

חיים חגי

"התוכן חשוב אבל יותר חשוב שייכנסו אנשים..."

"עיתונאי ספורט ישראליים אימצו את הז'רגון התופס הצלחה עיתונאית כהצלחה מסחרית, ארגוני העיתונות נתפסים על ידם כארגונים כלכליים גרידא" • בחינה אתנוגרפית של שדה עיתונות הספורט בישראל

0 | 06.01.2016

עיתונות הספורט נתפשת כחריגה בשדה העיתונות. משך שנים כונתה מחלקת הספורט "מחלקת הצעצועים", כלומר מקום שבו מרוכזים עיתונאים חובבנים ורשלנים העוסקים בחדשות רכות. מחקרים אקדמיים שבחנו את עיתונות הספורט הציגו ממצאים לפיהם ניתן לקבוע, גם אם בהכללה, שהממד הספורטיבי הוא שקובע את האג'נדה בשיח הספורט.

עם זאת, נדמה שמאז שנות ה-2000 מדורי הספורט נמצאים בעיצומו של תהליך שינוי – הסיקור העיתונאי התרחב באופן משמעותי בכל סוגי המדיה, וידיעות הספורט זוכות לבולטות גם בעמודי החדשות ובמדורים הכלכליים. אלו ככל הנראה הסיבות לכך שהסטאטוס המקצועי של עיתונאי הספורט השתפר. במקביל, שדה העיתונות כולו עובר תהליכים משמעותיים של שינוי. חוקרים רבים הצביעו על מותה של העיתונות המסורתית בעשור האחרון. השינויים הטכנולוגיים, ובעיקר התפתחות האינטרנט, נתפסים כמי שהובילו את תהליך הדעיכה של העיתונות, משום שהם שינו את האופן שבו צורכים חדשות וצמצמו את רווחי ארגוני החדשות.

הירידה
בהכנסות
הובילה
לקיצוץ חד
בהוצאות
של גופי
התקשורת
וכתוצאה
מכך פחות
עיתונאים
מדווחים על



בזכות קוראים כמוך נבטיח את עתיד "העין השביעית"

תרמו לעין השביעית

תרמו לנו עכשיו כדי שנוכל להמשיך לפקוח עין ביקורתית, עצמאית ובלתי תלויה

פחות חדשות בפחות עמודים והדיווח העיתונאי הקלאסי שמספק מידע, מחקר וניתוח עצמאי נמצא בסכנת הכחדה.

הקצב החדש והמהיר שבו
מתנהל שיח הספורט, מאתגר
את הערכים העיתונאיים
הקלאסיים

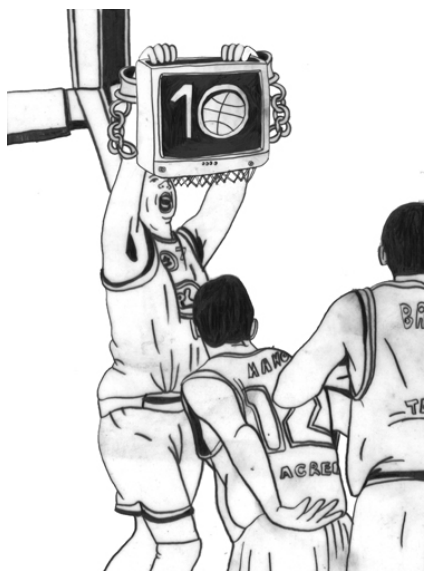
העידן הדיגיטלי הביא עימו שינויים מרחיקי לכת גם באופן שבו מסוקר שדה הספורט. מספרם הגדול של ערוצי הספורט בטלוויזיה, תוכניות הספורט היומיות ברדיו ואתרי האינטרנט המתעדכנים 24 שעות ביממה, הובילו להאצת הקצב שבו מועבר מידע אל הצרכנים. הקצב החדש והמהיר שבו מתנהל שיח הספורט, מאתגר את הערכים העיתונאיים הקלאסיים של הוגנות ואמינות, מערער את הסמכות הבלעדית שהיתה נתונה בעבר לעיתונות הספורט המודפסת, ומשפיע גם על פרקטיקות העבודה העיתונאיות ועל האמון בין העיתונאים למקורותיהם.

