

## חוות דעת מקצועית

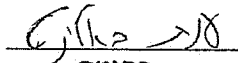
### האם סיקור ראש הממשלה בנימין נתניהו ב"ישראל היום" הינו בגדר תעמולה?

נתבקשתי על ידי עו"ד שחר בן-מאיר לחוות את דעתי המקצועית, כמומחית בתחום התקשורת, בנוגע לסיקור של העיתון "ישראל היום" את ראש הממשלה המכהן בנימין נתניהו. השאלה אליה התבקשתי להתייחס היא האם הסיקור של העיתון "ישראל היום" ביחס לבנימין נתניהו (הן טרם כהונתו כראש ממשלה והן לאחר מכן ונכון למועד חוות דעתי זו) הינו בגדר דיווח עיתונאי העומד בעקרונות המקובלים של עבודה עיתונאית בשדה התקשורת או שמא הוא בגדר תעמולה פוליטית ולכן מהווה תעמולת בחירות עבור בנימין נתניהו?

חוות דעתי מפורטת כאן להלן.

חוות דעת זו נכתבה על בסיס מחקר אקדמי ואמפירי. החלק התיאורטי מבוסס על מחקר אקדמי בתחום התקשורת, הפילוסופיה והסוציולוגיה ביחס לתעמולה, עיתונות ואתיקה של שית. הניתוח האמפירי מבוסס על פרסומי "ישראל היום" מאז החל לראות אור בשנת 2007 ועל פרסומים רבים בתקשורת הישראלית ובבמות אחרות שעוסקים בתופעת "ישראל היום" ובנעשה בעיתון זה. התמונה הנפרשת בחוות דעת זו ביחס ל"ישראל היום" וזיקתו לנתניהו היא ככל הנראה המקיפה ביותר שנעשתה עד היום. הסתייעתי בעוזר מחקר לצורך איסוף והצגת הנתונים.

אני נותנת חוות דעתי זו במקום עדות בבית המשפט ואני מצהירה בזאת כי ידוע לי היטב, שלענין הוראות החוק הפלילי בדבר עדות שקר בשבועה בבית המשפט, דין חוות דעתי זו כשהיא חתומה על ידי כדין עדות בשבועה שנתתי בבית המשפט.

  
חתימה

ענת באלניט

להלן פרטי השכלתי וניסיוני המקצועי:

### השכלה

- ספטמבר 2007 - היום: דוקטורט בחוג לתקשורת ומדיה (לקראת הגשה), גולדסמית', אוניברסיטת לונדון. נושא התיזה: "מציאות ממותגת": פרסום סמוי בטלוויזיה ובאינטרנט והשלכותיו על תפקוד המדיה כחלק מהמרחב הציבורי (מחקר השוואתי של תכניות מציאות – בריטניה וישראל).
- 1998-2003: תואר שני (בהצטיינות יתרה), פסיכולוגיה חברתית, אוניברסיטת תל-אביב. נושא התיזה: איך אומרים "אנחנו מצטערים"? על הקשר בין מרכיבי התנצלות (לקיחת אחריות והבעת אמפתיה) ואמון לסליחה בין-קבוצתית - המקרה היהודי-ערבי בישראל.
- 1994-1997: תואר בוגר, פסיכולוגיה (סיום בממוצע 92) ותולדות האמנות, האוניברסיטה העברית.

### רקע מקצועי

#### עיתונות כתובה

- נובמבר 2007 - היום: כיום בעלת טור קבוע לענייני תקשורת במגזין החודשי The Marker. כתבת מגזין עבור מוסף Markerweek של The Marker (מלונדון ובהמשך מישראל עד 2011).
- 2010 - היום: כתיבת טורי פרשנות וביקורת מדיה עבור העין השביעית, הוצאת המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- אוגוסט 2006-יולי 2002: כתבת התקשורת של הארץ. 1999-2002: כתבת מגזין עבור המוסף השבועי, הארץ. 1997-2002: כתיבה (כתבות תחקיר וטורי ביקורת) בנושאי תקשורת ואתיקה עבור הדו-ירחון לענייני תקשורת ועיתונות - העין השביעית, הוצאת המכון הישראלי לדמוקרטיה.
- 1993-1997: עבודת תחקיר, כתיבה והפקה עבור מוסף סופשבוע של מעריב.

#### תקשורת אלקטרונית

- 2000-2002: עורכת תכנית התרבות "מילה זה מילה" ורכזת המערכת של תכנית התרבות "ככה וככה", שתיהן בהגשת ירון לונדון, ערוץ 2 (קשת).
- 1999: עורכת תכנית הילדים "שוקו טלעד", ערוץ 2 (טלעד).
- 1997-1998: תחקירנית עבור התכנית "עובדה" בהגשת אילנה דיין, ערוץ 2 (טלעד). במקביל, תחקירנית עבור שורה של תכניות אחרות וסרטים דוקומנטאריים בערוץ 2.
- ינואר 1998 - יולי 1998: קורס כתבי רדיו של קול ישראל, כולל התנסות בעבודה ככתבת חדשות ועורכת בחדר החדשות.
- 1989-1990: כתבת צעירה בתכניות הילדים והנוער, קול ישראל.

## הוראה

- **מרץ 2010 - היום:** מרצה לתקשורת באוניברסיטה העברית, ובאוניברסיטת תל-אביב. פיתוח והוראת הקורס **מדיה מדווחת מדיה** העוסק בשערוריות תקשורת ובמתח שבין חקיקה, אתיקה ושיח ציבורי בפיקוח על תפקוד התקשורת.
- **מרץ 2010 - יולי 2013:** מרצה לתקשורת באוניברסיטת חיפה ובאוניברסיטת בן-גוריון.
- **2008:** הוראה במסגרת הקורס **Media Law and Ethics** לתלמידי שנה ג' בתואר ראשון בתקשורת, **Goldsmiths, University of London**.
- **2002-2003, 2007, 2014-היום:** הוראת כתיבה עיתונאית ועריכה עיתונאית לתלמידי תואר ראשון בתקשורת, **האוניברסיטה הפתוחה**.
- **2002:** הוראת קורס לילדים מחוננים בנושא עיתונות וצריכת תקשורת במסגרת פרויקט העשרה של **משרד החינוך** לילדים מחוננים בעיר לוד.

## הקדמה

"ישראל היום" הינו חינמון יומי הרואה אור בישראל החל מיולי 2007 ומציג ידיעות חדשותיות וכתבות בנושאים שונים. החל משנת 2011 הפך "ישראל היום" לפרסום בעל שיעור החשיפה הגבוה ביותר מבין העיתונים הישראליים בימי חול, לפי סקר TGI<sup>1</sup>, ובכך שבר את המונופול רב השנים של "ידיעות אחרונות". "ישראל היום" נמצא בבעלותו של איל הקזינו האמריקני שלדון אדלסון, וכמעט מיומו הראשון מוזהה עם קו מערכתי מובהק התומך בראש הממשלה בנימין נתניהו ונתפס בעיני רבים, בהם אנשי אקדמיה, משפטנים, עיתונאים ופוליטיקאים<sup>2</sup>, ככלי תקשורת שנוסד אך ורק כדי לשמש שופר תעמולה לנתניהו. העיתון אף זכה בציבור לכינוי הלעגני "ביביתון", מה שהביא את בעליו, אדלסון, להתייחס לסוגיית ההטיה במספר הזדמנויות לאורך השנים ולהכחישה<sup>3</sup>.

נתבקשתי לספק את חוות דעתי המקצועית, כחוקרת תקשורת ועיתונאית המומחית בכתיבה על התקשורת הישראלית, בנוגע לשאלה האם יש לראות בסיקור לו זוכה ראש הממשלה ב"ישראל היום" בגדר דיווח עיתונאי או בגדר תעמולה פוליטית.

על אף הדעות הנחרצות הנשמעות בציבור בסוגיה זו, ההכרעה בשאלה זו, מנקודת המבט המחקרית, איננה פשוטה כלל ועיקר. עיקר הקושי טמון באבחנה העקרונית בין דיווח עיתונאי לדבר תעמולה. כדי להכריע בה יש לגשת, ראשית כל, להגדרות המקובלות בספרות האקדמית ל"תעמולה" מחד ול"דיווח עיתונאי" מאידך, ובהמשך לנסות לשרטט את הקו המבחין בין שתי פעולות אלו באופן שניתן יהיה ליישמו על המקרה של "ישראל היום".

ראוי להוסיף הערה מקדימה לניתוח שאציג: איני עוסקת בהגדרה המשפטית לתעמולת בחירות או מסקנותיי בבדיקת הסוגיה מהבחינה המשפטית, מכיוון שאין הדבר בתחום עיסוקי ומומחיותי. חוות דעתי מתייחסת לשאלה האם "ישראל היום" מהווה תעמולה ביחס למר נתניהו מנקודת המבט של מחקר התקשורת.

<sup>1</sup> ריבק, הדס. (28.7.10). סקר TGI: ישראל היום מתחזק ב-30% ועוקף את ידיעות. ואללה ברנ"ה. <http://b.walla.co.il/item/1715485>.

<sup>2</sup> למשל: כספי, דן. (7.4.10). מדיה חדשה, כללים ישנים. [the7eye.org.il/15874](http://the7eye.org.il/15874); גרינצוויג, אמילי. (12.6.12). לפיד: "רשות השידור מוטת שלטון, ישראל היום" ביטאון של נתניהו". [haaretz.co.il/gallery/media/1.1729848](http://haaretz.co.il/gallery/media/1.1729848); הארץ. [nrg.co.il/online/54/ART2/403/855.html](http://nrg.co.il/online/54/ART2/403/855.html); הורודניצ'אנו, מאיה, ווני, גוני. (17.9.12). עוזי בנימין עוזב את "העין השביעית" ומדבר על מצב התקשורת. [www.ynet.co.il](http://www.ynet.co.il); דרוקר, רביב. (4.2.2013). תחקיר "ישראל היום". "המקור". [drucker10.net/?p=1350](http://drucker10.net/?p=1350); 10. חדשות ערוץ 10. [themarker.com/advertising/1.2282960](http://themarker.com/advertising/1.2282960); The Marker. (30.3.14). בנט נגד "ישראל היום": "זה פראבדה של ראש הממשלה". [haaretz.co.il/opinions/premium-1.2486426](http://haaretz.co.il/opinions/premium-1.2486426); הארץ. [the7eye.org.il/134138](http://the7eye.org.il/134138); הארץ. (22.11.14). "הצעה תכסיסנית פסולה". [haaretz.co.il/opinions/premium-1.2496782](http://haaretz.co.il/opinions/premium-1.2496782); הארץ. (26.11.14). הון, שלטון, וחוק ישראל היום.

<sup>3</sup> למשל: כתב "העין השביעית". (19.12.09). אדלסון משיב למבקרי. [the7eye.org.il/33019](http://the7eye.org.il/33019); פרסיקו, אורן. (7.2.10). האלכסונים והעיתון האובייקטיבי. [the7eye.org.il/25984](http://the7eye.org.il/25984); אברבך, לי-אור, וציפורי, טלי. (24.12.13). אדלסון לכתב "גלובס": "ישראל היום" תהיה עד שתגיע לגילי". [globes.co.il/news/article.aspx?did=1000904226](http://globes.co.il/news/article.aspx?did=1000904226); ביסמוט, בועז, ורגב, עמוס. (9.5.14). באנו לשבור את הפחד מגוני. [israelhayom.co.il/article/180803](http://israelhayom.co.il/article/180803); ישראל היום.

חוות דעת זו מורכבת משלושה חלקים. בחלק הראשון אציג את הרקע התיאורטי לבדיקת השאלה שהונחה לפתחי. תחילה אציג הגדרות שונות הקיימות בספרות ל"תעמולה" וכן ל"עיתונות" וגם את העקרונות המאפיינים עבודה עיתונאית. בהמשך אציג את העקרונות הפילוסופיים בהם השתמשתי כדי לנסות להבחין בין שני סוגי התקשורת האלו. לסיום, בהתבסס על המצע התיאורטי שהצגתי, אפרוש את האופן שבו החלטתי לבדוק האם "ישראל היום" מסקר את ראש הממשלה נתניהו באופן שנכון להגדירו כתעמולה. החלק השני יציג בדיקה אמפירית של הקשר שבין "ישראל היום" וראש הממשלה נתניהו. בהתבסס על המצע התיאורטי המוצג בחלק הראשון, נבחנו ארבעה היבטים: המבנה הארגוני של העיתון, המודל הכלכלי של העיתון, הסיקור של נתניהו ב"ישראל היום" וכן השיח הציבורי המתקיים סביב הקשר שבין העיתון לנתניהו. החלק השלישי והאחרון יציג את מסקנות הבדיקה וייתן מענה לשאלה אליה נדרשתי.

### **בין תעמולה לעיתונות**

המונח "תעמולה" חדש יחסית בהיסטוריה האנושית ולא זכה כמעט להתייחסות תיאורטית לפני המאה ה-20<sup>4</sup>. בנוסף, אין במדעי החברה הגדרה אחת לתעמולה, אך קיימת מידה רבה של הסכמה בקרב החוקרים לגבי חלק מהמאפיינים המגדירים אותה.

חוקר התקשורת, פרופ' טרבור פרי-גיל, העוסק ברטוריקה ותרבות פוליטית, הגדיר תעמולה כך: ...'propaganda' is conceived of as strategically devised messages that are disseminated to masses of people by an institution for the purpose of generating action benefiting the source<sup>5</sup>.

הפסיכולוג התברתי, פרופ' לאונרד דוב, התייחס גם הוא אל הניסיון להניע את ההמון לפעולה והדגיש שהדבר נעשה למען מטרות שהערך שלהן מוטל בספק:

The attempt to affect the personalities and to control the behavior of individuals towards ends considered unscientific or of doubtful value in a society at a particular time<sup>6</sup>.

הסוציולוג, הפילוסוף והמשפטן, פרופ' זיאק אלול, הבליט בהגדרתו את העובדה כי תעמולה מבוססת על מניפולציה פסיכולוגית:

Propaganda is a set of methods employed by an organized group that wants to bring about the active or passive participation in its actions of a mass of

<sup>4</sup> Jowett, Garth. S., & o'Donnell, Victoria. (2014). *Propaganda & Persuasion*. Sage.

<sup>5</sup> Parry-Giles, S. Jacques. (2002). *The rhetorical presidency, propaganda, and the Cold War, 1945-1955*. Greenwood Publishing Group, P. XXVI.

<sup>6</sup> Doob, Leonard. William. (1948). *Public Opinion and Propaganda*. Henry Holt and Company, New York. P. 390.

individuals, psychologically unified through psychological manipulations and incorporated in an organization<sup>7</sup>.

גארתי ג'ואט וויקטוריה אודונל הדגישו בספרם הקלאסי Propaganda & Persuasion (2014) כי יש לראות בפרופגנדה סוג מסוים של תקשורת השונה משכנוע או ניסיון השפעה. לטענתם, בעוד שהשפעה נועדה לספק את הצרכים של שני הצדדים, תעמולה נועדה לשרת אך ורק את מטרתו של מי שמפיץ אותה:

Propaganda is a form of communication that attempts to achieve a response that fulfills the desired intent of the propagandist. Persuasion is interactive and attempts to satisfy the needs of both persuader and persuadee<sup>8</sup>.

דוב, במאמר שנכתב שנים רבות אחרי ההגדרה שהעניק לתופעה (1989)<sup>9</sup>, הדגיש כי קיים קושי להגיע להגדרה ברורה של תעמולה ואף הוסיף כי יתכן ששאיפה להגדרה חד משמעית כזאת כלל איננה רצויה. עם זאת, מההגדרות השונות עולים בכל זאת כמה מאפיינים מוסכמים. ראשית, תעמולה היא ניסיון להשפיע על המוני בני אדם – אמונותיהם, עמדותיהם והתנהגותם – באמצעות תקשורת. שנית, ניסיון ההשפעה נועד לשרת את המטרות של מייצר המסר (קבוצה או אדם בודד). המרכיב השני הוא מה שמבחין תעמולה מסוגים אחרים של תקשורת - הניסיון להוביל המונים למימוש מטרותיו של גורם יחיד (ארגון או אדם).

בעוד שניתן להסכים בקלות יחסית על מאפייני הליבה של המונח "תעמולה", הניסיון להגדיר את מה שמונח מן הצד השני - "עיתונות", או "דיווח עיתונאי", הוא מאתגר הרבה יותר. כל ניסיון להציב מאפיינים ברורים המבחינים בין דיווח עיתונאי לכל סוג אחר של מסר, מציב איום מידי על הערך המוביל את פעולתה של העיתונות - החופש שלה. מעצם טיבה, ההגדרה של העוסקים במקצוע והניסיון לאפיין באופן נוקשה את תוצרי עבודתם, עלולים להותיר בחוץ את מי שאינם עונים להגדרה ואת התוצרים שאינם נושאים את המאפיינים הרצויים ובכך להדיר אותם מבמות מסוימות, להגביל את תפוצתם ואת היכולת לקיים שיח חופשי ופתוח דרך גופי העיתונות. לפיכך, ההגדרה של עיתונות היא רופפת וגמישה מטבעה, כדי לאפשר לה לכלול קולות מרובים ושונים ולהגן על חירותה.

<sup>7</sup> Ellul, Jaques. (1965). Propaganda: The formation of men's attitudes K. Kellen (Ed.). Knopf, New York. P. 306.

<sup>8</sup> Jowett, Garth. S., & o'Donnell, Victoria. (2014). Propaganda & persuasion. Sage. Page 1.

<sup>9</sup> Doob, Leonard W. (1989). "Propaganda." In: International Encyclopedia of Communications. vol. 3 Ed. E. Barnouw et al., New York: Oxford. P. 375.

טוני הרקאפ, חוקר תקשורת ועיתונאי בריטי, מסביר בספרו<sup>10</sup> כי עיתונות עוסקת ביידוע החברה לגבי עצמה ובעצם – בהפיכתו של מידע, שהיה קודם במרחב הפרטי – לציבורי. אבל, הוא ממשיך, הגדרה זו אינה ממצה לגמרי, מאחר ועיתונות עוסקת גם באספקת מידע על מה שהוא כבר חלק מהידע הציבורי וכן במתן פרשנות והעצמה לידע כזה.

מכון העיתונות האמריקאית (American Press Institute)<sup>11</sup> מספק הגדרה פשוטה ושימושית לעיסוק העיתונאי:

Journalism is the activity of gathering, assessing, creating, and presenting news and information. It is also the product of these activities<sup>12</sup>.

עולה מהגדרות אלו כי העיסוק העיתונאי מתמקד באיסוף מידע חדשותי, עיבודו והצגתו בהקשר של החברה בה פועלים העיתונאים. קרי, העבודה העיתונאית מתמקדת בהפיכתו של מידע, בעיקר חדש, מפרטי לציבורי, ביחס לציבור מסוים.

