

תקשורת: מאה ימי בנט

1. מבוא

עבודה זו תעסוק בסיקורים בעיתונות הכתובה. כיום, בתקופה המתאפיינת בעיקרה בעולם הדיגיטל, גם לתחום העיתונות והאקטואליה נוכחות דיגיטלית ענפה ביותר, באופן שאף מקשה לעתים על ההבחנה בין טקסט עיתונאי ממקורות מהימנים לבין טקסטים שמקורם בדעה ופרשנות (גרינוולד ורוזנטל, 2021). מסיבה זו, בין היתר, העיתונות הכתובה שומרת על מעמדה ככלי תקשורת חשוב ומשמעותי הן בסיקור החדשות והן בעיצוב קביעת סדר היום ודעת הקהל בנושאים ברומו של עולם (ברנזון, 2015).

התקשורת היא זו שמסקרת ובוחנת את סוג המידע שיגיע לקהל ומעצבת ומגבשת לפי סיקור זה את דעת הקהל (כספי, 2011). מועמדים פוליטיים מגיעים לעם בעיקר דרך התקשורת, והתקשורת לרוב היא הקשר היחיד עם הפוליטיקה. בדרך כלל אנשים רוכשים את המידע שלהם מהתקשורת או מאנשים אחרים שמעבירים את הידע שלהם מהתקשורת. הלמידה על הפוליטיקה מהתקשורת היא לרוב, על פי הדגש שהתקשורת שמה ומראה על סדר היום. ההנחה הבסיסית היא שהתקשורת מייצרת סדר-יום ומעצבת לקהל תמונה לגבי מהן הסוגיות החשובות העומדות על סדר היום החברתי. תיאוריה זו מתמקדת ביכולת של אמצעי התקשורת להעלות נושא לסדר-היום הציבורי והפוליטי וטוענת כי אמצעי התקשורת יכולים לקבוע לציבור הרחב ולמקבלי החלטות את נושאי השיח היומי, והם אף מדרגים את חשיבותם ובכך קובעים 'סדר-יום תקשורתי' (Mccombs & Shaw, 1972).

קביעת סדר היום הציבורי ועיצוב דעת הקהל הציבורית בידי התקשורת מתבצעים באמצעות שני כלים עיקריים:

1) הבלטה תקשורתית – הבלטה הינה הנטייה של מילים או רעיונות אשר השתמשו בהם בתדירות

גבוהה לצורך בתודעה ולהשפיע על האופן בו אנו מפרשים מידע חדש. יתרה מכך, מחקרים מראים

שאפילו המוטיבציה שלנו והתנהגותנו החברתית מושפעות מהבלטה ללא ידיעתנו (Brehm,

Kassin & Steven, 2005). הבלטה תקשורתית מדברת על הקשר בין הדגש המושם באמצעי

התקשורת על נושאים מסוימים למידת החשיבות שמייחס להם הציבור מבחינה שכלית ורגשית. יחד עם יצירת אותה תפיסה של חשיבות יכולים אמצעי התקשורת גם לעצב את דעת הקהל על ידי יצירת אסוציאציות חדשות או ביטול אסוציאציות קיימות לנושא מסוים. ההבלטה של נושאים מתרחשת כאשר תוכן חדשותי מובא לצרכני החדשות כאמת מידה להערכת תפקוד מנהיגים או ממשלות. הבחירה להציג נושא כלשהוא תוך חשיפת הציבור לגירוי מסוים יצרו בשל ההבלטה קשר חזק בין הנושא לגירוי, ולכן ההרגשה והפרשנות יתחברו לנושא Scheufele & (Tewksbury, 2007).

(2) מסגור – המסגור התקשורתי הינו תהליך של יצירת חדשות שבמהלכו עיתונאים בוחרים ומקטלגים מידע. הם בוחרים את הטענות כדי לנקוט עמדה ועל ידי כך מעצבים את השיח החדשותי, שתפיסת המציאות נבנית רק על בסיס חלקים מהמציאות שזכו לתשומת לב על ידי העיתונאים ונבחרו להיכלל בסיקור. המסגור, אם כך, משמש תפקיד חשוב במציאות עטופה בפרשנות. יחד עם זאת, מסגור תקשורתי לא בהכרח משנה או בונה מערך של אמונות ליחיד, אלא מחזק מרכיב בתוך אמונה שכבר קיימת ואז למסגור יש משקל גבוה יותר מאחר והמרכיב כבר קיים (ברנזון, 2015). המסגור קובע לאנשים למה לשים לב, מה להבין וכיצד לזכור את המקרה המדווח בתקשורת. התקשורת, למעשה עושה סלקציה למידע שהיא מעבירה לציבור. "המסגור הוא סלקציה המקדמת הגדרה ספציפית לבעיה, פרשנות מסוימת, הערכה מוסרית והמלצה לדרך טיפול" (Entman, 1933, p.51-58).

