

בצל המרכז

התקשורת המקומית בפריפריה וסיקור החדשות

אריה קיזל ומירה פוירשטיין

מבוא

מאמר זה מציג מחקר שנעשה על אופיו של סדר היום התקשורתי החדשותי בכלי התקשורת המקומיים בפריפריה (בצפון ובדרום), על בסיס ניתוח כמותי ואיכותני של ידיעות מעמודי החדשות במקומונים ובכתבות חדשותיות ששודרו ברדיו ובטלוויזיה וראיונות עם בעלי תפקידים במערכות התקשורת המקומית בפריפריה. הסוגיות המרכזיות בו, הקשורות לאופי הדמוקרטי התקשורתי המקומי, משליכות על צביונה החברתי תרבותי של הפריפריה. המחקר בוחן את הייררכיית הנושאים המעצבים את סדר היום החדשותי הפריפריאלי, את ההקשר המקומי והארצי ואת מקורות היוזמה שלהם, ומקדיש תשומת לב לכוחן של מסגרות המדיה המקומיות ולהשפעתן על עיצוב דעת הקהל ועל מסגור החדשות.

האזרה או הדרה: סיקור הפריפריה בעידן הרב־ערוצי

מחקרים מראים שהייצוג התקשורתי של הפריפריה מעוות את דמותה של המציאות החברתית בהאדרת השלילי שבקבוצות ובמקומות או בהדרתן מהמרחב התקשורתי (אברהם 2001; אברהם, 2003; פירסט, 2001; קמה 2003; פירסט ואברהם, 2004), ובכך הוא משמר את מקומם המשני והנחות ביחסי הכוחות של החברה (Peri, 2004; אייזנשטדט, 2004; יונה ושנהב, 2005). במובן זה הדימוי התקשורתי של הפריפריה עשוי לרופף ולהחליש את תחושת הזיקה המקומית, הקיבוצית והאישית של הקהל המקומי (אברהם, 2003). מנייתוח הדימויים התקשורתיים על ערי הפיתוח עולה שהן מסוקרות מנקודת מבט של המרכז, ולכן נושאי הסיקור קבועים, ויש שימוש בסטראוטיפים ובהכללות של אירועים ומקומות תוך התמקדות בהבדלים שבין הפריפריה למרכז (שם, עמ' 65).

כדי למנוע זאת נקבע ב"חוק הבזק" (1990) שהחדשות המקומיות, בעיקר בתחנות המשדרות מכוח זיכיון, תבטחנה גישה לשידור לקבוצות וליחידים בקהילה, על מנת לאפשר מתן ביטוי ראוי למגוון התרבותי של החברה ולשפר את חיי הקהילה ואת איכות השלטון המקומי. גם המקומונים שבבעלות מו"לים פרטיים תורמים לביטוי הפריפריאלי. העיתונות המקומית – הבוחרת איזה מידע להעביר או לגנוז ולא לפרסם, אילו נושאים להבליט ואילו מסגרות להתוות להם – קובעת את איכותו ואת רמתו של השיח התקשורתי המקומי. היא גם בעלת

השפעה על יצירת מוקדי כוח מקומיים שעשויים להצמיח מנהיגות פוליטית ואחרת כעתודה למישור הלאומי.

הייצוגים התקשורתיים הנבחרים על ידי אנשי המדיה הם מרכיב חשוב במתן משמעות לחיים המקומיים (גלילייצוקר, 2008). הם מסמנים את קיומם של נושאים ואירועים, וגם להפך, בהדרתם הם מוכחדים סמלית (Wolfsfeld & Aburaiya, 2000). בכוחם להבנות והיות של אנשים ומקומות, ומבחינה זו הם משמשים כוח היוצר סטראוטיפים שבעזרתם מובנית השונו והאחרות (Grossberg et al., 1998).

גורם נוסף המכתיב את אופיין של החדשות הוא כלכלי: אמצעי התקשורת המרכזיים נמצאים בבעלותם של תאגידים כלכליים. ככל שגדל המרחק מן המרכז כך הפקת החדשות מצומצמת יותר ותקציבה דל (Shoemaker, 2002). כמו כן, ככל שכוחן הפיננסי של התחנות המקומיות רב יותר עולה איכות החדשות, ולהפך (Napoli & Yan, 2007).

לפי גישת ההבניה החברתית, התקשורת אחראית להבניית השיח הציבורי באופן המתאים לאינטרסים של בעלי הכוח, האליטות והמעמדות החברתיים (Jakubowicz et al., 1994). זהו ההסבר לנטיית הערוצים המרכזיים להתמקד באליטות ולהתעלם מחסרי העוצמה הפוליטית-חברתית וליכולתם הדלה של אלה האחרונים להתארגן מקצועית (Van Dijk, 1996). ברוח דומה מסביר מחקר אחר כי ככל שהערכים והמטרות של קבוצות המיעוט רחוקים יותר מהאליטות הפוליטיות והתקשורתיות, כך תגבר נטייתם של אנשי החדשות להתעלם מהן ולמסגר אותן כשוליות יותר (Gill, 1987).

חשיבותם של אמצעי התקשורת המקומיים גדלה ככל שאלה המרכזיים דוחים תביעות לייצוג הולם של קהלים מקומיים. האחרונים עלולים לטפח ספקנות כלפי המרכז וניכור ממנו (כספי, 2007). יורם פרי ויריב צפתי (2002) הראו כי קיים קשר בין ספקנות כלפי אמצעי תקשורת מרכזיים הרווחת בקרב מגזרים ומיעוטים ובין הנטייה הגוברת להסתייע בערוצי תקשורת מגזריים וחוף־לאומיים (רום, 2004).¹ למשתנה של "חבילת" תקשורת הכוללת ערוצים מגזריים או חוף־לאומיים, לעומת הערוצים מהזרם המרכזי, "יש השפעות אפשריות גם על תפיסותיהם ועל התנהגותם הפוליטית של צרכני התקשורת" (כספי, 2007, עמ' 182).

תמורות בתקשורת המקומית בישראל

המקומון הראשון בארץ יצא לאור בחיפה ב-1926. הצפון הרוויזיוניסטי נוסד ונערך בידי המשפטן ד"ר אברהם וינשל. שנה לאחר מכן נסגר (ספיר-ויץ, 2008). בתחילת שנות השישים הופיע באילת המקומון **ערב ערב** (כספי, 1998) שביטא את אי שביעות רצון מהסיקור המקומי בתקשורת הארצית.

מאז ועד תחילת שנות השמונים נוסדו מקומונים נוספים, רובם באזורים מרוחקים מהמרכז או במקומות יישוב קטנים וכלכלתם התבססה בעיקר על שטחי פרסום ומודעות קטנות. תפוצתם הגדולה, עלויות ההפקה הנמוכות שאפשרו מחירי מודעות נמוכים ופנייה אל קהל יעד ממוקד משכו מפרסמים רבים, שהביאו אתם פריחה מקומנית גדולה אשר הגיעה לשיאה בשנות השמונים.

לאחר מכן, בעיקר בשנות התשעים, התחרו המקומונים המובילים בעיתונות הארצית בחשיפות, בידיעות בלעדיות ובהובלה של טרנדים ושל סגנונות כתיבה (ספיר-ויץ, 2008). מאז ועד היום עברו המקומונים שלבי מיסוד עיתונאי המציינים את המעבר מעיסוק רב בצד הפרסומי ומועט בצד העיתונאי לשלב שבו יש הבחנה ברורה יותר בין החלק המערכתי-העיתונאי לבין החלק הפרסומי, הן מבחינה ארגונית והן מבחינת המיקום בכלי התקשורת. נקבעה מדיניות מערכתית ברורה ועקיבה, לצד שינויים גרפיים ומיסוד היחסים בין כלי התקשורת המקומי לבין גורמי הקהילה (כספי, 1998).

כמו במדינות אחרות, העיתונות הארצית חשה עליונות על העיתונות המקומית וראתה בה ביטויים של כתיבה ירודה, אי הקפדה על כללי אתיקה עיתונאית וחוסר מקצועיות. החל מתחילת שנות השמונים זכתה העיתונות המקומית בישראל לפריחה ולהכרה משמעותית ומילאה צרכים של קהל מקומי בקבלת מידע על המתרחש באזור, בהבנת התהליכים המוניציפליים ובמתן אפשרות למעורבות אזרחית בתהליך קבלת ההחלטות. תהליך זה סימן את תהליכי הביזור שעברה החברה הישראלית באותן שנים (גולדברגר, 1995; אלמוג, 2004; קיזל, 2008).

