

חדשות 12 ו-13, גופי העיתונות הפופולריים בישראל, הפכו לבמות פרסום של הערוצים המסחריים

מחקר מקיף חושף את היקף החדירה של האינטרסים של הערוצים, קשת ורשת, למהדורות החדשות • זינוק של מאות אחוזים בהיקפי הקידום העצמי • 10 שעות של קידום מצטבר בחדשות 12 לתוכניות הבידור והריאליטי של קשת בשנה • המחקר הפריד את חברות החדשות מהערוצים וקבע כללים שימנעו התערבות של בעלי השליטה – אך הם אינם נאכפים • חדשות 13: פועלים לפי הכללים • חדשות 12, קשת, רשת והרשות השנייה: אין תגובה

אורן פרסיקו | 04.06.2020 | 0

מחקר מקיף מגלה את המעורבות העמוקה של ערוצי הטלוויזיה המסחריים במהדורות החדשות המרכזיות. עם הקמת הטלוויזיה המסחרית בישראל קבע המחקר כללים שנועדו לשמור על עצמאותן של חברות החדשות, שהן כיום מערכות העיתונות המשפיעות בישראל; הנתונים על קידום תוכניות הערוצים במהדורות – בניגוד לחוק – חושפים את עומק ההשפעה של הערוצים על החדשות.

מהדורות החדשות המרכזיות בערוצים המסחריים, קשת 12 ורשת 13, מקדמות בהיקף נרחב את תוכניות הבידור והריאליטי המשודרות באותם הערוצים, כך עולה ממחקר שנערך על בסיס נתוני יפעת עבור עמותת הצלחה. קידום תוכניות הבידור והריאליטי במהדורות המרכזיות התגבר במידה עצומה – מאות אחוזים – מאז השינוי הטקטוני בשוק הטלוויזיה שגלגל את חדשות 2 (כיום חדשות 12) לבעלות בלעדית של קשת והפך את חדשות 10 לחדשות 13 של רשת.

המחקר גם
מפריך את
הטענה
הנשמעת
מצד חברות
החדשות כי
הקידומים
במהדורות
נובעים
משיקולים
עיתונאיים



בזכות קוראים כמוך נבטיח את עתיד "העין השביעית"

תרמו לעין השביעית

תרמו לנו עכשיו כדי שנוכל להמשיך לפקוח עין ביקורתית, עצמאית ובלתי תלויה

ומהעניין הציבורי בתוכניות הבידור והריאליטי: לפי המחקר, כל חברת חדשות מתמקדת כיום בקידום התכנים המשודרים בערוץ שהיא נמצאת בבעלותו ונוטה להתעלם מהתוכניות המשודרות בערוץ המתחרה.

קידום תוכניות הערוץ המממן במהדורות החדשות המרכזיות ניצב בניגוד מפורש לחוק (חוק הרשות השנייה וכלליה), בניגוד לתנאי הרישיון של ערוצי קשת ורשת ובניגוד לתנאי הרישיון של חדשות 12 ו-13 עצמן. הרשות השנייה, שאמורה לפקח על הערוצים המסחריים ולאסור על הפיכת מהדורות החדשות לבמות לקידום תוכניות הערוץ המממן, נמנעת מלפעול נגד הערוצים

דוברת חדשות 13 שרון בן-דוד מסרה תחילה כי החברה לא תמסור תגובה. בהמשך מסרה תגובה שכללה לקיחת אחריות חלקית, אך לבסוף מסרה את התגובה הבאה: "חדשות 13 פועלת ומקפידה על הכללים והנחיות הרשות השנייה ופועלת בהתאם לסיכום בעניין זה משנת 2013". כפי שידגם להלן, בחדשות 13 לא פועלים גם לפי סיכום זה.

לפיתת בעלי הערוצים מתחזקת

כדי להבין את מערכת היחסים הנוכחית בין הערוצים המסחריים לחברות החדשות יש לחזור כמה שנים אחורה. עד שלהי שנת 2017 פעלו בישראל שני ערוצים מסחריים: ערוץ 2, שהופעל על-ידי הזכייניות קשת ורשת, וערוץ 10. בכל ערוץ היתה חברת חדשות שסיפקה לו מהדורות ומשדרי אקטואליה.

חברת החדשות של ערוץ 10 מומנה במלואה על-ידי הערוץ, ואילו חברת החדשות של ערוץ 2 מומנה באופן שווה על-ידי שתי הזכייניות המתחרות, קשת ורשת. העובדה שחברת החדשות של ערוץ 2, החולשת על נתח השוק הגדול ביותר, הוחזקה בידי שתי קבוצות נפרדות של בעלי מניות, הביאה להפחתת יכולת ההתערבות בחברה.

ב-1 בנובמבר 2017 התפצל ערוץ 2, ונוצרו בישראל שלושה ערוצים מסחריים: קשת 12, רשת 13 וערוץ 10. חברת החדשות של ערוץ 10 המשיכה לספק מהדורות ומשדרים לערוץ 10 (שעבר לאפיק 14) ואילו חברת החדשות של ערוץ 2 לשעבר המשיכה לספק מהדורות ותוכניות אקטואליה לשני הערוצים החדשים, קשת 12 ולרשת 13. כך נותר על כנו המצב שבו החברה נמצאת בבעלות משותפת, ונמשך גם האיזון שיצר חופש יחסי לחברת החדשות של ערוץ 2, שלא היתה צריכה לשרת גורם מממן יחיד ודומיננטי.



