

## מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

חן ברגמן

חוק יסוד: מבקר המדינה, שנחקק בשנת 1988 קובע את מעמד מבקר המדינה, תפקידיו וסמכויותיו. כמו כן קובע חוק היסוד את חובת המבקר להגיש את דוחותיו לכנסת ולפרסם אותם ברבים (סעיף 12 (ב)). המאמר ינסה לשרטט את המאפיינים העיקריים של הכיסוי התקשורתי שניתן לדוחות השנתיים, בחלוקה לשתי תקופות: בין השנים 1995-1997, ובין השנים 1999-2003 (לא כולל דוח מספר 51), וזאת תוך שימוש בתיאוריות רלוונטיות מעולם חקר תקשורת ההמונים.

לביא (אצל פרידברג, 1999: 275) קובעת, כי פרסום הממצאים הוא נשמת אפה של ביקורת המדינה במשטר דמוקרטי ונשקו העיקרי של המבקר, זאת מאחר שסמכות המבקר להמליץ בלבד ואין ביכולתו לאכוף את ביצוע מסקנותיו והמלצותיו. עיקרון זה, המכונה גם "עיקרון הפומביות", בא לידי ביטוי גם בדבריו של לפיד (שם, 678), שציון, כי בתקופת כהונתו כמנכ"ל רשות השידור הוא למד, כי סנקציית הפרסום היא למעשה נישקו העיקרי של מבקר המדינה בהעדר סמכויות המקנות לו "שיניים". למרות שסנקציית הפרסום מסמלת את גבול כוחו של המבקר אין להקל בה ראש. פרידברג טוען (שם, 692) כי עקב עוצמתם הגדלה של אמצעי התקשורת נוצר אצל הגופים המבוקרים אפקט של חרדה מפני פרסום קלונם ברבים. הפרסום ברבים משפיע על דעת הקהל, שהיא דעה המתגבשת בציבור אודות עניין או בעיה בעלי משמעות ציבורית רחבה. ניתן לומר באופן כללי כי דעת קהל היא בדרך כלל הדעה הדומיננטית, השכיחה והממוצעת הרווחת בציבור מסוים (כנעני, 1970: 926). מקובל לייחס לאמצעי התקשורת תפקיד מרכזי בעיצובה של דעת הקהל (גורן, 1986), ונראה כי המבקר בעבודתו ער ליכולתם זו של אמצעי תקשורת ההמונים, ופרסום ממצאיו באמצעי התקשורת נועד להשפיע על דעת הקהל ולהפכה לאמצעי לחץ נוסף שידרבן את מקבלי ההחלטות ליישם את המלצותיו. מספר אסכולות מחקר עוסקות בנושא זה, כאשר האסכולה העיקרית היא אסכולת "קביעת סדר היום" (Agenda setting). על פי אסכולה זו לאמצעי התקשורת יכולת להעלות נושאים לדיון, למחשבה ולטיפול.

ככל שהתקשורת תבחר להתמקד בנושא מסוים כך תתגבש ההכרה שהנושא חשוב ומרכזי, ובהתאמה יגבר הלחץ על מקבלי החלטות למצוא פתרון לבעיה (כספי, 2001: 156). פרסום ממצאי המבקר גורם לאפקט דומה ולראייה דברי מבקר המדינה השני של ישראל, ד"ר יצחק נבנצל ז"ל, שאמר כי "יש לראות באמצעי התקשורת ההמונית השלמה רצויה, וכמעט חיונית, לאפקטיביות של ביקורת המדינה ולפעמים בני ברית... השפעתם של אמצעי התקשורת כבירה, ובהביאם את ממצאי הביקורת והמלצותיה לידיעת הציבור הרחב הם עושים שירות רב להכנסת תיקונים ושיפורים במשק ובמנהל של המדינה" (פרידברג אצל פרידברג, 1999: 683).

את הביסוס התיאורטי לשאלה מדוע ממצאי המבקר מעניינים את התקשורת ניתן למצוא במחקר של צמד חוקרי תקשורת, ג'ון גאלטונג ומרי רוגה, שבדקו אלו גורמים משפיעים על תפיסת הערך החדשותי של אירוע מסוים, כלומר מתי אירוע יהפוך להיות חדשה עיתונאית (כספי, 1993: 214-216). זוג חוקרים זה מצא 12 גורמים המגדירים את הסיכויים של אירוע להפוך לחדשה. מספר גורמים מתוך הרשימה המלאה יש בהם כדי להסביר את תפיסת הערך החדשותי שיש לממצאי דוחות המבקר: חוקרים אלו טענו כי אירועים שליליים או אירועים בעלי תוצאות שליליות, כלומר חדשות אי סדר, יסוקרו בהרחבה יתירה. מעצם היותה של הביקורת תהליך לחשיפת ליקויים הרי שממד השליליות טבוע בליקויים המועלים על ידה, ומכאן ניתן להסיק על האטרקטיביות של הדוחות לתקשורת ולקהילה. נקודות נוספות במחקר מעלות כי ככל שסף הערך והרלוונטיות גבוהים יותר, כלומר ככל שחשיבות האירוע גדולה יותר ונוגעת למספר רב יותר של אנשים, כך האירוע יסוקר יותר. לדעת הכותב, הדוחות והליקויים המתפרסמים נוגעים באופן ישיר למצבם של מרבית אזרחי המדינה, ומכאן האטרקטיביות התקשורתית שלהם.

חרף העובדה כי ממצאי המבקר נתפסים כחדשות הראויות לפרסום, אין תשובה חד משמעית לשאלה כיצד מצטיירת ביקורת המדינה בתקשורת, אלא ניתן לאבחן יחס אמביוולנטי. מצד אחד תדמית המבקר המשתקפת בתקשורת היא של אישיות ממלכתית רבת מעלה ובלתי תלויה (לפיד אצל פרידברג, 1999: 678). המבקר נתפס כמי שהאינטרס הלאומי הוא זה המנחה אותו ולא אינטרס פוליטי סובייקטיבי כזה או אחר (הראל, 1980: 146). מצד שני רואה התקשורת במוסד הביקורת גוף שמרני,

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

חסר שיניים, שדוחותיו נתפסים כמסמך עב כרס בעל תועלת מעטה, שאיש לא ממחר ליישם את מסקנותיו, על תקן "מתריע בשער" ותו לא (לפיד אצל פרידברג, 1999: 678).

תהליך פרסום הדוחות השנתיים של מבקר המדינה הפך זה מכבר לטקס קבוע בעל אלמנטים ומאפיינים מסורתיים (פרידברג אצל פרידברג, 1999: 686). תפיסת התקשורת את המוסד בתקופה יולי 2005 ואילך, שבה חל שינוי חד במערכת היחסים בין התקשורת למשרד מבקר המדינה, ראוייה למחקר נפרד.

