

## סיקור נושאי רווחה

### המחקר

מטרת המחקר: בדיקה של אופי הסיקור של נושאי רווחה בעיתונות הישראלית<sup>1</sup>. נושאי רווחה הוגדרו לצורך המחקר במובן החברתי הרחב, דהיינו: לא רק רשויות הרווחה (משרד הרווחה, שירות התעסוקה) וצרכני השירותים שלהן (סעד, עבודה סוציאלית, קצבאות), אלא ממסד הרווחה כולו (ביטוח לאומי, למשל) וסוגיות רווחה באופן כללי (זכויות עובדים וחוקי עבודה, העברות תקציביות רלבנטיות, פנסיה, אומנה, דיור ציבורי וכיו"ב).

המחקר התמקד בעיתונות הדפוס ובשערי העיתונים. עיתונות הדפוס, הגם שמצבה הכלכלי הולך ונשחק, משמשת עדיין במידה רבה כקובעת סדר היום התקשורתי ומשפיעה במידה רבה ואף מכרעת על "מחזור החדשות". בתוך עיתונות הדפוס, השער הוא תמצית סדר היום העיתונאי והזיקוק של הקו העריכתי של כל עיתון ועיתון.

לצורך המחקר נבדקו שערים של שבעה עיתונים במהלך שלושה חודשים לא רציפים (ינואר, מרץ, ספטמבר) בשנת 2016. נבחרו חודשים "שגרתיים" ככל האפשר, ללא תקופות חגים ארוכות וכיו"ב. העיתונים נבחרו כדי לכסות טווח רחב של עיתונות כללית וכלכלית, ולשם ההשוואה נבחר גם עיתון מגזרי אחד, יומון חרדי מוביל. בסך הכל נותחו 539 שערים.

#### העיתונים שנבחרו:

שלושה עיתונים כלליים: "הארץ", "ידיעות אחרונות", "ישראל היום".

שלושה עיתונים כלכליים: "דה-מרקר", "גלובס", "כלכליסט".

עיתון חרדי אחד: "המודיע".

במסגרת המחקר נבדק סיקור הרווחה בעיתונים באופן השוואתי, מבחינה כמותית ואיכותנית. בכל עיתון נבדק היקף הסיקור של נושאי רווחה (מספר הכותרות וההפניות בעמודי השער), בולטות הסיקור (מיקום הכותרת במעלה עמוד השער; האם הכותרת לוותה בעזר ויזואלי דוגמת תצלום או אינפוגרפיקה) ואופי הסיקור (מיהו הנמען של הסיקור, הציבור הרחב או גופים ממסדיים; האם הסיקור כלל פרשנות).

---

<sup>1</sup> המחקר הוכן עבור ובמימון ועידת ועידת הרווחה השנייה של תל-אביב – יפו. בדיקה: איתמר מרגלית. עריכה: שוקי טאוסגי

## ממצאים

### שיעורי הסיקור

- בממוצע, נושאי רווחה תופסים רק 3% מהסיקור ביומונים (שיעור זה מתייחס למספר הכותרות בנושאי רווחה מתוך כלל הכותרות שפורסמו בעמודי השער).
- אין הבדלים בין העיתונות הכללית והעיתונות הכלכלית: נתוניהן דומים.
- שיעור סיקור נושאי הרווחה הגבוה ביותר נמדד ב"דה-מרקר", עם 5.6% מתוך כלל הסיקור בעמוד השאר. אחריו מדורג "הארץ" עם 4.9%.
- המתחרים מקבוצת "ידיעות אחרונות" מציגים שיעור סיקור נמוך ביותר מחצי: 2.3% מכלל הסיקור בשערי "ידיעות אחרונות" ו"כלכליסט" מוקדש לנושאי רווחה. נתון זה נמדד גם ב"ישראל היום".
- ב"המודיע" נמדד שיעור כמעט זהה: 2.2%.
- סוגר את הרשימה "גלובס", עם 1.4% בלבד מכלל הסיקור בעמוד השער מוקדש לנושאי רווחה.

