

**הוועדה הציבורית לבחינת המתווה לשידור הציבורי העתידי בישראל**

**סיכום דיון - ישיבה מס' 18 - 06.02.2014**

**נוכחים:**

רם לנדס- יו"ר

דנה נויפלד

יאיר אלוני

קרני זיו

דפנה גלוק

צביקה גולדברג

גילאל ספדי

שמוליק שם טוב

משה שלונסקי

מירי נבון

עודד סטקלוב, נציג חברת יעוץ

חסרים: יהונתן רוניק, יוני רגב

**מוזמנים:**

ד"ר יובל גוז'נסקי, המכללה האקדמית ספיר ואוניברסיטת ת"א

מר יאיר שטרן, יו"ר וועדת שטרן משנת 2003

אלונה אבט, מנכ"לית קבוצת "הופ"

**מהלך הישיבה:**

**חלק א': ד"ר יובל גוז'נסקי, מרצה במכללת ספיר ואוניברסיטת ת"א.**

מר גוז'נסקי הציג את עצמו וסיפר לחברי הוועדה כי במסגרת הדוקטורט שלו הוא עסק בעבודת מחקר שכוותרתה "השינוי בתפיסת הילדות בטלוויזיה לילדים בישראל". המחקר הוא אמנם מחקר אקדמי, אבל הוא מחובר מאוד לעשייה המעשית ולהשלכות המעשיות של העשייה בשדה הטלוויזיה לילדים בישראל. במחקר מר גוז'נסקי פגש יוצרים מ-45 שנות הטלוויזיה לילדים בארץ ובחן מסמכים ראשוניים, קטעי עיתונות ואת המסך עצמו. שינוי משמעותי שחל במהלך שנים אלו – מסך מרובה ומגוון של תכנים לילדים. המחקר התבונן כיצד התפיסות של הילדות אצל מפקים של הטלוויזיה לילדים השתנו כתוצאה משינויים אידיאולוגיים, חברתיים, פוליטיים, ממניעים כלכליים, ביחד עם שינויים טכנולוגיים, וכיצד כל אלה שינו את פני הטלוויזיה לילדים בארץ.

לדבריו של מר גוז'נסקי הילדות נתפסת כיום כהבניה חברתית. ילדות, בהבדל מחוסר בגרות פיזית וביולוגית, אינה טבעית ואינה אוניברסלית, אלא היא מבנה ספציפי של תרבות בחברה וזמן

ספציפיים. לכן, לדעתו, יש חשיבות בעיסוק בסוגיות מקומיות של שפה, מנהגים, "מה מקובל ומה לא מקובל בתרבות שלנו עכשיו", ובעיקר מה יש ומה חסר על מסך הטלוויזיה לילדים.

מחקר של ילדות מתמקד בילדים עצמם. הילדים אינם אובייקטים פאסיביים אלא כאזרחים כבר כעת ולא רק כאזרחים בעתיד.

### נתוני רקע:

מנתונים של צריכת מדיה בבריטניה בסוף העשור (Ofcom, 2011) עולה כי הילדים בבריטניה צורכים מעל 5.5 שעות של מדיה ביום, כאשר הטלוויזיה עדיין תופסת את המקום המרכזי ביותר אצל כל הילדים, אך באחוז ניכר יותר בקרב הגילאים הצעירים, בני 5-11. כ-80% מהילדים גולשים באינטרנט.

מנתוני מרכז המחקר של הכנסת, (וייסבלאי, 2009) המסכמים נתונים שונים על צריכת טלוויזיה של ילדים, עולה תמונה דומה, המצביעה על כך שילדים בישראל צופים בטלוויזיה מעל 3 שעות ביום בממוצע.

מחקר שנערך בארה"ב בשנת 2010 על צריכת מדיה של ילדים ( Rideout, Foehr & Roberts, 2010) מראה עליה משמעותית בכמות התכנים הטלוויזיוניים הנצרכים על ידי הילדים בגילאי 8-18, אשר עומדת כיום בארה"ב על 4.5 שעות ביום, מתוכם כ-30% בצריכה שהיא Multitasking, כלומר תוך כדי שימוש בכמה אמצעי מדיה נוספים בו-זמנית. בנוסף מצביע המחקר על עליה דרמטית בצפייה בתכני טלוויזיה שלא בזמן השידור שלהם בלוח המשדרים בטלוויזיה אלא דרך אמצעי מדיה שונים.

