

מטריושקה.קום: **יצירת זהות טראנס-לאומית של מהגרים** **מחבר העמים באמצעות רשת האינטרנט**

נלי אליאס ומרינה זלצר-שורר

סדרת אגרתא

במסגרת סדרת פרסומים זו של המכון מתפרסמות מספר פעמים בשנה עבודות מחקר בתחום התקשורת, החברה והפוליטיקה. עבודות אלה הן פרי מחקרים שנערכו במסגרת המכון או מטעמו. כמו כן יוצאים מאמרים שראו כבר אור בעיתונות המקצועית בתחום התקשורת בשפות זרות, כדי להביא לידיעת הקהל הישראלי הרלבנטי, בנוסף לאקדמיה גם לציבור הפרופסיונלי והפוליטי וכן למתעניינים בתחומים אלה בקרב הציבור הרחב.



אוניברסיטת תל-אביב

בית ספר רוטשילד-קיסריה לתקשורת

מכון חיים הרצוג לתקשורת חברה ופוליטיקה החל לפעול בתחילת שנת הלימודים תשס"ג – אוקטובר 2002, במסגרת הפקולטה למדעי החברה באוניברסיטת תל-אביב. המכון, הנושא את שמו של הנשיא השישי של מדינת ישראל, הוקם כדי לעסוק במחקר אקדמי בזיקה, בקשר ובהשפעות ההדדיות שבין התקשורת החברה והפוליטיקה. הוא נועד לשמש מקום מפגש של אקדמאים, חוקרים, עיתונאים, יוצרים, מבקרים חברתיים וקובעי מדיניות, השותפים להכרה בדבר המשמעות החברתית העמוקה שיש לתקשורת בימינו על החברה הפוליטיקה והתרבות ומבקשים ללמוד אותה, להבינה ולטייב אותה. ביסוד פעילותו עומדת ההכרה, כי מערכת תקשורת חופשית, יעילה ופרופסיונלית, הנהנית מאמון ציבורי, היא תנאי הכרחי לקיומה של דמוקרטיה בריאה ואפקטיבית. דווקא התנאים של אילוצים ביטחוניים בהם מצוייה ישראל, חופש הביטוי והזכות לדעת אינם מותרות אלא מהווים תנאי הכרחי לקיומה של הדמוקרטיה. המכון יוזם ועורך מחקרים בתחום הזיקה שבין התקשורת לבין החברה והפוליטיקה, מקיים כנסים מדעיים בנושאים אלה ומשתף פעולה עם מכוני מחקר דומים בעולם. במסגרת זו מפרסם המכון מחקרים ופרסומים אחרים בכדי להשפיע על מקבלי החלטות. תחום פעולה שני של המכון הוא בקרב הקהילה הפרופסיונלית של עיתונאים ואנשי תקשורת, במטרה להגיע להבנה עמוקה יותר של בעיות הפרופסיה והזיקה שלה לדמוקרטיה. כמו כן עורך המכון ימי עיון, יוזם דיונים ובידורים מקצועיים ומפגשים בינלאומיים של עורכים ועיתונאים. תחום פעולה שלישי של המכון מיועד לקהל הרחב ותכליתו לטפח אוריינות תקשורת: להגביר את הבנת התקשורת ודרכי פעולתה ולפתח מודעות ציבורית לחשיבות חופש העיתונות וזכות הציבור לדעת, לעודד את הקריאה הביקורתית של התקשורת ואת המעקב הביקורתי כלפיה.

הוועד המנהל של המכון:

פרופ' איתמר רבינוביץ
פרופ' שמעון ינקלביץ
פרופ' אינה וינר
גב' אורה הרצוג
ח"כ יצחק הרצוג
תא"ל מיכאל הרצוג

הוועדה אקדמית של המכון:

פרופ' אינה וינר
פרופ' חיים חזן
פרופ' תמר כתריאל
פרופ' אהרון קליימן
פרופ' דפנה למיש
פרופ' עמוס שפירא

ראש המכון:

פרופ' יורם פרי

מטרידיושקה.קום:
יצירת זהות טראנס-לאומית של מהגרים
מחבר העמים באמצעות רשת האינטרנט

נלי אליאס ומרינה זלצר-שורר

חוברת מס' 8 | מאי 2007

תודתנו נתונה לפרופ' דן כספי ולגב' אורלי סוקר על הערותיהם המאירות.

תודתנו נתונה למכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה
על תרומתו הנדיבה למחקר זה.

המחברות

ד"ר נלי אליאס היא מרצה במחלקה לתקשורת, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב. בין תחומי העניין שלה: מעקב אחר המגמות והתמורות במפת התקשורת בשפה הרוסית בישראל; דפוסי צריכת התקשורת של יוצאי חבר העמים; גיבוש קהילה טראנס-לאומית של מהגרים דוברי רוסית באמצעות רשת האינטרנט; ואופן הייצוג של מהגרים ומיעוטים אתניים בתקשורת בשפת הרוב. ספרה על מקומה של התקשורת בהשתלבות המהגרים מחבר העמים בישראל ובגרמניה עומד להתפרסם בשנת 2007 ב־ State University of New York Press.

מרינה זלצר-שורר מתמחה בחקר זהויות מהגרים בחברות רב-לאומיות. עיקר פרסומיה הם בתחום של השתלבות מהגרים ודרכי התקשורת של קהילות מהגרים שונות ביניהן ובין מדינת המקור שלהן, עם דגש על קהילות וירטואליות של מהגרים דוברי רוסית. גב' שורר-זלצר הינה מרצה במדע המדינה, יחסים בינלאומיים ותקשורת המונים והיא משמשת כנשיאת המכון לחקר זהות IDmap .

© כל הזכויות שמורות
מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה
בית ספר רוטשילד-קיסריה לתקשורת
אוניברסיטת תל-אביב
יוני 2007

טל' 03-6405866
פקס 03-6406545
Email: mherzog@post.tau.ac.il
www.tau.ac.il/institutes/herzog

עיצוב: יעל כפיר ומיכל סמוקובץ, המשרד לעיצוב גרפי, אוניברסיטת תל-אביב

הקדמה

אחת התוצאות הבולטות של גלי ההגירה ההמוניים של המאה ה-20 הייתה יצירת קהילות מהגרים מאותה ארץ מוצא במדינות המערב השונות. בעבר התקשו קהילות אלו לשמור על קשר שוטף עם המולדת, כמו גם עם בני ארצן במדינות אחרות, בשל המרחק וקושי טכנולוגי ולעתים אף עקב מגבלות חוקיות, אשר הוטלו על-ידי מדינת היעד ו/או מדינת המקור. אי לכך, זיקתם של מהגרים רבים למולדת הישנה היתה מוגבלת למישור התרבותי והרגשי ולא באה לידי ביטוי בפעילות חברתית או בהתקשרות שוטפת (Van Hear, 1998).

ואולם, בזכות החידושים הטכנולוגיים של העת האחרונה והשינויים הגיאוגרפיים, כמו נפילת מסך הברזל, יכולות עתה קהילות מהגרים המפוזרות על פני הגלובוס לשמור על קשר שוטף עם המולדת הרחוקה ועם קרובים וחברים במדינות אחרות. תנאים חדשים אלה מאפשרים יצירת קהילות מהגרים חוצות-גבולות, השומרות על הנאמנות לארץ המוצא ולבני עמן בתפוצות השונות וחולקות ביניהן זיכרון היסטורי משותף, שפה ותרבות המקור (Ben-Rafael, 2001; Cohen, 1997; Glick-Schiller, Basch and Blanc-Szanton, 1995; Guarnizo and Smith, 1998; Vertovec, 2001).

זאת ועוד, כיום רוב החוקרים מסכימים על כך שרשת האינטרנט הופכת ליותר ויותר בעלת חשיבות עבור קהילות מהגרים טראנס-לאומיות, בהיותה אמצעי מרכזי ל"אינטראקציה חברתית סלקטיבית והשתייכות סימבולית" (Castells, 2001: 37), אשר מרחיב אפשרויות לתקשורת פנים-קהילתית וביטוי עצמי, ואשר קורא תיגר על הגבולות הלאומיים וההגבלות הפוליטיות (Cohen, 1997). אי לכך, על מנת להבין הגירה וטראנס-לאומית במאה ה-21 עלינו להבין את המרחב האינטרנטי, סביבו נבנות קהילות המהגרים הווירטואליות.

כך, על-פי Georgiou (בדפוס), אחד השימושים העיקריים שעושים המהגרים ברשת האינטרנט הוא התקשרות עם חברים ומשפחות שנותרו במולדת ועם אלה שהיגרו למדינות אחרות באמצעות הדואר האלקטרוני ומצלמות רשת. בנוסף להיותן של האינטרנט כלי יעיל לתקשורת בין-אישית המקשר בין המהגרים במדינות השונות, עיתונים מקוונים בשפתם של המהגרים מאפשרים להם להתעדכן בזמן אמת אודות המתרחש במולדת הרחוקה ובתוך קהילות מהגרים מאותה ארץ מוצא הפזורות על פני הגלובוס. בכך הם מרחיבים את יכולתה של עיתונות מהגרים

מסורתית לחזק את הקשרים התרבותיים והקהילתיים של המהגרים בתפוצות ותורמים להיווצרות קהילות אתניות ווירטואליות, אשר חולקות ביניהן לא רק זיכרון היסטורי, אלא גם חוויות משותפות בהווה.

Xiaoming ו Zhang (1999) שחקרו עיתונים אלקטרוניים של המהגרים הסיניים במדינות השונות גילו, כי עיתונים אלה זמינים בהרבה בהשוואה לעיתוני מהגרים מסורתיים והם מגיעים גם לאותם הקהלים שבהעדר הטכנולוגיה האלקטרונית היו מנותקים לחלוטין מהמולדת הרחוקה. מחקרם הראה גם שעיתונים אלקטרוניים בשפה הסינית נוטים להתמקד יותר בסוגיות הרלבנטיות למהגרים הסיניים בתפוצות, בהשוואה לעיתונות אתנית מסורתית, אשר שמה דגש רב יותר על הנושאים המקומיים. איכויות אלה הופכות את העיתונים המקוונים ליעילים יותר בחיזוק הקשרים בתוך קהל הנמענים הגלובלי ובהפיכתו לקבוצה בעלת זהות אתנית ותרבותית מובחנת. במחקר אחר שנעשה גם הוא על העיתונים המקוונים בשפה הסינית אף נמצא, כי למרחב הווירטואלי של התפוצה הסינית יש השפעות מרחיקות לכת הן במישור הלאומי הסיני והן במישור הבינלאומי, ביצירת התשתית לגיוס מהגרים לפעולה חברתית מאורגנת (Yang, 2003).

מתוך ספרות מחקרית עולה עוד, כי עיתונות מקוונת של מהגרים ומיעוטים אתניים נוטה יותר ויותר למלא את התפקידים של העיתונות המסורתית בתרומתה להסתגלותם של מהגרים ובגיבושם הפוליטי. כך, Georgiou (בדפוס) מצאה, כי האינטרנט, יותר מכל מדיום אחר, מספק מרחב שבו קהילות מהגרים קטנות בבריטניה, המחוסרות משאבים כלכליים ופוליטיים, יכולות לפתח ערוצי תקשורת יעילים להעברת המידע החיוני להשרדותן בחברה החדשה. ערוצים אלה גם מהווים פורום להבעה פוליטית ולהעלאה לדיון את הסוגיות הכואבות, אשר מודרות מכלי התקשורת של הזרם המרכזי. יתרה מזאת, פרסומים מקוונים הופכים למקור חשוב לקידום תדמיתם החיובית של המהגרים, וזאת בניגוד לייצוג שלילי וסטריאוטיפי לו הם זוכים בתקשורת הבריטית.

לפרסומים מקוונים של מהגרים עשויות להיות השלכות חשובות גם בתהליך הבניית זהותם החדשה ושימור זהותם התרבותית המקורית. בהקשר לכך מצא Mitra (1997), כי פורטל המספק מידע תרבותי והיסטורי על הודו למהגרים ממוצא הודי בארצות הברית לא רק מאפשר למהגרים לשמור על קשרים מקוונים ביניהם ועם המולדת הרחוקה, אלא אף מגדיר מחדש את הזהות ההודית בתפוצות. זאת ועוד, על-פי Hanafi (2001) רשת תקשורת ומידע בינלאומית של הפליטים הפלשתינאים מספקת מרחב וירטואלי המצמיח סוג חדש של זהות פלשתינאית, תוך קריאת תיגר על היחס המסורתי בין מרכז ופריפריה, מולדת וגולה. בדומה לכך, Kozar (2002) גילתה, כי כתבי עת ספרותיים בשפה הסינית שמקורם בקנדה מציעים תשתית פורייה ליצירה סינית בתפוצות, אשר מקנה משמעות אלטרנטיבית לסמלים תרבותיים מסורתיים, תוך מיקומם בסביבת החיים החדשה.

