

## איורים שמחים, מציאות מדממת: תפקידם של דיני הגנת הצרכן בשיווק אמת של תעשיית המזון מהחי

תעשיית המזון מהחי היא מהגדולות והמצליחות בעולם. מרבית האנשים בישראל ובעולם צורכים מזון מהחי כדבר שבשגרה, כמה פעמים ביום, ואף מרבית קוראי המאמר הם לקוחותיה מינקות. בצד הצלחתה העצומה, תעשייה זו פוגעת בכמויות עצומות של בעלי חיים. מדי שנה, עשרות מיליארדים של בעלי חיים ברחבי העולם, ומאות מיליונים בישראל, מיוצרים בכפייה ביד אדם, מוחזקים בתנאים קשים ומומתים בסיומם של חיים קצרים ואומללים. הצרכנית הבוגרת הטיפוסית יודעת היטב שמזונה הופק אגב פגיעה בבעלי חיים. מנגד, אין היא יודעת מה טיב הפגיעות, היקפן וחומרתן. תעשיית המזון מהחי עמלה להסתיר בשיטתיות את הפגיעות הקשות ומצליחה ליצור פער גדול בין הגלוי והמופשט לבין הנסתר והמפורט. כלים חשובים בשיטה זו הם השיווק והפרסום, שבאמצעותם התעשייה שולחת לצרכנים מסרים על מצבם החיובי של בעלי החיים – מסרים בדבר רווחה ונועם – בניגוד גמור למציאות הקשה. המאמר יציג דוגמאות רבות למסרים כאלה בפרסומות מסחריות, באריוזות מוצרים ובאמצעים נוספים – מסרים תדמיתיים שמרמזים על עובדות מסולפות ומבוססים על טשטוש מצפוני. בהמשך יסקור המאמר את מציאות החיים של בעלי החיים בתעשיית המזון מהחי.

האדם המודרני מכור לעונג הקולינרי שמקורו בחי אחד גיסא אך מבועת מתמונות השחיטה מאידך גיסא. בחירותיו מתקבלות כעת עמוק בתוך בועת פורות שיצרו עבורו – ומתחזקים עבורו – תעשיית המזון מהחי וגורמים נוספים, בועה שהכאב של בעלי החיים אינו חודר דרכה. דיני הגנת הצרכן הם סיכה פוטנציאלית חשובה במאמץ לפוצץ את בועת הבורות הצרכנית. עבור אלו שמנוצלים בסתר, מזון אינו רק חוויה קולינרית ומודעות צרכנית אינה עניין משפטי גרדא; פשוטו כמשמעו, היא עניין שבכוחו לחולל שינוי ולמנוע כאב, סבל ומוות.

\* מרצה, דוקטור, המכללה האקדמית צפת; טבעוני ופעיל לשחרור בעלי חיים. תודה רבה לחברי עו"ד יוסי וולפסון, למערכת משפט, חברה ותרבות ולקורא האנונימי על הערות מצוינות. תודה מיוחדת לדנה צוק על הליווי, העזרה, האדיבות והסבלנות. תודה רבה לעורכת הלשונית מיכאלה קלי על תרומתה. המאמר מוקדש לפעילים ולפעילות (שחלקם סייעו לי ברשת החברתית באיתור צורות שיווק שמאמרי יוצא נגדן), לעמותות ולארגונים שמקדישים את עצמם לבעלי החיים המנוצלים בתעשיית המזון מהחי ופועלים לחשיפת האמת על מצוקתם ולשינוי הבחירה הצרכנית. האחריות לכל טעות שנפלה במאמר עליי בלבד. לתגובות: asafhardoof@gmail.com. אתרי האינטרנט נצפו לאחרונה בחודש דצמבר 2016.

המאמר מציע זווית משפטית מקורית לאתגור הפער בין המסרים למציאות – דיני הגנת הצרכן. זווית זו מתמקדת לא בבעלי החיים, שמטבעם נעדרים כוח פוליטי ומשפטי ואינם יכולים לבקש סעד, אלא באדם הצרכן, שיכול גם יכול. ככלל, דיני הגנת הצרכן מבקשים לצמצם פערים – בעיקר פערי מידע – בין הצרכן לבין המוכרים כדי להפחית צריכה לא מודעת שאינה מבטאת את רצונו האמתי של הצרכן. צרכנים המוטעים לחשוב שמצבם של בעלי החיים ככלל נוח ונעים עלולים לבחור בחירות המנוגדות להשקפותיהם ולערכיהם. המאמר, באמצעות דיני הגנת הצרכן, מבקש לצמצם את ההטעיות והשטוש הצרכני בקשר לבעלי חיים בתעשיית המזון מהחי, לתת לאמת להגיע לצרכנים ולאפשר להם בחירה מודעת.

**פתיח. א. דיני הגנת הצרכן:** 1. הרציונליזם; 2. הטעיה צרכנית; 3. דרכי הסדרה. **ב. עולם הפרסום והשקר. ג. עולם הכאב המוסתר:** 1. מבוא; 2. ריאליטי בעלי חיים. **ד. דיני הגנת הצרכן בעולם הגנת הקטלן:** 1. השדה הפורמלי: הפרות ותרופות; 2. השדה המהותי: דאגה צרכנית לבעלי חיים; 3. השדה המהותי: רכי-המערכתיות של הבעיה; 4. השדה המהותי: כיוון לפתרון; 5. הקשיים. **סיכום.**

## פתיח

תעשיית המזון מהחי מעוררת היבטים חברתיים ומשפטיים רבים. האם הפגיעה הממוסדת בכמות עצומה של בעלי חיים היא מוסרית? האם זכותם של בעלי החיים – שלא יתעללו בהם – נשמרת?<sup>2</sup> האם הפגיעה הסביבתית העצומה שנלווית לתעשייה היא מחיר ראוי תמורת עונג קולינרי?<sup>3</sup>

- 1 ROBERT GARNER, ANIMALS, POLITICS; TOM REGAN, THE CASE FOR ANIMAL RIGHTS (1983) JIM MASON, AN UNNATURAL ORDER – THE (להלן: GARNER) AND MORALITY 95–112 (1993) 37–38 (2005) **Roots of Our Destruction of Nature**; פיטר סינגר **שחרור בעלי-החיים** 56–35 (שמואל דורנר מתרגם, 1998); ג'ונתן ספרן **פזיר לאכול בעלי חיים** 73–74 (נעמי כרמל מתרגמת, 2010); צ'רלס פאטרסון **כל יום הוא טרבלינקה: יחסנו לבעלי חיים והשוואה** (עודד וילקשטיין מתרגם, 2006).
- 2 Jeff Leslie & Cass R. Sunstein, *Animal Rights Without Controversy*, 70 L. & CONTEMP. PROBS. 117–19 (2007).
- 3 תעשיית המזון מהחי תורמת לשינוי האקלים הגלובלי יותר מהתחבורה. לפגיעותיה הסביבתיות המגוונות ראו ספרן **פזיר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 72**; JIM MASON & PETER SINGER, ANIMAL FACTORIES 120–23 (1990); AMY BLOUNT ACHOR, ANIMAL RIGHTS: A BEGINNER'S GUIDE Marya Torrez, *Meatless Monday: Simple Public Health Suggestion* 80. **כן ראו** or *Extremist Plot?*, 28 J. ENVTL. L. & LITIG. 515, 515–18 (2013); Melanie M. Ghaw, *Animal Farm Reality: The First Amendment Struggle to Reveal the Frightening Truth Behind Industrial Farm Animal Production*, 20 BUFF. ENVTL. L.J. 33, 48–51 (2012);

האם תוצרי המזון הללו פוגעים בבריאות האדם? שאלות חשובות אלו, שחלקן מתמקדות בכעלי החיים וחלקן באדם, נמצאות ברקע המאמר אך לא במוקדו; במקומן ידון המאמר בתעשיית המזון מהחי מזווית שטרם נבחנה בהקשר זה במשפט ובאקדמיה בישראל – הזווית הצרכנית.

Betsy Tao, *A Stitch in Time: Addressing the Environmental, Health, and Animal Welfare Effects of China's Expanding Meat Industry*, 15 GEO. INT'L ENVTL. L. REV. 321, 332–38 (2003); Tarah Heinzen & Abel Russ, *Using Emerging Pollution Tracking Methods to Address the Downstream Impacts of Factory Farm Animal Welfare Abuse*, 31 PACE ENVTL. L. REV. 475, 477–79 (2014); יותם שלמה "מספוא למחשבה: השיבה מחודשת על מדיניות סחר בינלאומי במוצרים מהחי לקידום ביטחון תזונתי" בכרך זה.

4 לפי נייר העמדה של אגודת התזונה האמריקנית (ADA), ארגון התזונה הגדול והמשפיע בעולם, דיאטות צמחיות, כולל טבעוניות, אפשריות בכל שלבי החיים וכוללות יתרונות בריאותיים. Winston J. Craig & Ann Reed Mangels, *Position of the American Dietetic Association: Vegetarian Diets*, 109 J. AM. DIET ASS'N 1266 (2009) וכן גרסה מתורגמת עצמאית לעברית: "עמדת אגודת התזונה האמריקאית ביחס לדיאטות צמחוניות" (יהודית אופנהיימר ודורון גרינשפן מתרגמים, כרם אביטל ולירון ברקוביץ' עורכים) anonymous.org.il/content/files/ada-vegetarian-heb.pdf. לאחרונה המליץ הארגון על תזונה מהצומח אף לילדים. ליתרונות הבריאותיים של תזונה מהצומח על תזונה מן החי ראו קולין קמפבל ותומס קמפבל מחקר סין (ליאת פלן-לברטובסקי מתרגמת, 2009). לקשר בין בעלי חיים ומגפות אדם ראו ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 131-156. לפער בין בשר מחוות קטנות שבהן רעו בעלי החיים לבין העולם התעשייתי המלא בכימיקלים (אנטיביוטיקה, תוספים, חומרים מסרטנים וחיידקים) ותמרדון גנטי ראו MASON & SINGER, לעיל ה"ש 3, בעמ' 59-80. כן ראו James S. Cooper, *Slaughterhouse Rules: How AG-Gag Laws Erode the Constitution*, 32 TEMP. J. SCI. TECH. & ENVTL. L. 233, 235–37 (2013); Larissa Wilson, *Ag-Gag Laws: A Shift in the Wrong Direction for Animal Welfare on Farms*, 44 GOLDEN GATE U. L. REV. 311, 313–14 (2014); Ghaw Torrez; לעיל ה"ש 3, בעמ' 37-47; לעיל ה"ש 3, בעמ' 518-521. לטענה שהסדרה של תעשיית הבשר אינה מונעת כמות סיכונים לצרכנים כמחלת הפרה המשוגעת ראו Justine Hinderliter, Comment, *From Farm to Table: How This Little Piggy was Dragged Through the Market*, 40 U.S.F. L. REV. 739, 742–74 (2006) בישראל ראו נטע אחיטוב "מה המחיר של מעבר לצמחונות" מגזין **TheMarker** 8.2.2014 [www.themarker.com/magazine/1.2234219](http://www.themarker.com/magazine/1.2234219). באוקטובר 2015 הכתה גלים בעולם הצעתו של ארגון הבריאות העולמי (WHO) לסווג בשר מעובד בין גורמי הסיכון הראשיים לסרטן, באותה קטגוריה של סיגירות, והמלצתו להימנע מצריכת בשר אדום: *Q&A on the Carcinogenicity of the Consumption of Red Meat and Processed Meat*, WORLD HEALTH ORGANIZATION (Oct. 2015), [www.who.int/features/qa/cancer-red-meat/en](http://www.who.int/features/qa/cancer-red-meat/en). ההודעה האמורה הביאה לצניחה בצריכה של מוצרי בשר מעובד בישראל; ראו קרן יעקובי, נועם (דבול) דביר ואסף קמר "מוותרים על הנקיקים: ירידה של 30% במכירות" **ynet** 28.10.2015 [www.ynet.co.il/28.10.2015/ynet/articles/0,7340,L-4717480,00.html](http://www.ynet.co.il/28.10.2015/ynet/articles/0,7340,L-4717480,00.html)

מטיבה, הזווית הצרכנית מתמקדת באדם ולא בבעלי החיים.<sup>5</sup> כבר בכך היא עושה עוול לבעלי החיים, בהכירה בהם או בהתייחסה אליהם כסחורה, כחומר גלם, כמוצר או כרכיב במוצר<sup>6</sup> – כמשהו ולא כמישהו, כבעלי חשיבות שאינה עצמאית אלא כזו שעונה על העדפות צרכניות.<sup>7</sup> עם זאת, מאמר זה מבקש להראות שגם בעולם הנוכחי, המעמיד את האדם במרכז וזכויות בעלי החיים לא זוכות בו להכרה מלאה, אפשר להרחיב את ההגנה על בעלי החיים באמצעות דיני הגנת הצרכן ובמסגרתם. מהלך זה מוצע על רקע העובדה שאף שאין כמעט מי שכוfer בתודעתם ובסבלם של בעלי החיים, אלו עדיין נחשבים כרכוש, כמכשיר לאדם בשלל הקשרים וכמקור להפקת עונג אנושי מגוון.

מציאות משפטית וכלכלית זו נכונה במיוחד בנוגע לתעשיית המזון מהחי: מרבית האנשים בישראל ובעולם צורכים מזון מהחי כדבר שבשגרה כמה פעמים ביום. משום כך בדיוק הזווית הצרכנית היא מפתח פוטנציאלי לאתגור המצב הקיים. גישה זו מאפשרת הימנעות ממחלוקות ערכיות חריפות<sup>8</sup> והתמקדות בקרבן שזוכה להגנה משפטית שהקרבנות המרכזיים – בעלי החיים – לא זוכים לה, קרי: האדם הצרכן.<sup>9</sup> אם כן, הגישה המוצעת במאמר זה מתמקדת בצרכן אך לא מתוך גישה אדישה לבעלי החיים, להפך.

אף שהצרכן הטיפוסי יודע שבעלי חיים נפגעים ונטבחים בתעשיית המזון, מעטים יודעים כיצד נחווים חיהם. תעשיית המזון מהחי מתמחה בהסתרת הפגיעה ובהשטחתי. אחד מהכלים הרבים להסתרה זו הוא עולם השיווק והפרסום, שדרכו התעשייה שולחת לצרכנים מסרים בדבר מצבם החיובי של בעלי החיים – מסרים שאינם מתיישרים עם המציאות הקשה של בעלי חיים ולמעשה מסתירים מהצרכן מידע רלוונטי.