כניסת רשת שוקן לשוק העיתונות המקומית בישראל בתחילת שנות השמונים הביאה לשינוי מפת העיתונות, ובעיקר לראייה מקומית ממוקדת. הקו המנחה של הרשת היה הקמת עיתונים מקומיים בכל אזור בארץ, ללא העברת כתבות מכלי תקשורת אחד לשני וללא מינוי עורך ראשי. מו"ל הרשת, עמוס שוקן (היום מו"ל קבוצת **הארץ**), טען כי על ישראל ללכת בדרכה של העיתונות המקומית בארצות הברית, שחזרה במהירות לשוק התקשורת (גבירץ, 1992). חלק מהעיתונים המקומיים, למשל **כלבו** ו**כל העיר**, היו שותפים גם לתפיסת עולם עיתונאית שלפיה עיתונות פירושה חשיפת שחיתויות, טיפול בעוולות ובמנהל ציבורי לא תקין. באותה תקופה הוציאו לאור גם **מעריב** ו**ידיעות אחרונות** עיתונים מקומיים כמסופים המצורפים לעיתון הארצי. מקומונים אלה נערכו בדרך כלל בידי עיתונאים מהמערכת המרכזית (בתל-אביב) שהשתייכו לעיתון הארצי, והכילו מידע שלא פורסם בעיתונים הארציים. רשת "קול" של **ידיעות אחרונות** ורשת "כאן" של **מעריב** לא שימשו מקור הכנסה כלכלית. לא הוקם בהם מערך פרסומי נפרד, דבר שהעיד כי העיתונים הארציים לא ראו במסופים מקומיים אלה עיתונים בעלי עצמאות מערכתית, בוודאי לא עצמאות פרסומית. בתחילת שנות התשעים החליט **ידיעות אחרונות** החלטה

אסטרטגית: להקים את רשת ידיעות תקשורת שתהיה אחראית להקמת רשת מקומונים. לצורך כך הוא גייס עיתונאים בכירים (ובהם אמנון רבי, שעמד בראש הרשת) וכן אנשי ניהול ופרסום. החלטה זו לא הייתה מקובלת על עורך **ידיעות אחרונות** דאז, דב יודקובסקי, שטען שנים רבות כי על העיתון להימנע מהקמת רשת מקומונים משום שהיא תכרסם בעיתון הארצי החזק.

רשת ידיעות תקשורת השקיעה מיליוני שקלים בהקמת מערך של מערכות עיתונים מקומיים וכן מערך פרסום נפרד (שכלל לוחות מודעות דרושים), אשר החל להביא רווחים ניכרים לרשת. בתוך שנים מספר התבססה הרשת החדשה וצמצמה את הפערים עם רשת שוקן. המבנה הארגוני של ידיעות תקשורת היה שונה מזה של רשת שוקן: עורך ראשי ריכז מערכת ארצית שהוציאה את המקומונים והופעלה מערכת של שותפות בתחום הכתבות. בכל אזור הוקמה מערכת מקומית ובראשה עורך מקומי, שהיה כפוף לעורך הראשי במערכת בתל-אביב.

בסוף שנות התשעים החליט עפר נמרודי, מו"ל **מעריב**, להצטרף לתחרות והקים את רשת זמן מעריב. בתחילה הוקמו ברשת זו עיתונים מקומיים בעלי שמות שונים. מאוחר יותר מותגה הרשת ושמה של כל מקומוניה החל במילה **זמן**. רשת זו עובדת בדגם ארגוני דומה לזה של ידיעות תקשורת.

בשנים האחרונות ספגו המקומונים קיצוצים שפגעו במספר עמודי העיתון, קיצצו בהיקפו של החומר המערכתני, הביאו לפיטורי עיתונאים ותיקים והביאו גם להעברת חלק מתהליך הפקת העיתונים למערכות מרכזיות בתל-אביב (לוי, 2005). תוצאת הקיצוצים הללו היא הגברת התלות בכתבות הנרקחות בתל-אביב ובהעברתן לכל הרשת (ספיר-ויץ, 2008).

רשת שוקן ביצעה במהלך 2008 מהלך של מיתוג רשמי. קודם לכן ביצעה מהלך דומה לזה של **מעריב** וידיעות תקשורת ומיתגה עורך ראשי ארצי לרשת המקומונים. כתוצאה מחילוקי דעות פנימיים ברשת, חל בה פיצול מערכתי. הרשת הצפונית של רשת שוקן ("עיתונות מקומית צפון"), האחראית למקומונים כמו **צפון 1**, **ידיעות הגליל**, **הד הקריות**, **חדשות נתניה** ו**חדשות חדרה** נפרדה מערכתית מרשת שוקן הכללית. רשת צפונית זו לא הסכימה לקחת חלק במיתוג שמה (לשם שנבחר לרשת שוקן הארצית – **העיר**). בצד הפרסומי קיימת עדיין שותפות בין שתי הרשתות, בין היתר בבעלות על לוח הפרסום "הלוח הבטוח" באזור הצפון.

נוסף על שלוש הרשתות המרכזיות הנמצאות בבעלות שלושת המו"לים המרכזיים וברוני התקשורת, יוצאים ברחבי המדינה עשרות מקומונים בבעלות פרטית. רבים מהם (כמו ביקנעם, בבאר שבע, בזיכרון יעקב ובמקומות נוספים) זוכים להצלחה לא מבוטלת. מקומונים אלה מספקים לקהלם מידע רב על הנעשה באזור מגוריהם, תוך התמקדות בידיעות בתחומי הפוליטיקה המקומית, הספורט, רכילות, איכות הסביבה והחינוך.

בשנתיים האחרונות החלו העיתונים הגדולים, **ידיעות אחרונות** ו**מעריב**, לפרסם ברשת האינטרנט ערוצי חדשות מקומיים. **ידיעות אחרונות** מפרסם חלק מהחומר המערכתי של רשת המקומונים ידיעות תקשורת בערוץ **Mynet** במסגרת פורטל **ynet**. **מעריב** מפרסם חלק מהחומר המערכתי של רשת המקומונים זמן מעריב בערוץ "מקומי" במסגרת פורטל **NRG מעריב**.

מגבוה ו"בלי ניסיון להציע לו סנדוויצ'ים עם רכיבים שאינם ערבים לחיכו" (בלוך, 1995, עמ' 115). רוב התחנות הפירטיות פעלו באזורים מצומצמים ממשדר חלש יחסית, שמוקם בשטח יבשתי באזור השידור. משרדי התקשורת והמשטרה מיעטו לפעול נגד התחנות הללו. רובן נסגרו מיד עם הקמת הרדיו האזורי הרשמי, אך גם כיום פועלות תחנות לא מעטות, בעיקר במגזר החרדי (לימור, 1998).

הכנסת מסרה את הסמכות לפרסום המכרזים ולהענקת הזכויות על פי קריטריונים הקבועים בחוק או בכללים, לרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו. בנוסח המקורי של החוק נקבעו עשרה אזורים, ובכל אזור תחנה אחת. התברר שהיה הכרח להוסיף לפחות עוד אזור אחד, אזור אילת. לפיכך שינתה הכנסת את החוק וקבעה מסגרת של 11 אזורים ועד עשרים תחנות. מועצת הרשות השנייה לרדיו ולטלוויזיה, לאחר שבחנה את הנתונים הדמוגרפיים והכלכליים באזורים השונים, החליטה לקבוע 16 תחנות.

כאמור, במחצית השנייה של שנת 1995 החלו לשרד תחנות הרדיו האזוריות-פרטיות החוקיות הראשונות בישראל. ישראל הצטרפה למועדון הגדול של המדינות שבהן פועלות תחנות רדיו רבות מסוגים שונים (טוקטלי, 2000, עמ' 85). התחנות המקומיות משדרות רצועות שידור ובהן שידורי אקטואליה המלווים את שידורי החדשות תוך התייחסות לאירועים ארציים ומקומיים. ברצועות שידור אחרות משודרים שידורי חדשות הכוללים יומנים, מבזקים ותכניות אקטואליה. ברוב תחנות הרדיו האזוריות הוקמו מחלקות מיוחדות העוסקות בחדשות ובאקטואליה.

חלק מהתחנות מקיימות שיתוף פעולה עם תחנות שידור ארציות (כמו ערוץ 10) במטרה להעשיר את התחנה המקומית בתכנים של התחנה הארצית או להחליף מידע. בחלק מהתחנות אף קיימים קווי טלפון מיוחדים המבקשים מציבור המאזינים להעביר ידיעות "בזמן אמת" לתחנת השידור במטרה לטפח את הזיקה בין המאזין המקומי לבין התחנה. שיתופי פעולה קיימים גם בין מחלקות החדשות והאקטואליה ברדיו האזורי לבין מערכות העיתונים המקומיים, מאינטרסים דומים.

מטרות המחקר

המחקר בחן את אופיו של הסיקור החדשותי המקומי בפריפריה (צפון ודרום) ואת דגשיו בערוצי התקשורת המקומיים, ועמד על טיבם של תפיסותיהם של עורכי החדשות המקומיות ואת הקריטריונים המנחים אותם בעיצוב סדר היום התקשורתי המקומי. מכאן חשיבותו בהארת חלקן המרכזי של החדשות המקומיות בתרבות הפריפריאלית, במיוחד לנוכח המחקר המצטבר על הגישה השלילית שבה נגוע סיקור הפריפריה בעיתונות הארצית (אברהם, 2001). סיקור החדשות המקומיות מגביר את השתתפות האזרחים בחיי הקהילה המקומית ומטפח מעורבות בקידום סדר היום המקומי בנושאים כמו חינוך, פוליטיקה, כלכלה וסביבה.

