

מאמר מקורי

העיתונות המקומית בישראל 2013: קווים לדמותה

עידית מנוסביץ ואזי לב-און*

תקציר

העיתונות המקומית ממלאת תפקידים שונים מאלה של העיתונות הארצית, ובכך היא משמשת מרכיב חשוב ומשלים במפת התקשורת במרחב הציבורי. סקרי מדיה לאורך השנים מלמדים כי ציבור גדול באוכלוסייה צורך עיתונות מקומית בקביעות. עם זאת, מאז מחקרו פוריץ הדרך של דן כספי על העיתונות המקומית בישראל (Caspi, 1986), נותרו המקומונים בישראל נושא עלום מבחינה מחקרית. מחקר זה נועד לתרום לגישור הפער המחקרי בתחום העיתונות המקומית בישראל. הסתמכנו על נתוני חברת יפעת מידע תקשורת, מרכז אעלאם לתקשורת, ועל נתונים שאספנו ממקורות נוספים. אנו מסרטטים מיפוי מפורט של המקומונים בישראל על פי כמה חתכים. הניתוח כולל דיון במבנה הבעלות בשוק המקומונים, בהשפעת האינטרנט על המקומונים ובעיתונות המקומית במגזרים השונים בישראל. בסיום המאמר אנו מציגים דיון במגמות ההתפתחות של העיתונות המקומית בישראל לנוכח המשבר הפוקד את העיתונות מחד גיסא, והתבססותה של העיתונות המקוונת מאידך גיסא.

* ד"ר עידית מנוסביץ היא מרצה בבית הספר לתקשורת במכללה האקדמית נתניה. ד"ר אזי לב-און הוא מרצה בכיר בבית הספר לתקשורת, באוניברסיטת אריאל.

מבוא

במחקריו החלוציים סקר דן כספי (1980; Caspi, 1986) את צמיחתה של העיתונות המקומית בישראל, והתחקה אחר גלגוליה והתפתחותה מן הפריפריה אל המרכז.¹ מאז מחקרו חלפו כמעט שלושה עשורים, והמקומונים, למרות מרכזיותם במפת התקשורת הישראלית, נותרו נושא כמעט עלום מבחינה מחקרית. מחקר זה נועד לתרום לגישור על הפער המחקרי ולמפות את העיתונות המקומית בישראל. נכללים בו גם ניתוח הבעלויות בשוק המקומונים, והמאפיינים של העיתונות המקומית המקוונת ושל העיתונות המקומית במגזרים הדתי־חרדי, הרוסי והערבי. אנו בוחנים את השינויים שחלו במפת העיתונות המקומית בישראל בעשורים האחרונים, ודנים במגמות ההתפתחות של העיתונות המקומית בישראל לנוכח המשבר הפוקד את העיתונות מחד גיסא לצד התבססותה של העיתונות המקוונת מאידך גיסא.

העיתונות המקומית ותפקידיה במרחב הציבורי

העיתונות המקומית משמשת מקור מידע מרכזי לאזרחים רבים על ענייני השעה באזור מגוריהם (Franklin, 1998). סקרי מדיה בישראל מלמדים כי בשנות התשעים מרבית האוכלוסייה בישראל צרכה לפחות מקומון אחד בשבוע ואף יותר (כספי, 1998). לפי נתוני סקר TGI משנת 2012, 34.4 אחוז מהישראלים דיווחו כי הם קוראים את העיתון המקומי בקביעות, ו־21.9 אחוז השיבו כי הם מחפשים "מציאות והוולות" קודם כול בעיתון המקומי. קריאת מקומונים רווחת בכל רוחב הקשת הסוציו־כלכלית ובכל אזורי הארץ, ובמיוחד בקרב האוכלוסייה המבוגרת. 50.9 מבני 65 ומעלה מדווחים על קריאת מקומונים בקביעות, לעומת 24.7 אחוז בלבד בקרב בני 18-24.² ממצא זה מתאים למחקרים בארצות הברית, המסבירים כי מבוגרים חשים שייכות לאזור מגוריהם ולכן צורכים יותר עיתונות מקומית מצעירים (Stamm, 1985).

אמצעי תקשורת מקומיים ממלאים ייעודים שונים מאלה של העיתונות הארצית, ובכך הם מרכיב חשוב ומשלים במפת התקשורת הכוללת במרחב הציבורי. ראשית, העיתונות המקומית משמשת ספק מידע לתושבים בהקשר המקומי בענייני פוליטיקה, כלכלה, חינוך, תרבות, תחבורה ותשתיות וכדומה. נושאים אלה עשויים להיות מרכזיים בחיי היום־יום של הציבור המקומי, אך חסרי ערך חדשותי לעיתונות המרכזית עקב קהל היעד המצומצם המתעניין בהם. ואמנם, קיזל ופירשטיין (2011, עמ' 86) מצאו כי אף שהעיתונות המקומית

פועלת "בצל המרכז" ומספקת סיקור לנושאים העומדים בראש סדר היום בעיתונות הארצית, ניכרת בה "זיקה מקומית מובהקת" הן בהקשר המקומי שבו מוצגות חדשות האקטואליה, והן במקום הבולט המוקצה לחדשות מקומיות. לאור זאת פוליטיקאים מקומיים, יותר מאשר הציבור, מעריכים את המקומון ככלי רב השפעה הן כזירה לחשיפת פועלם לציבור הן כמקור מידע המסייע בהבנת אינטרסים מקומיים והעדפות הציבור (נבון, 2001; לימור ופרי, 2005). חשיבותם של אמצעי תקשורת מקומיים כספקי מידע ניכרת במיוחד בשעת חירום. למשל, במחקר על דפוסי חיפוש המידע של משתמשי האינטרנט מאזור ניו אורלינס לאחר הוריקן קתרינה, מצאו פרוקופיו ופרוקופיו (Procopio & Procopio, 2007) כי למרות הסיקור השוטף באמצעי התקשורת הארציים ונוכחותם הרציפה בשטח, צורכי המידע של התושבים נענו טוב יותר על ידי אתרים מקומיים. בתשובה על השאלה באילו אתרים ביקרו הכי הרבה בשבוע שלאחר ההוריקן, ציינו 57 אחוז אתרי חדשות מקומיים, דוגמת nola.com, ורק 19 אחוז הזכירו אתרים של אמצעי תקשורת ארציים דוגמת CNN או Fox news. גם בארץ, בזמן מלחמת לבנון השנייה, תושבים באזורים תחת אש נדרשו למידע נקודתי מידי שלא תמיד הופיע בפירוט ובמיקוד הנדרש בתקשורת הארצית. צורך זה קיבל מענה בכלי תקשורת מקומיים (שיררז, 2008; לב-און, 2010).

שנית, העיתונות המקומית עשויה למלא תפקיד חשוב בהעלאת סוגיות מקומיות לסדר היום המקומי ובעיצוב הדיון הציבורי והפוליטיקה המקומית (Gross & Aday, 2003; Tanner, 2004; Heider et al., 2005). ידע פוליטי של הציבור המקומי ודיון ציבורי רחב ומכליל עשויים לחזק את ההון החברתי המקומי וממילא גם את המעורבות החברתית והפוליטית המקומית (שקבטור, 2011; Moy et al., 2004; Fung, 2004; Nicodemus, 2004). ואולם, מידת הכיסוי התקשורתי המקומי ומגוון הקולות הנכללים בו אינם נגזרת הכרחית מעצם הגדרת קהל היעד על פי אזור גאוגרפי. משתנים אחרים עשויים להשפיע על מגוון הדעות, למשל הבעלות על העיתון, המשאבים העומדים לרשותו, הגישה למקורות מידע, האפשרויות למעורבות הקהל ביצירת תכנים ועוד.

לבסוף, עיתונות מקומית יכולה למלא תפקיד מרכזי בפיקוח על נבחרי הציבור במישור המקומי, ולשמש "כלב שמירה" של הדמוקרטיה המקומית. המקומונים עשויים לספק סיקור שוטף של דיוני המועצה המקומית ולשתף את הציבור בדיון ובליבון סוגיות מקומיות. בעת קמפיינים מוניציפליים העיתונים המקומיים הם מקור למידע על המועמדים ועל עמדותיהם, ועשויים לשמש מרחב ציבורי זמין לתקשורת בין המועמדים ודיון ציבורי במשנותיהם השונות (לב-און, 2012). נבה (Neveu, 2002) טוען כי העיתונות המקומית נבדלת מן העיתונות הארצית בהגייון המנחה את פעילותה. בשונה מן העיתונות הארצית, זוהי עיתונות

המושרשת באזור גאוגרפי ממוקד, ולכן קיימת תלות חזקה של העיתונאים במקורותיהם, לרוב חזקה יותר מזו של עמיתיהם בעיתונות הארצית. בהקשר הישראלי, קיזל ופויירשטיין (2011) טוענים כי קיימת זיקה גבוהה בין כלי התקשורת המקומיים למקורות מידע ממסדיים או ממסדיים למחצה. מאחר שמקורותיהם הכלכליים זעומים ומטרתם הראשונית היא הפקת רווחים, נתונים העיתונאים המקומיים ללחצי המפרסמים במידה רבה יותר מאשר במישור הארצי. במקומות רבים מגיע עיקר תקציב הפרסום מהממסד העירוני. עקב כך המקומונים עשויים להימנע מביקורת על קברניטי הרשויות ועשויים להפוך ל"מתווכים מסורסים" (כספי ולימור, 1992, עמ' 255), הנמנעים מלצאת נגד הממסד המקומי, ואינם מציעים סדר יום חלופי (ראו גם לימור ופרי, 2005).³

התפתחות העיתונות המקומית בישראל

מפת התקשורת בישראל, כמו גם בעולם הרחב, מתאפיינת זה כמה עשורים בשני התהליכים המתקיימים בה בו זמנית: ריבוי מתמיד של מספר ערוצי התקשורת בכל סוגי המדיה, במקביל לצמצום מספר הבעלים החולשים על ערוצים אלה (לימור ופרי, 2005). לשני התהליכים השלכות עמוקות על האפשרות לממש דמוקרטיה מהותית. מנעד רחב של ערוצי תקשורת עשוי לשקף את מגוון הקולות בחברה ולקדם שיח ציבורי עשיר ומגוון. אולם, ריכוז הבעלות בידי מספר מצומצם של תאגידי ענק עשוי להביא להאחדה של הנושאים ומסגרות ההתייחסות הנשמעים במרחב הציבורי בפועל (לימור, 1997; Bagdikian, 1997; McChesney, 1999; 2003). הדיאלקטיקה בין שתי מגמות אלה באה לידי ביטוי גם בעיתונות המקומית. העיתונות המקומית בישראל התפתחה מן הפריפריה למרכז (Caspi, 1986). המקומונים הראשונים נולדו בערי פריפריה, החל בערב באילת, והמשך במקומונים בבאר שבע, באשדוד ובחיפה.⁴ הריחוק הגאוגרפי ממרכז הארץ הניב צרכים מקומיים ייחודיים שלא קיבלו מענה בעיתונות הארצית. חשיבותה הראשונית של העיתונות המקומית הייתה אפוא במתן מענה תקשורתי ופרסומי לציבור המקומי. אולם ההשלכות היו רחבות. עם התבססותם, החלו המקומונים למלא תפקיד מרכזי בפיתוח אליטות פוליטיות מקומיות (Caspi, 1986); כספי ולימור, 1992). כספי טוען כי המקומונים מילאו תפקיד מרכזי בתהליך חברתי ופוליטי עמוק שעברה החברה הישראלית: מעבר מחברה ריכוזית והגמונית, המקדשת את כור ההיתוך ומטשטשת הבדלים, לחברה המאפשרת ומקדמת ביטוי חברתי ואזורי למגוון קבוצות. התבססות המקומונים תרמה אפוא לביזור העוצמה התקשורתית, ושימשה בתפקיד מרכזי בפיתוח ובטיפול מוקדים פוליטיים

ותקשורתיים מקומיים לצד ערעור המונופול של מוקדי העוצמה הריכוזיים בישראל בפוליטיקה ובתקשורת כאחד (כספי, 1998).