המחקר הנוכחי ביקש להעמיד את הטענות המופנות כלפי עיתונאי הספורט במבחן אמפירי ולחקור בכלים אתנוגרפיים את תרבות עיתונות הספורט הישראלית. במוקד המחקר עמדה הבחינה הסינכרונית של מגוון אמצעי התקשורת המסקרים את אירועי הספורט תוך ניסיון להצביע על ההבדלים בין אופני הייצור והעריכה של הטקסטים במדיה השונים. במקביל נבחן גם המימד הדיאכרוני של התפתחות הקהילה המקצועית כפי שזה הוצג בשיח הרפלקסיבי על ידי העיתונאים במדורי הספורט.

לפיכך מערך המחקר הורכב משילוב של שלוש מתודולוגיות: תצפיות לא משתתפות במערכות חדשות בהן ניסיתי להתחקות אחר תהליך קביעת הערך החדשותי של ידיעה במדיה השונים; 20 ראיונות עם כתבים ועורכים בהם ניסיתי להבין כיצד תופסים עיתונאי הספורט את תפקידם ומהם הערכים המנחים את עבודתם; ניתוח תוכן איכותני בו בחנתי את התפתחות קהילת עיתונאי הספורט והשיח המקצועי במדורי הספורט של עיתונות הדפוס בין השנים 1948-2014.

עבודת השדה נערכה במספר אתרים שכללו – דסק של תוכנית חדשות בטלוויזיה, דסק של אתר ספורט ברשת, דסק של עיתון דפוס יומי, דסק של מקומון ותוכנית רדיו מקומית. בכל אחד מהאתרים ביצעתי תצפיות שנמשכו כשלושה חודשים.

מספר שאלות הנחו את הניתוח הטקסטואלי ואת עבודת השדה במחקר: מהם הערכים המקצועיים המנחים את עיתונאי הספורט בעבודתם? מהם יחסי הכוחות בין השחקנים השונים הפועלים בשדה עיתונות הספורט? מה מאפיין את פרקטיקות העבודה של עיתונאי ספורט, עורכים וכתבים, בכל אחד מאמצעי התקשורת ומהם ההבדלים בפרקטיקות העבודה של עיתונאים העובדים באמצעי תקשורת שונים?



איור: בתיה קולטון, מתוך גיליון 42 של "העין השביעית", 2003

ממצאי ניתוח התוכן של מדורי הספורט בעיתונות הדפוס מלמדים כי קהילת עיתונאי הספורט עברה שינויים גדולים משנות ה-40 ועד לעשור השני של המילניום החדש. השינוי המשמעותי ביותר נוגע להבדלים בתפיסת הקהילה המקצועית ולעבודת הגבולות הרטורית שהתבצעה בשדה.

בעשורים הראשונים לא נמצאה התייחסות רפלקסיבית לקהילה העיתונאית והעיתונאים השתייכו במקביל לכתיבה במדורי הספורט גם לממסד הספורטיבי. בשנות ה-60 החלה להתפתח קהילה מקצועית מובחנת ששירטטה את הגבול בינה לבין הממסד הספורטיבי, אולם הקהילה נתפסה כהומוגנית והעבודה העיתונאית תוארה כעבודה קבוצתית. בשנות ה-90 נסדקה ההגמוניה של קהילת עיתונאי הדפוס, שעה שספורטאים וכתבי טלוויזיה נכנסו לשדה העיתונות, דסק שהתגבר במילניום השלישי עם כניסתם של כתבי הרשת.

עיתונאי הספורט בדפוס, בתגובה לאיום על מעמדם מצד הכתבים החיצוניים, ניסו לשרטט מחדש את גבולות הקהילה המקצועית, תוך אבחנה בין עיתונאים "מקצועיים", קרי כאלו המצייתים לכללים המוכתבים על ידי הפרדיגמה האובייקטיבית, לבין אלו הסוטים מהם.

ניתן לזהות בשיח הספורט התאמה בין השינויים שחלו במאפייני הכותבים לבין הרטוריקה הפנים-קהילתית. מרגע שהתגבשה קהילה מקצועית שזכתה להגמוניה לא מאותגרת בשדה, ההתייחסות הרפלקסיבית הייתה התייחסות שטשטשה את הגבולות הפנימיים בקהילה. רק כשהופיעו איומים חיצוניים ברורים על ההגמוניה של עיתונאי הספורט במדורי הספורט של עיתונות הדפוס מצד ספורטאים וכתבי טלוויזיה ביקשו העיתונאים ליישם ערכים מקצועיים הקשורים לפרדיגמה האובייקטיבית כדי להבחין בינם לבין כתבים "לא מקצועיים".

