

מדד אמון הציבור בתקשורת  
דו"ח מס' 5 - מרץ 2006

# הסיקור התקשורתי של מערכת הבחירות לכנסת ה-17

פרופ' גבי וימן, ד"ר יריב צרפתי, ריבה טוקצ'ינסקי

---

## מדד אמון הציבור בתקשורת

מדד אמון הציבור בתקשורת הוא אינדקס המבוסס על מחקרים שנערכו במספר מדינות, ובעיקר בארה"ב, הבוחן את יחס הציבור לתקשורת – העיתונות, הרדיו והטלוויזיה. המדד בוחן את השתנות ההערכות, התפישות והציפיות של הציבור מן התקשורת באופן שוטף, מספר פעמים בשנה, במיוחד בהקשר לאירועים דרמטיים. המחקר הראשון, שבנה את המדד, נערך בראשית 2003 והממצאים פורסמו בדו"ח הראשון שיצא מטעם מכון חיים הרצוג במרץ 2003. את הדוחות הקודמים ניתן לראות באתר המכון באינטרנט [www.tau.ac.il/institutes/herzog/](http://www.tau.ac.il/institutes/herzog/)

---

מכון חיים הרצוג לתקשורת חברה ופוליטיקה, הנושא את שמו של הנשיא השישי של מדינת ישראל, הוקם בשנת 2002 כדי לעסוק במחקר אקדמי בזיקה, בקשר ובהשפעות ההדדיות שבין התקשורת, החברה והפוליטיקה. הוא נועד לשמש מקום מפגש של אקדמאים, חוקרים, עיתונאים, יוצרים, מבקרים חברתיים וקובעי מדיניות, השותפים להכרה בדבר המשמעות החברתית העמוקה שיש לתקשורת בימינו על החברה, הפוליטיקה והתרבות ומבקשים ללמוד אותה, להבינה ולטייב אותה.

המכון יוזם ועורך מחקרים בתחום הזיקה שבין התקשורת לבין החברה והפוליטיקה, מקיים כנסים מדעיים בנושאים אלה ומשתף פעולה עם מכוני מחקר דומים בעולם. תחום פעולה שני של המכון הוא בקרב הקהילה הפרופסיונלית של עיתונאים ואנשי תקשורת, במטרה להגיע להבנה עמוקה יותר של בעיות הפרופסיה והזיקה שלה לדמוקרטיה. במסגרת זו מקיים המכון מערך של השתלמויות מקצועיות לעיתונאים. כמו כן עורך המכון ימי עיון, יוזם דיונים ובירורים מקצועיים ומפגשים בינלאומיים של עורכים ועיתונאים. תחום פעולה שלישי של המכון מיועד לקהל הרחב ותכליתו לטפח אוריינות תקשורת: להגביר את הבנת התקשורת ודרכי פעולתה ולפתח מודעות ציבורית לחשיבות חופש העיתונות וזכות הציבור לדעת, לעודד את הקריאה הביקורתית של התקשורת ואת המעקב הביקורתי כלפיה.

הוועד המנהל:	הוועדה האקדמית:	ראש המכון:
פרופ' איתמר רבינוביץ	פרופ' אינה וינר	פרופ' יורם פרי
פרופ' שמעון ינקלביץ	פרופ' חיים חזן	
פרופ' אינה וינר	פרופ' תמר כתריאל	
גב' אורה הרצוג	פרופ' אהרון קליימן	
ח"כ יצחק הרצוג	פרופ' דפנה למיש	
תא"ל מיכאל הרצוג	פרופ' עמוס שפירא	

המחקר בוצע ע"י מכון ב.י. ולוסיל כהן למחקרי דעת קהל בפקולטה למדעי החברה, אוניברסיטת תל-אביב. מכון כהן משלב פיתוח אקדמי של תיאוריה ומתודולוגיה של סקרים עם ביצוע מחקרי דעת קהל עבור חוקרים באקדמיה.

© כל הזכויות שמורות

מרץ 2006

מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה  
הפקולטה למדעי החברה, אוניברסיטת תל-אביב  
תל-אביב 69978

טל' 03-6405866

פקס 03-6406545

E-mail: mherzog@post.tau.ac.il

www.tau.ac.il/institutes/herzog

עיצוב: יעל כפיר ומיכל סמו-קובץ, המשרד לעיצוב גרפי, אוניברסיטת תל אביב

הפילוסופיה הפוליטית מייחדת לתקשורת מקום נכבד וחשוב בדמוקרטיה הליברלית. חשיבות זאת מתחדדת במיוחד בתקופת בחירות, שבה האזרחים אמורים להחליט, על סמך מידע מלא ומדויק, איזו מהחלופות העומדות בפניהם תקדם את ענייניהם, ואת ענייני המדינה, בצורה מיטבית. מידע זה אמור להגיע לציבור הבוחרים דרך אמצעי התקשורת. תפקידם של אלה אינו מתמצה בתקופת בחירות בתפקיד "המתווך" בין מועמדים לבוחרים. בתקופת בחירות הם משמשים גם כמעצבי סדר היום, ספקי אינפורמציה לגבי מועמדים ומצעים ומספקי מידע מלא על תפקוד המועמדים בעבר.

האם התקשורת הישראלית ממלאת ייעוד זה בסקרה את מערכת הבחירות לכנסת ה-17? המחקר המוצג כאן מתמקד בתשובה לשאלה זו מזווית הראייה של הקהל הישראלי. והממצאים העיקריים: שביעות הרצון של הציבור הישראלי מהסיקור החדשותי של מערכת הבחירות היא נמוכה. הקהל חש שהוא זקוק ליותר מידע על המועמדים ותכניותיהם. ומנגד, הוא מקבל אינפורמציה המתמקדת בסקרים ותחזיות לגבי מי עומד לנצח ואינפורמציה על אסטרטגיית הבחירות של המועמדים. רמות האמון בסיקור החדשותי של מערכת הבחירות נמוכות למדי והתפיסה הרווחת היא, שהסיקור אינו הוגן, מכיוון שהוא מוטה לטובת מפלגת קדימה בראשות אהוד אולמרט, בהשוואה למתמודדות האחרות.

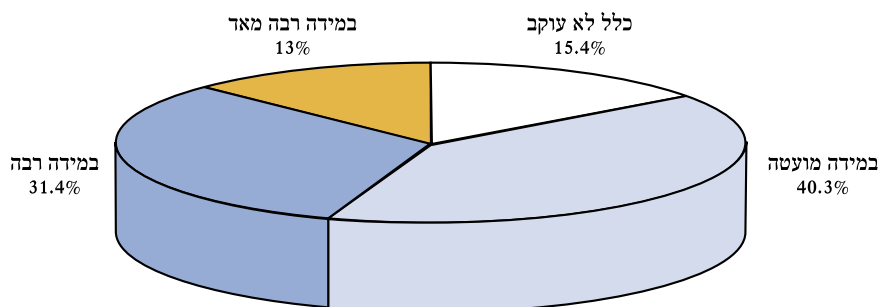
3

## ממצאים

### הציבור עוקב אחרי הסיקור התקשורת

בניגוד להערכה שהרכבו פרשני התקשורת והפוליטיקה להביע במהלך מערכת הבחירות בדבר אדישות הבוחרים, מתברר כי הציבור גילה עניין בסיקור התקשורת של מערכת בחירות זו. כמעט מחצית מהציבור (45.4%) עוקב אחרי הסיקור התקשורת של הבחירות במידה רבה. רק 15% מהנסקרים אמרו כי הם אינם נחשפים לסיקור הבחירות כלל (ראו תרשים 1). זהו דפוס יציב שאיננו שונה מהאופן שבו הציבור עקב אחרי סיקור הבחירות הקודמות ב-2003.