### על שדה הטלוויזיה לילדים בישראל:

לדבריו של מר' גוז'נסקי, משדרים היום מעל 15 ערוצים שונים, כולם (מלבד הציבוריים) משודרים רק בכבלים או בלוויין. ערוצים אלו תלויים לחלוטין בהסכמים מול חברות הכבלים והלוויין. ישנם גם שני ערוצים ציבוריים אחד מלא ואחד דל בשעות שידור (שעה וחצי ביום). לעניין החינוכית, ציין מר גוז'נסקי כי פעם זאת הייתה טלוויזיה חינוכית, היום כבר לא ניתן להגיד שזה ערוץ לילדים. כמו כן, האוכלוסייה הערבית צופה בתוכניות דרך הלוויין, לדבריו של מר גוז'נסקי, יש להם מגוון ערוצים לילדים מארצות ערב.

• היקף שעות חסר תקדים - היקף השעות הוא חסר תקדים אבל יש לזכור כי הרבה תכניות כנויות והרבה שידור חוזר.

בהקשר זה גבי זיו שאלה כמה זה רע שידור חוזר? תשובתו של מר גוז'נסקי הייתה כי אמנם הוא אינו חוקר את הילדים, אלא את התחום, אבל יש טענה שילדים אוהבים לראות שוב ושוב את אותו הדבר, אבל השאלה היא כמה ועל מה בדיוק חוזרים.

• הפרדה בין גילאים לערוצי נישא - יש הפרדה ברורה בין הגילאים, שהתחילה עם הערוצים המסחריים. ההפרדה חוצה לגילאים מאוד קטנים לדוגמה בייבי ולולי וכו'. כאשר ההפרדה הזאת מייצרת הפרדה של ילדויות שונות. גם ה-BBC עשו הפרדה בין BBC-baby לבין ה-BBC-CBEBBIS "2- ערוצים נפרדים לילדים בקבוצות גילאים שונים.

לדעתו של מר גוז'נסקי החלוקה הבסיסית היא לפני בית הספר ולאחר בית הספר כך שבעצם אין שום מענה לילדים בני 12-16.

• רוב התכנים הם סיטקומים ואנימציה מתו"ל.

- יש עלייה בהפקות של דרמת מקור- בעיקר בז'אנר "הדרמה היומית" לגילאי ביה"ס היסודי. עלייה בהפקות ריאליטי. צריכה להיות דרמה יומית, שילוב של טלנובלות, זה מיוצר בערוצים אלה, שידור בערב כדי שניתן יהיה לדון בפרק למחרת בבי"ס.

- פריסה במגוון אמצעי מדיה שונים.

- עליית כוחו של "המותג" - התחרות בין הפלטפורמות לא עשתה טוב לערוצי ילדים כי הם דורשים זאת בזול. אל מול הערוצים הישראליים המקומיים, לדוגמה הופ ולוגי, יש עלייה של תאגידי המדיה הגלובאלית שמגיעים במלוא כוחם לישראל כמו דיסני וניקלאודיון. בבריטניה השידור הציבורי משקיע המון כסף כי הוא בתחרות עם שני הערוצים האלה. כך למשל, חלק גדול מההכנסות של הבי בי סי מגיע מהמכירה של התוכניות ילדים שהוא מפיץ.

עם זאת יש לזכור כי המקום של דיסני הוא המיינסטרים של תפיסת הילדות השמרנית האמריקאית: "אנחנו לא נשדר מה שהאימא של הילד לא תרצה שהוא יראה." הילדים הישראלים הם רק חלק קטן מעולם החלומות שבו הכל אפשרי, שמייצג המותג דיסני.

תחרות נכנסת גם לתחום הגיל הרך, שם שלט בעשור הראשון של המאה ה 21 ערוץ הופ! הישראלי. הערוץ נמצא כיום בתחרות מול ערוצי הפריסקול של תאגידי המדיה שנכנסים חזק לשוק הישראלי, עם ערוצי ניקי ג'וניור ודיסני ג'וניור ומשקיעים הרבה כסף בהפקות מקור, כדי לזכות בדומיננטיות בשוק.

לדעתו של מר גוז'נסקי, האפשרות שהערוצים הישראליים: ערוץ הילדים, הופ! ולוגי יסגרו היא ממשית.

