

בן מאיר - משרד עורכי דין

BEN MEIR - LAW OFFICE

רמת גן: רח' אבא הלל 12 (בית ששון חוגי), 52506
טל' 03 6127878 Tel פקס: 03 6127979 Fax
Ramat Gan : 12 Aba Hilel st. (Sason Hogi bld.) Ramat Gan, 52506
Email- office@benmeir.co.il

Shachar Ben Meir Adv.
Zipi Shapira Adv.

שחר בן מאיר עו"ד
ציפי שפירא, עו"ד

תאריך 26/11/2017 Date

לכב'

עו"ד אביחי מנדלבלט

היועץ המשפטי לממשלה

באמצעות הפקס – 02-6467011, 02-6467001

א.ג.

הנדון: ביטול הנחיה בדבר השתתפות שרים בפרסומים ממשלתיים

בשמו של מרשי, מר עודד קרמר, וכן מטעמי שלי, הנני לפנות אליך בקשר לנדון כדלקמן:

פתח דבר

1. בתאריך 2.11.2017 פניתי אליך בקשר להנחיה שבנדון, פניה אשר טרם נענתה לגופם של דברים.
2. לצורך מכתבי זה אצא מנקודת ההנחה כי העקרונות ואמות המידה של ההנחיה בדבר השתתפות שרים בפרסומים ממשלתיים הם כפי שפורטו במכתבו של עו"ד אורן פונו אל ח"כ תמר זנדברג מיום 17.4.2017 (להלן: "העקרונות" או "אמות המידה").
3. ייאמר מיד בפתח הדברים – העקרונות ואמות המידה הללו, הינם בלתי חוקיים ובלתי חוקתיים, הם מהווים פרשנות שגויה של הוראות הדין, לרבות במיוחד של עקרון השוויון בבחירות והשוויון בסיכויים להיבחר, ומהווים אף פגיעה בעקרונות היסוד של מימון מפלגות ומימון לצורך בחירות מקדימות במפלגות, ובכל כפי שיובהר ויפורט בהרחבה להלן.

בן מאיר - משרד עורכי דין
BEN MEIR - LAW OFFICE

4. בהתאם לעקרונות נקבע כי שרים בממשלה רשאים להשתתף בפרסומים ממשלתיים (מן הסתם של המשרדים עליהם הם מופקדים) בתנאים ובמקרים הבאים –
- א. **פרסום ברדיו** בתשדיר שמטרתו להזמין את הציבור לאירוע נקודתי שמקיים המשרד.
- ב. **פרסום בעיתונות** בפרסום שמטרתו להזמין את הציבור לאירוע נקודתי שמקיים המשרד.
- ג. **פרסום באינטרנט** רק באמצעות קידום אורגני דהיינו במסגרת תכנים שאינו מקודמים בתשלום.
- ד. **בהפקת דפוס** מטעם המשרד הממשלתי רק בהתקיים מספר אמות מידה כמפורט להלן –
1. הפרסום נעשה על רקע ממלכתי ומכוון לגורמים על רקע זה;
 2. הפרסום הינו חוזר וקבוע במסגרת הפעילות השוטפת של המשרד;
 3. הפרסום מתייחס לפעילות שבה היה עובד הציבור מעורב באופן ישיר;
 4. הפרסום מיועד לטווח זמן קצר משנה; הדפסה מחדש של מוצרי דפוס תתאפשר רק בהתקיים צורך מקצועי של ממש;
 5. בהדפסת כרזות או מודעות שמופצות לציבור הרחב לא תותר השתתפות של עובד הציבור באמצעות הופעה חזותית.
5. עקרונות אלו, מתחילתם ועד סופם מהווים פגיעה משמעותית בעקרונות השוויון, ומהווים ניצול לרעה של משאבי הציבור (תקציב של משרד ממשלתי) לשם קידום פרסומת אישית של אדם פוליטי המחזיק באותה משרה ציבורית.
6. וכך סדר הדברים שאפרט במכתבי זה.
7. ראשית אעמוד על המסקנה, העולה ממחקרים רבים בתחומי הידע של מדע המדינה ומדע התקשורת, לפיה היקף ותדירות הניראות (Visibility) וההופעה של איש פוליטי במסגרת המדיה (על חלקיה השונים), משפיעים באופן חד משמעי על הסיכויים שלו וכן של מפלגתו לזכות בקולות רבים יותר בבחירות.
8. בהמשך אציג בפניך מידע עובדתי העולה ממחקרי הופעות בתקשורת של שרים בישראל, המצביע חד משמעית כי היקף התופעה בישראל הנעשית (לצערנו) נוכח העקרונות ואמות המדיה שנקבעו, הוא בלי סביר בעליל הן מבחינת התדירות והן מבחינת המשמעות הכספית שלו.