המאפיין הראשון של הכיסוי התקשורתי לדוחות ביקורת המדינה הוא מאפיין "המודל הצפוי" הגורס כי כל הנוטלים חלק בתהליך הביקורת מורגלים לדרכים קבועות של העברת הדוח לידי המחוקקים ולידי הציבור. גם האירועים הבאים בעקבות פרסום הדוח לבשו מאפיינים קבועים. לפיד (שם, 677) מתאר תהליך קבוע וצפוי של פרסום הדוח השנתי כפי שלמד מניסיונו כמנכ"ל רשות השידור: פעם בשנה, עם פרסום הדוח השנתי, עורכים כל כלי התקשורת "פסטיבל". מאחר שהדוח ניתן לארגוני התקשורת זמן מה מראש עם אמברגו, איסור פרסום, יש להם זמן להיערך ולהתכונן לפרסום. העיתונים וכלי התקשורת האלקטרוניים מקדישים מקום וזמן אוויר לפרסום ממצאי הדוח בהיקף ששמור לאירועים לאומיים ממדרגה ראשונה. גם מסיבת העיתונאים המסורתית, במהלכה מגיש המבקר את הדוח ליושב ראש הכנסת, זוכה לכיסוי הולם. אלא שהמודל הצפוי הנ"ל גורר בעקבותיו גם תגובה צפויה מכיוון העיתונות: מן הדיווחים עולה כי מאחר שממצאי הדוחות הקודמים על פי רוב לא יושמו, צפוי הוא כי המצב הפעם לא יהיה שונה.

המאפיין השני הוא מאפיין התכנים (פרידברג שם, 687). ממצאי הביקורת, מבחינה תוכנית, ניתנים לחלוקה לשתי קטגוריות: ביקורת מסורתית וביקורת מתקדמת. פרידברג (שם, שם) טוען כי ראוי שהממצאים של הביקורת המתקדמת יובלטו בתקשורת מעצם היותם בעלי חשיבות ומשמעות כספית ציבורית גדולה יותר, אך בפועל המקום המוקדש באמצעי התקשורת לממצאי הביקורת המסורתית גדול יותר, וכך רוב הפרסומים מוקדשים לממצאים מתחום החשבונאות, החוקיות והסדירות.

מאפיין תכני נוסף השכיח בסיקור התקשורתי של דוחות הביקורת הוא ההתמקדות בסיקור הסנסציה. לפיד (שם, 677) מספר כי עם קבלת הדוח מתבקש כל כתב לקרוא את הפרק המתייחס לתחום פעולתו ולדלות את הביקורת החשובות יותר ואת

ה"צימוקים", כלומר "בנקודת המפגש של החשוב עם הסנסציוני נדלקים זרקורי הפרסומות". ליבמן (1988, 122) ולביא (אצל פרידברג, 1999: 287) מדברים גם הם על היתפסות תקשורתית ל"פיקנטריה" ולסנסציה ולא תמיד לנושאים העמוקים והכבדים המופיעים בדוח. לביא (שם, 283-285) מפרטת גם אלמנטים בדוח שהם "מגרי פרסום", כלומר תכני ביקורת שיעניינו וימשכו את תשומת הלב התקשורתית. מרכיב "מגרה" שכזה הוא פרסום שמות. היכולת של שמות אנשים ידועים ל"גרות" פרסום תקשורתית עלתה גם היא במחקרם של גאלטונג ורוגה, בו עסקנו מוקדם יותר<sup>1</sup>. מהמחקר עולה כי אירועים הקשורים לאנשי עילית, כדוגמת ראשי המדינה, ערכם החדשותי יגבר. במקרה זה פועל העיקרון הבסיסי של "בני אדם גדולים או שמות גדולים עושים את החדשות" (כספי, 1993: 216). גם ליבמן (1988, 120) מצא כי העיתונות תדווח בהרחבה על דוחות בהם מוזכרים מנהיגים. אלא ששתיית מבקר המדינה היא לא לפרסום שמות, שכן הביקורת היא לגופו של עניין ולא לגופו של אדם. רק באותם מיקרים בהם מובילים כל החוטים לבן אדם מסוים, מפרסמים את שמו בזהירות הנדרשת (לביא אצל פרידברג, 1999: 285). לביא (שם, שם) מציינת גם כי חל שינוי בסגנון כתיבת הדוחות. הסגנון כיום הוא חד וחרף יותר, והוא נתפס כמאיץ פרסום נוסף. מדיניות פרסום השמות השתנתה ביולי 2005, עם כניסתו של השופט מיכה לינדנשטראוס לתפקיד מבקר המדינה. על פי מדיניותו מצוינים בדוחות שמותיהם של עובדי מדינה הנתפסים כאחראים למחדלים.

המאפיין השלישי הוא מאפיין הדעיכה (פרידברג, 1999: 688). ממאפיין זה עולה כי הפרסומים לגבי ממצאי הדוח השנתי של מבקר המדינה מתרכזים במספר ימים מצומצם. עיקר הפרסום הוא בסמוך למסיבת העיתונאים של המבקר והתרת הדוח לפרסום ברבים, וביום שלמחרת. לאחר מכן הולך היקף הפרסום ודועך, עד שהנושא יורד לחלוטין מסדר היום.

גם לפיד (שם, 677) מתייחס לנקודה זו וקובע כי למחרת פרסום הדוח עוברים כלי התקשורת לסדר היום ועוסקים באירוע טרי יותר. נראה כי בעיה זו לא נסתרת מעיניו של מבקר המדינה. מעיון בפרוטוקול הישיבה של וועדת הכנסת לענייני ביקורת המדינה, מה-24.1.00, עולה כי יו"ר הוועדה דאז, ח"כ עוזי לנדאו, התבטא כי "כאשר

1 ראה עמוד 80 לעיל.

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

מבקר המדינה מפרסם דוח זה מצרך החודש". בתגובה השיב מבקר המדינה, אליעזר גולדברג כי "לצער זה מצרך היום" (סיון, 2003 : 150).

בחינה לעומק של התנהגות התקשורת ביחס למעקב מתמשך אחרי נושאים שעלו לסדר היום מגלה כי מאפיין הדעיכה הוא מאפיין המתקיים בדיווחי התקשורת באופן כללי. Downs (1972, 38) משרטט במאמרו מחזוריות שיטתית - Issue attention cycle - שבמהלכה עולה נושא לסדר היום הציבורי בעוצמה רבה, אך לאחר זמן קצר ההתעניינות בנושא זה מתפוגגת. McCarthy, McPhail & Smith (1996, 481) הרחיבו הגדרה זו ודיברו על תהליך מחזורי של - "Media issue attention cycle". תהליך זה מתייחס להופעתה הפתאומית של בעיה מסוימת על סדר היום התקשורתי, בעיה שעד לאותו מועד הייתה ב"צל". בעיה זו נותרת דומיננטית בחדשות לתקופת זמן קצרה, עד שהיא מתפוגגת בהדרגתיות מתשומת הלב התקשורתית, חרף העובדה שהיא לא באה על פתרונה. עמדה מנוגדת לתפיסה זו של אפקט הדעיכה, מוצגת על ידי לביא (אצל פרידברג, 1999 : 278). לשיטתה, החל מסוף שנות ה-80 ביקורת המדינה נמצאת על סדר היום התקשורתי באופן כמעט קבוע, והתיאור של פרסום ולאחריו דעיכה אינו נכון יותר.

