

רשומות

קובץ התקנות

עמוד

כללי מועצת תאגיד השידור הישראלי (שידור פרסומות, הודעות חסות ותשדירים לשירות הציבור), התשפ״א–2021 3450

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

כללי מועצת תאגיד השידור הישראלי (שידור פרסומות, הודעות חסות ותשדירים לשירות הציבור), התשפ"א–2021

בתוקף סמכותה לפי סעיפים 69(ב), 70(ב), 71, 72(ד), 77 ו־78(ב) לחוק השידור הציבורי הישראלי, התשע"ד–2014[1] (להלן – החוק), ובהתייעצות עם המנהל הכללי של תאגיד השידור הישראלי לעניין סעיף 7, פרק ג' למעט סימן ה', פרק ה' למעט סעיפים 45 עד 49, 57 ו־58, וסעיפים 63 ו־64 לכללים אלה, קובעת מועצת תאגיד השידור הישראלי כללים אלה:

פרק א': הגדרות

הגדרות

1. בכללים אלה –

"אות מעבר" – סימן זיהוי קולי, ובטלוויזיה – קולי וחזותי, המפריד בין תוכנית לבין מקבץ פרסום, או הודעה על מעבר למקבץ פרסום;

"גוף ציבורי", "הודעת חסות", "מסר פרסומי", "קדימון", "תשדיר לשירות הציבור" – כהגדרתם בסעיף 68 לחוק;

"הזכיין" – הזוכה במכרז;

"היחידה המסחרית" – כמשמעותה בסעיף 78 לחוק;

"המנהל הכללי" – לרבות מי שהוא הסמיך לעניין כללים אלה, כולם או חלקם, ושהמועצה אישרה;

"המזמין" – חברת מדיה, פרסומאי או מפרסם, שפנו ליחידה המסחרית בהזמנה לפרסם תשדירי פרסום;

"התאגיד" – תאגיד השידור הישראלי;

"ועדת הפיקוח על תשדיר פרסום" – ועדת המשנה לפיקוח על שידור תשדירי פרסום, שמונתה לפי סעיף 76 לחוק;

"חוק הגנת הצרכן" – חוק הגנת הצרכן, התשמ"א–1981[2];

"מכרז" – המכרז להכנה ולהפקה של תשדירי פרסום ומכירת זמן שידור בעדם, שפרסמה הנהלת התאגיד לפי סעיף 78(ג)(1) לחוק;

"נותן החסות" – גורם המשתתף במימון תוכנית תמורת שידור הודעת חסות;

"מפרסם" – אדם היוזם תשדיר פרסום, למוצר שהוא מספק או לשירות שהוא נותן, העשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, או את מי שמשווק את נושא דבר הפרסומת לאחר;

"מקבץ פרסום" – תשדיר פרסום בודד או מספר תשדירים פרסומיים המשודרים ברצף;

"חברת מדיה" – אדם או תאגיד, לרבות משרד פרסום, הרוכש זמן פרסום בכל סוגי המדיה, ובכלל זה זמן שידור לאחרים או המשווק זמן כאמור לאחרים;

"פרסומאי" – אדם המפיק פרסומת למפרסם ופועל בשמו לפני מי שמחזיק באמצעי פרסום או בעלים של אמצעי פרסום;

"פרסומת" – מסר שיש בו כדי לקדם, במישרין או בעקיפין, מוצר, שירות, אדם, עסק, רעיון, מידע או כל עניין אחר, בתמורה כספית;

---

[1] ס"ח התשע"ד, עמ' 778.

[2] ס"ח התשמ"א, עמ' 248.

משרד המשפטים
وزارة العدل | MINISTRY OF JUSTICE
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

"פרסומת אגב" – פרסומת המופיעה כבדרך אגב במהלך תוכנית;

"פרסומת סמויה" – פרסומת המשודרת באופן שצופה סביר עלול שלא לזהות כי יש בה פרסום למוצר או שירות;

"פרסומת בלתי מודעת" – פרסומת המשודרת באופן שבו מועבר מסר פרסומי לצופים, בלי שהם מודעים לכך באופן מלא, בתמונות חטופות או בצורה אחרת;

"שעת שידור" – 60 הדקות שבין שעה תמימה לשעה התמימה שלאחריה;

"תוכנית" – כל תוכן שמשודר בטלוויזיה או ברדיו שמפעיל התאגיד, לרבות מישדרי ספורט ומישדרים בשידור חי, ולמעט קדימון או תשדירי פרסום;

"תשדיר פרסום" – תשדיר לשירות הציבור, פרסומת או הודעת חסות.

פרק ב': עקרונות יסוד לפרסום בתאגיד

פעולה לפי כל דין

2. התאגיד ישדר תשדירי פרסום ברדיו ובטלוויזיה לפי כללים אלה ובהתאם לכל דין.

הוגנות בקבלת תשדירי פרסום לפרסום

3. התאגיד לא יפלה לרעה ולא יעדיף לטובה מפרסם, פרסומאי או חברת מדיה, בתהליך קבלתו או דחייתו לפרסום של תשדיר פרסום.

איסור התערבות של מפרסמים בשידור ובשיבוץ

4. (א) מזמין או מי מטעמו של המזמין, לא יתערב בתוכן תוכנית ובשיבוצה בלוח השידורים.

(ב) שיבוץ מקבץ פרסום בלוח השידורים ושיבוץ תשדיר פרסום במקבץ פרסום ייעשו לפי שיקול דעתו הבלעדי של התאגיד, או מי מטעמו, בלי שהמזמין יהיה מעורב בהחלטה זו.

(ג) לא יתקשר המזמין, במישרין או בעקיפין, לצורך קידום עסקיו בדרך כלשהי, עם מי ששותף בהכנת תוכנית ובהבאתה לשידור, בין שהוא קריין ובין שהוא עורך או מפיק ובין בדרך אחרת, שבה או בקשר אליה הוא הזמין את שידור תשדיר הפרסום.

תשדיר פרסום בחינם

5. לא ישודר תשדיר פרסום בחינם; סעיף זה לא יחול על תשדיר פרסום שניתן כהטבה במסגרת חבילת פרסום ששולמה בעדה תמורה כספית לפי הסכם ההתקשרות לשידור תשדירי פרסום.

