



14 ביוני 2026

לכבוד,
עו"ד אייל חקו
הוועדה לבדיקת הטעיית הציבור בפרסומי מקצועות הרפואה
שלום רב,

**הנדון: בקשה לשינוי מדיניות רגולטורית: חובת גילוי נאות, אימות זהות ושקיפות בפרסומים
בתחום הבריאות ברשת**

1. אנו פונים אליך בשם ההסתדרות הרפואית בישראל ואיגוד האינטרנט הישראלי, על מנת להביא לפתחה של הוועדה ברשותך, תופעה חמורה המתרחבת בשנתיים האחרונות של הטעיית הציבור בפרסומי בריאות ורפואה במרחב הדיגיטלי, במטרה להציע מענה רגולטורי דחוף.
2. בשנים האחרונות, וביתר שאת בשנתיים האחרונות, חלה עלייה חדה ומשמעותית בהיקף פרסומים כוזבים ומטעים ברשתות החברתיות ובמרחב הדיגיטלי בכלל, לרבות באמצעות קידום ממומן, אשר מציגים לכאורה רופאים ומומחים שונים כממליצים על תרופות, טיפולים, הליכים רפואיים או תוספי תזונה - זאת ללא ידיעתם, ללא הסכמתם, ובמרבית המקרים גם תוך זיוף מוחלט של זהותם.
3. הונאות אלו אינן מקריות, אלא מתוככמות וממוקדות, ומתבססות על שימוש גובר בכלי בינה מלאכותית, לרבות זיוף קול, תמונה ווידאו של רופאים והצגת תרופות או פתרונות בריאות כוזבים. הפרסומים מופצים בשיטה שזכתה לכינוי "העוקץ האלגוריתמי" המתבססת פרסום ממוקד וממומן ברשתות החברתיות, ויוצרים מצג שווא של המלצה רפואית מקצועית ואותנטית, תוך התחזות לרופאים אמיתיים.
4. מעבר לעצם ההתחזות, מדובר במנגנון הפצה מתוכנן ושיטתי, אשר מנצל את אמון הציבור בדמויות רפואיות ואת האוטוריטה המקצועית המיוחסת להן, על מנת לקדם רכישת מוצרים מסחריים במסווה של מידע רפואי מהימן ונשען על היכולת של רשתות חברתיות לאתר ולפרסם לקהל מפולח במיוחד למטרה זו.
5. תופעה זו פוגעת בראש ובראשונה באוכלוסיות המצויות במצבי פגיעות - חולים במחלות קשות, חולים כרוניים ואנשים הזקוקים לסיוע רפואי דחוף. פרסומים אלה מנצלים את מצוקתם ואת חוסר הוודאות שבו הם מצויים, ויוצרים פיתוי ממשי לרכישת מוצרים המוצגים כפתרון רפואי, לעיתים תוך הובלה להפסקת טיפולים רפואיים מוכחים ובזבוז כספים רבים.
6. תופעה זו יוצרת שתי סכנות מקבילות: מחד, סכנה כלכלית, שכן הציבור משלם סכומי כסף משמעותיים עבור מוצרים שמוצגים כחלופה רפואית; ומאידך, ובעיקר - סכנה בריאותית, שכן גם במקרים שבהם הקורבן אכן מקבל מוצר כלשהו, מדובר במוצר שמאחוריו תשתית הונאתית ומפוקפקת, ללא בקרה, פיקוח או עמידה בסטנדרטים רפואיים בסיסיים, באופן העלול לגרום לנזק בריאותי ממשי. ואם לא די באמור, תופעה זו מובילה לפגיעה חמורה בשמם הטוב, במוניטין ובאמינותם של רופאים ואנשי מקצוע וערערור אמון הציבור במידע רפואי ובמערכת הבריאות כולה.



7. כך, למשל ועל קצה המזלג בלבד, פורסמו ברשתות החברתיות פרסומות המשתמשות בשם, בתמונתם ובדמותם של פרופ' אהרון צ'חנובר, זוכה פרס נובל לכימיה, ד"ר חן קוגל, מנהל המכון הלאומי לרפואה משפטית, פרופ' רוני גמזו, מנהל בית חולים איכילוב לשעבר ופרופ' גבי ברבש, מנכ"ל משרד הבריאות לשעבר, כאילו הם ממליצים על תוספי תזונה שונים. ראו פרסום נרחב על כך באתר דה מרקר¹. ד"ר קוגל אף הגיש תביעה ייצוגית נגד חברת מטא בטענה לרשלנות חמורה של החברה בהפצת הונאות ממומנות בפייסבוק ובאינסטגרם.
8. אולם אלו דוגמאות חלקיות בלבד, לקו החם של הר"י בנושא, וכן פניות המגיעות לקו הסיוע לאינטרנט בטוח של איגוד האינטרנט הישראלי, מצטברים מקרים רבים של רופאים שזהותם ודמותם נגנבה, לצורך קידום תרופות יקרות וחסרות תועלת, תוך פנייה לאוכלוסיות מבוגרות או חולות. מלבד זאת, קיימים מקרים שבהם נעשה שימוש בשמות או תמונות של רופאים שאינם קיימים כלל, כאשר עצם הנוכחות של דמות "רופא" מספיקה כדי ליצור אמון ולהניע רכישה.
9. לנוכח היקף התופעה המתרחב והתפתחות הטכנולוגיות, אנו סבורים כי הכלים הקיימים כיום אינם מספקים, וכי נדרש שינוי מדיניות רגולטורית ואכיפתית ברור, בדגש על חובת גילוי נאות, אימות זהות ושקיפות בפרסומי בריאות ברשתות החברתיות הפועלות בישראל.
10. בהקשר זה, נבקש להפנות למודל שמקודם לאחרונה על ידי רשות ניירות ערך, אשר הרחיבה את חובות הגילוי והפיקוח גם לפרסום מוצרים פיננסיים במרחב הדיגיטלי, לרבות באמצעות תוכן מקודם ומשפיעני רשת. מהלך זה הוכיח כי ניתן, באמצעות מדיניות רגולטורית ברורה, לחייב פלטפורמות ומפרסמים לפעול בהתאם לכללים מחייבים, לצמצם הטעייה ולהגן על הציבור².
11. בהקשר זה, ראוי לציין כי בזירה הבינלאומית כבר החלו להינקט צעדים רגולטוריים קונקרטיים אשר מביאים לשינוי מדיניות מצד פלטפורמות דיגיטליות מרכזיות. כך למשל, בבריטניה הוביל ה-FCA (הרשות לפיקוח פיננסי) מהלך משותף עם גוגל במסגרתו הוחמרו דרישות האימות למפרסמים המקדמים שירותים פיננסיים: גם כאשר אינם גופים פיננסיים מובהקים, אך מציגים מודעות או ממקדים קהלים המחפשים שירותים פיננסיים. במסגרת זו, מפרסמים נדרשים לעבור הליך אימות מחייב, הכולל הגשת בקשה באמצעות נציג מורשה והוכחת רישוי רגולטורי או פטור רלוונטי, כתנאי להצגת מודעות³.