מימין: אבי וייס, מנכ"ל חברת החדשות; יוסי ורשבסקי, מנכ"ל ערוץ עשר; יוליה שמאלוב-ברקוביץ', יו"ר הרשות השנייה; גולן יוכפז, מנכ"ל חדשות 10. מאי 2018 (צילום: גיל דור)

בינואר 2019 התמזגו רשת 13 וערוץ 10 לערוץ שנותר עם השם רשת 13. משלב זה, חברת החדשות של ערוץ 10 שינתה את שמה לחדשות 13 והחלה לספק מהדורות ותוכניות אקטואליה לערוץ הממוזג. בחברת החדשות של ערוץ 2 לשעבר האיזון הופר: היא הפכה לחברת החדשות של קשת 12 בלבד, ומותגה כחדשות 12.

על בסיס נתוני חברת יפעת מחקרי מדיה נבדקו כל מהדורות החדשות המרכזיות מיום פיצול ערוץ 2 ועד שנה לאחר מיזוג רשת וערוץ 10, כולל מהדורות סוף השבוע, ורוכזו כל המקרים שבהם המהדורה קידמה את תכני הערוץ, הן הבידוריים והן תכני האקטואליה, באמצעות אייטמים שהוקדשו באופן מלא או חלקי לקידום התוכניות.

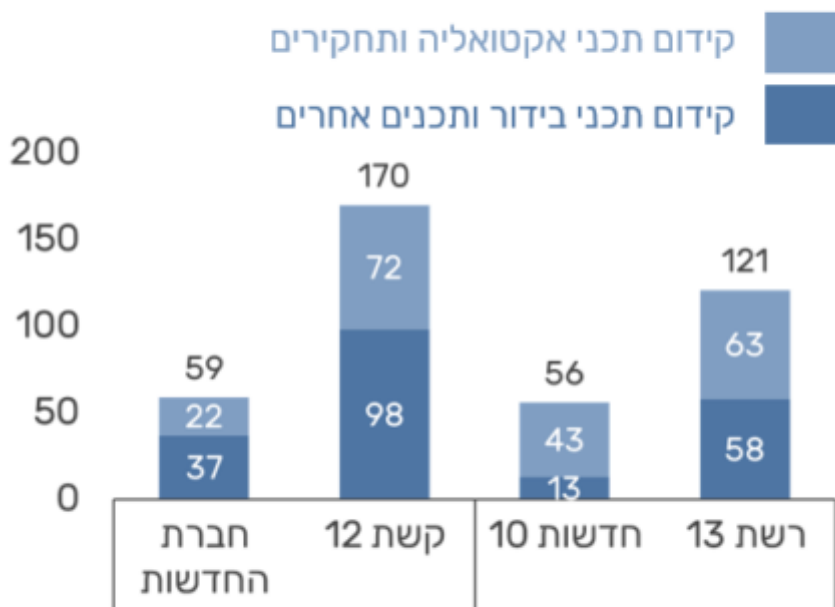
הממצאים חד-משמעיים: מהדורות החדשות המרכזיות, שאמורות להיות המקום הנקי ביותר מבחינה עיתונאית, הפכו בשנים האחרונות לבמה פרסומית שמקדמת באופן קבוע את תכני הערוצים המממנים. התופעה התעצמה מאוד לאחר מיזוג רשת עם ערוץ 10 והפיכת חברת החדשות של ערוץ 2 לשעבר לחברת חדשות המספקת שירותים לערוץ קשת בלבד.

אפשר גם אחרת – אבל בוחרים שלא

מהנתונים עולה כי קיימות רמות שונות של הזניית מהדורת החדשות. בחדשות 12 מקדמים בהיקף גדול יותר את תוכניות הבידור והריאליטי של הערוץ המממן קשת, לעומת הקידום של תוכניות רשת על-ידי חדשות 13. ממצא זה היה נכון לפני האיחוד של ערוץ 10 עם רשת ונותר כך אחריו, למרות העלייה בתכנים מקודמים בחדשות 13. את המהדורה המרכזית של חדשות 12 עורכים גיא סודרי ויניב הלפגוט, ומנכ"ל חברת החדשות והעורך הראשי שלה הוא אבי וייס. מנכ"ל קשת הוא אבי ניר. עד למיזוג רשת עם ערוץ 10 עמד בראשה אבי צבי.

במהדורה המרכזית של חברת החדשות של ערוץ 2, כשזו עדיין סיפקה מהדורת חדשות לקשת ורשת במקביל, הופיעו ב-14 החודשים שלפני המיזוג 37 אייטמים שקידמו תוכניות בידור וריאליטי של הערוצים, כ-2.5 אייטמים בחודש (ועוד 22 אייטמים של קידום תוכניות חדשות ואקטואליה). ב-12 החודשים שלאחר המיזוג נכללו במהדורה המרכזית 98 אייטמים שקידמו תוכניות בידור וריאליטי של קשת, כ-8 אייטמים בחודש (ועוד 72 אייטמים שקידמו תוכניות חדשות ואקטואליה).