התקשורת מסקרת נושאים, ולמעשה מסמנת את סדר היום. ככל שהסיקור התקשורתי בנושא גדל, כך גם יגדל הסיכוי שהעיסוק הציבורי או הפוליטי בנושא יגדל גם הוא. הציבור לומד על החשיבות המיוחדת לנושא מסוים מתוך הדגשים והחשיפה שאמצעי התקשורת מעניקים לו. ככל שהנושא מסוקר בצורה אינטנסיבית ובולטת באמצעי תקשורת ההמונים, כך הוא ייתפס כחשוב יותר גם בעיני הציבור, ולכן יש סיכוי גבוה שהוא גם יעבור לסדר היום הפוליטי. יש קורלציה חזקה בין ההדגשה שיצרני החדשות נותנים לנושאים מסוימים, לכמות הסיקור ולמיקומה היחסי של הידיעה ובין החשיבות שנותן הציבור לנושא. (ברנזון, 2015; טוכמן, 1995).

במערכת הפוליטית הישראלית כלי התקשורת נתפשים כחלק אינטגרלי מהמציאות והזירה הפוליטית. העיתונים משפיעים על עיצובו של השיח המרכזי במהלך מערכות בחירות, ומתוך כך על הדרך בה הבוחרים אוספים מידע על מועמדיהם, מעריכים אותם ואת סיכוייהם לנחול הצלחה עם מפלגותיהם. רבים מן העיתונים בארץ ובעולם מזוהים עם קו אידיאולוגי פוליטי ספציפי באופן מוצהר, ולעתים אף עם מפלגה או מנהיג ספציפיים. כל אלו הופכים את העיתונות הכתובה לכלי משמעותי בהשפעה על תפיסות החשיבה של הבוחרים וכן על הצבעותיהם בפועל (גרינוולד ורוזנטל, 2021).

אחד מנושאים אלו הוא ללא ספק בחירתו של נפתלי בנט לראשות ממשלת ישראל, לאחר ארבע מערכות בחירות ובאמצעות הסכמים ובריתות שעוררו לא מעט ביקורות (מכון מתווים, 2021). העיתונות בארץ, אשר נחלקת מחד לעיתונות איכותית לעומת עיתונות פופולארית ומאידך לעיתונות בעלי אידיאולוגיה פוליטית מוצהרת (וקהל מטרה המחזיק באידיאולוגיה זו), נתנה תשומת לב רבה ביותר לנושא (קרניאל ולביא דינור, 2009). הממשלה החדשה, ובפרט העומד בראשה, זכו להתייחסות רבה בכתבות רבות בנושאים שונים.

עבודה זו מתארת מחקר איכותני שבוצע בנושא ההתייחסות התקשורתית בעיתונות הכתובה לנפתלי בנט כאדם וכראש ממשלה, לנושאי קשרי חוץ וביטחון ולהתמודדות מול משבר הקורונה. המחקר התבצע בשיטת ניתוח שיח ביקורתי של טקסט עיתונאי, במטרה להשיב על שאלת המחקר "כיצד באים לידי ביטוי ההבדלים בין עיתונים מסוגים שונים בארץ באופן סיקורו של נפתלי בנט במאה ימי כהונתו הראשונים, והאם זכה בנט למאה ימי חסד מאת העיתונות הכתובה?".

