



אוניברסיטת תל-אביב • הפקולטה למדעי החברה ע"ש גרשון גורדון
מכון חיים הרצוג לתקשורת חברה ופוליטיקה



מדד אמון הציבור בתקשורת

2003 מרץ 1 | **דו"ח מס' 1**

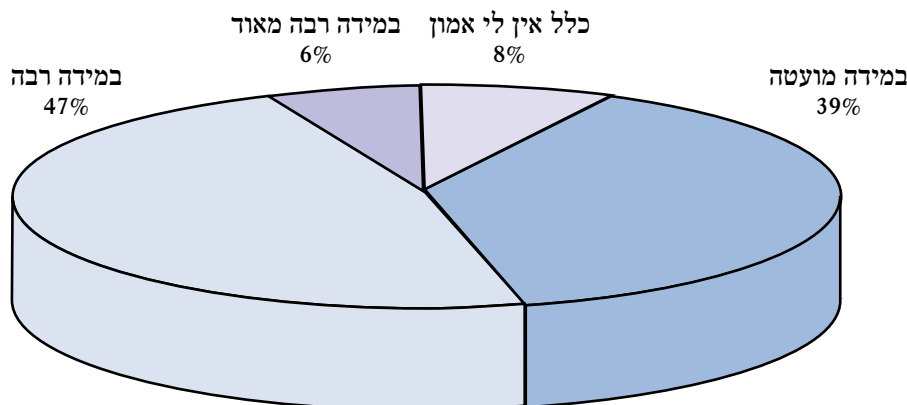
מבוא

אל מדד המחירים לצרכן (של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה), מדד יוקר הבניה, מדד השלום (של מכון תמי שטיינמן לשלום) ומדדים כלכליים וחברתיים אחרים מצטרף עתה מדד חדש: מדד אמון הציבור בתקשורת. זהו אינדקס המבוסס על מחקרים שנערכו במספר מדינות ובעיקר בארה"ב, הבוחן את יחס הציבור לתקשורת - העיתונות, הרדיו והטלוויזיה. המדד יבחן את השתנות ההערכות, התפישות והציפיות של הציבור מן התקשורת באופן שוטף מספר פעמים בשנה, במיוחד בהקשר לאירועים דרמטיים. המדד נערך על ידי המכון לתקשורת חברה ופוליטיקה על שם חיים הרצוג באוניברסיטת תל-אביב.

מימצאים בולטים

- רוב הציבור הישראלי מייחס אמון לתקשורת אך יש לו ביקורת כלפיה. הביקורת החריפה ביותר: התקשורת פועלת יותר מדי על פי שיקולי תחרות ורייטינג ופחות מדי על פי שיקולים מוסריים.
- לציבור הישראלי יש יותר אמון בתקשורת מכפי שיש לציבור בארה"ב או ברוב המדינות הדמוקרטיות. בסולם של 1 (כשאין אמון כלל) ו-5 (כשיש אמון מלא), המדד בישראל עתה הוא 2.9 (בהשוואה ל-2.4 בארה"ב).
- 30 אחוז מהישראלים סבורים שהטלוויזיה היא האמינה ביותר, רק תשעה אחוזים סבורים שהעיתונים הם האמינים ביותר.
- למרות ש-73 אחוזים טוענים שלא יכולה להתקיים דמוקרטיה ללא תקשורת חופשית, כמחצית מהישראלים טוענים שיש לתקשורת הישראלית יותר מדי חופש.
- חילונים מאמינים לתקשורת יותר מדתיים. יהודים מאמינים לה יותר מערבים.
- 50 אחוז מהנחקרים חושבים שהתקשורת שמאלנית מדי. 41 אחוזים סבורים שהיא פטריוטית ומגויסת במידה הפוגעת במקצועיות שלה.

באיזו מידה יש לך אמון בעבודת התקשורת הישראלית?



תרשים 1

התיאוריה הדמוקרטית מייחסת חשיבות רבה ביותר לתפקיד התקשורת. העיתונות המשודרת והכתובה מספקת לאזרחים מידע וחומר למחשבה; קובעת את סדר היום הציבורי; מפקחת על השלטון, ובסופו של דבר מכוננת את הקהילה הפוליטית. המידע הזה כולל עובדות, קשת של דעות, אמונות והשקפות, וכן מיגוון של נושאים, שמהם צריכה להתגבש דעת הקהל הדמוקרטית.

אולם התקשורת יכולה למלא את תפקידיה הדמוקרטיים רק בתנאי שהיא אמינה. אם הציבור מטיל בה ספק, אם אינו מעניק לה לגיטימציה, התהליך הדמוקרטי עלול להיפגע. מסיבה זו חוקרים בשני העשורים האחרונים של המאה ה-20 הביעו דאגה נוכח ירידת האמון בתקשורת, תופעה שנמצאה בכל המדינות הדמוקרטיות, כחלק מירידה תלולה באמון הציבור במוסדות הפוליטיים. (בארה"ב למשל, מאז אמצע שנות ה-70 ועד לסוף המאה ירד אחוז האנשים שיש להם אמון גבוה בתקשורת מ-28 ל-10 אחוז בלבד, ואילו שיעורם של אלה שאינם מאמינים לה כלל עלה מ-14 ל-41 אחוזים.) החוקרים הביעו את הדאגה, שמשבר אמון בתקשורת יגרום לציבור לא רק להפסיק להאמין לפוליטיקאים, אלא להתנתק מן החיים הפוליטיים עצמם. הציבור הלא-מאמין עלול להפוך מנוכר מן התהליך הפוליטי, ובסופו של דבר חוסר האמון בתקשורת עלול לפגוע בעצם קיומה של הדמוקרטיה.

