

עיתונות צהובה בישראל? סיקור מחלתו של ראש הממשלה שרון בשלושה עיתונים יומיים

יובל קרניאל ועמית לביא דינור

מבוא

ב-4 בינואר 2006 אושפז ראש ממשלת ישראל, אריאל שרון, עקב אירוע מוחי חמור ושקע בתרדמת. היה זה אחד האירועים הפוליטיים והתקשורתיים המשמעותיים שקרו בישראל בעשור האחרון. שרון היה ראש ממשלה דומיננטי שאך סיים לבצע מהלך מדיני קשה: נסיגה מכל שטחי רצועת עזה ופינוי יישובים ואזרחים יהודים שחיו שם. הוא הקים מפלגה חדשה, קדימה, שהייתה אמורה לנצח ברוב גדול בבחירות וליצור מפה פוליטית חדשה. דמותו הציבורית הייתה איתנה והוא נתפס כמנהיג חזק, סמכותי ובעל יכולת ביצוע גבוהה. ירידתו הפתאומית מהבימה הציבורית השאירה חלל ציבורי ופוליטי עצום שלווה בתחושות של הלם, של עצב ושל אובדן קשה. התקשורת אף היא הגיבה כמי שחוותה טראומה ושבר לאומי עמוק. לאירוע זה קדם אשפוז מוקדם שהיה בדיעבד בעל השפעות פוליטיות, ציבוריות ותקשורתיות.¹

במאמר אנו בוחנים את הסיקור העיתונאי של שני האשפוזים באופן כמותי ואיכותני בעיתונות האיכותית בישראל המיוצגת על ידי עיתון הארץ, וכן בצהובונים הארציים הפופולריים, מעריב וידיעות אחרונות.² אנו רואים בפרשת שרון מקרה מבחן לאופן טיפול התקשורת האיכותית והצהובה בסיפור תקשורתי בולט ודרמטי. השאלה המרכזית של המאמר היא: האם יש עיתונות צהובה בישראל? או במילים אחרות, האם יש הבדלים אופייניים בסיקור האירוע בין העיתונות האיכותית לזו הצהובה? לשאלה זו כמה מרכיבים, הנוגעים למאפיינים השונים של הסיקור. אנו מתמקדים בשניים מהם: גודל הכותרות ומידת האהדה והתמיכה בראש הממשלה החולה. מטרת המחקר במאמר זה היא מציאת השונה והדומה בין שני הסוגים השונים של העיתונים במדינת ישראל כתופעה המאפיינת את העיתונות הכתובה בעולם.

למקורות המונחים "טבלואיד" ו"עיתונות צהובה"

ארצות הברית

התרחבותו של קהל קוראי העיתונים במחצית הראשונה של המאה התשע-עשרה הביאה ליצירתו של מודל חדש של עיתונים, שמחירם היה נמוך בהרבה מזה של העיתונים המסורתיים (שרוב האוכלוסייה לא יכול היה לעמוד ברכישתם). העיתונות הזולה הזו כונתה "עיתונות הפני" מפני שעיתונים אלה נמכרו במחיר של סנט אחד ("פני"), שישית ממחירם של העיתונים הוותיקים. עיתונות זו הופיעה לראשונה בניו יורק ב-1833, כשבנג'מין דיי (Day) יזם את הוצאתו לאור של *New York Sun*. עיתון זה יצר מהפכה בקהל היעד. הדבר בא לידי ביטוי לא רק במחיר הנמוך, אלא גם בעיצוב העיתון, בסגנון הכתיבה ובתחומי העניין שלו (Ornebring & Jonsson, 2004). דיי האמין שהדרך להגדלת התפוצה היא בפרסום סקופים, שלשם השגתם עשה מאמץ גדול ופרסם אותם בדרך כלל מבלי לבדוק בדקדקנות את נכונותם. כך לדוגמה פרסם העיתון ב-1835 בהבלטה סדרה של כתבות שעסקה במחקר בריטי שפורסם, כביכול, ובו הוכח שנתגלו חיים על הירח. סדרה זו ביטאה את השקפת עולמו של המו"ל ושל העורכים שמינה, שאחד מהם, ג'ון בוגרט (Bogart) התפרסם כמי שטבע את האמרה שכאשר כלב נושך אדם אין אלה חדשות, אך כאשר אדם נושך כלב אלה חדשות. עיתוני העילית הגיבו בעוינות על הסוג החדש של העיתונאות, שאותה הגדירו כנחותה וכרודפת סנסציות, ובמקרים מספר אף ניסו לארגן חרם על העיתונים החדשים, במטרה לחסלם. למרות מאמציהם המשיכה עיתונות הפני להתרחב, ועיתונים נוספים נוסדו בעשורים הבאים (Schudson, 1978, p. 23; Ornebring & Jonsson, 2004).

ב-1883 נרכש עיתון הפני *New York World* בידי היזם ג'וזף פוליצר (Pulitzer), אשר שילב בעיתונות את כל המאפיינים שסייעו להצלחתו של דיי, אך הוסיף אליהם מאפיין נוסף, ויזואלי, בדמותן של סדרות קריקטורות וציורים שעסקו בחיים בעיר (בעיקר בשכונות העוני). אחת הדמויות הבולטות בסדרות ציורים אלה היה "הנער הצהוב", ועל שמו נקרא כל הזן החדש של העיתונים בשם "עיתונות

להבנה של העורכים של עיתונים האיכות בצורך לנסות לגייס קוראים מבין קוראי הצהובונים.

תהליך ה"הצהבה" שעבר על עיתונים איכותיים בארצות הברית אולי לא בא לידי ביטוי בכך שהעיתונים שינו צורתם, אבל אופי הסיקור של כמה פרשות פוליטיות מלמד על אימוץ סגנון גישה עיתונאיים שמקורם בטבלואידים. דוגמה ראשונה לכך ניתנה במאי 1987, כאשר המימי **הראלד** (עיתון שאינו טבלואיד) חשף רומן מחוץ לנישואים של הסנטור גרי הארט, שנחשב למועמד המוביל לנשיאות מטעם המפלגה הדמוקרטית (Fiedler, 1992). טענות מסוג זה כנגד עיתוני האיכות (ובמידה רבה יותר כנגד התקשורת האקטרונית) חזרו כאשר צפו ועלו פרשיות הקשורות בחייו האישיים של הנשיא קלינטון, במחצית השנייה של שנות התשעים.