### כמות הסיקור

- מבין העיתונים הכלליים "הארץ" מציג את העיסוק הנרחב ביותר בנושאי רווחה (מבחינת מספר אייטמים) – כמעט פי חמישה מהעיתונים המתחרים שנבדקו.
- ל"ידיעות אחרונות" ול"ישראל היום" נפח סיקור מועט וכמעט זהה של נושאים אלה, וכמעט תמיד אפשר להבחין ב"תיאום" בבחירת האייטמים בין שני העיתונים: נושאים שעלו לסדר היום ומסוקרים בשאר כלי התקשורת המרכזית.
- מבין העיתונים הכלכליים, "דה-מרקר" מקדיש את נפח הסיקור הנרחב ביותר לנושאי רווחה: פי שלושה מהעיתונים המתחרים שנבדקו.
- ב"גלובס" וב"כלכליסט" נפח הסיקור קטן ושווה, אם כי תוכן הסיקור אינו בהכרח זהה.
- העיתונות החרדית (המיוצגת במחקר זה על-ידי עיתון אחד בלבד) הקדישה נפח סיקור לא גדול לנושאי רווחה, בדומה לזה של העיתונות הכלכלית (יותר מהעיתונות הכללית, אולם כשליש מזה של "דה-מרקר" ואף פחות משליש מזה של "הארץ").

## בולטות הסיקור

"הארץ" מעניק את הבולטות הנמוכה ביותר לכותרות בנושאי רווחה – 19% בלבד מהכותרות על נושאי רווחה בעיתון זכות להבלטה. 30% מהכותרות בנושאי רווחה זכות לליווי ויזואלי.

ב"ישראל היום" מעניקים את הבולטות הגבוהה ביותר לנושאי רווחה: 66% מסך הכותרות בנושאי רווחה זכו להבלטה, ו-55% זכו לליווי ויזואלי. ב"ידיעות אחרונות" 44% מהכותרות בנושאי רווחה זכות לבולטות, אולם 77% זכות לליווי ויזואלי – המספר הגבוה ביותר מבין העיתונים.

"גלובס" הוא העיתון הכלכלי שבו נמדד שיעור הבולטות הגבוה ביותר של כותרות בנושאי רווחה – 66% מסך הכותרות בנושאי זה זכו להבלטה, בדומה ל"ישראל היום" ומעט יותר מ"דה-מרקר" (62%). מבין שלושת העיתונים הכלכליים, ב"כלכליסט" נמדדה הבולטות הנמוכה ביותר של כותרות בנושאי רווחה – 36%.

"גלובס" מוביל גם בשימוש בעזרים ויזואליים בכותרות בנושאי רווחה בקרב העיתונים הכלכליים: ב-50% מהכותרות הללו שולבו עזרים ויזואליים. ב"דה-מרקר" נרשם נתון דומה אך מעט נמוך יותר, 48%, ובכלכליסט נרשם הנתון הנמוך ביותר: 36%.

בעיתון "המודיע" מחצית מהכותרות העוסקות בנושאי רווחה זכו להבלטה, אולם זהו העיתון שבו שיעור הכותרות שזכו לליווי ויזואלי היה הנמוך ביותר – רק רבע מהכותרות בנושאי רווחה זכו לליווי כזה.

## אופי הסיקור

העיתון הכללי שמעניק את המשקל הרב ביותר לנקודת המבט הציבורית והאזרחית הוא "הארץ", עם כ-70% מסך הכותרות בנושאי רווחה. ב"ידיעות אחרונות" ו"ישראל היום" כמחצית הכותרות בנושאי רווחה הציגו נקודת מבט ציבורית.

ב"דה-מרקר" כמחצית הכותרות בנושאי רווחה הציגו נקודת מבט ציבורית, ואילו בעיתונים המתחרים כשליש בלבד.

ב"המודיע" שיעור כותרות שבהן הנמען הוא הציבור דומה לזה של העיתונות הכללית (ושל "דה-מרקר") – כמחצית.

במספר האבסולוטי של הצעת פרשנות בנושאי רווחה, מעבר לדיווח החדשותי, מצטיין "דה-מרקר" עם שלושה טורי פרשנות, שהם כעשירית מנפח הסיקור בנושאי רווחה.

"גלובס" ו"כלכליסט" מציעים פחות טורי פרשנות (שניים ב"גלובס" ואחד ב"כלכליסט"), אולם הם מהווים אחוז נכבד יותר מכלל הסיקור בנושאי רווחה.

