

# ספורט, בידור ועסקים: שלושים שנה לערוץ הספורט בטלוויזיה בישראל

אילן תמיר, יחיאל לימור וחיים חגי

## מבוא

בחודש מארס 1990, זמן קצר לאחר שהחלו שידורי הטלוויזיה בכבלים בישראל, החלו שידוריו של ערוץ ישראלי המוקדש כולו לספורט. "לא יהיה להם מה לשרר. כל זכויות השידור של אירועי הספורט החשובים נמצאות בידנינו", לגלגו בערוץ הטלוויזיה הממלכתי (הערוץ הראשון), "הם יוכלו לשרר רק משחקי דוק". זה לא קרה. חדירתה של הטלוויזיה בכבלים לישראל הייתה מהירה מאוד, וכבר לאחר כשמונה שנים דווח כי כשבעים אחוז מבתי האב בישראל מחוברים לכבלים (אללוף, 1998). ההתבססות המהירה של הטלוויזיה בכבלים, על שלל הערוצים שהציעה לצופה הישראלי, הייתה גם מנוף לקידומו ולהצלחתו של ערוץ הספורט, שנעשה בהדרגה לגורם משמעותי במפת התקשורת הישראלית ול"שחקן" מוביל בנוף הספורט במדינה.

במאמר הנוכחי, שהוא פרי מחקר ממושך,<sup>1</sup> נבקש בין השאר לעמוד על תפקידו של ערוץ הספורט (המוכר כיום בשמו המסחרי ספורט 5) בתום שלושים שנות פעילות, על תפקודו, על מקומו ועל השפעתו על מפת התקשורת ותרבות הספורט בישראל. המאמר מעוגן בשלושה תחומי ידע המשולבים זה בזה: ספורט, תקשורת וכלכלה.

## רקע תיאורטי

כבר ביוון העתיקה עמדו השליטים על חשיבותו של הספורט כמכשיר פוליטי ודיפלומטי, שאפשר בין השאר יצירת תקשורת והבנה לא רק בין ידידים אלא גם בין יריבים. המשחקים האולימפיים ביוון העתיקה הם דוגמה בולטת לכך. גם הקיסרים ברומא זיהו את חשיבותו של הספורט כסוכן חברתי ואת עוצמתו, וארגנו אירועי ספורט המוניים מתוך הכרה כי "לחם ושעשועים" יסיחו את דעת ההמון מהעניינים הפוליטיים. בעידן המודרני נהפך הספורט למוסד חברתי בעל עוצמה סמלית, פוליטית וכלכלית. הספורט הוא לא רק בידור ושעשוע להמונים. הוא גם "דת" שיש לה מאות מיליוני מאמינים ברחבי העולם (Price, 2001), הוא מציע כר נרחב לפעילות פוליטית ברמה הלאומית והבין-לאומית (חריף, 2011; Strenk, 1980; Riordan, 1999; Kruger & Murray, 2003), והוא גם תעשיית ענק כלכלית, חובקת ארצות ועמים, המגלגלת סכומי עתק מדי שנה (בן-פורת, 2009א). המחקר האקדמי בתחום זה החל רק בשנות השישים של המאה הקודמת, עד

שיש הטוענים כי ההתעלמות האקדמית הממושכת מנושא הספורט דומה להתעלמות מתפקידה של הכנסיה בימי הביניים (Real, 1998).

שדה הספורט היה במהירות לכר פורה למחקרים אקדמיים. הוא נותח במגוון רחב של גישות ותפיסות מחקריות. המסורת הפונקציונליסטית הדגישה את תפקידו כורז ליצירת לכידות חברתית (Loy & Booth, 2000), הגישה הניאו-מרקסיסטית ראתה בספורט מכשיר דכאני המשמר את מבני הכוח בחברה (Brohm, 1978), וגישות פוסט-סטרוקטורליות (Andrews, 2000) הצביעו על קווי דמיון בין שיח הספורט לשיח המודרניסטי (הכוללים ערכים של קדמה, רציונליות ואינדיווידואליזם). חקר הספורט העלה תרומות חשובות גם למאגרי הידע בסוגיות שונות כגון: גלובליזציה (Miller, Lawrence & McKay, 2001), תרבות הצריכה (Crawford, 2004; Holt, 1995), מגדר (Scruton & Flintoff, 2002), גזע (Carrington & McDonald, 2001; Jarvie, 1991) ולאומיות (בן פורת, 2003; Dunning, 1999; Hagay & Meyers, 2015).

הספורט תופס בעשורים האחרונים מקום חשוב יותר ויותר בתרבות הפנאי בחברה המערבית. הן כפעילות חברתית פסיבית, כלומר צפייה באירועי ספורט ובעיקר באמצעות הטלוויזיה, הן כפעילות אקטיבית. ואומנם בעידן המודרני יש לספורט תפקיד חשוב בקידום המודעות לערכי בריאות. מחקרים מלמדים כי כשני שלישים מהעוסקים בפעילות גופנית – כמו הליכה, חדר כושר, שחייה ועוד – טענו כי הבריאות היא הסיבה העיקרית לפעילותם (גילי, תמיר, אליקים ומקל, 2011).

הספורט גם מעורר, כסוכן חברתי, ניעות חברתית ומאפשר ליחידים ולקבוצות לפרוץ את מסגרות הריבוד החברתי (בן-פורת, 2009). בסקר שנערך בצרפת בשנת 2004 התברר כי שניים משלושת הצרפתים האהובים ביותר על תושבי המדינה הם ספורטאים מהגרים: הכדורגלן ממוצא אלג'יראי, זינאדין זידאן, ושחקן הטניס כהה העור, יאניק נואה, שהוריו היגרו לצרפת מקאמרון (פינטו, 2004). הכללתם של השחקנים השחורים ג'קי רובינסון, ג'וש גיבסון וסאצ'ל פייג' בסדרת בולים אמריקנית שהנציחה את "אגדות הבייסבול" קיבעה את מעמדם כשווי ערך לכוכבים הלבנים בהיכל התהילה הספורטיבי, החברתי והתרבותי. הישגיהם של טניסאים שחורי עור כמו ארתור אש והאחיות ויליאמס ניפצו את תקרת הזכוכית של "הספורט הלבן", ואילו הישגיו של הגולפאי טייגר וודס הוכיחו כי העיסוק וההצלחה בספורט זה יכולים לחרוג מגבולות ההגמוניה הלבנה (לימור ותמיר, 2014). מצד שני אין להתעלם מכך שהספורט עלול להעצים אי-שוויון ולהעמיק פערים בהקשרים מגדריים, אתניים, מעמדיים וגיאוגרפיים (Spaaij, 2011).

במישור הפוליטי שדה הספורט הוא זירת מאבק בשלוש רמות: בין-לאומית, לאומית ומקומית. ברמה הבין-לאומית אפשר להצביע על שישה תפקודים פוליטיים של הספורט (Strenk, 1980): אמצעי להכרה או לאי-הכרה של מדינה אחת באחרת (דוגמה בולטת לכך היא הימנעות ספורטאים ממדינות מוסלמיות מהתמודדות עם ספורטאים ונבחרות מישראל); ערוץ מחאה (למשל החרם של רבות ממדינות המערב על המשחקים האולימפיים

במוסקבה בשנת 1980); מרחב לפעילות תעמולתית (כמו המשחקים האולימפיים בברלין בשנת 1936, או משחקי החורף האולימפיים ברוסיה ב-2014); אמצעי להשגת יוקרה (כמו החלטת קטאר לארח את משחקי גביע העולם בכדורגל בשנת 2020); מנוף ליצירת קשרי ידידות ושיתוף פעולה בין-לאומיים (כמו ביקור נבחרת טניס השולחן האמריקנית בסין, בשנת 1971, שפתח את הדרך לכינון יחסים בין שתי המדינות); וכן דרך לנטרול וצמצום מתיחויות בין מדינות, ולחלופין החרפתם.

## ספורט ותקשורת

תקשורת הספורט ממלאת את כל התפקידים הקלאסיים של תקשורת ההמונים כפי שזוהו במחקר: סיקור, פרשנות והעברת המורשת התרבותית (Laswell, 1948), בידור (Wright, 1986) וגיוס (McQuail, 1984). עם זאת היא זכתה במשך שנים רבות ליחסי שולי, ואפילו מזלזל, בחקר התקשורת. היו אף שהגדירו אותה כ"מחלקת הצעצועים" באגף החדשות בעיתון (Rowe, 2007). גם בישראל חקר תקשורת הספורט עדיין בראשית דרכו.

מערכת היחסים בין הספורט לאמצעי תקשורת ההמונים החלה כבר במאה השמונה-עשרה בעיתונות המודפסת (Boyle & Haynes, 2009). אירועי הספורט זוכים לערך חדשותי גבוה משום שהם מציגים אירוע בהיר, קצר, דרמטי וחד-משמעי (Galtung & Ruge, 1965), ומעניקים לקהל רגעים מרגשים ודרמה.

הטלוויזיה היא המדיום שהשפיע יותר מכול על תעשיית הספורט. אירועי הספורט התאימו לערוצי הטלוויזיה המסחריים מראשיתם משום שהם סיפקו להם אירוע תקשורת דרמטי, פשוט להפקה, שהניב אחוזי צפייה גבוהים יחסית והבטיחו קהל צופים אטרקטיבי לתעשיית הפרסום (Rowe, 2007). בויל (Boyle, 2014) טען שהחשיבות הכלכלית של שידורי הספורט לערוצי הטלוויזיה גדלה מאז 2005, משום ששידורי הספורט נתפסים כאירועים טלוויזיוניים שחשוב לצרוך בשידור חי, בעידן של קהל מפוצל וצפייה נדחית. שידור אירועי ספורט מרכזיים מבטיח גם יוקרה לגוף המסדר, כפי שציינו בויל והיינס (Boyle & Haynes, 2009). אולם הטלוויזיה אינה מסתפקת בתיווך האירוע לקהל הצופים והיא הופכת לשחקן מרכזי בתעשיית הספורט, ומשפיעה באופן ישיר על הספורט עצמו. את השינויים שחלו בספורט בהשפעת הטלוויזיה אפשר לחלק לארבע קטגוריות, כפי שהציעו גלילי, לידור ובן-פורת (2009):

1. שינויי מקום – בארצות הברית קבוצות ספורט שינו לא פעם את מיקומן לאזורים מרובי צופים כדי להבטיח רווחים גדולים יותר ממכירת זכויות השידור. זאת מאחר שבחלק מענפי הספורט זכויות השידור המקומיות אינן מחולקות באופן שוויוני בין קבוצות אליגה, בניגוד לזכויות השידור הארציות. לכן שוק טלוויזיה מקומי גדול עשוי להבטיח לקבוצה רווחים יותר גדולים ובאופן משמעותי.
2. שינויי עיתוי – ענפי ספורט רבים שינו את מועד קיום המשחקים כדי להתאימם לדרישות הערוץ המסדר. כך, לדוגמה, בשנות השישים התקיימו המשחקים האולימפיים

בחודשי אוקטובר הקרירים אולם משנות השבעים הם נערכים בחודשים יולי-אוגוסט, הדלים באירועי טלוויזיה משמעותיים ולפיכך מבטיחים לרשתות השידור אחוזי צפייה גבוהים. דוגמה נוספת: ליגת הרוגבי האנגלית שהעבירה את פעילותה, בלחץ הטלוויזיה, מהחורף לקיץ, היא דוגמה נוספת להשפעת רשתות השידור (Falcous, 1998).