תדירות מעקב אחר הסיקור התקשורת של הבחירות ב-2006



תרשים 1

רוב הציבור נחשף לחדשות ברדיו, בטלוויזיה ובעיתונות המודפסת. כ-40% מהמרוואיינים דיווחו כי הם מאזינים בממוצע מידי יום לחדשות ברדיו ו/או צופים בתכניות חדשות ואקטואליה בטלוויזיה, ו-44% דיווחו כי הם קוראים לפחות ארבעה עיתונים בשבוע. רמת החשיפה למידע חדשותי באינטרנט נמוכה יותר: רק כרבע מהנסקרים גולשים מידי יום לאתרי חדשות, ואילו כמחציתם (48%) כלל אינם נחשפים לאתרים אלו.

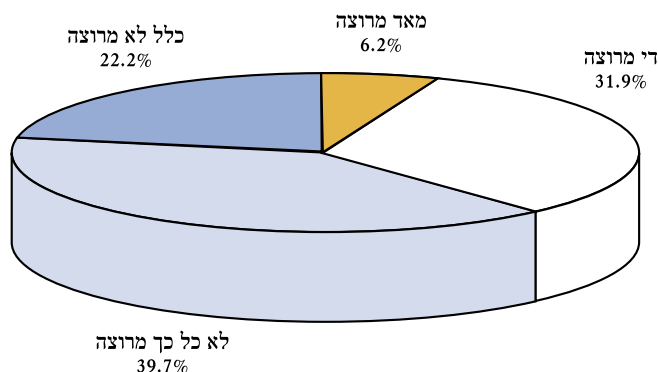
חשיפה לחדשות במדיום אחד קשורה לחשיפה גם לחדשות במדיה אחרים. עם זאת, קיימים הבדלים בדרוסי צריכת החדשות באמצעי התקשורת השונים: כפי שניתן היה לצפות, דתיים נוטים פחות להיחשף לחדשות בטלוויזיה ובאינטרנט; עם הגיל עולה הצפייה בחדשות בטלוויזיה והאזנה לחדשות ברדיו, בעוד גלישה לאתרי חדשות מאפיינת יותר צעירים. כמו כן, נמצא קשר חיובי בין רמת ההשכלה לגלישה באתרי חדשות (ממצאים אלו עולים בקנה אחד עם ממצאי סקר הרגלי צריכת חדשות באינטרנט של מכון חיים הרצוג, 2005).

## שביעות רצון נמוכה מהסיקור התקשורתי

שביעות הרצון של ציבור צרכני התקשורת מן הסיקור התקשורתי נבחנה תוך התייחסות להיבט התוכני (כלומר מידת שביעות הרצון מהכיסוי התקשורתי של הנושאים השונים) והן מבחינת אינטנסיביות הסיקור (כלומר כמות המידע המתפרסם). כמו כן, נתבקשו המרואיינים להביע את מידת שביעות רצונם מהסיקור התקשורתי של הבחירות באופן כללי על סולם בן 4 דרגות (-1 כלל לא, 4 - במידה רבה).

מניתוח הממצאים עולה תחושה של חוסר שביעות רצון מהסיקור בקרב הציבור: 61.9% מהמרואיינים ציינו כי הם לא מרוצים כלל או לא כל-כך מרוצים מן הסיקור, לעומת רק 38.1% המרוצים ממנו. השוואת רמת שביעות הרצון של הציבור מהסיקור של הבחירות בשנת 2006 לסיקור התקשורתי של הבחירות ב-2003 מצביעה על כך שבאופן כללי לא חלו שינויים משמעותיים במידת שביעות הרצון בקרב הציבור (2.22 בשנת 2006, לעומת 2.24 בשנת 2003, על סולם 1 עד 4), כאשר רוב של כ-60% מהציבור מגלים חוסר שביעות רצון מהסיקור התקשורתי של הבחירות.

מידת שביעות הרצון מהסיקור התקשורתי של הבחירות בשנת 2006



שביעות הרצון מן הסיקור התקשורתי של מערכת הבחירות נמצאה קשורה למידת החשיפה לסיקור: ככל שנבדק נחשף יותר לסיקור כך הוא נטה יותר להיות מרוצה ממנו. שביעות הרצון קשורה גם למידה שבה, לדעת הנשאלים, תרם הסיקור לידע הפוליטי שלהם. ככל שהנשאלים האמינו כי הסיקור תרם להם יותר, כך הם גילו שביעות רצון גבוהה יותר ממנו.

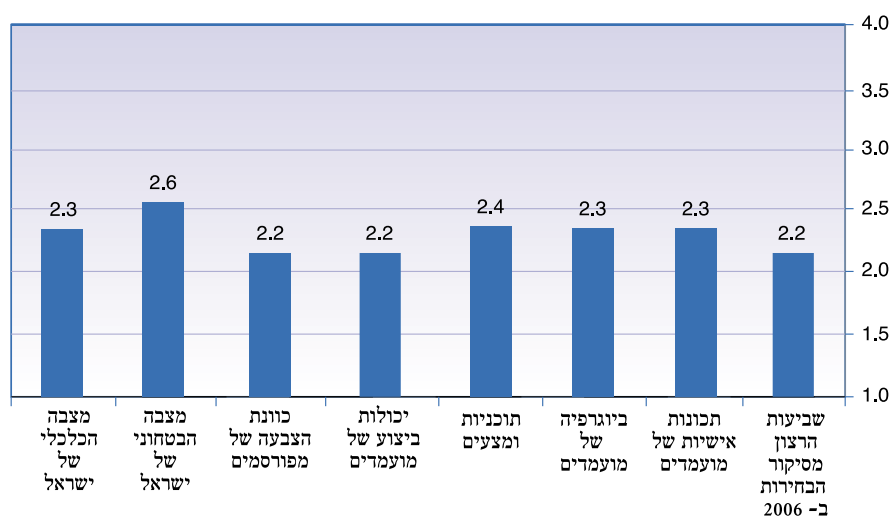
באופן כללי, כשליש מן הציבור חש כי הסיקור אינו תורם כלל לידעיותו הפוליטיות. גם ממצא זה איננו שונה מנתונים שעלו בסקר שקדם לבחירות 2003.

## שביעות רצון מסיקור תחום הביטחון, חוסר שביעות רצון מסיקור תחומים אחרים

בנוסף למדידת שביעות הרצון מהסיקור התקשורתי בכלל נבחנה שביעות הרצון מסיקור תכנים ספציפיים (על סולם 1-4): סיקור התכונות האישיות של המועמדים העיקריים בבחירות לכנסת; הביוגרפיה של המועמדים בבחירות לכנסת; תכניותיהן ומציעיהן של המפלגות המתמודדות; יכולות הביצוע והניהול של המועמדים לתפקידים ביצועיים, עמדות וכוונות הצבעה של ספורטאים, סופרים ושחקנים; עובדות הקשורות למצבה הביטחוני של ישראל; עובדות הקשורות למצבה הכלכלי והחברתי של ישראל (ראו תרשים 3).

בסך הכל, הציבור מגלה שביעות רצון נמוכה מן הסיקור התקשורתי של הבחירות כאשר כ-20% מן המרואיינים טענו כי אינם מרוצים מן הסיקור כלל. ניתן לראות כי התקשורת מקבלת ציונים בינוניים למדי, אם כי בסיקור מצבה הביטחוני של ישראל הציונים גבוהים יותר.

