

המחאה חולפת, הביקורת נשארת

מחאה וביקורת על תקשורת ובתקשורת

דן כספי

כל מי שאפשר למחות לביתו ולא מיחה נתפס על אנשי ביתו באנשי עירו נתפס על אנשי עירו בכל העולם נתפס על כל העולם כולו. שבת נד, עמ' א-ב

השליטה המעשית על אמצעי תקשורת רבים תהיה בידיים מעטות, יש מקום לשער כי יחסי התלות ההדדיים יתחזקו. המתוכים התקשורתיים ישמרו, אפוא, על מעמדם בעמדת הציר. הם ימשיכו לשרת את האינטרסים של המערכת הפוליטית, אולי מתוך הכרה פנימית בצורך של שמירה על היציבות, ובמקביל יעמיקו את אחיזתם בקרב הציבור הרחב. עם זאת, התעצמות תופעת ה"ברונים" עשויה לחבוק בחובה את המענה לחשש שהפלורליזם התקשורתי יאט תהליכים של אינטגרציה חברתית ותרבותית. שכן, מתוך אינטרסים עצמיים ינתבו בעלי השליטה את אמצעי התקשורת שבבעלותם – כולל המקומיים והמגזריים – לאימוץ מדיניות המדישה את המשותף והמאחד.²

עם זאת, דבר מהותי השתנה מאז, ואולי לא לטובה: שלושה "ברוני תקשורת" מלפני שני עשורים – עמוס שוקן, נוני מוזס ועופר נמרודי – פינו את מקומם לתאגידי תקשורת רבי זרועות ואינטרסים כלכליים, למעט מקרה אחד. המעבר היה הדרגתי ולכאורה חף מזעזועים. תחילה השתלטו תאגידיים על אמצעי השידור,³ ובהמשך גם על העיתונות הכתובה. התוצאה דרמטית והשינוי ניכר בשטח. אולי מבחינה חיצונית נשמרה יציבות במפת התקשורת, אך כללי המשחק השתנו. הנימוק השכיח כאילו תאגיד מבטיח גב כלכלי לאמצעי התקשורת שבבעלותו ועמידה בכושר תחרות מעורר ספק. אדרבה, ככל שמעמיקה נוכחות הטייקונים כך הולכים ומתרבים הזעזועים במפת התקשורת. מאז רכישת מעריב בידי רוברט מקסוול, המשך בעופר נמרודי אשר רכש את העיתון ממנו ועד היום, כשהבעלות היא בידי נוחי דנקנר, היומון ויתר הפרסומים בקבוצה זו חוו שינויים מבניים ופרסונליים תדירים. המקרה של ערוץ 10 ממחיש שוב עד כמה גורלו של אמצעי התקשורת כרוך במצבו הכלכלי של התאגיד ובהעדפות המשתנות של בעלי השליטה בו. מי שלא שעה לאזהרות המוקדמות מפני סכנת הבעלות הצולבת בידי ברוני תקשורת ניצב כיום בפני אמצעי תקשורת רבים ומוחלשים, אשר רובם מצויים בבעלות פרטית של אילי הון. אותות האזהרה לא זכו לתשומת הלב הראויה. מדיניות יעילה של "שמים פתוחים" בשנות התשעים נועדה לכאורה לעודד פלורליזם תקשורתי, מטרה נאה בכל דמוקרטיה. אך הרטוריקה הסתירה את הכוונה הסמויה – החלשתם של אמצעי התקשורת וכרסום ביכולתם להתעמת עם הממסד הפוליטי.⁵

המחאה החברתית בקיץ 2011 לא פסחה על אמצעי התקשורת: אמצעי התקשורת לא רק סיקרו אותה, אלא היו גם אחד ממושאייה. כנראה גם בוגרי לימודי תקשורת נמנו עם מובילי המחאה החברתית. כפי שמשתקף באחת הכרזות אשר הונפו במהלך ההפגנות, הללו התריעו על הריכוזיות של התקשורת בידי כמה טייקונים. גם העיצוב הגרפי של משולש, אשר בתוכו נדחסו שמות הטייקונים ואחיזתם באמצעי התקשורת, נועד מן הסתם לרמוז על הקשר המתהדק שבין הון-עיתון-שלטון. אין סיפק גדול למורה מזה שסטודנטים צעירים מתייחסים לאותות התרעה ששיגר שני עשורים לפני כן, כפי שאפשר לראות בספרי הלימוד. בראשית שנות התשעים התרעתי מפני סכנות הבעלות הצולבת על אמצעי התקשורת ומעורבותם של "ברוני תקשורת".¹ דברים אלה לא נס ליחם והם נותרו חקוקים ככתובת על הקיר.

בכל אמצעי תקשורת חבויה נטייה להיצמד לזרם המרכזי של הלכי הרוח וההשקפות הרווחות בציבור (קרי: הקונסנזוס) על חשבון קיפוח הדעות של קבוצות חלשות ושוליות בחברה. [...] ודאי כך כאשר המדובר בקונצרן כלכלי החולש על ענפי תעשייה מגוונים. כתוצאה מכך נוטים ענפי התקשורת לטפח את הקונפורמיות ומחניקים למעשה את החריגים. בהיותם קונצרנים כלכליים בראש ובראשונה, הם פועלים לשימור היציבות החברתית, שהיא תנאי הכרחי להצלחה כלכלית. המצב הזה מחריף כאשר ענק התקשורת הוא חלק מקונצרן לאומי או רב לאומי, שעסקיו אינם מצמצמים לתחום תקשורת ההמונים. הכלל הזה יפה גם למקרה הישראלי. שכן אף על פי שהצמיחה התקשורתית וריבוי הערוצים הכתובים והמשודרים מלמדים, לכאורה, על פלורליזם, הרי יש חשש כי פלורליזם זה יהיה מדומה, משום ש"ברוני התקשורת" יתמידו לטפח את הקונסנזוס החברתי (וממילא גם הפוליטי) בישראל בשני המישורים, הכלל ארצי והמגזרי-מקומי, תוך הפעלת כל האמצעים שברשותם.