ישראל

משנות השישים של המאה העשרים בלטו בארץ שלושת העיתונים היומיים המסחריים, **ידיעות אחרונות**, **מעריב** ו**הארץ**. עד סוף שנות השמונים ייצגו עיתונים אלה שלוש תפיסות שונות של עיתונות מסחרית: **הארץ** היה המקביל לעיתונות העילית.³ **ידיעות אחרונות** נדפסו בפורמט של טבלואיד, על פי עקרונות שאפיינו עיתונות צהובה, אך תוכנו היה שונה במהותו מזה שעסקו בו בטבלואידים.⁴ **מעריב** עמד רוב שנותיו בתפר שבין **ידיעות אחרונות** ל**הארץ** בכל הנוגע לאופן הסיקור שלו ולעיצובו. אולם בסוף שנות השמונים, כאשר לראשונה בתולדותיו עבר העיתון לבעלות פרטית,⁵ וכאשר דב יודקובסקי נתמנה לעורכו,⁶ אימץ גם **מעריב** פורמט דומה מאוד לזה של **ידיעות אחרונות** (כספי ולימור, 1992). עד שנות השמונים "הפונקציה הצהובה" נותרה בידי שבועונים: העולם הזה ומתחריו קצרי הימים **בול** ו**רימון**.

בעשורים של המאבק הקשה על הבכורה בין **ידיעות אחרונות** (שהנהגה בידי נח מוזס, הרצל רוזנבלום ודב יודקובסקי) לבין **מעריב** (בהנהגת עזריאל קרליבך, אריה דיסנצ'יק ושמואל שניצר), נעשתה בהדרגה שעת ההדפסה מוקדמת יותר. **ידיעות אחרונות** בחר לנקוט עמדה לא מזוהה פוליטית ופתח את שעריו בפני כותבים ממגזרים שונים בחברה, בניגוד ל**מעריב**, שכותביו היו חבורה סגורה אשר נקטה קו מערכתי ימני ברור. גישה זו סייעה ל**ידיעות אחרונות** לעבור את **מעריב** לקראת סוף שנות השבעים ולהפוך לעיתון הנפוץ ביותר בישראל; הפער בין העיתונים הלך וגדל עם השנים (שם).

בשנות השמונים ייסד עמוס שוקן עיתון במטרה שיתחרה באופן ישיר ב**ידיעות אחרונות**, תוך אימוץ מובהק של מאפייני העיתונות הצהובה. העיתון **חדשות** (נוסד ב־1984, נסגר ב־1993) נדפס בצבע וכלל כותרות רועשות וקו מערכתי שחרג מהנורמה המקובלת בעיתוני הקונסנזוס האחרים, **מעריב** ו**ידיעות אחרונות**. כך, למשל, בניגוד לשאר העיתונים, מערכת **חדשות** לא הצטרפה לוועדת העורכים והעיתון לא קיבל על עצמו מגבלות דיווח שהיו מנת חלקם מרצון של שאר העיתונים משנת 1966 (שם). **חדשות** הרחיב בחודשים הראשונים להופעתו את הסיקור של מין ופשע (תחומי סיקור שבאופן מובהק אפיינו צהובונים בחו"ל, דוגמת ה־*Sun*, המירור והניו יורק פוסט), ואף נכנס לעימות עם השלטונות כאשר פרסם את תמונות המחבלים שנתפסו בקו 300, מבלי שביקש את אישור הצנזורה לכך

צהובה", כשם גנאי לסוג של עיתונים זולים, סנסציוניים, שמתמקדים ברכילות, במין ובפשע, ומזניחים עיסוק בחדשות "קשות". בדצמבר 1900 הובא לראשונה המושג "טבלואיד" מבריטניה לארצות הברית על ידי אלפרד הארמסוורת (Tulloch, 2000).

בריטניה

באמצע המאה התשע-עשרה הגיע הסוג החדש של העיתונות גם לבריטניה, שם כונה "העיתונות החדשה" (New Journalism), ונתקבל בקיתונות של זעם בידי כותבי העיתונים הוותיקים (מקבילים של עיתוני הפני בארצות הברית) (Wiener, 1988).

ב־1896 יסד בעליו של העיתון *Express*, אלפרד הארמסוורת (Harmsworth) (שלאחר מכן זכה בתואר אצולה, ונודע כלורד נורתקליף [Northcliffe]), את *Daily Mail*, שהפך לעיתון הראשון בעולם שזכה לכינוי "טבלואיד" (Tabloid), ובעברית: צהובון. נורתקליף העניק לעיתון החדש את הכינוי בעקבות הצלחתה של פרסומת לחברת תרופות, שהשתמשה במושג כשילוב של המילים טבלט ואלקלואיד *alkaloid* ו־*tablet*. הוא רצה עיתון שיציג חבילה מרוכזת של כל החדשות שדרושות לאזרח, שגודלו יהיה מחצית מזה של העיתונים המסורתיים, שהגיליון הגדול שלהם כונה "ברודשיט" (Broadshit), והיה קשה לקרוא אותו בחשמלית, בתחתית, באוטובוס או ברכבת, בדרך לעבודה. נורתקליף ראה כמה עקרונות חשובים באופיו של הטבלואיד, כמו הצורך בפסקאות קצרות, במשפטים ברורים ובכתבות שאורכן לא יעלה על 250 מילה (Lowe, 1994; Fang, 1997; Kalb, 1997; Ornebring & Jonsson, 2004).

בין עיתונות איכות לבין עיתונות טבלואידית היום

בריטניה וארצות הברית

התחזקותם של הטבלואידים הבריטיים על חשבון עיתוני האיכות בשנות השמונים והתשעים של המאה העשרים, הביאה לשינוי הדרגתי באופי הסיקור ברוב עיתוני האיכות, במטרה לעשותם מושכים יותר עבור ציבור הקוראים. במחקר שערכו שלי מקלכלן (McLachlan) ופיטר גולדינג (Golding) נבחנו מגמות שונות באופי הסיקור של העיתונות הבריטית בין 1952 ל־1997. הם מצאו כי סיקור חדשות החוץ בשיימס הצטמצם ממוצע של 3.5 כתבות חוץ לעמוד ב־1952, לממוצע של פחות מחצי כתבת חוץ לעמוד, ב־1997 (McLachlan & Golding, 2000). המחקר מראה גם שכמות התמונות בעמוד של *The Guardian*, עלתה (באופן לא עקבי) ממוצע של פחות מ־0.8 תמונות לעמוד ב־1962, לממוצע של יותר מ־1.2 תמונות לעמוד ב־1992.