- 
- 5 אפילו במאמר הקורא לסימון טבעוני, ניכר שהכותבת מתמקדת בחוויית האכילה שלה – כאילו היא העיקר, להבדיל מבעלי החיים. למשל, היא מביעה חששות לתחושתה כסועדת מאכילת מזון שלא בחרה בו ומתבדחת על כך שבעלה האוכלי-כול טועם עבורה את המזון: Carrie Griffin, *Basas, "V" is for Vegetarian: FDA-Mandated Vegetarian Food Labeling*, 2011 UTAH L. REV. 1275, 1277–80 (2011). גישה טבעונית אידאולוגית הייתה ממשיגה את הטבעונות כחובה מוסרית ולא כזכות צרכנית, כדאגה לשלום בעלי החיים ולא כהעדפה קולינרית.
- 6 לזלי וסאנסטיין דנו בבעייתיות ההכרה ברווחה של חיות כמוצר, והדגישו שעולם צרכני שקוף הוא צעד בכיוון הנכון גם עבור החרדים לחיות: Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 137, 125–124. כן ראו Sean P. Sullivan, *Empowering Market Regulation of Agricultural Product Labeling*, 19 ANIMAL L. 391, 421 (2013).
- 7 חברה יעילה כלכלית ממקסמת את העדפות חבריה, אך חיות המשק אינן משתתפות בשוק ולכן סיפוקן יכול להימדד רק במידה שבה הצרכן האנושי מעריך את רווחתן ומבטא זאת בבחירותיו הכלכליות; ראו Sarah Cranston, *So Sue Me: How Consumer Fraud, Antitrust Litigation, and Other Kinds of Litigation Can Effect Change in the Treatment of Egg-Laying Hens Where Legislation Fails*, 9 RUTGERS J.L. & PUB. POL'Y 72, 86 (2012).
- 8 הגם שמחלוקות לגבי רווחתם של בעלי חיים מייצרות קיטוב ועוקצנות יוצא-דופן בין המחנות, תיתכן הסכמה לגבי חשיפת מידע: Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 117, 119.
- 9 Carter Dillard, *False Advertising, Animals, and Ethical Consumption*, 10 ANIMAL L. 25, 32 (2004).

אם כן, הטעון המרכזי של המאמר הוא שדיני הגנת הצרכן אינם ממלאים את תפקידם בנוגע למזון מהחי, ומאפשרים לתעשייה להציג את עצמה כמאופיינת באווירה חיובית ובנועם, אגב הסתרה של נהרות הסבל והדם, מנת חלקם של בעלי החיים. בכך נעשה עוול הן לצרכנים והן לבעלי החיים. המהלך שיוצע במאמר – הטלת אחריות על התעשייה להציג את התמונה האמתית שהיא עצמה יוצרת לגבי גורלם של בעלי החיים – נועד להבטיח שהצרכנים יהיו מודעים לצורות הסבל של בעלי החיים (להבדיל ממודעות עמומה לסבל מופשט כלשהו) במידה שבה יוכלו לממש את האוטונומיה שלהם ולבחור להפסיק לממן את הפגיעות הקשות בבעלי חיים. אלו שימשיכו לצרוך מזון מן החי יעשו כן מתוך בחירה מודעת. שלוש הבהרות לפני שנצא לדרך: ראשית, במסגרת מצומצמת של מאמר אין ביכולתי להציג טיעון אמפירי באשר לאופן שבו תעשייה רחבת-היקף פועלת ליצור העדפות ולשמרן במשך חיים אנושיים שלמים; טענתי היא נורמטיבית בעיקרה. המידע על אודות תעשיית המזון מהחי אינו סוד מוחלט וצרכן עיקש ונחוש יכול למוצאו, ודאי בעידן המידע. עם זאת, דיני הגנת הצרכן רחוקים מלהניח שהצרכן הוא עיקש, יוזם ונחוש דווקא.<sup>10</sup> שיטותיה של תעשיית המזון מן החי אינן סוד כמוס, אך התעשייה מעלימה אותן כפי יכולתה ומותרת את צרכניה בערפל, בהישענה על הנכונות של הצרכן הבוגר הטיפוסי להמתת חיות לייצור מזונו ובלבד שאינו יודע מה כרוך בכך.<sup>11</sup> הצרכן הבוגר מבין היטב שבחירותיו הקולניריות פירושו כליאה והמתה<sup>12</sup> ועדיין חסר לו מידע רב על היקף ההמתה, על טיב הפגיעות הנלוות לגירול בעלי החיים ועל אופן מימושו.<sup>13</sup> משום כך, חשיפת המידע תסב לו חוויה לא נעימה.<sup>14</sup> שנית, יש בישראל אקטיביזם חברתי טבעוני מפותח למדי, שמנסה לחולל שינוי באמצעות חשיפת צרכנים למידע האמור ותקווה שהמידע יביא לבחירות אחרות. מטרת המאמר היא אכן להביא לצמצום סבלן של החיות באמצעות הנעה לשינוי בחירות צרכניות. במובן זה המאמר מבקש לתרום תרומה אקדמית-משפטית שתשתלב עם הנעשה בזירה האקטיביסטית. הפעילות הטבעונית האידאולוגית מכוונת בעיקר לצרכנים ומבקשת להניעם לשינוי בבחירותיהם, כאחראים העיקריים להמשך הפעילות של התעשייה. להבדיל, מאמר זה מכוון את חציו לתעשייה ומתמקד לא בפעולות הקשות שהיא נוקטת כלפי בעלי החיים אלא בהעלמתן ובסילופן באיתותיה לצרכנים. גם כאן יהיו החצים ממוקדים: לא אבקר איתותים מסוג "המוצר

10 גם בקשר לצריכה מהחי אין להניח שהצרכן מחליט בעצמו; מגוון שחקנים משפיעים עליו: Christine Parker, Rachael Carey, Josephine De Costa & Gyorgy Scrinis, *The Hidden Hand of the Market: Who Regulates Animal Welfare Under a Labelling for Consumer Choice Approach?* 10 REG. & GOVERNANCE (forthcoming)

11 Ani B. Satz, *Would Rosa Parks Wear Fur? Toward a Nondiscrimination Approach to Animal Welfare*, 1 J. ANIMAL L. & ETHICS 139, 141–42 (2006)

12 Steve Loughnan, Brock Bastian & Nick Haslam, *The Psychology of Eating Animals*, 23 CURRENT DIRECTIONS PSYCHOL. SCI. 104, 104 (2014)

13 Luiza Toma, Alistair McVitte, Carmen Hubbard & Alistair W. Stott, *A Structural Equation Model of the Factors Influencing British Consumers' Behaviour Toward Animal Welfare*, 17 J. FOOD PRODUCTS MARKETING 261, 263 (2011)

14 לדיון נרחב בנקודה זו ראו להלן פרק ד'.

נפלא" או "טעים", שקל מאוד להתמודד עמם ולזהותם כשהם שקריים, אלא אתמקד במסרים מורכבים יותר לבקרה ולתפיסה, המבקשים לסלף, להקטין ולהגחך את הפגיעה בבעלי החיים. שלישית, בהתחשב בכמה שבה מאמר זה מתפרסם, הוא מתמקד בתעשיית המזון מהחי, אולם הביקורת המוצעת בו יפה בשינויים המחויבים גם לגבי מוצרים אחרים שמופקים בניצול בעלי חיים: פרווה, נוצות, עור, שנהב, קרניים, תמרוקים, חומרי ניקיון ומה לא. עם זאת, בהשוואה לתעשיות אחרות העושות שימוש בבעלי חיים, תעשיית המזון מהחי בולטת ככל הנוגע לניצול ופגיעה בבעלי חיים בשל היקפה העצום ובשל הפער המקומם בין הדימוי שהיא מטפחת ומשמרת לבין מעשיה.

חלק ב' של המאמר יפתח בסקירה תמציתית של דיני הגנת הצרכן, מטרותיהם וכלייהם. בחלק ג' אציג טעימות מעולם השיווק בישראל בנוגע לתעשיית המזון מהחי ולמסריה הצרכניים. אבחין בין מסרים המרמזים על עובדות מסולפות לבין מסרים תדמיתיים שהם מותרים ככלל, אף שלדעתי עומדת מאחוריהן מגמה בעייתית של סילוף אמת וטשטוש מצפוני. לאחר סקירת המסרים אתקדם למציאות ואציג בקצרה, בחלק ד', את מצבם האמתי של בעלי החיים בתעשייה. לנוכח הפער העצום בין המסרים למציאות אפנה בחלק ה' לדיני הגנת הצרכן ואטען שמטרתם אינה מושגת הן במובן הפורמלי והן במובן המהותי. לסיום אציע אמצעים לשיפור המצב כגון מניעת פרסום מטעה ותיוג ערכי של מוצרי מזון – ואסכם.

## א. דיני הגנת הצרכן

### 1. הרציונלים

בפרק זה אסקור בקצרה את דיני הגנת הצרכן, את מטרותיהם ואת הכלים העומדים לרשותם. הפסיקה הישראלית כמעט לא עסקה בעבר בנושאים אלה<sup>15</sup> וכמוה גם האקדמיה,<sup>16</sup> אך בעשור האחרון הדיון הפסיקתי הולך ומתרחב.<sup>17</sup>

הגנה על צרכנים אינה עניין חדש:<sup>18</sup> דיני הגנת הצרכן קשורים למעבר לחברה צרכנית ולעלייה ברמת החיים.<sup>19</sup> השוק החופשי מניח את קיומו של צרכן רציונלי, הפועל כשופט המיטבי של האינטרסים שלו למקסום שביעות רצונו,<sup>20</sup> אך השוק עצמו לוקה בכשלים המצדיקים התערבות כדי שהצרכן יוכל לקבל מידע שלם ומדויק, לממש את האוטונומיה שלו ולקבל החלטות במודע ובעיניים פקוחות.<sup>21</sup> סיבות נוספות להגנה על הצרכן הן הגנה

- 15 סיני דויטש דיני הגנת הצרכן כרך א: יסודות ועקרונות 19 (2001) (להלן: דויטש כרך א).  
 16 אורנה דויטש מעמד הצרכן במשפט 18, 99-100 (2002) (להלן: אורנה דויטש).  
 17 סיני דויטש דיני הגנת הצרכן כרך ב: הדין המהותי 10 (2012) (להלן: דויטש כרך ב).  
 18 באנגליה קיימת חקיקה בת מאות שנים הנוגעת להגנה על צרכנים בענפי משפט מגוונים, לרבות משפט פלילי. PETER CARTWRIGHT, CONSUMER PROTECTION AND THE CRIMINAL LAW: LAW, THEORY, AND POLICY IN THE UK 1 (2001).  
 19 דויטש כרך א, לעיל ה"ש 15, בעמ' 1.  
 20 שם, בעמ' 69; IAIN RAMSAY, CONSUMER LAW AND POLICY: TEXT AND MATERIALS ON REGULATING 69 (3d ed. 2012); CARTWRIGHT, CONSUMER MARKETS 47 (3d ed. 2012), לעיל ה"ש 18, בעמ' 5.  
 21 דויטש כרך א, לעיל ה"ש 15, בעמ' 70; RAMSAY, לעיל ה"ש 20, בעמ' 42-43, 49, 51; CARTWRIGHT, לעיל ה"ש 18, בעמ' 6.

על ערכים קהילתיים, צדק חלוקתי והגינות במסחר, פטרנליזם, מימוש התחרות החופשית, הגנה על אמינות השוק המקומי וצמצום של פערי הכוחות בין העוסק לצרכן לנוכח חוסר שוויון בכוח המיקוח.<sup>22</sup> המשפט מקנה לצרכן זכות לקבל מידע על העובדות שבבסיס העסקה, ומניח שככל שהצרכן ידע יותר יבטיחו החלטותיו ניצול משאבים אופטימלי עבורו.<sup>23</sup> דיני הגנת הצרכן מבקשים לצמצם את פערי המידע המגבירים את הנחיתות הצרכנית. הפערים גדלים כשמדובר במוצרים מורכבים הן בשל הנטייה הצרכנית להתמקד ביתרונות המוצר והן בשל פערי השכלה, תרבות ושפה.<sup>24</sup> הפערים קשורים לסוגיה מרכזית בדיני הגנת הצרכן: ההטעיה.

## 2. הטעיה צרכנית

ההנחה של המשפט הפרטי בדבר שוויון בין הצדדים, חופש חושים ואוטונומיה, אינה מתאימה לעסקות צרכניות בשל מבנה השוק וכשליו, ולכן דרושות הוראות מיוחדות לגבי הטעיה צרכנית.<sup>25</sup> טענות שקריות ומטעות הן מקור ברור ועתיק להתערבות.<sup>26</sup> כבר נכתב שעילת ההטעיה הצרכנית היא "החשובה ביותר" בחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981, וסעדיה המיוחדים מוגבלים בחוק לצרכן הביתי בלבד, הזקוק להגנה מרבית בשל חולשתו הכלכלית, המקצועית והמשפטית.<sup>27</sup> הדין נועד לכוון את התנהגותו של צד לעסקה, המטעה או עלולה להטעות את הצד האחר – התנהגות שהיא פטולה מוסרית, חברתית וכלכלית.<sup>28</sup> הטעיה עשויה להתקיים במצג שאינו תואם את המציאות או בניסוח שאינו נותן תמונה מלאה,<sup>29</sup> בהצהרה כוזבת בשל פער בין הנאמר או המוסתר לבין המציאות, בהינתן שמדובר בהצהרה רצינית ובעניין מהותי ולא שולי וכשאפשר להישען עליה, להבדיל מגוזמאות ברורות.<sup>30</sup> הפלגה בשבח אינה נחשבת להטעיה: בפסיקה ובספרות בישראל מקובל שטענה המצטיירת כסובייקטיבית לחלוטין אינה כזו שסביר כי תטעה צרכנים.<sup>31</sup> מנגד, ברור שלמפרסמים יש תועלת בהפרזה.<sup>32</sup>

- 22 לדין במטרות אלו ובקשייהן ראו דויטש כרך א, לעיל ה"ש 15, בעמ' 120-125; אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 19-20, 27-36, 87-89, RAMSAY; לעיל ה"ש 20, בעמ' 79-80; CARTWRIGHT, לעיל ה"ש 18, בעמ' 27-39.
- 23 דויטש כרך א, לעיל ה"ש 15, בעמ' 138; אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 353; CARTWRIGHT, לעיל ה"ש 18, בעמ' 50.
- 24 אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 107-109, 113, 117.
- 25 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 37, 39.
- 26 RAMSAY, לעיל ה"ש 20, בעמ' 51.
- 27 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 23, 72-73.
- 28 שם, בעמ' 107, 113-114.
- 29 חנה קציר פרסומת מסחרית: היבטים משפטיים 326 (2001).
- 30 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 119, 121-122, 126.
- 31 שם, בעמ' 615-618; ע"פ 515/71 קאופמן נ' מדינת ישראל, פ"ד כו(2) 429, 434 (1972).
- 32 6-7, IVAN PRESTON, THE GREAT AMERICAN BLOW-UP: PUFFERY IN ADVERTISING AND SELLING (1996) 25-26, כמופנה אצל דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 624-625.

