

מתוך: "מסגרות מדיה", גיליון מס' 7, קיץ 2011. כתב עת של האגודה הישראלית לתקשורת והרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו

מאמר מקורי

"חבל טבור שאי-אפשר לחתוך": תקשורת ישראלית כמתחזקת זהות של ישראלים מהגרים בארצות הברית

ורד מלכה ועמית קמה*

תקציר

ההגירה מישראל לארצות הברית מהווה כר נרחב לתשומת לב מחקרית, אולם טרם ניתנה הדעת על מקומה של התקשורת הישראלית בחייהם של המהגרים. המחקר הנוכחי נועד להתמודד עם אתגר בחינתם של האופנים שבהם משתלבת צריכת תוצרי תקשורת ישראלית בחייהם של ישראלים המתגוררים בצפון ניו ג'רזי, המאופיינים במעמד סוציו-כלכלי גבוה ובזיקה חזקה לישראל. בעזרת סקר וריאיון חצי-מובנה נבחנו שאלות הנוגעות לזהות, לשייכות לקהילה ולאופנים שבהם נתפסים ההגירה והחיים בארצות הברית, תוך כדי בדיקת תרומתה של צריכת תקשורת ישראלית להתמודדות עם שאלות אלו. הממצאים מלמדים שהתקשורת הישראלית מהווה תותב זהותני: היא משמרת ומטפחת את ההזדהות עם ההווה הישראלית ועם השייכות אליה, והיא מאפשרת לקיים הרגשת רציפות, המשכיות וביטחון, כאילו לא הייתה כלל הגירה, וכאילו המרחק הגאוגרפי חסר משמעות. דרך זו של צריכת תקשורת ישראלית בחו"ל מאפשרת למהגר הישראלי את המשך החיים בנכר, משום שהיא מייצרת בעבורו אשליה שהוא עדיין חי כביכול במרחב הישראלי. בעבור הישראלים בניו ג'רזי התקשורת הישראלית מהווה

* ד"ר ורד מלכה (malka.vered@gmail.com) היא מרצה בחוג לתקשורת במכללה האקדמית עמק יזרעאל. ד"ר עמית קמה (amit8860@yahoo.com) הוא מרצה בכיר בחוג לתקשורת במכללה האקדמית עמק יזרעאל.

אמצעי לשיכוך הגעגועים למולדת, לתחזוק הזהות הישראלית ולשימור הרגשת הרציפות והקשר עם המציאות הישראלית.

על הגירה ותקשורת

בעשורים האחרונים, בעקבות תהליכים פוסט-קולוניאליים, בד בבד עם מגמת הגלובליזציה המתעצמת, מתרחבים ממדיה של תופעה שהיא חברתית ותרבותית לא פחות משהיא כלכלית ופוליטית: הגירה של פרטים ממולדתם למדינה זרה. בניגוד לעבר, ההגירה האופיינית לעשורים האחרונים רווחת גם בשכבות המבוססות, והיא נובעת משלל מניעים וגורמים, לרבות שליחויות מקצועיות של עובדי "צווארון לבן" בחברות רב-לאומיות. תוצר נלווה של הגירה זו הוא כינון של קהילות הכוללות קבוצות מיעוט לאומי או אתני, שלעתים הן בעלות נוכחות משמעותית ופוטנציאל השפעה על החברה המארחת. בשיח המחקרי רווחת התייחסות לקהילות הללו כאל פזורות טרנס-לאומיות המקיימות קשרים אמיצים הן עם המולדת הן זו עם זו ברחבי העולם (Cohen, 1997; Christiansen, 2004; Georgiou, 2006; Silverstone, 2001).

רבות מקהילות המהגרים בעולם נוטות להתמקם במרכזו של רצף התערות-התבדלות, שכן במציאות הפוסט-מודרנית, המאפשרת ומאשררת ריבוי זהויות, המהגרים אינם נדרשים עוד בהכרח להשיל מעליהם סממנים תרבותיים-לאומיים מארץ מוצאם ולאמץ את הזהות של הארץ הקולטת (אליאס, 2005; Adoni, Caspi; 2006; Hall, 1993; Hwang & He, 1999; Silverstone, 2001). עם זאת, במקרים רבים מבקשים המהגרים להיטמע, ולו גם חלקית, בחברה החדשה שאליה הגיעו. יוצא מכך שמהגרים רבים נוטים לשמר את זיקתם התרבותית והלאומית למולדתם, ובו-זמנית הם מאמצים לעצמם זהות חדשה, זהותה של החברה הקולטת. בכך הם מתקיימים, הלכה למעשה, בשני מרחבים תרבותיים נפרדים ומשלימים (Cohen & Elias, 2002; Reece & Palmgreen, 2000; Sreberny, 2005).

בשל מרכזיותה של תקשורת ההמונים בחייה של כל חברה בת זמננו ובשל צורכיהן הייחודיים של קהילות מהגרים ההופכים את כלי התקשורת חיוניים במיוחד, רבים הם המחקרים העוסקים בהיבטים שונים של הגירה ותקשורת. בין מגמות המחקר המרכזיות בתחום אפשר למנות מחקרים הבוחנים את כלי התקשורת המשרתים את קהילות המהגרים מן ההיבט המוסדי-השוואתי (Adoni, 2006; Caspi & Cohen, 2006; Hepp, 2006) ומחקרים המתמקדים בתרומתם של כלי התקשורת לטיפול ולשימור של הזהות הקהילתית (Fogt & Sandvik, 2008);

(Georgiou, 2001). ענף מחקרי נוסף עוסק בשאלות מיקומן של קהילות המהגרים ברצף התערות-התבדלות ובתפקידיה המשתנים של התקשורת בהקשר זה (אליאס, 2005; Hwang & He, 1999; ; Caspi, Adoni, Cohen & Elias, 2002; Keshishian, 2000).

מחקרי תקשורת והגירה, על מגוון מגמות המשנה שלהם, זכו בשנים האחרונות לעדנה, במיוחד עם התפתחותן של טכנולוגיות תקשורת חדשות, ובראשן שידורי טלוויזיה חובקי עולם באמצעות לוויין (Gillespie, 1995; Hargreaves & Mahdjoub, 1997; Karim, 1998; Nossek & Adoni, 1996 Helland,). האלקטרוני ויישומי תקשורת בין-אישית מתווכת-מחשב נוספים (Mitra, 1997; 2007). טכנולוגיות תקשורת אלה מחייבות דיון מחודש בשאלות היסוד המעסיקות את החוקרים בתחום. נדרשים אפוא הערכה מחדש של מקורות התקשורת העומדים לרשות המהגרים לנוכח הרחבת הנגישות לכלי התקשורת מארץ המוצא מחד גיסא, והקמתם וביסוסם של מדיה פזורתיים הנוצרים בידי המהגרים בעבור עצמם מאידך גיסא (Cunningham, 2001; Dayan, 1998;). לשון אחר, הטכנולוגיות התקשורתיות העכשוויות ואימוצן הגורף בידי מהגרים מאפשרים – כנראה לראשונה בהיסטוריה – לקיים מערכים מורכבים של התקשוריות בין-אישיות וזרימה רב-ערוצית של מידע בין המהגרים לבין מולדתם וקרוביהם שנותרו בה, וכמובן – שימוש תכוף ושגרתי בתוצרי תקשורת ההמונים מבית היוצר של המולדת (Hiller & Franz, 2004;). לכת (Melkote & Liu, 2000; Tsagarousianou, 2004). על טיבם ושיעורם של קשריהן של קהילות המהגרים עם ארצות מוצאן, על רכיבי הזהות העצמית והקהילתית שלהן ועל מידת השאיפה שלהן להשתלבות בחברה המארחת.

לענייננו, בצפון ניו ג'רזי מתגוררים כ-80,000 עד 100,000 ישראלים,¹ שיש להם מאפיינים מובהקים: מדובר באוכלוסיית משפחות משכילה וחילונית ברובה ובעלת הכנסה בינונית-גבוהה עד גבוהה מאוד. לישראלים אלה חיי חברה ותרבות עשירים וזיקה חזקה לארץ המוצא, המתבטאת בין היתר בשימוש רחב היקף באמצעי תקשורת ישראליים (כפי שיפורט בהמשך). המחקר הנוכחי, העוסק במשמעויות נוכחותה של התקשורת הישראלית במארג החיים של חלק מקבוצת אנשים זו, מבקש להתמודד עם שאלות הנוגעות לשתי זהויות, פרטנית וקהילתית: מהו מקומה של התקשורת הישראלית בחייהם של הישראלים המתגוררים בארצות הברית, ובאילו אופנים היא משרתת היבטים שונים בחייהם? כיצד הם תופסים את תפקידיה במארג חייהם? ואילו השפעות הם מייחסים לה?

המחקר

ההגירה מישראל לארצות הברית מהווה כבר כשלושים שנה כר נרחב לתשומת לב מחקרית (פלומן, 2007; צבר בן-יהושע, 1996; Gold, 2002; Kass & Lipset, 1982; ; Meyers, 2001; Shokeid, 1988; Uriely, 1998), אשר התמקדה עד כה בהיבטים פסיכולוגיים, סוציולוגיים ותקשורתיים שונים. אולם טרם ניתנה הדעת המחקרית על מקומה של התקשורת הישראלית – קרי תוצרי תקשורת שמקורם בישראל, להבדיל מתקשורת קהילתית או מקומית – בחייהם של מהגרים אלה. המחקר הנוכחי הנו ראשון מסוגו, והוא נועד להתמודד עם אתגר בחינתם של האופנים השונים שבהם משתלבת צריכת תוצרי התקשורת הישראלית בחייהם של ישראלים המתגוררים בארצות הברית בהקשרים המעשיים והסמליים של משמוע החיים בנכר.

המחקר נערך בחודשים אפריל-יולי 2009. השתתפו בו 117 מרואיינים (58 נשים ו-59 גברים) בגילי 30-59, כשבני 35-44 מהווים רוב במדגם (83%). מרביתם חיים עם ילדיהם תחת קורת גג אחת, ולמיעוטם צאצאים בוגרים המתגוררים בנפרד.

