

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
12 Aba Hilel st. (Sason Hogi bldg.) Ramat Gan 5250606
Email- office@benmeir.co.il

Shachar Ben Meir Adv.
Shir Mishal Adv.

שחר בן מאיר עו"ד
שיר משעל עו"ד

Date 16/11/2022 תאריך

מבלי לפגוע בזכויות

לכב'

לכב'

מר גיל עומר

מר גולן יוכפז

יו"ר מועצת

מנכ"ל

תאגיד השידור הישראלי

תאגיד השידור הישראלי

באמצעות המייל

באמצעות המייל

א.נ.

הנדון: התראה לפני הגשת עתירה – הופעת שדלנים בשידורי חדשות

הנני לפנות אליכם בקשר לנדון כדלקמן:

1. סעיף 7 (ג) לחוק השידור הציבורי, תשע"ד – 2014 קובע כך:

"תאגיד השידור הישראלי יספק תוכן חדשותי ותוכן בענייני היום, ובכלל זה בשפה הערבית ובנושא מורשת ישראל, והכול באופן מקצועי, הגון, אחראי, עצמאי, ביקורתי, נטול פניות ואמין, בשקיפות ותוך הפעלת שיקול דעת עיתונאי ונאמנות לאמת העובדתית ולחובת הדיווח לציבור"

2. בתאגיד השידור קיימת, מזה זמן רב, תופעה פסולה ובלתי עיתונאית בעליל, כפי שאפרט להלן, לפיה מופיעים במסגרת שידורים של תוכן חדשותי מובהק, שדלנים (בכינוי כזה או אחר) של גופים עסקיים.

בן מאיר - משרד עורכי דין

BEN MEIR - LAW OFFICE

3. אחת הדוגמאות המייצגות, ואולי אף העיקריות לעניין זה, עליה ארחיב את הדיבור היא ההופעות של מר נדב פרי בתוכניות חדשות כסוג של "פרשן".
 4. מר נדב פרי מועסק על ידי תאגידי האנרגיה של מר יצחק תשובה, בתפקיד בעל השם (המכובס) סמנכ"ל רגולציה, כאשר ידוע לכל תינוק של בית רבן, כי תפקידו העיקרי אם לא היחיד הוא של שדלנות והשפעה על הגורמים הפוליטיים בישראל, לטובת עסקי האנרגיה של המעסיק שלו. עוד ידוע גם לאותן תינוקות, כי עסקי האנרגיה של מר תשובה בישראל הם עסקים "עתירי רגולציה" במובן שיש להחלטות של הרשות המבצעת וגם של הרשות המחוקקת, השפעה מהותית ומשמעותית על אותם עסקים.
 5. ובכן, מר נדב פרי הנ"ל, הפך להיות "תושב של קבע" באחת מתוכניות החדשות הפוליטיות החשובות ביותר של תאגיד השידור, תוכנית הבוקר ברדיו בהנחייתם של קלמן ליבסקינד ואסף ליברמן (להלן: "התוכנית").
 6. לפי בדיקה מדגמית ראשונית, מר נדב פרי הופיע בתוכנית מיום 23.10 ואילך (כלומר בתקופה של פחות מחודש) לפחות 4 פעמים. וידגש כל ההופעות של מר נדב פרי בתוכנית נגעו לדיונים ולשיחות אשר עסקו **במערכת הפוליטית בישראל**, שכן כאמור הנ"ל הוצג כסוג של "פרשן פוליטי".
 7. כעת עולה השאלה, האם השתתפות על בסיס קבוע, של שדלן מטעם גוף עסקי התלוי משמעותית בהחלטות הכנסת והממשלה, היא בגדר עיתונות "מקצועית, הגונה, אחראית, עצמאית, ביקורתית, נטולת פניות ואמינה" כאמור בהוראות סעיף 7 הנ"ל.
 8. התשובה לדעתי היא לאו רבתי, וזו אינה תשובה "אישית" שלי אלא תשובה של מחקרים ידועים העוסקים בחקר תחום התקשורת.
 9. אני יודע כי התירוץ המידי שיינתן הוא כי "ניגוד העניינים" של נדב פרי הוא רק אם מדובר בדיווח עיתונאי בנושאי האנרגיה עצמם. ובכן מי שטוען זאת הוא תמים (ובעיקר מיתמם) וגם על כך ישנה תשובה במחקרים אליהם אתיחס בהמשך הדברים.
 10. במסגרת חוות דעת שערך פרופ' רפי מן (לבקשת הח"מ) ואשר הוגשה בין היתר בבג"צ 1258/18 (וכן ראו את שנאמר תוך התבססות על חוות הדעת בתב"כ 1/21 רמי כהן) מפרט פרופ' מן את החשיבות העצומה של איש פוליטי בהופעות ואף באזכור חיובי בתקשורת, כך:
- "שורה של מחקרים שנערכו בעולם ובארץ מצביעים על הזיקה בין חשיפה תקשורתית לבין סיכויי הבחירה של מועמדים, בעידן שבו המועמד עומד במרכז התהליך הפוליטי הבחורים "התרגלו להביט ישירות במועמדים באמצעות התקשורת"¹. על פי אחד המחקרים "ככול שהבחורים רואים יותר פוליטיקאים מכהנים בטלוויזיה או קוראים**