לריכוז הבעלות על מכלול אמצעי תקשורת ההמונים בידי קונצרנים רבי עוצמה עשויה להיות גם השלכה במילוי התפקיד התיווך. לכאורה, יש לצפות לכך שכל שמספר המתווכים רב יותר, כך יחול פיחות במעמדו של כל מהם. יש גם מקום לצפות, כאמור, כי המבנה הפלורליסטי עולל להחליש את כושר הפיקוח הפורמלי של המוסד הפוליטי על התקשורת. אך גם אם שני התהליכים האלה יתמששו, לא יהיה בכך כדי לרופף בהכרח את זיקת הגומלין בין שני המוסדות. אדרבא, דווקא משום

בביקורת התדירה הנמתחת על התקשורת ועל העוסקים בה, אני מציע להבחין, בפרפרזה על מה שהוצע בשעתו לגבי פוליטיקה ומאוחר יותר גם לגבי התקשורת,¹⁰ בין מי מבקר, מה הוא מבקר, על מה ואיפה.

מי מבקר?

אפשר להבחין לפחות בין שלושה סוגים עיקריים של ביקורת: פוליטית, ציבורית ומקצועית. כחלק ממוסד התקשורת, נמתחת על אמצעי התקשורת ביקורת שוטפת אגב ניהול יחסי גומלין עם מוסדות שונים בחברה: פוליטיקה,¹¹ צבא וביטחון,¹² דת,¹³ משפחה,¹⁴ ערכים ותרבות,¹⁵ ומשפט.¹⁶ כל ארגון בכל מוסד מבקר את אמצעי התקשורת. התדירה שבביקורת המוסדות ולעתים גם הנוקבת שבהן היא הביקורת הפוליטית על התקשורת, אולי לא במקרה. כמתווכים בין הציבור לבין נציגיו מגלים אמצעי התקשורת עניין בבעלי השררה שהם מקור לא אכזב של חדשות. מנגד הסיקור התקשורתי הוא חמצן חיוני למעמד הפוליטי של אותם פוליטיקאים. יכולת התיווך של התקשורת מעניקה לה עוצמה רבה ובזכותה היא אמצעי התקשורת למוקד עוצמה.¹⁷ ככאלה יש לרסנם ולקיים פיקוח שוטף עליהם. הביקורת על התקשורת רב תכליתית ומשתלמת. במידה רבה הביקורת הייתה ונשארה טקטיקה, מכשיר יעיל לפיקוח ולבקרה על אמצעי התקשורת. נוסף על כך הפוליטיקאי עשוי לזכות בכותרות, היינו לחשיפה המיוחלת, הודות לביקורת כזאת. הביקורת מועילה בהשגת מכלול יעדים, לרבות הרתעה מפני סיקור בלתי ראוי לדעתם של מבקרים או מפני חשיפה יתרה ועודפת. לעתים מוצגת הביקורת הפוליטית על אמצעי התקשורת כרווחת בקרב הציבור הרחב ומשקפת כביכול הלכי רוח.

הביקורת הציבורית על התקשורת, הסוג השני של ביקורת, ניוונה לא מעט מן הביקורת הפוליטית ומחזקת ממנה, ואולי לא במקרה. מאחר שאמצעי התקשורת מתווכים בין הציבור לבין הדרג הפוליטי שני הצדדים הם בעצם לקוחות של תיווך. כך נוטה כל צד להביע חוסר שביעות רצון מן המתווך ולזהות בו מעין "שעיר לעזאזל". הן פוליטיקאים והן אזרחים נוטים להטיל את האחריות לפרסומים שלא שבעו מהם נחת – על המתווכים.

זאת ועוד, בקרב חלקים אחדים בחברה הישראלית רווחים הלכי רוח עוינים כלפי אמצעי תקשורת. מגזרים שונים טרם הפנימו או טרם השלימו עם תפקידי התקשורת בדמוקרטיה, בעיקר עם נורמת העימות של אמצעי תקשורת עם הממסד והבקרה עליו. יתר על כן, מיעוטים שונים, אתניים ופוליטיים, מותחים ביקורת על התקשורת לעתים קרובות גם בשל מה שנראה בעיניהם כייצוג המעוות בה.¹⁸ יש שעומות של אמצעי התקשורת עם הממסד וביקורת שוטפת על מדיניות נתפסים כעוינות בלתי סבירה¹⁹ וכחוסר אובייקטיביות. הביקורת הפוליטית משקפת הלכי רוח בלתי אוהדים בציבור, אך אולי יותר מכך היא מעצבת ומחזקת אקלים בלתי ידידותי לאמצעי התקשורת. במידה רבה מטרתה של הביקורת הפוליטית היא להעמיק את הדה לגיטימציה של המבקרים, הלא הם אמצעי התקשורת, ולהחליש את תוקף הביקורת כדרך להתמודד עמה. בדרך זו אפשר בנקל יחסית להסיח את תשומת לב מן המבוקרים למבקרים ולהציג את אמצעי התקשורת כבלתי מאוזנים וכבלתי אמינים.²⁰ לעתים מיטשטש הקו בין ביקורת פוליטית לביקורת ציבורית, כאשר ארגונים ציבוריים מתמחים בביקורת פוליטית על אמצעי התקשורת, ובעיקר על אמצעי השידור.²¹ במקביל לביקורת הפוליטית והציבורית מתקיימת ביקורת פנימית

הניסיון של רשות השידור כמונופול במשך כשלושה עשורים העמיק את הכרת הממסד הפוליטי בצורך לצמצם את עוצמתם של אמצעי התקשורת. מה שהושג בתחום השידור בשנות התשעים, עם מתן זיכיון שידור לערוץ 2 ולאחר כעשור גם לערוץ 10, התממש מאוחר יותר בעיתונות הכתובה. הופעתו של היומון **ישראל היום** בשנת 2007, המחולק חינם, נועדה לשים קץ למונופול של ידיעות אחרונות בתחום העיתונות הכתובה ולגדר את עוצמתו הפוליטית. ריבוי אמצעי התקשורת לא הבטיח את הפלורליזם התקשורתי המקווה אלא העמיק את תלותם בחסדי השלטון. אמצעי תקשורת הנאבק על הישרדות אינו יכול להתעמת גם עם הממסד, ולו משום שהוא חלש מדי לניהול מלחמה בשתי חזיתות – כלכלית ופוליטית.