עבודה זו תפתח בסקירת הספרות הקיימת בנושאי המערכת הפוליטית בישראל, פרסונליזציה פוליטית, תיאוריות תקשורתיות בעיצוב דעת קהל, עיתונות איכותית לעומת עיתונות פופולארית והשפעתה של התקשורת בישראל. לאחר מכן פרק המתודולוגיה יציג את שיטת המחקר, קורפוס המחקר ושיטת ניתוח הנתונים. בהמשך פרק 4 יציג את ממצאי המחקר לאור הניתוחים ופרק 5 יציע דיון אינטגרטיבי בממצאים לאור הספרות הקיימת וישזור בין ממצאי המחקר להסקת מסקנות וקריאת כיוון לעתיד.

2. סקירת ספרות

2.1 המערכת הפוליטית בישראל וממשלת השינוי

במדינות רבות בעולם עם חשיפת תוצאות הבחירות, ידוע מיהו המנצח ואיזו ממשלה עומדת לקום, אך בישראל, המצב יותר מורכב ולא תמיד ברור האם מי שניצח בבחירות יהיה בהכרח זה שיצליח להרכיב את הממשלה הבאה. עם הקמת המדינה אימצה ישראל את שיטת הבחירות היחסית, המבטיחה תוצאות הוגנות יחסית מבחינת חלוקת הקולות וייצוגיות רבה בייחוד לחברה כל כך הטרוגנית כפי שיש בישראל (קנפלמן, 2009).

מעת סיום שלב ספירת הקולות הנשיא מזמן אליו את כל ראשי המפלגות אשר ממליצות על מי שהן חושבות שיש להטיל עליו את הקמת הממשלה הבאה ולאחר שהנשיא בוחר על מי להטיל את המשימה עומדים לרשות אותו מועמד שישה שבועות להציג את הממשלה או להחזיר את המנדט לנשיא באם לא עלה בידו להרכיב ממשלה (המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2022).

בישראל נהוגה דמוקרטיה פרלמנטרית. זוהי שיטת הממשל המתאימה ביותר, הנחוצה ביותר וההכרחית לדמוקרטיה הישראלית. אין לשגות ולהחליפה בשיטה נשיאותית או בשיטה המשלבת רכיבים נשיאותיים (רהט ואחרים, 2013). מאידך, שיטה זו מעמידה את מערכת הממשל באתגרים אשר מזמנים מספר גדול של מפלגות שפיזור הקולות על כלל המפלגות יוצר מספר מושבים מועטים ולבסוף הדבר מקשה על הקמת ממשלה בעלת רוב פרלמנטרי של 61 מושבים שכתוצאה מכך על המועמד שעליו הוטלה מלאכת הרכבת הממשלה לקיים משא ומתן קואליציוני בה הוא נסחט ונאלץ להציע פשרות מאולצות המביאות בסופו של דבר לחוסר משילות וחוסר יציבות פרלמנטרית (רהט, 2009). וכראייה לגודל הבעייתיות תצביע העובדה שבמרץ 2021, התקיימו הבחירות לכנסת ה-24 בפעם הרביעית בתוך כשנתיים, הסיבה למספר כה רב של מערכות בחירות בפרק זמן קצר שכזה הינה תוצאה ישירה של משבר פוליטי המתרחש בישראל מאז סוף שנת 2018 (המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2021).

ב-13 ביוני 2021 הושבעה ממשלת ישראל ה-36, ממשלה זו הינה הראשונה מאז שנת 2009 שאינה מונהגת בידי בנימין נתניהו ומפלגת הליכוד. ממשלה זו מתוך אילוץ קואליציוני היא ממשלת רוטציה, אשר מונהגת כיום בידי יו"ר מפלגת "ימינה" נפתלי בנט, אשר צפוי בתום שנתיים לפנות את מקומו ליו"ר

מפלגת "יש עתיד" יאיר לפיד. הממשלה זכתה לכינוי "ממשלת השינוי" או "ממשלת הריפוי", מדובר בממשלה פריטטית המורכבת מערבוביה של מפלגות בעלות קווים אידיאולוגיים שונים ביותר ולעתים אף מנוגדים לחלוטין, שכולן התאחדו יחדיו סביב מטרה משותפת: החלפת ראש הממשלה המכהן לאחר 12 שנות שלטון ושלוש מערכות בחירות כושלות (מכון מתווים, 2021).

