

מאמר מקורי

דיוקן עצמי של עיתונאים בישראל: מאפיינים, ערכים ועמדות

אורן מאירס ויונתן כהן*

תקציר¹

הסקר המדווח במחקר מציג דיוקן עצמי של העיתונאים בישראל. הוא ממפה את המאפיינים הדמוגרפיים של העיתונאים, מאפיין את תפיסותיהם ביחס למעמדם הציבורי ומצביע על עמדותיהם בנוגע לסוגיות מקצועיות מרכזיות. ממצאי הסקר שעליו השיבו 333 עיתונאים מראים שהעיתונאים הישראליים מרוצים מעבודתם, ורובם הגדול מעוניין להמשיך לעבוד במקצוע. העיתונאים תופסים את מקצועם כמכובד יחסית. העבודה בעיתונות המודפסת, ברדיו או בטלוויזיה נחשבת בעיניהם למכובדת ביותר, לאחריה העבודה בתקשורת המקוונת ולבסוף העבודה בעיתונות מגזרית ומקומית. העיתונאים מרגישים חופשיים למדי לפרסם את המידע שהם אוספים, אם כי כתבי החברה מרגישים מוגבלים כאשר לפרסום כל מה שהם רוצים לדווח עליו בהשוואה לכתבי הכלכלה. מחקר זה מבקש להציג את הממצאים הנוכחיים תוך כדי התייחסות לממצאים שנאספו במדינות אחרות ובקרב עיתונאים ישראליים בעבר.

* ד"ר אורן מאירס (omeyers@com.haifa.ac.il) הוא מרצה בחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה, וד"ר יונתן כהן (jcohen@com.haifa.ac.il) הוא מרצה בכיר בחוג זה.

מבוא

העיתונות היא מיסודותיו של המשטר הדמוקרטי. לעיתונות חופשית מיועד תפקיד מרכזי בעדכון הציבור על אודות אירועים בעלי משמעות, בביקורת על מוסדות השלטון ומוקדי כוח אחרים ובכינון מרחב ציבורי שבו דעות שונות ומנוגדות נידונות בפומבי. על כן לאורך השנים, חוקרי תקשורת שהסתמכו על מגוון פרספקטיבות מחקריות ומתודולוגיות שונות ביקשו לבחון את עולם הערכים המנחה את עבודתם של עיתונאים ואת האופן שבו תפקודם של העיתונאים מקדם את הדיון בשאלות ציבוריות חשובות או פוגע בו. כך לדוגמה, חוקרי תקשורת פוליטית בוחנים את תפקודם של עיתונאים כמעצבי סדר היום הציבורי (McCombs & Shaw, 1993), חוקרים מן האסכולה הביקורתית מצביעים על תפקידם של עיתונאים כמשרתי הסדר ההגמוני באמצעות שימוש בפרקטיקות מקצועיות לכאורה (Herman, 2000), וחוקרים המתמקדים בטכנולוגיות תקשורת מדגישים את השינוי באופני העברת המידע החדשותי התורם לשינוי בתפיסת העיסוק העיתונאי (Pavlik, 2001).

בחינה משלימה, הנסמכת על שלושת המוקדים המסורתיים של דיסציפלינת המחקר התקשורתי (טקסט, קהל, הפקה), תגלה כי על השאלות הנוגעות לערכים עיתונאיים, לתפקודם של עיתונאים ולתפקידה החברתי של הקהילה העיתונאית ניתנו תשובות מחקריות בהתייחס לטקסטים שמייצרים עיתונאים במהלך עבודתם (רועה, 1994), כמו גם לטקסטים מן התרבות הפופולארית המעצבים את דימוים של עיתונאים (Ehrlich, 2004). במקביל, נחקרה דעתו של קהל צרכני התקשורת באשר למעמד העיתונאים, לערכים עיתונאיים ולתפקודם של העיתונאים (Tsfati, Meyers & Peri, 2006). ולבסוף, מפרספקטיבה של מחקר הפקה נבחנו שאלות אלו בהסתמך על תצפיות בעבודתם של עיתונאים ועל ראיונות עמם (רייך, 2008; Tuchman, 2002; Deuze, 2005).

המחקר המוצג להלן מעוגן במסורת המחקרית המבקשת לברר שאלות יסוד בחקר העיתונות תוך כדי התמקדות בפרשנות שהעיתונאים עצמם מעניקים לשאלות אלו. בחינה כזאת נסמכת במקרים רבים על מחקר איכותני או על מחקר כמותי או על שניהם גם יחד באשר לשיח עיתונאי, המתקיים במסגרות פנים-עיתונאיות או בתקשורת הכללית והמבקש להגדיר מהי עיתונאות טובה (Bennett, Gressett & Haltom, 1985; Schudson, 1988; Livio, 2005). במקרים אחרים, המתודולוגיה הנבחרת לצורך האופרציונליזציה של השאלות הללו היא סקר הנערך בקרב עיתונאים.

מסורת מחקרית זאת נסמכת על ההנחה שמדגם גדול דיו, המייצג מגוון עיסוקים עיתונאיים, יוכל לשקף את הקהילה העיתונאית כולה. סקרי עיתונאים

קודמים בחנו את המאפיינים הדמוגרפיים של העיתונאים (גיל, מגדר, השכלה), את ההיסטוריה המקצועית שלהם,² את רמת השכר שלהם, את שביעות הרצון שלהם מן העבודה העיתונאית, את נטיותיהם הפוליטיות ואת דעתם באשר לשורת סוגיות מקצועיות וערכיות, כגון מקומו של השיקול העסקי בקבלת ההחלטות בכלי תקשורת, האיזון הרצוי בין אובייקטיביות ובין פרשנות והנכונות להתפשר על עקרונות אתיים בשל הצורך להשיג מידע (Beam, 2006; Tsfati, Meyers & Peri, 2006).

מעבר לצילום מצב חד-פעמי של קהילה עיתונאית ספציפית בזמן נתון הציעו מחקרים נוספים ממסורת זאת בחינה של שאלות אלו בממד סינכרוני, תוך כדי השוואה של מאפייני קהילות עיתונאיות ושל תפיסות ערכים עיתונאיים בסקרים שנערכו ב-21 מדינות (Weaver, 1998), ובממד דיאכרוני, באמצעות הפצה של אותו סקר בקרב עיתונאים אמריקניים לאורך ארבעה עשורים (Weaver, Beam, Brownlee, Voakes & Wilhoit, 2003). סקרים אחרים בוחנים, לאורך זמן, שאלות הנוגעות לתפיסה עצמית מקצועית וליחסים בין-אישיים במערכת העיתונאית בקרב קבוצות מובחנות של עיתונאים, כמו עיתונאים הומוסקסואליים ולסביות (Aarons & Murphy, 2000).

המחקר הנוכחי מבקש להציג דיוקן עצמי עכשווי של עיתונאים ישראליים באפיינו אותם מבחינת הדמוגרפיה (גיל, מגדר, השכלה, מידת דתיות), מבחינת המיקום והמעמד שלהם בשדה העיתונות (המדיום שהם עובדים בו, תחומי סיקור, ותק מקצועי, גובה משכורת), מבחינת תפיסת העולם המקצועית שלהם (עניין לקהל מול חשיבות לקהל, ראשוניות בפרסום מול דיוק בעובדות), מבחינת מידת ההצלחה שלהם, לטעמם, לפעול על פי השקפת העולם הזאת (הרגשת חופש מקצועי והגורמים המגבילים אותו, הרגשת מוכבדות) ומבחינת עמדותיהם העקרוניות בסוגיות חברתיות מרכזיות (הפרטה ופערים חברתיים). כאמור, המחקר אינו בוחן שאלה תאורטיות ממוקדת, כי אם מבקש להניח מסד לדיון עובדתי על אודות מאפייניה של קהילת העיתונאים בישראל.

השימוש בסקר והאופן שבחרנו להציג ולנתח את נתוניו משקפים את ההנחה שלשאלה מהו עיתונאי אין מענה מהותני. התשובות על השאלות מה מכשיר אדם להיות עיתונאי, מהו עיתונאי טוב, ומהי המחויבות הציבורית של העיתונאי נמצאות במשא ומתן מתמיד בין פרשנים שונים (העיתונאים עצמם, מושאי הסיקור וציבור צרכני התקשורת), והן משתנות בהתאם לנסיבות חברתיות, לתרבויות שונות ולאורך זמן. כך לדוגמה, בספר השנה של אגודת העיתונאים 1963-1964 הוקדש פרק מיוחד לדיון ב"העיתונאי הישראלי ודמותו בעיני הציבור" (שניצר, 1964). הבחירה במתדיינים בנושא זה, השאלות שהללו נשאלו והתשובות שהשיבו מאירות את אופיו המשתנה של הדיון בשאלות הנוגעות לערכים עיתונאיים,

למעמדו של העיתונאי ולתפקידה הציבורי של הקהילה העיתונאית. כותרתו של אותו דיון הבטיחה כאמור לברר מהי דמותו של העיתונאי הישראלי בעיני הציבור, ואולם המדגם שייצג את הציבור בדיון היה מצומצם ביותר וכלל 58 "שרים, עסקנים, ראשי מפלגות, אנשי ביטחון ואנשי כלכלה, רבנים, מלומדים, אמנים ומשפטנים, סופרים ואנשי רוח" שמערכת ספר השנה של העיתונאים ביקשה מהם "לחוות את דעתם על העיתונות הישראלית ועל האופן שבו היא ממלאת את תפקידה" (שם, עמ' 49). רק 13 מן הנשאלים השיבו על השאלון. "הציבור" שב והופיע בפרק זה בספר השנה כדימוי או כהכניה במאמר הפותח של העיתונאי שמואל שניצר, שהציג שלוש תפיסות רווחות על אודות עיתונאים ועבודתם: "הרחוב" – כלומר כל אלו שאין להם מגע ישיר עם עיתונאים – "מייחס להם בדרך כלל כח הרבה יותר משיש להם במציאות" (שם, עמ' 39); לעומתם, "העסקנים ואנשי השררה", על פי שניצר, "רואים בעיתונאי כלי-שרת נוח, שאדם פיקח יכול להפיק ממנו תועלת מרובה, כי כה גדול הוא רעבונו לאינפורמציה, עד שאין כל קושי 'למכור' לו יחד עם הידיעה – גם קצת 'מגמה'" (שם, עמ' 40); ולבסוף, "האינטליגנציה – משקיפה על העיתונאי ממרום פסגת עליונותה. ברי לה שסימן-ההיכר האינטלקטואלי שלו [של העיתונאי] הוא השטחיות. הוא בחר במקצוע היחיד שאין חובה ללמדו ואין צורך להבחן בו" (שם, שם).