בעשורים הראשונים לקיומה הייתה העיתונות המקומית בידי יזמים מקומיים, בלא מעורבות של המו"לים המרכזיים של שלושת היומונים הארציים ששלטו בשוק התקשורת בישראל באותה עת: הארץ, ידיעות אחרונות ומעריב. כספי סבור כי האחרונים זלזלו במקומונים בעיקר לנוכח הרמה העיתונאית הירודה של התכנים וביטלו את האפשרות להיכנס לשוק התקשורת המקומית מתוך תפיסה מוטעית בנוגע לפוטנציאל הכלכלי של שוק זה ולצורך התקשורת המובחן של אוכלוסיות מקומיות (שם).

לא עבר זמן רב ותפיסה זו השתנתה. ממד הריכוזיות נכנס גם לענף התקשורת המקומית. נקודת המפנה הייתה המיתון בשנות השבעים, שהבליט את הפוטנציאל הכלכלי של תקשורת מקומית, הודות ליכולתה להציע ערוצי פרסום זולים. בעוד העיתונות היומית ספגה פגיעה כלכלית קשה בתקופת המשבר, המקומונים הוכיחו כושר עמידות. כתוצאה מכך, מסוף שנות השבעים החלו העיתוננים הארציים להיכנס לשוק התקשורת המקומית.

נתוני התפוצה מלמדים כי בראשית שנות התשעים היו שני שלישים מן המקומונים הנפוצים ביותר בישראל בבעלותם של שני תאגידי התקשורת: רשת המקומונים עיתונות מקומית בע"מ בבעלות תאגיד שוקן-הארץ, ורשת ידיעות תקשורת בע"מ בבעלות תאגיד ידיעות אחרונות (כספי ולימור, 1992; Caspi, 1986). מפת המקומונים השתנתה. לא עוד מרחב תקשורת מבוזר, הנתון בידי מו"לים קטנים בעלי אוריינטציה מקומית, אלא מרחב ציבורי המתאפיין בו זמנית בביזור לצד ריכוזיות (לימור, 2003). הקמת רשתות מקומונים ענפות שמטרתן לספק סיקור מקומי אותנטי ומשלים לסיקור הארצי של העיתונות הארצית, משקפת תהליך של ביזור העוצמה של התקשורת, ופלורליזם חברתי ותרבותי. אולם שליטת תאגידי התקשורת הארציים בשוק זה עשויה הייתה לחתור תחת הביזור ולפגוע באפשרותה של התקשורת המקומית לשמש מרחב ציבורי מכליל לאוכלוסייה מקומית. השינוי השפיע גם על מספר המקומונים בישראל. מחקר חלוצי משנת 1982 איתר כ-150 מקומונים ברחבי הארץ (כספי ובקר, 1982) לעומת 350 מקומונים שאותרו ב-2004 (לימור ופרי, 2005).

מהפכת האינטרנט הביאה שינויים דרמטיים בעולם העיתונות במישור העסקי והמקצועי, ובתפקיד העיתונות במרחב הציבורי (כספי, 2007; Gillmor, 2004; Manosevitch, 2011). כיצד היא השפיעה על העיתונות המקומית בישראל? בעיתונות המודפסת הארצית ניכר בעשור האחרון משבר מתמשך, המיוחס בין השאר להתפשטות האינטרנט. עיתוננים יומיים המחזיקים במערך הדפסה, שיווק והפצה, וצוות כתבים בהיקף ארצי, מתקשים להתמודד עם עלויות ההפצה

והפרסום הנמוכים של העיתון המקוון, ועם אפשרויות העדכון השוטף ומאפייני אינטראקטיביות ההולמים את אורח חייו של צרכן החדשות כיום (ליימן-וילציג, 2007). אולם נראה כי מצב המקומונים שונה. עיתונות מקומית מודפסת, המופצת בתדירות נמוכה, נדרשת מלכתחילה למספר מצומצם של אנשי מערכת, ועלויות השיווק וההפצה נמוכות. יתרה מזאת, בעוד האינטרנט מציע למפרסמים במישור הארצי זירות חדשות לנדוד אליהן, לא ברור אם למפרסם המקומי יש חלופות טובות להגיע לקהל יעד מקומי מפולח. לכן, יש לשער כי המקומונים המודפסים ייפגעו פחות מחדירת האינטרנט מאשר העיתונות הארצית המודפסת, לפחות בנקודת זמן זו.

שאלה אחרת נוגעת להיבט הבעלות. האינטרנט מאפשר ליזמים מקומיים לנהל מקומון מקוון בעלות ובהשקעה מינימליים (שם), וכך עולה שוב הפוטנציאל להטות את "שיווי המשקל" בדיאלקטיקה שבין ביזור לריכוז. לבסוף, חדירת האינטרנט רלוונטית גם לאופיה של העיתונות המקומית. מודל ההתפתחות של כספי מציע כי מדיה ישנים עשויים להתאים את עצמם למצבים משתנים. לכן כניסתו של מדיום חדש מביאה לרוב לשינוי באופיים ובמעמדם של המדיה הישנים, אך הם לא נכחדים (כספי, 1993, עמ' 114-117). כך, למשל, כניסת הטלוויזיה לא חיסלה את תעשיית הקולנוע אך שינתה את אופיה באמצעות מיצוי המדיום הטלוויזיוני להפצת סרטים. וכך גם תפוצת העיתונים לא החליפה את עולם הספר, אלא מיקדה את תפקידו. מעניין אפוא לבחון אם חדירת האינטרנט ומקומונים מקוונים הביאה לשינוי באופיה של העיתונות המקומית המודפסת.

מתודולוגיה

מאמר זה ממפה את העיתונות המקומית בישראל בראשית העשור השני של שנות האלפיים. זהו מחקר תיאורי המתייחס לכלל הפרסומים המיועדים לקהל יעד מקומי בישראל ועוסקים בדיווח חדשותי של אירועים. המחקר כולל פרסומים מודפסים ומקוונים כאחד, וזאת בהתאם לתיקון פקודת העיתונות מ-7 בינואר 2003,⁵ לפיו המונח "עיתון" כולל אמצעי תקשורת מקוונים.

איתור המקומונים למיפוי

אתגר אינהרנטי למחקר מסוג זה הוא איתור כלל הפרסומים העונים להגדרת מקומון. האתגר נובע בעת ובעונה אחת מן המציאות הסטטוטורית שאיננה מחייבת רישום של עיתונים המופצים לקהל יעד מקומי,⁶ מהיעדר ארגון עיתונאי אשר מאגד את כלל המקומונים בישראל ומרכז מידע עליהם, ומטיבו הדינמי

והמגוון של שוק העיתונות המקומית, הכולל עיתונים מבוססים ומוכרים רחבי תפוצה לצד עיתונים קטנים, בעלי תפוצה מצומצמת ואורך חיים קצר. עקב כך אין בנמצא רשימה מלאה ומדויקת של העיתונות המקומית בישראל שיכולה לשמש מקור מהימן למחקר. יתר על כן, השימוש באינטרנט לצרכים מקומיים מוסיף על האתגר עקב עמעות ההבחנות המסורתיות בין עיתונאים ליוצרי תוכן שאינם עיתונאים (Gillmor, 2004). בפועל, זמינים באינטרנט כיום אתרי תוכן ומדיה חברתית, כולל בלוגים, פורומים, וקבוצות פייסבוק, המספקים תכנים מקומיים. מדיה אלה אינם מגדירים את עצמם כמונחים של עיתון ואינם מחויבים לאספקה שוטפת של מידע חדשותי, אך מספקים לציבור צרכים מקומיים ובכך משמשים תחרות לעיתונות המקומית (לב־און, 2012; Dimmick, Chen & Li, 2004).

לנוכח אתגרים אלה, נעשה מאמץ רב ודקדקני לאיתור כלל המקומונים בישראל כדי להגיע לרשימה מלאה ככל האפשר, שתאפשר מיפוי מהימן של העיתונות המקומית בישראל בשנת 2013. המיפוי כלל את כל אותם אתרי תוכן מקומיים המגדירים את עצמם כמונחים עיתונאיים חדשותיים, ומציגים את עצמם כמחויבים לאספקה שוטפת של חדשות מקומיות לציבור המקומי. להלן פירוט שלבי איתור המקומונים וריכוזם ברשימה מלאה.

הרשימה הראשונית של המקומונים בעברית הופקה באמצעות מערכת "אינפור" של חברת יפעת מידע תקשורת. מערכת "אינפור" מרכזת מידע רב על כלי התקשורת בישראל: טלוויזיה, רדיו, אינטרנט ועיתונות מודפסת, כולל עיתונות מקומית. בשל מרכזיותה של מערכת "אינפור" בענף התקשורת, והשימוש המקיף בה בידי דוברים ואנשי תקשורת, למקומונים יש אינטרס מובהק להיכלל במאגר על מנת להבטיח כי הם ותכניהם נגישים למקבלי החלטות ולעיתונאים במישור הארצי והמקומי כאחד. מסיבה זו מערכת "אינפור" היא נקודת התחלה טובה למיפוי מעין זה. אולם, כפי שנוכחנו במהלך החיפוש, המערכת מכילה מיפוי חלקי בלבד של העיתונות המקומית המגזרית, ונאלצנו להשלים את המיפוי בדרכים אחרות.