מחקרים שנעשו בשנים האחרונות הראו כי חששות אלה היו מופרזים. נמצא, שאובדן אמון מוחלט עלול אמנם להביא לתוצאות כאלה, אולם למידה מסויימת של אי אמון עשויה להיות דווקא השפעה חיובית. צריכה ביקורתית של חדשות מונעת אפשרות למכור לציבור שקרים, אי אמיתות; חדשות כלפי המידע המתפרסם מביאה את צרכני המידע לחפש מידע נוסף, להגדיל את כמות המידע ולהרחיב את מקורותיו. גישה ספקנית למתפרסם מקשה על מניפולציה של דעת הקהל.

יתר על כן, נמצא אף שגישה ביקורתית כלפי התקשורת אינה מאפיינת יותר את הפסיביים פוליטיים, אלא להיפך. בעלי גישה ספקנית מחפשים עוד ועוד מידע פוליטי, והם דווקא אלה שנוטים להיות יותר מעורבים בפוליטיקה, ולהשתתף בהחלטות פוליטיות. רמת אמון נמוכה יחסית עשויה להיות אפוא מועילה למערכת הדמוקרטית.

מימצאים אלה הביאו את חוקרי הדמוקרטיה והתקשורת לעשות הבחנה בין ציניות, או ביטול מוחלט, לבין ספקנות, או ביקורתיות. בעוד שהציניקן אינו מאמין כלל למה שהוא קורא, הספקן אומר 'אני לא בטוח אם זה נכון'. בעוד הציניקן דוחה בבזוז כל מידע שמסופק לו, הספקן מבקש לקבל מידע נוסף. התוצאה היא שהציניקן מערער את החיים הדמוקרטיים ואילו הספקן מחזק אותם. הציניקן נשאר פסיבי ואינו מאמין שניתן לחולל תיקון כלשהו, ואילו הספקן תובע שיפור. הוא נוקט בפעילות אקטיבית במטרה להביא לרפורמה ולשינוי חברתי.

על רקע תיאורטי ומחקרי זה מובן מדוע חשוב כל כך לבחון את רמת האמון של הציבור הישראלי בתקשורת, דבר שטרם נעשה בעבר. מעקב אחר האמון והשינויים שחלים בו, ובעיקר ניתוח מרכיבי אי האמון, יבהירו מדוע הציבור אינו מרוצה מן התקשורת; יגלו את נקודות התורפה בעבודתה, ויאפשרו להבין את הקשר של התקשורת לתהליך הדמוקרטי בארץ והשפעתה על החיים הציבוריים.

**מדד האמון:
התקשורת
מקבלת ציון
2.9 בסולם
מ-1 עד 5**

מדד האמון הוא ציון משולב של חמישה מבחנים המתבססים על חמש שאלות לגבי תפיסת התקשורת: האם התקשורת הישראלית היא אמינה, האם היא מאוזנת, האם היא מדוייקת, האם היא הוגנת והאם היא מספרת את כל הסיפור.

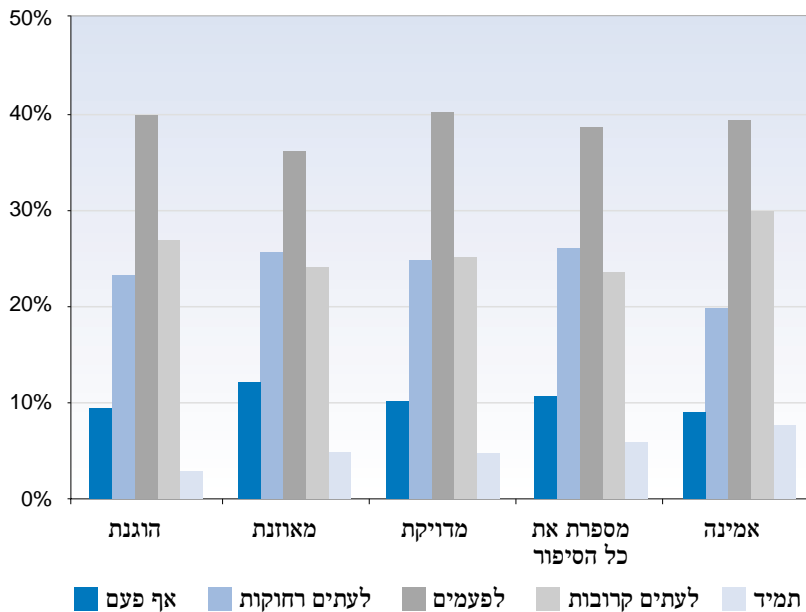
בסקר הראשון שהניח את היסודות לכניית המדד הוצגו שאלות אלה, וכן 80 שאלות נוספות, בפני 1,219 נבדקים, שהיוו מדגם מייצג של הציבור הישראלי. התשובות האפשריות היו על פני סולם שיש בו חמש דרגות: ציון 1 (כשאינ כלל אמון) ועד ל-5 (רמת אמון גבוהה מאוד). הציון הממוצע לו זכתה התקשורת הישראלית היה 2.9, ציון גבוה יותר מהציון שקיבלה התקשורת האמריקאית במחקר שנערך בשנת 2000 (2.4).

התשובה השכיחה לשאלות שהרכיבו את המדד הייתה "לפעמים", בין 35 ל-45 אחוזים מהמשיבים לשאלות אלו בחרו בקטגוריה זו. כאשר מבטלים את הקטגוריה המרכזית ומכריחים את המרואיינים לבחור בין ציוני אמינות גבוהים לנמוכים, רוב הנבדקים (54%) הביעו דווקא אמון גבוה בעבודת התקשורת הישראלית, ורק שבעה אחוזים ציינו שאינ להם כלל אמון בעבודתה.

