת "של" יש שמעדיפים לאייש את משרות הניהול הבכירות במהגרים וותיקים או בבני המיעוט המקושרים יותר אל מוקדי הכוח של הרוב.

### התנהגותו של אמצעי התקשורת

5. נגישות המיעוט לאמצעי תקשורת ואופן ייצוגו: תקשורת "למען" מרבה לעסוק בהפצת ערכי הרוב, בסוציאליזציה ואף בתעמולה (Ellul, 1973). להבדיל, כלי תקשורת "של" אמור להיות קשוב יותר לרחשי לב בקהילת המיעוט ולשמש חלופה לאמצעי התקשורת המרכזיים בחברה. לא רק שאמצעי תקשורת "של" אמור לפצות את הקהילה על ייצוגה החסר, המעוות והסטראוטיפי באמצעי תקשורת בשפת הרוב. הוא אמור לפצות בעיקר על חסך בנגישות לאמצעי התקשורת ולהעדיף מתן ביטוי לחברי הקהילה. בדרך זו מתריסים חברי המיעוט על הקיפוח התקשורתי הרב ממדי.

את מהדורת החדשות המרכזית באחד הערוצים הישראליים. זאת ועוד, בערוץ הטלוויזיה הישראלי בשפה הרוסית (הנמצא בבעלות פרטית, אך כפי שטענו לעיל, זו אינה משחררת אותו מהזיקה למסד), נרכשות החדשות מחברת החדשות ומוגשות לצופים בצירוף כתוביות או דיבוב לרוסית, ללא ניסיון להציג סדר יום חלופי. בזמן שידור מהדורת החדשות בחלקו העליון של המסך מתנוסס דגל ישראל כמעין סמל אולטימטיבי של זיקת הערוץ אל החברה המארחת.

**7. היחס לארץ המוצא ולמהגרים במדינות אחרות:** בשני הדגמים רווחת התייחסות סלקטיבית הן לארץ המוצא הן לארץ המארחת. כמי שאמור להיצמד יותר לרחשי לב של המיעוט, מצפים מאמצעי תקשורת "של" לבטא את הערצה לארץ המוצא ולעזכן את ההתרחשויות בה, במיוחד אם יש חשש לגורל הקרובים והחברים שנותרו שם. הדבר מתבטא בעיקר בסיקור נרחב של אירועים שוטפים בה, לרבות חגים ומועדים. יש שאמצעי התקשורת "של" לוקה בתסמונת "סיר הבשר", חוטא באידיאליזציה של החיים בארץ המוצא, בהבלטת החיוב על פני השלילה. לעומתו נוטה אמצעי התקשורת "למען" להתעלם מן המתרחש בארץ המוצא של המיעוט. לעתים ההתעלמות מארץ המוצא כמעט מוחלטת וגובלת בניסיון להעמיד חלופה תרבותית ולשונית בחברה החדשה, ואילו סיקור השלילה נועד כמו לחזק בדיעבד את ההחלטה לעזוב את המולדת.

בשני הדגמים התקשורת מודעת לתחרות הפוטנציאלית בין שתי החברות. טשטוש הזיקה לארץ המוצא עשוי לסייע להשתלבות מהירה יותר בחברה החדשה, ולהפך. גם אם אמצעי תקשורת "של" מאמץ אוריינטציה של השתלבות בחברה המארחת, הוא אינו מתכחש לשורשים הלשוניים והתרבותיים של המיעוט. מנגד, גם כאשר אמצעי תקשורת "למען" מתייחס לארץ המוצא, הוא נוטה לסיקור סלקטיבי המבליט בדרך כלל את האירועים והתהליכים השליליים בה – יוקר מחיה, אסונות טבע, הפגנות וכדומה.

עם זאת, גם באמצעי תקשורת שבבעלותם של יזמים מקומיים, הפועלים כאמור משיקולי רווח, יש לעתים התייחסות נרחבת לארץ המוצא, גם אם הדבר אינו נובע מהמחויבות המקורית של אמצעי התקשורת לצורכיהם הייחודיים של המהגרים. כך העיתונים המסחריים בשפה הרוסית היוצאים לאור בישראל, אשר כאמור הם בבעלותם של ישראלים ותיקים, סיקרו ומסקרים בהרחבה את המתרחש בחבר המדינות, מתוך רגישות ל"דרישת הקוראים" ולרווחיות העיתון. תחנת הרדיו המסחרית, "פרוויה רדיו" (הרדיו הראשון), שגם היא בבעלותו של איש עסקים ישראלי ותיק, מרבה בשידורים של מוסיקה רוסית משיקולי רייטינג.