הנכונות של מפלגות בעלות מצעי בחירות ואידיאולוגיות שונות לשים בצד את חילוקי הדעות ביניהן, לוותר על העקרונות והערכים ולשתף פעולה לטובת יעד מרכזי מציגה את הסיטואציה הפוליטית הייחודית שנוצרה במדינת ישראל במהלך העשור האחרון. יחסי הכוחות ומערכות היחסים המורכבות בין גושי הימין והשמאל הפוליטיים הובילו לצמצומו של המאבק הפוליטי-אידיאולוגי בין שמאל לימין וליצירת מאבק פרסונלי בין תומכיו של ראש הממשלה דאז בנימין נתניהו ממחנה "הביביסטים" לבין מתנגדיו ממחנה "רק לא ביבי" (דרומי, 2019).

מדובר ביצירת שני מחנות מקוטבים חדשים שאמנם עדיין מובלים בידי אידיאולוגיה פוליטית – אך זו הפכה להיות תלויה באישיות ספציפית הממשלה שנבחרה משקפת ומייצגת מאבק פרסונאלי זה. את תוצאות הבחירות כמו את מערכות הבחירות בישראל מסקרת התקשורת הישראלית בהרחבה (סגל, 2016).

הסיקור הפוליטי נעשה ממוקד פחות בגופים הקולקטיביים ויותר בפוליטיקאים כיחידים. נוצר תהליך בו המשקל הפוליטי של היחיד עולה ואילו מרכזיות המפלגה דועך. מצב זה נקרא פרסונליזציה פוליטית (Rahat & Shafer 2007).

3. מתודולוגיה

3.1 שיטת המחקר

המחקר הנוכחי מבוסס על פרדיגמת המחקר האיכותנית-פרשנית (Qualitative-interpretative). מחקר איכותני הוא מחקר תיאורי אשר שואב את נתוניו מן המערך הטבעי של המציאות (ללא יצירת "תנאי המעבדה" המשתנים את המחקר הכמותי) ובו מכשיר המחקר וכלי הניתוח העיקרי והחשוב ביותר הוא למעשה החוקר עצמו ומסוגלותו להוביל תהליך ניתוח עשיר, מעמיק ומפורט תוך הקפדה על אובייקטיביות אקדמית (במידת האפשר) (צבר בן-יהושע, 1990). שקדי [2003] (2007) הגדיר מחקר זה כמחקר על אנשים ומאת אנשים, בשל מסוגלותו לקחת נרטיבים סובייקטיביים בהגדרתם (בין אם עדות אתנוגרפית או מאמר דעה) ולהסיק מהם נתונים בעלי עניין אקדמי.

במחקר הנוכחי נעשה שימוש בשיטה איכותנית המכונה ניתוח-שיח ביקורתי של טקסט עיתונאי (קליין, תש"ע). שיטת ניתוח השיח הביקורתי מגדירה "שיח" (narrative) כשימוש מושכל, מודע ומגמתי בהכרח בשפה לשם הבנייה, ייצוג ואף יצירה של משמעויות. מתוך כך, לא ניתן לטעון לקיומו של שיח "אובייקטיבי" נקי מאינטרסים ומטרות נסתרות, והדבר נכון לא רק עבור שיח שניתן להגדיר כך ברמה האינטואיטיבית ביותר (למשל שיח פופולארי או פוליטי) אלא גם עבור שיח המוגדר בבסיסו כאובייקטיבי (ולעתים אף עובדתי) באופן אינהרנטי (למשל שיח מדעי, רפואי או היסטורי) (Li, Pearce, & Low, 2018). מתוך כך, ניתוח שיח ביקורתי (critical discourse analysis) בוחן את הטקסט מתוך ההנחה כי כל שיח מושתת על מבנים אידיאולוגיים העומדים בבסיסם של המוסדות החברתיים והעיוניים, וכי האידיאולוגיות המעצבות את הטקסט המבנה ו/או מייצג את השיח נקבעות בידי התהליכים החברתיים-תרבותיים המשקפים מאבקים בין קבוצות השפעה (Mullet, 2018).

לאור הנ"ל, ניתוח שיח ביקורתי של טקסט עיתונאי הוא יישומה של שיטת ניתוח השיח הביקורתי בעת בחינה אקדמית של פרסומים אקטואליים בעיתונות הכתובה. הנחת היסוד היא כי כל סיקור תקשורתי שכזה נגוע בהכרח באותה סובייקטיביות הנובעת מן האידיאולוגיות המנחות (ולעתים קרובות המוצהרות)

של גופי התקשורת בהם מתפרסם הסיקור (במקרה זה העיתונים עצמם, בעליהם, עורכיהם, אישים וקבוצות בעלי השפעה וכו'). הניתוח שואף לחשוף רמיזות וייצוגים לאידיאולוגיות אלו בטקסט עצמו, באופן עקבי ולאורך זמן (קליין, תש"ע).