אישור תשדירי פרסום

6. (א) שידור תשדיר פרסום טעון אישור של מנהל היחידה המסחרית או עובד היחידה המסחרית שהוא הסמיך לכך.

(ב) מנהל היחידה המסחרית רשאי לאשר, לדחות או להתנות בתנאים שידור תשדיר פרסום, ובכלל זה דרישה לעריכת שינויים או הגבלות על שידור תשדיר פרסום, כדי להבטיח עמידה בהוראות כל דין, לרבות כללים אלה.

(ג) היחידה המסחרית תמסור אישור בתנאים או דחייה של תשדיר פרסום למזמין; במקרה שבו נדחה תשדיר הפרסום, תימסר למזמין החלטה מנומקת בדבר נסיבות דחיית הפרסום.

(ד) לא ישודר תשדיר פרסום בלא התקשרות חתומה בכתב מראש עם המזמין; ההתקשרות תכלול הוראות בדבר חובת המזמין לעמוד בכללי הפרסום של התאגיד, לרבות בכל עדכון שלהם.

סירוב לאשר, ביטול או הפסקת שידור

7. (א) המנהל הכללי לא יאשר שידור תשדיר פרסום, יבטל אישור שניתן לשידור או יפסיק שידור תשדיר פרסום, במקרים האלה:

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

(1) נמצא כי תשדיר הפרסום אינו עומד בהוראות כל דין, ובכלל זה כללים אלה;

(2) נמצא, לפי שיקול דעתו, כי יש בתשדיר פרסום טעם לפגם מבחינה מוסרית או ציבורית, פגיעה בטעם הטוב, ברגשות הציבור או בשלום הציבור או שתשדיר הפרסום אינו ראוי לשידור במסגרת שידורי התאגיד, בין בשל תוכנו ובין בשל מטרות המפרסם.

(ב) סעיף קטן (א) אינו גורע מסמכות ועדת הפיקוח על תשדיר פרסום, להורות על הפסקת שידור של תשדיר פרסום לפי סעיף 76 לחוק.

השגה

8. מזמין רשאי להגיש השגה על החלטת המנהל הכללי לפי סעיף 7, אל ועדת פיקוח על תשדיר פרסום, בתוך 14 ימים מהחלטת המנהל הכללי כאמור.

פרק ג': אתיקה

סימן א': איסורים והגבלות על תשדיר פרסום

תשדיר פרסום אסור

9. התאגיד לא ישדר תשדיר פרסום הכולל אחד או יותר מאלה:

(1) דבר הנוגד את חוקי המדינה;

(2) תעמולה מפלגתית, או תשדיר פרסום בעניין השנוי במחלוקת פוליטית או אידיאולוגית בציבור, לרבות בדרך של קריאה לשינוי חקיקה בנושאים אלה;

(3) תשדירי פרסום והטפה שעניינם גורמים מיסיונריים וכיתות;

(4) פגיעה בכבוד האדם, בדת, בלאום, בעדה, במגדר, בנטייה מינית, לרבות פגיעה ברגשות הדתיים של חלק זה או אחר מאוכלוסיית המדינה, או כולל דברים העלולים לפגוע ברגשותיהם הלאומיים והתרבותיים של מיעוטים היושבים בישראל;

(5) הסתה לגזענות, לאפליה או לפגיעה באדם או בקבוצת בני אדם;

(6) פגיעה בפרטיותו של אדם בלא הסכמתו;

(7) התנהגות העלולה לעודד אלימות, עבריינות או שימוש בסמים מסוכנים או המציגה התנהגות כאמור באור חיובי;

(8) קולות או הצגה של יחסים מיניים, רמיזות מיניות או הצגה של אדם כקורבן של אלימות מינית או כיוזם אלימות מינית, אלא אם כן קיים עניין ציבורי מובהק בכך;

(9) שימוש בסטריאוטיפים המציגים בני אדם, בין השאר, כאובייקטים מיניים, כחפצים, כחסרי אונים, או כילדותיים, או הפוגעים בשוויון בין המינים;

(10) שמות של בני אדם בלי שהתקבלה רשותם לכך, בכתב, אלא אם כן הסכמתם ניתנה במסגרת אחרת או שהיא מותרת בלי הסכמתם לפי כל דין;

(11) קללות, דברי תועבה או אלימות מילולית, במפורש או במשתמע;

(12) דברי לעז, דיבה או השמצה;

(13) הטפת מוסר דתי או המכוון לתכלית הנושאת אופי דתי, למעט תשדיר פרסום שעניינו מוצרים או שירותים הכרוכים בדת;

(14) טענה שאינה אמת, במפורש או במשתמע;

משרד המשפטים
وزارة العدل | MINISTRY OF JUSTICE
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

(15) דברים העלולים לזרוע בהלה או פחד בציבור, בין השאר, לעניין סכנת מחלה, או המנצלים אמונות תפלות;

(16) אלימות יתרה או פנייה אל רגש הפחד, אלא אם כן קיים עניין ציבורי מובהק בכך;

(17) ניצול לרעה של דעה קדומה, טעות רווחת, אמונה שיסודה בטעות, תווית חברתית פסולה, בורות או תמימות אפשריים בקרב הצופים או המאזינים;

(18) הצהרות היוצרות רושם מוטעה של עצה או המלצה מקצועית לגבי מוצר או שירות הניתנת מפי אנשים המוצגים, באופן ישיר או עקיף, כמוכשרים לתת עצה או המלצה כאמור, אף שאינם מוכשרים לעשות כן; בלי לגרוע מכלליות האמור בסעיף קטן זה, יש לציין בגוף תשדיר הפרסום כי המציג אינו יועץ מקצועי אם אינו יועץ מקצועי;

(19) חוות דעה של רופא, מרפא או אחות, המובאת במישרין או בעקיפין, לגבי טיב מוצר או שירות וסגולותיו, והוא הדין גם אם דמויותיהם ושמותיהם בדויים;

(20) מוצרים ושירותים בתחום הבריאות, למעט לפי סימן ג';

(21) סיגריות ומוצרי טבק אחרים;

(22) תשדיר פרסום שעניינו שירות או מוצר, כמפורט להלן:

(א) בעלי מקצוע שאין לפרסמם לפי כל דין;

(ב) מגידי עתידות, תורת הנסתר, יועצים לעניינים שבנפש, אסטרולוגים וכיוצא באלה;