3. שינויי חוקה וארגון – ככל שהקשר בין הטלוויזיה לתעשיית הספורט התהדק והלך, החלה הטלוויזיה להתערב יותר בחוקי המשחק כאשר אלה לא התאימו לצרכיה. במקביל ענפי ספורט שלא זכו לעניין מצד ארגוני השידור ניסו להתאים את עצמם לשידור הטלוויזיוני. כך, לדוגמה, חוקי הכדורעף שונו בשנת 1999 באופן משמעותי כדי לתחום את משך המשחק, לפשט את כללי הניקוד ולאפשר הפסקות ארוכות יותר המיועדות לשידור פרסומות (וינגרטן, 2003). בשנת 1997 שונו חוקי הכדורסל בליגה הישראלית ונוסף פסק זמן טלוויזיה לטובת שידורי הודעות מטעם ערוץ הספורט (גלילי, 2002).

4. שינויים עקיפים – הטלוויזיה משפיעה לא רק על ענפי הספורט המשודרים בה, אלא גם על אלה המודרים ממנה. הפופולריות של ענפי הספורט הנתפסים כלא הולמים שידור טלוויזיוני, עומדת ביחס הפוך לענפי הספורט שזוכים בחשיפה רבה.

## תקשורת הספורט הישראלית

תקשורת הספורט בישראל החלה להתפתח ולהתגבש בתקופת המנדט הבריטי כמעט במקביל להתעצבות העיתונות הכללית. בהכללה אפשר לחלק את התפתחות תקשורת הספורט בישראל לשלושה דורות או גלים מרכזיים: דור המייסדים, דור שנות השמונים ודור התקשורת החזותית (תמיר, 2009). לאלה אפשר להוסיף כיום דור רביעי: דור התקשורת המקוונת והרשתות החברתיות.

אף שדיווחים ספורים ואקראיים בנושא הספורט פורסמו בעיתונים העבריים בארץ ישראל עוד לפני מלחמת העולם הראשונה, ראשיתו של "דור המייסדים" בעיתונות הספורט בצאתם לאור של יומונים עבריים סדירים לאחר כיבוש ארץ ישראל בידי הצבא הבריטי. העיתון החלוץ בפרסום מדור ספורט היה עיתונו של איתמר בן-אב"י, **דאר היום**, שהחל לצאת לאור בשנת 1919, אף שהופעתו של המדור לא הייתה סדירה וקבועה. יומון ההסתדרות **דבר**, שהחל לראות אור ב-1925, החל מיד בפרסום מדור ספורט. **הארץ** (היומון הראשון שיצא לאור לאחר מלחמת העולם הראשונה) הלך בעקבותיו שלוש שנים מאוחר יותר, ויומון **מפ"ם**, **על המשמר**, החל לפרסם מיד עם הופעתו בשנת 1943 מדור ספורט קטן אך סדיר. בהדרגה תפסו מדורי הספורט מקום, אם כי לא תמיד קבוע או אחיד בגודלו, ברוב היומונים.

בתקופת המנדט ובשנים הראשונות לאחר הקמת המדינה נעשו ניסיונות שונים להוציא לאור עיתונים מיוחדים, חלקם מזוהים מבחינה פוליטית, המוקדשים לספורט – יומונים או שבועונים – אולם אף לא אחד מהם זכה באריכות ימים. הופעתו של העיתון **חדשות הספורט** בשנת 1954 הייתה חידוש בנוף העיתונות במדינת ישראל הצעירה.

העיתון, שראה אור במשך כשלושים שנה, יצק דפוסים חדשים של עבודה עיתונאית שהשפיעו בדורות הבאים לא רק על עיתונאות הספורט, אלא על העיתונות הישראלית כולה (לימור, תמיר ושיפמן, 2013).

**חדשות הספורט** השפיע באורח משמעותי על היומונים הגדולים **ידיעות אחרונות ומעריב**. שני העיתונים זיהו את העניין הרב בספורט והרחיבו את מדורי הספורט עד שאלה נהפכו למוספים יומיים (כספי ולימור, 1992). לשם כך גייסו מערכות העיתונים כוח אדם צעיר ופיתחו דפוסי עבודה חדשים (רוזנבלט, 1987). הופעת היומון **חדשות ב-1984**, שכלל מדור ספורט צבעוני וכולט (כולל הקדשת העמוד האחרון לנושא הספורט), סימלה במידה רבה את התבססות הגל השני של תקשורת הספורט בישראל (לרר, 1986). העובדה שרבים מעיתונאי דור המייסדים החלו לעבוד בתקשורת הספורט "החדשה", הבטיחה תהליך מסודר של "העברת המקל" הבינ־דורית, אך גם שיקפה את חילופי הדורות ואת המציאות התקשורתית החדשה (תמיר, 2009).

במקביל הייתה תחנת הרדיו הממלכתית, קול ישראל, בהדרגה לשחקן מרכזי במפת תקשורת הספורט בישראל. עם תחילת עונת הכדורגל של שנת 1970 החל קול ישראל לשדר תוכנית שבועית בשם **שירים ושערים**, שכללה דיווחים ישירים ממגרשי הכדורגל. התוכנית, ששודרה מדי שבת בעונת המשחקים (כל משחקי הליגות העליונות נערכו בשבתות) נחשבת, כמו **חדשות הספורט**, לאחת מאבני הדרך המשמעותיות בהתפתחות תקשורת הספורט בישראל. לראשונה הועברו משחקי ליגות הכדורגל בשידור ישיר למאות אלפי מאזיני רדיו ברחבי הארץ. ערוץ הטלוויזיה הממלכתי (שמהקמתו בשנת 1968 ועד תחילת שידורי הערוץ השני ב-1993 היה ערוץ הטלוויזיה היחיד בישראל) חיזק את מעמדה של התקשורת האלקטרונית עם שידורה של התוכנית **מבט ספורט** במוצאי שבת, שסיכמה את משחקי השבת בכדורגל (גלילי, 2002). הקמת הטלוויזיה ככבלים והערוצים המסחריים, בשלהי שנות השמונים ובראשית שנות התשעים, שהפכו את התקשורת בישראל לרב־ערוצית, השפיעה גם על עיתונות הספורט. נפח שידורי הספורט בטלוויזיה גדל באופן משמעותי, אך בעיקר הצמיחה "כוכב" חדש בשמי עיתונות הספורט בישראל: ערוץ הספורט (המוכר כיום בשמו המסחרי **ספורט 5**), שהוקם בשנת 1990. אל הערוץ, שמאז הקמתו הספיק להתרחב לחמישה ערוצי שידור מקבילים, נוספו בתחילת שנות האלפיים שני ערוצי שידור נוספים של חברת צ'רלטון, שהתרחבו בשנת 2017 אף הם לארבעה ערוצי שידור. שיטת "שלם וצפה", שעליה התבסס המודל הכלכלי של צ'רלטון עד 2007, הומרה לרכישה על בסיס מנוי חודשי. שנת 2011 ציינה את כניסת השחקן השלישי לשוק שידורי הספורט בטלוויזיה הרב־ערוצית – ערוץ One, שכעבור שבע שנים הרחיב את פעילותו והעלה ערוץ שני (Tamir & Limor, 2017). שלוש השחקניות ששידוריהן הועברו לצרכנים באמצעות כבלים ולוויין, הפכו בשנות האלפיים לדומיננטיות במרחב הספורטיבי התקשורתי והתחרות ביניהן, בערוצי הטלוויזיה ובאתרי האינטרנט, הכתיבה סגנון סיקור והתייחסות חדשים לספורט (תמיר, 2009).

בשנים האחרונות, עם פריחתן של הרשתות החברתיות, אנו עדים לתחילתו של גל רביעי של תקשורת ספורט, שבו עיתונאי ספורט וגורמים אחרים מרכיבים לפרסם באינטרנט וברשתות החברתיות דפים פרטיים, טורים, פרשנויות, פודקאסטים וחומרים אחרים הקשורים לאירועי ספורט ולתחום הספורט. יש לשער שבדומה ל"מחזור החיים" של אמצעי תקשורת המונים אחרים (Lehman-Wilzig & Cohen-Avigdor, 2004), יתפתחו ויתגבשו בעתיד זהויות חדשות של תקשורת הספורט.

## ספורט וכלכלה

הספורט, במיוחד בעשורים האחרונים, נהפך "ממשחק לסחורה" (בן-פורת, 2002, 2013). מועדוני ספורט רבים נעשו בהדרגה ממוקדי פעילות של חובכים למועדונים מקצועיים ולתאגידים כלכליים המגלגלים סכומי עתק ממכירת כרטיסים למשחקי הספורט, משיווק מוצרים נלווים (מרצ'נדייז) וממכירת זכויות שידור לטלוויזיה.

כמו כל סחורה אחרת, גם תעשיית הספורט מתנהלת במסגרות ממוסדות ומחייבות, הנמדדות בקני מידה קפדניים של רווח והפסד, ומגלגלת סכומי עתק התופחים משנה לשנה. כך, לדוגמה, מדו"ח של החברה הבריטית דלויט (Deloitte) לשנת 2019 עולה כי שווי שוק הכדורגל האירופי בעונה 2017/18 היה למעלה מ-25 מיליארד אירו (Annual Review of Football Finance, 2019), לעומת כ-16 מיליארד אירו רק פחות מעשור קודם לכן. דוגמה אחרת היא הסכומים המושקעים ברכישות ובהעברות של שחקני כדורגל. לפי דו"ח של פיפ"א (ההתאחדות העולמית לכדורגל) הוציאו קבוצות ברחבי העולם, בשנת 2019, סכום של 7.35 מיליארד דולר על שחקני רכש (יעקבי, 2020).