קהילה חוצת-גבולות של מהגרים דוברי הרוסית

מתוך הספרות המחקרית עולה, אם כן, כי האינטרנט הופך למדיום חשוב ביותר המציע לקהילות המהגרים הפזורות על פני הגלובוס מרחב אלטרנטיבי לביטוי, העצמה וייצוג חיובי. בנוסף, האינטרנט, יותר מכל מדיום אחר, יכול לחבר בין פרטי לציבורי ובין תקשורת למידע, ובכך לשתף חלקים רחבים יותר של ציבור המהגרים הבינלאומי בייצור תכנים תקשורתיים והבניית הקהילה המדומיינת, אשר חוצה גבולות מדיניים והגבלות פוליטיות. יתר על כן, חברים בתפוצה הווירטואלית משתייכים או יכולים שלא להשתייך לאותה קבוצה אתנית, אך הם חולקים ביניהם רקע תרבותי, סמלים והיסטוריה משותפת, אשר מוצאים את ביטויים המרכזי באינטרנט.

בהקשר זה ההגירה הפוסט־סובייטית למדינות המערב השונות מהווה הזדמנות מחקרית נדירה. מאז פירוקה של ברית המועצות מוערכת תפוצת דוברי הרוסית במדינות המערב בכ־10 מיליון איש ואישה, מתוכם כמיליון מתגוררים כיום בישראל, כשלושה מיליון מתגוררים בארצות הברית וכשני וחצי מיליון בגרמניה. שאר חלקי התפוצה הרוסית מפוזרים בין אוסטרליה, מדינות אירופה ודרום אמריקה. מהגרים אלה שייכים לקבוצות אתניות שונות והם עזבו את ברית המועצות בתקופות זמן שונות. במדינות אחדות, וישראל בראשן, נתפסים מהגרים דוברי הרוסית כ"שבים למולדתם ההיסטורית" והם נהנים מזכויות אזרחיות מלאות מייד בהגיעם למדינה החדשה. במדינות אחרות, לעומת זאת, הם נחשבים למהגרים מן השורה, שמעמדם תלוי בחקיקה תעסוקתית וחברתית (Dietz, 2000; Elias, forthcoming; Shuval and Leshem, 1998). אף על פי כן, מהגרים אלה מאוחדים על בסיס השפה והתרבות הרוסית, זיכרון קולקטיבי והיסטוריה משותפת.

זאת ועוד, מאז נפילת מסך הברזל קהילות אלה נמצאות בקשרי גומלין אינטנסיביים עם מדינות חבר העמים, כולל קשרים תרבותיים, כלכליים ומשפחתיים, וכן קשרים שוטפים עם מהגרים דוברי הרוסית במדינות אחרות, שבאים לידי ביטוי, בין היתר, בביקורים תכופים הן במולדת הישנה והן אצל חברים וקרובים המתגוררים בפניות שונות של העולם. על כן, ניתן לראות במהגרים דוברי הרוסית דוגמה טובה של מהגרים טראנס־לאומיים, אשר שומרים על קשר שוטף עם ארץ מולדתם ועם בני עמם בתפוצות.

כמו כן, כיום ניתן לזהות שלב נוסף בהתפתחות הקהילה הטראנס־לאומית של מהגרים דוברי הרוסית, שלב בו מתהווה מרחב תקשורתי ותרבותי חדש

באמצעות רשת אתרי האינטרנט בשפה הרוסית, בה משתמשים באופן שוטף כ-1.5 מיליון מהגרים מחבר העמים¹. מציאות וירטואלית זו מעודדת יצירה והפצה של מיתוסים משותפים והיא מספקת מרחב בו מהגרים המתגוררים במדינות השונות משתפים אחד את השני בחוויות ההגירה וההסתגלות למדינה החדשה, תוך חיזוק הסולידאריות הפנים־קהילתית.

ואולם, עד כה ידוע מעט מאד אודות אתרי האינטרנט שהקימו מהגרים דוברי הרוסית במדינות השונות וכמו גם אודות דפוסי השימוש של מהגרים אלה ברשת האינטרנט. אחד המחקרים האמפיריים המעטים, אשר חקר את האינטרנט הרוסי בתפוצות, הוא מחקרה החלוצי של Fialkova (2005). מתוך מחקר זה עולה, כי בשנים האחרונות הולכת ומתרחבת תופעת הקמת אתרי האינטרנט בשפה הרוסית במרבית המדינות שקלטו מהגרים מחבר העמים, ובמיוחד בישראל, ארצות הברית וגרמניה. במקביל, צומחים אתרי האינטרנט בעלי מכוונות בינלאומית, אשר מידעים את עצמם למהגרים דוברי הרוסית באשר הם. יתרה מזאת, מתוך ניתוח האתרים השונים מסיקה פיאלקובה, כי שני נושאים מאחדים את האתרים המיועדים ליוצאי חבר העמים: קשיי ההשתלבות במדינה המארחת ותחושת האחדות התרבותית עם דוברי הרוסית בתפוצות.

עם זאת, חשוב להדגיש, כי מחקרה של פיאלקובה סובל ממספר חולשות מתודולוגיות ועל כן אינו מאפשר הסקת מסקנות כוללניות באשר לדפוסים המאפיינים את האינטרנט הרוסי בתפוצות. ראשית, האתרים שנותחו לצורך המחקר לא נבחרו לפי שיטה אחידה ולא סופקו נתונים לגבי מידת הפופולאריות של אתרים אלה בקרב הגולשים. בנוסף, מחקרה של פיאלקובה אינו מספק נתונים לגבי הפרופיל הגיאוגרפי של המבקרים באתרים השונים וגם אינו מבוסס על סקר בקרב משתמשי האינטרנט בשפה הרוסית בתפוצות. על כן, מסקנותיה באשר לאופיים הטראנס־לאומי של האתרים השונים וזיקתם של הגולשים כלפי מהגרים דוברי הרוסית בתפוצות נותרות בגדר השערות בלבד ומחייבות בדיקה יסודית.

מחקר חלוצי נוסף, אשר בחן אתרי אינטרנט המיועדים למהגרים דוברי הרוסית, הוא מחקרו של Sapienza (2002) על מקומונים מקוונים בשפה הרוסית בארצות הברית. במחקרו נמצא, כי מעבר לפרסום המידע הרלבנטי לקהל המהגרים המקומי, אתרים אלה נוטים לייעד את עצמם גם לקהל המהגרים הכללי, קרי דוברי הרוסית המתגוררים בערים שונות בארצות הברית ובמדינות אחרות. לפי ספיינזה, אתרי האינטרנט של המהגרים דוברי הרוסית בארצות הברית מחברים את המבקרים בהם למשאבים מקומיים, וכמו גם לקהילת דוברי הרוסית הטראנס־לאומית באמצעות הקישורים לארכיונים ולמקורות מידע בחבר העמים. מגמה זו באה לידי ביטוי גם בפרופיל המבקרים באתרים אלה, המעיד על כך, כי לצד תושבי איזור מסוים, נכנסים לאתרים גם דוברי רוסית המתגוררים ברוסיה (כ-3%) ובמדינות אחרות (בין 20%

1. על־פי הנתונים של מונה המדרוג של אתרי האינטרנט בשפה הרוסית www.rambler.ru.

ל-30%). בכך תורמים אתרים אלה לטשטוש הגבולות בין מקומי לגלובלי ובמונחים של Haraway (1991, אצל Sapientza, 2002) הם מטפחים את "Outsider identities", אשר חוצות מאפיינים גיאוגרפיים, לאומיים ואתניים.

עם זאת, בדומה לבעייתיות שנמצאה במחקרה של פיאלקובה (2005), גם מחקר זה אינו מספק נתונים מוצקים באשר לפרופיל הטרנאנס-לאומי של המבקרים באתרים בשפה הרוסית. למעשה, ממצאיו של ספיינזה אודות מקום מגוריהם של הגולשים תוך הבחנה בין ארצות הברית, רוסיה ושאר העולם, מבוססים על תשובות של עשרות בודדות של הגולשים, ועל כן לא ניתן להסיק מהם על המגמות הרווחות בקרב קהל המבקרים באתרים בשפה הרוסית שהתפתחו מחוץ לגבולות חבר העמים.

אפילו מחקר מקיף הנעשה על-ידי Voiskounsky (2002), שהוא אחד החוקרים המובילים בחקר האינטרנט בשפה הרוסית, ואשר ביקש לבחון את הסיבות למשיכה של האתרים ברוסיה עבור דוברי הרוסית המתגוררים מחוץ לגבולות המדינה, מספק נתונים חלקיים בלבד בנוגע להיקף התופעה הנדונה בקרב התפוצה הרוסית. כך, על-פי נתוניו של וויסקונסקי, כ-40% מכלל המבקרים באתרים הרוסיים מתגוררים במדינות אחרות. ואולם, נתון זה כולל בתוכו לא רק את המהגרים המתגוררים במדינות אירופה, ישראל וצפון אמריקה, אלא גם את תושבי הרפובליקות של ברית המועצות לשעבר. למעשה, מתוך מחקרו של וויסקונסקי ניתן לקבל אומדן מסוים רק לגבי מהגרים תושבי ארצות הברית, שקרוב ל-100,000 מהם מבקרים באופן קבוע באתרים בשפה הרוסית המצויים מחוץ לגבולות המדינה. זאת ועוד, על אף חשיבות השאלה שמעלה וויסקונסקי בנוגע לסיבותיהם של תושבי חוץ לבקר באתרים הרוסיים, רק חלק קטן בממצאיו מתייחס לסיבותיהם של גולשים-מהגרים – לרוב צרכי בידור, חיפוש קרובים וחברים, או אנשים השותפים לאותו הובי – בעוד שרוב הממצאים במחקרו עוסקים בתושבי הרפובליקות של ברית המועצות לשעבר. כמו כן, ממצאים אלה מבוססים על השיחות הבלתי פורמאליות שערך החוקר עם חבריו ומכריו, ולא על סקר מקיף.

לבסוף, מחקרה האתנוגרפי של Yelenevskaya (2005) מראה, כי פרט לחדשות, מידע עיסקי, לוחות מודעות ודיונים פוליטיים, אתרים בשפה הרוסית שמקורם בישראל, גרמניה, ארצות הברית וקנדה מציעים מרחב ליצירה והפצה של הפולקלור הייחודי למהגרים דוברי הרוסית והומור המבוסס על חוויות ההגירה. זאת ועוד, כמה מבין האתרים מספקים קישורים לאתרים אחרים בשפה הרוסית, ובכך מיישמים הלכה למעשה את הסיסמה של אחד מהם, "מהגרי כל העולם – התאחדו!". מחקר זה מספק ממצאים ראשוניים באשר לזהות החברתית והתרבותית של מהגרים מחבר העמים המבקרים באתרים בשפה הרוסית. על אף שרוב משתמשי האינטרנט במחקרה של ילינבסקיה היו מהגרים צעירים שנקלטו היטב במדינה המארחת, הם הדגישו את חשיבותם של קשרי חברות עם דוברי רוסית אחרים, ובמקביל הטיחו ביקורת כלפי אותם המהגרים המנסים ליצור קשרי ידידות עם תושבי המקום. זאת ועוד, מרואיינים אלה נטו לבקר לעתים קרובות בצ'טים ופורומים בשפה הרוסית

על מנת לבטא את תחושת הניכור שלהם כלפי המדינה החדשה ולחלוק את חוויות ההגירה עם מהגרים אחרים.

ממצאים אלה מצביעים על כך, כי לסגנון חיים טראנס־לאומי ייתכנו השלכות שליליות על תהליך ההשתלבות של מהגרים. בו בזמן שלרבים מבין המהגרים קשרים מקוונים עם המולדת ועם בני עמם בתפוצות עשויים להוות יתרון, בכך שהם מאפשרים מידה מסוימת של המשכיות תרבותית ומספקים מקלט רגשי, אצל אחרים זה מלווה בהסתגרות במובלעת וירטואלית, במצב של תלישות מתמדת ועיונות כלפי החברה החדשה.

מתוך הספרות עולה, אם כן, כי אתרי האינטרנט של מהגרים מחבר העמים מאפשרים יצירת מרחב תרבותי חוצה־גבולות, שבו נפגשים דוברי הרוסית המתגוררים במדינות השונות ודנים בסוגיות, אשר מהוות חלק בלתי נפרד מההווי המשותף שלהם כחברים בקהילה טראנס־לאומית. ואולם, כפי שראינו קודם, טענות אלה נבדקו באופן בלתי שיטתי והמחקרים שנעשו עד כה סיפקו תשובות חלקיות בלבד באשר לאופיים הטראנס־לאומי של האתרים בשפה הרוסית שנוסדו במדינות השונות, בעוד שהפרופיל הסוציודמוגרפי של המבקרים באתרים אלה, כמו גם השימושים העיקריים באתרים אלה וההיבטים הקשורים לזהותם החברתית והתרבותית של הגולשים, נותרו עד כה ללא מענה.

אי לכך, המחקר הנוכחי מבקש לבחון את סוגיית הטראנס־לאומיות של מהגרים דוברי הרוסית באמצעות ניתוח שיטתי של אתרי האינטרנט הפופולאריים ביותר בשפה הרוסית בשלוש מדינות, אשר קלטו מספר רב ביותר של המהגרים מחבר העמים – ישראל, גרמניה וארצות הברית – וכן של האתרים הבינלאומיים הפונים למהגרים דוברי הרוסית באשר הם. כמו כן, מחקר זה יבחן לראשונה את היבטי הטראנס־לאומיות של המהגרים מחבר העמים במדינות השונות באמצעות סקר אלקטרוני שיועבר במקביל בשלוש המדינות הנדונות. לפיכך, המחקר הנוכחי מבקש להשיב על השאלות הבאות:

1. מהם ביטויה של "הטראנס־לאומיות המקוונת" של מהגרים מחבר העמים, כפי שהיא באה לידי ביטוי באתרים בשפה הרוסית בישראל, ארצות הברית, גרמניה ובאתרים הבינלאומיים?
2. מהו הפרופיל העיקרי של המבקרים באתרים בשפה הרוסית בתפוצות?
3. מהם דפוסי השימוש העיקריים של המהגרים מחבר העמים באתרי האינטרנט השונים?
4. איזה משקל תופסת הזהות הטראנס־לאומית לעומת זהויות אחרות אצל המבקרים באתרי האינטרנט בשפה הרוסית בתפוצות?