**למה חשוב, לדעתו של מר גוז'נסקי, לדבר על מה מקבלים ילדים מטלוויזיה:**

- טלוויזיה היא אחד מאמצעי המדיה המשפיעים ביותר על חיי הילדים. ילדים לומדים כל הזמן ומכל דבר וגם מטלוויזיה. למידה היא פעולה של ניכוס, של בניית זהות אישית הנבנית מהקשרים קיימים.

- רכישה של ידע נתפסת כפעולה אקטיבית, הרגשות שהלומד חש בעת הלמידה נשמרות גם הן, והיא תהליך חברתי.

- בהקשר של למידה מטלוויזיה: ניתן לאמר כי ילדים מכוונים את תשומת הלב שלהם לצדדים מסוימים של תוכניות, ובעיקר לכאלה אליהם הם יכולים להתקשר: שכלית או רגשית. אח"כ הם מפרשים את הצדדים הללו בעזרת הידע והניסיון הקודם העומד לרשותם: (הן ניסיון חיים והן ניסיון למידה), ואז הם משלבים את החלקים מתוך התוכן שאותם הם פרשו ביחד עם ההבנה שלהם את העולם.

**מה השתנה בשדה הטלוויזיה לילדים**

- הילדות מחולקת בשדה הטלוויזיה לילדים לקבוצות גיל הולכות וקטנות, כאשר לכל קבוצת גיל בטווח של שנתיים-שלוש, מוצעים ערוצי שידור נפרדים. זוהי חלוקה של הילדים לתתי קבוצות קטנות של קהלי יעד שונים: גילאים, תחומי עניין, מגדר. זו הפרדה אשר נוצרת כצורך מסחרי. מה שאבד היא התפיסה הכלל ישראלית, הציבורית.

- יעדי השידורים: השינוי המשמעותי ביותר בשדה הוא שינוי בתפיסת שידור: משידור ממלכתי-ציבורי ישראלי, הנחשב לנכס תרבותי וחברתי, לעבר שידורים פרטיים- מסחריים רבים, חלקם של תאגידי המדיה גלובליים. ערכי המותג הם העיקר בשדה הפרטי.

- תכנים ואופי השידורים: בידור כאמצעי מרכזי לשימושם של הילדים. מצד אחד יותר מענה לצרכים נפשיים של ילדים: ריגוש, דרמה, מתח, התגברות על מכשולים. יש יותר משדרים טובים כאלה, בכל הערוצים. מצד שני, רוב התכנים הם בידור מהיר (סיטוקמים ואנימציה) שאינו עונה על קריטריון נפשי מורכב. הנאה לשם המשך הנאה.

- תפיסת הילדות משתנה: משידור לימודי המתמטיקה לפעול עבור הילדים, לשידור אשר נועד לשימושם של הילדים, בהתאם לתפיסה של הילד כצרכן. התחרות בשדה הטלוויזיה לילדים גדולה מאוד ולכן יש התפתחות של דגמים קבועים של שידור. הרבה דברים נעלמים, כמו "האולפן הפתוח של ערוץ הילדים. אובדן האולפן הפתוח, שהיה עוגן לישראליות ואיפשר להתייחס לסדר היום של הילדים הישראלים: יום המשפחה ועד בחירות וחגים, התייחסות ליום הזכרון ויום השואה למול סגירת השידורים בערוצים הגלובליים. כיום אנשי הערוץ אומרים "ככל שיש יותר תחרות, החופש שלי להחליט מה צריך להפיק יותר קטן".

- תחרות קשה בין ערוצים תוך עליית כוחם של תאגידי המדיה הגלובליים.

גב' זיו ציינה כי הילדים שהיום הם מורגלים לצריכת תוכן דרך ניו מדיה, ושאלה מה יכול להתגבר על זה. מר גוז'נסקי ענה כי ערוץ הילדים יכול להיות אירוע או להפיק מוצרים שיש להם חיי מדף ארוכים יותר כמו סדרות. היום, לדבריו של מר גוז'נסקי, ישנה עלייה בצריכה של תכנים טלוויזיוניים במדיה חדשה, אך לדעתו מדיה חדשה לא מחליפה מדיה ישנה באופן מוחלט. הטלוויזיה מספקת חוויה שהיא לפעמים אחרת. האיפונים משנים את אופן הצריכה של הגיל הרך.