ב־1986 הוקם עיתון איכותי רביעי, *The Independent*, שהצטרף לשיימס, לגרדיאן ול־*Daily Telegraph*. העיתון, שזיהה עצמו עם המרכז-שמאל, ניסה לזכות בנתח מקוראי השיימס (הממקם את עצמו בין המרכז למרכז-ימין) והגרדיאן (המזוהה עם השמאל הפוליטי), והיה פתוח יותר לשינויי עריכה מעיתוני האיכות האחרים. כתוצאה מכך הוא יזם מהלך של שינוי פורמט העיתון מברודשיט לטבלואיד, בספטמבר 2003. מהלך זה, שהשיימס חיקה אותו במהלך הדרגתי כעבור חודשיים (בתחילה הודפס השיימס בשני סוגי הגיליונות, ורק כעבור שנה הופסקה הדפסת גיליונות הברודשיט), היה סממן ברור

כבר אינו משקף את מעמדו.

לפי ספרקס (שם) שינויים אלה מאלצים את עיתונות העלית להתאים עצמה לציבור קוראיה הפוטנציאלי. הם יוצרים סכנה של משבר חברתי עקב השתתפות דלה בפעילות ציבורית, וכאשר הדבר משתלב עם התחרות המחריפה בשוק התקשורת, הרי שהצורך של העיתונות לחפש מכנה משותף רחב יותר מביא להצהבה. פיטר גולדינג ופול אליוט (Golding & Elliott, 2000) טוענים שרצון העיתונאים להגיע לציבור רחב ככל האפשר מאלץ אותם לעשות פשרות בסגנון ובאופי הדיווח שלהם. הנימוק לכך הוא שכדי לעדכן את הציבור, יש למשוך את תשומת לבו.

גודל הכותרת, סיקור אוהד או ביקורתי בעיתונות איכותית וצהובה

מחקר שבחן את השינויים שחלו בשני הצהובונים הגדולים בבריטניה בעשור האחרון במאה העשרים התמקד בין השאר בעיצוב הוויזואלי של שני העיתונים. נמצא כי אף על פי ששטח הכותרות בעמוד הצטמצם במקצת (מ-25.5 אחוז ב-1991 ל-23.8 אחוז ב-2001), הרי שהדבר לא בא במטרה להגדיל את חלקו של הטקסט הכתוב, אלא את חלקו של התמונות (שעלה במקצת, מ-29.2 אחוז ל-33 אחוז) (Uribe & Gunter, 2004).

העובדה שהכותרות תופסות כרבע מהשטח המודפס בעיתון והטקסט עצמו פחות ממחצית השטח המודפס, היא מאפיין מובהק של עיתונות צהובה. על אף הירידה בסיקור בעיתונות האיכות והעלייה בנפח הוויזואלי בחמישים השנה האחרונות, ניסוח הכותרות הוא עדיין אינפורמטיבי ביסודו (McLachlan & Golding, 2000; Gripsrud, 2000).

בעיתונות האיכותית, בזו הצהובה-למחצה ובצהובה יש מאפיינים ברורים של גודל הכותרת וניסוחה, המבדילים ביניהם. לדוגמה, כאשר תקפו כוחות הקואליציה המערבית את עיראק במלחמת המפרץ הראשונה, היו הכותרות של הצהובונים בצבע אדום (red top tabloids), באותיות בולטות, והתוכן שלהן היה פובליציסטי באופיו ולא סיקורי (כותרת הסאן, למשל, הייתה: "תפסו אותו, בחורים!" "Go get him, boys!"). בעוד הצהובונים ששמו מופיע ברקע שחור ועיתוני האיכות בחרו בכותרות אינפורמטיביות יותר ובגרפיקה צעקנית פחות (אף על פי שרובם, למעט הגרדיאן, תמכו במלחמה) (Philo & McLaughlin, 1993).

ההבדל בצורת ובתוכן הכותרת (גם אם הכתבה עצמה מספקת מידע דומה), מאופיין בכך שהעיתון נוהג על פי המאפיינים הקבועים שלו. העיתון האיכותי מסתפק לרוב בכותרת בפונט קטן ואופיה של הכותרת אינפורמטיבי בעיקרו, בעוד כותרת הצהובון מובלטת בצבע/גודל פונט ומנוסחת באופן פרובוקטיבי יותר. מחקרן של קלייר וורדל ואמילי וסט, שבדק את הפן הלאומני שבאופי סיקור חגיגות יובל החמישים למלכה בעיתונות הבריטית, מצטט כותרות שונות המבטאות את ההבדלים בין עיתונים כמו הטלגרף (עיתון איכותי) לבין הסאן, שתמכו בהדגשת חגיגות, אך כותרותיהם סיקרו באופן שונה במובהק את האירוע. הטלגרף עסק בעובדות הקשורות בחגיגות, בעוד הסאן קרא לאנשים לבוא ולהשתתף באירועים (Wardle & West, 2004).

העיתונות הטבלואידית הצליחה להוציא מידי כותבי עיתונות העלית את המונופול על מה ראוי לדעתם שהציבור ידע. הידע, שרוכז בעבר בידי קבוצה קטנה ומצומצמת, התרחב ועבר לעיתונאים נוספים בעלי עמדות מגוונות (Langer, 1992; Lumby, 1997; Fiske, 1992). בגישה ביקורתית מבטא הטבלואיד דווקא האטה בדחף החברתי להתקדמות ולהשתייכות לאליטה. בגישה זו מתייחסים קולין ספרקס וג'ון טולוך (Sparks & Tulloch, 2000) להצהבה כהסטה של סדר העדיפויות ממדע ומחדשות אל הבידור. כתוצאה מכך מתרבה הדיווח של החדשות ה"רכות" על חשבון נושאים שבמוקד הדיווח הציבורי. יתר על כן, אפשר לטעון על הבסיס המוסרי והמעשי של העיתונות האמריקנית הולך ונשמט מתחת רגליה (Sparks, 2000).

