

## כללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה), התשנ"ד-1994<sup>1</sup>

בתוקף סמכותה לפי סעיפים 24 ו-88 לחוק הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו, התש"ן-1990 (להלן - החוק), ובידיעת ועדת החינוך והתרבות של הכנסת, קובעת מועצת הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו כללים אלה:

### פרק א': פרשנות ותחולה

(תיקון התש"ע)

1. (א) בכללים אלו -  
"בעל זכיון" - כהגדרתו בכללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (שיבוץ תשדירי פרסומת בשידורי טלוויזיה), התשנ"ב-1992 (להלן - כללי השיבוץ);  
"הודעת חסות" - כהגדרתה בכללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (חסות לתכניות), התשס"ט-2009;  
"טענה" - אמרה או מצג הנחזים להיות קביעה עובדתית;  
"ענין ציבורי" - לרבות גילוי של עבירה פלילית, חשיפה של התנהגות אנטי חברתית, הגנה על בריאות הציבור, שלומו ורווחתו ומניעת הטעיית הציבור.  
"קדימון" (promo) - כל אחר מאלה:

הגדרות  
(תיקונים:  
התשנ"ט, התשס"ב,  
התשס"ג, התש"ע)

(1) תשדיר המודיע על לוח השידורים או על שידור אחד או יותר שישודרו בעתיד, בין מיד לאחר שידורו ובין מאוחר יותר באותו יום או במועד אחר, בין של בעל הזיכיון ובין של בעל זיכיון אחר באותו ערוץ (קדימון צולב);  
(2) תשדיר שנועד לקדם את שידורי בעל הזיכיון, או את שידורי בעל זיכיון אחר באותו ערוץ (קדימון צולב), לרבות תשדיר תדמיתי ותשדיר המזהה את בעל הזיכיון (ID) שאינו אות בעל הזיכיון;  
(3) כל תשדיר אחר שאינו אחד מאלה: תכנית, תשדיר פרסומת, ציון חסות, מילואה (Filler) או תשדיר לשירות הציבור;

1. ק"ת 5580, התשנ"ד (13.2.1994), עמ' 640.  
תיקונים: ק"ת 5772, התשנ"ו (11.7.1996), עמ' 1440;  
ק"ת 5992, התשנ"ט (20.7.1999), עמ' 1095 (כולל השמטת המילה "ורדיו" משמם של הכללים);  
ק"ת 6161, התשס"ב (11.4.2002), עמ' 603;  
ק"ת 6206, התשס"ג (5.11.2002), עמ' 170;  
ק"ת 6250, התשס"ג (16.7.2003), עמ' 848 (התשס"ג (מס' 2));  
ק"ת 6776, התשס"ט (3.5.2009), עמ' 911;  
ק"ת 6816, התש"ע (24.9.2009), עמ' 34;  
ק"ת 6932, התשע"א (7.10.2010), עמ' 58.

"תשדיר פרסומת" – כל תשדיר, פינה או משדר קצר אחר, לרבות אם הם בעלי ערך תכניתי, המכילים אזכור של גורם מסחרי, בין כנותן פרס בין אחרת, או הבאים לקידום שמו, שם עסקו או שם מוצריו או שירותיו של אדם, או לקידום מכירתם, בתמורה כספית או אחרת, בין במישרין ובין בעקיפין, למעט הודעת חסות.

(ב) מונחים אחרים בכללים אלה, ככל שלא הוגדרו בחוק, תהא להם המשמעות שיש להם בכללי השיבוץ, אלא אם כן מהקשר הרברים משתמע אחרת.

א1. (א) כללים אלה, למעט סעיפים 9, 16, 17, 21, 26, 27, 33, 35, 37 ו-38, יחולו גם על הודעת חסות.

(ב) כללים אלה, למעט סעיפים 9, 21, 24, 33, 37 ו-38, יחולו גם על תשדיר לשירות הציבור כהגדרתו בכללי השיבוץ.

(ג) סעיפים 3, 7, 7א, 9 ו-14 יחולו גם על קרימון.

תחולה  
(תיקון התש"ע)

### פרק ב': עקרונות כלליים

2. (א) בעל הזכיון אחראי לכך שלא יהיה בתשדיר פרסומת המשודר במסגרת שידוריו, דבר הנוגד הוראות כל דין, ובפרט כללים אלה.

(ב) מבלי לגרוע מהוראות סעיף 7 לכללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (אישור מוקדם של תשדירי פרסומת), התשנ"ד-1994 (להלן – כללי האישור המוקדם), לא יהיה בכל אישור שנתן גורם כלשהו או מצג שלו כדי לפטור את בעל הזכיון מאחריותו לפי סעיף זה.

3. לא ישרד בעל זיכיון תשדיר פרסומת שיש בו משום פגיעה בכבוד האדם, בטעם הטוב או ברגשות הציבור.

4. לא ישרד בעל זכיון, ביודעין או ברשלנות, תשדיר פרסומת המכיל, במפורש או במשתמע, טענה שאיננה אמת או שיש בו הפרזה החורגת מדברי שבה סתמיים או תשדיר פרסומת שיש בו או שחסר בו דבר באופן העלול להטעות צופה סביר.

5. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו הסתה לגזענות, לאפליה או לפגיעה באדם או בקבוצת בני אדם.

6. מבלי לגרוע מהוראות כל דין, לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו כדי לפגוע בפרטיותו של אדם ללא הסכמתו.