שבעה חטאים

ביחס לתהליך קביעת הערך החדשותי של ידיעות בשדה הספורט ביקשתי לטעון ששבעה גורמים מרכזיים משפיעים על תפיסת הערך החדשותי בקרב עיתונאי הספורט בעידן של התכנסות:

טכנולוגיה - נדמה שעורכי הספורט באינטרנט כלואים ב"כלוב ברזל" שמאפשר להם לכאורה להכיר טוב יותר את העדפות הקוראים, בזכות הטכנולוגיה המאפשרת להם לדעת אילו כתבות נקראות על ידי הגולשים, אבל מאלץ אותם להיכנע להגיון המסחרי הנגזר מהעדפות אלו.

הקשר עם הקוראים מתואר על ידי עיתונאי הרשת בעיקר במונחים כלכליים, ואילו הרטוריקה של שליחות ציבורית נזנחה ונתפסת כנלעגת. כך עורכי חדשות הספורט מתפקיד שומרי הסף, שאפיין את הרטוריקה שלהם בעידן הפרינט, ומאמצים את ההיגיון המסחרי כשיקול מרכזי בתהליך קביעת הערך החדשותי. שדסון טען שעיסוק יתר בריצוי הקהל מאפיין עיתונות שרלטנית ולפיכך עדיף שעיתונאים ידעו כמה שפחות אודות קהלם. אם נאמץ את טענתו של שדסון ונקבל את ההנחה שמטרת העיתונות היא ליידע ולהשכיל את ציבור הקוראים, עיתונאים יהיו חייבים לאמץ עמדה מקצועית ברורה שתתייחס באופן סלקטיבי להעדפות הגולשים ולא תאמץ את ההיגיון המסחרי באופן גורף.

כלכלה - בהקשר המחקרי תהליך המסחור טעון קונוטציות שליליות משום שהוא מוגדר כפעולה שמטרתה להעצים את הרווח, שפוגמת במאמצים של ארגוני החדשות למקסם את ההבנה הציבורית ביחס לנושאים שמעצבים את הקהילה אותה הם אמורים לשרת.

חדשות הספורט בטלוויזיה מציגות מקרה ייחודי של תהליך התמסחרות משום שהחלטות העריכה בהן מערבות בהכרח שיקולים הנוגעים לרכישה של זכויות שידור. היכולת להשתמש בקטעי וידיאו נתפסת כמשמעותית עבור עורכי החדשות בטלוויזיה כך שענפי ספורט בהם ניתן להציג קטעי וידיאו יזכו תמיד לקדימות על פני ענפים להם אין זכויות שידור.

שיקולים הנוגעים לזכויות שידור מופעלים בעיקר כאשר הערוץ מחזיק בזכויות השידור משום שמנהלי הערוץ תופסים את מהדורת החדשות כאמצעי נוסף לקידום משדרי הערוץ. כך, חדשות הספורט ממחישות באופן בולט את טענותיהם של הרקאפ ואוניל בדבר החשיבות של קידום אינטרסים מסחריים של ארגון החדשות והקידום העצמי של כלי התקשורת בשיקולי העריכה. מעבר לזה, תהליך ההתכנסות שעוברים ארגוני התקשורת גורם לכך ששיקולים מנחים בטלוויזיה משפיעים בהכרח גם על עורכים במדיה אחרים השייכים לארגון.



מירי נבו ואלי אילדיס בחדשות הספורט בערוץ הספורט (צילום מסך)

גיאוגרפיה – השפעת הגיאוגרפיה על קביעת הערך החדשותי תקפה על אף השינויים הטכנולוגיים שהתחוללו בשדה. דומה שבעידן הנוכחי הפערים בין סיקור קבוצות המרכז וקבוצות הפריפריה בעיתונות הספורט נשמרים ואף גדלים. מדוע? ראשית, כמו בעבר, ההטיה הגיאוגרפית נובעת גם מאילוצי זמן ואילוצים כלכליים. מעבר לזה, לנוכחות הפיזית של הכתבים בדסק יש השפעה על מידת הבולטות לה זוכות הידיעות שלהם. זו הסיבה שהסיקור החדשותי מעצים את הדימוי של קבוצות הפריפריה כקבוצות "צבעוניות ומעניינות" אבל לא כאלו הנתפסות כחשובות ובעלות ערך חדשותי. ניתן לטעון שבעיתונות הספורט מתקיים סידור עבודה נרטיבי לפיו כתבי הפריפריה מחויבים להביא סיפורי צבע, בעוד שכתבי המרכז מחויבים לסיפורי החדשותיים.