הטלוויזיה היא מוקד משיכה להמונים חובכי ספורט ברחבי העולם, וממלאת תפקיד מרכזי כמתווכת במשולש הון-ספורט-ציבור. שעות שידור הספורט בטלוויזיה בארצות הברית גדלו באופן משמעותי בעשור השני של המאה העשרים ואחת: מ-84,000 שעות בשנת 2010 לכ-134,000 שעות שידור בשנת 2018. כמעט בכל שנה כובשים שידורי הספורט את רוב טבלת השידורים הנצפים ביותר בטלוויזיה (Wann & Jeffrey, 2019). בשנת 2014 הכריזה ליגת הכדורסל האמריקנית (NBA) על הסכם זכויות שידור חדש עם רשתות הטלוויזיה ESPN ו-TNT, המוערך ב-24 מיליארד דולר, עד 2025 (זיו, 2014). השווי הגלובלי של זכויות שידורי הספורט הגיע בשנת 2019 לשיא ועמד על כ-51 מיליארד דולר, עלייה משמעותית מ-46 מיליארד דולר רק שנתיים קודם לכן ועל 39 מיליארד בשנת 2015 (Global Media Report, 2019). לפי דו"ח של חברת מחקר המתמחה בתחום זה, ההכנסות של ארגוני ספורט יגדלו בחמש השנים הבאות ב-75 אחוז ויגיעו ל-85 מיליארד דולר, לאור הגידול בצפייה בתכני "ישירות לצרכן" (DIT – direct-to-consumer) (דו"ח: הכנסות, 2019). העניין הגובר בספורט תרם גם לפיתוח מנגנונים משומנים של ייצור פרסומות וכן של יחסי ציבור המתמחים בתחום הספורט, ברמה מקומית, לאומית ובין-לאומית (לימור ותמיר, 2012).

במקביל החלו גורמים שונים – לא רק אגודות הספורט – לפתח ולייצר מוצרי לוואי שונים שבמרכזם עומד הספורט כמשחק, כאגודה, כענף, כספורטאי בודד ועוד. כל אלה נועדו למטרה אחת: להניב הכנסות ולהגדיל רווחים. אפילו בולי דואר, שנועדו לשמש במקור כקבלה בעבור משלוח מכתבים וחבילות, נעשו למקור הכנסה המבוסס על הספורט, כאשר בעולם כולו הונפקו ומונפקים אלפי בולים המוקדשים לספורט.

### ערוץ הספורט: היסטוריה קצרה

ערוץ הספורט, המוכר כיום כ"ספורט 5", עלה לאוויר במאסר 1990 כחלק ממהפכת הטלוויזיה הרב-ערוצית בישראל. הערוץ מוקם בתדר החמישי של הממירים האנלוגיים, ומכאן גם הזיהוי בין שם הערוץ והמספר הנלווה אליו.



הלוגו הראשון של ערוץ הספורט (עד שנת 1992). באדיבות ערוץ הספורט

השדרים והכתבים הראשונים גויסו ממקורות שונים. חלקם היו בעלי ניסיון בטלוויזיה, בעיקר בערוץ הראשון, רבים אחרים הגיעו מהעיתונות המודפסת ואחדים גויסו ללא ניסיון כלל בהחלטה מודעת של ראשי הערוץ לגייס "אמריקאים שגדלו בסביבה של מדיה" (ריאיון אישי, 19.12.2019). במשך כשנה הסתפק הערוץ בשידור תוכניות ומשחקים מוקלטים בשעות אחר הצהריים בלבד, והכתבים הקליטו את דברי הרקע ש"הולבשו" על הסרטים. רק לאחר כשנה בוצע השידור החי הראשון של משחק כדורגל מהליגה האנגלית, שפרץ את דרכו של הערוץ להצלחה. נקודת ציון נוספת הייתה ב־1992, כאשר רכש הערוץ את זכויות השידור לליגת הכדורסל הישראלית, שהיו עד אז ברשות הערוץ הראשון. ההפקה המקומית הראשונה של ערוץ הספורט סייעה לו לזכות בהכרה בקרב חובבי הספורט. כשנתיים לאחר השקתו כבר היו לערוץ, לפי עדות אחד מראשיו (ריאיון אישי, 19.12.2019), כ־600,000 מנויים. בתחילת דרכו היה הערוץ בשליטת חברת ICP, שהקימו חברות הכבלים כדי לנהל במשותף את רכש התכנים וזכויות השידור. ב־1996 נאלצו חברת הכבלים להתנתק מכמה ערוצים (ערוץ הילדים, ערוץ המדע וערוץ הספורט) ולהעבירם לגופי הפקה עצמאיים, והפקת הערוץ הועברה לידי חברת JCS. בסוף שנות התשעים רכש אביב גלעדי אחזקות בשיעור של 15 אחוז בערוץ הספורט וב־2004 רכש

את השליטה בערוץ. כיום נשלטת החברה בידי קבוצת RGE, הנמצאת בשליטת אנשי העסקים לן בלוטניק, אביב גלעדי ומשפחת רקנאטי.

במשך השנים התפתח הערוץ, רכש זכויות שידור, החל לשרד תוכניות אולפן מגוונות והרחיב את פעילותו המשתרעת כיום על שישה ערוצי שידור בטלוויזיה בכבלים (5sport; 5plus; 5live; 5gold; 5stars; 5sport 4k) וכן תחנת רדיו אינטרנטית. ב-2006 החל הערוץ לשרד 24 שעות ביממה. <https://www.sport5.co.il/> (כתובתו: אתר אינטרנט פופולרי (כתובתו: <https://www.sport5.co.il/>)).

מהדורת חדשות הספורט, המשודרת מאז 1998, היא תוכנית הדגל של הערוץ. ערוץ הספורט היה ערוץ הטלוויזיה הראשון בישראל שניסה לגבות תשלום עבור שידורי ספורט. ב-2001 ניסה הערוץ החדש לשרד את משחקי הליגה האנגלית בשיטת "שלם וצפה", בעלות של עשרה שקלים למשחק בודד, אולם הניסיון בוטל כעבור זמן קצר, לאחר שהתברר שרק מאות צופים צרכו את המוצר התקשורתי החדש (הדס, 2001). באותה שנה עלה לאוויר ערוץ 5+, שהיה ערוץ הספורט הראשון בתשלום, ובכך פרץ את הדרך להנחלת הנורמה שהצופים בערוצי הספורט נדרשים לתשלום נוסף. ב-2004 כבר היו מנויים על ערוצי הספורט כ-350,000 בתי אב (ליביו, 2004), למרות מחאה ציבורית נגד דילול התכנים בערוצי הספורט הפתוחים והעברת התכנים היקרים לערוצים בתשלום ואף ניסיון לתביעה ייצוגית שנדחתה (דנון, 2010). כעבור עשור תבע ערוץ הספורט, יחד עם חברת צ'רלטון, מבעלי עסקים לשלם על הקרנת משחקים במקומות ציבוריים. בראשית העשור השלישי של המאה העשרים ואחת ערוץ הספורט איננו יחיד בנוף שידורי הספורט בטלוויזיה. יש לו מתחרים הנאבקים על זכויות שידור, על נתחי צפייה, על מנויים ועל הכנסות מפרסומת. לוח 1 מביא את תמונת "השחקנים" ואת הנכסים העיקריים (זכויות שידור לליגות הבכירות) שבידיהם נכון לתחילת שנת 2020.

בשנים האחרונות איבד ערוץ הספורט זכויות שידור מסוימות שבשנותיו הראשונות היו בבחינת עוגן שידורי (למשל: זכויות השידור לליגות האיטלקית והספרדית בכדורגל). אחת ההשלכות לכך היא מעבר, ולו חלקי, משידורים המבוססים על זכויות שידור לתוכניות המבוססות על "כוכבים" (טאלנטים) ולתוכניות אולפן.

השפעתו של ערוץ הספורט על הספורט הישראלי נתפסה בשיח הציבורי כמשמעותית. לדוגמה, בשנת 2002 דורג מנכ"ל ערוץ הספורט דאז, מיילן טנזר, במקום ה-11 ברשימת האנשים המשפיעים ביותר בספורט הישראלי שפרסם אתר *Ynet*. בדברי ההסבר לדירוגו נכתב כי "קשה לתפוס עד כמה הפילטר דרכו עוברים אלינו שידורי הספורט, משפיע על האופן בו אנו מתייחסים אליו" (יסעור, 2002). ערוץ הספורט הוא למעשה מקרה פרטי של תקשורת ספורט משודרת, ורבים ממאפייני שידורי הספורט בטלוויזיה בעולם המערבי תקפים ורלוונטיים גם בישראל. או כהגדרתו של ויינגרטן (2003): "הטלוויזיה והספורט התחרותי כמו נולדו זה למען זה, והקשר ביניהם מתחזק מדי יום".



**לוח 1: "השחקנים המרכזיים" בשוק שידורי הספורט בטלוויזיה בישראל וזכויות השידור שבידיהם (תמונת מצב פברואר 2020)**

קבוצת צ'רלטון	קבוצת ONE	קבוצת RGE (ערוץ הספורט)	התחום
ליגת העל – משחקים 5-2		ליגת העל – משחקים 1, 6, 7, גביע המדינה וגביע הטוטו ליגה לאומית	כדורגל ישראל
הליגה האירופית הליגה האנגלית הליגה הגרמנית הליגה הבלגית הליגה ההולנדית הליגה התורכית הליגה הפורטוגלית הליגה הסינית הליגה הארגנטינאית הליגה הברזילאית	ליגה איטלקית ליגה ספרדית	ליגת האלופות הליגה הצרפתית	כדורגל עולמי
		ליגת העל הישראלית ליגה לאומית ליגת העל לנשים	כדורסל ישראלי
יורוקאפ הליגה הספרדית הליגה היוונית הליגה התורכית	ליגת המכללות	יורוליג NBA ליגת האלופות בכדורסל יורופקאפ ליגה איטלקית ליגה גרמנית	כדורסל עולמי
ליגת האלופות בכדוריד סבב המאסטרס העולמי ליגת היהלום (אתלטיקה)		NFL ליגת העל הישראלית בכדוריד ליגת העל הישראלית בכדורעף פורמולה 1	ענפים נוספים

להלן נעמוד על תרומתו של ערוץ הספורט לחברה ולספורט בישראל ועל השפעותיו בתחומים שונים.