התאמה להוראות  
כל דין

פגיעה בכבוד  
האדם  
(תיקון התש"ע)

פרסומת אמת

איסור הסתה  
(תיקון התש"ע)

פגיעה בפרטיות

7. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו אלימות יתרה או פניה אל רגש הפחד, אלא אם כן קיים ענין ציבורי מובהק בכך, במידה המתחייבת ובכפוף להוראות כל דין. **אלימות ופניה לרגש הפחד (תיקון התשס"ב)**
- 7א. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת העלול לעודד עבריינות או שימוש בסמים מסוכנים. **עבריינות וסמים מסוכנים (תיקון התשס"ג)**
8. (א) לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שאיננו בעברית או בערבית ובלשון תקנית ורהוטה, אלא אם כן מדובר בלשון הנהוגה בדיבור או בעגה והדבר קשור עניינית לתוכן הפרסומת. **שפת הפרסומת (תיקון התש"ע)**
- (ב) על אף האמור בסעיף קטן (א), רשאי המנהל, במקרים חריגים, להתיר שידור של תשדיר פרסומת בשפה אחרת ובלבד שילוה בכתוביות תרגום לעברית או לערבית.
- (ג) בעל זכיון לשידורי טלוויזיה רשאי לשרד תשדיר פרסומת מיובא, במסגרת המותרת לו, בשפתם המקורית ובלבד שתהיה מלווה בכתוביות בעברית או מדובבת בלשון כמפורט בסעיף קטן (א).
- (ד) אין בהוראות סעיף זה כדי לאסור ליווי של תשדיר פרסומת בטלוויזיה בכיתוב בשפה נוספת.
9. (א) לענין סעיף זה – **פרסומת מוסווית ופרסומת אגב [תיקונים: התשס"ב, התשס"ג (מס' 2), התש"ע]**
- "אירוע התרמה מיוחד" – אירוע טלוויזיוני יוצא דופן, המשודר במשך ארבע שעות לפחות, שמטרתו גיוס תרומות מהציבור, למטרה ציבורית, שאישרו המנהל ויושב ראש המועצה מראש ובכתב, בתנאי שבעל זכיון בערוץ 2 לא יערוך יותר משני אירועים כאלה בשנה, ובעל זכיון בערוץ השלישי לא יערוך יותר משלושה אירועים כאלה בשנה;
- "פרסומת אגב" – פרסומת המופיעה, לכאורה, כבדרך אגב;
- "פרסומת מוסווית" – 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.
- (ב) לא ישרד בעל זכיון דבר שהוא בגדר פרסומת אלא בדרך של תשדיר פרסומת.
- (ג) מבלי לגרוע מהאמור בסעיף קטן (ב) לא ישרד בעל זכיון דבר שהוא בגדר פרסומת מוסווית, פרסומת בלתי מודעת או פרסומת אגב.

(ד) על אף האמור בסעיף זה לעיל, רשאי בעל זכיון לשדר משרד הכולל למעשה, פרסומת אגב למוצר או שירות, כגון תחרות ספורט או מופע המצולמים כפי שהתקיימו ומוצבים בהם שלטי פרסומת וכיוצא בכך או תכנית שהוזכר בה מופע, תקליטור, ספר וכיוצא בכך, ובלבד שהתקיימו כל אלה:

(1) בעל הזכיון לא קיבל כל תמורה, ישירה או עקיפה, בשל שידור כאמור;

(2) החלטת בעל הזכיון לשדר משרד כאמור לא הושפעה בכל דרך שהיא מהפרסום הכלול בו;

(3) הפרסום הוא תוצאת אגב של המשרד עצמו ואיננו עובר את גבול הסביר מבחינת מרכזיותו במשרד;

(4) המשרד איננו כשלעצמו תשדיר פרסומת;

(5) הפרסומת עצמה אינה מנוגדת לכל דין, לרבות כללים אלה.

(ה) בעל זכיון רשאי לשדר צילום של אירוע שאינו מופק בידי בעל הזכיון או בעבורו ושבו מוזכרים גורמים מסחריים המשתתפים במימון האירוע, או מוצרים ושירותים שלהם, ובלבד שבמהלך השידור לא יוזכרו יותר מעשרה גורמים כאמור, שמתוכם לפחות המישה הם גורמים שעיסוקם קשור לנושא התכנית, ושכל גורם כאמור, לרבות המוצרים והשירותים שלו, לא יוזכר יותר משלוש פעמים, וכן יתקיימו התנאים האמורים בפסקאות (1) עד (5) בסעיף קטן (ד).

(ה) על אף האמור בסעיף זה, רשאי בעל זכיון, באישורם מראש ובכתב של המנהל ויושב ראש המועצה, לשדר דבר שהוא בגדר פרסומת אגב לגורם מסחרי (להלן – חשיפה) המשולב בשידור של אירוע התרמה מיוחד, ובלבד שיתקיימו התנאים המפורטים להלן נוסף על התנאים שהתנה המנהל:

(1) החשיפה תיעשה בתמורה לתרומה של סכום גבוה, שלא יפחת מסכום שיאשרו המנהל ויושב ראש המועצה, שייתן הגורם המסחרי למטרה או למטרות ציבוריות שנקבעו מראש לאירוע ההתרמה המיוחד (בסעיף זה – המטרה הציבורית);

(2) כספי התרומות שייאספו באירוע ההתרמה המיוחד יחולקו לפי קביעת גוף ציבורי, בפיקוח רואה חשבון, והם לא יישמשו, במישרין או בעקיפין, להפקת האירוע, כולו או חלקו, או למימון פעילותו של הגוף הציבורי;