המאפיין הרביעי והאחרון הוא מאפיין הגודש (פרידברג 1999 : 689). הדוחות השנתיים של מבקר המדינה מתאפיינים בגודש ממצאים, הנפרשים על מאות ואלפי עמודים, בגלל היקף הארגונים שהמבקר צריך לבחון. גודש זה מעמיד את אמצעי התקשורת בפני בעיה ופוגע באפקטיביות של פרסום הממצאים. לאור בעייתיות זו בחר מבקר המדינה לשעבר, אליעזר גולדברג, לפצל את הדוח השנתי ל-2 חלקים, החל מהדוח השנתי מספר 50. העיסוק התקשורתי בנושאים מתוך דוחות המבקר המפוצלים הפך אינטנסיבי יותר, שכן בצורה זו המבקר אינו מבזבז את כל ה"תחמושת" שלו רק בדוח אחד, אלא יוצר עיסוק מתמשך בממצאים וגורם להענקת תשומת לב תקשורתית לכל דוח בנפרד. מבקר המדינה מיכה לינדנשטראוס, הנהיג שינוי גם בתחום זה, והוא מפרסם דוחות נפרדים בנושאים נקודתיים.

## מעריך המחקר

כלי המחקר בו ייעשה שימוש במאמר הוא ניתוח תוכן. ניתוח תוכן הוא שורה של תהליכים שמטרתם איסוף, ארגון וניתוח אינפורמציה באופן שיטתי לשם הסקת מסקנות. כלי מחקרי זה מנתח בשיטתיות נתונים מגוונים שהתקבלו מרשומות ארכיוניות כתובות ואחרות, מתודולוגיה המאפשרת להסיק מסקנות לגבי המאפיינים והמשמעויות של אותם הנתונים. כמו כן כלי זה מאפשר לפתח פורמטים פשוטים שיעזרו בתמצות אינפורמציה או יאפשרו ספירת תדירות של הופעת נושא נחקר כזה או אחר. ניתן ליצור פורמטים מורכבים יותר, אשר יאפשרו לזהות מגמות לאורך תקופת זמן ארוכה ולאחר השתנות של תופעה כלשהי, וכן יאפשרו לזהות הבדלים מינוריים באופן ההתייחסות לתופעה זו (Chelimsky, 1989: 6).

אחת מיתרונותיה הבולטים של שיטה זו היא יכולת השחזור הגבוהה, גם כאשר מדובר על תופעה שהתרחשה בעבר. יתרון זה מתאפשר כיוון שניתוח התוכן נערך על עדויות כתובות, שמורות וקבועות, באמצעות כללים מפורשים וקטגוריות מוגדרות, המאפשרים לחוקרים שונים לקבל את אותן תוצאות מאותן רשומות ארכיוניות (נחמיאס ונחמיאס, 1992: 128).

המאמר מתייחס לתקופות כהונתם של מרים בן פורת, ששימשה בתפקיד מבקרת המדינה בין השנים 1988-1998, ולתקופת כהונתו של אליעזר גולדברג כמבקר המדינה בין השנים 1998-2005. עבור כל אחד מהם נבחרו באופן אקראי 3 דוחות שנתיים, שהם פרסמו במהלך כהונתם בתפקיד. לגבי מרים בן פורת נבחרו הדוחות השנתיים מספר 45, 46, 47. לגבי אליעזר גולדברג נבחרו הדוחות השנתיים 50א/50, 52א/52, 53א/53. שלושת הדוחות הללו הם דוחות שפוצלו לשני חלקים, ופורסמו בהפרש של מספר חודשים. למעשה ייבדק הסיקור העיתונאי שניתן לכל אחד מהדוחות הללו ולמצאיו, בשלושת העיתונים המרכזיים: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ. מאחר והאמברגו על פרסום הדוח מוסר בשעות אחר הצהריים הרי שהתייחסות עיתונאית אליו יכולה להתחיל רק ביום שלמחרת, שכן שלושת העיתונים שמהווים את אוכלוסיית המחקר הם עיתוני בוקר, המודפסים במהלך הלילה. המחקר יעקוב אחר אופן הסיקור בעיתונים אלו החל מהיום הראשון שלאחר הסרת האמברגו והמשכו

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

בשלושת ימי הפרסום שלאחר מכן. פרסומי העיתונות שנבחרו לצורך ניתוח התוכן הן הכתבות המסקרות באופן אינפורמטיבי את ממצאי הדוח<sup>2</sup>.

השערת המחקר הראשונה היא כי העיתונות תסקר באופן אינטנסיבי יותר ממצאים המובאים בדוחות השנתיים של מבקר המדינה, אשר נוגעים לגופו של אדם המוכר בציבור, או ממצאים סנסציוניים שביכולתם לעורר עניין וסערה ציבורית, וזאת בהשוואה לממצאים אחרים המתפרסמים באותו דוח שנתי. לצורך בדיקת השערה זו נבחרו שלושה מקרי מבחן: שני המקרים הראשונים עוסקים באישי ציבור והשלישי עוסק בנושא שניתן להגדירו כסנסציוני ומעורר מחלוקת. מקרים אלו נבחרו, שכן הם עוררו סערה תקשורתית וציבורית גדולה. לגבי כל מקרה מבחן, תיבדק שכיחות הכתבות העוסקות בו, ביחס למספר הכתבות העוסקות בממצאים אחרים, מאותו הדוח, וזאת בכל אחד משלושת העיתונים בנפרד. כך יתברר אילו ממצאים מקבלים את הסיקור הנרחב ביותר. מקרה המבחן הראשון נוגע לשני אישי ציבור בולטים, שממצאי הביקורת לגביהם פורסמו באותו דוח. הראשון הוא יעקב פרנקל, נגיד בנק ישראל לשעבר. הממצאים העלו כי פרנקל נהנה מהטבות מפליגות ותנאי פרישה מועדפים ופדה ימי חופשה בניגוד למקובל. כמו כן נמתחה ביקורת על מספר הימים הרב בהם שהה הנגיד לשעבר בחו"ל ועל החזרים עבור הוצאות אש"ל שקיבל הנגיד עבור אותם ימים בהם היה מחוץ לגבולות המדינה. מהדוח עלה כי הטבות אלו הסתכמו במאות אלפי שקלים. כמו כן נמתחה ביקורת על הסדר מיוחד שנקבע בבנק כדי לאפשר לנגיד לצבור זכויות אקדמיות. האישיות הציבורית השנייה עליה נמתחה ביקורת באותו דוח הוא שופט בית המשפט העליון לשעבר, צבי טל. על השופט טל, ששימש כיו"ר ועדת העיזבונות, נמתחה ביקורת, על פי הדוח, כי פעל בניגוד עניינים כאשר השתתף בדיוני הועדה לאישור הקצבות, לעמותות בהן מעורבים חברים או קרובי משפחתו מדרגה ראשונה (מבקר המדינה, דין וחשבון שנתי 52ב, 2002).

