

לכבוד

מר מרדכי מרדכי

יו"ר מועצת הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו  
הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו

שלום רב,

הנדון: תגובת לובי 99 לשימוע בעניין תיקון כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה).

תשנ"ד-1994 – הסדרת אירועי התרמה בשידורי טלוויזיה

בשם לובי 99 (חל"צ) אני מתכבדת להגיש את תגובתנו לשימוע בעניין תיקון כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה), תשנ"ד-1994 – הסדרת אירועי התרמה בשידורי טלוויזיה (להלן: "השימוע"). אנו מברכים על קיומו של השימוע, בהמשך לפנייתנו בדבר התנהלות בעייתית ומטעה במשדר התרמה, וסבורים כי בהחלט יש לעדכן ולתקן את כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה), תשנ"ד-1994 (להלן: "הכללים"). להלן התייחסותנו לתיקונים הנדרשים.

העוגן הנורמטיבי

1. משדרי התרמה מיוחדים, וכפי המוצע – "משדרים לגיוס תרומות", הפכו בשנים האחרונות לנפוצים יותר ויותר, וצופים רבים בערוצים המורשים נתקלים בהם. מהשימוע עולה כי הרשות השנייה רואה באירועי ההתרמה הללו, משדרים מיוחדים לגיוס תרומות המצריכים התייחסות נפרדת ופרטנית – בייחוד בשל האפשרות שניתנת לפנות לציבור בקריאה מפורשת לתרום לעומתה מסוימת.<sup>1</sup>
2. משכך, לא ברור מדוע האסדרה בעניין משדרים אלו מעוגנת בכללים שעניינם אתיקה בפרסומת (כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה), תשנ"ד – 1994) (להלן: "כללי האתיקה בפרסומת"), ועוד תחת תת סעיף שכל עניינו עוסק בפרסומת אגב. אף כי יש להסדיר את פרסומה של פרסומת אגב במסגרת משדר לגיוס תרומות – זוהי לא עיקרה של האסדרה, ומשכך לשיטתנו יש לעגן את הכללים בעניין משדרי גיוס התרומות בכללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בשידורי טלוויזיה ורדיו), תשנ"ד – 1994.
3. לחילופין, ככל שהרשות רואה במשדרים אלו עצמם תשדיר פרסומת בשל אופיו – יש לציין זאת מפורשות ולהחיל עליהם (ולא רק על פרסומות המובאות במסגרתם) את הכללים החלים על הפרסומות עצמן, המעוגנות בפרקים גי-ט' לכללי האתיקה בפרסומת – למשל, איסור הטעיה בפרסומת<sup>2</sup>; איסור על שימוש בנתונים באופן שאינו מובן לצופה ממוצע וללא הטעיה<sup>3</sup>; איסור לפרסם שירותי מיסטיקה<sup>4</sup>; ועוד.

גילוי נאות ושקיפות

4. כפי שציננה הרשות השנייה, משדרים אלו ייחודיים בכך שמאפשרים פניה לציבור הצופים בבקשה לבצע פעולה כלכלית – תרומה לעמותה מסוימת. לא רק שמדובר בתוכן בעל אופי פרסומי שכן הם מפרסמים את קיומו ואת

<sup>1</sup> אסדרת משדרי/אירועי התרמה – דוח הערכת השפעת רגולציה – אתר הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו, [כאן](#), בעמ' 3.  
<sup>2</sup> סעיף 24 לכללים;  
<sup>3</sup> סעיף 25 לכללים;  
<sup>4</sup> סעיף 12 לכללים;

פעילותו של מוסד מסוים, אלא מדובר בניסיון להניע את ציבור הצופים לבצע פעולה אקטיבית של תרומה – פעולה שיש לה גם משמעות רגשית. הדבר מחייב הגנה על ציבור הצופים מפני מניפולציות או לחצים אינטנסיביים.