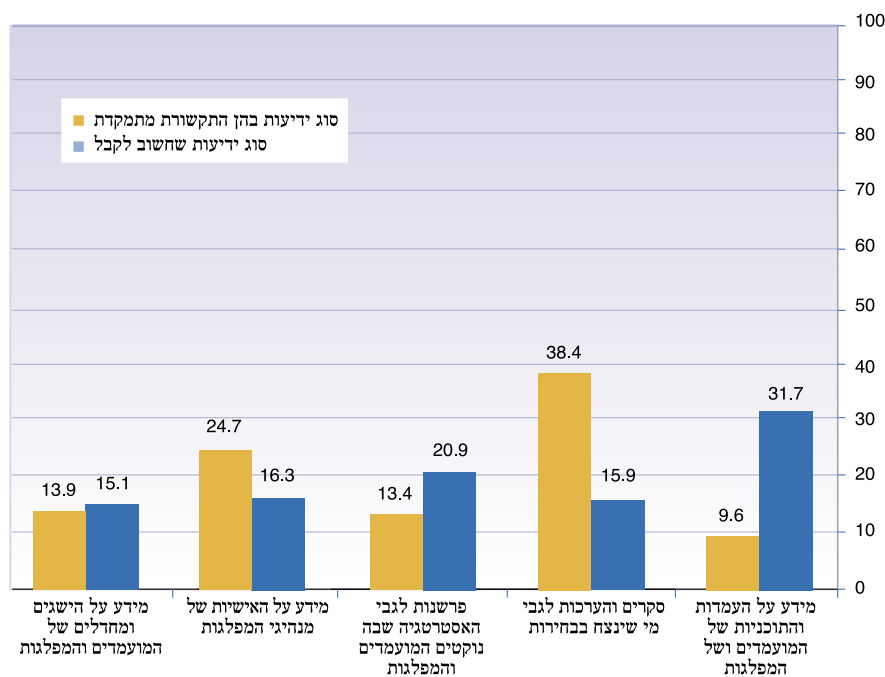
שביעות הרצון מהסיקור התקשורתי של מערכת הבחירות ב-2006, עפ"י נושא



תרשים 3

כל מרואיין נתבקש גם לבחור בסוג הידיעות שחשוב לו יותר לקבל מהתקשורת, ולאחר מכן להעריך מהו סוג הידיעות בהן התקשורת מתמקדת בפועל. כפי שניתן לראות בתרשים 4, קיימות אי התאמות משמעותיות בין הידיעות שהציבור היה רוצה לראות בתקשורת לבין סוג הידיעות שלדעתם זוכות לדגש מרבי בסיקור התקשורתי.

## הרצוי מול המצוי: מה הציבור סבור שהוא צריך, ומה הוא מקבל



## תרשים 4

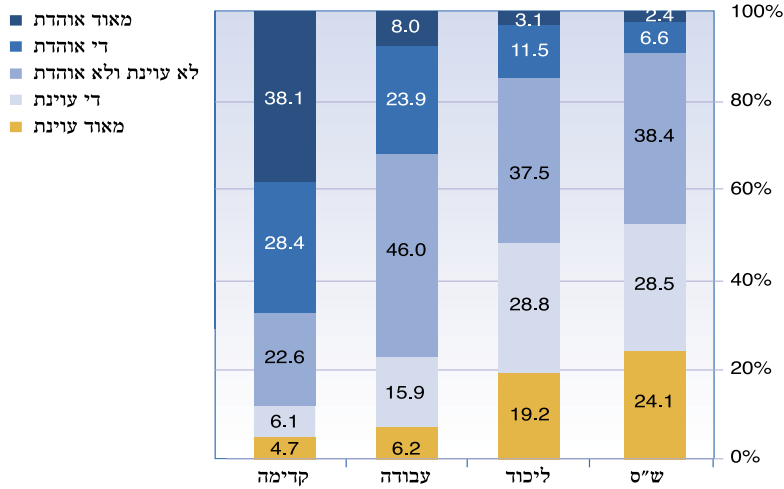
הקבוצה הגדולה ביותר (31.7%) של הנשאלים מעדיפים להיחשף למידע על עמדותיהם ותכניותיהם של המועמדים והמפלגות. אולם, רק 9.6% מוצאים שהתקשורת אכן מתמקדת בנושאים אלו. מנגד, כמעט 40% מהציבור מאמינים כי התקשורת עסוקה בעיקר בסקרים ובהערכות לגבי תוצאות הבחירות – למעלה מפי שניים מאחוז המרוויינים הרואים ידיעות אלו כחשובות ביותר.

למעשה, מהצלבה בין הנושאים שנמנו כמועדפים לבין נושאים שנתפסו כמסוקרים בפועל, עולה כי רוב גדול (80%) של הציבור איננו מוצא בתקשורת ביטוי לנושאים החשובים לו, ורק 20% מהמרוויינים חשים כי התקשורת אכן מטפלת בנושאים החשובים להם. מבין המרוויינים שציינו את סיקור המחדלים והבעיות במפלגות כנושא חשוב עבורם, אף אחד לא חש שנושא זה זוכה לסיקור מספק, ואילו 53% מהמתעניינים בתחזיות הצלחת המתמודדים השונים מאמינים כי התקשורת מתמקדת בנושא זה.

האם הציבור סבור שהסיקור התקשורתי של המפלגות הגדולות ליכוד, העבודה, קדימה וש"ס מפלה לטובה או לרעה מי מהן? כפי שניתן לראות מתרשים 5, רוב הציבור אמנם מאמין שהסיקור התקשורתי מוטה בצורה זו או אחרת. ש"ס, ובהפרש קטן ממנה הליכוד, נתפסות כמפלגות שהתקשורת עוינת במיוחד (52.6% חושבים שהתקשורת עוינת את ש"ס, 48% מאמינים שהתקשורת עוינת את הליכוד). לעומת זאת רוב הציבור (56.5% מאמין שקדימה אהודה מאד על ידי התקשורת ומוערפת על ידה.

## תפיסת הטיה בסיקור: התקשורת עם קדימה

באיזו מידה לדעתך, התקשורת הישראלית עוינת או אוהרת  
כל אחת מהמפלגות הבאות?

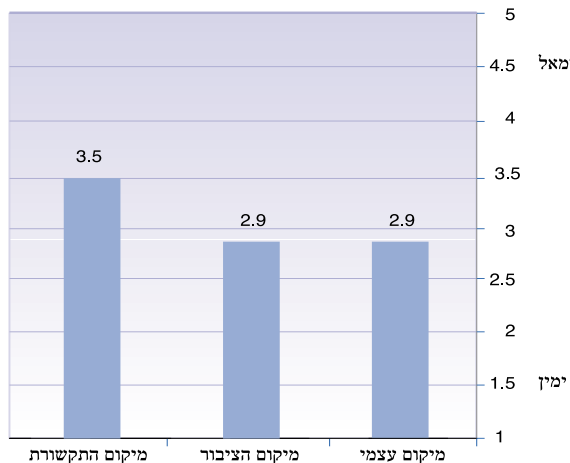


תרשים 5

נמצא קשר בין העמדה הפוליטית של המרואייין או המרואיינת לבין התפישה שלהם את כיוון ההטייה של התקשורת, וזה מה שמכונה "תסמונת העיתונות העוינת": ככל שמרואיינים הגדירו עצמם כימנים יותר כך הם נטו יותר לתפוס את התקשורת עוינת יותר את ש"ס. מצד שני ככל שמרואיינים הגדירו עצמם כשמאלניים יותר, כך הם נטו יותר לתפוס את התקשורת כעוינת את מפלגת העבודה. רבים גם חשים כי התקשורת עוינת את המפלגה שלה הם מתכוונים להצביע: 66.7% ממצביעי ש"ס, 45% ממצביעי הליכוד, 26% ממצביעי העבודה ו-12.7% ממצביעי קדימה סוברים כי התקשורת עוינת את מפלגתם. מצביעי הליכוד, קדימה וש"ס מעריכים את מידת העוינות של התקשורת כלפי מפלגתם כגדולה יותר מכפי ששאר הציבור מעריך אותה.

על מנת לבחון את המידה שבה אדם חש מנוכר מהציבור ומן התקשורת, כל נשאל נתבקש למקם על רצף ימין (1) שמאל (5) את עצמו, את כלל הציבור ואת התקשורת (ראו תרשים 6).