ההטעיה הצרכנית מתבטאת בין היתר בשיווק ופרסום – אמצעי מכירה שהם סממן מרכזי של חברה צרכנית.<sup>33</sup> פרסום מטיבו אינו מידע מלא; הביקורת הנפוצה ביותר כלפיו היא שמדובר במדיום מניפולטיבי.<sup>34</sup> עולם הצרכנות היה שונה לגמרי ללא הפרסומת המסחרית.<sup>35</sup> הפרסום הוא תקשורת מידע מובנית ולא אישית, משכנעת באופייה בנוגע למוצרים, הממומנת לרוב על ידי מממן מזוהה ובאמצעים מגוונים.<sup>36</sup> פרסום וצורות שיווק אחרות הם רכיב מפתח בכלכלת שוק; חשיבותם הולכת וגדלה ולא ניתן להתעלם מהסדרתם.<sup>37</sup> שיווק מתבטא גם באריות המוצר, המעבירה לצרכן מסרים לגבי המוצר<sup>38</sup> וכמוה גם עיצוב המוצר והאסתטיקה שלו.<sup>39</sup> המסרים נקלטים ברצף שבין המודע לתת-מודע.<sup>40</sup>

הטעיה צרכנית אפשרית גם בשיווק ופרסום, כשנוצר פער בין המידע שנמסר או שהוסתר לבין המציאות: פער שעניינו הצגת עובדות ולא פרסום תדמיתי גרדא, שמטיבו אין לסמוך עליו.<sup>41</sup> דיני הגנת הצרכן מעניקים תשומת לב רבה לפרסום מטעה, המונע מהצרכן להישען על מידע מדויק ולבחור לפי טעמו.<sup>42</sup> הפרסומת – חלק מהשלב הטרום-חוזי – מציגה לצרכן מסר חד-צדדי,<sup>43</sup> והוא נסמך עליו מאוד בהיעדר אפשרות (ונטייה) לברר עצמאית וביעילות את תכונות המוצר.

פרסום, כמוכן, כולל יותר ממידע גרדא,<sup>44</sup> ועליו להיות הוגן כחלק מזכות הצרכן למידע הוגן. בתחרות העסקית יש נטייה להגזים בשבח, להסתיר פגמים ולא לדייק בפרסום, כשהגבול בין הגזמה מותרת להטעיה אסורה אינו ברור תמיד – גם בשל ההבנה שמטרת הפרסומת המסחרית היא קידום העסק ולא העשרת המידע הצרכני.<sup>45</sup> מנגד, ברי שצריכת הציבור מושפעת במידה רבה מהפרסום: לצרכן קשה לברר את אמינותו ונדרשת מעורבות

---

Ramsay, לעיל ה"ש 20, בעמ' 127. 33  
 William F. Arens, Contemporary Advertising 54 (8th ed. 2002). 34  
 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 52. 35  
 Arens, לעיל ה"ש 34, בעמ' 7-9. 36  
 Geraint Howells & Thomas Wilhelmsson, EC Consumer Law 121 (1997); 14. 37  
 Lawrence L. Garber, Jr., Eva M. Hyatt & Ünal Ö. Boya, Does Visual Package Clutter Obscure the Communicability of Food Package Shape?, 14 J. Food Products Marketing, no. 4, 2008, at 21, 22. 38  
 JoAndrea Hoegg, Joseph W. Alba & Darren W. Dahl, The Good, the Bad, and the Ugly: Influence of Aesthetics on Product Feature Judgments, 20 J. Consumer Psychol. 419, 424 (2010). 39  
 Tanya L. Chartrand & Gavan J. Fitzsimons, Nonconscious Consumer Psychology, 21 J. Consumer Psychol. 1, 1 (2011). 40  
 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 85, 550. 41  
 Howells & Wilhelmsson, לעיל ה"ש 37, בעמ' 133. 42  
 קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 326. 43  
 Ramsay, לעיל ה"ש 20, בעמ' 129. 44  
 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 495, 497. 45



שלטונית למנוע הטעיה<sup>46</sup> ובמיוחד מידע שקרי.<sup>47</sup> הפרסום פועל ברובד הקריטי והרגיש של עיצוב העדפות.<sup>48</sup> הדברים נכונים ביתר שאת לגבי פרסומת המכוונת לילדים, שנתפסים כנוחים להשפעה, בעלי שיקול דעת לא מפותח והבנה דלה במסחר, והסיכויים להטעייתם רבים במיוחד.<sup>49</sup>

### 3. דרכי הסדרה

פער המידע שלעיל מתחדד עקב פרסום אגרסיבי, המדגיש היבטים הנוחים למפרסם ומשמיט אחרים.<sup>50</sup> עניין זה אינו ביטוי מותר: חופש הביטוי, הכולל גם את הביטוי המסחרי, אינו כולל את החופש להטעות צרכנים.<sup>51</sup>

יש כמה דרכים שבהן החוק יכול לסייע לספק מידע שהשוק לא סיפק, למשל על ידי חיוב היצרנים לחשוף מידע ולאסור עליהם מסירה של מידע מטעה.<sup>52</sup> תחום הפרסום – המזמין הסדרה מכיוון שהוא מהיבטי העסק הגלויים והרחבים ביותר<sup>53</sup> – מוסדר בישראל ביותר ממאה חיקוקים בחקיקה ראשית ובחקיקת-משנה. בשנת 1988 תוקן חוק הגנת הצרכן והוכנסה בו הוראה מפורשת המחילה את דיני ההטעיה הצרכנית גם על פרסומות. התיקונים הרבים של החוק בנושא הפרסומת מעידים על החשיבות שהמחוקק מייחס לנושא ולרצונו להרחיב את ההגנה הצרכנית.<sup>54</sup> כיום מקובל בישראל שאין די בסעדים חוזיים ונזיקיים כלליים להתמודדות עם פרסומת מטעה ונדרשות לכך דרכי הסדרה מיוחדות.<sup>55</sup>

חוק הגנת הצרכן שואף להביא למצב שבו יהיה לצרכן מידע מלא, מדויק ואמין שיקל עליו לקבל החלטה צרכנית ולהעלות את רמת מודעותו והבנתו.<sup>56</sup> האיסור על פרסום מטעה אינו מצריך הוכחת הטעיה בפועל; די באפשרות שהצרכן יוטעה, והרשימה של דרכי

46 קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 345.

47 CARTWRIGHT, לעיל ה"ש 18, בעמ' 53.

48 על פי רוב אנו מניחים שיש לנו חירות להחליט אחרת אך למעשה אנחנו חסרים שליטה על רצונותינו. עיצוב הרצון נראה פסיכי ולא אקטיבי, ואפשר לטעון שאין חירות רצון. THOMAS (1996) 15–16, 33–34, PINK, THE PSYCHOLOGY OF FREEDOM.

49 ARENS, לעיל ה"ש 34, בעמ' 70–71; דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 706. להיסטוריה ולחקיקה המסדירה פרסום לילדים בארצות-הברית, בקנדה ובאירופה ראו Rita-Marie Cain Reid, *Embedded Advertising to Children: A Tactic that Requires a New Regulatory Approach*, 51 Am. Bus. L.J. 721, 740–68 (2014).

50 אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 112, 353.

51 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 515; קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 357; אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 385.

52 CARTWRIGHT, לעיל ה"ש 18, בעמ' 48–52.

53 ARENS, לעיל ה"ש 34, בעמ' 48.

54 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 497, 503; קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 350–378.

55 שם, בעמ' 337; דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 511.

56 אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 357–359; קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 332.

ההטעיה – פתוחה.<sup>57</sup> קשה להוכיח הסתמכות אישית על פרסומת מטעה, אך אפשר להוכיח הטעיה בדרכים מגוונות כמו סקרי צרכנים.<sup>58</sup> על ההטעיה להתייחס לעניין מהותי בעסקה: מונח זה אינו כולל כל אידידיוק והגזמה, והוא מפורש בהרחבה, גם לאור רשימת המחשה ארוכה ולא ממצה בחוק.<sup>59</sup> אין צורך להוכיח כוונה מיוחדת להטעות ותום לב אינו רלוונטי.<sup>60</sup> אפשר לתבוע בגין הטעיה בהליך פלילי,<sup>61</sup> בבית משפט לתביעות קטנות,<sup>62</sup> בבית משפט שלום<sup>63</sup> ובתובענות ייצוגיות.<sup>64</sup> לעתים אפשר לנקוט צעדים נגד מעורבים אחרים בפרסום המטעה, כמו מפיץ הפרסומת.<sup>65</sup> בצד סנקציות פליליות החוק מאפשר גם הסדרה בפיקוח מנהלי: הסדרה זו יעילה לגבי חלק מאמצעי התקשורת (כמו הרשות השנייה) והיא יעילה פחות לגבי אחרים (כמו עיתונות).<sup>66</sup> הגבלות מיוחדות מוטלות על פרסומות לא הוגנות לקטינים, ככתוב בסעיף 7 לחוק הגנת הצרכן.<sup>67</sup>

לעתים המשפט אף מטיל חובת גילוי אקטיבית. הדבר אינו מובן מאליו; הוא משקף הנחה שלא די במניעת הטעיה ושמידע מסוים הוא חיוני לגיבוש החלטה צרכנית מודעת.<sup>68</sup> תיוג מוצרים מפחית את פער המידע בין היצרן לצרכן ומשפר את תפקוד השוק וכך הוא משמש כלי עזר ישיר לצרכנים.<sup>69</sup> בישראל, סעיף 4 לחוק הגנת הצרכן מחייב לגלות לצרכן כל דבר המפחית במידה ניכרת מערך המוצר; תקנות בריאות הציבור (מזון) (סימון תזונתי)<sup>70</sup>

- 57 שם, בעמ' 330; אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 390, דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 551, 342.
- 58 שם, בעמ' 522, 557.
- 59 קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 333; דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 256-257.
- 60 קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 334-335.
- 61 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 231, 561-562; קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 345; אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 217. להרחבה על אפשרויות לאכיפה פלילית בגין הטעיה צרכנית ראו סיני דויטש דיני הגנת הצרכן כרך ג: הדין המהותי 754-725 (2012) (להלן: דויטש כרך ג); CARTWRIGHT, לעיל ה"ש 18, פרק 3.
- 62 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 563-564.
- 63 שם, בעמ' 565.
- 64 שם, בעמ' 131, 179, 182; דויטש כרך ג, לעיל ה"ש 61, בעמ' 903 ואילך; אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 229-237; קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 352.
- 65 שם, בעמ' 341; דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 663.
- 66 קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 382; אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 201, 206; דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 635-644.
- 67 דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 525; קציר, לעיל ה"ש 29, בעמ' 343; וכמו כן ראו תקנות הגנת הצרכן (פרסומת ודרכי שיווק המכוונים לקטינים), התשנ"א-1991.
- 68 Frederick H. Degnan, *Biotechnology and the Food Label: A Legal Perspective*, 55 *FOOD & DRUG L.J.* 301, 302-03 (2000) (להלן: Degnan).
- 69 Dennis H. Tootelian & Karen Ross, *Product Labels*, 6 *J. FOOD PRODUCTS MARKETING*, no. 1, 2000, at 25, 26; Azzurra Annunziata, Sara Ianuario & Paola Pascale, *Consumers' Attitudes Toward Labelling of Ethical Products: The Case of Organic and Fair Trade Products*, 17 *J. FOOD PRODUCTS MARKETING* 518, 519 (2011).
- 70 תקנות בריאות הציבור (מזון) (סימון תזונתי), התשנ"ג-1993.

מחייבות פרסום של רכיבי המזון ושל הערך הקלורי במקום בולט לעין ולפי סדר המפורט בתקנות.<sup>71</sup> אם כן, המחוקק לא הסתפק במניעת הטעיה אלא תבע גילוי ושקיפות באשר למידע שנראה לו חשוב לצרכן. צו הגנת הצרכן (סימון טובין)<sup>72</sup> מחייב סימונים נוספים כמו ארץ הייצור, כמות המוצר, היותו מחדש או סוג ב' ועוד; מוצרי מזון מסוכנים לילדים מחויבים גם הם בסימון.<sup>73</sup>

גם במשפט הזר יש חובות תיוג. חובת הרישום בארצות-הברית נוגעת לשם המוצר והעסק, למקום הייצור, למשקל הרכיבים נטו (גם לפי השיטה המטרית) ולמידע תזונתי,<sup>74</sup> ונדונה גם האפשרות להטיל חובה של פרסום תזונתי במסעדות.<sup>75</sup> באיחוד האירופי, דירקטיבת תיוג המזון מחייבת לרשום את רשימת הרכיבים לפי סדר משקלם, את תאריך התפוגה של המוצר, תנאי אכסון מיוחדים, שם העסק ומענו, מקורו, הוראות שימוש ועוד.<sup>76</sup> גילויי אקטיבי מחויב בישראל גם בהקשרים נוספים – יעילות מזגנים,<sup>77</sup> עמלות בנקאיות<sup>78</sup> ואף זיהום סביבתי, נושא ערכי במהותו שאינו משרת במישרין אינטרס צרכני אישי.<sup>79</sup> מוצרים אחרים מוגבלים מאד בפרסומם ואף מחויבים בתגית אזהרה כגון מוצרי טבק.<sup>80</sup> כך גם בחו"ל: דירקטיבת פיקוח הטבק האירופית (TCD) מחייבת תיוג בפונט, בגודל וברקע מסוימים.<sup>81</sup> בישראל התווספו לאחרונה מוצרי אלכוהול לצד המסומן של מוצרי צריכה מזיקים,<sup>82</sup> וייתכן שאין זו התוספת האחרונה; גם בחו"ל יש תנודות בהקשר זה.<sup>83</sup>

- 71 מגבלות סימון נוספות: צו הגנת הצרכן (סימון ואריזה של מוצרי מזון), התשנ"ט-1998; תקנות בריאות הציבור (מזון) (סימון גלוטן), התשנ"ו-1996; תקנות בריאות הציבור (מזון) (סימון תחליף לחלב-אם), התש"ן-1990.
- 72 צו הגנת הצרכן (סימון טובין), התשמ"ג-1983.
- 73 תקנות בריאות הציבור (מזון) (סימון אזהרה מסכנת חנק), התשס"ו-2006.
- 74 Fair Packaging and Labeling Act (FPLA), 15 U.S.C. §§ 1451-1461 (2015) (באופן כללי); Federal Food, Drug, and Cosmetic Act (FDCA), 21 U.S.C. § 343(e), (g), (i); 21 U.S.C. §§ 301 (2015) (מזון, תרופות וקוסמטיקה).
- 75 Ellen A. Black, *Menu Labeling: The Unintended Consequences to the Consumer*, 69 *FOOD & DRUG L.J.* 531 (2014).
- 76 Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council of 20 March 2000 on the Approximation of the Laws of the Member States Relating to the Labelling, Presentation and Advertising of Foodstuffs (Food Labelling Directive), 2000 O.J. (L 109) 29.
- 77 תקנות מקורות אנרגיה (יעילות אנרגטית, סימון אנרגטי ודירוג אנרגטי במזגנים), התשס"ה-2004.
- 78 כללי הבנקאות (שירות ללקוח) (עמלות), התשס"ח-2008.
- 79 ס' 38 לחוק אוויר נקי, התשס"ח-2008.
- 80 ס' 9 לחוק הגבלת הפרסומת והשיווק של מוצרי טבק, התשמ"ג-1983.
- 81 Directive 2001/37/EC of the European Parliament and of the Council of 5 June 2001, 2001 O.J. (L 194) 26.
- 82 ס' 8 לחוק הגבלת הפרסומת והשיווק של משקאות אלכוהוליים, התשע"ב-2012.
- 83 Lindsay Taylor, *Alcohol Warning Labels in the UK*, 12 *J. FOOD PRODUCTS MARKETING*, no. 1, 2006, at 103, 107-10.

