

ועדת הגנת הפרטיות

ת"א, כ"ו טבת תשע"ז
24/01/2017

לכבוד
כבוד השופטת (בדימוס) עדנה ארבל
ועדת ארבל
משרד המשפטים

נכבדתי,

הנדון: גיבוש אמצעים להגנה על הציבור ובהם נושאי משרה בשירות הציבור מפני פעילות ופרסומים פוגעניים כמו גם בריונות ברשת האינטרנט

בשם הוועדה להגנת הפרטיות בלשכת עורכי הדין (להלן- "הוועדה") הננו מתכבדים להעביר את הצעותינו לשינויי החקיקה הדרושים להסדרת הנושא שבנדון כדלקמן:

כללי

1. התפוצה הרחבה בשימוש ברשת האינטרנט מביאה עימה יתרונות רבים, בעיקר כיוון והרשת מספקת למשתמשיה תוכן במגוון תחומים: רכישת השכלה וידע, תעסוקה, חיי חברה ופנאי, מעורבות חברתית ומימוש פוטנציאל אישי. בהתאם ליתרונותיה הרבים של הרשת, ישנו שימוש מאסיבי ברשת על-ידי אזרחי המדינה. לשם המחשה, במחקר שבוצע ע"י מכון המחקר הבינ"ל TNS, עלה כי נכון לשנת 2015 ישנם 6.3 מיליון משתמשים באינטרנט במדינת ישראל. בין אם מדובר בגלישה ממכשיר נייד או סלולארי.
2. תפוצתו הרחבה של האינטרנט, בייחוד לאור העובדה כי אנו נמצאים בעידן הרשתות החברתיות, הביא עימו מספר אתגרים. אחד האתגרים העיקריים הינו ההתמודדות עם תכנים פוגעניים ברשת, תופעה אשר קיבלה את הכינוי "שיימינג" או "ביוש פומבי". תופעת הביוש הפומבי הפכה כל כך נפוצה ברשתות החברתיות שניתן לפגוש אותה במגוון רמות ותחומים; שיימינג עסקי, שיימינג חברתי, שיימינג פוליטי, שיימינג תרבותי ועוד. באותו המחקר אשר פורט לעיל, נמצא כי 58% מהגולשים באינטרנט נחשפו לתופעה בשנת 2015.
3. לתופעת הביוש הפומבי ברשת האינטרנט ישנן השלכות משמעותיות בעידן שלנו. מסר פוגעני אשר מופץ ברשת יכול להביא לפגיעה נפשית חמורה, פגיעה כלכלית באדם או חברה, ולעתים המצב עלול להתדרדר להתאבדות, כפי שקרה בעבר.

4. תופעת השיימינג מהווה אתגר כיוון ומדובר בהתנגשות בין מספר ערכים אשר עומדים לכל אזרחי מדינה דמוקרטית. מצד אחד- חופש הביטוי וזכות הציבור לדעת, ומנגד, הזכות לפרטיות והזכות לשם טוב.
5. נתבקשו על-ידי הוועדה להכין דף המציג את עמדתנו ביחס לנושא, על-ידי גיבוש אמצעים אופרטיביים למיגור התופעה תוך שמירה על האיזון החוקתי המתבקש בין הערכים הבסיסיים שהוצגו בסעיף הקודם. להלן הצעותינו.

פירוט אמצעים למניעה וצמצום של תכנים פוגעניים ברשת:

