

09/03/16

לכבוד
ד"ר יפעת בן חי שגב, יו"ר
המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין

הנדון: בקשה לאישור שידור חדשות לפי סעיף 30.2 לרשיון ערוץ המורשת

ערוץ יהודי ישראלי בע"מ (להלן: "ערוץ 20" או "הערוץ"), מתכבד להגיש בזאת בקשה למועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין (להלן: "המועצה"), לשידור חדשות, כנדרש ברשיון הערוץ, וזאת בהמשך להתכתבויות קודמות בעניין זה (מכתבכם האחרון מיום 21/04/2015).

נדגיש, כי סמכות המועצה ליתן את האישור המבוקש מצוינת הן בסעיף 5.1.6 ו - 30 לתנאי המכרז לקבלת הרשיון, והן בסעיף 30 לרשיון הערוץ.

הבקשה המוגשת, מתבססת בין היתר, על ניתוח תהליכים שעברה החברה הישראלית בעשורים האחרונים, מחקרים וסקרים שעשו בנושא ועמדות הציבור באשר לתפקוד התקשורת הישראלית.

1. מבוא

א. החברה הישראלית משתנה

ערוץ 20 ממלא תפקיד ציבורי חשוב, כפלטפורמה לתכנים הנותנים ביטוי למגזרי אוכלוסייה ולנושאים, אשר העיסוק בהם בערוצי הטלוויזיה האחרים היה מוגבל במהלך השנים. תפקידו של הערוץ לתרום לפלורליזם בחברה הישראלית ולגיוון התכנים על המסך, תוך מתן ביטוי ראוי להיבטים המשקפים את המורשת, במובנה הרחב. תפקידו של הערוץ לתת במה למכלול תחומים, בשידורים ההולמים את אופי הערוץ, ייעודו ונקודת מבטו הייחודית, תוך מתן ביטוי לתרבות שלנו בכלל מישורי החיים, לרבות חברה, רוח, אקטואליה וענייני היום.

ערוץ 20 נועד למלא חוסר קיים בתקשורת הישראלית והותאם לצרכיה המשתנים של החברה הישראלית.

מאז המהפך הפוליטי ב-1977, התחזק המרכיב הדתי-לאומי, שבא לידי ביטוי הן בזירה הפוליטית והן במגוון רחב של תחומים אחרים בחברה הישראלית. בניגוד לעשרים השנים הראשונות למדינת ישראל, אשר בהן התאפיין מעמדה של הציונות הדתית בשוליות חברתית ובשותפות פאסיבית בהנהגה, הרי שבשנים האחרונות התחזקה זהותם הציונית-דתית והתעצבה תודעתם העצמית, כשותפים להתוויית דרכה של החברה הישראלית¹.

1 עוז אלמוג ודוד פז, זרמים אידיאולוגיים וסגנונות חיים באוכלוסייה הדתית-לאומית, "אנשים ישראל – המדריך לחברה הישראלית". <http://www.peopleil.org/details.aspx?itemID=7711>

עם השנים, בעקבות שינויים חברתיים ומדיניים, הלך ונחלש גם "הכעס" כלפי הימין הדתי, שרווח בארץ בשנות התשעים, והחברה הישראלית נראית כיום מחוברת יותר מתמיד לזהותה².

אם לשפוט לפי הסקרים, ישראל אכן מצויה בעיצומו של תהליך חזרה לשורשים. "בעוד החילונים מתקרבים לדת, הרבה דתיים הולכים לכיוון יותר פתוח, יותר מסורתי ופחות חרדי ודתי. מה שהשתנה זה לא מספר הדתיים אלא המיקום שלהם בחברה... אנו בעידן של חילופי אליטות. פתאום מופיעה קבוצה שאומרת 'אנחנו בדרך להנהגה'. והם רואים ראש שב"כ דתי, מפכ"ל דתי, מועמד לרשות המוסד דתי, ואז מתקבלת תחושה שכנראה הם התגברו מספרית"³.

"המגמה הבולטת היא בקרב האינטלקטואלים המזרחיים, שבעבר התאימו יותר למודל של הקשת הדמוקרטית – חילונים עם אוריינטציה של שמאל אשכנזי. במשך תקופה ארוכה השמאל המזרחי קיבל את ההימנעות מהעיסוק ביהדות... כל הנושא של העצמת המסורתיות, ההיכרות המחודשת עם רבני האסלאם, רשת מורשה, רשת כ"ח, החזרה של הפיוט – הכול צף עכשיו" (ר' ה"ש 4).

ב. המציאות בראי התקשורת

התחושה 'במחנה הדתי והמסורתי' בארץ, היא שאין ביטוי לתמורות שחלו בחברה ואין ביטוי למחנות אלו בכלי התקשורת המרכזיים. כך, הטיפול בענייני פריפריה (גיאוגרפית, פוליטית ומגזרית) הוא חלקי ביותר ומדיר התייחסות הולמת לחלקים שונים בעם. העניין בולט אף יותר, בסיקורים החדשותיים והציבור מודע לכך ומחפש אלטרנטיבה.

ההשלכות לכך הן בעיקר, רמת אמון נמוכה בתקשורת: ממצאים שונים, מצביעים על חוסר שביעות רצון של אזרחים רבים, מאופיים של שידורי הערוצים הקיימים, בעיקר בכל הנוגע לסיקור החדשותי. "מדד הדמוקרטיה 2015", שערך המכון הישראלי לדמוקרטיה, מצביע על כך שרק 35.7% מכלל אזרחי ישראל רוחשים אמון לתקשורת הישראלית. בשנת 2014 היח האמון בתקשורת נמוך אף יותר, והגיע לשפל חסר תקדים של 29.7%⁴.

מחברי מדד הדמוקרטיה מסבירים, כי רמת האמון הנמוכה נובעת ככל הנראה, "מתפיסת אזרחי ישראל את התקשורת כמוטה לעמדה פוליטית מסוימת, או לטובת קבוצות אינטרס כאלה ואחרות". על פי פילוח המשיבים, בהתאם למחנות הפוליטיים השונים, ברור כי הקבוצה שבה שוררת רמת האמון הנמוכה ביותר בתקשורת היא אלו המגדירים עצמם כ'מחנה הימין'. במחנה זה, פחות מחמישית מהנשאלים (19.8%) חשים אמון בתקשורת, בהשוואה לכמחצית בקרב

2 פרופ' אשר אריאן "יהודים, ישראלים – דיוקן מחקר –"שמירת מסורת וערכים של יהודים בישראל". מרכז גוטמן לסקרים במכון הישראלי לדמוקרטיה.

3 הרב משה רט, דוקטור לפילוסופיה מטעם אוניברסיטת בר אילן, במאמרו. כתבה של רחלי מלק בודה ומתוך אשר כהן (2004), "ראשית צניחת גאולתנו" בתוך אשר כהן, ישראל הראל (עורכים), הציונות הדתית: עידן התמורות, ירושלים: מוסד ביאליק, עמ' 364-385.

4 מדד הדמוקרטיה הישראלית 2015, המכון הישראלי לדמוקרטיה, עמ' 85.

מצביעי השמאל (57.8%) ואנשי 'מחנה המרכזי' (44.4%)⁵. זאת ועוד, סקר שנערך לפני שנים אחדות, הצביע על כך כי בקרב צעירים (בני 18 עד 29), 64% תופסים את התקשורת כמוטה⁶.

במסמך שהוכן על ידי ועדת האתיקה של רשות השידור ואושר בשנת 2013, מצוטטת הטענה הבסיסית של מרבית חוקרי התקשורת באשר הם, כי **התקשורת אינה משקפת את ה"מציאות"**, משום שאין אפשרות לשקף את המציאות בדיוק כמות שהיא. על כן, תכנים תקשורתיים הינם לעולם הבנייה חברתית של המציאות. העובדות אינן מדברות בעד עצמן, מכיוון שהן זקוקות לאנשים שישימו אותן וימקמו אותן בתוך הקשר רחב יותר.

אותם אנשים המדווחים ומתווכחים, הם למעשה "התקשורת", והטענה הרווחת היא שהם אינם ממלאים את ייעודם. הם אינם מתווכחים נכונה את המציאות המגוונת של החברה בישראל ואף יוצרים מציאות מדומה. רבים מ'אנשי החדשות' נטועים בהשקפת עולמם, בחברתם ובתרבותם הפרטית והארגונית, וזו השקפת העולם המשתקפת לציבור באמצעי התקשורת השונים, כ"מציאות".

אנשי חינוך וחוקרי תקשורת טוענים, כי כלי התקשורת ובכללם ערוצי הטלוויזיה, בוחרים להציג בעיקר את השלילי, תחת המסווה של ביקורת, עד כדי כך "שהכל נראה כאן שחור", דבר הגורם לאדישות הציבור לגבי נושאים ערכיים ואף לניכור של ציבורים שלמים כלפי מוסדות המדינה.

מחקר אקדמי נוסף⁷, מצביע על כך, כי **תכניות החדשות והאקטואליה בתקשורת האלקטרונית מביאות סדר יום מאד צר ונקודתי, אשר אינו פונה כלל וכלל למדגם מייצג של האוכלוסייה.**

דו"ח נציב פניות הציבור של הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו לשנת 2014, הצביע אף הוא על כך שעיקר תלונות הציבור שהתקבלו במהלך מבצע "צוק איתן" ברצועת עזה, נגעו לטענות בדבר **חוסר איזון בשידורים**: נטייה לצד אחד של המפה הפוליטית והבעת דעה אישית מסוימת מצד המראיינים ומגישי מהדורות החדשות.

ג. צריכת החדשות בישראל

ועם זאת, לשיעורי הצפייה בחדשות בארץ אין אח ורע בעולם. הישראלים מחוברים בטבורם לחדשות ואקטואליה כחלק משגרת יומיום קיומית⁸. על-פי סיכום נתוני הצפייה בטלוויזיה לשנת 2014, שנערך על ידי הוועדה הישראלית למדרוג⁹, צריכת החדשות בישראל היא גבוהה, גם בימי

5 מדד הדמוקרטיה 2015, עמ' 83.

6 מאיה זיסר, "האם התקשורת אכן שמאלנית? סקר עדכני ומחקר מקיף בדקו את השאלה המטרידה", אתר ביזפורטל, 1.12.2009. www.bizportal.co.il/general/news/article/221353

7 "הנעדרים והנוכחים בזמן צפיית שיא: מגוון תרבותי בשידורי ערוצי הטלוויזיה המסחרית בישראל" מצגת שנכתבה על ידי מדגם ייעוץ ומחקר בע"מ עבור הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו;

"האם יש איזון פוליטי בתכניות חדשות ואקטואליה בתקשורת האלקטרונית?" – ד"ר אברהם כרמלי.

<http://b.walla.co.il/item/2601798>

9 המכון לחקר מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה אוניברסיטת אריאל 2015 עמ' 33.