(3) החשיפה של מוצר או שירות תהיה חזותית או מילולית, באופן שניתן לזהות את שמו וסימנו המסחרי של הגורם המסחרי;

(4) לא ייאמרו דברי שבח, תיאור טכני או איכותי, הסבר או השוואה למוצרים או שירותים מתחרים, ולא ייכללו סיסמת פרסומת או אזכור של מבצע מטעם הגורם המסחרי וכיוצא באלה;

(5) החשיפה תיעשה באופן שישתלב בטבעיות ובאופן סביר במישר, בלי שהמוצר יהפוך למרכז העיסוק במישר;

(6) בעל הזיכיון לא יקבל בשל החשיפה כל תמורה, ישירה או עקיפה;

(7) לפני שישודר הקטע שבו תשולב החשיפה תינתן הודעה, שנוסחה יאושר בידי המנהל, באמצעות כתובית או בעל פה, ברבר קיומה של חשיפה כאמור בתמורה לתרומה;

(8) קטע מאירוע התרמה מיוחד הכולל חשיפה, לא ישודר בשידור חוזר;

(9) שידור האירוע המיוחד והחשיפה אינם נוגדים כל דין, לרבות כללים אלה.

(10) בשידור של מופע אולפן המופק בידי בעל זיכיון או בעבורו שבו משולב כלי נגינה גדול, כגון פסנתר או מערכת תופים, לא ייכלל צילום של שם בולט של יצרן, יבואן, משווק וכיוצא בזה על גבי כלי הנגינה; ההימנעות מצילום תיעשה בדרך של כיסוי השם או בדרך אחרת.

9א. אזכור של גורמים מסחריים המעניקים פרסים בתכניות שבהן מוענקים פרסים כספיים או אחרים, ייעשה בכפוף לתנאים אלה:

אזכור נותני פרסים  
(תיקון התשס"ב)

(1) ניתן להזכיר את המוצר או השירות שניתן כפרס, ואת שם נותן הפרס לרבות היצרן, היבואן או המשווק של המוצר או נותן השירות, אך לא ייאמרו דברי שבח, תיאור איכותי או השוואה למוצרים או שירותים מתחרים, ולא ייכללו סממה פרסומית או אזכור של מבצע מטעם המפרסם וכיוצא באלה;

- (2) פרס מסוים או נותנו לא יוזכרו יותר משלוש פעמים; לענין זה, כל אזכור, בין במלל, בקריינות, בתמונה או בכיתובית ייספר בנפרד, אף אם הוא בו זמני עם אזכור אחר כאמור; אזכור מילולי בכתב יובא ברצועה שגורלה לא יעלה על שליש מן המסך;
- (3) לא יינתנו יותר משלושה פרסים על ידי אותו גורם מסחרי בתכנית אחת – אם אורך התכנית הוא עד חצי שעה, ואם אורכה עולה על חצי שעה – פרס נוסף אחר לכל 12 דקות נוספות;
- (4) בתכנית שבה מוענק יותר מפרס אחד לא יהיה גורם מסחרי בלעדית המעניק פרסים;
- (5) לא תהיה חשיפה של הפרסים ונותניהם בקדימונים לתכנית.

### פרק ג': הגבלות על הפרסומות

- פרסומת דתית
10. (א) לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו הטפת מסר דתי או המכוון לתכלית הנושאת אופי דתי.
- (ב) אין באמור בסעיף קטן (א) כדי למנוע שידור תשדירי פרסומת שענינם מוצרים או שירותים הכרוכים בדת.
- פרסומת בנושאים השנויים במחלוקת
11. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו העברת מסר בנושא פוליטי, חברתי, ציבורי או כלכלי השנוי במחלוקת בציבור.
- מוצרים ושירותים האסורים בפירסום
12. לא יפרסם בעל זכיון, במישרין או בעקיפין, מוצרים ושירותים בנושאים המפורטים להלן:
- (1) מוצרי טבק ועישון;
- (2) מוצר המיועד לסייע להתחמק מבריקה חוקית או להפריע לביצועה בכל דרך אחרת;
- (3) מיסטיקה, תורת הנסתר, העל טבעי וכיוצא באלה, אולם רשאי המנהל להתיר פרסומם של דברי רפוס, בנושאים האמורים, אם שוכנע כי יש בתכנם ענין לציבור;
- (4) סוכנויות פרטיות לחקירות;
- (5) נשק, תחמושת ומועדוני ירי או מועדונים לנשק;
- (6) חומר תועבה; שירותי ליווי; שירותי מין.
- שימוש לרעה בגוף האדם
13. מבלי לגרוע מכלליות האמור בסעיף 3, לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו שימוש לרעה בגוף האדם, בין היתר באופן שיש בו אחר מאלה:
- (1) עיוות מבזה של דמות אדם לרבות שילוב או עיוות מבזה בין דמות אדם לקול;

(2) הצגה או תיאור של פגם גופני או נכות או מום אחר בדרך שעלולה לפגוע בצופה או במאזין סביר בעל פגם גופני, נכות או מום כאמור, אלא אם כן קיים ענין ציבורי מובהק בכך, במידה המתחייבת ובכפוף להוראות כל דין.

14. מבלי לגרוע מהאמור בסעיף 3, לא ישרר בעל זכיון תשריר פרסומת הכולל הצגה של יחסים מיניים, רמיזות מיניות, אדם כקורבן של אלימות מינית או כיוזם אלימות מינית אלא אם כן קיים ענין ציבורי מובהק בכך, במידה המתחייבת להוראות כל דין.