מיקום עצמי, מיקום הציבור ומיקום התקשורת על רצף שמאל-ימין



הרוב המנוכר:  
תחושות  
של ניכור  
פוליטי וניכור  
מהתקשורת

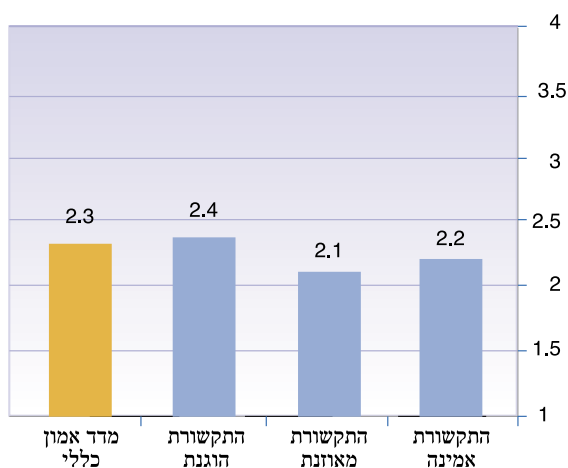
תרשים 6

באופן כללי המרואיינים מעריכים את הציבור כמי שמחזיק בדעות הדומות לעמדותיהם שלהם — כ- 34.5% מהמרואיינים תופסים את עצמם כבעלי עמדות זהות לעמדות הציבור, והיתר מתחלקים שווה בשווה בין אלו שתופסים עצמם כימנים יותר מהכלל ואלו התופסים עצמם כשמאלנים יותר. לעומת זאת, קיימת בציבור נטייה למקם את התקשורת כשמאלנית יותר מהם: כמעט מחצית הנשאלים (48.6%) מאמינים כי התקשורת שמאלנית יותר, ורק 27.4% מיקמו את התקשורת ואת עצמם על אותה נקודה על רצף שמאל-ימין. קיים קשר חזק בין תחושת הניכור מהתקשורת (כלומר הפער הנתפס בין עמדותיו של אדם לעמדות המוצגות בתקשורת) לבין תחושת הניכור הפוליטי (כלומר, הפער הנתפס בין עמדותיו של אדם לדעת הקהל הנתפסת). נמצא כי ככל שאדם חש עצמו מנוכר יותר מהתקשורת (ללא קשר לכיוון הניכור), כך הוא נוטה לעקוב פחות אחרי הסיקור התקשורתי של מערכת הבחירות, ולהיות פחות שבע רצון מתפקודה של התקשורת.

הביקורת על אופן הסיקור התקשורתי, מינון הסיקור והניכור מן התקשורת מיתרגמים גם לרמה בינונית-נמוכה של אמון בתקשורת באופן כללי (2.3 על סולם 1-4) ואמון נמוך למדי בסיקור התקשורתי של הבחירות באופן ספציפי (ראו תרשים 7). האמון בסיקור התקשורתי של בחירות 2006 נמדד כממוצע התשובות של המרואיינים לשלוש שאלות המתייחסות למידת האמינות, האיזון וההוגנות הנתפסים של הסיקור (על סולם 1-4).

## אמון נמוך בתקשורת ובסיקור התקשורתי

מידת האמון בסיקור התקשורתי של הבחירות



תרשים 7

באופן כללי, הציבור מביע אמון נמוך למדי בעבודת התקשורת: מדד האמון הכללי עומד על 2.3, רק מעט מעל נקודת האמצע, כאשר קבוצות גדולות באוכלוסייה מאופיינות במידה מועטה עוד יותר של אמון. ככל שתחושת הניכור התקשורתי עולה, כך האמון בסיקור הבחירות יורד. לפיכך קבוצות המאופיינות בתחושת ניכור תקשורתי נוטות לתת אמון מועט יותר בתקשורת. כך למשל, חרדים ורתיים חשים פחות אמון כלפי התקשורת (1.9 ו-1.7 בהתאמה) מאשר מסורתיים וחילונים (2.2 ו-2.3 בהתאמה), ואילו מרואיינים הממקמים עצמם בקצה הימני של המפה הפוליטית נותנים אמון נמוך יותר בתקשורת (2.0) בהשוואה למרואיינים המגדירים עצמם כאנשי מרכז (2.3) או כשמאלנים (2.5).



## עמדות פוליטיות, סדר יום ציבורי וכוונת הצבעה

למרות הצריכה הגבוהה של מידע על מערכת הבחירות, כשליש (29.3%) מהציבור סוברים כי הסיקור התקשורתי רב מידי. רוב קטן (56.8%) חושבים שהסיקור היה בדיוק במינון המתאים, ורק 13.7% מאמינים כי הסיקור היה מועט מידי.

### מרגישים חוסר אונים פוליטי, לא מאמינים לדמוקרטיה

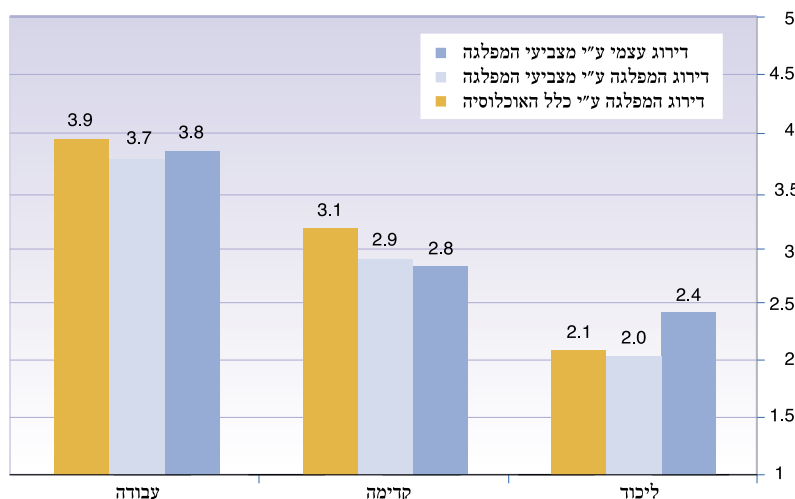
סקר מדד אמון הציבור בתקשורת בחורף 2006 מגלה ציבור המאופיין באופן כללי באמון נמוך בדמוקרטיה (2.3 על רצף 1-4) ובתחושה של חוסר אונים פוליטי. כמעט מחציתו (47.4%) מאמינים כי אינם יכולים כלל להשפיע על מדיניות הממשלה, ו-36.5% חשים כי יש להם השפעה מועטה. חלק משמעותי מהציבור (27%) חשים אדישות פוליטית בטענם כי כמעט או בכלל לא איכפת להם מי ינצח בבחירות הקרובות.

נמצא כי גם מעבר להשפעתם של משתנים סוציו-דמוגרפים על תחושות אלו, חשיפה למדיה משפיעה על תחושות אלו: חשיפה לחדשות באופן כללי (כמדד משותף של חשיפה לחדשות בכל אמצעי התקשורת) וצפייה בתכניות אירוח מגבירים את תחושת המסוגלות הפוליטית ואילו צפייה בסאטירה פוגעת בה.

### תפיסת המפלגות: קדימה כמפלגת מרכז

המרוויינים נתבקשו למקם את מפלגת העבודה, קדימה והליכוד על רצף ימין-שמאל בן 5 דרגות (ראו תרשים 8). נמצא כי העבודה מדורגת כשמאלית מבין שלוש המפלגות, ליכוד כימנית ומפלגת קדימה ביניהן.

מיקום המפלגות על רצף ימין-שמאל ע"י כלל הציבור ומצביעי המפלגה בהשוואה למיקום העצמי של מצביעי המפלגה



תרשים 8

אין גם הבדלים מהותיים בין האופן שבו הציבור מעריך את המפלגות לבין האופן שבו מצביעי המפלגות עצמן מעריך אותן. זאת למעט הבדלים (מובהקים מבחינה סטטיסטית) בין התפיסה העצמית של מצביעי הליכוד לבין תפיסתם את המפלגה – נראה כי בממוצע מצביעי הליכוד תופסים את המפלגה לה ככוונתם להצביע כיותר נצית מהם.