בן מאיר - משרד עורכי דין
BEN MEIR - LAW OFFICE

9. לאחר מכן אנתח את העולה משני הסעיפים הקודמים בראי ההלכות העוסקות בשוויון הסיכויים בבחירות, לרבות בנושא שוויון (שאינו מספרי כמובן) בהתייחס לתעמולת בחירות.

10. בהמשך לכך, אצביע כי אין ואל קיים כל נימוק המצדיק כי דווקא שר איש פוליטי יטול חלק אישי בפרסומים של משרדו, תוך התייחסות לסוגיית היותו של שר בתפקידו נאמן של הציבור ולא איש פוליטי.

11. ולבסוף אסכם את המסקנה העולה מכל האמור לעיל.

הופעה ונראות של פוליטיקאים במדיה התקשורתית כפקטור אלקטורלי

12. מוסכם על כל העוסקים במחקר מדע המדינה והתקשורת כי – "העניין ההולך וגובר שמגלים חוקרי מדעי המדינה וחוקרי התקשורת הפוליטית בהשפעה של מיומנויות תקשורתיות על ההצלחה התקשורתית והפוליטית של פוליטיקאים נובע מההכרה המתפשטת בקרב הציבור, אנשי המקצוע ואנשי אקדמיה שמיומנויות וכישורים תקשורתיים הם גורם חיוני ביותר בהישרדות פוליטית (Altheide & Snow, 1979;) (Iyenger, 2001; Meyrowitz, 1985; Sheaffer, 2001, forthcoming). (תמיר שפר, איכות חברי הכנסת והצלחה תקשורתית ופוליטית, בתוך "תקשורת ופוליטיקה בישראל, בעריכת דן כספי, 2007, בהוצאת מכון ון ליר בירושלים והקיבוץ המאוחד. להלן: "שפר 2007")

13. במאמרו זה של שפר המפרט תוצאות מחקר בנושא, אשר נערך על חברי כנסת בישראל, נכתבו בין היתר הדברים הבאים –

"בזירת התקשורת הפוליטית המשאבים המוגבלים המרכזיים הם זמן ואיכות הסיקור, ושחקן המצליח להשיג עדיפות שיטתית בכמות ואיכות הסיקור התקשורתית שלו יכול להיות מוגדר כשחקן שהשיג לגיטימיות תקשורתית. ישנם שני תהליכים המאפיינים את הזירה הפוליטית ואת תחום התקשורת הפוליטית העשויים להסביר את החשיבות הגדלה לכאורה של מיומנויות תקשורתיות. התהליך הראשון הוא החפיפה ההולכת וגדלה בין שתי זירות, הפוליטית והתקשורתית. חוקרי תקשורת פוליטית מכנים תהליך זה בשם "מדיהטיזציה" או "תקשורתיות" של הפוליטיקה, המתאפיינת בהתעצמות השפעתה של התקשורת על התהליך הפוליטי (Kavanaugh, 1999; & Blumler, 1999). פוליטיקאים רבים מודעים לתהליך זה. למשל, בראיון עיתונאי טען ח"כ טומי לפיד כי "פוליטיקה זה לא עבודת שטח, אלא תקשורת... הפגנה, דגל, פלקטים, עלונים, זה נחמד. אני בעד. אבל כתבה אוהדת על שינוי, אפילו באיזה מקומון, שווה פי מיליון".

התהליך השני, הקשור לתהליך הראשון, הוא פרסונליזציה. זהו תהליך בו הולכת וגדלה חשיבותו של השחקן הפוליטי הבודד בהשוואה למפלגות פוליטיות בתהליך הפוליטי (Schulz, 1999; Miller & Gitlin, 1980; Jacobson, 1989; Mazzoleni & Shaffer, forthcoming; & Shanks, 1996; Patterson, 1994; Peri, 2004; Rahat & Swanson, 1995; Mancini, 1996).

