דו"ח הוועדה סעיף 15 (ב) לתקנון האתיקה של מועצת העיתונות

בסעיף 15 (ב) לתקנון האתיקה המקצועית של מועצת העיתונות בישראל, שאושר במליאת המועצה ב-16 במאי 1996, (להלן "הסעיף") נקבע:

"מו"ל של עיתון ובעליו יפרסמו בעיתון אחת לשנה גילוי נאות של האינטרסים העסקיים והכלכליים המהותיים שיש להם בתחום התקשורת ומחוצה לו".

מאז שהסעיף קיים בתקנון האתיקה – במשך יותר מעשרים שנה – הוא לא קוים מעולם ככתבו וכלשונו. אף מו"ל ואף בעלים של עיתון או כלי-תקשורת אחר לא פירסמו מעולם רשימה של האינטרסים העסקיים והכלכליים המהותיים שיש להם בתחום התקשורת ומחוצה לו.

ביום 30 בנובמבר 2014 הגישה עמותת "הצלחה" תלונה למועצת העיתונות נגד 31 כלי-תקשורת – כמעט כל כלי-התקשורת הנפוצים שראו אור בישראל באותה שנה. לפי התלונה, כל כלי-התקשורת הנילונים עברו על הסעיף ולא פירסמו דו"ח תקופתי כפי שנדרש בסעיף.

היועצת המשפטית של מועצת העיתונות, עו"ד יעל גרוסמן, והמשנה ליועצת המשפטית, עו"ד אילן שדי, דנו בתלונה **ולא החליטו להעבירה לבית הדין**. עו"ד גרוסמן כתבה כי "אמצעי התקשורת ביצעו, לכאורה, הפרה של כללי האתיקה. מכיוון שמדובר בהפרה מצד רוב אמצעי התקשורת, ומכיוון שמדובר בסוגיה מורכבת, גם אני סבורה שיש לדון בנושא במוסדות המועצה, ולקבל החלטה עקרונית בשאלה אם צריך להותיר את הכלל האתי על כנו, אם צריך להתאימו לעת הזו, וכיצד יש לאכוף אותו".

במליאת מועצת העיתונות הושמעה הטענה כי זהו חיוב ש"אין הציבור יכול לעמוד בו". חבר נשיאות מועצת העיתונות, פרופ' יחיאל לימור, אף הציע למחוק את הסעיף מתקנון האתיקה.

מליאת המועצה החליטה למנות ועדה שתבחן את הסעיף ותגבש המלצות לגביו. לוועדה התמנו פרופ' דן לאור, השופט בדימוס גבי שטרסמן ועו"ד משה רונן (רייניש).

מזכ"ל מועצת העיתונות לשעבר, מר אריק בכר, ובעקבותיו חברי הוועדה, בדקו תקנוני אתיקה מקצועית של אירגוני עיתונות ומועצות עיתונות בעולם. בבדיקות אלה לא נמצא חיוב דומה לחשיפת מידע תקופתי באף תקנון אתיקה. גם בתקנוני האתיקה הקודמים של מועצת העיתונות בישראל, שהתקבלו במליאת המועצה בינואר 1986 ועם הקמת המועצה בשנות השישים {גבי ודאי יודע את התאריך המדויק} , לא נמצא סעיף דומה.

ההצדקה לסעיף ברורה: כותרתו "ניגוד עניינים" מבהירה מדוע הוכנס הסעיף לתקנון האתיקה. הכוונה היתה לחשוף בפני צרכן התקשורת – הקורא, המאזין, הצופה והגולש – כי לכלי-התקשורת שהוא צורך יש אינטרסים כלכליים ואלה עלולים להשפיע

על התוכן העיתונאי. הצרכן אמור לבחון את התוכן שהוא צורך תוך הכרת האינטרסים של המפרסם.

ראוי לזכור, כי בסעיף 15 (ג) לתקנון מחויב כל עיתונאי וכל כלי-תקשורת בגילוי נאות כאשר יש לו אינטרס מהותי **בכתבה או בפירסום מסוים**. הוא מחויב לציין זאת בצמוד לאותו פירסום. זוהי נורמה שהתקבלה על-ידי כלי-תקשורת רבים, והיא מקוימת, אם כי לא בכל המקרים.

בסעיף 15 (ג) נקבע:

"היה לעיתון אינטרס מהותי – כלכלי או אחר, בתחום התקשורת או מחוצה לו – בנושא של פירסום מסוים, יפרסם בצמוד לאותו פירסום גילוי נאות של האינטרס שלו".

כאמור, סעיף 15(ג) אינו שנוי במחלוקת. אנחנו נדרשים רק לעניין סעיף 15(ב). לגביו, הועלתה הטענה כי זוהי גזירה שאין הציבור יכול לעמוד בה.