(ג) מין, לרבות שירותי ואבזרי מין, ליווי, עיסוי, זנות, ולמעט אמצעי מניעה;

(ד) נשק, תחמושת ומועדוני ירי או מועדונים לנשק;

(ה) מוצר המיועד לסייע להתחמק מבדיקה חוקית או להפריע לביצועה בכל דרך אחרת;

(ו) סוכנויות פרטיות לחקירות;

(23) ניסוח, צליל או תמונה העלולים להתפרש בציבור כמישדר חדשות או כתוכנית אחרת שאינה תשדיר פרסום;

(24) עידוד להתנהגות העלולה להזיק לבריאות, לפגוע בבטיחות, באיכות הסביבה או בבעלי חיים, לרבות עידוד לצריכה מוגזמת של מוצר או שירות באופן העלול לפגוע בבריאות או בבטיחות;

(25) הגרלות, תחרויות או מבצעי פרסים כלשהם, למעט אלה המותרים לפי סעיפים 230 ו־231 לחוק העונשין, התשל"ז–1977[3];

(26) משקאות אלכוהוליים, באופן המקשר בין שתייה לנהיגה או לפעולה או לשימוש במכשיר בעל פוטנציאל סיכון או המציע תחרות או מבצעי פרסים בקשר לשתייה, או המציג שתייה בלתי מבוקרת;

(27) ענייני כספים, לרבות בענייני בנקאות, ביטוח, השקעות כספים וכיוצא באלה, אלא אם כן הגוף המפרסם הוא גוף מוכר שהגורם הרשמי המפקח על הפעילות באותו ענף אישר, או שהוא בעל רישיון כנדרש לפי כל דין.

[3] ס"ח התשל"ז, עמ' 226.

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

השוואה

10. תשדיר פרסום הכולל השוואה בין מוצרים ושירותים יהיה ניתן לשידור בכפוף להוראות אלה:

(1) לא ישודר תשדיר פרסום המשווה בין מוצרים אלא אם כן מדובר במוצרים דומים ובסיס ההשוואה אחיד;

(2) נקודות ההשוואה יהיו בקשר לעובדות הניתנות לביסוס, וההשוואה תוצג באופן הוגן;

(3) המוצר המושווה לא יוצג בדרך שתיצור יתרון מלאכותי כלשהו למוצר המתפרסם;

(4) לא ישודר תשדיר פרסום שנטען בו לעליונות כללית של מוצר על מוצר אחר.

איסור הטעיה

11. תשדיר פרסום לא יכלול דבר המהווה הטעיה, לרבות הטעיה לפי חוק הגנת הצרכן והתקנות לפיו; כהטעיה יראו, בין השאר, תשדיר פרסום הכולל טענה, תיאור או הדגמה שיש בהם משום הטעיה מפורשת או מרומזת, לגבי מוצר או שירות המתפרסם או לגבי התאמתו למטרה המומלצת, לרבות הגזמה לגבי איכותו או אי־מתן הבהרה לגבי מגבלות או תכונות חשובות של המוצר או השירות.

שימוש במדים

12. בטלוויזיה – לא ישודר תשדיר פרסום שמוצגת בו דמות הלבושה במדים של רשות מרשויות המדינה, אלא אם כן ניתן אישור מראש של אותה רשות שמדיה מופיעים בתשדיר הפרסום.

עדות או המלצה

13. תשדיר פרסום המציג עדות או המלצה של אדם לגבי מוצר או שירות, ישודר בכפוף להמצאה ליחידה המסחרית, לפי בקשתה, של מסמך החתום ביד גורם מוסמך מטעם המעיד או הממליץ, המאמת את מה שנאמר או הוצג בתשדיר הפרסום; המסמך יכלול את פרטי המעיד, חתימתו, ציון עובדת מתן העדות מרצונו החופשי והתמורה שקיבל, אם קיבל; התאגיד רשאי, לפי שיקול דעתו, לדרוש כי האימות ייעשה באמצעות תצהיר שעורך דין יאמת.

ביסוס טענות

14. התאגיד רשאי לדרוש מהמפרסם או מהמזמין, לפי העניין, ביסוס לנתון שנטען או שנרמז בו, לגבי מוצר או שירות המתפרסם אם סבר כי הדבר עלול להטעות.

הצגת מחירים

15. בתשדיר פרסום המציין מחיר מוצר או שירות, יוצג המחיר הכולל של המוצר; לעניין סעיף זה, "המחיר הכולל" – כהגדרתו בסעיף 17א לחוק הגנת הצרכן.

שימוש במונח "חדש"

16. לא ישודר תשדיר פרסום שנעשה בו שימוש במונח "חדש" או "חדיש", או במילים דומות לגבי מוצר או שירות, אלא אם כן טרם חלפו 6 חודשים מיום שיוצר המוצר או שניתן השירות לראשונה.

שימוש במונח "חינם"

17. לא ישודר תשדיר פרסום המתאר מוצר או שירות, לרבות דוגמה של מוצר או שירות, כמוענקים חינם, אלא אם כן הם מסופקים למקבל בלא תשלום או בלא כל תנאי, למעט דמי משלוח או הובלה סבירים ששיעורם צוין בתשדיר; מוצר שניתן לשם ניסיון בלבד ובלא צורך בתשלום תמורתו מאת המקבל, ניתן להציגו בתשדיר הפרסום כמוענק חינם אף אם המקבל מחויב לשלם את מחיר החזרתו, ובלבד שתשדיר הפרסום מבהיר את מחויבותו של המקבל לשלם את דמי ההחזרה, ששיעורם סביר.

המעטת ערך

18. לא ישודר תשדיר פרסום שיש בו תקיפה מפורשת או משתמעת של מוצרים או גופים אחרים או שממעיט בערכם, בדרך שאינה הוגנת או באמצעות הטעיה.

איסור הבטחת תעסוקה

19. לא ישודר תשדיר פרסום המציע קורסי לימוד או הכשרות אם משתמעת ממנו הבטחה לתעסוקה ודאית.

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

השתתפות איש תקשורת בתשדיר

20. (א) התאגיד לא ישדר תשדיר פרסום שבו משתתף איש תקשורת או שהוא שותף בו בדרך אחרת, או שנעשה בו שימוש בקולו, דיוקנו או דמותו של איש תקשורת, אם קיים חשש לניגוד עניינים או אם הדבר נוגד נורמות אתיות.