שתי מערכות התקשורת ("של" ו"למען") שונות לא רק ביחסן לארץ המוצא ותרבותה אלא גם לפזורה של אותו מיעוט במדינות אחרות. כלומר, הן שונות ביחסן לאמצעי התקשורת בשפת המיעוט שמקורם במדינות אחרות שם התיישב המיעוט. אמצעי תקשורת "של" עשויים לקחת חלק פעיל ברשת תקשורת חוצת גבולות בשפת המיעוט, תוך עיצוב זהות "טרנס-לאומית" בקרב קהל צרכניהם. לעומת זאת, אמצעי תקשורת "למען" יסתייגו מיצירת קשר עם אמצעי התקשורת הן בארץ המוצא והן בתפוצות האחרות, ולו מחשש שקשר כזה עלול להפריע ליעד של הטמעת המיעוט בחברת הרוב.

**6. סדר היום באמצעי תקשורת:** לכל אמצעי תקשורת יש סדר יום (אג'נדה) הכולל נושאים וסוגיות בולטים ומקריין בעקביות סדר עדיפויות שהוא זהותו של אמצעי תקשורת. מבחינה זאת אפשר שזה אחד הקריטריונים המיטיבים להבחין בין שני דגמי התקשורת, אם סדר יום גלוי פחות או יותר הוא חלק מתעודת זהות של אמצעי התקשורת. בהקשר זה חלוקת העבודה בין שני סוגי אמצעי התקשורת ברורה למדי: אמצעי תקשורת "של" אמור לשרת נאמנה את המיעוט ואמצעי תקשורת "למען" משרת את סדר היום של הרוב ולעתים ממליץ עליו גם למיעוט.

בדרך כלל נהוג להבחין בין סדר היום התקשורתי לבין סדר היום הציבורי. אמצעי תקשורת מסוגל לא רק לשקף אלא גם לעצב את סדר היום הציבורי, ולהכתיב את סדר היום שלו לציבור הנחשפים אליו. אין כמעט אמצעי תקשורת שאינו מנסה להשפיע על סדר היום הציבורי באופן ישיר או עקיף. מבחינה זו אמצעי תקשורת "למען" מיטיב לא רק לשקף את סדר היום של הרוב, אלא מכתוב אותו גם למיעוט. אמצעי תקשורת "של" עשוי לאתגר את האג'נדה הרווחת בחברה ולהציג סדר יום חלופי. ואילו התקשורת "למען" נוטלת לעתים מזומנות תפקידי מנהיגות של הכתבת נושאים וניסוח סוגיות בסדר היום של המיעוט.

קביעת סדר יום ייחודי, חלופי, עשויה לתרום לביצור הגבולות בין הרוב לבין המיעוט. זהו אתגר הפוך לחלוטין לאמצעי תקשורת "למען", המבקש להשליט סדר יום אחד לשתי הקהילות. סדר יום משותף הוא מנוף נוסף של הטמעה, של טשטוש ההבדלים והתחומים בין שתי הקהילות. לרוב אמצעי תקשורת "למען" נוהגים לשאול את החדשות מאמצעי התקשורת המרכזיים ולתרגמן לשפות המיעוט, לעתים בעיכוב מסוים. רק לעתים נדירות חורג אמצעי תקשורת "למען" מסדר היום של הרוב. לעתים החדשות והמידע באמצעי התקשורת של הרוב זוכים לייטוש ולעריכה למען המיעוט, פן ייפגע אינטרס הרוב או דימויו בעיני המיעוט. סדר היום השונה, הייחודי לעתים, באמצעי תקשורת "של" לעומת אחרים, עשוי להוסיף ולטפח את זהותה של קהילת המיעוט.

בדרך כלל אמצעי תקשורת "למען" מאמצים את סדר היום התקשורתי שבאמצעי התקשורת המרכזיים של הרוב באחת משתי דרכים עיקריות – עם אריזה עצמאית או בלעדיה. הברירה שעומדת בפני קברניטיהם היא לבחור בין נטילת חומרים ותרגומם תוך התאמות קלות לשפת המהגרים לבין נטילה סלקטיבית המגובה בתוספות ייחודיות לפי עניינם של המהגרים. מערכת חדשות נפרדת אשר עמלה באיסוף מידע היא תנאי מספיק אך לא הכרחי לסדר יום עצמאי ושונה. כך לכאורה מפיקות מערכות נפרדות מהדורות חדשות ברדיו ובטלוויזיה בערבית. למרות זאת משדרי האקטואליה דומים בפורמט, בתכנים ובאוריינטציות השידור לאלה שבעברית. לעומת זאת בשנים הראשונות של הטלוויזיה הישראלית נקטו משדרי האקטואליה גישה שונה: אותם צוותים סיפקו חומרי גלם למערכות החדשות בערבית ובעברית, וכל מערכת התאימה את הטקסט לצופים.