¹ Wattenberg, M. P. (1995). The rise of candidate-centered politics. Harvard University Press. P. 21.
מצוטט ע"י שפר, ת. (2007) איכות חברי הכנסת והצלחה תקשורתית ופוליטית: כוחה של המיומנות התקשורתית הכריזמטית.
בתוך: ד' כספי (עורך) תקשורת ופוליטיקה בישראל, מכון ון ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד, עמ' 98.

בן מאיר - משרד עורכי דין BEN MEIR - LAW OFFICE

עליהם בעיתונים, כך גבוה יותר הדירוג שהם נותנים להם - וכן סביר יותר שיצביעו עבורם".² לגישה זו שותפים חוקרים נוספים על סמך ממצאים אמפיריים דומים.

החשיבות הרבה של החשיפה התקשורתית במאבק האלקטורלי מביאה לכך שפוליטיקאים מתחרים על נגישות לאמצעי התקשורת. בתחרות זו יש, לדברי שפר "חשיבות לרמת 'נכסי ההפקה' התקשורתיים של השחקן הפוליטי". נכסים אלה כוללים לא רק תכונות ומיומנויות המאפשרים לייצר מידע או אירועים אשר יגיעו לידיעת הציבור – אלא גם משאבים שיאפשרו זאת.³

מחקרו של שפר עוסק אמנם בסיקור חדשותי, אך החשיפה באמצעות תשדירים המדווחים על פעילויות או אירועים של משרד ממשלתי גם היא בעלת משמעות, כפי שיפורט בהמשך.

מרכיב מרכזי בחשיפה התקשורתית של פוליטיקאים, הן מועמדים חדשים והן בעלי ניסיון המתמודדים על בחירה מחודשת בשדה רב משתתפים, הוא הזיהוי שלהם על ידי קהל הבוחרים. בתחרות הפוליטית. עוד טרם שיווק תכונותיו וכישוריו נדרש הפוליטיקאי להחדרת שמו לתודעתם של הבוחרים, בבחירות כלליות או בבחירות מקדימות. זיהוי השם - Name Recognition – הוא אחד היעדים החשובים לפוליטיקאים. מחקרים מצביעים לא רק על כך ש"מועמדים פוליטיים מקדישים אמצעים רבים בניסיון להטביע את שמותיהם בציבור", אלא גם שלזיהויים יש משמעות רבה – בדרך כלל חיובית - בעת הבחירות.⁴

לפחות שישה מחקרים שנערכו בארצות הברית הצביעו על כך ש"זיהוי שם" מסייע למועמדים בבחירות על פני יריבים עם חשיפה פחותה מבחינת ההיכרות עימם. כך נמצא, לדוגמה, קשר ישיר בין זיהויו של הפוליטיקאי על ידי הבוחרים לבין תמיכה בו, וקשר עקיף בין זיהויו של הפוליטיקאי להצבעה עבורו. יתר על כן, כתבה עורכת המחקר, "הממצאים שלנו מצביעים על זיהוי שם העשוי לפעול ברמה התת-הכרתית

² Cook, T.E. (1989). *Making laws and making news: Media strategies in the U.S. House of Representatives*. The Brookings Institution. p. 113. מצוטט ע"י שפר (2007) ע' 98.