## ב. עולם הפרסום והשקר

“עבדות היא חירות. חירות היא עבדות” (ג'ורג' אורוול 1984 (1949)).

בפרק זה אסווג את המסרים שתעשיית המזון מהחי בישראל שולחת בנוגע לבעלי החיים שעל ניצולם היא מתבססת. אתאר שני סוגים של מסרים פרסומיים של תעשיית המזון מהחי, ובהערות השוליים אפנה למותגים עצמם.

הסוג הראשון – פרסום רווחתי<sup>84</sup> – שולח רמזים בנוגע לתנאי גידול והחזקה נוחים לבעלי החיים. לפי פרסומים אלה בעלי החיים מוחזקים בתנאים נעימים, בשדות, בסביבה ירוקה ומרווחת, בתנאים שבהם אמהות מניקות את צאצאיהן ובעלי החיים זוכים ליחס אישי.<sup>85</sup> תת-סוג של הפרסום הרווחתי הוא פרסום המעביר מסר רווחתי עקיף. כאן, פוטנציאל ההטעיה הישירה קטן אך המסר המופשט בדבר תנאים נוחים או יחס אישי מועבר בתמונות, במלל

84 המונח “רווחה” מכון לתנאי הגידול וההחזקה של בעלי החיים בתעשיית המזון מהחי; ראו Domenico Dentoni et al, “Animal Welfare” Practices Along the Food Chain: How Does Negative and Positive Information Affect Consumers?, 17 J. FOOD PRODUCTS MARKETING 279, 280 (2011).

85 למשל: פרסומות לגלירת בן אנד ג'ריס (פרות מאוירות על רקע שדות ירוקים ושמים בהירים עם עננים נאים); ביצי חופש של גליקסמן (על האריזה מצוירות תרנגולות משוטטות על דשא וקרקע מרווחת); חלב כחוש וממותק של וילי פורד (דלי עם חלב נקי בצד פרה אמתית שמודבקת על רקע שדות ירוקים ומעיינות); חלב טרה (פרה עם פעמון על צווארה עומדת על דשא בצורת לב, וכיתוב: “כל פרה תגיד לך: הכל מתחיל בחלב מצוין”); יוגורט מולר (דוגמניות שרות על שאינן מבינות כיצד הטבע פועל, הן רצות באחו ועוברות ליד פרות חופשיות שחלקן מלחכות עשב ירוק וחלקן נחלכות ידנית על ידי דוגמנית; מודגשת העבודה הקשה שבקטיף הפירות הטריים ליוגורט והדוגמניות מתחננות להפסקה; כשהן זוכות לה הן אוכלות יוגורט); גבינת עזים של מחלבת טל (עז עומדת על דשא וצאצאה יונק ממנה); משחטת עוף עוז (תמונה מרוטשת של תרנגול עומד חופשי על ענף, על רקע שדה ירוק, תחת הכותרת “ההדר שבעוף”); שיווק בקרנה כשר הכפר בע”מ – מהשטח לנתח (תמונת פרות רועות באחו, על רקע עצי ענק ובית מגורים אדום); חלב עזים של משק צוריאל (ציור של חקלאי בחוש כובע עומד בשדות ירוקים ולצדו עז שהוא מלטף); שמנת קלה של העז הלבנה (עז נחלבת במרחב הלבן, ברכות ובאופן אישי על ידי חקלאי עדין); מועצת החלב (דף הבית של האתר כולל איור של פרה על דשא, מלקקת את שפתיה ובצדה כוס חלב ענקית); ביצי תנובה (תרנגולות מאוירות חופשיות על רקע הרים ירוקים; תרנגולת מפלסטלינה מחזיקה ביצה ומסמלת באצבעותיה “מושלים”); הקוטג' הראשון של תנובה (האריזה מ-1962 מראה איור של בית צנוע, בצדו פרה עם פעמון על צווארה, פרה ודשא מתחתיה). גם כיתוב מעביר מסר: באתר תנובה נכתב לגבי המותג “אדום-אדום”: “הבקר הגדל תחת פיקוח מתמיד בתנאים הטובים ביותר, בליווי וטרינרי צמוד ותוך הקפדה על תזונה עשירה”. אתר זה צויין בכתב הטענות כתובענה הייצוגית שהוגשה נגד תנובה לאחר חשיפת התעללות במקום: בקשה לאישור תביעה כתובענה ייצוגית בת”צ (מחוזי י”ם) 14602-12-12-12 קוליאן נ’ קבוצת תנובה (8.12.2012) (להלן: פרשת תנובה).

ובתווים.<sup>86</sup> המסר עשוי להתחבר לרגש החמלה<sup>87</sup> ולחלופין למנוע חוסר-תיאבון עד גועל נוכח התמונות הלא מושכות של המציאות שבה בעלי החיים מוחזקים.<sup>88</sup> הסוג השני של פרסום מכוון להשתקה מצפונית בשולחו מסרים בעייתיים בשתי דרכים: באחת בעלי החיים מאוירים כשהם עצמם צורכים את המוצר. בכך המפרסם מרמז כי הם אינם אלא מוצר; הוא מרמז על רווחה (נהנים ממוצרים איכותיים); על חלוקה הוגנת (לא רק האדם מקבל – גם בעלי החיים) ועל תו תקן ואיכות (בעלי החיים נהפכים לממליצים על המוצרים המופקים משעבודם);<sup>89</sup> בדרך האחרת המסר הוא שבעלי החיים המשועבדים

86 למשל: אלטו מחלבה כפרית (עז עם פעמון לצווארה מדלגת בחיך מאושר מעל המילה "אלטו"); חלב הרים טהור ממחלבות רמת הגולן (סדרת משקאות חלב של מחלבות רמת הגולן כוללת איורי פרות מאושרות); מעדן הגולן של שטראוס (פרסומת טלוויזיונית של פרות רוקדות, חופפות ראש, קוראות מגזינים מתחת למייבשי שיער, מביטות במראה, לצלילי שיר שאני זוכר היטב מילדותי: "בשטראוס מאמינים שרק פרות מפונקות, מטופחות, נותנות חלב בנחת"; המילים הן מסר ישיר בדבר תנאי הגידול, בצד התמונות שברור כי אינן אמיתיות); עזי יוגורט ממחלבות סוסיא (מותג שעליו עז מאוירת מאופרת ומחייכת, פעמון לצווארה); גבינת עזים ברה (איור עז עם כנפיים וכיתוב: "גבינות עזים ברות מזל") ביצים אורגניות מן הטבע בארותיים (תרנגולת מאוירת מחייכת מצביעה על שם המותג ובצדה מאוירים תווי שירה); שוקולד מילקה (פרסומת מראה פרה שוכבת מקבלת עיסוי מרגיע); מסעדת "חלב על הזמן" (איור של פרה שמחה, פרח בפיה).

87 רובנו חווים מועקה רגשית ודחייה מוסרית לנוכח הכאבה לבעלי חיים: Loughnan, Bastian & Haslam, לעיל ה"ש 12, בעמ' 104.

88 בצד הפופולריות של מוצרי בשר, מוצרים אלה גורמים גועל לצרכנים יותר ממוצרים אחרים: Elin Kubberød et al, *The Effect of Animality in the Consumption Experience: A Potential for Disgust*, 14 J. FOOD PRODUCTS MARKETING, no. 3, 2008, at 103, 104–05; Loughnan, Bastian & Haslam, לעיל ה"ש 12, בעמ' 105.

89 למשל: מוצרי יוגורט ושוקו "טרה מו" (איורי פרה שמלקקת שפתיה, אוכלת את המוצרים בתיאבון, מאחלת שנה טובה ו"מור-תוקה", מחייכת ומחזיקה שלט של "המזון המזין סידן"); ממרחים (נוטילינו) ועוגות "הפרה הרוקדת" (פרה מאוירת מחייכת, לעתים טועמת מהמוצרים). הגם שמאמרי לא יעמיק בכל הנוגע לתעשיית הדבש, פטור בלא כלום אי-אפשר: למשל, אריות של דבש יד מרדכי (על האריזה לילדים מופיע איור של שלוש דבורים מחייכות) ודגני נסטלה האני נאט צ'יריוס (דבורה מאוירת מחויכת, מחזיקה בידה מוט שעליו משוח דבש, מעל צילום הדגנים).

ונטבים שמחים בגורלם ואף ממליצים על צריכת בשרם שלהם.<sup>90</sup> סוג נוסף של מסרים בעייתיים, שעליו לא ארחיב, הוא פרסום סקסיסטי.<sup>91</sup> מאמר זה לא עוסק במסרים שלפיהם המוצרים טעימים או שצריכתם מסכה עונג ואושר לצרכן, אלא במסרי הרווחה הישירים והעקיפים. מסרים אלו מטעים, שכן במציאות הרווחה אינה רווחת. מסר רווח מטרוד במיוחד הוא הצגה של סביבת הניצול כסביבה כביכול ירוקה וטבעית ושל בעלי החיים המשועבדים וסובלים כשמחים ומאושרים כביכול. מסר של רווחה מקל על רגשות האשמה הצרכניים לגבי צריכת מזון מהחי.<sup>92</sup> מובן שהתעשייה אינה משתמשת בתמונות של מדגרות, רפתות, לולים ומשחטות; תמונות המציאות הן קשות מנשוא ואינן

90 תופעה זו רווחת בעיקר לגבי תעשיית הבשר. מסעדת הבשרים אל גאוצ'ו (קופסות גפרורים עם ציור פרה מחייכת חיוך רחב); מסעדת הדגים בני הדיג (איור של דג מחייך); המועצה לענף הלול (פוסטר בנושא תחרות של מתכוני הודו מציג איור של תרנגול הודו ככובע שף, מחייך); מסעדת "נני מבשלת" (איור של תרנגולת במשקפי שמש, מחייכת ומאותתת לחיוב עם אגודלה); טונה סטארקיסט (איור של דג מחייך חיוך רחב); קאזה דו ברזיל (מסעדת בשרים שמתקשטת באיור של פרה קורצת ומחייכת בפוזות שונות); העגלה (מסעדת בשרים שסמלה איור גדול של פרה מחייכת); מאמאעוף של תנובה (הסמל המסחרי של המותג הוא תרנגולת מאוירת מחייכת שמסמנת באצבעותיה תנועת "מושלם"; פרסומת טלוויזיונית הראתה תרנגולת מצוירת נכנסת לבית, רוקדת מול גבר ריקוד פתייני, מחזיקה שתי כרוביות מעל החזה שלה ומגישה לפיו אפונה. אשתו ובתו נדהמות, האשה מסתירה את עיני הילדה. קול נשי פתייני אומר: "מפנטז על ארוחה טובה? חדש ממאמאעוף, שניצל עוף וירקות..."); על אריות בשר חזיר, הפופולרי בישראל בקרב יוצאי חבר העמים, מופיעים איורי חזירים על רקע פרחים (OBA); אריזה של נזיר חזירים (Бережа) מראה חזירים לבושים מחייכים בסביבה נעימה. לתופעה זו יש ביטוי גם בתעשיות אחרות, למשל: גבינה משולשת לה ואש קירי (איור של פרה מחייכת תחת המותג שפירושו "הפרה הצוחקת"); חלב יטבתה (איור של פרה לבושה סינר עם פרח על אחת מקרניה, מחייכת ומחזיקה כוס עם משקה חלבי, והכיתוב: "חלב יטבתה בפנים"); קמפיין עדין טבע מרקט (מובל באיורי בובה גדולה של פרה הנשענת על פוסטר ומחייכת, ובצדה הכיתוב "מהפכת החלב של עדין טבע מרקט"); תנובה, עמק ביס: מותג הגבינה הצהובה של תנובה, עמק ביס (אריזות שעליהן פרות מחייכות, רוכבות על זיתים ועוד); Wow Cow (יוגורטיה-מסעדה) עם איור של פרה שמחה עם קרניים מעל צילום יוגורט; סמל השוקולד של עלית הוא פרה מאוירת מחייכת (עטיני הפרה הוסרו עם השנים, אולי בגין החשש שהדבר יעורר מחשבות אצל הצרכן. עלית מתייחסת לפרה בפרסומים שונים כדוגמנית שנהנית. כך, למשל, בסדרה של פרסומות חוצות היא מחייכת בצד המילים: "אני בג'ט לג" בשדה התעופה, "התיו עליי אוטובוס" בתחנת אוטובוס, "עפתי ברוח", "נרשמתי לאירובי", "השתגעתי – המראה החדש הביא לי ת'קריוה" וכדומה. בפרסומת טלוויזיונית מצוירת פרה צועדת על הליכון, מתנשפת אך לא שוכחת לקרוץ לנו: "אותה פרה – פחות קלוריות").