בנסיבות של העמקת השליטה של אילי הון באמצעי תקשורת ולנוכח האילוצים הכלכליים, השתנה לרעה מעמדם של העיתונאים. באקלים החדש גוברים אינטרסים כלכליים על שיקולים עיתונאיים. זכות הבעלים לרווח מובטח או לפחות לכיסוי ההשקעה גוברת על זכות הציבור לדעת. ההיגיון הכלכלי דומיננטי ומחייב בין היתר צמצום עלויות, "פיטורי ייעול" והעזפת כוח עבודה זול, גם אם הוא לא מנוסה ובשל כדי למלא תפקידי סיקור ועריכה. הסכמי העבודה הקיבוציים פינו מקום לחוזים אישיים ודיפרנציאליים אשר הולידו קהילה עיתונאית מפולגת ומרובדת אשר חבריה חלשים מבחינת הביטחון הסוציאלי ופגיעים ללחצים כלכליים, פנימיים או/ו חיצוניים.⁶

מיון הביקורות על אמצעי התקשורת

ביקורת על אמצעי תקשורת קיימת בכל מקום.⁷ ככל מוקד עוצמה, הביקורת על אמצעי תקשורת היא רב תכליתית ומיועדת, בין היתר, לקיים את עקרון האיזונים והבלמים בדמוקרטיה. מטרת הביקורת היא לפקח על אמצעי התקשורת ולרסן את עוצמתם. מעצם טבעה יש בכל ביקורת מן השלילה, למורת רוחם של המבוקרים. מהו טיב הביקורת על אמצעי התקשורת ועל העיתונאים? האם אמצעי התקשורת המרבים לבקר אחרים פתוחים לביקורת עליהם ומסוגלים לבקר את עצמם? המחאה החברתית אשר מקצתה אולי הופנתה גם כלפי הריכוזיות במפת התקשורת, גילמה במידה רבה את הלכי הרוח בציבור הישראלי. כמו בתחומים אחרים, הנחשפים לאמצעי התקשורת מגלים, לכאורה, התנהגות מעין צרכנית רגילה וצפויה, דהיינו ככל שהמגע עם אמצעי התקשורת תדיר יותר, כך רב הסיכון להתנסות שלילית ועמה גם הביקורת עליהם. הביקורת הייתה ונשארה חלק אינטגרלי מהתנהגות לקוחות בכל תחום. בדרך כלל בכל קהילה מקצועית נהוגה ביקורת עצמית והלקוחות סומכים על מיומנותם של ממלאי התפקיד. הביקורת העצמית מוצנעת מן הציבור הרחב ושמורה למנגנונים פנימיים. הבקרה העצמית נועדה לבצר את האוטונומיה המקצועית ולייתר את הביקורת החיצונית על ממלאי התפקידים. מנגנוני הביקורת הפנימיים אמורים להבטיח סטנדרטים מקצועיים נאותים ואגב כך לחזק את אמון הלקוחות, ולחסוך ביקורת על אנשי המקצוע. נראה שגל הביקורת על המקצועות, בכללם רפואה, פסיכולוגיה ומשפט,⁸ לא פוסח על העיתונות, שכן העיסוק העיתונאי מתקשה לאמץ מאפיינים של מקצוע לכל דבר, דהיינו של גוף ידע ייחודי עם הכשרה מסודרת, עם מבחן כניסה ורישוי לפרקטיקה, עם מחויבות לאתיקה ועם מנגנוני הערכה ובקרה עצמיים.⁹ ככל עיסוק סמי פרופסיונלי, דמוי מקצועי, יהיה זה סיעוד הוראה או ניהול, מתחדדת השאלה במלוא עוצמתה לגבי עיתונאים: "מי שמכם?"

תקשורת נגרת או יוזמת קמפיינים. הביקורת המקצועית, בעיקר מן האקדמיה, נוהגת להתמקד בתהליכים ובמגמות במפת התקשורת. זו ביקורת מקרו שעשויה להבהיר דווקטובית את פשרם של אירועים בודדים ואת התנהגותם של ממלאי תפקידים שונים.

המגמה להעדיף את ההיגיון הכלכלי על פני זה העיתונאי, כפי שמכתיב פולחן ה"רייטינג", יכולה להסביר, למשל, את תכנון לוח המשדרים והעדפת תכניות הריאליטי על פני משדרים אחרים או את "פיטורי הייעול" ההמוניים. בדומה, תהליך שכירת העורכים הצעירים בעיתונות הכתובה עשוי להסביר את הכרסום בסטנדרטים העיתונאיים, לרבות שיקולי סלקציה שגויים ושיבושים בעריכה לשונית. כמו כן בשל בעלות התאגידים על אמצעי התקשורת, יש שמתרבים מקרים ובהם תחומים אחדים זוכים לסיקור חלקי ומגמתי או כלל אינם מסוקרים. ככל שאילי הון מעמיקים את אחיזתם בתקשורת, כך הולך ומזוהה חופש העיתונות עם חופש העסקים, ואילו זכות הציבור לדעת מפנה מקום לזכות הטייקון לרווחים.

מגמות מקרו יכולות גם להבהיר ליקויים נקודתיים במיקרו. אם עיתונאי לא הצליח מקורות כראוי, אם תחקירן לא הקפיד על דיוק עובדתי, אם יש שיבושי לשון רבים בעריכה – כל אלה נובעים מאילוצים כלכליים אשר מקרינים על איכות העיתונאים הצעירים, על האתיקה המקצועית ועל כוח העמידה מול המעסיק, על חופש העיתונאים, ועל יכולתם לדבוק בשיקולים מקצועיים, לסקר תחומים ואירועים בעלי ערך חדשותי ללא חשש וללא צנזורה כלכלית, עצמית או חיצונית. האילוצים הכלכליים עלולים לזרז תהליך הפוך ובלתי רצוי של זה פרופסיונליזציה והחלשת העקרונות המקצועיים הנתונים למשא ומתן עם המעסיקים. החיזור אחרי הרייטינג עלול לאלץ עיתונאים להיכנע בניגוד להכרתם העיתונאית לתכתיבים בלתי ענייניים. בגלל ההתמכרות לרייטינג, ההנחה הפרופסיונלית על "מה הציבור חייב לדעת?" נוטה לפנות מקום ל"מה הציבור רוצה לדעת?" התפיסה הכלכלית מנסה לגייס נימוקים כגון, האם הציבור רוצה לדעת? או מדוע לכפות על הציבור? ומי שמך להחליט מה הציבור צריך לדעת?

המקרים המעטים של תפקוד לקוי או של כשל בודד של עיתונאי זה או אחר הם מחויבי המציאות התקשורתית החדשה, מציאות שבה התפיסה הכלכלית גוברת על שיקולים עיתונאיים של תחרות מחרפה בין אמצעי תקשורת, של חוסר יציבות ושל אי ודאות סוציאלית ומלחמת הישרדות אכזרית.

איפה מבקרים?