4. ממצאים

בעת ניתוח הכתבות משלושת העיתונים בלטו בעיקר שלוש תמות מרכזיות: כתבות בנושא בנט האיש (כאדם וכראש ממשלה), כתבות בנושאי קשרי חוץ וביטחון, וכתבות בנושאי ההתמודדות מול משבר הקורונה. עבור כל תמה נבחנו הכתבות והפרסומים בכל שלושת העיתונים במטרה להסיק את קו ההתנהלות הכללי של כל עיתון.

4.1 השוואה כללית

עיתון "הארץ" – על הכתבות בעיתון "הארץ" בנושא בנט וממשלתו היה להתמודד עם אותו אתגר הניצב בפני אלו המחזיקים באידיאולוגיה הפוליטית-מוסרית המאפיינת את קוראי העיתון: מחד, הרי שמשימת החלפתו של נתניהו צלחה, ומדובר בניצחון משמעותי שאין להתעלם ממנו; ומאידך, הרי שמחליפו הוא איש ימין מוצהר (ובעל דעות לאומניות וקיצוניות אף יותר מנתניהו) בעל אידיאולוגיה רחוקה שנות אור מזו של קוראי העיתון, וגם מכך אין להתעלם. סיקורי העיתון דאגו להתייחס לשני צדדיו של מטבע זה, במטרה להמשיך ולקלוע לטעמים של קוראי העיתון ולאידאולוגיה הפוליטית-מוסרית השמאלנית המאפיינת אותם.

עיתון "ישראל היום" – הכתבות בעיתון "ישראל היום" לא נדרשו, למעשה, להתמודד עם אף אתגר או קווים מנחים ברמת הטקסט וההתנסחות. קוראי העיתון, המתאפיינים בתמיכה בלתי-מתפשרת בבנימין נתניהו, ביקשו לקרוא ביקורות נוקבות, נחרצות, בלתי-אפולוגטיות ואף ארסיות על אותו אדם שהשיג את זכות ההנהגה בדרכים שאינן כשרות או לגיטימיות. כתבות העיתון דאגו לספק ביקורות אלו בכל הזדמנות ובכל דרך, ללא זיקה משמעותית לנושא הכתבה.

עיתון "ידיעות אחרונות" – כעיתון שמגדיר את עצמו חסר אידיאולוגיה מוצהרת ובעל כוונות רווח בלבד עמד "ידיעות אחרונות" בפני האתגר המשמעותי ביותר לעומת שני העיתונים האחרים: לקלוע לטעמים של קוראים (או, למעשה, לקוחות) רבים ככל הניתן מבלי ליהנות מתמיכתו של קהל יעד קבוע מראש. מול

אתגר זה התמודד העיתון בשני אמצעים עיקריים: מחד, שימוש בכתיבה ניטרלית ומאוזנת הניתנת לפרשנות לכאן או לכאן (כך שכל קורא יוכל לפרש את הכתוב כהבעת תמיכה באידיאולוגיה הסובייקטיבית שלו); ומאידך, שימוש בכתיבה תיאורית עניינית ואובייקטיבית ללא הבעת דעה נחרצת לכאן או לכאן, בין אם באמצעות כתבות ניטרליות שכאלה ובין אם באמצעות שוויון בין כתבות המציגות עמדות מנוגדות.

5. דיון ומסקנות

עבודה זו ביקשה לבחון את התייחסותה של העיתונות המודפסת לראש הממשלה הנבחר נפתלי בנט בתקופה מאה הימים הראשונים לשלטונו. לשם כך נותחו בשיטת ניתוח שיח ביקורתי של טקסט עיתונאי סדרת כתבות משלושת סוגי העיתונים בישראל: האיכותית (עיתון "הארץ"), הפופולארית ("ישראל היום") והעיתונות למטרות רווח ("ידיעות אחרונות").