מין בפרסומת

15. לא ישרר בעל זכיון תשריר פרסומת המעודר התנהגות העלולה להזיק לבריאות, לפגוע בבטיחות, באיכות הסביבה או בבעלי חיים, לרבות עידוד לצריכה מוגזמת של מוצר או שירות באופן העלול לפגוע בבריאות או בבטיחות או לפעולה בניגוד להוראות כל דין.

התנהגות העלולה להזיק

16. לא ישרר בעל זכיון תשריר פרסומת שיש בו תקיפה של מוצרים או גופים אחרים או ממעיט בערכם, בדרך שאינה הוגנת או על ידי הטעיה. אין באיסור זה כדי למנוע שבה למוצר או לגוף המתפרסם או עריכת השוואה המותרת לפי כללים אלה.

המעטת ערך אחרים

17. לא ישרר בעל זכיון תשריר פרסומת המזמין את הציבור להשתתף בהגרלות, בתחרויות או מבצעי פרסים כלשהם אלא בכפוף להוראות כל דין, ולאחר שנקט אמצעים סבירים כדי לוודא כי משתתפים צפויים יוכלו לקבל פרטים מודפסים בדבר תנאי התחרות, הכרזת התוצאות וחלוקת הפרסים, ואם קיימים תנאים מיוחדים לצורך השתתפות והתחרות – אף מידע בדבר התנאים האמורים.

הגרלות תחרויות ופרסים

18. לא ישרר בעל זכיון תשריר פרסומת הכולל דרישה לתשלום או לפקדון לצורך קבלת מידע על הצעה הכלולה בתשריר.

דרישת תשלום או פקדון

19. (א) לא ישרר בעל זכיון תשריר פרסומת המציע קורסי לימוד והשתלמות המהווים הכנה לקראת מבחנים מקצועיים או טכניים, אם משתמעת ממנו הבטחה לתעסוקה וודאית.

פרסומת ללימודים והשתלמויות

20. לא ישרר בעל זכיון תשריר פרסומת בדבר הצעות לרכישה באמצעות הדואר או באופן אחר של קשר ישיר כגון טלפון, אינטרנט, כרטיס אשראי וכיוצא באלה, אלא בתנאים הבאים:

שיווק ישיר (תיקון התס"ב)

(1) בעל הזיכיון קיבל מהמפרסם התחייבות כי נעשו סידורים לכך שכל דורש יקבל מידע מהמפרסם בכל הנוגע למוצר או לשירות המוצע, כי המפרסם ערוך לתת מענה לכל הפניות שיבואו מהציבור כתוצאה מהפרסומת, וכי המפרסם ערוך לספק את הדרישה לרכישת המוצר או השירות;

- (2) בעל הזיכיון קיבל מהמפרסם התחייבות כי אם יחול שינוי במצב היערכותו של המפרסם והוא לא יהיה מסוגל לעמוד בדרישות האמורות בפסקה (1), הוא יביא עובדה זו מיד לידיעת בעל הזיכיון, אשר יחדל משידור הפרסומת;
- (3) התשדיר אינו מכוון לקטינים.

21. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת לשירות הניתן באמצעות הטלפון אלא אם כן התקיימו בו כל אלה:

שירותי טלפון  
בתשלום

- (1) התשדיר כולל פירוט מחירי השיחה לדקה בשעות רגילות ובשעות שיא;
- (2) אם השירות כרוך בהתקשרות של חמש דקות לפחות, מובהר בתשדיר הפרסומת כי השימוש בשירות עלול להיות כרוך בהתקשרות ארוכה;
- (3) היתה הפרדה בין תשלום עבור השירות הניתן ובין תשלום עבור השימוש בטלפון, הדבר צויין בתשדיר הפרסומת בבירור.

22. (בוטל).

היכרויות של בני  
זוג  
(תיקון התש"ע)

23. (א) בעל זכיון לא ישרד תשדיר פרסומת למשקה אלכוהולי המכוון לקטינים או שמופיע בו קטין, וכן לא ישרד תשדיר פרסומת שנטען או נרמז בו באופן מטעה כי שתיית משקה אלכוהולי תורמת לאיכות חיים, לבריאות, להצלחה, לתפקוד משופר שכלית או גופנית, להצלחה מינית, או תשדיר המציע תחרות או מבצעי פרסים בהקשר לשתיה, או המציג שתיה בלתי מבוקרת; לעניין זה, "משקה אלכוהולי" – משקה המכיל שני אחוזים או יותר אלכוהול לפי הנפח.

משקאות  
אלכוהוליים  
(תיקון התש"ע)

(ב) על אף האמור בסעיף קטן (א) רשאי בעל זכיון לשרד תשדיר פרסומת שמתקיים בו דבר מן המפורט בסעיף קטן (א) אם קיים עניין ציבורי מובהק בכך, במידה המתחייבת ובכפוף להוראות כל דין.

### פרק ד': הטעיה

24. (א) לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת העלול להטעות את קהל הצופים (להלן – הטעיה).