בן מאיר - משרד עורכי דין
BEN MEIR - LAW OFFICE

בעידן שבו המועמד עומד במרכז התהליך הפוליטי "הבוחרים... התרגלו להביט ישירות במועמדים באמצעות התקשורת" (Cook (1989, p.) Wattenberg, 1995, p. 21). (113 טוען ש"ככול שהבוחרים רואים יותר פוליטיקאים מכהנים בטלוויזיה או קוראים עליהם בעיתונים, כך גבוה יותר הדירוג שהם נותנים להם וכן סביר יותר שיצביעו עבורם." חוקרים נוספים, ביניהם (Kinder (1987 & Zaller (1992, 1996), Iyengar (1988) ו (Bartels (1988), הראו גם הם ממצאים אמפיריים דומים. אי לכך, נוכל לשער שככל שהמועמד זוכה לבולטות תקשורתית רבה יותר, כך תהיה ההצלחה האלקטוראלית שלו גדולה יותר.

ככל שחבר כנסת מקבל סיקור תקשורתי רב יותר, וככל שהסיקור הזה הוא חיובי יותר, כך הוא או היא יזכו בהצלחה אלקטוראלית גדולה יותר."

14. במקום אחר מציינים שפר וחבריו כך –

"In the age of "mediatization," it is claimed that voters are unlikely to support candidates they do not know enough about, mostly from media (Just et al. 1996), and that politicians are well aware of this (Ericson et al. 1989). Hence, political actors are likely to compete for media coverage because they believe that media coverage influences the public and that it is a prerequisite for reelection. Some empirical research shows that media coverage of candidates indeed affects their electoral success (Bartels 1988; Zaller 1992)."

(Cohen, Jonathan, Yariv Tsfati, and Tamir Sheafer. "The influence of presumed media influence in politics: Do politicians' perceptions of media power matter?." *Public Opinion Quarterly* 72.2 (2008): 331-344.

(להלן: "שפר ואח' 2008")

15. שני מאמרים ומחקרים אלו, הם כמובן בבחינת "על קצה המזלג", אך אתה מוזמן לעיין היטב ברשימות הביבליוגרפיות של שניהם, הנני משוכנע כי תמצא בהן עניין רב, וראוי אף להבא כי כל מי שיעסוק בהנחיות דומות יטרח לעשות כן.

16. בכל מקרה די בכך כדי לקבוע, באופן חד משמעי, כי היקף ותדירות ההופעות של פוליטיקאי מכהן (אשר הינו כמובן תמיד גם בגדר מועמד בבחירות הבאות) במדיה התקשורתית על כל חלקיה, מהווה פקטור משמעותי להצלחה אלקטוראלית שלו.

17. ודוק, איש פוליטי זוכה בהגדרה, להופעה תקשורתית מוגברת "שגרתית", דרך הזמנה לראיונות, דרך צילום ושידור ישירים של ישיבות של ועדות הכנסת והמליאה, ועוד. בוודאי שכך נכונים הדברים כאשר מדובר בשר הממונה על משרד ממשלתי.

בן מאיר - משרד עורכי דין
BEN MEIR - LAW OFFICE

18. אולם ההשתתפות של שרים בתשדירי פרסום מהווה תוספת – פסולה ולא ראויה כאמור – להופעות התקשורתיות של איש פוליטי.

19. בהתאם לאותם מבחנים ועקרונות העולים מהמחקרים כאמור לעיל, עולה כי כאשר בנוסף להופעות "הרגילות" של איש פוליטי באמצעי התקשורת, הוא זוכה גם להשתתף בתשדירי פרסום, הרי שיש בכך כאמור, חד משמעית משום חיזוק והעצמה של הפקטור המשמעותי להצלחה האלקטורלית שלו, ובכך הפגם המהותי עליו מדובר במכתבי זה.

ניתוח עובדתי של הופעות שרים בתשדירי רדיו מדגמיים

20. ממידע אשר הוזמן על ידינו (ועל חשבוננו¹) מחברת יפעת בקרת פרסום העוסקת בניטור וניתוח של הופעות בפרסומות, עולים הממצאים הבאים לגבי היקף ההופעה של מספר שרים בהשתתפות בתשדירי פרסומת ממשלתיים וכן "תמורה" שמהווה השתתפות זו לאותם שרים, דהיינו המחיר שאותו היה עליהם לשלם, במחירי מחירון, עבור השתתפות כאמור, אם זו לא הייתה משולמת מתקציב המדינה.