לעניין טלוויזיה חינוכית מר גוז'נסקי ציין כי ישנן תוכניות לימודיות בעולם. ביפן, למשל, יש ערוץ חינוכי מדהים בו יש סדרה בה הסבירו לילדים מה זה מהירות הקול. בארה"ב רוב השוק הוא שוק פרטי בשנת ה-90 הממשלה החליטה לכפות על ערוצים מסחריים שלוש שעות לימודיות בשבוע. אחרי שלוש שנים בדקו ומצאו כי לא השתנה כלום. כתוצאה מכך הכבידו ברגולציה עוד יותר אך זה לא הניב את התוצאות להן הם ציפו. לעומת זאת בערוצים לגיל הרך יש ריכוז הכי גבוה של תוכניות לימודיות וזאת לדעתו של מר גוז'נסקי ככל הנראה בגלל שהורים יותר מפקחים.

#### מה חסר לדעתו של מר גוז'נסקי בשדה הטלוויזיה לילדים:

- יש כמות חסרת תקדים אבל אין מגוון.

- אין כמעט ייצוג לישראליות: ייצוג לחברה הישראלית על גווניה, חגים ומנהגי דתיים מקומיים (כריסמס וליל כל הקדושים נראים בטלוויזיה יותר מאשר קומזיץ של לייג בעומר או פעולה בתנועת הנוער).

- אין כמעט ילדים ישראלים על המסך. הדרמות היומיות המקובלות כיום בשוק אמנם מציגות שחקנים ישראלים, אבל אלא לרוב צעירים בגילאי העשרים, יפים ויפות, המתמודדים בעלילות גבורה. היתה תקופה קצרה בתחילת שנות האלפיים שערוץ הילדים ייצר סדרות דרמה מסוג אחר: "אדומות", החברה הטובים", "הילדים מגבעת נפוליאון", אשר הציגו דילמות ישראליות וילדים ישראלים על המסך. זה לא קיים כיום.

- יש מעט עיסוק בתכנים רלבנטיים לילדים בארץ: הבתי ספר נראים אמריקאים עם לוקרים.

- אין זדקומנטרי ומעט חדשות לילדים וגם זה במקרה (מלבד בערוצים ציבוריים).

- מעט תכנים חינוכיים/לימודיים, וגם הם נדחקים לערוץ נישא "לוגי", שהוא דל תקציב וכרוך בתשלום מיוחד.
- שפה עברית נדחקה לשוליים. רוב התכנים מיוצרים בחו"ל עם מראה לא ישראלי ורובם מדברים אנגלית.
- אין יועצים חינוכיים בשום הפקה כולל בהפקות של הטלוויזיה החינוכית. בעיניו וכשמפיקים תכנית לילדים צריך לשמוע יועץ חינוכי ולא יועץ פסיכולוגי.
- אין מענה לנוער.
- הילד כאזרח, הילד במרכז הילד כצרכן- תפיסת הילדות משתנה, אנו משדרים לא תכנים אלא מצרך זה הופך את הילד לצרכן בעוד שבעבר השידור היה לילד כאזרח.

### ריבוי פוטנציאל להעצמה של הילדים

- בריטניה: שני ערוצי ילדים: CBBC ו Cbeebies דוגמא קטנה: "Horrible Histories".
- יפן: יש שם ערוץ נפרד לתוכניות חינוכיות, ערוץ חינוכי מדהים, עם תכנים המשלבים עשייה חוץ טלוויזיונית כמו מוזיאונים והפעלות של ילדים.
- ארגנטינה: ערוץ ציבורי חדש **pakapaka** - הארגנטינאים משדרים באותו ערוץ גם וגם בעיני הפתרון הזה חלש. מאחר והתפיסה הציבורית רואה בילדים ב"פרי-סקול" כילדים שצריך להגן עליהם – יש פחות כשל שוק. ולכן אני חושב שצריך לשדר יותר לנוער.