6. היקף אחריות אתר לתכנים המפורסמים על-ידו:
- יש לקבוע בחוק את היקף האחריות של אתר אינטרנט לפרסומים המבוצעים באתר ביוזמת בעלי האתר או מפעיליו, ובין היתר להביא לתיקון סעיף 30 לחוק הגנת הפרטיות, הקובע את האחראיים לפרסום פוגע בפרטיות בעיתון, כך שיחול גם על אתרים ברשת, ובמיוחד אתרים שיש להם סממנים של מהדורת עיתון מודפסת (גוף מפקח, חלוקה לבעלי תפקידים ככתבים, עורכים וכו', עריכת סלקציה ובקרה וכיו"ב). באותו אופן יש לתקן אף את סעיף 11 לחוק איסור לשון הרע, התשכ"ה-1965 (להלן "חוק איסור לשון הרע"), הקובע את האחראיים לפרסום פוגעני בעיתון ובכלי תקשורת.
7. אחריות אתר לתוכן שמועלה על-ידי גולשים:
- יש לקבוע בחוק את היקף האחריות לפרסומים שאתר אינטרנט מאפשר לגולשים להעלות אצלו (טוקבקים, בלוגים, דיונים בפורומים שונים), פרסומים שבמרבית המקרים מועלים תוך הסתמכות של פוגעים ומעוולים שונים על מעטה אנונימיות העוטף אותם, מבלי שניתן לדעת מהפרסום עצמו, מי עומד מאחוריו. אין ספק שדרך העלאת תכנים כזו, מאפשרת פגיעה קשה בפרטיות, בכבודם ובשמם הטוב של גולשים אחרים, או של אנשים שונים העלולים למצוא את עצמם מושא לדיון, או מטרה לפגיעות כאלו ואחרות – זאת תוך הסתמכות הפוגעים על חוסר היכולת לחשוף את זהותם או להעמיד אותם על תוצאות מעשיהם ופגיעותיהם.
- ההלכה שהתגבשה בפסיקה ביחס לפרסום פוגעני העולה באופן אנונימי לרשת היא זו הידועה כ"הודעה והסרה". על פיה תקבע אחריות אתר לתוכן גולשים, בהתאם לתגובת האתר ואופן פעולתו במקרה בו פנה הנפגע אל האתר וביקש למחוק את התוכן הפוגעני. ככל שהאתר הסיר את התוכן הפוגעני הנטען, הוא ימצא פטור מאחריות; ואילו אם למרות הבקשה ישאיר את התכנים על כנם, יהיה האתר אחראי במידה שימצא כי הייתה בהם פגיעה.

8. קביעת אחריות על מפיץ תכנים פוגעניים באמצעות טלפון חכם וברשת האינטרנט:

החקיקה הקיימת אינה כוללת חיוב של מפיץ מידע באינטרנט, כמו שקיים חיוב על מי שמפיץ דבר דפוס פוגעני (סעיף 31 לחוק הגנת הפרטיות). הדרך לחייב את מי שמפיץ תכנים פוגעניים בדואר אלקטרוני, אפליקציית וואטס-אפ ודומיה, היא רק באמצעות חיוב ישיר, במסגרת החקיקה הקיימת.

אין ספק שראוי היה שהמחוקק יאמר את דברו ויתקן את חוק הגנת הפרטיות וחוק איסור לשון הרע כך, שהפצת מסרים הפוגעים בפרטיות או בשם הטוב, גם באמצעים הנהוגים כיום, תחשב בפני עצמה לעבירה על החוק.

9. האפשרות לאתר או לקבל פרטי גולש אנונימי (קבלת כתובת ה-IP שלו מהאתר הרלבנטי ומספק האינטרנט):

האפשרות לחשוף גולש אנונימי שהעלה פרסום פוגעני ברשת, מצומצמת במשפט הישראלי רק להליכים הפליליים הננקטים על-ידי המשטרה ושש רשויות נוספות, המוגדרות בחוק סדר הדין הפלילי (נתוני תקשורת), התשס"ח-2007. בהליך אזרחי אין כל אפשרות בחוק לקיים הליך אשר יביא לחשיפת גולש אנונימי. ניסיון ליצירת הליך כזה, פרי יצירה של בית המשפט, נפסל על-ידי בית המשפט העליון, בפעם האחרונה שנוקק לכך, תוך הפנית הטיפול בנושא לידיו של המחוקק.