מערך המחקר

1. ניתוח אתרי האינטרנט

הקושי העיקרי שנעוץ בחקר האינטרנט הוא היעדר בסיס נתונים ממצה וקצב צמיחה מהיר במיוחד של אתרים חדשים (כהן־אביגדור וליימך־וילציג, 2004). כדי לאתר את אתרי האינטרנט בשפה הרוסית בתפוצות השונות הצעד הראשון היה לבנות מאגר נתונים באמצעות השימוש במנוע החיפוש המקיף ביותר בשפה הרוסית, *rambler.ru*, אשר מרכז את מכלול האתרים הקיימים בשפה הרוסית בעולם. באמצעות מנוע זה ביצענו חיפוש אתרים המסתיימים בסיומת *co.il* – שמעידה על הימצאותו של האתר "הרוסי" בישראל; ובסיומת *de* – שמעידה על הימצאותו של האתר בגרמניה. ואולם, לא יכולנו לאתר באותה השיטה את האתרים שמקורם בארצות הברית, מאחר ורובם מסתיימים בסיומת *.com*. לפיכך, על מנת לאתר את אתרי האינטרנט הפופולאריים ביותר בשפה הרוסית שמקורם בארצות הברית נעזרנו בשני מוני מדרוג של האתרים האמריקאיים ברוסית – *rank.americaru.com* ו־*www.russianameruca.com/top*.

קושי נוסף באיתור האתרים בשפה הרוסית במדינות השונות היה נעוץ בכך, שחלקם מסתיימים בסיומת *ru*, שהיא סיומת של האתרים ברוסיה. על כן, לאחר מיפוי ראשוני, ערכנו בדיקה מקיפה של הקישורים המקשרים בין האתרים השונים, על מנת לאתר אתרים נוספים המיועדים לקהל דוברי הרוסית בכל אחת מהמדינות הנדונות וכן אתרים בינלאומיים בשפה הרוסית המיועדים למגרים מחבר העמים באשר הם.

חיפוש האתרים הוגבל לאתרים בעלי מאפיינים אינפורמטיביים, קרי עיתונים מקוונים ופורטלים, וזאת לצורך זיהוי המכוונות הטראנס־לאומית של האתר, אשר באה לידי ביטוי בעיסוק באירועים בחבר העמים ובאירועים המתרחשים במדינות אחרות בהן מתגוררים מהגרים מחבר העמים. לפיכך, מדגם האתרים שנבחר לצורך המחקר הנוכחי לא כלל לוחות מודעות, אתרים מוזיקליים ואתרי היכרויות. שלב נוסף במיון האתרים היה חיפוש הנתונים שיכולים להעיד על היקף השימוש בהם. לפיכך, לגבי כל אתר בדקנו האם הוא משויך לאחד ממוני המדרוג המספקים נתונים סטטיסטיים אודות המבקרים באתרים השונים. כאן יש לסייג ולומר, כי לא כל האתרים משויכים לאחד ממוני המדרוג וגם אלה שמשויכים למונה לא תמיד חושפים את נתוני המדרוג שלהם לצפייה פומבית. על כן, האתרים

הכלולים במחקר הנוכחי הם אותם אתרים לגביהם יש נתונים סטטיסטיים הזמינים לציבור הרחב. מבין נתוני המדרוג המסופקים על-ידי המונים התייחסנו למספר המבקרים הייחודיים באתר במשך היממה על מנת למנוע ספירה חוזרת של אותם המבקרים הנכנסים לאתר מספר פעמים ביום. נתוני המדרוג של האתרים התקבלו באמצעות שני מונים עיקריים לספירת המדרוג של אתרי האינטרנט בשפה הרוסית: *Top100.rambler.ru* ו-*Top.mail.ru*².

על מנת לבדוק את נתוני המדרוג של האתרים הכלולים במחקר חישבנו את הממוצע החודשי של המבקרים במשך יממה נכון לחודש אוקטובר 2005. כמו כן, לגבי חלק מהאתרים סיפקו המונים נתונים אודות שיעור המבקרים באתר על-פי המדינה בה הם מתגוררים, מה שאפשר לנו לאפיין את הפרופיל הגיאוגרפי של המבקרים באתרים השונים תוך התייחסות לשבוע שבין התאריכים 31.10.05-6.11.05. בסופו של התהליך, לצורך המחקר הנוכחי עבור כל מדינה נבחרו שני אתרים בעלי הרייטינג הגבוה ביותר ושעבורם קיימים נתוני ההתפלגות הגיאוגרפית של המבקרים. בנוסף לנתוני המדרוג והפרופיל הגיאוגרפי של המבקרים, בנייתו האתרים התייחסנו לממדים הבאים: היקף הסיקור של האירועים במדינה המארחת לעומת חבר העמים ומדינות אחרות וטיב הקישורים של האתר תוך הבחנה בין הקישורים לאתרים בחבר העמים, אתרים שמקורם במדינה המארחת ואתרים במדינות אחרות.

2. סקר אלקטרוני בקרב מבקרי האתרים בשפה הרוסית

בדומה לקושי בחקר האתרים בשפה הרוסית, קושי גדול אף יותר נעוץ בחקר קהל הגולשים, מאחר ואין בנמצא מסגרת דגימה מתוכה ניתן לדגום באופן הסתברותי את המבקרים באתרים בשפה הרוסית במדינות השונות. על כן, נעזרנו בשיטת הדגימה הלא הסתברותית הידועה בשם "מדגם מתנדבים". לשם כך בחרנו בשלושה פורומים הפופולאריים ביותר בשפה הרוסית בארצות הברית, גרמניה וישראל בהם מיקמנו בקשה להשתתף בסקר העוסק בשימושי האינטרנט. הגולשים אשר הסכימו להשתתף בסקר התבקשו ללחוץ על הקישור שהוביל אותם לאתר מיוחד שהכיל את השאלון האלקטרוני. כל נשאל זוהה באמצעות כתובת ה-IP שלו על מנת למנוע השתתפות חוזרת בסקר.

מאחרי הבחירה בפורומים כאמצעי מרכזי להגיע לקהל המהגרים מחבר העמים המבקרים באתרים בשפה הרוסית בתפוצות עמדו שני שיקולים עיקריים. ראשית, בפורומים אלה מבקרים אלפי גולשים ביממה, מה שעשוי להגדיל באופן משמעותי את שיעור ההיענות לסקר. שנית, קהל המשתתפים בפורומים בשפה הרוסית במדינות השונות אמור להיות דומה במאפייניו לקהל המבקרים באתרים אחרים

2. המונה *Top100.rambler.ru* שייך לאחד ממנועי החיפוש המובילים ברשת האינטרנט בשפה הרוסית שמקורו ברוסיה. המונה *Top.mail.ru* שייך לספק עיקרי של שירותי הדואר האלקטרוני ברוסיה, *@Mail.ru*. שני המונים מספקים נתונים סטטיסטיים באשר למספר כניסות ומספר מבקרים באתר שבו ממוקם המונה.

בשפה הרוסית. הסקר נערך בשתי נקודות זמן, בחודשי אוקטובר-נובמבר 2004 ובחודשי ספטמבר-אוקטובר 2005, בו השתתפו 106 גולשים המתגוררים בישראל, 100 גולשים המתגוררים בארצות הברית ו-47 גולשים המתגוררים בגרמניה. שפת השאלון הייתה רוסית והוא הכיל שלושה חלקים עיקריים. בחלק הראשון התבקשו הנשאלים לתאר את דפוסי השימוש שלהם באתרים השונים, תוך הבחנה בין האתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינה המארחת, האתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינות אחרות ואתרים בשפת המקום. בחלק השני של השאלון התבקשו הנשאלים להתייחס למאפייניהם הסוציודמוגרפיים ולמעמד האזרחי שלהם במדינה המארחת, לעומת שימור אזרחותם בחבר העמים. החלק השלישי של השאלון הכיל שאלות הנוגעות להיבטים השונים של זהותם החברתית ותרבותית של הנשאלים, כגון ידיעת שפת הרוב; הרכב רשת החברים של הנשאל תוך הבחנה בין החברים בקרב תושבי המקום, מהגרים מחבר העמים המתגוררים במדינה המארחת וחברים המתגוררים במדינות אחרות; תחושת השייכות לחברה המארחת לעומת מידת ההזדהות עם קהילת המהגרים דוברי הרוסית; ורצון להכיר את תרבות המקום מול הרצון לשמר את תרבות המוצא.

ממצאים

1. ניתוח האתרים המרכזיים של התפוצה הרוסית

שאלת המחקר הראשונה ביקשה לבחון את ביטויה של "הטראנס־לאומיות המקוונת" של מהגרים מחבר העמים, כפי שהיא באה לידי ביטוי באתרים בשפה הרוסית שנוסדו בישראל, ארצות הברית, גרמניה ובאתרים רוסיים בינלאומיים. לפיכך, מטרתו של פרק זה היא לנתח את האתרים הפופולאריים בשפה הרוסית המיועדים למהגרים דוברי הרוסית, תוך התייחסות להיקף הסיקור של האירועים במדינה המארחת לעומת חבר העמים ומדינות אחרות; טיב הקישורים של האתר תוך הבחנה בין הקישורים לאתרים בחבר העמים, אתרים שמקורם במדינה המארחת ואתרים במדינות אחרות; וההתפלגות הגיאוגרפית של המבקרים באתרים אלה.

ישראל

בראש ובראשונה, יש לציין, כי בבדיקת האתרים בשפה הרוסית המיועדים לקהל דוברי הרוסית המקומי גילינו עושר עצום של עיתונים מקוונים, פורטלים, אתרים מקוונים של אמצעי השידור, אתרים פובליציסטיים, מקומונים, עיתונים מפלגתיים, כתבי עת מקוונים וכן מגוון אתרים בעלי אופי בידורי, לוחות מודעות ופורומים³. יתרה מזאת, אתרים רבים נהנו מרייטינג גבוה מאד, בין 10,000 ל־20,000 מבקרים ביממה. במידה מסוימת ניתן אף לטעון, כי צמיחת העיתונות האלקטרונית בשפה הרוסית בתחילת שנות ה־2000 מהווה המשך ישיר של צמיחת העיתונות המודפסת בישראל של תחילת שנות ה־90 (זלצר, 1998, כספי ואליאס, 2000). ואולם, מאחר ומטרת המחקר הנוכחי היא לבחון את המאפיינים הטראנס־לאומיים של אתרים בשפה הרוסית במדינות השונות, קצרה היריעה מלתאר בפירוט את מפת האינטרנט בשפה הרוסית בישראל. לכן השורות הבאות יתייחסו לשני אתרים בעלי רייטינג הגבוה ביותר.

על־פי בדיקת הרייטינג היומית, האתר הפופולארי ביותר בשפה הרוסית בישראל הוא פורטל www.zahav.ru, אשר זוכה לכ־23 אלף מבקרים ביממה. הפורטל שם דגש על נושאי בידור ותרבות המיועדים למהגרים דוברי הרוסית בישראל, וכן מציע

3. לתיאור מפורט של עיתונים מקוונים בשפה הרוסית שמקורם בישראל ראו אליאס ושורר־זלצר (בדפוס).

לגולשיו שירותי חיפוש מגוונים, פורום, לוחות מודעות, מכירות פומביות והיכריות. באשר לסיקור החדשותי, הפורטל כולל קישורים למהדורה המלאה של שני עיתונים מקוונים בשפה הרוסית שמקורם בישראל, *mignews* ו-*cursorinfo*, לאתר ישראלי פובליציסטי בשפה הרוסית *isramir*, לארבעה עיתונים מקוונים שמקורם בחבר העמים, לשני עיתוני ספורט בחבר העמים, לעיתון מקוון *BBCRussian.com* השייך לרשת *BBC*, וכן לאתרים של תחנת הרדיו הישראלית בשפה הרוסית *Pervoe radio* ולשלושה ערוצי טלוויזיה זרים בשפה הרוסית.

ניתן להסיק מכך, כי אומנם אתר זה מתמקד יותר באירועים פנים-ישראליים, הוא בכל זאת מכיל בתוכו אלמנטים טראנס-לאומיים בכך שהוא מקשר את הגולשים אל האתרים בשפה הרוסית בחבר העמים ובמדינות אחרות וכן לערוצי הטלוויזיה המשודרים מחבר העמים. בדומה לכך, גם ההתפלגות הגיאוגרפית של האתר מעידה על כך, כי רבע מבין מבקריו מתגוררים מחוץ לגבולות ישראל, לרבות חבר העמים (5%) וצפון אמריקה (2%).