הלוגו הנוכחי של ערוץ הספורט מאז שנת 2013. באדיבות ערוץ הספורט

## ערוץ הספורט, תרבות ובידור

אחת ההשלכות הבולטות של צמיחת תקשורת הספורט הייעודית בטלוויזיה, שערוץ הספורט היה החלוץ שלה, היא הפיכת הספורט לחלק בלתי נפרד מהתרבות הלאומית בישראל. אף שאירועי ספורט ברמה הלאומית (כמו השתתפות נבחרת ישראל באליפות העולם בכדורגל, או השתתפות ספורטאים ישראלים במשחקים האולימפיים) זכו בסיקור בערוץ הראשון של הטלוויזיה – שהיה "מדורת השבט" התרבותית-חברתית – הקמת ערוץ טלוויזיה המוקדש כולו לעולם הספורט ומשדר 24 שעות ביממה, העניקה לספורט ולסיקורו ממדים חדשים ושונים.

מראשית דרכו של הערוץ ביקשו מייסדיו להנחיל את הגישה שהספורט משקף היבטים היסטוריים, כלכליים, תרבותיים וחברתיים. מגמה זו מומשה בדרכים שונות, מתוכניות אולפן ("היכל התהילה", "מסע הקסם המסתורי" או "קפיצה בזמן"), דרך סרטים תיעודיים ("אימפריית הדשא", סרטים תיעודיים על שחקנים) או כתבות לקראת משחקים (pre-game) ועד לבחירת מגישים בערוץ. בשיח הציבורי נתפס אולפן ערוץ הספורט, לדוגמה, כתוכנית הראשונה שהפכה את הכדורגל האירופי לזירה של שיח תרבותי, וכך נכתב עליה: "בעוד משדרים כמו 'מבט ספורט' ו'הראשון בשער' בערוץ הראשון, אינם ראויים לצפייה, ו'בטריבונה' של ערוץ 10 מוגבלת לגרעין הקשה של אוהדי הכדורגל, הרי שאולפן ליגת האלופות הפך ברבות השנים לתכנית תרבות של ממש" (קיפניס, 2003). מודי בר און, מהפנים והקולות המזוהים ביותר עם ערוץ הספורט, המנחה את אולפן ליגת האלופות – שנחשבת לאחת מתוכנית הדגל של ערוץ הספורט – אף הבהיר כי התרבות ומערכי הספורט מעניינים אותו באותה מידה, וכי כאשר הוא מנהל את השידור באולפן, המערך של קבוצת הכדורגל פריז סן ז'רמן והדימויים על העיר פריז, על אדית פיאף ועל המחתרת הצרפתית בימי מלחמת העולם השנייה, מתערבבים יחד ויוצרים תמונה תרבותית מסוגננת (מיטלמן, 2019).

אלא שלתמונה התרבותית יש גם צד שני. אחד ההיבטים התרבותיים שהוא מוקד לביקורות על ערוץ הספורט קשור לתרבות השיח ולסגנון הדיבור האלים בחלק מתוכניות הערוץ, ובראשן "יציע העיתונות". הדיונים בתוכנית מתנהלים לעיתים בטונים גבוהים

שאף מתדרדרים לצעקות שהפכו במהלך השנים למעין סימן היכר שלה. כתב על כך אחד המבקרים:

מה שקורה ל"יציע" כל שני וחמישי, וגם בשבת, זה שהיא התאהבה בתדמית הצעקנית, המתלהמת והמקוממת שבנתה בעמל רב. מפיקה חוששים מעייפות החומר הגס שהחזיק את מדרי הרייטינג על אש גבוהה... דומה שהחליטו שם על אסטרטגיית אתיקה חדשה: במקום להצטרף עם הגב לקיר על ששוכניה הם בעלי אינטרסים, סוכני שחקנים ועובדי התאחדות, הם משתמשים בעובדות הבעייתיות האלה כדי לייצר קרבות מילוליים בין צדקן-לרגע לאינטרסנט-לשעה (מן, 2014א).

פרשן אחר שגם עובד בערוץ הספורט טען כי "היום אנחנו בעידן אחר לגמרי, מאד תחרותי, והתחרות הזו לטעמי גם פוגעת במידה רבה, כי הכיוון הולך ונהיה צעקני יותר, צהוב יותר, רייטינגי יותר. כנראה שאי אפשר להימנע מזה" (ריאיון אישי, 18.4.2012). ערוץ הספורט משחק במידה רבה מעין משחק כפול בעניין האלימות. מצד אחד הוא מגנה את האלימות ומסתייג ממנה, אך מצד שני הוא מעודד בעקיפין שיח אלים, ובכך הוא שותף מלא ליצירת התשתית האלימה שמלווה את אוהדי הספורט (תמיר, 2012). עם זאת, השיח האלים אינו מאפיין את כל תכני ערוץ הספורט, ואפילו לא את רובם, אך התוכניות "האלימות" יצרו דימוי שמקרין על הערוץ כולו. עובדים בערוץ מודים, בשיחות לא לציטוט, כי התחרות בין הערוצים היא הגורם העיקרי להקצנת השיח. כלשונו של אחד העורכים: "כאשר ככל הערוצים משדרים ברזומנית ואומרים, פחות או יותר, אותו דבר, הרי מי שמשמיע את הדברים בקול יותר חזק גם יישמע ויזכר טוב יותר". בדיון על ההיבטים התרבותיים ראוי לזכור את טענתו של ריימונד בויל על הערכים הבידוריים המנחים את עיתונאי הספורט בטלוויזיה (Boyle, 2006). ואומנם, עיתונאי ערוץ הספורט ניסו להציג מראשית ימיו של הערוץ גישה פחות רשמית לחדשות הספורט, כזאת שמשלבת חדשות קשות עם חדשות רכות. זו הייתה תפיסה שונה מזו שהייתה מקובלת עד אז, שכן היא ביקשה לראות בספורט, ובסיקור שלו, מרחב בידורי קליל. אחד מבכירי הערוץ בתקופת הקמתו העיד שהגישה שיש לראות בספורט בידור אפינה את הערוץ מראשיתו: "הערוץ הראשון שידר ספורט במין גישה ממלכתית... כמעט סובייטית... [בציבור] היה צמא לתכנים ולבידור... אני טענתי שהתפקיד שלנו זה לבדר כי אנחנו לא אמורים לחנך. אנחנו יכולים לבדר אבל בצורה אחראית" (ריאיון אישי, 19.12.2019). גישה זו אפינה בהמשך גם את התכנים החדשותיים שהפיק הערוץ, כפי שהעידה אחת מעורכות הערוץ: "אנו מחפשים את הפאן, אבל גם את החדשות... אנחנו לא מוכוונים רק ניוז... תשמעו [אצלנו] סיפורים וצבע" ועוד: עיתונות ספורט טלוויזיונית נמצאת באמצע, בין לייצר בידור וחדשות... וצריכים לדעת לשמור על הבאלאנס הזה" (ריאיון אישי, 18.9.2011). עורך אחר תיאר את המרכיב הבידורי בחדשות כך: "התפיסה שלי היא שחדשות הן אינפורטיינמנט [חדשות משולבות בבידור – linfortainment]. במשך

השנים הוסט הדגש לכיוון המרכיב הבידורי, שכן החדשות עצמן כבר מצויות ברשת האינטרנט...” (ריאיון אישי, 19.12.2019).

אחד הביטויים המזוהים והמוכרים של ערוץ הספורט בהקשר זה היא הקריאה של מגיש התוכנית “אולפן ליגת האלופות”, מודי בר-און, בתחילת כל שידור: “תבלו”. בר-און עצמו הסביר את השימוש בביטוי ואמר בפורדקאסט “עושים ספורט” כי “זה הדבר שאומרים בתוכנית בידור. תבלו. זו תכנית בידור. כל האנשים האלה [צוות השידור] התכנסו כדי לבדר אותך בסוף יום העבודה המתסכל שלך” (מיטלמן, 2019).



שלושה לוגואים ישנים של ערוץ הספורט. באדיבות ערוץ הספורט

התפיסה המשולבת של ספורט ובידור מצאה את ביטוייה בדרכים שונות. אחת מהן הייתה גיוס אומנים ובדרנים לשורות הערוץ (ביניהם ספי ריבלין, אייל קיציס, שמואל וילוז'ני, ערן בן-זאב, אבי גרייניק, דוד ליפשיץ), דרך שילוב כתבות ומערכונים (למשל במסגרת “אולפן ליגת האלופות”) ועד להפקות בידוריות רבות של ערוץ הספורט כמו “כוכה של לילה”, שהייתה תוכנית סאטירה שלעגה לדמויות בולטות בעולם הספורט הישראלי.

בתחום התרבותי, במובנו הרחב, הייתה לערוץ הספורט השפעה ותרומה בשני מישורים נוספים: טיפוח הספורט הנשי וחיזוקו וכן קירוב הפריפריה למרכז.

תקשורת הספורט הייתה במשך עשרות שנים מעוז גברי מובהק, כמעין ביטוי לקשר הגורדי בין הספורט והגבריות (תמיר, 2009). למעוז הזה היה פן כפול: האחד, סיקור כמעט בלעדי של ענפי ספורט גבריים, או של פעילויות ספורט של גברים, והשני – מלאכת הסיקור שהייתה כולה, או כמעט כולה, בידי עיתונאים ושדרים גברים.

אף על פי שהערוץ הראשון של הטלוויזיה היה החלוץ בשילוב קרייניות רצף בתוכניות הספורט, היה ערוץ הספורט לגורם המשמעותי בשינוי החדגוניות המגדרית של תקשורת הספורט. ההצטרפות של נשים רבות לשורות הערוץ בתפקידים שונים, ובכלל זה בעמדות בכירות, פרצה סכר של שנים רבות. מורן ברק ניהלה את מחלקת החדשות של ערוץ הספורט בין השנים 2011 ל-2014, מירי נבו מגישה מ-2001 את תוכנית הדגל “חדשות הספורט” ומאיה רונן וטליה סלנט מנחות בערוץ תוכנית מרכזיות. במקביל תרם ערוץ הספורט תרומה חשובה לקידום סיקור ספורט הנשים בהשוואה לתבניות העיתונאיות שהיו מקובלות עד אז. כך, לדוגמה, השתתף ערוץ הספורט בפרויקט שנתי גדול לקידום

ספורט הנשים תחת השם "עושות ספורט" (בר־זהר, 2009א). "עם זאת, כאשר האינטרס הכלכלי-תחרותי עומד על הפרק וזכויות שידור של ענף מסוים (כדורסל נשים) עברו לידי חברה מתחרה, נמנע מסיקור הענף כדי לא לקדם את המתחרים, כפי שטען ערוץ בערוץ: "במקרה של כדורסל נשים, אנחנו הרמנו את זה וקיבלנו סטירת לחי מאד גדולה. היום זה מדווח אינפורמטיבי, כל מחזור יש ידיעה עם התוצאות בלבד" (ריאיון אישי, 15.3.2011).