5. בראש ובראשונה, **הדבר מחייב כללי שקיפות וגילוי נאות מחמירים**. בהקשר זה, נזכיר את המחקר של הרשות להגנת הצרכן בעניין תוכן פרסומי סמוי<sup>5</sup>, ממנו עלה כי על מנת לאפשר לציבור לזהות תוכן פרסומי, אין די בעצם הדרישה לחובות גילוי לצרכן אלא ישנה חשיבות רבה לאופן שבו הגילוי מוצג לצרכן, קרי, **שימוש מפורש במילה "פרסומת"**. עוד עלה מהמחקר כי גם כאשר נכתבה המילה "פרסומת" במפורש, שיעור הזיהוי לעיתים לא היה מספק וזאת שכן **העיצוב כולו של הפרסומת ככתבה, הינו מטעה**. עוד נמצא כי **יש ערך רב בהוספת השם של הגורם המסחרי העומד מאחורי הפרסומת**.

6. **כך גם בענייננו – אנו סבורים כי יש לחייב הופעת כיתוב מפורש ובלוט לכל אורך המשדר הכולל את המילים: "משדר לגיוס תרומות" ואת שם המוסד הנתרם**.

7. מאחר שמדובר במשדר שעשוי להיות, על פי התיקון הצפוי, באורך של עד 4 שעות שידור לאורך עד 24 שעות – ייתכן שצופים יצטרפו או יעזבו במהלך המשדר, ומשכך אין להסתפק בציון העובדה שמדובר במשדר לגיוס תרומות על ידי המגישים מדי זמן מה – **הדבר חייב להיות כתוב מפורשות, ולא באמצעות סמליל שצורתו ומשמעותו לא ברורה לציבור**.

8. כך גם בכל פעם שמבקשת/המגישה/ה בתשדיר לתרום, יש להוסיף התייחסות לכך שמדובר במשדר גיוס תרומות, על מנת שהצופה יוכל להבין את ההקשר של הבקשה.

9. כמו כן, ראוי לייצר שוני ניכר לעין באולפן, כך שלא יעלה ספק כי אין מדובר במשדר רגיל בהתאם ללוח השידורים של המורשה לשידורים, אלא באירוע מיוחד בעל אופי שונה.

#### הגנה על ציבור הצופים – איסור על תמורה חומרית או רוחנית ואיסור הטעיה

10. מטרת קיום משדר לגיוס תרומות, היא שידול של הצופים לבצע פעולה אקטיבית של תרומה למוסד מסוים. כל עוד הרשות השניה מאפשרת את קיומם של המשדרים לגיוס תרומות – עליה להבטיח הגנה מקסימלית על ציבור הצופים, שלא יהא נתון לחצים לא הוגנים ומניפולציות. זאת, ביתר שאת, בכל הנוגע לניצול חולשות או פגיעות של אוכלוסיות מסוימות – אנשים המצויים בעוני; אנשים המתמודדים עם מחלה; וכיוצא ב.

11. נדגיש בהקשר זה כי כבר כיום הכללים אוסרים פניה אל רגש הפחד במסגרת תשדיר פרסומת<sup>6</sup> (ובהקשר זה, יש ערך נוסף לסיווג נכון ומדויק של המשדרים הללו – האם מדובר בתשדיר פרסומת אם לאו).

12. משכך, **האיסור הגורף שמבקשת הרשות לקבוע על הבטחת תרומה חומרית או רוחנית לתורמים, הוא קריטי, ועל הרשות לאכוף תלונות בעניין זה ביד קשה**.

13. כמו כן, **יש לקבוע איסור מפורש על הטעיה במסגרת משדר לגיוס תרומות, ולאוכפו במקרים של הפרה, ודאי במקרים בהם ההטעיה היא בלתי משתמעת לשתי פנים**.

14. נזכיר כי תפקידה המפורש של הרשות הוא שמירה על קטינים וחסרי ישע<sup>7</sup> – ואין לאפשר פגיעה בציבור הצופים, ודאי שלא ציבור יותר פגיע, עבור הדהוד שמו מוסד כזה או אחר.

<sup>5</sup> הגברה של שיעורי זיהוי של כתבות פרסומת באינטרנט באמצעות דיוק הגילוי וציון שם הגורם המסחרי, הרשות להגנת הצרכן, אוקטובר 2020, [כאן](#).