שניצר הוטרד ממה שנראה לו כדימוי ירוד של העיתונאים הישראליים, ובעיקר מהאשמתם בשטחיות. על כן ביקש לערוך סקר שיוכיח "את רוחב אופקיהם, את האוניברסאליות של השכלתם, את יכולתם הרבה גם בשטחים שמחוץ לעיתונות [...] ואת הוותק והניסיון שצברו" (שם, עמ' 42). וכך, המניעים לעריכת הסקר, השאלות שנשאלו והתשובות עליהן מציירים דיוקן של העיתונאי הישראלי באמצע שנות השישים ומאירים באופנים גלויים וסמויים את ערכיה של הקהילה המקצועית ואת תפיסתה את עצמה.³ 359 עיתונאים נכללו במדגם, משום שהיו הראשונים להשיב על השאלונים, שככל הנראה הופצו רק בקרב חברי אגודת העיתונאים. כמו כן אפשר ללמוד על תיחום גבולות הקהילה ועל ההיררכיות הפנימיות בה מן העובדה ששניצר לא כלל במדגם את מרבית העיתונאים במשרה חלקית, שרובם היו כתבים אזוריים וכתבים בערי השדה. על פי הסקר, העיתונאים הישראליים ב-1964 היו ברובם המכריע אשכנזים (מעל 90%), ולכל היותר 24 מ-359 העיתונאים הנסקרים היו נשים.⁴ מעט פחות משליש (30.6%) עבדו עד עשר שנים בעיתונות, ומעט יותר משליש (37%) עבדו בעיתונות בין עשר לעשרים שנה. כמצוין, שניצר ביקש להפריך באמצעות הסקר את ההנחה כי עיתונאים הם שטחיים, ולפיכך פריטים רבים בשאלון הוכיחו כי לעיתונאים השכלה פורמלית (22.8% למדו ולומדים באוניברסיטה, 6.6% למדו בישיבות), וכי רבים מהם היו "שומע" שתיים, שלוש ואף ארבע שפות. קנה מידה נוסף להערכת איכות

עיתונאית, על פי הסקר, הוא השתתפות ענפה בעיסוקים "ראויים" שמחוץ לעיתונות (שכן כזכור עיתונאים במשרה חלקית הודרו ברובם מן הסקר), כגון פרסום ספרי שירה, תרגום ספרים ומחזות ופעילות במפלגות ובמוסדות ציבור (21.5% מן הנסקרים השיבו בחיוב בקטגוריה אחרונה זאת). לעומת זאת, בסקר לא הופיעו כלל שאלות שנגעו לערכים עיתונאיים או לפרקטיקות עבודה עיתונאיות. בדומה לסקר שערך שניצר גם סקר זה מבקש לעגן את הדיון בכירור האופנים שעיתונאים תופסים את עבודתם, את מעמדם ואת תפקידם הציבורי במציאות הספציפית שבה פועלים עיתונאים ישראלים כיום. על כן הממצאים המוצגים במאמר מנותחים בהתייחס להתפתחויות ולדילמות מרכזיות המאפיינות את שדה העיתונות העכשווי בישראל ובעולם. ואלה הן:

דומיננטיות התקשורת המסחרית: לעומת שנות המדינה הראשונות, שבהן עבדו מרבית העיתונאים בעבור גופי תקשורת שהיו בבעלות המדינה, מפלגות פוליטיות או ארגוני עובדים (פרי, 1999, עמ' 28), הרוב הגדול של העיתונאים המועסקים בתקשורת הישראלית כיום עובדים בעבור גופי תקשורת בבעלות פרטית, שמטרתם הראשונית היא צבירת רווח כספי. הדומיננטיות של הדגם המסחרי בתקשורת הישראלית שינתה את פני העיתונות בהקשרים מוסדיים, ארגוניים ואישיים. התחרות בין גורמי התקשורת הפכה לגלויה ולחריפה יותר מבעבר, והשיקול המסחרי (מדדי חשיפה וצריכת תקשורת) הפך לקנה מידה מרכזי בתהליך קבלת ההחלטות העיתונאית (כספי, 2007). בהמשך לכך, כותבים רבים טוענים כי עליית הדגם המסחרי בעיתונות מאיים על חופש העיתונות בשני אופנים: ראשית, המרכזיות של השיקול המסחרי יכולה לגרום לגניזת תחקירים בשל החשש לפגיעה במפרסמים או בבעלי כוח שלטוני היכולים לפגוע בכלי התקשורת המפרסם את הסיפור (טאוסג, 2006); ושנית, המעורבות של בעלי הון בשדה התקשורת מעלה את החשש שהללו ירתמו את כלי התקשורת שבשליטתם לקידום עסקיהם ולפגיעה בעסקים מתחרים (אזרחי, גושן ולשם, 2003).

דפוסי העסקה: במקביל לירידה במרכזיות של העיתונות הציבורית-ממלכתית ולהיעלמות הכמעט מוחלטת של העיתונות המפלגתית חלו שינויים מפליגים גם בדפוסי העסקה של העיתונאים בישראל. עד אמצע שנות השמונים הועסקו מרבית העיתונאים בישראל בחוזים קיבוציים, שהעניקו להם ביטחון תעסוקתי וצמצמו במידה ניכרת את פערי השכר ביניהם. למן תחילת הופעתו של העיתון "חדשות" ב-1984 חלה ירידה חדה במספר העיתונאים המועסקים בחוזים קיבוציים, וכמעט כל העיתונאים שהצטרפו למקצוע בעשרים השנים האחרונות מועסקים בחוזים אישיים. שינוי זה צמצם את הביטחון התעסוקתי של העיתונאים, האיץ את יצירתו של "מעמד" הולך וגדל של עיתונאים המועסקים כפריילנסרים, הגדיל את הניידות של עיתונאים בין גופי תקשורת שונים ותרם ליצירת פערים

בין קבוצה קטנה של עיתונאים (בעיקר עיתונאי טלוויזיה) המועסקים בתנאי שכר מפליגים ובין קבוצה גדולה של עיתונאים בדרג בינוני וזוטר שמשכורתם נמוכה בהרבה (באלינט, 2006; דרור, 2009). יתר על כן: מקובל לטעון כי ההרעה המתמשכת בתנאי ההעסקה של חלק ניכר מן העוסקים במקצוע חוללה ירידה ברמתם של התוצרים העיתונאיים: עיתונאים המשתכרים מעט, ששכרם נקבע לפי מספר הידיעות או הכתבות שהם מפרסמים, ושאינם בטוחים בעתידם המקצועי, ייטו להישאר זמן קצר יותר במקצוע, יעדיפו מהירות מדייקנות ויהיו קלים יותר להשפעה ולמניפולציה בידיהם של מקורות ושל בעלי השליטה בכלי התקשורת (אברהמי, 2005; בן ארויה, 2005).

עליית מדיה חדשים: בעשורים הראשונים לקיום המדינה הייתה העיתונות המודפסת הגורם המרכזי והמשפיע ביותר בעולם העיתונות הישראלית. לעומת זאת, בעשורים האחרונים ניכרות צמיחה מואצת של העיתונות האלקטרונית והמקוונת לצד ירידה במרכזיות (מבחינת כמות של קוראים, של פרסומים ושל מועסקים) של העיתונות המודפסת (בנזימן, 2005; 2009; Hodierne). לדומיננטיות של טכנולוגיות תקשורת חדשות יש השפעות על פרקטיקות עבודה עיתונאיות. כך לדוגמה, קיומו של "דד-ליין מתגלגל" ותכופ מקשה על אתרי חדשות באינטרנט לאמת ולהצליב מידע, כפי שנהוג בעיתוני הדפוס (Kirsner, 1997). יתר על כן: הצורך של אתרי חדשות מקוונים להפיק מידע חדש בתדירות גבוהה ובעלות נמוכה גורם להסתמכות יתר על מקורות חיצוניים, המספקים לכלי התקשורת מידע המשרת את צורכיהם. שינוי נוסף מתבטא ביכולתם של אתרי חדשות מקוונים "לתפור" את החדשות לצורכי קהלים ספציפיים. היות שההוצאות של הפקת החדשות המקוונות אינן כוללות הדפסה והפצה, והיות שהאינטרנט מאפשר לעורכים ולמוציאים לאור לעקוב ביתר דיוק אחרי העדפות הקוראים (לפי מספר הכניסות למדורים או לכתבות ספציפיות), יכולים אתרי החדשות המקוונות להציע חבילות של תכנים (או אפילו של כתבים) שיתאימו להעדפות הספציפיות של קהלים מגוונים (Pavlik, 2000).

השינוי המגדרי: אחד השינויים המרכזיים בהרכב האנושי של כוח העבודה העיתונאי הוא העלייה הניכרת במספר הנשים בתחום. בתחילת שנות השישים רק 7% מחברי אגודת העיתונאים היו נשים, ואילו נכון לתחילת העשור הנוכחי שיעור הנשים בעיתונות הוערך ב-37% (לחובר, 2000). מחקרים קודמים שבחנו את השינוי בתוצר העיתונאי מבחינת דגשים ואופנים של סיקור, בעקבות השינוי המגדרי בהרכב הקהילה העיתונאית, לא הניבו תשובה חד-משמעית לשאלה זאת (לביא, 2000). במחקר זה אנו מבקשים לבחון שאלה זאת באופן משלים: במקום לבדוק אם הבדלים מגדריים משתקפים בעיצוב המוצר החדשותי המוגמר, נבחן אם הבדלים מגדריים מעצבים תפיסות עיתונאיות מקצועיות עקרוניות מובחנות,

ואם הם משפיעים על תנאי העבודה ועל שביעות הרצון של עיתונאים ועיתונאיות מן המקצוע.