שיטת המחקר

המחקר התבסס על ניתוח כמותי ואיכותי של טקסטים חדשותיים מהעיתונות הכתובה המקומית, מהרדיו והטלוויזיה המקומיים באזור הצפון והדרום. בדרום נבדקו תחנות רדיו דרום וערוץ הכבלים של

שוק העיתונות המקומית בישראל עובר שינויים המשפיעים על פני העיתונות (לוי, 2005). עיקרי השינויים בתחום העיתונות המקומית הם (כספי, 1998):

1. העסקה בחוזים אישיים המשפיעה על אופן ההתקשרות בין המו"ל לבין העיתונאי במקומון. העסקה זו מביאה להחלפה תדירה של עיתונאים ולמעברם מכלי תקשורת אחד למשנהו. תהליך זה מביא לרענון הכוחות ולדינמיקה בתחום הכתיבה, אך במקביל יוצר חוסר יציבות ואי יכולת לצבירת הניסיון העיתונאי הדרוש במקצוע העיתונות (קזול, 2007).
2. ירידת התקציבים המופנים להפקת העיתונים מביאה לצמצום כוח האדם העיתונאי ולהטלת נטל קשה על מספר מצומצם של עיתונאים, דבר המוביל לחוסר מקצועיות.
3. ירידת שכרם של העורכים והעיתונאים מביאה לנטישת מקצוע העיתונות על ידי עיתונאים מנוסים ולכניסתם של עורכים ועיתונאים צעירים אשר חוסר הניסיון שלהם בולט בכתיבה ובעריכה (שם).
4. שכירת משרדי עורכי דין לצורך ליווי מערכות העיתונים המקומיים כדי למנוע טעויות משפטיות שיגרמו להוצאות כספיות עבור המו"לים.
5. אי הפרדה מוקפדת דיה בין הצד העיתונאי לצד הפרסומי. עיתונאים לא מעטים כותבים כתבות פרסומיות והדבר פוגע בכללי האתיקה העיתונאית. נוסף על כך אין תמיד הקפדה על עיצוב גרפי שונה של עמודי הפרסום, זאת במטרה למשוך מפרסמים. לצד תהליכים אלה, קובע דן כספי (1998), ממשיכה העיתונות המקומית להוביל תהליך של ביזור תקשורתי ופוליטי, שכרוך בערעור שליטתם של מוקדי העוצמה הראשיים בתקשורת ובפוליטיקה ובפירוקם לעשרות מוקדים קטנים. הופעת המקומונים ביססה אפוא את ההקבלה בין שני המסגדים, הפוליטי והתקשורתי, שעוצבו בתקופת היישוב כמסגדים ריכוזיים שחלשו על הפריפריה ביד רמה (יעקובסון, 2008). היבקעותם של סדקים בריכוזיות זו של שני המסגדים בעת ובעונה אחת עשויה לשמש מן הסתם ראיה לזיקת הגומלין ביניהם (בר-און, 2005).

כניסת הרדיו האזורי

באמצע שנות התשעים נוספו תחנות הרדיו האזוריות לשוק העיתונות המקומית, לאחר שקדמו להן תחנות הטלוויזיה האזוריות שהחלו בהפקת מהדורות חדשות מקומיות. תהליך הממושך שקדם לשידורי הטלוויזיה בערוץ השני לא נחסך גם מתהליך הקמתן של תחנות הרדיו הפרטיות-אזוריות (לחמן מסר, 1997).

הרדיו האזורי החל לשרד באמצע שנות התשעים בעקבות מכרזים שפרסמה הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו. במרבית אזורי הארץ החלו לפעול תחנות מקומיות בבעלות ובמימון פרטי (בלוך, 1995). חלק מתנאי המכרז חייבו את בעלי התחנות המקומיות לשרד חדשות ואקטואליה, במטרה לטפח את הזהות המקומית ולהעשיר את ציבור המאזינים במידע על הנעשה באזורם בתחומים שונים.

התחנות האזוריות החוקיות החליפו את התחנות הפירטיות (לימור וחנן, 2007), שקמו חדשות לבקרים והוכיחו כי ציבור המאזינים בישראל מעוניין ברדיו שיענה לטעמיו ולצרכיו הבידוריים האינפורמטיביים בסגנון שלו ושל סביבתו הקרובה, ללא פטרונות

(ראשי ערים, מנהלי מוסדות ציבוריים כבתי ספר ובתי חולים, פקידים ממשלתיים, דוברי ארגונים כהסתדרות וכמשרה). מקורות חצי ממסדיים הם, למשל, דוברים בשם של עמותות, של מוסדות ללא כוונת רווח, של ארגונים חברתיים מקומיים או אחרים המייצגים אינטרסים של קבוצות לחץ. מקורות לא ממסדיים הם אנשים פרטיים או קבוצות לא מאורגנות אשר פנו לאמצעי התקשורת המקומיים או שהתקשורת הביאה את דברם.

הקשר. נבדק כיצד נושאי הסיקור הם תגובה להתרחשויות כלל ארציות או שהם מבטאים הקשרים מקומיים בלבד. לצורך כך נקבעו שלושה מדדים: מקומי, מגיב לארצי וארצי. נושאים שהקשרם הוא מקומי הם נושאים מקומיים אשר אין להם השלכה או רלוונטיות ארצית כלשהי. נושאים המגיבים לארצי נמצאים בהקשר ארצי והעיתונות המקומית הגיבה על פרסום ארצי קודם תוך התייחסות להיבטים המקומיים. נושאים ארציים הם בעלי הקשר ארצי טהור אשר המקומון החליט להתייחס אליהם.

בולטות הנושא. נערכה ספירה כמותית בכל אחד מערוצי התקשורת ביחס למידת בולטות הנושאים. הבולטות נקבעה תוך התייחסות למיקום הידיעה (התחלה, אמצע, סוף המהדורה המשודרת או דף העיתון) ואורכה (קצרה/מורחבת). נוסף על כך נערכו ראיונות עם שלושה עורכים בכלי תקשורת מקומיים: עורך ראשי במקומון **כלבו חיפה**, עורכת ראשית **בכל העמק והגליל** ועורך המשנה בשידורי החדשות והאקטואליה של הוט בכבלים. שלושת העורכים עוסקים יותר מעשור בעיתונות המקומית ומילאו שורה של תפקידים בכלי התקשורת (החל בכתבים, דרך עורכי מדורים ועד תפקידים הנוכחי). הראיונות היו ראיונות עומק בגישת ראיון אקטיבי, הנוקטת תהליך פרשני של דברי הנשאלים, במטרה להבין את המשמעויות שהם מבינים ומייחסים לחוויית עבודתם כאנשי חדשות ותקשורת וכמעצבי מדיניות במערכות החדשות שהם משתייכים אליהם (Seidman, 1991). הראיונות כללו שאלות פתוחות, שנבחנו בהקשרים התרבותיים של כל אחת ממערכות התקשורת. המיקוד היה על מספר נושאים מרכזיים במטרה לסייע למידענים לחשוף את נקודת המבט שלהם, להציג את המשמעויות שהם מייחסים לתפיסותיהם, לדרכי עבודתם ולהנחות המוצא של דרך קבלת החלטותיהם (שקדי, 2003, עמ' 69-70).

מטרת ניתוח הראיונות הייתה, אפוא, למיין ולסווג התבטאויות לקטגוריות ולהסיק מסקנות תקפות מתוכן הדברים (Weber, 1990). תהליך פרשני זה אפשר לפתח ולהתאים תפיסות רלוונטיות לנתונים, בשאיפה להעניק משמעות לדברי המראיינים (Maykut & Morehouse, 1994).

ממצאים ודיון

נושאי הסיקור. מהממצאים עולה שבמרכז סדר היום של התקשורת המקומית בפריפריה בולטים אותם נושאים הזוכים לסיקור רחב גם בערוצי התקשורת הארצית ובהם פוליטיקה, ביטחון וכלכלה (טבלה 1). הממצא מחזק את טענתם של דן כספי ויחיאל לימור (1992) שכלי התקשורת המקומיים שואפים בהתמדה לחקות את אחיהם הגדולים. ייתכן שהדבר נובע מכך שערוצי התקשורת המרכזיים משמשים כ"מרכז משנה" המקשר ומתווך בין מוקדי העוצמה החברתית הפוליטית ב"מרכז" לבין אלה של הפריפריה. דן הורוביץ ומשה

הוט, ובצפון – המקומונים **כלבו חיפה** ו**כל העמק והגליל**, וחדשות הוט בכבלים.² הנתונים נאספו במהלך שמונה שבועות רצופים בחודשים ינואר-פברואר-מארס 2006, יומיים בכל שבוע, באופן שייצג את כל ימות השבוע, חוץ מימי שבת.³

הדגימה

הדגימה תוכננה כך שאפשר יהיה להגיע למסקנות מובהקות מבחינה סטטיסטית בכל משתנה, להשוות בין שכיחות הנושאים, הייצוג התקשורתי במדיה השונים, הקשר, מקור היוזמה ובולטות הנושא. במהלך התקופה שנבדקה נדגמו במקביל בין השעות 18:00-19:00 מבוקי החדשות ברדיו דרום ושידורי החדשות (30 דקות כל אחת) בשידורי הוט צפון ודרום. הם הוקלטו ותומללו. במקביל נאספו כל עמודי החדשות (שבהן נדפסו הכתבות החדשותיות, הידיעות החדשותיות והמבזקים החדשותיים) של מהדורות המקומונים של יום ישישי בתאריכים אלה.