באשר לשאלת המחקר, אשר ביקשה לבחון האם זכה בנט למאה ימי חסד בידי העיתונות, הרי שהתשובה מורכבת. מחד, העיתונות האיכותית והפופולארית כאחד לא המתינו אפילו 24 שעות בטרם הופיעו על דפי העיתונים ביקורות (נוקבות ונוקבות פחות) והאשמות, בין אם בגין גניבת השלטון, הונאת הבוחרים (ולמעשה היותו אדם אחר מלבד נתניהו) ב"ישראל היום" ובין אם בגין היותו איש ימין מוצהר בעל אידיאולוגיה ימנית (חרף היותו אדם אחר מלבד נתניהו) ב"הארץ". מאידך, העיתונות למטרות רווח ביקשה לקלוע ככל האפשר לטעמים של קוראים רבים ככל האפשר, נעשתה זאת בעיקר באמצעות הימנעות מקליעה קונקרטית לטעם זה או אחר והיצמדות לכתיבה תיאורית, עניינית ואובייקטיבית מחד ולכתיבה ניטרלית ומאוזנת הניתנת לפרשנות לכאן או לכאן מאידך. בכך, אפשר למעשה עיתון "ידיעות אחרונות" לקוראים שחפצו בכך למצוא די והותר ביקורות על בנט (וזאת חרף כתבות מסוימות שלא ניתן להגדיר כפחות מאוהדות ואף מפרגנות), כך שלא ניתן למעשה להגדיר זאת כמתן מאה ימי חסד.

באופן כללי, ממצאי העבודה אינם מפתיעים ועולים בקנה אחד עם הספרות בנושא. ראשית, המערכה המתקשרת בעיתונות בין ראש הממשלה היוצא בנימין נתניהו לראש הממשלה הנבחר נפתלי בנט הינה ייצוג בולט של פרסונליזציה פוליטית (רהט, 2019). שנית, אמצעי התקשורת המשיכו לקבוע במשותף את סדר היום הציבורי והפוליטי (ברנזון, 2015; טוכמן, 1995; McCombs & Shaw, 1972) כפי שניכר

מחזרתן של התמות הבולטות בסיקוריהם של כל שלושת העיתונים. ולבסוף, ההבדלים ברמת הטקסט, המשלב, העיצוב וכו' בין העיתונות הפופולארית לבין העיתונות האיכותית (גריןולד ורוזנטל, 2021; קרן, 1999; קרניאל ודינור, 2009) בהחלט באו לידי ביטוי בהבדלים העיצוביים והטקסטואליים בין עיתון "ישראל היום" לעיתון "הארץ", בעוד עיתון "ידיעות אחרונות" מציג מאפיינים של שתי הקבוצות.

לסיכום, ניכר כי כל אחד מן העיתונים שכתבותיו נבחנו בראי שאלת המחקר ביצע נאמנה את תפקידו המוצהר: עיתון "הארץ" המשיך לייצג את האידיאולוגיה השמאלנית, עבורה נפתלי בנט אמנם אינו נתניהו אך עודו איש ימין אידיאולוגי; עיתון "ישראל היום" המשיך לייצג את האידיאולוגיה של מחנה נתניהו ולסרב לתת לבנט אפילו הזדמנות אחת; ועיתון "ידיעות אחרונות" המשיך לנסות ולהציע ערך עבור קוראים מכל המחנות, בתקווה להישאר רלוונטי מבחינה כלכלית.

5.1 מגבלות המחקר

בדומה לכל מחקר איכותני מסוגו סבל מחקר זה ממספר מגבלות מתודולוגיות אינהרנטיות שלהן פוטנציאל להטיית הממצאים:

1. המחקר האיכותני מעצם הגדרתו אינו עוסק בעובדות אובייקטיביות, אלא בנרטיבים ומשמעויותיהם. מתוך כך, הרי שתוקפם ומהימנותם של הממצאים אינם יכולים להשתוות לאלו של מחקר כמותי אשר משתמש בניתוחים מתמטיים עובדתיים.
2. המחקר האיכותני מכונה גם מחקר פרשני, ולא בכדי. למעשה, מכשיר המחקר העיקרי במחקר שכזה הוא החוקר עצמו, באופן שהופך את הממצאים והמסקנות לתלויות במידה רבה בחוקרים, בתהליך הניתוח שהם מבצעים וברמת האובייקטיביות האקדמית שלהם (שמעצם הגדרתה לעולם אינה מלאה). לא מן הנמנע כי חוקרים אחרים היו בוחרים במדגם כתבות שונה, מחלצים תמות חוזרות שונות, מבצעים ניתוח ביקורתי שונה של הטקסטים העיתונאיים ובאופן כפלי מגיעים לממצאים ומסקנות שונות עבור מחקר דומה (או אפילו אותו המחקר עם אותו קורפוס כתבות).
3. המחקר הנוכחי בוצע בידי חוקרת יחידה, ולא בידי צוות מחקר. משמעות הדבר היא כי, מחד, כל עומס העבודה הוטל על אדם יחיד, ומאידך, לא התאפשרו מאפיינים של עבודת צוות אשר הופכים

צוות לגדול מסכום חלקיו, כגון סיעור מוחין, למידת עמיתים וביקורת עמיתים, שיתוף רעיונות, תמיכה חברתית וכו'. לא מן הנמנע כי צוות מחקר היה מגיע לממצאים ומסקנות שונים ואף לתוצאות משופרות באופן כללי.

4. בעוד החוקרת השקיעה משאבי זמן ומאמץ רבים ביותר במחקר הנוכחי עדיין מדובר בקורפוס כתבות מוגבל ומצומצם באופן יחסי (ולא כולן היו זמינות באיכות מספקת).

מרכז סיוע לסטודנט - Ez Grade - **דוגמה**

6. ביבליוגרפיה

- ברנוון, א' (2015). רוקדים ברחובות: על אזור הדמדומים בין תקשורת למחאות חברתיות. תל-אביב: רסלינג.
- גרינוולד, ג' (2018). האומנם "הגבר היחיד בממשלה"? השיח המגדרי סביב ראש הממשלה גולדה מאיר בבחירות לכנסת השביעית בידיעות אחרונות ובהארץ. קשר, 51, 37-47.
- גרינוולד, ג', ורונטל, מ' (2021). יציבות, מגוון ואידיאולוגיה בתשומת הלב התקשורתית לנושאי מדיניות ציבורית בתקופת הבחירות 2019-2020. מסגרות מדיה – כתב עת ישראלי לתקשורת, 20, 8-33.
- דה-האן, ר', וירון, ט' (2015). ספירלת החברתיות השתיקה ברשתות החברתיות (עבודת גמר). רמת-גן: אוניברסיטת בר אילן, המחלקה לתקשורת.
- דרומי, נ' (2019, 5 בדצמבר). ביסטים מאז ולתמיד. הארץ [מקוון]. אוחר ב-17 במרץ, 2022 מ: <https://www.haaretz.co.il/opinions/premium-1.8223355>
- המכון הישראלי לדמוקרטיה (2022). תהליך הרכבת הממשלה. המכון הישראלי לדמוקרטיה [מקוון]. אוחר ב-20 למרץ 2022 מ: <https://www.idi.org.il/soundtracks/38022>
- זמיר, ש' ורהט, ג' (2019). פרסונליזציה פוליטית מקוונת: מפלגות ופוליטיקאים בישראל במבט השוואתי. המכון הדמוקרטי לישראל.
- טוכמן, ג'. (1995). תהליכי העבודה בהפקת החדשות העיתונאיות: הפיכת הבלתי-צפוי לשגרה. בתוך: ד' כספי (עורך) תקשורת המונים - מקראה (ע"ע 234-255). האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, ד' (2011). מבט חדש על עיתונאות מקוונת בישראל: לקראת ביצור הגמוניה קיימת. קשר, 41, 34-46.
- מכון מיתווים. (2021). ממשלה חדשה בישראל: תגובות ראשונות מאת מומחי מכון מיתווים. המכון הישראלי למדיניות-חוץ אזורית.
- נואלה נוימן, א' (1995) ספירלת השתיקה. בתוך: ד' כספי (עורך), תקשורת המונים - מקראה (עמ' 122-131). האוניברסיטה הפתוחה.