מקרה המבחן השני קשור לעומד בראש הפירמידה, ראש הממשלה לשעבר (להלן: רה"מ) אריאל שרון. נטען כלפיו כי פעל בניגוד עניינים שכן, בתקופה שבה כיהן כיו"ר מינהל מקרקעי ישראל היה מעורב בנסיון לשנות החלטה האוסרת על חקלאים המחזיקים קרקע בחכירה מהמינהל להשכיר חלק מהקרקע לשימוש מסחרי, על אף

---

2 במתודולוגיה דומה עשו שימוש גם ליבמן (1988) וסיון (2003).

שכמחזיק של קרקע הייתה לו נגיעה אישית בעניין (מבקר המדינה, דין וחשבון שנתי 53ב, 2003).

מקרה המבחן האחרון שייבדק קשור להטבות מפליגות וחריגות שנתנה חברת החשמל לבכירה, עובדיה וגמלאיה. הטבות אלו לא נכללו בהסכמי השכר הציבוריים ועם הזמן גדל מעגל האנשים שנהנה מהן. מהדוח עלה כי באותה שנה צרכו עובדי החברה חשמל חינם בעלות של 100 מיליון שקל. המבקר דיווח כי העובדים הבכירים בחברה ציבורית זו הרוויחו יותר מראש הממשלה וכי המשכורות הגבוהות המשולמות לעובדי החברה נובעות משלל סעיפי תוספות שכר חריגות (מבקר המדינה, דין וחשבון שנתי 50א, 1999).

ההשערה השנייה היא כי קיים מאפיין של דעיכה במידת הסיקור העיתונאי את הדוח השנתי של המבקר וממצאיו. השערה זו תיבדק באופן הבא: בהקשר לכל אחד מהדוחות הנדונים במאמר, ימנה מספר כל הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח, כאשר ספירה זו תתבצע לגבי יום הפרסום הראשון שלאחר הסרת האמברגו וגם לגבי שלושת ימי הפרסום הבאים. ספירה זו תתבצע במקביל בכל אחד משלושת העיתונים. אופרציה זו תאפשר לבחון האם יש ירידה, כלומר דעיכה, במספר הכתבות העוסקות בדוח המבקר, במהלך הימים שלאחר פרסומו.

ההשערה השלישית היא כי פיצול הדוח השנתי לשני חלקים נפרדים הגביר את הסיקור העיתונאי הניתן לו. השערה זו תיבדק על ידי ספירת מספר הכתבות, בכל אחד משלושת העיתונים, שסיקרו את שלושת דוחות ביקורת המדינה של בן פורת, וספירה נפרדת של מספר הכתבות, בכל אחד משלושת העיתונים, שסיקרו את שלושת דוחות הביקורת המפוצלים של אליעזר גולדברג. לשם עריכת ההשוואה יחושב ממוצע מספר הכתבות של כל עיתון לגבי כל שלישיית דוחות בנפרד. השוואת תוצאות הממוצעים לגבי כל עיתון בנפרד תאפשר להסיק האם חל שינוי בכמות הסיקור שמקדיש כל עיתון לדוחות, לאחר פיצולם.

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

## התוצאות

א. **ממצאים בעלי אופי אישי:** לצורך בדיקת ההשערה הראשונה, שעל פיה ממצאים לגבי אישי ציבור וממצאים סנסציוניים יסוקרו בהרחבה יתרה בעיתונות, נבדקה שכיחות הכתבות העוסקות ב-3 מקרי מבחן בכל אחד מהעיתונים בנפרד. המקרה הראשון מתייחס, כאמור, לממצאים המבקרים את יעקב פרנקל וצבי טל. השכיחות נבדקה החל מה-30.4.02, יום למחרת הסרת האמברגו, והמשך בשלושת ימי פרסום העיתונים שלאחריו<sup>3</sup>.

### ידיעות אחרונות:

טבלה 1: שכיחות הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח

שכיחות	נושא הממצאים
9	ממצאי פרנקל
6	ממצאי טל
2	בניית השגרירות בטוקיו
2	שכר בעמותות
16	שוונות
35	סה"כ

ניתוח התוכן העלה כי סך הכתבות שהוקדשו לתיאור ממצאי הדוח השנתי 52 בעיתון ידיעות אחרונות בתקופה הנתונה היה 35 במספר. 9 כתבות מתוכן (כ-26%) הוקדשו לתיאור הממצאים הנוגעים לנגיד הבנק לשעבר - כלומר יותר מרבע מכלל הסיקור, 6 כתבות (כ-17%) הוקדשו לממצאי הביקורת הנוגעים לשופט טל. 2 הנושאים הנסקרים ביותר לאחריהם שזכו ל-2 כתבות בלבד כל אחד (כ-6%) עסקו בנושא השכר בעמותות ובנושא 7 מיליון הדולרים שהושקעו בבניית השגרירות בטוקיו. כל ממצאי הביקורת

3 במקרי המבחן הנבדקים יש מספר מצומצם של כתבות המסקרות יותר ממצא אחד ועד 3-2 ממצאים. במקרים אלו נספרה כל כתבה יותר מפעם אחת, בהתאם למספר הממצאים המסקרים בה.

האחרים שהעיתון בחר לדווח עליהם קיבלו אזכור בודד בצורת כתבה אחת. הממצאים הנוגעים לנגיד הבנק לשעבר דווחו איפוא בהרחבה רבה יותר מאשר ממצאים הנוגעים לעלות הגבוהה של בניית השגרירות הישראלית ביפן, שנבנתה על פי הדוח בעלות של 7 מיליון דולר. ראוי לציין כי ביום הפרסום הראשון בעיתון (30.4.2002) הממצאים בנוגע לפרנקל הוזכרו בכותרת הראשית של העיתון.

### **מעריב:**

רוב הכתבות עסקו בממצאים הנוגעים לשני האישים במשולב. סך הכול במשותף היו 10 כתבות שתיארו את ממצאי המבקר בנוגע לשניהם, ומתוך 25 כתבות שהוקדשו לעיסוק בממצאי הדוח השנתי של המבקר, הרי שמדובר ב-40% מכלל העיסוק התקשורתי בדוח שהיו מוקדשים לשני אנשי הציבור הללו. כל שאר ממצאי הביקורת המפורסמים זכו להתייחסות בכתבה אחת בלבד לכל אחד. גם מעריב דיווח על הממצאים בקשר אליהם ביום הפרסום הראשון, בעמוד הראשי.