בניתוח התוכן הכמותי נחקרו הפריטים הבאים: 81 נושאים (אייטמים) ממהדורות חדשות ברדיו, 171 ממהדורות חדשות ואקטואליה בטלוויזיה ו-197 מעמודי החדשות בעיתונות הכתובה. כמו כן נערכה בדיקה מקדימה של החומר העיתונאי ובמסגרתה נותח מדגם של כתבות מקומון וכתבות מהרדיו ומהטלוויזיה כדי להפיק קטגוריות ולבדוק פערים בתהליך הקידוד. משתנים בעייתיים עלו לדיון ובסיום תהליך נראתה התאמה סבירה שווידאה הבנה משותפת בין החוקרים. ניתוח סטטיסטי נערך לבדיקת הקשר שבין משתני דף הקידוד באמצעות מבחני Chi-Square.

בניתוח האיכותני נחקרו הטקסטים על בסיס גישה פרשנית-סמיוטית (Carey, 1989; ליבס, 2003) ונקבעו מספר רמות בדיקה בקטגוריות הבאות:

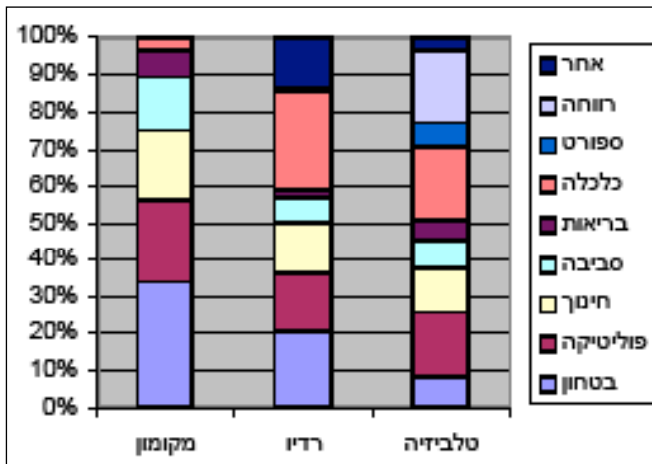
טיבו של סדר היום התקשורתי הפריפריאלי. נערכה ספירה כמותית של מספר המופעים של כל נושא בערוצי התקשורת המקומית. מטרת איתור הנושאים הבולטים הייתה לעמוד על טיבו של סדר היום התקשורתי הפריפריאלי ולשקף את מערך יחסי הכוחות של הממסדים השונים בחברה המרוחקת מיישובי המרכז וממוקדי השידור התקשורתיים. היות שהספורט מסוקר במדור נפרד שאינו חלק ממדורי החדשות, הוא לא נכלל במחקר זה.

שכיחות הנושאים במדיה וייצוגם התקשורתי. מהי הייררכיית נושאי הסיקור של התקשורת הפריפריאלית? בדיקת דרכי הייצוג התקשורתי – כתבה חדשותית (שמופיעה בעמודי החדשות ואורכה עמוד ומעלה), ידיעה חדשותית (בת מאה עד 250 מילה), מבזק חדשותי (ידיעה קצרה בשולי העמוד בת חמישים עד שמונים מילה) – ושכיחותן, נועדה לשקף את החשיבות שקברניטי החדשות מייחסים לנושאים השונים.

מקור היוזמה. מהם המקורות שעליהם נשענת התקשורת המקומית בדיווחיה החדשותיים? האם הם ממסדיים – ובכך משמשים שופר לאליטות חברתיות, פוליטיות וכלכליות מקומיות – או שהם מציעים במה חלופית הנענית לצורכי הקהל המקומי המרוחק מהמרכז, המאפשרת לו להתריע ולערער על תפקודו של הממסד המקומי בתחומים השונים?

לצורך בדיקה זו נקבעו שלושה מדדים למקור יוזמה: ממסדי, ממסדי חלקי ולא ממסדי. מקור ממסדי הם גורמי ממסד מובהקים

טבלה 3: שכיחות הנושאים לפי סוג המדיה



הנושא	מקומונים	רדיו	טלוויזיה	סך הכול
ביטחון	35.4	26.5	12.1	23.3
פוליטיקה	22.6	20.6	26	23.9
חינוך	20	17.6	17.7	18.6
סביבה	14.9	8.8	11.3	12.3
בריאות	7.7	2.9	8.7	7.5
כלכלה	3.1	33.8	28.6	19.2
ספורט			9.5	4.5
רווחה	0.5	1.5	29.4	14.2
אחר		17.6	5.2	4.9
סך הכול (%)	100	100	100	100

מקומונים=1.00

רדיו = 2.00

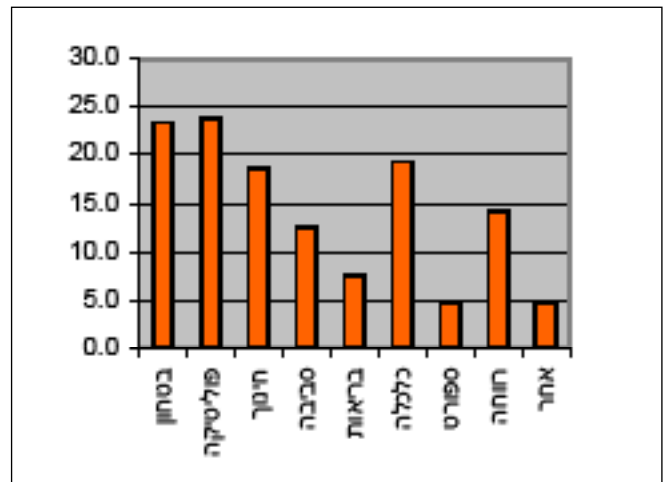
טלוויזיה=3.00

נושאי בטחון ופוליטיקה= general

ביטחון, משפט, פלילים וכלכלה, ובטלוויזיה (טבלה 7): רווחה, כלכלה, פוליטיקה, חינוך ואחרים ביטחון, סביבה, בריאות וספורט. אפשר לייחס את בולטות נושאי הביטחון במקומונים, במיוחד כאשר מדובר בכל העמק והגליל (43.4 אחוז), לסיקור האזור הגאוגרפי שעליו מופקד המקומון: אזור העימות בצפון. בדומה לכך, בדרום בולט השידור הטלוויזיוני (26.5 אחוז) בדיווחיו מהשטח, הנתנים מענה לצרכים המקומיים של תושבי האזור. אף על פי שנושאי ביטחון המגיעים למהדורות החדשות המרכזיות בטלוויזיה לרוב הן במתכונת של "חדשות נקודתיות" ו"פורצות", ומכאן ייחודם של שידורי הטלוויזיה של הוט דרום, המרחיבים את הסיקור. לעומת השידורים המקוצרים והתמציתיים של הרדיו והטלוויזיה, הסיקור העיתונאי יכול לעסוק בהרחבה בחדשות מתמשכות ומתפתחות בתפקיד התיאום או הקישור של פורמט הפרשנות, כפי שמשקף

ליסק (1990) טענו שהתקשורת מציגה לפני המרכז את התיבעות ואת ההתרחשויות בפריפריה, ובה בעת היא מדווחת לתושבי הפריפריה ומעדכנת אותם בכל הקשור למרכז, לנורמות המקובלות בו ולהחלטות שנתקבלו שעשויות להשפיע במישרין או בעקיפין על הפריפריה.

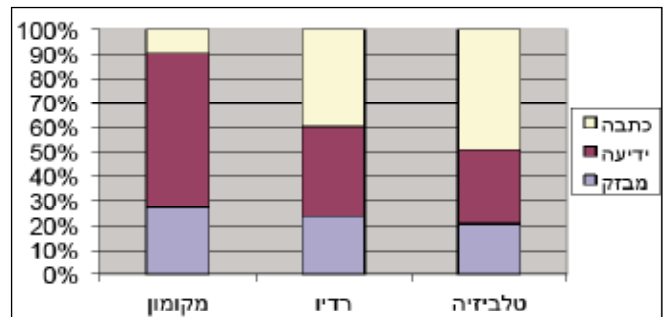
טבלה 1: ממוצע שכיחות הנושאים בערוצי התקשורת המקומית



בהקשר הזה מביאים כספי ולימור (1992, עמ' 70) כדוגמה את המקומונים ואת התלות וההקבלה שבין הממסד הפוליטי והתקשורת כפי שהשתקפו באופן הסיקור שלהם, ובכך סימנו את הצלחתם – לשמש מתווכים לשני רבדים, המנהיג והמונהג, לאחר ששנים רבות סבל השלטון המקומי מ"חסך תקשורתי".

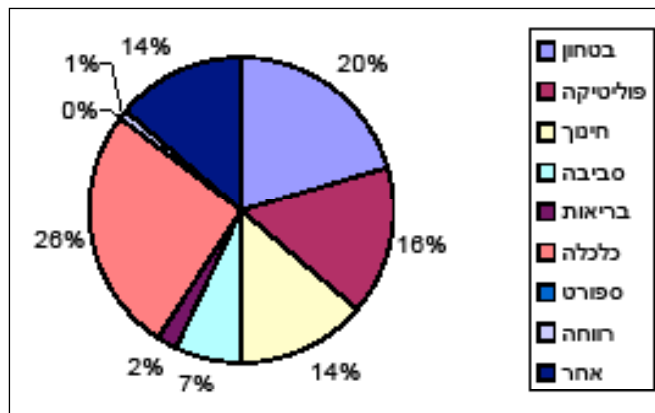
הצגת הנושאים בכל מדיה: במקומונים (טבלה 3) הסיקור הבולט הוא בנושאי ביטחון, פלילים ומשפט (35.4 אחוז), בפוליטיקה (22.6 אחוז) ובחינוך (20 אחוז). ברדיו, נושאי כלכלה (33.8 אחוז) ואחרים (26.5 אחוז) ופוליטיקה (20.6 אחוז) ובטלוויזיה – רווחה (29.4 אחוז) ואחרים כלכלה (28.6 אחוז) ופוליטיקה (26 אחוז).