הטעיה  
(תיקונים:  
התשנ"ו, התשנ"ט,  
התשס"ב, התש"ע)

(ב) כהטעיה יראו פרסומת –

- (1) שנעשתה על ידי שימוש בקולו, דיוקנו או דמותו של איש תקשורת והיא בתחום הצרכנות, הספורט, הכלכלה, הכספים, בתחום המדיני, הפוליטי או בתחום אחר המזוהה כתחום מומחיותו, והוא עוסק בו בכל כלי תקשורת בישראל;



- (2) ששודרה במהלך תכנית או בסמוך אליה, והיא כוללת את קולו או את דיוקנו של מגיש או קריין באותה תכנית;
- (3) הכוללת שימוש בתמונה, ביטוי, מלל או רמז שיש בהם התחזות הפרסומת לתכנית חדשות או לתכנית אחרת;
- (4) שניתן לה כינוי "תכנית", "מבוק חדשות" או כינוי מטעה אחר.
- (1ב) על אף האמור בסעיף קטן (ב), רשאי המנהל לאשר תשדיר פרסומת הרומה לתכנית, אם מצא כי התשדיר אינו מטעה לחשוב כי הוא תכנית.
- (ג) לא ישרר בעל זכיון תשדיר פרסומת אם מנהל הרשות הודיע לבעל הזכיון כי קיים חשש לניגוד ענינים.
- (ד) לא ישרר בעל זכיון תשדיר פרסומת שבו משתתף איש תקשורת אם מנהל הרשות הודיע לבעל הזכיון כי הרבר נוגד נורמות אתיות ראויות.
- (ה) בסעיף זה, "איש תקשורת" – עובד הרשות, עובד של בעל זכיון, עתונאי, מגיש, קריין, או מנחה בכל כלי תקשורת בישראל, אף אם חדל לשמש בתפקיד כאמור – בתוך תקופה של שלושה חודשים קודם למועד שבו נעשתה הפרסומת.
- (ו) אין בהוראות סעיף זה כדי למנוע ממגיש ברדיו למסור הודעה בעלת מסר פרסומי בשידור חי בכפוף לכללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (שיבוץ תשדירי פרסומת בשידורי רדיו), התשנ"ט-1999.

**שימוש בנתונים  
והוכחת טענות**

25. (א) לא ישרר בעל זכיון תשדיר פרסומת הכולל שימוש בנתונים אלא אם כן הרבר נעשה באופן המובן לצופה ממוצע ובררך שאין בה הטעיה.
- (ב) לא ישרר בעל זכיון תשדיר פרסומת שנטען או נרמז בו, בדרך כלשהי, כי במוצר או בשירות המתפרסם יש תכונה או איכות אשר אינם ניתנים לביסוס.

**השוואות  
(תיקון התשס"ב)**

26. (א) בתשדיר פרסומת הכולל השוואה בין מוצרים ינהג בעל הזכיון כך:
- (1) לא ישרר תשדיר פרסומת המשווה בין מוצרים אלא אם כן מדובר במוצרים דומים ובסיס ההשוואה הוא אחיד;
- (2) נקודות ההשוואה יתייחסו לעבודות הניתנות לביסוס וההשוואה תוצג באופן הוגן;
- (3) המוצר המשווה לא יוצג בדרך שתיצור יתרון מלאכותי כלשהו למוצר המתפרסם;
- (4) לא ישרר תשדיר פרסומת שנטען בו לעליונות כללית של מוצר על בסיס השוואה מוגבלת.
- (ב) הוראות סעיף קטן (א) יחולו גם על השוואה בפרסומת בין שירותים, בשינויים המחוייבים.

27. בכל הנוגע לציון מחירי מוצרים או שירותים בתשדירי פרסומת יורדא בעל הזכיון כי מתקיימים בתשדיר תנאים אלה:

מחירים  
(תיקון התשס"ב)

(1) (נמחק);

(2) (נמחק);

(3) המחיר המוצג הינו המחיר המלא לצרכן; בתשדיר פרסומת למוצר או שירות שיש בהם רכיב הדרוש להפעלה ואשר ניתן תמורת תוספת למחיר, מודגשת עובדת תוספת המחיר וכן שיעורה;

(4) לגבי מבצעי מכירות וכיוצא באלה, מוגדרת התקופה שבה תקף המחיר המוצג;

(5)–(7) (נמחקו).

28. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת כאשר מוצגת בו דמות הלבושה במדים של רשות מרשויות המדינה, אלא אם כן ניתן מראש אישור אותה הרשות שמדיה מופיעים בתשדיר.

הופעה במדים  
רשמיים

29. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו ניצול לרעה של דעה קדומה, תפיסה עממית שגויה, טעות רווחת, אמונה שיסודה בטעות, תווית חברתית פסולה, בורות או תמימות אפשריים בקרב הצופים.

דעות קדומות

30. (א) מבלי לגרוע מהוראות כל דין, לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת הכולל קטעים מתכנית ששודרה במהלך ששת החודשים שקדמו לשידורו למעט פרסומת למוצרים או שירותים הנוגעים לתכנית האמורה.

פרסומת הכוללת  
קטעים מתוכניות

(ב) האמור בסעיף קטן (א) לא יחול על תשדיר פרסומת הכולל קטע חדשות או קטע חטוף מראיון ובלבד שלא ניתן לזהות בהם בבירור את המראיין או את התכנית.

(ג) לא ישודר תשדיר פרסומת הכולל קטע של שידור מן הכנסת למעט במסגרת תשדיר שמטרתו קידום תכנית.

31. (א) לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו קישור לתכנית מסוימת או לתכנים של תכנית מסוימת, באופן שייצור שילוב של עניין מסחרי עם נושא תכנית; בכלל זה לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת המשלב בין תכנית לבין מוצר באופן שיגביר את מודעות הציבור למוצר בעזרת התכנית או לתכנית בעזרת המוצר.

פרסומת הקשורה  
לתכנית  
(תיקון התשס"ב)

(ב) בסעיף זה, "תכנית" – למעט תכנית בידור נושאת פרסים (שעשועון).

32. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו -  
 (1) שם מטעה או תוכן מטעה או כל דבר אחר שיש בו כדי להטעות צופה סביר כאילו אין מדובר בתשדיר פרסומת;  
 (2) חיקוי לתכנית (פרודיה) אלא אם אין בתשדיר כדי לפגוע בתכנית או בערכה, הדמויות המופיעות בתשדיר אינן אלה שהופיעו בתוכנית ובכפוף להוראות כל דין.
- שימוש בשם מטעה וחיקוי
33. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שנעשה בו שימוש במונח "חדש" "חדיש" או מלים אחרות דומות לגבי מוצר או שירות אלא אם כן התקיימו התנאים הבאים:  
 (1) טרם חלפו 6 חודשים מיום שיוצר המוצר או שניתן השירות לראשונה;  
 (2) טרם חלפו 3 חודשים מיום פרסום המוצר או השירות, לראשונה, בעיתון, ברדיו או בטלוויזיה.
- שימוש בשיטות שחזור וחיקוי
34. לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שנעשה, במהלכו, שימוש לרעה בשיטות שחזור או חיקוי של המציאות באופן שיש בו כדי להטעות צופה סביר.
35. (א) מבלי לגרוע מהאמור בסעיף 57, רשאי מנהל הרשות לדרוש מבעל הזכיון ראיות להנחת דעתו, כי המפרסם מסוגל להעניק את תנאי האחריות או הערבות המובטחים על ידו בתשדיר הפרסומת, וכי אלו אכן מוענקים על ידו.  
 (ב) לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת שנעשה בו שימוש בביטויים כגון: "אחריות", "באחריות", "מובטח", "בערבות" וכיוצא באלה, בדרך שיש בה כדי להטעות.  
 (ג) תנאי האחריות יופיעו בתשדירי הפרסומת באופן ברור או יובאו על ידי המפרסם לידיעת רוכש המוצר או השירות בדרך של העמדת התנאים לעיונו בנקודת מכירת המוצר או השירות או בדרך יעילה אחרת.
- אחריות למוצר או השירות המפורסמים
36. (א) בנוגע לערויות והמלצות בתשדירי פרסומת רשאי מנהל הרשות, מבלי לגרוע מהאמור בסעיף 57, לדרוש מבעל זכיון כי יציג בפניו, להנחת דעתו, מסמכים חתומים על ידי המעיד או הממליץ התומכים בכל טענה שהושמעה או נרמזה בעדות או בהמלצה, כאמור.  
 (ב) מבלי לגרוע מכלליות האמור בסעיף קטן (א), המסמכים יאמתו את שנאמר או הוצג בתשדיר הפרסומת ויכללו את פרטי המעיד, חתימתו, ציון עובדת מתן העדות מרצונו החופשי ואם קיבל תמורה.
- עדות והמלצה (תיקון התש"ע)
37. (א) לא ישרד בעל זכיון תשדיר פרסומת המתאר מוצר או שירות, לרבות דוגמה של מוצר או שירות, כמוענקים חינם, אלא אם כן הם מסופקים למקבל ללא תשלום, להוציא דמי משלוח והובלה.
- מוצר או שירות חינם

(ב) מוצר שניתן למקבל בידי המפרסם לשם נסיון בלבד וללא צורך בתשלום תמורתו מאת המקבל, ניתן להציגו בתשדיר פרסומת כמוענק חינם אף אם הלקוח מחוייב לשלם את מחיר החזרתו, ובלבד שהתשדיר מבהיר את מחויבותו של המקבל לשלם את דמי ההחזרה והם אינם גבוהים בשיעור בלתי סביר.

38. בתשדיר פרסומת הכולל הענקת מוצר או שירות חינם ינהג בעל הזכיון בהתאם להוראות הבאות:

- (1) מוצר או שירות המוענקים לרוכש מוצר או שירות אחר, יתואר ככזה בבהירות;
- (2) אין להשתמש בביטוי "שי חינם" או "מתנה חינם" וכיוצא באלה לגבי מוצר או שירות המוענקים כאמור בפסקה (1).

39. הוראות פרק זה באות להוסיף על הוראות סעיף 4.

#### **פרק ה': פרסומת וקטינים**

40. מבלי לגרוע מהוראות כל דין, ובפרט תקנות הגנת הצרכן (פרסומת המכוונת לקטינים), התשנ"א-1991, לא ישרר בעל זכיון תשדיר פרסומת המכוון לקטינים אשר יש בו משום עידוד קטינים למעשים לא ראויים או שיש בו ניצול לרעה, בכל דרך שהיא, את עובדת היותם של קטינים נוחים לשכנוע יותר ממבוגרים.

41. מבלי לגרוע מהוראות כל דין, לא ישרר בעל זכיון תשדיר פרסומת שבו מופיעים קטינים בהופעה שאיננה ראויה לקטינים או תשדיר כאמור שיש בו משום פגיעה בכבודם של קטינים או ניצולם לרעה בכל דרך שהיא, אף אם אין בו כדי להטעות את הצופים בתשדיר.

#### **פרק ו': פרסומת בעניני בריאות, תרופות וטיפולים**

##### **סימן א' - כללי**

42. (א) לא ישרר בעל זכיון תשדיר פרסומת בעניני בריאות, תרופות או טיפולים רפואיים (להלן - תשדיר פרסומת בעניני בריאות), אלא אם כן קיבל מהמפרסם חוות דעת רפואית מתאימה בדבר מהימנות התשדיר.