(ב) התאגיד לא ישדר תשדיר פרסומת שבו משתתף איש תקשורת, שהוא עובד תאגיד או פועל כאיש תקשורת בשידורי התאגיד, או נוטל בו חלק בדרך אחרת, או שנעשה בו שימוש בקולו, דיוקנו או דמותו של איש תקשורת, והתשדיר הוא בתחום המזוהה כתחום המומחיות של איש התקשורת בכלי תקשורת בישראל.

(ג) תשדיר פרסום שישודר במהלך או בסמוך לתוכנית לא יכלול את קולו או דיוקנו של מגיש או קריין או משתתף אחר באותה תוכנית.

(ד) בסעיף זה, "איש תקשורת" – עיתונאי, מגיש, קריין או מנחה בכל כלי תקשורת בישראל, אף אם חדל לשמש בתפקיד כאמור בתוך תקופה של שלושה חודשים קודם למועד המיועד לשידור הפרסומת.

סימן ג': תשדירי פרסום שעניינם בריאות, תרופות וטיפולים

תשדיר פרסום בעניני בריאות

21. לא ישודר תשדיר פרסום בעניני בריאות, תכשירים רפואיים או טיפולים רפואיים, אלא אם כן התקיימו תנאים אלה:

(1) הוכחה יעילותם ובטיחות השימוש בהם לפי אישור מראש מאת משרד הבריאות;

(2) התקבלה מהמפרסם חוות דעת רפואית מתאימה בדבר מהימנות תשדיר הפרסום;

(3) לגבי התכשירים הרפואיים, התקבל אישור המנהל הכללי של משרד הבריאות, כאמור בתקנה 28(ב)(2) לתקנות הרוקחים (תכשירים), התשמ"ו–1986[4];

(4) תשדיר הפרסום לתכשירים רפואיים יכלול את הערות משרד הבריאות הנוגעות לתכשיר;

(5) תשדיר הפרסום אינו כולל שימוש במילים, ביטויים או המחשות הטוענים או הרומזים לריפוי מחלה או התמכרות, למעט בדבר הקלת הסימפטומים של מחלה או התמכרות.

הגבלות על שידור פרסום בתחום הבריאות

22. לא ישודר תשדיר פרסום הכולל אחד מאלה:

(1) מוצרים תרופתיים או טיפולים רפואיים הניתנים לפי מרשם;

(2) מוצרים לטיפול באלכוהוליזם;

(3) תכשירים לטיפול בנשירת שיער, למעט אם משרד הבריאות אישר אותם;

(4) אמצעים לבדיקת היריון, להוציא ערכות לבדיקת היריון המותרות לשיווק בישראל, אלא אם כן משרד הבריאות אישר אותם לשימוש;

(5) הצעה להחזרת תמורה למשתמש או למטופל שאינם מרוצים;

(6) תחרות פרסים, מתן פרסים וכיוצא באלה;

(7) מוצר או טיפול הנוגעים למצב הטעון התערבות רפואית מקצועית;

(8) הצעה לאבחנה רפואית, עצה, מרשם או טיפול, הניתנים בהתכתבות, למעט מתן שירותים בהתכתבות לחברי קופת חולים שמשרד הבריאות אישר.

[4] ק"ת התשמ"ו, עמ' 906.

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

מזון בריאות

23. בלי לגרוע מהוראות תקנות בריאות הציבור (מזון) (איסור ייחוס סגולת ריפוי למצרך מזון), התשל"ח–1978[5], והוראות כל דין אחר, לא ישודר תשדיר פרסום למזון שנטען שהוא בריא, אלא אם כן העביר המזמין ביסוס רפואי לנטען.

תוספים

24. לא ישודר תשדיר פרסום לתוספים דיאטטיים, לוויטמינים או למינרלים הכוללים טענה מפורשת או משתמעת בדבר השפעתם, אלא אם כן העביר המזמין ביסוס רפואי לנטען בתשדיר.

טיפולי הרזיה ועיצוב גוף

25. לא ישודר תשדיר פרסום להצעת טיפול המכוון להשיג משקל מופחת, שינוי מראה הגוף, לרבות באמצעות ניתוח, או עיצובו, אלא אם כן המפרסם העביר ליחידה המסחרית חוות דעת רפואית, ולפיה הטיפול יעיל ואינו גורם לנזק, והמבססת כל טיעון שהועלה בתשדיר הפרסום.

סימן ד': הגנה על ילדים ונוער

חסויות ופרסים בטלוויזיה לילדים ולנוער

26. לא ישודרו הודעות חסות בערוץ הטלוויזיה לילדים ולנוער, ולא יחולקו בשידוריו פרסים מטעם גוף מסחרי; אין באמור כדי למנוע שידור תשדירי שירות לציבור במסגרת שידורים אלה.

שיבוץ בתוכניות המיועדות לילדים ולנוער

27. שיבוץ תשדיר פרסום בתוכניות המיועדות לילדים ולנוער, או בסמוך להן, יבוצע בהתחשב בהרגלי ההאזנה והצפייה של ילדים ובחופשות הלימודים לסוגיהן.

תשדיר המכוון לקטינים

28. לא ישודר תשדיר פרסום המכוון לקטינים שיש בו משום ניצול לרעה של עובדת היותם של קטינים נוחים לשכנוע יותר מבגירים.

איסורים בתשדירי פרסום לקטינים

29. בלי לגרוע מתקנות הגנת הצרכן (פרסומת ודרכי שיווק המכוונים לקטינים), התשנ"א–1991[6], בתשדיר פרסום או במקבץ פרסום המשודר במהלך תוכנית המיועדת או המופנית לילדים או במהלך מקבץ פרסום הצמוד לתוכנית כאמור, במסגרת שידורי הערוץ המרכזי או בערוץ הטלוויזיה לילדים ולנוער, לא ישודר תשדיר פרסום למוצרים או לנושאים המפורטים להלן, אלא אם כן המנהל הכללי אישר את השידור בהחלטה מנומקת בכתב, בשים לב לתוכנם, לקהל היעד של התוכנית שבמהלכה או במהלך מקבץ הפרסום הצמוד לה מבקשים לשדרם, ולשעת שידורם:

(1) שיש בו משום עידוד קטינים למעשים לא ראויים או לא בטוחים;

(2) הכולל ביטוי חזותי, מילולי או קולי של אלימות, של מין או של אכזריות;

(3) שיש בו עניין העלול לגרום לחרדה או למצוקה אצל ילדים, או שאינו מתאים מבחינה אחרת לגילם, לרבות בשל נגיעה מפורשת לנושאי מין;

(4) קדימון לתוכניות המתאימות למבוגרים בלבד.