### המלצות של מר גוז'נסקי:

- יצירת גוף שידור ציבורי ממלכתי לילדים. לדעתו של מר גוז'נסקי, הוא יכול להיות שילוב כוחות יצירתיים של החינוכית ומחלקת הילדים והנוער, אבל חייב לשמור על תקציבים ראויים כדי להתחרות באמצעי ההפקה של הערוצים המסחריים (הערוץ חייב ליצור את מיטב הטלוויזיה לילדים, שכן אחרת אין לו סיכוי). בהחלט יש פוטנציאל מכירות או שת"פ עם ערוצים בעולם המשוועים לתוכן לילדים איכותי ואחר.
  - יש להכין אמנה של השידור הציבורי לילדים, אשר יהוו את האני מאמין של הערוץ. חשיבות הענקת "מידע, חינוך ובידור" בסדר הזה. עידוד להעצמת הילדים, הבאתם של ילדים ישראלים למסך, מחויבות לעשייה דוקומנטרית וחדשות, עידוד יצירתיות.
  - בהתאם לתנאי הפעולה בשדה, יש להקים שני ערוצים משדרים: אחד לילדי הגן מגילאי 2-6, אלו שעדיין לא קוראים בכוחות עצמם, והשני לילדי ביה"ס היסודי וחטיבות הביניים, כלומר מגילאי 7-15. כמובן הערוצים חייבים להיות מגובים בכל אמצעי המדיה החדשים ובחינם.
- מר לנדס שאל במצב בו יש רק ערוץ אחד, לאיזה טווח גילאים יש לפנות. מר גוז'נסקי סבר מאחר והתפיסה הציבורית רואה בילדים ה"פרי סקול" ילדים שצריך להגן עליהם – כשל שוק פחות מורגש אם בכלל, לכן לדעתו יש לפנות לילדים מגיל 6 ומעלה.

### הטלוויזיה החינוכית

מר שטרן עמד בראש וועדה שעסקה בטלוויזיה החינוכית. לדבריו המלצות של הוועדה בראשותה עמד התקבלו ברובן, ההמלצה שלא התקבלה היא להפוך את הטלוויזיה החינוכית לחברה ללא מטרות רווח.

לדעתו הטלוויזיה החינוכית הבריאה מאז והיא מתפקדת בצורה יפה. מספר העובדים בטלוויזיה החינוכית ירד, ירדו השעות הנוספות, הוכנסו שעות נוכחות - דברים שהם כביכול טכניים אבל היו חלק משמעותי בתהליך ההבראה.

במקביל התחיל תהליך של התמקדות בערוץ הבית - ערוץ 23. לדבריו של מר שטרן היה שיפור גדול בתכנים של הערוץ. כמו כן יש לזכור כי לטלוויזיה החינוכית יש עוד תפקיד, הערוץ מפיץ המון קורסים לימודיים עבור רשת פנימית לבתי ספר. היות ותכנים אלו לא עולה על המסך לדעתו של מר שטרן מרבית הציבור אינו מודע לכך.

מר אלוני שאל האם הוועדה ברשותה עמד מר שטרן בדקה אם ניתן לאחד את הטלוויזיה החינוכית עם רשות השידור. מר שטרן השיב כי הוועדה הגיעה למסקנה שזה יהיה נורא ואיום לחבר גוף חולה לגוף בריא. לדעתו מסקנה זאת רלוונטית גם היום. עם זאת לדעתו תאורטית זה יכול לעבוד. רוב הציוד בטלוויזיה החינוכית הוחלף, הושקעו בין 5-10 מיליון ש"ח בהחלפת הציוד, ארכיון עבר דיגיטציה. מבחינת נדל"ן, לדעתו, ניתן לחבר בין הטלוויזיה החינוכית למחלקת ילדים של ערוץ 1.

לדעתו של מר שטרן עדיף להעביר את הטלוויזיה החינוכית לגוף שמייצר תכנים לילדים.

### איחוד מחלקת החדשות של רדיו וטלוויזיה

מר אלוני שאל האם לדעתו של מר שטרן ניתן לאחד חדשות של רדיו עם חדשות של טלוויזיה ברשות השידור. מר שטרן סבר כי איחוד כזה יכול לעבוד אבל לא ב-100%, וזאת כיוון שלא ניתן להסתמך על אותו כוח אדם שיעשו כל העבודה. לדוגמה, לדעתו, יש צורך בשני כתבים פליליים וזאת כי לא יכול להיות שכתב אחד יעבוד 24 שעות. עם זאת, לדעתו של מר שטרן ניתן לאחד בין מוקדים ודסקים, הם יכולים להיות משותפים אבל איחוד מלא לא יעבוד אם לא מגדילים את כוח האדם. במקרה זה לדעתו של מר שטרן איחוד לא יגרום לחיזוק.