לרוב מתוודעים לביקורת על התקשורת לא מעט בזכות הסיקור התקשורת. אמצעי התקשורת מעניקים סיקור נרחב ונדיב לביקורת ולמבקרים השונים. לכאורה זו תעודת כבוד ויושר לאמצעי התקשורת המקפידים לפרסם ביקורת על עצמם. אלא שאפשר להבחין בין ביקורת מחמיאה לבין ביקורת שאינה כזאת. שכן, גם ביקורת פוליטית או ציבורית בעלת נימה שלילית מעצימה מן הסתם את כוחם של אמצעי תקשורת או 1/ו של העיתונאים.³⁰ ככל שמרבים לבקר שדר או עיתונאי מסוים כך מבססים את מעמדו, ולו משום שמתייחסים אליו ומבחינים בינו לבין יתר עמיתיו.³¹ מי שמבוקר גם קיים, וככל שהוא מבוקר יותר כך הוא גם חשוב ומוערך יותר, ולהפך.³² מקור עוצמתם של אמצעי התקשורת וכמוהם העיתונאים היא בהתייחסות אליהם, גם מן הביקורת עליהם. באופן פרדוקסלי, דווקא

מקצועית שוטפת, פורמלית או בלתי פורמלית. לרוב הביקורת המקצועית הפורמלית מתקיימת במסגרות ממוסדות פנים ארגוניות, כגון פורום "פוסט מורטם" (דיונים פנימיים) או אומבודסמן, או במסגרות חוץ ארגוניות, כגון "מועצת העיתונות" או "הקהילה באקדמיה". הביקורת המקצועית הבלתי פורמלית מתנהלת אף היא במסגרות שונות, למשל באמצעות בלוגים,²² שיחות עמיתים או עמיתים בקבוצת ההתייחסות אשר אמורים לטפח חשיבה רפלקטיבית.²³ הביקורת המקצועית אינה גלויה על פי רוב לכלל הציבור, כנהוג בכל קהילה מקצועית. אלא שיש מסגרות אחדות של ביקורת מקצועית גלויה במדורים של ביקורת על תקשורת בעיתונות ובתכניות לתקשורת, אשר נועדו למלא גם יעדים הסברתיים ודידקטיים, להבהיר לציבור את אילוצי התפקוד של אמצעי התקשורת או להנחיל אוריינות תקשורתית לחשיפה ביקורתית.²⁴

מה מבקרים?

הביקורת על אמצעי התקשורת המבוקרים שונות. קיים מעין כלל אצבע לפיו בדרך כלל הביקורת ממוקדת באמצעי התקשורת המוביל או הנחשב דומיננטי במפת התקשורת. כנראה המדיום החזק מעורר חששות ובצדן גם מושך אליו את עיקר הביקורת. עד להנהגת הטלוויזיה בישראל, התמקדה הביקורת על התקשורת בשידורי הרדיו. שידורי הטלוויזיה שחררו במידה רבה את הרדיו מביקורת, בעיקר פוליטית. תחת זאת רוב תשומת הלב והביקורת עברה אל הטלוויזיה (לוח 1). עם זאת, העיתונות הכתובה נחשבת כנראה בעלת משקל סגולי חרף ההערכות והתחזיות, ועל כן היא ממשיכה לזכות להתייחסות לעתים קרובות, בעיקר מקצועית ופוליטית.²⁵ לפי שעה ניכרים סימנים למעבר תשומת הלב מן הטלוויזיה לאינטרנט. ככל שהמרשתת תחזק במפת התקשורת, כך היא תמשוך יותר ביקורת אליה ועליה.²⁶ כיום מתרבים ביטויי הביקורת, בעיקר הפוליטית והציבורית, גם על אמצעי תקשורת מקוונים,²⁷ ודיגיטליים.²⁸

לוח 1: הערכת ביקורת על המדיה השונים

| מדיום / ביקורת | ביקורת מוסדות | ביקורת ציבורית | ביקורת מקצועית |
|----------------|---------------|----------------|----------------|
| עיתונות כתובה | ++ | + | ++ |
| רדיו | ++ | + | + |
| טלוויזיה | +++ | +++ | ++ |
| אינטרנט | ++ | ++ | + |

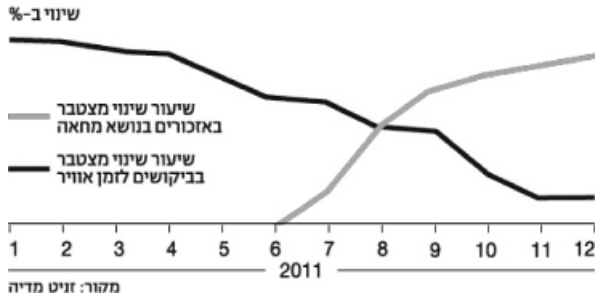
מקרא: + = לעתים רחוקות; ++ = לעתים קרובות; +++ = לעתים קרובות מאוד

על מה מבקרים?

הן הביקורת הפוליטית והן הביקורת הציבורית מושמעות בדרך אינדוקטיבית המתייחסת לרמת המיקרו, למקרים בודדים ולאירועים נקודתיים. למשל, ציון אי דיוקים עובדתיים או עמדות גלויות וסמויות של עיתונאים ושידורים.²⁹ מכך מתנסחות טענות כוללניות במקרו, כגון תקשורת שמאלנית או ימנית, תקשורת עוינת לשלטון, תקשורת מתרפסת לקונסנזוס ומקפחת את המיעוטים הפוליטיים בשוליים,

קריסת הפרסום והתרוממות המחאה

הצניחה בביקוש לזמן אוויר לפרסום בטלוויזיה לעומת השינוי במספר האזכורים של המחאה באינטרנט