התרחבות לימודי התקשורת: עד ראשית שנות התשעים אפשר היה ללמוד בישראל תקשורת רק לתארים שני ושלישי במסגרת המחלקה לתקשורת ועיתונאות באוניברסיטה העברית (אדוני ופירסט, 2006). ב-15 השנים האחרונות נפתחו באוניברסיטאות ובמכללות בישראל יותר מ-15 מחלקות, חוגים ובתי ספר המעניקים תואר ראשון ולעתים גם תארים מתקדמים בתקשורת, וחלקם מציעים התמחויות בעיתונאות, בפרסום, בשיווק ועוד (חוגים לתקשורת, 2009). תכניות אלו שונות בתוכניהן ובדגשים שהן שמות בהיבטים שונים בתחומי ההוראה, המחקר וההכשרה המקצועית. ועדיין המצב הנוכחי יוצר מציאות מקצועית חדשה שבה, בניגוד לעשורים קודמים, קיימת כיום בישראל הכשרה אקדמית בתחום התקשורת שבמסגרתה מתחנכים לפחות חלק מן העיתונאים הנקלטים בשוק העבודה. המחקר הנוכחי מבקש לבחון אם השינוי בדפוסי ההשכלה וההכשרה של עיתונאים יצר שינוי בעמדות של עיתונאים כלפי המקצוע שלהם וביחסם אליו. **חילופי דורות בעיתונות הישראלית:** כל האמור לעיל מצביע על כך שעיתונאים שהחלו לעבוד בעיתונות בשני העשורים האחרונים מייצגים במידה רבה דור חדש בעיתונות שתפיסת העולם המקצועית שלו התעצבה בהתייחס לכל הגורמים שצוינו לעיל: הדגש המסחרי הגובר בעיתונות, שינוי דפוסי ההעסקה של העיתונאים, צמיחתם של מדיה חדשים, פריחת לימודי התקשורת ועוד. לפיכך מבקש המחקר לבחון בין השאר אם תפיסת העולם המקצועית של העיתונאים הצעירים, כמו גם הרגשותיהם ביחס למקצוע העיתונות ולעתידם בו, שונות במובהק מאלו של עיתונאים ותיקים מהם.

שיטת המחקר

בסוף שנת 2008 נערך סקר בקרב עיתונאי ישראל שנועד לבחון היבטים שונים של עבודתם. כאמור, מלבד הרצון לאפיין את ציבור העיתונאים, הנושאים המרכזיים של הסקר היו תפיסות המקצוע בקרב העוסקים בו, תפיסותיהם לגבי תנאי העבודה והערכים האישיים והמקצועיים שלהם. את הסקר ערך מכון הסקרים של אוניברסיטת חיפה בחסות אגודת העיתונאים של תל אביב. השָׁבָה על הסקר שכלל כשישים שאלות ארכה כרבע שעה.

מסגרת דגימה

בהמשך למחקרים קודמים שמיפו קהילות עיתונאיות (Weaver, 1998) הוגדר לצורך מחקר זה "עיתונאי" כל מי שאוסף מידע ועורך אותו בכלי תקשורת. כלומר המדגם אינו כולל מעצבים גרפיים, מגיחים וכדומה. וכך, בהגדרה זו נכללו עיתונאים ועורכים מסוגים שונים בכלי התקשורת הכתובה והאלקטרונית, כולל המקוונת. כאמור, בהיעדר רשימה מוסמכת של עיתונאים בישראל, האוכלוסייה שאנו חוקרים אינה מוגדרת. לכן נאלצנו להרכיב רשימת עיתונאים רחבה דייה כדי שתייצג את ציבור העיתונאים באופן מיטבי ותשמש מסגרת דגימה לשם דגימת המשיבים לסקר. כדי ליצור מסגרת דגימה כזאת הסתייענו ברשימת עיתונאים ממחקר קודם (צפתי וליביו, 2005) שבה נכללו 391 עיתונאים, בהצלבה של קרדיטים בעיתונות המודפסת והמקוונת, ברדיו ובטלוויזיה עם רשימות קודמות. רשימה זו (של צפתי וליביו) כללה הן עיתונאים המועסקים בארגוני התקשורת הן פרילנסרים. את הרשימה של צפתי וליביו מ-2005 השווינו לשתי רשימות נוספות: (א) רשימת חברי אגודת העיתונאים של תל אביב, שהיא האגודה הפעילה והגדולה בארץ, ושעם חבריה נמנים עיתונאים מכל הארץ, ובה מופיעים כ-1,000 שמות, אלא שחלק ניכר מן האנשים ברשימה זו כבר אינם עיתונאים פעילים; (ב) רשימת מאגר המידע של חברת "יפעת", שבה מופיעים כ-3,000 שמות, אלא שרשימה זאת כוללת אנשים רבים שאינם עיתונאים על פי ההגדרה המקובלת (למשל, מגישים ועורכי מוזיקה ברדיו).

באמצעות השוואת כל הרשימות שנמנו לעיל ובמטרה ליצור מסגרת דגימה הכוללת רק עיתונאים פעילים הנכללים בהגדרת המחקר ושאפשר להשיג את פרטי ההתקשרות שלהם, גיבשנו את מסגרת הדגימה. אף שברור שאי-אפשר היה להגיע לכל מי שעוסק בעיתונאות בישראל, כללה מסגרת הדגימה בסופו של דבר 756 עיתונאים (לוח 1 להלן), שאפשר להניח שהם מהווים אחוז ניכר מן העוסקים במקצוע, הן כשכירים הן כפרילנסרים, ושמתוכם דגמנו את העיתונאים שהשיבו על הסקר.

לוח 1: כלי התקשורת שנכללו במסגרת הדגימה

קטגוריה	כלי התקשורת	העיתונאים במסגרת הדגימה
תקשורת מקוונת	וואלה, NRG, YNET	20
תחנות רדיו ארציות	קול ישראל, גל"צ	69
תחנות רדיו אזוריות		25
עיתונות מודפסת יומית עברית	הארץ, ידיעות אחרונות, מעריב	169
חינמונים	ישראל היום, ישראל פוסט, 24 דקות	37
עיתונים חרדיים	המודיע, יום ליום, יתד נאמן	20
עיתוני ימין דתיים-לאומיים	מקור ראשון, כשבע	19
עיתונים כלכליים	דה-מרקר, גלובס, כלכליסט	48
מקומונים	מקומוני שוקן, מעריב, ידיעות תקשורת	187
כלי תקשורת בערבית	אל אהלי, אל מסאר, אליתאחד, חרית' אל נאס, מע אלחד'ת	20
חדשות טלוויזיה	ערוצים 1, 2, 10	106
כלי תקשורת בשפות זרות	וסטי, ג'רוולם פוסט, ערוץ 9	36
סה"כ		756

בהרכבת מסגרת הדגימה ביקשנו להבטיח ייצוג של קבוצות עיתונאים שונות ושל גופי תקשורת שונים. לכן וידאנו שברשימה ייכללו עיתונאים העובדים בכלי תקשורת מכל סוגי המדיה (דפוס, רדיו, טלוויזיה ואינטרנט), בכלי תקשורת מסחריים וציבוריים, כלליים ומגזריים, בתפוצה ארצית ומקומית וכן בכלי תקשורת המופיעים בעברית ובשפות אחרות. כמו כן ביקשנו להבטיח ייצוג ראוי לעיתונאים בכירים וזוטרים המסקרים מגוון תחומים. לאחר הרכבת מסגרת הדגימה יצרנו קשר עם מערכות עיתונים, עם גופי שידור ועם אתרי אינטרנט, ומהם אספנו את פרטי ההתקשרות של עיתונאים שלא הופיעו במקורות אחרים או שלא היו מעודכנים.

ממסגרת הדגימה נדגמו באקראי מספרי טלפון במטרה להגיע למדגם של כ-300 עיתונאים. בסך הכול נעשה ניסיון ליצור קשר עם 702 עיתונאים, ומתוכם השיבו על הסקר במלואו 333 עיתונאים. עם 222 עיתונאים לא נוצר קשר טלפוני,

75 סירבו להשיב, 18 ראיונות הופסקו באמצע, והשאר לא רואיינו מסיבות שונות, כגון חיילים בשיירות סדיר שנאסר עליהם להתראיין ומספרי טלפון שגויים. כאמור, לאחר שהגענו ל-333 מרואיינים, ובכך הבטחנו לעצמנו לפחות 300 שאלונים מלאים לניתוח, הפסקנו את תהליך ההתקשרות. הסקר נערך לקראת כינוס אילת לעיתונות 2008, וכך הוצג למשיבים.

כאמור, תהליך הדגימה היה אקראי, אך נערך ניטור כדי להבטיח ייצוג לארגוני התקשורת השונים לפי המפתח האמור: מדיום, מקומי/ארצי, ציבורי/פרטי, מגזרי/כללי, עברי/שפות זרות. דהיינו מלכתחילה נדגמו באקראי מספרי הטלפון מרשימת העיתונאים, ונוצר עמם קשר בבקשה להשיב לשאלון. לאחר שכ-150 עיתונאים השיבו לשאלון, הושו נתונים של העיתונאים המשיבים לנתוני העיתונאים במסגרת הדגימה הכוללת כדי לוודא שהמשיבים מייצגים את כל אחת ואחת מן הקבוצות שהוגדרו לעיל. בשלב זה התברר שבמדגם עלה שיעור סביר של משיבים מכל הקבוצות ביחס לשיעורם במסגרת הדגימה, למעט העובדה שהיו משיבים רבים יחסית ממקומונים ברשת ידיעות תקשורת. לכן מנקודה זו ואילך הוצאו ממסגרת הדגימה כתבים השייכים למקומוני רשת זאת. כאמור, לסקר השיבו 333 עיתונאים. 12 מתוכם ביקשו להעביר את תגובותיהם בפקס, ולאחר שנשלח להם השאלון, מילאו והחזירו אותו. שאר המשיבים ענו טלפונית. אחוזי ההשבה שחושב לפי נוסחת האיגוד האמריקני לחקר דעת קהל (AAPOR RR2) היה גבוה ביחס לסקרי טלפון ועמד על 49%. יש להניח כי אזכור מטרת הסקר (הצגת הממצאים בכינוס אילת) ושיתוף הפעולה עם אגודת העיתונאים הגבירו את המוטיבציה של הנשאלים להשתתף במחקר וסייעו להשגת שיעור השתתפות גבוה.

לסיכום, אנו מודעים למגבלות ולחסרונות של תהליך דגימה זה, הנובעים מהיעדר מידע מוסמך ומעודכן על אודות אוכלוסיית העיתונאים בישראל. בשל כך מחקר זה – כמו בכל הסקרים הקודמים שנערכו בתחום – אינו מאפשר להעריך במדויק את מידת הייצוגיות של המדגם. ואולם התהליך המדוקדק של הרכבת מסגרת הדגימה ולאחריו תהליך הדגימה עצמו נועדו ליצור מדגם מייצג ככל האפשר.

השאלון

הנושא הראשון בשאלון היה תפיסת העיתונאים את מכובדות העיתונאות כמקצוע, הן באופן מוחלט הן ביחס למקצועות אחרים, והמכובדות היחסית של קבוצות שונות בקהילה המקצועית (לפי מדיום, סוג כלי התקשורת ולפי תחומי סיקור).