שגרה. כיום משודרות בטלוויזיה מספר מהדורות חדשות במקביל ושיעור הצפייה היומי של ארבע מהדורות החדשות המרכזיות, בשנת 2014, היה בממוצע 42.5%, בהשוואה ל – 37.9% בשנת 2013. יצוין, כי הגידול נרשם בעיקר בערוצים 10 ו-9, הנתפסים כאלטרנטיבה לחדשות ערוץ 2. בקרב מבוגרים, 88% העדיפו בשנת 2014 את מהדורות החדשות המשודרות בטלוויזיה על פני המידע המודפס בעיתונים. נתון זה עולה מדי שנה. מצ"ב כנספח א' – צפייה בתוכן טלוויזיוני¹⁰: אקטואליה ותכנים אחרים.

בהזדמנות זו, אנו מבקשים להביא בפני המועצה מספר נתונים שעלו ממחקר שערכנו בחודש נובמבר האחרון, במטרה לאמוד את תפיסת הצופים בנוגע לערוץ 20 ולשידוריו:

על מנת לאמוד את תפיסת הצופים בנוגע לשידור חדשות, ערכנו, באמצעות מכון המחקר "מודוס", מחקר איכותני (קבוצות מיקוד) רחב היקף, באזורים שונים ברחבי הארץ. משתתפי המחקר היו גברים ונשים בטווח הגילאים 28-55, בחלוקה לדתיים, חילונים ומסורתיים.

"לא רוצים גטו, רוצים להיות חלק ממדורת השבט":

ממצאי המחקר העלו, כי בישראל 2015, החלוקה המסורתית לקהלים על פי הזיקה הדתית בלבד היא עמומה ואינה מאפשרת הבנה עמוקה של קהלי היעד של הערוץ. המחקר העלה, כי התפיסה הרווחת כלפי רוב ערוצי התקשורת המובילים היא שהם מזוהים כבעלי נטייה פוליטית שמאלנית. את ההשלמה המאזנת מקבלים כיום הצופים מאמצעי הניו מדיה השונים. מכך עולה צורך אמיתי לתקשורת מאוזנת יותר.

השייך הפוליטי של ערוצי התקשורת הקיימים, נמדד בעיקר בתכניות חדשות ואקטואליה.

מצ"ב כנספח ב' - תרשים מפה תפיסתית: הנטייה הפוליטית של אמצעי התקשורת המרכזיים.

השאיפה לתקשורת מאוזנת:

תפיסת אמצעי התקשורת המרכזיים כבלתי מאוזנים, נשענת לא רק על נטייה פוליטית אלא גם על ייצוג יתר של חילוניות, ייצוג יתר של המרכז הגיאוגרפי של ישראל וייצוג יתר של האליטות. כלומר, השאיפה לתקשורת מאוזנת כוללת בתוכנה שאיפה להגדלת הייצוג של קהלים שאינם דווקא מאד חילוניים, מהפריפריה הגיאוגרפית והחברתית. בולטת הגלובליות של ערוצי הטלוויזיה המרכזיים, אל מול לוקאליות, שחסרה בשיח התקשורת.

ציפיות התוכן מערוץ 20 :

מבחינת משתתפי המחקר, תפיסת התוכן של ערוץ 20 נשענת על שלוש רגליים: **תכנים ערכיים ושורשיים, תכנים משפחתיים ותכנים מאוזנים פוליטית.** גיבוש הזהות התכנית של הערוץ

תאפשר לו הגעה לקהלים רחבים. שילוב של שידורי חדשות בתמהיל לוח השידורים של הערוץ יאפשר את הגדלת הצפייה בו ויענה על צורך קיים בקרב הצופים, בהווה ובעתיד.

מצ"ב **כנספת ג'** - תרשים המאזניים: התקשורת כיום והחוסר בייצוג.

מצ"ב **כנספת ד'** - סיכום מחקרים וסקרים.

כל האמור לעיל, מוכיח ומצדיק, לשיטתנו, את הצורך והנחיצות בהענקת אישור לערוץ 20 לשדר תכניות העוסקות בסיקור חדשות, אשר יציגו לכלל הצופים את **המציאות, כפי שהיא משתקפת בישראל האמיתית**, לאו דווקא זו שמשכנה בתל-אביב בלבד.

2. הבקשה לגופה

כחלק מתפיסת העולם הכוללת, העומדת בבסיס קיומו של ערוץ 20, על פיה התרבות היהודית נוגעת למנעד הרחב של כל תחומי החיים ומשקפת ראייה רחבה ומכילה, ללא העדפות למגזרים כאלה ואחרים, מבקש ערוץ 20 לייצר גם חדשות אשר יביאו לידי ביטוי את תפיסת העולם האמורה בכל רמה – באייטמים שייבחרו, בזווית ההסתכלות, בסגנון העריכה וההגשה ובדעות שיובאו לידי ביטוי. הסיקור החדשותי של ערוץ 20, יביא למסך מגוון עשיר של קולות ודעות וייתן ייצוג הולם יותר לציבור המסורתי ולציבור הדתי-לאומי, המהווה חלק נכבד ביותר מן האוכלוסייה, אך בא לידי ביטוי במסגרת תכניות האקטואליה בגופי השידור השונים, באופן מצומצם ביותר - בשיעור של 7% בלבד¹¹.

במסמך זה יפורט אופן הסיקור החדשותי שיעשה על-ידי הערוץ, עם קבלת האישור לכך.

הערוץ מתעתד, בשלב ראשון, לשדר תכנית חדשות יומית, וכן, מבזקי חדשות קצרים לאורך היממה (בני דקות ספורות כ"א), וכן, מתן מענה מידי לאירועים חריגים ואירועים ייחודיים בשידור חי.

הערוץ לא פנה להברה חיצונית לצורך הפקת תכניות החדשות, אלא מתכנן להפיקן באופן עצמאי. אנו סבורים כי יש מקום לטלוויזיה שמביאה לצופים חדשות נקיות יותר, שמרניות יותר ופחות רכילותיות.

גם מהבחינה המסחרית, הערוץ נוכח יום יום, כי ערוץ אשר אמור להתפרנס מפרסומות שאין באפשרותו לספק לצופיו סיקורים ועדכונים חדשותיים, אינו מסוגל להתמודד מול ערוצים מסחריים שכן עושים זאת, בעיקר במציאות הישראלית שבה, כמעט ולא עובר יום, ללא אירוע

חדשותי משמעותי אחד לפחות. ערוץ 20 הוא ערוץ שפרנסתו ממכירת פרסומות והוא זקוק לצופים ולמפרסמים. על מנת שיוכל לגבש קהל צופים קבוע ונאמן, ראוי כי יהא רשאי לתת מענה לכל תחום עיסוק, לרבות תכנים חדשתיים.

במענה למכתבכם מיום 21/4/2014, מסמך זה מפרט את המערך הטכני, התוכני וההפקתי, יחד עם פירוט והדגשה של הדרישות והמחויבויות המשפטיות, כמו גם התכנית העסקית, וזאת כדי להבטיח הקמת מערך עצמאי, מהימן ומקצועי, הנותן מענה לכל אירוע ודרישה. המערך האמור, ימומן מהקצאה ומכירה של זמני שידור למשדרי פרסומות וחסויות, כהגדרתם בכללי הפרסומות.

א. כללי:

כאמור לעיל, הערוץ מתעתד להפיק את תכני החדשות באופן עצמאי, ומתחייב לעמוד בכל התנאים הבאים, כנדרש ברישיון:

- שידורי החדשות יופקו וייערכו לשידור בידי הערוץ באמצעות מערך הפקה עצמאי הכולל פריסה סבירה של כתבים, שדרים ואמצעי סיקור.
- התקציב שיקצה הערוץ להפקת החדשות, והתקשרויות רלוונטיות שיערוך הערוץ, יבטיחו את עצמאות הערוץ ועובדיו בהפקת ועריכת החדשות, את מהימנות שידוריו ואת רמת ההפקה הנאותה שלהם.
- התקציב שיוקצה להפקת החדשות יתאם את התכנית העסקית שתאושר על-ידי המועצה. כידוע, ערוץ 20, מאז יומו הראשון, עומד בכל מחויבויות ההשקעה הכספית שלו על-פי הרישיון, ואף מעבר לכך.
- תובטח עצמאותו של עורך החדשות ועובדי המערכת ותהיה הפרדה מוחלטת, בין מערך התוכן החדשותי למערך התוכן של הערוץ.
- הפקת החדשות על ידי הערוץ לא תעלה חשש סביר להפרת הוראות סעיפים 3ח6, 2כ6 ו- 6כ6 לחוק.
- שידורי החדשות יופקו וישודרו בהתאם לכללי המועצה.
- הערוץ יקיים שידורי חדשות מדויקים, מהימנים ומאוזנים.

ב. תכנית עסקית לשידור חדשות

מערך התפעול של שידורי החדשות, כולל תשתיות כח אדם ותשתיות ציוד. יש לציין, כי בחודש אוגוסט האחרון שדרג הערוץ את מערך הציוד שלו והעמידו בשורה אחת עם גדולי הערוצים בישראל. הערוץ עבר לאולפני מימד ברמת החייל, ששימשו עד לא מזמן את תכניות הפריים-טיים של ערוץ 2, וכן, העמיד חדרי עריכה חדישים, חדר סאונד ותוכנות עריכה מתקדמות הן בדסקים והן בחדרי ההנהלה. בנוסף, לטובת פלטפורמות הניו-מדיה של הערוץ, הורחב מערך הכתבים והעיתונאים ממילא.

- **ההנחות שעמדו בבסיס תקצוב התכנית העסקית:**

לוח השידורים: בשלב הראשון, ישדר הערוץ מהדורת חדשות יומית. בנוסף, ישודרו במהלך היום כ- 5 מבזקי חדשות.

- **הכנסות:**

- הכנסות ממכירת זמן אוויר לפרסומות יוקצו בין הערוץ למערך החדשות שלו על פי זמן השידור בפועל. היינו, הכנסות ממכירת זמן אוויר במהלך שידורן של מהדורת החדשות והמבזקים, יזקפו להכנסות מערך החדשות. כל יתר ההכנסות, יזקפו לערוץ.

- הכנסות ממכירת זמן אוויר מחושבות לפי נוסחה המשקללת רייטינג חזוי, מחיר לנקודת רייטינג, כמות תשדירים (SPOT), שיעור תפוסה ועמלות והנחות מסחריות.

- **הוצאות ועלויות:** ההוצאות והעלויות הכלולות בתכנית העסקית, כלולות בה על פי עיקרון של עלות שולית.

- **השקעות בציוד:** לצורך הקמת מערך החדשות תידרשנה השקעות נוספות בציוד, מעבר לקיים כיום. השקעות אלה לידי ביטוי בתכנית העסקית, במסגרת סעיף הפחת.

- התכנית העסקית נבנתה ל – 5 שנות ההפעלה הראשונות של מערך החדשות.

• רווח והפסד חזוי:

ערוץ 20 (החזר חדשות)
תכנית עסקית לחמש שנים
 (כל הסכומים בשקלים)

שנה 5	שנה 4	שנה 3	שנה 2	שנה 1	
					הכנסות
					הוצאות
					כוח אדם - תוכן
					כוח אדם - הפקה
					עלות הפקת מהדורה מרכזית
					הוצאות אולפן והפקה
					הוצאות הנהלה
					סה"כ הוצאות
					רווח (הפסד), לפני מס

הנחות לגבי הוצאות:

כוח אדם

אנשי תוכן - עורכי תוכן, מבזקנים, כתבים, רכזי מערכת וכיו"ב

אנשי הפקה - מפיקים, צלמים, גרפיקאים וכיו"ב

הוצאות אולפן והפקה

ההוצאות כוללות אולפן על בסיס יומי, מצלמות (כולל רחף), הלבשה, חומרי ארכיון ממקורות שונים, קופה קטנה וכיו"ב.