ספרם הקלאסי של העיתונאים ומבקרי התקשורת טום רוזנטיל וביל קובאץ'<sup>13</sup> מספק עשרה עקרונות חיוניים לעבודה העיתונאית<sup>14</sup> ובכך נותן כלים מעשיים יותר להחליט האם מסר מסוים ראוי להיכלל תחת הגדרה זו. העיקרון הראשון הוא מחויבותם של עיתונאים לאמת. אין הכוונה לאמת אבסולוטית בה פילוסופים עוסקים, כי אם לאמת מעשית, העוסקת בעובדות ומציגה אותן בהקשרן. העיקרון השני מתייחס לחובת הנאמנות של העיתונאים, בראש ובראשונה, לאזרחים. לפי עקרון זה, על אף שעיתונאים פועלים לרוב בסביבה עתירת אינטרסים (למשל של בעלי כלי התקשורת, מפרסמים או פוליטיקאים) הם חייבים לפעול מתוך מחויבות עליונה לאינטרס הציבורי ולאמת וכן מתוך מחויבות לשקף נאמנה את הרכב החברה. העיקרון השלישי מתייחס לפרקטיקה המקצועית הנמצאת בליבת העיסוק העיתונאי – ויודא עובדות. לפי שני הכותבים, עיתונאים אינם נדרשים להיות 'אובייקטיביים' או נטולי פניות, אבל שיטות הבדיקה שלהם את העובדות הן אלו שנדרשות להיות כאלה. הם מחויבים לנקוט בכל האמצעים כדי לאמת את העובדות באופן נטול פניות – למשל, הצלבת מקורות, זיהוי מקורות המידע שלהם עד כמה שניתן וכן הבאת תגובות

<sup>10</sup> Harcup, Tony. (2009). Journalism: Principles and Practice. Sage Publications, Thousand Oaks, California.

<sup>11</sup> מכון העיתונות האמריקני הוקם ב 1946 במסגרת בית הספר לעיתונות של אוניברסיטת קולומביה במטרה לקדם, ברוח התיקון הראשון לחוקה האמריקאית, עיתונות חופשית המשרתת את האינטרס הציבורי, דרך הכשרה, מחקר וחינוך. הוא פועל כיום יחד עם התאחדות העיתונאים בארה"ב במטרה לקדם מעבר מוצלח של העיתונות האמריקנית לעידן הדיגיטלי.

<sup>12</sup> American Press Institute: <http://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/>. Last retrieved: 28.01.2015.

<sup>13</sup> Kovach, Bill & Rosentiel. Tom. (2014). *The Elements of Journalism*, Revised and Updated 3rd Edition: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. Penguin Random House, New York.

<sup>14</sup> הספר, שראה אור לראשונה ב 2001, נכתב בהקשר של העיתונות האמריקאית, אך תורגם ללמעלה מעשרים שפות ומציג עקרונות שהם רלבנטיים לעבודה עיתונאית בכל חברה דמוקרטית.

מכל הצדדים – ועקרון זה הוא זה שמבדיל, לפי הכותבים, בין עבודה עיתונאית לסוגי תקשורת אחרים, למשל פרסום, בידור וגם – תעמולה. עקרון זה מדגיש את המחויבות של עיתונאים לאמת ולחוסר הטיה בהצגת העובדות, אך לא נוטל מהם את האפשרות לנקוט עמדה ולהשתמש במצפונם. להפך – עקרון נוסף הוא זה המעודד עיתונאים להשתמש במצפונם ולהשמיע את קולם, אם עולה הצורך, לנקוט עמדה ולהשתתף בוויכוח. דווקא החשיבות הרבה שבדיווח החדשותי היא זו שמחייבת את העיתונאים לבקר בקול את העבודה שלהם עצמם וגם את זו של אחרים, כך לפי רוזנטיל וקובאץ.

העיקרון החמישי מתייחס לחשיבות עמדתם העצמאית של העיתונאים. לפי עקרון זה, הריחוק של עיתונאים ממקורותיהם, מהאינטרסים האישיים שלהם או מלחצים של מוקדי כוח הוא הבסיס למהימנות של דיווחיהם. העיקרון השישי מדגיש את תפקידם של העיתונאים כמי שיכולים לווסת את פעולתם של מוקדי כוח בחברה שבתוכה הם פועלים. זהו למעשה תמצית המושג "כלב השמירה", לפיו העיתונאים מבקרים את מיעוט בעלי הכוח בשם הרבים שאינם מתזיקים בכוח דומה. עקרון אחר, שביעי במספר, מתייחס למחויבות של העיתונות (בעיקר של גופי עיתונות) לספק במה לשיח ציבורי שבו ניתן מקום למגוון דעות ולויכוח (ולא רק הצגה של שתי עמדות קוטביות), באופן המגשים את המושג "שוק הרעיונות". עקרון נוסף מתייחס להיותם של עיתונאים מספרי סיפורים. ככאלה, הם מחויבים להביא לידיעת הציבור את מה שחשוב עבורו לדעת, אבל בה עת – לדאוג שהמידע יוצג באופן מעניין ורלבנטי, כך שהקוראים ירצו לצרוך אותו. העיקרון התשיעי מתייחס למחויבות העיתונאים לצייר תמונת עולם מקיפה ופרופורציונאלית. למעשה, הכוונה היא למחייבות לשרטט בפני הקהל תמונת עולם רחבה המעניקה הקשר לסיפורים המובאים ומאפשרת לאזרחים "לנווט" בעולם שסביבם. עקרון זה מחזק את המחויבות של עיתונאים לאמת, בעוד שהטיות שחותרות תחתיו, למשל – הנטייה לסנסציה, ייצוג סטריאוטיפי או הדרה של "האחר", מביאים להצגת תמונת עולם מעוותת ולהתרחקות מהאמת. העיקרון האחרון רלבנטי לשינויים העצומים שהתחוללו בזירת התקשורת בעשור האחרון ומטיל אתריות גם על האזרחים. הסיבה לכך היא שאזרחים מעורבים יותר ויותר בפרקטיקות כמו-עיתונאיות, דרך כתיבת פוסטים, המלצה על דיווחי חדשות או דיווח על מידע חדש שיש בהם מימד של איסוף מידע, בדיקה שלו והפצתו. אין זה הופך אותם לעיתונאים של ממש, אבל מדגיש את מחויבותם ההולכת וגוברת לעקרונות המנחים את העבודה העיתונאית, בעיקר המחויבות לאמת.

הגדרות אלו של "תעמולה" מחד ו"עיתונות" מאידך, לצד העקרונות של רוזנטיל וקובאץ, מציגים את העבודה העיתונאית כטריטוריה שונה בתכלית מזו של העוסקים בתעמולה, אך האם באמת האבחנה בין השניים היא תדה ובהירה והאם מסוגלים צרכני התקשורת להכריע בה בקלות?

הפילוסוף וחוקר התקשורת ג'ון מריל, שהתמחה באתיקה של עיתונות, הציע שורה של מאפיינים לדיווח עיתונאי שמשולבת בו תעמולה, בהם: שימוש בסטראוטיפים, הצגת דעות כעובדות, הצגה מוטה של מקורות המידע, הטיה בברירת המידע שמתפרסם, כותרות מטעות, הטיה בבחירת תמונות, צנזורה, חזרה על מסרים, שליליות המופנית כלפי 'אויב', שימוש במקורות שנתפסים כבעלי סמכות לחיזוק המסר וכן ערבוב



בין פיקציה לעובדות<sup>15</sup>, אך הדגיש את חוסר האונים של צרכני המדיה, כאשר הם מבקשים לשפוט אם תוכן המוצג כדיווח עיתונאי נגוע גם בתעמולה :

The only way, really, to check on propaganda or the lack of it in a newspaper or some other medium is to be in a position to verify the information, the quotations, and the total context of the communication being considered. By and large, this is impossible. Audience members must accept most of what they get from the media on faith – or, of course, disregard it or suspect it. Certainly most of us are not well enough informed about all of the complex events reported to us, and analyzed for us, every day to know when we are being misled. In some cases – especially when a story relates to us or to some event we witness – we are able to detect bias in a story. But this does not happen every often<sup>16</sup>.

צרכני התקשורת, קובע מריל, אינם מסוגלים על פי רוב לשפוט את הכוונה העומדת מאחורי מה שמוצג כדיווח עיתונאי רק על פי התוצר הסופי, פשוט בגלל העדר מידע לגבי אמינות המידע וההקשר שבו הוא מוצג להם. צריכת מידע עיתונאי, כמעט בלית ברירה, מבוססת בראש ובראשונה על אמון הקהל והוא אכן הערך המונח בבסיס היחסים שבין עיתונאים לקהל שלהם.

הבעיה עליה מצביע מריל – חוסר היכולת של צרכני התקשורת לזהות תעמולה בתוכן המוצג כעיתונאי - היא למעשה כפולה. ראשית, לא קיימת תיאוריה אחת המארגנת את המושגים "תעמולה" ו"עיתונות" זה ביחס לזה ומצביעה באופן בהיר על ההבדלים המונחים בבסיסם. שנית, אכן יש מחסור בכלים מעשיים המאפשרים לצרכני תקשורת לזהות תעמולה ולהבחין בה כאשר היא מוצגת כדיווח עיתונאי. הכלים שמריל עצמו מציע הם טיפוסיים להטיות וכשלים אתיים השכיחים מאוד בעבודה עיתונאית ולא ברור מהם מתי נחצה הקו והדברים הופכים לתעמולה לכל דבר. לאור זאת, אני מוצאת את השאלה שהתבקשתי לבחון כאן כבעלת חשיבות ציבורית ראשונה במעלה, מאחר וצרכני התקשורת נחשפים על בסיס יומיומי לתוכן עיתונאי מבלי שיש להם כלים זמינים לשפוט אותו כראוי.

על רקע זה, יש צורך, מצד אחד, להרחיק למושגים תיאורטיים משדה הפילוסופיה והאתיקה, ולנסות ליישם ביחס למושגים הנדונים ומן הצד השני – לגזור מהם כלים מעשיים לניתוח השאלה הנדונה כאן. בהקשר הזה, המושגים שטבע הפילוסוף והסוציולוג הגרמני יורגן האברמס, מחשובי ההוגים בני זמננו,

<sup>15</sup>Merrill, C. John. (1997). Journalism ethics: Philosophical foundations for news media. St. Martin's Press, New York. Pp. 29-35.

<sup>16</sup> Ibid. P. 24.

במסגרת תיאוריית האתיקה של השיח שפרסם כחלק מיצירתו רחבת היריעה <sup>17</sup> Theory of Communicative Action ב 1984, מציעים המשגה רלבנטית ביותר להבחנה בין דבר תעמולה לדיווח עיתונאי<sup>18</sup>.

אקדים ואומר כי משנתו של האברמס בעניין זה רלבנטית במיוחד, מאחר והוא ההוגה שטבע את המונח "המרחב הציבורי" (Public Sphere) שהפך אבן יסוד במחקר התקשורת ומדעי החברה בכלל להבנת תפקידה של התקשורת, בעיקר העיתונות, במשטר דמוקרטי. המונח "המרחב הציבורי", שהוצג לראשונה ב <sup>19</sup> 1962, הוא מושג מופשט המתייחס למרחב (שאינו פיזי) שבו מתקיים דיון ציבורי פתוח וחופשי, על בסיס הצגת טיעונים רציונאליים, משוחררים מאינטרסים זרים, פוליטיים או כלכליים. זהו אותו מרחב בו, לפי האברמס <sup>20</sup> "Private people come together as a public" והעיתונות נחשבת כמזוהה באופן כמעט מוחלט עם מימושו של מרחב כזה.

המושג התבסס על הניתוח שהציג האברמס להתפתחותה של העיתונות בסוף המאה ה 17 ולאורך המאה ה 18 באירופה (בעיקר אנגליה, צרפת וגרמניה) ועל התרבות שהתפתחה באותה תקופה בקרב גברים בני המעמד הבינוני שנהגו להתכנס בבתי קפה ומועדונים ולקיים דיון חופשי בענייני השעה על בסיס כתבי עת, שבועונים ועיתונים יומיים שהחלו לראות אור באותה תקופה. אותם פרסומים שהניעו את הדיון הציבורי באותה עת צצו על רקע הופעת הקפיטליזם המוקדם (כבר החלה מהמאה ה 13) ועלייתה של מדינת הלאום. הם החלו כחילופי מידע שנועדו לספק מידע שימושי לסוחרים על המתרחש בשווקים מרוחקים. לדעת האברמס, הם הפכו ל"עיתונות" מסוף המאה ה 17- ברגע שהפכו לציבוריים, קרי כאשר החדשות הפכו למוצר בפני עצמו שצרכנים שילמו עבורו, והידע שנשאו הפך להיות נגיש לקהל רחב יותר. בהמשך לניתוח זה, טען האברמס כי המסחור של העיתונות, קרי – הופעתו של הפרסום ותחילת מכירתם של שטחי מדיה למפרסמים תמורת כסף בשנות ה 30 של המאה ה 19 - הוא זה שהביא לשקיעת המרחב הציבורי, ה-"רה-פאודליזציה" שלו. במצב זה שטחי המודעות הפכו למוצר הנמכר למפרסמים (מודל של מימון על ידי פרסום), ולא החדשות שנמכרו כמוצר ישירות לציבור (מודל של מימון על ידי הצרכנים, כלומר – דמי מנוי), מה שהביא לחדירתם של אינטרסים פרטיים, זרים, בעריכת החדשות והבאת מידע לציבור ולשקיעה של האידיאל לקיומו של השיח הציבורי כפי שהתקיים עד אז.

<sup>17</sup> Habermas, J. r. (1986). The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society, Volume 1. Polity Cambridge.

Habermas, J. r. (1989). The Theory of Communicative Action: Lifeworld and Systems, a Critique of Functionalist Reason, Volume 2. Polity, Cambridge.

<sup>18</sup> יצירה זו של האברמס פורסמה בשני כרכים ונחשבת ליצירת מופת במדעי החברה. זהו המשך לעיסוק של האברמס בשאלות הנוגעות לתנאים בהם ניתן לקיים שיח רציונאלי. האגודה הסוציולוגית הבינלאומית בחרה בשנת 1998 יצירה זו לאחת מעשר החשובות ביותר במדעי החברה, ראה כאן: <http://www.isa-sociology.org/books/books10.htm> . נדלה ב 1.2.2015.

<sup>19</sup> Habermas, J. r. (1989). The structural transformation of the public sphere : an inquiry into a category of bourgeois society. Polity, Cambridge.

<sup>20</sup> Ibid. P. 27.

כך כתב האברמס :

Ever since the marketing of the editorial section became interdependent with that of the advertising section, the press (until then an institution of private people insofar as they constituted a public) became an institution of certain participants in the public sphere in their capacity as private individuals; that is: it became the gate through which privileged private interests invaded the public sphere<sup>21</sup>.

המושג "המרחב הציבורי", דרכו ביקר האברמס את השפעת הקפיטליזם על היכולת לקיים שיח דמוקרטי, עורר שיח אינטנסיבי בקרב חוקרים במדעי החברה מאז פרסומו - הוא זכה ללא מעט ביקורת כמו גם לדיון שהמשיך את קו המחשבה של האברמס ופיתח אותו. בכך הפך למושג יסוד בכל דיון הנוגע לתפקידה של התקשורת בחברה דמוקרטית. במובנים רבים הוא מקביל למונח האנגלו-אמריקני: "שוק הרעיונות" המדגיש את החשיבות של מידע מהימן וריבוי דעות כאמצעי למימוש העקרונות המונחות בבסיס משטר דמוקרטי, לפיהם האזרח הוא מי שמקבל החלטות הנוגעות לשלטון על בסיס אותו שוק רעיונות. עם זאת, מה שעומד במרכז המושג ההאברמסיאני הוא הדגש הקנטיאני על חשיבותו של שיח ביקורתי ורציונאלי. חילופי טיעונים המבוססים על שכלתנות, לפי האברמס, הם הבסיס המאפשר לציבור מסוים להגיע ל"אמת" משותפת ולהסכמה. בפשטות, ניתן לומר כי דיון ציבורי נטול אינטרסים זרים מצד הפרטים הלוקחים בו חלק (אינטרסים פוליטיים או כלכליים) הוא זה שמוביל לפתרון הטוב ביותר מבחינה ציבורית. זהו גם הבסיס להבין את האבחנות שעשה האברמס בהמשך בין סוגים שונים של שיח שיסייעו להבהיר מהו ההבדל העקרוני בין דבר תעמולה לדיווח עיתונאי.

ואכן, חיבורו המאוחר יותר, *The theory of communicative action*, העוסק באתיקה של שיח, נשען על תפיסת המרחב הציבורי ועל הדגש שניתן לקיומו של שיח רציונאלי לצורך הגעה להסכמה ולפתרון הטוב ביותר מבחינה ציבורית. אין זה המקום להציג את מרחב היריעה שהציג האברמס בתיאוריה חברתית זו ואין בכך גם צורך בהקשר המדובר. אציג לפיכך רק את המושגים המסייעים להבין את האבחנות המרכזיות שלו, הרלבנטיות להבנת ההבדל בין תעמולה לעיתונות. בחיבורו זה, בכרך הראשון שלו<sup>22</sup>, הציג האברמס, טיפולוגיה לפעולה מבוססת שפה במצבים חברתיים והבחין בין שני סוגי פעולה: פעולה תקשורתית (Communicative Action) ופעולה אסטרטגית (Strategic Action).

בפעולה תקשורתית, ה"שחקנים" (קרי: הפועלים בסיטואציה) מבקשים להגיע להבנה, שהיא, לפי האברמס "the inherent telos of human speech"<sup>23</sup>, ועושים לצורך כך שימוש בשפה. בכך הם מבקשים לתאם את

<sup>21</sup> Ibid. 185.

<sup>22</sup> Habermas, J. r. (1986). *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society, Volume 1. Polity Cambridge.*

<sup>23</sup> Ibid. P. 287.

פעולותיהם בסיטואציה בדרך של הסכמה. הבסיס להסכמה כזאת הוא רציונאלי. אי אפשר, טוען האברמס, להשיג תיאום כזה בדרך של כפייה מכל סוג. באופן פשוט ניתן לתאר פעולה תקשורתית כסוג של דיאלוג שבו שני הצדדים טוענים את הטענות הטובים ביותר שהם יכולים להציג ובתהליך זה של התדיינות הם מסוגלים לזוז מעמדותיהם הראשוניות, עד להגעה להסכמה על פעולה מתואמת.