- (ב) תשדיר פרסומת בעניני בריאות שהערכה הולמת שלו דורשת מומחיות ברפואה, טעון אישור מוקדם של מומחה בלתי תלוי או גורם ממשלתי מוסמך (להלן - יועץ מומחה).
- (ג) בשאלה אם הערכת תשדיר פרסומת דורשת מומחיות ברפואה, יכריע המנהל.

## סימן ב' - הגבלות על הפרסום

איסור פרסום  
(תיקונים:  
התשס"ב, התש"ע)

- 4.3. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת בענייני בריאות המפרסם או כולל:  
(1) מוצרים תרופתיים או טיפולים רפואיים הניתנים לפי מירשם רופא בלבד;  
(2) מוצרים תרופתיים שלא אושרו בידי משרד הבריאות;  
(3) מוצרים לטיפול באלכוהוליזם;  
(4) תכשירים לטיפול בנשירת שיער;  
(5) אמצעים לבדיקת הריון, להוציא ערכות לבדיקת הריון שאושרו בידי המנהל לאחר היוועצות ביועץ מומחה;  
(6) טיפול רפואי באמצעות היפנוזה, היפנותרפיה, פסיכואנליזה, פסיכיאטריה וכיוצא באלה, למעט דברי דפוס בעניינים אלו שאישר המנהל לאחר היוועצות ביועץ מומחה;  
(7) טיפולים שהשפעתם טרם נבחנה באופן מדעי - למעט אם אושרו בידי המנהל לאחר התייעצות ביועץ מומחה.  
(8) מוצר או טיפול הנוגעים למצב הטעון התערבות רפואית מקצועית; למעט אם אישר המנהל, לאחר היוועצות ביועץ מומחה, כי לא תהיה בכך פגיעה בבריאות הציבור ובתנאי שהפרסום הוא כללי ותדמייתי ואין בו פירוט של תנאי הטיפול ותוצאותיו;  
(9) הצעה לאבחנה רפואית, עצה, מירשם או טיפול, הניתנים בהתכתבות;  
(10) הצעה להחזרת תמורה למשתמש או מטופל לא מרוצים;  
(11) תחרות פרסים, מתן פרסים וכיוצא באלה;  
(12) הצהרות היוצרות רושם של עצה או המלצה מקצועית הניתנת מפי אנשים המוצגים, באופן ישיר או עקיף, כמוכשרים לתת עצה או המלצה כאמור; מבלי לגרוע מכלליות האמור בפסקה זו, יש לציין בגוף הפרסומת כי המציג איננו יועץ מקצועי;  
(13) שימוש במלים, ביטויים או המחשות הטוענים או רומזים לריפוי מחלה או התמכרות למעט טענה או רמז ברבר הקלת הסימפטומים של מחלה או התמכרות.  
(ב) כל תשדיר פרסומת למוצרים תרופתיים או לטיפולים רפואיים יכלול את הערות משרד הבריאות הרלוונטיות למוצר או לטיפול.  
(ג) בלי לגרוע מהאמור בסעיפים קטנים (א) ו-(ב), רשאי בעל זכיון לשדר תשדיר פרסומת למוצר מרפא טבעי או לתוסף מזון טבעי, ובלבד שיהיה כללי ותדמייתי ושלא יצוין בו כי המוצר או תוסף המזון מסוגל לרפא מחלה או לשפר מצב בריאותי, ושבעל הזכיון קיבל חוות דעת מקצועית מתאימה לנטען בתשדיר.

### סימן ג' – מזון ותוספי מזון

44. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת למזון שנטען שהוא בריא, אלא אם כן קיבל ביסוס רפואי לנטען. **מזון בריאותי**
45. לא ישדר בעל הזכיון תשדיר פרסומת למזון שיש בו טיעונים כוללניים בדבר טיב או שלמות של מוצר מזון או מרכיביו העלולים לרמוז שלמוצר מזון או מרכיביו יש יתרון מבחינה דיאטטית או בריאותית, באופן מטעה, או שיש בו הפנייה לתכונות מרכיבים מסויימים במוצר מזון העלולה ליצור רושם מוטעה באשר לתכונות המוצר בכללותו. **טיעונים כוללניים וטיעונים חלקיים**
46. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת המציין או רומז שתוספות דיאטטיות הכוללות ויטמינים או מינרלים, הן חיוניות לשמירת דיאטה או בריאות טובה. **חיוניות הצגת תוספות דיאטטיות (תיקון התש"ע)**

### סימן ד' – הרזיה וחיטוב הגוף

47. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת להצעת טיפול המכוון להשיג משקל מופחת או שליטה בעיצוב הגוף, אלא בהתמלא התנאים הבאים: **הגבלות על פרסומת לחיטוב הגוף**
- (1) בעל הזכיון קיבל מהמפרסם חוות דעת רפואית המניחה את הרעת, לפיה הטיפול הוא יעיל ואיננו גורם נזק, וכל טיעון שהועלה בתשדיר הפרסומת מבוסס;
- (2) בעל הזכיון קיבל מהמפרסם ראייה המניחה את הרעת, כי הצרכן יכול לקבל מהמפרסם בכתב, מיפרט מלא של תכנית הטיפול ותנאיה הכספיים והחוזיים, קודם להתחייבותו;
- (3) התשדיר איננו מכוון לקטינים.