הנהכ"ל

הוצאות הנהכ"ל כוללת שכ"ד, ביטוחים, פחת ואחרות

ג. מערך טכני :

הערוץ יעמיד מערך טכני מיומן ומנוסה, שיספק את כל צרכי המערכת ויביא למיצוי מקסימלי של האמצעים השונים להפקת מהדורה, כמפורט להלן:

- **אולפן HD** מתקדם, הכולל ארבעה סטים מלאים של מצלמות באיכות מעולה, מצלמת רחף, מערכות כותרות דינמיות, שרתי הקלטה, שרתי ניגון קבצים, אפשרות קליטה של עד ארבעה מקורות במקביל, צוות אולפן מלא.
- תוכנת ניהול שידורים מתקדמת, מייצרת סנכרון בזמן אמת בין כל גורמי ההפקה ומאפשרת שידור חי רציף.
- שישה חדרי עריכה מסוג AVID.
- עמדות גרפיקה (After effects, Photoshop, Illustrator וכיו"ב) להפקת הדמיות / שקופיות, תמונות על בסיס יומי.
- צוותי ENG - צוותי צילום מלאים על בסיס יומי לסיקור אירועים ברחבי הארץ.
- ערכות כדוגמת LIVE-U להעברת שידורים ישירים בזמן אמת בכל מקום ובכל שעה.
- סיבי שידור אופטיים קבועים בצפון, בדרום ובירושלים.
- תכנת ארכיון – המאפשרת אחסון, ניהול והפעלה שוטפת.

מצ"ב **כנספת ה'** – תכנית חדרי עריכה ודסק.

מצ"ב **כנספת ו'** – שרטוט אולפנים.

ד. מערך התוכן :

מערך התוכן יכלול אנשי מקצוע מיומנים ומנוסים, שכבר הוכיחו יכולתם בערוצי טלוויזיה, הן בערוץ 20 והן בערוצים אחרים ובהפקות דומות בעבר. המערך, שיהא עצמאי ונפרד ממערכות התכניות האחרות של הערוץ, יכלול: מגיש ראשי, מבזקנים, עורך ראשי, עורכי תוכן: סגל עורכים ועורכי משנה מנוסים לרצועות השונות, רכז כתבים/רכז מערכת, כתבים: רשת כתבים שתבטיח פריסה נושאת, תחומית וגאוגרפית (כתב/ת מדיני, כלכלי, חברתי, בטחוני וכיו), פרשנים: פרשנים קבועים לתחומי השידור המרכזיים (ביטחוני, מדיני, פוליטי וכלכלי) לסיוע בהבנת המשמעות, הרקע וההשלכות של האירועים המדווחים, אנשי מערכת/תחקירנים: איתור נושאים, מרואיינים, איתור והכנת חומרי הרקע.

הרחבת מעגלי כוח אדם: הערוץ יפעל לקידום הפריפריה החברתית, בגיוס כוח אדם ממגזרים ומסקטורים החשים מופלים בתקשורת הישראלית, מתוך מטרה לגוון את פסיפס כוח האדם,

ההשקפות וקשת הדעות המובאות בתקשורת ומתוך רצון לתת ביטוי לקהלים אלה, הן בתכנים עצמם והן על המסך.

ה. מערך הפקה:

הערוץ יגייס עובדים המשתייכים למיטב אנשי המקצוע, שכבר התנסו בהפקות מסוג זה, החל מהקמת היסודות הנדרשים ועד לעבודה ותפעול שוטפים, כמפורט להלן: מפיק ראשי, מפיקים בפועל, מפיק צוותי ENG, מפיק פוסט, מפיק ניו מדיה (אתר אינטרנט, פייסבוק, טוויטר וכד'), עוזרי הפקה, מתאמי הפקה.

ו. פעילות באמצעי ניו מדיה:

מהדורת החדשות המתגבשת, תפעל ותעבוד באופן רציף ושוטף מול כל אמצעי הניו מדיה בהם כבר פועל הערוץ - אתר אינטרנט עצמאי, פייסבוק, אינסטגרם, טוויטר ועוד. כתבי המהדורה ועורכיה, יעבדו באופן שוטף מול עורך תוכן אחראי מתחום הניו-מדיה.

- אינטרנט: לערוץ 20 קיימת כבר היום נוכחות אינטרנטית של ממש, הן באמצעות אתר האינטרנט העצמאי של הערוץ והן באתר הפייסבוק, המונה למעלה מ-100,000 חברים. דף הפייסבוק כולל מעורבות גדולה מאד של החברים בו, המגיבים לתכנים שמשדר הערוץ ולפוסטים שהוא מעלה.
 - אפליקציה: קיימת כבר היום אפליקציה המותאמת לכל המכשירים. באפליקציה ניתן לצפות בשידור חי של הערוץ ובספריית VOD עשירה, הכוללת פרקים מלאים של תכניות הערוץ, קטעים קצרים ותכני וידאו ייחודיים.
 - ערוץ YOUTUBE: ערוץ אשר בו ניתן לצפות בכל תכני הוידאו של הערוץ.
 - טוויטר: לערוץ 20 יש חשבון טוויטר פעיל. הערוץ מציץ במהלך היום על פי הצורך ומנהל דיאלוג מתמיד עם העוקבים אחר החשבון.
- האתר ימשיך להוות חלק אינטגרלי מהערוץ גם כשיצטרף אליו מערך החדשות. הוא ימשיך לייצר תכנים ולפעול בסינרגיה מתמדת עם המערכת, הן באמצעות העלאת תכניות וקטעים המשודרים בערוץ, והן בהעלאת קטעי וידאו ייחודיים שלא שודרו. מתוכנן קידום הדדי בין הפלטפורמות, מתוך מטרה להנגיש את התכנים ולאפשר לצופים מעורבות מקסימלית.
- המערך הדיגיטלי יהווה בסיס לריכוז והפצת התוכן החדשותי לכל הפלטפורמות, באמצעות:
- הקמת פורטל תוכן פנימי שיהווה מרכז לקבלת אינפורמציה מכל מקורות המידע (כתבים, צוותי וידאו, דוברים וכיו"ב) וישמש את כלל הפלטפורמות.

- עבודה משותפת עם כל תכניות החדשות במטרה לייצר קידומים הדדים ותכנים משלימים שיעשירו את עולמות התוכן.
- פעילות מוגברת וייעודיות ברשתות חברתיות.
- יצירת מובילות בשוק באמצעות השקעה בטכנולוגיות חדשניות.
- אמצעי הניו-מדיה הקיימים של הערוץ.

3. החזון

ערוץ 20 פונה בזאת למועצה, לקבלת אישור לשידורי חדשות, וכאמור, יחל בשידור תכנית חדשות אחת ומבזקי חדשות במהלך היממה.

שידורי החדשות המתוכננים של ערוץ 20 מיועדים להעניק לציבור הישראלי אלטרנטיבה ערכית לשידורים במרבית הערוצים האחרים. ערוץ 20 מבקש להביא רוח חדשה למציאות המשתנה של החברה בישראל. אנו נביא לידי ביטוי את ההוויה הישראלית החדשה ובתוכה את יחסי דת ומדינה, חיי התרבות, יחסי הגומלין בין ציבורים שונים, מרכז ופריפריה, מסורת מול חילוניות. אנו רואים עצמנו כמתווכים בין שדרות האוכלוסייה, תוך מתן ביטוי לאלה שקולם לא נשמע מספיק, גם בתחום החדשות והאקטואליה.

זאת ועוד, בבסיס בקשה זו עומדת ההערכה, כי בעידן שבו חלק ניכר מהציבור בישראל מתעדכן בחדשות באופן שוטף באמצעות הטלפונים הסלולריים ופלטפורמות דיגיטליות אחרות, נדרשת הטלוויזיה להגדיר מחדש את מקומה ותפקידיה. על רקע זה, יעוצבו תכניות החדשות של ערוץ 20 תוך לקיחה בחשבון של אספקט זה.

עבודתם של אנשי התוכן של הערוץ תתבצע במקצועיות, תוך הדגשת ערכי היסוד של המדינה ומרכיבי זהותה הלאומית. השידורים יציגו את המגוון החברתי הישראלי, את התמודדות החברה

הישראלית עם אתגריה השונים ואת הישגיה הרבים, בין היתר בתחומי התרבות, המדע, הטכנולוגיה, החינוך והביטחון.

העקרונות התוכניים:

בישראל, ממדינה המתאפיינת לא רק באירועים דרמטיים אלא גם במסורת של צריכת חדשות רבה, הפכה הטלוויזיה לספקית חדשות מרכזית. כך בעתות שיגרה וכך במיוחד בתקופות של מתיחות ביטחונית, או בצל אירועים מדיניים ופוליטיים מרכזיים.

להלן כמה מן העקרונות התוכניים החיוניים שערוץ 20 יקפיד עליהם בשידורי החדשות:

הרחבת מגוון הנושאים המסוקרים:

מן הסקרים עולה, שצופי הטלוויזיה חשים בבירור, כי נושאים בעלי חשיבות כמו נושאים חברתיים, בעיות חינוך מקומיות, נושאי דת ומדינה, יהדות, זהות יהודית וכיו"ב, נדחקים הצידה - שלא לומר "מוזנחים" - במהדורות החדשות המרכזיות. הסיבות לכך מגוונות, לרבות מכוונות פוליטית (אגינדה), אינטרסים כלכליים ועיסוק נרחב בנושאי פוליטיקה ומדיניות שפונים למכנה המשותף הרחב יותר.

עם הפנים לשטח:

שידורי החדשות חייבים להבטיח, כי לא רק פוליטיקאים ואנשי יחסי-ציבור או שתדלנים יקבעו את סדר היום התקשורתי. בישראל פועלות עמותות חברתיות ואחרות רבות, שאינן זוכות לחשיפה תקשורתית. קשר הדוק עם עמותות וארגונים, הן באמצעות הכתבים והן באמצעות תחקירנים, יאפשר לצוות החדשות לזהות נושאים ולדווח עליהם.

יידע וחינוך:

מטרת הערוץ, בין היתר, היא להעשיר את עולם הידע של הצופים, להעניק לו תובנות על אירועי השעה, ומתוך כך גם לתרום לחינוכו כאזרח, להכרת הארץ, העמקת הזהות הלאומית והיהודית, לשמירה על הדמוקרטיה ועוד.

פחות דרמה, יותר תוכן:

"מאבק הרייטינג", המאפיין את שוק הטלוויזיה, מוביל, בישראל כמו בעולם, לשילובם של אלמנטים דרמטיים מיותרים, לשידור חוזר ונשנה של קטעי וידיאו - בעיקר מנקודות עימות ולמרכיבים נוספים, המיועדים לגרום לצופים שלא להחליף ערוץ. שידורי החדשות בערוץ 20 יצמצמו את השימוש במרכיבים מסוג זה, מתוך אמונה שהצופים מחפשים בשידורים תוכן, מהימנות ואמת.