השתתפות קטינים בתשדירי פרסום

30. התאגיד לא ישדר תשדיר פרסומת שבו מופיעים קטינים בהופעה שאינה ראויה לקטינים, או שיש בו משום פגיעה בכבודם של קטינים או ניצולם בכל דרך שהיא.

אישורים נדרשים להשתתפות קטין

31. על פי דרישת היחידה המסחרית יעביר המפרסם ליחידה המסחרית את כל האישורים הנדרשים להשתתפות קטין בתשדיר פרסום.

---

[5] ק"ת התשל"ח, עמ' 787.
[6] ק"ת התשנ"א, עמ' 707.

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

סימן ה': הודעות חסות

הגבלות על שידור הודעת חסות

32. לא תשודר הודעת חסות בכל אחד מהמקרים המפורטים להלן:

(1) למפרסם או לפרסומאי יש עניין אישי, מסחרי, או מפלגתי–פוליטי, במישרין או בעקיפין, או שהוא עשוי להשפיע על תוכן התוכנית, או עלול להיווצר רושם בציבור כי יש למפרסם או לפרסומאי עניין כאמור, בתוכנה של התוכנית, או שיכול להיווצר רושם בציבור כי המפרסם או הפרסומאי עשוי להשפיע על התוכן כאמור – כולו או חלקו, לרבות קשרי מסחר עם אחד המשתתפים בתוכנית;

(2) לעניין סעיף זה, יראו "עניין אישי" ו"עניין מסחרי" אם התוכנית עוסקת במישרין בנותן החסות, בבני משפחתו, בעסקו או במוצריו, או במתחרים עסקיים ישירים שלו, ולמעט אם מדובר אך ורק בהענקת פרס בתוכנית מטעם נותן החסות;

(3) החסות היא לשידורי חדשות, למעט לפינת מזג האוויר במסגרת מהדורת חדשות;

(4) לתוכנית תחקיר, לתוכנית בענייני היום, ולתוכנית מסוג כלשהו העוסקת בענייני כלכלה, כספים, השקעות או צרכנות, לא תשודר הודעת חסות אם החסות ניתנת מאת גורם שעיסוקו נוגע במישרין לנושא שבתוכנית;

(5) הצעת מימון החסות היא של גוף מפלגתי–פוליטי, בין במישרין ובין בעקיפין;

(6) הודעת חסות שיש בה טעם לפגם מבחינה מוסרית, ציבורית או אחרת, או העלולה להטעות את ציבור הצופים או לפגוע בו בדרך אחרת;

(7) פרסום הודעת החסות, לרבות הצעת המימון, כרוך בהקניית זכויות כלשהן בתוכנית למפרסם או לפרסומאי או לכל גורם אחר;

(8) במסגרת תוכנית שניתנה לה חסות לא יוצג או ישתתף נותן החסות או מוצר או שירות שלו במסגרת התוכנית;

(9) לא תשודר הודעת חסות אם נותן החסות או מי מטעמו, מתנה את המימון, בין במפורש ובין מכללא, בתנאי כלשהו, לרבות מועד שידור התוכנית, השפעה או הבטחה להשפעה כלשהי על תהליך ההפקה והעריכה או הרכישה של התוכנית, נוכחות בשלב כלשהו משלבי ההפקה, הקרנה קודמת לשידור, זכות להעיר הערות על התסריט, תוכן השידור וכדומה; המציע יוכל להתנות מראש את המימון בהתחייבות שלא לשדר את התוכנית בשבת ובמועדי ישראל, או בכך שיצוין שהצילומים או ההקלטות נעשו בימי חול;

(10) הודעת החסות תכלול את שם נותן החסות וניתן לכלול בה גם פרטים נוספים לגביו, לגבי עיסוקו או לגבי פרטי התאגדותו, לרבות מסר תדמיתי כללי, סיסמה, שמות מוצריו ותיאור מאפייניהם, מספר טלפון של נותן החסות, כתובת אתר האינטרנט של נותן החסות, ובטלוויזיה – גם סימן מסחרי או לוגו, ובלבד שהודעת החסות לא תכלול –

(א) תיאור איכותי–השוואתי של מוצר או של שירות, לרבות ציון סקר או תוצאותיו;

(ב) בטלוויזיה – מחיר של מוצר או של שירות;

(11) לא יקריא אדם המשתתף בתוכנית שהוענקה לה החסות או המזוהה עימה, הודעת חסות.

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

פרק ד': פרסומת סמויה, פרסומת בלתי מודעת או פרסומת אגב

שידור פרסומת

33. לא ישודר דבר שהוא בגדר פרסומת אלא בדרך של תשדיר פרסום.

איסור פרסומת סמויה

34. לא ישודר דבר שהוא בגדר פרסומת סמויה, פרסומת בלתי מודעת או פרסומת אגב.

פרסומת אגב מותרת

35. על אף האמור בסעיף 34, מותרת לשידור תוכנית הכוללת פרסומת אגב למוצר או לשירות, כגון תחרות ספורט או מופע המצולמים כפי שהתקיימו ומוצבים בהם שלטי פרסומת וכיוצא בכך או תוכנית שהוזכר בה מופע, תקליטור, ספר וכיוצא בכך, ובלבד שהתקיימו בה גם כל אלה:

(1) לא שולמה כל תמורה, ישירה או עקיפה, בעד הפרסומת או הכללתה בתוכנית כאמור;

(2) ההחלטה לשדר את התוכנית וההחלטות באשר לאופן צילומה ועריכתה לא הושפעו בכל דרך מהפרסומת הכלולה בה;

(3) הפרסום הוא תוצאת אגב של התוכנית עצמה ואינו עובר את גבול הסביר מבחינת מרכזיותו בתוכנית.

שם יצרן ויבואן בשידור מופע

36. בשידור של מופע שמפיק התאגיד או מופק לו, לא ייכלל צילום של שם בולט של יצרן, יבואן, משווק וכיוצא בזה, בין השאר על גבי כלי נגינה; ההימנעות מצילום תיעשה בדרך של כיסוי השם או בדרך אחרת.