### **הארץ:**

8 כתבות מתוך סך הכול של 29 במספר, כלומר כ-28%, עסקו בממצאים הנוגעים לנגיד לשעבר ושלוש כתבות עסקו בממצאים הנוגעים לשופט טל (כ-10%). הממצאים בנושאים אחרים נסקרו, כל אחד בכתבה אחת בלבד. הביקורת שנמתחה על שני האישים זכתה בכל שלושת העיתונים שנבדקו לכיסוי גדול יותר בהשוואה לנושאי הביקורת האחרים, דבר העולה בקנה אחד עם השערת המחקר.

מקרה המבחן השני פורסם בדוח 53ב, שהוא חלקו השני של הדוח השנתי, והוא עסק כאמור בראש הממשלה לשעבר. בדיקת שכיחות הכתבות בשלושת העיתונים לאורך ארבעת הימים החלה ב-1.5.03 והעלתה את הממצאים הבאים:

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

### ידיעות אחרונות:

מתוך 30 פריטים סך הכול שנספרו במהלך תקופה זו כעוסקים בממצאי הדוח, 5 אזכורים (כ-17%) עסקו ברה"מ. 3 כתבות (10%) התייחסו לביקורת המופנית לנציבות שירות המדינה, ואילו יתר הממצאים המסוקרים זכו להתייחסות בכתבה אחת בלבד. ביום הפרסום היתה ההתייחסות לראש הממשלה בעמוד השער של העיתון.

### מעריב:

טבלה 2: שכיחות הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח

שכיחות	נושא הממצאים
3	רוה"מ
2	קבלת החלטות על ידי שרים
2	עובדים זרים
2	עומס צריכה בחברת חשמל
2	סכנת הצפה של בתי מלון בים המלח
22	שונות
<b>33</b>	<b>סה"כ</b>

מתוך 33 כתבות סך הכול שסיקרו את ממצאי הדוח, 3 כתבות (כ-9%) עסקו בראש הממשלה. נושאים אחדים סוקרו על ידי שתי כתבות כל אחד מהם (כ-6%). יתר הממצאים סוקרו כל אחד בכתבה עיתונאית אחת בלבד. גם כאן דווחו הממצאים הנוגעים לרוה"מ בעמוד השער של העיתון.

### הארץ:

מתוך 35 כתבות המסקרות את ממצאי הדוח, 4 כתבות (כ-11%) עסקו ברוה"מ. שורה ארוכה של ממצאים שונים, בהם ממצאים מתחום הכלכלה, זוכים כל אחד לאזכור בכתבה אחת בלבד. גם בעיתון זה דווחו הממצאים הנוגעים לרוה"מ בעמוד השער הראשי.

מהממצאים עולה כי הביקורת על רה"מ זכתה לכיסוי הרב ביותר, ביחס לנושאי הביקורת האחרים, בכל שלושת העיתונים שנבדקו.

מקרה המבחן האחרון שנבדק לקוח מדוח 50א והוא נושא שעונה להגדרה סנסציוני, למרות שלא עומדת במרכז דמות ציבורית ידועה. מדובר בממצאים על עובדי חברת החשמל, העוסקים בצריכה מוגזמת של חשמל חינם על ידי העובדים ובשכרם. יש לציין כי נושא ההטבות והשכר של עובדי חברת החשמל הוא נושא שנוי במחלוקת מזה זמן רב, והעובדים הבכירים של חברת החשמל "מככבים" מידי שנה בדוח הממונה על השכר הסוקר את חריגות השכר במשק הישראלי. להלן הממצאים שנבדקו החל מתאריך 6.10.99:

### ידיעות אחרונות:

טבלה 3: שכיחות הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח

השכיחות	נושאי הממצאים
5	הטבות בחברת החשמל
3	חוסר תיאום ותחרות בין גופי המודיעין
2	הלוויין עמוס ככישלון כלכלי
2	מפעלים מסוכנים קרובים לבתי תושבים
2	שדות מוקשים לא מסומנים
2	עולים לא מגויסים לצה"ל
13	שוונות
29	סה"כ

מתוך כל 29 הכתבות שהוקדשו לפרסום ממצאי הדוח בימים הנחקרים, 5 כתבות (כ-17%) הוקדשו לנושא של הטבות החשמל והשכר במונופול החשמל הגדול. גם נושא חוסר התיאום והתחרות בין גופי המודיעין נהנה מסיקור נרחב יחסית של 3 כתבות (כ-10%). 4 נושאים אחרים סוקרו כל אחד על ידי שתי כתבות (כ-7%), ביניהם ממצא לגבי עשרות מיליוני שקלים שירדו לטמיון בפרויקט פיתוח הלוויין עמוס. שוב, יש

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

העדפה של ביקורת "סנסציונית" על פני ממצאים המצביעים על נזק כספי, גדול לאין שיעור. יתר הממצאים המדווחים נסקרים כל אחד בכתבה אחת בלבד.

#### מעריב:

טבלה 4: שכיחות הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח

נושא הממצאים	השכיחות
חוסר תיאום ותחרות בין גופי המודיעין	3
שדות מוקשים לא מסומנים	2
הטבות לעובדי חברת החשמל	1
שונות	9
<b>סה"כ</b>	<b>15</b>

במקרה זה ההשערה בדבר סיקור מסיבי של נושא ההטבות בחברת החשמל נדחית. הנושא המסוקר ביותר הוא הממצאים הנוגעים לגופי המודיעין, שמקבל 3 כתבות מתוך 15 סך הכול (20%); נושא שדות המוקשים מסוקר בשתי כתבות (כ-13%), ואילו חברת החשמל ושאר הממצאים המפורסמים בעיתון מוזכרים בכתבה אחת בלבד כל אחד מהם (כ-7%).

#### הארץ:

טבלה 5: שכיחות הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח

נושא הממצאים	שכיחות
הטבות לעובדי חברת החשמל	7
חוסר תיאום ותחרות בין גופי המודיעין	2
שונות	14
<b>סה"כ</b>	<b>23</b>

מתוך 23 כתבות סך הכול, 7 כתבות (כ-30%) עסקו בממצאי מבקר המדינה לגבי עובדי חברת החשמל. נושא זרועות המודיעין מסוקר בשתי כתבות (כ-9%), בעוד ששורה ארוכה של ממצאים, המצביעים על נזקים כספיים אדירים (לדוגמא: התעשייה האווירית מפגרת בפיתוח מערכת נשק בעלות של 135 מיליון דולר) מקבלים סיקור במסגרת כתבה אחת בלבד.

מהממצאים עולה כי הביקורת שנמתחה על ההטבות שניתנו לעובדי חברת החשמל זכתה לכיסוי הרב ביותר, ביחס לממצאי ביקורת אחרים בעיתונים ידיעות אחרונות והארץ. במעריב ההשערה נדחתה.