יצירת עניין ללא "הצהבה":

מתכונת השידורים במהדורות הערוץ מיועדת לעורר עניין בקרב הצופים, אך לעשות זאת על ידי הצגת תכנים בעלי מהות ומשמעות, הנוגעים לתחומי החיים השונים. על כן, תהיה התעסקות פחותה בענייני רכילות, "חיטוט" ומעקב אחר מעשיהם של 'מפורסמים' ובנושאים שהם קשורים בהם. שידורי החדשות לא יתמקדו בסנסציות זולות רק לשם הרייטינג ולכל אייטם תהיה הצדקה תכניתית-חדשותית.

דיונים ייחודיים, מעבר לסטנדרטיים:

הטענות בציבור כנגד כלי התקשורת, כי הם נוטים שלא לטפל בנושאים קשים ולא "ידידותיים", כמו גם על משדרים שטחיים ונטולי יוזמה - מה שקרוי בעגה המקצועית "עיתונאות חפוזה" - של סיקור אירועי שיגרה. בקרב גורמי מקצוע, ההערכה היא שרק 25% מכלל הכתבות הן פרי יוזמה של עורכים או כתבים ולא תגובה לאירועים שנקבעו בידי גורמים אחרים, פוליטיים, מסחריים, וכד'. חדשות ערוץ 20 יפעלו להגדיל את הנתון הזה, באמצעות סיקור נושאים ייחודיים ובלעדיים.

רכישת תכנים מארגונים אחרים:

ערוץ 20 התקשר עם ספקי חדשות, **סוכנויות חדשות וארגוני שידור**, בארץ ובחו"ל, דוגמת סוכנות הידיעות "רויטרס", לקבלת מידע עדכני על אירועים בעולם. כמו כן, הערוץ יסתייע **בסוכני מידע** דוגמת ארגון "תצפית", אתר 0404, וכדומה.

מרכז ו"פריפריה":

אחת הטענות הנפוצות ביותר, הנשמעת בתדירות רבה מפי חוקרי תקשורת וחברה, היא כי מהדורות החדשות בטלוויזיה נוטות להתעלם בעקביות ממגזרים שלמים באוכלוסייה הישראלית ומדיווח מאזורים גיאוגרפיים המרוחקים ממוקדי קבלת החלטות, בתחומי פוליטיקה וכלכלה. בלשון חוקרי התקשורת מדובר על **עיסוק מופרז במה שמכונה "מרכז", תוך דחיקה לשוליים, ולעיתים אף התעלמות מלאה מן הפריפריה הגאוגרפית והחברתית.**

על פי הביקורת, העיסוק ב"פריפריה" מקבל בדרך כלל דפוסים קבועים של עיסוק בהקשרים של "אירועי אי סדר", קרי, סיקור אירועים שליליים בלבד, בהקשרים של מצוקה כלכלית וחברתית ודיווחים על אבטלה ועבריינות, תוך התעלמות עקבית מסיפורים חיוביים.

ערוץ 20 יביא שינוי! ועוד יותר גדול

על פי תפישתנו, תפקידם של שידורי החדשות של ערוץ 20, להציג לציבור הצופים גישה שונה מזו המנחה את הערוצים הקיימים, בעיקר בכל הקשור למערכות היחסים בין "מרכז" ל"פריפריה".

ערוץ 20 בשידורי החדשות שלו יפנה זמן ומשאבים, אשר יבטיחו ביטוי מקיף יותר, שונה באופיו, שיעניק יחס הוגן לאזורי הפריפריה ולציבור החי בהם. בכך יגשים הערוץ את החזון, להעצים בשידוריו את הפריפריה הגיאוגרפית והחברתית כאחד.

במאמץ ליישם תפישה זו, אנו מתכננים לנקוט מספר צעדים מעשיים, לרבות מתן הנחיות לעורכים ולמפיקים להקפיד ולשלב בשידורי החדשות דיווחים שוטפים מאזורי הפריפריה ולא רק בהקשרים של מצוקה-אבטלה-פשע, אלא לחפש את הסיפורים החיוביים, בכל תחומי החיים

ולעסוק בהם. לייצר מסגרת שידור קבועה לכתבות על נושאים, אירועים ואנשים מאזורים שונים ברחבי הארץ בדגש על פריפריה. למסד מערכת קשרים עם גורמי תקשורת מקומיים, אשר יספקו חומרים מצולמים, ראיונות וכתבות, לרבות באמצעות שילוב של תכניות חדשות מקומיות, גורמי טלוויזיה קהילתית, בתי ספר לתקשורת, סוכני סיוע ומכוני מחקר חברתיים ושימוש בתיעוד תופעות ואירועים ברשתות החברתיות, על ידי הציבור הרחב.

4. לסיכום

הבקשה המוגשת בזאת למועצה, למתן אישור לשידור חדשות בערוץ 20, מבוססת על עמדות הציבור באשר לתפקוד התקשורת הישראלית ועל ניתוח תהליכים שעברה החברה הישראלית בעשורים האחרונים, מחברה ריכוזית לחברה רב-תרבותית ואינדיבידואליסטית, הפועלת בתקשורת רב-ערוצית, מפולחת, בהתאמה אישית וקבוצתית.

שורה של מחקרים וסקרים שנעשו בשנים האחרונות במוסדות תקשורת, רגולציה, ומוסדות להשכלה גבוהה תומכים בעמדות והנחות העבודה עליהם ביססנו את העקרונות לבקשה. מחקרים אלה אף תומכים בממצאי מחקר שערך ערוץ 20 בנושא זה. המחקרים הללו, כולם, מצביעים על שורה של כשלים שעיקרם רמת אמון נמוכה בתקשורת, הטיה פוליטית בסיקור החדשות, טיפול לקוי וחלקי בפריפריה והדרה של אוכלוסיות שלמות. על המרקע בולטת קבוצה דומיננטית שמורכבת מגברים, יהודים, חילונים, אשכנזים ילידי הארץ, תושבי המרכז. במקביל לדומיננטיות זו, ישנה הדרה ברורה של קבוצות אחרות. אמנם ניתן לאתר על המרקע נשים, דתיים ומזרחיים, אך קבוצות אלו עדיין סובלות מתת ייצוג.

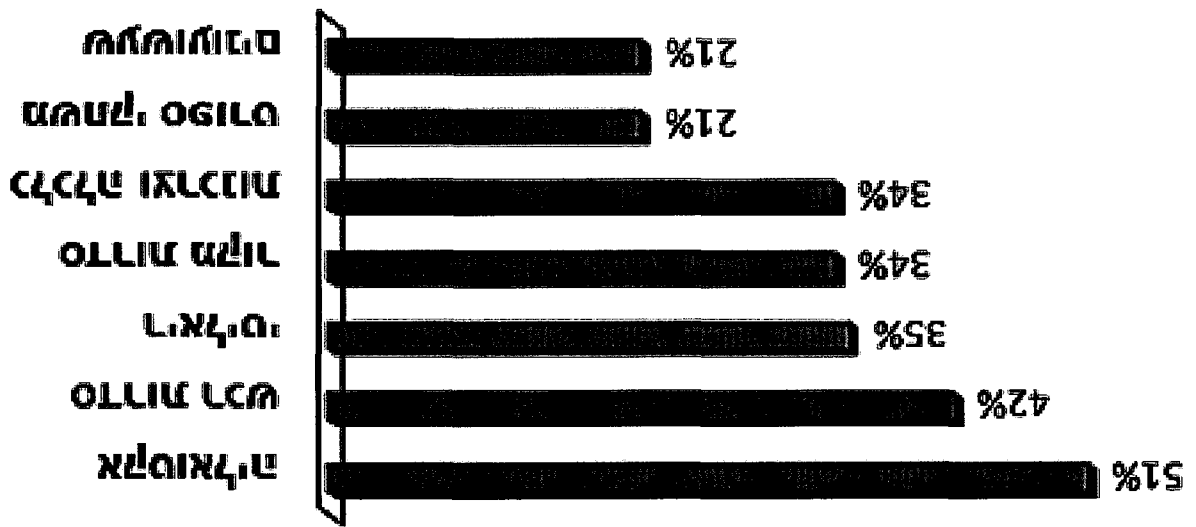
ממצאי מחקרים שונים, קובעים כי החברה הישראלית נראית כיום מחוברת יותר מתמיד לזהותה הלאומית והיא מצויה בתהליך של שורשיות. תכניות החדשות של ערוץ 20 מתוכננות כך שיעניקו לציבור הישראלי משדרים עם רוח ציונית, ערכית ולאומית, כאלטרנטיבה לתחנות שידור אחרות.

אנו סבורים, כי יש מקום לטלוויזיה שמביאה לצופים חדשות נקיות, שמרניות, עם דגש על שידורי חדשות מדויקים, מהימנים, מאוזנים ומגוונים.

נדגיש, כי ערוץ 20 יפעל בהתאם לתנאי הרישיון. שידורי החדשות יופקו וייערכו לשידור באמצעות מערך הפקה עצמאי, הן טכני, הן תוכני והן הפקתי, כמפורט במסמך זה. התקציב שיקצה הערוץ להפקת החדשות יבטיח את עצמאות מערך החדשות ואת העמידה במחויבויות התוכן האחרות של הערוץ. כמו כן, הפקת החדשות על ידי הערוץ לא תעלה חשש להפרת אי אלו הוראות חוק והנחיות המועצה.

בברכה,

ערוץ יהודי ישראלי בע"מ



יחידות ביקור

מספר:

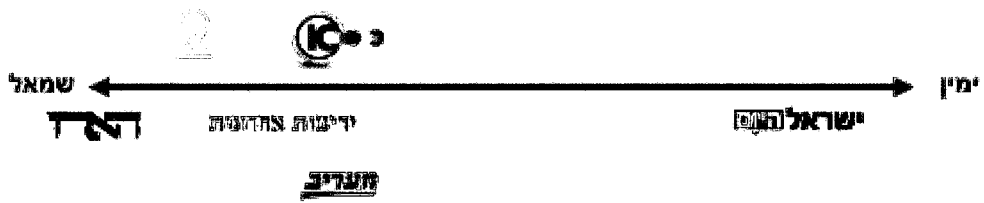
מספר:



נספח ב':

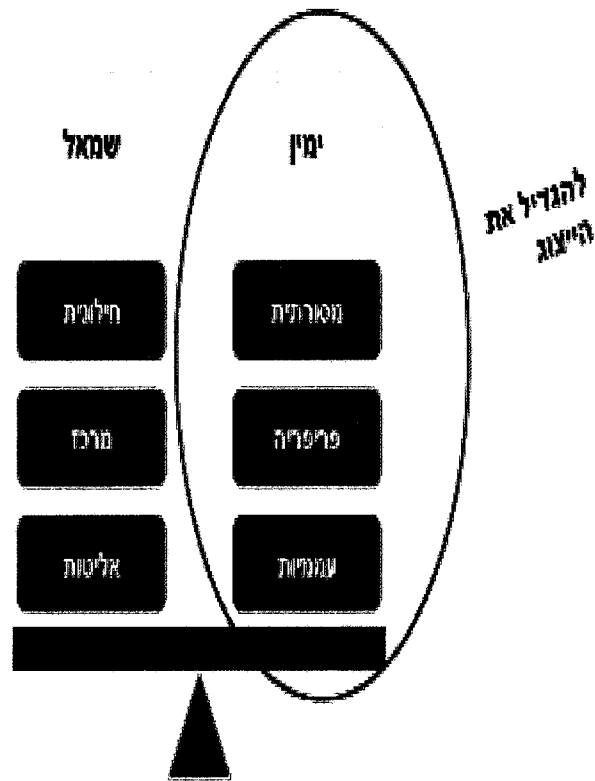
1. תפיסת אמצעי התקשורת כיום

רוב ערוצי התקשורת המובילים נתפסים כמייצגים את השמאל הפוליטי



נספח ג':

"מאוזנת" - לא רק פוליטית



נספח ד' – סיכום מחקרים וסקרים:**רקע**

הבקשה המוגשת בזו להפעלת שידורי חדשות בערוץ 20 מתבססת על ניתוח תהליכים שעברה החברה הישראלית בעשורים האחרונים, ועל עמדות הציבור באשר לתפקוד התקשורת הישראלית. שורה של מחקרים שנעשו בשנים האחרונות במוסדות תקשורת, רגולציה, מכוני מחקר ומוסדות להשכלה גבוהה תומכים בעמדות והנחות העבודה עליהם ביססנו את העקרונות לבקשה למתן היתר לשידורי חדשות. המחקרים הללו, כולם מצביעים על השינוי הגדול שעברה מפת התקשורת בארץ, ועל הרפורמות שעברה החברה הישראלית ובעיקר ביחסה אל התקשורת.