לפי יושטיין גריפסרוד עיתונות העלית נוטה לזלזל בעיתונות הצהובה, שכן הדגש בעיתונות העלית הוא על תחומי המדיניות והממשל ולא על אירועים צבעוניים, המלווים בסגנון כתיבה הנוטה להגזמות (Gripsrud, 2000). למרות הצגתה של ההצהבה כהשחתה של העיתונות, חלק מעקרונותיה מיושמים גם בעיתונות העלית, וסייעו לה להגדלת התפוצה והרייטינג. כלים כאלה, שאליזבת בירד הגדירה אותם כ"סיקור טבלואידי" (Bird, 2000), כוללים התמקדות ב"סיפור אנושי" בתוך הדיווח הכללי, והוספה של אמצעים ויזואליים כתמונות וציורים על חשבון ניתוח. ספרקס (Sparks, 2000) טוען שהיבט חשוב בהצהבה הוא העימוד, גודל הכותרות והשימוש בתמונות בעיתונות המודפסת.

הוארד קורץ (Kurtz, 1993) מגדיר את ההצהבה: (1) התדרדרות כללית בסטנדרטים העיתונאיים, (2) צמצום בדיווח על "חדשות קשות" (כמו פוליטיקה וכלכלה) לטובת הרחבת הדיווח על "חדשות רכות" (כמו רכילות ובידור). (3) שינוי כללי בתפיסת העיתונות לגבי מה חשוב שהציבור יידע על אדם מסוים, המתמודד על תפקיד ציבורי, ושינוי בגישה לגבי מה עלול להגדירו כלא מתאים לתפקיד. הגדרה זו כוללת כמה מרכיבים שיש להביאם בחשבון בבחינת המושג במבחן אמפירי: (1) הצהבה היא תהליך של שינוי פורמטים ותכנים, דבר שנדרש לו זמן. (2) ההצהבה היא מעבר של ערכים שהתקיימו בצהובונים לעיתונות העלית. לכן יש לבחון גם את העיתונות העלית בהקשר זה, ולא רק את הצהובונים. (3) ההצהבה אינה תהליך אחיד בכל העולם. ייתכן שבחלק מהמקומות היא מהירה יותר מאשר במקומות אחרים. מסיבה זו יש לבחון אותה בהקשר של החברה שבה היא מתקיימת. (4) מכיוון שהמושג "הצהבה" עודנו שנוי במחלוקת, יש לבחון אותו באופן רב ממדי וגמיש.

אפשר לבחון את השלכות ההצהבה רק לאורך זמן, בארצות ושפות שונות ובכמה סוגי מדיה. ספרקס (Sparks, 2000) רואה שלושה שינויים חברתיים המשפיעים על השינוי גם במדיה: (1) העלייה במספר יודעי הקרוא וכתוב מאפשרת מכירה נרחבת יותר של העיתונים האיכותיים. (2) שינויים במבנה המשפחתי שהגדילו את אוכלוסיית הנשים הקוראות (אם כי הוא טוען שישנם חוקרים המציגים עמדה שונה משלו. הם טוענים כי מדובר בקהל שאינו מעוניין במוצר עקב העובדה שמסורתית התוכן שלו פנה לרוב לשיק הגברי). (3) מספר בעלי ההשכלה הגבוהה אשר אינם משתלבים באליטה באופן שהיה נפוץ בעבר, מביא להתמררות בקרב קהל הצרכנים בעלי התארים, שהתוכן של העיתונות העלית המסורתית

השערות

לאור תיאור העיתונות הישראלית (ובפרט ידיעות אחרונות, מעריב והארץ) כפי שהציגו כספי ולימור (1992), ונוכח סקירת ההבדלים בין עיתונות האיכות לעיתונות הטבלואידית, השערות המחקר שלנו היו כי (1) בסיקור מחלתו של ראש הממשלה שרון יהיו הבדלים בין עיתון הארץ (עיתון איכות) לבין העיתונים מעריב וידיעות אחרונות (טבלואידים, צהובים למחצה); (2) הכותרות בעיתונים מעריב וידיעות אחרונות תהיינה גדולות יותר מאשר בעיתון הארץ; (3) הסיקור בידיעות אחרונות ובמעריב יהיה אוהד יותר למנהיג החולה וביקורתי פחות מאשר הסיקור בעיתון הארץ.

מתודולוגיה**המדגם**

לצורך המחקר נבחרו שלושת העיתונים היומיים הישראליים המובילים: ידיעות אחרונות, מעריב והארץ. במובנים רבים אפשר להתייחס לסיקור העיתונאי בהם כמייצג את אופן הסיקור הרווח בעבודת העיתונאים בישראל. הקורפוס הוגדר ככתבות, מאמרים, ידיעות חדשותיות, מאמרי דעה ומאמרי רקע ופרשנות עיתונאיים שנכתבו בדפי החדשות, העוסקים באשפוזיו של אריאל שרון. כל הפריטים הרלוונטיים שפורסמו בשלושת העיתונים בעת אשפוזו הראשון של אריאל שרון (בין התאריכים 19.12.2005-22.12.2005) והשני (בין התאריכים 5.1.2006-12.1.2006). המדובר ב-331 פרסומים (95 מתקופת האשפוז הראשון, 236 מתקופת האשפוז השני).

המשתנים נמדדו באמצעות דף קידוד לניתוח תוכן. דף הקידוד ששימש לניתוח הפרסומים כלל קבוצות מספר של משתנים:

מידת התמיכה של הכתבות בראש הממשלה אריאל שרון

משתני זמן: אשפוז ראשון או אשפוז שני, מועד פרסום הכתבה. **משתנים טכניים של הפריט:** מספר העמוד, סוג הפריט, אורכו, גודל הכותרת, מיקום כותרת בעמוד.

משתנים תוכניים הנוגעים לפריט: תומך/לא תומך באריאל שרון. על מנת לבחון משתנה זה הוגדרו שלושה ערכים: אוהד, ניטרלי ולא אוהד. כתבה אוהדת הוגדרה ככזו שאינה מותחת ביקורת, ותומכת בראש הממשלה, במפלגתו ובטיפול שעבר. כתבה ניטרלית הוגדרה ככזו שבה לא הובעה עמדה מפורשת בעד או נגד ראש הממשלה, מפלגתו או הטיפול שעבר. כתבה לא אוהדת הוגדרה ככזו שבה נמתחה ביקורת על ראש הממשלה, על מפלגתו או כנגד הטיפול אותו עבר ראש הממשלה.