הדרך לחשוף גולש אנונימי ברשת הינה על-ידי חשיפת כתובת ה-IP (Internet Protocol) שלו, אשר באמצעותה מתואר מיקום המחשב שלו ברשת (ממנו נעשה שימוש לצורך פרסום התוכן הפוגעני). אותה כתובת נוצרת עבור הגולש על-ידי ספק האינטרנט שלו כאשר הוא מבקש לגלוש, והיא שמאפשרת את זיהויו במציאות, במרחב הפיזי, בעת גלישתו במרחב הרשת, הווירטואלי.

בית המשפט העליון קרא למחוקק לומר את דברו בנושא ולהביא לחקיקה אשר תסדיר את הסוגיה. ניסיון להביא להסדרת הנושא נכלל בכמה הצעות חוק פרטיות שעלו בעבר בכנסות הקודמות, לצד ניסיון הסדרה מצד הממשלה, במסגרת תזכיר חוק שיצא בעניין, יוזמה שעדיין לא קודמה. אין ספק שראוי יהיה שהמחוקק יסדיר את הנושא בחוק, ויפה שעה אחת קודם.

10. הסרת פרסומים באינטרנט בנוהל מהיר:

הדרך לעתור היום לבית המשפט בבקשה למתן צו להסרת פרסום פוגעני ברשת, הינה מסורבלת ולוקחת זמן יקר. המדד להסרת הפרסום נקבע במרוצת השנים בפסיקה, ואף הוא לא תמיד מיטיב עם הנפגע. אין ספק שראוי היה שנושא חשוב כל-כך יוסדר במסגרת חקיקה

אשר תגדיר בברור את המקרים בהם ייתן בית משפט צו להסרת פרסום פוגעני ברשת, הדרכים להגשת בקשה, תוך קביעת נוהל דיון מקוצר ומהיר בבקשות מסוג אלה.

11. "הזכות להישכח":

ייחודו של הפרסום הפוגעני ברשת האינטרנט הוא בכך שהוא קיים שם לנצח. מי שמסייע במציאת הפרסומים, גם לאחר שנים רבות, הם מנועי החיפוש. הקשת מילה או ביטוי במנוע חיפוש, תעלה את התוצאות הקשורות אליהם, בין אם התוצאות עדכניות או נכונות ובין אם לאו. כך פרסום פוגעני באדם באחד האתרים ברשת, יעלה שוב ושוב במנוע החיפוש, גם אם מאז מועד פרסום התוכן הפוגעני, למשל, נסיבות הדברים ונשוא הפרסום השתנו לחלוטין (לדוגמא, פרסום חשדות אודות אדם אשר זוכה לחלוטין מאז מועד הפרסום). לייחודו של מנוע החיפוש התייחס בית המשפט המחוזי בתל-אביב בעניין **מתאים לי**: "מנוע החיפוש גוגל הוא כלי עזר באיתור מידע ברשת האינטרנט. אלמלא גוגל ומנועי חיפוש כדוגמתו, המידע העצום המצוי ברשת האינטרנט היה למעשה הרבה פחות נגיש וזמין".¹

פרסום ירד מהרשת רק אם צו של בית משפט יורה כן, או אם בעל אתר ישתכנע מיוזמתו להוריד פרסום ולהיענות לבקשה שיפנה אליו מושא הפרסום. בכל יתר המקרים, רק אירוע חריג שאינו קשור בפרסום, כמו ירידתו מהרשת של אתר בו הופיע הפרסום או פעולות אחרות שהאתר בו הופיע הפרסום יעשה, יביאו להפסקת הפרסום, ובעקבות כך להפסקת הצגתו במנועי החיפוש לאחר זמן מה.

אין ספק שהדרך להסרת פרסום פוגעני ברשת, ובמיוחד פרסום הפוגע בפרטיות, על-ידי הסרת האפשרות שיעלה במנוע החיפוש - ראוי שתוסדר בחקיקה.