על פניו נראה כי ההפרשים במספר הכתבות המסקרות את הנושאים השונים הוא לעיתים קטן. יחד עם זאת בהתחשב בכך שרוב ממצאי הביקורת זוכים לאזכורים בודדים וחד פעמיים בלבד, הרי שיש משמעות לכך שממצא, מסוקר ולו פעם אחת יותר מאחרים. יש בכך כדי להבליט אותו ולהשאירו במודעותו של הקורא לזמן ממושך יותר ביחס לממצאים האחרים. ניתן לקבוע אפוא, שממצאים הנוגעים לאנשי אליטה או לעניין סנסציוני בעל חשיבות ציבורית ייהנו מסיקור תקשורתי נרחב יותר, במידות משתנות.

ב. **אפקט הדעיכה:** ההשערה השנייה, שעל פיה קיים אפקט דעיכה בסיקור ממצאי הדוח, נבדקה על ידי ספירת מספר הכתבות המתפרסמות ביום הפרסום שלאחר הסרת האמברגו (להלן: יום הפרסום הראשון) ושלושת ימי הפרסום שלאחריו<sup>4</sup>. ספירה זו נעשתה לגבי כל דוח בנפרד, בכל אחד משלושת העיתונים. להלן התוצאות:

---

4 ב"מי פרסום" הכוונה היא לימים עוקבים שבהם הודפסו והופצו העיתונים, לא כולל שבתות ומועדי ישראל.

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

טבלה 6: דוח מספר 45 (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
0	0	1	17	<b>ידיעות אחרונות</b>
0	0	0	24	<b>מעריב</b>
0	0	0	36	<b>הארץ</b>

טבלה 7: דוח מספר 46 (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
0	0	1	23	<b>ידיעות אחרונות</b>
0	0	1	21	<b>מעריב</b>
1	0	1	42	<b>הארץ</b>

טבלה 8: דוח מספר 47 (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
0	0	0	24	<b>ידיעות אחרונות</b>
0	1	0	22	<b>מעריב</b>
0	2	0	56	<b>הארץ</b>

טבלה 9: דוח מספר 50 א (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
0	1	2	26	<i>ידיעות אחרונות</i>
0	0	0	15	<i>מעריב</i>
0	0	0	23	<i>הארץ</i>

טבלה 10: דוח 50 ב (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
0	0	0	38	<i>ידיעות אחרונות</i>
0	0	0	16	<i>מעריב</i>
0	1	0	24	<i>הארץ</i>

טבלה 11: דוח 52 א (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
0	0	0	18	<i>ידיעות אחרונות</i>
0	0	1	10	<i>מעריב</i>
0	0	0	20	<i>הארץ</i>

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

טבלה 12: דוח 52 ב (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
2	1	5	27	<b>ידיעות אחרונות</b>
1	1	3	20	<b>מעריב</b>
1	1	3	24	<b>הארץ</b>

טבלה 13: דוח 53 א (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
0	1	2	18	<b>ידיעות אחרונות</b>
0	0	0	9	<b>מעריב</b>
0	0	3	18	<b>הארץ</b>

טבלה 14: דוח 53 ב (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)

מספר הכתבות ביום הרביעי	מספר הכתבות ביום השלישי	מספר הכתבות ביום השני	מספר הכתבות ביום הפרסום הראשון	
0	0	2	28	<b>ידיעות אחרונות</b>
0	1	0	32	<b>מעריב</b>
1	6	0	28	<b>הארץ</b>

מהתוצאות עולה תמונה ברורה של ירידה דרסטית במספר הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח בין היום הראשון לפרסום, היום שלאחר הסרת האמברגו, לבין שלושת הימים העוקבים. ביום הראשון הסיקור מתפרש על עשרות כתבות, בעוד שבימים

העוקבים הסיקור יורד למספר כתבות בודדות בלבד. קביעה זו נכונה לגבי כל אחד מהמקרים שנבדקו והוצגו להלן.

ג. **פיצול הדוח השנתי:** על פי השערה השלישית, פיצול הדוח השנתי של מבקר המדינה ל-2 חלקים נפרדים הגביר משמעותית את הכיסוי העיתונאי הניתן לדוח בכללותו. ההשערה נבדקה בדרך הבאה: לגבי כל עיתון בנפרד, חושב ממוצע מספר הכתבות שסיקרו את שלושת הדוחות השנתיים שנבחרו מתקופת בן פורת, וממוצע מספר הכתבות שסיקרו את שלושת הדוחות המפוצלים של גולדברג.

להלן התוצאות:

**ידיעות אחרונות:**

טבלה 15: מספר הכתבות המסקרות את הדוחות השנתיים וממוצע משותף

ממוצע מס' כתבות	דוח 47	דוח 46	דוח 45	
22	24	24	18	מספר כתבות

טבלה 16: מספר הכתבות המסקרות את הדוחות השנתיים המפוצלים וממוצע משותף

ממוצע מס' כתבות	דוח 53	דוח 52	דוח 50	
57	51	53	67	מספר כתבות

הנתונים מצביעים באופן מובהק שמספר הכתבות הממוצע לגבי הדוח המפוצל עלה ב-35 לעומת הדוח המאוחד שקדם לו. קרי, גידול של כ-160%.

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

### מעריב:

טבלה 17: מספר הכתבות המסקרות את הדוחות השנתיים וממוצע משותף

ממוצע מס' כתבות	דוח 47	דוח 46	דוח 45	
23	23	22	24	מספר כתבות

טבלה 18: מספר הכתבות המסקרות את הדוחות השנתיים המפוצלים וממוצע משותף

ממוצע מס' כתבות	דוח 53	דוח 52	דוח 50	
36 (בקירוב)	42	36	31	מספר כתבות

הפער בין הממוצעים בסיקור של "מעריב" עומד על 13 כתבות, קרי, גידול של 56% בקירוב.

### הארץ:

טבלה 19: מספר הכתבות המסקרות את הדוחות השנתיים וממוצע משותף

ממוצע מס' כתבות	דוח 47	דוח 46	דוח 45	
46	58	44	36	מספר כתבות

טבלה 20: מספר הכתבות המסקרות את הדוחות השנתיים המפוצלים וממוצע משותף

ממוצע מס' כתבות	דוח 53	דוח 52	דוח 50	
51	56	49	48	מספר כתבות

הגידול במספר הכתבות המסקרות את דוח המבקר עם פיצולו לשני חלקים, עלה בכ-11%.

התמונה הכוללת מאששת את ההשערה כי פיצול הדוח הביא לגידול של הסיקור.