דפי הקידוד חולקו לשני סטודנטים לתואר שני אשר אומנו בקידוד נתונים באמצעות ניתוח תוכן. כל אחד משני המקודדים ניתח את כל הפריטים. מידת ההסכמה בין שני המקודדים חושבה באמצעות מדד Kappa, מדד מקובל לבדיקת מהימנות בין שופטים (Dewey, 1983). מידת המהימנות שהתקבלה הייתה $K=0.72$. נוסף על כך ערכנו ניתוח איכותני של כמה כותרות בעיתונים ידיעות אחרונות ומעריב על מנת להציג ולהדגים את המאפיינים המרכזיים של הסיקור העיתונאי בעיתונות היומית הטבלואידית בשני האשפוזים של ראש הממשלה שרון.

ממצאים**ניתוח כמותי**

נמצאו הבדלים מובהקים בין ידיעות ומעריב לבין עיתון הארץ בשני הפרמטרים שנבדקו:

לא אוהד	ניטרלי	אוהד	ידיעות אחרונות	מעריב	הארץ
8.1%	10.8%	73%	אחוז הכתבות מתוך סך כל הכתבות שעסקו באריאל שרון במהלך תקופת אשפוזו הראשון		
22.6%	16.1%	54.8%			
25.9%	51.9%	14.8%			

* סך כל האחוזים לא מסתכמים ל-100% מאחר שהיו מאמרים שאינם רלוונטיים לחלוקה זו.

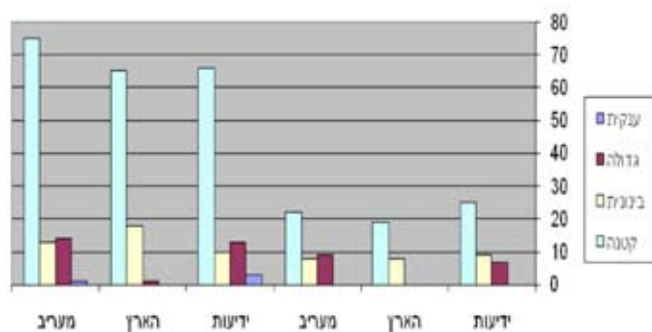
לא אוהד	ניטרלי	אוהד	ידיעות אחרונות	מעריב	הארץ
4.2%	11.1%	69.4%	אחוז הכתבות מתוך סך כל הכתבות שעסקו באריאל שרון במהלך תקופת אשפוזו השני		
13.8%	10%	60%			
20.2%	31%	33.3%			

* סך כל האחוזים לא מסתכמים ב-100% מאחר שהיו מאמרים שאינם רלוונטיים לחלוקה זו.

גודל הכותרת:

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances assumed	34.368	.000	-2.491	220	.013	-.207	.083	-.371	-.043
Equal variances not assumed			-2.491	181.972	.014	-.207	.083	-.371	-.043



גודל כותרת	אשפוז ראשון			אשפוז שני		
	ידיעות	הארץ	מעריב	ידיעות	הארץ	מעריב
ענקית	0	0	0	3	0	1
גדולה	7	0	9	13	1	14
בינונית	9	8	8	10	18	13
קטנה	25	19	22	66	65	75
סך הכול	41	27	39	92	84	103

מגמה זו נמשכה גם לאחר האשפוז השני, בליל ה-4 בינואר 2006. פרופ' שלמה מור-יוסף, מנכ"ל בית החולים הדסה, הודיע כי "האבחנה היא אירוע מוחי משמעותי". בימים הראשונים של האשפוז השני דווח על ניתוחים מספר שעבר ראש הממשלה. מצבו הוגדר "קשה מאוד", ואחר כך הייתה הודעה על התייצבות במצבו, שהוגדר מרבית זמן אשפוזו כ"קשה אך יציב". היה ברור שראש הממשלה אינו בהכרה והיה ספק אם יחזור לתפקד. תגובת העיתונות הכתובה על האשפוז השני הייתה תגובה רגשית ואוהדת. הכותרות והכתבות התמקדו בטרואמה שיצר האירוע, כפי שמעידה (לאחר כמה חודשים מהאירוע) העיתונאית איילה חסון: "הייתי אומרת שזה היה סיקור תחת טראומה. לא רק שרון נכנס לחדר הטרואמה. במובן הרגשי גם התקשורת נכנסה לסוג של טראומה" (רחמים, 2006, עמ' 20). העיתונות התגייסה כדי לבטא את ההלם והכאב על מה שנתפס מהרגע הראשון כמותו של שרון, אך כמו במשפחה קרובה הביטוי היה הדרגתי, כדי לרכך את המכה האנושה בנפשו של העם. תפקידה העיקר של העיתונות – דיווח אמין ומדויק כמו גם הצורך בביקורת – נדחק ונזנח מפני ההתגייסות הגורפת לשרת את האבל ולרכב על גבו כדי להגיע ללבו של הקורא. מיטב העיתונאים, הפרשנים, הפובליציסטים והעורכים פרסמו כתבות נרגשות על שרון. אחד מבכירי העיתונאים בישראל, חתן פרס ישראל נחום ברנע, כתב תחת הכותרת "צל כבד" (ידיעות אחרונות, 5.1.2006): "בשעת כתיבת שורות אלה, בחצות, נמצא ראש הממשלה בחדר הניתוחים. מצבו הרפואי חמור. עם שלם מתפלל לשלמו". בהמשך הכתבה עבר ברנע לטון מפאר המסכם את

ניתוח תוכן

בשני העיתונים הפופולריים, ידיעות אחרונות ומעריב, קיבל הסיפור מתחילה אופי אנושי, רגשי ואוהד לראש הממשלה. התודעה הקולקטיבית של הציבור הישראלי, כפי שבאה לידי ביטוי בהבלטה של העיתונות הכתובה, דחתה את האפשרות שיקרה משהו למי שנתפס באותה עת כמנהיג בלתי מעורער, ראש הממשלה שרון. סימה קדמון, עיתונאית בכירה, כתבה בעמוד 5 בידיעות אחרונות למחרת האשפוז (19.12.2005): "מדינה שלמה עצרה אמש את נשימתה". היא פירטה בכתבה "כי לא משנה לאיזו מפלגה משתייכים ובמי תומכים, צריך להיות עיוור או אטום כדי לא להבין לאיזה מצב הייתה נקלעת המדינה אם שרון לא היה מתלוצץ עם רופאיו". אזרחי המדינה ותושביה, כמו גם מנהיגי העולם, תוארו בתקשורת כבני משפחה החרדים לסב שחלה. כך בידיעות אחרונות, ב-20 בדצמבר 2005, תחת הכותרת "עלייה לרגל", "פרחים ודיסק של אסתר עופרים", סיפרו כתיבי ידיעות אחרונות (איתמר אייכנר, צבי זינגר, עמיר בן-דוד וחיים לוינסון) כי "זרי פרחים, שוקולדים, פקסים עם ברכות ומברקים של איחולי החלמה איימו להטביע אתמול את לשכת ראש הממשלה". ובמעריב באותו יום: "פרחים משגרירות סין ו-SMS מממשלת טורקיה" (שחר אילאיל, 20.12.2005). לכאורה דיווחים עובדתיים, אך למעשה הוראה של התקשורת לכל קורא מה עליו להרגיש ולחשוב; כלומר, להתרכז באיחולי החלמה ולא לבדוק מה המשמעות הפוליטית של ראש ממשלה חולה המבקש את אמונו בבחירות קרובות.