³ שפר, ת. (2007) איכות חברי הכנסת והצלחה תקשורתית ופוליטית: כוחה של המיומנות התקשורתית הכריזמטית. בתוך: ד' כספי (עורך) תקשורת ופוליטיקה בישראל, מכון ון ליר והוצאת הקיבוץ המאוחד, עמ' 91-109.

⁴ Stokes, D. E., & Miller, W. E. (1962). Party government and the saliency of Congress. *Public Opinion Quarterly*, 26(4), 531-546.

בן מאיר - משרד עורכי דין BEN MEIR - LAW OFFICE

ואינו כרוך בהכרח בהכרזה של הבחור אם הוא מכיר את המועמד או שאינו מכיר אותו".⁵

לכאורה ניתן לעשות אבחנה בין פעילותו הממלכתית של נבחר ציבור, כאשר הוא נושא תפקיד כדוגמת שר, סגן שר וכו', לבין עיסוקיו המפלגתיים ופעילותו הפוליטית כפוליטיקאי ערב הבחירות, המתמודד בבחירות פנימיות במפלגתו ו/או בבחירות הכלליות. אולם במציאות הפוליטית, בישראל ובדמוקרטיות אחרות, אבחנה כזו איננה במקומה. המאבק הפוליטי אינו מסתיים עם פרסום תוצאות הבחירות ומתעורר מחדש עם הכרזה על בחירות חדשות, אלא הוא מתנהל באופן רציף.

המציאות הפוליטית במדינות דמוקרטיות יוצרת מצב בו מרגע שתמה מערכת הבחירות עסוקים פוליטיקאים בשימור כוחם הפוליטי ובחיזוקו לקראת מערכת הבחירות הבאה. הבהונה הממלכתית היא על כן חלק מ"מסע בחירות שאינו מסתיים לעולם" - Never-ending-campaign. מציאות זו באה לביטוי לדוגמה במאמרו של לטימר, שהצביע ב-1985 על כך שעוזריהם של מחוקקים בארצות הברית חייבים להכיר בכך שהם חלק מתהליך פוליטי ולא יוכלו להאריך ימים בתפקידיהם אם ינסו להתעלם מכך יתר על המידה תוך עיסוקיהם בסוגיות של מדיניות.⁶

במציאות הישראלית אווירת ה-Never-ending-campaign רווחת עוד יותר, נוכח האפשרות להקדים את הבחירות, לצד הקשיים בתחזוקת הקואליציה, המובילים לעתים לפירוקה ואף לעריכת בחירות שלא במועדן.⁷ משום כך יש בסיס איתן למסקנה כי שר, או כל פוליטיקאי נבחר, עושה ויעשה שימוש פוליטי ככל שיתאפשר לו בתפקידו הממלכתי כדי לסייע לבחירתו מחדש בתום תקופת כהונתו הנוכחית.

11. ביישום הדברים לתופעת הנוכחות של מר נדב פרי בתוכנית חדשות, יש לומר ולהדגיש את הדברים הבאים.

מר נדב פרי מתיימר למסור במסגרת ההופעות (המרובות שלו) בתוכנית המתיימרת להיות תוכנית חדשות (כלומר שאמורה להיות בעלת מאפיינים עיתונאיים) דעות שלו והערכות שלו, ואולי אף מידע "חדשותי" אשר עוסק באותם אנשים פוליטיים אשר המעביד הישיר שלו נזקק חדשות לבקרים לתמיכה שלהם.