זינוק בהיקפי הקידום העצמי לאחר מיזוג ערוץ עשר ורשת 13 | היקפי הקידום בחלוקה לסוג התוכן המקודם, לפי במה* כמות אייטמים



- בעמודת חברת החדשות מוצגים הנתונים בטרם המיזוג ובעמודת קשת 12 מוצגים נתוני החברה לאחר המיזוג.
- בעמודת חדשות 10 מוצגים הנתונים בטרם המיזוג, ובעמודת רשת 13 נתוני החברה לאחר המיזוג.

נקודת האור היחידה שהתגלתה במחקר היא אופי ההתנהלות של חברת החדשות של ערוץ 10 בימים של טרום המיזוג עם רשת. במהדורה המרכזית של חדשות 10 היו בתקופה שבין הפיצול למיזוג, כלומר בתקופה שעדיין שירתה את ערוץ 10 בלבד, רק 13 אייטמים שקידמו תוכניות בידור וריאליטי של ערוץ 10 – פחות מאחד לחודש בממוצע (ועוד 43 אייטמים שקידמו תוכניות חדשות ואקטואליה).

הדוגמה של חדשות 10 מוכיחה כי ניתן לקיים מציאות שבה חברת החדשות נמנעת כמעט לחלוטין מקידום תוכניות הבידור והריאליטי של הערוץ המממן. באותה תקופה, לפני המיזוג עם רשת, ערך את המהדורה ליאור לנדנברג, מנכ"ל חברת החדשות היה גולן יוכפז ומנכ"ל ערוץ 10 היה יוסי ורשבסקי.

וחברות החדשות. יו"ר הרשות השנייה, יוליה שמאלוב-ברקוביץ', אף הודתה לאחרונה בגלוי כי אין בכוונתה לפעול נגד הפרת עצמאותן של חברות החדשות, כדי לא לפגוע ברווחי בעלי הערוצים.

חדשות 12 מקדמים את ערוץ קשת



תוכניות הבידור והריאליטי הן מקור ההכנסה המרכזי של הערוצים המסחריים. הן זוכות לשיעורי הצפייה הגבוהים ביותר, ובהן ניתן לגבות את הסכומים הגבוהים ביותר עבור פרסום – הן בהפסקות הפרסומת והן בחסויות ובפרסום הסמוי הרווח בתוכניות עצמן. מהדורות החדשות המרכזיות הן תוכניות הדגל של חברות החדשות בערוצים המסחריים, והן אמורות להיות מונחות משיקולים עיתונאיים בלבד, נקיות מכל שיקול זר ותשדירי פרסומת.

בין תוכניות הבידור והריאליטי, שמפיקים הערוצים המסחריים, לבין מהדורות החדשות המרכזיות, שמפיקות חברות החדשות של כל ערוץ, אמורה להיות הפרדה מוחלטת. חוקית, אתית ומקצועית אסור לגורם המממן את חברת החדשות להשפיע על העבודה במערכת העיתונאית. אולם בפועל ההפרדה הזו לא קיימת, והאינטרסים של בעלי הערוצים המסחריים גולשים אל תוך הליין-אפים של המהדורות המרכזיות.

הערוצים המסחריים בישראל נשלטים בידי בעלי הון מרכזיים בעלי אינטרסים ענפים במשק הישראלי, הרגישים לרגולציה וחקיקה מצד המערכת הפוליטית. קשת נמצאת בבעלות משפחות ורטהיים ותשובה, שמחזיקות תאגידים ומונופולים בתחומי המזון, האנרגיה והבנקאות. רשת נמצאת בשליטת האוליגרך לן בלווטניק, המחזיק בכלל תעשיות ומונופול המלט. בעלי מניות נוספים הם אודי אנג'ל, מיכאל שטראוס וחברת אנדמול.

הקידום הגובר של תכני הערוצים המסחריים במהדורות החדשות מדגיש את התלות של חברות החדשות בערוצים שמממנים אותן ומציב סימן שאלה מעל עצמאות מערכתיהן. במקום שמהדורות החדשות המרכזיות יעסקו בענייני היום, על-פי קריטריונים מקצועיים בלבד, הן במקביל מקדמות את ענייניו של הגורם שמממן אותן. לכך יש השלכה ישירה על היכולת של מערכות החדשות לסקר באופן בלתי תלוי גם את כל יתר אירועי היום. המחקר, יש לציין, התמקד במהדורות החדשות המרכזיות, הנקיות יחסית לתוכניות האקטואליה האחרות שמפיקות חברות החדשות. אלה נגועות עוד יותר בקידום תוכניות הבידור והריאליטי של הערוצים.

רוב הגופים המעורבים – שני הערוצים קשת ורשת, חברת חדשות 12 והרשות השנייה, סירבו להגיב לדברים. הסירוב בוטה במיוחד כשמדובר במערכות עיתונאיות, המבקשות מדי יום עשרות ומאות תגובות מגופים ואנשים שונים בקשר להתנהלותם.

טלי גורן, סמנכ"לית רגולציה ותקשורת בערוץ קשת, הפנתה את "העין השביעית" לקבלת תגובה מדובר חדשות 12 אלון שני, זאת למרות שגם קשת עצמה מפרה את החוק ואת תנאי הרישיון שקיבלה מהרשות השנייה. דובר חדשות 12 אלון שני מסר: "אנחנו לא נגיב". קרן ברוזה, אחראית יחסי-הציבור של חברת רשת, מסרה: "אין תגובה". נסים דואק, בעלים ומייסד של משרד יוניק המספק ייעוץ תקשורתי לרשות השנייה מסר: "אין תגובה".



