

האם עיתון חייב לפרסם כל מודעה מסחרית?

קו הגבול בין הפליה לבין סירוב לגיטימי של עיתון לפרסם מודעה מסחרית הוא חמקמק

16:03 28.01.2014 מאת: דור ליאונד

האם עיתון רשאי לסרב לפרסם מודעה מסחרית בנימוק של פגיעה ברגשות קוראיו? זו השאלה המשפטית הבולטת שעמדה במרכז פסק דין של בית המשפט המחוזי בתל אביב, שחייב את עיתון "מקור ראשון" לפצות את האגודה לשמירת זכויות הפרט ב-50 אלף שקל בגין אי פרסום מודעה על שירות מידע טלפוני לקהילה הגאה.

ראשיתה של הפרשה עוד בשנת 2010, בפנייה של האגודה לעיתון בבקשה לפרסם מודעה, המיידעת את הקוראים בדבר קו קשר ומידע של הקהילה הגאה, כאשר לצד פרטי התקשרות נכתב בה: "את מבולבלת? אתה מפחד? רוצה לדבר על זה? את/ה לא לבד – יש עם מי לדבר". העיתון גז את פרסום המודעה ברגע האחרון, והאגודה הגישה נגדו תביעה, שעיקרה מבוסס על טענה להפרת חוק איסור הפליה במוצרים ובשירות ציבורי. בית משפט השלום, שדן בתיק כערכאה ראשונה, דחה את התביעה וקבע כי העיתון לא הפלה את האגודה על רקע נטייה מינית, וכי סירובו לפרסם את המודעה נבע מחשש לפגיעה ברגשות ציבור קהל הקוראים של "מקור ראשון", שמיועד לציבור הדתי-לאומי. בית המשפט גם קבע כי חיוב העיתון בפרסום המודעה יהווה פגיעה בלתי מידתית בזכות הקניין של בעלי העיתון, במיוחד כאשר לאגודה ישנן חלופות אחרות לפרסום.

הכרעה זו בוטלה השבוע, כאמור, בפסק דינו של בית המשפט המחוזי. השופטת לבהר שרון קבעה כי ככלל, פרסום מודעה בעיתון נכלל באופן מובהק בהגדרת "שירות ציבורי" בתחום "התקשורת", ודחתה את טענת העיתון כי איננו פונה ל"ציבור בלתי מסוים". השופטת סברה כי "לעיתונים חשיבות בשיח הציבורי, וכן שלא מדובר בעסק פרטי 'רגיל'", והבהירה כי הבמה שהעיתון מעניק במדור הפרסומי הינה ייחודית, גם בעידן המודרני. בית המשפט המחוזי לא התרשם כי המודעה עלולה לפגוע בקוראי העיתון, ואף הוסיף כי "אולי קיימת דווקא חשיבות לפרסמה גם בעיתון שפונה למגזר הדתי-לאומי". בפסק הדין צוין כי המודעה אינה פרובוקטיבית, ונועדה רק להגשת סיוע לאלה הזקוקים לו, וללא עידוד פעילות כזו או אחרת.

ההכרעות השונות של הערכאות השונות, מלמדות עד כמה חמקמק הוא קו הגבול בין הפליה לבין סירוב לגיטימי של עיתון לפרסם מודעה מסחרית. קשה שלא לתהות כיצד יישמו פסק הדין והנמקותיו בעתיד על מקרים דומים. מה יקרה, למשל, כאשר מודעה דומה תועבר לפרסום בעיתון המזוהה עם הקהילה החרדית או המגזר הערבי? האם ניתן יהיה לכפות פרסומה גם בעיתון כזה? האם מקום שבו הפגיעה ברגשות קוראי העיתון היא לכאורה ודאית, והחשש מפני פגיעה כלכלית ונטישת העיתון על ידי קוראיו הוא ברור וממשי, יבכר בית המשפט את הזכות הקניינית של העיתון?

מה יהיה דינה של מודעת סרבני גיוס בעיתון כמו "ישראל היום"? ומה ייקבע כאשר קהילת יהודים משיחיים המטיפים לאמונה בישו תבקש לשלם על פרסום מודעה בעיתון שרבים מקוראיו יהודים דתיים או מסורתיים? בעניין דומה פסק בית המשפט המחוזי לפני כעשור, כאשר דחה תביעתו של סופר הנמנה על מנהיגי היהודים המשיחיים, נגד עיתון ג'רוזלם

פוסט, שסירב לפרסם מודעה מסחרית לקידום מכירות ספרו. בית המשפט צידד אז בקביעה כי בעלים של עיתון רשאי לקבוע את הקו הפוליטי, הכלכלי והתרבותי של עיתונו, ואין הוא מחויב בפרסום דעות מנוגדות. דעת הרוב קבעה בפסק דין זה כי במקום שבו חופש הביטוי נשמר במגוון רחב של פרסומים וכלי תקשורת, יש לתת משקל נכבד לזכות הקניין וחופש ההתקשרות של בעלי העיתון, ודאי שלגבי פרסום מודעה מסחרית.

השופט בעז אוקון, בדעת מיעוט, גרס אז כי פסילת המודעה מטעמי דת פוגעת בשוויון, וכי אין זה ראוי שעיתון היונק חיותו מחופש הביטוי ימנע פרסום מודעה מסחרית רק משום שאינה תואמת את האג'נדה שלו, כל עוד אין לדבר טעם ענייני. על כל פנים, מן הראוי שכל פסיקה עתידית בעניין דומה של טענה להפליה בשירות לציבור בתקשורת, בהקשר של פרסום מודעה מסחרית, תתקבל לאחר דיון מעמיק בשאלת מעמדו הנורמטיבי של עיתון בעידן התקשורת הדיגיטלית, על כל הנבע מכך, במיוחד נוכח הגיוון הקיים היום בפלטפורמות הפרסום האפשריות.

הכותב הוא עורך דין העוסק בדיני פרסום, תקשורת ולשון הרע במשרד זאב ליאונד ושות'