זמן – ממצאי המחקר מצביעים על האופן שבו המאפיינים הטכנולוגיים השונים של כל מדיום מציבים מגבלות שונות במימד הזמן, באופן שמכתיב את הנטייה לעסוק בעבר, בהווה או בעתיד. כך בעוד שאתרי האינטרנט מתמקדים בסיקור ההווה והעבר הקרוב, מדורי הספורט בעיתונות הדפוס מציגים התייחסות רחבה לכתבות מגזיניות על-זמניות ולסיקור אירועים עתידיים.

ויזואליות – המרכיב הוויזואלי בסיקור אירועי הספורט דומיננטי בכל אמצעי התקשורת, למעט הרדיו. קטעי וידיאו נתפסים כתורמים תרומה משמעותית לערך החדשותי משום שהם נתפסים כמושכי קהל. החשיבות שמוקנית למימד הויזואלי באתרי הספורט ברשת מעצימה עוד יותר את ההתעלמות מענפים שנתפסים כמשניים וקבוצות פריפריה משום שלרוב לא נשלחים אליהם צלמים ייעודיים.

זרימת הידיעות בין המדיה – החלטות העריכה הנלקחות באתרי הספורט באינטרנט מעצבות במידה רבה את שיח הספורט במדיה האחרים. הדומיננטיות של אתרי האינטרנט בקביעת סדר היום התקשורתי נובעת בעיקר מהיתרון הטכנולוגי המובנה שלהם ומהמצוקה הכלכלית של המדיה האחרים. אתרי האינטרנט לא נתפסים כמהימנים, אולם היותם גופי התקשורת היחידים שמתעדכנים בתדירות גבוהה ומעסיקים מספר גדול באופן יחסי של עיתונאים, הופכת אותם למשפיעים ומשמעותיים בשדה. כך, למרות הזלזול במוצר העיתונאי שמייצרים אתרי הרשת, מרבית ארגוני התקשורת האחרים נאלצים להסתמך עליהם.



אבי נמני ואיל ברקוביץ בדיון על ניגודי אינטרסים ב"ציע העיתונות"

אינטרסים ארגוניים ואישיים – למעורבות של עיתונאים בשדה הספורט יש השפעה ממשית על הבולטות שניתנת לסיפורים, לאישים ולקבוצות ספציפיות בעיתונות הספורט. המעורבות הזו קשורה ליחסי כתב-מקור המקובלים גם בשדות אחרים, אולם בשדה הספורט המעורבות הזו מושפעת גם מאהדה, ויחסים חבריים בין המקורות לכתבים בשדה הספורט.

השילוב של שבעת הגורמים שהוצגו מייצר, לרוב, חדשות הומוגניות יותר משום שהעיתונאים מרגישים מחוייבים לפנות למכנה המשותף הרחב ביותר, מונעים משיקולים מסחריים ומתמקדים בקבוצות הספורט במרכז הארץ בשל אילוצים תקציביים.

לא חברה שלי

סביבת המדיה החדשה שינתה גם את אופי היחסים ומאזן הכוחות שבין הכתבים למקורות. לצד קשרים מקצועיים המבוססים על קשר רציונלי שמערב חישוב תועלתני של רווח והפסד, ניצב קשר מסוג חדש בשיח העיתונאי – כזה המערב היבטים רגשיים של חברות עמוקה בין חברים, ובמונחיו של אריסטו "חברות אמת". ניתן לצייר את ספקטרום היחסים המתקיים בין עיתונאים ומקורותיהם בשדה הספורט כך:

קשרים לא חבריים – בקצהו האחד של הספקטרום נמצאים עיתונאים, בעיקר כאלו המתמקדים בכתיבה מגזינית, הטוענים שהם לא מקיימים כלל קשר חברי עם מקורותיהם ומצהירים על מחויבות מוחלטת לכללי האתיקה העיתונאית.

קשר תועלתני – במרכז הספקטרום ניצבים עיתונאים המתארים את הקשר עם המקורות במונחים רציונליים כקשר קרוב אך לא יציב המשתנה בהתאם לנסיבות כחלק מיחסי התן וקח המקובלים בין עיתונאים ומקורות. גם אם חלק מעיתונאי הספורט המקיימים קשר תועלתני עם מקורותיהם מתארים את הקשר כקשר חברי, הם מציבים לו גבולות ברורים. העיתונאים המנהלים דפוס יחסים תועלתני מתייחסים לשיקולי רווח והפסד ולא מתארים היבטים אמוציונליים של קשרי חברות אמת. דפוס יחסים זה מאפיין את הקשר שמנהלים מרבית העיתונאים עם מרבית המקורות והתפתח במהלך שנות ה-90 עם צמיחתו של שיח מקצועי.