יותר מכך. ביום ראשון של ההופעה בתוכנית יכול מר נדב פרי לומר דברים טובים על איש פוליטי כזה או אחר, ויום למחרת הוא בתפקידו (הקבוע) כשדלן יכול לפנות אל אותו איש פוליטי כדי לקדם את האינטרסים הכלכליים של מעבידו.

⁵ Kam, C. D., & Zechmeister, E. J. (2013). Name recognition and candidate support. *American Journal of Political Science*, 57(4), 971-986.

⁶ Lattimer, J. N. (1985). The changing role of legislative staff in the American state legislature. *State & Local Government Review*, 244-250.

⁷ דני קורן ובוועז שפירא, קואליציות, זמורה ביתן 1997. עמ' 195-215.

בן מאיר - משרד עורכי דין
BEN MEIR - LAW OFFICE

12. ברור מכך (וצריך להיות טיפוש מושלם כדי לחשוב אחרת), כי הופעה של מר נדב פרי בתוכנית חדשות שבה הוא מתייחס לאנשים פוליטיים, גם שלא בהקשר ישיר של העסקים של מעבדו, מייצרת לו ולמעביד ומאפשרת לו ולמעביד, יכולת השפעה משמעותית על אותם אנשים פוליטיים ועל הקריירה הפוליטית שלהם הבנויה, כפי שהמחקרים לעיל מראים, באופן משמעותי על נראות ונשמעות בכלי התקשורת.

13. מכאן שהמשך הופעה של מר נדב פרי, בוודאי באופן מוגבר וקבוע, כפי שנעשה לעיל, הוא בגדר סטייה חמורה ומהותית מהוראות סעיף 7 (ג) לחוק השידור הציבורי.

14. תוכנית בה מופיע מר נדב פרי אינה בגדר עיתונות ואינה בגדר תוכנית חדשות אלא היא תשדיר שירות לבעל הון בתחפושת של עיתונות. ותשדיר שירות כאמור חורג באופן משמעותי מהוראות חוק השידור הציבורי, ומההסמכה שניתנה שם, הסמכה לעסוק בחדשות ולא הסמכה לשרת בעלי הון.

15. עוד אציין בהקשר האמור כי במכתבה של הממונה על קבילות הציבור בתאגיד מיום 30.11.20 אל עו"ד אלעד מן בקשר לראיון עם מר נדב פרי נכתב כך:

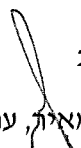
"מצב בו בשעה 08.00 הוא ישמש כפרשן פוליטי ובשעה 11.00 יתראיין כדובר חברת דלק במסגרת תחקיר כזה או אחר - הינו לא תקין, בלשון המעטה"

16. ובכן לא רק שהתאגיד מתעלם מדברים אלו, אלא שהם בבחינת "לשון המעטה". שכן לא רק הופעה של נדב פרי בשעה 11 כמתואר לעיל במכתבה, אינה תקינה אלא כל הופעה שלו המתייחסת לנושאים פוליטיים ולאישים פוליטיים שיש לו ולמעבדו אינטרס משמעותי בהחלטות שלהם.

17. נוכח כל האמור לעיל, ונוכח שהמשך הופעה של מר נדב פרי הינה בניגוד גמור להוראה יסודית ועקרונית בחוק השידור הציבורי הנכם מתבקשים בזאת להורות על הפסקת הופעה שלו בכל תוכנית חדשות, אלא במקרה שהוא מגיע כדובר של המעסיק שלו, ולמטרה זו בלבד.

18. כן הנכם מתבקשים להורות כהנחיה כללית לאסור על הופעה של דוברים או שדלנים של גופים עסקיים בתוכניות חדשות, שלא במסגרת התפקיד שלהם כשדלן או כדובר.

19. ככל שלא תעשו כן, תוגש כנגדכם עתירה לבית המשפט הגבוה לצדק וראו בפניה זו משום מיצוי הליכים.


בכבוד רב
שחר בן מאיר, עו"ד

העתק: עו"ד מרסיה צוגמן – יועצת משפטית בפועל של תאגיד השידור הציבורי. - למייל