

לתרום לטלוויזיה הציבורית

07:03 | 01.4.2010 | **ירדן גזית וזאב גולן**

מצבו של ערוץ הטלוויזיה הציבורי עגום: אין כסף, אין רייטינג ואין אופק. כעת יש תוכנית לרפורמה שתעלה לנו 900 מיליון שקל. ואולם רפורמה זו לא תפתור בעיה כלשהי.

ב-2009 העבירו אזרחי ישראל כ-425 מיליון שקל לרשות השידור באגרות. מס זה כופה על כל בעל טלוויזיה לממן את הערוץ הממשלתי, גם אם אינו צופה בו. בעיה זו משתקפת בעובדה ששיעור הצפייה בערוץ 1 הוא נמוך מלכתחילה. מחקר חדש של מכון ירושלים לחקר שווקים מראה שמצב זה תקף ברוב המדינות המפותחות שהן בעלות שידור ציבורי, ונובע בשנים האחרונות מתחרות מוגברת ושינויים טכנולוגיים, כמו גם מקשיחות ביורוקרטית וקשיחות במבנה ההוצאות, חוסר יכולת לנצל תנאי שוק ופוליטיזציה של שידורים ציבוריים. ואולם לפי המחקר, צרכני השידורים הם לרוב מהשכבות החזקות, ומשלמי האגרה כוללים את השכבות החלשות. כך, החלשים נאלצים לסבסד את החזקים.

הטענות הישנות שהצדיקו, לכאורה, שידורי טלוויזיה ציבוריים, כבר אינן תקפות: אספקת שידורים בחינם למעוטי יכולת אינה רלוונטית כאשר ניתן לקלוט את הערוצים המסחריים באותה העלות; הערוצים המסחריים מוציאים סכומים גבוהים יותר מהערוץ הראשון על סוגה עילית, והערוץ גם אינו עומד בהתחייבויותיו בנושא; ולבסוף, קשה להבין מה תורם ערוץ שאינו מונופול כפי שהיה לפני עשרות שנים, אלא שכיום הוא ערוץ אחד בין מאות הערוצים העומדים לרשות כל צופה. משלמי המסים מממנים גם את הטלוויזיה החינוכית, תחנות רדיו מגוונות והתחנות הצבאיות, שכולן מהוות שידורים ציבוריים, במימון ציבורי, וגם אם יוחשך המסך של ערוץ 1, ישראל תישאר עם שידור ציבורי, לטוב או לרע.

הפתרון לבעיות הטלוויזיה הציבורית חייב להיות רלוונטי למצב החדש. נדרש פתרון נועז. יש לפעול בדרך דומה לזו של רוב מדינות אירופה, בהן שיעור ההכנסות של השידור הציבורי מפרסומות גבוה מאשר בישראל. במדינות שונות, הערוץ הציבורי באמת נשען על הציבור, שמתבקש לתרום לו מרצונו החופשי, דבר המכריח את הערוץ לחדר תוכניות איכותיות. הארכיון יקר הערך של רשות השידור והאישים המוכרים שמשדרים בערוץ הם כוח כלכלי וכוח משיכה אדיר. עליהם יש לבסס את השינוי, ולא על כספי האזרחים הנגבים מהם בכוח. כל עוד תישאר הטלוויזיה הציבורית תלויה בתקציבים המועברים ללא קשר לשימוש שהקהל עושה בה, הגבייה תהיה לא צודקת וההוצאות מיותרות. יש לאפשר לערוץ 1 להיות יעיל ולהצליח בכוחות עצמו.

הכותבים הם חוקרים במכון ירושלים לחקר שווקים