בתחנה הממלכתית "רק"ע" (רשת קליטת עלייה), המיועדת לציבור דוברי הרוסית, כל מהדורות החדשות היומיות זהות כמעט בתוכנן לאלה המשודרות ברשת ב' בשפה העברית (רשת הרדיו המרכזית של קול ישראל). בשעה 20:00 התחנה מתרגמת למאזיניה

פערים וחילוקי דעות בין הרוב למיעוט. הבדל זה בא לידי ביטוי בהשוואה בין שני עיתונים יומיים בשפה הרוסית: **נשה סטרנה** (ארצנו) שיצא לאור בעת ההגירה ההמונית בשנות השישים כביטאון מפלגתי, ו**נובוסי נדלי** (חדשות השבוע) שהוקם ביוזמתם של מהגרים. בשנים הראשונות של תחילת ההגירה ההמונית בתחילת שנות התשעים, כאשר רוב המהגרים היו עסוקים בבעיות קיומיות של חיפוש קורת גג ותעסוקה הולמת, שלוו לא פעם בעימותים קשים עם הרשויות, הקפיד **נשה סטרנה** על יחס חיובי ונטול ביקורת כלפי המדינה המארחת ומוסדותיה, תוך התעלמות כמעט מלאה מבעיות אבטלה, ממצוקת מגורים ומאפליה כלפי המהגרים. **נובוסי נדלי**, לעומת זאת, הרבה בביקורת על הממסד הקולט, לעתים תוך קריאת תיגר על צדקת ההחלטה להגר לישראל ואף עידוד המהגרים לעזוב לקנדה ולאוסטרליה (זילברג, לשם וליסק, 1995; כספי ואליאס, 2000). בדומה לו גם עיתונים "של" בשפה הערבית מרבים לפרסם ביקורת קשה על החברה הישראלית בשל יחסה המפלה כלפי המיעוט הערבי, בעוד אמצעי תקשורת ממסדיים "למען" מבקשים לעודד כל גילוי של שיתוף פעולה בין שתי הקהילות (Kabha & Caspi, forthcoming).

**9. קבוצת ההתייחסות:** בזכות אוריינטציות שונות של כל דגם תקשורת, לקברניטי התקשורת ולעיתונאים מן השורה יש קבוצות התייחסות אחרות. בדרך כלל המועסקים באמצעי תקשורת "למען" מפתחים זיקה הדוקה לממסד הפוליטי או/ו התקשורתי. מרבית העורכים והכתבים מעורים בחברה ומחויבים לממסד. עורכים באמצעי תקשורת "למען" הם חברים רצויים בארגונים שונים של עיתונאים, יהיו אלה אגודת עיתונאים, ועדת העורכים של עיתונים יומיים או איגוד עורכי עיתונים. כתבים באמצעי תקשורת "למען" מטפחים יחסי עבודה עם עמיתים בתקשורת של הרוב, גם אם הם מודעים למעמדם הנחות. לעומת זאת קברניטים באמצעי תקשורת "של" מטפחים יותר יחסים עם נציגים בכירים של הקהילה, בארץ ו/או בחו"ל, ופחות עם הממסד התקשורתי בחברה המארחת.

בהקשר זה יש לציין כי הבחירה בקבוצת ההתייחסות, ובמובן זה גם יצירת רשת קשרים מקצועיים בתוך הקהילה או מחוץ לה, היא ברירת מחדל ולא דווקא בחירה חופשית. העיתונאים המועסקים באמצעי תקשורת "של" נתקלים לא פעם ביחס מפלה ומתנכר מצד עמיתיהם בקהילה התקשורתית. מבחינה זאת הם שותפים לחבלי הקליטה וההסתגלות של חברי הקהילה המוסיפים לזהותם הסוציולוגית. מאחר שהם אינם חברים בארגונים המקצועיים ממאנים להצטרף אליהם, הם מודרים מרבים מן האירועים המקצועיים המיועדים ל"ברנ'ה" התקשורתית. יתר על כן, חוסר יכולתם להשתתף באירועים ולטפח קשרים מקצועיים מחוץ לקהילה נגזרים לא פעם מהמשאבים הצנועים העומדים לרשות העיתונאים העובדים באמצעי תקשורת "של" ומהשתלבותם החלקית בחברה המארחת, שבאה לידי ביטוי בשליטה לקויה בשפת המקום ובאי התמצאות בקודים התרבותיים המקובלים. עורכיהם של עיתונים בערבית לא צורפו לוועדת העורכים והכתבים לא התקבלו לאגודת העיתונאים במשך שנים. לעומתם, עורכי העיתונים המוקדמים בלועזית, שהתנהלו כעיתונים "למען", היו חברים פעילים בוועדת העורכים.



מניתוח הקישורים ההדדיים של עיתונאי האינטרנט בשפה הרוסית שנסודו בישראל בידי יזמים מקהילת מהגרים עולה כי הם חלק מרשת צפופה של אתרי אינטרנט ואמצעי תקשורת אחרים בשפה הרוסית,<sup>4</sup> הן בחבר המדינות הן במדינות אחרות שקלטו גלי הגירה מהן. לכן עיתוני האינטרנט בשפה הרוסית יעילים במיוחד לחיזוק הקשרים בתוך קהילת המהגרים דוברי הרוסית במדינות שונות, ולהפיכתה לקבוצה בעלת זהות אתנית ותרבותית מובחנת לא רק בשפה ובהיסטוריה אלא גם בתחומי עניין משותפים בהווה (אליאס ושוורר-זולצר, 2007).