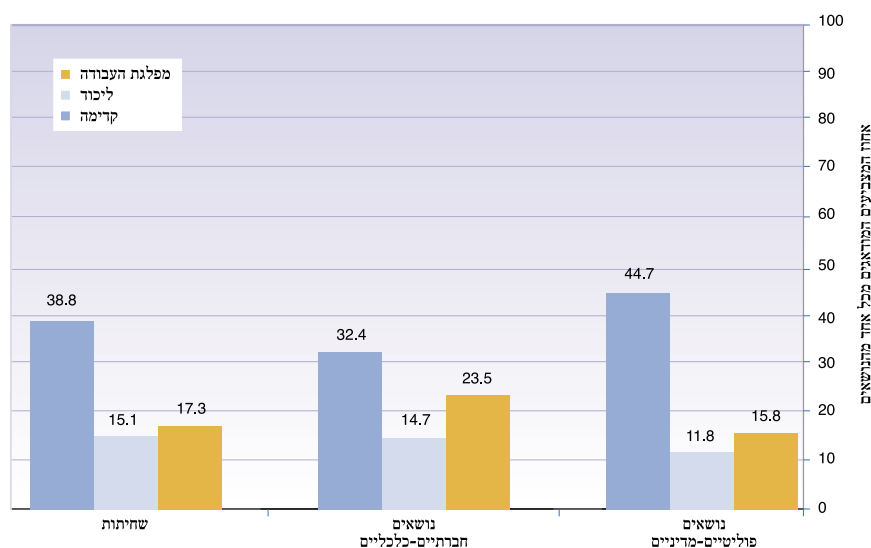
אולם, למרות שלכאורה ממצא זה מצביע על כך שהציבור מאמין כי שלוש המפלגות הגדולות נבדלות זו מזו בנטייתן הפוליטית, רוב (53.8%) הציבור מסכים עם הטענה כי אין כמעט הבדלים בעמדותיהן של המפלגות הגדולות בנושאים השונים. לא נמצא קשר בין חשיפה לתקשורת לבין תחושות אלו.

## שינוי בסדר היום: נושאים חברתיים-כלכליים קודמים לנושאים ביטחוניים

הנסקרים נתבקשו לומר מהו הנושא החשוב ביותר לדעתם, העומד על סדר היום. במפתיע, בעיות מדיניות, פוליטיות וביטחוניות הופיעו רק במקום השני בשכיחותן (26.4% מהאזכורים), אחרי נושאים חברתיים-כלכליים כגון: חינוך, עוני, מצוקה, צמיחה וכד' (56.1% מהאזכורים). 11.9% נסקרים נוספים ציינו עניינים הקשורים בשחיתות, איכות השלטון וטיב המפלגות והמועמדים. 17.6% נסקרים נוספים מנו בעיות אחרות כגון אחדות בעם, ביטחון פנים, דת ומדינה ועוד.

השאלה הנשאלת היא, האם שינוי סדר היום הציבורי בא לידי ביטוי בדפוסי ההצבעה. מתברר, שכאשר בודקים את הקשר בין הנושא הנתפס כחשוב ביותר (על פי האזכור הראשון בלבד) לבין כוונת ההצבעה (ראו תרשים 9) נראה כי שלוש המפלגות הגדולות לא יצרו הרגשים תוכניים ייחודיים המפלחים את הציבור על פי חשיבותם של נושאים שונים, אלא הן נותנות מענה דומה לכל הסוגיות.

דפוסי הצבעה על פי פילוח לנושאים על סדר היום



## תרשים 9

באופן מעניין, המהפך בסדר היום שניתן ליחסו להצלחתו של עמיר פרץ בבחירות הפנימיות במפלגת העבודה ולשינוי שחוללה בחירתו בסדר היום של המפלגות האחרות ושל התקשורת, אינו מביא למהפך אלקטוראלי, והתמורה שלו למפלגת העבודה היא מוגבלת. אמנם הצלחתה של מפלגת העבודה בקרב הנשאלים המוטרדים מבעיות כלכליות גבוהה כמעט ב-50% מאשר הצלחתה בקרב המשיבים המוטרדים מהנושא הפוליטי-מדיני, אך גם בקרב אותו נתח בציבור המוטרד מהנושאים הכלכליים מובילה קדימה, עם 32 אחוזי תמיכה.

סדר היום לא נמצא קשור למדרי החשיפה השונים לאמצעי תקשורת ולסיקור מערכת הבחירות. עם זאת, נמצא כי מי שרואים את השחיתות כבעיה ראשונה במעלה, נותנים בממוצע פחות אמון (2.1) בסיקור התקשורת, בהשוואה למי שמודאגים יותר מבעיות מדיניות (2.4) או חברתיות-כלכליות (2.3).

## הציבור מעריך: קדימה תנצח

באופן כללי הציבור סבור כי מפלגת קדימה מובילה עם 34.4 מנדטים בממוצע, לאחריה בהפרש קטן מפלגת העבודה (עם 20.3 מנדטים) והליכוד (עם 18.5 מנדטים). ככלל, הנשאלים נוטים להעריך את מפלגתם כמצליחה יותר מכפי שעושים זאת אחרים. כלומר, הם נוטים להאמין שהמפלגה שהם מתכוונים להצביע בעדה תזכה בממוצע כ-3 מנדטים יותר ממספר המנדטים המנבא לה שאר הציבור. נטייה זו גורמת למצביעי הליכוד לשער (בניגוד ליתר הנשאלים) כי מפלגתם תהיה גדולה יותר מאשר מפלגת העבודה.

חלק גדול מהנסקרים (77.8%) מאמינים כי לתקשורת תהיה השפעה כלשהי על הצבעתם של אחרים בבחירות. ובניגוד לסקרים בעבר אחוז גבוה יחסית, יותר משליש (36%) מן הציבור סבור, שהוא עצמו יושפע מן התקשורת. ממצא זה תואם למסורת תיאורטית ומחקרית ("האדם השלישי") לפיה אנשים נוטים לייחס לתקשורת השפעה רבה יותר על אחרים, אך לא על עצמם.

כאשר נשאלו הנחקרים לגבי כיוון ההשפעה, נמצא כי רובם (67.6%) מאמינים כי התקשורת תעודד להצביע בעד קדימה; רק 9.1% מאמינים כי התקשורת תעודד הצבעה בעד הליכוד ו-8.1% סוברים כי התקשורת תעודד הצבעה לעבודה. 13% נוספים מאמינים כי השפעת התקשורת תתבטא לא בהגברת הצבעה אלא להפך – תעודד להימנע מלהצביע למפלגה כלשהי.

**השפעתה  
הנתפסת של  
התקשורת:  
אחרים  
מושפעים, אני  
לא!**

המחקר נערך באמצעות סקר טלפוני בקרב 509 נבדקים, מתוכם 437 יהודים (כולל עולים מחבר העמים) ו-72 ערבים. מתוך הנסקרים 50.3% הם גברים; גילם הממוצע עומד על 43.88 ולהם בממוצע 13.55 שנות לימוד. מבין היהודים: 8% רואים עצמם כחרדים/דתיים אדוקים, 12.4% מגדירים עצמם כדתיים, 32.4% מגדירים עצמם כמסורתיים חילונים או כמסורתיים דתיים והיתר תופסים עצמם כחילונים. טעות הדגימה היא  $\pm 2.22$  אחוז.

**תאור  
המדגם**

# שכיחויות: סקר בחירות

גיל

ממוצע: 43.88 סטיית תקן 17.5

מין

50.3%	1. זכר
49.7%	2. נקבה

מהי השכלתך?

5.3	1. עממית או פחות (8 שנות לימוד)
7.3	2. תיכונית חלקית (9-11 שנות לימוד)
42.8	3. תיכונית מלאה (12 שנות לימוד)
16.1	4. על תיכונית (13-14 שנות לימוד + ישיבה)
21.8	5. תואר אקדמאי מלא (בי.איי ומעלה)
6.3%	תואר אקדמי חלקי
0.4%	לא השיבו

באיזו מידה יש לך אמון בדמוקרטיה הישראלית?

10.0%	1. במידה רבה מאד
33.6%	2. במידה רבה
35.0%	3. במידה מועטה
19.8%	4. כלל אין אמון
1.6%	5. לא להקריא: לא יודע

ובאיזו מידה יש לך אמון בעבודת התקשורת הישראלית?