סגל, ע' (2016). רק לא ביבי, רק לא לא ביבי: זה כבר לא ימין נגד שמאל. עמית סגל [מקוון]. אוחר ב-17 במרץ,

[https://amitsegal.co.il/%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-](https://amitsegal.co.il/%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%96%d7%94-%d7%9b%d7%91%d7%a8-%d7%9c%d7%90-%d7%99%d7%9e%d7%99%d7%9f-%d7%a0%d7%92/)

מ:

2022

[%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-](https://amitsegal.co.il/%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%96%d7%94-%d7%9b%d7%91%d7%a8-%d7%9c%d7%90-%d7%99%d7%9e%d7%99%d7%9f-%d7%a0%d7%92/)

[%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%96%d7%94-](https://amitsegal.co.il/%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%96%d7%94-%d7%9b%d7%91%d7%a8-%d7%9c%d7%90-%d7%99%d7%9e%d7%99%d7%9f-%d7%a0%d7%92/)

[%d7%9b%d7%91%d7%a8-%d7%9c%d7%90-%d7%99%d7%9e%d7%99%d7%9f-](https://amitsegal.co.il/%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%96%d7%94-%d7%9b%d7%91%d7%a8-%d7%9c%d7%90-%d7%99%d7%9e%d7%99%d7%9f-%d7%a0%d7%92/)

[/%d7%a0%d7%92](https://amitsegal.co.il/%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%a8%d7%a7-%d7%9c%d7%90-%d7%9c%d7%90-%d7%91%d7%99%d7%91%d7%99-%d7%96%d7%94-%d7%9b%d7%91%d7%a8-%d7%9c%d7%90-%d7%99%d7%9e%d7%99%d7%9f-%d7%a0%d7%92/)

צבר בן-יהושע, נ' (1990). המחקר האיכותני בהוראה ובלמידה. גבעתיים: מסדה.

קליין, ע' (תש"ע). ניתוח שיח ביקורתי של טקסט עיתונאי. בתוך: ל' קסן ומ' קרומבר-נבו (עורכות), ניתוח נתונים

במחקר איכותני (ע"ע 230-253). באר שבע: אוניברסיטת בן-גוריון בנגב.

קנפלמן, א' (2009). דיאגנוזה של שיטת הבחירות בישראל. המכון הישראלי לדמוקרטיה [מקוון]. אוחר ב-20 למרץ

<https://www.idi.org.il/articles/6479> מ: 2022

קרן, מ' (1999). תרבות "גבוהה ו"נמוכה"-הדילמה. קשר, 26, 2.

קרניאל, י', ולביא דינור ע' (2009). עיתונות צהובה בישראל? סיקור מחלתו של ראש הממשלה שרון בשלושה

עיתונים יומיים. קשר, 38, 25-33.

רהט, ג', ברנע, ש', קניג, ע', ופרידברג, ח' (2013). איך מתקנים את שיטת הממשל בישראל? המכון הישראלי

לדמוקרטיה [מקוון]. אוחר ב-20 למרץ 2022 מ: <https://www.idi.org.il/books/6011>

רהט, ג' (2019). ירידת הקבוצה ועליית הכוכבים): מפוליטיקה מפלגתית לפוליטיקה אישית. המכון הישראלי

לדמוקרטיה.

שקדי, א' [2003] (2007). מילים המנסות לגעת: מחקר איכותני – תיאוריה ויישום. תל-אביב: רמות.

Brehm, S.S, Kassin, S & Steven, F. (2005). *Social Psychology*. Houghton Mifflin Company.

- Entman, R. M., 1993. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Fairhurst, G. T., & Putnam, L. L. (2019). An integrative methodology for organizational oppositions: Aligning grounded theory and discourse analysis. *Organizational Research Methods*, 22(4), 917-940.
- Fung, T. K. F., & Scheefe, D. A. (2014). Social norms, spirals of silence and framing theory: An argument for considering cross-cultural differences in media effects research. In: W. Donsbach, C. T. Salmon, & Y. Tsfati. (Eds). *The Spiral of Silence: New Perspectives on Communication and Public Opinion* (Ch. 11, pp. 131-144). UK: Routledge.
- Li, J., Pearce, P. L., & Low, D. (2018). Media representation of digital-free tourism: A critical discourse analysis. *Tourism Management*, 69, 317-329.
- McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972). The Agenda Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.
- Mullet, D. R. (2018). A general critical discourse analysis framework for educational research. *Journal of Advanced Academics*, 29(2), 116-142.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communications*, 57(1), 9-20.