בפעולה אסטרטגית, לעומת זאת, אחד ה"שחקנים" לפחות, הוא מכוון הצלחה, קרי מכוון להשגת מטרה מוקדמת. במפגש שלו עם שחקן אחר, לפיכך, הוא אינו מכוון להגיע להסכמה עמו, כי אם להשפיע עליו בדרכים שונות, לצורך מימוש מטרותו המוקדמת. כלומר, בעוד שבפעולה תקשורתית השיח בין ה"שחקנים" נועד להחליף טענות במטרה להגיע להסכמה, הרי מי שנוקט בפעולה אסטרטגית, עושה שימוש אינסטרומנטלי בשיח ובחילופי דברים, כדי להשפיע על האחר ולממש את מטרותיו האישיות, יהיו אשר יהיו. בעוד שבפעולה תקשורתית שני הצדדים לשיח יכולים לזוז מעמדותיהם הראשוניות אחרי שמיעת טענות האחר, בפעולה אסטרטגית, מי שמנסה להגשים את מטרותו, לא יזוז בשום מקרה מעמדתו הראשונית, אלא רק יוסיף עוד ועוד טענות כדי לשכנע את האחר.

בנוסף, בפעולה תקשורתית הכוונה של הדובר היא שקופה. באופן הכי פשוט, הכוונה שלו באה לידי ביטוי בטענות שהוא טוען. לעומת זאת, מסביר האברמס, בפעולה אסטרטגית, כוונותיו של הדובר אינן שקופות ואי אפשר להבין אותן ממה שהוא אומר, אלא רק מידיעה של הכוונה שעומדת מאחוריהם והמטרה שהדובר מעוניין להשיג.

אבחנה זו שימושית ביותר לשרטוט הקו העובר בין פעולתה של עיתונות לבין תעמולה. בעוד שפעולתה של העיתונות נועדה, בראש ובראשונה, לייצר שיח ציבורי סביב נושא מסוים ולהביא להחלפת דעות במטרה להגיע לפתרון הטוב ביותר מבחינה ציבורית, הרי שבתעמולה (ולצורך העניין, גם בפרסום מסחרי) נעשה שימוש אסטרטגי בשיח לצורך השפעה על הקהל, כדי להביא למימוש מטרותיו של הדובר. במקרה הראשון מתקיים **ויכוח אמיתי**, במקרה השני – רק **פסאדה של ויכוח** שמאחוריה עומדת מטרה בלתי גלויה של הדובר ואין סיכוי אמיתי להביא לשינוי בעמדתו. השיח במקרה הראשון מבוסס על כנות ושקיפות – הכוונות של הדוברים באות לידי ביטוי בטענות שהם משמיעים. במקרה השני, הכוונה של הדובר אינה גלויה בדבריו ומחייבת ידע נוסף לגבי מה שמניע אותו.

דברים אלו אכן משתקפים היטב גם בהגדרות שהוצגו קודם – בעוד שעיתונות עוסקת בהפיכתו של מידע חדש לציבורי ביחס לציבור בו היא פועלת, קרי – פעולתה מכוונת למען ידוע הקהל שלה, הרי המשותף להגדרות השונות של תעמולה (וגם פרסום מסחרי) הוא הניסיון של הדובר לעשות שימוש בקהל, להשפיע על ציבור השומעים לצורך מימוש מטרותיו שלו, יהיו אשר יהיו.

מכאן עולה גם הקושי בזיהוי ברור של דבר תעמולה – קשה לזהות דבר תעמולה מבלי להחזיק בידע נוסף על הכוונות של הדובר. בהקשר זה ראוי לציין כי בחוקים שונים ניתנו הגדרות לזיהוי של תעמולה פוליטית (למשל חוקי תעמולת הבחירות) או לזיהוי של פרסומת אשר מבחינים אותם מדיווחים עיתונאיים גרידא.

הדברים הופכים למאתגרים יותר במקרה שבו דבר תעמולה היא סמויה, למשל כזו המוצגת כדיווח עיתונאי. זהו למעשה המקרה שהתבקשתי להתייחס אליו בחוות דעת זו – האם הדיווח העיתונאי המוצג מדי יום ב"ישראל היום" ביחס לראש הממשלה בנימין נתניהו הוא אכן בגדר דיווח עיתונאי או הלכה למעשה תעמולה פוליטית סמויה עבור מועמד זה?

לפי הניתוח שמציג האברמס, מקרה כזה שבו פעולה אסטרטגית מוצגת על ידי הדובר כפעולה תקשורתית הוא בגדר **רמייה מודעת** (Conscious Deception). במקרה זה הדובר נותן לאחרים תחושה כאילו הוא לוקח חלק בשיח, אך אינו חושף כי הוא למעשה פועל למימוש מטרה אישית כלשהיא:

...at least one of the parties behaves with an orientation to success, but leaves others to believe that all the presuppositions of communicative action are satisfied<sup>24</sup>.

במונחי תיאוריית האתיקה של השיח של האברמס, פעולה כזו זוכה לכינוי פשוט: **מניפולציה**.

הניתוח שמציג האברמס הוא חיוני לשאלה הנידונה כאן, מסיבה אחת פשוטה: משמעו כי כדי להכריע בשאלה האם דיווח עיתונאי כלשהוא הוא דבר תעמולה, אין די בבחינת התוצר הסופי וניתוח הטיות שונות בו (למשל, לפי הסממנים שהציע מריל וצוינו קודם), אלא הכרחי לבדוק את הכוונות העומדות מאחורי פרסום זה בדרכים שאינן נשענות רק על תוכן הפרסום עצמו. למעשה, כדי לקבוע אם כלי תקשורת כלשהוא משמש הלכה למעשה כשופר תעמולה לאישיות מסוימת יש לבצע ניתוח מרובה שכבות המתייחס לנעשה מאחורי הקלעים כמו גם לתוצר הסופי שמוצג לקוראים.

לפיכך, מהניתוח שהצגתי כאן עולה כי תעמולה ועיתונות הינם סוגי תקשורת בעלי מאפיינים שונים, אך קשה להבחין ביניהם רק על סמך התבוננות בתוצר הסופי, קרי - המסר עצמו - מאחר וליבת ההבדל ביניהם מונחת בכוונות המנחות את פעולתו של יוצר המסר כלפי הקהל. בעוד שדיווח עיתונאי מכוון ליצירת שיח חופשי המבוסס על הצגת טיעונים והחלפת דעות ובכך מתיימר להציע שירות עבור קהל הקוראים; הרי שתעמולה מכוונת להשפעה על קהל לצורך מימוש המטרות של הדובר. כל בדיקה שנועדה להבחין בין עיתונות לתעמולה, עולה מכך, מחייבת לבדוק את הכוונות של הדובר במקביל לבדיקת הטיות במסר עצמו.

<sup>24</sup> Ibid. P. 332.

## סיקור ראש הממשלה בנימין נתניהו ב"ישראל היום": עיתונות או תעמולה?

בהתבסס על הבנה זו, הבדיקה שנערכה ביחס ל"ישראל היום" התקיימה בשלושה נתיבים במקביל: הראשון נועד לחשוף את הכוונה העומדת מאחורי הקמת העיתון. השני מתייחס לדיווח עצמו, המוצג מדי יום מאז 2007 לאזרחים המקבלים פרסום זה חינם אין כסף בנקודות חלוקה רבות ברחבי הארץ<sup>25</sup> ובדק הטיות אפשריות בו ביחס לנתניהו. בנתיב השלישי, בדקתי כיצד נתפס "ישראל היום" בשיח הציבורי המתקיים בכלי התקשורת השונים (שאינם "ישראל היום"). מימד זה איננו בגדר "הוכחה" בפני עצמה, אלא רק נדבך נוסף בבדיקה שהתבקשתי לבצע, שיכול לתרום להסקת המסקנה הסופית.

א. **בנתיב הראשון** נבדקו שני היבטים שיש בהם להעיד על הכוונות העומדות מאחורי הקמת "ישראל היום":

1. **תהליך הקמת העיתון ומינוי ממלאי התפקידים בו.** אם למשל נמצא כי יש זיקה ברורה בין ממלאי התפקידים בעיתון לבין סביבתו של ראש הממשלה נתניהו - יש בה כדי לספק עדות חשובה בנוגע לכוונות העומדות מאחורי העיתון.
2. **המודל הכלכלי עליו נשען העיתון.** הימצאו או העדרו של מודל כלכלי מכוון רווח ל"ישראל היום" יכול אף הוא לספק עדות חשובה על המטרות שבעלי העיתון וקברניטיו מעוניינים להשיג.

ב. **הנתיב השני** עוסק בניתוח תימטי של הסיקור שלו זוכה רוה"מ נתניהו ב"ישראל היום" תוך תשומת לב מיוחדת להטיות אפשריות הקיימות בו, בהתבסס על העקרונות של רוזנטיל וקובאץ<sup>26</sup> והאבחנות של מריל<sup>27</sup>, שיש בהן להעיד על כך שהיחס לנתניהו הוא אסטרטגי, קרי - כזה שעומדת מאחוריו עמדה התומכת בנתניהו באופן שאיננו ניתן לויכוח ולשינוי, בהתאם להגדרות של האברמס שהוצגו קודם.

ג. **הנתיב השלישי** עסק בשאלה האם בשיח הציבורי המתקיים דרך התקשורת הזיהוי של "ישראל היום" ככלי תעמולה עבור נתניהו הינו שכיח ומקובל.

**כיצד התבצעה הבדיקה?** הניתוח המוצג כאן נשען על מידע גלוי שפורסם בנוגע ל"ישראל היום", בעיקר בכלי התקשורת השונים בעברית, מאז שנת 2007, אז החל העיתון לראות אור. חשוב לציין כי במהלך אותן שנים שטף הפרסומים אודות הנעשה ב"ישראל היום" והזיקה שלו לנתניהו גבר בהדרגה, בעיקר מאז 2011.

<sup>25</sup> יש לציין כי ל"ישראל היום" יש גם מנגנון הפצה למנויים.

<sup>26</sup> Kovach, Bill & Rosentiel. Tom. (2014). The Elements of Journalism, Revised and Updated 3rd Edition: What Newspeople Should

Know and the Public Should Expect. Penguin Random House, New York.

<sup>27</sup> Merrill, C. John. (1997). Journalism ethics: Philosophical foundations for news media. St. Martin's Press, New York.

אפשר לייחס מגמה זו לשתי נקודות ציון משמעותיות: הראשונה היא שובו של נתניהו לכסא ראש הממשלה ב-2009, והשנייה היא הפיכתו של "ישראל היום" בשנת 2011 לעיתון המוביל בשיעורי החשיפה בימות השבוע. שני הדברים הפכו את שאלת הזיקה בין העיתון לנתניהו לבוערת מבחינה ציבורית, והביאו לעיסוק תכוף בכך בעיתונות. כמובן, העיסוק ב"ישראל היום" בכלי התקשורת האחרים אינו חף מאינטרסים. להפך, הוא מתקיים בזירה עמוסת אינטרסים נסתרים וקרבות פוליטיים ומסחריים, בעיקר בציר שבין "ישראל היום" ל"ידיעות אחרונות" (אך לא רק). מתח זה הגיע לשיא סביב ניסיונות החקיקה שנועדו להגביל את תפוצתו של "ישראל היום". כדי לנטרל השפעות כאלו הסתמכה הבדיקה שערכתי על פרסומים במגוון כלי תקשורת לאורך תקופה ארוכה: "הארץ", "דה מרקר", "העין השביעית", "גלובס", "NRG", "ואללה", "מאקו" ואחרים, אף אחד מהם איננו חלק מקבוצת "ידיעות אחרונות". החלטה זו לא הייתה קשה במיוחד: "ידיעות אחרונות" נמנע כמעט לחלוטין מאזכור "ישראל היום", משל היה תופעה בלתי קיימת. לפרסומי "העין השביעית" יש מקום חשוב במיוחד בסיקור תופעת "ישראל היום" מאחר והאתר אמון על ביקורת התקשורת, ממומן דרך תקציב שנתי (על ידי המכון הישראלי לדמוקרטיה), ואינו מתחרה על פרסום עם כלי תקשורת אחרים. למען הגילוי הנאות, יש לציין כי כותבת שורות אלו כתבה בעבר ב"הארץ" כעיתונאית במשרה מלאה ומפרסמת כיום טורים ככותבת חופשית ב"עין השביעית" וכן במגזין החודשי "דה-מרקר", אולם אלו אינם מספקים כעת את עיקר פרנסתי.

#### א. הכוונות מאחורי הקמת "ישראל היום"

חלק זה יעסוק בשני היבטי יסוד שיש בהם כדי להאיר את הכוונות שעמדו מאחורי הקמת העיתון על ידי איל ההון אדלסון. הראשון יתייחס לשלב הקמת העיתון ומינוי בעלי התפקידים בו והשני למודל הכלכלי עליו נשען העיתון, או נכון יותר, מה שמסתמן כהעדרו של מודל כלכלי מכוון רווח.

#### 1. הקמת "ישראל היום" ותהליך מינוי בעלי התפקידים

מהלך הקמת "ישראל היום" והזיקה לנתניהו. תחקיר שערך העיתונאי רביב דרוקר בתוכנית "המקור" בערוץ 10, חשף כי בסביבתו של נתניהו חלה תכונה מיוחדת לאורך תקופת הקמת "ישראל היום"<sup>28</sup>. תהליך ההקמה של "ישראל היום" התבצע תוך שיח צמוד בין הבעלים, שלדון ומרים אדלסון, לבנימין נתניהו, שבאותה העת היה חבר-כנסת מטעם סיעת הליכוד וראש האופוזיציה. נתניהו ואנשי אמונו הקרובים, ובהם רעייתו שרה נתניהו, נועדו עם צוות ההקמה של העיתון לפני ואחרי הקמתו ולקחו חלק בעיצוב שדרת הניהול הבכירה במיזם התקשורת של אדלסון, המתואר תדירות כפרונו הפוליטי של נתניהו וכאחד מגדולי תורמיו<sup>29</sup>. על-פי דרוקר, התחקיר התבסס על שיחות עם עשרות עובדים בעיתון, עם גורמים שעמדו בקשר עם העיתון, ושורה של מסמכים שהגיעו לידי מערכת "המקור" והוצגו בשידור. דיווחים עיתונאיים נוספים<sup>30</sup> חיזקו את הממצאים. מדובר במעורבות חריגה וייחודית, שאין דומה לה בשוק התקשורת הישראלי כיום.

<sup>28</sup> דרוקר, רביב. (4.2.2013). תחקיר "ישראל היום". "המקור". חדשות ערוץ 10. [drucker10.net/?p=1350](http://drucker10.net/?p=1350) (להלן דרוקר, תחקיר "ישראל היום")  
<sup>29</sup> הופשטיין, אבנר. (7.1.11). דיוקן שלדון אדלסון. מגזין "השבוע". חדשות ערוץ 10. <https://www.youtube.com/watch?v=4hGwvF9hhPg> (חלק א')  
<sup>30</sup> המפורטים לאורך חוות דעת זו.

**מינוי בעלי תפקידים במערכת "ישראל היום" וזיקתם לנתניהו.** חלק מבעלי התפקידים הבכירים ביותר ב"ישראל היום" הועסקו או עבדו בשיתוף עם הסביבה הפוליטית המיידית של נתניהו, בהם העורך הראשי של העיתון עמוס רגב, סמנכ"ל העיתון לשעבר נתן אשל, הפרשן לענייני בטחון, האלוף במיל. יעקב עמידרור והפובליציסט דרור אידר. אחרים מונו לתפקידיהם תוך התערבותה של סביבת נתניהו. זהו ההיבט המשמעותי ביותר בבחינת הקשר המבני שבין נתניהו ל"ישראל היום" מאחר ומינוי מקורבים ותומכים מבטיח זיקה אסטרטגית קבועה ויציבה.

העורך הראשי של העיתון, **עמוס רגב**, היה לפני הקמת "ישראל היום" חבר ב"צוות היעוץ האינטימי" של נתניהו ("הצוללת"), במקביל לעבודתו כעיתונאי בכלי תקשורת אחרים. רגב גם הוזמן לאירועים פרטיים של משפחת נתניהו, וכך גם העורך הבכיר ב"ישראל היום" **גונן גינת**, גם הוא מדור המייסדים של העיתון (נתניהו עצמו, כך עולה מיומן פגישותיו, השתתף בחתונת בתו של גינת)<sup>31</sup>.

לפני הקמת "ישראל היום" לקח חלק אדלסון במיזם עיתונאי קצר ימים – חנימון בשם "ישראלי" שראה אור בשנים 2006–2007 במסגרת שותפות עם המו"ל שלמה בן-צבי. עורכו המיועד של חנימון זה היה העיתונאי אבי רצון, שבתקופת ההקמה של "ישראלי" שוחח עם נתניהו ושמע ממנו את המילים הבאות: **"עומד לקום פה עיתון חדש ואני רוצה שתשמש כעורכו הראשי"**. לפני ההודעה על המינוי נפגש רצון עם שרה נתניהו ו"שמע ממנה מה לדעתה צריכה להיות דמותו של העיתון החדש"<sup>32</sup>.

ב-2011, לאחר פירוק השותפות וסגירת "ישראלי", תבע בן-צבי את אדלסון, ובמידע שנמסר מטעמו לבית-המשפט הועלו טענות<sup>33</sup> באשר למניע של המו"ל האמריקאי להיכנס לשוק התקשורת הישראלי. אריאל גרינברג, מנהל בכיר בחברה של בן-צבי, הגיש לבית-המשפט תצהיר ובו טען גם הוא כי מינויו של העורך הראשי המיועד של "ישראלי", אבי רצון, נעשה **"לבקשת ביבי ומר אדלסון (בשיחת טלפון משותפת עם נתן אשל)"**. בן-צבי טען בתצהיר כי מאוחר יותר הוחלף רצון בעמוס רגב בעקבות דרישה תקיפה מצד אדלסון.

לאחר שעלו יחסיהם של אדלסון ובן-צבי על שרטון, המשיך עמוס רגב לצוות ההקמה של "ישראל היום". בחודשים שקדמו ליציאת הגיליון הראשון של "ישראל היום", לפי תחקיר ערוץ 10, נפגש רגב פעמים רבות עם נתניהו, לעתים קרובות יחד עם **נתן אשל** – סמנכ"ל "ישראל היום" בעת הקמתו ואחד האנשים הקרובים ביותר לבני-הזוג נתניהו. פגישותיהם של אשל ורגב עם נתניהו נמשכו גם בחודשים שלאחר צאת הגיליון הראשון של העיתון<sup>34</sup>. רגב, ראוי לציון, מכהן כעורך הראשי של "ישראל היום" מיום הקמתו, ובתפקיד זה ביסס עצמו כעורך ריכוזי במיוחד (מאפיין שעליו יורחב בהמשך).