החיפוש הראשוני נעשה ב־8 בדצמבר 2011, לפי נושאי העיסוק של הפרסומים במערכת יפעת, וכלל את כל נושאי העיסוק הקיימים במערכת ועשויים להניב עיתונים מקומיים: "מגזין מקומי", "עיתון מקומי", "מידעון מקומי", "מידע מקומי", "אזורי", "מקומי", "חדשות מקומיות", "מקומונים" "פורטל מקומי". התקבלו 456 שמות של פרסומים מודפסים, וחמישים אתרי אינטרנט. במהלך החודשים דצמבר 2012 עד ינואר 2013 קיימנו בדיקה פרטנית של כל פרסום שהופיע ברשימה באמצעות מידע מקוון, בדיקה בפרסומים המקוונים עצמם וראיונות טלפוניים. בהתאם למידע שנאסף הושטמו מהרשימה פרסומים שאינם עוסקים בעיתונות ומקומונים שנסגרו, והרשימה צומצמה בהתאם. כן הוספו

לרשימה מקומונים שאותרו באמצעות מנוע החיפוש גוגל, ובאמצעות שיטת כדור שלג, למשל מידע טלפוני שקיבלנו מעורכי עיתונים ומרשתות פרסום בנוגע למקומונים אחרים שלא היו ברשימה, ומידע שאספנו דרך אתרי רשתות תקשורת ופרסום במהלך הבדיקות, כולל מקומונים המיועדים למגזר הדתי והחרדי. במאי 2013 הושמטו מן הרשימה מקומוני זמן מעריב עקב ההודעה על סגירתם (אברהם, 2013). הרשימה נסגרה סופית באוגוסט 2013 לאחר בדיקה נוספת במאגרי המידע של יפעת. העיתוי לסגירת הרשימה היה טוב מפני שבתקופה זו חלה עלייה ניכרת בפניות של מקומונים להיכלל במאגרי יפעת, לקראת הבחירות המוניציפליות שנערכו באוקטובר 2013.⁷

במהלך החודשים פברואר-מארס 2013, הוספו לרשימה מקומונים בשפות רוסית וערבית. עיתונים בערבית אותרו בסיוע מרכזו אעלאם. נוסף על כך קיימנו שישה ראיונות גישוש טלפוניים עם מפעילי עיתונים מקוונים בערבית כדי לסייע בהכרת עולם המקומונים בערבית. העיתונים ברוסית אותרו באמצעות חיפוש במנוע החיפוש גוגל, לפי מילות החיפוש שנכתבו בשפה הרוסית. להלן תרגום מילות החיפוש: מקומונים ברוסית, מקומונים בשפה הרוסית, עיתונים מקומיים ברוסית, מקומונים מודפסים ברוסית, פרסום למגזר הרוסי, מקומונים מקוונים ברוסית, פורטלים ברוסית, אתרים ברוסית, שבועון ברוסית. נוסף על רשימת המקומונים שאותרה בחיפוש המקוון, נעזרנו גם באתר משרד הפרסום פרסום מרינה (<http://www.pirsumarina.com>) המספק רשימה מפורטת של עיתונים שבהם אפשר לפרסם מודעות ופרסומות לקהל דוברי רוסית.

שלושה סוגי פרסומים מקומיים לא נכללו במיפוי זה: עלוני פרסום בלא תוכן עיתונאי, אלה פרסומים שאינם עונים על ההגדרה של עיתון; עלונים המופצים בבתי כנסת; וכן דברי דפוס וחומרים מקוונים בעלי צביון מקומי היוצאים לאור על ידי מוסדות ציבור מקומיים כגון רשויות מקומיות, מתנ"סים, בתי ספר ושאר מוסדות רשמיים.

משתנים לניתוח המקומונים

המיפוי שלהלן מאפיין את מפת העיתונות המקומית על פי כמה משתנים: אופן הפצת העיתון – מקוון או מודפס, פריסה אזורית לפי הסיווג האזורי שמציע משרד הפנים, וסוג הבעלות. בנוגע למקומונים הזמינים באינטרנט, המחקר מסווג את אופן ההופעה המקוונת של העיתון. להלן פירוט ההגדרות למשתנים סוג בעלות וסוג מקוון.

סוג בעלות. אפשר לחלק את סוגי הבעלויות של מקומונים לשלושה. הסוג הראשון הוא יזם עצמאי הפועל באופן עצמאי ובלתי תלוי בחברות תקשורת

אחרות, ואיננו מוציאים לאור עיתונים אחרים נוסף על המקומון הנדון. למשל, העיתון המודפס "נגב אינפו", המודפס ברוסית ומופץ באזור הנגב. הסוג השני של בעלות הוא תאגיד תקשורת המפיץ עיתונים מקומיים לצד מוצרי תקשורת אחרים, כולל עיתונות ארצית. למשל, עיתוני העיר נמצאים בבעלות רשת העיר, שהיא חלק מקבוצת הארץ המוציאה לאור גם את העיתון הארצי הארץ ואת העיתון הכלכלי דה מרקר; או עיתוני ידיעות תקשורת הנמצאים בבעלות קבוצת ידיעות אחרונות המפיצה את העיתון הארצי ידיעות אחרונות, העיתון הכלכלי כלכליסט, העיתון הארצי ברוסית וסטי, ועוד. מאז מחקריהם של כספי ולימור (1992; כספי, 1998; לימור, 2003) התפתח סוג שלישי של בעלות על-מקומית, המוגדר במחקר זה כרשת מקומונים בבעלות פרטית. כאן מדובר במקומונים הנמצאים בבעלות של רשת תקשורת המוציאה לאור שני עיתונים מקומיים או יותר, ופועלת באופן נפרד מתאגידי התקשורת הגדולים במשק. למשל, קבוצת הרשת המקומית המפיצה את העיתונים הוד הכפר, קול ברמה, קול הכפר ועוד.

סוגי המקומונים הזמינים באינטרנט

בהמשך להצעתו של כספי לסיווג העיתונות המקוונת לפי טיב הזיקה של העיתון המקוון למודפס (כספי, 2007; Caspi, 2011), מורה מיפוי המקומונים על שלושה סוגים עיקריים של מקומונים הזמינים באינטרנט.

(א) מהדורה דיגיטלית של עיתון מודפס היא מופע של העיתון המודפס באינטרנט כקובץ דיגיטלי. המהדורה הדיגיטלית הזוהה למהדורת הדפוס בתכנים, בעמוד ובגרפיקה, ומשמשת אפיק מקוון להפצת המקומון בלא תוספת של תכנים מערכתיים או תכני גולשים. במחקר זה כללנו את המהדורות הדיגיטליות כמופע נוסף של העיתונים המודפסים ולא ספרנו אותן כעיתונים מובחנים (למשל, תמונה 1).

(ב) מקומון מקוון לצד מודפס. זהו עיתון מקוון הפועל במקביל למקומון מודפס. לשני העיתונים אותה בעלות, מערכת, עורך וכתבים, וממילא גם תכנים דומים. אולם בשונה מן המהדורה הדיגיטלית של מקומון מודפס, שהיא העתק דיגיטלי של המהדורה המודפסת, המקומון המקוון שונה בתכנון ובעיצובו מן המקומון המודפס. מקומונים מקוונים מופיעים בפלטפורמה המתאימה לאתר חדשות ומספקים עדכונים שוטפים במהלך השבוע, בשונה מן המקומונים המודפסים, המופיעים לרוב אחת לשבוע ונעדרים יכולת לעדכונים שוטפים בין גיליונות. כמו כן, העיתון המקוון מאפשר למקומון להשלים את הסיקור העיתונאי בתכני משתמשים. דוגמה לכך הוא העיתון ערב ערב המופץ בעיר

תמונה 1: תמונת מסך של הגרסה הדיגיטלית של המקומון גל גפן



אילת (www.ereverev.co.il). במאגר המקומונים של המחקר נכללו המקומונים המודפסים והמקבילה המקוונת שלהם.

(ג) מקומון מקוון בלא מודפס. סוג זה של מקומונים כולל את כל אתרי החדשות המקומיים הזמינים ברשת בלבד בלא כל מקבילה מודפסת. למשל, **עכונט** (www.akkonet.co.il), פורטל מקוון של העיר עכו, או **אשדוד נט** (www.ashdodnet.com), פורטל מקוון של העיר אשדוד. בהקשר זה יש להבחין בין אתר חדשות מקומי מובחן, ובין ריכוז כתבות בהקשר מקומי. במקוון בלא מודפס מדובר באתר עיתונות המגדיר את עצמו כמקומון המוקדש לאזור גאוגרפי מוגדר, ובעל מבנה ותכנים של אתר חדשות. בשונה מזאת, אתרים רבים ברשת מספקים ריכוז כתבות הנוגעות לאזור גאוגרפי מסוים. ריכוז הכתבות איננו נחשב בהקשר זה מקומון, הואיל ואין זה אתר מקומי מובחן אלא ריכוז כתבות המופיעות בהקשר הנדון באתר נרחב. למשל, **כוכב הצפון** (www.star10.co.il) הוא מקומון מקוון בלי גיליון מודפס העוסק בחדשות בצפון הארץ. האתר מציע שלושה קישורים לריכוז כתבות לאזורים טבריה, עמק הירדן והגליל התחתון. לחיצה על כל אחד מקישורים אלה מביאה את הגולש לרשימת כתבות רלוונטיות. רשימות אלה אינן אתרי חדשות של האזורים הללו, אלא ריכוז כתבות שפורסמו באתר ועוסקות ביישוב אחד מבין כלל היישובים שבהם עוסק האתר. לפיכך, במיפוי הנוכחי נכללו רק אתרי חדשות המייחדים את עצמם לאזור נתון. אסופות של כתבות הנוגעות לאזור גאוגרפי ממוקד לא נספרו כמקומונים ייחודיים (תמונות 2, 3).

תמונה 2: עמוד הבית של המקומון כוכב הצפון

north star
כוכב הצפון
העיתון לטבריה, עסק הירדן ונביל החתון

חדשות טבריה | חדשות עסק הירדן | חדשות נביל החתון | דעות | לח הדורשים | הלח המוכר | ארכיון | עזר קשר | אודותנו

מה חדש בזכרון

תקנים סדרת אביה לילדים של רשת הילדן מרילין נבירה של אילנה גבס רביעי 26.2.14, תקנים סדרת מחרוקת ואיפור לילדות ילילדים. הכוכב חושפת והפעילות הן ללא חשולם, במקום, מבאר חיות הילדן מופיעות את החול הריב לביע ולביה משען של קלוקצית חדשות

אם יש לך זיעה / תמונה / המייל האדום

לוח העסקים

לוח העסקים של כוכב הצפון
לכניסה ללוח לחץ כאן >

לניסה ללוח <

נחנכה המכללה לכישורי חיים לבעלי צרכים מיוחדים

ביום חמישי 26.2.14 נמון באשדות עיקב איחד המבנה החדש של עמותת 'עוזנים' המוכר המכללה לכישורי חיים לבעלי צרכים מיוחדים. ונביל החתון המנהל החדש חיד אורלי לוי אבקסיס, עיקב אהמסל - איש העסקים הנבגלים של חברת 'אמסלס טוריס', עופר ורד - נביל חברת 'גרופית מרילין' אשר גם תופס רבות מנשקן המבנה החדש, יוסי ורד - ראש המבנה המודרני עסק הירדן ונביל החתון - ראש המבנה המודרני ללוח החתון ומבדרים רבים נוספים. צילום: ליאור מנציק

כוכב הצפון | 28.2.14 | גיליון 2126

חיפוש מתקדם <

ארכיון העיתון <

חדשות

- חדשות טבריה
- עיריית טבריה | דוברות
- חדשות עסק הירדן
- חדשות נביל החתון
- חוקר טבריה והמבנה
- סקרים

חדשים

- תרבות ופנאי
- בריאות
- חיים המונים
- מוסיקה / ספרים / טורים
- פרשת השבוע

תמונה 3: ריכוז כתבות בנושא העיר טבריה במסגרת אתר כוכב הצפון

north star
כוכב הצפון
העיתון לטבריה, עסק הירדן ונביל החתון

חדשות טבריה | חדשות עסק הירדן | חדשות נביל החתון | דעות | לח הדורשים | הלח המוכר | ארכיון | עזר קשר | אודותנו

מה חדש בזכרון

כוכב הצפון 21.2.14 לקראת יום העמשים המובים התקיים בהנהלת חדש מרדן, צאת רשות וקזן ומילים כרת וולמרי בית הספר המורו 'קשת יתכן' כותב ששן התמונה מפעילות לפרשת נביל החתון ספסלים בפרשת חמד מאביל 'כוכב כירד' במקטע האון מעק.