טבלה 2: הייצוג התקשורתי לפי סוג המדיה

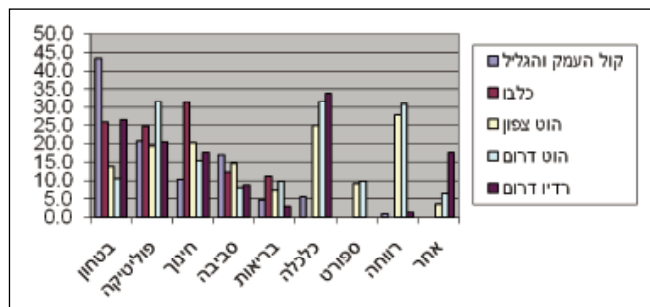


אפשר לראות את סדר חשיבות הנושאים בכל אחד מאמצעי התקשורת (טבלה 4) ובכל מדיום. במקומונים וברדיו (טבלאות 5, 6) פוליטיקה,

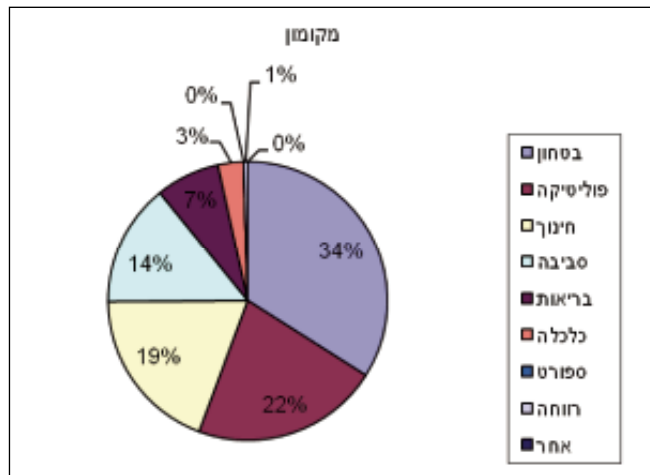
טבלה 6: שכיחות הנושאים ברדיו המקומי



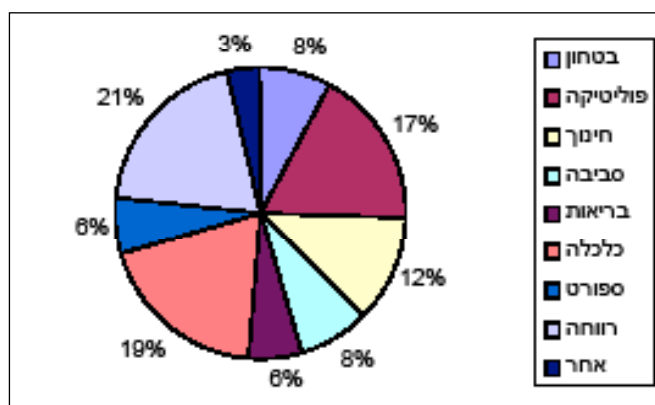
טבלה 4: שכיחות הנושאים בכל אחד מאמצעי התקשורת



טבלה 5: שכיחות הנושאים במקומונים



טבלה 7: שכיחות התחומים בטלוויזיה המקומית



פוליטיקה או פליילים וכלכלה. עורך כלבו חיפה: "זה סל אחד של תחומים. מה שטוב יותר נכנס".⁴ משקל הנושאים משתנה, לדברי השלושה, מדי שבוע, בהתאם לעניין שכל אחת מהידיעות מעוררת בהם ובכתבים.

מקור היוזמה. מהמצאים עולה כי יש קשר מובהק בין המדיה למקור היוזמה (Sig=.000), כאשר מקור היוזמה הבולט הוא ממסדי (יותר מחמישים אחוז), ובמיוחד במקומונים (84 אחוז). לעומתו, מקורות ממוסדים חלקית ולא ממוסדים תופסים נתח מצומצם יחסית (טבלה 8). ממצא זה מחזק את הטענה על מידת התלות והזיקה שבין הממסדים ההגמוניים הפוליטיים, הכלכליים, החברתיים והתרבותיים בפריפריה לבין התקשורת המקומית. צבי רייך מציין בהקשר זה את עליית כוחם של משרדי יחסי הציבור והשפעתם כמקורות (Reich, 2009, pp. 5–7). כלי התקשורת המקומיים משמשים במה למסד המקומי ומחזקים אותו, ובכך הם נענים לצורכי המנהיגות המקומית במקום לצורכי קהל צרכני התקשורת. משמעותה של מסקנה זו היא שהתקשורת המקומית איננה משמיעה את הקולות הייחודיים של תושבי הפריפריה ואיננה מציעה תקשורת אלטרנטיבית הרגישה למגוון צרכים, הבוחנת ומבקרת את הממסד המקומי, אלא היא לעתים

בשני המקומונים בצפון. למרות השכיחות היחסית הגבוהה של סיקור בענייני הביטחון בערוצים השונים, עיקר ייצוגם התקשורתי הם מבזקים (ידיעות קצרות בשולי העמודים, בנות חמישים עד שמונים מילים) וידיעות (יותר ממאה מילים), המשקפים את הדינמיות ואת תדירות קצב הדיווח שלהם.

הנושא הכלכלי נמצא בשכיחות גבוהה בשידורי הרדיו (33.8 אחוז) והטלוויזיה המקומיים בדרום (31.7 אחוז) ובצפון (25 אחוז). בולט גם הסיקור בנושאי פוליטיקה ברדיו דרום (31.7 אחוז) ובמקומון **כלבו חיפה** (24.7 אחוז). הרשות המקומית היא ברבים מהיישובים הבינוניים והקטנים הגורם הכלכלי הדומיננטי, והמפרסם הגדול בעיתון. במובן הזה המקומון קשור לשלטון המקומי ולהנהגה הפוליטית המקומית. משתמע מדברים אלה ש"הלוקאליזציה של השידור מעמידה לרשות אנשי השלטון המקומי כלי עזר נוספים להעברת מסרים לתושבים ולגיוס אהדתם" (כספי ולימור, 1992, עמ' 255).

שלושת העורכים אינם מעניקים משקל רב יותר לנושאי סיקור מסוימים על פני אחרים. לתפיסתם, נושאי חינוך, רווחה ובריאות מקומיים חשובים, אך אין הם מעדיפים אותם על פני נושאים כמו

עם ידיעות בעלות ערך. עם זאת, שלושתם מודעים לחשיבות הרבה של צינורות המידע הרשמיים (דוברי מוסדות כמו עיריות ורשויות מקומיות, משטרה, ארגוני עובדים ועוד), וטוענים שידיעות המתקבלות מגורמים אלה (בדמות "הודעות לעיתונות") עוברות מיון קפדני ועיבוד בטרם פרסומן. בהקשר הזה מדגיש עורך **כלבו חיפה** את ההבדל בינו לבין אחד המקומונים המתחרים: "אנו בדרך כלל לא עובדים עם קומוניקטים. אצל המתחרים מסתמכים על דוברים, אצלנו לא"⁵.

עורכת **כל העמק והגליל** סבורה שתפקידו של העיתון הוא לסקר אירועים שליליים מנקודת מבט ביקורתית. היא מעידה כי העיתון נמצא במצב של "מתח וסכסוך" עם מרבית הדוברים המקומיים בגלל מדיניות הביקורת שהיא מתווה בעיתון. למרות זאת היא מנסה לאזן את הדברים במדור החינוך, המכיל לעתים ידיעות חיוביות באופן יזום על ידי המערכת.⁶

עורך משנה של הוט קובע כי התחנה "לא חיה מפרסומות אלא ממימון על פי חוק בזק", ולכן היא מתירה לעצמה לעתים להיות "אופוזיציונרית, כי היא לא תלויה ברשויות"⁷.

בכל הקשור למקור היוזמה, עורך **כלבו חיפה** סבור ש"95 אחוז מחומרי החדשות אינם ממסדיים". לדבריו, "יש פניות רבות למערכת, מכתבים רבים, אנשים שמגיעים לכאן פיזית וזה רוב האינפורמציה של העיתון. אני לא מסתמך על המקורות הממסדיים"⁸. עם זאת, לדבריו, הכתבים עובדים עם הודעות מטעם הממסד, אולם לא מכניסים אותן לעיתון ללא תגובה או אימות והצלבות נדרשות. עורכת **כל העמק והגליל** מספרת שהמדיניות המוצהרת שלה היא שהכתבים יביאו את האינפורמציה "מהשטח ולא מגורמים ממסדיים". היא רואה בידיעות שאינן ממסדיות ידיעות חשובות יותר ו"טובות יותר לפרסום" משום שהן אינן נגועות באינטרסים של "ייפוי המציאות באופן מניפולטיבי".

עורך המשנה בשידורי הוט מגדיר את מקור היוזמה: "בחירה מתוך פניות לתא הקולי על-פי קריטריונים כמו נושאים מעניינים, חוש והתרשמות של הכתבים והעורכים ועשרים אחוז מהידיעות המגיעות מהשטח ומאנשים שעוברים כאן. יש דוברים וגם הממסד, כי הוא לא גורם מאיים עלינו".