כלי המחקר כלל שני רכיבים: מענה על שאלון סגור מודפס, ולאחריו ריאיון חצי-מובנה פנים אל פנים שארך כעשרים דקות. הריאיון נפתח בשתי שאלות קבועות המשותפות לכלל המרואיינים: "מהם התפקידים המרכזיים שממלאת התקשורת הישראלית בחייך מאז הפכת לחלק מהקהילה הישראלית בצפון ניו ג'רזי? מהו, לדעתך, תפקיד התקשורת הישראלית בקרב חברי הקהילה הישראלית של צפון ניו ג'רזי?". במהלך הריאיון נשאלו המרואיינים שאלות נוספות שנועדו להבהיר סוגיות שהעלו. החוקרת הראשונה, שהתגוררה באזור במהלך המחקר, ערכה את הסקר ואת הראיונות, שנוהלו עם 57 זוגות נשואים שנשאלו במקביל ועם שלושה מרואיינים שנשאלו בגפם. המרואיינים נדגמו בשיטת "כדור השלג": מכריה של החוקרת הפנו אותה אל חבריהם וכן הלאה. הדגימה נועדה להבטיח ייצוג מגוון הן במובן הגאוגרפי (נבחרו תושביהן של עיירות אחדות ולא רק של העיירות שבהן מתרכזים הישראלים ברובם) הן במוכנים אחרים (שנות הגירה, מעמד סוציו-כלכלי, השכלה, מטרת השהות וכדומה).

רמת ההיכרות הגבוהה עם חלק מן המרואיינים כמו גם היכרות מעמיקה עם מאפייני החיים של המהגרים הישראלים (למשל, מאפייני שיח הזהות הישראלית, פעילויות חברתיות ועוד) סייעו לחוקרת במישורים אחדים: שיתוף פעולה ופתיחות מצד המרואיינים, יכולת למקד את השאלות בנושאי הליבה ולהבחין בדקויות המסתתרות לעתים בתשובות וחיזור הרגישות לסוגיות כואבות ובעייתיות. במקביל, הרחבת מעגל המשתתפים לאנשים שאינם מוכרים לחוקרת

תרמה לא רק לגיוון המתבקש לצורכי המחקר אלא גם לצמצום ההשפעות הבלתי רצויות, העלולות להתלוות להיכרות מוקדמת בין חוקרים לנחקריהם.

פרקי הזמן של שהיית המרואיינים בארצות הברית היו מגוונים: 23% שהו עד שנתיים, 47% – שלוש-שש שנים, 13% – שבע-עשר שנים, ו-17% – 11 שנים או יותר. לנתונים אלו נחוץ להוסיף את העובדה, המכריעה בחשיבותה, שרבים הגיעו לארצות הברית מלכתחילה במסגרת שליחות תעסוקתית קצובה ומוגבלת במשכה. גם אם משך השהות בפועל עשוי להתארך, בקרב רבים מן הנחקרים רווחת אוריינטציית השהות הזמנית. אחד ממאפייניה של ההגירה הכלל-עולמית בת זמננו טמון בריבוי מצביי בניינים הניתנים להגדרה כ"הגירה זמנית". יש בכך משום הרחבת המושג "מהגר" והחלתו על כל מי שהעתיק את מקום מגוריו למדינה אחרת, השתלב במערכות החיים בה ומתגורר בה יותר מחודשים ספורים. במובן זה כל משתתפי המחקר הם מהגרים, גם אם עשו זאת לתקופה קצובה וישובו למולדתם. אולם מרואיינים ספורים בלבד הסכימו להגדיר את עצמם כמהגרים, לרבות אלו החיים בארצות הברית למעלה משני עשורים. לתפיסה זו תרומה מובהקת לעיצוב דפוסי השימוש בתקשורת, כפי שיעידו ממצאי המחקר. מדגם הנחקרים מאופיין במשתנים סוציו-דמוגרפיים בולטים אחדים, ביניהם שיעורי השכלה והכנסה גבוהים: 89% מן הנחקרים מחזיקים בתואר אקדמי, מהם 43% בעלי תואר שני או שלישי או לקראת קבלתו. במרבית משקי הבית עובדים הגברים בתחומי התמחותם, והם המפרנסים הראשיים, ואילו הנשים עובדות בעבודות חלקיות שאינן משקפות את תחומי התמחותן המקצועית, או הן אינן עובדות כלל. תחומי העיסוק המרכזיים כוללים היי-טק, פיננסים, נדל"ן ושירות המדינה. המדגם נחלק לשלוש מחלקות מבחינת הכנסות: כמחצית ממשקי הבית דיווחו על הכנסה גבוהה (הכנסה שנתית של 150,000 דולר לפחות), רוב האחרים דיווחו על הכנסה בינונית (100,000-149,000 דולר לשנה)², ומיעוט הצהיר על הכנסה נמוכה מזו.

מניתוח הדפוסים של צריכת תקשורת עולה כי רמת החשיפה לערוצי תקשורת שונים גבוהה למדי; כך למשל 114 מתוך 117 טענו שהם נחשפים לאמצעי תקשורת אמריקניים. כאשר מוקדה השאלה בתדירות החשיפה לתכנים חדשותיים בכלי התקשורת הללו, העידו כ-57% מן המרואיינים על צריכת חדשות בתדירות של פעם ביום או יותר. 55% העריכו כי מתוך הזמן המוקדש לצריכת תקשורת לסוגיה, עמד נתח הזמן היחסי המוקדש לתקשורת ישראלית על 75% או יותר. בעבור 17% נוספים עומד משקלה היחסי של התקשורת הישראלית על 50%. המגמות המרכזיות בדפוסי צריכת התקשורת הישראלית דומות למדי לאלה המוכרות בישראל. מבין אמצעי התקשורת הישראלים שצורכים הנחקרים בולט במיוחד אתר ynet: 77% מן המרואיינים נוהגים לגלוש בו פעמים אחדות בשבוע,

רובם (70%) עושים זאת פעמים אחדות ביום. אתרים בולטים נוספים הם Haaretz, Walla ו-nrg ואתרי חדשות כלכליות (Gloves, TheMarker ו"כלכליסט"). שיעור החשיפה לעיתונים מודפסים נמוך מזה. "ידיעות אחרונות" הוא המקובל ביותר (על אף שגם "מעריב" ו"הארץ" ניתנים לרכישה יומיומית): כשליש העידו על קריאתו אחת לשבוע לפחות (לרוב לקראת שבת). מגמות בולטות נוספות הן שיעורי החשיפה הגבוהים לערוצי הטלוויזיה הישראלית באמצעות האינטרנט או מנוי ל"ערוץ הישראלי" (ערוץ לווייני המשדר תוכני טלוויזיה נבחרים מערוצים פופולריים אחדים): 16% ממשתתפי המחקר צופים בתכניות ערוץ 2 באמצעות האינטרנט פעם בשבוע או יותר, ו-18% צופים בשידורי הערוץ הישראלי בתדירות דומה. האינטרנט מאפשר גם להיחשף לשידורי תחנות רדיו ישראליות. בקטגוריה זו בולט מעמדן של התחנות גל"צ וגלגלצ: כחמישית מן המרואיינים נוהגים להאזין להן אחת לשבוע או יותר. תחנות רדיו אחרות זוכות לשיעורי האזנה נמוכים בהרבה. תופעה בולטת נוספת היא שיעור הנחקרים (82%) הנוהגים לצפות בסרטים ישראלים בבתייהם במסגרת ערבי תרבות במרכזי תרבות יהודיים (Jewish Community Center [JCC] ובבתי קולנוע).

המאמר הנוכחי מושתת על הראיונות, אשר תוכתבו ונותחו כדי למצות את הרעיונות המובעים בהם בתהליך המכונה "תמטיזציה" (Orbe, 1998), קרי כדי להפיק מהם תמות בהתאם לנהוג בגישת התאוריה המעוגנת בשדה (Strauss & Corbin, 1994). הכוונה הייתה לבחון אילו היגדים רלוונטיים לשאלות המחקר וחיוניים להבנתן (Kearney, Murphy & Rosenbaum, 1994). בתהליך המיצוי האיכותני (van Manen, 1990) החוקרים אינם יודעים מראש לאיזה יעד הם חותרים, ומה עשויות להיות התמות, אלא עליהם "לזקק" נושאים בעלי בולטות וחשיבות שבאו לידי ביטוי רב-פעמי בראיונות. בהלימה לאפיסטמולוגיה הפנומנולוגית-פרשנית, במהלך הניתוח על החוקרים לחתור לחשיפת רעיונות אלו תוך כדי רפלקסיביות והתייחסות מעמיקה לנאמר מפי המרואיינים (Nelson, 1989). וכך עשינו. כמו כן ראוי להדגיש את מחויבותם של החוקרים להתייחס לכל הראיונות באופן אופקי (Orbe, 1998), דהיינו לתפוס את כל המרואיינים ואת דבריהם כשווי ערך. וכך עשינו. לבסוף, התבוננו בקפדנות בכל תוצרי הניתוח לצורך הפקת מסקנות.

יש להבהיר כי הדברים דלהלן אינם מוחלטים, משום שהמציאות המתווכת באמצעות העבודה המדעית איננה יכולה להיות ידועה במלואה, אלא תהיה תמיד בגדר פרשנות סובייקטיבית (Strauss & Corbin, 1990). מכל מקום, ציטוטים נבחרים מתוך הראיונות יאירו וידגימו את התמות המרכזיות.

מולדת ללא גבולות

הסביבה הישראלית – "אי של זרות" (צבר בן-יהושע, 1996, עמ' 142) שבו אפשר לקיים את שגרת חיי היום-יום כמעט אך ורק עם ישראלים אחרים – שהתקשורת מישראל הזמינה והנגישה היא רכיב מרכזי בה, מקלה על המהגרים הישראליים את השהות הרחק מן המולדת ומאפשרת בסופו של דבר את דחיית השיבה כמו גם את היכולת ליהנות לכאורה משני עולמות: הווה "אמתי" בנכר והווה מדומה במולדת. המרוויינים מתקיימים אפוא בשני הווים מקבילים, כאשר הראשון – כפי שהספרות מראה (לדוגמה, כבר לפני למעלה משני עשורים הדגיש שוקד [Shokeid, 1988] את הסירוב המתמשך להכיר בקביעות ובסופיות של ההגירה) וממצאי המחקר הנוכחי מאששים – מובנה ונתפס כרגעי, כהווה בר חלוף. צריכת התקשורת הישראלית מזינה את האמונה ואת ההרגשה שבכל רגע אפשר לשוב לישראל ולהתחבר למציאות בה בזכות השליטה וההתמצאות בפרטים הקטנים של חיי היום-יום.