כאשר מפרקים את מדד האמון לחמשת מרכיביו, מגלים כי התקשורת הישראלית זכתה לציון גבוה יותר על אמינותה (ציון ממוצע 3), מאשר על שאר מרכיבי המדד. התקשורת זכתה לציונים נמוכים יחסית על איזון (ציון ממוצע 2.83). ראו תרשים מס' 2:

מדד האמון נמוך יותר ככל שעולה רמת הדתיות: אצל יהודים חילונים ציון האמון הוא 3.07. אצל מסורתיים הוא 2.98. אצל אלו שהגדירו עצמם דתיים ציון האמון הוא 2.65, ואילו אצל החרדים הציון הממוצע על מדד האמון בתקשורת הוא רק 2.32.

מרכיבי מדד האמון

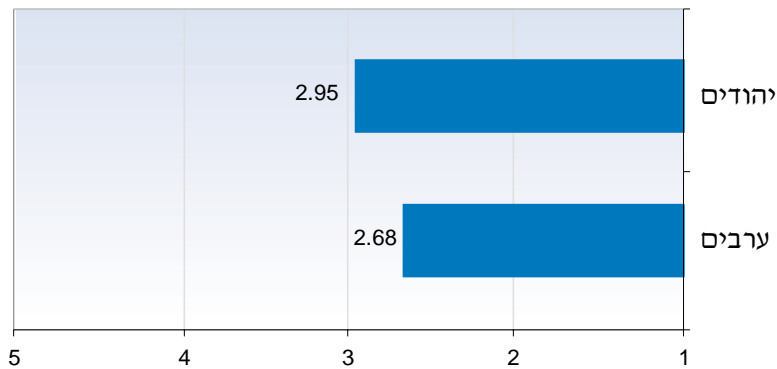
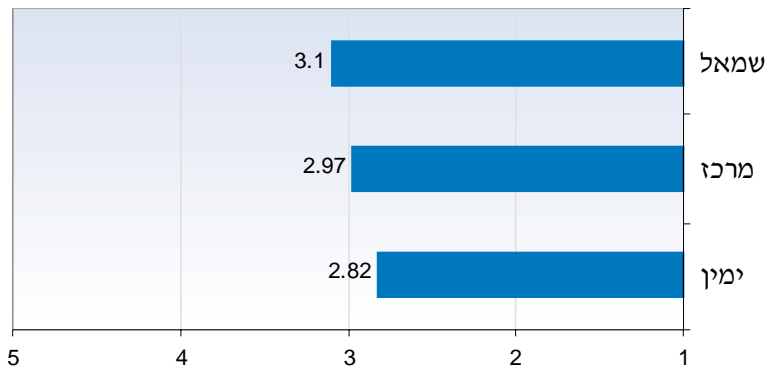
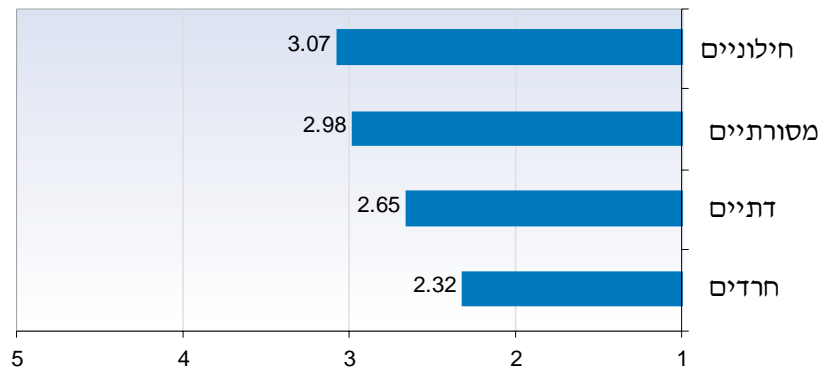


תרשים 2

מדד האמון נמוך יותר אצל ערבים מאשר יהודים. הערבים העניקו לתקשורת ציון ממוצע של 2.68 ואילו היהודים העניקו לה בממוצע רק 2.95. מדד האמון קשור גם בנטייה הפוליטית של המשיבים: בעוד תומכי שמאל העניקו לתקשורת ציון של 3.1, תומכי מרכז העניקו לה ציון של 2.97, ותומכי ימין - 2.82. הקשר בין נטייה פוליטית ודתיות לבין חוסר אמון בתקשורת, נותר משמעותי מבחינה סטטיסטית גם כאשר שולטים על משתנים דמוגרפיים (כמו מין, השכלה ועדתיות). ראו תרשים מס' 3:

תרשים 3

מדד האמון בתקשורת על פי דתיות, נטייה פוליטית ולאום

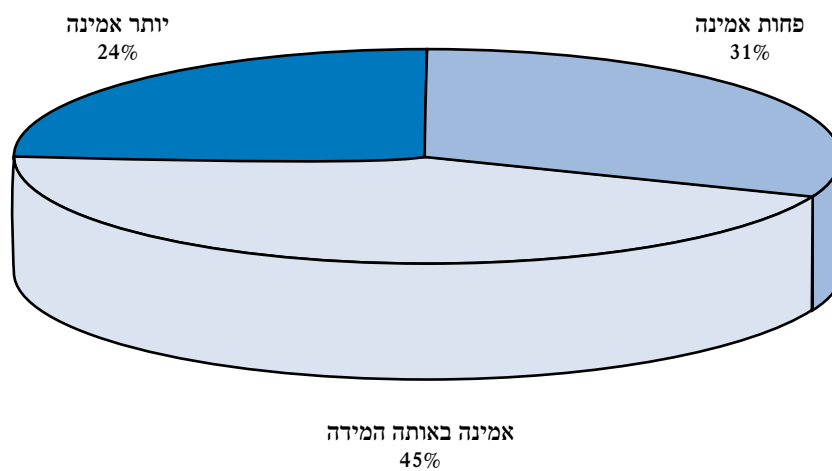


המרוואיינים נשאלו "האם לדעתם התקשורת הישראלית אמינה יותר או פחות מאשר התקשורת במדינות המערב. התשובה השכיחה לשאלה זו היתה "אמינה באותה המידה". 45 אחוזים מהמשיבים בחרו בתשובה זו, לעומת 24% שענו כי התקשורת הישראלית אמינה יותר מאשר התקשורת במדינות מערביות. 31% ענו, כי התקשורת אמינה פחות מאשר התקשורת במדינות מערביות. ראו תרשים מס' 4:

מי אמיץ יותר בעיני הישראלים: התקשורת הישראלית או התקשורת במדינות המערב?