91 דוגמת מאמאעוף, לעיל ה"ש 90; גלידת נסטלה סקיני (פרה מאוירת מאופרת בכבודת מגישה/ אוחת מוצרי גלידה ויושבת כשהיא עטופה בסרט מידה).

92 CONSUMER ATTITUDES TO ANIMAL WELFARE: A REPORT FOR FREEDOM FOOD BY IGD 16, 40–41 (2007) IGD) היא חברה המספקת מידע צרכני על מזון (להלן: IGD REPORT); Loughnan, Bastian & Haslam, לעיל ה"ש 12, בעמ' 106.

מעוררות תיאבון<sup>93</sup> ולכן שיטת הפעולה הרווחת היא לאייר. האיור מאפשר עולם אינסופי של התרחקות מהמציאות ויצירת מציאות חלופית, מסולפת ודמיונית.<sup>94</sup> כאשר מובאות תמונות מצולמות, הן לרוב מרוטשות או מופקות במיוחד לצורך הפרסום בסביבה נקייה, סגונית ושמחה. הדבר עשוי להעביר לצרכן מסר רווחתי, סביבתי ואף בריאותי.<sup>95</sup> לתמונות יש כוח פסיכולוגי גדול ומתמשך על הצרכן:<sup>96</sup> הן כופות עליו מראה מסוים, להבדיל מהדימוי שעשוי היה לעלות בראשו.<sup>97</sup>

המסרים שלפיהם בעלי החיים מציעים את עצמם או תוצריהם למאכל אינם מטעים במישרין. ברור לכול שאף פרה ותרנגולת אינן מחייכות. עדיין, אין מדובר בגזמה גלויה ומשעשעת הנמסרת לצרכן בקריצה, למשל בדבר האפשרות שיהפך לפופולרי או לאטרקטיבי יותר בזכות המוצר, או שיעבור חוויית הנאה יוצאת־דופן. גם מסרים פרסומיים עקיפים משררים תדמית חיובית ומשפיעים במנגנונים מורכבים ומעודנים על חלקים בזיכרונו, על תחושות ועל רגשות.<sup>98</sup>

המסרים שנסקרו מאותתים בעקיפין על רווחה, על כך שבעלי החיים המנוצלים שמחים בחלקם וממליצים על המוצרים המופקים מהם בשעבוד ובהרג המוני. זהו מסר שבכוחו להטעות צרכנים רבים. מבוגרים מסוגלים לזהות ולהתמודד עם ניסיונות שכנוע ומתייחסים למסרי פרסום בספקנות יחסית לאור הבנת המניעים של המפרסם, אך ילדים מתקשים בכך. חלקם אינם מבינים מהו פרסום ורובם מתקשים לזהות פרסומת סמויה.<sup>99</sup> ילדים חסרים את ניסיון החיים הדרוש כדי להעריך את אמינות המסרים מהמדריה, ופוטנציאל ההטעיה שלהם

93 צרכנים שונים דואגים לרווחת בעלי החיים מתוך השקפה שהדבר מאפשר מוצר בריא או טעים יותר: IGD REPORT, לעיל ה"ש 92, בעמ' 39-40.

94 ANIMIZING IN ADVERTISING: THE EFFECTS OF ANIMATED CHARACTERS ON CONSUMER ATTITUDES AND BEHAVIOR, MAX SUTHERLAND & ALICE K. SYLVESTER, ADVERTISING AND THE MIND OF THE CONSUMER: WHAT WORKS, WHAT DOESN'T, AND WHY 116 (2000). לאחרונה יצא פרנקלין בשיטתיות נגד תגיות של מוצרים מהחי המטעות את הצרכן לחשוב שבעלי החיים זוכים לטיפול הומני – לעתים בתגיות ישירות ולעתים במרומו בפרסומות, בלוגו או באריזה שמרמזת על סביבה ירוקה או על הנאה של החיות מכך שהן נאכלות, בלי להראות כמובן תמונות אמתיות. כל אלה מסתירים מהצרכנים מידע שאולי היה גורם להם לבחור מוצר אחר. Zak Franklin, *Giving Slaughterhouses Glass Walls: A New Direction in Food Labeling and Animal Welfare*, 21 ANIMAL L. 285, 295-97 (2015).

95 Toma, McVitte, Hubbard & Stott, לעיל ה"ש 13, בעמ' 263-264.  
96 Paula F. Bone & Pam S. Ellen, *The Generation and Consequences of Communication-Evoked Imagery*, 19 J. CONSUMER RES. 93, 94 (1992).

97 Nilüfer Z. Aydınoglu & Luca Cian, *Show Me the Product, Show Me the Model: Effect of Picture Type on Attitudes Toward Advertising*, 24 J. CONSUMER PSYCHOL. 506, 515 (2014).

98 ARENS, לעיל ה"ש 34, בעמ' 50-51; SUTHERLAND & SYLVESTER, לעיל ה"ש 94, בעמ' 64, 80, 79-288.

99 Reid, לעיל ה"ש 49, בעמ' 726, 730-735.

מפרסומות למזון גדול אף יותר מזה של מבוגרים.<sup>100</sup> המסר גם מעודד תהליך הדחקה בקרב צרכנים מודעים יחסית, שמצפונם מעיק עליהם מעת לעת, לפחות ברובד תת-הכרתי.<sup>101</sup> מובן שהמסרים הללו רחוקים מאוד מהמציאות, אך הם מחלחלים. מסרים שאדם מפנים מילדותו – שמזון מהחי מופק בחיוכים – קשה מאד לשרש בכגרותו, אפילו בחשיפה מאוחרת למציאות הקשה של בעלי החיים, שאליה אגיע מיד. בצד המוצר התעשייה מדגישה חיוכים ושמחה, ירוק וטבע, ובר בבר היא מעלימה את המראה האמתי של בעלי החיים – וגם ההעלמה היא חלק חיוני במסר.<sup>102</sup> מעניין, כאמור, שלא מעט סקסוזם משולב בפרסום ואין זה פלא: פרות, תרנגולות ועזים מנוצלות באופן שיטתי בגין מאפיינים מגדריים של מחזור, לידה וייצור חלב להנקה.<sup>103</sup>

מסר שיווקי בעייתי נוסף – שמרבית הקוראות שמעו וכנראה הפנימו מילדות – מקדם בהצלחה (בינתיים) את הטעוץ שמוצרים מהחי הם בריאים ואפילו חיוניים לבניית הגוף.<sup>104</sup> חזית הבריאות מסקרנת מאוד. מבחינה מדעית גובר והולך קולם של מדענים הסבורים לא רק שהמוצרים האמורים אינם חיוניים לבריאות, אלא שהם הרסניים לבריאות ואחראים לתחלואים שונים.<sup>105</sup> תעשיית המזון מהחי מתאפיינת בהיקפי ייצור עצומים, בתנאי החזקה והיגיינה קשים, בתזונה נחותה, בשימוש בהורמונים ואנטיביוטיקה ובעוד דברים שהצרכן

- Raghib Singh & Pavleen Sonia, *Ethics in Food Advertising to Children in India—A Parental Perspective*, 21 J. FOOD PRODUCTS MARKETING 141, 142 (2015) 100
- רובד זה עשוי להיות אפקטיבי במיוחד כלפי צרכנים וזוכה לתשומת לב אקדמית רבה בשנים האחרונות, אחרי שהזונה בעבר. Chartrand & Fitzsimons, לעיל ה"ש 40, בעמ' 1-2. 101
- לסרטון הממחיש כי הסתרת הפגיעה בבעלי חיים היא אסטרטגיה שיווקית מבריקה ראו Compassion in World Farming, *eTalks – The Secrets of Food Marketing*, YouTube (May 12, 2014), <http://www.youtube.com/watch?v=mKTORFmMycQ>. 102
- קמפיין של אנגוס הציג דוגמנית עירומה ועליה קווים התוחמים את חלקי גופה לנתחי בשר; באוגוסט 2015 סערה הרשת בגין קמפיין סקסיסטי של אגדי. קו פמיניסטי קישר אקדמית בין אכילת בשר לסקסוזם (ואף לגזענות). Carol J. Adams, *The Sexual Politics of "Meat,"* in THE ANIMAL READER: THE ESSENTIAL CLASSIC AND CONTEMPORARY WRITINGS 171, 173–78 (Linda Kalif & Amy Fitzgerald eds., 2007). 103
- ראו את המדור התזונתי באתר של מועצת החלב "המלצות תזונתיות לצריכת חלב בישראל ובעולם" מועצת החלב; [goo.gl/Wcu8Ew](http://goo.gl/Wcu8Ew); עמוד "תזונה ובריאות" באתר של מועצת הבקר; [goo.gl/KsILSr](http://goo.gl/KsILSr); וכן עמוד "בריאות ותזונה נכונה" באתר של מועצת הלול [goo.gl/xuhnJY](http://goo.gl/xuhnJY). 104
- נכתב שהפגיעה בריוחה של חיות המשק פוגעת גם בבריאות הצרכנים, בשלל הקשרים: צואה וסניטציה; צפיפות; זיהום אוויר; הפצת מגפות; האכלת החיות במזון זול ונחות ומסוכן – בעיקר תירס וסויה מהונדסים גנטית, בצד תוספים ותוצרי לוואי ולעתים אף בחיות שמתו – במקום בעשב בטבע; הורמונים, סמים ותרופות; אנטיביוטיקה והשלכותיה על פיתוח עמידות; סיכוני סרטן; חיידקי אי-קולי; מחלות לב; שפעת; מחלת הפרה המשוגעת ועוד. לסקירה רחבה ראו Anastasia Stathopoulos, *You Are What Your Food Eats: How Regulation of Factory Farm Conditions Could Improve Human Health and Animal Welfare Alike*, 13 N.Y.U. J. LEGIS. & PUB. POL'Y 407, 409–33 (2010); Stuart Rachels, *Vegetarianism*, in THE OXFORD HANDBOOK OF ANIMAL ETHICS 877, 887, 893 (Tom L. Beauchamp & R. G. Frey eds., 2013). 105



וראי אינו יודע ואף אינו מדמיין. כל אלו תופעות שהגוף האנושי לא חווה לפני מאה שנה והדין בהשפעותיהם מתנהל בימים אלו. צריכת בשר לא הייתה עניין יומיומי בעבר; צריכת חלב וביצים לא הייתה בהיקף אדיר כמו היום ולא היוותה רכיב מרכזי כל כך בתזונה האישית. האם אין לכך השלכות בריאותיות מרחיקות-לכת? לא אדון בהיבט זה, המחייב מומחיות רפואית ולא משפטית, אך אציין שגם המחלוקת הבריאותית לגבי טבק לא הוכרעה בקלות וגם לא זו שלגבי אלכוהול.<sup>106</sup> לא מן הנמנע שבעתיד נגלה כי המוצרים מן החי, המופקים באופן תעשייתי בתנאים קשים, מצד אחד, וההתמכרות האנושית להם, מהצד האחר – מביאים לתחלואים קשים.

שאלות קשות נוגעות למודעות צרכנית ולקשר שבין גופים הנחזים כאובייקטיביים בהמליצים על מוצרים מהחי, אף שהם רחוקים מלהיות כאלו.<sup>107</sup> גם בשאלות אלו לא אדון מטעמי היקף, ואתמקד בהטעיה הצרכנית הנוגעת למצבם של בעלי החיים.

## ג. עולם הכאב המוסתר

### 1. מבוא

בפרק זה אתייחס בקצרה למה שתעשיית המזון מהחי הצליחה להביאנו לשכוח ולהרחיק: סבלם הרב של בעלי החיים. לעתים קרובות אנו מזכירים שאוכל אינו רק מזון אלא גם רכיב משמעותי בחוויה האנושית, אך אוכל מן החי הוא רכיב מרכזי גם בחוויה של בעלי חיים – הרכיב המכונן בסבל עז ובהשמדתם של כ-150 מיליארד בעלי חיים שנטבחים בעולם מדי שנה.<sup>108</sup> אנו נוטים לשכוח או להרחיק שבעבר פעם לבו של ה"מזון", שה"מזון"

106 Taylor, לעיל ה"ש 83, בעמ' 104; נטע אחיטוב ועידו אפרתי "משרד הבריאות או מועצת החלב – מי באמת קובע כמה חלב כדאי לצרוך?" הארץ – סוף שבוע 5.5.2016 [www.haaretz.co.il/magazine/premium-1.2934811](http://www.haaretz.co.il/magazine/premium-1.2934811)

107 רייצ'לס (Rachels), לעיל ה"ש 105, כתב בעמ' 893 שתעשיית הבשר היא שמקדמת את הטיוען שצמחונות אינה בריאה. סינגר, לעיל ה"ש 1, כתב בעמ' 153-154 שהצמחונות מועילה לבריאות ושמשקרים לנו בהתמדה לגבי התזונה. מועצת החלב הלאומית (NDC) היא זרוע שיוקית של גוף תעשייתי שמטרתו היחידה, לפי אתר האינטרנט שלו, להגדיל את המכירות והביקוש. עדיין, פקידי ממשלה ומחנכים מאפשרים לו להיות הספק הגדול והראשי של חומרי חינוך תזונתי. למשרד החקלאות יש מונופול על תיבות המידע התזונתי במה שאנו אוכלים והוא האחראי על פיתוח התעשייה. מדובר בניגוד אינטרסים חריף.