להלן תמצית הממצאים:

ממצאים שונים המצביעים על חוסר שביעות רצון של אזרחים רבים מאופיים של שידורי החדשות בערוצים הקיימים.

1. "מדד הדמוקרטיה 2015" – המכון הישראלי לדמוקרטיה

א. רמת אמון נמוכה בתקשורת הישראלית: "מדד הדמוקרטיה 2015", שערך המכון הישראלי לדמוקרטיה מצביע על כך שרק 35.7 אחוז מכלל אזרחי ישראל רוחשים אמון לתקשורת הישראלית. רמת אמון נמוכה יותר רוחש הציבור רק למפלגות – 19.1 אחוז. בשנת 2014 היה מדד האמון בתקשורת נמוך אף יותר והגיע לשפל חסר תקדים של 29.7 אחוז לעומת שנת 2003 שאז עמדה רמת האמון בתקשורת על 48.6%¹².

מחברי מדד הדמוקרטיה מסבירים כי רמת האמון הנמוכה נובעת ככל הנראה "מתפיסת אזרחי ישראל את התקשורת כמוטה לעמדה פוליטית מסוימת או לטובת קבוצות אינטרס כאלה ואחרות". על פי פילוח המשיבים בהתאם למחנות הפוליטיים השונים, ברור כי הקבוצה שבה שוררת רמת האמון הנמוכה ביותר בתקשורת היא הימין. במחנה זה פחות מתמישית מהנשאלים (19.8 אחוז) חשים אמון בתקשורת, בהשוואה ל-57.8 אחוז בקרב מצביעי השמאל ו-44.4 אחוז מאנשי מחנה המרכז.

ב. מצב אישי טוב: כלל, הציבור הישראלי מדווח כי מצבו האישי חיובי (טוב מאוד או טוב – 75%). מצבה הכללי של המדינה מוערך בכלל המדגם כבינוני. רוב גדול, 84% מהנסקרים, ערבים ויהודים, מעדיפים להישאר בארץ גם אם יקבלו אזרחות אמריקאית או של מדינה מערבית אחרת. ומצבה של הציונות גם הוא טוב – 86% מהיהודים מגדירים את עצמם מאוד ציונים או די ציונים.

ג. שוויון אזרחי: רוב הציבור היהודי (71%) מתנגד להענקת זכויות יתר ליהודים במדינה, ומעט יותר ממחצית מתנגד להדרת מי שאינו ציוני מתפקידים ממלכתיים. אבל בה בעת, רוב היהודים (61%) תומכים בדרישה להצהרת נאמנות למדינה ולסמליה כתנאי לזכות לבחור ולהיבחר לכנסת (רוב גדול של הערבים, 84%, מתנגדים כמוכן לרעיון זה). בנוסף, 41.5% מאזרחי המדינה היהודים מסכימים עם הקביעה, שמי שאינו ציוני לא צריך להתקבל לתפקידים ממלכתיים מה שמסביר אולי את העובדה ש-67% מהערבים אינם מרגישים חלק ממדינת ישראל ובעיותיה (בניגוד ל-10% מהיהודים). כבעבר.

ד. חופש ביטוי: מצד אחד, רוב הציבור הישראלי (69% מהיהודים ו-76% מהערבים) מתנגד לאיסור בחוק על הבעת ביקורת חריפה ופומבית כנגד המדינה. מן הצד האחר, ברגע שמציבים שיקולי ביטחון אל מול חופש הביטוי, בציבור היהודי הקערה מתהפכת על פיה. וכך, רוב (59%) סבורים כי יש להתיר למדינה לעקוב אחר הדברים שאזרחיה כותבים ומפרסמים באינטרנט.

¹² תמר הרמן, אלה הלר, חנן כהן, דנה בובליל, "מדד הדמוקרטיה הישראלית 2015", המכון הישראלי לדמוקרטיה, עמ' 85

ה. **יהודית או דמוקרטית:** מקרב היהודים עולה כי יש קונפליקט בחשיבות שאותה הם מקנים להגדרת אופי המדינה. 36.5% טענו שחשובה להם יותר הגדרת המדינה כיהודית, בעוד 35.5% ענו שההגדרה של ישראל כדמוקרטית חשובה יותר. 27% בלבד אמרו ששתי ההגדרות חשובות באותה מידה.

ו. **המתח הלאומני:** רוב יהודי: בלי נאמנות, לשלול זכות בחירה. רוב ערבי: לא מרגישים חלק ממדינת ישראל. 47% טוענים כי המתח החזק ביותר בחברה הישראלית הוא המתח בין יהודים לערבים (במקום השני נמצא המתח בין ימין לשמאל - 18%). 42% מהיהודים אף סבורים שרוב ערביי ישראל לא השלימו עם קיומה של המדינה ותומכים בחיסולה. כמו כן, 37.5% מהיהודים טענו כי הממשלה צריכה לעודד הגירה של ערבים מישראל.

37% מאזרחי ישראל תומכים בארגונים כמו להב"ה הפועלים למניעת "נישואי תערובת", ו-60% מהיהודים בעד שלילת זכות בחירה מאזרחים שלא יצהירו על נאמנות לישראל כמדינה יהודית או שלא ישרתו בצה"ל או בשירות לאומי.

ז. **"הנעדרים והנוכחים בזמן צפיית שיא – מחקר ומעקב" דו"ח מחקר – הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו 2013:**

א. בחינת יחסי הכוחות בין הקבוצות הדומיננטיות לקבוצות המיעוט:

בבדיקה של נראות הקבוצות נמצא כי בדומה לשני המחקרים הקודמים, גם במחקר זה, בכל הסוגות, קיימת על המרקע קבוצה דומיננטית שמורכבת מגברים, יהודים, חילונים, אשכנזים שאינם עולים. במקביל לדומיננטיות זו, ישנה הכחדה סמלית והדרה ברורה של קבוצות אחרות: ערבים, חרדים/דתיים ועולים. נוסף על כך, קיימות קבוצות שאפשר לאתר על המרקע, אך הן עדיין סובלות מתת ייצוג והן: נשים ומזרחים.

בעוד במחקר הקודם לא נמצאו דמויות מקבוצות המיעוט בתכניות הדרמה והמציאות, הרי במחקר זה ניכר כי בכל הסוגות הופיעו מיעוטים, אך עדיין נוכחותם היא באחוזים בודדים. הדרתן של קבוצות מיעוט כגון ערבים, עולים חדשים, דתיים וחרדים מתכניות אלו והצגתן בהקשרי אקטואליה, בעיקר בנושאים המזוהים עם הקבוצה למשל, ערבים בהקשר של ביטחון וחרדים בהקשר של פוליטיקה פנימית, למעשה מחזקות את הדרת הקבוצות הללו מהשיח הכללי ומשאירות אותן בתחום הקבוצה. כמו במחקר הקודם, גם במחקר זה מצאנו שמצבם של הנשים והמזרחים טוב יותר בהשוואה לקבוצות המיעוט האחרות. אלו דווקא מופיעים בתדירות גבוהה בתכניות הבידור, הדרמה והמציאות, ומצבם טוב יותר בהשוואה לקבוצות אחרות, גם במהדורות החדשות ובתכניות האקטואליה.

ב. שיפור בייצוג נשים ומזרחיים:

בהשוואה לנוכחותן של קבוצות מיעוט אחרות, נשים ומזרחים אינם מודרים מבחינה כמותית מהמרקע (אם כי עדיין שיעורי השתתפותם נמוכים יותר), אולם איכות ההצגה ויחסי הכוחות בין שתי קבוצות אלו לקבוצה הדומיננטית מעידים על חולשתן: מספר המנחים מקרב קבוצות אלו נמוך באופן משמעותי (נשים בהשוואה לגברים ומנחים שמזוהים כמזרחים בהשוואה למנחים שזוהו כאשכנזים), זאת בדומה לממצאי המחקר הקודם. יחד עם זאת, ניכר כי חלה עלייה משמעותית בהשוואה למחקר הקודם בשיעור הנשים המנחות בתכניות האקטואליה והתחקיר. מצד שני, שיעור המנחים שזוהו כמזרחים ירד בשתי הסוגות: **אקטואליה ותחקיר ומהדורות החדשות.**

עוד נמצא כי אופן ההצגה שונה: מזרחים מופיעים בשיעורים נמוכים בנושאים מרכזיים כגון פוליטיקה פנימית והקונפליקט הישראלי-פלסטיני במהדורות החדשות ובתכניות האקטואליה והתחקיר, אך מופיעים בשיעורים גבוהים יותר בהקשרים של פשע ואלימות (באקטואליה ותחקיר ובחדשות) אסונות, תאונות ומגפות ושחיתות, וכן בהקשרים של בידור (במהדורות החדשות), בהשוואה לשיעור האשכנזים המופיעים בהקשרים אלה. בדומה, גם נשים מופיעות פחות בנושאים

המרכזיים של מהדורות החדשות ותכניות האקטואליה, אך מופיעות יותר בהקשר של איכות חיים חיובית או שלילית, אסונות ומגפות, היבטים אתיים ומוסריים בחיי היום-יום (גם באקטואליה ותחקיר) ויחסי מגדר. יש לציין כי בשל הקושי לזהות את שיוכן העדתי של הדמויות, מרבית הדמויות לא זוהו בהקשר לשסע העדתי.