תרשים 4

אמינות התקשורת הישראלית לעומת התקשורת במדינות מערביות



האמון בתקשורת בישראל בהשוואה לאמון הקיים במדינות העולם

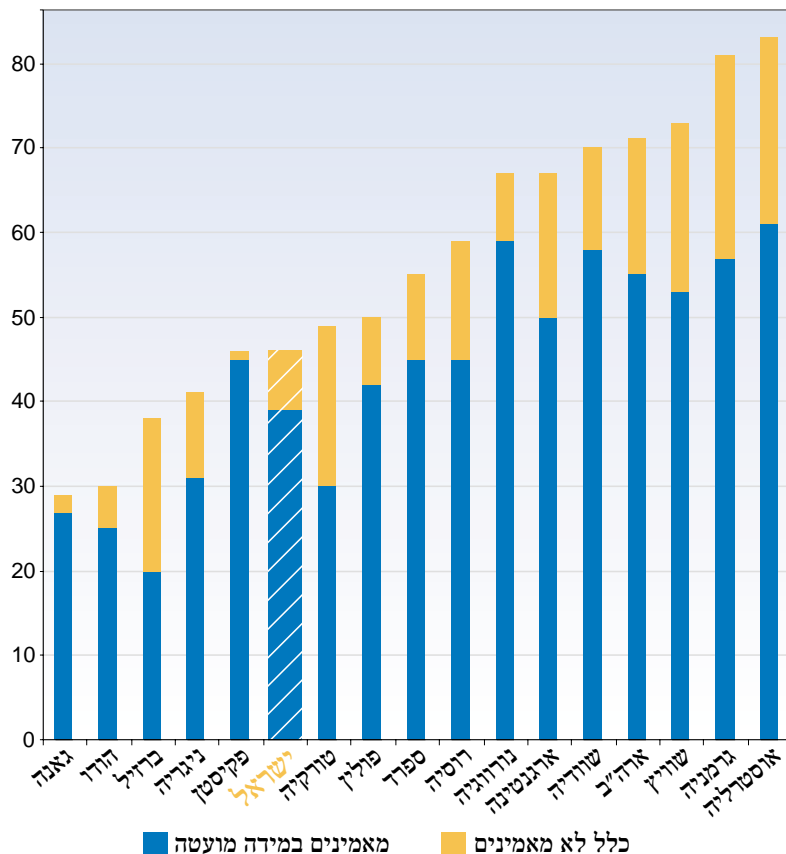
מהשוואות רב לאומיות, עולה כי האמון בתקשורת בישראל הוא גבוה יותר מאשר במדינות רבות אחרות: ברוב המדינות המערביות שהשתתפו במחקר הערכים העולמי (World Values Survey) שנערך בשנים 1997-1998 חוסר האמון בתקשורת היה גבוה יותר מאשר בישראל. במדינות כמו אוסטרליה וגרמניה, מעל 80% מהמשיבים הביעו אמון נמוך בתקשורת. בארה"ב מעט מעל 70%, במדינות סקנדינביה בין 60 ל-70 אחוזים, ואילו בישראל רק 47 אחוזים הביעו אמון נמוך.

מבחינת התקשורת הישראלית אלו הן אולי חדשות טובות - לקהל הישראלי יש אמון רב יותר בתקשורת הישראלית מאשר לקהלים במדינות מערביות. אך אם בוחנים את המקומות בעולם בהם, כמו בישראל, מביעים קהלים אמון גבוה בתקשורת, אזי התמונה מחמיאה אולי פחות לחברה הישראלית. להוציא את יפן ודרום קוראה, רוב המדינות בהם קהלים מאמינים לתקשורת הן דווקא מדינות פחות מפותחות.

ניתן להציע שני הסברים לאמון הגבוה יחסית של הישראלים בתקשורת. ראשית, מחקרים מראים כי אמון במוסדות, ובכללן התקשורת, נוטה לעלות בתקופות משבר. יתכן שהישראלים, שרואיניו בעיצומו של משבר בטחוני וכלכלי, ביטאו בתשובותיהם כלפי התקשורת את הנטייה להתלכד סביב הדגל, נטייה המאפיינת כל חברה במשבר. שנית, יתכן כי המשיבים הישראלים דיווחו על אמון גבוה יחסית בתקשורת, משום שהם מדווחים גם על רמות גבוהות של צריכת חדשות. האמון בתקשורת נמצא במתאם (נמוך אמנם) עם תשובות המשיבים לגבי חשיפה לתקשורת. כלומר ככל שמרבים לצרוך תקשורת כך גם נוטים יותר להאמין לה. ואכן, רמות החשיפה לחדשות בישראל הן גבוהות, בפרט בתקופות משבר.

חוסר אמון בתקשורת על פי מדינה

תרשים 5



אמון בתקשורת וצריכת חדשות: נחשפים מאוד, גם אם לא מאמינים

כאמור, הקהל הישראלי הוא צרכן כבד של חדשות. 65 אחוזים צופים בחדשות בטלוויזיה כמעט כל יום. כ-40 אחוזים מאזינים למהדורות חדשות ברדיו מספר פעמים ביום. 40% קוראים עיתון יומי בכל יום. רק כ-12% אינם צופים אף פעם בחדשות בטלוויזיה. רק 23% דיווחו שאינם מאזינים כלל לחדשות ברדיו ורק כ-15% לא קוראים עיתונים אף פעם. רק 16 משיבים, שהם פחות מאחוז וחצי מהמדגם, דיווחו שאינם נחשפים כלל לחדשות - כלומר שאינם קוראים עיתונים, צופים בחדשות בטלוויזיה, מאזינים לחדשות בטלוויזיה או גולשים באתרי אקטואליה באינטרנט.