החיבור התמידי לאמצעי התקשורת הישראליים מלמד על שתי תופעות מרתקות: האחת היא קשר בלתי אמצעי לכאורה עם ההווה במולדת, שהנו תופעה שכיחה בקרב קהילות מהגרים שונות (Christiansen, 2004; Georgiou, 2006); והשנייה היא תופעה ייחודית ויוצאת דופן המתקמת כפרדוקס קיומי, הנוצר עקב הצדקת החיים בנכר והמשכם דווקא בזכות התקשורת מישראל. הסעיפים הבאים קשורים זה בזה במארג שבו נטוים בשתי וערב היבטים של זהות ושל דפוסי צריכת תקשורת.

"כאילו מעולם לא עזבתי"

סטיגמה קשה מיוחסת למהגרים מישראל, והמושג "יורדים"³ המתאר אותם מהווה גינוי חריף (כספי ואליאס, 2000), כפי שמתוודה אלעד (בן 37, מתגורר בארצות הברית שנתיים וחצי):⁴

לישראלים קשה עם תפיסת המהגר כי זה משהו מאוד גלותי. קשה לישראלים עם המושג הזה; יש לו קונוטציה שלילית.

לכן רוב המרוויינים משקיעים מאמצים קוגניטיביים, רגשיים והתנהגותיים כדי להימנע מהיות נשאי סטיגמה. שימור הזהות הישראלית תוך כדי התעלמות מן ההגירה מאפשר להם לא להתמודד עם הסטיגמה (Shokeid, 1998). הם מעלימים עין – לכל הפחות ברמת ההצהרה בעת הריאיון – מן העובדה שההגירה כבר

התרחשה, וכי היא בעצם ההפך משגרת החיים. יחזקאל (בן 43, שלוש שנים בארצות הברית) מבהיר:

פה זה לא החיים האמתיים, זו סטייה מהמסלול. התקשורת מחברת אותי לישראל, לחיים האמתיים. חשוב לי לדעת מה קורה בבית שלי. [...] אנשים שמגיעים לכאן נשארים ישראלים, גם אם הם מחוץ לישראל.

מפי המרואיינים שבה ונשמעת התנגדות נחרצת לרעיון ההגירה, המהווה פגיעה באשיות הזהות הישראלית המושתתת על שלילת הגלות. המרואיינים מדגישים את פעילויותיהם כדי להיות מעודכנים בחדשות, בספורט, באמנות וברכילות. צריכת התקשורת הישראלית נועדה להיות הן אמצעי לתחזוק זהות בלתי מתפשרת הן הכנה אין-סופית לקראת החזרה הביתה, גם אם היא (השיבה הביתה) איננה מתקיימת הלכה למעשה. ניכרת בקרב המרואיינים השקעה רבה בניסיון לצמצם את הפערים המתהווים בינם לבין אלו שנשארו באמצעות צריכת תקשורת ישראלית: "חשוב לי לקרוא על מה שקורה בשיח הציבורי כדי להיות בעניינים, לדעת", טוענת חנית (בת 35, שנתיים בארצות הברית), כאשר "השיח הציבורי" מתקיים כמובן בישראל. ההקשר שבו מתקיים ההווה שלה הוא ישראלי, ולא אמריקני. מרואיינים נוספים הצביעו על אי-מעורבות בהווה האמריקנית, הן משום הכחשת ההגירה הן עקב הרצון להיות חלק מן ההווה הישראלי. מאירה (בת 57, 18 שנה בארצות הברית) מבהירה:

אני בעצם שם. הגוף כאן, אבל הנשמה בישראל. [...] התקשורת מסייעת להקל על הגעגועים.

כאמור, המרואיינים מרמזים על חרדה מפני אבדן זהותם: הם מקיימים מאבק מתמשך לשימור הזהות הילידית תוך כדי הבעת מחויבות סמלית עמוקה אליה למרות השינוי המוחשי בנסיבות החיים. בעבור אלה טבע אוריאל (Uriely, 1998) את המונח "שוהים קבועים" (permanent sojourners), המצהירים אמנם על כוונותיהם לחזור ארצה, אולם אין להם תכניות מוגדרות ומועד שיבה ברור. מהגרים אלו מגיעים לארץ היעד בתקן שוהים זמניים, ובמהלך השנים ממשיכים לנקוט תבניות התנהגותיות ההולמות את זמניות ההגירה: אין ברצונם להתערות בחברה הקולטת, ובמיוחד הם חוששים שמא ייתפסו בעיני אלו שנותרו בישראל כאילו אינם חוזרים. רבים מן המרואיינים נחרצים בדעתם שזהותם עמידה בפני כל טלטלה. הם אינם חרדים מפני אבדן הזהות הישראלית, ובו-זמנית הם משתדלים להימנע מתיוגם כ"מהגרים". יחד עם זאת, האמירה שזהות יציבה גם בנכר דווקא היא מעוררת תמיהה לנוכח השינויים המוחשיים בנסיבות החיים. נדמה

כאילו אין הכרה בפער בין החיים בארצות הברית לבין התפיסה העצמית של המשכיות קיומית או הפנמה של פער זה. ליטל (בת 31, שמונה שנים בארצות הברית) מכריזה:

אנחנו מרגישים כל כך ישראלים שאין לנו חשש לזהות שלנו. אנחנו חיים הרי בתוך קהילת ישראלים. קוראים הרבה ספרים בעברית. זו ההווה שלנו. זו השפה שלנו. אנחנו מחוברים לישראל לאו דווקא דרך התקשורת. עובדים עם ישראלים, מדברים עברית כל היום.

מעשה ההגירה הנו אירוע משברי בעל השלכות מרחיקות לכת על הזהות, על התפקוד הפסיכולוגי והיומיומי, על המרקם החברתי ועוד. אולם בעבור המרואינים נדמה שאין בעיה: הם נוטים לתפוס את החיים לפני ההגירה ואחריה כרצף נרטיבי וזהותני; כפי שמנסחת בתיה (בת 37, שלוש שנים וחצי בארצות הברית): "כאילו לא עזבתי, כאילו אני חלק". הזהות הישראלית נותרת בעיניה הזהות היחידה. אין ניסיון להשיל אותה ולנסות ולהתמודד עם כינון זהות חדשה (של מהגר או של אזרח אמריקני). הכחשה זו ממומשת בעזרת צריכת התקשורת הישראלית ובזכותה: היא מאפשרת להתמודד בהצלחה עם טראומת ההגירה ולשמר הרגשת בית מרחוק וכן לתחזק זהות שאין בה כמעט כל סממן זר. הישראלי המתגורר בארצות הברית איננו פוסע בדרך המקובלת בחברה האמריקנית, שבה הזהות האתנית המקורית מתווספת לאמריקנית בעזרת מקף סמלי כדי ליצור זהות ממוקפת (כגון אירי-אמריקני) או בת כלאיים (Kraidy, 2002). מרבית המרואינים דוחים על הסף אפשרות של כינון זהות שכזו ואף מתנגדים לאפשרות של בעיה אונטולוגית, כפי שמצהיר אפרים המתגורר בארצות הברית כעשור:

לא מרגיש ממש בארצות הברית. מנצל את מה שיש כאן, אבל מנסה לשמור על הסביבה הישראלית. אני שמח שיש לי כאן מציאות כמו ישראלית. חשוב לי להיות מעורה. [...] הייאוש נעשה יותר נוח כאן, במקום הישראלי הזה.

אפילו זהותם היהודית של משתתפי המחקר אינה "מאיימת" על בכורתו של הרכיב הישראלי בהגדרתם העצמית. על אף שרבים מן הנחקרים נוהגים לציין חגים יהודיים בקפידה, מהווים רוב בקהל הפוקד את בית הכנסת של חב"ד (בעיקר בחגי תשרי) ושולחים את ילדיהם לגנים יהודיים (הרבה פחות מכך לבתי ספר יהודיים), נראה כי הרכיב הישראלי הוא הגורם הדומיננטי בזהותם. בהתייחסם לשאלה "על פני סקאלה של 1 עד 5, מהו משקלו היחסי של מרכיב הזהות היהודית במכלול זהותך כאדם?", בחרו 64% מן הנחקרים בתשובות 4-5

לעומת 18% שציינו תשובות 1-2. בתשובה לשאלה דומה שעסקה ברכיב הזהות הישראלית בחרו 93% מן המשיבים בתשובות 4-5, ורק שני משיבים (1.7%) בתשובה 1. על דבקותם של משתתפי המחקר בזהותם הילידית אפשר ללמוד גם מהיקפם המצומצם של הקשרים החברתיים בינם לבין חברי הקהילה היהודית הגדולה בצפון ניו ג'רזי. הדבר ניכר היטב בדפוסי הפעילות הייחודיים, המתבדלים כמעט, של שתי הקבוצות הללו.

ההווה בארצות הברית מכונן פסג פסע בינו לבין ה"בית" שנותר בישראל: "אני מחוברת לשם, זה הבית שלי"; ובעזרת התקשורת הישראלית נשמרת "תחושת שייכות", משום ש"חשוב לי להישאר בעניינים" (רעות, בת 33, שלוש שנים בארצות הברית). ההווה בנכר איננו אלא פסק זמן בין העבר לבין העתיד בבית. לפיכך החיים מאורגנים סביב ציר החזרה ארצה, ובו מושקעים משאבים סמליים, כגון צריכת תרבות ותקשורת מן המקום שניתקו ממנו זמנית. רונית (בת 36, שנתיים וחצי בארצות הברית) טוענת: "אני משתמשת בה [בתקשורת הישראלית] לחיזוק ושימור השייכות. אתה יכול לגור פה ולא להרגיש שייך לכולם. חשוב לי להרגיש שייכת כמו בעבר לישראל".