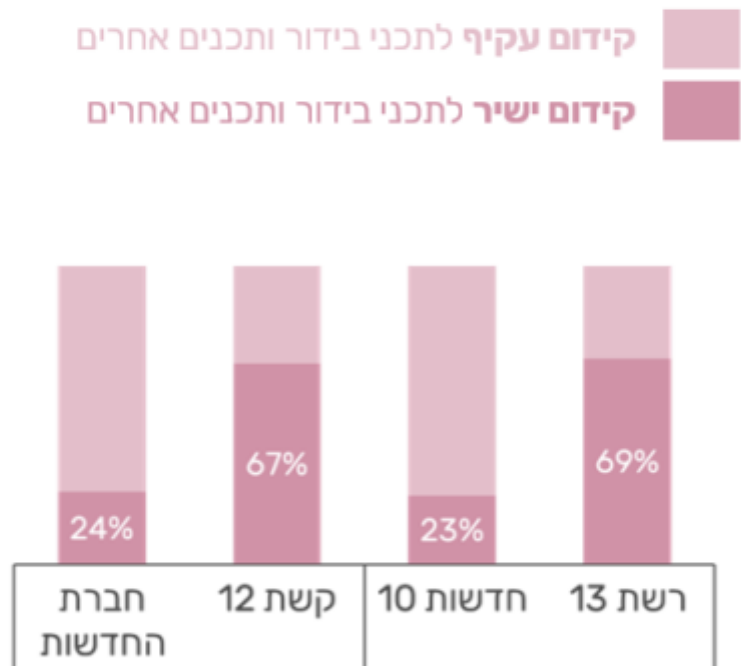
מנכ"ל חדשות 13 ישראל טויטו (צילום: אורן פרסיקו)

למרבה הצער, מציאות זו כבר לא קיימת בישראל. לנדנברג עודנו עורך המהדורה, אך כמה חודשים לאחר המיזוג הוחלף המנכ"ל יוכפז בישראל טויטו (בהמשך הוחלף מנכ"ל רשת ורשבסקי באבי בן-טל, בתקופה שלא נכללה במחקר). לפי נתוני המחקר, מרגע שחברת החדשות החלה לספק שירותים לערוץ רשת 13 הממוזג חל זינוק בהיקף הקידום לתוכניות הערוץ, ובמשך שנה נרשמו 58 אייטמים שקידמו תוכניות בידור וריאליטי של רשת, כלומר כמעט חמישה אייטמים בחודש (ועוד 63 אייטמים שקידמו תוכניות חדשות ואקטואליה).

המצב מחרף כשבוחנים אך ורק את האייטמים שבהם קודמו תוכניות הבידור והריאליטי באופן ישיר. במסגרת המחקר נעשתה הפרדה בין קידום ישיר של תוכנית חיצונית לבין קידום עקיף. דוגמה לקידום ישיר היא כתבה במהדורת החדשות על שף שמכב בריאליטי בישול של הערוץ. דוגמה לקידום עקיף היא כתבה במהדורת החדשות על מצוקת מסעונים שבה מופיע בין היתר שף שמכב בריאליטי בישול של הערוץ.

מניתוח הממצאים עולה כי אם בתקופה שלפני המיזוג חברות החדשות עוד ניסו להחביא את קידום תוכניות הערוץ, הרי שאחרי המיזוג הקידום נעשה בוטה – וקיבל נפח גדול יותר, שהתבטא באייטמים שהוקדשו כל כולם לתוכניות ולכוכבי הערוץ.

עלייה בקידום ישיר – אייטמים המתמקדים בקידום | קידום תוכן בידורי בפילוח לפי סוג קידום, לפי כמות אייטמים



כך, לפני המיזוג רק 24% מהאייטמים בחברת החדשות של קשת ורשת שקידמו את תוכניות הערוץ עשו זאת באופן ישיר. אחרי המיזוג עלה השיעור ל-67% מהאייטמים בחדשות 12 שקידמו את תוכניות קשת. לפני המיזוג, רק 23% מהאייטמים בחדשות 10 שקידמו את תוכניות ערוץ 10 עשו זאת באופן ישיר. אחרי המיזוג עלה השיעור ל-69% מהאייטמים שקידמו את תוכניות רשת.

במספרים מוחלטים ההפרש בולט אף יותר. במהדורת החדשות המרכזית של חדשות 12 חלה עלייה של 786% (!) במספר האייטמים שקידמו באופן ישיר את תוכניות הערוץ, לעומת התקופה שבה חברת החדשות הפיקה מהדורה מרכזית לקשת ורשת גם יחד. מ-9 אייטמים – ל-66 אייטמים (שיעור העלייה באחוזים לוקח בחשבון את הפער במשך התקופות במחקר).