בהמשך לכך נשאלו המשיבים שאלות אחדות שנועדו לבחון את שביעות הרצון שלהם מעבודתם. הסקר כלל גם שאלות לגבי תפיסת ההשפעה של העיתונות ולגבי האמון שהציבור רוחש לה וכן שאלות על מידת החופש העיתונאי, על הגורמים המגבילים אותו ועל הרגשת השינוי בחופש העיתונאי לאורך השנים. בהמשך השאלון נכללו היגדים שנועדו לעמוד על תפיסת העולם המקצועית של המשיבים ועל השקפת העולם החברתית-כלכלית שלהם. החלק האחרון של השאלון כלל שאלות עובדתיות על המשיבים ועל עבודתם: ותק במקצוע, תחום הסיקור, פרטים על ארגון החדשות שהם מועסקים בו ותפקידם, פרטים אישיים (מגדר, גיל, רמת דתיות), רמת שכר, סוג העסקה ותעסוקה נוספת וכן פרטים על לימודים ועל הכשרה מקצועית.

ממצאים

פרופיל דמוגרפי של המדגם

67.6% מן המשיבים היו גברים, והגיל הממוצע של המשיבים היה 38.65 (ס"ת 11.45). כרבע מן הנסקרים עבדו במקצוע חמש שנים או פחות, וכחצי מהם עבדו במקצוע עשר שנים או פחות, ובממוצע הם עסקו בעיתונאות קרוב ל-13.5 שנים (ס"ת 9.9). 3% מן המשיבים מגדירים את עצמם חרדים, 12.2% דתיים, 11% מסורתיים, והשאר (73.8%) חילונים. כ-70% מן הנסקרים הם בעלי תואר אקדמי, וממוצע שנות הלימוד שעליהן דיווחו המשיבים היה 15.46 שנים (ס"ת 2.64). מבחינת הרלוונטיות של הלימודים לעבודתם, 51.7% מן הנסקרים דיווחו שלמדו תחום שלהבנתם אינו קשור לעבודתם, 23.7% דיווחו שלמדו תקשורת, 6.8% דיווחו שלמדו עיתונות, ו-17.8% דיווחו שלמדו לתואר הקשור לתחום הסיקור שלהם.

כלי התקשורת שבהם הועסקו המשיבים ותפקידיהם כמעט שלושה רבעים מן הנסקרים עבדו רק בכלי תקשורת ארצי, 11.7% עבדו רק בכלי תקשורת מקומיים, 12.6% עבדו במקביל בכלי תקשורת מקומי וארצי, ואחוז נוסף עבד בתקשורת הזרה. הנסקרים התבקשו לדווח על המדיה שבהם הם מועסקים, וניתנה להם הזדמנות להשיב עד שלוש תשובות בעבור מדיה שונים שבהם הם עובדים. רוב הנסקרים (יותר מ-80%) סיפקו רק תשובה אחת, ולכן התייחסנו רק לתשובה הראשונה בניחוים להלן. 52.5% מן הנסקרים עבדו בעיתון, 17.4% בשבועון/ירחון, 11.7% ברדיו, 13.8% בטלוויזיה, ו-4.5% באתרי חדשות באינטרנט. כ-61% היו כתבים, קצת מעל רבע עורכים, כ-4% היו עורכים

ראשיים, ומשיב אחד היה בעלים של כלי תקשורת. מבחינת תחומי הסיקור של המשיבים נמצא כי 14.8% מן המשיבים סיקרו את תחומי הפוליטיקה והחוזן, 8.1% את תחומי הצבא והביטחון, 9.9% את תחומי הכלכלה, 22% את תחומי החברה השונים (חינוך, בריאות רווחה, יחסי עבודה, איכות סביבה ועוד), ו-45.2% הגדירו את תחום הסיקור שלהם כשונה מן הקטגוריות לעיל.

תעסוקה ושכר

ביקשנו מן המשיבים להשוות את שכרם לשכר הממוצע במשק שהיה בתקופת המחקר 8,100 ₪ (הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, 2009). 15% דיווחו ששכרם היה הרבה מתחת לסכום זה, 13.5% דיווחו ששכרם קצת פחות מן הסכום, 13.2% דיווחו ששכרם דומה לממוצע, 29.1% דיווחו ששכרם קצת גבוה מן הממוצע, ואילו 20.1% דיווחו ששכרם גבוה בהרבה מן הממוצע. לפי הדיווח של הנסקרים, רק 14.8% מועסקים בחוזה קיבוצי, בעוד שרוב הנחקרים (73.1%) מועסקים בחוזה אישי. שאר הנסקרים מועסקים כפריילנסרים (8.6%) או בתנאים אחרים (3.5%). כ-73% מן הנסקרים דיווחו כי ההכנסה מעיסוקם העיתונאי היא מקור הכנסתם היחיד מעבודה, ואילו כ-23% דיווחו שיש להם מקור הכנסה נוסף (כ-3% לא השיבו על שאלה זו).

בלוחות 2 ו-3 להלן אפשר לראות את התפלגות השכר לפי סוג כלי תקשורת ולפי צורת ההעסקה. מניתוח הנתונים נמצא שיש קשר בין סוג כלי התקשורת ובין שכר: עיתונאים העובדים בכלי תקשורת ארציים נוטים לדווח על שכר גבוה יותר מזה של עיתונאים העובדים בכלי תקשורת מקומיים ($\chi^2, df = 12, = 51.22$). כמו כן נמצא קשר בין שכר ובין צורת העסקה: מי שמועסק בחוזה אישי מדווח על שכר גבוה יותר ממי שמועסק בחוזה קיבוצי, ובתחתית הסולם נמצאים מי שמועסקים כ"פריילנסר" או "אחר" ($\chi^2, df = 12, p < .001 = 48.20$).

לוח 2: התפלגות השכר לפי סוג כלי תקשורת (באחוזים)

סה"כ מתוך העיתונאים (n=303)	שפות זרות (n=3)	ארצי ומקומי (n=41)	מקומי (n=38)	ארצי (n=221)	
16.5	0	31.7	28.9	11.8	הרבה פחות מהממוצע
14.9	33.3	14.6	36.8	10.9	קצת פחות מהממוצע
14.5	33.3	14.6	10.5	14.9	בערך כמו הממוצע
32	33.3	39.0	15.8	33.5	קצת יותר מהממוצע
22.1	0	0	7.9	29	הרבה יותר מהממוצע
100	100	100	100	100	סה"כ

לוח 3: התפלגות השכר לפי צורת העסקה (באחוזים)

סה"כ (n=301)	אחר (n=10)	פריילנסר (n=26)	חוזה אישי (n=222)	חוזה קיבוצי (n=43)	
50	50	53.8	10.8	16.3	הרבה פחות מהממוצע
45	30	11.5	14.4	16.3	קצת פחות מהממוצע
44	0	15.4	14.9	16.3	בערך כמו הממוצע
96	10	15.4	33.8	37.2	קצת יותר מהממוצע
66	10	3.8	26.1	14	הרבה יותר מהממוצע
100	100	100	100	100	סה"כ

מה מסביר את שכרם של עיתונאים? לשם זיהוי מנבאי השכר, נבנתה משוואת רגרסיה לניבוי השכר שבה נכללו כמנבאים המשתנים הבאים: מגדר, גיל, שנות לימוד, ותק במקצוע, מדיום ההעסקה ותפקיד. המשתנים הוכנסו למשוואה בשני שלבים: מגדר, גיל ושנות לימוד הוכנסו ראשונים, ואחריהם הוותק, התפקיד והמדיום. הממצאים הראו שארבעה מששת המשתנים ניבאו את קטגוריית השכר

(לוח 4 להלן). בשלב הראשון של הרגרסיה נמצא שגיל והשכלה היו מנבאים חיוביים של שכר, וכי גברים השתכרו יותר מנשים. כאשר הוכנסו הוותק, התפקיד והמדיום למשוואה, נמצא כי המנבא החזק ביותר היה הוותק במקצוע. כמו כן בשליטה על הוותק, הגיל ממלא תפקיד הפוך: צעירים משתכרים יותר ממבוגרים בעלי ותק דומה. בשליטה על המגדר, הוותק והגיל, נמצא כי תפקיד ומדיום לא ניבאו את השכר. יחד עם העניין שיש בממצאים, יש לציין כי משוואת הרגרסיה כולה הסבירה רק 15.1% מן השונות בקטגוריות השכר.

לוח 4: מקדמי רגרסיה לניבוי קטגוריות שכר

משתנה	(B (SE	β
שלב ראשון		
גיל	.015* (.007)	.123
שנות לימוד	.081** (.030)	.157
מגדר (אישה = 2)	-.712*** (.169)	-.241
שלב שני		
גיל	-.035* (.013)	-.289
שנות לימוד	.085** (.029)	.166
מגדר	-.636*** (.166)	-.215
ותק	.066*** (.016)	.471
תפקיד	.050 (.035)	.080
מדיום	.007 (.062)	.006

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

תפיסת ההשפעה של העיתונות

ביקשנו מן העיתונאים להעריך את ההשפעה של העיתונות על החברה הישראלית באמצעות שלושה פריטים שלגביהם נתבקשו העיתונאים להגיב בסולם מ-1 (השפעה מעטה מאוד) עד 7 (השפעה רבה מאוד). הפריט הראשון בחן את הערכת ההשפעה על החברה הישראלית (ממוצע 5.53, ס"ת 1.13), הפריט השני בחן את הערכת ההשפעה על דפוסי ההצבעה של הציבור (ממוצע 4.56, ס"ת 1.45), והפריט השלישי בחן את תפיסת ההשפעה על פוליטיקאים בישראל (ממוצע 5.92, ס"ת 1.03). הווה אומר: להערכת העיתונאים, ההשפעה של העיתונות על פוליטיקאים גדולה מן ההשפעה של העיתונות על הציבור או על החברה. מעניין להעמיד ממצא זה מול סקר שנערך בשנת 2007 (כהן, וימן, מאירס וצפתי,

(2007) שבו נבדקו תפיסות הציבור לגבי השפעתה של העיתונות. הממצאים הראו שהציבור מאמין שלתקשורת יש השפעה בינונית על הכלכלה (4.0 מתוך 7), השפעה גדולה במעט מזה על מערכות אכיפת החוק (4.7 מתוך 7), וההשפעה הגדולה ביותר היא על הפוליטיקה הישראלית (5.6 מתוך 7). למרות שהשאלות נוסחו באופן מעט שונה (ב-2007 השאלות היו לגבי עיתונאים, ואילו ב-2008 – לגבי עיתונות), נראה שיש הסכמה בין הציבור ובין העיתונאים לגבי ההשפעה הגדולה במיוחד שיש לעיתונות על פוליטיקאים. כהן, צפתי ושפר (Cohen, Tsfati & Sheafer, 2008) מדווחים כי חברי הכנסת בישראל העריכו שההשפעה של התקשורת על הציבור (בנוגע לרפואה) היא גדולה למדי (3.5 מתוך 5), ואולם אפילו הפוליטיקאים עצמם העריכו שההשפעה של התקשורת על פוליטיקאים אחרים גדולה במיוחד (3.98 מתוך 5).