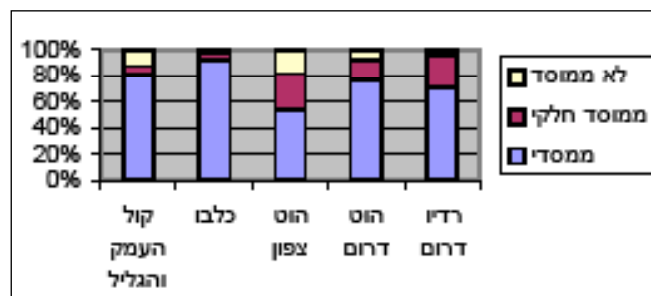
ההקשר: מהממצאים עולה שהתקשורת המקומית מטפלת באופן מובהק (Sig=.000) בנושאים מקומיים, כפי שעולה מן השכיחות הממוצעת הגבוהה (65.1 אחוז) של הופעתם בכל האמצעים ותמונת ההתפלגות ביניהם (טבלאות 10, 11). עם זאת, עדיין קיימת בולטות ניכרת בנושאים המקומיים המגיבים על התקשורת הארצית, במיוחד במקומונים (ארבעים אחוז). הדבר מלמד על הקשר ההדוק בין סדר היום הארצי לזה המקומי, לעתים באופן מובהק (כמו מתיחות ביטחונית בדרום ובצפון). שכיחות נמוכה יחסית מסתמנת בהצגת נושאים בהקשר ארצי (בממוצע 7.3 אחוזים). הבולטים בהצגת נושאים בהקשר ארצי הם הרדיו והטלוויזיה, וייתכן שהדבר נובע מאילוצים כלכליים, כפי שמסבירה ענת באלניט (2002). לדבריה, "תחנות הרדיו האזורי נקלעו לקשיים בעקבות הדרישה מהם להשקיע תקציב גדול באולפן ובציוד. בדומה להן תחנות הטלוויזיה בכבלים חורגות הרבה מעבר לטווחי השידור המקוריים שלהם והדבר נעשה תוך עצימת עין של הרשויות, משום הקשיים הכלכליים שהם נקלעו אליהם" (שם).

קרובות כלי שרת של הממסד המקומי.

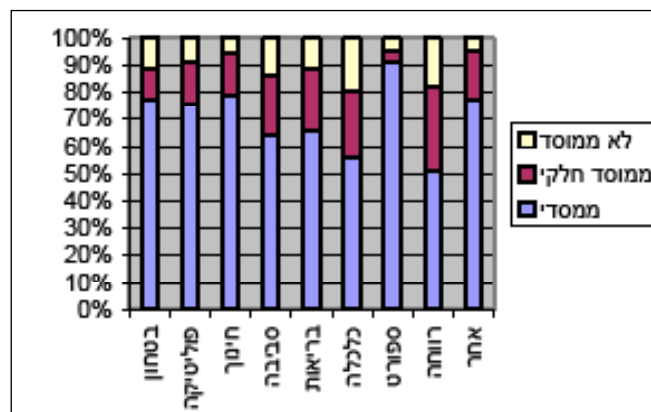
יצחק גלנור טוען כי התקשורת משמשת צינור להזרמת מידע, ערכים ונורמות מהמרכז לפריפריה, "כחלק מתחזוקה פוליטית הבאה להבטיח את נאמנותה המתמשכת של הפריפריה למרכז" (גלנור, 1985, עמ' 27). מצד אחד התקשורת המקומית מרבה לסקר נושאים מקומיים הקשורים בפריפריה; מצד שני מרבית הנושאים הם פרי יוזמה של הממסד העומד מאחוריהם, ובמיוחד בנושאי חינוך (79.3 אחוז), פוליטיקה (77.2 אחוז) וביטחון (76.1 אחוז).

מהממצאים עולה שבכמה נושאים מקור היוזמה הוא גם ממוסד חלקי, אך ברמה מצומצמת יחסית. המדובר בנושאי רווחה (31.3 אחוז), כלכלה (24.2 אחוז), בריאות (22.9 אחוז) וסביבה (22.0 אחוז), ובעיקר ברדיו ובטלוויזיה בכבלים (טבלה 9). ייתכן שאופיים הטכנולוגי של אמצעים אלה הוא שמשפיע. בטכנולוגיית השידור המיידית של הרדיו והטלוויזיה הטקסטים פתוחים ונגישים יותר הן לקהל (שבשיחת טלפון הופך למקור מידע) והן למקורות אחרים שאינם ממוסדים.

טבלה 8: מקור היוזמה – התפלגות המקורות בכל אחד מאמצעי התקשורת



טבלה 9: התפלגות המקורות לפי נושאים



שלושת העורכים מעדיפים באופן מובהק ידיעות שאינן ממסדיות, אף כי הממצאים אינם מראים זאת. שלושתם מדברים על חשיבות העבודה של הכתבים ב"שטח" ועל הוצאת הידיעות ממקורות שונים ומגוונים, כולל פנייה של גורמים פרטיים ושל קבוצות למערכות

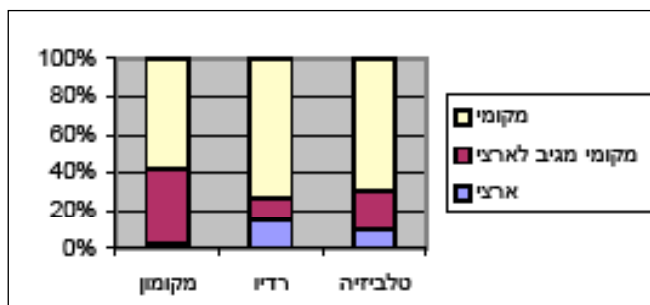
טבלה 10: הקשר הצגת הנושאים במדיה

סוג המדיה	1	2	3	סך הכול
מקומונים	3	79	113	195
%	1.5	40.5	57.9	100
רדיו	10	8	49	67
%	14.9	11.9	73.1	100
טלוויזיה	23	50	161	234
%	9.8	21.4	68.8	100
סך הכול	36	137	323	496
%	7.3	27.6	65.1	100

1=נושא ארצי

2=נושא מקומי מגיב לארצי

3=נושא מקומי

טבלה 11: התפלגות ההקשר לפי מדיה

שלושת העורכים סבורים שעל כלי התקשורת לעסוק בחדשות מקומיות בעדיפות ראשונה ורק לאחר מכן, אם בכלל, להעדיף תגובה על ידיעות שכבר פורסמו בכלי תקשורת ארציים. עורך המשנה בשידורי הוט מדגיש שהעיסוק בידיעה ארצית תזכה להבלטת הממד המקומי: "זווית נוספת לנושאים ארציים, הזווית המקומית [...] למשל בזמן הפריימריס לבחירות הבלטנו את הזווית של הערבים בשפרעם".

עורך כלבו חיפה אומר:

יש לפעמים 'פולו-אפ' [ידיעות מעקב] למה שהועבר בערוצים הארציים, אבל בדרך כלל דברים שהופיעו במהלך השבוע בעיתונות הארצית – יש סיכוי אפסי שהם יכנסו לעיתון המקומי. אנחנו מתעקשים מאד על בלעדיות בחומרים שאנחנו מפרסמים. העיתון הוא לא פריפריאלי. אנו מביאים אינפורמציה חשובה, חווית קריאה מעניינת, את העצבים של המקום ואת המקומיות של חיפה. אנו בפירוש לא נספח של עיתון ארצי ולא תופסים את עצמנו כמוצר לוואי.⁹

ברוח דומה מסבירה עורכת כל העמק והגליל:

על האינפורמציה שלנו להיות טרייה וחדשה. אנו צריכים לתת ערך נוסף בסוף השבוע. אנו לא ממחזרים ידיעות. הקורא לא מתעניין באינפורמציה שכבר פורסמה בעיתונים הגדולים. אני לא אומרת שאנחנו נמנעים מהכנסת ידיעות אלה אבל אם נכניס – נטפל בהן אחרת, נרחיב, נוסיף ממדים. העיתון המקומי הוא לתפיסתי בפירוש

אלטרנטיבה עיתונאית במובן של הטיפול בבעיות הקשות של האזור. הידיעות בעיתונים הארציים עוסקות במהלך השבוע רק בטרנדיות ובתאונות קשות או בסיפורים פינקטיים שעיתונאים מקבלים מדוברים. אין שם שום טיפול רציני בבעיות של האזור שלנו. אנו הבמה המרכזית לטיפול בבעיות אלה וזו המטרה שלנו. לפיכך החדשות הם לב לבו של העיתון – שלעתים מגיע לקורא בתוך ידיעות אחרונות – ולפיכך אני מחשיבה את החדשות יותר מאשר את החלק המגזיני. המוספים של העיתון הארצי נותנים די כתבות מגזינים. אנו צריכים לתת ונותנים את מה שקורה ליד הבית של הקורא.

עורך המשנה בשידורי הוט אומר ש"יש שיתוף פעולה עם כלי תקשורת ארציים, אך הזווית המקומית מחזקת בכתבות שלנו. נגיב לעתים לחדשות מהמדורות הארציות, אך ניתן את הזווית המקומית באופן מובהק".