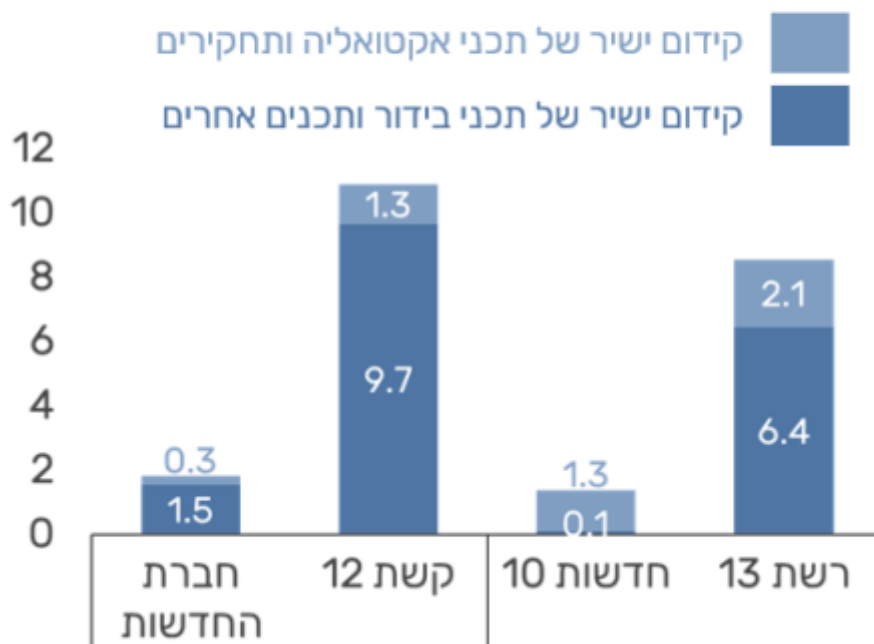


אבי וייס, מנכ"ל חברת החדשות (צילום: יונתן זינדל)

במהדורת החדשות המרכזית של חדשות 13 חלה עלייה דרמטית אף יותר – של 1511% – במספר האייטמים שקידמו באופן ישיר את תוכניות הערוץ, לעומת התקופה שבה חברת החדשות הפיקה מהדורה מרכזית לערוץ 10. משלושה אייטמים ל-40 אייטמים.

כשסוכמים את סך הדקות שהוקדשו במהדורות החדשות המרכזיות לקידום תוכניות הערוצים המסחריים מתקבלים הנתונים הבאים: בשנה הראשונה לשידוריה של המהדורה המרכזית של חדשות 12 כשהיא בבעלות מלאה של קשת נחשפו הצופים לסך כולל של 9.7 שעות של אייטמים המקדמים את תוכניות הבידור והריאליטי של הערוץ (לעומת שעה וחצי בכל 14 החודשים שקדמו למיזוג רשת וערוץ 10). צופי המהדורה המרכזית של חדשות 13 נחשפו באותה תקופה ל-6.4 שעות של אייטמים המקדמים את תוכניות הבידור והריאליטי של הערוץ (לעומת דקות ספורות ב-14 החודשים שקדמו למיזוג).

הזינוק מתבטא גם במספר שעות קידום עצמי במהדורות | היקף הקידום העצמי לפי מספר שעות שידור



לפי נתוני המחקר, האורך הממוצע של איטם במהדורה המרכזית המקדם תוכניות בידור וריאליטי עומד על מעט יותר משלוש דקות. עם זאת, היו גם מקרים חריגים, כמו כתבה של 19 דקות ששודרה בחדשות 12 לקראת עליית עונה חדשה של הסדרה "צומת מילר" בערוץ קשת. רוב האייטמים שקידמו תכני בידור וריאליטי שודרו במחצית השנייה של המהדורות.

בדיקה נוספת שנערכה במסגרת המחקר, לגבי תפוצת האייטמים שקידמו תוכניות בערוץ, העלתה כי במהלך שנת 2019 נרשמו שלושה חודשי שיא לקידום תוכניות הערוץ: מרץ (15 אייטמים פרסומיים בממוצע), יולי (20 אייטמים) ואוקטובר (15 אייטמים). השיאים באו בסמוך למשדרי הגמר של תוכניות ריאליטי כמו "הישרדות" ו"האח הגדול", או סמוך לעליית עונות חדשות של סדרות כמו "צומת מילר" ו"המירוץ למיליון". בחודש אפריל וספטמבר, מועדי הבחירות בשנת 2020, חלה צניחה בהיקף הקידום העצמי של תוכניות הבידור והאקטואליה.

בניגוד לחוק, בניגוד לכללים, בניגוד לרישיון

כל שנייה של פרסום במהדורה המרכזית לתוכנית של הערוץ אסורה על-פי חוק הרשות השנייה, כלליה ותנאי הרשיונות של הערוצים וחברות החדשות, זאת למעט מקרים חריגים שבהם הסיקור מתבקש בשל שיקולים עיתונאיים טהורים.

כשהוקמה הרשות השנייה נחקק החוק מתוקפו פועלים בישראל ערוצי טלוויזיה מסחריים, כללי הרגולציה נוסחו כך שיעצימו את העצמאות המערכתית של העיתונאים המשדרים בערוצים. כדי למנוע הטיה של משדרי החדשות הטלוויזיוניים לטובת האינטרסים של אילי ההון המחזיקים בערוצים המסחריים נקבע כי הערוץ המסחרי עצמו לא יורשה להפיק את מהדורות החדשות שישודרו בו. משימה זו הוטלה על חברות חדשות נפרדות.