6.1%	1. במידה רבה מאד
34.2%	2. במידה רבה
37.9%	3. במידה מועטה
20.8%	4. כלל אין אמון
1%	5. לא להקריא: לא יודע

בסיקור הבחירות לכנסת, איזה סוג ידיעות וחדשות הכי חשוב לך לקבל מהתקשורת?

	1. מידע על העמדות והתוכניות של המועמדים ושל המפלגות 25.9%
13.0%	2. סקרים והערכות לגבי מי שינצח בבחירות
17.1%	3. פרשנות לגבי האסטרטגיה שבה נוקטים המועמדים והמפלגות
13.4%	4. מידע על האישיות של מנהיגי המפלגות
12.4%	5. מידע על הישגים ומחדלים של המועמדים והמפלגות
3.5%	6. אחר
14.7%	7. לא יודע

**לדעתך, באיזה סוג ידיעות התקשורת מתמקדת בסיקור מערכת הבחירות בתקופה זו?**

- |       |  |
|-------|--|
| 7.5%  | 1. ידיעות שעוסקות בעמדות ובתכניות של המועמדים והמפלגות |
| 29.9% | 2. סקרים והערכות לגבי מי שינצח בבחירות                 |
| 10.4% | 3. פרשנות לגבי האסטרטגיה שבה נוקטים המועמדים והמפלגות  |
| 19.3% | 4. מידע על האישיות של מנהיגי המפלגות                   |
| 10.8% | 5. מידע על הישגים ומחדלים של המועמדים והמפלגות         |
| 2%    | 6. אחר   |
| 20.2% | 7. לא יודע   |

**באיזו מידה לדעתך הסיקור התקשורתי של בחירות 2006 הוא אמין?**

- |       |                  |
|-------|------------------|
| 6.1%  | 1. במידה רבה מאד |
| 29.7% | 2. במידה רבה     |
| 39.1% | 3. במידה מועטה   |
| 16.7% | 4. בכלל לא       |
| 8.4%  | 5. לא יודע       |

**באיזו מידה לדעתך הסיקור התקשורתי של בחירות 2006 הוא מאוזן?**

- |       |                  |
|-------|------------------|
| 4.9%  | 1. במידה רבה מאד |
| 28.3% | 2. במידה רבה     |
| 36.3% | 3. במידה מועטה   |
| 19.6% | 4. בכלל לא       |
| 10.8% | 5. לא יודע       |

**באיזו מידה לדעתך הסיקור התקשורתי של בחירות 2006 הוא הוגן?**

- |       |                    |
|-------|--------------------|
| 12.6% | 1. במידה רבה מאד   |
| 25.1% | 2. במידה רבה       |
| 38.1% | 3. במידה מועטה     |
| 22.4% | 4. כלל לא שבע רצון |
| 9.2%  | 5. לא יודע         |

**באיזו מידה אתה עוקב אחר סיקור מערכת הבחירות הנוכחית?**

- |        |                  |
|--------|------------------|
| 12.61% | 1. במידה רבה מאד |
| 30.5%  | 2. במידה רבה     |
| 39.1%  | 3. במידה מועטה   |
| 14.9%  | 4. בכלל לא       |
| 2.92%  | 5. לא יודע       |

### באיזו מידה אתה שבע רצון מאופן הסיקור של מערכת הבחירות?

5.3%	1. במידה רבה מאד
27.3%	2. במידה רבה
34.0%	3. במידה מועטה
19.1%	4. כלל לא שבע רצון
14.3%	5. לא יודע

### ובאיזו מידה אתה שבע רצון מאופן הסיקור של מחלתו של ראש הממשלה אריאל שרון?

16.9%	1. במידה רבה מאד
39.1%	2. במידה רבה
24.6%	3. במידה מועטה
15.5%	4. כלל לא שבע רצון
3.9%	5. לא יודע

### האם לדעתך, הסיקור של הבחירות בחדשות מועט מידי, רב מידי או שהוא במידה המתאימה?

12.6%	1. מועט מידי
27.1%	2. רב מידי
52.3%	3. במידה המתאימה
8.1%	4. לא יודע

### באיזו מידה מוסיף לך הסיקור ידע פוליטי?

5.3%	1. במידה רבה מאד
23.6%	2. במידה רבה
34.0%	3. במידה מועטה
32.0%	4. כלל לא הוסיף
5.1%	5. לא יודע

### מהי לדעתך, הבעיה החשובה ביותר העומדת בפני החברה הישראלית כיום?

%	נושא שהוזכר ראשון
81	1.00 בטחון/צבא/טרור
23	2.00 משטרה/פשע/בטחון פנים
24	3.00 שחיתות פוליטית
146	4.00 נושאים חברתיים: עוני/אבטלה/מצוקה/אי שוויון/רווחת הפרט
34	5.00 מו"מ עם פלשתינאים, מדינה פלשתינאית, גדר בטחון, חמאס
3	6.00 מדיניות חוץ ודיפלומטיה (לא כולל פלשתינאים)
3	7.00 מפלגות
61	8.00 כלכלה/שוק ההון/השקעות
3	9.00 חוק ומשפט
9	10.00 דת ומדינה
2	11.00 התנחלויות/מתנחלים/ההתנתקות
5	12.00 ערביי ישראל

2	איראן, איום איראני, פצצה איראנית	13.00
32	אחדות בעם	14.00
24	איכות הפוליטיקאים	15.00
18	חינוך	16.00
39	אחר	17.00

**באיזו מידה אתה שבע רצון מהאופן שבו מסקרת התקשורת את הבעיה שציינת?**

9.6%	1. מאוד שבע רצון
26.3%	2. די שבע רצון
30.5%	3. לא כל כך שבע רצון
27.5%	4. כלל לא שבע רצון
6.1%	5. לא יודע

**באיזו מידה אתה מרוצה או לא מרוצה מהסיקור של כל אחד מהנושאים הבאים בתקשורת:**

לא יודע	כלל לא מרוצה	לא כל כך מרוצה	די מרוצה	מאוד מרוצה		
12.0	9.2	29.1	29.9	19.8	1	התכונות האישיות של המועמדים העיקריים בבחירות לכנסת
16.3	8.3	31.6	24.6	19.3	2	הביוגרפיה של המועמדים בבחירות לכנסת
14.5	8.1	31.2	31.0	15.1	3	תכונותיהם ומצעיהם של המפלגות העומדות לבחירה
15.3	5.1	29.9	30.3	19.4	4	יכולות הביצוע והניהול של המועמדים לתפקידים ביצועיים
31.4	6.5	20.4	19.1	22.6	5	עמדות וכוונות הצבעה של ספורטאים, סופרים ושחקנים
8.1	16.5	38.5	19.4	17.5	6	עובדות הקשורות למצבה הביטחוני של ישראל
8.1	12.1	32.2	23.0	24.6	7	עובדות הקשורות למצבה הכלכלי והחברתי של ישראל

**באיזו מידה אתה עוקב אחרי הסקרים המתפרסמים לקראת הבחירות?**

10.6	1. במידה רבה מאד
34.6	2. במידה רבה
35.0	3. במידה מועטה
18.7	4. כלל לא עוקב
1.2	5. לא יודע

## באיזו מידה אתה מאמין בסקרים האלו?

5.1	1. במידה רבה מאד
27.7	2. במידה רבה
38.1	3. במידה מועטה
29.1	4. כלל לא מאמין
2.9	5. לא יודע

לפניך רשימה של מפלגות. עבור כל אחת מהן ציין באיזו מידה לדעתך התקשורת הישראלית עוינת או אוהדת אותם?

לא יודע	מאוד אוהדת	די אוהדת	לא עוינת ולא אוהדת	די עוינת	מאד עוינת	
9.8	2.8	10.4	33.8	25.9	17.3	הליכוד
11.1	7.1	21.2	40.9	14.1	5.5	מפלגת העבודה
13.0	33.2	28.4	19.6	5.3	4.1	קדימה
16.7	2.0	5.5	32.0	23.8	20.0	ש"ס

16

באיזו מידה אתה חושב שתושפע מסיקור הבחירות בתקשורת, כאשר תחליט עבור איזו מפלגה להצביע?