שרטוט 1

המשק צמח, הפרסום צנח

הגידול בתוצר לעומת הצמצום בשיעור ההוצאה לפרסום מתוכו



שרטוט 2

המחאה החברתית נגד הריכוזיות בתקשורת הוצנעה. להבדיל מן הביקורת הציבורית, המחאה החברתית קבלה על מפת התקשורת והתריעה מפני השפעות השליטה של אילי ההון, הטייקונים. לא מן הנמנע שמובילי המחאה החליטו להצניע את הביקורת על אמצעי התקשורת כדי לא לפגוע בסיקור התקשורת החיוני לניהול המערכה. היו הערכות שונות על חלקם של אמצעי התקשורת במחאה החברתית.⁴⁰ הי מי שהעריכו כי המחאה החברתית התאפשרה בזכות אמצעי התקשורת החדשים,⁴¹ והיו שהסתייגו מכך וייחסו זאת לסיקור המחמיא לאמצעי התקשורת.⁴² אם אמנם מילא הפייסבוק תפקיד משמעותי במחאה החברתית, יש בכך כדי להעיד על חולשתם של אמצעי התקשורת הוותיקים. שכן, חרף העובדה שהפרופיל הסוציו-כלכלי של רבים מן העיתונאים זהה לזה של המוחים והם הזדהו עמם, לא איתרו אמצעי התקשורת את הלכי הרוח הללו.⁴³ האם יש בכך כשל תיווך של אמצעי תקשורת ותיקים בין הציבור לבין ההנהגה? האם הכשל הוא תופעת לוואי של ויתור על שיקולים עיתונאיים לטובת האינטרסים הכלכליים של אילי ההון החולשים על רוב אמצעי התקשורת? האם במצב הפוך, של מחויבות לסטנדרטים עיתונאיים ותיווך יעיל יותר, אפשר היה לצמצם את המחאה החברתית או למנוע אותה?

אולי כדי לחפות על כך הרחיבו אמצעי התקשורת בסיקור המחאה והשתבחו בתרומתם להתנהלותה. עם שוך המחאה הופרחו האשמות שהסיקור התקשורתי הנדיב פעל כמעין בומרנג.⁴⁴ תאגידים וגופים כלכליים אשר נאלצו להיענות לתביעות הציבור ולהוריד מחירים, עשו זאת כנראה לא מעט בזכות צמצום תקציבי קמפיינים לפרסום בערוצי שידור (סרטוט 1).⁴⁵

המבקרים בביקורתם מבנים את מעמדם של המבוקרים, של אמצעי התקשורת ושל העיתונאים. מנחה תכנית בטלוויזיה או מגיש ברדיו, מוכשר ככל שיהיה, בולט במידה רבה בזכות ההתייחסות והביקורת עליו בפרט. בדיעבד הולך ונרקם מעין שיתוף אינטרסים בין מבקרים למבוקרים. שעה שלמבוקרים היא מבטיחה בין היתר חשיפה תקשורתית, היא מועילה גם למבוקרים, ולו מפני שהיא מבנה את מעמדם ועל כן הם ממהרים לתת לה פרסום וכתורות למבוקרים.

לעומת זאת, ביקורת מקצועית עלולה להיות לא מחמיאה בהצגת חולשות רבים שתכרסם במעמדם של אמצעי התקשורת ובכך תתרום לפגיעה באמון הניתן בעיתונאים כמו גם באמצעי התקשורת. נוסף על כך, ביקורת מקצועית פומבית עלולה לחזק ואף להצדיק את הביקורת הפוליטית ואת הביקורת הציבורית. אמנם ביקורת מקצועית מעצם טבעה אינה גלויה לכול. כבכל מקצוע או מעין מקצוע, גם בקהילת התקשורת פועלים מנגנוני בקרה פנימיים, כאמור לעיל, אשר מלאכתם נעשית בצנעה ואינה גלויה לכול. אלא שיש טעם נוסף להצנעתה של הביקורת המקצועית.

לפחות חמישה גורמים אחראים לביקורת מקצועית: עמיתים, מנגנוני ביקורת פנימיים בארגונים, נציגי תלונות הציבור,³³ ועדת אתיקה במועצת העיתונות, והאקדמיה, מחוץ לקהילת התקשורת. כבכל קהילה מקצועית אפשר שהביקורת המשמעותית היא של העמיתים בקבוצת ההתייחסות המקצועית. ביקורת העמיתים נותרת בתוך הקהילה וחסויה ורק מקצתה מתפרסם ברבים, גם אז במדורים מיוחדים של ביקורת תקשורת. לעתים הביקורת הפומבית נגועה בשיקולים זרים ובחשבונות אישיים, גם אם אלה לא נהירים תמיד לציבור הרחב.³⁴

הביקורת הפנימית, כפי שבאה לידי ביטוי בין היתר בדיונים הידועים כ"פוסט מורטם", נותרת חסויה. דו"חות נציגי תלונות הציבור באמצעי התקשורת, במידה שיש, זוכים לסיקור תקשורתי סמלי עד אפסי. לפחות במקרה אחד היה ניסיון לשותף את הציבור בביקורת של מבקר פנים באמצעות בלוג.³⁵ גם החלטותיה של ועדת האתיקה במועצת העיתונות, אשר נחשבות לביקורת מקצועית מנומקת היטב, זוכות לפרסום צנוע משום שזוהי ביקורת בלתי מחמיאה. אמנם אמצעי התקשורת המעורב בבירור התלונה מחויב לפרסם את הכרעת בית הדין לאתיקה, אך בדרך כלל הפרסום נותר מוצנע בעמודי הפנים של העיתון.³⁶

הביקורת המקצועית של האקדמיה לא מחמיאה, לרוב. להבדיל מביקורת ציבורית או פוליטית המחקר האקדמי מניב סימני שאלה על פרקטיקות עיתונאיות ועל מבנה אמצעי התקשורת ואולי משום כך אינו מסוקר.³⁷ כך, הביקורת התדירה על שימוש אינטנסיבי ובלתי זהיר בסקרים, בייחוד ערב בחירות, מוצנעת כמעט באמצעי התקשורת: חרף הביקורת העקיבה והחריפה מתמידים עורכים ושדרים בכירים ליזום סקרים ללא בקרה של ממש, והפרשנים טועים בפירוש הממצאים, ואף נותנים יד למניפולציות באמצעות סקרים של גורמים אינטרסנטים ולהבניית תמונה מסולפת של דעת קהל.³⁸ לעומת זאת, כל מחקר אקדמי אשר מחמיא לאמצעי התקשורת ומעיד על השפעתם הרבה על סביבתם, תהיה זו השפעה חיובית או שלילית, זוכה לסיקור תקשורתי נדיב.³⁹

דיון

אף שהדי המחאה החברתית של קיץ 2011 הולכים ודועכים, נותרת על כנה הביקורת על אמצעי התקשורת. המחאה נגד התקשורת נבלעה מעט בגל כנראה משום שלא זכתה לסיקור התקשורתי הראוי, ולא במקרה.

Images", in N. Carpentier et al. (eds.), *Democracy, Journalism and Technology: New Developments in an Enlarged Europe*, Estonia 2008, pp. 47-61

Harold Dwight Lasswell, *Politics: Who Gets What, When, How*. 10 New York: McGraw-Hill, Inc. 1936.