לראש הממשלה החולה, בעוד העיתון האיכותי שנבדק, **הארץ**, נקט קו שונה, ביקורתי יותר ותומך פחות. זו הבחנה שיש לה עדויות וסימנים בספרות המקצועית, והיא תואמת את ההשערה שלנו במחקר זה.

הבחנה זו מלמדת כי לאור השינויים החלים כיום בעולם העיתונות (תפוצתם ההולכת והגוברת של החינוכונים לצד העלייה בקוראי העיתונות המקוונת) נשמרת עדיין ההבחנה המסורתית בין הטבלואידים לעיתון האיכות **הארץ**. ניתוח התוכן האיכותני מעלה באופן ברור את המאפיינים הרגשיים והפופוליסטיים של העיתונות הטבלואידית. דומה כי העיתונאים הבולטים מתחרים ביניהם מי יהיה אנושי ורגשי יותר ויצליח להעלות דמעה או לגעת בתחושות הבטן של הקהל הישראלי. העיתונאים החשובים מוותרים על התפקיד העיתונאי הקלאסי להביא מידע חדש, ניתוח מקורי, פרשנות, תובנה וביקורת, ומחליפים זאת בתפקיד של "מקהלה" המלווה את ההיסטוריה ומבטאת את רחשי לבו של הקהל במטרה לנחם אותו ולרכוש את אהדתו. העיתונות הטבלואידית שואפת לפופולריות ועניינה העיקרי הוא למכור את העיתון, לצוד את תשומת לבו של הקורא, את עיניו ואת אהדתו. היא עושה זאת, לפי ממצאי המחקר, באמצעות כותרות גדולות ואהדה למה שנתפס כמבטא את המחשבה ואת הרגש של הקורא. העיתונות האיכותית, המיוצגת כאן על ידי **הארץ**, רואה את תפקידה העיתונאי בשירות זכות הציבור לדעת ונוקטת גישה ביקורתית יותר כלפי השלטון, גם ברגע של משבר ומחלה של ראש הממשלה. הגישה היא אוהדת ורגשית פחות, ותואמת את הגודל הצנוע יותר של הכותרות.

סיכום

בדקנו את ההשערה כי בישראל של שנות אלפיים קיימת עדיין הבחנה משמעותית וחשובה בין העיתונות היומית הפופולרית, הטבלואידית, המיוצגת כאן על ידי העיתונים **ידיעות אחרונות** ו**מעריב** שלהם מאפיינים צהבהבים, לבין **הארץ**. מקרה המבחן שנבחר הוא הסיקור של שני האשפוזים של ראש הממשלה שרון שהביאו לירידתו מהבמה של ראש ממשלה דומיננטי, ערב בחירות כלליות. זהו סיקור של משבר ורגע היסטורי חשוב בתולדות המדינה.

במחקר אישנו את ההשערה שההבדלים בין סוגי העיתונים עדיין קיימים, לא רק במישור הטכני והצורני אלא גם, ואולי בעיקר, בתחום התוכן והתמיכה בשלטון ובממשלה בעתות משבר. המחקר מלמד כי הכותרות הגדולות והצועקות של הטבלואידים מבטאים עמדה פחות ביקורתית ויותר רגשית ואוהדת לשלטון, עמדה המתחנפת לקוראים ומבטאת סנטימנט פופוליסטי.

הממצאים במחקר זה מחייבים מחקרי המשך כדי לבחון לעומק את האופי וההיקף של נקודות הדמיון וההבדלים בין העיתונות האיכותית לעיתונות הטבלואידית הפופולרית. בין היתר אפשר להציע התמקדות בנושאים שונים (משפט, כלכלה וכולי) ובתקופות שונות (משברים כלכליים, תקופות משבר לאומיות וכולי) ובחינת ההבדלים המתגלים במסגרתם בין עיתונות איכותית וטבלואידית. נתונים אלה יכולים להיות בסיס למחקר גם של החינוכונים החדשים ושל עיתונות האינטרנט, כדי למקם אותם ברצף שבין עיתונות איכות לעיתונות פופולרית.