במקביל לפגישותיהם התכופות של רגב ואשל עם נתניהו, בחודשי ההקמה של "ישראל היום" נפגש נתניהו לעתים תכופות גם עם אדלסון – שש פעמיים בתוך חודשיים (השניים המשיכו להיפגש גם בחודשים שלאחר

<sup>31</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>32</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>33</sup> פרסיקו, אורן. (26.8.11). האקדה המעשן. העין השביעית. [the7eye.org.il/12925](http://the7eye.org.il/12925)

<sup>34</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".



צאת הגיליון הראשון)<sup>35</sup>. לאחר הקמת העיתון צוטט ב"העין השביעית" עיתונאי ישראלי שטען כי נתניהו נהג בעבר להבטיח לעיתונאים שעמם נפגש כי יום אחד "אדלסון יקים לו עיתון"<sup>36</sup>.

לאחר צאת הגיליון הראשון של "ישראל היום" השתתף אשל בפגישות שערך נתניהו בנושאים פוליטיים ותדמיתיים<sup>37</sup>. בחודש אפריל 2009, כשנתיים לאחר הקמת העיתון, מינה נתניהו את אשל לתפקיד ראש לשכתו, עם מינויו לראשות הממשלה<sup>38</sup>. גם לאחר המינוי נהג אשל להגיע באופן קבוע למערכת "ישראל היום", ואז "נכנס למשרדו של עמוס רגב, יושב, משוחח איתו ארוכות ויוצא", כפי שהעיד עובד לשעבר<sup>39</sup>. האלוף (מיל) **יעקב עמידרור**, פרשן לענייני ביטחון ב"ישראל היום", נמנה גם הוא עם קבוצת המייסדים של העיתון. ב-2011 מינה נתניהו את עמידרור לתפקיד ראש המטה לביטחון לאומי במשרד ראש הממשלה<sup>40</sup>. לאחר שפרש מהתפקיד בסוף 2013 שב עמידרור לפרסם טורים ב"ישראל היום".

עורך חדשות החוץ של "ישראל היום", **בועז ביסמוט**, קיבל מנתניהו ב-2010<sup>41</sup> הצעה להתמנות לתפקיד דיפלומטי אפוף חשאיות שהוגדר בדיווחים עיתונאיים כ"פרויקטור להרחקת מסתננים". עובד במשרד ראש הממשלה כתב במסמך פנימי כך: "בין ראש הממשלה למר ביסמוט מתקיימים יחסי אמון מלאים"<sup>42</sup>.

**דרור אידר**, פרשן ובעל טור ב"ישראל היום", הועסק בין ראשית חודש דצמבר 2011 עד סוף חודש נובמבר 2012 בכתיבת נאומים עבור משרד ראש הממשלה בעת שבראשו עמד נתניהו<sup>43</sup> (בתגובה לגילוי על קבלת הכספים טען אידר כי הנאומים נכתבו עבור לשכת השר משה יעלון, שפעלה אז במסגרת משרד ראש הממשלה). פרשן מרכזי נוסף ב"ישראל היום", **חיים שיין**, הוא חבר ליכוד ותיק, ואף התמודד בעבר בהצלחה על תפקידים רשמיים במפלגה<sup>44</sup>.

**זיקה בין "ישראל היום" לסביבת נתניהו על רקע ניסיונות החקיקה נגד העיתון**. לממצאים שנחשפו בתחקיר "המקור" התקבלו בשנים האחרונות חיזוקים שונים, דרך דיווחים עיתונאיים, קטעי פרשנות וגם הצהרות של שחקנים במגרש הפוליטי שדווחו בכלי התקשורת, בעיקר על רקע מאבק החקיקה המתקיים בניסיון להגביל את תפוצתו של העיתון.

בנובמבר 2014 הועלתה להצבעה טרומית בכנסת "הצעת חוק לקידום ולהגנת העיתונות הכתובה בישראל" שהגישו ח"כ איתן כבל וחברי כנסת נוספים. ההצעה, שנתפרה למידותיו של "ישראל היום" ולמעשה ביקשה

<sup>35</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>36</sup> טאוסיג, שוקי. (1.9.07). 5 שאלות על "ישראל היום". העין השביעית. [the7eye.org.il/26019](http://the7eye.org.il/26019)

<sup>37</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>38</sup> בנגל, מיה. (2.4.09). הכוורת הקרובה של נתניהו: חסר רק מנכ"ל. מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART1/874/569.html](http://nrg.co.il/online/1/ART1/874/569.html)

<sup>39</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>40</sup> שומפלבי, אטילה, ומגנז, אביאל. (9.3.11). עמידרור ראש המטה לביטחון לאומי: אשרת כראוי. [ynet.co.il/articles/0.7340.L-4039809.00.html](http://ynet.co.il/articles/0.7340.L-4039809.00.html)

<sup>41</sup> ביסמוט, בועז. (18.12.13). הציעו, שקלתי, דחיתי בנימוס. וואלה. [news.walla.co.il/item/2704299](http://news.walla.co.il/item/2704299)

<sup>42</sup> ויסמן, לילך. (15.12.13). נתניהו התכוון למנות את פרשן "ישראל היום" בועז ביסמוט ל"פרויקטור להרחקת מסתננים" – ולהעניק לו 200 אלף שקל בונוס

אם יסלק 2,500 גלובס. [globes.co.il/news/article.aspx?did=1000901733](http://globes.co.il/news/article.aspx?did=1000901733)

<sup>43</sup> מנשה, צ'יקו. (8.2.12). הפובליציסט ונתניהו: כותב המאמרים של "ישראל היום" קיבל תשלומים ממשרד ראש הממשלה. חדשות ערוץ 10.

[news.nana10.co.il/Article/?ArticleID=863902](http://news.nana10.co.il/Article/?ArticleID=863902)

<sup>44</sup> מטה ההתיישבות בליכוד. (30.6.13). הליכוד שלי. [mylikud.org.il/330](http://mylikud.org.il/330)

לחייב את בעלי העיתון להגביל את חלוקתו החינמית, זכתה לכינוי "חוק ישראל היום". עם תום ההצבעה, שבה זכתה ההצעה לרוב<sup>45</sup>, צולם נתניהו מסנן את המילה "בושה"<sup>46</sup>.

נתניהו הצביע נגד הצעת החוק, אך רבים מהתומכים בה היו חברי כנסת ממפלגות שהיו אז חברות בקואליציה בראשותו. בשבועות שלאחר ההצבעה הואץ תהליך התפרקותה של הממשלה, ופרשנים פוליטיים אחדים העריכו כי "בגידת" חברי הקואליציה והצבעתם בעד ההצעה היא שדחפה בסופו של דבר את נתניהו להוליך את המדינה לבחירות<sup>47 48 49 50</sup>.

"חוק ישראל היום" של כבל אינו יוזמת החקיקה הראשונה שנועדה להגביל את צעדיו של עיתון זה. בעבר, סביב קידומה של אחת ההצעות הקודמות, דונו כי **סביבתו הקרובה של נתניהו פעלה כדי להשפיע על חברי כנסת להתנגד להצעה**<sup>51</sup>.

ב-2010 **התייחס** ח"כ משה גפני (יהדות התורה) לקשרים בין נתניהו ל"ישראל היום" בהתבטאות שצוטטה בתקשורת. **"נתן אשל מלשכת ראש הממשלה התקשר אלי וביקש שנתמוך ב"ישראל היום". [...]** הוא אמר **שזה מה שנתניהו מבקש. הסכמנו**, צוטט ח"כ גפני<sup>52</sup>. בעקבות פרסום התבטאות זו פנה חבר-הכנסת דאז **יואל חסון** (קדימה) ליועץ המשפטי לממשלה, יהודה וינשטיין, וביקש ממנו להורות על תקירת "חשד חמור לכאורה לשורת עבירות חמורות מצד ראש הממשלה, כמו גם מצד מנהל לשכתו מר נתן אשלי"<sup>53</sup> (בקשתו לא נענתה).

בימים שקדמו להצבעה על הצעת החוק של ח"כ כבל ניהל "ישראל היום" קמפיין רחב מימדים מעל דפי העיתון כמו גם מעל שלטי חוצות ושטחי פרסום אחרים<sup>54</sup>, באופן שגרם לקול המערכתי של העיתון ולקמפיין הפרסומי להשמיע קול אחיד. סיקור הצעת החוק של כבל ב"ישראל היום" התבצע תוך **מסירת מידע מסולף, שאינו אמת, ותוך הסתרת מהלכי העיתון מאחורי הקלעים לבלימת ההצעה**<sup>55 56 57</sup>.

<sup>45</sup> פרסיקו, אורן. (12.11.14). הצעת החוק להפסקת הפצתו חינם של "ישראל היום" אושרה בקריאה טרומית בכנסת. העין השביעית. [the7eye.org.il/133298](http://the7eye.org.il/133298)

<sup>46</sup> ערוץ הכנסת. (12.11.14). חוק "ישראל היום" עבר. נתניהו: בושה. Youtube. [youtube.com/watch?v=ALWxhWm13BU](https://www.youtube.com/watch?v=ALWxhWm13BU)

<sup>47</sup> ורטור, יוסי. (5.12.14). לא דיל עם החרדים, חוק "ישראל היום" הוא שהביא לבחירות. הארץ. [haaretz.co.il/news/politi/premium-1.2504567](http://haaretz.co.il/news/politi/premium-1.2504567)

<sup>48</sup> כספית, בן. (17.11.14). בנימין נתניהו ונפתלי בנט מציגים: ברית שמבוססת על אינטרסים. מעריב. [maariv.co.il/news/new.aspx?pn6Vq=EE&0r9VQ=GIMLE](http://www.maariv.co.il/news/new.aspx?pn6Vq=EE&0r9VQ=GIMLE)

<sup>49</sup> קורין-ליבר, סטלה. (4.12.14). שכחו את הכללה. גלובס. [globes.co.il/news/article.aspx?did=1000991226](http://globes.co.il/news/article.aspx?did=1000991226)

<sup>50</sup> ברנע, נחום. (5.12.14). ליל העשרים. ידיעות אחרונות. המוסף לשבת.

<sup>51</sup> כספית, בן. (25.12.09). המטרה: להשיג את התקשורת החופשית. מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART1/993/906.html](http://nrg.co.il/online/1/ART1/993/906.html)

<sup>52</sup> ירושלמי, שלום. (26.6.10). מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART2/124/406.html](http://nrg.co.il/online/1/ART2/124/406.html)

<sup>53</sup> בנדר, אריק. (1.7.10). מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART2/127/146.html](http://nrg.co.il/online/1/ART2/127/146.html)

<sup>54</sup> טוקר, נתי. (12.11.14). "כמה כסף השקיע ישראל היום בסיכול החוק נגדו?". The Marker. <http://www.themarker.com/advertising/1.2484182>

<sup>55</sup> ב"ז, איתמר. (7.12.14). "לא נבחן, לא נבדק, לא אושר". העין השביעית. [the7eye.org.il/136692](http://the7eye.org.il/136692)

<sup>56</sup> ב"ז, איתמר. (23.11.14). פעילות עיתונאית אמיתית. העין השביעית. [the7eye.org.il/134974](http://the7eye.org.il/134974)

<sup>57</sup> פרסיקו, אורן, וב"ז, איתמר. (28.10.14). העיתון בחינם, המומחה לא. העין השביעית. [the7eye.org.il/131449](http://the7eye.org.il/131449)

## 2. המודל הכלכלי עליו נשען "ישראל היום"

חלק מרכזי בביקורת על התנהלותם של שלדון אדלסון ו"ישראל היום" כרוך באינדיקציות שלפיהן המיזם התקשורתי עתיר ההשקעה לא נועד לגרוף רווחים, ואינו מתנהל כגוף עסקי שתכליתו הישרדות ושגשוג כלכלי – שכן יש לו תכלית פוליטית בלבד, ולא כלכלית. טענות אלה צצו מיד עם הקמת "ישראל היום", כשנודעה זהותו של הבעלים, הנמנה על עשירי תבל, וכשהתברר כי העיתון יחולק בחינם<sup>58</sup>. בניגוד לחינמונים ברחבי העולם, שהם בדרך כלל קצרים, קלילים ונטולי מוספים מושקעים ויומרות ציבוריות, "ישראל היום" נוסד כעיתון שנועד ליישר קו עם מתחריו מבחינת היקף התוכן וההשקעה בו<sup>59</sup>. נוסף להוצאות ההדפסה והחלוקה, ב"ישראל היום" שילמו למעלה ממיליון שקלים בשנה לחברת רכבת ישראל עבור הזכות להפיץ את העיתון בתחנות רכבת<sup>60</sup>.

כשבועיים לפני צאת הגיליון הראשון של "ישראל היום" אמר הבעלים אדלסון בפגישה עם העובדים כי בעתיד יש בכונתו לגבות תשלום על העיתון. נכון להיום, יותר משבע שנים וחצי ראה העיתון אור לראשונה, טרם דווח על מהלכים ממשיים לקידום אותה הצהרה<sup>61</sup>. ב-2010 אף הכחיש דובר מטעם "ישראל היום" כי ישנה כוונה לגבות תשלום עבור העיתון<sup>62</sup>.

ב"ישראל היום" לא רק מחלקים את העיתון בחינם במרכזי אוכלוסין – גם חלוקתו הפרטנית לבתים, הליך יקר יותר לביצוע, נעשית תוך גבייה של מחירים נמוכים במיוחד ביחס למתחרים. מחירים נמוכים אלו מוגדרים לא כתשלום עבור העיתון, אלא כ"עלות משלוח". ב-2012 הציגו "ישראל היום" למינהל הרכש הממשלתי לספק עיתונים לבתיים של מאות עובדי מדינה זכאים בחינם, כלומר תוך ויתור יזום על דמי המשלוח הנמוכים ממילא שנגבים מיתר האוכלוסייה. גורם אנונימי במינהל הרכש הודה כי מדובר בהצעה חריגה<sup>63</sup>. על-פי חוות דעת משפטית שחיברו פרופ' מרדכי קרמניצר וחוקרת התקשורת ד"ר תהילה שוורץ-אלטשולר, אופי ההתקשרות מעלה חשש לעבירה על החוק<sup>64</sup>.

היעדר הכנסות מצד הקוראים מגביל את "ישראל היום" להכנסות חיצוניות מפרסום בלבד. כדי לחפות על היעדר הכנסות ממכירת גיליונות לקוראים, היה על "ישראל היום" לגבות מחירים גבוהים יחסית למקובל בשוק עבור הפרסום בין דפיו. שורה של תחקירים, בעיקרם ב"עין השביעית", העלו כי למעשה מחירי המודעות בעיתון נמוכים מאוד ביחס לתפוצתו המוצהרת, העומדת על למעלה מ-300 אלף גיליונות ביום, ולעתים אף עולה על 400 אלף עותקים. השוואה בין מחירי המודעות בין "ישראל היום" לעיתון "ידיעות אחרונות", המופץ בהיקף עותקים דומה, העלתה כי המחירים ב"ישראל היום" זולים במיוחד, לעתים אף בפער של

<sup>58</sup> טאוסיג, שוקי. (1.9.07). 5 שאלות על "ישראל היום". העין השביעית. [the7eye.org.il/26019](http://the7eye.org.il/26019)

<sup>59</sup> ב"ז, איתמר. (1.5.14). זה לא החינם, טמבל. העין השביעית. [the7eye.org.il/102339](http://the7eye.org.il/102339)

<sup>60</sup> ולצר, יעל. (22.1.08). מהבוקר: "ישראל היום" יופץ בתחנות הרכבת. הארץ. [haaretz.co.il/misc/1.1302248](http://haaretz.co.il/misc/1.1302248)

<sup>61</sup> ולצר, יעל. (10.7.07). שלדון אדלסון לעובדים ב"ישראל היום": "בסופו של דבר העיתון יהיה בתשלום". [The Marker](http://TheMarker.com)

[themarket.com/advertising/1.511947](http://themarket.com/advertising/1.511947)

<sup>62</sup> פרסיקו, אורן. (5.1.10). כמה עולה חינם? העין השביעית. [the7eye.org.il/32963](http://the7eye.org.il/32963)

<sup>63</sup> ב"ז, איתמר. (30.10.14). משלוח: 0 שקלים. העין השביעית. [the7eye.org.il/131247](http://the7eye.org.il/131247)

<sup>64</sup> ב"ז, איתמר. (22.11.14). "הצעה תכסיסנית פסולה". העין השביעית. [the7eye.org.il/134138](http://the7eye.org.il/134138)

**מאות אחוזים.** טענות של אנשי "ישראל היום" בנוגע לעלות המודעות בו התבררו כלא נכונות<sup>65</sup>. משפטנים הציעו לבדוק אם ראוי להתייחס למחירי הפרסום הנמוכים ב"ישראל היום" כאל מחירים "טורפניים" כבהגדרתם בדיני ההגבלים העסקיים<sup>66</sup>.

סימן שאלה נוסף המתנוסס מעל התנהלותו הכלכלית של "ישראל היום" הוא מגמת ההתרחבות שבה החל ב- 2013 לכיוון מה שמסתמן כקבוצת תקשורת. במסגרת מגמה זו רכש אדלסון שלושה גופים מפסידים: את העיתון "מקור ראשון" ואתר החדשות [mrg](http://mrg.net)<sup>67</sup>, וכמה חודשים לפני כן את בית-הדפוס לוי-אפשטיין, שהיה בעבר בבעלות "מעריב"<sup>68</sup>. על רכישת בית הדפוס נכתב בעיתון העסקים "גלובס" כך: "המהלך של ישראל היום", שעלו הכריז בעמודו הראשי כ'תנופה', הוא לא בהכרח הגיוני כלכלית ולא מהלך שקשור בבנין עתידו של העיתון"<sup>69</sup>.

נכונותו של אדלסון להשקיע כספים רבים לשם שינוי המפה הפוליטית אינה בגדר ספקולציה. במערכת הבחירות לנשיאות ארצות-הברית שנערכה בשנת 2012 הוציא אדלסון למעלה מ-100 מיליון דולר עבור תמיכה במועמדים<sup>70</sup>. ב-2007, בדיווח עיתונאי שנשמך על מידע שמסרו "מקורבי אדלסון" נקב סכום שאותו מתכוון אדלסון להקצות לעיתון החינמי בשלוש שנותיו הראשונות: 180 מיליון דולר<sup>71</sup>.

ביולי 2010, במלאת שלוש שנים לצאת "ישראל היום" ניסו בעיתון הכלכלי "גלובס" להעריך את מאזן הכנסותיו והוצאותיו. "החינון "ישראל היום", בשליטת שלדון אדלסון, פטרונו של ראש הממשלה בנימין נתניהו, הפסיד מאז יציאתו לאור ביולי 2007 כ-250 מיליון שקל – כך מעריכים גורמים בענף התקשורת. בכך הופכת התמיכה הגורפת של "ישראל היום" בנתניהו לתמיכה היקרה ביותר שהוענקה אי-פעם לפוליטיקאי ישראלי", נכתב ב"דיעה"<sup>72</sup>.