108 תעשיית המזון מפיקה יותר מבשר – היא מפיקה חיים של חיות. Amy B. Draeger, *More than Property: An Argument for Adoption of the Universal Declaration on Animal Welfare*, 12 DRAKE J. AGRIC. L. 277, 287 (2007). מדי שנה נטבחים בעולם כשישים מיליארד בעלי חיים יבשתיים, לעתים אף יותר מכך. כך, למשל, בשנת 2012 נטבחו בעולם כ-59,861,091,000 תרנגולים; נתון זה מופיע באתר הסטטיסטי של ארגון המזון והחקלאות של האו"ם (FAOSTAT): [faostat.fao.org/site/569/default.aspx#ancor](http://faostat.fao.org/site/569/default.aspx#ancor). מדי שנה נטבחים כתשעים מיליארד בעלי חיים ימיים: [www.adapt.org/killcounter.html](http://www.adapt.org/killcounter.html). למספרים בארצות-הברית בלבד ראו *Farm Animal Statistics: Slaughter Totals*, HUMANE SOCIETY OF THE U.S., [http://www.humanesociety.org/news/resources/research/stats\\_slaughter\\_totals.html?credit=web\\_id97701103](http://www.humanesociety.org/news/resources/research/stats_slaughter_totals.html?credit=web_id97701103)

נשם, הרגיש, חשש, סבל ולבסוף נטבח. עבור בעלי החיים בתעשייה, הטבח הוא החלק הפחות אומלל בחייהם. המשפט העיוני והאקדמי, שמרבה לעסוק בהגנה על חלשים, חסרי ישע וחפים מפשע מביט באוכל כתוצרת וכנכס ואיננו מבקש למנוע את הפגיעה העצומה בבעלי החיים חסרי הכוח הפוליטי. המשפט המעשי אף מסדיר חלק מהפגיעות הקשות (ומתעלם מאחרות). כפי שנראה מיד, האוכל אינו רק סיבה למסיבה, לחג ולתענוג; הוא גם כאב, ניצול, שעבוד ומוות. אין חולק על כך שבעלי החיים חלשים ופגיעים, והתפיסה שהם ראויים להגנת המשפט הולכת ומתחזקת גם בישראל.<sup>109</sup>

## 2. ריאליטי בעלי חיים

תעשיית המזון היא הפוגעת הראשית בבעלי חיים, כמותית ואיכותית.<sup>110</sup> לא אקצין תיאורי אלימות, אך גם לא אסתירם מהקוראים רק משום שמרביתם תורמים לאלימות זו בלי הבנה ומודעות.<sup>111</sup> התקשורת אינה פועלת לחשיפת הפרקטיקות של תעשיית המזון והציבור אינו שש לקרוא על אודותיהן משום שהקריאה איננה נעימה, כפי שניתן יהיה להיווכח מיד.<sup>112</sup> הדבר מקצין את בעיית הידע הצרכני שבה עסקינן: תעשיית המזון מהחי מסלפת,<sup>113</sup> מנצלת את חוסר הרמיון האנושי<sup>114</sup> ומסתירה את הסבל מעין הצרכן, שלרוב אינו ער לנעשה. המוצר נרכש באריזה נאה שאינה מזכירה בשום צורה בעל חיים נושם, מהלך וסובל. גם המלל מסתיר באמצעות יופיזמים המתארים את המאכל בשם המרחיק את העדות: "בשר" ולא "פרה".<sup>115</sup> ההסתרות המילוליות הן השכבה העליונה של בורות עמוקה לגבי מזוננו.<sup>116</sup> אנו נשענים על הנחות שווא נוחות, שלפיהן ההובלה והטבח של בעלי החיים הם שלב קצר ובלתי-נמנע

- 109 בפסק הדין המנחה בסוגיה כתב השופט חשין שתכלית האיסור על התעללות בחיות קשורה לתחושת החמלה ולציווי מלידה להגן על חלשים, והשווה את החיות לילדים בתמימותן ובפגיעותן ובצורך להגן עליהן. רע"א 1684/96 עמותת תנו לחיות לחיות נ' מפעלי נופש חמת גדר בע"מ, פ"ד נא(3) 832, פסקה 29 (1997).
- 110 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 130. להיסטוריה של המהפכה החקלאית בתעשיית המזון מהחי ראו יובל נח הררי קיצור תולדות האנושות 99-103 (2011).
- 111 השוו להקדמה של סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 10-12.
- 112 שם, בעמ' 254-256.
- 113 הציבור לא ישמע על התנאים הקשים; לכל היותר יספרו לו הפרסומות על חיי פינוק לעופות: שם, בעמ' 141. בקשר להטעיית ילדים ראו שם, בעמ' 252-254.
- 114 קל לדמיין את בית המטבחים ולא להתחלחל משום שהרמיון האנושי מוגבל. הצילינים, המראות והריח – דבר אינו דומה לזוועה הנגלית למבקר. וייל טאטל דיאטת השלום העולמי: אכילה למען בריאות רוחנית והרמוניה חברתית 174 (עדי צור, יונתן בר ורימונה גרסון מתרגמים, 2012).
- 115 מראה של נתח בשר המלמד על מקורו עשוי לגרום לגועל צרכני, וכמוהו גם רגשות קרבה לבעלי חיים: Kubberød et al., לעיל ה"ש 88, בעמ' 106-109.
- 116 IGD REPORT, לעיל ה"ש 92, בעמ' 15-16. מת'אני וליהי כתבו שהציבור האמריקני מאמין שנחוצה הגנה מסוימת לחיות המשק ושרובו מתנגד לפרקטיקות חקלאיות מקובלות – אבל רק לאחר שמספרים לו עליהן. Gaverick Matheny & Cheryl Leahy, *Farm-Animal Welfare*, *Legislation and Trade*, 70 LAW & CONTEMP. PROBS. 325, 333 (2007).

בחייהם, ושחיים אלה – מלבד סופם – הם נוחות וסיפוק, כוללים את ההנאות הטבעיות של הקיום ונטולים תלאות הישרדות.<sup>117</sup> עולם הפרסום מאשש הנחות אלה שוב ושוב, אך אין להן יסוד במציאות. לאחר שהצגתי את התיאורים הנעימים שעולים במפורש ובמשתמע מהפרסומים של תעשיית המזון מהחי, אציג פרקטיקות מקובלות ושגרתיות לחלוטין בגידול חיות למזון. בשל מגבלות המקום אגע רק בקצה הקרחון של תעשיית המזון מהחי, בצורה שאינה עושה צדק עם בעלי החיים וסבלם אך תמחיש את הטיעון. אזרה: חוויית הקריאה אינה נעימה לבעלי חמלה.

#### (א) פרות

כמעט כל הפרות מסומנות בצריבה – בהצמדת תבניות קפואות לעורן עד להיווצרות של כוויית קור בצורת המספר הרצוי או ככוויית חום כברזל מלובן. לעתים גם חותכים את אוזניהן בסכין כדי לחבר סימון.<sup>118</sup> קרני הפרה, כסטנדרט, נגדעות בגיל צעיר וללא הרדמה.<sup>119</sup> הפרות חיות על מצע צואה ושתן.<sup>120</sup> הן מבודדות מבני המין השני. כדי שינועו לפי רצון הבעלים, הן מוכות ומחושמלות.<sup>121</sup> הן מוכנסות להריון בכוח הזרוע<sup>122</sup> כמה פעמים בחייהן.<sup>123</sup> דקות ספורות עד שעות לאחר הלידה תופרד האם מצאצאיה לנצח.<sup>124</sup> לעתים קרובות תקרא הפרה לעגל במשך ימים רבים לאחר ההפרדה.<sup>125</sup> עגלים מסוימים מוחזקים בתאים צרים, ללא יכולת

117 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 130-131, 187-188; Cheryl L. Leahy, *Large-Scale Farmed Animal Abuse and Neglect, Law and its Enforcement*, 4 J. ANIMAL L. & ETHICS 63, (2011) 79. הדבר קשור גם למוצר ה"מכובס" שמוצג לצרכן באופן שאינו מזכיר ומרמז על האלימות הנוראית. השוואה לוי ונרב לוי אתיקה, רגשות ובעלי-חיים: על מעמד המוסרי של בעלי-חיים 330 (2002).

118 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 183-184; מיכל לביא "רווחת פרות חולבות בישראל" חיות משק בישראל: מחקר, הומאניות ועשייה 169, 189 (אבי פנקס עורך, 2009).

119 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 183; טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 125. ראו, בהקשר זה, ת"פ (שלום ק"ג) 727/02 מדינת ישראל נ' קיבוץ גת (פורסם בנבו, 4.6.2006).

120 ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 181-182.

121 כתבי האישום בפרשת אדום-אדום חשפו שהשימוש בשוקר הוא שגור וחלק מההנהגות; פמ"צ (שלום נצ') 3083/12 מדינת ישראל נ' שטרית (פורסם בנבו, 20.10.13). חשמול הוא פרקטיקה מקובלת גם בחו"ל. GAIL A. EISNITZ, SLAUGHTERHOUSE: THE SHOCKING STORY OF GREED, NEGLECT, AND INHUMANE TREATMENT INSIDE THE U.S. MEAT INDUSTRY 46 (2006).

122 טמפל גרנדין השפה הסודית של בעלי-חיים 106 (מרים שפס מתרגמת, 2006); טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 126.

123 GARNER, לעיל ה"ש 1, בעמ' 96-97; MASON & SINGER, לעיל ה"ש 3, בעמ' 47.

124 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 184; ACHOR, לעיל ה"ש 3, בעמ' 85; הררי, לעיל ה"ש 110, בעמ' 101; לביא, לעיל ה"ש 118, בעמ' 183.

125 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 173; טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 126. במקומות שבהם אין הפרדה בין האמהות לצאצאים נוקטים שיטות למנוע מהעגל ליונק כגון קשירת טבעת קוצים סביב פי העגל, הדוקר את אמו. פאטרסון, לעיל ה"ש 1, בעמ' 22-23; הררי, לעיל ה"ש 110, בעמ' 102; גרנדין, לעיל ה"ש 122, בעמ' 113; לוי ולוי, לעיל ה"ש 117, בעמ' 328.

לסובב את גופם, להתנקות או לשכב בנוחות, במצב של אנמיה ושל צימאון עז; אחרים מוחזקים בבידוד.<sup>126</sup> התעשייה כופה על הפרות שינוי גופני כדי שיפיקו יותר חלב.<sup>127</sup> הן נחלכות פעמיים עד שלוש ביום, במחזורי היריון והנקה של כחמש שנים שבסיומם יישלחו להישחט ולהיהפך למזון לאדם או לכלבים.<sup>128</sup> לעתים תהליך ההובלה של עגלים (וטלאים) כולל מסע בין-יבשתי.<sup>129</sup> מדי שנה נשלחים עשרות אלפים מהם מאוסטרליה לישראל לפיטום ושחיטה. במשך המשלוחים בעלי החיים מוכים בבעיטות, במקלות ובשוקרים, מושלכים ונגררים.<sup>130</sup> לבסוף, להבדיל מ"השחיטה ההומנית" שאנו מדמיינים, מהירות הסרט הנע של תהליך ההמתה והתחרות הכלכלית יוצרות סבל עז.<sup>131</sup>

## (ב) תרנגולות

נתון שאינו ידוע לצרכנים, אף שאינו סוד מסחרי, הוא שמיליוני אפרוחים מומתים בישראל מדי שנה משום שהחזקתם בחיים אינה משתלמת לתעשיית הבשר ולתעשיית הביצים.<sup>132</sup> בצד אפרוחות שנחשבות פגומות או עודפות, האפרוחים הזכרים מומתים במדגרה, באמצעות

- 126 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 166-171; טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 128; Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 85-86; יעל גרינברג "גידול עגלי חלב" חיות משק בישראל, לעיל ה"ש 118, 51, 75-53.
- 127 ספרים נכתבו בנושא השליטה ברבייה של בעלי חיים, למשל J. Warren Evans & Alexander Hollaender, *Genetic Engineering of Animals: An Agriculture Perspective* (1985); Ian Gordon, *Controlled Reproduction in Sheep and Goats* (1996).
- 128 כדי להשיג מהן תפוקה גדולה הפרות מוזנות בפולי סויה, באבקת דגים, במוצרי לוואי מתעשיית השיכר ואפילו בזבל עופות. בזריקות הורמון מזריעים את הפרה ביעילות. סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 174-175. להרחבה בנושא הרפתות בישראל ראו עמליה רוזנבלום "שקר לבן: סיור ברפתות והדירים של משק החלב הישראלי" הארץ – מוסף 24.8.2012, 32; לביא, לעיל ה"ש 118, בעמ' 182-183.
- 129 Garner, לעיל ה"ש 1, בעמ' 98, 107; ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 112.
- 130 לדיון משפטי בהובלה ראו גיל יוחננוף דיני בעלי חיים 143-150 (2009). לתמונות ותיאורים מתהליך ההובלה לשחיטה, בדרך מחו"ל לבית המטבחים ובתוכו ראו אומרגד זיסרמן "אדום אדום – מרוב מכות" טבע הרברים 208, 60 (2013); ראו גם "אלימות במשלוחים החיים" [anonymous.org.il/australia-eilat-2013](http://anonymous.org.il/australia-eilat-2013) (31.7.2013).
- 131 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 188-189; Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 88. לתיאור תהליך השחיטה בחו"ל ראו Eisnitz, לעיל ה"ש 121, בעמ' 28, 42-43; פאטרסון, לעיל ה"ש 1, בעמ' 76; טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 177-178; Garner, לעיל ה"ש 1, בעמ' 103-104. לתיאור השחיטה הכשרה ראו סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 190-193; כן ראו Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 88; Garner, לעיל ה"ש 1, בעמ' 102, 107; R.J. Delahunty, *Does Animal Welfare Trump Religious Liberty? The Danish Ban on Kosher and Halal Butchering*, 16 San Diego Int'l L.J. 341, 347 (2015).
- 132 ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 76-77, 114; טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 134; Garner, לעיל ה"ש 1, בעמ' 95.