בשערי "הארץ" ו"ישראל היום" הופיעו הפניות למספר זה של טורי פרשנות – שניים בלבד בכל עיתון – אולם ב"ישראל היום" מדובר בשיעור גבוה הרבה יותר מתוך כלל הסיקור בנושאי רווחה. שערי "ידיעות אחרונות" שנבדקו לא כללו כל הפניות לטורי פרשנות בנושאי רווחה.

ב"המודיע" הופיעו שני טורי פרשנות, שהם שישיית מהסיקור בנושאי רווחה.

## ניתוח הממצאים

הנתון הבולט ביותר הוא המיעוט המובהק של נושאי רווחה בשערי העיתונים. 97% מהסיקור מוקדש לנושאים אחרים. תחום הרווחה תופס רק 3% בממוצע מכלל הסיקור – גם בעיתונות הכללית וגם בעיתונות הכלכלית. נושאי רווחה נתפסים כנושא לא חשוב ולא מושך, שאינו ראוי לקבוע סדר יום.

בכל הנוגע לסיקור שכן קיים של נושאי רווחה עיתוני קבוצת "הארץ" מובילים במקום היחסי שהם מקדישים לרווחה מתוך כלל הסיקור, במספר האבסולוטי של אייטמים המוקדשים לנושאי רווחה ובמיקוד הסיקור בנושאי רווחה בציבור הרחב. "דה-מרקר" מוביל בתשומת הלב שהוא מעניק לנושאי רווחה – כמעט 6% מכלל הסיקור. "הארץ" מחרה מחזיק אחריו, ושאר העיתונים מקדישים רק מעט מעל ל-2% מהסיקור. "גלובס", המגדיר עצמו "עיתון העסקים של ישראל", מעניק את הנפח המועט ביותר לנושאי רווחה, ויחד עם "כלכליסט" הוא גם העיתון המקדיש את השיעור הנמוך ביותר של תשומת לב לנקודת המבט הציבורית/אזרחית, ומעדיף בשני שלישים מהמקרים את נקודת המבט הממסדית/עסקית.