ערוץ הספורט תרם תרומה חשובה גם לקירוב המרכז והפריפריה. לאחר שמשך שנים התמקדה עיתונות הספורט בישראל, כמעט באופן בלעדי, בכדורגל (בעיקר) ובכדורסל גברים (ויינגרטן, 1997), פתח ערוץ הספורט את השערים לענפים רבים אחרים. כפועל יוצא מהזמן ומהמרחב שניתן לערוץ החדש, בשילוב של תפיסת העולם של ראשו ותנאי הרגולציה הקפדניים שהוכתבו בידי המועצה לשידורי כבלים ולווין, הקדיש ערוץ הספורט זמן אוויר גם לענפי ספורט פחות פופולריים. לראשונה בישראל יכלו אוהדות ואוהדי אוהדי הספורט לצפות בשידורי ליגות הכדורעף והכדוריד (Galily, 2007), כמו גם בענפים מגוונים רבים ומגזרים אחרים. ערוץ הספורט גם מיסד בלוח שידורי תוכניות אולפן בשפה הערבית ("ריאדה אל חמיסה" – ספורט של יום חמישי), תוכנית סיקור לליגת הכדוריד ("מגזין יד"), סיקור לליגות הנמוכות (למשל אתר "דאבל פס" של ערוץ הספורט), תוכנית סיקור לליגת הנוער ("מגזין נוער"), וכן סיפק במה לספורט חורף, ספורט נכים ועוד.

### ערוץ הספורט וגלובליזציה

עד להקמת ערוץ הספורט היה הערוץ הראשון מונופול הלכה למעשה בתחום שידורי הספורט, אך אלה היו מצומצמים בהיקפם וגולת הכותרת שלהם היו תוכנית ספורט שבועית, שידורים חיים של משחקי "הקבוצה של המדינה", מכבי תל אביב, במסגרת גביע אירופה לאלופות, שידורים ממשחקי הנבחרת הלאומית בכדורגל וכן שידורים מהמשחקים האולימפיים. אוהדים ישראלים שביקשו להתעדכן בתוצאות משחקיהן של קבוצות הכדורגל האהודות עליהם בליגה האנגלית הבכירה או במשחקי קבוצות הכדורסל האמריקניות בליגת האן-בי-איי עשו זאת בעיקר באמצעות קריאת העיתונות המודפסת. חשיפה לספורט מעבר לים הייתה מנת חלקם של צופים בטלוויזיה עוד לפני הקמת ערוץ הספורט, אולם זו הייתה מוגבלת ברוב המקרים לכדורגל (סיכומים ודיווחים) ולאירועי ספורט גדולים (כדוגמת המשחקים האולימפיים). ערוץ הספורט, ומאוחר יותר גם שידורי הספורט בערוצים המתחרים, הפכו את הספורט הבינ-לאומי לזמין ולנגיש לחובבי הספורט הישראלי. ערוץ הספורט רכש במשך השנים זכויות שידור של ענפי ספורט רבים ומגוונים מכל קצווי תבל, וריבוי האפיקים אפשר לערוץ לשדר את כולם במקביל ולהעניק לצופים אפשרויות לחשיפה תקשורתית בהיקפים חדשים ולא מוכרים. כך, לדוגמה, רכש ערוץ הספורט זכויות שידור של מירוצי מכוניות ואופנועים

מחור"ל ("פורמולה 1", "מוטו GP"), של טורנירי טניס ("גביע דיוויס", "גביע הפדרציה" ואליופיות רבות), של ליגות הספורט האמריקניות הגדולות (NFL, NBA, MLB), של תחרויות ואליופיות אתלטיקה ("ליגת הזהב"), של ליגות כדורגל מרחבי העולם, ואפילו של אליפות העולם בקליעה למטרה של חיצים (דארט). ערוץ הספורט הביא את עולם הספורט לסלון הביתי של חובבי הספורט, ובכך בישר את תחילת המציאות הנוכחית שבה מסך הטלוויזיה, צג המחשב ומסך הטלפון הנייד הם פלטפורמות של מידע ותצוגה של אירועי ספורט.

אף שהטלוויזיה הישראלית (הערוץ הראשון) אפשרה לחובבי הספורט, עוד קודם ללידת ערוץ הספורט, להיות שותפים, אם כי פסיביים, ל"אירועי מדיה", הרי פתיחת השמיים לשידורי ספורט ישירים מאפשרת עתה לרבים להיות שותפים לאירועי מדיה רבים, ולא רק לאירועי ענק כמו המשחקים האולימפיים, אלא גם ל"אירועונים" ברמה מקומית או לאומית.

יתר על כן, התפתחות תופעת "המסך השני" (Lochrie & Coulton, 2012) בטלפון הנייד מאפשרת לצופי טלוויזיה שרוצים לחוש חלק מציבור גדול שנוטל חלק בחוויה משותפת לחלוק את החוויה עם בני משפחה וחברים המרוחקים מהם. בכך הופכת הצפייה בשידורי ספורט לחלק מחוויה המונית משותפת שהטכנולוגיה מעצימה אותה. החוויה מותירה זיכרונות נעימים ומחזקת את הרצון ואת הצורך לשוב ולחוות אותה. משחקי ליגת הכדורסל האמריקנית (NBA) או משחקיה של קבוצת כדורגל אהודה הן רק דוגמאות לכך.



מירי נבו ואלי אילדיס באולפן "חדשות הספורט". באדיבות ערוץ הספורט. צילום: יוסי צבקר

אפשר גם שלערוץ הספורט, ובהמשך גם למתחריו, יש השפעה מסוג אחר בהיבט הגלובלי: צמיחת תיירות הספורט. אף שהדבר טעון מחקר נפרד, יש מקום לשער שהעובדה שאלפי ישראלים פוקדים את מגרשי הספורט באירופה קשורה, בין השאר, גם לחשיפה בתקשורת ולעניין המוקדם שזו עוררה. ביטוי לכך אפשר לראות במספר הגדול של משרדי תיירות המתמחים בתחום זה. ב־2014, בעת שמשחקיה של קבוצת הכדורגל ברצלונה שודרו בערוץ הספורט, העריכו משרדי התיירות כי שבעים אחוז מנסיעות הספורט של ישראלים הם לברצלונה (דן, 2014), וב־2016 הוערך מספר תיירי הספורט מישראל ב־60,000 (שירות כלכליסט, 2016).

### ערוץ הספורט: הפן המקצועי

בעידן הערוץ הראשון תפסו שידורי הספורט מקום שולי בלוח המשדרים (למעט משחקי מכבי תל אביב בכדורסל) שכלל כמה תוכניות שבועיות ("מבט ספורט" שהפך ל"משחק השבת", או "שער ראשון"). ערוץ הספורט הביא עימו סטנדרטים חדשים לשידורי הספורט. סטנדרטים אלה יובאו מחו"ל וכללו לדוגמה תוכניות של "לפני משחק" (pre-game) או "אחרי משחק" (post-game), או שידורים ישירים של משחקים ופעילויות בענפים שלא סוקרו קודם לכן (כדורעף, כדורסל נשים, ספורט מוטורי, פוטבול וכו'). ההשקעה לא הייתה רק בפיתוח תכנים אלא גם במשאבים. כמות המצלמות, שימוש בעוזרים גרפיים ואולפנים מעוצבים לא היו מוכרים בישראל לצופי הספורט טרם הקמתו של הערוץ. אחד מבכירי הערוץ הדגיש את חשיבות האריזה כבר בראשית דרכו של הערוץ, עם הזכייה בזכויות השידור למשחקי הכדורסל: "עד אז לא הפקנו בכלל ספורט בארץ, ואז פתאום נכנס הכדורסל. באנו באמת... להלביש על זה את האריזה הכי טובה שיכולים לעשות באותם הזמנים. לעשות כמה שיותר שידורים... ניסינו ללמוד ממה שעושים בחו"ל ו־ESPN כדוגמה לחיקוי" (ריאיון אישי, 19.12.2019).

בשנת 2011 הושק ערוץ ספורט 53D ששידר לראשונה בישראל משחקים בשיטת התלת־ממד. לקראת סיומה של אותה שנה נסגר הערוץ עקב הביקוש המועט, אולם הניסיון ממחיש את הממד החלוצי של הערוץ במציאות התקשורתית הישראלית. המקצועיות של הערוץ זכתה בשבחי הביקורת. כך, כדוגמה, נכתב על תוכנית "אולפן ליגת האלופות":

זהו, ללא כל ספק, שידור האולפן הכי טוב בטלוויזיה הישראלית. עורכים אותו, מביימים אותו ומגישים אותו חבורה של מקצוענים, שהאהבה האדירה שלהם למשחק והידע הלא יאמן שלהם בכדורגל, רק גורמים להם לעשות תכנית שכל אחד, כולל כל אחת, יכול ליהנות ממנה. כתבות צבע מבריקות בסטנדרט אחר ממה שאנחנו רגילים אליו. פינות יצירתיות וחתרניות, שדרנית "שטח" לא מביכה ואפילו מערכון יש בכלל שידור, שמתחיל במחייאת כף של מודי ומסתיים בהופעה של הרכב רוק ישראלי (רייך, 2007).

פורמט השידור המקובל עד הופעת ערוץ הספורט היה של דיווח קצר על אירוע הספורט ודיון קצר סביבו. ערוץ הספורט הרחיב וטיפח את שיח הספורט הטלוויזיוני, בין השאר, באמצעות פיתוח פורמטים שלא היו מוכרים בעולם הספורט המקומי. נמנו עימם: (א) מהדורת חדשות ספורט יומית בטלוויזיה. ערוץ הספורט היה הערוץ הראשון ששידר משנת 1998 תוכנית יומית לחדשות ספורט. עד אז נמסרו עדכוני הספורט במסגרת תכניות שבועיות שהתמקדו בעיקר בכדורגל וכדורסל. (ב) יציע העיתונות. ב־2004 אימץ הערוץ פורמט אמריקני מרשת ESPN המתמקד בשיח ביקורתי בנושאים אקטואליים בספורט. הצלחתה של התוכנית הביאה לאימוצה גם במסגרות אחרות בתקשורת הישראלית. (ג) תוכניות מגזין ענפיות: "חמישיות" העוסקת בכדורסל, "מגזין יד" שסיכמה את משחקי הכדוריד, "בגלל הרוח" – מגזין ספורט אולימפי ועוד. (ד) ריאדה אל חמיסה – תוכנית המוקדשת לקבוצות במגזר הערבי. (ה) תוכניות על ההיסטוריה של הספורט, וכן תוכניות וסרטי דוקו־ספורט (הסרט **טוקלומטי** כדוגמה). (ו) סאטירה: "בובה של לילה" – תוכנית סאטירית שעסקה בנושאים אקטואליים בשיח הספורט הישראלי; "אופסייד" – תוכנית סאטירית ששודרה ב־2002.