כמעט כל כלי-התקשורת כיום הם גופים כלכליים-עסקיים, ולרבים מבעליהם יש אינטרסים עסקיים שחשיפתם תפגע בכם עסקית וכלכלית. בשעה שכלי-תקשורת רבים אינם מגלים איתנות כלכלית והם מחפשים משקיעים נוספים, קיומו של סעיף זה עלול להרתיע משקיעים כאלה – ובכך לפגוע בכלי-התקשורת ואף לגרום לסגירת כלי-תקשורת ולפגיעה ביכולת הציבור לקבל מידע ודעות ממיגוון של כלי-תקשורת.

העובדה, שעד היום נשאר הסעיף בחזקת אות מתה בתקנון האתיקה מחזקת עמדה זו. ייתכן שמנסחי תקנון האתיקה בשנת 1996 כללו בו סעיף יפה ונכון תיאורטית, אבל בלתי ישים בעולם האמיתי.

כדאי לציין גם, כי בעולמנו המורכב קל להתחמק מקיום הסעיף: האם בעלת כלי-תקשורת תחויב לפרסם גם את האינטרסים של בן-זוגה? האם חברה, המחזיקה מניות בכלי-תקשורת, חייבת לפרסם גם את האינטרסים של חברות-בת? חברות-אם? חברות הקשורות בקשר סבוך באותה קבוצה?

השאלה שבפנינו היא האם די בחיוב לגילוי נאות לצד כל פירסום ספציפי שבו יש למפרסם אינטרס (חיוב הקיים, כאמור, בסעיף 15(ג)), או שראוי לקיים גם חיוב כולל ותקופתי, אחת לשנה, כפי שמחייב הסעיף. חיוב כזה מתייחס, לכאורה, גם לאינטרסים בחו"ל, שאינם נוגעים כלל לפירסומים בכלי-התקשורת.

לפי פרשנות מרחיבה של הסעיף, חייב בעלים של כלי-תקשורת לחשוף כל הלוואה שקיבל כל עסק אחר שבבעלותו, גם אם העסק האחר אינו קשור כלל לעסקי-התקשורת שלו. החיוב בגילוי חל גם אם ההלוואה ניתנה על-ידי בנק צרפתי, לעסק הפועל רק בספרד ואינו מעורר כל עניין בישראל. הוא קיים גם אם בעלים של כלי-תקשורת

ישראלי תרם עשרות מיליונים לאחד המועמדים בבחירות המתקיימות במדינה אחרת, ביבשת אחרת.

הוועדה זימנה את עו"ד אלעד מן, היועץ המשפטי של עמותת "הצלחה", ואת חבר מועצת העיתונות עמוס שוקן, המו"ל של עיתון הארץ, ושמעה במשך שתי ישיבות את טיעוניהם.

במהלך הפגישה עם עו"ד מן הוא הביע הסכמה לכך, שהמו"ל והבעלים של כלי-התקשורת יחויבו לפרסם תקופתית רק את האינטרסים **הגלויים** שלהם – כלומר מידע על חברות ציבוריות שהדין בישראל מחייב לפרסם, או מידע שכבר פורסם. לדבריו, עצם העובדה שהמידע הגלוי יפורסם באופן מרוכז ישרת את צרכני התקשורת.

שאלנו את עו"ד מן האם אין די בכך שכלי-תקשורת אחרים יכולים לפרסם את האינטרסים הגלויים של כל כלי-תקשורת. כך עושה, למשל, אתר "העין השביעית" המפרסם תקופתית את מפת הבעלויות והאינטרסים של כלי-התקשורת. הוא לא הסכים שדי בכך, וסבר שכל כלי-תקשורת חייב לפרסם תקופתית, אחת לשנה, לפחות את האינטרסים הגלויים או הפומביים שלו.

הצגנו את ההצעה הזאת לפני מו"ל "הארץ", עמוס שוקן, והוא לא דחה אותה על הסף. הוא ביקש מאיתנו לדחות את הדיון, כדי שיוכל להתייעץ עם יועציו המשפטיים ולהגיב רשמית להצעה. מאז ניתנה הבטחה זו, ב-25 בספטמבר 2016, לא נתקבלה תגובתו הסופית של מר שוקן.

לאור זאת, הוועדה ממליצה למליאת מועצת העיתונות לתקן את סעיף 15 (ב) לתקנון האתיקה המקצועית של העיתונות על-ידי הוספת המילה "**הגלויים**".

נוסח הסעיף יהיה, אם כן,

"מו"ל של עיתון ובעליו יפרסמו בעיתון אחת לשנה גילוי נאות של האינטרסים העסקיים והכלכליים המהותיים הגלויים שיש להם בתחום התקשורת ומחוצה לו".

על החתום –

פרופ' דן לאור (יו"ר)

השופט בדימוס גבריאל שטרסמן

עו"ד משה רונן