הניסיון הסובייטי יכול להעיד על הצלחה מוגבלת בפיקוח על אמצעי תקשורת, ב"סגירת גבולות" ובניתוקם מן העולם החיצוני. להבדיל, השלטונות הישראליים קיוו שתקשורת "למען" המיעוט הערבי תנתק אותו מן המרחב, ובמיוחד מעיתונאים ומעורכים במדינות השכנות (Kabha & Caspi, forthcoming). אלא שטכנולוגיות התקשורת החדשות, בייחוד הלוויין והאינטרנט, פרצו את המחסום הגאוגרפי ובזכותן נחשף המיעוט הערבי לאמצעי שידור ולאתרים במרחב השמי. אמצעי התקשורת הישראליים בערבית לסוגיהם השונים נחשפו אף הם לתחרות של אמצעי התקשורת הרבים במרחב, וביקשו להשתלב גם הם ברשת בערבית החוצה גבולות לאומיים.

**8. היחס לחברה המארחת:** שני דגמי התקשורת נבדלים גם באוריינטציה לחברה המארחת. כמכשיר בידי הרוב יש שאמצעי תקשורת "למען" משמש מכשיר רב תכליתי להסברה חברתית, פוליטית ותרבותית, ולאנדוקטרינציה ו/או סוציאליזציה ערכית, לשונית ותרבותית. על כן אמצעי התקשורת "למען" מרבה בהבעת תמיכות בממסד וממעט בביקורת עליו, ומשקיע מאמצים בחברות המיעוט לערכי הרוב. תמונת ראי מאפיינת את אמצעי התקשורת "של". הוא בעיקר מרבה במתן ביטוי לביקורת ולרחשים של אי שביעות רצון בקרב המיעוט כלפי החברה המארחת, תוך הדגשת



## פיקוח

ברגע שהתחוויר לבעלים כי העיתון עלול להפוך לבלתי-אטרקטיבי עבור המפרסמים, שאינם רוצים להיות מזוהים עם התכנים החתרניים (כספי ואליאס, 2000).

**12. פיקוח ציבורי:** בדרך כלל אמצעי תקשורת "של", ובמיוחד אלה הנמצאים בבעלות פרטית, קשובים לרחשי לב הקהל ועל כן הפיקוח הציבורי הדוק יותר מאשר על אמצעי תקשורת "למען", אשר כאמור מימנם מובטח ומשוחרר מיראת הציבור. כך הרייטינג והתפוצה הם מנגנונים מרכזיים של פיקוח פרטית על אמצעי התקשורת. המנגנון יעיל יותר במקרים של בעלות פרטית מאשר בבעלות ציבורית, אשר רובם מופיעים בחסות של מוסדות ממשלתיים. מכאן שמחויבותם העיקרית היא כלפי הגורם המממן ו/או המסבסד, והמבחן העיקרי אינו דווקא ברייטינג/תפוצה אלא ביכולתו לממש את יעדיו של הגורם התומך. יתר על כן, המחויבות והקשר השקוף לגורם המממן עלול לפגוע ברייטינג, שכן הציבור מעדיף אמצעי תקשורת בלתי תלויים. ואמנם לא במקרה התקשו הביטאונים המפלגתיים בערבית או אלה שהיו מזוהים עם הממסד להשיג תפוצה סבירה לעומת השבועונים המסחריים.

## דיון ומסקנות

ביקשנו להבחין בין שני דגמים של תקשורת – "למען" ו"של" מיעוטים. לשם כך הצענו 12 קריטריונים הנחלקים לשלוש קבוצות עיקריות: כינון אמצעי התקשורת, התנהגותו וטיב הפיקוח עליו. חרף העיסוק האינטנסיבי בתקשורת מיעוטים (Riggins, 1992; Cottle, 2000; Browne, 2005; Meiss & Tait, 2005; Georgiou, 2006; Bailey et al., 2007), רק מעטים ניסו עד כה להתמודד עם הסוגיה. על אף השוני המהותי בין שני הדגמים, עדיין לא אותרו קריטריונים יעילים לאבחנה חד משמעית ביניהם (ראו לוח 2). מן הטעם הזה הניסיון הנוכחי הוא חלוצי ומזמין הוספת קריטריונים רגישים יותר המאבחנים את דגמי תקשורת. יש תמימות דעים שיש הבדל בין שני דגמי תקשורת ושהוא משמעותי ועתיר השלכות להערכת יחסי הגומלין בין שתי הקהילות – הרוב והמיעוט.

הזהירות מאבחנות דיכוטומיות מחייבת גם אותנו. עדיף להציג את מערכות התקשורת בתור קטבים של רצף, כאשר שיחות המאפיינים יכולה למקם כל אמצעי תקשורת בין "של" ל"למען" (ראו תרשים 1). הדיון כאן מציע קני מידה, אך אלה אינם ממצים את האבחנה בין שני הדגמים של תקשורת מיעוטים, ומציבים אתגר למחקרים נוספים. שתי הדוגמאות יכולות להמחיש את יעילות הרצף בין שני הדגמים.