האתר השני בפופולאריות שלו הוא העיתון המקוון *www.mignews.co.il*, אשר זוכה גם הוא לרייטינג גבוה במיוחד של כ-22 אלף מבקרים ביממה. ניתוח עמוד השער של העיתון מגלה, כי הוא מבקש למצב את עצמו כעיתון בינלאומי, וזאת נוכח הסיקור המאוזן של אירועי האקטואליה בישראל בצד האירועים בעולם. זאת ועוד, הידיעות העוסקות באירועים בחבר העמים מופיעות תחת קטגוריה נפרדת והן מהוות כ-20% מהידיעות העוסקות באירועים מחוץ לגבולות ישראל. המכוונות הבינלאומית של העיתון בולטת גם בסיקור האירועים בישראל, והיא באה לידי ביטוי בנטייה לסקר בהרחבה אירועים הקשורים לקונפליקט ישראלי-פלשתיני ולמדיניות החוץ של ישראל לצד סיקור מועט, אם בכלל, של אירועים שאינם בעלי אופי פוליטי או חדשות מקומיות.

מכוונותו הבינלאומית של *mignews* בולטת עוד יותר בניתוח מדורים נוספים, כגון תרבות ומדע, כאשר בכל אחד מהמדורים 11 ידיעות מתוך 15 עסקו בחדשות התרבות בעולם, שלוש עסקו בחבר העמים ורק ידיעה אחת התייחסה לאירועי התרבות בישראל. בדומה לכך, גם ניתוח הקישורים של האתר מעיד על זיקתו אל חבר העמים ולדוברי הרוסית בתפוצות והיא משתקפת בקישורים אל שלושה עיתונים מקוונים ברוסיה (*Delovaja Nedelja*, *Stolichnie Novosti*, ו-*Moskovskie Novosti*) ולעיתון הרוסי המקוון שמקורו בארצות הברית (*Novoe Russkoe Slovo*). בנוסף, האתר כולל קישור אל המהדורה האוקראינית של קבוצת ה-*mignews*, אל עיתון הספורט הנמצא גם הוא בבעלות הקבוצה ואל הפורטל *zahav.ru*. אופיו הטראנס-לאומי של האתר תואם את הפרופיל הגיאוגרפי של המבקרים בתוכו, כאשר רק כמחצית מבין מבקריו מתגוררים בישראל, 23% מתגוררים בארצות הברית וקנדה, 10% בקרב המבקרים מתגוררים ברוסיה ואוקראינה ואילו יתר המבקרים – מקורם בגרמניה ומדינות אחרות.

ארצות הברית

בדיקתנו העלתה, כי מבחר האתרים בשפה הרוסית שמקורם בארצות הברית, איכותם ומידת הפופולאריות שלהם בקרב הגולשים נופלים באופן משמעותי ביחס לאתרים בשפה הרוסית שהתפתחו בישראל. כתוצאה מכך נתקלנו בקושי רב באיתור האתרים שהרייטינג היומי שלהם עולה על 1000 מבקרים. אפילו האתר הפופולארי ביותר בשפה הרוסית בארצות הברית – פורטל בשם "אמריקה רוסית" (www.russianamerica.com) – זוכה לרייטינג של כ-11 אלף מבקרים ביממה, שזה כמחצית ממספר המבקרים הממוצע באתרים הישראליים שנותחו לעיל.

עמוד השער של האתר כולל מדור מורחב של חדשות בארצות הברית ובמדינות אחרות; מהדורות מקומיות של הערים בוסטון, לוס אנג'לס, שיקגו, ניו-יורק, קליבלנד, סיאטל, סן-פרנסיסקו ומאמי; וכן מידע בתחומים שונים, כגון הופעות של זמרים רוסיים, דפי זהב ולוח מודעות. מניתוח הידיעות החדשותיות בעמוד השער של האתר עולה, כי האתר שם דגש מיוחד על סיקור האירועים בחבר העמים, שאף עולה בהיקפו מסיקור האירועים בארצות הברית. כך, אירועי האקטואליה בארצות הברית מהווים 35% מכלל הידיעות, בעוד ש-40% מכלל הידיעות עוסקות באירועים בחבר העמים. יתרה מזאת, מניתוח הקישורים של האתר עולה, כי הוא מציע לגולשיו קישורים לעשרות עיתונים ומגזינים בחבר העמים, וכן לאתרים של ערוצי רדיו וטלוויזיה בחבר העמים המאפשרים להאזין או לצפות בשידוריהם בזמן אמת. גם ההתפלגות הגיאוגרפית של המבקרים באתר מעידה על הזיקה החזקה אל חבר העמים, כאשר רק כ-40% מבין המבקרים מתגוררים בארצות הברית, ואילו כרבע מבין המבקרים מקורם בחבר העמים⁴.

בפער עצום במידת הפופולאריות שלו בקרב הגולשים ביחס ל"אמריקה רוסית" נמצא האתר החדשותי השייך לעיתון הוותיק ביותר בשפה הרוסית הקיים בארצות הברית, *Novoe Russkoe Slovo* (בכתובת www.nrs.com) והוא זוכה לרייטינג של כ-1300 מבקרים ביום בממוצע. האתר מציע מהדורה מורחבת של חדשות, מדור ספורט, מדור חדשות רכות שכותרתו "חיים פרטיים", וחדשות של העיר ניו-יורק, שם נמצאת מערכת העיתון. רוב החומר החדשותי באתר עוסק בנושאים הנוגעים ישירות או בעקיפין לארצות הברית, עם דגש על אירועים בעלי חשיבות כלל-ארצית. יחד עם זאת, כ-20% מבין הידיעות החדשותיות עוסקות בחבר העמים, בחיי המהגרים מחבר העמים או בחדשות העולם היהודי.

מתוך ניתוח הקישורים של האתר עולה, כי הוא נמצא בזיקה לחבר העמים ולישראל, אשר באה לידי ביטוי בקישורים לעיתון המקוון הפופולארי ביותר בישראל, mignews.co.il ולעיתון המקוון שמקורו בחבר העמים, utro.ru. זאת ועוד, גם ניתוח הפרופיל הגיאוגרפי של המבקרים באתר מצביע על אופיו הטראנס-לאומי, כאשר

4. יחד עם זאת, המונה extremetracking.com המספק את נתוני ההתפלגות הגיאוגרפית באתר זה מתקשה בזיהוי מדויק של מבקרים המתגוררים במדינות אחרות.

במהלך השבוע מבקרים באתר כ-65% גולשים מצפון אמריקה, 19% מבין הגולשים מתגוררים במדינות חבר העמים, 5% מקורם בישראל, 2% מתגוררים בגרמניה ויתר הגולשים מתגוררים במדינות אירופה אחרות.

גרמניה

בדומה לארצות הברית, גם מפת האתרים בשפה הרוסית שהתפתחה בגרמניה נופלת במבחר שלה, איכות עיצוב האתרים ומידת הפופולאריות שלהם בקרב הגולשים, בהשוואה למפת האתרים ברוסית שמקורה בישראל. עוד בדומה לארצות הברית, גם בגרמניה איתרנו רק אתר אחד שנהנה מרייטינג יומי של חמש ספרות והתקשנו מאד במציאת אתרים בעלי רייטינג העובר את האלף מבקרים ביממה.

האתר הפופולארי ביותר בשפה הרוסית בגרמניה הינו פורטל www.germany.ru הזוכה לרייטינג של כ-15 אלף מבקרים ביממה. עמוד השער של האתר מכיל בעיקר מדורים העוסקים בתחומים שונים של הסתגלות אל החברה המארחת, לרבות ייעוץ משפטי, קישורים לשרותי מודיעין של התחבורה הציבורית, דפי זהב ותוכנות ללימוד השפה. בנוסף למדורים אלה, עמוד השער של האתר מכיל ידיעות קצרות המתיחסות למופעים ואירועי תרבות הרלבנטיים ל"רחוב הרוסי" בגרמניה.

סיקור האירועים בגרמניה ובמדינות אחרות מופיע באתר תחת שני מדורים נפרדים, כאשר מדור "חדשות ומדיה" מכיל בתוכו עשרות קישורים לעיתונים מקוונים בשפה הרוסית שמקורם בגרמניה, ואילו סיקור האירועים במדינות אחרות מופיע תחת הקטגוריה "רוסים בחו"ל" המחולקת לחמש תת-קטגוריות: ישראל, ארצות הברית, קנדה, אירופה ואוסטרליה. כל אחת מתת-הקטגוריות מכילה קישורים לעשרות עיתונים מקוונים שמקורם במדינות הנדונות. על כן, גם אתר זה שלכאורה מאופיין במכוונות פנים-גרמנית מכיל בתוכו מאפיינים טראנס-לאומיים שמשתקפים גם בפרופיל הגיאוגרפי של מבקריו, כאשר 60% מכלל המבקרים מתגוררים בגרמניה, 25% מתגוררים במדינות חבר העמים, 4% מתגוררים בארצות הברית, 1% מקורם בישראל ואילו יתר המבקרים מתגוררים במדינות אירופה.

האתר השני בפופולאריות שלו הוא האתר האינפורמטיבי www.vorota.de, אשר זוכה לכ-3,500 מבקרים ביממה. האתר מייעד את עצמו למהגרים דוברי רוסית בגרמניה ולאלו שמתכננים להגר לשם והוא מספק מידע מקיף בנושאי ההגירה וההסתגלות הראשונית, לרבות תעסוקה, הבטחת הכנסה, דיור ואיחוד משפחות. בניגוד לאתרים אחרים המיועדים למהגרים דוברי רוסית, אתר זה אינו כולל קישורים לאתרים אחרים, לא בגרמניה ולא במדינות אחרות. ואולם, גם אתר זה שהוא כאמור בעל מכוונת פנים-גרמנית, נהנה מקהל מבקרים בינלאומי, כאשר רק 44% ממבקריו מתגוררים בגרמניה, 37% מתגוררים במדינות חבר העמים, 2% מקורם בארצות הברית, 1% מתגוררים בישראל ויתר המבקרים מתגוררים במדינות אירופה.

אתרים בינלאומיים בשפה הרוסית

מתוך הספרות המחקרית ניתן היה ללמוד, כי בצד האתרים המיועדים למהגרים המתגוררים במדינות השונות, התפתחו אתרים בינלאומיים בשפה הרוסית המיועדים את עצמם למהגרים דוברי רוסית באשר הם, ללא זיקה למדינה המארחת (Fialkova, 2005). ואולם, בדיקה מדוקדקת העלתה, כי רק מיעוט קטן מבין האתרים המיועדים למהגרים דוברי רוסית הצהירו, כי מטרתם היא ליצור מרחב וירטואלי המאחד את דוברי הרוסית המפוזרים בתפוצות, תוך התנערות מזיקה למדינה כלשהי. כמו כן, אתרים אלה התגלו כבעלי אורך חיים קצר במיוחד, וחלקם נסגרו במהלך תקופת המחקר, ואילו האתרים הבוודים ששרדו זוכים לרייטינג נמוך במיוחד. לדוגמא, אחד האתרים הבינלאומיים הוותיקים – פורטל “All Russian emigrants” (www.allemigrants.h1.ru) – אשר פונה למהגרים דוברי רוסית בארצות הברית, גרמניה, ישראל, צרפת ועוד ואשר מכיל דייג'סט מקיף של חדשות עולמיות, פורום וקישורים למגוון רחב של אמצעי התקשורת בשפה הרוסית, זוכה לרייטינג יומי הנע בין מספר מבקרים חד־ספרתי לבין 20 מבקרים בלבד.

ואולם, אתר בינלאומי אחד בולט בפופולאריות הגבוהה שלו (כ־15,000 מבקרים ביממה) ועל כן ראוי להתייחסות מפורטת. האתר קרוי על שם נעימה יהודית־רוסית מפורסמת “שבע־ארבעים” (www.sem40.ru) והוא מייעד את עצמו ליהודים דוברי הרוסית הפזורים על פני הגלובוס. עיקר הדגש באתר מושם על מידע חדשותי על ישראל (כ־60% מסך הכתבות באתר) ועל האירועים הנוגעים ליהודים בחבר העמים ובשאר העולם (35% מסך הכתבות באתר). הזהות הלאומית של האתר באה לידי ביטוי אף בעזרים גראפיים, כאשר בכל הכתבות והדיווחים החדשותיים שמות של יהודים מודגשים בצבע כחול.

מתוך ניתוח הקישורים של האתר עולה, כי הוא נמצא בזיקה לחבר העמים ולישראל, אשר באה לידי ביטוי בקישורים לשלושה עיתונים מקוונים בשפה הרוסית הפופולאריים ביותר בישראל, ביניהם www.mignews.co.il, וחמישה עיתונים ומגזינים שמקורם בחבר העמים. זאת ועוד, גם ניתוח הפרופיל הגיאוגרפי של המבקרים באתר מצביע על אופיו הטראנס־לאומי, כאשר במהלך השבוע מבקרים באתר 31% גולשים מצפון אמריקה, 28% מבין הגולשים מתגוררים במדינות חבר העמים, 12% מקורם בישראל, 8% מתגוררים בגרמניה ויתר הגולשים מתגוררים במדינות אירופה אחרות.