בחוק **הרשות השנייה** אף נכתב במפורש כי "חברת החדשות תקיים שידורי חדשות מדויקים, מהימנים ומאוזנים, ולא ישוקפו בהם עמדותיהם ודעותיהם הפרטיות של מנהלי החברה, עובדיה ובעלי מניותיה". לפי סעיף נפרד בחוק, "חברת החדשות אינה רשאית לשדר דבר שהוא בגדר שידורי פרסומי, לרבות פרסומת אגב, פרסומת מוסווית או פרסומת בלתי מודעת".

לפי כללי הרשות השנייה לשיבוץ תשדירי פרסומת, אסור לשבץ בתוכניות החדשות פרסומות, כולל כל התכנים "המכילים אזכור של גורם מסחרי", אלא ב"אתנחתא", כלומר בהפסקה רשמית לפרסומות. בכללי הרשות לאתיקה בשידורים מובהר עוד כי "לא יעשה בעל זכיון שימוש לרעה במעמדו, בתפקידו או בכוחו לשדר או להימנע מלשדר", תוך דגש שלפיו "יקפיד בעל זכיון שלא

יהיה בשידוריו כדי לקדם, במישרין או בעקיפין, את עניינם האישי, הכלכלי או הציבורי שלו או של מנהל או בעל עניין בו, למעט אם קידום עניין כאמור הינו תוצאה נלווית הכרחית לשידור המשודר שלא מתוך מטרה לגרום לקידום כאמור".

בנוסף הובהר בתנאי הזיכיון, ובהמשך בתנאי הרישיון שניתנו לערוצים המסחריים ולחברות החדשות, כי חל איסור מוחלט על קידום תוכניות הערוץ המממן בשידורי החדשות. **בתנאי הרישיון** שהוענקו לקשת ורשת נקבע במפורש כי "בעל הרישיון לא יעשה כל פעולה שיש בה כדי לקדם בשידורי החדשות, במישרין או בעקיפין, את תוכניותיו". **בתנאי הרישיון** שהוענקו לחברות החדשות של קשת ורשת נקבע במפורש כי "בעל הרישיון יקפיד שלא יהיה בשידורי החדשות כדי לקדם, במישרין או בעקיפין, את תוכניותיו של בעל הרישיון לשידורי טלוויזיה אלא אם קידום עניין כאמור הינו תוצאה נלווית הכרחית לשידור המשודר שלא מתוך מטרה לגרום לקידום כאמור".



יוליה שמאלוב-ברקוביץ', יו"ר מועצת הרשות השנייה (צילום: נעם ריבקיין-פנטון)

לבעלי הערוץ המסחרי אמנם שמורים נציגים בדירקטוריון חברות החדשות, אולם לצדם יושבים גם נציגי ציבור שאמורים לדאוג לאינטרס הציבורי ולמנוע מאינטרסים זרים לחדור לליבת העשייה החדשותית. עוד נקבע כי יו"ר הדירקטוריון ייבחר מבין נציגי הציבור. בין מערכת החדשות לערוץ המסחרי אמורה לעמוד "חומה סינית" בצורה, שתמנע מנציגי ההון לבוא בדרישות מהעיתונאים. ואולם, כפי שמחקר זה מעלה, החומה מלאה חורים ובחודשים האחרונים אלו התרחבו עדי כדי סכנת קריסה מוחלטת.

בחברות החדשות לא הקפידו על התנאים הללו גם לפני הפיצול של ערוץ 2 והאיחוד של ערוץ 10 עם רשת. בשנת 2013 נפגש מנכ"ל הרשות השנייה דאז שי באב"ד עם מנכ"לי שתי חברות החדשות בערוצים המסחריים, **והבהיר להם** כי יש לצמצם ככל

הניתן שידור אייטמים במהדורות החדשות על תוכניות של הערוץ, ואסר כליל על שידור האייטמים בסמיכות לשידור התוכנית שמופיעה בהם.

זהו הסיכום שאליו התייחסה תגובת חדשות 13, אולם נתוני המחקר מעלים כי גם תנאי זה לא קיים. כך, לדוגמה, בתחילת ינואר השנה שודר במהדורה המרכזית של חדשות 13 **אייטם לרגל עשור לתוכנית "גב האומה"**. בהמשך אותו הערב **שודרה מהדורת "גב האומה"**.

כיום, ברשות השנייה אפילו לא דורשים מחברות החדשות לפעול על-פי החוק, הכללים ותנאי הרשיונות. יו"ר הרשות השנייה יוליה שמאלוב-ברקוביץ' הצהירה בראיון שנתנה לאחרונה ל"גלובס" כי אין בכוונתה לאכוף את הכללים המגבילים את קידום תוכניות בעל הרישיון בשידורי חברת החדשות שלו, וזאת כדי לסייע לבעלי הרישיון להגדיל את הכנסותיהם.