באופן ממוצע, הישראלים מקדישים לצפייה בחדשות בטלוויזיה כשעה מדי יום, יותר משעה וחצי להאזנה לחדשות ברדיו, ובין חצי שעה לשעה לקריאת עיתונים. שיעורי הצפייה בחדשות בטלוויזיה גבוהים למדי ותופשים כמחצית מזמן הצפייה בטלוויזיה בכלל.

למרות שפע מקורות החדשות הזרים העומדים לרשות הישראלים, כ-94% מאלו שצופים בחדשות בטלוויזיה (שהם כ-82% מכלל המדגם) צופים בחדשות באחד לפחות מערוצי הטלוויזיה הישראלים (ערוצים 1, 2, 10 וערוץ ישראל פלוס בשפה הרוסית). במובן זה עדיין לא כבתה "מדורת השבט" הישראלית. יתר המשיבים צופים רק בחדשות מתחנות זרות, בעיקר בשפות רוסית וערבית.

ציון מדר האמון קשור רק בצורה מתונה לרפואי החשיפה של הציבור לתקשורת. משמעות ממצא זה הוא שאנשים רבים נחשפים לתקשורת למרות שהם אינם מאמינים לה. מנגד, נמצא קשר בין אמון נמוך בתקשורת הישראלית לבין צריכת חדשות ממקורות אלטרנטיביים - בעיקר מכלי תקשורת מיגזריים (כלומר דתיים, חרדיים, בשפה הערבית או הרוסית או מהתקשורת הזרה). ממצא זה מעיד כי הקהל הספקן מחפש תחליפים בערוצים אלטרנטיביים לזרם הלאומי, המרכזי (mainstream) של התקשורת הישראלית. יחד עם כך חשוב לראות, שרבים מקהלים אלו צורכים את הערוצים האלטרנטיביים בנוסף (ולא במקום) לצריכת החדשות מהתקשורת המרכזית.

בכדי לבחון את אמון הציבור בתקשורת מול אמון הציבור במוסדות אחרים נשאלו הנחקרים שאלה היפותטיות: הם נתבקשו להעריך למי הם מאמינים יותר - לתקשורת או לפוליטיקאים. נוסח השאלה היה "נניח שהתפרסמה בתקשורת סדרת כתבות תחקיר בנושא פרשיית שחיתות של איש ציבור. איש הציבור מכחיש את הטענות וטוען כי לא היו דברים מעולם. למי היית נוטה יותר להאמין, לדיווחים בתקשורת או לאיש הציבור?" כ-49% מהמשיבים ענו כי היו מאמינים לתקשורת, ורק כ-15% היו מאמינים לאיש הציבור. 12% ענו שלא היו מאמינים לאף אחד מהם, וכ-20% ענו "תלוי".

תשובות הנבדקים לשאלה ההיפותטית קשורות לתשובותיהם למדרד האמון. אלו שהביעו אמון גבוה בעבודת התקשורת בכלל נטו להאמין יותר לתקשורת ופחות לאיש הציבור, ממצא המתקף את מדרד האמון. משיבים ערבים נטו להאמין פחות לתקשורת ויותר לאיש הציבור. גם מרואיינים מזרחיים ואנשי ימין נטו פחות להאמין לתקשורת מאשר לאיש הציבור. חילונים נטו יותר משאר המדגם להאמין לתקשורת בשני המקרים: 58% מהחילונים האמינו לתקשורת מול איש הציבור, מול 44% מהמסורתיים, 30% מהדתיים ו-27% מהחרדים.

האמון בתקשורת או בפוליטיקאים קשור גם להשכלה: עם העליה ברמת ההשכלה יורד האמון באנשי הציבור לעומת האמון בתקשורת. בקרב האקדמאים 53% האמינו לתקשורת ורק 7% לאיש הציבור. לעומת זאת בקרב אלו שלא השלימו השכלה תיכונית רק 43% האמינו לתקשורת, לעומת 24% שהאמינו לאיש הציבור. מניתוח רב-משתני עולה, כי המנבאים החזקים של אמון בתקשורת מול איש הציבור הם השכלה וחילוניות, גם בשליטה על משתנים מתערבים.

מי אמין יותר: התקשורת או הפוליטיקאים?