אזכור שם של נותן פרס

37. אזכור של גורם מסחרי המעניק פרס בתוכנית שבה מוענק פרס כספי או אחר, יכול שייעשה גם במהלך התוכנית, בכפוף לתנאים אלה:

(1) ניתן להזכיר את המוצר או השירות שניתן, ואת שם נותן הפרס, לרבות היצרן, היבואן או המשווק של המוצר או נותן השירות, באופן שייאמר או ייכתב, לפי העניין, כי "הפרס הוא מתנת" ושם מממן הפרס;

אזכור בתמונה, בכתובית או בקריינות להן, יכול שיכלול מסר תדמיתי כללי של נותן הפרס;

(2) לא ייאמרו דברי שבח, תיאור איכותי–השוואתי למוצרים או לשירותים מתחרים, ולא יכללו אזכור של מבצע מטעם המפרסם וכיוצא באלה;

(3) פרס מסוים או נותנו לא יוזכרו יותר משלוש פעמים בתוכנית שאורכה הוא עד חצי שעת שידור, ואם אורכה עולה על חצי שעת שידור – עד שישה אזכורים בשעת שידור;

(4) בתוכנית שבה מוענק יותר מפרס אחד, לא יהיה גורם מסחרי בלעדי המעניק פרסים, למעט אם אישר המנהל הכללי אחרת;

(5) לא יהיה אזכור של נותן פרס בקדימון לתוכנית;

(6) כל אזכור, בין במלל, בקריינות, בתמונה או בכתובית ייספר בנפרד, אף אם הוא משודר בו־זמנית עם אזכור אחר כאמור;

(7) בטלוויזיה – אזכור מילולי בכתב, לרבות באמצעות חוזי והנפשה, יובא ברצועה או בשקופית שגודלה לא יעלה על שליש מן המסך, ומשכה לא יעלה על 10 שניות.

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

פרק ה': שיבוץ, הפרדה והגבלת זמן שידור

זמן שידור מרבי לשידור תשדירי פרסום

38. (א) זמן שידור מרבי לשידור תשדירי פרסום בכל שעת שידור של שידורי התאגיד בערוץ טלוויזיה או בתחנת רדיו, לא יעלה על תשע דקות, ובלבד שזמן השידור הכולל של תשדירי פרסום ביממה לא יעלה על –

(1) עשרה אחוזים מכלל זמן השידורים – בכל ערוץ טלוויזיה;

(2) חמישה עשר אחוזים מכלל זמן השידורים – בכל תחנת רדיו.

(ב) על אף האמור בסעיף קטן (א), המנהל הכללי רשאי, לפי שיקול דעתו, לקבוע הקצאה שונה של זמן שידור לשידור תשדירי פרסום בכל שעת שידור, ובלבד שזמן השידור הכולל של תשדירי פרסום ביממה לא יעלה על האמור בסעיף קטן (א).

הפרדה מתוכנית

39. תשדיר פרסום ישובץ במסגרת משבצות מיועדות לכך שנקבעו במסגרת לוח השידורים מראש, הנבדלות מן התוכנית שבה הן משובצות, לפי שיקול דעתו של התאגיד וכאמור בכללים אלה; התאגיד יימנע משידור תשדיר פרסום העלול להטעות מאזין או צופה סביר, לרבות הידמות תשדיר פרסום לתוכנית או למהדורת חדשות.

הגבלה מחמירה לזמן שידור

40. המנהל הכללי רשאי לקבוע כי לערוצי שידור מסוימים או לתחנות רדיו מסוימות ייקבע זמן מרבי לשידור תשדירי פרסום הנמוך מהזמנים שנקבעו בסעיף 38.

הגבלת זמן שידור למפרסם אחד

41. היחידה המסחרית לא תמכור זמן שידור לתשדירי פרסום למפרסם או לכל גורם אחר, במישרין או בעקיפין, בהיקף העולה על 10% מזמן השידור המרבי לתשדירי פרסום ביממה בערוץ טלוויזיה, בהיקף העולה על 15% מזמן השידור המרבי לתשדירי פרסום ביממה בתחנת רדיו, ובהיקף העולה על 30% לחברת מדיה ברדיו; לעניין סעיף זה, "גורם" – מי שרוכש מהיחידה המסחרית זמן פרסום בעד עצמו או בעד אחרים.

חריגים להגבלת זמן שידור

42. המועצה או ועדת הפיקוח על תשדיר פרסום רשאיות להתיר מכירת זמן שידור לתשדירי פרסום בשיעור גבוה יותר מהאמור בסעיף 41 אם שוכנעה כי לא ניתן למכור בדרך אחרת את כל הזמן המוקצה לשידור תשדירי פרסום או כי יש טעמים המצדיקים זאת בנסיבות העניין ולתקופה קצרה ככל האפשר; ניתן אישור כאמור, לא יוקצה למפרסם או לכל גורם אחר כאמור מעל 30% מזמן השידור המיועד לפרסום ביממה.

אורך תשדיר פרסום

43. (א) אורך תשדיר לשירות הציבור או פרסומת לא יעלה על 90 שניות.

(ב) אורך הודעת חסות לא יעלה על שש שניות בטלוויזיה, ועד עשר שניות בשידורי הרדיו.

הפסקות ברדיו

44. בשעת שידור ברדיו לא ישובצו יותר משישה מקבצי פרסום.

זמן מרבי לחסות ושם נותן החסות

45. (א) במסגרת מקבץ פרסום, הזמן המרבי לחסויות לא יעלה על דקה.

(ב) שם נותן החסות לא יופיע יותר מארבע פעמים במהלך שעת שידור.

(ג) בפתיח של מקבץ פרסום הכולל הודעת חסות אחת או יותר, ייאמר בקריינות "התוכנית הופקה בחסות" או "התוכנית משודרת בחסות" או "התוכנית מוגשת בחסות" או נוסח דומה.

(ד) על אף האמור בסעיף קטן (א), בשידורים של אירועי מדיה מיוחדים המנהל הכללי רשאי לאשר כי הזמן המרבי במקבץ החסויות יעלה על דקה.

(ה) המנהל הכללי ידווח לוועדת הפיקוח על תשדיר פרסום על אישור שנתן לפי סעיף קטן (ד).