פילוח גיאוגרפי של המבקרים באתרים שמקורם בחבר העמים

מתוך ניתוח האתרים שנוסדו על־ידי מהגרים דוברי הרוסית בישראל, ארצות הברית וגרמניה עולה, כי אתרים אלה נהנים מפופולאריות גם בקרב הגולשים המתגוררים במדינות אחרות. במילים אחרות ניתן לטעון, כי מהגרים מחבר העמים נוטים לבקר באתרים בשפה הרוסית שמקורם מחוץ לגבולות המדינה בה הם מתגוררים, מה שמעיד

על אופייה הטרנס-לאומי של קהילת מהגרים זו. ואולם, טיעון זה לא יהיה מוצק דיו ללא התייחסות להתפלגות הגיאוגרפית של המבקרים באתרים שמקורם בחבר העמים, מאחר וחברים בקהילה הטרנס-לאומית נוטים בראש ובראשונה לשמור על הזיקה אל מדינת המוצא.

לצורך כך גם כאן בחרנו להתייחס לשני אתרים בעלי הרייטינג הגבוה ביותר: www.lenta.ru (כ־170 אלף מבקרים ביממה) ו־www.newsru.com (כ־105 אלף מבקרים ביממה). אתרים אלה הם עיתונים מקוונים המספקים מידע שוטף על אירועים בחבר העמים ובעולם. מתוך ההתפלגות הגיאוגרפית של המבקרים באתרים אלה עולה, כי שניהם נהנים מקהל המבקרים הבינלאומי. כך, רק 47% מבין המבקרים ב־lenta.ru מתגוררים בחבר העמים; 21% מתגוררים בצפון אמריקה; 5% מתגוררים בגרמניה ו־3% מתגוררים בישראל. בדומה לכך, 50% מבין המבקרים ב־newsru.com מתגוררים בחבר העמים; 20% מתגוררים בצפון אמריקה; 5% מתגוררים בישראל ו־4% הם תושבי גרמניה.

2. פרופיל המבקרים באתרים בשפה הרוסית בישראל, ארצות הברית וגרמניה

שאלת המחקר השנייה ביקשה לזהות את הפרופיל העיקרי של המבקרים באתרים בשפה הרוסית בתפוצות. על כן, מטרת פרק זה היא לשרטט את הקווים לדמותם של מהגרים מחבר העמים בישראל, ארצות הברית וגרמניה, אשר משתמשים באתרים בשפה הרוסית, תוך התייחסות לפרופיל הסוציודמוגרפי שלהם, הסטטוס האזרחי שלהם במדינה המארחת ושימור אזרחותם בחבר העמים.

מתוך ניתוח הפרופיל הדמוגרפי של הנשאלים עולה, כי החלוקה המגדרית שווה יחסית (49% גברים ו־51% נשים); קבוצת הגיל הדומיננטית היא צעירים בגילאים 20-35 המהווים 66% מכלל המדגם; רוב הנשאלים הם מהגרים ותיקים יחסית, מתוכם 80% שוהים חמש שנים ויותר במדינה המארחת. באשר לשיוך הדתי, הקבוצות השכיחות במדגם היו נשאלים שמגדירים את עצמם כיהודים (7% מבין הנשאלים הגדירו את עצמם כיהודים דתיים ו־24% הגדירו את עצמם כיהודים חילוניים), ונשאלים שהגדירו את עצמם כַּאֲתֵאֵיֶסְטִים (30%). מעניין לציין, כי המדגם הישראלי לא היה שונה בהרבה משאר המדגם, כאשר 40% מבין הנשאלים בישראל הגדירו את עצמם כיהודים (מתוכם 35% הם יהודים חילוניים), ו־38% הגדירו את עצמם כַּאֲתֵאֵיֶסְטִים. כמו כן, מתוך ניתוח הפרופיל הסוציוככלכלי של הנשאלים עולה, כי 64% הם בעלי השכלה גבוהה; 44% עוסקים כיום במקצועות הצווארון הלבן לעומת 33% שעוסקים במקצועות הצווארון הכחול ו־23% שאינם מועסקים; ו־62% מגדירים את מעמדם הכלכלי כבינוני או בינוני-גבוה.

בנוסף למאפיינים הסוציודמוגרפיים, כאשר חוקרים אוכלוסיות מהגרים חשוב לבחון את הסטטוס שלהם במדינה המארחת ואת זיקתם הרשמית כלפי מדינת

המוצא. על כן, התבקשו הנשאלים להשיב לשאלות כגון, האם יש להם אזרחות של המדינה המארחת, האם הם היגרו למדינה זו למגורי קבע או לצורך שהות זמנית, והאם הם שמרו על אזרחותם בחבר העמים. מתוך ממצאי המחקר עולה, כי 56% מבין הנשאלים היגרו למדינה החדשה למגורי קבע, ל-67% מבין הנשאלים יש אזרחות של המדינה המארחת, ו-55% שמרו על אזרחותם בחבר העמים.

עם זאת, ההשוואה בין הנשאלים המתגוררים במדינות השונות העלתה, כי הנשאלים בישראל שונים בסטטוס האזרחי שלהם בהשוואה לנשאלים בארצות הברית ובגרמניה ומטרות ההגירה שלהם, קרי האם הם היגרו למגורי קבע או שהם תופסים את שהותם במדינה המארחת כזמנית, למטרות לימודים או עבודה. כך, 89% מבין הנשאלים בישראל הם בעלי אזרחות ישראלית בהשוואה ל-45% בקרב הנשאלים במדינות אחרות⁵ וכן 79% מבין הנשאלים בישראל היגרו לשם למגורי קבע, בהשוואה ל-31% בקרב הנשאלים המתגוררים בארצות הברית וגרמניה⁶.

לבסוף, חשוב להתייחס לכישורים הלשוניים של מהגרים, קרי באיזו מידה הם שולטים בשפת המדינה המארחת. מתוך ממצאי המחקר עולה, כי רק שלישי מבין הנשאלים רכשו באופן מלא את שפת המקום, כאשר הם מתבטאים בחופשיות ושולטים בקרוא וכתוב. שני שלישים, לעומת זאת, מתקשים במידה זו או אחרת בהבנת שפת המקום, כאשר 19% כלל לא יודעים את השפה, ואילו 48% שולטים בשפה המדוברת, אך מתקשים לקרוא ולכתוב בשפה זו. מעניין לציין, כי גם במשתנה זה נמצאו הבדלים בין הנשאלים המתגוררים בישראל לבין אלה המתגוררים במדינות אחרות, כאשר בקרב הנשאלים בישראל רק 8% הצהירו, כי הם כלל לא יודעים את שפת המקום, בהשוואה ל-28% בקרב הנשאלים המתגוררים במדינות אחרות, ואילו 44% מבין הנשאלים בישראל הצהירו על שליטה מלאה בשפת המקום בהשוואה ל-25% בלבד בקרב הנשאלים המתגוררים במדינות אחרות⁷. ההסבר האפשרי להבדלים אלה נעוץ, ככל הנראה, בהבדלים בסטטוס האזרחי של הנשאלים בישראל ובכוונתם להישאר בישראל, לעומת אלה המתגוררים בארצות הברית וגרמניה, מכיוון שמהגרים שמחזיקים באזרחות המדינה המארחת ושאינן בכוונתם לעזוב את המדינה, צפוי כי ישקיעו יותר בלימוד שפת המקום.

3. דפוסי השימוש באינטרנט בקרב מהגרים דוברי רוסית

שאלת המחקר השלישית ביקשה לבחון את דפוסי השימוש העיקריים של המהגרים מחבר העמים באתרי האינטרנט השונים. לפיכך, בתת-פרק זה נתייחס למגוון הפרמטרים המעידים על אופן השימוש באינטרנט בכלל והשימוש באתרים השונים בשפה הרוסית ובשפת הרוב בפרט, תוך הבחנה בין האתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינה המארחת,

5. ההבדל מובהק ברמת המובהקות 0.001.

6. ההבדל מובהק ברמת המובהקות 0.001.

7. ההבדל מובהק ברמת המובהקות 0.001.

האתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינות אחרות ואתרים בשפת הרוב. כמו כן, תעשנה השוואה בין תדירות השימוש באינטרנט לבין אמצעי תקשורת אחרים בשפה הרוסית ובשפת הרוב.

מתוך ממצאי המחקר עולה, כי רוב הנשאלים הם גולשים ותיקים יחסית, מתוכם 25% משתמשים באינטרנט מעל 6 שנים, 36% משתמשים באינטרנט בין 4 ל-5 שנים, 21% משתמשים באינטרנט בין שנה לשנתיים, ורק 18% הם גולשים חדשים המשתמשים באינטרנט פחות משנה. השהות של רוב הנשאלים באינטרנט היא קצרה יחסית, כאשר 29% שוהים באינטרנט כחצי שעה ביום, 43% מבין הנשאלים שוהים באינטרנט בין שעה לשעתיים בממוצע ביום, ורק 28% שוהים באינטרנט לפרקי זמן ממושכים יותר.

לוח מס' 1: תדירות השימוש באתרי האינטרנט בשפה הרוסית ובשפת הרוב (%)

אתרים מקומיים ברוסית	אתרים בשפת הרוב	אתרים בשפה הרוסית במדינות אחרות	
46	40	44	מספר פעמים בשבוע
21	26	20	פעם בשבוע
22	14	23	לעתים רחוקות יותר
11	20	13	כלל לא
244	231	238	סה"כ (100%)

מלוח מס' 1 עולה, כי תדירות השימוש של הנשאלים באתרים השונים – האתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינה המארחת, האתרים בשפת המקום ואתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינות אחרות – היא שווה יחסית. עם זאת, האתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינה המארחת נהנים מתדירות השימוש מעט גבוהה יותר בהשוואה לאתרים בשפת הרוב ובהשוואה לאתרים בשפה הרוסית במדינות אחרות. כך, 46% מבין הנשאלים מבקרים מספר פעמים בשבוע באתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינה המארחת, וזאת בהשוואה לכ-40% שמבקרים באותה תדירות באתרים בשפת הרוב. במקביל, 20% מבין הנשאלים כלל לא נוהגים לבקר באתרים בשפת הרוב, וזאת בהשוואה ל-11% בלבד שכלל לא מבקרים באתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינה המארחת.

כמו כן, מתוך ההשוואה בין תדירות השימוש באינטרנט לבין תדירות השימוש באמצעי תקשורת אחרים בשפה הרוסית ובשפת הרוב עולה, כי רק הטלוויזיה

בשפה הרוסית נהנית מפופולאריות מעט גבוהה יותר בקרב הנשאלים בהשוואה לשימוש באינטרנט, ואילו תדירות הצפייה בטלוויזיה בשפת הרוב כמעט זהה לזו של תדירות הגלישה באינטרנט. כך, 56% מבין הנשאלים צופים בשידורי הטלוויזיה ברוסית מספר פעמים בשבוע (שיעור שמעט גבוה יותר בהשוואה לשיעור הנשאלים המבקרים באותה התדירות באתרים בשפה הרוסית) ו-44% צופים מספר פעמים בשבוע בטלוויזיה בשפת הרוב. עם זאת, באשר לצריכת הרדיו והעיתונים, הן בשפה הרוסית והן בשפת הרוב, מתוך ממצאי המחקר עולה, כי תדירות השימוש באינטרנט הייתה בדרך-כלל גבוהה יותר מזו של תדירות השימוש בכלי תקשורת אחרים. כך, 35% בקרב הנשאלים קוראים מספר פעמים בשבוע עיתונים בשפת הרוב, 29% קוראים בתדירות דומה עיתונים בשפה רוסית, 37% מאזינים לפחות מספר פעמים בשבוע לרדיו בשפת הרוב ו-26% מאזינים לרדיו בשפה הרוסית.

לוח מס' 2: המטרה העיקרית של השימוש באתרי האינטרנט בשפה הרוסית ובשפת הרוב (%)

אתרים מקומיים ברוסית	אתרים בשפת הרוב	אתרים בשפה הרוסית במדינות אחרות	
18	16	22	היכרויות/ חיפוש בן-זוג
25	18	30	בידור
17	24	14	חיפוש מוצרים/ שירותים
15	16	9	השתתפות בפורומים
10	8	16	מידע על המתרחש בחבר
15	18	10	מידע על המתרחש
234	238	227	סה"כ (100%)

לוח מס' 2 מציג את התפלגות תשובות הנשאלים באשר למטרה העיקרית של השימוש באתרים השונים, תוך השוואה בין אתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינה המארחת, אתרים בשפת הרוב ואתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינות אחרות. מתוך הלוח עולה, כי המטרה השכיחה ביותר של השימוש באתרים בשפה הרוסית, הן המקומיים והן במדינות אחרות, היא בידור, כאשר 30% מבין הנשאלים ציינו מטרה זו כסיבת הגלישה העיקרית לאתרים שמקורם במדינות אחרות ו-25% ציינו זאת כסיבת הגלישה העיקרית

לאתרים מקומיים בשפה הרוסית. לעומת זאת, המטרה השכיחה ביותר של השימוש באתרים בשפת הרוב הייתה מטרה אינסטרומנטאלית של חיפוש מוצרים ושירותים. כמו כן, באשר לצרכי ההשתתפות בפורומים נמצא הבדל מסוים בין האתרים שמקורם במדינה המארחת לבין האתרים שמקורם במדינות אחרות, כאשר הנשאלים נוטים יותר להשתתף בפורומים השייכים לאתרים שמקורם במדינה המארחת, ואילו השימוש שלהם בפורומים בשפה הרוסית שמקורם במדינות אחרות היה שכיח הרבה פחות והוא צוין כסיבה העיקרית לגלישה על-ידי 9% בלבד מבין הנשאלים. עם זאת, ניתן לייחס לממצא זה משמעות נוספת, לפיה כעשירית מבין הנשאלים מעוניינים להשמיע את קולם ולשתף בחוויותיהם את דוברי הרוסית המתגוררים במדינות אחרות.