גריסה ובשיטות אחרות.<sup>133</sup> בתעשיית הביצים נהוג לקטום את מקור האפרוחות בלהב מלוכך או בלייזר, ללא הרדמה ואלחוש בתשומת לב מועטה.<sup>134</sup> התרנגולות מוחזקות בהפרדה בין זכרים לנקבות, מצב המעודד תוקפנות. מיליוני תרנגולות מוחזקות בתעשיית הביצים בישראל ב"כלובי סוללה": כלובי רשת שמכילים כמה תרנגולות, שלכל אחת שטח קטנטן, בלי יכולת למתוח כנפיים ולזוז בלי להרדור לשטח שכנותיה, תנאים שהופכים את התרנגולות לעוינות מאוד.<sup>135</sup> העופות נושמים אוויר ספוג אמוניה, מהפרשותיהם, וחיים על מצע מזוהם.<sup>136</sup> בתעשיית הביצים מקובל לגרום לתרנגולת תהליך פיזיולוגי שקשור בנשירה עונתית, כדי שתטיל יותר ביצים: הפסקה האספקה של מים, מזון ואור – ואז חידושה.<sup>137</sup> הפרקטיקה נועדה להגדיל את רווחי הלולן.<sup>138</sup> תרנגולות שקצב ההטלה של ביציהן יורד מומתות בחשמוול,<sup>139</sup> ופרקטיקה זו נהוגה גם בתרנגולות בשוק "ביצי החופש".<sup>140</sup> תהליך ההובלה לשחיטה הוא

- 133 מאות מיליונים מומתים בשנה בגז, בחנק בשק פלסטיק או בגריסה: סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 143; Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 81. להרחבה ראו אמנון כץ "המתת אפרוחים זכרים של מטילות" **חיות משק בישראל**, לעיל ה"ש 118, 79, 83-95.
- 134 טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 134; Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 80; Garner, לעיל ה"ש 1, בעמ' 102. כן ראו Rachel Wechsler, *Blood on the Hands of the Federal Government: Affirmative Steps that Promote Animal Cruelty*, 4 J. ANIMAL L. & ETHICS 183, 184 (2011).
- 135 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 144-152; טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 134; Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 81-82; Garner, לעיל ה"ש 1, בעמ' 95; Kevin Hile, *Animal Rights* 86-87 (2004); ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 62-63. בפרשת נח כתב השופט (כתוארו אז) גרוניס שמדובר "בצפיפות איומה". בג"ץ 9232/01 "נח" ההתאחדות הישראלית של הארגונים להגנת בעלי-חיים נ' היועץ המשפטי לממשלה, פ"ד נז(6) 212, פסקאות 9, 18-19 לפסק דינו (2003) (להלן: פרשת נח).
- 136 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 139-140.
- 137 שם, בעמ' 155; רינה ששון "השרה כפויה" **חיות משק בישראל**, לעיל ה"ש 118, 145, 147-167. לטענת משרד החקלאות המובאת במאמר, אספקת המים כבר אינה מופסקת.
- 138 ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 66; פרשת נח, לעיל ה"ש 135, בפסקה 9 לפסק הדין של השופט גרוניס.
- 139 להרחבה ראו שרון שורץ "מטילות בסוף דרכן" **חיות משק בישראל**, לעיל ה"ש 118, 13, 103-121.
- 140 "ביצי חופש" הן מוצר שמאותת לצרכן כי להבדיל משוק הביצים הרגיל, המבוסס על החזקה בכלובי סוללה, שוק ביצי החופש מציע ביצים שהופקו באופן הומני מתרנגולות שהסתובבו חופשיות וזכו ליהנות ממעט טבע. במציאות תרנגולות "חופש" הן קטומות מקור, מסוממות ונשחטות כשנסחטו עד תום. ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 71; טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 137; אבי פנקס "לולי חופש, ביצי חופש" **חיות משק בישראל**, לעיל ה"ש 118, 123, 125-143; Sheila Rodriguez, *The Morally Informed Consumer: Examining Animal Welfare Claims on Egg Labels*, 30 TEMP. J. SCI. TECH. & ENVTL. L. 51, 56-57 (2011)

טראומטי, וכוך לא אחת במסע ארוך מאוד, מרעיב, מצמיא ומלחיץ,<sup>141</sup> בצפיפות מרובה, כחום או בקור קיצוניים, כשההעמסה והטלטול בנסיעה מובילים לפציעות ולמוות המוניים.<sup>142</sup>

### (ג) חזירים

מדי שנה נשחטים בישראל כ-200 אלף חזירים – יותר מפרות.<sup>143</sup> התעשייה כרוכה בפגיעות מגוונות: חזירות רבות מוחזקות בהריון מרבית חייהן. בחלק מתקופת ההריון הן מוחזקות בתא צר, קצת יותר רחב מגופן, לעתים הן גם נקשרות בלי יכולת להסתובב.<sup>144</sup> החוזרים שיוולדו יעברו חיתוך שיניים, זנב ואוזניים; הזכרים גם יעברו סירוס כדי למנוע "ריח לוואי" בבשרם.<sup>145</sup> כל הפעולות הללו נעשות ללא אלוש,<sup>146</sup> במהירות, בלי תשומת לב פרטנית ואגב גרימת נזקים וכאבים קשים.<sup>147</sup> בהמשך יוחזקו החזירים בדירים דחוסים, שרצפתם עשויה לרוב מבטון או מרשת כדי לאפשר ניקוי קל, מה שגורם לחזירים בעיות יציבה ועיוותים ברגליים. החזירים נושמים אמוניה ומפתחים מחלות.<sup>148</sup> הם יעונו גם בדרכים אחרות.<sup>149</sup>

- 141 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 185-187; Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 84; Hile, לעיל ה"ש 135, בעמ' 90-91; Garner, לעיל ה"ש 1, בעמ' 102-103. לטראומה שבהובלה ראו, Kevin Dolan, Laboratory Animal Law: Legal Control of the Use of Animals in Research 181 (2000). על ייצוא קופים מישראל והובלתם לניסויים ראו ע"א 6763/13 חוות בי. אפ. סי. בע"מ נ' אל על בע"מ (פורסם בבנו, 10.8.2014).
- 142 בשנת 2007 מתו בישראל יותר ממיליון ו-300 אלף עופות בדרכם לשחיטה. משרד החקלאות ופיתוח הכפר השירותים הווטרינריים ובריאות המקנה, דו"ח לשנת 2007 (2007).
- 143 משרד החקלאות ופיתוח הכפר דו"ח השירותים הווטרינריים לשנת 2009 317 (2009).
- 144 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 160-164; ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 190-191; Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 83.
- 145 Mason & Singer, לעיל ה"ש 3, בעמ' 10; Wechsler, לעיל ה"ש 134, בעמ' 184; פאטרסון, לעיל ה"ש 1, בעמ' 23-20.
- 146 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 183-184. לסירוס בתעשיית הבקר ראו Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 85.
- 147 Garner, לעיל ה"ש 1, בעמ' 102; סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 157-158.
- 148 שם, בעמ' 159; Achor, לעיל ה"ש 3, בעמ' 83-84. בשנת 2015 התקבלו בישראל תקנות צער בעלי חיים (הגנה על בעלי חיים) (גידול חזירים והחזקתם לצרכים חקלאיים), התשע"ה-2015, במגמה לצמצם את הסבל הרב של החזירים. כך, למשל, התקנות מחייבות שימוש באמצעים לשיכוך כאבים בתהליך הסירוס; אוסרות על שימוש בתאי ריסון – שאינם מאפשרים תנועה – בשלב ההריון של החזירות; מגבילות את השימוש בתאי ריסון לשבועיים בלבד לאחר הלידה. התקנות אינן מחייבות הוצאה של החזירים לסביבה טבעית, אך הן מחייבות העשרה סביבתית מינימלית. מנגד, הן מקבעות פרקטיקות פוגעניות כגון לעניין גיל הגמילה הכפויה המקובל בחקלאות, החזקה על רצפות טפחות, ובהיעדר התייחסות לעניין – גם מניעת השתכשות במים.
- 149 לעתים בועטים בחזירים, מצליפים בהם ומכים אותם כדי להביאם לנקודת הכבילה: Eisnitz, לעיל ה"ש 121, בעמ' 68.

## (ד) דגים

דגים מושכים פחות תשומת לב מבעלי החיים היבשתיים, אך הם נטבחים בכמות עצומה. האדם משיגם בגידול או בדיג. הגידול כרוך בצפיפות קשה ובאיי-כולת ליצור מדרג חברתי, מה שמוביל לקניבליזם, למים מעופשים שמקשים על הנשימה, לטיפול פולשני, להפרעות מצד עובדי החווה, לחסרים תזונתיים ולמחלות הנובעות מזיהום. בהתקרב שעת ההמתה, הדגים מורעבים במשך יותר משבוע לשם הורדת הפסולת הגופנית שלהם, מומתים בחיתוך הזימים ומושלכים למכל מים שבו ידממו למוות.<sup>150</sup> הדיג מתפצל לשיטות שונות המביאות להמתה עקב פצעים, ניסיונות היחלצות וקריעה לחתיכות, וכמובן עקב חנק אטי וחיתוך זימים בעודם בהכרה.<sup>151</sup> אין להניח שהדגים אינם חשים כאב; הראיות מראות שהם סובלים ממצוקה ומחרדה.<sup>152</sup>

## (ה) סיכום ביניים

כאמור, תיאורים אלה הם רק קצה הקרחון; בעלי חיים נוספים מנוצלים ונפגעים בתעשיית המזון מהחי.<sup>153</sup> במאמר זה איני בוחן את חוקיות הפרקטיקות המתוארות. בתמצית אציין שלהבדיל מחוקים זרים,<sup>154</sup> חוק צער בעלי חיים נוגע לכל בעלי החוליות, אוסר על התעללות בבעלי חיים אך מחריג המתה לצורכי מאכל אדם. עם זאת, הפסיקה קבעה שאין היתר או החרגה להתעללות בחיה במשך חייה.<sup>155</sup> אם כן, יש בסיס משפטי לטעון שחלק מהפרקטיקות שתוארו אינן מתיישבות עם לשון החוק ועם תכליתו.<sup>156</sup> מאמר זה מתמקד כאמור

150 ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 196-197.

151 שם, בעמ' 84, 197-200. סינגר התייחס גם לפגיעה באקולוגיה של הים; לעיל ה"ש 1, בעמ' 211. להידלרות הדגה ולחשש מהכחדת מינים בעולם ובישראל לאור הדיג והזיהום ראו מבקר המדינה דוח שנתי 61, 1097, 1102 (2010).

152 סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 210; ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 39-41.

153 לפירוט ולתמונות לגבי כבשים ועזים ראו רונן בר "עזים וכבשים בתעשיית החלב" אנונימוס (2007) [art576.html](http://art576.html); לגבי דבורים ראו אריאל צבל "ומה בעניין דבש?" אתר הצמחונות והטבעונות הישראלי [art37.html](http://art37.html). [veg.anonymous.org](http://veg.anonymous.org).

154 רוב החוקים כוללים חריגים להחלשת ההגנה על החיות במשק. ראו SONIA S. WAISMAN, BRUCE A. WAGMAN & PAMELA D. FRASCH, ANIMAL LAW: CASES AND MATERIALS 401 (4th ed. 2010). בארצות-הברית רוב החיות במשק מוחרגות ולכן נתונות לעינויים חמורים מדי יום. מדינת פלורידה, למשל, מחילה בחוק ההתעללות הגדרה רחבה על כל בעלי החיים, אך מחריגה ממנו מעשי וטרינר, ניסויים ופרקטיקות קלאיות מסורתיות אחרות; החוק של אילינוי מגדיר "בעל חיים" בהרחבה, אך פרקטיקות קלאיות רגילות מוחרגות וחוקי לענות שם חיות לשם מאכל. ניו ג'רזי היא המדינה היחידה שניסתה להתייחס בשיטתיות לחיות המזון. ראו JOAN E. SCHAFFNER, AN INTRODUCTION TO ANIMALS AND THE LAW 23-26, 49-50 (2011).

155 פרשת נח, לעיל ה"ש 135, בפסקה 12 לפסק הדין של השופטת שטרסברג-כהן.

156 לטיעון כאמור ראו אסף הרדוף "התעללות ראווה"? בין צער בעלי חיים לעונג האדם" דין ודברים (צפוי להתפרסם). סאנקוף כתב שהבעיה הקשה מכל בעיניו בנוגע לבעלי החיים היא להראות לציבור שיש בעיה; הוא הדגיש כי תפיסות השווא בנושא רחבות. מצד אחד הממשלה מספרת לציבור שעברות נגד בעלי חיים הן חמורות, ומהצד האחר האכיפה דלה מאוד: מעט

בזווית של הגנת הצרכן, מתוך הנחה שמודעות של בני אדם לתנאים שבהם יוצר מזונם היא פתח משמעותי, ואולי אף תנאי, לשינוי של תנאים אלו.

## ד. דיני הגנת הצרכן בעולם הגנת הקטלן

### 1. השדה הפורמלי: הפרות ותרופות

בפרק זה אראה שבנוגע לתעשיית המזון מהחי, דיני הגנת הצרכן מופרים במובן הפורמלי של דרישות החוק וכושלים בעיקר במובן המהותי שעליו ארחיב – טיפוח מודעות צרכנית מינימלית.

הצגתי לעיל מגוון מדגמי רחב של מסרים שיווקיים מתעשיית המזון מהחי, שממנו עולה הסתרה של עולם שלם בצד סילופים והטעויות אקטיביות. הדבר מחזק את טענת ההטעיה האקטיבית.<sup>157</sup> לטענתי, המסרים שתוארו מפרים את חוק הגנת הצרכן. סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן אוסר על הטעיה – במעשה או במחדל, בכתב ובכל צורה – בנוגע לעניין מהותי. הסעיף מונה רשימה לא סגורה של עניינים מהותיים שהראשון שביניהם הוא "הטיב, המהות והסוג של הנכס" והשני נוגע גם לרכיביו. עניינים אחרים כוללים הטעיה לגבי "מקום הייצור של הנכס" ולגבי הסיכון הכרוך בו. התנאים פורשו באופן מרחיב וליברלי.<sup>158</sup> אפשר לטעון שהאופן שבו מייצרים, מחזיקים ומנצלים בעלי חיים לשם הפקת מזון קשור לטיב ה"נכס" שנמכר ולמהותו, כלומר: המזון עצמו. כך מבחינת אתיקה, בריאות, אקולוגיה וחברה – כולם שדות שמעסיקים צרכנים, כמפורט בהמשך.<sup>159</sup> הדבר עשוי להתקשר גם לרכיב ה"נכס": המשקה והמזון שצרכו בעלי החיים, תרופות שהוזרקו להם, מצע הצואה והשתן שבו שכבו וכדומה, הקשורים גם למקום שבו יוצר הנכס. אף שהדבר אינו אינטואיטיבי, אפשר לטעון שהסיכון הכרוך בנכס אינו ברור: לא מדובר בסיכון לצרכן אלא בסיכון לבעל החיים שנוצל ליצירת הנכס, נוסף על סיכונים בריאותיים אפשריים שלא אדון בהם.

אישומים, מעט משאבים וענישה ירודה. נאמר לנו שיש מערכת שמגנה על בעלי חיים מפני טיפול רע ומאפשרת להם דפוסי התנהגות נורמליים, אך המציאות מגלה סיפור שונה לגמרי. ראו Peter Sankoff, *Five Years of the New Animal Welfare Regime: Lessons Learned from New Zealand's Decision to Modernize Its Animal Welfare Legislation*, 11 ANIMAL L. 7, 37 (2005). אברהים כתב שהחברה אומרת דבר אחד (נגד ניצול) ועושה דבר אחר (מנצלת). Darian M. Ibrahim, *The Anticruelty Statute: A Study in Animal Welfare*, 1 J. ANIMAL L. & ETHICS 175, 182 (2006).

157 נושא ההטעיה במחדל חשוב מאוד: חלק גדול מההטעיה נעשה בשתיקה ובאיגילוי ולא בהטעיה מפורשת. דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 392.

158 שם, בעמ' 275-320.