פועלו של שרון: "אפשר לומר בשעה זו שלבדדים מבין מנהיגיה של המדינה היו הביטחון עצמי, קור הרוח ואומץ הלב שהפגין שרון בשתי הקדנציות שלו כראש ממשלה. לאורך כל הקריירה שלו, מאז שהיה קצין צעיר, שאף להידמות לאיש הנערץ עליו ביותר, דוד בן-גוריון. בשנים האחרונות הוא דמה לו, יותר ויותר". הכותרת למאמרו של הפובליציסט והשדר הפופולרי יאיר לפיד הייתה "פשוט להתפלל" (שם), ובהמשך הוא כתב: "בעת כתיבת שורות אלה המוח המדויק והיצירתי של שרון שטוף בדם". ואילו עורך **מעריב**, אמנון דנקר, יצא בכותרות "מחזיקים אצבעות" (בעמוד הראשון, 5.1.2006) ו"המדינה מחזיקה אצבעות" (בעמ' 12), ואף כתב: "כשראש ממשלה מוטל על מיטת חוליו חקשה והמאיים, מוטל שם גם אדם שיש לו משפחה, ילדים ונכדים וחברי נפש. הלב יוצא אל כולם". הכתובת מעבירות את תחושת האסון הקולקטיבי, את ההלם ואת הזעזוע, ונמנעות מהצגת פן ביקורתי כלפי העבר, ההיסטוריה והמעשים של שרון כמנהיג שנוי במחלוקת. כך, בראש הגיליון ב-6 בינואר 2006 הכותרת זעקה "מתפללים", ובמשך שבוע, בצד העמודים הראשונים הוצגה הכותרת "מתפללים לשלומי", ומתחת לה סקירות בנושאים שונים כמו כלכלה, השלכות פוליטיות ומאמרי דעות. בעמוד הראשון של הגיליון מן ה-8 בינואר 2006 הופיעה אף תמונה בולטת ובה נראים אזרחים ואיש צוות בית חולים (במדים ירוקים) עומדים יחדיו מחוץ לבית החולים, ובפניהם הבעה של צער, שמחוזקת בידיהם האוחזות בפניהם כלא מאמינים. המסגור המוצג בעיתונים הוא אחדות האומה סביב האבל וסגנון הכתיבה נראה כהספד על האיש ודרכו. סגנון הדיווח הרגשי נמשך כמה ימים. הכותרות **במעריב** (8.1.2006) ממחישות זאת: "עם ישראל הגיע לחווה" (אורי בינדר), ובכותרת משנה: "משפחות שלמות של אזרחים מודאגים נכנסו למכונית בסוף השבוע וערכו ביקור מורשת בקבר של לילי ז"ל ובשדות סביב בית ראש הממשלה בחוות שקמים. 'מתי כבר אריק יחזור?', שאלו בגעגוע" (שם). הכותרות והכתבות ממחישות את חוויית היתמות ומחזקות את הכאב והגעגוע לשרון המנהיג והאב שנשטש בטרם עת ובמפתיע את "ילדיו" היושבים ושואלים מתי אבא יחזור. התמונה המצטיירת היא הרמטית, חד ממדית ואחידה, כאילו כולם עסוקים אך רק באבל כבד וביגון אישי על האיש הנפלא, כאילו אין מדובר באירוע שמשמעותו העיקרית היא פוליטית ומדינית והיא חשובה הרבה יותר מזו האישית, וכאילו אין מדובר באיש פוליטי שנוי במחלוקת, שחייו היו רצופים מחלוקות, ריבים, ומדנים, עם רוב חלקי הציבור הישראלי היהודי, שלא לדבר על הציבור הערבי.

דיון

מהממצאים עולה כי הבחנה בין עיתוני איכות וטבלואידים קיימת גם בישראל. הבדלים מובהקים בין העיתונים נמצאו בשני הפרמטרים שנבדקו; פרמטרים המלמדים באופן היסטורי ומסורתי על ההבדלים בין עיתונות איכות לעיתונות טבלואידית או צהובה למחצה. בעוד הפרמטר הטכני של גודל כותרת מבטא הבחנה חיצונית ועיצובית בעיקרה, שהממצאים בו הם צפויים וכמעט מובנים מאליהם, הרי שהממצאים בנושא התוכני, המהותי, מלמדים על הבדל עמוק יותר בין שני סוגי העיתונות בישראל. שני העיתונים הפופולריים, **ידיעות אחרונות** ו**מעריב**, שיקפו את דעת הקהל והובילו לתמיכה ולאדהה

הערות

- וי' לימור (עורכים), **אמצעי תקשורת המונים בישראל: מקראה (עמ' 718-705)**. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- Bird, S. E. (2000). "Audience Demands in a Murderous Market: Tabloidization in the U.S. Television News," in C. Sparks & J. Tulloch (eds.), *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, pp. 213-228.
- Dewey, M. E. (1983). "Coefficients of agreement," *British Journal of Psychiatry*, 143, pp. 487-489.
- Esser, F. (1999). "'Tabloidization' of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism," *European Journal of Communication*, 4, pp. 291-307.
- Fang, I. (1997). *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions*. Boston, MA, Focal Press.
- Fiedler, T. (1992). "The Character Issue: A Political Writer's Perspective," *Political Psychology*, 13(3), pp. 553-563.
- Fiske, J. (1992). "Popularity and the politics of information," in P. Dahlgren & C. Sparks (eds.), *Journalism and Popular Culture*. London: SAGE Publications, pp. 45-63.
- Golding, P., & P. Elliott, (2000). "News Values and News Production," in P. Marris & S. Thornham (eds.), *Media Studies: A Reader* (2nd ed.), New York: New York University Press, pp. 632-644.
- Gripsrud, J. (2000). "Tabloidization, Popular Journalism, and Democracy," in C. Sparks & J. Tulloch (eds.), *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, pp. 285-300.
- Hastings, W. (2003). "History of Journalism." (online: 23 January 2007) in: <http://www.ux1.eiu.edu/~cfekv/pages/martin2006.doc>
- Kalb, M. (1997). "Editorial: The Clock is Ticking," *Intellectual Capital.com* 2(1) (online: 23 January 2007) at <http://www.intellectualcapital.com/issues/97/0102/index>.
- Kiss, J. (2007). "Metro distribution soars in London," 9 November 2007. (online: 23 January 2007) <http://www.guardian.co.uk/media/2007/nov/09/abcs.pressandpublishing4>.
- Kurtz, H. (1993). *Media Circus: The Trouble with America's Newspapers*. New York: Random House.
- Kurtz, H., C. Marin, T. Rosensteel, D. Schechter, B. Staples, & M. Wallace (1998). "Erosion of Values: A Debate among Journalists over How to Cope," *Columbia Journalism Review*, 36(6), pp. 44-48.
- Langer, J. (1992). "Truly Awful News on Television," in Peter Dahlgren and Collin Sparks (eds), *Journalism and Popular Culture*. London: Sage, pp. 113-129.
- Lowe, J. G. (1994). "A Sampling of New Words in Chronical Lists from 1972 to 1994 According to First Attestations," (online: 23 January 2007) <http://www.m-w.com/mw/uncdon/lowe.htm>.
- Lumby, C. (1997). *Bad Girls: The Media, Sex and Feminism in the 90's*. Sidney: Allen and Unwin.
- McEwen, J. M. (1999). "The National Press During the First World War: Ownership and Circulation," *Journal of Contemporary History*, 17(3), pp. 459-486.
- McLachlan, S. & P. Golding (2000). "Tabloidization in the British Press: A Quatitative Investigation into Chances in British Newspapers, 1952-1997," in C. Sparks & J. Tulloch (eds.), *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, MA: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., pp. 75-90.
- Ornebring, H. & A. M. Jonsson (2004). "Tabloid Journalism and the Public Sphere: a historical perspective on tabloid journalism."