חברות אמת - בקצה האחר של הספקטרום נמצאים עיתונאים המתארים קשר של "חברות אמת" עם חלק מהמקורות. בעוד שהקשר עם מקורות, כפי שהוא מתואר בספרות, הוא קשר דינמי המשלב רגעים של שיתוף פעולה לצד רגעי משבר, חלק מעיתונאי הספורט תיארו את הקשר עם חלק מהמקורות במונחים אמוציונליים כקשר סטטי המערב תחושת סולידריות לאורך זמן.



"ישי לי סקופ בשבילך". משה פרימו באולפן ערוץ הספורט, 24.2.14

נדמה שגילם של הכתבים הוא שהשפיע בעיקר על התפתחותו של דפוס היחסים החברי. דפוס זה משפיע על מידת הביקורתיות שמפגינים הכתבים כלפי מקורותיהם והופך את העיתונאים לשחקנים פעילים בשדה הספורט. כך לא רק שעיתונאי הספורט בוחרים להסתיר מידע מקוריהם כדי לא לפגוע בחבר, הם מייצרים במודע ספינים עבור מקורות שנתפסים כחברים כדי להסיט את הביקורת אל עבר יריביהם הספורטיביים. הקשר החברי של עיתונאים ומקורות בשדה עיתונות הספורט הופך את העיתונאי לאיש יח"צ העוסק בקידום אקטיבי של חברים באמצעות סיקור חיובי, יצירת ספינים, ייעוץ בהתנהלות מול המדיה ולעתים אף מעורבות פעילה במאבקים המתנהלים בשדה.

היחסים בין עיתונאים ומקורותיהם, המוצגים בספרות כשייכים לקהילות פרשניות שונות ואף מנוגדות, נתפסים באופן שונה בקרב חלק מעיתונאי הספורט והגבול בין עבודה יח"צנית ועבודה עיתונאית הופך מטושטש. בנסיבות הללו נראה שעיתונאי ספורט נסוגים מהמחויבות למודל הנייטרלי-אובייקטיבי אל מודלים של עיתונאות מקורבים.

סיכום עגום

ההשלכות התיאורטיות של ממצאים אלו נוגעות לדיון ביחס למתח שבין שמירה על ערכים עיתונאיים קלאסיים לבין היענות לערכים מסחריים בשדה העיתונות הנמצא בתהליך של שינוי. בעוד שהספרות המחקרית מצאה ברובה שעיתונאים ברשת שומרים על עצמאות מקצועית וחל קבעון בפרקטיקות העבודה ובערכים המנחים את העיתונאים למרות השינויים הטכנולוגיים והכלכליים שחלו בשדה, ממצאי המחקר הנוכחי מלמדים שהשינויים שחלו בשדה העיתונות השפיעו באופן ברור על פרקטיקות העבודה הן ביחס לתהליך קביעת הערך החדשותי של ידיעה והן בנוגע ליחסי כתב-מקור.

עיתונאי ספורט ישראלים אימצו את הז'רגון המסחרי התופס הצלחה עיתונאית כהצלחה מסחרית וארגוני העיתונות נתפסים על ידי העיתונאים כארגונים כלכליים גרידא.

ביחס למשבר הפרדיגמטי בשדה העיתונות, הספרות המחקרית העוסקת בנושא מניחה שהקהילה המקצועית נקלעת למשבר פרדיגמטי בעקבות התנהלות הסוטה מהנורמות של אחד מהחברים בקהילה. אולם, ממצאי המחקר הנוכחי מלמדים שהמשבר הפרדיגמטי בו נמצא שדה עיתונות הספורט לא נובע רק מגורמים פנים קהילתיים אלא גם משינויים המתחוללים בשדות משיקים, כמו אלו שחלו בהון הכלכלי והתרבותי של הספורטאים בשנות ה-80 שאיפשרו להם כניסה לשדה עיתונות הספורט והציתו מאבק מקצועי בינם לבין עיתונאי הספורט על תחום השיפוט.

המאמר הוא תמצית מחקר על תקשורת ספורט מאת ד"ר חיים חגי, מרצה במכללה האקדמית נתניה, במסגרת החוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה, תחת הנחייתם של פרופ' תמר כתריאל וד"ר אורן מאיר