**ממצאים נוספים**

באמצעות ניתוח התוכן נבחנה השאלה האם בצורת הסיקור העיתונאי של ממצאי הדוח השנתי יש אלמנטים קבועים. לשם כך נבדקו וחושבו גם הגדלים של הכתבות ומיקומן בתוך העיתון. כתבה שגודלה עד רבע עמוד נחשבה כקטנה, כתבה שגודלה בין רבע עמוד לחצי עמוד נחשבה בינונית וכתבה שגודלה נע בין חצי עמוד לעמוד שלם נחשבה כגדולה. לגבי המיקום, נעשתה הבחנה בין כתבות שפורסמו בדפי החדשות ובין הכתבות שפורסמו באחד המוספים הפנימיים. להלן התוצאות:

**טבלה 21: התפלגות הכתבות באחוזים, בחלוקה לעיתונים, על פי גודלן (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)**

כתבה גדולה	כתבה בינונית	כתבה קטנה	
12.23	13.92	73.83	<b>ידיעות אחרונות</b>
13.48	7.86	78.65	<b>מעריב</b>
1.71	11.68	86.6	<b>הארץ</b>

מהנתונים הללו עולה כי רובן המוחלט של הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח הן כתבות קטנות. קביעה זו נכונה לגבי כל אחד משלושת העיתונים, בין אם מדובר בדוח שנתי אחד ובין אם מדובר בדוח מפוצל.

**טבלה 22: התפלגות הכתבות באחוזים, בחלוקה לעיתונים, על פי מיקומן (המקור: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ)**

בדפי החדשות	בדפי המוספים	
22.36	77.63	<b>ידיעות אחרונות</b>
21.91	78.08	<b>מעריב</b>
16.83	83.16	<b>הארץ</b>

מהנתונים הללו עולה כי רובן המוחלט של הכתבות המסקרות את ממצאי הדוח ממוקמות לרוב בדפי המוספים הפנימיים של העיתונים. גם קביעה זו נכונה לגבי כל

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

אחד משלושת העיתונים, בין אם מדובר בדוח שנתי אחד ובין אם מדובר בדוח מפורט. גם סיוון (2003, 175) מצא כי כ-70% (66 מתוך 95 פריטים) מהפרסומים שבדק, אודות מבקר המדינה, התפרסמו בעמודים הפנימיים של העיתונים שנבדקו.

כמו כן נמצאו ממצאים נוספים המצביעים על כך שהעיתונות אימצה לעצמה דפוס פרסום קבוע, החוזר על עצמו בכל העיתונים שנבדקו: מתוך 27 מקרי פרסום שנבדקו (3 דוחות שנתיים + 6 דוחות חצי שנתיים בכל אחד משלושת העיתונים) נמצא כי ב-22 מהמקרים (כ-81%) הייתה התייחסות לדוח בעמוד הראשי של דפי החדשות בעיתון, עם הפנייה לכתבות נוספות בעמודים אחרים. מתוך 27 הפרסומים, 6 פעמים זכו ממצאי הביקורת לכותרת ראשית (כ-22%). ב-4 מיקרים לא הייתה התייחסות לממצאי הדוח בשער, אך היו כתבות בנושא בתוך עמודי החדשות. רק במקרה אחד הייתה התייחסות לממצאים רק במוספים הפנימיים.

## דיון וסיכום

בעזרת שיטת המחקר של ניתוח תכני העיתונים ידיעות אחרונות, מעריב והארץ, שסיקרו את ממצאי דוחות מבקר המדינה, נבדקו מהם נושאי הביקורת שמושכים את מרבית תשומת הלב העיתונאית. ראשית, נמצא כי אכן ממצאים סנסציוניים הנוגעים לגופו של איש ציבור ידוע ידווחו בהרחבה רבה יותר, ביחס לממצאים אחרים. המניע מאחורי סיקור זה ברור: כיסוי בולט יותר של נושאים "מגרי פרסום" ומעניינים יותר, יש בו כדי למשוך את תשומת ליבם של הקוראים, ולדרבנם לרכוש את הגיליון.

שנית, נמצאה דעיכה משמעותית בסיקור העיתונאי את ממצאי הדוח, דעיכה שמתחילה כבר ביום השני שלאחר פרסומי הממצאים.

שלישית, נמצאה עלייה מובהקת במספר הכתבות המסקרות את הדוח השנתי, עם המעבר שהנהיג מבקר המדינה לשעבר, אליעזר גולדברג, לדוח שנתי שמפוצל לשני חלקים.

לנוכח ממצאי המאמר עולה השאלה מה תהינה ההשלכות על היקף הסיקור התקשורתי שיקבל דוח המבקר, במידה וזה יפוצל, למשל, לארבעה חלקים שיפורסמו כל רבעון. האם אין בכך כדי להשאיר את דוח המבקר על סדר היום באורח כמעט

רציף במשך כל השנה, דבר שיעורר דעת קהל ויפעיל לחץ לתיקון הליקויים? מצד שני יש חשש כמובן שעיסוק אינטנסיבי מעין זה בדוח השנתי ובממצאיו ימאס עצמו על הציבור, ומבקר המדינה בעודו "מחפש לברך ייצא מקלל".

בנקודה זו חשוב מאוד לציין כי היקף הסיקור העיתונאי של ממצאי הדוח תלוי לא רק בתכניו או בפיצולו, אלא גם במידה רבה בסיפורים החדשותיים האחרים העומדים על הפרק, כיוון שאלו "נלחמים" עם ממצאי דוח המבקר על שטחי הפרסום המוגבלים בעיתון. אבל מאחר וגורם זה אינו נמצא בשליטתו של המבקר עליו לבחון דרכים נוספות שיעזרו לו למקד את תשומת הלב התקשורתית, ולכן גם הציבורית, בדוחות שהוא מפרסם, ככלי להגברת האפקטיביות שלו.

לבסוף בדק המאמר האם ניתן לשרטט קווים כלליים המאפיינים את אופן העיסוק העיתונאי בדוח השנתי ובממצאיו.

ניתן לשרטט בהכללה את הקווים המאפיינים את הסיקור העיתונאי הקבוע למדי של ממצאי הדוח השנתי של מבקר המדינה: על פי רוב תופיע התייחסות לממצאים כבר בעמוד השער של העיתון, עם הפנייה לכתבות נוספות בתוך עמודי החדשות ובתוך המוספים המצורפים. במידה ויש בין הממצאים ביקורת המופנית לאישי ציבור ידועים, או כזו העוסקת בנושאים סנסציוניים מעוררי עניין, יש אפשרות שממצאים אלו ימצאו דרכם לכותרת הראשית, כל עוד אין באותו יום נושא אחר, ה"מגרה" פרסום במידה רבה יותר. ממצאים "מגרי פרסום" יסוקרו בהרחבה כבר בתוך עמודי החדשות. רובן המכריע של הכתבות המסקרות את הדוח תופענה במוספים, והממצאים המעניינים יותר תקשורתית יופיעו בפורמט גדול או בינוני, אך הרוב יופיעו בפורמט קטן. מאחורי כל כתבה קטנה כזו מסתתרים למעשה ממצאי ביקורת שיכולים להתפרסם בדוח המבקר על עשרות ומאות עמודים. עובדה זו מעוררת שאלות לגבי אופיו הרדוד של הסיקור העיתונאי במקרים אלו. ברוב המקרים ריכוז הכתבות המשמעותי יהיה ב"מוסף ראשי", לדוגמא "24 שעות" של ידיעות אחרונות ו-"מעריב היום" של מעריב, כלומר המוסף שאינו מוקדש לעיסוק בתחום ספציפי אחד. ממצאים בעלי גוון ספציפי, לדוגמא ממצאים מתחום הכלכלה או הספורט, יכול שיופיעו במוספים העוסקים בלעדית בתחומים אלו. בחלק מהמקרים המוספים הפנימיים מוגדרים כ"מוסף מיוחד", ומאפיין שכיח נוסף באופן הסיקור הוא השימוש הנפוץ