כאמור, מאחר שהמיעוט הערבי הוא מיעוט שלא מרצונו (involuntary minority) ונמצא בקונפליקט מתמשך עם הרוב היהודי, התפתחה תקשורת בערבית הנוטה יותר לקוטב של אמצעי תקשורת "למען". שלטונות המדינה הקדימו לטפח תקשורת בערבית, בעיקר אמצעי שידור, כמנגנון שליטה באחד ממוקדי העוצמה של המיעוט הערבי (Kabha & Caspi, forthcoming). רוב הפרסומים של המיעוט הערבי הופיעו כביטאונים פוליטיים ובכך צמצמו את ההבדל בין שני הדגמים הקוטביים. יתר על כן, הממסד הישראלי ניסה במשך שנים להסוות את תמיכתו הכלכלית בפרסומים "למען" המיעוט הערבי כפיקוח עקיף, אך אולי יעיל יותר, על פרסומי המיעוט ותוכנם. דפוס

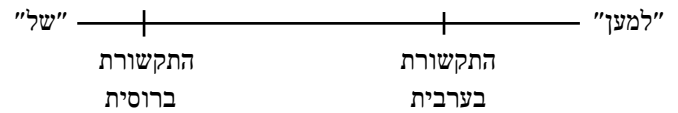
אמצעי התקשורת הם מוקדי עוצמה ולכן מזמינים פיקוח של מכלול גורמים, אם מחברת הרוב ואם מחברת המיעוט, המתחרים בינם לבין עצמם מי ייטיב לפקח עליהם. ככל שאמצעי התקשורת תלוי יותר כך הוא מפוקח יותר. אפשר להצביע על שמונה גורמים עיקריים לפחות המבקשים לפקח או מפקחים על אמצעי התקשורת. הם נחלקים לשני מעגלים (McQuail, 1992, p. 82): המעגל הפנימי והמיידני מכיל את הבעלים, את הקהל, את המפרסמים ואת מקורות המידע, ואילו במעגל החיצוני נמצאים המשקיעים, הממשלה, מוסדות שונים וקבוצות לחץ. כמובן אפשר להוסיף לרשימה הבסיסית או לגרוע ממנה. היא מדגישה יותר את זהות הגורם ופחות את טיב הפיקוח. נראה שאפשר להבחין בין ארבעה סוגי פיקוח: פוליטי, כלכלי, ציבורי ותרבותי. כל אמצעי תקשורת "למען" או "של" חשוף למכלול לחצים. השאלה העיקרית היא כיצד הוא מתמודד עם לחץ, ויותר במדויק, מתי הלחץ מתגלגל לפיקוח עליו. נראה שהפיקוח מתממש כאשר אמצעי התקשורת אינו מצליח להדוף את הלחץ, ולהפך. לפיכך אפשר לעקוב אחרי ההבדלים בין אמצעי תקשורת "למען" לבין אלה "של" לפי מידת יכולתם להדוף לחצים עליהם, או לחלופין לפי מידת הצלחתם של גורמים שונים להשליט את הלחצים כפיקוח.

**10. פיקוח פוליטי:** מאחר שבכל קהילת מיעוטים צפון משאב פוליטי, הרי שגורמים שונים – מפלגות ויחידים, גופי שלטון, קבוצות לחץ וארגוני ציבור שונים – מנסים להפעיל לחצים על כל אמצעי תקשורת בתקווה להגיע באמצעותו לחברים בקהילה לגייס את תמיכתם הפוליטית. לא כל אחד מצליח להסב את הלחץ לפיקוח, אלא רק מי שמסוגל לממן ולהושיט סיוע כלכלי. גם כאן בעל המאה הוא גם בעל הדעה, ומי שמממן מצפה לתמורה מלאה. אמצעי תקשורת ממומן המופיע בזכות תמיכה או סובסידיה מתנהג כביטאון פוליטי. ואמנם, גורמים שונים מושיטים סיוע כלכלי כדי להבטיח פיקוח פוליטי.

שני המיעוטים, המהגרים והערבים, מהווים מאגר אלקטורלי משמעותי ומפתה. על כן לא מקרה הוא שגופים שונים יזמו פרסומים בשפתם מתוך רצון להבטיח פיקוח מוחלט או כמעט מוחלט עליהם. הקדמנו והבהרנו שמפלגות השקיעו בביטאונים "למען" מיעוטים ובשפתם. אמצעי תקשורת "של", בעיקר בבעלות פרטית, עשויים לגלות חוסן רב יותר בפני לחצים פוליטיים, ובכל מקרה הפיקוח הפוליטי עליהם מותנה במכלול נסיבות, לרבות בטיב הקשרים הפוליטיים של בעליהם ותלותם בגופי השלטון.