ביקורות רבות על התקשורת

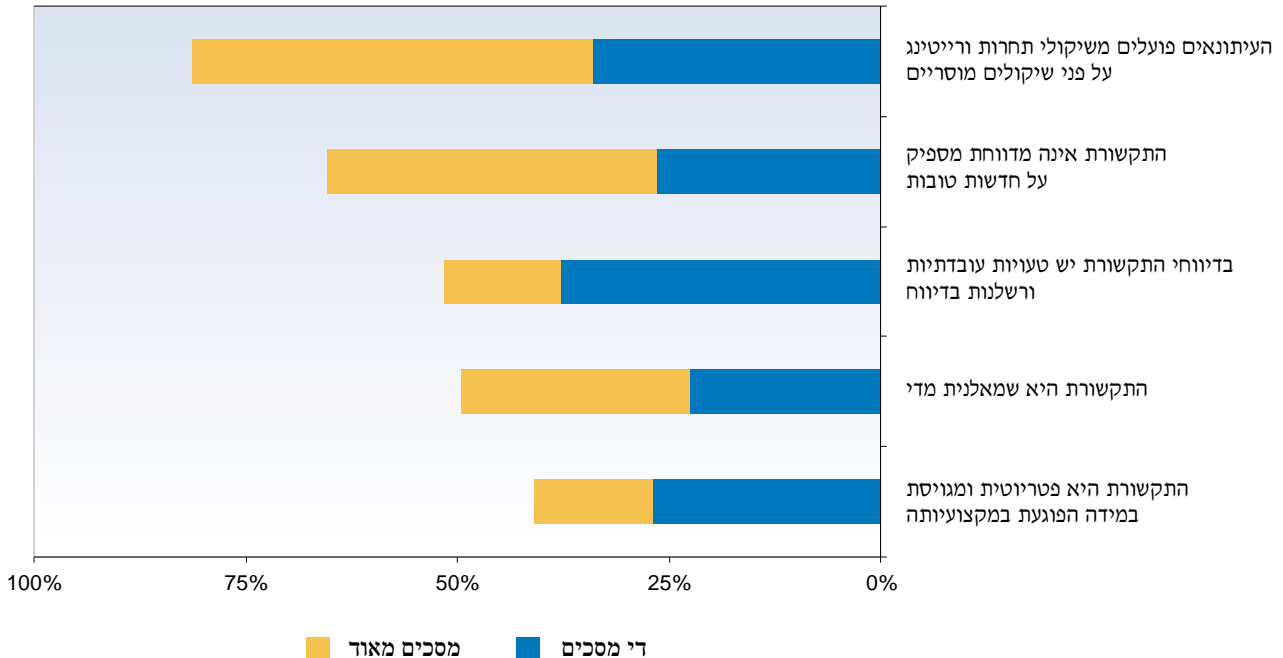
בצד האמון הגבוה יחסית הביעו הנחקרים ביקורת רבה על התקשורת הישראלית. כ-80 אחוזים מן הנשאלים הסכימו עם המשפט "התקשורת פועלת פחות מדי על פי שיקולים מוסריים ויותר מדי על פי תחרות ורייטינג". 65 אחוזים חושבים שהתקשורת אינה מדווחת מספיק על חדשות טובות. מעל מחצית המשיבים (51.6%) סברו כי בדיווחי החדשות בתקשורת יש טעויות עובדתיות ורשלנות בדיווח.

כמעט 50% מהמשיבים חשבו שהתקשורת "שמאלנית מדי" (תפיסה זו הייתה חזקה יותר אצל אנשי ימין). מנגד, כ-41 אחוזים (רובם אנשי שמאל) סבורים כי התקשורת היא פטריוטית ומגויסת במידה הפוגעת במקצועיות שלה. מצד שני, 76 אחוזים הסכימו שהתקשורת "מצליחה לחשוף שחיתות וניצול לרעה של כוח"; כמעט 70% סברו שהתקשורת מדווחת בצורה אחראית על ענייני ביטחון "תמיד" או "בדרך כלל".

תומכי ימין נטו יותר לחשוב שהתקשורת היא שמאלנית מדי ושהיא אינה מצליחה לחשוף שחיתות, ותומכי שמאל נטו לחשוב שהיא מגויסת ופטריוטית מדי. לא נמצא קשר בין נטייה פוליטית לבין התפיסה שאין מספיק חדשות טובות בתקשורת ושהתקשורת פועלת יותר מדי על פי שיקולים תחרותיים ופחות מדי על פי שיקולים מוסריים. ראו תרשים מס' 6:

ביקורתיות כלפי התקשורת

תרשים 6



מי בין ערוצי התקשורת יותר אמין?

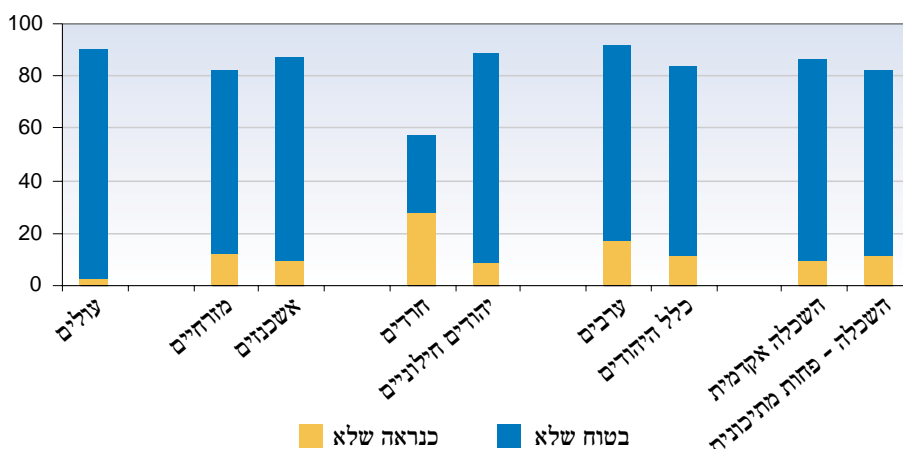
איזה מערוצי התקשורת נחשב כאמין ביותר בקרב צרכני התקשורת בישראל? 38% מן המשתתפים במחקר ענו שהטלוויזיה היא האמינה ביותר, 19% ענו שהרדיו, 12% השיבו "אתרי אקטואליה באינטרנט", ורק כ-9% השיבו שהעיתונים הם הכי אמנים. ממצאי מחקרים שנערכו בארה"ב ושאלו שאלה זו לא נתנו תשובה חד משמעית, אך לפחות בחלק מן המחקרים בארה"ב התשובה השכיחה לשאלה זו הייתה הפוכה לזו שהתקבלה בישראל; האמינים ביותר היו דווקא העיתונים.

ומה כאשר להבחנה בין ערוצי הטלוויזיה לבין עצמם ובין תחנות הרדיו השונות? 34% דרגו את ערוץ 2 כערוץ הטלוויזיה האמין ביותר. 27% דרגו כאמין ביותר את ערוץ 1, ורק כאחוז אחד דרגו את ערוץ 10 כאמין ביותר. מבין תחנות הרדיו, 29% חשבו שגלי צה"ל היא האמינה ביותר, ואילו 27% חשבו שקול ישראל הוא האמין ביותר (הבדל זה הוא בתוך טווח הטעות הסטטיסטית). כאשר נתבקשו לדרג את העיתון האמין ביותר, 32% דירגו כאמין ביותר את ידיעות אחרונות, 16% את הארץ ורק 8% את מעריב.