יתרה מזאת, כאשר בדקנו את מטרות השימוש באינטרנט בקרב שלושת המדגמים בנפרד, מצאנו כי הנשאלים בישראל שונים באופן מהותי בכל הנוגע לצרכים האינפורמטיביים בהשוואה לנשאלים בארצות הברית וגרמניה, שהיו דומים ביותר. כך, למשל, במדגם הישראלי הצורך להתעדכן במתרחש במדינה המארחת היה השכיח ביותר בגלישה לכל שלושת סוגי האתרים, כאשר 30% ציינו זאת כסיבה העיקרית לגלישה לאתרים מקומיים בשפה הרוסית, 41% ציינו זאת לגבי הגלישה לאתרים בשפת הרוב ו-21% ציינו זאת לגבי האתרים ברוסית שמקורם במדינות אחרות, וזאת בניגוד ל-11% בקרב הנשאלים בארצות הברית וגרמניה שציינו זאת כסיבה העיקרית לגלישה לאתרים המקומיים ברוסית ו-8% שציינו זאת כסיבה העיקרית לגלישה לאתרים ברוסית במדינות אחרות⁸. יחד עם זאת, הנשאלים בישראל היו דומים לנשאלים במדינות אחרות באשר לשימוש באתרים בשפה הרוסית לצרכי בידור, כאשר 26% בקרב הנשאלים בישראל ציינו זאת כסיבה המרכזית לגלישה לאתרים מקומיים בשפה הרוסית ו-29% ציינו זאת לגבי האתרים ברוסית במדינות אחרות, וזאת בהשוואה ל-25% בקרב הנשאלים בארצות הברית וגרמניה שציינו זאת כסיבה העיקרית לגלישה לאתרים מקומיים ברוסית ו-30% שציינו זאת לגבי אתרים ברוסית במדינות אחרות.

באשר לשימוש באינטרנט לצורך התקשורת הבינ-אישית, מתוך ממצאי המחקר עולה, כי הרוב הגדול של הנשאלים מתכתבים בתדירות גבוהה באמצעות הדואר האלקטרוני עם קרובים וחברים המתגוררים בחבר העמים ובמדינות אחרות: 26% שולחים דואר אלקטרוני לקרוביהם וחבריהם מספר פעמים בשבוע; 23% מתכתבים עימם פעם בשבוע; 35% מבין הנשאלים מתכתבים בתדירות נמוכה יותר ורק מיעוט קטן (16%) אינם מתכתבים עם חבריהם וקרוביהם במדינות אחרות באמצעות הדואר האלקטרוני. באשר למטרת ההתכתבות, המטרה העיקרית שצוינה על-ידי 30% מבין הנשאלים הייתה שיתוף אנשים אחרים בחוויות הקשורות בהשתלבות

8. מכיוון שנמצא דימיון רב ביותר בין המדגמים הגרמני והאמריקאי, החלטנו לאחד ביניהם לצורך הפישוט בהצגת הנתונים. ההבדלים בין הנשאלים בישראל לבין הנשאלים בגרמניה וארצות הברית נמצאו מובהקים לגבי שלושת סוגי האתרים, ברמת המובהקות 0.001.

במדינה החדשה; 28% ציינו, כי המטרה העיקרית של התכתבות היא ניהול דו־שיח לגבי השאלות שמעניינות את הנשאלים עם אנשים ברמתם; 17% ציינו, כי מטרתם העיקרית להתכתבות היא חיפוש אפשרויות להגירה למדינה אחרת; 12% ציינו, כי מטרתם העיקרית היא חיפוש אפשרויות עבודה במדינה אחרת; ומטרתם של 13% מבין הנשאלים היא חיפוש בן/בת הזוג.

לבסוף, להערכת רוב הנשאלים המתגוררים בשלוש המדינות הנדונות מהווה האינטרנט כלי יעיל לשימור קשר שוטף עם מדינת המוצא ועם חברים וקרובים שנותרו בחבר העמים או היגרו למדינות אחרות. כך, 55% מבין הנשאלים העריכו, כי האינטרנט יעיל מאד או די יעיל למטרת השימור של קשר שוטף עם חבר העמים; 58% העריכו, כי האינטרנט יעיל מאד או די יעיל לשימור הקשר עם חברים וקרובים שנותרו בחבר העמים; ו־64% טענו זאת לגבי שימור הקשר עם חברים וקרובים שהיגרו למדינות אחרות.

4. סוגיות הזהות וההשתייכות בקרב מהגרים צרכני האינטרנט בשפה הרוסית

שאלת המחקר הרביעית והאחרונה ביקשה לבחון את מקומה של הזהות הטראנס־לאומית לעומת זהויות אחרות אצל המהגרים המבקרים באתרי האינטרנט בשפה הרוסית. לשם כך בחרנו להתמקד בשאלות הנוגעות לעמדתם של הנשאלים כלפי השתלבותם בחברה המארחת; חשיבות השימור של הזיקה אל חבר העמים והתרבות הרוסית; קשרי חברות עם תושבי המקום, עם תושבי חבר העמים ועם מהגרים דוברי רוסית המתגוררים במדינה המארחת ובמדינות אחרות; ועמדות של הנשאלים לגבי שימור האזרחות בחבר העמים וטיב ביקוריהם במולדת לשעבר.

מניתוח השאלות העוסקות בהיבטי זהות ושתייכות עולה, כי רוב הנשאלים הם בעלי זהות רוסית מובהקת והם משייכים את עצמם לקהילת המהגרים דוברי רוסית. כך, לשאלה "לאיזו קטגוריה של אנשים הינך מרגיש קרבה רבה ביותר", 33% מבין הנשאלים טענו, כי הם מרגישים קרבה רבה ביותר כלפי מהגרים דוברי רוסית המתגוררים במדינה המארחת; 25% טענו, כי הם מרגישים קרבה רבה ביותר כלפי מהגרים דוברי רוסית בכל מקום בעולם; 18% הרגישו קרבה רבה ביותר כלפי תושבי חבר העמים; ורק 24% הנותרים הרגישו קרבה רבה ביותר כלפי תושבי המקום.

באשר להגדרה העצמית של הנשאלים, מתוך ממצאי המחקר עולה, כי התשובות הקשורות להגדרה העצמית כ"רוסי" או "יוצא חבר העמים" היו השכיחות ביותר המדגם, והן צוינו על־ידי 56% מבין הנשאלים, בעוד שרק 27% מבין הנשאלים הגדירו את עצמם כ"חלק מחברת הרוב", ו־17% ציינו, כי ההגדרה העצמית הקרובה להם ביותר היא "קוסמופוליטי". יחד עם זאת, גם במשתנה זה הנשאלים בישראל היו שונים מהנשאלים בגרמניה וארצות הברית, כאשר בקרב המדגם הישראלי דווקא

הקטגוריה "חלק מחברת הרוב" הייתה הרווחת ביותר והיא צוינה על ידי 43% מבין הנשאלים, וזאת בהשוואה ל-17% בלבד בקרב הנשאלים במדינות אחרות.⁹ ההזדהות החזקה עם חבר העמים באה לידי ביטוי גם בתשובותיהם של הנשאלים בנוגע לרצונם לשמר את התרבות הרוסית ואת הזיקה למדינת המוצא. כך, ל-41% מבין הנשאלים היה חשוב מאד ול-27% היה די חשוב לשמור על הזיקה לחבר העמים. בדומה לכך, ל-52% מבין הנשאלים היה חשוב מאד ול-28% היה די חשוב לשמר את התרבות הרוסית. כאן גם המקום להדגיש, כי לא נמצא הבדל מובהק בין הנשאלים המתגוררים במדינות השונות, ועל כן ניתן לטעון, כי תכונה זו משותפת למהגרים דוברי רוסית, ללא זיקה למקום מגוריהם הנוכחי. בדומה לכך, מתוך ממצאי המחקר עולה, כי 74% בקרב הנשאלים המחזיקים באזרחות בחבר העמים טענו, כי חשוב להם לשמור על אזרחותם. זיקתם כלפי מדינת המוצא באה לידי ביטוי גם בביקורים בחבר העמים, כאשר 56% מבין הנשאלים ביקרו בחבר העמים לפחות פעם אחת מאז הגירתם. כמו כן, מחצית מבין הנשאלים אשר לא ביקרו, הביעו רצון לבקר בעתיד בחבר העמים.

המחקר מראה עוד, כי ניתן לראות ברוב הנשאלים חברים ברשת חברתית בינלאומית של דוברי רוסית, מאחר והם שומרים על קשרים הדוקים עם חברים וקרובים בחבר העמים (58% מקרב הנשאלים), עם מהגרים מחבר העמים המתגוררים במדינה המארחת (67%) ועם מהגרים דוברי הרוסית המתגוררים במדינות אחרות (57%). בדומה לכך, מחצית מבין הנשאלים שלא היו להם חברים דוברי רוסית המתגוררים במדינות אחרות טענו, כי היו רוצים לרכוש חברים כאלה.

המכוונות הבינלאומית של הנשאלים באה לידי ביטוי גם בתשובותיהם באשר למידת התעניינותם במתרחש בחבר העמים ובקרב קהילות מהגרים מחבר העמים במדינות אחרות. 21% מבין הנשאלים טענו, כי חשוב להם מאד ו-31% טענו, כי זה די חשוב להם להיות מעודכנים במתרחש בחבר העמים. כמו כן, ל-27% מבין הנשאלים היה חשוב מאד ול-24% היה די חשוב להיות מעודכנים במתרחש בקרב קהילות מהגרים דוברי הרוסית המתגוררים במדינות אחרות. מעניין לציין, כי בנוגע למידת העניין במתרחש בחבר העמים לא נמצאו הבדלים מובהקים בין הנשאלים המתגוררים במדינות השונות, מה שמעיד על העניין המשותף שיש למהגרים דוברי רוסית במולדתם הרחוקה. יחד עם זאת, נמצא הבדל מובהק¹⁰ בין הנשאלים המתגוררים בישראל לבין הנשאלים במדינות האחרות בנוגע לעניין במתרחש בקהילות המהגרים דוברי רוסית. מתוך ההשוואה עולה, כי הנשאלים המתגוררים בארצות הברית וגרמניה מגלים עניין רב יותר במה שקורה בקרב קהילות מהגרים במדינות אחרות (35% ציינו, כי זה חשוב להם מאד), לעומת 18% בלבד שטענו כך בקרב המדגם הישראלי.

9. ההבדל מובהק ברמת המובהקות 0.001.

10. ההבדל מובהק ברמת המובהקות 0.006.

בצד הזיקה החזקה כלפי חבר העמים והמשקל הרב אותו תופס המרכיב "הרוסי" בהגדרה העצמית של הנשאלים, תחושות השייכות של הנשאלים כלפי החברה המארחת באה לידי ביטוי בשאלה "איזו מדינה הינך מחשיב/ה כיום לבית": 44% מבין הנשאלים החשיבו את המדינה המארחת לביתם הנוכחי; רבע מהם החשיבו לביתם את חבר העמים; 20% טענו, כי הם מרגישים בבית בשתי המדינות באותה מידה; ואילו הקטגוריה "שתי המדינות זרות לי באותה מידה" הייתה הפחות שכיחה במדגם (11%). יתרה מזאת, גם במשתנה זה המדגם הישראלי היה שונה מהנשאלים בגרמניה וארצות הברית, מכיוון ש-66% בקרב הנשאלים בישראל החשיבו את המדינה המארחת לביתם הנוכחי, וזאת בהשוואה ל-30% בקרב הנשאלים במדינות האחרות¹¹.

כמו כן, בצד החשיבות שייחסו הנשאלים לשימור התרבות הרוסית, לרובם היה חשוב להכיר את תרבות המקום ולרכוש את השפה המקומית. 31% מבין הנשאלים טענו, כי חשוב להם מאד לאמץ את תרבות הרוב ו-30% טענו, שזה די חשוב להם. חשיבות רכישת שפת המקום התגלתה כמרכזית אף יותר: 56% מבין הנשאלים טענו, כי חשוב להם מאד לרכוש את שפת המקום ו-23% טענו, כי זה די חשוב להם. בדומה לכך, למרבית הנשאלים היה חשוב להיות מעודכנים במתרחש במדינה המארחת, כאשר החשיבות שהם ייחסו לכך הייתה אף רבה יותר מזו שהם ייחסו לידיעת המתרחש בחבר העמים: 39% מבין הנשאלים טענו, כי חשוב להיות מאד ו-30% טענו, כי זה די חשוב להם להיות מעודכנים במתרחש במדינה המארחת, בהשוואה ל-21% ו-31% בהתאם בנוגע לחשיבות העדכון במתרחש בחבר העמים. זאת ועוד, הנשאלים בישראל נטו לייחס חשיבות מעט רבה יותר לעדכון במתרחש במדינה המארחת: 44% מהם טענו, כי זה חשוב להם מאד, בהשוואה ל-35% מקרב הנשאלים במדינות האחרות¹².