**11. פיקוח כלכלי:** הדרג הפוליטי אינו יחיד במערכת. יזמים פרטיים עשויים לגלות פוטנציאל כלכלי ולממן אמצעי תקשורת "של" ו"למען" מיעוטים. ושוב, תלות כלכלית מבטיחה פיקוח כלכלי. לכאורה אמצעי התקשורת "של" מצויים יותר בבעלות פרטית ועל כן גם הפיקוח הכלכלי הדוק יותר מאשר על אמצעי התקשורת "למען". המציאות הישראלית מוכיחה שאמצעי תקשורת "למען" יכולים לשגשג גם בבעלות פרטית, והפיקוח הכלכלי אינו אלא נתיב נוסף של פיקוח הרוב על תקשורת מיעוטים. כך העיתון בשפה הרוסית **נובוסטי נדלי** התמיד בקו ביקורתי על החברה הקולטת כל עוד הדבר השתלם לבעלים – הישראלים הוותיקים. ואולם הקולות הביקורתיים הושטקו

## תרשים 1: אפיון שתי מערכות תקשורת



זה רווח במיוחד בפרסומים של עמותות ציבוריות במיעוט הערבי במסווה של תקשורת "של", אשר זכו למימון נדיב ועסקו באמנות, בספרות ובאיכות החיים, ולא במקרה. הפרסומים הממסדיים נתפסים כפחות אמינים לעומת אמצעי התקשורת "של" המיעוט, המשוחררים מפיקוח הרוב היהודי (שם). רק בשנים האחרונות פריחתם של שבועונים מסחריים ותחנות רדיו פרטיות משכה את מפת התקשורת בערבית לקוטב אמצעי התקשורת "של".

בשנות החמישים טיפחו השלטונות תקשורת לועזית מסועפת, ובכללה גם ברוסית. המצב השתנה כעבור שלושה עשורים, עת המהגרים הרבים מרוסיה הצליחו לכונן מיד עם הגיעם לישראל אמצעי תקשורת, לכאורה של עצמם. אמנם הממסד ביקש לשמור על שליטה, בעיקר באמצעי השידור, אך בזכות ההון הכלכלי וההון התרבותי הצליחו המהגרים להצדיק את הוצאתם לאור של עשרות פרסומים בכתב והקמתם של ערוצי שידור – רדיו וטלוויזיה. ואולם אף שאמצעי התקשורת החדשים הפגינו חוסר תלות לכאורה בממסד הפוליטי, מעין המשך ל"פרסטריוקה" שבארץ מוצאם, הם נותרו שבויים באינטרסים הכלכליים של יזמים פרטיים שברובם, כאמור, היו ילידי המקום או מהגרים ותיקים מגלי הגירה קודמים, אשר לא יכלו להתנער מן התפיסה הפטרונית המסורתית כלפי המיעוט החדש. על כן אמצעי תקשורת רבים ברוסית מאמצים דפוס מעורב – תקשורת "של" בבעלות קבוצת הרוב, שאינה משוחררת מהזיקה לממסד הקולט.

אמצעי התקשורת נחשבים, בצדק, לחלק מן המרחב החברתי שבו מתנהל השיח הציבורי על שלל הסוגיות שבסדר היום. מבחינה זאת חשובה במיוחד האבחנה בין שני דגמי תקשורת המיעוטים גם כדי להעריך מי נוטל חלק בשיח הציבורי וכיצד. כך, תקשורת "של" מפותחת עשויה לבטא טוב יותר את המיעוט המודרן בהשוואה לתקשורת למען המיעוט. ואמנם העיתונות הרבים ברוסית העצימו את מעמדם של מהגרים, העניקו ביטוי לקו פוליטי ימני-לאומני בקהילה ובדיעבד הבליטו את המשאב הפוליטי הצפון בציבור הבוחרים החדשים. לעומת זאת השתלטות הרוב היהודי על התקשורת בערבית הצליחה כנראה לצמצם את חלקו של המיעוט המזוהה עם היריב בשיח הציבורי בישראל. מכאן שלא די באמצעי תקשורת בשפת המיעוט על מנת להבטיח לו ביטוי אותנטי ונגישות תקשורתית, שכן התקשורת "למען" עדיין מחויבת לסדר היום של הרוב וליעדיו. על כן יש שהיא אינה רגישה די לרחשי לבו של המיעוט ולעתים אף מעצימה את הניכור בין שתי הקהילות. אפיון אמצעי התקשורת ברצף בין שני הדגמים עשוי לזהות תנאים שבהם משמשת תקשורת מיעוטים זירה לייצוג אלטרנטיבי של המיעוט ולקידום אינטרסים שלו.