21. נבחרה השתתפות של 4 שרים ה"ה מירי רגב, אופיר אקוניס, גלעד ארדן ואריה דרעי, בתשדירי פרסומת ברדיו בלבד, ורק בשנת 2017.

22. התוצאות הרי הן לפניך –

א. השרה גב' מירי רגב הופיעה בתשדירי פרסום 2254 פעמים בזמן אוויר מצטבר של 17.44 שעות שידור, ובעלות של כ 2 מיליון ₪. !!!

ב. השר אופיר אקוניס הופיע בתשדירי פרסום 1882 פעמים בזמן אוויר מצטבר של כ 15 שעות שידור, ובעלות של כ 1.6 מיליון ₪. !!

ג. השר גלעד ארדן הופיע בתשדירי פרסום 272 פעמים בזמן אוויר מצטבר של 2:43 שעות שידור, ובעלות של כ 470 אלף ₪.

ד. השר אריה דרעי הופיע בתשדירי פרסום 149 פעמים בזמן אוויר מצטבר של 1:16 שעות שידור, ובעלות של כ 170 אלף ₪.

מצ"ב דוח אקסל מסודר כפי שנתקבל מחברת יפעת ולאחר סיכום הנתונים לכל אחד מהשרים (הקריינים) שלעיל מסומן **כנספח 1**. נציין המחירים האמורים לעיל הינם מחירי מחירון.

23. עיון פשוט וברור כנספח 1, מוביל למסקנה כי הכותרת של מכתב זה אינה בגדר שימוש נכון בשפה העברית. שכן לא מדובר ב"השתתפות שרים" בפרסומים של משרדי ממשלה, אלא במשהו הפוך לחלוטין - מדובר בפרסומים של משרדי ממשלה אשר נוצרו וקיימים ומתמשכים למטרה ולנימוק אחד בלבד, על מנת שכל המאזין לשידורי הרדיו לא יוכל שלא לשמוע את קולם הערב (או הבלתי ערב) של שרים אלו, וזאת על מנת שהם מצידם

¹ ככל וגורם כלשהו במשרד המשפטים יעשה שימוש במידע זה לשם תיקון או שינוי או ביטול ההנחיות, החשבון יוגש למשרד המשפטים.

בן מאיר - משרד עורכי דין BEN MEIR - LAW OFFICE

יזכו להינות מהפקטור המשמעותי לפיו: הופעה מרובה בתקשורת = הגדלת סיכויי ההיבחרות בעתיד.

24. ההיקף העצום של שני השרים שבמקום הראשון, של עשרות שעות שידור (במצטבר) והעלות של אותן שעות שידור של מיליוני ₪ הופכת בכל הכבוד, את ההנחיות שלכם ואת העקרונות ואמות המידה עליהן דובר שם לנלעגות. מדובר בניצול גס ובוטה של משאבי המדינה לשם פרסום עצמי של אותם שרים, פרסום שמטרתו ותכליתו היא אחת, הגדיל את סיכויי הבחירה בהם.

25. דבר זה מהווה הן חריגה בוטה וגסה מעקרון השוויון, אליו אתייחס להלן, והדבר אף מהווה לדעתנו משום קבלת מימון מפלגות או מימון לבחירות מקדימות שהוא אסור לחלוטין, וגם בו יש בגדר פגישה בעקרון השוויון.

26. יש רק להצטער כי תמונת המצב העובדתית הזו, והניצול לרעה של אותם שרים את "היד הקלה" של ההנחיות, לא עמדו לנגד עיניכם, בשלב גיבוש ההנחיות, שהן כפי שאנו טוענים במפורש במכתב זה, בלתי סבירות ובלתי חוקיות בעליל.

על עקרון השוויון

27. עוד בפרשת ברגמן (בג"צ 98/69 אהרון א' ברגמן נ' שר האוצר, פ"ד כג93) נקבע כי עקרון השוויון במופיע בסעיף 4 לחוק יסוד הכנסת אינו מדבר רק על קול אחד לכל אחד, אלא גם ובעיקר, על שוויון ההזדמנויות להיבחר –