אמון הציבור בעיתונות

העיתונאים נשאלו לגבי מידת הערכתם את דרגת האמון של הציבור הישראלי בעיתונות באמצעות סולם מ-1 (אמון רב מאוד) עד 7 (אמון מועט מאוד). להערכת המשיבים, האמון של הציבור בעיתונות הוא בינוני (ממוצע 3.93, ס"ת 1.3). אמנם גם הציבור הרחב נשאל בסקר הקודם לגבי אמון, אך הוא נשאל לגבי אמון בעיתונאים ולא בעיתונות. כאשר נשאל הציבור על מידת האמון שהוא רוחש לעיתונאים, התברר מן התשובות כי מידת האמון של הציבור מעט נמוכה מכפי שהעיתונאים העריכו (ממוצע 3.86, ס"ת 1.7), אבל כשהתבקש הציבור להעריך כמה אחרים (מן הציבור) מאמינים לעיתונאים, התשובות שיקפו אמון רב יותר (ממוצע 4.18, ס"ת 1.5). נראה אפוא כי גם אם יש סיבה להיות מוטרדים ממידת האמון הבינונית שהעיתונות הישראלית זוכה לה מן הציבור, יש אולי נחמה פורתא בכך שהעיתונאים עצמם מעריכים נכונה את מידת האמון שהציבור רוחש להם. מעניין לציין כי בסקר שערכו צפתי וליביו (2003) בקרב עיתונאים בישראל טענו 55% מן העיתונאים שהדיווח החדשותי גדוש טעויות עובדתיות ולוקה ברשלנות, ו-70% טענו כי אין דגש חזק דיו בתיקון טעויות. יתרה מזאת, המחברים ציינו כי 68% מן העיתונאים מאמינים שלציבור יש אמון מועט בעיתונות, אך 35% מן העיתונאים האמינו כי לציבור יש אמון רב בעבודתם ובכלי התקשורת שלהם. לסיכום, המחברים כותבים כי העיתונאים העניקו לעיתונות ציון 6 מתוך 10 על תפקודה, מה שנראה כמתאים לאומדן הבינוני של אמון הציבור בעיתונות.

חופש מקצועי

עם המעבר משדה של עיתונות מגויסת ואידאולוגית, שיש בו נוכחות משמעותית לעיתונות מפלגתית וציבורית, לשדה של עיתונות הנשלט בידי הדגם המסחרי, עולות שאלות שונות לגבי מידת השינוי בחופש העיתונאי שנגרם מן המעבר. בהשוואה לעבר, הצנזורה הצבאית נוטה לפתיחות רבה יותר בנוגע לפרסום מידע ביטחוני, אם כי לעתים צווים משפטיים מגבילים את חופש הפרסום בתחומים אלו (נגבי, 2005). מנופי הלחץ הפוליטי הישיר נחלשו, אך ייתכן שהללו הוחלפו בבעלי הון המשתמשים בכלי התקשורת כדי לקדם את האינטרסים המסחריים שלהם. בהקשר זה נשאלו העיתונאים עד כמה הם מרגישים חופשיים לפרסם את מה שהם רוצים (בסולם מ-1 [לא חופשי כלל] עד 7 [חופשי מאוד]). אחר כך מנינו בפני הנשאלים שמונה גורמים שונים העשויים ליצור את הפער בין מה שהם היו רוצים לפרסם ובין מה שמתפרסם בפועל (אם יש פער כזה, לתפיסת העיתונאי). ביקשנו לדרג בנפרד כל אחד ואחד משמונת הגורמים מבחינת השפעתם על הפער בסולם מ-1 (לא משפיע כלל) עד 7 (משפיע מאוד): חשש מפני השלכות, עורך, בעלים או בעלי שליטה, מפרסמים, יועצים משפטיים, מקורות (כולל דוברים ויחצנים), צנזורה צבאית, עמיתים, מעגל חברתי קרוב או משפחה. לבסוף נשאלו העיתונאים לגבי תפיסתם את השינוי מאז שנות השמונים: האם לדעתם החופש העיתונאי גדל או קטן מאז?

הרגשת חופש מקצועי: התשובות באשר לחופש העיתונאי שיקפו את הרגשת העיתונאים שהם בעלי חופש רב למדי (ממוצע 5.5, ס"ת 1.4) לפרסם את מה שהם רוצים. כחצי מן העיתונאים (50.3%) חשבו כי בשנות השמונים היה החופש העיתונאי קטן יותר או קטן בהרבה מהיום, 17.9% חשבו שהמצב אז היה דומה למצב היום, ו-13.9% טענו שאינם יודעים. רק 17.9% חשבו שהחופש של עיתונאים הצטמצם בהשוואה לשנות השמונים.

נמצא קשר חלש בין הרגשת החופש המקצועי ובין הוותק ($r = .11, p < .05$), אך לא נמצאו קשרים מובהקים בין הרגשת החופש ובין גיל או שנות לימוד. גם בהשוואה בין תחומי סיקור שונים לא נמצא קשר בין תחומי הסיקור ובין ההרגשה שלעיתונאי יש חופש לפרסם את מה שהוא רוצה.

גורמים מגבילים: מבחינת הגורמים שעיתונאים מרגישים שהם מגבילים את החופש המקצועי שלהם, נמצא כי שלושת הגורמים המרכזיים הם העורך (ממוצע 4.75), היועצים המשפטיים (ממוצע 4.26) והצנזורה הצבאית (ממוצע 4.15), כלומר שלושה גורמים שתפקידם לפקח על התוכן העיתונאי. בתחתית הרשימה מוקמו המעגל החברתי הקרוב והמשפחה (ממוצע 2.14), המפרסמים (ממוצע 2.67) וחשש מהשלכות (ממוצע 2.9).

מלבד זאת הושוו ההרגשות של קבוצות התמחות שונות (עיתונאים המסקרים תחומים שונים) לגבי הגורמים המשפיעים על החופש המקצועי שלהם. נמצאו הבדלים מובהקים בין כתבי החברה, שנטו לראות את עצמם מוגבלים יותר הן בידי מפרסמים הן בידי הבעלים או בעלי השליטה של כלי התקשורת בהשוואה לכתבי הכלכלה. בנוסף לכך, כתבי החברה הרגישו מוגבלים בידי עורכים יותר מכתבים פוליטיים. מבחינת ותק, נמצא קשר חלש בין ותק במקצוע ובין ההרגשה שהמקורות מגבילים את החופש העיתונאי ($r = -.17, p < .05$), כך שעיתונאים ותיקים הרגישו פחות לחץ מצד מקורות בהשוואה לעיתונאים החדשים במקצוע. ממצא זה אפשר לפרשו באחת משתי דרכים: מצד אחד אפשר לטעון שהעיתונאים הוותיקים מרגישים בטוחים יותר במעמדם וביכולותיהם, ולכן הם מרגישים חופש גדול יותר ביחסיהם עם המקורות; מצד אחר אפשר לפרש ממצא זה כתוצר של הסוציאליזציה הארוכה יותר של העיתונאים הוותיקים. היכרותם הקרובה והמתמשכת עם מקורות המידע מטשטשת את ההרגשה שמדובר במערכת יחסים שיש בה רכיבים של לחץ (Sigal, 1986). לגבי שאר הגורמים לא נמצא קשר בין הוותק ובין מידת ההשפעה על הפער בין מה שהעיתונאי רצה לפרסם ובין מה שהתפרסם בפועל.

ערכים עיתונאיים

ביקשנו לבדוק את יחסם של העיתונאים לאחדות מן הדילמות המרכזיות המאפיינות את העבודה העיתונאית. ביקשנו מן המשיבים להביע את מידת הסכמתם לחמישה היגדים בסולם מ-1 (מסכים לחלוטין) עד 7 (לא מסכים כלל): "בשביל לדווח באופן משמעותי עיתונאים חייבים להיות מחויבים באופן גלוי לעמדה ברורה", "כאשר מדובר בסיפורים בעלי חשיבות ציבורית, המחויבות של עיתונאי היא להשיג את הסיפור גם במחיר של פשרות אתיות מסוימות", "תפקיד העיתונאים הוא לחשוף סיפורים חשובים בפני הקהל, ללא התחשבות בהשלכות האפשריות של הפרסום", "בעיתונות טובה יסודיות חשובה הרבה יותר ממהירות", ו"תפקידה של העיתונות הוא לדווח על מה שבאמת חשוב, ולא על מה שמעניין את הקהל".

נמצאה הסכמה גבוהה למדי של המשיבים עם הפריט "תפקיד העיתונאים הוא לחשוף סיפורים חשובים בפני הקהל, ללא התחשבות בהשלכות האפשריות של הפרסום" (ממוצע 5.95, ס"ת 1.43). ממצא זה מקביל לממצא של שמיר (Shamir, 1988), שערך מחקר באשר לעיתונאים בכירים בישראל בסוף שנות השמונים ודיווח שמעל 90% מהם הסכימו עם פריט דומה. לגבי שאר הפריטים נמצאה הסכמה בינונית (בין 3.44 לבין 4.45).