## הערות

- 1 במאמר זה ישמש המונח 'אמצעי תקשורת' הן עבור medium ביחיד והן עבור media ברבים, לפי ההקשר. נמנענו מהביטוי "כלי תקשורת" (בלע"ז communication means), הנראה פחות מדויק.
- 2 קיימת מערכת תקשורת נוספת המזוהה עם מיעוטים אתניים. היא כוללת אמצעי תקשורת מיובאים ממדינת המוצא, כגון ספרים, קלטות וידאו ואודיו, ערוצי טלוויזיה שאפשר לקלוט באמצעות צלחות לוויין או אתרי האינטרנט שמקורם במולדת הישנה. אלה ראויים לדיון נפרד משום שהם נעדרים אג'נדה רלוונטית להקשר המקומי.
- 3 ראוי להבדיל בין ביטאון לבין אמצעי תקשורת "למען". הביטאון הינו במהותו אמצעי תקשורת מטעם. אכן, אמצעי תקשורת מטעם נוטה להיות אמצעי תקשורת "למען", אך לא תמיד: רוב הביטאוניס של המפלגות הערביות דמו יותר לאמצעי תקשורת "של" לעומת זאת, אלאנבאא, ביטאון ההסתדרות הכללית בערבית (1968-1984), יכול להיחשב אמצעי תקשורת מטעם אמצעי תקשורת "למען" גם יחד.
- 4 לרבות קישורים לתחנות רדיו וטלוויזיה המאפשרים להאזין או לצפות בשידורים בזמן אמת.

## מקורות

- אליאס, נ' ושוורר-זלצר, מ' (2007). "לגלוש ללא גבולות: העיתונות המקוונת של מהגרים מחבר העמים בישראל". בתוך: ת' שוורץ-אלטשולר (עורכת), *עיתונות דוט. קום: עיתונות מקוונת בישראל* (עמ' 147-176). ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- זילברג, נ', לשם, א' וליסק, מ' (1995). *קהילת יוצאי ברית המועצות לשעבר בין מסרים של התבדלות, שילוב או טמיעה בעיתונות הרוסית ובמרכזי התרבות*. ירושלים: האוניברסיטה העברית, מרכז סילברט ללימודי ישראל.
- כהן, ה' (2006). *ערבים טובים: המודיעין הישראלי והערבים בישראל*. ירושלים: עברית.
- כספי, ד' ואליאס, נ' (2000). "להיות כאן ולהרגיש שם: על התקשורת בשפה הרוסית בישראל". *סוציולוגיה ישראלית*, ב (2), 1-42.
- כספי, ד' (2005). *סליחה, תקלה! דעיכתה של רשות השידור*. תל-אביב: צבעונים.
- רוטנברג, ש' (2005). "ייצוג קבוצת המיעוט הערבי בשידורי הטלוויזיה הערבית בישראל: תכנית 'המסעדה הגדולה' כמקרה מבחן". כנס מתקשרים, אוניברסיטת חיפה, 1 לינאור.
- Adoni, H., Caspi, D., & Cohen, A.A. (2006). *Media, Minorities and Hybrid Identities*. NJ: Hampton Press.
- Bailey, O. G., Georgiou, M., & Harindranth, R. (2007). *Transnational Lives and the Media: Re-imagining Diasporas*. Palgrave Macmillan.
- Browne, D. R. (2005). *Ethnic Minorities, Electronic Media, and the Public Sphere: A Comparative Approach*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Butterwegge, C. (1996). "Mass Media, Immigrants and Racism in Germany: A Contribution to an Ongoing Debate". *Communication: The European Journal of Communication Research*, 21(2), 203-219.
- Caspi, D., & Limor, Y. (1999). *The In/Outsiders: The Media in Israel*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.
- Caspi, D., Adoni, H., Cohen, A.A., & Elias, N. (2002). "Red, White and Blue: The Russian Media in Israel". *Gazette*, 64(6), 537-556.
- Chaffee, S. H., Naas, C. I., & Yang, S. M. (1990). "The Bridging Role of Television in Immigrant Political Socialization". *Human Communication Research*, 17(2), 266-288.
- 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, UK: Open University Press.
- Elias, N. (in press). *Coming Home: Media and Returning Diaspora in Israel and Germany*. SUNY Press.
- Elias, N., & Shorer-Zeltser, M. (2006). "Immigrants of the World Unite?"