על-פי חישוב שערך השותף לשעבר של אדלסון, שלמה בן-צבי, ושפורסם ב-2011, הפסדיו של "ישראל היום" נאמדים בכ-3 מיליון דולר לחודש<sup>73</sup>. בהתבסס על אומדן זה אמר רביב דרוקר ב-2013: "אפשר להעריך שאדלסון השקיע מאות מיליוני שקלים [בישראל היום]"<sup>74</sup>. דו"חותיה הכספיים של החברה המוציאה לאור

<sup>65</sup> ב"ז, איתמר. (11.8.14). "תעמולה זולה". [the7eye.org.il/115594](http://the7eye.org.il/115594). העין השביעית.

<sup>66</sup> ברעם, אורי, ומן, אלעד. (15.12.12). הצד השני של העיתון. העין השביעית. [the7eye.org.il/7177](http://the7eye.org.il/7177).

<sup>67</sup> טוקר, נתי. (30.4.14). "מקור ראשון" ניצל: גילה אישר את מכירתו ל"ישראל היום" של אדלסון. [TheMarker.com](http://TheMarker.com). [themarket.com/advertising/1.2308940](http://themarket.com/advertising/1.2308940)

<sup>68</sup> אברהם, דוד. (15.12.13). מכה לקבוצת "הארץ": "ישראל היום" רכש את בית הדפוס של "מעריב". וואלה. [b.walla.co.il/item/2703429](http://b.walla.co.il/item/2703429).

<sup>69</sup> אברבך, לי-אור. (18.12.13). דפוס התנהגותו של "ישראל היום". גלובס. [globes.co.il/news/article.aspx?did=1000902423](http://globes.co.il/news/article.aspx?did=1000902423).

<sup>70</sup> מאיר, תיאודוריק. (20.12.12). כמה בדיוק הוציא שלדון אדלסון בקמפיין של 2012. Propublica. [propublica.org/article/how-much-did-sheldon](http://propublica.org/article/how-much-did-sheldon).

[adelson-really-spend-on-campaign-2012](http://adelson-really-spend-on-campaign-2012)

<sup>71</sup> ולצר, יעל. (28.6.07). השקת "ישראל היום" מטלטלת את ענף העיתונות בישראל – ומקורבים לאדלסון צופים שכבר עם השקתו יעקוף את "מעריב". [TheMarker.com](http://TheMarker.com).

[themarket.com/advertising/1.448850](http://themarket.com/advertising/1.448850).

<sup>72</sup> ציפורי, טלי, ואברבך, לי-אור. (7.7.10). הערכות: הפסדי "ישראל היום" ב-3 שנים – 250 מיליון שקל. גלובס.

[globes.co.il/news/article.aspx?did=1000572525](http://globes.co.il/news/article.aspx?did=1000572525)

<sup>73</sup> פרסיקו, אורן. (27.9.11). "נטול כל תוחלת רווחית". העין השביעית. [the7eye.org.il/12918](http://the7eye.org.il/12918).

<sup>74</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

את "ישראל היום" חסויים, וכך גם המודל הכלכלי שלה; ב-2014 הועברו מסמכים אלו לידי רשות ההגבלים העסקיים כחלק מבדיקה שנערכה ברשות בנוגע למהלך הרכישה של "מקור ראשון" ו"NRG"<sup>75</sup>.

לסיכום הדברים שהוצגו עד כה אומר כי שורה של מהלכים - הקמת של "ישראל היום" שנעשתה תוך שיח צמוד בין נתניהו לבעלי העיתון אדלסון; תהליך מינוי בעלי התפקידים הבכירים בו, שהתנהל במתכונת של דלת מסתובבת בין העיתון לבין לשכת נתניהו; המאבק נגד ניסיונות החקיקה שנועדו להגביל את תפוצת "ישראל היום" ונערך בזירה הפוליטית מטעם סביבת נתניהו (ויתכן שאף דחף אותו לפירוק הממשלה ולמהלך הבחירות), ובמקביל על ידי העיתון עצמו שהשקיע, בנוסף, ממון רב בקמפיין פרסומי נגד החוק; ולבסוף - האינדיקציות המרובות לכך שהעיתון אינו מכוון רווח כלכלי ואף גורם הפסדים של עשרות רבות של מיליוני שקלים לבעליו - יש בהם להעיד כי המניעים להקמת "ישראל היום" היו קשורים קשר ישיר ואישי לנתניהו ולרצון לתמוך בו כאישיות פוליטית דרך כלי תקשורת הרתום למטרה זו.

### ב. ניתוח תימטי של סיקור נתניהו ב"ישראל היום"

חלק זה יעסוק בדיווח העיתונאי אודות נתניהו ב"ישראל היום" הלכה למעשה ויתמקד בשאלה האם סיקור זה נעשה מתוך מטרה לקיים שיח חופשי אודות ראש הממשלה או שמא מתוך כוונה לשרת את נתניהו באופן שהוא מכוון השגת מטרה, קרי - כזה שאיננו ניתן לויכוח או שינוי. גם בניתוח התוכן, חשוב לציין, אין זה מספיק להתבונן בתוצר הסופי כקורא תמים. עדויות מתוך המערכת, כפי שנפרשו בפרסומים שונים ויוצגו כאן, מסייעות להעריך את ההטיה בשיקולי העריכה ובעבודה העיתונאית.

בחרתי להתייחס לשתי סוגיות. הראשונה היא סגנון העריכה הריכוזי של העורך הראשי רגב. סגנון זה מאפשר לו שליטה גבוהה בתכני העיתון וסדר היום. השנייה מתייחסת לשאלה האם נרתם העיתון לשרת באופן אישי את נתניהו האיש, ולא, למשל, את השקפת העולם של הימין או אפילו זו של מפלגת הליכוד. בעולם העיתונות קיימים עיתונים אשר משויכים, באופן גלוי וידוע, לתפיסה מסוימת, פוליטית, חברתית או כלכלית, והדבר מוכר ומקובל ונחשב לגיטימי אם העיתון נוקט עמדה כחלק מהשית הרחב והחופשי שמתקיים בחברה מסוימת. יש לכך משמעות, מפני שעניין זה מסייע להבחין בין עיתון עם השקפת עולם שניתן לקיים עליה דיון ציבורי, לבין כזה הרתום לצרכי האסטרטגיים, הפוליטיים, של אדם מסוים, מטרה שלא ניתן לזוז ממנה.

### 1. עריכה ריכוזית בשירות נתניהו

עמוס רגב, העורך המקורב לנתניהו, ביסס ב"ישראל היום" שיטת ניהול ריכוזית המאפשרת לו לוודא שהעיתון משרת באופן הרמטי את הקו המערכתי שהוא מתווה.

סקירה השוואתית שפורסמה באתר "העין השביעית" בתום השנה הראשונה לצאת "ישראל היום" הסתיימה בקביעה חד-משמעית שלפיה "ניכרת העדפה ברורה לנתניהו בנושאים שנבדקו, כמעט בכל בחירה עריכתית

<sup>75</sup> ב"ז, איתמר. (7.12.14). "לא נבחן, לא נבדק, לא אושר". העין השביעית. [the7eye.org.il/136692](http://the7eye.org.il/136692)

בישראל היום'. העיתון מצניע אירועים שאינם תורמים ליצירת תדמית חיובית עבור נתניהו, ומנגד מגדיל ומרומם אירועים שבאים לסייע לו ולקדם אותו ואת הליכוד".<sup>76</sup>

עיתונאים שזכו להכיר את דרך התנהלותו של העיתון מבפנים דיברו על האופן שבו נערך "ישראל היום". אחד המרואיינים בתחקיר "המקור" על "ישראל היום" הוא יובל בן-עמי, עיתונאי שהועסק בעיתון זה בשנותיו הראשונות. בהתייחס לקו העריכה של רגב אמר ב-עמי את הדברים הבאים: **"תמיזד היתה תחושה שעמוס הוא העורך משנה של העיתון, ושהעורך הראשי הוא ראש ממשלת ישראל [נתניהו]"**. רביב דרוקר, באותו תחקיר, הוסיף פרשנות במילותיו שלו: **"ההתרשמות של עיתונאים רבים בעיתון עמם שוחחנו, היא שלא פעם נושאים שלא נוחים לנתניהו איכשהו לא נוחים גם לרגב"**.<sup>77</sup>

עיתונאי לשעבר ב"ישראל היום" התייחס לשיטת הניהול הריכוזית של רגב: **"לא תצא ידיעה אחת בלי שהוא ראה אותה. [...] יש מציאות, ולא פעם צריך לשכתב אותה – והיא נעשית בהנחייתו. שנים הרבה זה נעשה בצורה כזו שהוא עשה את זה בצורה בולטת בדסק, בצורה בוטה"**. במסגרת הפיקוח ההדוק על התוצר העיתונאי רגב מאשר גם כל תמונה של שרה נתניהו המיועדת להיכלל בעיתון.<sup>78</sup>

העיתונאים ב"ישראל היום" נוהגים לחבר את כתבותיהם בהתאם לקו הפוליטי המצופה מהם. עובד לשעבר העיד כך: **"כל העיתון כבר נכתב בהתאם למה שעמוס רגב רוצה, ומה שחורג מזה נערך בהתאם למה שהוא רוצה וכל העמודים מגיעים אליו לאישור בסוף הערב ככה שדברים שחשובים לו באופן אישי משונים גם אם זה בדקה האחרונה"**.<sup>79</sup> רביב דרוקר, בהתבסס על ממצאי תחקירו, קבע כי "ישראל היום" הוא "עיתון שדפיו משקפים באופן די שוטף את עמדת ראש הממשלה וממשלתו", וכי **"עובדים בעיתון חיים בתחושה שהיחס לנתניהו מכתוב גם את הדרך שבה מתייחס העיתון לנושאים חשובים שעל סדר היום"**.<sup>80</sup>

**"עצם העיתון הזה, אני מתקשה לקרוא לו עיתון, נועד לשרת אדם אחד, את ראש הממשלה. הוא אפילו לא משרת דרך. [...]** כאשר יש תקופה שבה רבים עם ליברמן וחברי הכנסת של ישראל ביתנו, אז לא מביאים לידי ביטוי חומרים שלהם", אמר עיתונאי שעבד ב"ישראל היום".<sup>81</sup>

יובל בן-עמי אמר כי בישיבות המערכת שררה תחושה שיש נושאים שעליהם לא ייכתבו כתבות, על רקע האוריינטציה הפוליטית של העיתון. **"זה נמצא ברקע"**, אמר בתשובה לשאלה על הקשר בין הקו העריכתי של העיתון לנתניהו ולמקורביו בליכוד.<sup>82</sup> בן-עמי העיד על תופעה שעלתה גם בדיווחים אחרים: ההטיה הפוליטית של העיתון כה מורגשת במערכת, שהעובדים הזוטרים נוהגים להתלוצץ עליה.<sup>83</sup>

<sup>76</sup> ראדה, מורן. (9.7.08). "נתניהו שילם, מה אתם רוצים ממנו?". העין השביעית. [the7eye.org.il/26965](http://the7eye.org.il/26965)

<sup>77</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>78</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>79</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>80</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>81</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>82</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>83</sup> ב"ז, איתמר. (11.8.14). "תעמולה זולה". העין השביעית. [the7eye.org.il/115594](http://the7eye.org.il/115594)

## 2. אג'נדה אישית, לא אידיאולוגית

בעלי "ישראל היום", אדלסון, נוהג לטעון כי "ישראל היום" הוא עיתון הוגן ומאוזן, וכי בבסיסו עומדת השקפת עולם ימנית. ואולם, עדויות על שיטות העבודה של העיתון וניתוחים של תכניו מעלים כי קו העריכה אינו מבוסס על השקפת עולם, כי אם על האינטרסים האישיים של פוליטיקאי ספציפי: בנימין נתניהו.

קו העריכה שנועד לשרת את תדמיתו של נתניהו בא לידי ביטוי בכמה תבניות מרכזיות שעליהן הצביעו חוקרי ומבקרי תקשורת בשנים האחרונות. להלן סקירה קצרה של שלוש מהתבניות הללו. מקרים ספציפיים המובאים כאן הם בגדר מדגם מייצג.

**א. מחיקה והדרה של ביקורת ישירה ומידע לא נוח.** נתניהו, מתוקף מעמדו כאישיות פוליטית בכירה – וביתר שאת מאז נבחר לראש ממשלת ישראל ב-2009 – הוא מושא ביקורת קבוע של גורמים מכל הקשת הפוליטית בישראל, תופעה שהיא כמובן אינהרטיית לחברה דמוקרטית, רק בחברות שאינן דמוקרטיות אין השלטון בגדר מושא לביקורת של העיתונות. ב"ישראל היום" לעתים קרובות נמנעים מסיקור אמירות ביקורתיות בענייניו, ואף נמנעים מפעם לפעם מסיקור התפתחויות שאינן נוחות לו ולמקורביו, גם כשיש בהן עניין לציבור והן זוכות לסיקור ואפילו בולט בכלי תקשורת אחרים.

המחשה לאופן שבו מידע ביקורתי כלפי נתניהו מצונזר מהדיווחים החדשותיים ב"ישראל היום" הובאה בתחקיר "המקור": ב-2010, לקראת סוף הקפאת הבנייה החדשה בהתנחלויות – הוראה של נתניהו שזיכתה אותו בביקורת רבה מהצד הימני של המפה הפוליטית – דיווח כתב "ישראל היום" נדב שרגאי על הלך הרוח בקרב המתנחלים. בגרסה המקורית של הכתבה נכללה טענה של פעיל ימין, שאמר לו בין היתר כך: "אם לא תהיה ברירה נפיל את הממשלה. נתניהו מאבד את הלגיטימיות שלו לשלום ושובר חזק שמאלה". כל דבריו של מרואיין זה נמחקו מהגרסה שבסופו של דבר נדפסה בעיתון. עובד לשעבר בעיתון אמר כי תוכן שבו נמתחת ביקורת על נתניהו מהצד הימני של המפה הפוליטית יעבור מיתון. "העיתון לא מייצג השקפת עולם פוליטית, העיתון מייצג בן אדם אחד", אמר בחקשר זה<sup>84</sup>.

כאשר כתבי "ישראל היום" מסקרים מעשים והתבטאויות של יריבים פוליטיים של נתניהו, אמר אותו עובד, הנוהג הוא לעמעם את המסר. "כשהסיפור המרכזי הוא ציטוט של לבני, הכותרת משתנה – כמה שפחות להראות אותה, כמה שפחות להראות את השם שלה, כמה שפחות לתת לה קרדיט על העשייה, וההפך כמובן על נתניהו", אמר אותו עובד לשעבר. עובד אחר אישר כי העיתון שינה את גישתו לאהוד ברק לאחר שזה הצטרף לממשלה בראשות נתניהו. "כיחסו של ראש הממשלה לברק – כך יחסו של העיתון, נקודה", אמר<sup>85</sup>.

גם בתחום המאמרים ניכרת יד מכוונת. פרופ' אמנון רובינשטיין העביר ל"ישראל היום" טור ביקורתי על נתניהו, הטור נגנז<sup>86</sup>. דן מרגלית, הפרשן הבכיר של "ישראל היום", אינו מרבה למתוח ביקורת על מהלכיו

<sup>84</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>85</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>86</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

הפוליטיים של נתניהו; במקרה נדיר שבו עשה זאת, שובץ מאמרו באופן יוצא דופן וחרג בעמ' 37 של העיתון, בניגוד למקומו הקבוע בעמודים הקדמיים, וזאת מתוקף החלטה שגם מרגלית אַמֶר כי אינו יודע מה פשרה<sup>87</sup>.

עידו רוזנבלום, שכתב במוסף השבועי של "ישראל היום" טור קבוע ובולט, פרש מכתובה בטענה שהתבקש להפסיק להביע דעות פוליטיות בטוריו<sup>88</sup>. הסופר אהוד בן-עזר, שפרסם מאמרים ב"ישראל היום" ב-2007, הפסיק לשלוח לעיתון מאמרים לאחר שמאמר שבו צידד באהוד אולמרט, יריב פוליטי של נתניהו, נפסל לפרסום. "חזלתי לפרסם בחינמון המכור הזה כאשר הבנתי כי נוסד ומומן, בין השאר, כדי להדיח את אולמרט ולהמליך עלינו את נתניהו", הסביר<sup>89</sup>.

ב. הצנעה של תקריות המזיקות לתדמית נתניהו וסביבתו. בשבע שנות קיומו, ב"ישראל היום" מעולם לא פורסם תחקיר יזום וביקורתי על נתניהו וסביבתו הקרובה. כשבכלי תקשורת אחרים מתפרסמים פרטים עובדתיים לא נוחים עבור נתניהו נוהגים בעיתון זה להתעלם מהם, או לדווח עליהם דרך ידיעה שמרכזה הוא תגובת נתניהו או נציגו בתקשורת – ובכך לקדם את המסרים שברצונו להביא בפני הציבור במסגרת העיסוק התקשורתי בפרשה התורנית.

במרץ 2008 שודר בערוץ 10 תחקיר על נסיעה של בני משפחת נתניהו ללונדון במהלך מלחמת לבנון השנייה. בתחקיר נטען כי בני המשפחה הוציאו 131 אלף שקל בביקור, סכום גבוה, וכי ארגון יהודי-בריטי מימן את עיקר הוצאות הנסיעה. ב"ישראל היום", בניגוד להחלטה העריכתית של שאר העיתונים, הגישו לקוראים סיקור שבו הוצנעו הממצאים והובלטו טענות שעשו חסד עם נתניהו. כותרת הדיווח היתה "המארח: נתניהו שילם, מה אתם רוצים ממנו?". במאמרי דעה שנדפסו לצד הדיווח פטרו הכותבים את הממצאים כמוגזמים ולא מעניינים<sup>90</sup>. בתחקיר "המקור" נטען כי נתן אשל, אז סמנכ"ל ב"ישראל היום", לקח חלק בפגישות שכינסו נתניהו ואנשיו כדי להתמודד עם הטענות שהועלו בנוגע לאותה נסיעה<sup>91</sup>.

במרץ 2011 שודר בערוץ 10 תחקיר נוסף, על מימון בעייתי לכאורה של נסיעות בני משפחת נתניהו לחו"ל (פרשה שזכתה לכינוי "ביביטורס"). למחרת, "ישראל היום" היה העיתון המרכזי היחיד שנמנע מסיקור החשיפה<sup>92</sup>. כעבור עוד יום התגייסו ב"ישראל היום" לעיסוק בממצאי התחקיר באמצעות הבלטת הכחשותיהם והתקפותיהם של נתניהו ומקורביו, ותוך הימנעות משימוש במונח "ביביטורס"<sup>93, 94</sup>.