"אני חושבת שאנחנו נמצאים במקום שהערוצים המסחריים באמת זקוקים, כדי להחזיק מעמד, צריכים לעשות הכל כדי שיהיה להם רייטינג יותר גבוה", **אמרה שמאלוב-ברקוביץ' ל"גלובס"**. "אני הייתי מעדיפה שהחדשות יהיו נקיות לחלוטין, חדשות זה חדשות, תוכניות זה תוכניות. אבל, אני לא יכולה להיתמם ולהגיד לך שלצערי הרב אנחנו במאה ה-21, כשיש לך את כל הגופים הלא מפקחים שפשט בולעים את הפרסום מטלוויזיה ורדיו מסחריים, והם צריכים לשרוד. וכדי שהם ישרדו אנחנו צריכים גם לראות את האינטרס הציבורי וגם את האינטרס הכלכלי".

שיקולים עיתונאיים? לא באמת

בחברות החדשות נוהגים לטעון כי סיקור תוכניות הבידור של הערוצים נובע מעניין חדשותי מובהק בתוכניות וכוכביהן, אולם נתוני הבדיקה מעלים כי למעט במקרה של חברת חדשות 10 בתקופה שלפני המיזוג עם רשת, כל חברת חדשות מוטה באופן מובהק לקידום תוכניות הבידור והריאליטי של הערוץ שמממן אותה וממעיטה מאוד בשידור אייטמים המקדמים תוכניות בידור וריאליטי של הערוץ מתחרה.

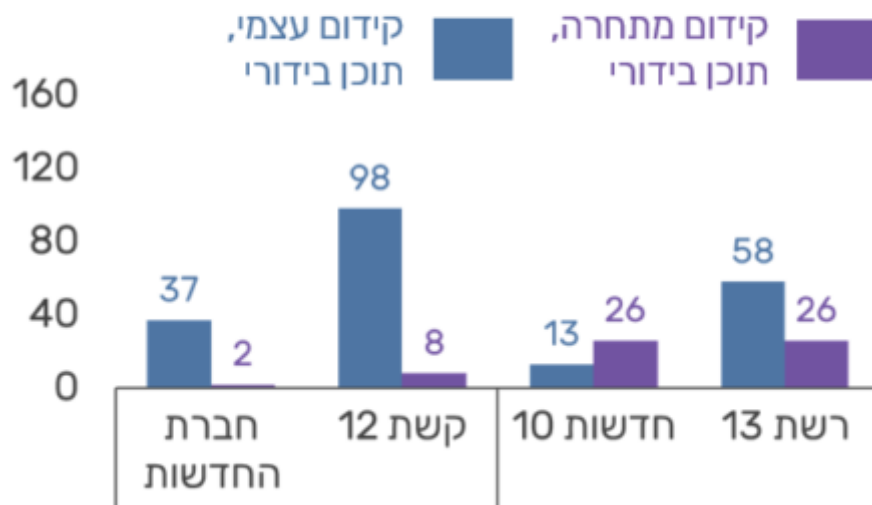
לפני מיזוג רשת וערוץ 10, בחדשות ערוץ 2 הופיעו 37 אייטמים שבהם אוזכרו תוכניות בידור וריאליטי או טאלנטים של קשת ורשת, אך רק שני אייטמים שבהם אוזכרו תוכניות בידור וריאליטי או טאלנטים של ערוץ 10. לאחר המיזוג הפער נותר משמעותי: 98 אייטמים שבהם אוזכרו תוכניות בידור וריאליטי או טאלנטים של קשת לעומת שמונה אייטמים בלבד שבהם אוזכרו תוכניות בידור וריאליטי או טאלנטים של רשת.



מנכ"ל קשת, אבי ניר (צילום: מרים אלסטר)

בחברת החדשות של ערוץ 10, הנקראת כיום חדשות 13 ומפיקה את המהדורות של ערוץ רשת, המצב היה שונה בעבר. בתקופה שלפני המיזוג עם רשת שודרו בה 13 אייטמים שבהם אוזכרו תוכניות בידור וריאליטי או טאלנטים של ערוץ 10, ו-26 אייטמים שבהם אוזכרו תוכניות בידור וריאליטי או טאלנטים של קשת ורשת. זהו נתון יוצא דופן, המדגיש פעם נוספת כי האינטרס המסחרי לא השפיע על שיקול הדעת של מנכ"ל חברת החדשות דאז יוכפז ועורך המהדורה המרכזית לנדנברג. לגבי תקופה זו ניתן לקבל את ההסבר שאזכור התוכניות או הטאלנטים נבע מעניין ציבורי ושיקולים עיתונאיים טהורים בלבד, שהרי היחס מנוגד לאינטרס המסחרי של הערוץ המממן.

הקידום העצמי רחב פי 6 בהשוואה לקידום המתחרה | קידום תוכן עצמי בהשוואה לתוכן בידורי של המתחרה, לפי כמות אייטמים



קידום תוכן עצמי בהשוואה לתוכן בידורי של המתחרה, לפי כמות אייטמים

ואולם, בעקבות המיזוג עם ערוץ רשת השתנה המצב. בשנה שחלפה מאז המיזוג, במהדורה המרכזית של חדשות 13 שודרו 58 אייטמים שבהם אוזכרו תוכניות בידור וריאליטי או טאלנטים של הערוץ ורק 26 אייטמים שבהם אוזכרו תוכניות בידור וריאליטי או טאלנטים של קשת. כאמור, בעוד לנדנברג נותר עורך המהדורה, כמה חודשים לאחר המיזוג הוחלף המנכ"ל יוכפז בטויטו.