נמצא כי אין הבדל מובהק בין מי שלמד תקשורת ועיתונות ובין שאר העיתונאים, מבחינת ההסכמה עם ההיגדים הנוגעים לדילמות מקצועיות. ממצא זה משלים ממצאי מחקרים קודמים שהראו כי השאלה אם עיתונאים ישראליים ואמריקניים למדו תקשורת ועיתונות, אינה מנבאת במובהק את עמדתם באשר לסוגיות אתיות (Berkowitz, Limor & Singer, 2004). יוצא מכלל זה היה הבדל מובהק שולית ($p = .052$) שהראה שבעלי השכלה בתקשורת ובעיתונות הסכימו פחות עם ההיגד "בעיתונות טובה יסודיות חשובה הרבה יותר ממהירות" ($M = 5.72$) מאלו שאינם בעלי השכלה בתחום ($p = .052$; $t = 1.95$, $df = 327$; $M = 6.06$). נבדקו הקשרים בין הסכמה עם ההיגדים ובין ותק עיתונאי, ונמצא קשר אחד חלש אך מובהק שהעיד שעיתונאים צעירים אימצו את ההיגד "כאשר מדובר בסיפורים בעלי חשיבות ציבורית, המחויבות של עיתונאי היא להשיג את הסיפור גם במחיר של פשרות אתיות מסוימות" ($r = -0.152$, $p < .05$) יותר מעיתונאים ותיקים. שוני זה בין העיתונאים הוותיקים ובין הצעירים אפשר לפרשו כנגזרת של תהליך ההתערות הממושך של הוותיקים בקהילה המקצועית, על האתוסים המנחים אותה, ולחלופין בשינויים באתוסים המקצועיים הללו, שהעיתונאים הצעירים מובילים. רק מחקר לאורך זמן יוכל לבדוק מי מן ההשערות נכונה. במקביל ייתכן שעיתונאים צעירים מרגישים בטוחים פחות במעמדם, ובשל הלהיטות להתקדם בסולם המקצועי הם נכונים להתפשר בשאלות אתיות יותר מעמיתיהם הוותיקים.

מכובדות המקצוע

העיתונאים נשאלו באיזו מידה העיתונות היא מקצוע מכובד לדעתם בסולם מ-1 (מאוד לא מכובד) עד 7 (מאוד מכובד). נמצא כי העיתונאים מעריכים את המקצועם כמכובד יחסית (ממוצע 5.1, ס"ת 1.243). כדרך לעגן ממצא זה בהקשר רחב יותר ביקשנו מן העיתונאים לדרג את המכובדות של מקצועות שונים בהשוואה לעיתונאות בסולם מ-1 (הרבה פחות מכובד) עד 7 (הרבה יותר מכובד). בעלי המקצועות שנכללו היו מורה, רופא, איש יחסי ציבור, פוליטיקאי ועורך דין. אנשי יחסי ציבור נתפסו כפחות מכובדים מעיתונאים (ממוצע 2.56, ס"ת 1.45), כמו גם פוליטיקאים (ממוצע 3.26, ס"ת 1.72). מורים ועורכי דין נתפסו כמכובדים קצת פחות מעיתונאים (מורים: ממוצע 3.93, ס"ת 1.83; עורכי דין: ממוצע 4.09, ס"ת 1.56), ואילו רופאים נתפסו כמכובדים יותר מעיתונאים (ממוצע 6.16, ס"ת 1.04). בסקר שנערך ב-2007 נשאל הציבור שאלות דומות על אודות המכובדות של מקצוע העיתונות לעומת מקצועות אחרים, ובדומה לעיתונאים עצמם תפס הציבור את הפוליטיקאים ואת אנשי יחסי הציבור כפחות מכובדים מעיתונאים,

את עורכי הדין כמכובדים בערך באותה מידה, ואילו את הרופאים ואת המורים תפס הציבור כמכובדים הרבה יותר מן העיתונאים. ככלל, נראה כי לעיתונאים יש תפיסה דומה יחסית לזו של הציבור לגבי הסטטוס התעסוקתי שלהם.

בדקנו את הסטטוס (מכובדות) של סוגי כלי תקשורת שונים ושל תחומי סיקור שונים בסולם מ-1 (לא מכובד בכלל) עד 7 (מאוד מכובד). התוצאות מוצגות בלוח 5 להלן. ניכר מן הממצאים שעבודה בכלי תקשורת ארציים נוטה להיתפס בעיני העיתונאים כמכובדת יותר מאשר בשאר כלי התקשורת, והעבודה באינטרנט נחשבת מכובדת פחות מעבודה בעיתונים, ברדיו ובטלוויזיה, אך מכובדת יותר מעבודה בעיתונות מגזרית ובמקומונים. מבחינת תחומי סיקור, יש שונות מעטה יחסית בסטטוס, למרות שתחומי החברה נתפסים מעט פחות יוקרתיים בהשוואה לתחומי הביטחון, הפוליטיקה והכלכלה, ואילו תחומי התרבות, האופנה והבידור נתפסים כפחות יוקרתיים מכל שאר התחומים.

לוח 5: מידת המכובדות של סוגי כלי תקשורת ותחומי סיקור

ממוצע	סטיית תקן	
5.45	1.15	עיתונות מודפסת ארצית (מעריב, ידיעות, הארץ)
4.05	1.47	עיתונות מודפסת מגזרית (עולים, חרדים ערבים)
3.81	1.60	מקומונים
5.50	1.16	רדיו ארצי
5.46	1.32	טלוויזיה
4.40	1.51	תקשורת מקוונת
5.68	1.07	פוליטיקה וחדשות חוץ
5.69	1.15	צבא וביטחון
5.61	1.11	כלכלה
5.33	1.34	חברה (חינוך, פלילים, בריאות, רווחה, יחסי עבודה, איכות סביבה ועוד)
4.01	156.	תרבות, אופנה, בידור

בבדיקה של הגורמים הקשורים לתפיסת המקצוע כמכובד נמצא שאין קשר בין תפיסת המקצוע כמכובד ובין הוותק במקצוע. לעומת זאת, נמצא שעיתונאים תופסים את מקצועם כמכובד ככל שהם מרגישים שמידת החופש המקצועי שלהם גבוהה ($r = .160, p < .01$), ויש קשר חיובי בין תפיסת המקצוע כמכובד ובין התפיסה שהציבור הישראלי נותן אמון בעיתונות ($r = .276, p < .001$).

שביעות רצון

כדי לבחון את מידת שביעות הרצון של העיתונאים מן המקצוע שלהם שאלנו שלוש שאלות. השאלה הראשונה שאלה ישירות עד כמה המשיבים שבעי רצון מעבודתם כעיתונאים. ככלל, שביעות הרצון המדווחת הייתה גבוהה למדי (ממוצע 5.62, ס"ת 1.25). לא נמצא קשר בין ותק כעיתונאי ובין שום פריט משלושת הפריטים שבחנו שביעות רצון מן המקצוע. לעומת זאת, נמצא קשר בין שכר ובין שביעות רצון: משיבים שדיווחו על הכנסה גבוהה דיווחו גם על שביעות רצון גבוהה ($r = .152, p < .01$). כמו כן נמצא קשר משמעותי למדי בין מידת המכובדות הנתפסת של המקצוע ובין שביעות הרצון מן העבודה בו ($r = .458, p < .001$).

דרך נוספת לבחון את שביעות הרצון הייתה בשאלה נוספת שבה נתבקשו המשיבים לדווח על מידת הרצון שלהם שגם ילדיהם יהיו עיתונאים בסולם בן שלוש דרגות (כן, לא, לא יודע). 37.2% מן המשיבים השיבו בחיוב, אך מספר דומה (33.1%) השיבו בשלילה, והשאר (29.7%) השיבו שאינם יודעים. שאלה שלישית באשר לשביעות רצון בחנה את מידת הרצון של המשיבים להמשיך לעסוק במקצוע. התשובה לשאלה זו הייתה בסולם מ-1 (מעוניין מאוד) עד 4 (לא מעוניין כלל). רק 7.3% מן המשיבים בחרו באחת משתי הקטגוריות שהעידו על חוסר רצון להמשיך במקצוע (לא מעוניין כלל ולא כל כך מעוניין), 47.3% השיבו שהם מעוניינים להמשיך, ואילו 45.4% אמרו שהם מעוניינים מאוד להמשיך לעסוק במקצוע. לסיכום, אפשר לראות כי ככלל המשיבים היו מרוצים מבחירתם במקצוע, אם כי היו נלהבים מעט פחות מן הרעיון שילדיהם ימשיכו בדרכם.

מגדר

כאמור, אחד השינויים החשובים בעיתונות הישראלית בעשורים האחרונים הוא הכניסה הניכרת של נשים למקצוע. בסקר הנוכחי, כשליש מן המשיבים הן נשים, וזאת בהשוואה לסקר מ-1964, שאוזכר בתחילת המאמר, שבו פחות מעשירית מן המשיבים היו נשים. המחקר הנוכחי בוחן הן את תפקידיהן ומעמדם של נשים בעיתונות הן את עמדותיהן בנוגע לנושאים שונים. לפי ממצאי הסקר נמצא קשר בין מגדר ובין תחומי סיקור: יחסית לחלקם היחסי במדגם, גברים נטו יותר לסקר את תחומי הפוליטיקה, החוץ והביטחון, בעוד שנשים נטו יותר לסקר את תחומי הכלכלה והחברה השונים ($\chi^2 = 12.1, df = 4, p < .05$).

באופן יחסי, העיתונאיות שהשיבו לסקר ותיקות פחות מעיתונאים שהשיבו לסקר (ממוצע גברים 14.4, ס"ת 10.28; ממוצע נשים 11.5, ס"ת 8.97; $t = 2.43, df = 322, p < .05$), והן משכילות יותר מהם (77.8% בעלות תואר אקדמי לעומת 67.4% בעלי תואר אקדמי; $\chi^2, df = 1, p < .05 = 3.79$). חרף היותן בעלות השכלה

גבוהה בשיעור גדול מזה של עמיתיהן דיווחו העיתונאיות על הכנסה נמוכה מן העיתונאים הגברים: בהתייחס להיגד על אודות שכר, שהוא בערך כמו הממוצע במשק (=3), התשובה הממוצעת של עיתונאיות הייתה ששכרן נמוך מעט מן הממוצע (ממוצע 2.82, ס"ת 1.42), ואילו התשובה הממוצעת של הגברים הייתה ששכרם גבוה מן הממוצע (ממוצע 3.51, ס"ת 1.32; $t = 4.18, df = 31, p < .001$). גם בשליטה על מגוון משתנים אחרים, כגון ותק, תפקיד ומדיום (לוח 1 לעיל), המגדר עדיין ניבא את ההכנסה ($\beta = -.215$) במובהק. למרות פערי ההכנסות לא נמצא הבדל בשביעות הרצון בין עיתונאים ובין עיתונאיות.

לא נמצאו הבדלים מובהקים בין נשים ובין גברים במידת ההסכמה עם ההיגדים המתייחסים לערכים עיתונאיים ולדילמות מקצועיות, בהערכת ההשפעה של התקשורת על החברה הישראלית, בתפיסת הסטטוס המקצועי או בתפיסת האמון שהציבור רוחש לעיתונות. לעומת זאת, גברים (ממוצע 5.66, ס"ת 1.36) דיווחו על מידה גדולה של הרגשת חופש מקצועי לפרסם מה שהם רוצים בהשוואה לנשים (ממוצע 5.18, ס"ת 1.5; $t = 2.93, df = 328, p < .01$). אמנם עיתונאיות הרגישו יותר מעיתונאים שעורכים, בעלים, מפרסמים ויועצים משפטיים השפיעו על הפער בין מה שהן רצו לפרסם ובין מה שהתפרסם בפועל, אך לא נמצא הבדל בהתייחס לגורמי השפעה אחרים (עורכים: נשים 5.19, גברים 4.53; בעלים: נשים 4.12, גברים 3.17; יועצים משפטיים: נשים 4.8, גברים 4.02; ככולם $p < .05$, וממצא גבולי לגבי מפרסמים: נשים 2.98, גברים 2.53; $p < .06$).