ברמה המוסדית אפשר להצביע על שני תחומים שבהם ניכרה השפעתו של ערוץ הספורט: האחד, שינויים בדפוסי העבודה של העיתונות המודפסת, בהיותה בת תחרות לטלוויזיה; והשני – הכשרה וטיפוח דורות חדשים של שדרים ופרשנים. על השפעת הערוץ על דפוסי הסיקור בעיתונות המודפסת העיד אחד העורכים: "בתוך שנה-שנתיים אחרי שהעלינו את תוכנית החדשות היומית, הבינו העיתונים שאנו מספקים את החדשות ביום שבו הן מתרחשות ולא למוחרת היום. כתוצאה מכך, הם שינו את עצמם ונהפכו להיות יותר מגזיניים. כל מי שלוקח היום את עמודי הספורט לידי רואה עד כמה קטנה כמות המידע לעומת העבר, ועד כמה גדל הטיפול המגזיני" (ריאיון אישי, 27.4.2011). עם כל החשיבות של ערוץ הספורט בתחום זה, אין להתעלם מכך שהאינטרנט והרשתות החברתיות הם הגורמים העיקריים המספקים את המידע המיידי היום, ודוחקים את רגליה של העיתונות המודפסת.

חשיבות רבה יותר הייתה לערוץ הספורט בכך שהפך לחממה שבה צמח דור חדש של במאים, עורכים, כתבים, שדרנים ופרשני ספורט. סיפר עורך בערוץ הספורט: "הערוץ הוא מקום המתנהל ומנוהל על ידי אנשים שגדלו כאן. הם התקדמו לכל התפקידים. גם הטאלנטים צמחו לאט לאט מתוך המנגנון. הם קיבלו את הצ'אנס הטלוויזיוני – והיו בו טובים" (ריאיון אישי, 27.4.2011). עובדי הערוץ בעבר ובהווה השתלבו גם בצוות בין־לאומי של הפקת שידורי כדורסל מטעם פיב"א, שהשתתף בשידור המשחקים האולימפיים בלונדון וריו ובהפקת גביע העולם בכדורסל (מונדובאסקט) בסין. שדרני ופרשני הערוץ מצאו את מקומם גם בערוצי תקשורת אחרים. יתר על כן, פתיחת שערי הטלוויזיה לפני הדור החדש הייתה גם האות להגברת הנוכחות הנשית באולפנים ובמגרשים. ערוץ הספורט מילא אפוא תפקיד חשוב בקריסת ההגמוניה המגדרית בתקשורת הספורט, אף



כי כניסתן הגוברת של נשים לתחום זה לוותה, לפחות בתחילה, בביקורת שהייתה ביטוי מוחשי להתגוננות של בני מגדר אחד לכניסתן של נשים לתחום לא להן (תמיר, 2009). עוד לפני הקמת ערוץ הספורט נעשו ניסיונות לפתח תוכניות להכשרת כתבי ספורט (לימור, תמיר ושיפמן, 2013), אך הם לא הותירו חותם של ממש. הקמת ערוץ הספורט ופתיחתם של ערוצים נוספים בעקבותיו הצריכו גיוס כוח אדם חדש, ואחת התוצאות הייתה פתיחת קורסים ומסגרות לימודיות שנועדו להכשיר כתבים ושדרים. ואומנם בשנים האחרונות גדל מספר המסגרות הלימודיות מסוג זה, בין שהן נעשות כיוזמות עצמאיות ובין אם בשותפות עם גופי תקשורת.

עם זאת טענו לפנינו עובדים בערוץ בעבר ובהווה שבשנים האחרונות חלה ירידה משמעותית בסטנדרטים המקצועיים של הפקות הערוץ. כך, לדוגמה, סיפר אחד העובדים הבכירים: "ערוץ הספורט היה פעם גוף הרבה יותר מקצועי [...] המצב היום של ערוץ הספורט זה הפקה של כמה שיותר בזול וכמה שפחות, לא להשקיע עכשיו במקצוענות. זה היה ערוץ בוטיק והפך להיות בית חרושת [...] אז כשאתה עושה הרבה, אתה עושה את חלקם בסטנדרט מאד נמוך [...] פעם ערוץ הספורט היה גוף חסר פשרות מבחינה מקצועית. היום הוא גוף כלכלי עם מטרות רווח" (ריאיון אישי, 28.10.2019). כך נדמה שמי שסלל את הדרך המקצועית והציב רף גבוה לתעשיית הספורט בטלוויזיה, נתפס היום בקהילה המקצועית כמי שהוריד את הסטנדרט המקצועי לטובת שורת הרווח.

## ספורט, תקשורת ואתיקה

העשייה העיתונאית כרוכה מטבעה בהתמודדות מתמדת עם סוגיות אתיות. בעידן המודרני, שבו מיטשטשים הגבולות בין תוכן עיתונאי טהור לתוכן שיווקי, הבעיות האתיות אף מחריפות ואינן פוסחות גם על הספורט.

במשך השנים נשמעו טענות רבות כלפי תקשורת הספורט בכלל וכלפי ערוץ הספורט בפרט על ניגודי עניינים, ולו פוטנציאליים, ועל גבולות אתיים מטושטשים. אחד ממבקריה של תקשורת הספורט אף טען כי "ערוץ הספורט וניגוד עניינים, שני מושגים שבחייהם לא נפרדו וחוזרים, בתדירות ראויה לציון, בכל פעם באדרת אחרת" (מן, 2014). הדוגמאות לכך רבות. מאמן כדורסל בכיר המשיך לשמש כפרשן בערוץ גם לאחר שהוצג במסיבת עיתונאים כעוזר מאמן מכבי תל אביב. מאמן אחר החל לשמש כפרשן הכדורסל של ערוץ הספורט, במקביל להיותו מאמן הנבחרת. כדורגלן ידוע לשעבר, שבבעלותו סוכנות לייצוג שחקנים, שימש גם כפרשן בתוכניות אולפן בערוץ הספורט (אם כי גם בערוצים מתחרים). כדורגלן ידוע אחר לשעבר, המשיך לשמש כפרשן בעודו מחזיק בתפקיד בהתאחדות לכדורגל. כתב כדורסל בכיר הנחה אירוע שיווקי של קבוצה שאותה סיקר. ערוץ הספורט אינו גוף התקשורת היחיד שפעילותו עוררה שאלות אתיות; סוגיות דומות התעוררו גם לגבי ערוצים אחרים. תיאור זאת מבקר תקשורת ספורט: "הכתב/מראיין/פרשן הוא לעתים קרובות גם שחקן/מאמן/עסקן, האתר/עיתון/תחנת רדיו הם

גם בעלי עניינים מובהקים בהתנהלות הספורטיבית, היריבות בין הקבוצות משתכפלת ביריבויות בין אנשי וגופי תקשורת...” (מז, שם).

מרכיב מרכזי בתחרות בין ערוצי הספורט היא ההצלחה לרכוש זכויות שידור של אירועי ספורט בין-לאומיים או של ליגות שהמשחקים במסגרתן מרתקות אוהדים רבים. היש קשר בין אחזקת זכויות שידור ובין סיקור, או אי-סיקור, של אירועים שעליהם יש לערוץ כלשהו זכויות שידור, או שהן בידי מתחריו?

מהדורות חדשות הספורט בטלוויזיה מוגבלות ביכולתן להציג קטעי וידאו של רשתות אחרות, בהיעדר זכויות שידור. ענפי ספורט שבסיקור שלהם אפשר להציג קטעי וידאו יזכו תמיד לקדימות על פני ענפים שעליהם אין זכויות שידור. לעיתים אף בוחרים העורכים להתעלם לחלוטין מענפים מסוימים כדי לא לקדם ענף ספורט שהזכויות לו נמצאות אצל ערוץ מתחרה. גם ההיפך נכון. ערוצי הספורט תופסים את מהדורת החדשות כאמצעי נוסף לקידום משדרי הערוץ. אחד הכתבים, לדוגמה, טען בשיחה לא פורמלית: “מלמעלה מגיעה הנחיה – ‘קנינו את הזכויות’. בשנים הראשונות לא קיבלתי את זה, אבל זו המציאות. אם יש לך את הזכויות, אז צריך לפמפם את זה” (רשימות שדה, 17.10.2010).<sup>2</sup> כך ממחישות חדשות הספורט באופן בולט את טענותיהם של טוני הרקאפ ודאידרה אוניל (Harcup & O’neill, 2001) בדבר החשיבות של קידום אינטרסים מסחריים של ארגון החדשות והקידום העצמי של כלי התקשורת בעת שנשקלים שיקולי עריכה. לארגון התקשורת, שהוא בעל זכויות שידור על אירוע ספורט מסוים יש אינטרס כלכלי ממשי בקידום האירוע.

קידום הענפים שלגביהם הערוץ מחזיק בזכויות שידור בא לידי ביטוי ברבות משיבות המערכת שנדגמו במחקר הנוכחי. כך, כדוגמה, באחת הישיבות שבהן נערכה תצפית משתתפת אמר עורך המהדורה: “די. נגמר הגביע מבחינתנו. מחר ערוץ מתחרה משדר. זה לא מעניין אותנו יותר. אפשר לדחוף אותם למטה בליין אפ [סדר הפריטים בשידור]” (רשימות שדה, 10.10.2010). ויש דוגמאות רבות להשפעת נושא הזכויות על ההחלטות אם, מה וכיצד לסקר.

סוגיה אתית נוספת קשורה ליחסי הגומלין שבין הכתבים והמקורות. עומר בנוביץ’, ששימש כראש דסק הכדורסל בערוץ הספורט, טען בכנס באוניברסיטת אריאל כי “ידוע שכדי להשיג ידיעות, הרבה מאוד כתבים יעברו על קוד אתי” (מז, 2011). נטען כי בתקשורת הספורט הישראלית נפוץ דפוס יחסים שבו עיתונאי הספורט הישראליים מקדמים מקורות ספציפיים על בסיס קשרי חברות ולא חשים מחויבות לפרדיגמה הניטרלית-אובייקטיבית (חגי, 2015). סימוכין לכך אפשר למצוא בעדותו של כתב בערוץ: “כל הסיפור של הוגנות זה חרטא ברטא. כשהוגנים איתך אתה תהיה הוגן, כשלא הוגנים איתך ואתה יודע שהבן אדם עצמו לא הוגן, אז הוא ישלם [משכורת]? אתה צריך להביא פרנסה הביתה” (ריאיון אישי, 25.4.2013).