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

הודעת חסות על רקע שידור בטלוויזיה

46. בשידור חסות בטלוויזיה במהלך שעשועון, מופע בשידור חי או אירוע ספורט המשודרים בשידור ישיר ניתן לציין את שם נותן החסות על רקע השידור בשליש של המסך, ובאופן שלא יגרע באופן מהותי משלמות התמונה, בתנאים אלה:

(1) שם נותן החסות לא יופיע יותר מארבע פעמים במהלך שעת שידור: אם זמן השידור של השעשועון או אירוע הספורט האמורים פחות משעת שידור, יקטן בהתאמה מספר הפעמים שניתן לציין בו את שם נותן החסות על רקע השידור;

(2) ניתן לכלול בשעת שידור הודעות חסות כאמור, עד חמישה נותני חסות לשעשועון או לאירוע ספורט.

חסות לפינה

47. חסות בודדת לפינה במהלך תוכנית שאינה חדשות או ענייני היום, שקיבלה אישור מראש של המנהל הכללי, תשולב בתחילת הפינה באופן המבדיל בצורה מובהקת בין הפינה לבין נותן החסות לפינה.

הגבלת כמות מקבצים בטלוויזיה

48. בכל שעת שידור בטלוויזיה יהיו עד ארבעה מקבצי פרסום; המנהל הכללי יורה על אופן שיבוץ מקבצי הפרסום בכל שעת שידור.

מניעת שיבוץ בלתי הולם

49. שיבוץ תשדיר פרסום ייעשה בהפעלת שיקול דעת ואחריות כלפי הציבור, בהתחשבות בהרגלי הצפייה וההאזנה של הציבור ובנקיטת מלוא האמצעים למניעת שיבוץ בלתי הולם שלו באופן העלול לפגוע ברגשות הציבור.

איסור שיבוץ בימים מסוימים

50. (א) לא ישודרו תשדירי פרסום בימים האלה:

(1) יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, כמשמעותו בסעיף 2 לחוק יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, התשכ"ג–1963[7], מתחילת טקס פתיחת יום הזיכרון עד סיום טקס פתיחת יום העצמאות כמשמעותו בחוק יום העצמאות, התש"ט–1949[8];

(2) יום הזיכרון לשואה ולגבורה, כמשמעותו בסעיף 1 לחוק יום הזיכרון לשואה ולגבורה, התשי"ט–1959[9], מתחילת טקס פתיחת יום הזיכרון עד השעה 20:00 למוחרת;

(3) ט' באב משעה 20:00 בערב ט' באב עד שעת סיום הצום למוחרת.

(ב) על אף האמור בסעיף זה, ועדת הפיקוח על תשדיר פרסום רשאית להתיר שידור תשדיר פרסום במועדים הנקובים בסעיף זה, במקרים שבהם מתקיימים התנאים האלה:

(1) המפרסם הוא גוף ציבורי או מוסד ללא כוונת רווח;

(2) תוכן תשדיר הפרסום עולה בקנה אחד עם אופיו הייחודי של המועד שבו הוא צפוי להיות משודר ועם אופי השידורים בו;

(3) אין בתשדיר הפרסום כדי לקדם מוצרים מסחריים.

איסור שיבוץ בתוכניות מסוימות

51. מקבץ פרסום לא ישובץ במהלך תוכניות, ובפרק זמן של 30 שניות מסיום תוכניות, מן הסוגים כמפורט להלן:

(1) טקס הלוויה;

(2) טקס זיכרון;

(3) תוכנית העוסקת בהשמדת עם;

---

[7] ס"ח התשכ"ג, עמ' 72.
[8] ס"ח התש"ט, עמ' 10.
[9] ס"ח התשי"ט, עמ' 112.

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

(4) תוכנית אחרת שתורה עליה המועצה מזמן לזמן, בין באופן כללי ובין לעניין מסוים העוסקת בנושא רגיש או ששיבוץ מקבץ פרסום במהלכה עלול לפגוע ברגשות הציבור.

שיבוץ תשדיר פרסום לאלכוהול

52. (א) לא ישובץ תשדיר פרסום שעניינו אלכוהול אלא בין השעות 22:00 ועד 5:00, למעט בזמן תחרות ספורט המשודרת בשידור ישיר או בזמן שידור מגזין ספורט מיוחד, אם שוכנע המנהל הכללי כי אין מדובר בפרסומת המכוונת לקטינים ושאין מופיעים בה קטינים.

(ב) על אף האמור בסעיף קטן (א), המנהל הכללי רשאי לאשר, באופן חד־פעמי או לתקופה מסוימת, פרסום ליין, למוצריו או ליקבים, גם מעבר לשעות הנקובות בסעיף האמור, לקראת תקופות חגים או מועדים שבהם קיים ביקוש לפרסום מסוג זה, מעשרים ימים לפני אותו חג או מועד עד סיום אותו חג או מועד, והכול אם שוכנע כי אין מדובר בפרסומת המכוונת לקטינים, אין מופיעים בה קטינים ושאינה משובצת בתוכנית המיועדת לקטינים.

הגבלה לעניין דמויות

53. במהלך תוכנית המשודרת בטלוויזיה או במהלך מקבץ פרסום הצמוד לתוכנית לא ישודר תשדיר פרסום המציג דמות המופיעה באותה תוכנית בתפקיד ראשי או משמעותי.

סימן זיהוי ואות מעבר

54. (א) כל תשדיר פרסום בטלוויזיה יזוהה ככזה למשך כל זמן הקרנתו, באמצעות סימן זיהוי חזותי שיורה התאגיד ושתאשר המועצה.

(ב) שידור מקבץ פרסום יזוהה ויובחן משאר השידורים, באמצעות אות מעבר באורך של 3 שניות לפחות שישמע או יוצג, לפי העניין, לפני המקבץ ולאחריו, או באמצעות הודעה מקדימה והודעה מסיימת של הקריין.

הסדרי הפרדה מאת המנהל הכללי

55. המנהל הכללי רשאי להורות על הסדרי הפרדה נוספים בין תשדיר פרסום לבין תוכנית ובין תשדיר פרסום באותו מקבץ פרסום, לרבות בדרך של מרווחי מעבר, קביעת מקום תשדיר הפרסום במקבץ וקביעת זמנים ותקופות להפרדה, אם ראה כי הדבר נחוץ בשל אופייה הייחודי של התוכנית שבה משובץ המקבץ כאמור.