- ותדתנו לעוזרי המחקר צחי חייט ומתן אהרוני על עזרתם ועל תרומתם למחקר.
- 1 כשבועיים לפני כן, ב-18 בדצמבר, ניהל שרון שיחת טלפון עם בנו, בה הוא נשמע מבולבל, והוחש לבית החולים. אבחנת הרופאים הייתה "אירוע מוחי קל" שנגרם כתוצאה מקריש בכלי דם במוח. שעות אחדות לאחר האירוע יצר שרון קשר עם העיתונאים שמיהרו לדווח על הכרזתו: "אנחנו ממשיכים קדימה". התקשורת, תחת השפעתם של יועצי שרון, סיפקה לציבור דיווח נחרץ ואופטימי על מצבו הבריאותי ויצרה אווירה של המשכיות ותקווה. אווירה זו העצימה את ההלם ואת חוסר המוכנות שחוהה הציבור באשפוז השני. סיקור התקשורת של שני האשפוזים לקה בכשלים מהותיים המעלים שאלות קשות ונוקבות על התנהלותה.
 - 2 אנו משתמשים כאן גם במונח "צהובון", המקביל למונח הלועזי "טבלואיד".
 - 3 מקביליו באנגליה היו עיתונים כמו *Times*, *Guardian*, *Daily Telegraph* ו-*Independent*.
 - 4 נפח הסיקור שלו של אירועים חדשותיים גדול בהרבה משל טבלואידים באנגליה, דוגמת *The Sun* או *Daily Mirror*.
 - 5 הוא נרכש בידי איל התקשורת הבריטי, רוברט מקסוול, שבבעלותו היו בין השאר הטבלואידים *New York Daily News* ו-*Daily Mirror*.
 - 6 יודקובסקי היה בעברו עורך ידיעות אחרונות ומבעלי המניות בעיתון, אך עזב אותו אחרי סכסוכים בתוך משפחת מוזס, שאליה הוא משתייך.

מקורות

- אלידע, ע' (1992). "עיתונות הסנסציה בארץ-ישראל בתחילת המאה ה-20", בתוך: ד' כספי וי' לימור (עורכים), **אמצעי תקשורת המונים בישראל: מקראה (עמ' 111-138)**. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- אלמגור-כהן, ר' ומ' ביאנו (2007). "מלחמות ישראל בראי עיתון הארץ", **קשר**, 35, עמ' 15-30.
- הלוי, ש' (1980). "ראשיתה של העיתונות העברית בארץ ישראל", **סקירה חודשית**, מס' 6 (יוני 1980), עמ' 35-50.
- (1989). **פרשיות בתולדות הישוב**. ירושלים.
- כנען, ח' (1969). "העיתונות העברית בארץ-ישראל בימי השלטון הבריטי", בתוך: ד' כספי וי' לימור (עורכים), **אמצעי תקשורת המונים בישראל: מקראה (עמ' 139-164)**. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- כספי, ד' וי' לימור (1992). **המתווכים: אמצעי התקשורת בישראל, 1948-1990**. תל-אביב: עם עובד.
- לימור, י' (1995). "מלחמת המו"לים בראשית ימיה של העיתונות העברית בארץ-ישראל: בתוך: ד' כספי וי' לימור (עורכים), **אמצעי תקשורת המונים בישראל: מקראה (עמ' 101-110)**. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- מוריס, ב' (1996). "העיתונות הישראלית בפרשת קיביה, אוקטובר-נובמבר, 1953", בתוך: ד' כספי וי' לימור (עורכים), **אמצעי תקשורת המונים בישראל: מקראה (עמ' 687-704)**. תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה.
- מן, ר' (2005). "עידן החינמון", **העין השביעית**, 55, מרץ 2005.
- צרפתי, א' (2007). "למרחב" – גלגולו של עיתון בין פילוג לאיחוד. **קשר**, 35, עמ' 118-131.
- קורץ, ג' (1999). **מעריכים ומכתבי עתים: עיונים בתולדות העיתונות העברית והיהודית**. תל-אביב: גולן.
- רחמים, י' (עורך) (2006). **קשה אך יציב, התקשורת הרופאים ומחלת מנהיגים**. תל אביב: מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה והפקולטה למדעי החברה ע"ש גרשון גורדון.
- רפאל, נ' וי' רועה, (1992). "סיקור האינתיפאדה בעיתונות הישראלית: עיתונים פופולאריים ואיכותיים נוקטים טרוריקה של קונפורמיות", בתוך: ד' כספי

- in C. Sparks & J. Tulloch (eds.), *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, MA: Rowman & Littlefield, pp. 1-40.
- Sparks, C. & J. Tulloch (eds.) (2000). *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.
- Tulloch, J. (2000), "The Eternal Recurrence on New Journalism," in C. Sparks & J. Tulloch (eds.), *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, MA: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., pp. 131-146.
- Uribe, R. & B. Gunter (2004). "The Tabloidization of British Tabloids," *European Journal of Communication* 19(3), pp. 387-402.
- Wardle, C. & E. West (2004). "The Press as Agents of Nationalism in the Queen's Golden Jubilee," *European Journal of Communication*, 19(2), pp. 195-214.
- Wiener, J. H. (1988). "How New Was the New Journalism," in Wiener, Joel H. (ed.). *Papers for the Millions: The New Journalism in Britain, 1850s-1914*. New York: Greenwood Press, pp. 47-71.
- Journalism Studies*, 5(3), pp. 283-295.
- Picard, R. G. (1998). "The Economics of Tabloidization: Observation from British and American Experiences," Unpublished Paper, Presented at Euricom Colloquium on Tabloidization, University of Westminster, London, 9-13 September.
- Philo, G. & G. McLaughlin (1993). "The British Media and the Gulf War," in G. Philo (ed.) *Industry, Economy, War and Politics*. Glasgow: Glasgow Media Group, pp. 146-148.
- Rooney, D. (2000), "Thirty Years of Competition in the British Tabloid Press: *The Mirror* and the *Sun* 1968-1998," in C. Sparks & J. Tulloch (eds.), *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*, Lanham, MA: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., pp. 91-110.
- Rowe, D. (1998). "Tabloidization: Institutional Process or Multy-Purpose Metaphor?" Unpublished Paper, Presented at Euricom Colloquium on Tabloidization, University of Westminster, London, 9-13 September.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- Sparks, C. (2000). "Introduction: The Panic over Tabloid News,"