מעניין לציין בהקשר זה כי ב-14 החודשים שקדמו למיזוג של רשת וערוץ 10, כשחברת החדשות של ערוץ 2 לשעבר שימשה את קשת ורשת גם יחד, היחס שהפגינו עורכי המהדורה המרכזית של החברה, סודרי והלפגוט, היה מוטא לטובת קשת באופן מובהק. לפי הנתונים שאספה חברת יפעת, במהדורות המרכזיות של חברת החדשות הופיעו 22 אייטמים שקידמו תוכניות בידור וריאליטי של קשת לעומת 13 אייטמים בלבד שקידמו תוכניות בידור וריאליטי של רשת.

מי המשוגע

תצפיות לא מסודרות במהלך חצי השנה שמינואר ועד עכשיו מראות שהקצב והנועזות של הקידומים רק מתגברים. בכיר באחת מחברות החדשות התלונן לאחרונה באוזני "העין השביעית" שחברת החדשות המתחרה פרצה את כל הסכרים וקידמה תוכניות של הערוץ חמש פעמים בשבוע אחד.

לנוכח החלטת הרשות השנייה שלא למלא את חובתה לפקח על הערוצים המסחריים, הפלישה של האינטרסים המסחריים למהדורות החדשות המרכזיות צפוי רק לגדול. שני המנכ"לים של חברות החדשות, וייס וטויטו, איבדו כנראה את הרצון או היכולת לעצור את הסחף.

חבטת הגשה

גם מגישות החדשות, הדמויות המזוהות ביותר עם חברות החדשות בטלוויזיה, לוקחות חלק בקידומים המסחריים האסורים של קשת ורשת בחדשות 12 ו-13

אורן פרסיקו | 14.06.2020

בדיקה: מי הכתבים שנרתמו להוציא לפועל את הקידומים המסחריים במהדורות החדשות

קידום של הערוצים קשת ורשת בחדשות 12 ו-13 אסור ופוגע בעצמאות העיתונאית, אך אינו יכול לצאת לפועל ללא עיתונאים משתפי פעולה • לירון זייד ויונתן ריגר בראש הרשימה, אחריהם בחדשות 12 אילן לוקאץ' ועידו סולומון • בחדשות 13 בולטים אסף אופיר וחן ליברמן, ואחריהם איתי ורד וסמדר פלד

אורן פרסיקו | 10.06.2020

חדשות 13 מקדמים את ערוץ רשת



אם הרגולטור והעורך הראשי הכזיבו, האחריות, כך נראה, מונחת לפתחם של העיתונאים עצמם, אלו שמבצעים בפועל את הפרות החוק. באופן יוצא דופן, עיתונאי חדשות 13 אכן פעלו בימים האחרונים כדי להפסיק את חדירת האינטרסים של הערוץ למהדורת החדשות, שאיתה הם משתפים פעולה כבר תקופה ארוכה, ולהחזיר את המצב למה שהיה בתקופה שפעלו בערוץ 10. הרקע: כוונתה של הנהלת רשת 13 לבצע קיצוץ מסיבי בתקציב החברה ולפגוע עוד יותר בעצמאותה.

הוועד הודיע כי יחדל לקדם את תוכניות רשת, ולאחרונה אף **פנה לרשות השנייה** כדי שזו תסייע להם להימנע מלעבור על החוק. בתגובה מסרה הנהלת רשת ל"גלובס" כי "ועד העובדים יצא מדעתו". זוהי אפוא המציאות הנוכחית: העיתונאים שמעוניינים להפר את ברית הגנבים ולפעול על-פי חוק נתפסים כמשוגעים על-ידי בעלי הבית שלהם. הגוף המפקח מטעם המדינה, שהוקם כדי לסייע לאותם עיתונאים, עומד מנגד ומהנהן.

ערוץ 12 וערוץ 13, חברת חדשות 12 והרשות השנייה, כאמור, סירבו להגיב. בחדשות 13 טענו כי החברה פועלת לפי כללי הרשות.

עוד על קידום הערוצים המסחריים במהדורות החדשות

בונים מחדש את החומה?

בעקבות פרסום הנתונים על הפרות החוק הנרחבות בחדשות 12 ו-13: הרשות השנייה תקיים שימוע מקיף בעניין קידום תוכניות הערוצים המסחריים בשידורי החדשות
אורן פרסיקו | 26.07.2020

איפה הרשות השנייה?

העירוב בין הפרסומת והחדשות בטלוויזיה הוא רק קצה הקרחון של משבר עמוק ביותר
תהילה שוורץ-אלטשולר | 09.06.2020

"פגיעה דרמטית באיכות ובטיב שידורי החדשות בישראל"

פנייה לרשות השנייה ולרשות התחרות בעקבות המחקר על קידומים מסחריים מסיביים של קשת ורשת בחדשות 12 ו-13
אורן פרסיקו | 11.06.2020

הציבור לא מטומטם

שידור תוכן שיווקי בחדשות הוא דריסה ברגל גסה של חובת גוף השידור • הוא מסכן את המערכת הדמוקרטית כולה, בכללה את מערכות החדשות עצמן
יפעת בן חי שגב | 08.06.2020

חומות חימר

האקדח המעשן לאובדן עצמאותן של חברות החדשות 12 ו-13
אלעד מן | 07.06.2020