הסדרי הפרדה של המועצה

56. המועצה רשאית להורות על הסדרי הפרדה נוספים בין תשדירי פרסום לבין תוכניות, אם ראתה שיש בשידור בלא הסדרי ההפרדה כדי להביא להטעיית הציבור או לפגיעה אחרת בו.

עוצמת קול בתשדיר פרסום וקדימון

עוצמת קול

57. בשידור תשדיר פרסום או קדימון, עוצמת הקול לא תחרוג מטווח עוצמת הקול בתוכנית שבה שולב תשדיר פרסום כאמור או מהמקובל בתוכנית שאינה תשדיר פרסום.

58. במסגרת שידורי טלוויזיה לא ישודר תשדיר פרסום או קדימונים בעוצמת אות שמע בשידור העולה על רמת dialnorm של מינוס 26dB או הנופלת ממינוס 30dB, כך שרמת ה־dialnorm הממוצעת תעמוד על מינוס 28dB.

כותרות וכתוביות

59. (א) תשדיר פרסום המיועד לשידור בטלוויזיה יוגש לתאגיד כשהוא כולל כתוביות כמשמען בחוק שידורי טלוויזיה (כתוביות ושפת סימנים), התשס"ה–2005[10].

(ב) כותרות נעות, נחות או מוקרנות הכלולות בתשדיר פרסום המשודר בטלוויזיה, יהיו ברורות וקריאות ויוקרנו במשך הזמן הדרוש לצופה ממוצע כדי לקוראן.

[10] ס"ח התשס"ה, עמ' 956.

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

(ג) בכתוביות שבתשדיר פרסום בטלוויזיה יתקיימו גם תנאים אלה:

(1) צבע האותיות יהיה ניגודי לרקע שעליו הן מופיעות;

(2) גובה האותיות לא יפחת מגובה אות של 18 פיקסלים; לעניין זה, "פיקסל" – ברזולוציה של מסך טלוויזיה;

(3) המרווח בין השורות יהיה גדול מהמרווח בין המילים;

(4) הכתוביות ישודרו במהלך התשדיר למשך הזמן הדרוש לצופה סביר לקריאתן, ולא פחות מ־5 שניות רצופות.

שפת תשדיר

60. (א) תשדיר פרסום יוגש בשפה העברית או בערבית, וברדיו – או בשפה אחרת לפי שפת התוכנית שבה או בסמוך אליה משובץ תשדיר הפרסום.

(ב) תשדיר הפרסום יוגש בלשון תקנית ורהוטה, אלא אם כן מדובר בשימוש בעגה הקשור ענייניות לתוכן תשדיר הפרסום; לפי דרישת התאגיד יכלול תשדיר הפרסום תרגום מונחי עגה לשפת התשדיר; לעניין סעיף קטן זה, "עגה" – לרבות מונח שגור בשפה אחרת.

פרק ו': שונות

מקרי חירום בנסיבות חריגות

61. לבקשת היחידה המסחרית, ועדת הפיקוח על תשדיר פרסום רשאית, במקרי חירום או בנסיבות חריגות אחרות, לאשר שידור תשדיר פרסום אף בניגוד לכללים אלה, וזאת אם מצאה כי קיים צורך ציבורי המצדיק חריגה כאמור כתוצאה ממקרה החירום או הנסיבות החריגות; חריגה כאמור תוגבל בזמן או לתשדירים מסוימים, או בתנאים נוספים, לפי החלטת הוועדה האמורה; בכל מקרה לא תותר חריגה מהוראות כללים אלה הנוגעות לאתיקה בשידור תשדירי פרסום, ומהוראות כל דין אחר.

פרסום הכללים

62. התאגיד יפרסם כללים אלה באתר האינטרנט של התאגיד.

תנאים לשידור תשדירי פרסום

63. לא יאושר תשדיר פרסום לשידור אלא לאחר שהתקיימו התנאים האלה:

(1) תשדיר הפרסום עומד בכללים אלה;

(2) יועץ לשוני מטעם התאגיד או מי מטעמו, בדק את תשדיר הפרסום מבחינת דיוק הלשון, המבטא וההגייה, והמזמין תיקן את התשדיר מבחינה זו, אם היחידה המסחרית דרשה זאת.

(3) התקבל אישור בכתב של המפרסם כי ברשותו הזכות לעשות שימוש ביצירה שהוא מבקש לעשות בה שימוש במסגרת תשדיר הפרסום.

הפקת תשדיר

64. תשדיר פרסומי שהפיק התאגיד או הזכיין ישודר בכפוף לכללים אלה; המזמין לא יעשה שימוש אחר בתשדיר פרסומי כאמור בלא אישור מראש של התאגיד או הזכיין, למעט אם אושר בהסכם ההזמנה.

הפרות

65. הופרה הוראה מהוראות כללים אלה או היה חשש להפרתה, רשאית המועצה, או התאגיד – במקרה של זכיין, בלי לגרוע משאר סמכויותיו, לזמן לבירור העניין כל גורם שתמצא לנכון, ורשאית המועצה, או התאגיד – במקרה של זכיין, לתת הנחיות מיוחדות בעקבות הבירור, כדי להבטיח את מילוים של כללים אלה.

משרד המשפטים
وزارة العدل | MINISTRY OF JUSTICE
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21

סמכות המועצה

66. בלי לגרוע מכל סמכות הנתונה לו לפי כל דין, רשאים המועצה, או התאגיד – במקרה של זכיין, לדרוש ראיות כי תשדיר פרסומי מסוים עומד בדרישות דין מסוים, ובייחוד בכללים אלה, ולהתנות את שידורו בהמצאת ראיות כאמור להנחת דעתם.

ט' בסיוון התשפ"א (20 במאי 2021)
(חמ 3–5334)

גיל עומר
יושב ראש מועצת
תאגיד השידור הישראלי

משרד המשפטים
MINISTRY OF JUSTICE | وزارة العدل
מחלקת רשומות
24/06/21 10:42

המחיר 8.48 שקלים חדשים ISSN 0334-7014 סודר במח' רשומות, משרד המשפטים, והודפס במדפיס הממשלתי

משרד המשפטים
מחלקת רשומות
10:42 24/06/21