אם יש לך זיעה / תמונה / המייל האדום

לוח העסקים

לוח העסקים של כוכב הצפון
לכניסה ללוח לחץ כאן >

לניסה ללוח <

לוח חדש

לוח נביל החתון

לניסה ללוח <

חדשות טבריה

פישוט ספרות

- ראש עיריית טבריה מר יוסי גן דוד האחרת במועדון 'קפה תרבות וים טבריה'
- אנהב כבו בשירים - במועדון חמדו וים טבריה
- הגדלידיו חדרת ליהודים העיר טבריה
- כללת מקפה מרכז רב תחומי לבריאות השיר טבריה
- בית תולים מורינו: להבביר ביחון חוותת הרשואי
- טבריה מציגה חיסכון לכל כיס: ירד החתונות יד נשיית יתקיים כעיר
- מוערכת הבריאות בישראל
- הפיסוקוב הכי אהמני שיש..

חיפוש מתקדם <

ארכיון העיתון <

חדשות

- חדשות טבריה
- עיריית טבריה | דוברות
- חדשות עסק הירדן
- חדשות נביל החתון
- חוקר טבריה והמבנה
- סקרים

חדשים

- תרבות ופנאי
- בריאות
- חיים המונים
- מוסיקה / ספרים / טורים
- פרשת השבוע
- סקרים כוכב
- המתכנסת שלו
- משפטים
- לוח הדרושים

עיתונות מקומית בישראל 2013: מבט כולל

ממצאי המחקר מלמדים כי בישראל מופצים כיום 545 עיתונים מקומיים, 55 אחוז מתוכם מודפסים (n=301) ו־45 אחוז מקוונים (n=244). בהשוואה בין מחוזות, מספר המקוונים הרב ביותר מופץ באזור המרכז (n=168), אחריו אזור הצפון (n=147), ולבסוף הדרום (n=97). באזור יהודה ושומרון מופץ המספר הנמוך ביותר של מקוונים (n=11). בכל אחד מהמחוזות העירוניים מופץ מספר דומה של מקוונים מודפסים: ירושלים (n=42), תל אביב (n=37) וחיפה (n=43) (תרשים 1). השוואה בין עיתונות מקוונת למודפסת מלמדת כי למעט אזור הצפון, מספר המקוונים המודפסים גדול ממספר המקוונים המקוונים (תרשים 1). תמונה זו נשמרת במבט ממוקד על העיתונות הפונה לכלל האוכלוסייה (תרשים 2). ההבדל נובע מריבוי מקוונים מקוונים בשפה הערבית באזור הצפון, כפי שיפורט להלן (תרשים 3).

מאפייניה של מפת המקוונים משתנים בהתאם לקהל היעד שהיא משרתת: עיתונות הפונה לכלל האוכלוסייה, לציבור הדתי והחרדי, למגזר הערבי ולמגזר הרוסי.

על מנת לספק תמונה מדויקת ככל האפשר של מפת המקוונים, בחרנו להציג את העיתונות המקומית ואת קהלי היעד השונים שלה. נתחיל בעיתונות הפונה לכלל הציבור, שרובו דובר עברית; נמשיך בעיתונות הפונה למגזר הדתי והחרדי; נעבור לעיתונות הפונה לציבור הערבי בישראל; ונסיים במקוונים הפונים לדוברי רוסית. במהלך הסקירה ובסיכום נצביע על מאפיינים ייחודיים לכל מגזר לצד מאפיינים המשותפים לכמה קהלי יעד.

עיתונות מקומית הפונה לכלל האוכלוסייה בישראל

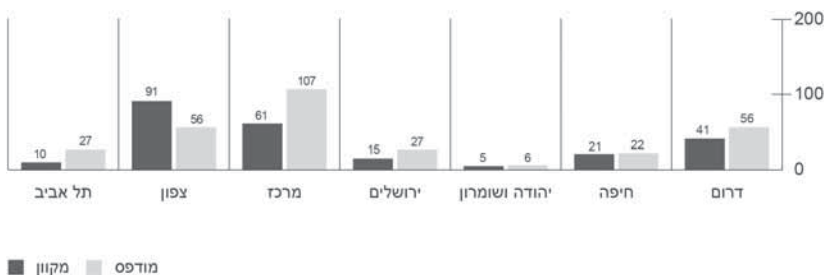
איתרנו 315 מקוונים הפונים לכלל האוכלוסייה, שהם 58 אחוז מכלל המקוונים בישראל. מרביתם מופצים כעיתונים מודפסים (n=200), ו־37 אחוז הם מקוונים מקוונים (n=115) (תרשים 4). זהו מספר כפול מ־150 המקוונים שאיתרו כספי ובקר (1982) במחקרם החלוצי. ההשוואה מלמדת כי לא זו בלבד שנוספו למעלה ממאה מקוונים מקוונים, אלא שמפת העיתונות המודפסת אף היא גדלה במידה ניכרת.

סקירת מבנה הבעלות בשוק המקוונים מלמדת על המשך המגמה של ביזור לצד ריכוזיות (תרשים 5). סוג הבעלות הנפוץ ביותר בעיתונות הפונה לכלל האוכלוסייה הוא בעלות של יום עצמאי, המאפיין 55 אחוז (n=173) מכלל המקוונים בעברית הפונים לכלל הציבור. רובם מופצים במהדורה מודפסת

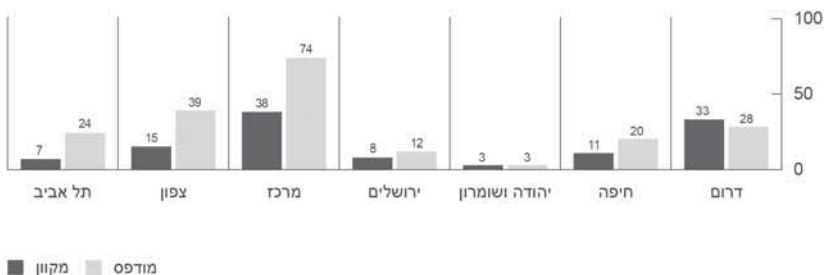
(n=121) כשבועון, כדור־שבועון או כירחון, וכשליש מהם הם עיתונים מקוונים

(n=52).

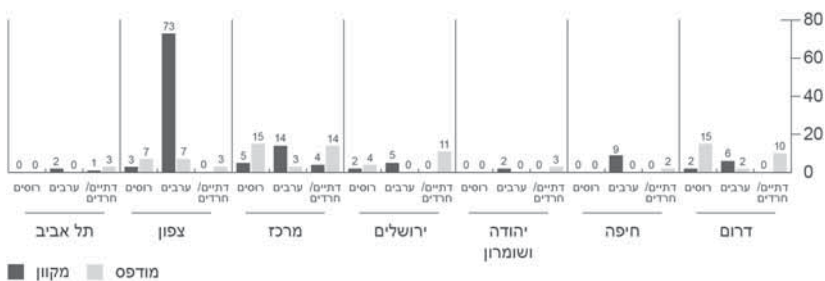
תרשים 1: התפלגות כלל המקומונים לפי מחוז ומדיום (מודפס ומקוון)



תרשים 2: התפלגות המקומונים הפונים לכלל האוכלוסייה לפי מחוז ומדיום (מודפס ומקוון, לא כולל עיתונות מגזרית)



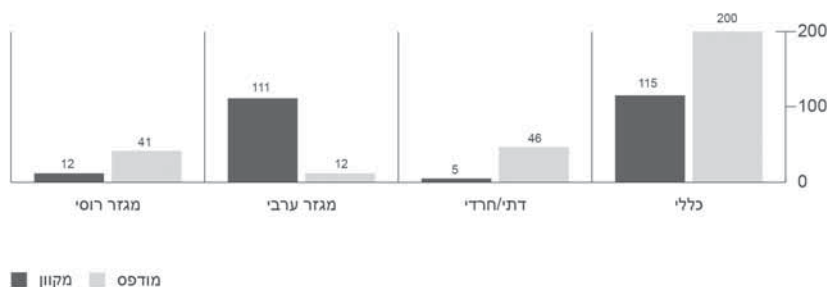
תרשים 3: התפלגות המקומונים המגזריים לפי מחוז ומדיום (מודפס ומקוון)



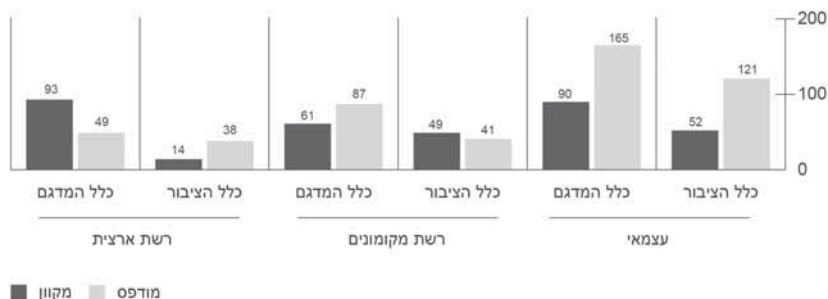
לצד פעילות ערה של יזמים מקומיים, רשתות התקשורת שומרות על אחיזה במפת המקומונים. רשתות המקומונים מחזיקות ב־29 אחוז מכלל המקומונים (n=90), מהם 41 מודפסים ו־49 מקוונים. רשתות המקומונים העיקריות הפועלות כיום בשוק המקומונים הן עומר תקשורת, המפיצה 11 מקומונים מודפסים, גל גפן, המפיצה תשעה עיתונים מקומיים והרשת המקומית (לוקל), המפיצה חמישה מקומונים מודפסים ו־26 מקומונים מקוונים.