"הסעיף 4 כולו דן, לטענתו, רק בשיטת הבחירות במובנה הטכני, כמוכח על ידי הערת השוליים לסעיף, ועקרון השוויון שבו פירושו אינו אלא זה שלכל בוחר קול אחד בעל משקל שווה – זה ותו לא.... בכל רחשי הכבוד, עלינו לדחות את הטענות הזו, כי אין בו תשובה מספקת להשגתו העיקרית של העותר... אם עקרון השוויון שבסעיף 4 משתרע גם על הזכות להיבחר, הוא חייב להתבטא גם בשוויון הסיכויים של רשימות המועמדים השונות המתחרות בבחירות לכנסת... פרשנות המלמדת גם זאת מהוראות השוויון שבסעיף 4 עולה בקנה אחד עם עקרון היסוד של שוויון הכל בפני החוק"

28. עקרון השוויון שנפסק בפרשת ברגמן, הוחל שם ובפסיקה מאוחרת יותר, על סוגיית שוויון הסיכויים בזכות להיבחר, והוחל גם במובן העקרוני יותר על עקרון שוויון הכל בפני החוק.

29. ישנה פסיקה עניפה, אשר בוודאי מוכרת לך היטב, המתבססת על האמור בפרשת ברגמן וקובעת כי כל רשות מרשויות המדינה חייבת לכבד את עקרון השוויון (בכל תחום שהוא ולא רק בתחום הבחירות) וכי יש ליתן לכל חוק פרשנות המתיישבת עם עקרון השוויון ולא פרשנות החורגת ממנו.

30. המסקנה העגומה, העולה מההיקף הבלתי יאומן של הופעות השרים מחד, ביחד עם המסקנה המחקרית לפיה כל הופעה כאמור מהווה חיזוק משמעותי להצלחה האלקטורלית של אותם שרים, מובילה לדבר אחד בלבד – המשך המצב הקיים מהווה פגיעה חמורה ומשמעותית בעקרון השוויון.

בן מאיר - משרד עורכי דין
BEN MEIR - LAW OFFICE

31. לשרים רגב ואקוניס (כמשל בלבד כמובן) ישנו יתרון עצום על פני כל פוליטיקאי אחר, היא זה ח"כ ממפלגתם שלהם, או ממפלגה אחרת, להשיג הצלחה אלקטוראלית עתידית, וזאת רק בגלל הניצול שהם מנצלים (לרעה כמובן) הן את כספי הציבור והן את תפקידם כשרים לשם פרסומת אישית ותו לא.

32. טול למשל ח"כ מכהן שאינו יכול לעשות כל שימוש בכספי הציבור כדי למסור הודעות כאלו ואחרות לציבור. בהגדרה אותו ח"כ מכהן, אפילו ממפלגה החברה בקואליציה, "נפגע" מבחינת היכולת שלו להשיג הצלחה אלקטורלית, והוא אינו נפגע בגלל היעדר כישורים שלו עצמו, אלא מכיוון שאין לו האפשרות לנצל (באופן בלתי חוקי) את התקציב (של משרדו) לפרסומת אישית.

33. בכל הכבוד העקרונות ואמות המידה שקבעתם מתעלמים לחלוטין מהפגיעה שיש בעקרון השוויון גם כאשר מדובר בהשתתפות בפרסומים אינפורמטיביים (כביכול). שכן כעולה מהמחקרים שצוטטו לעיל, כל השתתפות וכל הופעה בתקשורת מהווים "יתרון אלקטוראלי" משמעותי.

34. לא די שיש בהנחיות משום פגישה תמורה בעקרון השוויון כאמור לעיל, הרי שמתן היתר לשרים להופיע בתשדירי פרסומת היא גם בגדר חריגה מסמכות ועל כן בפרק הבא של מכתבנו זה.

חריגה מסמכות

35. הכלל הבסיסי המפריד בין חופש הפעולה של האזרח, לבין הגבלת חופש הפעולה של עובד הציבור ושרים בכלל זה ידוע היטב. לשר כשלעצמו אין סמכות לעשות כל דבר למעט מה שהוא הוסמך לעשות במפורש.

36. למותר לציין כי לא ניתן להסמיך שר לעשות דבר כאשר הדבר עצמו מהווה פגיעה בעקרון השוויון כאמור לעיל.

37. אך יותר מכך. אין ולא קיים כל נימוק להתיר לשר להופיע בקולו שלו בכל תשדיר פרסומת יהא זה התשדיר הפרוזאי ביותר, של הודעה על שעות קבלת הקהל במשרד ממשלתי זה או אחר.

38. שר אינו קריין, ולא הוסמך להיות קריין, וזה אינו חלק לא מתפקידו ולא מהסמכויות שנמסרו לו, במסגרת תפקידו כשר. שר ממונה לפי החוק על משרד ממשלתי והוא רשאי ומוסמך לעשות כל מה שנובע מהיותו "ממונה" על משרד ממשלתי, קריינות אינה חלק מכך.