ההגירה היא זמנית ובת חלוף בעבור מרבית משתתפי המחקר. בודדים בלבד הצהירו שעזבו לבלי שוב. רבים מתכוונים לחזרה הצפויה והמתוכננת. בתשובה על השאלה העוסקת בכוונות ובתכניות לחזור לחיות בישראל, השיבו כרבע מן המרואיינים שבכוונתם לחזור "השנה" או "בשנה הבאה"; 43% הצהירו על כוונה לחזור, אם כי בהתייחסם למועד החזרה המשוער בחרו באופציה הבלתי מחייבת ("בשנים הקרובות"); כרבע השיבו כי בכוונתם לחזור, אך רק "בעתיד/בפנסיה/לא ידוע מתי". לעומתם, פחות מעשירית הצהירו שאין להם כל כוונה לחזור.⁵ ראוי לציין שארבעה מהם מתגוררים בארצות הברית במסגרת "סיבוב שני", לאחר שכשל ניסיון קודם של שיבה לישראל והיקלטות מחדש. גם אם החזרה ל"בית" איננה ממומשת, גם אם השהות הזמנית מתארכת לפרק זמן ארוך הניתן להיחשב כהגירה לכל עניין ודבר – הנסיבות הללו אינן פוגמות בזהות הישראלית. רוני (בן 34, שלוש שנים בארצות הברית) מדגיש:

אני מרגיש כאילו מעולם לא עזבתי. מאוד טבעי לי לעשות זאת, כי החיים שלי בהווה עדיין מאוד מחוברים לשם. היה חסר לי מאוד אם לא היה לי אותה [התקשורת הישראלית]. הזהות הישראלית שלי לא מעורערת.

המרואיינים חרדים מפני אבדן הזהות הישראלית לא רק באופן רפלקסיבי (כלפי עצמם), אלא גם כלפי ישראלים אחרים (בישראל ובארצות הברית), כפי שטען אורן (בן 56, 11 שנים בארצות הברית):

אני לא שלם עם החיים כאן [...] מעדיף לא לומר שאני חי בארצות הברית כלפי ישראלים בארץ.

התקשורת הישראלית מאפשרת לשמור על הזהות הזו באופן שמרחיק מעליהם את הסיכון הכרוך בזהות המהגר. וכך מסכמת ברכה (בת 37, ארבע שנים בארצות הברית):

משלימה את הזהות שלי גם לא במודע. [...] התקשורת הישראלית [...] מייצרת תחושת ישראליות כאן ברגעים שהיה לי קשה והרגשתי לא שייכת. מפלט מאוד נוח לנוכח השינויים, נותן יציבות והמשכיות ומחזק זהות ושייכות. בזכות התקשורת הישראלית אין לי בעיה של זהות. [...] ישראל היא הבית, נקודה.

”ריח של בית”

התקשורת הישראלית ממלאת תפקיד מרכזי: שימור ההרגשה שהמהגרים עדיין במולדת. היא מספקת את חומרי המחיה הסמליים הנחוצים לתחזוק הזהות הישראלית, ובכך בעקיפין אף מונעת את השילוב בחברה הקולטת (מתוך התנגדות מלכתחילה להשתלבות כזו). התקשורת היא תותב זהותני, שבלעדיו הזהות בנכר נדמית כבלתי אפשרית, גם אם הנסיבות מפריכות זאת. בדומה לזיכרון התותבי (prosthetic memory [Landsberg, 2004]), שאיננו תוצר של חוויה “אמתית” ושל ניסיון חיים, אלא הוא מושתת על ייצוגים מתווכים תקשורתית, גם במקרה הנוכחי תוצרי התקשורת מאפשרים הרמיה של חוויית החיים בישראל. התותב מאפשר לאדם להאמין שהחוויה המתווכת נחוותה “באמת”. זהותו מכוננת על סמך האשליה הזו. “ריח של בית” מדמה דקלה (בת 38, שלוש שנים בארצות הברית) את המניע העיקרי שלה לשימוש התכוף בתקשורת ישראלית, וממשיכה:

זה ממלא את החלק של הקשר למקום, חלק מזהות [...] מקור לעדכון, כי חשוב לי מה קורה עם האנשים שלי בארץ.

אורנה (בת 41, שלוש שנים וחצי בארצות הברית) נוקטת מטפורה ציורית כדי לתאר זאת:

זה חבל טבור שאי-אפשר לחתוך אותו. [...] אם זה ייחתך, משהו במהות שלי ייחתך. זה השורשים והשייכות. אני חוטר של המדינה פה, לא מנותקת.

שתי הנשים מייחלות לשובן לישראל. שיקולי תעסוקה הנוגעים לבני זוגן מעכבים, לפי שעה, את החזרה; אך הנוכחות בארצות הברית נתפסת כזמנית, והגעגועים לישראל מלווים אותן דרך קבע.

המהגרים הישראליים ממשיכים להיות חלק פעיל בחברה הישראלית למרות הפער הגאוגרפי. החברה הישראלית הנה קהילה מדומיינת בת כלאיים (Georgiou, 2006), משום שהמהגרים ממנה ממשיכים לתפוס את עצמם כחלק בלתי נפרד ממנה, למרות שהם נמצאים מחוץ לגבולות מדינת הלאום, ואפילו הם אזרחי המדינה הקולטת (ראו גם Meyers, 2001). הרגשת האזרחיות איננה נגזרת מן הטריטוריה כשלעצמה, שהייתה אחד מקני המידה ההכרחיים בפרויקט הלאומי המודרני (אנדרסון, 1983/2000). הישראליות המדומיינת ממשיכה לכונן זהות מוצקה ובת קיימא אפילו במרחק ת"ק פרסאות מגבולות המדינה. הפזורה הישראלית מסמנת אפוא את עצמה על סמך קנה מידה מהותני המבנה "לאומיות טרנס-לאומית" (Ang, 2003, p. 145).

מנשה (בן 35, שש שנים בארצות הברית) מסביר כיצד הוא מנהל את חייו בעזרת התותב הזהותני, המשאיר אותו לא "פחות ישראלי" ממה שהיה אילו המשיך להתגורר בישראל:

התקשורת הישראלית משמעותית ביותר. מקום גבוה בחיי. גשר לתרבות הישראלית, לחברה הישראלית. [...] בלי תקשורת ישראלית היה לי קשה מאוד, אבל הקשר היה מתרופף. הייתי פחות מעורה, פחות מודע, פחות ישראלי. [...] מחברת לישראל. [...] נותנת תחושת שייכות.

בהלך מחשבתו ובאופן התנהלותו מייצג מנשה מרואיינים רבים. על אף שהוא מתגורר בארצות הברית כחצי עשור ואינו יודע בוודאות מתי ישוב לישראל ואינו חושש להיכנס להתחייבויות כספיות ארוכות טווח, כל ישותו ישראלית. אין לו ספק שהחזרה לישראל היא עניין של זמן גרדא. במרכז ביתו טלוויזיה המשדרת ללא הרף את תכניות הערוץ הישראלי ומשדרי רדיו מישראל.⁶ יושבי הבית מקיפים עצמם בזרימה בלתי פוסקת של תכנים חדשותיים ובידוריים שמקורם בישראל, כאילו בכך יבטיחו את שימור הגחלת ויצליחו להקל את הגעגועים. אמירות רבות מאששות את תפקידה המרכזי והחיוני של התקשורת הישראלית בשימור הקשר עם המולדת. כלנית (בת 41, 12 שנים בארצות הברית) מאשרת: "לא הייתי יכולה להתקיים בלעדית [התקשורת הישראלית] בחיי כאן בארצות הברית. זה חלק מהאני שלי", וזאת על אף (ואולי בגלל דווקא) העובדה שהיא היגרה כבר לפני כחצי עשור ואיננה יכולה להצביע על מועד חזרה ברור לישראל. גם מרגלית, אשר הצהירה על חזרה "בקין הקרוב", טוענת שהתקשורת הישראלית

בעצם מאפשרת לה "להרגיש שאני בעצם שם". בין הבולטות במרוויינים הייתה אורית (בת 43, שלוש שנים בארצות הברית), שהציגה ביקורתיות כלפי ישראל יחד עם הרגשת זיקה חזקה ושייכות עמוקה אליה. גם בניו ג'רזי היא ומשפחתה ממשיכות לקיים שגרה ישראלית:

התקשורת הישראלית מקרקעת אותי, ממסמרת אותי למקום האמתי שאני שייכת אליו. כאן אני תלושה. [...] חלק בלתי נפרד מההוויה והצורך לרפד את הבטן בכמה שיותר סממנים של בית.

אמנם בעבור אורית כשליחה, השהות בחו"ל היא זמנית, אך דבריה משתקפים גם אצל עמיתיה ששהותם בלתי קצובה. עופר (בן 40, שנתיים בארצות הברית) טוען שלמרות שהוא מתגורר בארץ אחרת, חייו מושתתים על הקשר הבלתי ניתן להפרדה, גם אם הוא מתווך, עם ישראל:

התקשורת הישראלית שומרת על קשר עם הנעשה בארץ ונותנת תחושה של שייכות. [...] אתה נשאר בעניינים. אתה שם. זה מקל על הניתוק.

מרוויינים רבים מביעים עמדה נחרצת בנוגע לתפקודה של התקשורת הישראלית כאמצעי עזר להקלת ההגירה מן המולדת, בין אם נעשתה מבחירה, ובין אם נבעה מצורך או מאילוץ. עצם צריכת התקשורת מחפה על הניתוק המוחשי, כפי שטוענת ענווה (בת 34, שמונה שנים בארצות הברית):

[בלי התקשורת הישראלית] השהות כאן הייתה קשה יותר. אי-אפשר להתנתק ממה שאתה.

כמו רבים מן הנחקרים נהנית ענווה מרמת חיים גבוהה ומחיי חברה, פנאי ותרבות עשירים. הקושי הסובייקטיבי בחיים מחוץ לישראל בולט במיוחד בהינתן מדדים אלה של איכות חיים, והוא עובר כחוט השני בדבריהם של מרבית משתתפי המחקר.

בדומה לפזורות אחרות (Ang, 2003; Thompson, 2002), תקשורת ההמונים הנה מנגנון אחד מני רבים המשמשים לחיזוק האשליה של שימור האזרחיות המקורית. בין אלו אפשר למנות ביקורים תכופים וארוכים בישראל ושימור המסורת של חגי ישראל. מרוויינים אחדים דימו את צריכת התקשורת למנגנון סמלי מתחום אחר הממלא את אותו התפקיד. כך אומרת שרונה (בת 33, שנה בארצות הברית):

עושים את זה גם כאן כמו שאוכלים אוכלי גם כאן. אין שינוי. בלי התקשורת הישראלית יהיה לי קשה מאוד.

לצד אלו מתקיימת גם פעילות ענפה של תקשורת בין-אישית עם חברים ובני משפחה המתגוררים בישראל. אמצעים טכנולוגיים חדשים (דוא"ל וטלפון אינטרנטי), שאינם כרוכים בהוצאה כלכלית, מאפשרים תקשורת בין-אישית הדוקה, שאיננה שונה במובהק מן התקשורת הבין-אישית המתקיימת בגבולות הטריטוריה הישראלית.