מקרה נוסף מסוג זה אירע בינואר 2014, בעקבות חשיפה של "גלובס" ולפיה נתניהו החזיק וניהל כספים במקלט מס. ב"ישראל היום", בניגוד ליתר העיתונים, הצניעו את הידיעה בנושא – ואף סילפו את הממצאים כך שייטיבו עם נתניהו. בחשיפה המקורית הובהר כי נתניהו החזיק בחשבונות מעוררי המחלוקת גם בתקופה

<sup>87</sup> קינן, עידו. (21.1.13). דן מרגלית כתב נגד נתניהו, הוגלה לעמוד 37. תדר 404. [room404.net/?p=58245](http://room404.net/?p=58245).

<sup>88</sup> גרינצוויג, אמילי. (22.9.11). יקירתי, ביוש. וואלה. [b.walla.co.il/item/1862936](http://b.walla.co.il/item/1862936).

<sup>89</sup> כספית, בן. (25.12.09). המטרה: להשמיד את התקשורת החופשית. מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART1/993/906.html](http://nrg.co.il/online/1/ART1/993/906.html).

<sup>90</sup> ראדה, מורן. (9.7.08). "נתניהו שילם, מה אתם רוצים ממנו?". העין השביעית. [the7eye.org.il/26965](http://the7eye.org.il/26965).

<sup>91</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>92</sup> טאוסטיג, שוקי. (24.3.11). סקירת עיתונות: הגיגה. העין השביעית. [the7eye.org.il/55501](http://the7eye.org.il/55501).

<sup>93</sup> טאוסטיג, שוקי. (25.3.11). סקירת עיתונות: ביביטורס. העין השביעית. [the7eye.org.il/55317](http://the7eye.org.il/55317).

<sup>94</sup> בנימין, עוזי. (2.4.11). כך לא עושים כולם. העין השביעית. [the7eye.org.il/15090](http://the7eye.org.il/15090).



שבה כיהן בתפקיד רשמי; ב"ישראל היום", כביכול בהתבסס על החשיפה המקורית, **נכתבה עובדה הפוכה** (ושקרית): החשבונות, נמסר לקוראי העיתון, היו פעילים רק בתקופה שבה לא כיהן נתניהו בתפקיד רשמי. לצד הדיווח החדשותי המסולף פורסם בהבלטה מאמר המנגח את החשיפה ומייחס לעיתונאית החתומה על התחקיר מניעים זרים<sup>95</sup>.

במאי 2011 נשא נתניהו נאום בקונגרס של ארצות-הברית. רבים מכלי התקשורת הבינלאומיים שסיקרו את הנאום פרסמו ידיעות ומאמרים ביקורתיים, שכללו בין היתר טענות שלפיהן נתניהו הזיק ליחסי ישראל-ארה"ב ולתהליך השלום ואף לא אמר אמת. ב"ישראל היום", **מנגד**, דווח כי כלי התקשורת האמריקאיים "פרגנו" לנתניהו, והובלטה אמירה שלפיה נתניהו עשוי היה לגבור על הנשיא ברק אובמה לו היה מתמודד בבחירות לנשיאות ארצות-הברית<sup>96</sup>.

בתחילת 2012 נחשפה פרשת הטרדה מינית שביצע נתן אשל בלשכת ראש הממשלה, שבעקבותיה נדרש מקורבו של נתניהו לפרוש מתפקידו. זמן קצר לאחר החשיפה, **פורסמה** ב"ישראל היום" ידיעה שזכתה להפניית השער "אין בסיס לטענות נגד אשלי"<sup>97</sup>. למחרת, בידיעה שהוקדשה לפרשה, **נמנעו** ב"ישראל היום" מלכלול בה הודעה מטעם משרד המשפטים המצדדת במוסרי המידע נגד אשל. הידיעה עצמה פורסמה באופן מוצנע ביחס לשאר העיתונים<sup>98</sup>.

ביולי 2012, במהלך הפגנה נגד יוקר המחיה, חילק אחד המפגינים, משה סילמן, מנשר שחיבר, ולאחר מכן הצית עצמו, נפגע באורח קשה ומאוחר יותר מת. התקרית הקשה סוקרה בהרחבה בכלי התקשורת, ובמסגרת זו הוצג גם המנשר שחילק, שבו מנה את האישים והגופים שלטענתו אשמים במצוקתו. באופן **חריג**<sup>99</sup>, עורכיו הבכירים של "ישראל היום" החליטו להציג בפני הקוראים סריקה מעובדת ומצונזרת של המנשר: מהסריקה **הוסרו במתכוון שמותיהם של נתניהו ושל יובל שטייניץ**, מקורבו<sup>100</sup>. מועצת העיתונות קבעה כי במעשה זה **חטא** "ישראל היום" לתפקידו כעיתון<sup>101</sup>.

בנובמבר 2014 **בחר** עורכי "ישראל היום" להתעלם מאמירה חריפה שסוקרה ביתר עיתוני הזרם המרכזי, ולפיה ראש השב"כ לשעבר כרמי גילון סבור שמדינת ישראל "מונהגת על ידי אגו מניאק אל חורבנה הסופי". האמירה לא נכללה בסיקור החדשותי שעסק באירוע שבו הושמעה<sup>102</sup>, אך הוזכרה למחרת בטור דעה שהוקדש להטחת עלבונות בגילון ובאחרים<sup>103</sup>.

<sup>95</sup> ב"ו, איתמר. (16.1.14). סקירת עיתונות: משבר (1). [the7eye.org.il/93660](http://the7eye.org.il/93660) העין השביעית.

<sup>96</sup> רום, איתי. (29.5.11). כמה צפוי. [the7eye.org.il/12090](http://the7eye.org.il/12090) העין השביעית.

<sup>97</sup> טאוסיג, שוקי. (25.1.12). סקירת עיתונות: לא דרושים לחשנים. [the7eye.org.il/31761](http://the7eye.org.il/31761) העין השביעית.

<sup>98</sup> פרסיקו, אורן. (26.1.12). סקירת עיתונות: פעמיים אשל. [the7eye.org.il/31767](http://the7eye.org.il/31767) העין השביעית.

<sup>99</sup> בנוזמן, עוזי. (18.7.12). כן, אדוני ראש הממשלה. [the7eye.org.il/8401](http://the7eye.org.il/8401) העין השביעית.

<sup>100</sup> פרסיקו, אורן. (15.7.12). סקירת עיתונות: אמש בהפגנה. [the7eye.org.il/27290](http://the7eye.org.il/27290) העין השביעית.

<sup>101</sup> אברהם, דוד. (10.10.12). מועצת העיתונות: "ישראל היום" חטא לתפקיד העיתונות בפרשת משה סילמן". [b.walla.co.il/item/2574212](http://b.walla.co.il/item/2574212) וואלה.

<sup>102</sup> הורביץ, אביב. (4.12.14). לאן נעלם כרמי גילון? [mako](http://mako).

[mako.co.il/culture-weekend/media-fights/Article-9fe3da66d941a41006.htm](http://mako.co.il/culture-weekend/media-fights/Article-9fe3da66d941a41006.htm)

<sup>103</sup> אידר, דרוי. (1.12.14). תראו מי שמדבר. ישראל היום. [israelhayom.co.il/opinion/237965](http://israelhayom.co.il/opinion/237965)

ג. **הבלטה יוצאת דופן של מסרים מטעם נתניהו וסביבתו, בעיקר סביב מועדים גורליים.** לצד הגנה על תדמיתו של נתניהו באמצעות ברירה מוטה של מידע וצנזורה של ממש בכל מה שנוגע לביקורת על נתניהו, "ישראל היום" משמש גם שופר לקידום מהלכים תדמיתיים יזומים על ידי סביבת נתניהו.

הכתבים המסקרים את השדה הפוליטי ב"ישראל היום" מנהלים מערכת יחסים מיוחדת עם לשכת נתניהו, ותוצריה של מערכת יחסים זו באים לידי ביטוי בעשייה העיתונאית שלהם. כאנקדוטה הממחישה קשר זה ראוי להזכיר ברכה מיוחדת ששיגר נתניהו לכתב המדיני של "ישראל היום", שלמה צזנה, לרגל צאת ספר פרי עטו<sup>104</sup>.

"ישראל היום" החל לראות אור במועד קריטי עבור נתניהו: בקיץ 2007, שבועיים לפני הבחירות המקדימות בליכוד, שבהן היה עליו לנצח כדי להיות מועמד המפלגה לראשות הממשלה ולחזור לשלטון לאחר כעשור של היעדרות. ביום שבו נערכו הבחירות הוקדשה להן הכותרת הראשית בעיתון. הכותרת לא הוקדשה לסיקור ענייני של המאורע הפוליטי, אלא להנעת הקוראים לפעולה: "הליכודניקים נקראים היום אל הקלפיות", נכתב בה. מעיון בדיעה עצמה עלה כי מדובר בקריאה שיצאה הישר מפיו של נתניהו, בניסיון להגביר את סיכוייו לנצח. לצד הסיקור התפרסמו טורים שהבהירו את החשיבות שבניצחון של נתניהו, לצד מידע מפורט בנוגע למיקום הקלפיות והשעות שבהן ניתן יהיה להצביע. באף עיתון אחר לא הוקדש רוחב יריעה כזה לבחירות המקדימות בליכוד, שבאותה העת היתה מפלגת אופוזיציה ובה 12 חברי כנסת<sup>105</sup>.

בחורף 2008–2009, במהלך מבצע "עופרת יצוקה", נתניהו עדיין כיהן כחבר כנסת באופוזיציה, ולא לקח חלק פעיל בניהול המערכה. אף על פי כן, עורכי "ישראל היום" עשו מאמץ מיוחד להבליט התבטאויות שהשמיע במהלך ימי הלחימה, ויצרו רושם כאילו יש לו תפקיד בניהול המבצע, או למצער במאמץ ההסברתי הנלווה לו<sup>106</sup>.

הבלטת דמותו של נתניהו במהלך "עופרת יצוקה" קשורה קשר ישיר לכך שמועדן של הבחירות לכנסת ה-18 נקבע ל-10 בפברואר 2009, פחות מחודש לאחר סיום המבצע הצבאי. סקירה השוואתית שפורסמה בתום מסע הבחירות העלתה באופן מובהק כי "ישראל היום" התגייס לקידום הקמפיין של נתניהו והליכוד. "העיתון אינו בטאון הליכוד במלוא מובן המילה, אלא שופרו של מחנה נתניהו בתוך המפלגה הזו", סוכם בסיום החטיבה שהוקדשה לתפקוד "ישראל היום" בבחירות<sup>107</sup>. בתום הבחירות צידדן כותבי "ישראל היום" במסירת מלאכת הרכבת הממשלה לנתניהו, אף שסיעתו היתה השנייה בגודלה בכנסת<sup>108</sup>.

<sup>104</sup> פרסיקו, אורן. (1.7.13). בין חברים. העין השביעית. [the7eye.org.il/69851](http://the7eye.org.il/69851)

<sup>105</sup> ראדה, מורן. (9.7.08). "נתניהו שילם, מה אהם רוצים ממנו?". העין השביעית. [the7eye.org.il/26965](http://the7eye.org.il/26965)

<sup>106</sup> פוגל, רפאל. (4.1.09). הפיג'מה של "ישראל היום". העין השביעית. [the7eye.org.il/19329](http://the7eye.org.il/19329)

<sup>107</sup> פרסיקו, אורן. (10.2.09). אצל אביגדור בחצר. העין השביעית. [the7eye.org.il/27356](http://the7eye.org.il/27356)

<sup>108</sup> סעידוב, יוסי. (16.3.09). אנשי הקמפיין. העין השביעית. [the7eye.org.il/25792](http://the7eye.org.il/25792)

בבחירות לכנסת ה-19, שנערכו ב-2013 ושגם בסופן התמנה נתניהו לראשות הממשלה, תפקד "ישראל היום" באופן דומה. דרוקר, בתחקיר "המקור", אמר כי "בבחירות 2013 היה נדמה שהחינוך הזה התגייס לטובת בחירתו מחדש של ראש הממשלה בנימין נתניהו. הכותרות הראשיות תאמו לא פעם את המסר של הליכוד"<sup>109</sup>. העיתונאי עוזי בנוימן קבע כי במערכת בחירות זו "ישראל היום" התקרנה לחלוטין בלהיטותו לגונן על נתניהו ולסייע לו, ככל יכולתו, לנצח בבחירות ברוב גדול"<sup>110</sup>.

בבחירות לכנסת ה-20, המיועדות להתקיים ב-17 במרץ, ההתגייסות של "ישראל היום" לשירות הקמפיין של נתניהו הנה בוטה וברורה אף יותר מאשר מהרגיל. למעשה, הכותרות הראשיות של העיתון אינן כותרות עיתונאיות המדגישות את החדש, החשוב והמעניין לאותו יום אלא, באופן בולט ושקוף, מבליטות מסרים הלוקחים ישירות מלשכת נתניהו. כך למשל, בנובמבר 2014 נשא נתניהו במליאת הכנסת נאום שתואר כנאום הבחירות הראשון שלו. למחרת נדפס המסר המרכזי של הנאום בכותרת הראשית של "ישראל היום"<sup>111</sup>. ימים אחדים לאחר מכן הבלטו מאוד עורכי "ישראל היום" מסר בחירות חדש של לשכת נתניהו, ולפיו שותפיו הקואליציוניים שעמם הסתכסך חתרו תחתיו ולא ניתן לסמוך עליהם; מנגד, הוצנעה טענתם של אותם שותפים, שהכחישו את מעשה החתרנות שיוחס להם<sup>112</sup>.

ההתגייסות של "ישראל היום" לשירות תעמולת הבחירות של נתניהו בולטת במיוחד על רקע הסערה המתחוללת בימים אלו ממש סביב כוונת ראש הממשלה לנאום בפני הקונגרס האמריקני ביוזמת בכירי המפלגה הרפובליקאית, מהלך שמעורר ביקורת עצומה בישראל ובארה"ב ומאיים ליצור קרע ביחסים בין שתי המדינות<sup>113</sup>. כך למשל, הכותרת הראשית של "ישראל היום" מתאריך 25.1.2015<sup>114</sup> הובאה מפי "גורמים המקורבים ללשכת ראש הממשלה" ולפיהם "חינוך שראש הממשלה יופיע, למנוע הסכם רע". מתחת הופיעה הפנייה לטור הדעה של דרור אידר עם הכותרת "הנאום הנכון, במקום הנכון". כפולת העמודים שהופיעה מיד אחר כך עסקה אף היא בהדיפת הביקורת נגד נתניהו, תחת הכותרת "שהשמאל יפסיק להתרפס". בעיתון יום המחרת<sup>115</sup> שוב שיקף העמוד הראשון את מסרי לשכת נתניהו בנוגע לארה"ב והביא בכותרת הראשית ציטוט של שגריר ישראל בארה"ב לפיו "הנאום – נגד איראן, לא נגד אובמה". מעל התנוססה כותרת שעסקה במאבק אחר המשותף ל"ישראל היום" ולראש הממשלה, זה נגד העיתון "ידיעות אחרונות": "ידיעות ו-ynet חצו כל גבול", המקדמת מאמר דעה של העיתונאי איציק סבן. העמוד הראשון, לפיכך, הוכפף כולו למסרים המקדמים את סדר היום האישי של נתניהו. העיתון ממשיך מדי יום בקידום אגרסיבי של קו מגמתי זה שאין בינו ובין שיקולי עריכה מקובלים, המחוייבים בראש ובראשונה ליידוע הקוראים על

<sup>109</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>110</sup> בנוימן, עוזי. (20.1.13). בשירות הוד מלכותו ומתהריו. העין השביעית. [the7eye.org.il/30573](http://the7eye.org.il/30573)

<sup>111</sup> פרטיקו, אורן. (27.11.14). סקירת עיתונות: שעת חירום. העין השביעית. [the7eye.org.il/135556](http://the7eye.org.il/135556)

<sup>112</sup> ב"ז, איתמר. (2.12.14). סקירת עיתונות: "ישראל היום". העין השביעית. [the7eye.org.il/136186](http://the7eye.org.il/136186)

<sup>113</sup> למשל: רביד, ברק. (8.2.15). הנשק הסודי של איראן: ראש ממשלת ישראל. הארץ. <http://www.haaretz.co.il/news/politics/.premium-1.2559581>

<sup>114</sup> כתבים שונים. (25.1.15). ישראל היום (מהדורת דפוס בגירסה דיגיטלית). [http://digital-](http://digital-edition.israelhayom.co.il/Olive/ODE/Israel/Default.aspx?href=ITD%2F2015%2F02%2F08)

<sup>115</sup> כתבים שונים. (26.1.15). ישראל היום (מהדורת דפוס בגירסה דיגיטלית). [http://digital-](http://digital-edition.israelhayom.co.il/Olive/ODE/Israel/Default.aspx?href=ITD%2F2015%2F02%2F08)

הנעשה, דבר וחצי דבר. עמוד השער מיום 8.2.15<sup>116</sup> הדגיש דברי ביקורת נגד התנהלות אובמה מול איראן (כותרת ראשית), תקף את יצחק הרצוג על דברי הביקורת שהשמיע נגד נתניהו ("הרצוג חצה קו אדום"), שילחה חצים באיראן ("שקרי טהרן") וקינחה במאמר המגבה את החלטתו של ראש הממשלה לנסוע לארה"ב ("נתניהו צריך לנסוע"). דיווח שעלה באתר "ישראל היום" חושף את תהליכי העריכה בעיתון תומך בטענות כי ההתגייסות של העיתון מכוונת "מלמעלה" ונעשית תוך שכתוב דיווחי עיתונאים ואף מחיקה של דברי ביקורת על נתניהו<sup>117</sup>.

לסיכום הדברים, בחלק זה של חוות הדעת בחרתי להציג תמונה מקיפה ומפורטת של הסיקור לו זוכה נתניהו ב"ישראל היום". דרך פרישת רשת רחבה של עובדות, ניסיתי להבין האם ניתן לראות ביחס שלו זוכה נתניהו ב"ישראל היום" מהלך אסטרטגי שנועד לשרת אותו באופן אישי, או שמא העיתון מקיים בעניינו שיח ציבורי לפי המקובל בדיווח עיתונאי.