ניתוח התשובות של הנחקרים מראה כי הם נוטים לציין כאמינים ביותר את אמצעי התקשורת אליהם הם נוהגים להיחשף. מסיבה זאת, ניתן לפרש את הערכות המשיבים לגבי ערוצי התקשורת האמינים ביותר כנובעות משאיפה לעקביות, או כאמצעי להפחתת דיסוננס של המשיבים: העיתון שאותו אני נוהג לקרוא הוא בדרך כלל האמין ביותר. אפשר גם לתת הסבר שבו הקשר הסיבתי הוא הפוך בדיוק, כלומר, מכיוון שהעיתון המסויים הזה הוא אמין בעיני אני קורא אותו. המחקר הראה בבירור על קיומו של הקשר אולם לא על כיוונו.

הישראלים מבינים את חשיבותה של תקשורת חופשית לדמוקרטיה בריאה. בתשובה לשאלה האם יכולה להתקיים דמוקרטיה ללא תקשורת חופשית, רק 4% ענו "בטוח שכן", 9.8% ענו "כנראה שכן", ו-12.7 אחוזים ענו "כנראה שלא". לעומת זאת ענה רוב מוצק של 73 אחוזים - "בטוח שלא".

האם יכולה להתקיים דמוקרטיה ללא תקשורת חופשית?



מאידך, כאשר נשאלו המשתתפים במחקר האם לתקשורת הישראלית יש יותר או פחות מדי חופש, כמחצית מהמרוואיינים השיבו שיש לתקשורת הישראלית יותר מדי חופש. כ-40% מהמשיבים ענו שלתקשורת הישראלית יש חופש "במידה המתאימה", ורק 10% ענו שלתקשורת יש פחות מדי חופש.

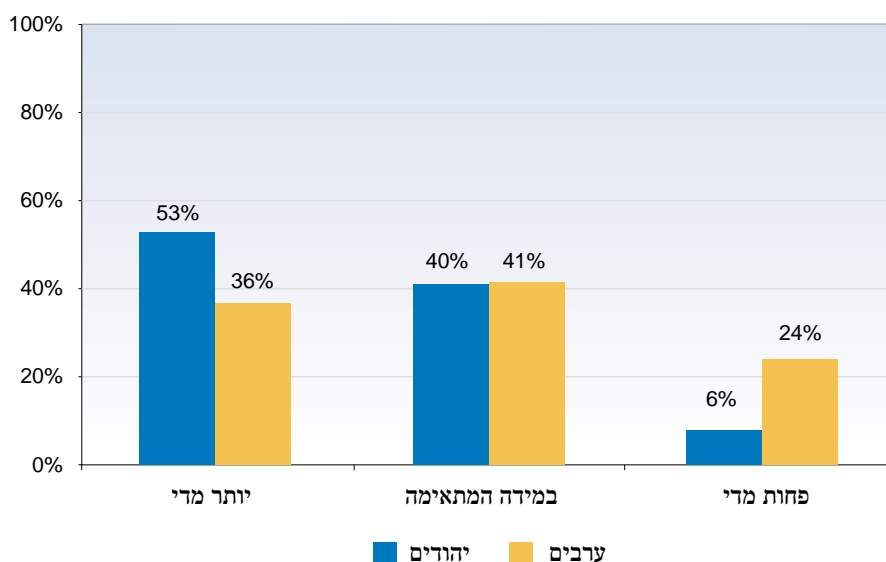
חשיבות התקשורת לדמוקרטיה

תרשים 7

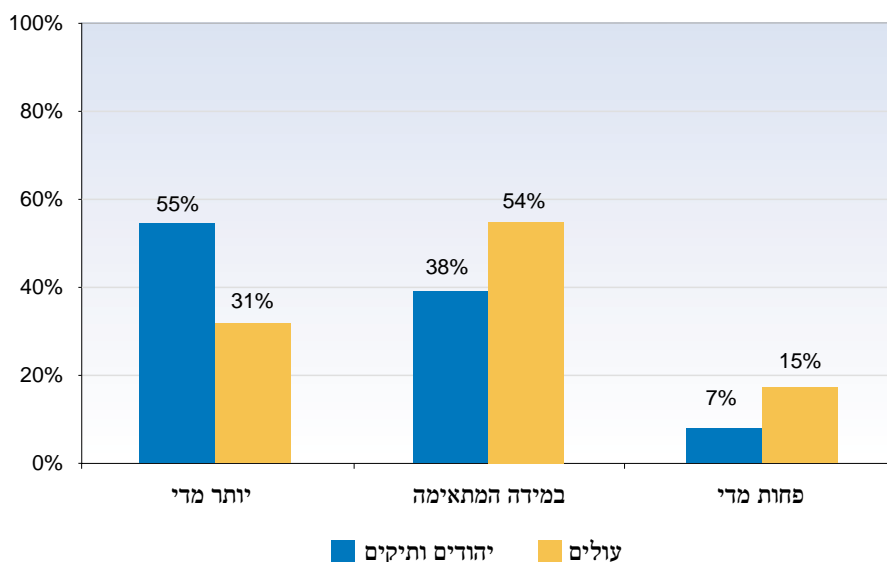
גם כאן, כמו בנושאים האחרים, נראה שהתפיסות והעמדות כלפי תפקיד התקשורת בחברה הן שונות בפלחים ספציפיים של החברה הישראלית. בקרב הערבים 24% חשבו שלתקשורת יש פחות מדי חופש. שיעור זה היה גבוה פי שלושה מהשיעור המקביל במגזר היהודי. גם בקרב העולים ממדינות חבר העמים היה שיעור החושבים שלתקשורת הישראלית יש פחות מדי חופש גבוה מזה של היהודים הוותיקים: 15% מהם חשבו כך, לעומת 7% מן הוותיקים.