סוגיה אתית מסוג אחר קשורה לבעלויות צולבות בתחום הספורט והתקשורת. הדוגמה הבולטת לכך היא הבעלות של משפחת רקנאטי (בשותפות עם אחרים) על ערוץ הספורט וגם על קבוצת הכדורסל של מכבי תל אביב, שאותה מסקר הערוץ דרך קבע, כולל בשידורים ישירים. לא אחת נשמעו טענות על הדרך שבה מסוקרת מכבי תל אביב בידי ערוץ הספורט. כך, לדוגמה, פרסמה קבוצת הכדורסל הפועל תל אביב פוסט בפייסבוק שבו נכתב, בין השאר: "רבות כבר דובר על הקשר החולה בין מכבי תל אביב לערוץ הספורט, קשר אשר כולל ניגוד עניינים מובהק, בדמות בעלים משותף לשני הגופים. באמצעות קשר זה גייסה מכבי תל אביב את ערוץ הספורט על מנת להזיז את המשחק ליום ראשון ובכך להעדיף את האינטרס של מכבי תל אביב על פני זה של הפועל תל אביב" (25.12.2017).<sup>3</sup> ואילו באתר ביקורת התקשורת, העין השביעית, נכתב בהקשר זה:

ערוץ הספורט ומכבי תל אביב קשורים בקשר אמיץ: אודי רקנאטי הוא גם הבעלים של הערוץ וגם של הקבוצה, שבה הוא מכהן כסגן היו"ר. לפני שלוש שנים רכש ערוץ הספורט את זכויות שידורי היורוליג. בעבר הכחיש רקנאטי שהוא מתערב בתוכני הערוץ בכל הקשור למכבי. נראה שאין צורך בהתערבות כזו; הערוץ מבין לבד את תפקידו במשחק ומתפקד עבור מכבי כבית תקשורתית חם בדרך כלל (מן, 2012).

הטענה כי יושב ראש מכבי תל אביב מייצג את הערוץ בתיק תעבורה (וולק, 2014), או המעבר של עיתונאי שסיקר את מכבי תל אביב ועבר לתפקיד סמנכ"ל תקשורת בקבוצה, עוררו אף הם תהיות אתיות.

## סיכום

ההיסטוריה של תקשורת הספורט בישראל היא עדיין, במידה רבה, שדה בור שטרם נחקר. אין ארכיונים מסודרים, אין תיעוד בכתב או בעל פה ואין מי שדואג לתעד ולשמר את תולדות עיתונות הספורט. הדבר בולט במיוחד בחקר ההיסטוריה של העיתונות המשודרת, בטלוויזיה וברדיו.<sup>4</sup> המאמר מבקש לתרום לידע החסר ומוקדש לערוץ הספורט, שהיה חלוצי בתחומו. הממצאים ממחישים עד כמה עיתונאות הספורט המשודרת בטלוויזיה וברדיו היא כר נרחב למחקר הן בהיבט ההיסטורי הן בהיבטים אחרים. להלן מקצת מהנושאים והבעיות המצדיקים מחקרים עתידיים בתחום תקשורת הספורט.

מהם שיקולי הברירה (סלקציה) בתחום חדשות הספורט? במחקריהם של הרקאפ ואוניל, שבחנו את תהליך הברירה בחדשות באמצעי תקשורת שונים, לא מופיע הספורט כאחד מהנושאים שבצמרת הגורמים הזוכים לעבור את מבחן "שומר הסף" (Harcup & O'Neil, 2017). אפשר שהסיבה לכך נעוצה בתקשורת הבריטית שמקדישה מקום נרחב לסיקור הספורט בעמודים ובמדורים מיוחדים, ועל כן הנושא אינו מגיע לעמודי ולמדורי החדשות אלא במקרים יוצאי דופן. אם כך, מהו סדר היום התקשורתית בחדשות ספורט באתרים ובתוכניות המוקדשים לספורט?

מהי תרומת הנשים בתחום סיקור הספורט?

מהי השפעת השיקולים המסחריים על התכנים המסוקרים בחדשות ובתוכניות?  
הסגנון והשיח בתוכניות ספורט.  
האם יש הצדקה לרגולציה בתחום שידורי הספורט, ואם כן מה צריכה להיות דמותה  
וכיצד ראוי להפעילה?  
כיצד מתמודדים ערוצי הספורט עם סוגיות אתיות? האם קיימות סוגיות אתיות  
ייחודיות לסיקור הספורט?  
איך מפקחים על מניעת טשטוש הגבולות בין תוכן עיתונאי לתוכן שיווקי? תופעות  
של חדירת תוכן שיווקי וחריגות מהזמן המותר לשידור חסויות אותרו על ידי הרשות  
המפקחת (המועצה לשידורי טלוויזיה בכבלים ובלוויין), וגופי שידור נקנסו (אברבך,  
2013; בריזהר 2009).  
מהי תופעת הזליגה של תכנים מערוצים ציבוריים ("ערוצים פתוחים") לערוצים  
בתשלום? מה היקפה? האם וכיצד מפקחים עליה? (וולק, 2006; שיינמן, 2016; Tamir  
& Limor, 2017).  
העניין הרב שמעוררים שידורי הספורט והחשיפה אליהם מצדיקים גם מחקרים על  
השפעת שידורים אלה – שמתפרסים על פני כל שעות היממה ואשר ערוץ הספורט היה  
החלוץ שלהם – על חיי משפחה, זוגיות ויחסי חברות.

## הערות

- 1 המאמר מבוסס, בין השאר, על ראיונות עם מנהלי הערוץ, עורכים, כתבים ובמאים שנערכו בהקשרים מחקריים שונים בעשור האחרון. לכל המרואיינים הובטחה אנונימיות ולכן הם לא יזוהו בשמותיהם.
- 2 תצפיות בחדר החדשות ובניידות השידור, שבהן הובטחה אנונימיות לאנשי הערוץ, מצוינות כ"רשימות שדה" בליווי תאריך.
- 3 ראו: <https://www.facebook.com/hapoeltlvc/posts/10155277896317362>
- 4 המחברים משלימים עתה מחקר על תוכנית הרדיו "שירים ושערים", החוגגת בשנת 2020 יובל חמישים להשקתה בקול ישראל. המחקר יתפרסם בכתב העת קשר.

## מקורות

- אברבך, ל' (2013). "העונש של ערוץ הספורט על תוכן שיווקי: קנס של 201 אלף שקל", גלובס, 29.5.2013.  
נדלה ב-18.1.2020 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000847781>
- אללוף, א' (1998). "מיוזג חברות הכבלים: האילוצים, היתרונות, החששות", שם, 10.11.1998. נדלה ב-27.10.2019 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=89161>
- בן-פורת, א' (2002). **משחק לסחורה: הכדורגל הישראלי, 1948-1999**. קריית שדה בוקר: המרכז למורשת בן-גוריון.
- בן-פורת, א' (2003). **כדורגל ולאומיות**. תל אביב: רסלינג.
- בן-פורת, א' (2009א). "כסף הוא שם המשחק: תהליך מסחורו של הספורט", בתוך: י' גלילי, ר' לידור וא' בן-פורת (עורכים), **במגרש המשחקים: ספורט וחברה בתחילת האלף השלישי (עמ' 233-280)**. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.
- בן-פורת, א' (2009ב). "הזירה: תיאוריה סוציולוגית וספורט", בתוך: י' גלילי, ר' לידור וא' בן-פורת (עורכים), **במגרש המשחקים: ספורט וחברה בתחילת האלף השלישי (עמ' 102-163)**. רעננה:

האוניברסיטה הפתוחה.

- בן-פורת, א' (2013). **התשוקה, המשחק וערך החליפין: כיצד התמסחר הכדורגל. חיפה: פרדס.**
- בר-זוהר, א' (2009). "ערוץ הספורט משיק פרויקט מיוחד לקידום ספורט הנשים בישראל". *The Marker*, 26.3.2009. נדלה ב-27.10.2019 מן האתר <https://www.themarker.com/advertising/1.517017>
- בר-זוהר, א' (2009). "ערוץ הספורט ו-HOT3 מובילים בתוכן השיוקי", *הארץ*, 16.06.2009. נדלה ב-27.10.2019 מן האתר <https://www.haaretz.co.il/misc/1.1266151>
- גלילי, י', ר' לידור וא' בן-פורת (עורכים), **במגרש המשחקים: ספורט וחברה בתחילת האלף השלישי.** רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.
- גלילי, י', א' תמיר, א' אליקים וי' מקל (2011). "קום והתהלך בארץ: שינויים בהרגלי הפעילות הגופנית בישראל, 1992-2008", **סוגיות חברתיות בישראל**, 12, עמ' 140-161.
- גלילי, י' (2002). "התקשורת האלקטרונית והספורט בישראל", בתוך: ח' קאופמן וח' חריף (עורכים), **תרבות הגוף והספורט בישראל במאה העשרים** (עמ' 383-398). ירושלים: יד יצחק בן-צבי.
- "דו"ח: הכנסות הספורט מסטרימינג יעמדו על 85 מיליארד דולר ב-2025" (2019), **כלכליסט**, 3.10.2019. נדלה ב-11.1.2020 מן האתר <https://www.calcalist.co.il/sport/articles/0,7340,L-3771446,00.html>
- דן, ע' (2014). "הקבוצה של המדינה: 70% מתיירות הספורט בישראל – למשחקי ברצלונה", *הארץ*, 22.4.2014. נדלה ב-26.1.2020 מ: <https://www.haaretz.co.il/sport/world-soccer/1.2301634>
- דנון, י' (2010). "נבחרתה ייצוגית נגד ערוץ הספורט: התכנים בערוץ +5 לא דולל", **גלובס**, 2.3.2010. נדלה ב-16.1.2020 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000543580>
- הרס, ע' (2001). "+5: על ערוץ הספורט החדש", *Ynet*, 12.10.2001. נדלה ב-16.1.2020 מן האתר <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-1190290,00.html>
- וולק, ט' (2006). "פשרה משפטית: ערוץ הספורט יחזיר תכנים לערוץ ספורט 5", **גלובס**, 29.10.2006. נדלה ב-28.2.2020 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000146883>
- וולק, ט' (2014). "ידידי המחלקה: מי מייצג את ערוץ הספורט בתיקי תעבורה? שמעון מזרחי", **גלובס**, 12.2.2014. נדלה ב-18.1.2020 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000916747>
- ויינגרטן, ג' (1997). "הספורט הישראלי בעיתונות היומית ובטלוויזיה", **החינוך הגופני והספורט, נב** (4), עמ' 13-15.
- ויינגרטן, ג' (2003). "משולש מנצח: ספורט, טלוויזיה, כסף", **פנים**, 25, עמ' 42-48.
- זיו, א' (2014). "ה-NBA תקבל על זכויות שידור 24 מיליארד דולר", **ערוץ הספורט**, 6.10.2014. נדלה ב-9.2.2020 מן האתר: <https://nba.sport5.co.il/articles.aspx?FolderID=403&docID=176817> &lang=HE
- חגי, ח' (2015). "התוכן חשוב, אבל יותר חשוב שיכנסו אנשים...": **בחינה אתנוגרפית של שדה עיתונות הספורט בישראל**, עבודת דוקטור, אוניברסיטת חיפה.
- חריף, ח' (2011). **צינונות של שרירים: תפקידו הפוליטיים של הספורט הייצוגי ביישוב הארץ-ישראלי ובשנות העיצוב של מדינת ישראל – 1898-1960**. ירושלים: יד יצחק בן-צבי.
- יסעור, א' (2002). "כולנו במצעד. רשימת המשפיעים בספורט הישראלי", *Ynet*, 6.9.2002. נדלה ב-7.1.2020 מן האתר <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-2095654,00.html>
- יעקבי, נ' (2020). "מלחמת העולמות: סוכני השחקנים נגד פיפ"א", **שם**, 24.1.2020. נדלה ב-24.1.2020 מן האתר <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5665725,00.html>
- כספי, ד' וי' לימור (1992). **המתווכים: אמצעי התקשורת בישראל 1948-1990**. תל אביב: עם עובד.
- ליביו, א' (2004). "שער המטבע". **העין השביעית**, 1.9.2004. נדלה ב-16.1.2020 מן האתר <https://www.the7eye.org.il/28971>
- לימור, י' וא' תמיר (2012). "ספורט, עסקים ופוליטיקה: הכל יח"צי". **בתנועה**, י(2), עמ' 197-215.
- לימור, י' וא' תמיר (2014). "בול ללא פגיעה: ייצוג הספורט על בולי ישראל", **שם**, י(4), עמ' 433-452.