מהתמונה שהצגתי עולה כי סימני ההיכר המובהקים של הסיקור הפוליטי ב"ישראל היום הינם **תמיכה כמעט מוחלטת** בעמדותיו ובמעשיו של נתניהו, ביחד עם היעדר ביקורת ישירה נתניהו ועליו ועל סביבתו וגם מיעוט ביקורת עקיפה על אותה סביבה. הדבר נעשה בניצוחו של העורך הראשי עמוס רגב, הנוקט בגישה ריכוזית בניהול המערכת ומתווה באופן ישיר ופרטני את הקו של העיתון. במקביל, כפי שעולה מעיון בעיתון, עורכיו וכתביו נוהגים לקדם בקביעות את מסריה הגלויים והלא-גלויים של לשכת נתניהו, בנושאים שונים ולהצניע בשיטתיות מידע העשוי להטיל צל על אופן התנהלותן של רשויות המדינה, עליהן אחראי נתניהו כראש הממשלה. ההירתמות לטובת נתניהו איננה רק במישור הפוליטי, אלא מכוונת גם אליו כאדם פרטי ואל בני משפחתו: עורכי "ישראל היום" גם נוהגים לפרסם מינון גבוה של ידיעות קלות ערך בכיכובם של בני משפחתו הגרעינית של נתניהו, במידה שאין דומה לה בכלי תקשורת מקבילים.

התמונה שהצגתי מעידה על **רמיסה בוטה** של העקרונות שאמורים להנחות עבודה עיתונאית ועל קיומם של סממנים בולטים האופייניים **למסרים תעמולתיים** לטובת נתניהו האיש. הסיקור של נתניהו ב"ישראל היום" רחוק מרחק מזרח ממערב מהעקרונות שאמורים להנחות דיווח עיתונאי כפי ששרטטו אותו רוניטל וקובאץ<sup>118</sup>. עקרון העצמאות של עיתונאים וריחוקם מלחצים של מוקדי כוח הוחלף ב"ישראל היום" ברתימתם של שורה של עיתונאים לשירות נתניהו, בין אם על ידי בחירה סלקטיבית של עיתונאים לפי קרבתם לנתניהו, או על ידי העסקתם בסביבת נתניהו וגם באמצעות מדיניות עריכה שכוללת שכתוב מגמתי וגם צנזורה של ממש. בכך מעביר העיתון את מחויבותו מקהל קוראיו למחויבות בלעדית למסוקר יחיד אשר עליו יש לכתוב רק באופן חיובי - ראש הממשלה נתניהו. עניין זה גם פוגע במחויבותם של העיתונאים לאמת, קרי הצגת העובדות בהקשרן, כמו גם המחויבות לשרטט לקוראים תמונה רחבה ופרופורציונאלית. אולי הדבר החמור ביותר הוא אופן הצגת העובדות בעיתון. אין הכוונה במקרה זה דווקא לאופן שבו עובדים

<sup>116</sup> כותבים שונים. (8.2.15). ישראל היום (מהדורת דפוס בגרסה דיגיטלית). <http://digital-edition.israelhayom.co.il/Olive/ODE/Israel/Default.aspx?href=ITD%2F2015%2F02%2F08>

<sup>117</sup> טאוסיג, שוקי. (23.1.15). גרסת הרש. העין השביעית. <http://www.the7eye.org.il/144334>

<sup>118</sup> Kovach, Bill & Rosentiel. Tom. (2014). The Elements of Journalism, Revised and Updated 3rd Edition: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. Penguin Random House, New York.

העיתונאים מול מקורותיהם, אלא לברירה הסלקטיבית והמוטית הנעשית לעובדות אלו בדרך לפרסומן בעיתון, ככל הנראה באופן שיטתי על ידי העורך הראשי או מי מטעמו. כאמור, הסלקטיביות בהבאת העובדות היא בליבת מה שמבדיל לדעת צמד חוקרי התקשורת, בין עבודה עיתונאית לתעמולה.

בנוסף, מהתמונה שתיארתי עולה כי ההתנהלות של "ישראל היום" מול מי שמחזיק בהגה הנהגת המדינה, מפרה את המחויבות העיתונאית לווסת את פעולתם של מוקדי הכוח במדינה, שהרי העיתון נמנע מקו ביקורתי ופועל כדי לכסות על כשלו של נתניהו ולהדיר את קולות מבקריו. לכך נוספת גם הימנעות העיתון מקיום במה חופשית להחלפת דעות וויכוח בנוגע לנתניהו דרך מאמרי דעה וטורים אישיים, כפי שהעידו שורה של כותבים שמאמרים שלהם שנפסלו או נדחקו לשוליים ולעתים הביאו אותם להפסיק לכתוב לעיתון כליל.

מן הצד השני, ניכרים בדיווחי "ישראל היום" אודות ראש הממשלה כמה מהסממנים שעליהם הצביע החוקר מריל ככאלה המסייעים לזהות דבר תעמולה בעיתונות<sup>119</sup>. הטקטיקות נוגעות בעיקר לתהליך העריכה של העיתון: ברירה סלקטיבית של המידע, כך שיאדיר את פועלו של נתניהו, יצניע את כשלו ויטשטש דברי ביקורת עליו; ניסוח כותרות באופן מוטעה וגם מטעה; ברירה סלקטיבית של תמונות (בעיקר בכל הנוגע לאשת ראש הממשלה); שימוש במקורות סמכות שנועדו לחזק את המסר האסטרטגי (מקורבים לנתניהו), סימון "אויבים" והתעלמות מהם<sup>120</sup>, טשטוש הגבול שבין הצגת עובדות לפיקציה (למשל, חלקו של נתניהו ב"עופרת יצוקה"), והחמור מכל – הפעלת צנזורה של ממש, קרי פסילת מידע מהבאתו לפרסום במסווה של "שיקולי עריכה", כחלק מהרתמות העיתון לטובת נתניהו.

כדי להכריע בשאלה אותה נתבקשתי לבדוק, ניסיתי להבין האם מדובר בהטיות נקודתיות או בשיטה. התמונה הרחבה שפרשתי כאן מעידה כי לא מדובר במעידות מקריות, כמו אלו המתרחשות בכל כלי תקשורת בשכיחות גבוהה, אלא בשיטה המיושמת לאורך זמן, באופן עקבי, תוך שליטה ריכוזית ומכוונת של בעלי סמכות המקושרים ישירות לנתניהו, חלקם חבים לו את מינויים באופן אישי. יש בכך כדי להעיד שהעיתון כולו רתום באופן אסטרטגי לקידום איש אחד, אולי אף הוקם אך ורק לשם מטרה זו, וראשו נוקטים בכל אמצעי כדי לממש אותה, יום אחרי יום.

### ג. הזיקה בין נתניהו ו"ישראל היום" בשיח הציבורי

החלק האחרון של חוות דעתי יסקור את האופן שבו נתפס "ישראל היום" בשיח הציבורי המתקיים בכלי תקשורת אחרים. אין בכך לספק עדות חותכת לשאלה שבה עוסקת חוות דעת זו, שהרי גם לרבים מן המשקיפים על העיתון יש מניעים בלתי ענייניים, פוליטיים או מסחריים, וכבר ציינתי את הקושי להבחין בוודאות בדבר תעמולה אך ורק על סמך התוצר הסופי. למרות זאת, לתפיסה הרווחת של "ישראל היום"

<sup>119</sup>Merrill, C. John. (1997). Journalism ethics: Philosophical foundations for news media. St. Martin's Press, New York. Pp. 29-35.

<sup>120</sup> במקור, מריל מתייחס דווקא להדגשה של דמות "אויב", אבל גם הדרה של מי שנתפס כ"אויב" נופלת בעיני בקטגוריה זו.

בציבוריות הישראלית יש משמעות לענייננו מאחר והחומרים בהם עוסקת חוות דעת זו, כולל אלו העוסקים במתרחש בתוך העיתון, הינם גלויים ונתונים לשיפוט הציבור ממש כפי שהנחתי אותם לשיפוט.

### 1. הדיון הציבורי בקשר בין נתניהו ו"ישראל היום"

עובדי העיתון שבבעלות בני הזוג אדלסון, שזכה זה מכבר לכינוי "ביביתון" (אדלסון עצמו התייחס לכינוי זה בנאום שנשא ב-2010<sup>121</sup> ובהזדמנויות נוספות), מתמודדים באופן קבוע עם האשמות בהטיה פוליטית פרסונלית לטובת נתניהו. המילים "תעמולה", "שופר", "פרופגנדה" ו"פראבדה" עולות תדיר בשיח הציבורי, הפוליטי והעיתונאי על התנהלותו של "ישראל היום". אף שחלק מאנשי העיתון נוהגים להדוף את ההאשמות, עד כה לא תבעו ב"ישראל היום" אף אדם שהגדיר את העיתון ככזה שתכליתו המרכזית היא הפצת תעמולה לסוגיה.

אדלסון עצמו, בראיון משנת 2013, קשר בין נקודת המבט של נתניהו והגישה הרצויה לעיתון: "מה שאתה קורא אצלנו זו נקודת מבט הוגנת ומאוזנת, לא רק של ביבי אלא של כולם"<sup>122</sup>. "לדברי אדלסון, חלק מתכליתו של העיתון היא הדיפת הפרסומים הביקורתיים נגד נתניהו: "ישראל היום" מדווח את האמת, גם כשמדובר בראש הממשלה בנימין נתניהו. וזאת, בניגוד לקמפיין שעושה ידיעות אחרונות, שמשעבד את האמת כך שניתן יהיה לדווח דברים שליליים על ראש הממשלה ולהשמיצו"<sup>123</sup>.

העיתונאי חתן פרס סוקולוב עוזי בנוימן אמר בהקשר זה: "צריך לתהות על קנקנו של אדלסון לגופו של עניין; מי האיש הזה, מה משמעות המסרים שלו, מה בדיוק היחסים בינו לבין נתניהו. זה דבר שעוד לא מופענח עד הסוף"<sup>124</sup>.

פרופ' יואב דותן, ראש הקתדרה למשפט ציבורי באוניברסיטה העברית, קשר בין "ישראל היום", אדלסון ונתניהו ובין החשש מפני שימוש חריג בכוח כלכלי לשינוי השדה הפוליטי<sup>125</sup>. פרופ' דן כספי, מומחה לתקשורת, הגדיר את נצחוננו של נתניהו בבחירות 2009 כדיבידנד ראשון שצמח לאדלסון מהשקעתו ב"ישראל היום"<sup>126</sup>. אורי משגב, פובליציסט ב"הארץ", כינה את העיתון "שופר של פרופגנדה מתמשכת של נתניהו"<sup>127</sup>.

איש התקשורת דן שילון הציע לחייב את עורכי "ישראל היום" להדפיס באופן קבוע, ובמיקום בולט, "גילוי נאות" בנוגע לקשריו של העיתון עם נתניהו. העיתונאי וכעת ח"כ מיקי רוזנטל, לפני כניסתו לפוליטיקה,

<sup>121</sup> פרסיקו, אורן. (7.2.10). האלכסונים והעיתון האובייקטיבי. העין השביעית. [the7eye.org.il/25984](http://the7eye.org.il/25984)

<sup>122</sup> אברבך, לי-אור, וציפורי, טלי. (24.12.13). אדלסון לכתב "גלובס": "ישראל היום" תהיה עד שתגיע לגילי". [גלובס](http://גלובס.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000904226)

[globes.co.il/news/article.aspx?did=1000904226](http://globes.co.il/news/article.aspx?did=1000904226)

<sup>123</sup> ביסמוט, בועז, ורגב, עמוס. (9.5.14). באנו לשבור את הפחד מגוני. ישראל היום. [israelhayom.co.il/article/180803](http://israelhayom.co.il/article/180803)

<sup>124</sup> הורודניציאנו, מאיה, ונוי, גוני. (17.9.12). עוזי בנוימן עוזב את "העין השביעית" ומדבר על מצב התקשורת. זמן ירושלים.

[nrg.co.il/online/54/ART2/403/855.html](http://nrg.co.il/online/54/ART2/403/855.html)

<sup>125</sup> דותן, יואב. (26.11.14). הון, שלטון, וחוק ישראל היום. הארץ. [haaretz.co.il/opinions/premium-1.2496782](http://haaretz.co.il/opinions/premium-1.2496782)

<sup>126</sup> כספי, דן. (7.4.10). מדיה חדשה, כללים ישנים. העין השביעית. [the7eye.org.il/15874](http://the7eye.org.il/15874)

<sup>127</sup> משגב, אורי. (16.11.14). להתנגד לחוק "ישראל היום". הארץ. [haaretz.co.il/opinions/premium-1.2486426](http://haaretz.co.il/opinions/premium-1.2486426)

אמר: "אם אדלסון היה מעמיד לרשותו של ביבי בניין משרדים ענקי בבעלותו ומזמין אותו למקס בו את מטה הבחירות שלו – זו טובת הנאה, נכון? מה ההבדל בין זה לבין להעמיד לרשותו עיתון שעושה בשבילו תעמולה? קיומו של 'ישראל היום' פוטר את ביבי מהצורך לממן מודעות במיליוני שקלים"<sup>128</sup>.

## 2. קריאות להכרה ב"ישראל היום" כתעמולה שיש להחיל עליה פיקוח משפטי

האפשרות שקשריו של נתניהו עם אדלסון ו"ישראל היום" צריכה להיבחן דרך הפריזמה של חוקי מימון הבחירות גם היא אינה תרחיש זר לאוזן הישראלית. משפטנים, חוקרי תקשורת, פוליטיקאים ועיתונאים העלו אותו בשנים האחרונות, בעיקר בשנים שלאחר מינוי נתניהו לראשות הממשלה ב-2009. אציג כאן כמה מההתבטאויות האלו.

"הקו המערכתי האחיד של 'ישראל היום', שאין דומה לו באף כלי תקשורת מרכזי אחר בישראל, הקנה לו תדמית של פמפלט תעמולתי שנתפר באופן אישי למידותיו של נתניהו. בניגוד למידע עם אופי תעמולתי שמפיצים גופים ממלכתיים שונים, דוגמת משרדי הממשלה והצבא, תעמולה אישית כפופה לחוק מימון מפלגות – שמתוקפו נקבעה תקרה לסכום שמועמד פוליטי רשאי לגייס ולהוציא על קידומו האישי. על הסכומים המושקעים ב'ישראל היום' לא חל פיקוח כלשהו", נכתב ב"העין השביעית" ב-2014, בתחקיר על המודל הכלכלי של "ישראל היום"<sup>129</sup>.

דרוקר, בתחקיר "המקור", אמר כך: "לדעת גורמים במערכת הפוליטית אם אדלסון היה רוצה לתמוך פוליטית בנתניהו, הוא היה יכול לתת לו 10,000 דולר מקסימום, וגם זה לפריימריז. אם מטרתו הראשונית של העיתון היא בכלל לעזור לנתניהו, אז נמצאה כאן – אומרים אותם גורמים – **דרך גאונית לתמוך בפוליטיקאי בסכומי עתק בלי לתת לו דולר אחד ישירות**"<sup>130</sup>.

בראיון שהתפרסם לאחר שידור תחקיר "המקור" על "ישראל היום", אמר דרוקר את הדברים הבאים: "אני לא הצלחתי לבסס מספיק – ביססתי, אבל לא מספיק – את הלינקג' ישראל היום-לשכת רה"מ. אם הקשר הזה הוא עוד יותר הדוק ממה שאני הספקתי לתשוף [...] אז באמת צריך לחשוב האם אין פה מקום לראות את כל הדבר הזה במסגרת של מימון בחירות ותעמולה – ואז כמובן נכנסת פה פתאום מטריה חוקית"<sup>131</sup>.

**פרופ' מרדכי קרמניצר** ו"ר תהילה שוורץ אלטשולר מהמכון הישראלי לדמוקרטיה פרסמו חוות דעת משפטית שבה נכתב כי "תופעת 'ישראל היום' נתפסת כתעמולה שאיננה כפופה לחוקי מימון המפלגות [...] אמנם, 'ישראל היום' מגדיר את עצמו כמי שאמור להשיב את האיזון למערכת התקשורת הישראלית, אבל הוא איננו עיתון ימין. הוא עיתון שתומך במועמד פוליטי מסוים. אנו קוראים למבקר המדינה לפרסם חוות דעת או גילוי דעת באשר לשאלה האם מצב שבו בעל הון מזרים כסף לאמצעי תקשורת ללא מודל עסקי

<sup>128</sup> אלפר, רוגל. (16.5.08). עיתון? ביביתון. מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART1/733/583.html](http://nrg.co.il/online/1/ART1/733/583.html)

<sup>129</sup> ב"נ, איתמר. (11.8.14). "תעמולה זולה". העין השביעית. [the7eye.org.il/115594](http://the7eye.org.il/115594)

<sup>130</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>131</sup> אבריאלי, איתן. (5.2.13). ראיון מצולם עם רביב דרוקר. [themarker.com/tv/1.1922948](http://themarker.com/tv/1.1922948). The Marker

במטרה לתמוך במועמד פוליטי מסוים, שזהותו ברורה, אינה פגיעה בחוקי מימון הבחירות"<sup>132</sup>. ד"ר שוורץ-אלטשולר, חוקרת תקשורת ומשפטנית, כתבה דברים דומים במאמר שהתפרסם בעיתון "The Marker"<sup>133</sup>.

העיתונאי בן כספית הגדיר את מודל הפעולה של אדלסון בשוק התקשורת הישראלי כ"לא חוקי"<sup>134</sup>, ואת "ישראל היום" כינה "עלון תעמולה משפחתי שמעניק שירותי חנם בשווי של עשרות מיליוני שקלים בשנה למשפחת נתניהו"<sup>135</sup>. בהקשר של השפעת "ישראל היום" על שוק התקשורת כתב כספית: "בנימין נתניהו הוא האיש שמקבל משלדון אדלסון צ'ק של מיליוני דולרים לחודש, דמי מימון הביטאון האישי שמחולק חנם לכל דורש ומביא לחיסול התקשורת החופשית שעוד נותרה בישראל"<sup>136</sup>.

פרופ' הלל סומר הציע גם הוא להחיל את חוקי מימון הבחירות על "ישראל היום", בהתבסס על המסקנה שלפיה מדובר בעיתון שתכליתו תעמולה פרסונלית<sup>137</sup>. ספי רכלבסקי, בעל טור ב"הארץ", כתב כך: "ישראל היום אינו עיתון. 'ישראל היום' הוא אנטי-עיתון שתכליתו השמדת העיתונות החופשית. 'ישראל היום' אינו חוקי כבר היום. הפעלת החוקים הקיימים היתה סוגרת אותו מזמן. [...] 'ישראל היום' אינו סתם עלון תעמולה, הוא סופר-עלון תעמולה. קשה למצוא בו מילה שלא נראית כנכתבת ישירות מלשכת ראש הממשלה. כל ידיעה, ולו שולית, נראית כנמדדת לפי מידת עזרתה לנתניהו. ותעמולה בלתי פוסקת למען ראש הממשלה חמורה מתעמולה למען כל אדם"<sup>138</sup>.