<sup>6</sup> סעיף 7 לכללים;

<sup>7</sup> סעיף 45(4) לחוק הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו, תש"ן-1990 (להלן: "חוק הרשות השניה");

קביעת משדרים במסגרתם לא ישודר משדר לגיוס תרומות

15. יש לקבוע כי **משדר לגיוס תרומות, לרבות חלק ממשדר לגיוס תרומות, לא ישודר במסגרת שידורי חדשות** – וזאת בין אם שידורי החדשות משודרים באמצעות חברת חדשות ובין אם לאו (כתלות באופי הגורם המורשה לשידורים). נדגיש, כי ככל שהמשדרים מסווגים בעצמם כ"תשדירי פרסומת", הצורך כבר יקבל מענה מסוים מעצם האיסור לשדר פרסומות ע"י חברת החדשות<sup>8</sup>.
16. זאת, שכן שידורי חדשות נתפסים על ידי הציבור כמקור לצריכת מידע עובדתי, ואין לבלבל או לערב בתוכם תכנים מסוג אחר – לרבות קריאה לתרום למוסד כלשהו.

אחריות המורשה לשידורים

17. במקרה בעקבותיו הגשנו את פנייתנו לנציב תלונות הציבור וליועמ"ש הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו<sup>9</sup>, טען ערוץ 14 ששידר את אירוע ההתרמה, כי האחריות למשדר היא על העמותה בלבד. משכך – **יש להבהיר מפורשות בכללים כי האחריות לשמירה על הדין במהלך המשדר לגיוס תרומות, חלה גם על המורשה לשידורים**<sup>10</sup>.
18. זאת, בשל העובדה כי המורשה לשידורים הוא הפלטפורמה המאפשרת את קיומו של המשדר והוא בעל האחריות כלפי ציבור הצופים שלו. הדבר יתמרץ את המורשה לשידורים לוודא את עמידת המוסדות הנתרמים בכללים, וישקף את האחריות הנדרשת ממנו.

איסור על בעלות וכהונה צולבת בגוף המשדר ובמוסד הציבורי

19. בעלי המניות במורשים לשידורים, או נושאי משרה בהם, יושבים לעיתים קרובות כחברים בוועדים מנהלים של מלכ"רים. כך, למשל, עפרה שטראוס המחזיקה מניות ברשת 13 באמצעות שטראוס אחזקות ודרכה שטראוס השקעות, היא חברת דירקטוריון בקרן הישג<sup>11</sup>, ואודי אנגיל, אף הוא בעל מניות ברשת 13 באמצעות אודיאן השקעות, הוא נשיא עמותת וראייטי<sup>12</sup>. יו"ר קשת 12 יואב נחשון הוא גם יו"ר הוועד המנהל של עמותת "רואים רחוק"<sup>13</sup>.
20. לשיטתנו, אין לאפשר שידור של משדר התרמה של מוסד במורשה לשידורים כלשהו אם נושא משרה או חבר בוועד המנהל במוסד, הוא בעל מניות או נושא משרה במורשה לשידורים.
21. זאת, **על מנת לשמור על הפרדה מקסימלית בין ענייניו האישיים של בעל המניות במורשה לשידורים, לבין התכנים המשודרים, לרבות משדר לגיוס תרומות למוסד בו הינו נושא משרה**.
22. נדגיש כי לשיטתנו מדובר ברגולציה מידתית, שכן אותו מוסד יוכל לשדר משדרים לגיוס תרומות במורשים אחרים לשידורים, על כך אין מניעה.

בברכה,



עו"ד זהר אלטמן-רפאל  
מנהלת תחום ממשלה

<sup>8</sup> סעיף 65 לחוק הרשות השניה.  
<sup>9</sup> פניית לובי 99 לנציב פניות הציבור ברשות וליועמ"ש הרשות: בקשה לפתיחה בבדיקה בשל חשש להפרת החוק בפרשת "הצדיק משטפנטש" מיום 10.10.2024, כאן.  
<sup>10</sup> אחריות שכוז מעוגנת בסעיף 2 לכללי האתיקה בפרסומת, אך חלה רק על "תשדיר פרסומת". כמפורט לעיל – עולה סימן שאלה בדבר כוונת הרשות להתייחס לאירוע גיוס התרומות כתשדיר פרסומת.  
<sup>11</sup> אתר קרן הישג, כאן.  
<sup>12</sup> אתר וראייטי ישראל, כאן.  
<sup>13</sup> אתר רואים רחוק, כאן.