לבסוף, לצד הקשרים ההדוקים שמקיימים הנשאלים בשלוש המדינות הנדונות עם מהגרים דוברי רוסית המתגוררים במדינה המארחת, עם דוברי רוסית במדינות אחרות ועם תושבי חבר העמים, לא ניתן לראות בהם מהגרים חיים בניתוק מאוכלוסיית הרוב, מאחר ו-55% מבין הנשאלים מקיימים קשרי חברות גם עם תושבי המקום. כמו כן, 53% מבין הנשאלים להם אין חברים בקרב תושבי המקום הצהירו, כי היו רוצים לרכוש חברים מקומיים.

11. ההבדל מובהק ברמת המובהקות 0.001.

12. ההבדל מובהק ברמת המובהקות 0.05.

דיון ומסקנות

המחקר הנוכחי ביקש לבחון את סוגיית הטראנס־לאומיות של התפוצה הרוסית באמצעות מחקר משלים של אתרי האינטרנט בשפה הרוסית שנוסדו במדינות השונות שקלטו מהגרים מחבר העמים ושל מהגרים מחבר העמים המבקרים באתרים אלה. בראש ובראשונה, ניתוח אתרי האינטרנט הפופולאריים ביותר בשפה הרוסית בישראל, ארצות הברית וגרמניה גילה, כי לצד סיקור אירועי האקטואליה במדינה המארחת, רוב האתרים מקדישים מקום נרחב לסיקור האירועים בחבר העמים. דוגמא בולטת במיוחד ניתן למצוא בהקשר זה באתר האמריקאי בשם www.russianamerica.com בו 40% מהידיעות החדשותיות מתייחסות לחבר העמים בהשוואה ל־35% מן הידיעות העוסקות באירועים בארצות הברית.

הנטייה הטראנס־לאומית של אתרי האינטרנט המיועדים למהגרים דוברי רוסית באה לידי ביטוי גם בכמות הקישורים המקשרים בין אתרים אלה לבין עיתונים מקוונים, תחנות רדיו וטלוויזיה בחבר העמים. בנוסף, שישה אתרים מתוך השמונה שנותחו לצורך המחקר הנוכחי מכילים קישורים אל האתרים בשפה הרוסית במדינות אחרות, כאשר את הדוגמא הבולטת לכך ניתן למצוא בשני עיתונים מקוונים – האחד ישראלי (mignews.co.il) והשני אמריקאי (nrs.com) – הקשורים ביניהם בחילוף קישוריות.

אופיים הטראנס־לאומי של האתרים השונים בשפה הרוסית משתקף גם בפרופיל הגיאוגרפי של מבקריהם, כאשר שיעור המבקרים המתגוררים במדינה בה נמצא האתר נע בין 75% ל־40%, בעוד שיתר המבקרים באתרים מתגוררים במדינות אחרות. דוגמא בולטת לכך מהווה העיתון הישראלי המקוון mignews.co.il, אשר 23% מבין מבקריו מתגוררים בארצות הברית. הנטייה של מהגרים מחבר העמים לבקר באתרים בשפה הרוסית שמקורם מחוץ לגבולות המדינה מארחת בולטת גם בנייתוח הפרופיל הגיאוגרפי של המבקרים באתרים הפופולאריים שמקורם בחבר העמים. חשוב להדגיש, כי המהגרים המתגוררים בארצות הברית הם הפעילים ביותר בהקשר זה, מאחר ובשני האתרים הרוסיים שנותחו לצורך המחקר שיעור המבקרים שמקורם בצפון אמריקה עמד על כ־20%.

כמו כן, המחקר הנוכחי הראה, כי קצב והיקף ההתפתחות של אתרי האינטרנט המיועדים למהגרים דוברי רוסית במדינות שקלטו גלי ההגירה הגדולים ביותר אינו זהה, וכי רשת אתרי האינטרנט ברוסית שמקורה בישראל עולה באופן משמעותי

במבחר, באיכות האתרים ובפופולאריות שלהם בקרב הגולשים על פני רשתות האתרים ברוסית בארצות הברית וגרמניה. ההסבר העיקרי להבדל בין ישראל לארצות הברית קשור בעובדה, כי ההגירה ההמונית של מהגרים דוברי רוסית לארצות הברית התרחשה בשנות ה-70 וה-80, ואילו בשנות ה-90 ארצות הברית סגרה כמעט לחלוטין את שעריה בפני מהגרים מחבר העמים. משתמע מכך, כי אומנם קהילת המהגרים ממוצא רוסי בארצות הברית מונה כשלושה מיליון איש ואישה, מהגרים אלה ברובם השתלבו דיו במדינה המארחת, ועל כן זקוקים פחות לאמצעי התקשורת בשפתם, הן המודפסים והן האלקטרוניים.

עוד עולה מהמחקר, כי בניגוד לפופולאריות הגבוהה של האתרים בשפה הרוסית שהתפתחו בישראל, ארצות הברית וגרמניה בקרב המהגרים, דווקא האתרים שמצהירים על אופיים הבינלאומי אינם נהנים מפופולאריות בקרב הגולשים. יוצא מהכלל בהקשר זה, שככל הנראה מעיד על הכלל, הוא אתר www.sem40.ru, אשר פונה ליהודים דוברי רוסית בחבר העמים, ישראל ובמדינות אחרות. דווקא הפופולאריות הגבוהה של האתר הבינלאומי בעל אופי יהודי מרמזת על כך, כי אתרים בינלאומיים בעלי אופי אוניברסאלי אינם מושכים את קהל המהגרים דוברי הרוסית. על כן, אומנם ממצאי המחקר הנוכחי מעידים על היווצרותה של קהילה ווירטואלית חוצת-גבולות של מהגרים דוברי רוסית, נראה כי קהילה זו נבנית סביב זיקות ותחומי עניין הקשורים למדינות ספציפיות או למכנה לאומי משותף.

באשר להבדל בין האינטרנט הרוסי בישראל לעומת גרמניה, ממצאי המחקר הנוכחי תואמים לממצאיה של Elias (forthcoming) לגבי ההבדלים בעיתונות המודפסת בשפה הרוסית שנמצאו בין שתי המדינות. אומנם, שיא ההגירה מחבר העמים התרחש בשתי המדינות במהלך שנות ה-90, וניתן היה לצפות לדפוסים דומים בהתפתחות אמצעי התקשורת בשפה הרוסית, ממחקרה של אליאס עולה, כי רוב המהגרים דוברי הרוסית שהיגרו לגרמניה, הם גרמנים אתניים שמאפייניהם הסוציולוגיים (מיעוט בעלי השלכה גבוהה, עיסוק במקצועות הצווארון הכחול וחקלאות) מעידים על הון תרבותי נמוך יותר, בהשוואה ליהודים דוברי הרוסית, ולכן היה חסר בקהילת מהגרים זו גרעין להנהגה תרבותית שאמור היה להוביל את הקמת אמצעי התקשורת בשפה הרוסית. בנוסף, רבים מבין מהגרים אלה שלטו במידה מסוימת בשפה הגרמנית ולכן היו זקוקים פחות לאמצעי התקשורת בשפתם. יש להניח, לפיכך, כי אותם הגורמים אשר מנעו את התפתחותה של מפת התקשורת המודפסת אחרים, ולו באופן חלקי, לדלות מפת אתרי האינטרנט בשפה הרוסית שהתפתחו בגרמניה בראשית שנות ה-2000.

זאת ועוד, המחקר הנוכחי בחן לראשונה את היבטי הטראנס-לאומיות של המהגרים מחבר העמים המבקרים באתרי האינטרנט בשפה הרוסית במדינות השונות באמצעות סקר אלקטרוני שהועבר במקביל בישראל, גרמניה וארצות הברית, תוך התייחסות לפרופיל העיקרי של המבקרים באתרים בשפה הרוסית בתפוצות; דפוסי

השימוש באתרי האינטרנט השונים; והיבטי הזהות הטראנס-לאומית של המהגרים המבקרים באתרים בשפה הרוסית.

באשר לפרופיל המהגרים המבקרים באתרים בשפה הרוסית בישראל, גרמניה וארצות הברית, ממצאי המחקר מראים, כי הפרופיל הדומיננטי מורכב מצעירים בגילאים 20-35, השוהים מעל ל-5 שנים במדינה המארחת, בעלי השכלה גבוהה, העוסקים במקצועות הצווארון הלבן, השייכים למעמד סוציאקונומי בינוני ובינוני גבוה ומחזיקים באזרחות כפולה, של המדינה המארחת ושל מדינת המוצא.

עם זאת, ההשוואה בין הנשאלים המתגוררים במדינות השונות העלתה, כי הנשאלים בישראל שונים בסטאטוס האזרחי שלהם בהשוואה לנשאלים בארצות הברית ובגרמניה וכן במטרת ההגירה שלהם למדינה המארחת. כך, הרוב המוחלט של הנשאלים בישראל הם אזרחי המדינה בהשוואה לפחות ממחצית מהנשאלים בגרמניה ובארצות הברית. כמו כן, יותר משני שלישים מבין הנשאלים בישראל היגרו לישראל למגורי קבע, בהשוואה לשליש בלבד בקרב הנשאלים המתגוררים בארצות הברית וגרמניה. הבדלים אלה נובעים מההבדלים במדיניות הקליטה של ישראל, אשר דוגלת במדיניות הדלת הפתוחה כלפי יהודים ובני משפחותיהם ומעניקה להם אזרחות ישראלית מייד בהגעתם, וזאת בשונה מגרמניה וארצות הברית.

בנוגע לדפוסי הגלישה לאתרים השונים, ממצאי הסקר האלקטרוני תואמים לממצאי ניתוח האתרים בשפה הרוסית, מאחר ומתוך הסקר עולה, כי רוב הנשאלים נוטים לבקר באתרים בשפה הרוסית שמקורם במדינות אחרות. זאת ועוד, מרבית הנשאלים נוטים לבקר בתדירות גבוהה יותר באתרי האינטרנט השונים, בהשוואה לצריכתם את רוב אמצעי התקשורת האחרים בשפה הרוסית ובשפת הרוב, למעט הטלוויזיה בשפה הרוסית שנהנית מפופולאריות מעט גבוהה יותר בהשוואה לאינטרנט.

לגבי מטרת הגלישה לאתרים השונים, נמצא כי סיבת הגלישה השכיחה ביותר לאתרים בשפה הרוסית, הן האתרים המקומיים והן האתרים שמקורם במדינות אחרות, היא בידור, ואילו סיבת הגלישה השכיחה ביותר לאתרים בשפת הרוב היא הסיבה האינסטרומנטאלית של חיפוש מוצרים ושירותים. ואולם, כאשר בדקנו את מטרות השימוש בנפרד בקרב שלושת המדגמים, מצאנו כי מטרת הגלישה השכיחה ביותר לכל סוגי האתרים בקרב הנשאלים המתגוררים בישראל הייתה חיפוש מידע חדשותי על המתרחש במדינה המארחת, ואילו בקרב הנשאלים בגרמניה וארצות הברית סיבה זו צוינה כסיבה עיקרית לגלישה רק עליידי אחוזים בודדים מבין הנשאלים. זאת ועוד, הנשאלים בישראל נטו לייחס חשיבות מעט רבה יותר לעדכון במתרחש במדינה המארחת, בהשוואה לנשאלים במדינות האחרות.

ממצא זה תואם את ממצאיה של אליאס (2005), לפיהם חוסר היציבות הפוליטית והביטחונית של ישראל מתנה את דפוסי צריכת תקשורת של מהגרים מחבר העמים, והוא אשר מסביר באופן חלקי את ההבדלים שמצאה אליאס בין דפוסי צריכת התקשורת של מהגרים מחבר העמים בישראל לעומת גרמניה (Elias, forthcoming).

אם צריכתם התקשורתית של מהגרים מחבר העמים בישראל הייתה מכוונת, בראש ובראשונה, לתכני האקטואליה הקשורים למתרחש בישראל, המהגרים דוברי הרוסית בגרמניה הגבילו את צריכתם התקשורתית דווקא לתכנים בידוריים ואסקפיסטיים והם גילו עניין מועט, אם בכלל, בסדר היום החברתי והפוליטי של המדינה המארחת.

בנוסף למילוי הצרכים הבידוריים והאינפורמטיביים, מממצאי המחקר עולה, כי האינטרנט ממלא תפקיד מרכזי עבור המהגרים בשימור הקשר עם קרובים וחברים בחבר העמים ואלה אשר היגרו למדינות אחרות. בהקשר זה, המטרות העיקריות להתכתבות באמצעות הדואר האלקטרוני היו הצורך של הנשאלים לשתף את קרוביהם וחבריהם בחוויות הקשורות בהשתלבות במדינה החדשה ולדון בסוגיות שמעניינות אותם עם אנשים ברמתם. משתמע מכך, כי הדואר האלקטרוני, המקשר בין המהגרים הפזורים על פני הגלובוס, הופך לכלי יעיל במיוחד לתחזוק הקהילה הטראנס־לאומית.

המחקר הנוכחי הראה עוד, כי הזהות הטראנס־לאומית תופסת מקום מרכזי בזהותם של הנשאלים. למעשה, רוב הנשאלים חשים קרבה רבה ביותר כלפי מהגרים דוברי הרוסית, הן במדינה המארחת והן במדינות אחרות, ואילו רק מיעוט מביניהם חשים קרבה כלפי תושבי המקום. בדומה לכך, רוב הנשאלים נטו להגדיר את עצמם כ"מהגרים", "יוצאי חבר העמים" או "רוסים", כלומר, אותן הקטגוריות המשייכות אותם לקהילה טראנס־לאומית של דוברי רוסית, בעוד שהקטגוריות "חלק מחברת הרוב" ו"קוסמופוליט" היו שכיחות הרבה פחות.