Y. Peri, *Telepopulism: Media and Politics in Israel*, Stanford, Calif. 2004.

12 א' לבל (עורך), **ביטחון ותקשורת: דינמיקה של יחסים**, באר שבע 2006, וכן על אחת הפרשיות הביטחוניות המסעירות, Y. Cohen, *The Whistleblower of Dimona: Israel, Vanunu, and the Bomb*, New York 2003

13 ג' בן-שחר, **הנשים החרדיות והעיתונות החרדית: אופני הקריאה וההתקבלות**, עבודת דוקטור, האוניברסיטה העברית בירושלים 2008; א' גבל, **הציבור הדתי-לאומי והתקשורת: יחסי אהבה-שנאה**, תל-אביב 2006.

14 D. Lemish, *Children and Television: A Global Perspective*, Oxford UK 2007.

15 ז' שביט, **תולדות היישוב היהודי בארץ-ישראל מאז העלייה הראשונה: בנייתה של תרבות עברית**, ירושלים תשנ"ט.

16 ד' כספי, "בין שני מוסדות"; ע' פלג, **דלתים פתוחות: השפעת התקשורת על המשפט בישראל**, תל-אביב 2012.

17 על אמצעי התקשורת כמתווכים, ראו דיון מוקדם ונרחב אצל כספי ולימור, **המתווכים**.

18 כך, כאשר המתנחלים בשטחים הכבושים סברו כי אמצעי השידור, ובעיקר הטלוויזיה, לוקים בסיקור בלתי מאוזן, הקימו בשנת 1988 את התנועה "העם נגד תקשורת עוינת". פעילי התנועה הרבו להצביע על הטיית בסיקור מדיניות ההתנחלות של הממשלה. עם זאת חוסר נחת מאמצעי תקשורת איננו בלעדי למיעוטים.

19 עורך הג'רוסלם פוסט, סטיב לינד, העיד כי ראש ממשלת ישראל, בנימין נתניהו, אמר לו כי "יש לי שני אויבים עיקריים, ניו יורק טיימס והארץ". <http://www.jta.org/news/article/2012/01/18/3091259/journalist-netanyahu-told-me-israels-biggest-enemies-are-nyt-haaretz>.

20 עדות לכך אפשר לגלות במשחקי מילים תדירים בעיקר בחוגי ימין ודתיים, המסתננים גם לאקדמיה ולציבור הרחב, אשר קובלים על הטיית פוליטיות. ראו למשל, מ' בלונדהיים וק' קפלן, "רשעות השידור: תקשורת וקלטות בחברה החרדית", **קשר**, 14 (1993), עמ' 15-62. וכן "תשקורת וטמבלוויזיה!" (כך במקור!) בהקשר זה ובהקשר לציפיות במגזר הדתי מהתקשורת, ראו למשל את ההסברים של הדרשן הפופולרי, אמנון יצחק, <http://fllx.tapuz.co.il/v/watch-3520493.html>.

21 לפחות שני ארגוני מעקב אחרי אמצעי תקשורת, משני קצות הקשת הפוליטית, מתמחים בביקורת פוליטית על אמצעי התקשורת בישראל, ובעיקר על ערוצי השידור: "זכות לציבור לדעת", ארגון מזוהה עם המתנחלים והימין, ומנגד ארגון "קשב", מרכז להגנת הדמוקרטיה". <http://www.keshev.org.il>

22 למשל, הבלוג של דבורית שרגל על שמה של להקת רוק מפורסמת, <http://www.velvetunderground.co.il>.

23 כזה הוא העיתון המקוון **העין השביעית**, המעודד שאלות מסוג "איפה טעינו?"

24 למשל, תכניות רדיו וטלוויזיה המוקדשות לתקשורת, מסוג **תיק תקשורת** בטלוויזיה החינוכית, וכן רשימות **בהעין השביעית**, למשל http://www.the7eye.org.il/articles/Pages/220212_Jon_Feder_skiing_in_Andorra.aspx.

25 בדו"ח של האגודה לזכות הציבור לדעת לשנת 2011, <http://www.imw.org.il/hebrew/article.php?id=1036>, בעיקר ערוצי הטלוויזיה ושלושת היומנים, **מעריב**, **ידיעות אחרונות** והארץ משכו את רוב תלונות הציבור. אולי אין זה מקרה שבהודעת האגודה אין נזכר היומון **ישראל היום**, הנחשב למוטה כלפי ראש הממשלה!

26 P. Peachey, "Internet 'Fuels' Radical Islam", *Independent*, 6.2.2012 <http://www.independent.co.uk/news/media/online/>

לכאורה, הלקחים היו ברורים: עם המשך המחאה, אמנם בהיקף מצומצם, נקטו אמצעי התקשורת זהירות בסיקור הפגנות ובמתן פתחון פה למוחאים למיניהם.⁴⁶ אלא שניתוחים מאוחרים עשויים להפריך הערכות על הקשר שבין סיקור המחאה לבין הצטמקות עוגת הפרסום (סרטוט 2).⁴⁷ כבר שנים שהולך וקטן שיעור הפרסום בתוצר המקומי. נתוני השנה האחרונה מלמדים על תופעה מדאיגה יותר. לפי זניט מדיה, 2011 הייתה שנה של שבירת מגמה בישראל. בעבר, היקף ההוצאה לפרסום עלה כשהתוצר לנפש צמח (מתאם של 0.7). שנים של שגשוג כלכלי גרמו למפרסמים לפתוח את הכיס ולהזרים יותר כסף בתחרות על לבו של הצרכן, ושנים רעות גרמו להן לדומם מנועים. כך למשל, השגשוג הכלכלי ב-2000 הביא לצמיחה של יותר מ-15% בהוצאה לפרסום, וב-2002 עם התפוצצות בועת ההיי-טק, הפרסום רשם קריסה של כ-10%. ב-2011 אירעה תופעה חריגה: באותה שנה נרשם גידול צנוע של 2.9% בתוצר לנפש, אך סך ההוצאה לפרסום ירד ב-3.6% ל-3.92 מיליארד שקל.⁴⁸

המחאה החברתית של קיץ 2011 הספיקה להניב לקחים לא מעטים גם בתחום התקשורת: אפשר שסיקורה אינו משתלם מבחינה כלכלית! לעומת זאת, הסיקור הנדיב של הביקורת הציבורית ושל הביקורת הפוליטית על התקשורת, והעיסוק התדיר של עיתונאים ועורכים בעצמם ובהשפעה המיוחסת להם, מטרתם להבנות את מעמדם המיוחד של אמצעי התקשורת כגורם רב עוצמה בחברה, ועלולים להסיח את הדעת מן המחאה המשמעותית והבלתי מסוקרת של הציבור נגד הריכוזיות באמצעי התקשורת, לרבות השליטה של אילי ההון בהם ועל הקשר המשולש המתהדק בין הוועידות-שלטון.