יונה (בת 39, 11 שנים בארצות הברית) היא נחקרת יוצאת דופן בהיותה מודעת ל"אשליה המסמאת" של מעורבות מרחוק באמצעות התותב התקשורתית:

התקשורת הישראלית חשובה לי מאוד. [...] לשמור אותי בעניינים. [...] אני מתגעגעת לתמונות, מראות וקולות. קשר חושי ומידי חשוב לי מאוד ביחס לארץ. זה נותן לי תחושת אשליה שאני מעורבת, שמסמאת ונותנת להרגיש קרוב. [...] צריכת החדשות עוזרת לי לא ללכת לאיבוד במרחב החדש שבו אני חיה. [...] כדי לשמר משהו שאני אוהבת וכדי להוכיח לעצמי שעזבתי לא תפיסתית.

אמנם יונה מתגוררת בארצות הברית למעלה מעשור, אך פעילותה כמארגנת ערבי ספרות ושירה במועדוני תרבות ישראליים⁷ מלמדת על שימור קפדני של זהותה הילידית, בדומה לוותיקים אחרים, שאמנם אינם מוכנים להתחייב ללוח זמנים מוגדר, ברם אינם מוותרים על רעיון השיבה.

"רגעים אינטימיים"

התקשורת הישראלית מהווה ערוץ לצריכה לא רק של חדשות ואקטואליה, אלא גם של ספרות, ספורט ובידור ואפילו רכילות על ידוענים: "חשוב לי להישאר מעודכן לא רק בחדשות. ככה אני מרגיש חלק מישראל" (אלעד, בן 37, שנתיים וחצי בארצות הברית). כלומר תחזוק הזהות הישראלית נעשה בעזרת חיבור הדוק לא רק לאקטואליה הפוליטית ובמיוחד להיבטים הביטחוניים,⁸ אלא גם באמצעות העדפה של ההיצע התרבותי הישראלי ולא של ההיצע המקומי. לדוגמה, רביב (בן 41, 18 שנים בארצות הברית) מבהיר מדוע הוא צורך בידור ישראלי, ומדבריו משתמע שההיצע המקומי איננו מספק:

[התקשורת הישראלית היא] כלי בידורי. חלק מהזהות. בתקשורת הישראלית יש הבנה בסיסית חזקה יותר. בלעדיה היה לי חלל גדול מדי.

גם תמר נוקטת את המונח "חלל", המסמן את החשש הקיומי מפני התנתקות מן ההווה הישראלית ואת איונו של חשש זה באמצעות צריכת תרבות ישראלית

ללא שובע. גם מדבריה עולה ההרגשה שהתרבות האמריקנית איננה מהווה חלופה נאותה לתרבות הישראלית:

[התקשורת הישראלית] עונה על חלל ענק, מהמובן הפרקטי של איזה ספר מוביל, מוזיקה, תרבות, רכילות, מי אמר מה, צריכת חדשות.

כמהגרים ששפת ארץ היעד איננה שגורה בפיהם כמו שפת אמם, וגם הדקויות של הקודים התרבותיים החדשים אינן נהירות להם דיין, צריכת התרבות מן המולדת נעשית גם ממניעים של נוחות פרגמטית: "זה חשוב לי גם ברמת הבידור והתרבות. השפה נוחה, התרבות מוכרת" (שלי, בת 47, עשרים שנה בארצות הברית). חמוטל (בת 40, ארבע שנים בארצות הברית) טוענת ש"אלה רגעים אינטימיים עם השפה והתרבות", משום שהם אינם מצריכים תהליכי חברות מחדש ותרבות מחדש. גרסא דינקותא מספקת את החמימות של הבית גם מרחוק. צריכת התרבות, ובעיקר הבידור – "להישאר מחוברת לתכניות הבידור שאני מכירה מהבית" (מלי, בת 36, שנתיים בארצות הברית) – איננה רק תוצר של העדפת תכנים בשפה העברית, אלא היא גם מהווה טקס סנטימנטלי, נוסטלגי ופטריוטי של הקפדה על חיבור רצוף לנעשה במולדת לקראת הביקור הקרב ובא, לקראת החזרה ארצה או לצורך שימור הזהות למען עצמם וצאצאיהם. זו הכרה מלאה שכדי להישאר ישראלים לא די לשלוט בפרטי החדשות, אלא יש גם להכיר את הדמויות בעונה הנוכחית של "ארץ נהדרת", יש לדעת אילו תערוכות מתקיימות בתל אביב, יש לזהות פרסומות, ויש לשלוט במונחים ובביטויים שחדרו לשפת היום-יום. טל (בת 34, שנתיים בארצות הברית) אפילו "בודקת המלצות לטיולים בארץ". לשון אחר, צריכת התרבות הישראלית הנה מנגנון נוסף לתחזוק הזהות הישראלית ולשימור ההרגשה כאילו לא הייתה כלל העתקת מקום המגורים. וכך אומרת סילביה (בת 38, תשע שנים בארצות הברית):

מוזיקה, כלי חיבור לישראל, בעיקר תרבותית. זה מרגיש כאילו אני בארץ. שייכות. מחובר אליי במקום הכי בסיסי ומרכזי כישראלית. בתור ישראלית יש צרכים שנובעים מהמרחק, והתקשורת מספקת לי אותם.

הרגשת השליטה בנכחי התרבות, ובעיקר הבידור הטלוויזיוני, הנה משמעותית בעיניהם. אנשים מתגאים בבקאות בפרטים וביכולת להפתיע את קרוביהם ואת חבריהם בישראל במידת השליטה שלהם במידע ובעדכניותו. חשוב לציין את תפקידם של אתרי אינטרנט המאפשרים צפייה בתכניות טלוויזיה כמעט בזמן אמת. למרואיינים חשובה ההרגשה שהם אינם שונים מן הנותרים בישראל או מנוכרים להם. לדידם, מקום מגוריהם הנוכחי הוא זמני, והוא איננו אמור להשליך

על מיצובם בחברה הישראלית. כך מסבירה יפה (בת 34, שמונה שנים בארצות הברית):

זה מאפשר לי להיות חלק, להיות מעודכנת, גם בצד התרבותי, לא רק חדשות. חשוב לי מאוד כשאני מבקרת לא להרגיש זרה. [...] אני שומעת מוזיקה ישראלית כל הזמן.

”מהתנתקות להתחברות”

בד בבד מתרחש תהליך פרדוקסלי: הצדקת החיים בנכר בזכות התקשורת מישראל, המהווה תותב זהותני. “בלי התקשורת הישראלית ושאר הדברים הישראליים, הייתי חוזרת מזמן לארץ. אני מאמינה שהחיים היו נראים אחרת בלי תקשורת ישראלית. [...] התקשורת מאפשרת לאנשים להישאר רחוקים”, מתוודה סילביה (בת 38, תשע שנים בארצות הברית). כל המרואיינים שבו והדגישו טענה זו. ממצא זה מפתיע בגלל הסתירה הפנימית הגלומה בכך שההגירה אפשרית דווקא משום שאיננה נתפסת כממשית ואיננה מחייבת התערות זהותנית בארץ היעד. היבוא של השגרה, של התרבות ושל ההווה הישראליות באמצעות התקשורת הישראלית מהווה אפוא מעין חומר סיכה המאפשר את המגורים בחו”ל ומקל את ייסורי הגלות מרצון. לשון אחר, התותב הזהותני, המתגלם בצריכת התקשורת מן המולדת, מחזק את השהות בנכר, כפי שטוען שלמה (בן 36, שש שנים בארצות הברית):

בלי זה [התקשורת הישראלית] היה לי קשה. אני מאמין שהיינו חוזרים מוקדם יותר בלי הסביבה הישראלית.

נחוץ להדגיש את תמימות הדעים בין המרואיינים בנוגע לפרדוקס ואת היותם לא מודעים לסתירה הפנימית בו: אילו אכן הייתה הזהות הישראלית כה חשובה, כפי שכולם מצהירים עליה ללא כחל וסרק, מדוע הם אינם חוזרים “הביתה”? שרון (בן 41, ארבע שנים בארצות הברית) מסביר:

הייתי חוזר קודם אם לא הייתה לי כל הישראליות, כולל התקשורת הישראלית. מאוד נוח להיות ישראלי כאן. יש המון קשר עם ישראל. אני מעודכן בכל דבר שקורה, הכול מעניין אותי.

הפרדוקס בולט במיוחד בטענה הרווחת שהמרואיינים היו מסיימים את השהות בארצות הברית מוקדם יותר ללא הקשר הרצוף וההדוק עם המולדת. הקשר המתווך דווקא הוא הנותן הצדקה או אשליה של הצדקה להמשך החיים בנכר.

התותב הזהותני מאפשר להמשיך את ההגירה, ולהפך: בלעדיו החזרה הביתה הייתה בלתי נמנעת. קטי (בת 52, חמש שנים וחצי בארצות הברית) אומרת: "חושבת שאם לא הייתי חוזרת, הייתי מתאמצת יותר לדעת מה קורה [בישראל]". כלומר דווקא מי שסבורה שבעתיד תישאר כאן מחזקת את הקשר עם ישראל, פן תזהם כביכול את זהותה בתרבות המקומית. שרה (בת 42, ארבע שנים בארצות הברית) מסכימה:

אם לא הייתה לי תקשורת ישראלית נגישה, זה היה מטריד וקשה. היה מקצר את השהות. לא חושבת שהייתי צורכת פחות אם הייתי יודעת שאני לא חוזרת.

