

הכנסת השש-עשרה

הצעת חוק של חברי הכנסת: **אראלה גולן**
מל פולישוק-בלוך
נסים דהן
אילן שלגי

4013

הצעת חוק פרסום ברשת האינטרנט ובדואר האלקטרוני, התשס"ו-2005

- הגדרות 1. בחוק זה -
- "אתר אינטרנט" – קבוצת דפי אינטרנט המוחזקים ברשת האינטרנט וכוללים טקסט, איורים, קטעי אנימציה וקול;
"גוף אחראי" – מנהל אתר אינטרנט;
"דואר אלקטרוני" – הודעה אלקטרונית המועברת ממחשב למחשב דרך רשת האינטרנט;
"פורומים" – קבוצות דיון ברשת האינטרנט;
"פרסומת" – מסר שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד השקעת כספים בדרך אחרת;
"השר" – שר התקשורת.
- פרסומת 2. (א) פרסומת הכוללת אחד מאלה לא תופיע באתרי אינטרנט, לרבות אסורה בפורומים ולא תישלח בדואר אלקטרוני:
- (1) ביטויים חזותיים, מילוליים או קוליים של אלימות או של אכזריות, באופן המציג את האלימות או את האכזריות כמותרת, כנסלחת או משעשעת;
- (2) ביטויים חזותיים, מילוליים או קוליים של מין או של רמיזה מינית, באופן המהווה פגיעה בכבוד האדם, או ביטויים כאמור של הטרדה מינית כהגדרתה בחוק למניעת הטרדה מינית, התשנ"ח-1998¹;
- (3) הצגת אדם כנחות או כבזוי, על רקע השתייכותו לדת, לגזע, ללאום, למוצא, למין, לנטייה מינית, או על רקע היותו מוגבל; לענין סעיף קטן זה "מוגבל" – אדם עם לקות פיזית, נפשית או שכלית.

¹ס"ח התשנ"ח, עמ' 166.

(ב) הוראות סעיף זה לא יחולו על אתר אינטרנט, שהצפייה בו מותנית בהקשת קוד אישי ואשר אינו מיועד לילדים; אין בהוראות סעיף קטן זה כדי להתיר פרסום איסור או פרסום המהווה עבירה או עילה לפי דין אחר.

עונשין 3. גוף אחראי העובר על הוראות סעיף 2, דינו- קנס כאמור בסעיף 61(א)(2) לחוק העונשין, התשל"ז-1977.²

דברי - הסבר

כיום מגביל החוק שידור פרסומות המעודד אלימות או עבריינות (פרסומות מזיקות), אך אין קביעה מפורשת בחקיקה בעניין פרסומת מסחרית ברשת האינטרנט. רשת האינטרנט מהווה כיום אמצעי זמין לשימוש בידי כל מפרסם והיא נגישה לצפייה בפני ציבור עצום ורב, המשמש לעיתים "קהל שבוי" הנאלץ להיחשף, שלא מבחירתו, גם לפרסומות המופיעות בו. בנסיבות אלו קיים החשש מפני ניצול לרעה של רשת האינטרנט באמצעות פרסום מזיק. במקביל, העליה החריפה בשיעורי האלימות בחברה נותנת הצדקה מיוחדת להטלת מגבלות על הופעת פרסומות. בית המשפט העליון שנדרש לא אחת על הצורך להגביל את שידורי הפרסומות, נדרש גם לסוגיית הגבלת חופש הביטוי המסחרי וקבע כי גבולותיו של חופש הביטוי המסחרי צרים יותר מגבולות חופש הביטוי הפוליטי והאומנותי (ר' בג"צ 4644\00 יפאורה תבורי בע"מ נ' הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו, פ"ד נד (4) 178). על כן, יש להבטיח כי הופעת פרסומות לא תפגע באינטרסים הציבוריים המוגנים בהצעת חוק זו. בהתאם לכך, מוצע לעגן את האיסורים לגבי הופעת פרסומות בחקיקה ראשית, בדרך ברורה ומפורשת ככל שניתן, ולקבוע איסור הופעתן של פרסומות הכוללות ביטויים חזותיים, מילוליים או קוליים של מין או רמיזה מינית, אלימות, אכזריות, או הצגת אדם כנחות או כבזוי על רקע השתייכותו לדת, גזע, ללאום, למוצא, למין, לנטייה מינית, או על רקע היותו מוגבל. פרסומות המציגות ביטויים אלו כמותרים, כמשעשעים או כנסלחים פוגעות בכבוד האדם ומעודדות את הוולגריות והאלימות בחברה.

על מנת להימנע מפגיעה בלתי מידתית בזכותם של מפרסמים לחופש הביטוי, מוצע כי ההגבלות המוצעות לא יחולו על אתרי אינטרנט, שהצפייה בהם מותנית בהקשת קוד אישי ואשר אינו מיועד לילדים. כן מוצע, כי מנהלי אתרי האינטרנט, כגוף המחליט על הפרסום בתחומו, יהיו אחראים באופן אישי על תכני הפרסומות המפורסמות באתר שתחת ניהולם ואחריותם. האיסור על פרסומות מזיקות יחול גם על פרסומות המופיעות בקבוצות דיון או כאלו הנשלחות באמצעות דואר אלקטרוני. כיום, הפרסומות המופיעות באתרי האינטרנט, עוברות תהליך אישור ועריכה מבעוד מועד על ידי מנהלי אתרי האינטרנט, כך

²ס"ח התשל"ז, עמ' 226.

שהאחריות עליהן היא בשליטתם המלאה. יש להדגיש כי אחריות זו היא על פרסום הפרסומות בלבד, ולא על התוכן המתפרסם באתר.

הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים
והונחה על שולחן הכנסת ביום
ה' בחשון התשס"ו – 7.11.2005