- לימור, י', א' תמיר וא' שיפמן (2013). "ההצלחה שהרגה את העיתון: רקוויאם לחדשות הספורט, העיתון שהשפיע על עיצובה ועל מיסודה של עיתונאות הספורט בישראל", *קשר*, 43, עמ' 95-103.
- לרר, מ' (1986). "עיתונות הספורט – עידן ה'כאסח'", בתוך: מ' בן-שואל (עורך), *ספר השנה של העיתונאים* (עמ' 109-113). תל אביב: אגודת העיתונאים.
- מיטלמן, ב' (2019). "עושים ספורט-קאסט: ליגת האלופות שמחה' עם מודי בראון", *פורקאסט*, 14.3.2019. נדלה ב־25.1.2020 מן האתר [https://www.ranlevi.com/2019/03/06/osim\\_sportcast\\_modi\\_bar\\_on/](https://www.ranlevi.com/2019/03/06/osim_sportcast_modi_bar_on/)
- מן, ש' (2011). "אתי מה?", *העין השביעית*, 15.3.2011. נדלה ב־25.1.2020 מן האתר <https://www.the7eye.org.il/33266>
- מן, ש' (2012). "עבודות שירות", שם, 11.1.2012. נדלה ב־10.2.2020 מן האתר <https://www.the7eye.org.il/28059>
- מן, ש' (2014א). "בזכו זמן", שם, 17.3.2014. נדלה ב־16.1.2020 מן האתר <https://www.the7eye.org.il/101365>
- מן, ש' (2014ב). "האתיקה החדשה", שם, 14.10.2014. נדלה ב־18.1.2020 מן האתר <https://www.the7eye.org.il/129768>
- פינטו, ג' (2004). "שחקן הכדורגל זינאדין זידאן הוא הצרפתי האהוב ביותר", *הארץ*, 26.7.2004, עמ' 3ג.
- קיפניס, נ' (2003). "אלוף האלופים", *גלובס*, 11.12.2003. נדלה ב־1.1.2020 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=750199>
- רוזנבלט, י' (1987). "הנוכחים לא רציניים", בתוך: מ' לרר (עורך), *ספר השנה של העיתונאים* (עמ' 116-119). תל אביב: אגודת העיתונאים.
- רייך, ג' (2007). "בראון מאז ולתמיד", *עכבר העיר און ליין*, 2.5.2007. נדלה ב־14.1.2020 מן האתר <https://www.haaretz.co.il/gallery/television/tv-review/1.3391948>
- שיינמן, מ' (2016). "הצעת חוק חדשה נגד זליגת תכנים". *Ynet*, 11.9.2016. נדלה ב־18.1.2020 מן האתר <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4853215,00.html>
- שירות כלכליסט (2016). "הערכות: כ־60 אלף ישראלים יטוּסוּ למשחקי כדורגל בחו"ל", *כלכליסט*, 25.8.2016. נדלה ב־25.1.2020 מן האתר <https://www.calcalist.co.il/sport/articles/0,7340,L-3696268,00.html>
- תמיר, א' (2009). *ספורט, מגדר ותקשורת: נשים בעיתונות הספורט הכתובה בישראל: 1948-2006*, עבודת דוקטור, אוניברסיטת ברא"ל.
- תמיר, א' (2012). "יצייע הצביעות", *כלכליסט*, 1.5.2012. נדלה ב־11.2.2020 מן האתר <https://www.calcalist.co.il/sport/articles/0,7340,L-3569635,00.html>
- Andrews, D. L. (2000). "Posting up: French Post-structuralism and the Critical Analysis of Contemporary Sporting Culture", in: J. Coakley & E. Dunning (eds.), *Handbook of Sports Studies* (pp. 106-138). London: Sage.
- Annual Review of Football Finance (2019). *Deloitte*. Retrieved 6.1.2019 from: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/annual-review-of-football-finance.html>
- Boyle, R. (2006). *Sports Journalism: Context and Issues*. London: Sage.
- Boyle, R. (2014). "Television Sport in the Age of Screens and Content", *Television & New Media*, 15(8), pp. 746-751.
- Boyle, R. & R. Haynes (2009). *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture* (2nd ed.). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Brohm, J. M. (1978). *Sport: A Prison of Measured Time*. London: Ink Links.
- Carrington, B. & I. McDonald (2001). *Race, Sport and British Society*. London: Routledge.
- Crawford, G. (2004). *Consuming Sport: Fans, Sport and Culture*. London: Routledge.
- Dunning, E. (1999). *Sport Matters: Sociological Studies of Sport, Violence, and Civilization*.

- London: Routledge.
- Falcous, M. (1998). "TV Made it all a New Game: Not Again! Rugby League and the Case of the 'superleague'", *Occasional Papers in Football Studies*, 1(1), pp. 4-21.
- Galily, Y. (2007). "Sport, Politics and Society in Israel: The First Fifty-five Years", *Israel Affairs*, 13(3), pp. 515-528.
- Galtung, J. & M. H. Ruge (1965). "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers", *Journal of Peace Research*, 2(1), pp. 64-90.
- Global Media Report (2019). *Sport Business Consulting*. Retrieved on 6.1.2020 from: <https://www.sportbusiness.com/consulting/sportbusiness-consulting-global-media-report-2019/>
- Hagay, H. & O. Meyers (2015). "Everybody's Team? The National Narrative in the Hebrew Press Covering Israeli National Soccer Team Matches", *Media, Culture & Society*, 37(4), pp. 530-546.
- Harcup, T. & D. O'neill (2001). "What is News? Galtung and Ruge Revisited", *Journalism Studies*, 2(2), pp. 261-280.
- Harcup, T. and D. O'neill (2017). "What is News? News Values Revisited (Again)". *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
- Holt, B. D. (1995). "How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices", *The Journal of Consumer Research*, 22(1), pp. 1-16.
- Jarvie, G. (1991). *Sport, Racism and Ethnicity*. London: Falmer Press.
- Kruger, A. & W. Murray (2003). *The Nazi Olympics: Sport, Politics and Appeasement in the 1930s*. Champaign, IL: University of Illinois Press.
- Laswel, H. (1948). "The Structure and Function of Communication in Society", *The Communication of Ideas*, 37, pp. 215-228.
- Lehman-Wilzig, S. and N. Cohen-Avidgor (2004). "The Natural Life Cycle of New Media Evolution: Inter-media Struggle for Survival in the Internet Age", *New Media & Society*, 6(6), pp. 707-730.
- Lochrie, M. & P. Coulton (2012). "Sharing the Viewing Experience through Second Screens", in: *Proceedings of the 10th European conference on Interactive TV and video* (pp. 199-202). New York: ACM.
- Loy, J. W. & D. Booth (2000). "Functionalism, Sport and Society", in: J. Coakley & E. Dunning (eds.), *Handbook of Sports Studies* (pp. 8-27). London: Sage.
- McQuail, D. (1984). *Communication* (2nd ed.). London: Longman.
- Miller, T., G. Lawrence & J. McKay (2001). *Globalization and Sport: Playing the World*. London: Sage.
- Price, J.L. (2001). *From Season to Season: Sports as American religion*. Macon, GA: Mercer University Press.
- Real, M. (1998). "Mediasport: Technology and Commodification of Postmodern Sport", in: L. Wenner (ed.), *Mediasport* (pp. 14-26). London: Routledge.
- Riordan, J. (1999). "The Impact of Communism on Sport", in: J. Riordan & A. Kruger (eds.), *The International Politics of Sport in the 20<sup>th</sup> Century* (pp. 48-66). London: E & FN Spon.
- Rowe, D. (2007). "Sports Journalism: Still the 'Toy Department' of the News Media?", *Journalism*, 8(4), pp. 385-405.
- Scraton, S. & A. Flintoff (2002). *Gender and Sport*. London: Routledge.

- Spaaij, R. (2011). *Sport and Social Mobility: Crossing Boundaries*. New York: Routledge.
- Strenk, A. (1980). "Diplomats in Track Suits: The Role of Sports in the Foreign of the German Democratic Republic", *Journal of Sport and Social Issues*, 4, pp. 34-45.
- Tamir, I. & Y. Limor (2017). "Sportgulation: Courts as 'Deus ex Machina' in Defining the 'Public Interest' in Sport Broadcasting – The Case of Israel", *International Communication Gazette*, 79(2), pp. 190-202.
- Wann, D. & D.J. Jeffrey (2019). *Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Spectators*. New York: Routledge.
- Wright, C. (1986). *Mass Communication*. 3rd ed. New York: Random Books.