אף שבולטותה של התקשורת הישראלית בחיי הקבוצה שנדגמה ניכרת בכל קבוצות המשנה שלה, ניתוח דפוסי החשיפה כפונקציה של משך השהות בארצות הברית מגלה הבדלים בין ותיקים ובין חברים חדשים. בהתייחס לשאלה בדבר משקלה היחסי של התקשורת הישראלית בסל צריכת התקשורת בחרו כחמישית מן החדשים (עד ארבע שנות הגירה) באפשרות 100%. אפשר להסביר זאת, לפחות בחלק מהמקרים, בקשיי שפה, בהיכרות מוגבלת עם החברה ועם התרבות האמריקניות ובנטייה לשמר הרגלי צריכת תקשורת מארץ המוצא. מבין הנחקרים הוותיקים יותר (חמש-תשע שנות הגירה) לא בחר איש בתשובה זו. בקרב הוותיקים ביותר (עשור ומעלה) דווקא – אלה שקשיי השפה והזרות אינם אמורים להיות עוד מנת חלקם – העידו כרבע שהם נחשפים אך ורק לתקשורת מישראל. ממצא נוסף מתייחס לנתוני הצפייה בערוץ הישראלי. בקבוצת החברים החדשים דיווחו 12% על צפייה בשידורי הערוץ. בקבוצת הביניים עומד מספר הצופים על 21%, ואילו בקרב קבוצת הוותיקים עולה שיעור הצופים באופן ניכר ומשמעותי (44% מהם נוהגים לצפות בערוץ). מאחר שקליטת הערוץ כרוכה בתשלום, אפשר לראות בהתחברות אליו וכצפייה בו ביטוי של מוטיבציה להיחשף לתקשורת ישראלית, בוודאי בהשוואה לאתרי אינטרנט, שהגלישה בהם אינה מצריכה תשלום ומחויבות.

גד (בן 42, שלוש שנים בארצות הברית) מדגיש את ההתפלגות בין המהגרים הוותיקים ובין אלו שזה מקרוב הגיעו; הראשונים מחזקים את הקשר עם המולדת בעזרת התקשורת, לעומת האחרונים הנוטים לצרוך פחות ממנה:

עבור הוותיקים הערוץ הישראלי הוא מרכיב חשוב. מי שבא לתקופה קצרה רוצה קצת להתנתק, בטוחים בזהות שלהם. הוותיקים מחוברים מאוד.

צפירה, בת זוגו, מאשרת:

הוותיקים צופים בערוץ הישראלי. צריכים מאוד את התקשורת. שולטים, נמצאים בעניינים יותר מהחדשים, שולטים בכל הפרטים.

עדנה (בת 41, עשר שנים וחצי בארצות הברית) מוסיפה:

בהתחלה צרכנו פחות, וזה עלה. מהתנתקות להתחברות אחרי כמה שנים.

את העלייה בצריכת התקשורת הישראלית אפשר להסביר בשאיפה לא להכות שורשים ובחשש פן זהותם הילידית תתערער. המהגרים החדשים עדיין אינם מרגישים את כאבי הגעגועים ואת תחושת האבדן הקיומי, המתעצמים ככל שהשהות בארצות הברית מתארכת. לפיכך אלו נוטים לצרוך פחות תקשורת ישראלית וזקוקים לה פחות. דהיינו אילו אפשר היה לצפות שבחלוף הזמן תהיה הקלה בכאב הנובע מן הפרדה מן המולדת, מתברר שההפך הוא הנכון: הגעגועים ואי-הביטחון הקיומי גוברים ככל שעובר הזמן. התקשורת הישראלית מהווה מקור לנחמה ולהקלת הכאב, והיא מעניקה מזור מה לחרדות הקיומיות. לשון אחר, למרות שהנסיבות האובייקטיביות מצביעות על ההגירה כמוחשית וכבלתי ניתנת לערעור (מעצם העובדה שחלף זמן ארוך למדי מאז עזבו את ישראל), המהגרים מפעילים מנגנוני הכחשה והשכחה: הם משקעים את עצמם ביתר שאת בתרבות הישראלית, ובאותה עת הם גם תושביה של ארץ היעד.

אלו שזהותם הילידית מתערערת עם השנים נדרשים לצריכת תקשורת ישראלית מוגברת: הן בעבור עצמם, הן בעבור ילדיהם המתרחקים מהוויה הישראלית, הן בעבור האנשים בישראל, שספקנותם ביחס לסיכויי החזרה שלהם מתגברת עם השנים, כפי שטוענת גליה (בת 46, שנתיים בארצות הברית):

אני משתמשת בתקשורת כדי להקל על רגשות אשם, להזכיר לי ולכולם שזה זמני, ומיד חוזרים.

הפגנת עניין במתרחש לצד בקיאות בפרטי המציאות היומיומית בישראל משמשות אמצעי להוכחת הדבקות בישראל ולרצינות הכוונות לשוב אליה ביום מן הימים. יונה (בת 39, 11 שנים בארצות הברית) מוסיפה ממד דרמטי לסוגיה:

חשוב לי להיות ישראלית, להוכיח לעצמי שלא שכחתי, שלא נטשתי. חשוב לי בהתנהלות היומיומית לשמור על רצף של עדכון [...] היום אני חייבת לדעת מה קורה שם. זו מחויבותי כאדם, כאישה, כישראלית. מחויבותי לאבות אבותיי. בהתחלה צרכתי הרבה פחות.

מי שהרגישו שזהותם הילידית חזקה ובלתי מעורערת, ושמועד החזרה למולדת הנו קצוב או ברור להם מראש (גם אם זה לא מה שיקרה בפועל), מעדיפים להתנתק מן התקשורת הישראלית, הנתפסת כחונקת או טורדנית (למעט בדיקת כותרות מהירה באתרי האינטרנט, מעין טקס יומיומי לוודא את המשך קיומה של המולדת),⁹ כפי שטוענת נינה (בת 36, שנתיים בארצות הברית):

[התקשורת הישראלית] משמעותית מאוד בארץ. פה אני מרגישה צורך להתנתק ממנה, להתחבר ליום-יום באמריקה. התקשורת שייכת לחיי בישראל, פחות מחוברת כאן. צורכת פחות תקשורת באופן כללי, אבל אם לא הייתה לי בכלל תקשורת ישראלית הייתי נלחצת. ככה אני יודעת שאם יקרה משהו, יהיה ynet.

לצד הנוקטים את הטענה הרווחת שצריכת התקשורת הישראלית נועדה להצדיק את שהייתם הארוכה של המהגרים, ושהיא מתחזקת עם השנים, יש הטוענים שהצריכה מתגברת עם ההכנות לקראת החזרה לישראל דווקא, כדרך להתכונן לצפוי וכדי להימנע מ"הלם תרבותי". גברי (בן 41, שלוש שנים בארצות הברית) מצהיר שהוא "תמיד מוכן למצב שבו נחזור לארץ", בדומה לאחרים הנמצאים ב"כוננות" לקראת השיבה. גם אם החזרה איננה יוצאת אל הפועל אלא נותרת בגדר תכנית ערטילאית שמימושה מעורפל וזמנה בלתי קצוב, עצם צריכת התקשורת הישראלית נותנת תוקף לתכניות השיבה. ההתעדכנות הבלתי פוסקת בשגרה הישראלית מהווה חלק מן ההכנות לשיבה הממשמשת אך מתמהמהת לבוא. אי לכך, צריכת התקשורת הישראלית איננה רק בבחינת שמירה על קשר, אלא היא גם מחזקת את הרגשת הארעיות מעצם תפיסתה כחלק הכרחי מן ההכנות לחזרה למולדת. ההגירה היא זמנית, ובכל רגע היא אמורה להסתיים, ומכאן הצורך הדחוף "להישאר בעניינים"; כפי שטוענת מינה (13 שנים בארצות הברית): "כולם עם חצי רגל בדרך חזרה". גם אם ההגירה היא בבחינת מעשה מוגמר, ניכרת אי-השלמה עם המעשה, ולכן שמירה על הקשר עם ישראל באמצעות התקשורת מאפשרת לתפוס את החזרה כבת ביצוע לאלתר.

תותב זהותני: סיכום

הישראלים המתגוררים בניו ג'רזי מהווים קהילה טרנס-לאומית, שבה המרחב החברתי מתקיים מעבר למרחב הגאוגרפי שבו מכוננת מדינת הלאום הישראלית. בדומה לתנועות הגירה עולמיות אחרות בעשרות השנים האחרונות, גם הישראלים אינם תופסים את מקום מגוריהם כ"הרחבה" גרדא של מולדתם, והם אף אינם

מתקיימים במרחב נטול זהות לאומית, אלא הם מקיימים משאים ומתנים מתמשכים ומגוונים בין המרחבים החברתיים והגאוגרפיים ה"נמתחים" לכאורה מעבר לים (אליאס וזלצר-שורר, 2007; Pries, 1999; Christiansen, 2004). אפשר לכנותם "טרנס-מהגרים", ששגרת חייהם וזהותם נובעות מאינטראקציה הדוקה בין שני מרחבים גאוגרפיים וחברתיים. למרות שמקום מגוריהם הקבוע נמצא במדינה אחת, מדינת המוצא שלהם עדיין נתפסת כמולדתם לכל עניין ודבר (Basch, Glick-) (Schiller & Szanton-Blanc, 1994). הם אמנם משולבים בחיי היום-יום האמריקני – הם עובדים ומתפרנסים בארצות הברית, ולכן קשורים באופן מוחשי למוסדות מקומיים – אך באותה עת הם מקיימים קשר רצוף, הדוק ומשמעותי עם ישראל. הקשר הזה הוא הבסיס האיתן, ואפילו הברור מאליו, של זהותם. אפשר להצביע על מימוש מובהק של מה שמכונה (Appadurai, 1991) deterritorialized world, (p. 196), דהיינו "נוף" של זהות קבוצתית שאיננה מותנית בטריטוריה מוגדרת והומוגנית המתוחמת במונחים פיזיים בלבד ואיננה כבולה אליה.

המשתתפים במחקר זה דומים לאוכלוסיות נוספות ששיעוריהן הולכים וגדלים בעידן הנוכחי והמפרקות, בזכות קשריהן הבו-זמניים עם שתי מדינות לאום, את המיתוס המודרני בדבר מדינת לאום שבה מתגורר עם יחיד בטריטוריה מוגדרת (Glick-Schiller, Basch & Szanton-Blanc, 1999). הטכנולוגיות התקשורתיות חוצות הגבולות העכשוויות מאפשרות למהגרים טרנס-לאומיים לטפח ולחזק את הקשרים ההדוקים, הרצופים והמידיים עם המולדת; אך אין הן מקורם או סיבתם של קשרים אלו (Elias & Lemish, forthcoming). בכל מקרה, אמצעי תקשורת אלו תורמים לשימור הזהות הילידית, גם ואפילו לנוכח המציאות המוצקה של המגורים בארץ אחרת (Georgiou, 2006).