ג. קבוצות מיעוט מוצגות בחדשות בהקשר לזהותן:

כמו מזרחים ונשים, כך גם קבוצות מיעוט אחרות נבדלות באופן הצגתן, הן מבחינת ההקשר הן מבחינת אופי הדמות ויחסי הכוחות. בעיקר במהדורות החדשות ובתכניות האקטואליה ניכר כי קבוצות המיעוט מוצגות בהקשר לזהותן ובהקשר לשסע שהן משתייכות אליו. נוסף על כך, הן מודרות מהנושאים המרכזיים (אם אלו אינם חלק מהשסע), לדוגמה - ערבים הופיעו בהקשר לכוחות הביטחון, לקונפליקט הישראלי-פלסטיני וכן בהקשר של פשע ואלמות. בבחינת איכות ההצגה, נמצא כי את קבוצות המיעוט החלשות כגון ערבים, נשים, מזרחים ועולים, מייצגות דמויות בעלות מאפיינים שונים בהשוואה לקבוצה הדומיננטית: בעוד מרבית הדמויות באופן כללי אינן אנונימיות, הרי בקרב דמויות מקבוצות המיעוט ומקבוצות מוחלשות, נשים (בחדשות וערבים באקטואליה ותחקיר), נמצא שיעור גבוה יותר של דמויות אנונימיות שהמנחה אינו מציג אותן ושמן אינו מוזכר. התמונה הכללית המתקבלת דומה לזו של מחקרים קודמים: גברים, יהודים, חילונים, לא עולים, הם עדיין קבוצה בולטת מאוד לעומת הקבוצות האחרות, בין שהן מייצגות מיעוט מספרי ובין שהן מייצגות מיעוט חברתי. יחד עם זאת, ניכר כי ישנם סימנים לניסיון של הזכיינות לגוון יותר את הדמויות. מיעוטים מופיעים, אם כי בשיעורים נמוכים מאוד, כמעט בכל הסוגות, ושיעור הנשים מסך הדמויות עלה משמעותית. בבחינת איכות ההצגה, ניכר עדיין כי איכות הצגתן של קבוצות המיעוט נמוכה בהשוואה לקבוצות הדומיננטיות. (עמ' 12)

ד. שלושה מחקרים מ-2003 קובעים ישנן אוכלוסיות מודרות מהשידורים:

הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו יזמה את המחקר הנוכחי כהמשך לסדרת מחקרים שהחלו בשנת 2003. באמצעות מחקרים אלה ביקש הרגולטור לאמוד את המגוון התרבותי בטלוויזיה הישראלית המסחרית בזמן צפיית שיא. נראה כי עתה, לאחר שלושה מחקרים (בעשר שנים) שהשתמשו באותם כלים, כי קיימות עדיין אוכלוסיות המודרות מהשידורים, בלי הבדל בין הסוגות השונות: ערבים, דתיים-לאומיים, חרדים, עולים מברה"מ לשעבר, עולים מארה"ב, ועולים מאתיופיה, שנוכחותם מזערית, אם קיימת בכלל. כלומר, הקבוצות הללו מודרות בממד הזמן, כפי שעולה מההשוואה למחקרים הקודמים, ובממד המרחב, כפי שעולה מהשוואה בין הסוגות השונות והזכיינים השונים.

ה. דו"ח נציב תלונות הציבור של הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו לשנת 2014

א. זינוק במספר התלונות:

בשנת 2014 זינק מספר התלונות שהוגשו לנציבות תלונות הציבור ברשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו ב-40% ועמד על כ-5,000 תלונות. עיקר התלונות היו על תכנים ששודרו בערוצי הטלוויזיה, והזינוק הגדול ביותר היה בתחום החדשות. מספר התלונות כנגד מהדורות החדשות ותכניות האקטואליה זינק פי 4, ועמד על 1,105 תלונות בשנת 2014 לעומת 323 תלונות בשנת 2013.

התלונות שהוגשו כנגד מהדורות החדשות במהלך סיקור חטיפת ורצח הנערים ובמהלך מבצע צוק איתן עמד על 800 תלונות. על מה התלוננו הצופים במהלך אירועים אלה? על השמעת אזעקות מוקלטות במהדורות החדשות; על דיווחים על המיקום המדויק של נפילת טילים; על סיקור הצד הפלשתיני; על שידור תכנים בידוריים, כדוגמת האח הגדול, במהלך המבצע.

ב. ציבורית-ערכית:

מגמה הולכת ומתגברת: שילובם של חשודים, נאשמים ומורשעים בפלילים בתכניות. במהלך מבצע צוק איתן שולבו מספר נאשמים ומורשעים בעברות מין כמומחים לענייני ביטחון. בין המתלוננים על שילובם היו נפגעות תקיפה מינית, ובהן קרבנותיהם. (עמ' 4-5)

ג. חוסר איזון בשידורים:

עיקר התלונות היו על חוסר איזון בשידורים: נטייה לצד זה או אחר של המפה הפוליטית והבעת דעה מצד המראיינים ומגישי מהדורות החדשות. עיון בדוח תלונות הציבור שפרסמה נציבות פניות הציבור לאחר מבצע "עמוד ענן" בשנת 2012, מגלה את אותן מגמות בתלונות הציבור. עם זאת, היקף התלונות היה קטן בהרבה ועמד על 170 תלונות לעומת מבצע "צוק איתן".

ד. שמירה על כבודן של אוכלוסיות מוחלשות:

בשנת 2014 נמשכה מגמת העלייה בהיקף תלונות הצופים על אפליה תרבותית, גזענות ונושאי מיניות, מגדר וסקסיזם. מספר התלונות הנוגעות לאפליה תרבותית וגזענות זינק מ-238 תלונות ב-2013 ל-1,606 תלונות ב-2014. עיקר הזינוק נבע מתכניות עתירות רייטינג כגון "אימא מחליפה" ו"האח הגדול", בהן נאמרו אמירות פוגעניות שעסקו באפליה תרבותית וגזענות. מספר התלונות בנושאי מיניות ומגדר. הנתונים מעידים על רגישותם של הצופים בכל הנוגע לאפליה תרבותית ולאוכלוסיות מוחלשות. (עמ' 9)

ה. מגמות מהדורות חדשות:

עלייה במספר התלונות בנושא תכנים חדשותיים.

זינוק גדול חל בתלונות שהוגשו בשנת 2014 על מהדורות החדשות של שני הזכיינים. מספר התלונות כנגד חדשות 2 זינק פי 2 ועמד בשנת 2014 על 550 תלונות, ומספר התלונות נגד חדשות 10 זינק פי 4 ועמד על 415 תלונות. (עמ' 9)

ו. הגנה על מעמדן של קבוצות מוחלשות באוכלוסייה:

גם בכל הנוגע לקבוצות מוחלשות דומה כי ציבור הצופים איבד את סבלנותו, ולפיכך ביקורתו על התכנים הנוגעים לקבוצות אלה גדלה מאוד. כך למשל במספר התלונות העוסקות בילדים חל זינוק גדול של פי 2, ל-927 תלונות ב-2014.

392 תלונות התקבלו על פגיעה באוכלוסיות מוחלשות, בין היתר בעקבות פרסומות שהציגו באופן פוגעני מוגבלים, נכים, קשישים ועולים. רבות מהתלונות עסקו בגזענות. 423 תלונות התקבלו בכל הנוגע לפגיעה בנשים, זאת לעומת. מדובר בתלונות העוסקות במיניות ובהן פרסומות סקסיסטיות המציגות נשים בצורה פוגענית. (עמוד 17).

ז. חוסר איזון פוליטי והבעת דעה:

בשנת 2014 חל זינוק גדול בתלונות שעסקו בחוסר איזון פוליטי ובהבעת דעה של מגישים. מספר התלונות על חוסר איזון פוליטי זינק כמעט פי 4, ל-203 ב-2014. מספר התלונות שעסקו בהבעת דעה זינק פי 2, ל-67 ב-2014.

היקף התלונות הנוגע למה שהוגדר כ"התנהגות מראיינים" זינק אף הוא פי 2, ל-72 תלונות ב-2014. זינוק בתלונות מסוג זה אופייני לתקופות של סיקור אירועים ביטחוניים ומערכות בחירות. בתקופות אלה סף הרגישות של הצופים בכל הנוגע לשידור ראיונות עם גורמים שונים ולהבעת דעה של עיתונאים ומגישי מהדורות, גבוה ביותר. הבעות דעה שנתפסות כ"נסבלות" במהלך

שידורים בתקופת שגרה, נתפסות כבלתי נסבלות באירועים מיוחדים. כך גם קיום ראיונות עם אנשים המזוהים עם צד זה או אחר של המפה הפוליטית נתפס בעתות אלה כחוסר איזון. (עמ' 18)

המבקר מוצא במבצע "צוק איתן" דוגמא לכך.

ביולי 2014 פתח צה"ל במבצע "צוק איתן", בעקבות המבצע דיווחו אמצעי התקשורת הכתובה והאלקטרונית בלא הפסקה על המבצע ועל פעילות צה"ל בעזה. צפייה מרובה בתכנים הביאה לעלייה בהיקף התלונות לנציבות פניות הציבור ברשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו. 607 תלונות הגיעו על תכנים ששודרו אצל הזכייניות.

מניתוח התלונות עולה כי:

325 תלונות עסקו בחוסר איזון במהלך השידורים. מרביתן עסקו במה שהוגדר כ"תקשורת שמאלנית וחד צדדית". כמה תלונות היו על מגישים וכתבים ספציפיים ואופן התנהלותם. תלונות אחרות עסקו בחוסר איזון כללי בדיווחים השונים ונתינת במה למרואיינים ולמומחים שונים, שלטענת הפונים לא אוזנו בהבאת מרואיינים בעלי דעות הפוכות. 65 תלונות עסקו בנושאים הקשורים בצנזורה. מרבית הפניות היו נגד דיווחים על מיקום נפילות טילים, על חשיפת פניהם של חיילי וקציני צה"ל בחדשות, על חשיפת תפקידי חילות צה"ל ועל עדכון בדבר פעולות צה"ל במהלך המבצע. 57 תלונות שהגיעו לנציבות עסקו בריבוי חדשות. עיקר התלונות בנושא זה היה בדרישה לתכנים בידוריים שיחזקו את המורל ויותאמו לכלל האוכלוסייה. פונים אחרים טענו כי הסיקור החדשותי האין סופי הוא מוגזם ושאפשר לפרסם את המידע החדשותי רק בהתאם לצרכים.

ט. סקר שערכה חברת שילוב Millward Brown עבור כנס אילת לעיתונות – 1.2009

א. האם התקשורת שמאלנית?

הסקר של חברת המחקר הבינלאומית מתייחס לשנים (2006 - 2009).

בניגוד לדעה הרווחת כי התקשורת בישראל נתפסת כשמאלנית, ממצאי סקר שביצעה חברת המחקר שילוב Millward Brown חושפים, כאמור, כי בקרב הציבור אין הסכמה גורפת שהתקשורת בישראל נוטה שמאלה. 69% מכלל האוכלוסייה טוענים כי התקשורת בישראל נוטה למרכז וימינה.

"בהתייחס למגמותיה של התקשורת, הסקר מצא כי, 69% מכלל האוכלוסייה טוענים כי ב-3 השנים האחרונות (2006 – 2009) התקשורת בישראל נוטה למרכז וימינה. 16% מכלל האוכלוסייה טוענים כי התקשורת הפכה להיות יותר מאוזנת ו- 8% ציינו כי התקשורת הפכה להיות יותר שמאלנית".