דיון

הסקר המדווח מציג דיוקן עצמי עכשווי של העיתונאים בישראל. הוא ממפה את המאפיינים הדמוגרפיים של העיתונאים ומבהיר את האופן שחברי הקהילה המקצועית עונים על השאלה "מהו עיתונאי ישראלי?" בעת הזאת, תוך כדי התייחסות לסוגיות מקצועיות וערכיות מרכזיות. מניתוח הנתונים עולות כמה מסקנות מרכזיות, ונפרטן להלן.

במחקר זה נמצאה רמה גבוהה למדי של שביעות רצון מן העיסוק העיתונאי ככל שלוש המדרים שנבדקו. מעניין לציין שבהשוואה לעיתונאים, הנסקרים בקרב הציבור, על פי נתוני סקר 2007 (כהן, וימן, מאירס וצפתי, 2007), הביעו פחות עניין בכך שילדיהם יעסקו בעיתונות. הממצאים לגבי העיתונאים הישראליים דומים למדי לממצאים שעלו מסקרים שנערכו בקרב עיתונאים אמריקניים: ב-2003 דיווחו הרוב המכריע של העיתונאים האמריקניים כי הם "מרוצים מאוד" (33.3%) או "מרוצים למדי" (50.6%) מעבודתם. יחד עם זאת,

המחקר האמריקני מאפשר השוואה של הנתונים לאורך זמן המצביעה על ירידה בשיעור העיתונאים המרוצים מאוד מעבודתם: משיא 49.9% ב-1971 לשפל 27.3% ב-1992, ובציון עלייה מסוימת בעשור שלאחר מכן (Weaver, Beam, Brownlee, Voakes & Wilhoit, 2003).

מבט השוואתי עולמי יגלה כי המדינות שבהן רמת שביעות הרצון של העיתונאים מעבודתם היא הגבוהה ביותר הן מקסיקו (67% מרוצים מאוד מעבודתם), צ'ילה (54%) וקנדה (38%). מלבד זאת אחוז העיתונאים הישראליים המעוניינים להמשיך לעבוד בעיתונות, על פי סקר זה (97.2%), גבוה מזה שבכל המדינות שבהן נערכו סקרים דומים, והמדינות אחרי ישראל הן קנדה וניו זילנד, שבהן 82% מן העיתונאים דיווחו שהם מעוניינים או מעוניינים מאוד להמשיך לעבוד במקצוע (Weaver, 1998). מובן שאל הנתונים מן הסקר הבין-לאומי יש להתייחס כאילוטרציה עקרונית ולא כהשוואה סטטיסטית תקפה, משום שהם נאספו במסגרת שונה ולפני יותר מעשור.

גם נתוני ההשכלה של העיתונאים על פי הסקר מעוררים עניין: במקביל לעלייה הגדולה במספר בעלי השכלה אקדמית בישראל בכלל, חלה עלייה חדה במספר העיתונאים שלהם השכלה אקדמית. כזכור, על פי סקר העיתונאים הישראליים מ-1964, 22.8% מן העיתונאים היו בעלי תואר אקדמי או למדו באוניברסיטה. לעומת זאת, כיום 70.8% מן העיתונאים הם בעלי תואר אקדמי, וזאת בלי לכלול את מי שטרם סיימו את הלימודים לתואר ראשון. הנתונים מעידים גם על הפופולאריות הגוברת של לימודי התקשורת בקרב העוסקים בעיתונות: כזכור, הפריחה הגדולה בלימודי התקשורת האקדמיים החלה לפני כ-15 שנה, וכיום מעל ל-30% מן העיתונאים הישראליים בעלי השכלה בתקשורת או בעיתונאות. מעניין להשוות ממצאים אלו לנתונים בארצות הברית, שבה מתקיימים לימודי עיתונות ותקשורת אקדמיים כבר עשרות שנים: ב-2002 היו 89.3% מן העיתונאים בעלי תואר אקדמי, ול-49.5% מן העיתונאים היה תואר בתקשורת או בעיתונות (Weaver, Beam, Brownlee, Voakes & Wilhoit, 2003).

בהתייחס לשכר, דיווחו כחצי מן העיתונאים כי שכרם גבוה מעט או גבוה בהרבה מן השכר הממוצע במשק הישראלי. אם נבחן נתונים אלה בהשוואה לבעלי השכלה הדומה לזו שמאפיינת את ציבור העיתונאים, נגלה כי בנתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה משנת 2006 ממוצע ההכנסה של בעלי 16 שנות השכלה ומעלה היה גבוה מן השכר הממוצע באותה שנה ביותר מ-40%, ואפשר לסווגו כגבוה בהרבה מן הממוצע. השוואה זו בעייתית שכן רבים מן העיתונאים הם בעלי תואר ראשון תלת-שנתי, ולכן הם אינם שייכים לקטגוריה זו. ואולם בהשוואה גסה נראה כי שכרם של העיתונאים אינו נופל בהרבה מזה של קבוצות רלוונטיות להם במשק. נתוני השכר שנבדקו בארצות הברית התייחסו לחציון

השכר העיתונאי שעמד ב-2002 על \$43,588, והיה גבוה ב-20.4% מן השכר הממוצע במשק האמריקני (Weaver, Beam, Brownlee, Voakes & Wilhoit, 2003). מעניין לציין שבסקר העיתונאים הישראליים ב-1964 לא נכללה שאלה על אודות שכר העיתונאים.

כמו שצוין, ההנמקה המרכזית לעריכת סקר העיתונאים ב-1964 הייתה ההרגשה כי חברי האליטות האינטלקטואליות אינם מכבדים את העיתונאים, וכי הפוליטיקאים מתייחסים אליהם כאל כלי שרת ומטרות קלות למניפולציה. מן הסקר הנוכחי עולה כי כיום העיתונאים עצמם, כמו גם הציבור ואפילו הפוליטיקאים (לפי סקרים קודמים), חושבים כי לעיתונאים יש השפעה ניכרת על הפוליטיקאים. בהמשך לכך, העיתונאים תופסים את עצמם כמכובדים יותר מן הפוליטיקאים, והציבור שותף לתפיסה זאת.

הממצאים שעבודה באינטרנט נתפסת כמכובדת פחות מן העבודה במדיה עיתונאיים אחרים מתיישבים עם תקדימים מתולדות הפרופסיה העיתונאית, ובהם עיתונאים שעבדו במדיה "ישנים" ביצרו את סמכותם המקצועית באמצעות הדרה (או במקרה זה, באמצעות התיוג "פחות מכובד") של עיתונאי המדיום החדש: בשנות השלושים של המאה הקודמת לא נתפסו עיתונאי הרדיו – המדיום החדש והעולה במפת התקשורת האמריקנית – כ"עיתונאים אמיתיים" בעיני עיתונאי הרפוס, ובשנות החמישים לא התקבלו עיתונאי הטלוויזיה כחברים בארגונים המקצועיים של עיתונאי ארצות הברית ולא זכו לסטטוס מקצועי ראוי לשמו (Zelizer, 1992). בממצאים אלו מהדהדים גם ממצאי סקר הציבור מ-2007 שממנו התברר כי עיתונאים מן הטלוויזיה והרדיו נתפסים בעיני הציבור כמכובדים ביותר, לאחריהם עיתונאים העובדים בעיתונות מודפסת ובאינטרנט, עיתונאים בעיתונות מגזרית ולבסוף במקומונים. ההבדל המעניין הוא שהציבור מייחס סטטוס גבוה יותר לתקשורת אלקטרונית, ואילו הקהילה המקצועית אינה מבחינה בין עיתונאי העיתונות הכתובה ובין עמיתיהם מן התקשורת האלקטרונית.

כאשר להרגשת החופש העיתונאי, מבט בין-לאומי השוואתי בסוגיה זאת מציב את העיתונאים הישראליים המרגישים שיש להם חופש רב יחסי לפרסם מה שהם רוצים (ממוצע 5.5 בסולם מ-1 עד 7, ס"ת 1.4) בקבוצה אחת עם עיתונאים מקנדה, ארצות הברית ופינלנד, שבהן יותר מ-80% מן העיתונאים מדווחים שהם מרוצים או מרוצים מאוד ממידת חופש הפרסום שיש להם (Weaver, 1998). ממצאי הסקר הראו גם כי כתבי החברה (חינוך, פלילים, בריאות, רווחה, יחסי עבודה, איכות סביבה וכדומה) הרגישו מוגבלים יותר בפרסום של כל מה שרצו לדווח, בעוד שכתבי הכלכלה הרגישו מוגבלים פחות מהם. לממצא זה משמעות רבה בהינתן מבנה הבעלות של מרבית כלי התקשורת בישראל: נראה כי תחומי הסיקור של עיתונאי הכלכלה, כמו גם השקפת העולם שלהם, או לפחות נקודת המבט

המקצועית שלהם, קרובים למדי להשקפת העולם ולזווית הראייה המקצועית של הגורמים העוליים להגביל את החופש שלהם לפרסם את מה שהיו רוצים לפרסם. לממצא זה יכולות להיות השלכות משמעותיות בהתפתחות "צנזורה פנימית", כשהעיתונאים לומדים בניסוי וטעייה מהם הנושאים שאותם הם יכולים לסקר בחופשיות ומהם הנושאים שאותם יתקשו לסקר (Darnton, 1975; Fishman 1980). יתר על כן, הרגשות אלו יכולות להניע תהליכי סלקציה פנימית, ועיתונאים יבכרו לסקר תחומים מסוימים שבהם חסמי הפרסום נמוכים מאחרים.