קולות מסוג זה נשמעו גם במערכת הפוליטית. השרה **ציפי לבני**, בראיון לערוץ 2, אמרה כי "ישראל היום" זה לא עיתון, זו תעמולה בחירות שממומנת על-ידי מישהו שהאיגודה שלו בעיני מאוד בעייתית לעתידה של מדינת ישראל"<sup>139</sup>. **חיים רמון**, בראיון שנכלל בתחקיר "המקור", אמר: "אני משוכנע שאם היה קם עיתון ומישהו היה בא ומשרת את חיים רמון, זה היה מזמן חקירה. [...] לדעתי זו חריגה מכל חוק של מימון מפלגות"<sup>140</sup>.

**יאיר לפיד**, בהתבטאות מלפני ריצתו לכנסת, טען כי "ישראל היום" הוא בטאון רשמי של נתניהו"<sup>141</sup>. בהזדמנות אחרת ב-2012 אמר לפיד: "מעניין לבדוק האם קיומו של העיתון הוא לא תרומת בחירות של 300 מיליון שקל משלדון לנתניהו. זה כנראה ייבדק אחרי הבחירות. אם תורם של ראש ממשלה מממן עיתון

<sup>132</sup> ב"ז, איתמר. (22.11.14). "הצעה תכסיסנית פסולה". העין השביעית. [the7eve.org.il/134138](http://the7eve.org.il/134138)

<sup>133</sup> שוורץ-אלטשולר, תהילה. (9.11.14). פוליטיקאים קונים את התקשורת בכסף. The Marker. [themarker.com/opinion/1.2481113](http://themarker.com/opinion/1.2481113)

<sup>134</sup> גולדן, שי. (23.2.12). בן המקום. מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART2/348/889.html](http://nrg.co.il/online/1/ART2/348/889.html)

<sup>135</sup> כספית, בן. (30.10.10). תוכנית נתניהו: העברת התקציב והקפאה ארוכה. מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART2/172/222.html](http://nrg.co.il/online/1/ART2/172/222.html)

<sup>136</sup> כספית, בן. (29.9.12). אובמה כבר יודע: הפעם זה לא יגמר בנאומים. nrg מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART2/405/606.html](http://nrg.co.il/online/1/ART2/405/606.html)

<sup>137</sup> אברבך, לי-אור. (29.10.14). מורשת אדלסון. גלובס. [globes.co.il/news/article.aspx?did=1000982152](http://globes.co.il/news/article.aspx?did=1000982152)

<sup>138</sup> רכלבסקי, ספי. (14.5.14). "ישראל היום" זה לא עיתון. הארץ. [haaretz.co.il/opinions/premium-1.2320104](http://haaretz.co.il/opinions/premium-1.2320104)

<sup>139</sup> מצליח, רינה. (1.11.2014). "פגוש את העיתונות". חדשות ערוץ 2.

[mako.co.il/news-channel2/Meet-the-Press-q4\\_2014/Article-450ac780b6c6941004.htm](http://mako.co.il/news-channel2/Meet-the-Press-q4_2014/Article-450ac780b6c6941004.htm)

<sup>140</sup> דרוקר, תחקיר "ישראל היום".

<sup>141</sup> גרינצוויג, אמילי. (12.6.12). לפיד: "רשות השידור מוטת שלטון, 'ישראל היום' ביטאון של נתניהו". הארץ. [haaretz.co.il/gallery/media/1.1729848](http://haaretz.co.il/gallery/media/1.1729848)



שתומך בראש הממשלה – זאת תעמולת בחירות<sup>142</sup>. השרים נפתלי בנט<sup>143</sup> ואביגדור ליברמן<sup>144</sup> כינו את העיתון "פראבדה", עיתון התעמולה של המפלגה הקומוניסטית בברית-המועצות.

לסיכום הדברים, יודגש כי הטענות בנוגע לאופיו של "ישראל היום" נשמעות מפי גורמים רבים ומגוונים, שזיהויים הפוליטי, היכן שישנו כזה, ממקם אותם משמאל וגם מימין לנתניהו ולאדלסון. בין המתבטאים ישנם יריבים פוליטיים של נתניהו, אך גם כמה משותפיו לממשלות בראשותו. יש ביניהם עיתונאים שכלי התקשורת שלהם נפגעו מכניסת "ישראל היום" לשוק – לצד כאלה שכלי התקשורת שלהם אינם מתחרים ב"ישראל היום" ואף כאלה שדווקא הרוויחו מהקמתו (למשל "הארץ", שקיבל מ"ישראל היום" מאות מיליוני שקלים עבור הדפסת והפצת העיתון). משפטנים וחוקרי תקשורת בלתי תלויים הצביעו גם הם על אופיו הייחודי של העיתון והצורך לשקול התערבות משפטית בשל אופיו התעמולתי.

### מסקנות

נתבקשתי בחוות דעת זו להכריע בשאלה האם הסיקור של העיתון "ישראל היום" ביחס לראש הממשלה והמועמד לראשות הממשלה, בנימין נתניהו, הינו בגדר דיווח עיתונאי העומד בעקרונות המקובלים של עבודה עיתונאית או שמא הוא בגדר תעמולה פוליטית ולכן מהווה תעמולת בחירות עבור בנימין נתניהו?

על בסיס המצע התיאורטי שהנחתי בתחילת מסמך זה טענתי כי עיקר ההבדל בין מסר שמכוון להיות דיווח עיתונאי למסר תעמולתי נעוץ בכוונות העומדות מאחורי הפעולה של מקור המסר. מכאן גם הקושי של הקהל הרחב להבחין באופן ברור בין השניים: קל לטשטש את הגבול בין עיתונות לתעמולה ולהציג מסרים ב"תחפושת", קשה הרבה יותר לפרק בחזרה את המניפולציה ולהבהיר מה טיבו של המסר בדיעבד.

נשענתי בניתוח שהצגתי על אבחנותיו של הפילוסוף יורגן האברמס<sup>145</sup> שהבחין בין פעולה תקשורתית שמבוססת על שיח והחלפת דעות שונות, ובמסגרתה מתקיים דיון אמיתי בין השחקנים השונים והם מסוגלים להשפיע זה על דעתו של זה, לבין פעולה אסטרטגית, בה אחד השחקנים (לפחות) עושה שימוש בשיח עם אחרים ובהצגת טיעונים לצורך השפעה עליהם, למימוש מטרותיו המוקדמות. במקרה השני, אי אפשר להיזי את מי שנוקט בפעולה אסטרטגית מהטיעונים שהוא מציג והוא למעשה מקיים רק פסאדה של דיון, שמאחוריו מטרה אחרת (תהיה אשר תהיה, למשל מכירה של מוצר, קבלת משרה וכו'). בנוסף, האברמס התייחס למקרה שבו פעולה אסטרטגית מוצגת כפעולה תקשורתית. זו תוארה על ידו כרמייה מודעת שהיא, בפשטות - מניפולציה. זהו למעשה המקרה שאליו נדרשתי ביחס ל"ישראל היום". השאלה שעומדת במרכז חוות הדעת היא האם נעשה שימוש מניפולטיבי במצג של עיתון המקיים שיח חופשי לצורך הפצת תעמולה המכוונת לתמוך ולקדם באופן אישי את בנימין נתניהו.

<sup>142</sup> ורטהיים, דוד. (24.11.12). לפיד: "ישראל היום" – תרומת בחירות של 300 מיליון שקל משלדון לנתניהו". וואלה. [b.walla.co.il/item/2589703](http://b.walla.co.il/item/2589703)

<sup>143</sup> טוקר, נתי. (30.3.14). בנט נגד "ישראל היום": "זה פראבדה של ראש הממשלה". *The Marker*. [themarket.com/advertising/1.2282960](http://themarket.com/advertising/1.2282960)

<sup>144</sup> גלר, ארי. (20.8.13). ליברמן: "העיתון 'ישראל היום' הוא פראבדה". *nrg* מעריב. [nrg.co.il/online/1/ART2/500/812.html](http://nrg.co.il/online/1/ART2/500/812.html)

<sup>145</sup> Habermas, J. r. (1986). *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society, Volume I. Polity* Cambridge.

עוד הצגתי את העקרונות המאפיינים את העבודה העיתונאית, כפי שהציגו אותם באופן אידאי העיתונאים ומבקרי התקשורת טום רוזנטיל וביל קובאץ'<sup>146</sup>, ולצד אלו סממנים שמנה חוקר התקשורת ג'ון מריל<sup>147</sup> לזיהוי תעמולה בדיווח עיתונאי.

על בסיס אלו, הצגתי ניתוח מרובה שכבות למקרה "ישראל היום", כזה המתייחס מצד אחד לכוונות העומדות מאחורי הקמת העיתון והפעלתו (חלק א') ומצד שני להטיות שניתן לאתר בסיקור שלו את נתניהו (חלק ב'). גם בהתייחס לסיקור עצמו (קרי, בתוך חלק ב'), המבט שהצגתי הוא כפול: התייחסתי הן להיבט המערכתי - האופן בו מתקבלות החלטות עריכה ב"ישראל היום" - והן לתוצר הסופי ולהטיות שניתן לאתר בו. גישה זו מכוונת להאיר ולהבין לא רק את המסר עצמו, אלא גם את הכוונות שעומדות מאחוריו ובדרך זו להכריע בשאלה האם העיתון אכן מספק לנתניהו תעמולה במסווה של סיקור עיתונאי. הניתוח שהצגתי כאן הוא, למיטב ידיעתי, העבודה המקיפה ביותר שנעשתה עד היום ביחס לשאלת זיקתו של "ישראל היום" לנתניהו<sup>148</sup>. על בסיס התמונה שפרשתי כאן, מבחינה תיאורטית ואמפירית, אני קובעת שההוכחות שהבאתי מצביעות בבירור כי סיקור נתניהו ב"ישראל היום" מכוון ורתום כולו בראש ובראשונה לצורך האדרתו של נתניהו האיש והפוליטיקאי, האדרת משפחתו וסביבתו הקרובה והעלמה וטשטוש של כל דבר ביקורת עליו. ככזה, נכון הרבה יותר לראות אותו כדבר תעמולה מאשר דיווח עיתונאי.

אסכם את הדברים בקצרה.

ראשית, העיתון הוקם על ידי אחד מגדולי התורמים של נתניהו תוך שיח אינטנסיבי בין נתניהו לאדלסון ומעורבות צמודה של בני הזוג נתניהו לאורך תקופה ההקמה. בעלי התפקידים בו, בהם העורך הראשי עמוס רגב וכן מי שהיה סמנכ"ל העיתון נתן אשל, הם בעלי זיקה אישית וקרובה לנתניהו. רגב היה חלק מצוות הייעוץ הקרוב לנתניהו ואשל ידוע כאחד האנשים המקורבים ביותר לבני הזוג ומונה על ידי נתניהו למנהל לשכתו עד שנאלץ לעזוב, בעקבות מעורבותו בהטרדה מינית. גם בעלי תפקידים אחרים נושאים בזיקה ישירה לנתניהו, בהם האלוף יעקב עמידרו, הפובליציסט דרור אידר, הפרשן חיים שיין והעיתונאי בועז ביסמוט.

שנית, המאבק של העיתון נגד ניסיונות החקיקה שנועדו להגביל את תפוצתו החינמית (בעיקר זה האחרון של ח"כ איתן כבל) לווה במאמצים משמעותיים מצד סביבתו הקרובה של נתניהו כדי להשפיע על חברי הכנסת להתנגד להצעה. ראש הממשלה כעס על כשלון מאמצים אלו, כאשר אושרה הצעת החוק בקריאה טרומית,

<sup>146</sup> Kovach, Bill & Rosentiel. Tom. (2014). The Elements of Journalism, Revised and Updated 3rd Edition: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. Penguin Random House, New York.

<sup>147</sup> Merrill, C. John. (1997). Journalism ethics: Philosophical foundations for news media. St. Martin's Press, New York. Pp. 29-35.

<sup>148</sup> הוא מתבסס, כמוכן, על לא מעט עבודה עיתונאית יסודית שנעשתה ביחס ל"ישראל היום", בעיקר זו של עיתונאים חוקרים, ושעליה התבססתי. כוונתי כאן היא להצגת מכלול התמונה ביחס לפעולת "ישראל היום" וזיקתו לנתניהו.

ומספר פרשנים פוליטיים טענו כי הפניית העורף של מספר חברי קואליציה בסוגיית "ישראל היום" היא שדחפה אותו בסופו של דבר לפירוק הממשלה והכרזה על בחירות.

שלישית, המודל החינמי עליו נשען "ישראל היום" והפרסומים אודות המחירים הנמוכים שהוא גובה עבור מודעות וגם ממנוייו (מחיר המוגדר כ"עלות משלוח"), יש בהם להעיד על כך שהעיתון אינו פועל למטרות רווח ואף יותר מכך – הדיווחים מצביעים על הפסדים של עשרות רבות של מיליוני שקלים לבעליו, הנמנה על אנשי העסקים העשירים בעולם. מכאן עולה כי העיתון הוא ככל הנראה לא מטרה עסקית בפני עצמה, אלא כלי לקידום מטרות אחרות, הבולטת שבהן היא חיזוק תדמיתו של נתניהו בציבור בישראל<sup>149</sup>.

רביעית, העדויות הרבות שהצטברו על הנעשה בעיתון מציירות תמונה לפיה העורך הראשי, עמוס רגב, השליט סגנון ניהול ריכוזי שנועד לאפשר לו שליטה מירבית בקו של העיתון באופן כללי ובעיקר בכל מה שנוגע לנתניהו וסביבתו. רגב בודק באופן פרטני את הידיעות ומורה על שכתובן (דבר חריג למי שנושא במשרת עורך ראשי ומעסיק תחתיו, לפי המקובל: סגן עורך, ראש מערכת חדשות, ראש דסק, עורכי עמודים ושורה של משכתבים) וגם עוסק בבחירת תמונותיה של שרה נתניהו שיתפרסמו בעיתון. זהו עניין משמעותי להבנת הכוונות שעומדות מאחורי סיקור נתניהו והאמצעים המעשיים להשיגן.

לבסוף, אם בודקים הלכה למעשה את הסיקור שלו זוכה נתניהו ב"ישראל היום" מוצאים בו סממנים של **הטייה ברורה**, כאלו המרחיקים אותו מעקרונות הפעולה של דיווח עיתונאי ומקרבים אותו לדבר תעמולה. העיתון משמש באופן קבוע ושיטתי שופר למהלכים תדמיתיים מכיוון נתניהו ומקדם את המסרים שמגיעים מסביבתו הקרובה ומשרתים את צרכיו הפוליטיים. העיתון מצניע או מצנזר ממש דברי ביקורת על נתניהו ואירועים שיש להם השלכה שלילית על תדמיתו, אינו עוסק בכל עבודה עיתונאית תחקירית או ביקורתית עליו ופוסל או מצניע דברים של בעלי דעה ופרשנות שיש בהם לפגוע בנתניהו.

הטקטיקות האופייניות לתעמולה מוכנסות לפרסומים הנוגעים לנתניהו בעיקר בתהליך העריכה<sup>150</sup> דרך ברירה סלקטיבית של המידע המוצג לקוראים (עד כדי שקרים של ממש), ניסוח כותרות באופן מוטעם ומטעה, ברירה סלקטיבית של תמונות, שימוש במקורבים לנתניהו המוצגים כמקורות סמכות שנועדו לחזק את המסר שעליו חוזרים, טשטוש הגבול בין עובדות לפיקציה במספר מקרים והפעלת צנזורה של ממש, קרי פסילת מידע והעלמתו מציבור הקוראים, כחלק מהרצון לקדם את הדימוי החיובי של נתניהו.

כעמוד תומך לניתוח שהצגתי, התייחסתי גם לאופן שבו נידון הקשר שבין "ישראל היום" לנתניהו בשיח הציבורי. "ישראל היום" הפך להיות מזוהה עם הכינוי הלעגני "ביביתון" ומוכר ככזה בציבור הרחב. הוא זוכה לקיתונות של ביקורת ולעג, לצד קולות מודאגים, המתייחסים לנוק הרב שעולה מפעילותו לדמוקרטיה

<sup>149</sup> מטרה אחרת, שכבר הושגה, היא שבירת המונופול של העיתון "ידיעות אחרונות" אך זו איננה נפרדת מהרצון לקדם את נתניהו, ש"ידיעות אחרונות" ידוע כאויבו המושבע בתקשורת.

<sup>150</sup> כמובן, לא רק, שהרי העיתון נרתם לטובת נתניהו כבר בשלב מינוי בעלי התפקידים בו.

הישראלית. בנוסף, מאז שב נתניהו לכיסא ראש הממשלה בשנת 2009 התרבו הקולות הקוראים להתערבות משפטית בפעולת "ישראל היום" והכרה בו כתעמולה אישית למען נתניהו.

חוות דעת זו מצטרפת לקריאה זו וקובעת כי ניתן לומר בביטחון גבוה כי "ישראל היום" הוא פרסום המוצג אמנם בידי בעליו כעיתון חופשי ומאוזן, אך למעשה הוא רתום רובו ככולו להפצת תעמולה למען אדם אחד המכהן כיום כראש ממשלת ישראל.

לסיכום דבריי אוסיף כמה משפטים עליהם לא נשאלתי במסגרת חוות דעת זו אך כחוקרת תקשורת אני חשה מחוייבות מצפונית להפנות אליהם את תשומת הלב. הזיקה בין נתניהו ל"ישראל היום" ראויה לתשומת לב מיוחדת ולבחינה משפטית קפדנית בגלל עמדת הכוח שבה נושאים שני השחקנים המרכזיים – ראש ממשלה מכהן מצד אחד, ושלדון אלדסון, אדם בעל עוצמה כלכלית אדירה ורצון להשפעה פוליטית, מצד שני. החיבור בין בעל הון לבין פוליטיקאי במקרה זה מטלטלים את הציבוריות הישראלית במובנים שקשה להפריז בהם. יש לפעולתו של "ישראל היום" השלכות על התנהלות שוק העיתונות בישראל, ובעיקר על היכולת לקיים שיח ציבורי ראוי בנוגע למי שעומד בראש הנהגת המדינה. נוכחותו של "ישראל היום" בזירת התקשורת מקשה על יידוע האזרחים אודות ראש ממשלתם וקיומו של פיקוח שוטף מצידם על התנהלותו של המנהיג הנבחר, באמצעות העיתונות. על אחת כמה וכמה מקשה עליהם "ישראל היום" לשפוט אותו לקראת הבחירות הקרבות, באופן שנשען על עובדות, ידע וויכוח שכלתני. פעולתו של כלי תעמולה במסווה של עיתון יש בה זיהום של השיח הציבורי, פגיעה קשה בהליך הבחירות ובכך – איום ממשי על ניקיונו והוגנותו של ההליך שנמצא בלב המשטר הדמוקרטי ועל היכולת להמשיך ולקיים משטר דמוקרטי בישראל.