על שולחן הכנסת מצויה הצעת חוק פרטית שיזם חה"כ עופר שלח בשיתוף פעולה עם לשכת עורכי הדין, הצעה המבקשת לשנות את חוק הגנת הפרטיות ולאפשר מתן צו נגד מנוע חיפוש להסרת קישור לפרסומים פוגעניים. ראוי היה לקדם הצעה זו ולהפכה לחוק בהקדם.

12. צמצום האפשרות לאנונימיות:

חלק נכבד מהפרסומים הפוגעניים ברשת מועלה על-ידי גולשים אנונימיים. האפשרות להיות אנונימי ברשת נותנת לגולשים סיבה נוספת להעלות תכנים פוגעניים כיוון ויהיה קשה יותר להתחקות אחריהם ומצד שני הם יוכלו לכתוב כל מה שירצו.

האתרים בעצמם נותנים אפשרויות רבות להעלות תוכן אנונימי, ללא דרישה מיוחדת לזיהויו של האדם אשר יושב מאחורי המקלדת. הדוגמא הטובה ביותר הינה תופעת הפרופילים המזויפים ברשת "פייסבוק", אשר הפכה להיות נחלת חלקם של אנשים רבים ובאמצעותה מופצים פרסומים פוגעניים רבים ברשת. מעבר לכך, גם מחוץ ל"פייסבוק" עומדת לגולשים אנונימיות רבה, שכן גם לכתבה באתר חדשות ניתן להגיב ללא כל הזדהות.

¹ הפ' (מחוזי – ת"א) 506/06 מתאים לי רשת אופנה למידות גדולות בע"מ ואח' נ' קרייזי ליינ בע"מ ואח', פס"מ תשס"ד (2), 702, 710.



לשכת עורכי הדין בישראל
ISRAEL BAR ASSOCIATION
نقابة المحامين في إسرائيل

כיוון והאנונימיות ברשת מהווה כר פורה לפרסומים פוגעניים, יש לצמצם אפשרות זו על-ידי חיוב אתרי האינטרנט בצעדים להקטנת האנונימיות ברשת. הצעדים יכללו חיוב לזיהוי מינימאלי של אדם בכל פלטפורמה אינטרנטית אשר דרכה ניתן לפרסם תוכן כלשהו ברשת.

13. הקמת "קו חם" לנפגעי שיימינג ברשת:


מעבר לדברים, נציע כי בהתאם להתרחבותה של תופעת השיימינג, ובעקבות הפגיעה הגדולה שנעשית לאנשים נשואי הפרסום, על המדינה לדאוג לאותם פרטים אשר נפגעו. יש להקים קו חם לתמיכה פסיכולוגית לאנשים אשר נפגעו מפרסום פוגעני ברשת ולקבוע אותו בחקיקה. מעבר לתמיכה הפסיכולוגית, הקו החם יוכל לעזור גם בעצות מעשיות לצמצום הפגיעה שנוצרה, ובעצות משפטיות לאדם הנפגע.

סיכום:

14. העלנו הערות ביחס למניעה וצמצום של פרסומים פוגעניים ברשת. הראנו על כיוונים שבהם ראוי, לדעתנו, ללכת המחוקק.

15. נשמח אם עמדתנו תובא בפני הוועדה הנכבדה. נשמח אף להציג עמדתנו ולהוסיף טיעונים בעל-פה בעת הדיון בחוק בוועדה.

בכבוד רב ובברכה,



דן חי, עו"ד
יו"ר ועדת הגנת הפרטיות
לשכת עורכי הדין

העתקים:

עו"ד אפי נוה – ראש לשכת עורכי הדין.
מר אורי אלפרסי – מנכ"ל לשכת עורכי הדין.
עו"ד שלי ואקנין-אדם – ממונה תחום משפט חוקתי וזכויות אדם, לשכת עוה"ד.
עו"ד גאל אזריאל – מרכזת הוועדה לגיבוש אמצעים להגנה על הציבור מפני פרסומים פוגעניים, מחלקת ייעוץ וחקיקה, משרד המשפטים