39. כאשר משרד ממשלתי מבקש לפרסם למשל הודעה לציבור דרך מודעה בעיתון, אני מניח כי השר אינו יושב בעצמו ומעצב את המודעה ובוחר את סוג הפונטים וגודלם, אלא המשרד שוכר לעצמו מעצב גראפי שזה במהות תפקידו.

40. בדיוק באותו אופן אין כל מקום כי שר ימלא תפקיד של קריין. היה ומשרד ממשלתי מבקש למסור כל הודעה שהיא לציבור, לשם כך בדיוק קיימים קריינים. להזכירך כי בכל

בן מאיר - משרד עורכי דין
BEN MEIR - LAW OFFICE

טקס ממלכתי שהממשלה (או המדינה) עורכת היא משלמת יפה לקריין שינחה את הטקס, ומודע היא משלמת לקריין ולא מבקשת משר כזה או אחר שינחה את הטקס ? כי מדובר בשירות מקצועי שלצורך הביצוע שלו דרוש איש מקצוע.

41. מכיוון שאף אחד משרי הממשלה אינו בעל מקצוע בתחום הקריינות (ביחד עם העובדה שנאסר על שר לעסוק בכל עבודה אחרת) הרי שאין כל הצדקה כי שר ישמש כקריין של המשרד הממשלתי.

42. מכאן שאין ולא קיימת כל סמכות בחוק כי שר יהפוך לקריין. זאת במיוחד כי מטמורפוזה זו, נוצרה רק למטרה אחת ויחידה, קידום פוליטי של אותו שר.

43. אבקש להזכיר לך בהקשר זה את שצוטט בע"מ (י-ס) 4459/98 מדינת ישראל – משרד החקלאות נ' פלסטיין פוסט בע"מ, פ"ד תשס"א (2) (להלן: "פרשת צומת"), מפסיקה קודמת של כב' השופט דב לוין, על ההבחנה בין היותו של שר איש פוליטי ביושבו ליד שולחן הממשלה, ובין היותו נאמן הציבור בתפקידו כשר הממונה על משרד ממשלתי-

"שר המסב לשולחן הממשלה כנציג של מפלגה או תנועה ממלא בכך, ללא ספק, פונקציה פוליטית. הוא מבטא בתוכה דעות והשקפות, דרך מדינית וחברתית, המקובלות על הציבור שבחר בו ועל התנועה שרואה בו את נציגה במערכת השלטונית. אולם, לדעתי, בעת שהוא ממלא תפקידו המינהלי, אם כשר ואם אפילו כסגן שר, כמי שמופקד על משרד ממשלתי ומכוון את עשייתו, נסוגה הפונקציה הפוליטית בפני הפונקציה המינהלית, שיש עמה כללי התנהגות משלה" ("בג"ץ 3094/93 התנועה למען איכות השלטון בישראל נ' ממשלת ישראל")

44. דברים אלו יפים וטובים למקרה שבפנינו.

45. שר המקריא ברדיו הודעות של משרדו, אינו עושה זאת כחלק מהגדרת התפקיד המינהלי שלו, אלא תוך חריגה חמורה וגסה ממנו, כאשר הוא הופך את תפקידו המינהלי, לאמצעי פסול להשגת רווחים פוליטיים על חשבון כספי הציבור.

46. בכך יש גם משום הפרה של חובות האמון המוטלות עליו כשר בממשלה, וראה שם בפרשת צומת, בעניין זה –

"לאור הסקירה עד כאן נקל להבין, כי אותם עקרונות ואותם ערכים, שיש להקפיד עליהם במקרים שתיארנו, צריך שיחולו, וביתר שאת, בכל הקשור לעובדי ציבור. הכוחות המסורים בידיהם יש שהם מקיפים ורבי השפעה, לטוב ולרע, על הציבור בכללו. ככל שהכוח המסור בידם עוצמתו ותוקפו רבים יותר, כן יידרשו אמצעי ריסון ממשיים ומרתיעים למניעת פגיעה וגרימת נזק"

47. כאמור לא רק שלא נמצא כל מקור חוקי, המסמיק או יכול להסמיק שר לשמש כקריין, הרי שמדובר חד משמעית בניצול הכח והסמכויות שהוענקו לשר לא למטרה שלשם הוענקו לו אלא לשם קידום אינטרס אישי שהוא זר לחלוטין למטרת הפרסום של המשרד, יהא זה כאמור פרסום בעל אופי אינפורמטיבי לחלוטין.