תאגידי התקשורת הארציים שומרים על אחיזה בשוק המקומונים (n=52). שני התאגידים הפועלים בעיתונות המודפסת (קבוצות הארץ וידיעות אחרונות), תופסים 19 אחוז (n=38) משוק זה, ושניים פועלים בשוק העיתונות המקוונת (קבוצות מעריב וידיעות אחרונות) ותופסים 12 אחוז (n=14) ממספר המקומונים המקוונים. סך הכול 17 אחוז מכלל המקומונים הפונים לכלל האוכלוסייה (מודפסים ומקוונים), הם בבעלות תאגיד תקשורת ארצי. בהיעדר נתוני תפוצה

תרשים 4: התפלגות המקומונים לפי מגזר ומדיום (מודפס ומקוון)



תרשים 5: התפלגות המקומונים לפי בעלות ומדיום (מודפס ומקוון), כלל המדגם ומקומונים הפונים לכלל האוכלוסייה



של מקומונים, איננו יודעים במדויק את מידת החשיפה לה זוכים המקומונים שכבעלות תאגיד תקשורת ארצי. אך יש להניח שהם זוכים לחשיפה נאה הואיל והם מצורפים למהדורות סוף השבוע של העיתונים הארציים. סגירת רשת זמן מעריב (2013) שינתה את מערך הכוחות בשוק המקומונים המודפסים, והותירה רק שני תאגידים ארציים בשוק זה. ישראל היום, הנפוץ שבימונים המודפסים, עדיין אינו שחקן בשוק המקומונים.

אם כן, במקביל לפעילותם של תאגידי התקשורת בזירת המקומונים, קיימת פעילות ענפה ומגוונת של יזמים פרטיים ושל מגוון רשתות תקשורת אחרות. כך יש ביזור של הבעלות על המקומונים בין גופי תקשורת רבים, בשונה מן המצב בשנות התשעים, כאשר שני תאגידי תקשורת מרכזיים שלטו בשוק זה (כספי ולימור, 1992).

המעבר לאינטרנט

חדירת האינטרנט הביאה לשינויים ניכרים במפת העיתונות המקומית ופתחה אפשרויות חדשות ומודלים חדשים של עיתונות. כאמור, למקומונים המקוונים יתרונות רבים לעומת המקומונים המודפסים, ובהם אפשרויות לעדכון שוטף, לשילוב תכני גולשים (Manosevitch, 2011), לאספקת תוכן במגוון פורמטים, כולל מלל, אודיו ווידאו. כן מאפשר הפורמט המקוון לשלב כלים אינטראקטיביים כגון סקרים ותחרויות מקוונות, קישורים לאתרי חדשות ואתרי מפרסמים, ממשקים המאפשרים נוכחות ברשתות חברתיות ועוד (ליימן-וילציג, 2007). מודל זה של חדשות מתאים לחיזוק עיתונות מקומית הנתונה במגבלות תקציב וכוח אדם ופונה לקהלי יעד מצומצמים. ואכן כאמור, במחקר נמצאו 115 אתרי חדשות מקומיות בעברית הפונים לכלל הציבור, ומהווים כאמור 37 אחוז מן המקומונים הפונים לקהל זה.

בבחינת סוגי המקומונים המקוונים, המיפוי שעשינו העלה כי חלק הארי של עיתונות זו מורכב ממקוונים עצמאיים הפועלים בלא מקבילה מודפסת. המיפוי איתר 88 מקומונים מסוג זה, שהם 77 אחוז מסך המקומונים המקוונים הפונים לכלל הציבור, לעומת 27 מקוונים הפועלים לצד עיתונים מודפסים.

ניתוח הבעלות בעיתונות המקוונת מלמד כי כמעט מחצית מהמקומונים המקוונים (n=52) פועלים במסגרת אתרי חדשות עצמאיים, ומעט יותר ממחציתם (n=63) זמינים ברשת בתוך פורטלים חדשותיים, שהם אכסנייה למספר רב של מקומונים ייעודיים. בולט במיוחד האתר לוקל (www.local.co.il) המכיל 26 קישורים למקומונים מקוונים המסווגים לפי ארבעה אזורים גאוגרפיים: צפון, דרום, מרכז ושרון (תמונה 4). תופעה זו קיימת גם באתרי העיתונות הארצית של

תאגידי תקשורת. אתר *ynet* מבית ידיעות תקשורת מכיל את *mynet* – פורטל חדשות המאגד בתוכו שמונה מקומונים מקוונים (תמונה 5), ואתר *nrg* מציע קישור ל־*nrg* מקומי, המפנה את הגולשים לפורטל המאגד בתוכו שישה מקומונים מקוונים המוגדרים על פי אזורים (תמונה 6).

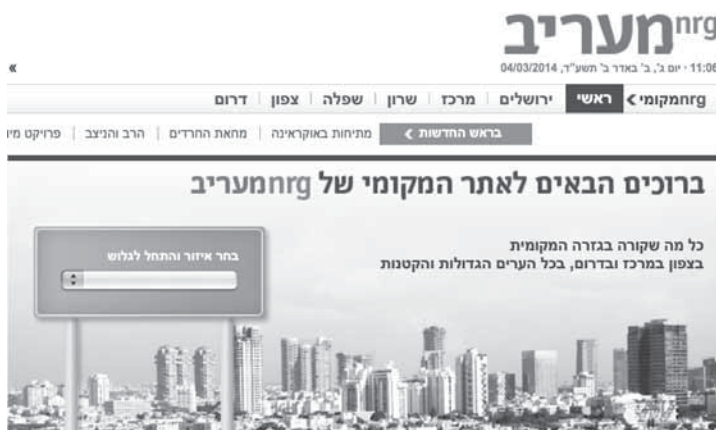
תמונה 4: עמוד הבית של פורטל החדשות המקומיות לוקל



תמונה 5: עמוד הבית של *mynet* פורטל החדשות המקומיות של *ynet*



תמונה 6: עמוד הבית של *nrg* מקומי פורטל החדשות המקומיות מבית מעריב



דו־קיום בין עיתונות מקומית מודפסת ומקוונת?

מיפוי המקומונים הפונים לכלל האוכלוסייה בישראל מלמד כי בשונה מן העיתונות הארצית, שחוותה בעשור האחרון ירידה חדה במספר העיתוננים המודפסים ובתפוצתם,⁸ נראה כי האינטרנט לא החליש את העיתונות המקומית המודפסת בישראל ואולי אף חיזק אותה. לצד עיתונות מקומית מקוונת, קיים כיום בישראל שוק יציב ומגוון של עיתונות מקומית מודפסת. במבט כולל, מספר המקומונים המודפסים כיום בישראל ופונים לכלל הציבור (n=200) גדול ממספר המקומונים המקוונים (n=115). כך גם במגזר הדתי-חרדי ובמגזר הרוסי. עם זאת, יש לשער כי עם הזמן, ולנוכח הקלות שבה אפשר להעלות תכנים מקומיים לרשת, יעלה מספר המקומונים המקוונים על מספר המקומונים המודפסים. כבר כיום חלק ניכר מן המקומונים המודפסים משלימים את תפוצתם בהעלאת מהדורה דיגיטלית. בדרך זו ממצה העיתונות המקומית המודפסת את יתרונות האינטרנט להארכת חיי המדף והרלוונטיות של תכניה, וממילא גם את נוכחותה וחשיבותה בהקשר המקומי.

במגזר הערבי העיתונות המקוונת כבר תופסת את חלק הארי של העיתונות המקומית. אך גם שם אין מדובר בשקיעתה של עיתונות הדפוס לטובת העיתונות המקוונת, שכן לא הייתה שם בעבר עיתונות מקומית יציבה, ונראה כי העיתונות המקומית המקוונת משלימה חסר במגזר זה (תרשים 6).

ממצאים אלה עולים בקנה אחד עם טענתו של כספי (1993; Caspi, 2011) על המודל ההתפתחותי של אמצעי התקשורת, לפיה כניסתו של מדיום חדש איננה מביאה בהכרח להכחדתם של מדיה ישנים, אלא לתהליך של שינוי והתאמה למציאות החדשה שנוצרת. ואמנם, מיסוד האינטרנט והתפתחותם של מקומונים מקוונים לא הביאו להיעלמות העיתונות המקומית המודפסת, שהיא שבעית בעיקרה. המקומונים המקוונים משלימים את חוויית סוף השבוע של המקומון המודפס בעדכוני חדשות שוטפים ובתכני גולשים במהלך השבוע. יש להניח כי גם העובדה שציבור גדול בישראל מנוע משימוש באינטרנט בשבת, ולכן גם מקריאת מקומונים מקוונים אך לא מקריאת מקומונים מודפסים, תורמת להמשך הצלחתה של העיתונות המקומית המודפסת (מן ולב־און, 2013).

עיתונות מקומית דתית וחרדית

לפחות 51 מקומונים מיועדים לציבור הדתי ולציבור החרדי. מרבית המקומונים פונים לנפת ירושלים (n=11) ולמחוז המרכז (n=18). בחיפה והצפון פועלים חמישה מקומונים, בתל אביב ארבעה, בבאר שבע והדרום עשרה, ושלושה באזור

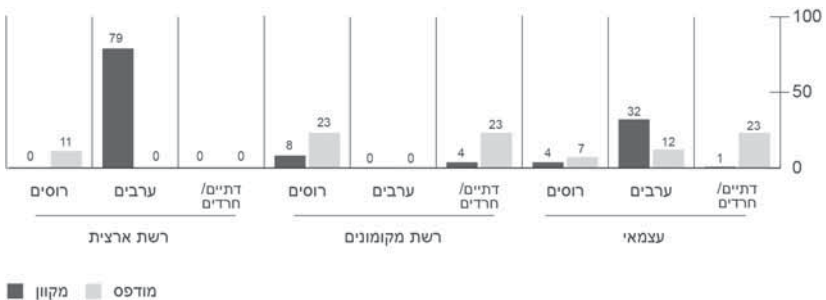
יהודה ושומרון. חלק הארי של עיתונות זו מופיע כעיתון מודפס (תשעים אחוז, n=46), ורק חמישה עיתונים מקוונים אותרו במיפוי.

קיימים שני סוגי בעלות בקרב המקומונים הפונים לקהל יעד דתי וחרדי: יזמים פרטיים ורשתות מקומונים (תרשים 6). בניגוד למתרחש בעיתונות הפונה לכלל האוכלוסייה, תאגידי התקשורת הארציים נעדרים ממפת המקומונים במגזר זה. שתי רשתות תקשורת בולטות כיום בעיתונות המודפסת למגזרים החרדי והדתי. קו עיתונות, בעלת מספר המקומונים הרב ביותר, מפיצה 11 מקומונים מודפסים. הרשת השנייה בגודלה היא חדשות שלנו, המפיצה שבעה מקומונים בערים חיפה, נתניה, מודיעין, ירושלים, אשדוד, אשקלון ונתיבות. שתי רשתות אלה מתמחות במגזר הדתי והחרדי, ומפיקות עיתונים מודפסים למגזר זה בלבד. מלבדן פועלת בשוק גם רשת קו 7, המפיצה שני עיתונים למגזר הדתי בחדרה וסביבתה ובנתניה, לצד עיתון ברוסית ועיתון שבע נשים.