המחקר הנוכחי מלמד שצריכת התקשורת הישראלית מהווה תותב זהותני. היא משמרת ומטפחת את ההזדהות עם ההווה הישראלית ואת השייכות אליה. היא מאפשרת לקיים הרגשת רציפות, המשכיות וביטחון, כאילו לא היה כלל מעשה ההגירה, כאילו המרחק חסר משמעות במובנים הסמליים, הרגשיים והקיומיים. רובם המכריע של הנחקרים מתכחשים לתפיסת חייהם בארצות הברית במונחי הגירה ומסרבים באופן כמעט גורף לתייג מחדש את עצמם (למשל, באמצעות כינון זהות בת כלאיים). הם ממשיכים לחיות בהרגשת ארעיות; הרגשת פסק זמן בלבד של שהות זמנית רגע קט לפני שישובו למכורתם. זמניות קבועה זו מחזקת את העולה ממחקרים רבים (פלומן, 2007; צבר בן-יהושע, 1996; Kass & Lipset, 1982; Shokeid, 1998; Uriely, 1998), שאישו את תפיסת ההגירה כבת חלוף וכנטולת השלכות זהותניות בקרב ישראלים שהיגרו לארצות הברית, בדומה למהגרי העבודה הסיניים בתחילת המאה העשרים (Siu, 1952).

גולד (Gold, 2002) חולק על הטוענים טענות אלו. לדעתו, כיום אין לראות עוד בישראלים המתגוררים בארצות שונות קהילה זמנית, והשהות בהן איננה נתפסת עוד ככת חלוף. לדבריו, יש ניצנים של התארגנויות חברתיות ופוליטיות ורשתות עסקיות המבוססות על הרגשת גורל משותף ועל רצון לחזק את הקשרים בינם לבין עצמם, ושכאמצעותן אפשר לקיים אורח חיים בשפה העברית בלבד. במוקד הפעילויות הללו נמצא הרצון לחזק את הרגשת הישראליות במישורים החברתי (למשל באמצעות התרועעות בלעדית עם ישראלים אחרים), התרבותי (לדוגמה בעזרת צריכת תקשורת בעברית או הקמת מועדוני ספרות) והמוחשי (כגון ביצוע עסקאות מסחריות רק עם ישראלים). נובע מכך שגם אם מגמות האתניזציה וההתמסדות שמצביע עליהן גולד משתרשות, המהגר הישראלי נותר מעוגן לחלוטין בהקשר ישראלי.

צריכת התקשורת הישראלית מאפשרת לטפח את הרגשת הארעיות או את כינונו של "אי" ישראלי בארץ היעד. דרך זו של צריכת תקשורת מאפשרת את המשך החיים בנכר, לא פחות, אם לא יותר, משהיא מעודדת חזרה מהירה למולדת. אנשים חיים בהרגשה שבזכות השליטה בפרטי החיים בישראל אפשר יהיה בכל רגע לשוב ולהשתלב בה בקלות ובמהירות. למרות שהמרואינים מקיפים את עצמם בסממנים ישראליים, מתעצמת השהיית החזרה, שכן באופן הזה אפשר ליהנות משני העולמות: להמשיך ולהתקיים כישראלים בלי לוותר על יתרונות החיים בארצות הברית. מצטייר כאן פרדוקס: מצד אחד צריכת התקשורת הישראלית מאפשרת את המשך ההגירה, משום שהיא מייצרת אשליה שהמהגר עדיין חי במרחב הישראלי, ומצד אחר היא מספקת חומרים סמליים האמורים לסייע בסיום ההגירה לאלתר.

צריכת התקשורת הישראלית מרככת את רגשות האשם ונקיפות המצפון הנגרמים מן החיים הנוחים הרחק מישראל מרובת הצרות. במקום לחזור ולקחת חלק בנטל, לסבול יחד עם הקרובים והאהובים, כאילו זה מה שכל ישראלי נאמן חייב לעשות, צורכים תקשורת במינונים גבוהים, מגלים בקיאות בפרטים הקטנים, מתרגזים, נעצבים, שמחים, ובכל מקרה מגלים הזדהות עם המדינה ועם אזרחיה שנותרו מאחור. תופעה זו מהווה היבט משלים של התותב הזהותני, מפני שהתקשורת מאפשרת למהגרים להיות שותפים לגורל, גם אם זו שותפות מרחוק שאין לה מימוש מוחשי: אחרי הכול, המתרחש בישראל איננו באמת משפיע על המתגורר מחוץ לתחומה.

היקפי צריכת התקשורת הישראלית גדלים ככל שעובר הזמן, ככל שהזהות הילידית מתחילה להתערער, ותאריך השיבה לישראל נעשה ערטילאי יותר ויותר. פרק הזמן הראשוני של ההגירה מאופיין בהתנתקות מן המולדת. התנתקות זו מהווה מנגנון הגנה פסיכולוגי, המסייע למהגר בתחילת דרכו להתמודד עם

משימות מורכבות וחדשות ללא צורך להתמודד עם העומס הרגשי המלווה את מעשה ההגירה (Grinberg & Grinberg, 1984; Tartakovsky, 2009). ככל שחולף הזמן והמהגרים מתמקמים בארצם החדשה, הם מתחברים יותר ויותר למולדת כחלק מן החיבור לעולם הפנימי שהתנתקו ממנו, כעין המחשבה הזו: כעת, לאחר שיש לי דירה, עבודה ובית ספר לילדים, אפשר להתפנות ולחשוב גם למה אני מתגעגע, ומה כואב לי. החיבור המתעצם לישראל מבטא גם את הרגשות האבדן על שעזבו אותה.

מנגד ניצבים אלו שזה מקרוב הגיעו לארצות הברית, והם משוכנעים שמועד חזרתם "הביתה" לישראל חתום וברור. הללו נוטים פעמים רבות להתרחק מתקשורת ישראלית. זהותם מוצקה ונטולת ספקות, והם מונעים בהרגשה שזוהי הזדמנות לברוח ולהתנתק, להינפש וליהנות מן ההיצע התרבותי המקומי בטרם ישובו לחיים האינטנסיביים ולדפוסי צריכת החדשות הדחוסים והדוחסים בישראל. בקרב קבוצה זו יש מי שבוחרים להתנתק גם מתכנים בידוריים ישראלים, בניסיון למצות עד תום את החוויה האמריקנית, ואחרים בוחרים להימנע רק מצריכת תכנים חדשתיים – אם כי גם רובם יקפידו על בדיקת כותרות מרפרפת – וממשיכים לקיים את הרגלי צריכת תכניות הבידור והתרבות המוכרות.

לסיכום, ראינו כיצד ומדוע ישראלים המתגוררים בארצות הברית פרקי זמן שונים וממניעים מגוונים מקפידים לצרוך תקשורת ישראלית במינון גבוה במיוחד יחסית לצריכה הזניחה של תקשורת מקומית. תופעה זו מנוגדת לקשרי תקשורת-הגירה אחרים, שבהם צריכת תקשורת מן המולדת איננה בהכרח מלמדת על ניתוק מן החברה הקולטת. בעזרת התקשורת מן המולדת מכוננים מהגרים אחרים – כמו עולים חדשים מחבר העמים (אליאס, 2005; Adoni, Caspi & Cohen, 2006) – זהות חדשה בת כלאים, המתיימרת לשלב בה גם רכיבים מקומיים כדי להתערות בחברת היעד. בעבור הישראלים בניו ג'רזי התקשורת הישראלית מהווה אמצעי לשיכוך הגעגועים למולדת, לתחזוק הזהות, לשימור הרגשת הרציפות והקשר עם המציאות הישראלית ולהשלמת פערי מידע לקראת מועד השיבה, גם אם זו איננה יוצאת אל הפועל. בעשותם זאת פועלים הנחקרים כשלנגד עיניהם קבוצות ייחוס שונות: חברים ובני משפחה מישראל, מהגרים ישראלים אחרים, ילדיהם ובני זוגם וכן תפיסת העצמי שלהם כישראלים.

דומה שמשום שהיא קלה לביצוע בזכות עזרים טכנולוגיים עכשוויים, צריכת התקשורת הישראלית מייתרת את הקמתם של מוסדות תקשורת מרחבונית, דהיינו תקשורת הנוצרת בידי המהגרים למען עצמם ועל אודות עצמם (קמה, 2008; Cunningham, 2001; Riggins, 1992). ואם כבר נוסדו ("למשל", "ישראל שלנו"), אורך חייהם קצר למדי¹⁰ (Meyers, 2001). עובדה זו מעוררת תמיהה בהינתן

הפריחה והשגשוג של עיתונות אתנית בעולם בכלל ובארצות הברית בפרט (Johnson, 2010). לבדיקת תופעה זו וסיבותיה נחוץ מחקר נוסף.

הערות

- 1 אין אומדן רשמי או מידע מסודר. הניסיון להגיע לנתונים באמצעות הקונסוליה הישראלית, ארגוניים דתיים, JCC ואנשי "ידיעות אמריקה" ו"הערוץ הישראלי" היה לשווא. המספרים דלעיל נגזרו בעקבות סיעור מוחות עם נציגי הגורמים הללו בהתבסס על מספר הילדים הישראליים בבתי ספר, על מספר הרשומים בארגונים וכיוצא בזה.
- 2 סכום זה נחשב גבוה באזורים אחרים של ארצות הברית, אך בשל יוקר המחיה בצפון ניו ג'רזי הוגדר כבינוני.
- 3 המילה "יורד" הושמעה לעתים רחוקות בראיונות, וכאשר ננקטה, היו אלו המתגוררים בארצות הברית 15-20 שנים שהשתמשו בה. בכל אופן, הם ציינו שכבר אין מתייחסים אליהם כמו בעבר ("נפולת של נמושות"), ושטייגמת ה"יורד" כבר אינה כה קשה. יחד עם זאת, איש מהם לא הגדיר עצמו "יורד".
- 4 כל השמות בדויים.
- 5 גם אוריאל (Uriely, 1998) מצא ש-82% מן המהגרים מן המעמד הגבוה מסווגים כ"שוהים קבועים". הם מתגוררים בארצות הברית פרקי זמן ארוכים ואוחזים בתכניות ערטילאיות ובלתי מחייבות לגבי החזרה ארצה.
- 6 מכשיר הטלוויזיה מרכזי גם בביתם של מהגרים אסייתיים וערביים באירופה (Christiansen, 2004; Gillespie, 1995).
- 7 חברי הקהילה יוזמים פעילויות תרבותיות בעברית לא רק משום שהם מבקשים לתחזק את זהותם, אלא גם משום שאינם נוטים לנטול חלק בפעילויות דומות מחוץ לקהילה (פלומן, 2007).
- 8 הצורך במידע על אודות המצב הביטחוני חיוני, והוא נובע מן החרדה לנשאים בישראל ולמדינה כולה, כפי שמסבירה קטי: "אני צריכה את התקשורת כדי להירגע, לדעת שהשמים לא נפלר".
- 9 על השימוש התכוף באינטרנט הצביעה הודיה (בת 38, שמונה שנים בארצות הברית): "ynet, אני קמה אליו, לא יכולה בלעדיו. בודקת כמה פעמים ביום. [...] רוצה לדעת מה קורה". ברוך (בן 57, שנתיים בארצות הברית) הוסיף: "אני ו-ynet מחוברים לנצח".
- 10 באוסטרליה המצב שונה, ותחנת רדיו אתנית משדרת בקביעות תכניות הנוצרות בידי ישראלים (Cohen, 2008).