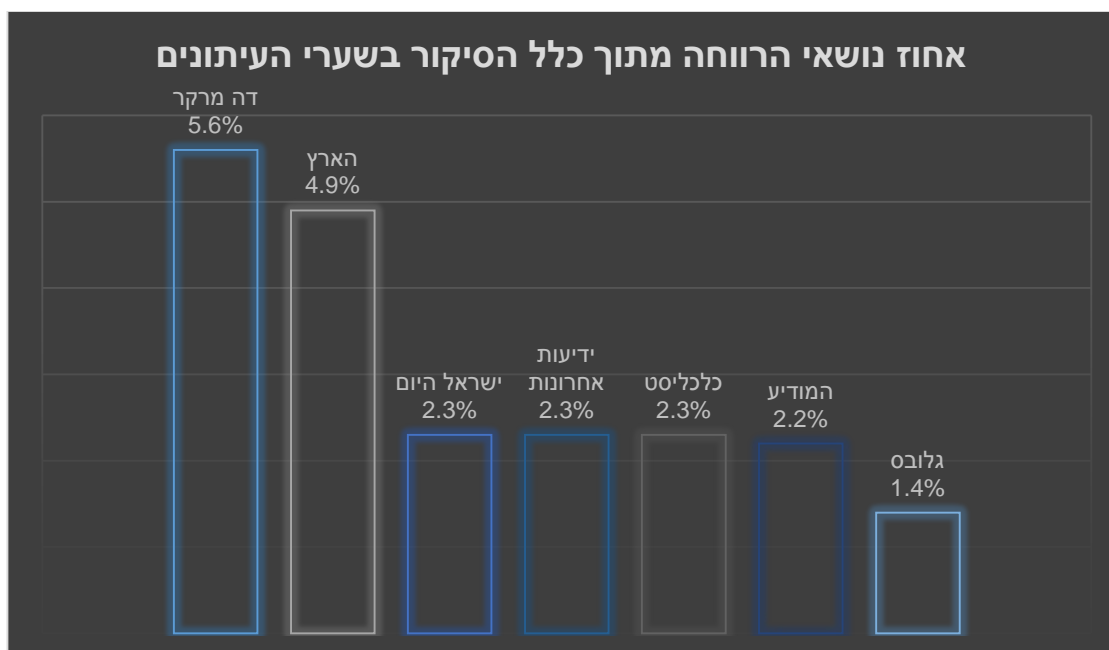
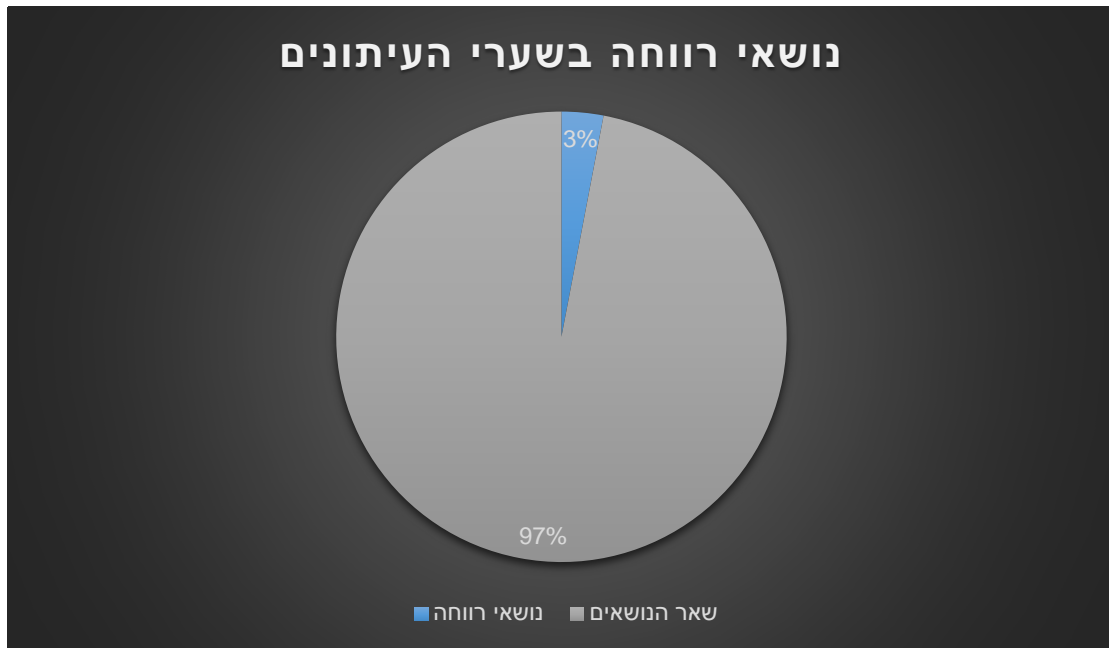
מבחינה אבסולוטית (מספר אייטמים), "הארץ" מציג פי חמישה כותרות בנושאי רווחה מהמתחרים, שכ-70% מהן מציגות את נקודת המבט האזרחית; ואילו "דה-מרקר" מציג פי שלושה כותרות בנושאי רווחה מהמתחרים, שכמחצית מהן מציגות את נקודת המבט האזרחית. היחס הזה בין עיתוני קבוצת "הארץ" לבין המתחרים, בשדה הכללי והכלכלי, מתהפך בבדיקת הבולטות שמוענקת לכותרות בנושאי רווחה, ובמידה פחותה ("ב"הארץ" אך לא ב"דה-מרקר") גם בליווי הוויזואלי שמוצמד להן.

היחס ההפוך מצביע על העמדה העריכתית השונה ב"הארץ" ובעיתוני הטבלואיד: בעוד ב"הארץ" קובעים סדר יום עצמאי וכוללים בתוכו נושאי רווחה, העיתונים המתחרים מקדישים מקום לנושאי רווחה כשאלו "עולים לכותרות" בהקשרים אקטואליים חוצי כלי-תקשורת. ממילא, הבולטות של כותרות בנושאי רווחה ב"ישראל היום" וב"ידיעות אחרונות" גבוהה יותר, משום שנושאי רווחה מגיעים לכותרות העיתונים הללו כשמדובר בנושאים חדשותיים "חמים". "הארץ" ו"דה-מרקר", לעומת זאת, מרשים לעצמם לעסוק בנושאי רווחה גם כשמדובר בנושאים שאינם עומדים בראש סדר היום התקשורתי הכללי.