בתחום המקוון פועלות שתי רשתות תקשורת המפיצות מקומונים לקהל הדתי־לאומי. עיתוני דתילי המפיצים שני מקומונים, דתילי מודיעין (<http://datilim.co.il/>) ודתילי רעננה (<http://datilin.co.il/>), ורשת מקומונטים בע"מ (<http://ournews.co.il/home.html>) המפיצה שבעה מקומונים למגזר הדתי.

לסיכום, העיתונות המקומית במגזר החרדי והדתי היא עיתונות מודפסת, רובה ככולה. חצי מן העיתונים המודפסים מהדורה דיגיטלית באינטרנט (n=23), אך כאמור מהדורות אלה לא נכללו כעיתונים מובחנים הואיל ומדובר על "שכפול" של המהדורה המודפסת, בלא אפשרות לעדכון תכני מערכת או שילוב תכני גולשים. בהקשר זה חשוב להזכיר שוב כי המיפוי הנוכחי איננו כולל את סוגת עלוני השבת הנפוצים מאוד במגזר הדתי והחרדי ואינם אלא פרסומים מודפסים המופיעים בקביעות ועוסקים גם הם בעניינים מקומיים.

תרשים 6: התפלגות המקומונים המגזריים לפי בעלות ומדיום (מודפס ומקוון)



העיתונות המקומית בערבית

עיתונות מסחרית עצמאית החלה להתבסס במגזר הערבי בשנות השמונים. החל בעיתון אל-צנארה (החכה) שהוקם ב-1983, והמשך בעיתונים כל אל-ערב (כל הערבים) שנוסד בשנת 1987, ופנורמה שנוסד בשנת 1986. עיתונים אלה החלו כמקומונים שהופצו אחת לשבוע, ועם הזמן התפתחו לשבועונים ארציים השולטים כיום במפת התקשורת הערבית בישראל. העיתונים אימצו את המודל המערבי של עיתונות מסחרית בלתי תלויה, הנוקטת קו ביקורתי ואיננה חוששת לעסוק בנושאים רגישים בתרבות הערבית, כגון אלימות במשפחה, וביקורת המנהיגות הערבית (ככהא, 2006). הריכוז הגאוגרפי של האוכלוסייה הערבית בישראל הביא לכך שעיתונים רבים שהופצו במשך השנים שימשו בפועל מקומונים, אף שלא הגדירו את עצמם כך. מבחינה זו, עיתונות מקומית ערבית הייתה נכמצא בעשורים האחרונים. כאמור, גם השבועונים הארציים המובילים החלו את דרכם כעיתונים מקומיים.

כיום, העיתונות המקומית הענפה במגזר הערבי בישראל מביאה ביטוי מקומי למגוון רחב של יישובים ערביים ברחבי הארץ. עיתונות זו התפתחה ומתקיימת בעיקר הודות להתפתחות האינטרנט ויתרונותיו, שכן לצד 12 מקומונים מודפסים המופצים כיום בקרב האוכלוסייה הערבית, פועלים ברשת יותר ממאה אתרי עיתונות מקומיים המיועדים ליישובים ערביים בכל חלקי הארץ.⁹ מבט אזורי על העיתונות הערבית מלמד כי חלק הארי של המקומונים המקוונים בערבית פונים לציבור בצפון הארץ (תרשים 3).

המקומונים המודפסים בערבית מנוהלים בעיקר בידי יזמים מקומיים, עצמאיים שאינם קשורים לתאגיד או לרשת עיתונות.¹⁰ שני עיתונים פונים למגזר הברואי בנגב, אח'באר אל-נקב (חדשות הנגב) ואל-אוסבוע אל-ערבי (השבוע הערבי); שישה מופצים באזור נצרת והסביבה, ושניים באזור המשולש; חדית אל-נאס (סיפור האנשים) ואח'באר אל-מדינה (חדשות העיר) באזור המרכז. בשונה מן העיתונות המודפסת בעברית, העיתונים הארציים בערבית אינם מפיקים עיתונות מקומית מודפסת. כמו כן נראה כי העיתונות המקומית המודפסת בערבית אינה ממצה את השימוש באינטרנט להרחבת התפוצה וחיי המדף. רק שלושה מקומונים בערבית מופיעים במהדורה דיגיטלית ברשת: אל-אוסבוע אל-ערבי הפונה לאוכלוסייה הברואית בנגב וחדית אל-נאס ואל-מאסאר הפונים לתושבי המשולש. לצד מספר מצומצם יחסית של מקומונים מודפסים בערבית, העיתונות המקוונת רבה ורחבת היקף. במחקר אותרו 111 מקומונים מקוונים; רובם ככולם הם "מקוון בלא מודפס" ללא מקבילה מודפסת, למעט אל-מאסאר (www.almasar.co.il) שהוא עיתון מקוון לצד מודפס, ושלושת המקומונים שהוזכרו לעיל, המפיצים מהדורה דיגיטלית. בחינה מעמיקה של המקוונים בערבית מלמדת

כי אלה נחלקים לשני סוגי בעלויות הבאים לידי ביטוי גם באופן הופעתם ברשת: אתרים עצמאיים כבעלות של יזם מקומי, ופורטלים מקומיים הזמינים כאתר של עיתון ארצי. המחקר לא איתר רשתות תקשורת מקומית בערבית. להלן נפרט כל אחד מסוגים אלה.

מקוונים כבעלות עצמאית. כשליש מן המקומונים המקוונים בערבית (n=44) הם כבעלות עצמאית, אינם שייכים לתאגיד תקשורת ופועלים כאתרים עצמאיים. לרוב מדובר ביוזמה משפחתית של אינטלקטואלים צעירים. המניע הוא אספקת חדשות מקומיות שיקראו תיגר על החדשות הארציות ויספקו עיתונות אחרת, מקומית ואותנטית, המשרתת את צורכי התושבים. צעירים אלה מונעים מתחושת שליחות, ורואים באינטרנט חלון הזדמנויות שמאפשר להם להתגבר על מגבלות תקציב וארגון ולספק לקהילתם המקומית צורך מרכזי וחשוב. כשם שמבטא הכיתוב בעמוד הבית של המקומון שיפא עמר (שפרעם) (<http://www.shefa-amr.com/nv/index.php>), "בעקבות מהפכת המידע והאינטרנט, החלטנו להביא לעירנו האהובה, הנכספת, העיר ההיסטורית והעתיקה שפרעם מקום ברשת האינטרנט". פורטלים אלה מספקים מבזקי ידיעות על היישוב, ומכילים כמות ניכרת של פרסומות לצורכי מימון. מפעילי העיתונים שותפים לתחושת הצורך בעיתונות שתיתן מענה לצורכי האוכלוסייה המקומית, לצד הקושי לקיים עיתון ולהתפרנס ממנו.¹¹

מקוונים כבעלות רשת תקשורת ארצית. מרבית המקומונים המקוונים בערבית זמינים ברשת במסגרת אחד מחמשת אתרי התקשורת הארציים השולטים במפת התקשורת הערבית בישראל (64 אחוז, n=79). בדומה לאתרים *mynet* ו-*nrg* מקומי, חברות התקשורת הללו מנצלות את נוכחותן המקוונת לספק מענה מקומי לגולשים. כל אתר מספק קישורים לפורטלים מקומיים ליישובים ערביים בישראל (תמונה 7). מספר הקישורים משתנה מעיתון לעיתון. העיתון פאנט של קבוצת התקשורת פנורמה מספק 24 קישורים מקומיים, בכרא (בוקר) מספק 19 קישורים, אל-צנארא תשעה קישורים, אל-ערב של קבוצת כל אל-ערב, כולל 19 קישורים מקומיים, ואתר תחנת הרדיו אל-שמס מכיל שמונה קישורים לחדשות מקומיות.

תמונה 7: רשימת הקישורים לאתרים מקומיים מתוך

העיתון המקוון פאנט (www.panet.co.il)

הא-לסורה	הא-לטיה	סאפין והמחלה	חיבה והמחלה	עאקה והמחלה	מחלה השאפור	הרניס וחסר-הרקה	שאפור ועמרה
כר-באיה והמחלה	המגל והמחלה	תושבה והמחלה	מחלה ספא	האלה וספא	קרי-המרג והמחלה	כר-קאע וואי-ערה	אם-העם והמחלה
בלה-וחת והמחלה	עמיה-לסורה	עמיה-לסורה	כר-לסם והמחלה	הא-והמלה וקא	רעט-והמחלה	הקס והמחלה	החולאן

לסיכום נראה שהאינטרנט ממלא תפקיד חשוב בפיתוח עיתונות מקומית במגזר הערבי בישראל. יתרונות הרשת מאפשרים ליזמים פרטיים בעלי מודעות ציבורית מקומית לפתח אמצעי תקשורת מקומיים באמצעים דלים. במקביל מאפשר האינטרנט לכלי התקשורת הנפוצים בערבית לספק למשתמשים ערך מוסף על ידי אספקת חדשות מקומיות באמצעות פורטלים מקומיים המשלבים תוכן עיתונאי לצד תוכן משתמשים.

העיתונות המקומית ברוסית

העלייה הגדולה מחבר המדינות בשנות השמונים והתשעים של המאה שעברה הביאה להתפתחות מגוון רחב של אמצעי תקשורת ברוסית בישראל (כספי ואליאס, 2000; Caspi et al., 2002). בשונה מעיתונות מהגרים מעבר לים, הנוטה להיעלם עם היטמעותם של המהגרים בארץ החדשה, העיתונות הרוסית בישראל התפתחה והתבססה במהלך שנות התשעים (כספי ואליאס, 2000), ושימשה מנוף פוליטי למפלגות רוסיות מגזריות שצמחו בעשורים האחרונים. כיום מדובר במגוון עשיר של אמצעי תקשורת ברוסית, הכוללים עיתונות מודפסת ומקוונת, פורומים מקוונים, טלוויזיה, רדיו ועוד (אליאס וזלצר שורר, 2007; Caspi et al., 2002). לאור זאת אין זה מפתיע כי כ-42 אחוז מכלל העולים מחבר המדינות אינם נחשפים כלל לאמצעי התקשורת בשפה העברית, וחלק ניכר מהם צורך תקשורת ישראלית בעברית לצד צריכה של אמצעי תקשורת ישראליים ובין-לאומיים בשפה הרוסית (מן ולב-און, 2013).

לעומת עשרה מקומונים ברוסית בשנות התשעים (Lissak & Leshem, 1995), כיום פעילים בישראל 53 מקומונים בשפה הרוסית, מהם 41 עיתונים מודפסים ו-12 מקוונים. בהמשך לממצאי כספי גם כיום אפשר למצוא עיתונות מקומית ענפה באזור באר שבע והדרום, המונה 17 מקומונים בשפה הרוסית (כספי, 2006). במרכז הארץ איתרנו עשרים מקומונים, באזור הצפון פעילים עשרה מקומונים ברוסית ובירושלים שישה. לא איתרנו מקומונים ברוסית המכוונים לציבור בתל אביב, בחיפה או ביהודה ושומרון (תרשים 3).