¹ ראו: <https://www.themarker.com/captain-internet/2026-01-20/ty-article-magazine/premium/0000019b-d5de-db88-a7df-d7feecab0000>

² ראו: <https://www.isoc.org.il/regulation-digital-services/metaxsecurities-authority>

³ ראו: https://support.google.com/adspolicy/answer/15332527?hl=en-GB&co=GENIE.CountryCode%3DGB&force_isolation=true



12. לפי הפרסומים מהלך זה הוביל לתוצאות משמעותיות: ה-FCA דיווח על חסימה ודחייה של מספר הולך וגדל של פרסומות מטעות, ועל פרסום למעלה מ-1,800 התראות לציבור שנועדו למנוע נזק כלכלי מצרכנים.⁴
13. **אנו סבורים כי יש לאמץ עקרונות דומים גם בתחום פרסומי הבריאות, ולקבוע דרישות רגולטוריות ברורות שיחולו הן על המפרסמים והן על הפלטפורמות הדיגיטליות בהן מופצים הפרסומים, ובכלל זה:**
- א. **קביעת חובה רגולטורית של גילוי נאות, ברור ובולט של זהות המפרסם בכל פרסום בריאותי ברשת.**
 - ב. **דרישה לאימות זהות של המפרסם ושל הדמות המוצגת בפרסום, במיוחד כאשר נעשה שימוש בדמות של רופא או איש מקצוע רפואי, לרבות אימות הסכמה מפורשת לשימוש בשם, בתמונה או בקול.**
 - ג. **איסור על פרסום בריאותי אנונימי.**
14. בנוסף לאלו, אנו מבקשים קביעת אחריות ברורה לפלטפורמות הדיגיטליות לדרוש אימות וזיהוי מראש בפרסומי בריאות, ולא להסתפק בהסרה בדיעבד של תכנים מטעים. רק שיתוף פעולה בין הרגולטור, עם הפלטפורמות הדיגיטליות תוביל לפתרון לתופעה מורכבת זו.
15. **לסיכום, אנו קוראים לוועדה ברשותך ולמשרד הבריאות בכלל, לפעול בהקדם לגיבוש והטמעה של דרישות אימות, זיהוי ושקיפות מסוג זה, כפי שהחל להתבצע בשנים האחרונות גם במדינות אחרות בעולם, וכפי שמתקדם גם בתחומים רגולטוריים מקבילים. שינוי מדיניות זה צפוי לצמצם באופן משמעותי את התופעה ולספק לפלטפורמות כלים ברורים לפעולה, והכל על מנת להגן על הציבור, על הרופאים ועל אמן הציבור במידע הרפואי.**
16. נשמח להציג בפני הוועדה נתונים, דוגמאות נוספות וליטול חלק בגיבוש פתרון רגולטורי זה.

בברכה,

מלכה בורו, עו"ד

עידן רינג,

מנהלת האגף למשפט ומדיניות ציבורית
ההסתדרות הרפואית בישראל

סמנכ"ל קהילה וחברה
איגוד האינטרנט הישראלי

העתק

מר משה בר סימן טוב, מנכ"ל משרד הבריאות;
עו"ד דנה נויפלד, יועצת משפטית, משרד הבריאות;
ח"כ יונתן משריקי, יו"ר ועדת הבריאות בכנסת;
פרופ' חגי ציון, יו"ר ההסתדרות הרפואית בישראל;
עו"ד לאה ופנר, מנכ"ל ההסתדרות הרפואית בישראל;
עו"ד ענבר קמחי לוי, ראש תחום מדיניות ציבורית ואתיקה רפואית, הר"י;
מר יונתן בן חורין, מנהל קו הסיוע לאינטרנט בטוח, איגוד האינטרנט הישראלי.

⁴ ראו למשל: <https://www.fca.org.uk/news/press-releases/financial-watchdog-blocks-thousands-misleading-ads>;