2.4%	1. במידה רבה מאד
10.2%	2. במידה רבה
20.6%	3. במידה מועטה
61.3%	4. כלל לא
2.8%	5. לא יודע
2.8%	6. לא אצביע

ומה לגבי אנשים אחרים, באיזו מידה, לדעתך הם יושפעו מסיקור הבחירות בתקשורת כאשר הם יחליטו עבור איזו מפלגה להצביע?

7.9%	1. במידה רבה מאד
25.7%	2. במידה רבה
33.2%	3. במידה מועטה
19.1%	4. כלל לא
14.1%	5. לא יודע

לאילו שהשיבו 1-3 בשאלה קודמת

ובאופן כללי, האם להערכתך הסיקור התקשורתי יגביר את התמיכה ב:

רק 296 משיבים לשאלה זו – 33.2% מכלל הנסקרים לא ענו על שאלה זו. מבין המשיבים, לא כולל אלו שהשיבו "לא יודע":

9.1%	1. בליכוד
67.6%	2. בקדימה
8.1%	3. במפלגת העבודה



- 1.7% 4. מפלגה אחרת
- 13.5% 5. לא יגביר

**באיזו מידה אתה נוהג לשוחח עם אחרים על עניינים פוליטיים?**

- 11.8% 1. במידה רבה מאד
- 28.1% 2. במידה רבה
- 40.1% 3. במידה מועטה
- 18.5% 4. כלל לא
- 1.6% 5. לא יודע

**באיזה מידה לדעתך, אתה והחברים שלך יכולים להשפיע על מדיניות הממשלה?**

- 5.4% 1. במידה רבה מאד
- 10.6% 2. במידה רבה
- 35.8% 3. במידה מועטה
- 46.4% 4. כלל לא
- 2.2% 5. לא יודע

**האם אתה מסכים או לא מסכים עם המשפטים הבאים:**

לא להקריא: לא יודע	כלל לא מסכים	לא כל כך מסכים	די מסכים	בהחלט מסכים	
3.3	25.9	26.1	23.4	21.4	אין כמעט הבדלים בעמדותיהם של המפלגות הגדולות בנושאים השונים
2.4	22.0	20.4	17.9	37.3	זה לא חשוב עבור מי מצביעים, זה בכלל לא משנה את המצב
2.2	15.1	11.4	15.7	55.6	בכלל לא אכפת לי מי ינצח בבחירות הקרובות
3.5	34.8	29.1	23.4	9.2	לפוליטיקאים אכפת רק מעתידם האישי, לא מעניין אותם עתיד המדינה

**האם במהלך השנה האחרונה:**

**השתתפת בהפגנות או בעצרות פוליטיות?**

- 85.1% 1. לא
- 5.3% 2. כן, פעם אחת
- 7.9% 3. כן, יותר מפעם אחת
- 1.8% 5. לא זוכר/ מסרב להשיב/ לא יודע

**הדבקת סטיקר בנושאים פוליטיים או תלית סרט כתום או כחול על מכוניתך?**

- 73.3% 1. לא
- 12.6% 2. כן, פעם אחת

12.2%	3. כן, יותר מפעם אחת
2.0%	5. לא זוכר/ מסרב להשיב/ לא יודע

### האם חתמת על עצומות?

76.8%	1. לא
12.2%	2. כן, פעם אחת
8.6%	3. כן, יותר מפעם אחת
2.4 %	5. לא זוכר/ מסרב להשיב/ לא יודע

### כיצד היית מדרג את עצמך על סולם המייצג את המפה הפוליטית בישראל.

"1" משמעו ימין ו "5" משמעו שמאל

ממוצע: 2.87 סטיית תקן 1.2

מס' משיבים 463

### וכיצד היית מדרג על סולם זה את הציבור הישראלי, באופן כללי?

ממוצע 2.91, סטיית תקן 0.898

מס' משיבים: 434

### וכיצד היית מדרג על סולם זה את התקשורת הישראלית, באופן כללי?

ממוצע: 3.51, סטיית תקן 1.065

מס' משיבים: 449

### וכיצד היית מדרג על סולם זה את מפלגת העבודה בראשות עמיר פרץ?

ממוצע 3.9 סטיית תקן 0.983

מס' משיבים 436

### ואת מפלגת קדימה בראשות אהוד אולמרט?

ממוצע 3.13 סטיית תקן 1.047

מס' משיבים 437

### ואת הליכוד בראשות בנימין נתניהו?

ממוצע 2.08 סטיית תקן 1.108

מס' משיבים 444

### באיזו מידה, אם בכלל, אתה צופה בחדשות ותכניות אקטואליה בטלוויזיה?

13.0%	1. כלל לא צופה
12.2%	2. בערך פעם בשבוע
19.8%	3. 2-3 פעמים בשבוע
13.9%	4. 4-6 פעמים בשבוע
39.3%	5. כל יום
1.8%	6. לא יודע

ומה לגבי תכניות סאטירה כמו ארץ נהדרת או משחק מכור, באיזו מידה, אם בכלל, אתה צופה בהן?

35.6%	1. כלל לא
24.0%	2. לעיתים רחוקות
15.7%	3. לעיתים קרובות
6.7%	4. תמיד
3.5%	5. לא יודע

לאילו שצופים (1, 2 או 3 בשאלה הקודמת)

ועד כמה הייצוג של הפוליטיקה והפוליטיקאים בתכניות סאטירה כאלה מייצג את המציאות הפוליטית? (N=303)

22.1%	1. במידה רבה מאד
40.3%	2. במידה רבה
26.4%	3. במידה מועטה
11.2%	4. כלל לא מייצג את המציאות

19

ומה לגבי תכניות אירוח כמו זו של יאיר לפיד או של יהורם גאון, באיזו מידה, אם בכלל, אתה צופה בהן?

39.7%	1. כלל לא
28.1%	2. לעיתים רחוקות
19.4%	3. לעיתים קרובות
9.0%	4. תמיד
3.7%	5. לא יודע

באיזו מידה, אם בכלל, אתה מאזין לחדשות ותכניות אקטואליה ברדיו?

19.6%	1. כלל לא מאזין
13.0%	2. בערך פעם בשבוע
13.9%	3. 2-3 פעמים בשבוע
10.6%	4. 4-6 פעמים בשבוע
26.5%	5. כל יום
13.4%	6. מספר פעמים ביום
2.9%	7. לא יודע

באיזו מידה, אם בכלל, אתה קורא חדשות בעיתונים?

12.8%	1. כלל לא קורא
28.3%	2. בערך פעם בשבוע
12.8%	3. 2-3 פעמים בשבוע
43.6%	4. יותר מארבע פעמים בשבוע
2.6%	5. לא יודע

ומה לגבי האינטרנט, באיזו מידה, אם בכלל, אתה קורא, מידע חדשותי אקטואלי באינטרנט?