הגיוון בעיתונות ברוסית מתבטא גם בהיבט הבעלות (תרשים 6). בשונה מן העיתונות המקומית בערבית, במגזר הרוסי אנו מוצאים את שלושת סוג הבעלות: מקומונים עצמאיים (n=11), מקומונים בבעלות רשתות מקומונים (n=31), ומקומונים בבעלות תאגיד תקשורת (n=11). כמה רשתות תקשורת פעילות בשוק המקומונים. רובן פועלות בדפוס בלבד: טריאוגולניק (n=7), ספוטניק (n=3), ומקסימום (n=2). נוסף עליהן שלוש רשתות מפיצות מקומון ברוסית לצד מקומונים בעברית: קו 7 בחדרה, השקמה באזור המרכז, ולוקל בראשון

לציון. הרשת הגדולה ביותר היא אפוכה שבבעלות פ.ד. עיתונות ותקשורת בע"מ, המפיצה 14 מקומונים בכל אזורי הארץ. מדובר בשבעה זוגות של עיתונים מודפסים לצד מקוונים המופצים בדרום (2), במרכז (6), בירושלים (4), ובצפון (2). במישור הארצי פועלות שתי רשתות תקשורת: רשת התקשורת וסטי, בבעלות קבוצת ידיעות אחרונות, המפיצה שלושה מקומונים מודפסים ברוסית – בצפון, בדרום ובירושלים – ותאגיד התקשורת MMG media LTD, המפיץ שבעה מקומונים מקוונים ברוסית. מעניין שלמרות הפעילות הענפה של המגזר הרוסי באינטרנט (אליאס וזלצר שורר, 2007; מן ולב־און, 2013), מספר המקומונים המקוונים ברוסית מוגבל. יתרה מזאת, בשונה מן העיתונים המקוונים המובילים בעברית ובערבית, המספקים מספר רב של קישורים למקומונים מקוונים, האתרים המובילים ברוסית, Cursorino.co.il, Mignews.com, ו־Israelinfo.ru, נעדרים מן הזירה המקומית. הסבר אפשרי הוא המכוונות הבין־לאומית של העיתונים הללו. כפי שטוענות אליאס וזלצר שורר (2007), מדובר בעיתונים ישראליים בעלי זיקה למדינת המוצא ולקהילות המהגרים מחבר המדינות המתגוררים במערב. לפיכך תוכני הסיקור מכוונים להתאים לקהל יעד בין־לאומי ולא רק למגזר הרוסי בישראל.

סיכום

העיתונות המקומית פונה לציבור מצומצם, הומוגני מבחינה גאוגרפית וממילא גם בהיבטים דמוגרפיים אחרים. לפיכך עיתונות זו מבטאת ביזור תקשורתי ופוטנציאל לפלורליזם. ואמנם, כפי שפורט לעיל, התפתחותה של העיתונות המקומית הייתה מרכיב חשוב בתהליך ביזור העוצמה הפוליטית, הכלכלית והתקשורתית בישראל (Caspi, 1986). כניסת המקומונים למפת התקשורת בישראל סיפקה מרחב ביטוי לצרכים ייחודיים של אזורי פריפריה ושל מיעוטים אשר כמעט ולא זכו לביטוי קודם לכן (אברהם, 2001). כך החל תהליך של ביזור העוצמה במפת העיתונות, וחיוזק הפלורליזם במרחב התקשורתי. ואולם בשנות התשעים, עם התבססותם של תאגידי התקשורת הגדולים בזירת המקומונים, נראה היה כי המטוטלת נעה לכיוון ריכוזיות. הביזור שאפיין את שנותיהם הראשונות של המקומונים הצטמצם (לימור, 2003).

המחקר הנוכחי מלמד כי חדירת האינטרנט והתפתחותה של העיתונות המקוונת מטים את המטוטלת שוב לכיוון הביזור. העיתונות המקומית בישראל מגוונת וענפה, הן זו הפונה לכלל האוכלוסייה והן זו הפונה למגזרים הרוסי, הערבי, הדתי והחרדי. מרבית המקומונים המודפסים הוותיקים נולדו מתוך עלוני

מודעות שהתפתחו במשך הזמן לעיתונים (כספי ולימור, 1992). בעשור השני של המאה העשרים ואחת נראה כי העיתונות המקומית מתפתחת ומתפשטת מתוך פורטלים חדשתיים, המאפשרים ביטוי למספר בלתי מוגבל של ערוצי תקשורת בגוון מקומי, בתוך שילוב תוכן עיתונאי לצד תכנים של משתמשים (Manosevitch, 2011), פרסומות וסינדיקציה של תכנים ממגוון מקורות מידע.

מבנה הבעלות על העיתונות המקומית בישראל מלמד אף הוא על התרחבות ממד הביזור במפת המקומונים. מספר רב של יזמים מקומיים עצמאיים מפיקים מקומונים מקוונים, לצד מגוון רחב של מקומונים בבעלות רשתות תקשורת. יתרה מזאת, לעומת שתי רשתות תקשורת שהפיקו מקומונים בשנות התשעים (לימור, 2003), מונה כיום שוק המקומונים מגוון רחב של רשתות. לצד תאגידי התקשורת המרכזיים פועלות רשתות תקשורת המפיקות מקומונים לכלל האוכלוסייה, למגזר הדתי והחרדי ולמגזר הרוסי. במגזר הערבי אמנם לא נמצאו רשתות תקשורת המתמקדות במקומונים, אך חמש חברות התקשורת השולטות בתקשורת הערבית בישראל מספקות מגוון רב של מקומונים מקוונים לציבור זה.

על רקע המשבר שפוקד את העיתונות המודפסת בארץ ובעולם, מעניין לגלות כי במישור המקומי לא באה העיתונות המקוונת במקום העיתונות המודפסת, אלא משלימה אותה. בהיעדר נתונים, אין באפשרותנו לאמוד במדויק את היקף התפוצה של המקומונים. אולם התמונה שעולה מן המיפוי היא שבישראל פעילים כיום לפחות 300 מקומונים מודפסים, חלקם ברשת תקשורת ארצית, חלקם ברשת מקומונים, ורבים אחרים עצמאיים ואינם חלק מרשת.

עם זאת יש לנקוט זהירות בהערכת יציבותה של העיתונות המקומית, ובתחזיות בנוגע לעתידה, בעיקר כשמדובר בעיתונות המודפסת. לפי שעה, המשבר הפוקד את העיתונות פגע בעיקר ברשתות הארציות המפיצות מקומונים. לראיה, צמצום מספר המקומונים של רשת שוקן (פרסיקו, 2008), וסגירת רשת המקומונים של מעריב (אברהם, 2013). אך החיים בעולם דיגיטלי מקוון ומשגשג מציבים אתגר של ממש להמשך קיומה של העיתונות המקומית.

אין להמעיט בחשיבותו של האינטרנט בהרחבת הבמה לקולות מקומיים. בעוד מרבית המקומונים המודפסים מופצים פעם בשבוע וכרוכים בעלויות הדפסה והפצה, מקומונים מקוונים מספקים סיקור חדשותי עדכני ושוטף באמצעות כתבות מקוריות, ריכוז מידע ממגוון מקורות ושילוב תכני משתמשים. אלה משמשים ביטוי אותנטי לציבור המקומי, ומציעים אפשרות להשפיע על הדיון הציבורי באמצעות הפצת מידע, העלאת נושאים לסדר היום, גיוס ובקרה של נבחרי הציבור (לב-און, 2011, 2012).

אך לא רק העיתונות המודפסת נמצאת בתחרות עם העולם המקוון. מקומונים מקוונים מצויים בתחרות מתמדת עם אתרי מדיה חברתיים הפונים לקהל יעד

מקומי ומספקים צרכים מקומיים רבים במתן במה לקולות מקומיים, בשיתוף במידע, בפלטפורמה להתארגנות אזרחית ופוליטית במישור המקומי ועוד. שוק המקומונים בישראל ממשיך להתקיים לצד עולם דיגיטלי מקוון ומשגשג, שהולך ונעשה רווי במדיה חברתיים המספקים צרכים מקומיים רבים ומאגרים את תפקידה של העיתונות המקומית. יש לשער כי העיתונות המקומית תעבור שינויים נוספים בשנים הבאות בתהליך הסתגלותה לתרבות הדיגיטלית.

במאמר זה הצגנו מיפוי ראשוני של המקומונים בישראל בשנת 2013, המלמד על מרחב תקשורתי מגוון, בעל פוטנציאל לשמש מרחב ציבורי למגוון הקולות בחברה הישראלית. ואולם, מיפוי המקומונים מעורר שאלות רבות בנוגע למידה שבה פוטנציאל זה מתממש הלכה למעשה. יש להעמיק ולחקור לא רק את היחסים בין העיתונות המקוונת למודפסת, ואת מבנה הבעלות, אלא גם את דפוסי השימוש של צרכנים, את תכני המקומונים וכיצד משפיעים משתנים שונים, כגון בעלות, קהל היעד של העיתון ואיזור הכיסוי שלו על הבדלים במסגור וסדרי יום. אנו מקווים כי מיפוי זה יסייע בידי חוקרי התקשורת בישראל להמשיך ולפתח את חקר העיתונות המקומית בישראל, מאפייניה והשפעותיה.

הערות

- 1 תודה למכון לחקר מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה באוניברסיטת אריאל אשר תמך בפרויקט: לרן מלובני, קורין אלבו, מיכל מינצור, הדס שליסל, נטע וגשל, נעמה פכט וולד וסיליו על הסיוע בריכוז ועיבוד הנתונים. תודה רבה למור לביא ורביב טל מיפעת, ליונתן שלט מקנטאר מדיה, ולסלאח באסול ממרכז אעלאם על הסיוע בהשגת הנתונים. תודה גם לשופטים האנוניים על הערותיהם המועילות.
- 2 מבוסס על נתוני סקר TGI (2012) שנמסרו למחברים.
- 3 לעדויות אנקדוטיות בכיוון זה ראו סדרת כתבות של ש' אימרגליק בעין השביעית, "הון, שלטון ומקומון" (2008א, 2008ב, 2008ג), שהתפרסמו לפני הבחירות המוניציפליות בנובמבר 2008.
- 4 הסקירה מתייחסת לתקופת קיומה של מדינת ישראל, ועל כן מתחילה בעיתונות שהתפתחה במהלך שנות השישים. אולם המקומונים הראשונים בעברית הוקמו בתקופת היישוב ככמה ערים, כולל צפת, טבריה, תל אביב וחיפה. אלה התאפיינו בתפוצה מוגבלת ובאורך חיים קצר.
- 5 תיקון 7.1.2003: (1) "עיתון" – לרבות אמצעי תקשורת אלקטרוניים ועיתונים מקוונים ולרבות הבעלים, המו"ל והעורך האחראי של אמצעי התקשורת.
- 6 לפי פקודת הדואר 2.11.1 סעיף ג, חובת רישום עיתון איננה חלה רק על פרסומים המכונים לציבור הרחב בארץ, "ולא לציבור מסוים, או לציבור הרחב בחלק מן הארץ".