לסיכום, בניגוד לטענות הנשמעות לעתים קרובות בשיח הפנים-עיתונאי, ממצאי המחקר מצביעים שהעיתונאים הישראליים מרוצים מעבודתם, מרגישים חופשיים למדי לפרסם את מה שהם מעוניינים לפרסם, ורובם הגדול מעוניין להמשיך ולעבוד במקצוע. בנוסף לכך ניתוח הממצאים על פי חתכי ותק במקצוע לא גילה "שבר דורי" בהקשרים אלו: העיתונאים הצעירים אינם שונים במובהק מן הוותיקים בהתייחס לסוגיות כגון שביעות רצון מקצועית, חופש פעולה, תפיסת מכוונות המקצוע והסכמה עם ההיגדים לגבי ערכים עיתונאיים. יחד עם זאת, אי-אפשר להסיק ממצאים אלו כי הרגשות העיתונאים, כפי שהן באות לידי ביטוי בשיח הפנים-עיתונאי, מוטעות. הסקר מציע תשובה ערכנית לשאלות הנוגעות לתפיסותיהם של עיתונאים ישראליים ברגע נתון. ייתכן כי הממצאים העולים מן הסקר אינם משקפים עדיין את מלוא היקפם של השינויים העוברים על העיתונות הישראלית בשנים האחרונות, ובכללם המשבר הכלכלי הנוכחי. לפיכך ייתכן שסקרים עתידיים יאתרו את השפעתם של תהליכים אלה.

הערות

- 1 המחברים מודים לרועי דודזון וליריב צפתי, שהיו שותפים בעריכה ובניתוח של הסקר שהוצג בכינוס אילת לעיתונות ב-2008, ולנפתלי רוניקוביץ על איסוף החומר.
- 2 אין באפשרותנו לרדן בהרחבה במסגרת זאת בשאלה העקרונית אם אפשר להגדיר את העיתונאות כמקצוע ("כ"ץ, 1997; מרמרי, 1997). ההגדרות המופיעות בסקר זה נסמכות על מחקרים קודמים בתחום.
- 3 מאמרו החשוב של עזריאל קרליבך "מה זה עיתון?" עוסק בשאלות דומות כשהוא מציג "אני מאמין" עיתונאי המבקש, ברוח שנותיה הראשונות של המדינה, לכוון את סמכותה המקצועית של העיתונות הישראלית מתוך מסירותה למפעל הציוני (1951) (1992).
- 4 אמנם מספר הנשים לא צוין במפורש בסקר, ואולם בעת פירוט ההתפלגות של גילי העיתונאים ציין שניצור כי "עיתונאיות שוחררו מן החובה להודיע על גילן". מספר הלא משיבים בקטגוריה זאת היה 24.

רשימת המקורות

- אברהמי, א' (2005), עיתונות ללא כיסוי – תורנות שמירה, העין השביעית, 57. נדלה ביום 10.3.2009 מתוך: <http://www.the7eye.org.il/articles/Pages/article5703.aspx>
- אדוני, ח' ופירסט, ע' (2006), מחקר תקשורת והוראתה: דילמות מובנות ופתרונות משתנים, ירושלים: מאגנס.
- אזרחי, י', גושן, ז' ולשם, ש' (2003), בעלות צולבת – שליטה ותחרות בשוק התקשורת הישראלי: היבטים כלכליים ומשפטיים והשלכותיהם על הדמוקרטיה הישראלית, ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- באלינט, ע' (2006), אין אל מי להתקשר, העין השביעית, 63. נדלה ביום 10.3.2009 מתוך: http://www.the7eye.org.il/articles/Pages/article6312.aspx?RetUrl=/WRITERS/Pages/anat_balint.aspx
- בן ארויה, ע' (2005), עיתונות ללא כיסוי – התאילנדים של התקשורת, העין השביעית, 57. נדלה ביום 10.3.2009 מתוך: <http://www.the7eye.org.il/articles/Pages/article5704.aspx>
- בנוזמן, ע' (2005), היה שלום גוטנברג, העין השביעית, 54. נדלה ביום 10.3.2009 מתוך: <http://www.the7eye.org.il/SectionArchive/EditorsSay/Pages/article5401.aspx>
- דרור, י' (2009), הלפיד שהצית לבבות, העין השביעית. נדלה ביום 10.3.2009 מתוך: http://www.the7eye.org.il/DailyColumn/Pages/230209_Yair_lapid_started_the_journalists_marxist_revolution.aspx
- הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (2009), השכר הממוצע למשרת שכיר של עובדים ישראליים. נדלה ביום 16.4.2009 מתוך: http://www.cbs.gov.il/reader/newhodaot/hodaa_template.html?hodaa=200926067
- חוגים לתקשורת (2009), אתר האגודה הישראלית לתקשורת. נדלה ביום 10.3.2009 מתוך: <http://www.isracom.org/index.php?i=465>
- טאוסיג, ש' (2006), חדשות לבקרים, העין השביעית, 62. נדלה ביום 10.3.2009 מתוך: <http://www.the7eye.org.il/DailyColumn/Pages/article6219.aspx>
- כהן, י', וימן, ג', מאירס, א' וצפתי, י' (2007), סקר עמדות הציבור לגבי מעמד העיתונאים. הוצג בכינוס אילת לעיתונות, אילת, נובמבר 2007.
- כ"ץ, א' (1997), ואף-על-פי-כן רפואת שיניים, דברים אחרים, 1: 11-14.
- כספי, ד' (2007), אין ארוחות חינם, העין השביעית, 69. נדלה ביום 10.3.2009 מתוך: <http://www.the7eye.org.il/DailyColumn/Pages/article6904.aspx>
- לביא, ע' (2000), חדשות הן חדשות: אין להן מין..., פתוח, 4: 45-74.
- לחובר, ע' (2000), נשים עיתונאיות בעיתונות הכתובה, קשר, ג (28): 63-73.

מרמרי, ח' (1997), בין עיתונאות לרפואת שיניים, דברים אחדים, 1: 7-10.
 נגבי, מ' (2005), נפילתה ועלייתה של הצנזורה בנושאי ביטחון בישראל, בתוך: א' לבל
 (עורך), ביטחון ותקשורת – דינמיקה של יחסים, באר שבע: מכון בן-גוריון לחקר
 ישראל, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב, עמ' 183-199.
 פרי, י' (1999), רקוויאם לדבר שאיננו, קשר, ג (25): 28-40.
 צפתי, י' וליביו, א' (2003), העיתונאים הישראליים מעניקים ציון נמוך לתפקוד התקשורת
 הישראלית, העין השביעית, 43: 4-9.
 צפתי, י' וליביו, א' (2005), מקטרים אבל מרוצים, העין השביעית, 55. נדלה ביום
 10.3.2009 מתוך:

[http://www.the7eye.org.il/Research/The_Israel_Democracy_Institute_Researches/
 Pages/article5503.aspx](http://www.the7eye.org.il/Research/The_Israel_Democracy_Institute_Researches/Pages/article5503.aspx)

רועה, י' (1994), אחרת על תקשורת: שבע פתיחות לעיון בתקשורת ובעיתונות, אבן
 יהודה: רכס.

רייך, צ' (2008), בואו לא נגלוש: על השימוש המוגבל באינטרנט כמקור מידע לחדשות,
 בתוך: ד' כספי ות' אלטשולר (עורכים), עיתונות דוט.קום: עיתונות מקוונת
 בישראל, ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה, עמ' 291-320.
 קרלייך, ע' (1951 [1992]), מה זה עיתון?, קשר, 11: 4-6.
 שניצר, ש' (1964), העיתונאי הישראלי ודמותו בעיני הציבור, ספר השנה של העיתונאים,
 23: 39-55.

Aarons, L. & Murphy, S. (2000). Lesbians and gays in the newsroom — 10
 years later. *Research Report of the Annenberg School for Communication*.
 University of Southern California. Retrieved July 20, 2009 from; [http://
 www.nlgja.org/resources/NLGJA_2000_Survey.pdf](http://www.nlgja.org/resources/NLGJA_2000_Survey.pdf)

Beam, R. A. (2006). Organizational goals and priorities and the job satisfaction
 of U.S. journalists. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(1),
 169-185.

Bennett, W. L., Gressett, L. A., & Haltom, W. (1985) Repairing the news: A case
 study of the news paradigm. *The Journal of Communication*, 35(2), 50-68.

Berkowitz, D., Limor, Y., & Singer, J. (2004). A cross-cultural look at serving
 the public interest: American and Israeli journalists consider ethical
 scenarios. *Journalism*, 5(2), 159-181.

- Cohen, J., Tsfati, Y., & Sheaffer, T. (2008). The influence of presumed media influence in politics: Do politicians' perceptions of media power matter? *Public Opinion Quarterly*, 72(2), 331-345.
- Darnton, R. (1975). Writing news and telling stories. *Daedalus*, 104, 175-194.
- Deuze, M. (2005). Popular journalism and professional ideology: Tabloid reporters and editors speak out. *Media Culture & Society*, 27(6), 861-882.
- Ehrlich, M. C. (2004). *Journalism in the movies*. Urbana: University of Illinois Press.
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news*. Austin: University of Texas Press.
- Herman, E. S. (2000). The propaganda model: A retrospective. *Journalism Studies*, 1(1), 101-112.
- Hodierne, R. (2009). Is there life after newspapers? *American Journalism Review*. Retrieved March 10, 2009 from: <http://www.ajr.org/Article.asp?id=4679>
- Kirsner, S. (1997). The breaking news dilemma. *Columbia Journalism Review*, November-December, 18-19.
- Livio, O. (2005). *Routinizing the unaccepted: Maintaining the journalistic paradigm through media discourse in Israel*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association, New York, NY.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda setting research: Twenty five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, 43(2), 58- 67.
- Pavlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 2(2), 229-237.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.
- Schudson, M. (1988). What is a reporter? The private face of public journalism. In J. W. Carey (Ed.), *Media, myths and narratives: Television and the press*. Newbury Park: Sage, pp. 228-245.
- Shamir, J. (1988). Israeli elite journalists: Views on freedom and responsibility. *Journalism Quarterly*, 65(3), 589-594.
- Sigal, L. V. (1986). Sources make the news. In R. Manoff & M. Schudson (Eds.), *Reading the news*. New York: Pantheon, pp. 9-37.

- Tsfati, Y., Meyers, O., & Peri, Y. (2006). What is good journalism? Comparing Israeli public and journalists' perspectives. *Journalism*, 7(2), 152-173.
- Tuchman, G. (2002). The production of news. In B. J. Klaus (Ed.), *A handbook of media and communications research qualitative and quantitative methodologies*. London: Routledge, pp. 78-97.
- Weaver, D. H. (1998). *The global journalist: News people around the world*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Weaver, D., Beam, R., Brownlee, B., Voakes, P. S., & Wilhoit, G. C. (2003). American journalist survey. *Poynteronline*. Retrieved March 10, 2009 from: http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=28235
- Zelizer, B. (1992). *Covering the body: The Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.