הערות

1 ראו אחד המאמרים החריפים בנושא זה: ד' כספי, "האורח נון מם", **חדשות**, 8.10.1992. נדפס גם בספרי **סדר יום: תקשורת, חברה ופוליטיקה**, תל אביב 2011, עמ' 31-34 (להלן: כספי, **סדר יום**).

2 ד' כספי ו' לימור, **המתווכים: אמצעי התקשורת בישראל 1948-1990**, תל-אביב 1992, עמ' 258 (להלן: כספי ולימור, **המתווכים**).

3 תחילה על זכייניות השידור בערוץ 2, ובהמשך גם על תחנות רדיו אזוריות ועל ערוץ 10 בטלוויזיה.

4 כינוי למדיניות שיזמה שרת התקשורת לשעבר, לימור לבנת, בשנת 1997, בעקבות המלצות ועדת פלד שמינתה. הוועדה המליצה, בין היתר, על ריבוי ערוצי שידור ברדיו ובטלוויזיה, בכללם ערוץ טלוויזיה נוסף, חמישה ערוצי טלוויזיה ייעודיים ותחנות רדיו אזוריות.

5 D. Caspi, "Israel: From Monopoly to Open Skies", in: D. Ward (ed.), *Television and Public Policy: Change and Continuity in an Era of Liberalization*, New York 2008, pp. 305-320.

6 א' מאירס ו' כהן, "דיוקן עצמי של עיתונאים בישראל: מאפיינים, ערכים ועמדות", **מסגרות מדיה**, 4 (2010), עמ' 107-134.

7 T. Goldstein (ed.), *Killing the Messenger: 100 Years of Media Criticism* (revised ed.), New York 2007. <http://books.google.co.il/books?id=hMXggWBtHqEC&printsec=frontcover&dq=media+criticism&hl=iw&sa=X&ei=fm0FT5q9PMyp8APC24T2Cg&ved=0CDgQ6AEwAg#v=onepage&q=media%20criticism&f=false> (25.2.2012). נדלו ב-2012.

8 על הדה מיסטיפיקציה של מערכת המשפט, ראו ד' כספי, "בין שני מוסדות: על משפט ותקשורת", **קשר**, 42 (2011), עמ' 6-14 (להלן: ד' כספי, "בין שני מוסדות").