רשימת המקורות

- אליאס, נ' (2005), שימושי תקשורת כאסטרטגיית השתלבות: המקרה של מהגרים מחבר העמים בישראל, תל אביב: אוניברסיטת תל-אביב, מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה.
- אליאס, נ' וזלצר-שורר, מ' (2007), מטריושקה.קום: יצירת זהות טראנס-לאומית של מהגרים מחבר העמים באמצעות רשת האינטרנט, תל אביב: אוניברסיטת תל-אביב, מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה.
- אנדרסון, ב' (1983/2000), קהילות מדומיינות: הגיגים על מקורות הלאומיות ועל התפשטותה, תרגום: ד' דאור, תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, ד' ואליאס, נ' (2000), להיות כאן ולהרגיש שם: על התקשורת בשפה הרוסית בישראל, סוציולוגיה ישראלית, (2), 415-455.
- פלומן, ר' (2007), ארעיים וקבועים: הקהילה הישראלית באזור מפרץ סן-פרנסיסקו, ירושלים: כרמל.
- צבר בן-יהושע, נ' (1996), קיבוץ L.A., תל אביב: עם עובד.
- קמה, ע' (2008), ללא חדר משלהן: מעורבותן של מהגרות-עבודה פיליפיניות בכתב עת בן כלאים, מסגרות מדיה, 2, 25-49.

- Adoni, H., Caspi, D., & Cohen, A. A. (2006). *Media, minorities, and hybrid identities: The Arab and Russian immigrant communities in Israel*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Ang, I. (2003). Together-in-difference: Beyond Diaspora, into hybridity. *Asian Studies Review*, 27(2), 141-154.
- Appadurai, A. (1991). Global ethnoscaples: Notes and queries for transnational anthropology. In R. Fox (Ed.), *Recapturing anthropology*. Santa Fe, NM: School of American Research Press, pp. 191-210.
- Basch, L., Glick-Schiller, N., & Szanton-Blanc, C. (1994). *Nations unbound: Transnational projects and the deterritorialized nation-state*. New York: Gordon & Breach.
- Caspi, D., Adoni, H., Cohen, A. A., & Elias, N. (2002). The red and the white and the blue: The Russian media in Israel. *Gazette*, 64(6), 551-570.
- Christiansen, C. C. (2004). News media consumption among immigrants in Europe: The relevance of Diaspora. *Ethnicities*, 4(2), 185-207.

- Cohen, E. (2008). "We are staying in our country — Here": Israeli mediascapes in Melbourne. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34(6), 1003-1019.
- Cohen, R. (1997). *Global Diasporas*. Seattle, WA: University of Washington Press.
- Cunningham, S. (2001). Popular media as public "sphericules" for Diasporic communities. *International Journal of Cultural Studies*, 4(3), 131-147.
- Dayan, D. (1998). Particularistic media and Diasporic communications. In T. Liebes & J. Curran (Eds.), *Media, ritual and identity*. London: Routledge, pp. 103-113.
- Elias, N. & Lemish, D. (forthcoming). Between three worlds: Host, homeland, and global media in the lives of Russian immigrant families in Israel and Germany. *Journal of Family Issues*.
- Fogt, A. & Sandvik, M. (2008). "We represent a potential, not a problem": Young people's media use in Diaspora. *Nordicom Review*, 29(1), 111-131.
- Georgiou, M. (2001). Crossing the boundaries of the ethnic home: Media consumption and ethnic identity construction in the public space: The case of Cypriot community center in north London. *Gazette*, 63(4), 311-329.
- Georgiou, M. (2006). *Diaspora, identity and the media: Diasporic transnationalism and mediated spatialities*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Gillespie, M. (1995). *Television, ethnicity and cultural change*. London and New York: Routledge.
- Glick-Schiller, N., Basch, L., & Szanton-Blanc, C. (1999). From immigrant to transmigrant: Theorizing transnational migration. In L. Pries (Ed.), *Migration and transnational spaces*. Hants: Ashgate, pp. 73-105.
- Gold, J. S. (2002). *The Israeli Diaspora*. London and New York: Routledge.
- Grinberg, L. & Grinberg, R. (1984). A psychoanalytic study of migration: Its normal and pathological aspect. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 32, 13-38.
- Hall, S. (1993). Culture, community, nation. *Cultural Studies*, 7(3), 349-363.
- Hargreaves, A. G. & Mahdjoub, M. (1997). Satellite television viewing among ethnic minorities in France. *European Journal of Communication*, 12(4), 459-477.
- Helland, C. (2007). Diaspora on the electronic frontier: Developing virtual connections with sacred homelands. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12, 956-975.

- Hepp, A. (2006). Communicative mobility and networks of Diaspora or: To what extent do digital media make new methodologies of media and minority research necessary? Paper presented at *The 58th Annual ICA Conference*, Montreal.
- Hiller, H. H. & Franz, T. M. (2004). New ties, old ties and lost ties: The use of the Internet in Diaspora. *New Media & Society*, 6(6), 731-752.
- Hwang, B. H. & He, Z. (1999). Media uses and acculturation among Chinese immigrants in the USA: A uses and gratifications approach. *Gazette*, 61(1), 5-22.
- Johnson, J. A. (2010). Incorporating self-categorization concepts into ethnic media research. *Communication Theory*, 20(1), 106-125.
- Karim, H. K. (1998). *From ethnic media to global media: Transnational communication networks among Diasporic communities*. Retrieved August 26, 2010 from <http://www.transcomm.ox.ac.uk/working%20papers/karim.pdf>
- Kama, A. (2008). Labor migrants' self-empowerment via participation in a Diasporic magazine: Filipinos at *Manila-Tel Aviv*. *Asian Journal of Communication*, 18(3), 223-238.
- Kass, D. & Lipset, S. M. (1982). Jewish immigration to the United States from 1967 to the present: Israeli and others. In M. Sklare (Ed.), *Understanding American Jewry*. New Brunswick, NJ: Transaction Books, pp. 272-294.
- Kearney, M. H., Murphy, S., & Rosenbaum, M. (1994). Mothering on Crack Cocaine: A grounded theory analysis. *Social Science and Medicine*, 38(2), 351-361.
- Keshishian, F. (2000). Acculturation, communication, and the US mass media: The experience of an Iranian immigrant. *Howard Journal of Communications*, 11(2), 93-106.
- Kraidy, M. M. (2002). Hybridity in cultural globalization. *Communication Theory*, 12(3), 316-339.
- Landsberg, A. (2004). *Prosthetic memory: The transformation of American remembrance in the age of mass culture*. New York: Columbia University Press.
- Melkote, S. R. & Liu, D. (2000). The role of the Internet in forging a pluralistic integration: A study of Chinese intellectuals in the United States. *Gazette*, 62(2), 495-504.

- Meyers, O. (2001). A home away from home? *Israel Shelanu* and the self-perceptions of Israeli migrants. *Israel Studies*, 6(3), 71-90.
- Mitra, A. (1997). Diasporic web sites: Ingroup and outgroup discourse. *Critical Studies in Mass Communication*, 14(2), 158-181.
- Nelson, J. (1989). Phenomenology as feminist methodology: Explicating interviews. In K. Carter & C. Spitzack (Eds.), *Doing research on women's communication: Perspectives on theory and method*. Norwood, NJ: Ablex, pp. 221-241.
- Nossek, H. & Adoni, H. (1996). The social implications of cable television: Restructuring connections with self and social groups. *International Journal of Public Opinion Research*, 8(1), 51-69.
- Orbe, M. P. (1998). *Constructing co-cultural theory: An explication of culture, power, and communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pries, L. (1999). New migration in transnational spaces. In L. Pries (Ed.), *Migration and transnational spaces*. Hants: Ashgate, pp. 1-35.
- Reece, D. & Palmgreen, P. (2000). Need for acculturation and media use motives among Indian sojourners in the US. *International Journal of Intercultural Relations*, 24(6), 807-824.
- Riggins, S. H. (Ed.) (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*. Newsbury Park, CA: Sage.
- Shokeid, M. (1988). *Children of circumstances: Israeli emigrants in New York*. Ithaca: Cornell University Press.
- Shokeid, M. (1998). One-night stand ethnicity: The malaise of Israeli-Americans. In E. Leshem & J. T. Shuval (Eds.), *Immigration to Israel: Sociological perspectives*. New Brunswick: Transaction, pp. 502-524.
- Silverstone, R. (2001). Finding a voice: Minorities, media and the global commons. *Emergences*, 11(1), 13-27.
- Siu, P. C. P. (1952). The sojourner. *American Journal of Sociology*, 58, 34-44.
- Sreberny, A. (2005). "Not only, but also": Mixedness and media. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(3), 443-459.
- Strauss, A. L. & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1994). Grounded theory methodology: An overview. In N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 273-285.

- Tartakovsky, E. (2009). The psychological well-being of unaccompanied minors: A longitudinal study of adolescents immigrating from Russia and Ukraine to Israel without parents. *Journal of Research on Adolescence*, 19(2), 177-204.
- Thompson, K. (2002). Border crossing and Diasporic identities: Media use and leisure practices of and ethnic minority. *Qualitative Sociology*, 25(3), 409-418.
- Tsagarousianou, R. (2004). Rethinking the concept of Diaspora: Mobility, connectivity and communication in a globalised world. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 1(1), 52-66.
- Uriely, N. (1998). Rhetorical ethnicity of permanent sojourners: The case of Israeli immigrants in the Chicago area. In E. Leshem & J. T. Shuval (Eds.), *Immigration to Israel: Sociological perspectives*. New Brunswick: Transaction, pp. 525-542.
- van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for action sensitive pedagogy*. Ontario: State University of New York Press.