בן מאיר - משרד עורכי דין
BEN MEIR - LAW OFFICE

48. עוד אדגיש, נוכח שהדבר גם עלו בפרשת צומת שצוטטה לעיל. אין צורך לטעמנו לבחון כלל את השאלה האם הפרסומים שבהם משתתפים השרים הם פרסומים העולים כדי תעמולת בחירות או לאו.

עצם הפרסום, ההיקף שלו והתדירות שלו והעלות שלו על קופת המדינה מצד אחד, מול היעדר כל בסיס הגיוני כי דווקא שר איש פוליטי שאינו בתפקיד של קריין, ישמש כקריין למסירת מידע של משרד ממשלתי מצד שני, וביחד עם המסקנה העולה ממחקרים רבים כי תדירות הופעות בתקשורת מהווה פקטור משמעותי לקידום פוליטי מצד שלישי, שילוב של שלושת אלו, כמובן מתוך נקודת המבט של עקרון השוויון בזכות להיבחר חייב להוביל למסקנה כי יש לאסור כליל השתתפות של שרים בתשדירי פרסום.

סיכום

49. אנו סבורים, בכל הכבוד, כי ההנחיה היחידה הסבירה שיש להנחות בקשר לנושא שבנדון היא כי על שרים **נאסר וייאסר ליטול כל חלק ולהשתתף** בכל הופעה קולית או ויזואלית של כל פרסום של משרד ממשלתי, יהא תוכן הפרסום אשר יהא.

50. התרת השתתפות כאמור, מהווה פגיעה בעקרון השוויון, היא בגדר חריגה מסמכות והיא גם בגדר סוג של "מימון מפלגות" אסור וגם בגדר של מימון אסור לבחירות מקדימות.

51. מכל הטעמים שפורטו לעיל, הננו פונים אליך בזאת לשנות ו/או לבטל כל הנחיה אחרת בנושא, ולקבוע הנחיה כאמור בפנייתנו זו.

52. היה ולא תעשה כן תוך זמן סביר, ואנו רואים בהקשר זה תקופה של כ 30 ימים בגדר זמן סביר, במיוחד נוכח התמונה העגומה העולה מהמצב הנורמטיבי הנוכחי (נספח 1 לעיל) אנו נגיש עתירה לבית המשפט הגבוה לצדק בעניין זה.

53. נא ראה במכתבנו זה משום פניה טרם מיצוי הליכים.

בכבוד רב
שחר בן מאיר עו"ד

העתק: עו"ד דינה זילבר משנה ליועץ המשפטי ייעוץ וחקיקה.

כב' השופט בדימוס יוסף שפירא מבקר המדינה.

גב' חנה רותם מנהלת האגף לביקורת בחירות ומימון מפלגות

מירי רגב	רדיו דרום - 97FM	משרד התרבות והספורט	כללי	192	ש 1:31:42	194,984.08
מירי רגב	רדיו חיפה - 107.5FM	משרד התרבות והספורט	כללי	149	ש 1:10:25	154,761.21
מירי רגב	רדיו ירושלים - 101FM	משרד התרבות והספורט	כללי	201	ש 1:32:00	122,236.29
מירי רגב	רדיו לב המדינה - 91FM	משרד התרבות והספורט	כללי	165	ש 1:17:30	179,561.40
מירי רגב	רדיו ללא הפסקה - 103FM	משרד התרבות והספורט	כללי	144	ש 1:06:00	180,925.47
מירי רגב	רדיו צפון - 104.5FM	משרד התרבות והספורט	כללי	154	ש 1:13:35	106,508.59
מירי רגב	רדיו קול רגע - 96FM	משרד התרבות והספורט	כללי	178	ש 1:22:50	105,174.22
מירי רגב	רדיו ת"א - 102FM	משרד התרבות והספורט	כללי	180	ש 1:23:30	200,957.66
מירי רגב	רדיו 99	משרד התרבות והספורט	כללי	150	ש 1:10:00	167,823.53
מירי רגב	רדיוס - 100FM	משרד התרבות והספורט	כללי	164	ש 1:17:25	178,904.22
				2254	17:44:21	2036245.004