עוד עולה מהסקר, גוש הימין נוטה יותר לתפוס את התקשורת כשמאלנית. הסקר מצא כי, ככל שהעמדה הפוליטית נוטה יותר ימינה, כך התקשורת בישראל נתפסת כשמאלנית יותר. בקרב גוש הימין, 79% מסכימים כי התקשורת בישראל היא שמאלנית, זאת למול 45% בקרב גוש המרכז ו- 37% בקרב גוש השמאל. מנגד, נמצא כי ככל שהעמדה הפוליטית נוטה יותר שמאלה, יש אי הסכמה עם קביעה זו. מתוך הסקר עולה כי, 58% בקרב גוש השמאל אינם מסכימים כי התקשורת בישראל שמאלית, זאת למול 16% בקרב גוש הימין.

ב. הצעירים תופסים את התקשורת כשמאלנית:

64% מהצעירים תופסים את התקשורת כשמאלנית, לעומת 53% בקרב המבוגרים. הסקר מצא כי אוכלוסיית הצעירים בגילאי 18-29 תופסים את התקשורת כשמאלנית, בשיעורים גבוהים יותר מהאוכלוסייה הבוגרת בגילאי 30 ומעלה. מתוך הסקר עולה כי 64% בקרב גילאי 18-29 תופסים את התקשורת כשמאלנית, זאת למול 51% בקרב גילאי 30-49 ו- 53% בקרב גילאי 50 ומעלה.

גברים תופסים יותר את התקשורת כנוטה למרכז, לעומת הנשים. תפיסת התקשורת בישראל כנוטה למרכז גבוהה יותר בקרב גברים. עוד נמצא כי, ככל שעולה רמת ההשכלה, התקשורת בישראל נתפסת כפחות שמאלית ויותר נוטה למרכז. בעלי הכנסה ממוצעת תופסים את התקשורת בישראל כשמאלנית יותר מבעלי הכנסה גבוהה מהממוצע.

י. ועדת האתיקה של רשות השידור – דו"ח שאושר בשנת 2013

במסמך שהוכן על ידי ועדת האתיקה של רשות השידור ואושר בשנת 2013 מצוטטת הטענה הבסיסית של כל חוקרי התקשורת באשר הם היא שהתקשורת אינה משקפת את ה"מציאות" משום שאין אפשרות לשקף את המציאות בדיוק כמות שהיא. על כן, תכנים תקשורתיים הינם לעולם הבנייה חברתית של המציאות. העובדות אינן מדברות בעד עצמן, מכיוון שהן זקוקות לאנשים שישמיעו אותן וימקמו אותן בתוך הקשר רחב יותר. וכך, מרגע שאנשי החדשות מדווחים על ומתווכים את העובדות, הסיקור איננו אובייקטיבי כי אם סובייקטיבי. אנשי החדשות נטועים בהשקפת עולמם, בחברתם ובתרבותם הפרטית והארגונית כך שניתן לצפות לסיקור שונה של אנשי חדשות שונים, המגיעים לסקר אירוע, ובוודאי ייראה האירוע "שונה" בעיני כתבים מכלי תקשורת שונים, או מתרבויות אחרות. סיקור חדשותי מבוסס על בחירה (selection) והבנייה (construction).

חלק משמעותי מן הציבור, כפי שהצגנו לעיל, חש כי הבחירה וההבנייה של הצגת החדשות מתאפיינות בהטייה לשמאל. ממצאים אלה מצדיקים את הצורך בהפעלת מערכת חדשות נוספת בשידורי הטלוויזיה בישראל, אשר תציג לצופים את המציאות מתוך נקודת מבט ציונית-לאומית.

**יא. המכון לחקר מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה 2015. אוניברסיטת אריאל
דו"ח שנתי התקשורת בישראל 2014 - פרופ' רפי מן וד"ר אזי לב און****א. הצפייה בטלוויזיה - כמעט ארבע שעות ביממה :**

סיכום נתוני הצפייה בטלוויזיה לשנת 2014, שנערך על ידי הוועדה הישראלית למדרוג, מעלה כי צופי הטלוויזיה הישראלים שמרו על הרגלי צפייה יציבים יחסית. זמן הצפייה היומי הממוצע בשנת 2014 עמד על 228 דקות – שהן שלוש שעות ו-48 דקות. הנתון כמעט זהה לנתוני 2013, שעמדו על 229 דקות בממוצע. מדובר בשיעורי צפייה גבוהים יחסית לעולם המערבי.

ב. צריכת החדשות בישראל:

צריכת החדשות בישראל ממשיכה להיות גבוהה גם בשגרה. שיעור הרייטינג היומי של ארבע מהדורות החדשות המרכזיות בשנת 2014 עמד על 42.5% בממוצע, בהשוואה ל-37.9% בשנת 2013. הגידול המרכזי נרשם במהדורות החדשות של ערוצים 9 ו-10. (עמוד 33)

ג. התפלגות הצפייה בין הערוצים:

מסקירה של התפלגות הצפייה בערוצי הטלוויזיה בכלל התכניות, עולה כי ערוץ 2 תפס נתח שוק של 35.4%, ערוץ 10 תפס 14.3%, הערוץ הראשון – 7.1%, וערוץ 9 זכה ל-2.7%.

ד. המתח הלאומי:

רוב יהודי: בלי נאמנות, לשלול זכות בחירה. רוב ערבי: לא מרגישים חלק ממדינת ישראל

47% טוענים כי המתח החזק ביותר בחברה הישראלית הוא המתח בין יהודים לערבים (במקום השני נמצא המתח בין ימין לשמאל - 18%). 42% מהיהודים אף סבורים שרוב ערביי ישראל לא השלימו עם קיומה של המדינה ותומכים בחיסולה. כמו כן, 37.5% מהיהודים טענו כי הממשלה צריכה לעודד הגירה של ערבים מישראל.

37% מאזרחי ישראל תומכים בארגונים כמו להב"ה הפועלים למניעת "נישואי תערובת", ו-60% מהיהודים בעד שלילת זכות בחירה מאזרחים שלא יצהירו על נאמנות לישראל כמדינה יהודית או שלא ישרתו בצה"ל או בשירות לאומי.

ה. ריבוי ספקים, תכנים ופלטפורמות חדשות שינו את הרגלי הצפייה:

ממחקרים שונים בהם של ד"ר אזי לב און מאוניברסיטת אריאל עולה כי שני שלישים מן הצופים מבצעים פעילויות נוספות בעת צפייה בטלוויזיה (second screening), כשברוב המקרים נעשה שימוש לצורך כך במחשבים הניידים (61%) ובטלפונים החכמים (56%).

נתון זה המצטרף למגמות הכלליות בתחום מושפע מהתפתחויות טכנולוגיות, כלכליות, פוליטיות וחברתיות שגם תורמות להן (Given, Curtis & Mccutcheon., 2012). מבחינה כלכלית ופוליטית, האפשרויות לתחרות גוברת בתחום התקשורת פתחו את השוק לספקים חדשים של תוכן, ובעקבות כך לריבוי תכנים ופלטפורמות (Schejter & Yemini, 2015). מבחינה חברתית, הלכידות החברתית של תפיסת "כור ההיתוך" פינתה את מקומה להכרה בפלורליזם וברב-תרבותיות של החברה בישראל, והדבר מתבטא גם בשוק התקשורת. בעשורים הראשונים של המדינה התאפיינה התקשורת בריכוזיות רבה והטלוויזיה תפקדה כ"מדורת שבט" קולקטיבית. עם זאת, עם המעבר לחברה רב תרבותית ואינדיבידואליסטית, תפקיד זה הולך ומתחלף בתקשורת רב-ערוצית, מפולחת, בהתאמה אישית וקבוצתית.

ו. מצפייה במקלט הטלוויזיה או במחשב, ב"חי" או נדחית?

מסקר שנערך ב-2014 עבור הוועדה הישראלית למדרוג עולה כי בקרב 42% מבתי האב שנדגמו נוהגים לצפות בתכנים טלוויזיוניים בטאבלט או באמצעות סמארטפון, וב-33% מבתי האב לפחות אדם אחד אחד נוהג לצפות בתכנים טלוויזיוניים במחשב. סקר בזק העלה כי 75% מהגולשים צופים בסרטים או בסדרות באמצעות האינטרנט, 80% מהנשאלים שומעים מוסיקה בדרך זו, ו-31% קוראים ספרים או מגזינים דיגיטליים.

ואולם נתוני סקר TGI, שלא נעשו באמצעות פאנל אינטרנטי, מעידים כי למרות הגידול בהיקף הצפייה באמצעות האינטרנט, עדיין נשמרת יציבות בזמן הצפייה במכשיר הטלוויזיה המסורתי. רק 15.5% מהנשאלים בסקר TGI הביעו הסכמה עם ההיגד "אני מעדיף לצפות בתכני טלוויזיה באמצעות אתרי אינטרנט ולא באמצעות טלוויזיה". כצפוי, שיעור גבוה בהרבה ממוצע זה ניכר בקרב בני 25 עד 34: 27.4% מהם אכן מעדיפים צפייה באינטרנט ולא בטלוויזיה. אשר לצפייה נדחית, 33.2% מהנשאלים הגיבו בחיוב על ההיגד "ההתקדמות הטכנולוגית – הקלטה לממיר ועוד – שינתה את האופן שבו אני צופה בטלוויזיה". (עמ' 35)