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

מאוד בפורמט "עיקרי הממצאים", בו מרכזים העיתונאים תחת מסגרת גראפית אחת את הממצאים החשובים, לתפיסתם. ממצאים אלו מוצגים במשפט מתומצת, ויש בהם כדי לרמוז לקורא על חשיבותם היחסית.

מסקנות אלו מהוות, לטעמי, חלק מאותו מודל צפוי, הנדון בתחילת המאמר, מודל המאבחן דרכים קבועות המאפיינות את אופן פרסום ממצאי הדוח ואת אופן הטיפול התקשורתי בהם.

לסיכום, מחקר זה סובל מחולשה עיקרית אחת בכך שהוא מנתק את הסיקור העיתונאי של הדוח וממצאיו מכלל הסיקור התקשורתי של כל אמצעי התקשורת ההמוניים. התמונה התקשורתית ביחס לסיקור הדוח לא תהיה מלאה ללא התייחסות לכלל החבילה המרכיבה את עולם המדיה בשלמותו. רק בשילוב בדיקה של הסיקור באמצעי התקשורת האלקטרוניים תתקבל תמונה אמיתית ומלאה על אופן הסיקור של הדוח השנתי של מבקר המדינה. בדיקה מקיפה מעין זו של כל אמצעי התקשורת יכולה להיות נושא נוסף הראוי למחקר מעמיק.

לבסוף, תרומתו של מאמר זה בכך שהוא נותן תוקף אמפירי-כמותי למאפייני הסיקור, שניתנים לזיהוי על ידי כל המתמיד בקריאת עיתונים.

## רשימת מקורות

גולן יהודה וקדרי ינון. "ניקוי אירויות" בכל המשרדים (מעריב, 2004, 29 באוגוסט).  
הורד ב-10 בנובמבר, 2004, מאתר האינטרנט של קבוצת מעריב:

<http://www.nrg.co.il/online/1/ART/775/632.html>

גורן דינה. **תקשורת ומציאות** (1986). ירושלים, בית הוצאה כתר.

הראל ישראל. "הסקופים של מבקר המדינה", **ספר השנה של העיתונאים** (1980).  
146-142.

חוק חופש המידע, התשנ"ח-1998.

חוק יסוד: מבקר המדינה וחוק מבקר המדינה, התשי"ח-1958 [נוסח משולב].

- כנעני דוד. דעת-קהל. בתוך **האנציקלופדיה למדעי החברה** (1970). (כרך ראשון, עמ' 925-926), ירושלים, ספריית פועלים.
- כספי דן. **תקשורת המונים**, תל אביב, האוניברסיטה הפתוחה (1993).
- כספי דן. **תמונות בראש: דעת קהל ודמוקרטיה**. תל אביב, האוניברסיטה הפתוחה (2001).
- לביא שלומית. ביקורת המדינה ברשויות המקומיות בראי התקשורת. בתוך אשר פרידברג (עורך), **הביקורת ברשויות המקומיות בישראל** (1999) (עמ' 275-298). ירושלים, משרד הפנים.
- ליבמן ברוך. **השוואה בין דוחות ביקורת המדינה על הרשויות המקומיות, לפרסומי העיתונות המקומית על דוחות אלה בישראל בשנים 1979-1986**. אוניברסיטת חיפה, עבודת גמר המוגשת כמילוי חלק מהדרישות לקבלת התואר מוסמך (1988).
- לפיד יוסף. תדמית ביקורת המדינה במדיה. בתוך אשר פרידברג (עורך), **ביקורת המדינה בישראל - הלכה למעשה** (1999) (עמ' 677-680). ירושלים: אקדמון.
- מבקר המדינה. **דין וחשבון שנתי 50א** (1999). ירושלים.
- מבקר המדינה. **דין וחשבון שנתי 52ב** (2002). ירושלים.
- מבקר המדינה. **דין וחשבון שנתי 53ב** (2003). ירושלים.
- מבקר המדינה. **דו"ח ביקורת על מינויים פוליטיים ומינויים בלתי תקינים במשרד לאיכות הסביבה** (2004). ירושלים.
- נחמיאס דוד ונחמיאס חוה. **שיטות מחקר במדעי החברה**, תל אביב (1992), עם עובד.
- סיוון מאיר. **התרחבות תפקידיה של ביקורת המדינה בישראל (1967 עד ראשית 2001)**. אוניברסיטת חיפה (2003), חיבור לשם קבלת התואר "דוקטור לפילוסופיה".
- פרידברג אשר. השפעות ביקורת המדינה על תהליכים פוליטיים באמצעות כלי התקשורת (1999). בתוך אשר פרידברג (עורך), **ביקורת המדינה בישראל - הלכה למעשה** (עמ' 681-698). ירושלים, אקדמון.

\_\_\_\_\_ מאפיינים של סיקור העיתונות הכתובה של סוגיות ונושאים מתוך דוחות מבקר המדינה

Chelimsky Eleanor. (1989). *Methodology Transfer Paper, 10.1. 3, Content Analysis: A Methodology for Structuring and Analyzing Written Material*. Retrieved November 10, 2004, from the GAO web site:

<http://www.gao.gov>.

Downs Anthony. (1972). Up and Down With Ecology – “The Issue Attention Cycle”. *The Public Interest*, 28, 38-43.

McCarthy John, McPhail, Clark, & Smith, Jackie. (1996). Images of Protest: Dimensions of Selection Bias in Media Coverage of Washington Demonstrations, 1982 and 1991. *American Sociological Review*, 61 (3), 478-499.

## **תודות**

הרעיון לכתיבת מאמר זה הועלה על ידי פרופ' אשר פרידברג ז"ל, ששימש כמנהל התוכנית ללימודי ביקורת ציבורית ופנימית, במסגרת לימודי M.A, בבית הספר למדעי המדינה באוניברסיטת חיפה.

המחבר מבקש להודות לד"ר מאיר סיון ולמר ניסים מזרחי על עזרתם הרבה בעת כתיבת המאמר והבאתו לפרסום.