כללית, קהל היעד המקומי עומד בראש דאגתם של העורכים והם מרבים להשתמש במושג "קהילה". מערכת הקשרים בקהילה נועדה למלא את הצורך של פרטיה ב"התקשרות" (McQuail, 2005). כאשר מדובר בעיתונות המקומית, תפקידה לשקף את הנעשה בקהילה ולפנות אל האנשים החיים בה (גילת, 2005). הממצאים מראים שהעורכים מעריכים את חשיבותו של כלי התקשורת המקומי כספק המידע המרכזי באזור הגאוגרפי שעליו הם מופקדים. הם סבורים שעל כלי התקשורת לספק לקהל הקוראים/הצופים חדשות מקומיות ועדכניות הנוגעות לאזור. עם זאת הם חלוקים בכל הנוגע להיקף שיש לספק לחדשות המקומיות מול כתבות מגזין רחבות (העוסקות לעתים בנושאים לא מקומיים ולא אקטואליים). עורך המקומון החיפאי:

אנו רואים את עצמנו כעיתון עם הפנים לקהילה. פיתחנו ברשת חזון והחלטנו להתחבר לקהילה. 90 אחוז מהידיעות המקומיות היו בעבר בנושאים שליליים, וכעת אנו מתכוונים להראות שיש גם דברים טובים בחיפה. בעבר נתנו ידיעות חדשותיות בנות 400 עד 500 מילה. זה כבר לא נדרש היום על ידי הציבור. הקורא מבקש ידיעות קצרות יותר. כיווצנו את מדור החדשות. היו לנו בעבר 11 עמודי חדשות וכיום יש לנו 5 עמודי חדשות. בתפיסתי אנשים מתעניינים היום פחות בחדשות. עם זאת, העיתונות המקומית היא הבמה היחידה ומקור האינפורמציה המרכזית לחדשות המקומיות. אנו מפרסמים יותר כתבות מגזין נרחבות ומדורים. גם העמוד הראשון שלנו הוא בעל אוריינטציה מגזינית מובהקת.

עורכת המקומון הצפוני סבורה שיש מקום להרחבה בחדשות:

המטרה שלנו כעיתון מקומי היא לספק כמה שיותר ידיעות חדשותיות. יש מספיק כתבות מגזין בעיתונים הארציים וחשוב לזכור שבחלק מהאזורים אנו מצורפים לעיתון ארצי. שם יש מספיק מגזינים עם כתבות. לפיכך, אנו צריכים לתת לקורא מידע על מה שקורה ליד הבית שלו. העיתון המקומי לתפיסתי הוא אלטרנטיבה במובן של טיפול בבעיות הקשות של האזור. צריכים לפרסם את החדשות שקורות ליד הבית. אנו מספקים בעיקר עמודי חדשות. זה החלק המרכזי בעיתון. ההפרדה העיקרית בכל המהדורות הללו הן בתחום החדשות. אנו עורכים עמודים ראשונים, עם מגמה חדשותית מובהקת בכל אחת מהמהדורות ומחליפים בדרך כלל את עמודי החדשות.

גם עורך המשנה בשידורי הטלוויזיה המקומית מצדד בתפיסה זו: "אנו מייחסים לחדשות חשיבות גדולה. חדשות צריכות להיות חשובות, מעניינות ועדכניות, הנוגעות לך אישית. המטרה שלנו היא להגיע לכמה שיותר צופים. הייחוד שלנו הוא שאנו עוסקים בנושאים

2007). אם כך, הרי שדרכי סיקור החדשות והאקטואליה בפריפריה מדגימים פלורליזם תקשורתי מדומה, המעורר שאלות מהותיות על טיבם ותפקידם של מרחבי התקשורת הפריפריאלית.

הערות

- * המחקר נערך בחסות המחלקה לתקשורת באוניברסיטת בר אילן. תודה לפרופ' שמאל ליימין וילציג שליווה מחקר זה מקרוב ותרם רבות בהערותיו המועילות.
- 1 הכוונה היא לאמצעי תקשורת המיועדים לעולי חבר המדינות, לערוצים דתיים וחרדיים, לערוצי האוכלוסייה הפלסטינית בישראל, לערוצים הפונים לקבוצות אידאולוגיות (כמו ערוץ 7) ולערוצים בין-לאומיים כמו CNN, BBC WORLD ואחרים.
 - 2 מאז קיום המחקר עברו החדשות המקומיות להיות מופקות בסיוע ערוץ 1 (הטלוויזיה הישראלית).
 - 3 להלן התאריכים שנבחרו (כולם בשנת 2006): שבוע 1: ימי א'-ב', 29 בינואר עד 30 בינואר, שבוע 2: ימי ג'-ד', 7 בפברואר עד 8 בפברואר, שבוע 3: יום ה', 16 בפברואר, שבוע 4: ימי א'-ב', 19 בפברואר עד 20 בפברואר, שבוע 5: ימי ג'-ד', 28 בפברואר עד 1 במרס, שבוע 6: יום ה', 9 במרס, שבוע 7: ימי א'-ב', 12 בעד 13 במרס, שבוע 8: ימי ג'-ד', 21 עד 22 במרס. ראיון עם עורך **כלבו חיפה**, אפריל 2007.
 - 4 ראיון עם עורך **כלבו חיפה**, אפריל 2007. המדיניות בעיתון שונתה לאחר ביצוע המחקר: מעיתון ש"מחטיף" (כלומר מסקר אירועים קשים, ידיעות שליליות בעלת גוון ביקורתי אנטי-ממסדי וכדומה) למדיניות "מאוזנת יותר", אשר במסגרתה הוא משתף פעולה עם הממסד המקומי, מסקר ידיעות חיוביות, מציג בפני הקורא צדדים נוספים, חיוביים, של הקהילה, תומך לעתים גם כמובן מפרסם ידיעות שליליות. לדבריו, "עד עתה היו תשעים אחוזים מהידיעות שליליות ועכשיו גם צריך להראות שבחיפה יש דברים טובים".
 - 5 ראיון עם עורכת **כל העמק והגליל**, מאי 2007.
 - 6 ראיון עם עורך המשנה של הט, אפריל 2007.
 - 7 ראיון עם עורך **כלבו חיפה**, אפריל 2007.
 - 8 עיתון **כלבו חיפה** מחולק חינם כתוספת למנויי הארץ ביום שישי.

מקורות

- כל אתרי האינטרנט ברשימה שלהלן נבדקו לאחרונה באפריל 2010.
- אברהם, א' (2001). **ישראל הסמויה מעיני התקשורת: הקיבוצים, ההתנחלויות, ערי הפיתוח והישובים הערביים בעיתונות**. ירושלים: אקדמון, האוניברסיטה העברית.
- (2003). "ח'צקון במורדות הגב הדרומי", **פנים**, 26 (סתיו), עמ' 64-72.
- אייזנשטדט, ש"נ (2004). **תמורות בחברה הישראלית**. תל אביב: משרד הביטחון, אלמוג, ע' (2004). **פרידה משרוליק, שינוי ערכים באליטה הישראלית**. חיפה: אוניברסיטת חיפה/זמורה ביתן.
- באלינט, ע' (2002). "הרדיו האזורי לנסוע רחוק, להרגיש קרוב", **העין השביעית**, <http://www.the7eye.org.il/articles/Pages/article3817.aspx>. 38
- בלוך, ד' (1995). "רדיו אזורי: ככליון אוזניים", בתוך: א' עמית ומ' לרר (עורכים), **ספר השנה של העיתונאים 1995-1996**. תל-אביב: אגודת העיתונאים.
- בר-און, ד' (2005). **על ה"אחרים" בתוכנו: תמורות בזהות הישראלית מנקודת ראות פסיכולוגית-חברתית**. באר שבע: אוניברסיטת בן גוריון בנגב.
- גברין, י' (1992). "המקומונים: סיפור הצלחה של העשור", בתוך: א' עמית ומ' לרר (עורכים), **ספר השנה של העיתונאים 1995-1996**. תל-אביב: אגודת העיתונאים.
- גולדברג, ד' (1995). **המערה המודרנית – מתברר ריכוזיות לקהילה דיגיטלית**. ירושלים: החברה למתנ"סים.

מקומיים שלא ארציים: פוליטיקה מקומית, מטרדים סביבתיים וחינוך מקומי".

סיכום

המחקר בדק את אופי סדר היום התקשורתי החדשותי בכלי התקשורת המקומיים בפריפריה (בצפון ובדרום) בעזרת ניתוח כמותי ואיכותני של ידיעות מעמודי החדשות במקומונים ובכתבות חדשותיות ששודרו ברדיו ובטלוויזיה, וכן מניתוח של ראיונות עם בעלי תפקידים במערכות התקשורת השונות.

אפשר לכנות את המגמה המשתקפת בסיקור החדשות והאקטואליה על ידי התקשורת המקומית בצפון ובדרום – "בצל המרכז". מצד אחד, התקשורת הפריפריאלית מעמידה את עצמה בזיקה מקומית מובהקת, מדווחת על חדשות מקומיות ונותנת להן מקום נכבד, וקברניטיה רואים את תפקידם לדווח על הנעשה במרחב המקומי. מצד שני, אין התקשורת המקומית מציעה סדר יום אלטרנטיבי, ככל שהדבר נוגע לעבודה עם מקורות אינפורמציה שאינם ממסדיים או שיוצאים כנגד הממסד.