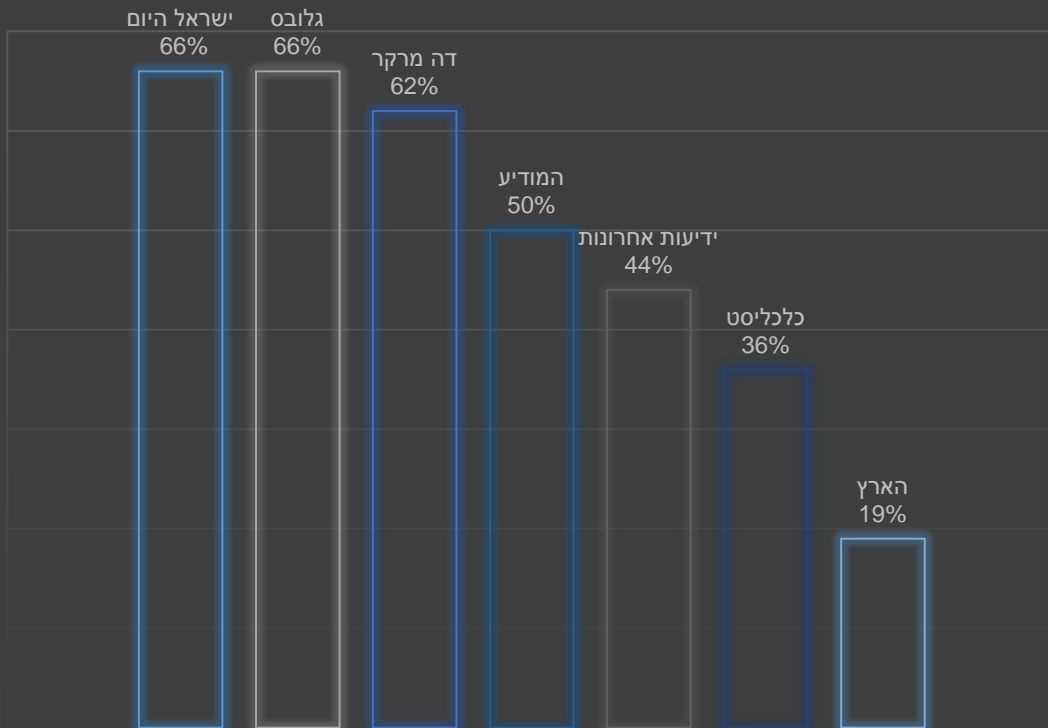
מעניין לגלות כי העיתונות הכלכלית, שמתמקדת בנושאים אזרחיים הרבה יותר מהעיתונות הכללית, אינה מקדישה מקום נרחב יותר לסיקור נושאי רווחה. המהפכה שחוללה העיתונות הכלכלית בסיקור נושאים אזרחיים וחברתיים, שבעיתונות הכללית נדחקו מפני נושאים פוליטיים, בטחוניים, פליליים ובידוריים, לא הגיעה לתחום הרווחה. כמו כן, מעניין למצוא כי העיתונות החרדית (שאמנם מיוצגת במחקר זה רק על-ידי עיתון אחד) אינה מצטיינת בסיקור נושאי רווחה. זאת, אף שניתן היה להניח שהציבור החרדי יגלה עניין גדול יותר מהציבור הכללי בנושאי רווחה, וכי העיתונים החרדיים – שנמנעים מתחומי סיקור שפופולריים בעיתונות הכללית – יגבירו את הסיקור בנושאי רווחה.

© כל הזכויות שמורות

## ממצאים – הצגה ויזואלית



**אחוז נושאי הרווחה הזכרים לבולטות גבוהה, מתוך כלל סיקור נושאי רווחה בשערי העיתונים**



**אחוז הסיקור של נושאי רווחה מנקודת המבט הציבורית/אזרחית (לעומת זו הממסדית-עסקית), מתוך כלל סיקור נושאי רווחה בשערי העיתונים**