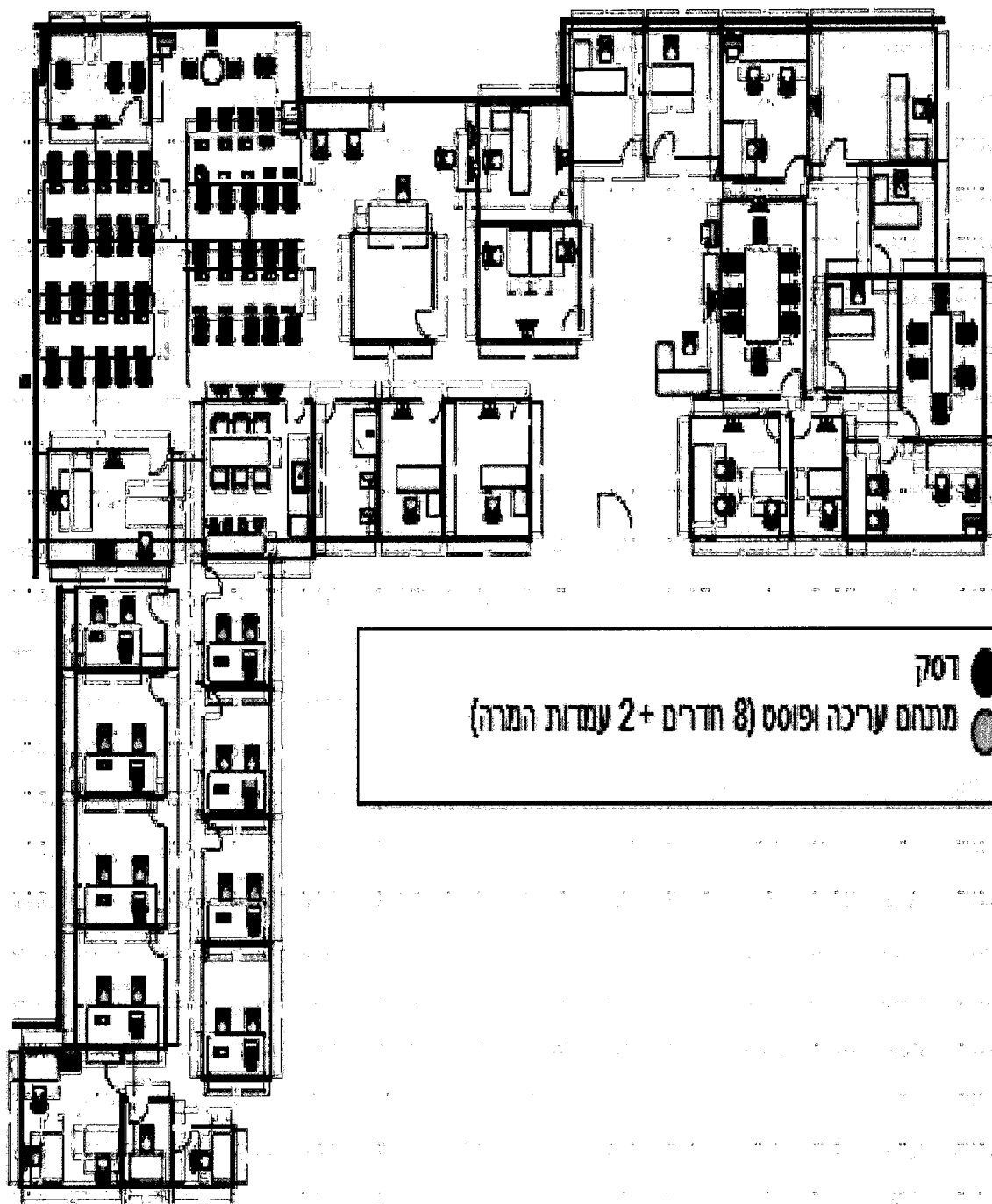
אשר לצפייה בסרטים בבתי קולנוע, אף על פי ש 34.4% מהנשאלים בסקר TGI הסכימו עם ההיגד "אני נהנה יותר מסרטים בקולנוע מאשר בטלוויזיה", רק 9.9% השיבו בחיוב על ההיגד "אני

הולך בקביעות לקולנוע". על פי ממצאי הוועדה הישראלית למדרוג לשנת 2014 הרוב המכריע של הצפייה בטלוויזיה – 96% – מתבצע באופן "חי". זהו נתון הדומה לשיעור בשנת 2013, שעמד על 95.3%. שיעורים אלו גבוהים מעט בהשוואה למדינות מערביות אחרות. (עמ' 36)

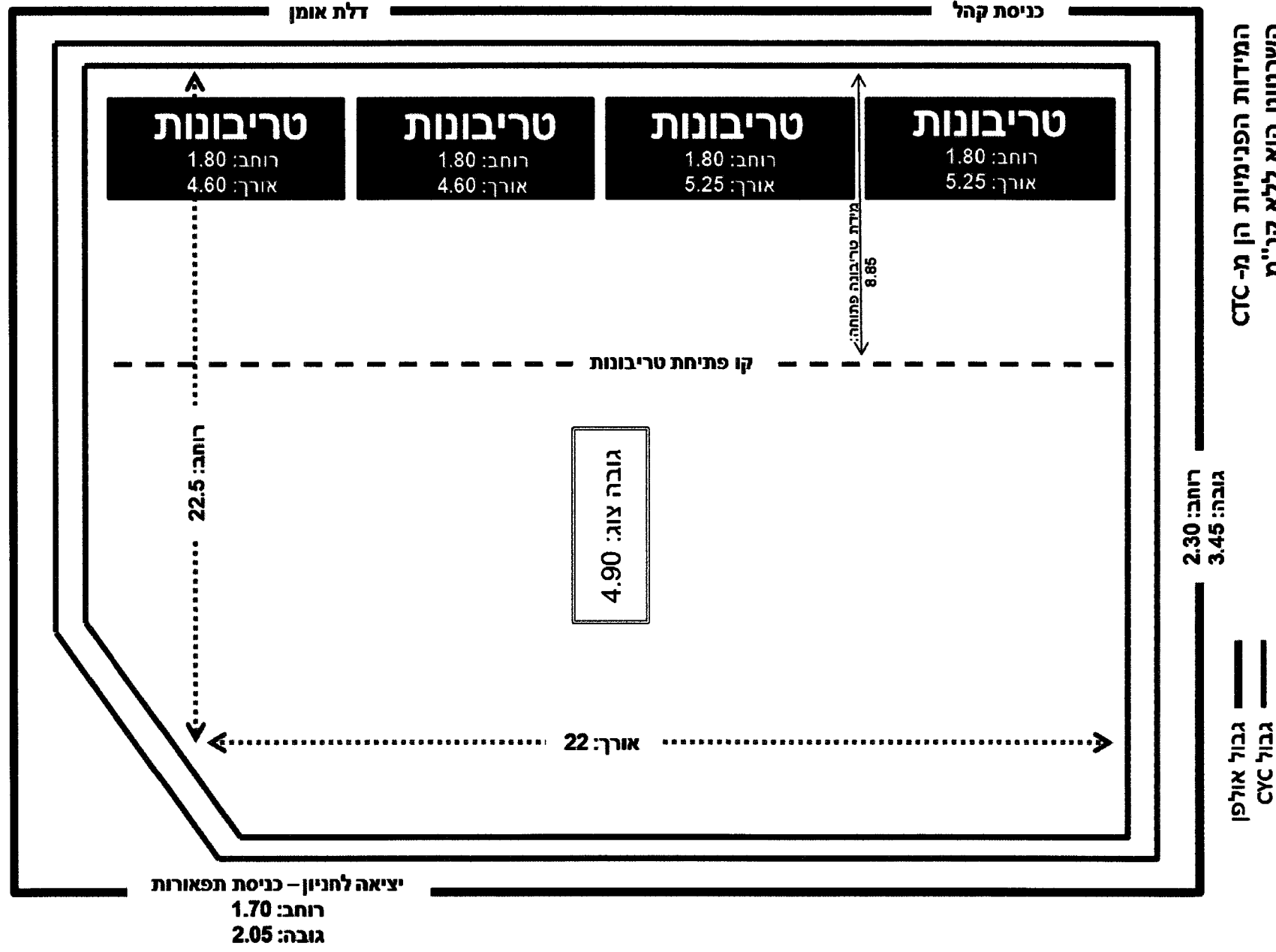
גם חברות הכבלים והלוויין דיווחו כי למרות העלייה בפופולריות של צפייה נדחית בארץ ובעולם, עדיין רוב הצפייה היא לינארית, בעת השידור המקורי של התכניות.

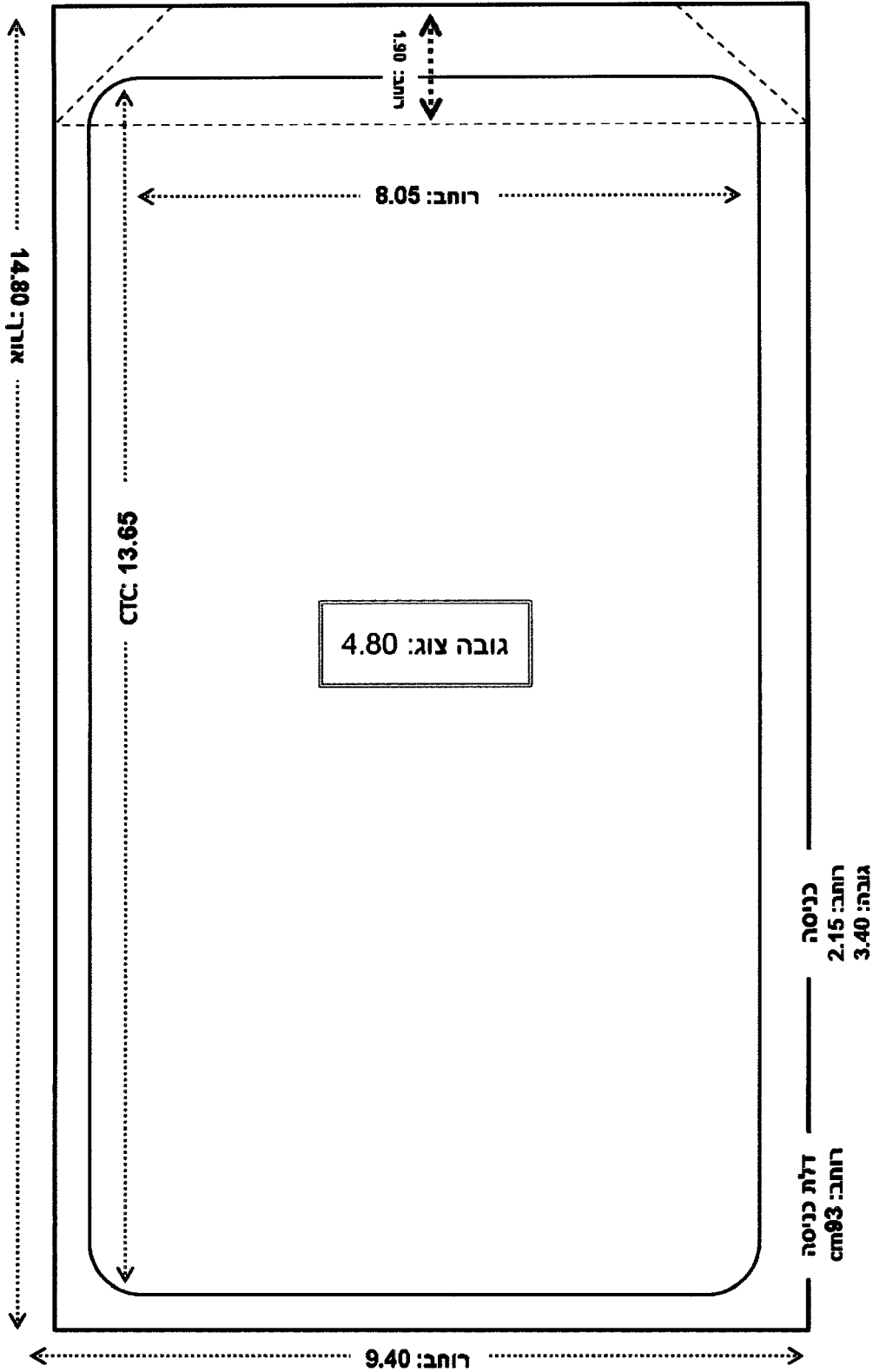
על פי נתוני הוט % 94 מזמן הצפייה בכבלים היא בערוצים הליניאריים ורק % 6 מזמן הצפייה ב-VOD. על פי סקר "סאפיו", שנערך בעבור סלקום, 82% מצרכני הטלוויזיה באמצעות VOD בישראל נהגו ב-2014 לצפות בשידורים בצפייה נדחית, בעיקר בתכניות מוקלטות.

נספח ה': תכנית חדרי עריכה ודסק



נספח ו': שרטוט אלפנים





גבול אולפן
גבול CTC

המידות הפנימיות הן מ- CTC
המידות החיצוניות הן מקיר לקיר
השרטוט הוא ללא קנ"מ