- 7 המידע מבוסס על נתונים שהתקבלו מרביב טל מיפעת.
- 8 ראו גיליון מיוחד של העין השביעית בנושא (במיוחד הטור של שוקי טאוסגי). אוהזר בתאריך 31.1.2014: <http://www.the7eye.org.il/SpecialReview/Pages/journalism2010.aspx>
- 9 מסקר שנערך ביוני 2012 בקרב 400 משתתפים על צריכת מדיה במגזר הערבי, עולה כי שיעור חדירת האינטרנט לכלל המגזר עמד על 71 אחוז, כאשר בערים הערביות ואזור המשולש שיעורי החדירה היה שמונים אחוז. כמעט כל הצעירים הערביים (בגילאי 18-29) משתמשים באינטרנט (97 אחוז). האחוז יורד עם הגיל. מבוסס על מידע שיווק סי איי, "צריכת מדיה במגזר הערבי", 5.6.2012-3.6.2012. אוהזר בתאריך 17.2.2014 מן האתר www.news1.co.il/uploadFiles/592891871929169.pptx. עוד על דפוס שימוש באינטרנט בקרב האוכלוסייה הערבית בישראל ראו מן ולב־און, 2013.
- 10 המקומונים המודפסים בערבית המדווחים במחקר זה אותרו באמצעות חיפוש במאגרי יפעת ומרכז אעלאם לתקשורת ערבית. יש להניח כי קיימים עוד מקומונים מודפסים המופצים ביישובים ערביים, ואינם נמצאים במאגרים אלה. עם זאת אנו סבורים כי מקומונים אלה אינם משנים את תמונת המצב המסורטטת כאן בקווים כלליים.
- 11 מתוך ראיונות טלפוניים עם שישה מפעילי עיתונים מקוונים בערבית, במהלך חודש מארס 2013.

רשימת המקורות

- אברהם, א' (2001). ישראל הסמויה מעיני התקשורת. ירושלים: אקדמון.
- אברהם, ד' (2013). עכשיו זה רשמי: רשת המקומונים של מעריב תיסגר. וואלה ברנז'ה, 19.5.2013 <http://b.walla.co.il/?w=/3050/2643346/@/item/printer> (אוהזר לאחרונה בתאריך 5.1.2014).
- אימרגליק, ש' (2008). זה היה סיפור של קיץ. העין השביעית, 14.9.2008. אוהזר ב־17.9.2013 מ־ <http://www.the7eye.org.il>
- אימרגליק, ש' (2008). אדומים ירוקים ושחורים. העין השביעית, 2.11.2008. אוהזר ב־17.9.2013 מ־ <http://www.the7eye.org.il>
- אימרגליק, ש' (2008). עירייה ברשת. העין השביעית, 9.11.2008. אוהזר ב־17.9.2013 מ־ <http://www.the7eye.org.il>
- אליאס, נ' וזלצר שורר, מ' (2007). לגלוש ללא גבולות: העיתונות המקוונת של מהגרים מחבר העמים בישראל. בתוך: ת' שוורץ אלטשולר (עורכת), עיתונות דוט. קום: העיתונות המקוונת בישראל (עמ' 147-175). ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.

- כבהא, מ' (2006). העיתונות הערבית בישראל 1984-2006 כמכשיר לעיצוב זהות חדשה. סדרת התקשורת המגזרית בישראל. מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה. <http://www.tau.ac.il/institutes/herzog/migzarit5.pdf> אוחרר ב־5.7.2013 מן האתר
- כספי, ד' (1980). צמיחתה של העיתונות המקומית בישראל: מגמות והערכות ראשונות. רמת גן: אוניברסיטת בר־אילן, המכון לשלטון מקומי.
- כספי, ד' (1993). תקשורת המונים: זרמים ואסכולות מחקר – מקראה. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, ד' (1998). ביזור אמצעי התקשורת במערכת ריכוזית: דוגמת העיתונות המקומית בישראל, 1980-1959. בתוך: ד' כספי וי' לימור (עורכים), אמצעי תקשורת המונים בישראל (עמ' 207-217). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, ד' (2006). "אפיקים בנגב" ברוסית: על התקשורת המקומית בבאר שבע. בתוך: י' גרדוס וא' מאיר־גליצנשטיין (עורכים), באר־שבע: מטרופולין בהתהוות (עמ' 75-87). באר שבע: אוניברסיטת בן־גוריון בנגב.
- כספי, ד' (2007). העיתונות המקוונת בישראל: מיון ראשוני. בתוך: ת' שוורץ אלטשולר (עורכת), עיתונות דוט.קום: העיתונות המקוונת בישראל (עמ' 31-50). ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- כספי ד' ואליאס, נ' (2000). להיות כאן ולהרגיש שם: על התקשורת בשפה הרוסית בישראל. סוציולוגיה ישראלית, (2), 429-440.
- כספי, ד', ובקר, א' (1982). עיתונים מקומיים בישראל. ירושלים: מכון ירושלים לחקר ישראל.
- כספי, ד' ולימור, י' (1992). המתווכים: אמצעי התקשורת בישראל 1948-1990. תל אביב: עם עובד.
- לב־און, א' (2010). תפקודי מדיה חדשים בשעת חרום: המקרה של מלחמת לבנון השנייה. תל אביב: מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה.
- לב־און, א' (2011). עיתונות מקוונת – ומגוונת? השוואת סדרי יום בין עיתונים מקוונים בישראל. קשר, 41, 47-53.
- לב־און, א' (2012). קולות אופוזיציונים במפת התקשורת החדשה 2: סיעות אופוזיציוניות במועצות הרשויות המקומיות. המרחב הציבורי, 7, 155-163.
- ליימן־וולציג, ש' (2007). קץ העיתון המודפס המסורתי: גורמים מאיימים בעיתונות המקוונת על העיתונות המודפסת המסורתית. בתוך: ת' שוורץ־אלטשולר (עורכת), עיתונות.קום: העיתונות המקוונת בישראל (עמ' 200-242). ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- לימור, י' (2003). תקשורת המונים בישראל. בתוך: א' יער וז' שביט (עורכים), מגמות בחברה הישראלית, ב (עמ' 1030-1053). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

לימור י' ופרי, י' (2005). המקומון והרשות המקומית: יריבים טורפים או זוג לטנגו? דברי פתיחה בכנס ועידת השלטון המקומי הראשונה של בית הספר לממשל ומדיניות, אוניברסיטת תל אביב, תל אביב.

מן, ר', ולב-און, א' (2013). דו"ח שנתי – התקשורת בישראל 2012: סדרי יום, שימושים ומגמות. אריאל: המכון לחקר מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה, בשיתוף עם יפעת וקנטאר מדיה.

נכון, ד' (2001). קביעת סדר היום הציבורי, התקשורת והפוליטי במישור המקומי. עבודת גמר לשם קבלת התואר "מוסמך", המחלקה למדעי המדינה, אוניברסיטת בר-אילן.

פרסיקו, א' (2008). מהפח אל הפתח. העין השביעית, 24.6.2008, אוחזר בתאריך 15.12.2013 מן האתר <http://www.the7eye.org.il/27108>

קיזל, א', ופירשטיין, מ' (2011). בצל המרכז: התקשורת המקומית בפריפריה וסיקור החדשות. קשר, 41, 78-87.

שיר-רוז, י' (2008). שימושים וסיפוקים, קהילות מדומיינות ומדיה בשעת מלחמה: המקרה של מלחמת לבנון השנייה. עבודת גמר לשם קבלת התואר "מוסמך", החוג לתקשורת, אוניברסיטת חיפה.

שקבטור, ג' (2011). דמוקרטיה השתתפותית ברשויות המקומיות בישראל: לקראת העידן הדיגיטלי. עיוני משפט, לג, 665-710.

- Bagdikian, B. (1997). *The media monopoly* (5th ed.) Boston: Beacon Press.
- Caspi, D. (1986). *Media decentralization: The case of Israel's local newspapers*. New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Caspi, D., Adoni, H., Cohen, A. A. & Elias, N. (2002). The red, the white and the blue: The Russian media in Israel. *International Communication Gazette*, 64(6), 537-556.
- Caspi, D. (2011). A revised look at online journalism in Israel: entrenching the old hegemony. *Israel Affairs*, 17(3), 341-363.
- Dimmick, J., Chen, Y. & Li, Z. (2004). Competition between the internet and traditional news media: The gratification-opportunities niche dimension. *Journal of Media Economics*, 17(1), 19—33.
- Franklin, B. (Ed.). (1998). *Local journalism and local media: Making the local news*. New York: Routledge.
- Fung, A. (2004). *Empowered participation: Reinventing urban democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Gross, K. & Aday, S. (2003). The scary world in your living room and neighborhood: Using local broadcast news, neighborhood crime rates, and personal experience to test agenda setting and cultivation. *Journal of Communication*, 53(3), 411-426.
- Heider, D., McCombs, M. & Poindexter, P. M. (2005). What the public expects of local news: Views on public and traditional journalism. *Journalism Quarterly*, 82(4), 952-967.
- Lissak, M. & Leshem, E. (1995). The Russian intelligentsia in Israel: Between ghettoization and integration. *Israel Affairs*, 2(2), 20-36.
- Manosevitch, I. (2011). User generated content in the Israeli online journalism landscape. *Israel Affairs*, 17(3), 422-444.
- McChesney, R.W. (1999). *Rich media, poor democracy*. Chicago: University of Illinois Press.
- Moy, P., McCluskey, M. R., McCoy, K. & Spratt M. A. (2004). Political correlates of local news media use. *Journal of Communication*, 54(3), 532-546.
- Neveu, E. (2002). The local press and farmers' protests in Brittany: Proximity and distance in the local newspaper coverage of a social movement. *Journalism Studies*, 3(1), 53-67.
- Nicodemus, D. M. (2004). Mobilizing information: Local news and the formation of a viable political community. *Political Communication*, 21, 161-176.
- Procopio, C. H. & Procopio, S. T. (2007). Do you know what it means to miss New Orleans?: Internet communication, geographic community, and social capital in crisis. *Journal of Applied Communication Research*, 35(1), 67-87.
- Stamm, K. R. (1985). *Newspaper use and community ties: Toward a dynamic theory*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Steinberg, S. H. (1961). *Five hundred years of printing*. London: Oak Knoll Press.
- Tanner, A. H. (2004). Agenda building, source selection, and health news at local television stations a nationwide survey of local television health reporters. *Science Communication*, 25(4), 350-363.