לעומת זאת, 63% מהמשיבים ממוצא מזרחי, לעומת 47% מיתר היהודים במדגם (אשכנזים וכאלו שהוריהם נולדו בארץ) סברו כי לתקשורת יש יותר מדי חופש. בקרב החרדים, 89% סברו כי לתקשורת יש יותר מדי חופש. לעומתם בקרב החילונים כ-41% בלבד חשבו כך. החרדים גם נטו פחות לחשוב כי לא תוכל להתקיים דמוקרטיה ללא תקשורת חופשית - רק 30% מהם השיבו "בטוח שלא" לשאלה זו, לעומת 80% מהיהודים החילונים. 87% מעולי חבר העמים היו בטוחים שלא תוכל להתקיים דמוקרטיה ללא תקשורת חופשית, לעומת 73% בלבד מהמשיבים מכלל הציבור היהודי שהיו בטוחים בכך.

המידה בה קיים חופש עיתונות בישראל - יהודים מול ערבים



המידה בה קיים חופש עיתונות בישראל - עולים מול ותיקים



המחקר נערך על ידי צוות של חוקרי מכון חיים הרצוג לתקשורת חברה ופוליטיקה בראשות ד"ר יורם פרי, מן החוג לתקשורת באוניברסיטת תל-אביב, שהוא גם ראש מכון חיים הרצוג, וכן ד"ר יריב צפתי מן המחלקה לתקשורת באוניברסיטת חיפה. המחקר נערך בינואר 2003. הראיונות נערכו בעברית, רוסית וערבית. טעות הדגימה היא 2.8 בלבד.

נתוני המחקר הראשון של מדד אמון הציבור בתקשורת מגלים בסופו של דבר תמונה מורכבת למדי. בישראל יש רמה מעל לבינונית של אי אמון בתקשורת. לא נמוכה מדי, החושפת אי אמון עמוק עד כדי ציניות וכוז לטלוויזיה, לרדיו ולעיתונות. מצד שני לא רמת אמון גבוהה מדי, שעלולה לגרום לציבור הצרכנים לקנות באופן עיוור כל מה שהתקשורת מוכרת לו. בין הקבלה המוחלטת מחד, והציניות מאידך, עומד רוב הציבור הישראלי בעמדה של ספקנות בריאה. זוהי עמדה שאינה משפיעה לרעה על הרגליו התקשורתיים, עובדה שהוא ממשיך להיות צרכן כבד של חדשות, גם אם הוא אינו מאמין למה שהתקשורת אומרת לו בכל המקרים, וגם אם הוא מבקש להיעזר בערוצי תקשורת אלטרנטיביים.

הציבור הישראלי מבין את חשיבותה של התקשורת לחיים הדמוקרטיים, מצפה ממנה שתנהג על פי כללי אתיקה ועקרונות פרופסיונליים ומבקר אותה כשהוא סבור כי היא אינה נוהגת כך. מאידך יש גם גילויים בולטים של נכונות לצמצם את חופש הפעולה שלה, להגביל את מרחב המחיה שלה ואפילו לפגוע בה.

לגבי הקהל הרחב, הגורם העיקרי להיווצרות יחס כזה הוא ככל הנראה המשקל הכבד של שיקולי הביטחון ובמיוחד תחושת החירום. אבל יש באוכלוסייה הישראלית גם קבוצות, שעמדתן כלפי התקשורת נובעת כנראה מהבנה לקויה של מהות הדמוקרטיה, אף יותר מזה, מגישה בלתי דמוקרטית עקרונית. הכוונה בעיקר להשפעת מרכיב הדת על התפישות החברתיות והפוליטיות: בעוד 80 אחוז מן החילוניים טענו, כי לא יכולה להתקיים דמוקרטיה ללא עיתונות חופשית, רק 30 אחוז מן החרדים בישראל מחזיקים בעמדה זו.

המחקר מגלה, כי יש מקום נרחב להעמיק את הבנת התקשורת, כמו גם את הזיקה שבין התקשורת והדמוקרטיה. הדבר נכון גם לגבי עיתונאים ואנשי תקשורת, ובמידה רבה יותר לגבי הציבור הרחב וקבוצות מסוימות בתוכו. יש צורך בפעילות של אוריינות תקשורת, שבה לומד ציבור צרכני החדשות להבין את עקרונות העבודה העיתונאית, את הלוגיקה של החדשות ותהליך הפקתן, ואת השפעתן הפוטנציאלית. צרכן נאור של חדשות, היודע לפענח את הטקסט החדשותי ולקרוא בין השורות ומאחורי השורות, צריך להיות קורא ביקורתי - גם אם לא ציני של חדשות. טיפוח אוריינות תקשורת היא בדיוק הפעילות המחקרית והציבורית שמכון הרצוג לתקשורת חברה ופוליטיקה מבקש לעסוק בה.

סיכום:

אמון

בתקשורת

ודמוקרטיה

המחקר בוצע ע"י מכון ב.י. ולוסיל כהן למחקרי דעת קהל בפקולטה למדעי
החברה, אוניברסיטת תל אביב.

המכון משלב פיתוח אקדמי של תיאוריה ומתודולוגיה של סקרים
עם ביצוע מחקרי דעת קהל עבור חוקרים באקדמיה.

אוניברסיטת תל-אביב • הפקולטה למדעי החברה ע"ש גרשון גורדון
מכון חיים הרצוג לתקשורת חברה ופוליטיקה



ת"ד 39040, תל-אביב 69978 טל' 03-6406519 פקס 03-6406032 mherzog@post.tau.ac.il