9 D. McQuail, "Journalism as a Public Occupation: Alternative

- דבר על אלה של ליאוניד נבולין". לכאורה אלה הם דברי ביקורת עמיתים בפורום מקצועי המתפרסמים ברבים, אך למען השלמת ההקשר ראוי להוסיף ארבע הערות, אשר כל אחת מהן וכולן יחד מעלות חשד של "סגירת חשבונות" בין יומנים מתחרים. ראשית, הביקורת על דה מרקר התפרסמה ביומן כלכלי אשר מטבעו מתחרה של העיתון המבוקר. שנית, המבקר היה בשנים 2011-2009, עורך מוסף הארץ. שלישית, נוחי דנקנר הוא הבעלים של מעריב בעת מתיחת הביקורת וכנראה אחראי להעברתו או להשבתו של מר גולדן למעריב. לבסוף, ליאוניד נבולין רכש חמישית מקבוצת הארץ, לרבות היומן המבוקר. למשל, זאב חספר, מבקר הפנים בערוץ 10, פרסם מעין דו"ח חודשי בבלוג בשם "מבקר המערכת", אשר זכה לתשומת לב רבה בקהילת התקשורת. ראו <http://israblog.nana10.co.il/blogread.asp?blog=725487>.
- 36 בירור התלונה של דני דיין, יושב ראש מועצת יש"ע, נגד עיתון הארץ הסתיים בהרשעת העיתון וחייבו להתנצל בפני המתלונן. ראו פרטים על התלונה, תוצאות הבירור ודחיית הערעור של העיתון: <http://www.moaza.co.il/BRPortal/br/P102.jsp?arc=234346>. פרסום התוצאה של הערעור בעיתון הוצנע למדי: <http://www.haaretz.co.il/news/education/1.1575615>.
- 37 אולי אין זה מקרה שהכרזה שבפתח המאמר, כמו נושא הריכוזיות בתקשורת, לא זכה להבלטה באמצעי התקשורת.
- 38 על תופעת ה"סקרת" ונוקיה ראו ג' וימן, "מדבר סקר תרחק? הסיקור של סקרי בחירות בתקשורת הישראלית", בתוך: ק' פוקס וש' בריזלב (עורכים), **אמת וסקר**, תל אביב 1998, עמ' 123-147; ד' כספי, "מונולוג של סוקר" סדר יום, עמ' 183-185, ו"מי יתבע את הסוקרים", שם, עמ' 193-196.
- 39 ראו למשל הכותרת שניתנה לראיון על מחקר אשר העלה על נס את השפעת התקשורת על מערכת המשפט, ואשר זכה לחשיפה תקשורתית נדיבה ולא מקרית. ע' באום, "השופטים פוחדים מהתקשורת", **דה מרקר**, 17.2.2012. <http://www.themarker.com/law/1.1644082>.
- 40 ראו מאמרם של אמיר חצרוני והילה לוינשטיין בגיליון זה, וכן S. Walgrave et al., "Multiple Engagements and Network Bridging in Contentious Politics: Digital Media Use of Protest Participants", *Mobilization*, 16(3) (2011), pp. 325-350.
- 41 ראו למשל האתר ששימש לתקשורת בין פעילי המחאה החברתית: <http://uti.org.il/%d7%a8%d7%a9%d7%99%d7%9e%d7%aa-%d7%94%d7%aa%d7%a4%d7%95%d7%a6%d7%94/>.
- 42 בין אלה שהסתייגו מתרומתו של הפייסבוק למחאה החברתית, ראו למשל ע' פיישר, "זה לא הפייסבוק", **הארץ**, 7.10.2011. <http://www.haaretz.co.il/opinions/1.1517824>.
- 43 הצנתי את סימני השאלה האלה במאמרי, "איפה הייתה התקשורת?", **הארץ**, 2.8.2011, <http://www.haaretz.co.il/hasite/spages/1236791.html>.
- 44 נראה, שהמחאה החברתית שימשה אליבי נוח למגמות ולמחדלים גם בתחומים אחרים, למשל בכלכלה. ראו א' מירובסקי, "המחאה החברתית הפילה את שוק הדירות בתל אביב", **דה מרקר**, 19.2.2012. <http://www.themarker.com/realstate/1.1644989>. כך גם בתחום הביטחון! ראו על כך, ג' כהן, "מפקד אוגדה לחיליו: בגלל המחאה החברתית אין אימונים", **הארץ**, 13.2.2012. <http://www.haaretz.co.il/news/politics/1.1640215>.
- 45 נתוני הגרף מחייבים זהירות בשל ההשוואה בין הביקוש לזמן פרסום בטלוויזיה לעומת מספר האזכורים של המחאה באינטרנט.
- 46 ג' וימן, "הפקת אופנה", **העין השביעית**, 11.1.2012. http://www.the7eye.org.il/DailyColumn/Pages/110112_Fashion_Production.aspx.
- 47 מ' מנע, "בגלל המחאה החברתית: ירידה של כ-4.6% בהיקף הפרסום בי-2011", **מעריב**, 8.1.2012. <http://www.nrg.co.il/online/16/ART2/324/420.html>.
- 48 נ' טוקר, "המחאה החברתית אינה אחראית להאטה בשוק הפרסום", **דה מרקר**, 25.1.2012. <http://shivuk.themarker.com/news/index.dot?id=112477>.
- internet-fuels-radical-islam-6579552.html ראו גם בדו"ח הנ"ל: "מבין אתרי האינטרנט, מרבית התלונות הוגשו נגד *ynet* (24) ובפער מ-*nrg*" (13) וואלה (11)."
- P. B. Orlik, *Electronic Media Criticism: Applied Perspectives* 27 (3rd ed.), New York 2009. <http://books.google.co.il/books?id=mGq1140hmUUC&printsec=frontcover&dq=media+criticism&hl=iw&sa=X&ei=gGgFT6fICs-U8gPCh8zmCA&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q=media%20criticism&f=false>
- A. P. Kavoori, *Digital Media Criticism*, New York 2010. 28 http://books.google.co.il/books?id=KwfArvyPNAC&printsec=frontcover&dq=media+criticism&hl=iw&sa=X&ei=4W0FT_e6DMb_8QOsvGIAQ&ved=0CEsQ6AEwBQ#v=onepage&q=media%20criticism&f=false
- 29 ארגוני מעקב מתמחים לעתים ב"צייד שדרים". בפתח ההודעה על הדו"ח השנתי של "האגודה לזכות הציבור לדעת", המזוהה עם הימין, לשנת 2011, נכתב: "במהלך השנה החולפת הוגשו כ-648 תלונות נגד אמצעי התקשורת השונים. מירב התלונות הוגשו בעקבות התבטאויות שונות של שדרנים ומגישי תוכניות אקטואליה וטענות על חוסר איוון והבעת דעה אישית". על פי הנתונים, ערוץ 2 משך את מרב התלונות (167 תלונות), שחלק ניכר מהן היה נגד מגישת חדשות ערוץ 2, הגב' יונית לוי, ובפרט על תרגומה לנאום ראש הממשלה בקונגרס (81 תלונות). ראו על כך, <http://www.imw.org.il/hebrew/article.php?id=1036>.
- 30 בעת כתיבת המאמר פורסם **בהארץ** כי שר המשפטים יעקב נאמן, כינה באוזני שרים את עיתון הארץ "דר שטימר", עיתון ששימש שופר לתעמולה הנאצית. **הארץ**, 5.1.2012. <http://www.haaretz.co.il/news/law/1.1609411>. עורכי העיתון החליטו כנראה לפרסם את דברי הנאצה המיוחסים לשר המשפטים משום שבכך הם מעצימים את מעמדו של העיתון.
- 31 כצפוי, הביקורת החרפה של שר המשפטים ושל ראש הממשלה על הארץ הזינו מאמר שבחים על תרומתו הייחודית של העיתון לדמוקרטיה הישראלית. ראו גדעון לוי, "הארץ שלנו", **הארץ**, 22.1.2012. <http://www.haaretz.co.il/opinions/1.1622786?cache=1464635%3FhideOthers%3D7.2083940%3FhideOthers%3D7.1283260%3FhideOthers%3D7.2083940%3FhideOthers%3D7.1283199>
- 32 להבדיל, ביקורת על מכירת חמישית מבעלות על הארץ בשנת 2011 לאוליגרך הרוסי, ליאוניד נבולין, <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000653154>, כנראה ביקורת בלתי נעימה, עוררה את תרעומת המו"ל עד כדי הטלת חרם על המבקר, כותב שורות אלה. אולי לא במקרה המאמר-פיליטון התפרסם בבלוג! ראו <http://www.haokets.org/p85>.
- 33 בכמה ארגוני תקשורת, עיתונים כגון **מעריב** ו**הג'רוזלם פוסט** וערוצי טלוויזיה – ערוץ 2 (http://www.rashut2.org.il/public_complain.asp), ערוץ 10 (ראה בהערה 35), המתמסד הפקיד של נציב תלונות הציבור או מבקר פנים אשר מקיים בקרת איכות ומפרסם מדי פעם דו"ח על פעילותו. ראו, למשל, נציב תלונות הציבור של הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו, דו"ח שנתי מס' 14, **השס"ח-תשס"ט**, ירושלים 2009.
- 34 בכנס אילת לעיתונות מתח סגן עורך **מעריב**, שי גולדן, ביקורת על דה מרקר מקבוצת שוקן, ר' לייאור אברבך, "מי שקורא דה מרקר חושב של ישראל יש בעיה אחת – דנקנר". **גלובס**, 8.12.2011. <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000704287>. "בשנה האחרונה אני קורא דה מרקר. מהקריאה עולה שיש לישראל בעיה אחת: לא הפצצה האיראנית – הבעיה היחידה היא נוחי דנקנר. אם מדברים על הטיה של סיקור כלכלי זה בדה מרקר. אתה חושש שדנקנר ייטס את הסיקור בגלל אינטרסים, אבל הדבר הזה, אם היה קורה, בולט וקיים הרבה פחות מהאופן שמשקר דה מרקר את נושא הריכוזיות. זהו אחד העיתונים החשובים בישראל, אבל נחצה פה כל קו אפשרי בדרך לסיקור עיתונאי. מדברים על האינטרסים של נוחי דנקנר, ולא אומרים