### טלוויזיה בשפה הערבית

מר אלוני שאל מה דעתו של מר שטרן לגבי המקום של הטלוויזיה בערבית. מר שטרן סבר כי הערוץ צריך להיות נפרד לגמרי. לדבריו האוכלוסייה הערבית לא סומכת על ערוץ 1 דווקא כי מדובר בערוץ ציבורי, אך כן סומכת על חדשות ערוץ 10 וערוץ 2. כמו כן, היום בחדשות 2 ניתן לראות גם כתבים ערביים.

### המלצות

לדעתו של מר שטרן "הרעה החולה" של רשות השידור היא קודם כל בניהול. מר שטרן המליץ לחברי הוועדה להמליץ על יצירת המנגנון שיבחר גם את הדירקטוריון וגם את הדרג המקצועי ברשות השידור לדוגמה ע"י גוף בלתי תלוי כמו ושופט בימ"ש עליון וכו'. לדעתו של מר שטרן כל עוד המנכ"ל יודע שהוא כפוף לממשלה לא תהיה תקומה, הפצע הכי כואב זה הניהול בדרגים הכי גבוהים. על כן, לדעתו ההבראה צריכה להיות מלמעלה, יש להמליץ על קריטריונים לבחירה דירקטוריון ומנכ"ל צריכים להיות מקצועיים.

## חלק ג: אלונה אבט, מכל"ית קבוצת "הופ!"

לדבריה של גבי אבט קבוצת "הופ!" הינה בית תוכן הפונה אל קהל הצופים של הגיל הרך - גילאי טרום בית הספר והוריהם. בין היתר, הקבוצה הקימה את ערוץ "הופ!" המשודר מאז שנת 2000 במסגרת חבילות הבסיס של הוט ויס והיה ערוץ ה"פרי סקול" (עד גיל 6) הראשון בעולם. בנוסף, קבוצת "הופ!" מפיקה את ערוץ "לולי" לפעוטות, הכלול בחבילת הילדים של הוט ואת ערוץ "הופ! ילדות ישראלית" הנמכר בתשלום בשתי הפלטפורמות. מטרתה של קבוצת "הופ!" היא להציג סביבה מוגנת לילדים. הערוץ הוקם גם על מנת לתת מענה לציבור ההורים.

לגבי תכנים לימודיים, לדעתה של גבי אבט ניתן להשתמש בטלוויזיה לצרכים לימודיים. אך גם אם הוועדה תמליץ שמסדר הציבורי יהיה אחראי על יצירת התכנים, לדעתה אין זה נכון. לדעתה יש לתת לשוק הפרטי לייצר תכנים כאמור. לדבריה של גבי אבט יכולת ייצור בשוק הישראלי אדירה.

לדבריה של גבי אבט בכל העולם שידורי ילדים בערוצים ממלכתיים מתמעטים, לכן לדעתה אין הגיון להתזיק שני ערוצים ממלכתיים משדרים וזאת בין היתר כי קשה לראות איזה הצדקה יש לערוץ ילדים ממלכתי כאשר יש כבר מענה בשוק פרטי. כמו כן, לדבריה של גבי אבט עלויות התכנים גבוהות מאוד ואם יקום ערוץ ילדים ממלכתי, בנוסף לאלו הקיימים, מבחינת הרכש המצב אף יחמיר. לדעתה ערוץ "הופ!" נותן מענה ערכי והוא לא יתקיים אם לא תשמר הקצאה של מקור.

מר לנדס שאל מהו התקציב של ערוץ "הופ!". גבי אבט השיבה כי התקציב מאוד קטן, הערוץ לא בין הגדולים, כ-5 מיליון ₪ לערוץ כאשר 40% מושקע בהפקות מקור, בערוץ לולי 75% מהתקציב מושקע בהפקות מקור.

מר לנדס ציין כי השידור הציבורי צריך לבוא במקום שבו יש כשל שוק. לדעתו אין כשל שוק בגילאי 2-6, יש תחושה שיש כשל שוק בגילאים של 6-12. הוא שאל את גבי אבט אם מקימים ערוץ שידור ציבורי שמסדר עבור ילדים בגילאי 6-12 באיזה תקציב ניתן לעשות זאת לדעתה. גבי אבט השיבה כי ערוץ כזה יזדקק לתקציב גדול, תקציב של מינימום 20 מיליון ₪. עם זאת, לדבריה של גבי אבט השוק מאוד רווי, ישנו מספר רב של ערוצים המיועדים לילדים. לכל תאגיד המשדר לילדים ישנם לפחות שני ערוצים לשתי קבוצות הגיל. קבוצת "הופ!" בתחרות מאוד קשה מול גופים אלה, לכן לדעתה ברכש יהיה לערוץ כזה מאוד קשה, תהיה בעיה לרכוש תכנים עבור קבוצת גיל 6-12. שאר הערוצים מגיעים עם מערכת מאוד משוכללת, אולפנים מפותחים.