זיקתם של כלי התקשורת המקומיים למוסרי אינפורמציה ממסדיים או ממסדיים למחצה היא גבוהה. זיקה זו יוצרת באופן מובנה ומתמשך סדר יום תקשורתי השואף להצדיק את המובן מאליו הממסדי, לא יוצא כנגדו ואף לא משמיע קול אחר מהמוצע במרכז. המשמעות המקומית היא היעדר כמעט מוחלט של בניית סדר יום מקומי אלטרנטיבי (או אקטיביסטי) אשר עשוי לעודד יצירת קואליציות של כוח והשפעה פוליטיים או ציבוריים בנושאים כמו רווחה, בריאות, איכות סביבה, חינוך ואחרים. לעתים יש דיווח על קואליציות כאלה ועל פעולתן להשפיע על הממסד המקומי, אולם דיווח מצומצם עליהן אינו מעצב סדר יום אשר יש בו קריאה לפעולה מתמשכת או הכרה בה.

סדר היום התקשורתי המקומי המעוצב על ידי כלי התקשורת בפריפריה דומה ברובו לסדר היום התקשורתי הארצי. ידיעות רבות המתפרסמות בכלי התקשורת המקומיים קשורות למרכז, לעתים "מיוצרות" על ידו ולעתים מגיבות עליו. מכאן שכלי התקשורת המקומיים לא רואים ולא מגדירים את עצמם ברמת מדיניות כבעלי סדר יום תקשורתי מקומי ברור הנותן עדיפות לקולות לוקליים לא ממסדיים, הן כיחידים והן כקבוצות.

דפוסי הסיקור התקשורתי המקומי על מרכיביו (נושאים, בולטות הנושאים, הקשר ומקור היוזמה) מבליטים את החזרה על סדר היום הארצי באופן שרייך (2003) מכנה 'השגרת המדיה'. תהליך 'השגרת החדשות' כפוף לשגרת המבנה הארגוני של כל מערכת. בתהליך הכללי של השגרת המדיה והחדשות, התקשורת המקומית אינה יוצרת במות המאפשרות שילוב ומגוון של פרשנויות וביקורות שעשויות לשנות או שעשויות להיות להן אפקט על איכות השלטון המקומי ועל איכות חיי הקהילה במסגרת הדמוקרטיזציה התרבותית שייחלו לה.

סדר היום התקשורתי ההגמוני, המוכתב לקהל המקומי, משליך על השיח הציבורי המקומי ועל איכות החיים בו (Kiousis, 2001). בהקשר הזה ראוי לציין את ההסכמה הרווחת בקרב החוקרים בדבר השפעתה של התקשורת על עיצוב גבולות השיח הפוליטי (Bennet, 1983), על בחירת הנרטיבים והמסגרות המעצבות את הזירה הפוליטית (Hilgartner and Bosk, 1988), ועל דעת הקהל (כספי,

- גילת, א' (2005). **צמיחתה של העיתונות המקומית ממסדית (1950-1975)**. עבודת דוקטור. חיפה: אוניברסיטת חיפה.
- גלילי-צוקר, א' (2008). **פוליטיקה תקשורתית בת זמננו: חלק א. תל-אביב: רמות, אוניברסיטת תל-אביב.**
- גלנור, י' (1985). **ראשיתה של הדמוקרטיה בישראל. תל-אביב: עם עובד.**
- הורוביץ, ד' ומ' ליסק (1990). **מצוקות באוטופיה: ישראל – חברה בעומס יתר. תל-אביב: עם עובד.**
- טוקטלי, א' (2000). **מדיניות תקשורת בישראל. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.**
- יונה, י' וי' שנהב (2005). **רב תרבותיות מהי? על הפוליטיקה של השונות בישראל. תל-אביב: בבל.**
- יעקובסון, א' (קיץ 2008). **"החברה הישראלית אל מול הנבואות על התפרקותה". כיוונים חדשים, 18, עמ' 40-57.**
- כספי, ד' (1998). **אמצעי תקשורת המונים בישראל. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.**
- (2007). **תקשורת ופוליטיקה בישראל. ירושלים: מכון ון ליר והקיבוץ המאוחד.**
- כספי, ד' וי' לימור (1992). **המתווכים: אמצעי התקשורת בישראל 1948-1990. תל-אביב: עם עובד/מכון אשכול/אוניברסיטה העברית.**
- לוי, י' (2005). **"משבר מקומי: המקומונים מתנהלים באקלים של קשיים כלכליים גדלים והולכים, המגיעים עד כדי הרהור אם המוצר הזה עדיין מתאים לתקופה". העין השביעית, http://www.the7eye.org.il/articles/pages/article5405.aspx**
- לחמן מסר, ד' (1997). **"מפת התקשורת החדשה בישראל: תיאורו של התהליך, מאפיינים ותהיות", דברים אחדים, 1, עמ' 66-87.**
- ליבס, ת' (2003). **תקשורת כתרבות (כרכים א, ב). תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.**
- לימור, י' (1998). **דו"ח מחקר: הרדיו הפיראטי בישראל – תמונת מצב 1998. ירושלים: המכון לקומוניקציה ע"ש משפחת סמארט, האוניברסיטה העברית.**
- לימור, י' ונ' חנן (2007). **הרדיו הפיראטי בישראל. חיפה: פרדס.**
- ספיר-רוביץ, כ' (2008). **"כאן גרים בכיף". העין השביעית, גיליון 70. http://www.the7eye.org.il/articles/Pages/article7015.aspx**
- פירסט, ע' (2001). **"הטוב, הרע והנעדר", פנים, 17, עמ' 86-94.**
- פירסט, ע', וא' אברהם (2004). **ייצוג האוכלוסייה הערבית בתקשורת העברית: השוואה בין סיקור "יום האדמה" הראשון (1976) לבין סיקור "אירועי אוקטובר" (2000). תל אביב: מרכז תמי שטינמן למחקרי שלום, אוניברסיטת תל אביב.**
- פרי, י' וי' צפתי (2002). **"לראות זה להאמין? חוסר אמון בתקשורת הזרם המרכזי וצריכת חדשות מערוצים מגזריים וחץ-לאומיים", בתוך: ד' כספי (עורך) (2007), תקשורת ופוליטיקה בישראל (עמ' 162-185). תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.**
- קיזל, א' (2007). **"חינמונים, הצהבה, כח עבודה עיתונאי זול ומתחלף". חברה, כתב עת סוציאליסטי לענייני חברה, כלכלה, פוליטיקה ותרבות, 33, עמ' 15-13.**
- קיזל, א' (2008). **"התקשורת הישראלית: צהובנות, דעתנות, חינמונות, שטחיות", מפנה, 56-57, עמ' 63-68.**
- קמה, ע' (2003). **העיתון והארון: דפוסי תקשורת של הומואים. תל-אביב: הקיבוץ המאוחד.**
- רותם, ת' (2004). **"הפוסט חרדים תקשורת: פעם העיתונאי פחד מהרב, היום הרב פוחד מהעיתונאי". http://news.hydepark.co.il/hydepark/topic.asp?topic_id=591andwhicpage=1**
- רייך, צ' (2003). **עיתונאים ומקורות מידע: דפוסי התהוות החדשות בישראל. עבודת דוקטור. ירושלים: האוניברסיטה העברית.**
- שקדי, א' (2003). **מיליים המנסות לגעת: מחקר איכותני – תאוריה ויישום. תל-אביב: רמות, אוניברסיטת תל-אביב.**
- Bennet, W.L. (1983). *News: The Politics of Illusion*. New York: Longman.
- Carey, J.W. (1989). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Gill, D. (1987). "Real women and the press: an ideological alliance of convenience", *Canadian Journal of Communication*, 14(3), pp. 1-16.
- Grossberg, L., E. Wartella & C.D. Whitney (1998). *Media Making*, London: Sage.
- Hilgartner, S. & C.L. Bosk, (1988). "The Rise and Fall of Social Problems: a Public Arenas Model". *American Journal of Sociology*, 84, pp. 53-79.
- Jakubowicz, A., H. Goodall, J. Martin, T. Mitchell, L. Randall & K. Seneviratne, (1994). *Racism, Ethnicity and the Media*. St. Leonards, Australia: Allen and Unwin.
- Kiousis, S. (2001). "Public Trust or Mistrust? Perceptions of Media Credibility in the Information Age", *Mass Communication and Society*, 4(4), pp. 381-403.
- Maykut, P. & R. Morehouse, (1994). *Beginning Qualitative Research: A Philosophic and Practical Guide*. London: Falmer Press.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Napoli, P.M. & M.Z. Yan (2007). "Media Ownership Regulations and Local News Programming on Broadcast TV: an Empirical Analysis", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(1), pp. 39-43.
- Peri, Y. (2004). *Telepopulizm: Media and Politics in Israel*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Reich, Z. (2009). *Sourcing the News: Key Issues in Journalism an Innovative Study of the Israeli Press*. New Jersey: Hampton Press.
- Seidman, I. E. (1991). *Interviewing as Qualitative Research*, New York: Teachers College Press.
- Shoemaker, P. J. (2002). "Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78(3), pp. 617-618.
- Van-Dijk, T.A. (1996). "Power and the News Media", in D.I. Paletz (ed.) *Political communication*, Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Weber, R.P. (1990). *Basic Content Analysis*. Newbury Park, CA: Sage.
- Wolfsfeld, G.E. & I. Aburaiya (2000). "When Prophecy always Fails: Israeli Press Coverage of the Arab Minority's Land Day Protest". *Political Communication*, 17(2), pp. 115-131.