

20.3.2016

הנדון: תיקון חוק הבחירות דרכי תעמולה

שלום רב,

כחוקר תקשורת פוליטית, וכמי שמתמחה בקמפיינים פוליטיים, ברצוני להביא בפני הועדה שתי נקודות חשובות שאני תקווה וילקחו בחשבון בבואכם להציע תיקון לחוק הבחירות.

ראשית, מטרתם של שידורי התעמולה היתה להשכיל את הציבור ולהביא לידיעתם את עמדות המפלגות והצגת המועמדים. בבואנו לבחון אם שידורים אלו אכן ממלאים את תפקידם, אנו למדים כי שידורי תעמולה בשעות שידור מרוכזות, עם רייטינג שהינו לעיתים אף חד ספרתי, הינם כשלו. בעידן ערוץ אחד בו הרייטינג לכל תוכנית עמד על 95%, שעת השידור ואופן הקיבוץ של הפרסומות לא היה רלוונטי, אך כיום, בעידן רב ערוצי בו הצופים תמיד יכולים לחמוק לערוצים אחרים, או לפנות לעיסוקים אחרים, אנו חייבים להביא את דבר המפלגות אל הצופים באופן שהם לא יוכלו לחמוק ממנו. עם רייטינג כה נמוך, וכאשר ציבור הצופים אינו כולל כמעט מתלבטים אלא אנשים שכבר בטוחים למי יצביעו, אין עוד ערך לשידור. למעשה, כל הפקת הפרסומות משרתת בעיקר ערוצי הנעה ושכנוע חלופיים, בעיקר באמצעות רשתות חברתיות ושיווק פרסומי המוביל לסרטונים ביוטוב או אתרים יעודיים.

על כן אני מציע כי כל הפרסומות ברדיו ובטלוויזיה תהיינה אורגניות לשידורים הרגילים, קרי הפרסומות תופענה כמו כל פרסומת מסחרית אחרת, בכל מיני רצועות שידור, מפריים טיים ועד התוכניות עם רייטינג נמוך, לאורך כל היום, כל השבוע, למעט שבת (לא לתת יתרון למפלגות שמוכנות להפר את השבת).

אורך תקופת התעמולה ונוסחת החלוקה יכולה להשאר במתכונת דומה, X דקות לכל רשימה המיוצגת בכנסת, Y דקות על כל חבר כנסת מכהן ו-Z דקות לכל רשימה חדשה המתמודדת לראשונה. לפי נוסחה זאת, כל מפלגה תקבל את האחוז שלה מדקות הפריים טיים ומדקות השידור בשעות פחות אטרקטיביות. כדי למנוע צירופים מביכים, אין לאפשר שידור של דבר מפלגה לפני או אחרי שידור של פרסומת בנושאי הגיינה או טואלטיקה.

התיקון השני נוגע למימון. אני רוצה להזכיר למחוקקים כי השירות הנדרש מטעם ערוצי השידור השונים אינו חריג. אפילו בארה"ב, בה אין השידור מופרט ומתנהל ברמה התת פדראלית, כל ערוצי השידור מחוייבים בחוק למכור רצועות שידור במחיר הנמוך ביותר הקיים באותו media market, מחיר השמור להודעות לטובת הציבור, וכך מועמדים לעיתים משלמים מאות דולרים לדקת שידור, מחיר שהיה עולה למפרסם רגיל עשרות אלפים או יותר.

המצב בישראל אף פשוט מכך. גלי אתר או אפיקי השידור הם רכוש הציבור. כל ערוצי השידור, מרשתות הרדיו ועד ערוצי הטלוויזיה, פועלים בזכות רשיון או זכיון. רשיון הוא היתר לאדם או לגוף כלשהו לעשות משהו שלאחר אסור. הרשיון ניתן לגופי התקשורת השונים והוא יכול להלקח מהם אם הללו לא משתפים פעולה. יצא לי לשמוע את התלונות הרבות על ה"גזל" ששידורים אלה מהווים מהפרנסה של הערוצים השונים. יש להבהיר לאותם גופים כי זהו חלק מתנאי הרשיון, ואם תנאי זה שתפקידו לקדם את הדמוקרטיה הוא כה דרקוני עבורם, הם כמובן יכולים לוותר עליו. לא יתכן שהמחוקקים והרגולטורים ידרשו לנהל משא ומתן עם גופי השידור על מה שהינו רכוש ציבורי.

אני מקווה שתשקלו נקודות אלו. בברכה,

ד"ר ישראל ויסמל-מנור
ביה"ס למדע המדינה
אוניברסיטת חיפה