46.4%	1. כלל לא קורא
7.7%	2. בערך פעם בשבוע
10.0%	3. 2-3 פעמים בשבוע
7.3%	4. 4-6 פעמים בשבוע
19.8%	5. כל יום
4.9%	6. מספר פעמים ביום
3.9%	7. לא יודע

**בלי קשר לדעתך האישית,**

**בכמה מנדטים, להערכתך, תזכה מפלגת קדימה בראשות אהוד אולמרט?**

ממוצע 33.48 סטיית תקן 12.01  
מס' משיבים 463

**ובכמה מנדטים, להערכתך, תזכה מפלגת העבודה בראשות עמיר פרץ?**

ממוצע 20.03 סטיית תקן 7.54  
מס' משיבים 410

**ובכמה מנדטים, להערכתך, תזכה מפלגת הליכוד בראשות בנימין נתניהו?**

ממוצע 18.56 סטיית תקן 8.74  
מס' משיבים 412

**לצורך תעמולת הבחירות בטלוויזיה מוענקים למפלגות המתמודדות מימון ציבורי וזמן מסך. באיזו מידה אתה חושב שצריך להעניק למפלגות את המשאבים הללו?**

5.9%	1. במידה רבה מאד
28.3%	2. במידה רבה
31.2%	3. במידה מועטה
24.8%	4. בכלל לא
9.8%	5. לא יודע

**האם אתה מתכוון להצביע בבחירות הקרובות?**

76.0%	1. כן
9.4%	2. לא
11.2%	3. לא החלטתי האם אצביע
3.3%	4. לא יודע/מסרב

**אילו הבחירות לכנסת היו מתקיימות היום עבור איזו מן המפלגות הבאות היית מצביע?**

1.0%	11. ישראל בעליה	10.0%	1. מפלגת העבודה
0.6%	12. חר"ש תע"ל	8.6%	2. ליכוד
0.4%	13. בל"ד	23.8%	3. קדימה
2.6%	14. רע"מ	5.1%	4. ש"ס
0.8%	15. אחר	1.8%	5. מר"צ
6.3%	16. פתק לבן/פתק ריק	2.2%	6. מפד"ל
11.4%	17. לא יצביע	1.6%	7. יהדות התורה
19.6%	18. מסרב להשיב	2.8%	8. שינוי
38.1%	19. לא יודע/לא החליט	2.8%	9. האיחוד הלאומי
		1.6%	10. ישראל ביתנו

**מהו לדעתך הסיכוי שעד ליום הבחירות תשנה את החלטתך בעניין המפלגה שעבורה תצביע?**

49.1%	1. אין כל סיכוי
26.9%	2. יש סיכוי די קטן
6.5%	3. יש סיכוי די גדול
6.5%	4. יש סיכוי גדול
11.0%	5. לא יודע

**עבור איזו מן המפלגות הבאות הצבעת בבחירות האחרונות לכנסת בסוף ינואר 2003?**

0.20	10. ישראל בעליה	14.93	1. מפלגת העבודה
2.36	11. חר"ש תע"ל	28.88	2. ליכוד
0.79	12. בל"ד	3.93	3. ש"ס
0.79	13. רע"מ	4.32	4. מר"צ
2.95	14. אחר	5.11	5. מפד"ל
0.39	15. פתק לבן/פתק ריק	2.55	6. יהדות התורה
12.18	16. לא הצביע	0.20	7. עם אחד
12.97	17. מסרב להשיב	5.50	8. שינוי
		1.96	9. האיחוד הלאומי

יש אנשים שבהחלטה עבור מי להצביע, בנוסף למידת הסכמתם עם המפלגות והמועמדים, לוקחים בחשבון גם שיקולים נוספים כמו למשל: איך לדעתם תראה הקואליציה, האם המפלגה תעבור את אחוז החסימה וכו'. אחרים אינם מתחשבים בשיקולים אלו.

**באיזו מידה שיקולים מסוג זה ישפיעו על הצבעתך בבחירות הקרובות?**

6.5	1. במידה רבה מאד
21.8	2. במידה רבה
16.9	3. במידה מועטה
41.7	4. כלל לא
13.2	5. לא יודע

## ולסיום מספר פרטים אישיים לצורך סטטיסטיקה בלבד:

### מצב משפחתי

24.8%	רווק
5.3%	נשוי ללא ילדים
57.6%	נשוי עם ילדים
10.0%	גרוש/אלמן עם ילדים
1.6%	גרוש/ אלמן בלי ילדים

### ארץ מוצא

11.0%	יליד אסיה/אפריקה
9.4%	יליד אירופה/אמריקה
10.4%	יליד ברה"מ/ חבר העמים
33.6%	יליד ישראל, אב ליליד ישראל
17.1%	יליד ישראל, אב יליד אסיה/אפריקה
17.3%	יליד ישראל, אב יליד אירופה/אמריקה
1.2%	לא השיבו

22

## למי שלא נולד בארץ: שנת עליה

### מגזר יהודי: N=426

#### האם אתה רואה את עצמך כ:

8.0	1. חרדי (דתי אדוק)
12.4	2. דתי
13.4	3. מסורתי דתי
19.0	4. מסורתי חילוני
46.2	5. חילוני
0	6. לא יהודי
0.9	7. בין חילוני לדתי/ חילוני מאמין

### מגזר ערבי:

#### האם אתה : (N=72)

70.8%	1. מוסלמי
11.1%	2. נוצרי
18.1%	3. דרוזי

## מגזר ערבי:

### האם אתה רואה את עצמך כ:

1.4%	1. דתי אדוק
27.4%	2. דתי
38.4%	3. מסורתי
31.5%	4. חילוני
1.4%	5. מסרב להשיב

### כמה שנות לימוד מלאות סיימת?

ממוצע 13.55 סטיית תקן 0.571

מס' משיבים 497

### מהו מוסד הלימודים האחרון בו למדת?

0.2%	1. לא למד כלל
6.1%	2. בית ספר יסודי וחטיבת ביניים
49.5%	3. תיכון (עיוני, מקצועי, חקלאי, טכנולוגי, ישיבה תיכונית)
3.1%	4. מוסד הנותן קורסים של הכשרה והשתלמות (עד שנה)
13.4%	5. מוסד על תיכוני (סמינר למורים, בי"ס לאחיות, בי"ס להנדסאים, ישיבה על תיכונית)
26.7%	6. מוסד אקדמי
1.0%	7. מסרב להשיב

### ההכנסה הממוצעת למשק בית בישראל היא כיום כ-8500 ש"ח נטו האם הכנסתכם המשפחתית הכוללת (הכוונה של שני בני הזוג) היא:

18.1%	1. הרבה מתחת לממוצע
13.6%	2. מעט מתחת לממוצע
23.8%	3. ממוצע
17.7%	4. מעט מעל הממוצע
10.6%	5. הרבה מעל הממוצע
1.2%	6. לא רלוונטי – חבר קיבוץ
15.1%	7. מסרב/ לא רלוונטי

# פרסומי מכון הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה

## מדד אמון הציבור בתקשורת

- תפיסות הציבור את התקשורת הישראלית  
דו"ח מס' 1 – מרץ 2003
- אמון הציבור לעומת אמון העיתונאים בתקשורת הישראלית  
דו"ח מס' 2 – ינואר 2004
- עמדות הציבור כלפי סיקור הסכסוך הישראלי-פלסטיני  
דו"ח מס' 3 – מאי 2004
- צריכת חדשות באתרי האינטרנט  
דו"ח מס' 4 – פברואר 2005

## סדרת אגרתא

- התקשורת הישראלית והירדנית: האם השלום שינה את דימוי ה"אחר"?  
פרופ' גדי וולפספלד, רמי חורי, ד"ר יורם פרי, ספטמבר 2003
- סיקור תקשורתי של בחירות בישראל: חשבון נפש של מחקרי ארבע מערכות בחירות  
פרופ' גבי וימן, ד"ר תמיד שפר, פברואר 2004
- אשליית הבחירה הדמוקרטית: כיצד משיגות תכניות המציאות את שיתוף הפעולה של הצופים  
ד"ר מוטי נייגר, אבישי יוסמן, דצמבר 2005
- דמוקרטיה, תקשורת ופוליטיקה בבית המפשט העליון: גבולות חופש הביטוי של פלסטינים בישראל  
בתקופת האינתיפאדה השנייה  
ד"ר יובל קרניאל, פברואר 2006

## סדרת התקשורת המגזרית

- "חטיבה אנושית אחת, עם ישראל אחד": על כינון זהויות קיבוציות במכתבים למערכת "הארץ"  
ד"ר עמית קמה, מרץ 2005
- שימושי תקשורת כאסטרטגיית השתלבות: המקרה של מהגרים מחבר העמים בישראל  
ד"ר נלי אליאס, ספטמבר 2005
- "רבות רעות צדיק": קווים לתולדות העיתונות החרדית בישראל, למאפייניה ולהתפתחותה  
ד"ר קימי קפלן, ינואר 2006

## פרסומים מיוחדים

- "אין עם מי לדבר": מבט ביקורתי על הקשר פוליטיקה-תקשורת  
עורך: יחזקאל רחמים, יולי 2005