מר לנדס שאל כמה מתוך הצפייה היא צפייה לינארית וכמה VOD. גבי אבט השיבה כי בגילאים צעירים יש יותר צפייה ישירה. עם זאת, ערוץ צריך להיות בפלטפורמה בה נמצא הצופה שלו. גילאי ה-6-12 הם צרכנים של הרבה ערוצים, כגון ערוץ 2 ערוץ "ויוה" וכו', כדי להביא אותם לאותם תכנים, לדעתה, יש לעשות מערך שיווקי מאוד גדול. יש לחשוב מה סוג התכנים וסוג מדיה שלגביהם אנחנו חושבים שיש כשל שוק ולגילאים האלה. יש לענות על השאלה מה היום השוק לא מציע ומבחינה מוסרית יש לו זכות להיות ממומן מהכסף הציבורי. לדוגמה סוגה עילית שמעניקה ערכים מוספיים, יש מקום לכמה סדרות דגל כאלה שצריכות להיות ב"ערוץ 1" ציבורי שיהיה כצפייה משפחתית או דרמה מרגשת שמשקפת את החיים של הנוער.

כמו כן, לדבריה היום ילדים צעירים צורכים דרך האיפון והאייפד מגיל פחות משנתיים, בערוץ "לולי" למשל בנוסף לשידורים בטלוויזיה יש האפליקציה כמוצר משלים. היום כאשר מייצרים תכנית עבור הופ חושבים איך זה יראה בטלוויזיה ואיך זה יראה באתר האינטרנט.

גבי זיו שאלה האם יש רכש בעולם שהוא ראוי לרכישה עבור ערוץ חינוכי וערכי. גבי אבט השיבה כי יש תכנים כאלה ב-BBC, אבל, לדעתה, ככל הנראה יסכימו למכור רק כל עוד הם לא משיקים ערוץ ילדים בישראל. הסקנדינבים, למשל, עושים ז'אנר של דקומנטרי לילדים, זה יותר מתקרב, לדעתה, למנדטים הציבוריים.

מר אלוני שאל מהן השעות בהן ילדים נוהגים לצפות טלוויזיה. גבי אבט השיבה כי שעות הבוקר (6:00-07:30) זה רצועה משמעותית וגם השעות אחר הצהריים (16:00-19:00).

גבי אבט ביקשה להגיש כי כל נאמר על ידה מתבסס על מפת התקשורת העכשווית, אך יש לראות איך המפה תשתנה כאשר הוט ויס יחויבו לספק לכל לקוח את החבילה הצרה וזאת כי הפקות מקור והתוכן הישראלי מגיעות לכל בית אב במסגרת החבילה הרחבה.

#### דיון פנימי:

גבי זיו העלתה שאלה בנוגע לאפשרות להמליץ על הפרטה של ערוץ "החינוכית". גבי נויפלד לא הסכימה כי ההפרטה היא פתרון טוב. שאלה זו מתעוררת גם ביחס לרשות השידור, ומדוע לא להפריט אותה? לדעתה, בהקשר של שידור ציבורי, יש ליצור גוף שיש לו אתוס ותפיסה של גוף שנותן שירות ציבורי. לאף גוף פרטי אין DNA של השירות הציבורי. לזכין לעומת המשדר הציבורי תמיד יהיו אינטרסים נוספים כי הוא חברה שמטרתה למקסם רווחים ויש לה בעלי מניות. ולטעמה של גבי נויפלד זאת הסיבה שלא ניתן להפריט את השידור בציבורי.

#### בישיבה הבאה יופיעו בפני הוועדה:

ועד המהנדסים, טח"י  
ועד הטכנאים והנדסאים טח"י  
ועד העיתונאים, טח"י  
ועד עיתונאי תפעול, טח"י  
נציגי "קול ישראל"

מועד ההתכנסות: יום חמישי בעוד שבוע, בין השעות 14:00-18:00.

חברי וועדת משנה יוזמנו לישיבה על מנת לשמוע מוזמנים

רשמו: יולי לסנובסקי ורחלי לוי

חתום: רם לנדס, יו"ר הוועדה