ואולם, למרות שדפוסים אלה היו רווחים גם במדגם הישראלי, הנשאלים בישראל היו שונים באופן מהותי מעמיתיהם בארצות הברית וגרמניה, כיוון שאצלם הקטגוריה "חלק מחברת הרוב" הייתה מרכזית הרבה יותר בהשוואה לנשאלים בשתי המדינות האחרות. ממצא זה תואם ממצא אחר, לפיו רוב הנשאלים בישראל הם בעלי אזרחות ישראלית והיגרו לישראל למגורי קבע, ואילו רבים מבין הנשאלים בארצות הברית וגרמניה אינם מחזיקים באזרחות של המדינה המארחת ושוהים שם באופן זמני למטרות עבודה, לימודים או הגירה למדינה נוספת.

גם עמדותיהם של הנשאלים בנוגע לחשיבות הזיקה לחבר העמים, לשימור תרבות המוצא ולעניין שיש להם במתרחש בקהילות מהגרים דוברי רוסית במדינות אחרות מעידות על השתייכותם לקהילה טראנס־לאומית של דוברי רוסית המאוחדים סביב העניין במולדת הרחוקה ומכנה תרבותי משותף. יתרה מזאת, חברותם של הנשאלים בקהילת מהגרים טראנס־לאומית נושאת לא רק אופי הצהרתי, אלא גם באה לידי ביטוי בדפוסי התנהגות ממשיים. כך, רוב הנשאלים שומרים על קשרים הדוקים עם חברים בחבר העמים ועם מהגרים מחבר העמים המתגוררים במדינות אחרות ומעל למחציתם ביקרו לפחות פעם אחת בחבר העמים.

יחד עם זאת, גם כאן נמצא הבדל מעניין בין הנשאלים בישראל לבין הנשאלים במדינות האחרות, כאשר הנשאלים המתגוררים בארצות הברית וגרמניה מגלים עניין

רב יותר במה שקורה בקרב קהילות מהגרים במדינות אחרות, לעומת הנשאלים המתגוררים בישראל. ניתן אף לשער, כי הבדל זה נובע מכך, שהנשאלים בארצות הברית וגרמניה – רבים מהם יהודים – מגלים עניין רב במתרחש בישראל ובקהילת מהגרים מחבר העמים המתגוררים בה. ממצאים אלה אף תואמים את הפרופיל הגיאוגרפי של המבקרים באתרים בשפה הרוסית שנותחו לצורך המחקר. כך, למשל, בעיתון הישראלי המקוון בשפה הרוסית – www.mignews.co.il – כרבע מבין מבקריו מקורם בצפון אמריקה. בדומה לכך, קרוב לשליש מבין המבקרים באתר הבינלאומי בעל אופי יהודי – www.sem40.ru – גם הם תושבי ארצות הברית. בניגוד לכך, שיעור המבקרים שמקורם בישראל באתרים בארצות הברית וגרמניה נמוך הרבה יותר ומסתכם באחוזים בודדים. נראה, אם כן, כי ישראל נמצאת במרכז של התפוצה הרוסית הווירטואלית, תופעה שיש לחוקרה במחקרי ההמשך.

לבסוף, בניגוד לממצאיה של Yelenevskaya (2005), אין ממצאי המחקר הנוכחי מעידים על היותם של מהגרים משתמשי האינטרנט בשפה הרוסית מנותקים מההווי של המדינה המארחת ועל סגירותם בתוך מובלעת וירטואלית. לצד שימור קשרים הדוקים עם מהגרים דוברי רוסית ועם חברים וקרובים בחבר העמים, מעל למחצית מבין הנשאלים מקיימים קשרי חברות עם תושבי המקום ולרובם היה חשוב להיות מעודכנים במתרחש במדינה המארחת. כמו כן, במדגמים האמריקאי והגרמני לא נמצאה העדפה כלפי חבר העמים לעומת המדינה המארחת באשר לתחושת "הבית", כאשר שיעור דומה של נשאלים מרגישים בבית בחבר העמים ובמדינה המארחת, ואילו במדגם הישראלי אף הייתה העדפה ברורה כלפי ישראל כביתם הנוכחי של הנשאלים, מה שמעיד על כך שהיותם של מהגרים דוברי הרוסית חברים בקהילה הטראנס-לאומית אינה פוגעת, ככל הנראה, בהשתלבותם בחברה במארחת.

מקורות

- אליאס, נ. (2005). תפקידיה של תקשורת ההמונים בעת משבר: המקרה של העולים מחבר העמים בישראל. **סוציולוגיה ישראלית**, 1, 2, 295-312.
- אליאס, נ. ושורר-זלצר, מ. (בדפוס). לגלוש ללא גבולות: העיתונות המקוונת של מהגרים מחבר העמים בישראל. בתוך ת. שורר-אלטשולר (ע'), **עיתונות מקוונת בישראל**, בהוצאת המכון הישראלי לדמוקרטיה, ירושלים.
- זלצר, מ. (1998). **תקשורת של מהגרים: תקשורת בשפה הרוסית בישראל**. עבודת מ.א., החוג למדע המדינה, אוניברסיטת תל-אביב.
- כהן-אביגדור, נ. וליימן-וילציג, ש. (2004). **שאלות קשות, תשובות גמישות למדיום בהשתנות מתמדת: בעיות מתודולוגיות והצעות בחקר עיתונות מקוונת**. מאמר הוצג בכנס שנתי של האגודה הישראלית לתקשורת, נתניה, 1 לאפריל.
- כספי, ד. ואליאס, נ. (2000). להיות כאן ולהרגיש שם: על התקשורת בשפה הרוסית בישראל. **סוציולוגיה ישראלית**, 2, 2, 42-1.
- Ben-Rafael, E. (2001). The Transformation of Diasporas: The Linguistic Dimension. In E. Ben-Rafael and Y. Sternberg (eds.), *Identity, Culture and Globalization* (pp. 337-351). Brill: Leiden-Boston-Koln.
- Castells, M. (2001). *The Internet galaxy: reflections on the Internet, business, and society*. Oxford University Press.
- Cohen, R. (1997). *Global Diasporas: An Introduction*. London: UCL Press.
- Dietz, B. (2000). German and Jewish migration from the former Soviet Union to Germany: background, trend and implications. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 26, 4: 635-653.
- Elias, N. (forthcoming). *Coming Home: Media and Returning Diaspora in Israel and Germany*. SUNY Press.
- Elkins, D. (1997). Globalization, telecommunication and virtual ethnic communities. *International political science review*, 18: 139-152.
- Fialkova, L. (2005). Emigrants from the FSU and the Russian-language Internet, *Toronto Slavic Quarterly*, 12 [On-line], <http://www.utoronto.ca/tsq/12/fialkova12.shtml>
- Georgiou, M. (forthcoming). Diasporic Communities On-Line: A Bottom Up Experience of Transnationalism. In K. Sarikakis and D. Thussu (eds.) *The Ideology of the Internet: Concepts, Policies, Uses*. NY: Hampton Press.
- Glick Schiller, N., Basch, L. and Blanc-Szanton, C. (1995). From immigrant to transmigrant: theorizing transnational migration. *Anthropological Quarterly*, 68, 1: 48-63.
- Guarnizo, L.E. and Smith, M.P. (1998). The locations of transnationalism. In M.P. Smith and L.E. Guarnizo (eds.), *Transnationalism from below* (pp. 3-34). New Brunswick: Transaction.
- Hanafi, S. (2001). *Reshaping the Geography: Palestinian Communities Networks in Europe and the New Media*. Paper presented at the Second Mediterranean Social and Political Research Meeting, Florence, March 21-25.
- Kozar, S. (2002). Leaves Gleaned from the Ten-Thousand-Dimensional Web in Heaven: Chinese On-Line Publications in Canada. *Journal of American Folklore*, 115, 456: 129-153.
- Mitra, A. (1997). Diasporic Web sites: Ingroup and outgroup discourse. *Critical Studies in Mass Communication*, 14, 2: 158-181.

- Remennick, L.(2002). Transnational community in the making: Russian-Jewish immigrants of the 1990s in Israel. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 28, 3: 515-531.
- Rouse, R. (1995). Questions of identity: Personhood and collectivity in transnational migration to the U.S. *Critique of anthropology*, 15, 4: 351-380.
- Sapienza, F. (2001). Nurturing Translocal Communication: Russian Immigrants on the World Wide Web. *Technical Communication*, 48, 4: 435-448.
- Shuval J.T. and Leshem, E.(1998). The Sociology of Migration in Israel: A Critical View. In E. Leshem and J. Shuval (eds.), *Immigration to Israel* (pp. 3-50).Transaction, New Brunswick and London.
- Van Hear, N. (1998) *New Diasporas: The Mass Exodus, Dispersal and Regrouping of Migrant Communities*. London: University College of London Press.
- Vertovec, S. (2001). Transnationalism and identity. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27, 4: 573-583.
- Voiskounsky, A.E. (2002). Internet: Clusters of Attractiveness. *Electronic Journal of Communication*, 12, 3-4 [On-Line] <http://www.cios.org/getfile/voiskoun>
- Yang, G. (2003). The Internet and the rise of a transnational Chinese cultural sphere. *Media, Culture & Society*, 25, 469-490.
- Yelenevskaya, M. (2005). A Cultural Diaspora in the Making: Former Soviets in Israel and in Germany. *Jews and Slavs*, 15: 265-279.
- Zhang, K. and Xiaoming, H. (1999). The Internet and the Ethnic press: a Study of electronic Chinese Publications. *Information Society*, 15, 1: 21-31.

פרסומי מכון הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה

מדד אמון הציבור בתקשורת

- תפיסות הציבור את התקשורת הישראלית
דו"ח מס' 1 – מרץ 2003
- אמון הציבור לעומת אמון העיתונאים בתקשורת הישראלית
דו"ח מס' 2 – ינואר 2004
- עמדות הציבור כלפי סיקור הסכסוך הישראלי-פלסטיני
דו"ח מס' 3 – מאי 2004
- צריכת חדשות באתרי האינטרנט
דו"ח מס' 4 – פברואר 2005
- הסיקור התקשורתי של מערכת הבחירות לכנסת ה-17
דו"ח מס' 5 – מרץ 2006
- עמדות הציבור לגבי הסיקור התקשורתי של בריאות מנהיגים ולגבי אשפוזו של ראש הממשלה שרון
דו"ח מס' 6 – אפריל 2006

סדרת אגרתא

- התקשורת הישראלית והירדנית:
האם השלום שינה את דימוי ה"אחר"?
פרופ' גדי וולפספלד, רמי חורי, ד"ר יורם פרי
ספטמבר 2003
- סיקור תקשורתי של בחירות בישראל:
חשבון נפש של מחקרי ארבע מערכות בחירות
פרופ' גבי וימן, ד"ר תמיר שפר
פברואר 2004
- אשליית הבחירה הדמוקרטית:
כיצד משיגות תכניות המציאות את שיתוף הפעולה של הצופים
ד"ר מוטי נייגר, אבישי יוסמן
דצמבר 2004
- דמוקרטיה, תקשורת ופוליטיקה בבית המשפט העליון:
גבולות חופש הביטוי של פלסטינים בישראל בתקופת האינתיפאדה השנייה
ד"ר יובל קרניאל
פברואר 2006
- סיקור תקשורתי של מעשי טרור:
אירועים מדאיגים והצעה להנחיות
פרופ' רפאל כהן-אלמגור
יוני 2006

■ **מדינה פלסטינית – כן או לא?**
מודל ניסיוני להבניית שיח ציבורי-פוליטי ולקידום עיתונות שלום
ד"ר מולי פלג, ד"ר איתן אלימי
אוקטובר 2006

■ **עיצוב הגוף וחיטוב הזהות: ייצוגי הגוף בטלוויזיה המסחרית**
ד"ר דליה לירן-אלפר, ד"ר עמית קמה
מאי 2007

סדרת התקשורת המגזרית

■ **"חטיבה אנושית אחת, עם ישראל אחד":**
על כינון זהויות קיבוציות במכתבים למערכת "הארץ"
ד"ר עמית קמה
מרץ 2005

■ **שימושי תקשורת כאסטרטגיית השתלבות:**
המקרה של מהגרים מחבר העמים בישראל
ד"ר נלי אליאס
ספטמבר 2005

■ **"רבות רעו"ת צדיק":**
קווים לתולדות העיתונות החרדית בישראל, למאפייניה ולהתפתחותה
ד"ר קימי קפלן
ינואר 2006

■ **הציבור הדתי-לאומי והתקשורת:**
יחסי אהבה-שנאה
אינס גבל
מאי 2006

■ **העיתונות הערבית בישראל 1984-2006 כמכשיר לעיצוב זהות חדשה**
ד"ר מוסטפא כבהא
דצמבר 2006

פרסומים מיוחדים

■ **"אין עם מי לדבר": מבט ביקורתי על הקשר פוליטיקה-תקשורת**
עורך: יחזקאל רחמים
יולי 2005

■ **"קשה אך יציב": התקשורת, הרופאים ומחלות מנהיגים**
עורך: יחזקאל רחמים
יולי 2006