### פרק ז': פרסומת בענייני צדקה

48. בפרק זה – "מוסד ציבורי" ו"מטרה ציבורית" – כהגדרתם בסעיף 9(2) לפקודת מס הכנסה. **הגדרות**
49. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת בענייני צדקה אלא מטעם מוסד ציבורי שהתאגד למטרה ציבורית ובלבד שאינה מטרה השנויה במחלוקת בציבור. **אופי המפרסם (תיקון התש"ע)**
- (ב) על אף האמור בסעיף קטן (א), רשאי המנהל להתיר לבעל זכיון לשדר תשדיר פרסומת בענייני צדקה מטעם מפרסם שאיננו עומד בתנאי סעיף קטן (א) ובלבד שראה טעמים מוצדקים לכך והתשדיר ממלא אחר יתר התנאים הנוכחים בפרק זה.

דרישת מידע  
(תיקון התש"ע)

50. (א) לא ישרד בעל זכיון תשריר פרסומת בעניני צדקה אלא אם כן קיבל מהמפרסם את כל המידע הנוגע לזהותו, מטרתיו, פעילותו, מנהליו וחברי הגוף המנהל של המוסד המתפרסם וכל מידע אחר המבטיח שהפרסומת איננה מטעה והיא אכן נועדה למטרה ציבורית וכן מסמכים המלמדים על השימוש שנעשה בתרומות שתתקבלנה.

(ב) מבלי לגרוע מכלליות האמור בסעיף קטן (א) ידרוש בעל הזכיון ממפרסם פרסומת בעניני צדקה, התחייבות כי:

- (1) התרומות המתקבלות על ידי המפרסם משמשות אך ורק למטרות שצוינו בפרסומת או השתמעו ממנה;
- (2) לא ייעשה כל שימוש בשמות התורמים ושמותיהם לא ייחשפו ללא הסכמתם;
- (3) מנהלי הגוף המפרסם ועובדיו התחייבו בפניו כי אין להם עניין אישי בתרומות או כל תועלת אישית, ישירה או עקיפה, מהתרומות עקב מעמדם.

סגנון הפרסומת

51. לא ישרד בעל זכיון תשריר פרסומת לעניני צדקה אלא אם כן התשריר:

- (1) מוצג באופן זהיר, עניני ומאופק ונמנע מהגזמה ומהצגת מקרים קיצוניים ולא מאפיינים;
- (2) איננו עורך השוואה עם גופי צדקה אחרים או פעילויות התרמה אחרות;
- (3) איננו מופנה באופן מיוחד לילדים;
- (4) איננו רומז כי מי שלא ייענה לפרסומת ייפגע בדרך כלשהי גשמית או רוחנית;
- (5) נזהר בכבודם של אלה אשר למענם הוא משודר.

צדקה במקרה של  
אכזר

52. במקרה של התרחשות אסונות בלתי צפויים, רשאית המועצה להשעות שידורם של תשרירי פרסומת כדי לפנות מקום לפרסומות מרוכזות לעניני צדקה הנוגעים לאסונות האמורים.

### פרק ח': פרסומת בנושאים כספיים

פרסומת בנושאים  
כספיים  
(תיקון התשס"ב)

53. לא ישרד בעל זכיון תשריר פרסומת בעניני כספים, לרבות בעניני בנקאות, ביטוח, השקעות כספיים וכיוצא באלה אלא אם כן הגוף המפרסם מוכר לגוף המפקח על הפעילות באותו ענף, ואם הפעילות טעונה רישוי - הוא בעל רישיון, ושאינו בתשריר דבר הנוגד את טובת הציבור.

## פרק ט': צורת הפרסומת

54. בעל זכיון לשידורי טלוויזיה יורדא כי כותרות נעות, נחות או מוקרנות הכלולות בתשדיר פרסומת, יהיו ברורות וקריאות ויוקרנו במשך הזמן הדרוש לצופה ממוצע כדי לקוראן. **כותרות**

54א. בכתובית שבתשדיר פרסומת יתקיימו תנאים אלה:  
(1) צבע האותיות יהיה ניגודי לרקע שעליו הן מופיעות;  
(2) גובה האותיות לא יפחת מגובה אות של 16 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. **כתוביות (תיקון התשע"א)**

55. (בוטל)<sup>1</sup>. **עוצמת קול (תיקון התשס"ט)**

## פרק י': שונות

56. (א) בכל מקרה של ספק בפרשנותם או ביישומם של כללים אלו או בהחלטה הנוגעת בעניינים הקשורים אליהם, יוועץ בעל זכיון במנהל ויפעל לפי הנחיותיו. **התייעצות ובירור**  
(ב) הופרה הוראה מהוראות כללים אלה או היה חשש להפרתה, רשאי המנהל, מבלי לגרוע משאר סמכויותיו, לזמן את בעל הזכיון, נציגו או מי מהפועלים מטעמו לבירור העניין ורשאי הוא לתת לבעל הזכיון הנחיות כלליות או מיוחדות בעקבות הבירור, על מנת להבטיח את מילויים של כללים אלה.

57. מבלי לגרוע מכל סמכות הנתונה לו לפי כל דין, רשאי המנהל לדרוש מבעל זכיון ראיות כי תשדיר מסויים עומד בדרישות כל דין, ובפרט כללים אלו ולהתנות את שידורו בהמצאת ראיות כאמור להנחת דעתו. הוראת סעיף זה תחול גם על תשדיר פרסומת שאושר לשידור לפי כללי האישור המוקדם. **סמכויות המנהל**

כ"ג בכסלו התשנ"ד (7 בדצמבר 1993)

יוסף פלד  
יושב ראש מועצת הרשות  
השנייה לטלוויזיה ורדיו

1. ראו: כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (עוצמת הקול בשידורים), התשס"ט-2009.