- Keshishian, F. (2000). "Acculturation, Communication, and the U.S. Mass Media: The Experience of an Iranian Immigrant". *Howard Journal of Communication*, 11(2), 93-106.
- Lemish, D. (2000). "The Whore and the Other: Israeli Images of Female Immigrants from the Former USSR". *Gender & Society*, 14(2), 333-349.
- (2002). "Normalizing Inequality: Portrayals of Women in Israeli Media". *The Journal of Israeli History*, 21(1-2), 110-125. Reprinted in H. Naveh (ed.), (2003), *Israeli Family and Community: Women's Time* (pp. 110-125). London: Vallentine Mitchelle.
- McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: SAGE Publications.
- Meiss, G. T., & Tait, A. A. (eds.) (2005). *Ethnic Media in America: Taking Control*, vol. 2. Dubuque: Kendall/Hunt.
- Morris-Reich, A. (2004). "Three Paradigms of 'The Negative Jew': Identity from Simmel to Zizek". *Jewish Social Studies* 10(2), 179-214.
- Park, R.E. (1922). *The Immigrants Press and its Control*. NY: Harper and Brothers.
- Reece, D., & Palmgreen, P. (2000). "Coming to America: Need for Acculturation and Media Use Motives among Indian Sojourners in the US". *International Journal of Intercultural Relations*, 24(6), 807-824.
- Riggins, S.H. (1992). "The Promise and Limits of Ethnic Minority Media". In: S.H. Riggins (ed.), *Ethnic Minority Media* (pp. 276-288). Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Santa Ana, O. (1999). "Like an Animal I was Treated: Anti-immigrant Metaphor in US Public Discourse". *Discourse and Society*, 10(2), 191-224.
- Stilling, E. A. (1997). "The Electronic Melting Pot Hypothesis: The Cultivation of Acculturation among Hispanic through Television Viewing". *Howard Journal of Communication*, 8(1), 77-100.
- Subervi-Velez, F.A. (1986). "The Mass Media and Ethnic Assimilation and Pluralism: A Review and Research Proposal with Special Focus on Hispanics". *Communication Research*, 13(1), 71-96.
- Viswanath, K., & Arora, P. (2000). "Ethnic Media in the United States: An Essay on their Role in Integration, Assimilation and Social Control". *Mass Communication and Society*, 3(1), 39-56.
- Wilson, C., & Gutierrez, F. (1995). *Race, Multiculturalism, and the Media*. Thousand Oaks, CA: Sage. Publications.
- Zilberg, N. (1995). "In-group Humor of Immigrants from the Former Soviet Union in Israel". *Israel Social Science Research*, 10(1), 1-12.
- Zubrzycki, J. (1958). "The Role of the Foreign-Language Press in Immigrant Integration". *Population Studies*, 12, 73-82.
- A Virtual Community of Russian-speaking Immigrants on the Web". *Journal of International Communication*, 12(2), 70-90.
- Elias, N., & Bernstein, J. (2007). "Wandering Jews, Wandering Stereotypes: Media Representation of the Russian-speaking Jews in Russia, Israel and Germany". In M. Liepach, G. Melischek & J. Seethaler (eds.), *Jewish Images in the Media*. Book series *Relation: Communication Research in Comparative Perspective* (vol. 2, pp. 15-38). Vienna: Austrian Academy of Sciences Press.
- Elias, N., & Caspi, D. (2007). From *Pravda* to *Vesty*: The Russian Media Renaissance in Israel. In A. Epstein and Z. Khanin (eds.), *Every Seventh Israeli: Patterns of Social and Cultural Integration of the Russian-Speaking Immigrants* (pp. 175-198). Ramat-Gan: Bar-Ilan University.
- Ellul, J. (1973). *Propaganda*. NY: Vintage Books.
- First, A. (1998). "Who is the Enemy?: The Portrayal of Arabs in Israeli Television News". *International Communication Gazette*, 60, 239-251.
- Freedman, J. (2004). "Secularism as a barrier to integration? The French dilemma". *International Migration*, 42(3), 5-27.
- Georgiou, M. (2006). *Diaspora, Identity and the Media: Diasporic Transnationalism and Mediated Spatialities*. NJ: Hampton Press.
- Gillespie, M. (1995). *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London: Routledge.
- Golden, D. (2003). "A National Cautionary Tale: Russian Women Newcomers to Israel Portrayed". *Nations and Nationalism*, 9(1), 83-104.
- Hall, S. (1997). "The Spectacle of the 'Other'". In: S. Hall (ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (pp. 223-290). London: Sage.
- Hargreaves, A., & Mahdjoub, D. (1997). "Satellite Television Viewing among Ethnic Minorities in France". *European Journal of Communication*, 12(4), 459-477.
- Hedetoft, U. (2003). "The Politics of Belonging and Migration in Europe: Identity Dynamics and the Construction of Boundaries". In: C. Petersson (ed.), *Identity Dynamics and the Construction of Boundaries* (pp. 201-221). Lund: Nordic Academic Press.
- Hunter, E. (1960). *In Many Voices: Our Fabulous Foreign-Language Press*. Norman Park, GA: Norman College.
- Hussain, M. (2000). "Islam, Media and Minorities in Denmark". *Current Sociology*, 48(4), 95-116.
- Jamal, A. (2006). *The Culture of Media Consumption among National Minorities: The Arab Society in Israel*. Nazareth: I'lam.
- Janowitz, M. (1967). *The Community Press in an Urban Setting*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Kabha, M., & Caspi, D. (forthcoming). *The Arab In/Outsiders: Media and Conflict in Israel*. London: Taylor and Francis.
- Kama, A. (2002). "The Quest for Inclusion: Jewish-Israeli Gay Men's Perceptions of Gays in the Media". *Feminist Media Studies*, 2(2), 195-212.