159 מובן שהטעויות האמור נתון לביקורת, למשל: שלא לשם כיוון המחוקק, שמוטב לנקוט חקיקה קונקרטיה ושלצרכנים רבים כלל לא אכפת מהשאלות האמורות ולכן אין לפרשן כחלק מטיב הנכס. מנגד, לרבים ודאי אכפת מהאופן שבו הנכס נוצר ומהחומרים שהרכיבו אותו – אם לא מטעמי חמלה אז מטעמי בריאות, סביבה ועוד. אפשר גם לטעון שפרסום כאמור יפיג מעט מהעמימות שבאיסור על התעללות בבעלי חיים בחוק צער בעלי חיים (הגנה על בעלי חיים), התשנ"ד-1994.



מכל מקום, רשימת העניינים המהותיים אינה סגורה. נדמה כי קשה לחלוק על הטענה ששעבוד, ניצול והרג המוני של בעלי חיים לשם ייצור "נכס", כמו גם התנאים שבהם מעשים אלו מתרחשים, הם עניין מהותי. מצג של בעלי חיים מאושרים בסביבה ירוקה ומרווחת אל מול מציאות מוסתרת של ניצול, דחיסות, טינופת וכאב הוא הטעיה בעניין מהותי ביותר.<sup>160</sup> אין מדובר בהפחתת כמה קלוריות מהמוצר או בהוספת כמה גרמים למשקלו אלא בהטעיה בנושא ערכי שהמשווק זיהה כחשוב לצרכנים. הרציונלים של דיני הגנת הצרכן זועקים וקוראים להגנה על האוטונומיה של הצרכן, לתיקון כשל-שוק ופערי מידע, להגנה על ערכים קהילתיים ועוד.

אמנם יהיה מי שיטען כי ברור שהפרות לא באמת מחייכות משום שפרות אינן מסוגלות כלל לחייך, שמדובר בהאנשה ולכן אין פה הטעיה; כל שיש פה הוא גוזמה – וזו אינה אסורה בדיני הגנת הצרכן. לפי היגיון זה, כל דבר שבעל חיים עושה ומנותק מהמציאות הפיזית המוכרת אינו יכול להטעות: פרה מחייכת אינה יכולה להטעות משום שאין פרות מחייכות; פרה קורצת על הליכון אינה יכולה להטעות משום שברור לכולנו שהדבר אינו קורה לעולם. אפשר לטעון שהדבר דומה לפרסומות שמגזימות באיכות מוצריהן כאילו יש בכוחן להפוך כל צרכן למושך או לספורטאי מצטיין, או ליצור חוויית הנאה מטריפת חושים – ושונה מאוד מדברים שיכולים לקרות אך אינם קורים באמת, כמו פרה הרועה בטבע ומלחכת עשב. לדעתי הפרסומים האמורים אינם גוזמה מותרת. איני טוען שמישהו – לכד מצרכנים תמימים וחשובים (כילדים) יוטעה לחשוב שזו המציאות, אולם ההטעיה אינה חייבת לכוון למישור קונקרטי. הצרכן אינו צריך לחשוב שהפרה צועדת על הליכון ומחייכת כדי שהפרסומת תעבוד; די שסיק שהפרה מרוצה בתנאיה ושנעים לה בחייה. אין לבטל מסר רק משום שברמה הקונקרטית הוא אינו קיים, בשעה שעשויה להיות לו חשיבות ברמת הפשטה גבוהה יותר. מדוע ממשיכים לשרר את המסר שהפרות מחייכות? ברי שיש למסר הזה חשיבות כלכלית לשם הטעיית ילדים או לשם השתקה מצפונית למבוגרים. המשווקים אינם עושים זאת לחינם. שיווק הוא עניין יקר והוא נעשה באורח מחושב ומקצועי. המשווק מבקש לקשר בין המוצר לערכים שסקרי שוק זיהו כחשובים לקהל היעד.<sup>161</sup> בעולם צרכני שמחפש קיצורי דרך בין שפע מוצרים, ובמרחב פרסומי צר מאוד, אריזת המוצר מציגה את הנרטיב המיטבי לתפיסת לב הצרכן, בטנו וכיסו, והמשווקים משקיעים תשומת לב בעיצובה.<sup>162</sup> העטיפה היא קו החזית של שיווק המוצר והיא מחייבת החלטה בדבר המידע, הצורה, הגודל ומאפיינים נוספים שימשכו את הצרכן ויניעו אותו לרכישה.<sup>163</sup> מיתוג המוצר ותדמיתו מעבירים ערכים שזוהו כמהותיים לצרכן וליצרן.

160 החוק האמריקני מאפשר לחייב לפרסם בתווית מידע שהוא מהותי לפי המצג של המוכר עצמו. כאשר המוכר עצמו מציג טענה הוא כופף את עצמו לדרישת חשיפה של מידע לגביה: FDCA

Annunziata, Ianuario & Pascale; 26 בעמ' 68, לעיל ה"ש 304.

161 ראו פרק ה.2 להלן.

162 Tootelian & Ross, לעיל ה"ש 69, בעמ' 26; Annunziata, Ianuario & Pascale, לעיל ה"ש 69, בעמ' 520.

163 Degnan, *Biotechnology*, לעיל ה"ש 68, בעמ' 301; Frederick H. Degnan, *The Food Label*; Degnan, *Right-to-Know*, 52 *Food & Drug L.J.* 49, 59 (1997) (להלן: *Right-to-Know*).

חוקים נגד פרסום מטעה נחקקו כדי להבטיח שצרכנים יקבלו מידע חשוב לקבלת החלטות כלכליות. החלטות אתיות לגבי מוצרים אינן מוגנות תחת החוק פחות מהחלטות לגבי תפקוד המוצר, ואולי הן אף חשובות יותר.<sup>164</sup> בשוק חופשי, צריכה אתית עשויה להיות האמצעי היעיל ביותר לשינוי חברתי, אך היא איננה אפשרית בתנאים של הטעיית צרכנים.<sup>165</sup> אף שנראה כי למרבית הצרכנים אכפת בעיקר שהמוצר יענה על ציפיותיהם, לרבים אכפת גם מאופן הפקתו.<sup>166</sup> צריכה בת־קיימא, למשל, המוכרת כהיבט של דיני הצרכן, עשויה להתקשר לאופן ההפקה של המוצר ממש כמו יוזמות סחר הוגן וצרכנות ירוקה,<sup>167</sup> שמצדה קשורה לחיסול הדגה, לזיהום ולבירוא יערות שגורמת תעשיית המזון מהחי. יש צרכנים המעוניינים לקדם ערכים ולא רק את רווחתם האישית, ולשם כך עליהם לקבל מידע מלא.<sup>168</sup> אף שהצרכן הטיפוסי מנותק מהאופנים שבהם מזונו מופק, מעובד ומשווק<sup>169</sup> – ואולי גם אין לו עניין לדעת עליהם, ודאי בהיבטים הפוגעניים – יש עדיין רבים המעוניינים ללמוד על כך ותעשיית המזון יודעת זאת.<sup>170</sup>

הפער הקיצוני בין המסרים של התעשייה למציאות אינו המצאה ישראלית. מסרים ירוקים, מחייכים ונעימים מאפיינים מוצרים מהחי גם במדינות אחרות. בארצות־הברית, למשל, בעזרת הטעיות תעשייתיות והתרפקות על היסטוריה רחוקה הצרכנים מדמיינים משק משפחתי חקלאי צנוע שמאפשר לבעלי החיים לרעות בגבעות ובנחל, באוויר ובאור, יחס הומני ומוות מהיר ונקי מכאב.<sup>171</sup> פרסומים מטעים כאמור ניתנים לתקיפה גם ברשויות נוספות בארצות־הברית, ויש להם תרופות משפטיות מגוונות כמו פנייה לרשות המזון והתרופות,<sup>172</sup> לרשויות פדרליות, לוועדת הסחר הפדרלי, למחלקה הלאומית לפרסום ועוד.<sup>173</sup>

- Annunziata, Ianuario & Pascale 164 לעיל ה"ש 69, בעמ' 519-521.
- Dillard 165 לעיל ה"ש 9, בעמ' 26.
- Leslie & Sunstein 166 לעיל ה"ש 2, בעמ' 123.
- Ramsay 167 לעיל ה"ש 20, בעמ' 82-83. בישראל, מדר איכות הסביבה בויהום כלי רכב מוסדרת בס' 38 לחוק אוויר נקי, התשס"ח-2008; היבטים רבים בצריכה ירוקה, כמובן, אינם מוסדרים במישרין.
- Howells & Wilhelmsson 168 לעיל ה"ש 37, בעמ' 159.
- Susan A. Schneider, *Reconnecting Consumers and Producers: On the Path Toward a Sustainable Food and Agriculture Policy*, 14 Drake J. Agric. L. 75, 75 (2009) שם, בעמ' 84-85. 170
- Jessica Pitts, "Ag-Gag" Legislation and Public Choice Theory: Maintaining a Diffuse Public by Limiting Information, 40 AM. J. CRIM. L. 95, 95-96 (2012); Donna Mo, *Unhappy Cows and Unfair Competition: Using Unfair Competition Laws to Fight Farm Animal Abuse*, 52 UCLA L. REV. 1313, 1352 (2005); Bruce Friedrich, *Meat Labeling Through the Looking Glass*, 20 ANIMAL L. 79, 105-06 (2013); Jerry L. Anderson, *Protection for the Powerless: Political Economy History Lessons for the Animal Welfare Movement*, 4 STAN. J. ANIMAL L. & POL'Y 1, 26 (2011) 171
- Matthew R. Kain, *Throw Another Cloned Steak on the Barbie: Examining the FDA's Lack of Authority to Impose Mandatory Labeling Requirements for Cloned Beef*, 8 N.C. J.L. & TECH. 303, 313-14 (2007) לתפקידי רשות המזון והתרופות ראו 172
- Dillard 173 לעיל ה"ש 9, בעמ' 28-33.

בכמה מקרים הוגשו תביעות בגין הטעות צרכניות, למשל נגד קמפיין שלפיו "גבינה מעולה מגיעה מפרות מאושרות; פרות מאושרות באות מקליפורניה"<sup>174</sup> ונגד טענות שווא בדבר אוכל ללא אכזריות בבית הפנקייק הבינלאומי.<sup>175</sup>

המשפט הישראלי, בינתיים, מבושש להגיב. אפשר לתלות זאת בהיעדר מודעות צרכנית להטעיה, בחוסר נגישות משפטית לסוגיה ואולי אף בכך שמערכת המשפט מורכבת, כמרבית העולם, מצרכני מזון מהחי, בעולם שבו נולדים לצרכנות כזו;<sup>176</sup> אולם הדיון ברכיבים הדוקטרינריים של דיני הגנת הצרכן בהקשר זה אינו תאורטי בלבד, גם בהקשר הקולינרי.<sup>177</sup> לאחרונה נראות סנוניות ראשונות של ביטוי משפטי לצרכנות טבעונית או רווחתית. תובענה ייצוגית הוגשה נגד טבעול בגין הכיתוב "מן הצומח" שמופיע על חלק ניכר ממוצריה, לרבות כאלו שכוללים רכיבים מהחי.<sup>178</sup> תביעה אחרת הוגשה נגד תנובה בגין הטעיה צרכנית ויצירת מצג שווא של תקנים מחמירים ויחס הוגן לבעלי חיים.<sup>179</sup> בקשות נוספות הוגשו לכתי משפט

174 בית המשפט של סן פרנסיסקו דחה את התביעה בצינון שישויות ממשלתיות מוחרגות מהדין שעוסק בפרסום מטעה, הגם שציין שאכן מדובר בפרסום מטעה. לתיאור התביעה ותביעות נוספות ראו Mo, לעיל ה"ש 171, בעמ' 1321-1322. לראיות הנדרשות לביסוס תביעה כזו ראו Dillard, לעיל ה"ש 9, בעמ' 52-58. לתביעות נוספות שהוגשו והסתיימו בפשרה, בהסרת הכיתוב המטעה, ראו *Court Allows Lawsuit Over Perdue's "Humane" Claims to Proceed*, HUMANE SOCIETY OF THE U.S. (Apr. 1, 2013), [http://www.humanesociety.org/news/press\\_releases/2013/04/perdue-class-action-lawsuit-040113.html](http://www.humanesociety.org/news/press_releases/2013/04/perdue-class-action-lawsuit-040113.html); *Class Action Lawsuit Filed Against Kroger Alleging Deceptive "Humane" Claims on Chicken*, COMPASSION MERCY FOR ANIMALS, OVER KILLING (Oct. 2014), <http://cok.net/simple-truth> כן ראו David Wolfson ו-Paul Shapiro על הפנייתו למקרים האמורים.

175 התביעה הובילה לשינוי במדיניות במקום, לשימוש בביצי חופש ולהסרת הפרסום המטעה. Cranston, לעיל ה"ש 7, בעמ' 94-97.

176 יחסינו לבעלי החיים מתחילים להתגבש בהיותנו ילדים רכים, כשאנו אוכלים בלי מודעות, הגם שלילדים יש נטייה טבעית לחבב בעלי חיים. לילדים מוצגת מציאות מאושרת שקרית בנוגע לבעלי החיים במשקים. סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 252-253.

177 בפרשת הסיליקון בחלב קבע בית המשפט העליון שגם תחושות שליליות ותחושות גועל של הצרכן מגלמות נזק בר-פיצוי: "זכותם של צרכנים היא לקבוע מה יכניסו לפיהם ולגופם וממה יימנעו", והאוטונומיה עלולה להיפגע גם כשאינן עמה נזק גוף או סכנה ממשית לו. גם נזק לא ממוני שאינו עניין של מה בכך עשוי להכשיר תביעה ייצוגית. ע"א 1338/97 תנובה מרכז שיתופי לשווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ נ' ראבי, פ"ד (4) 673, 681-684 (2003) (להלן: פרשת הסיליקון בחלב); יאיר אלדן ויופי תירוש "איזה גועל: מבט אחר על פרשת תנובה נ' ראבי" בכרך זה.

178 בקשה לאישור תובענה כתובענה ייצוגית בת"צ (מחוזי חי') 4649-04-14 אבידור נ' טבעול (1993) בע"מ (פורסם בנבו, 2.4.2014). בעצת בית המשפט נמשכה התביעה; ביום 6.12.2015 הוטלו הוצאות על התובעים. דומני שבהחלט היה בסיס לאישור התביעה ולקבלתה, אך נוכח עמדת ההרכב – התקבלה התוצאה האמורה.

179 פרשת תנובה, לעיל ה"ש 85. בפשרה שקיבלה תוקף פסק דין ב-15.7.2015 התחייבה תנובה לשלם 4.2 מיליון ש"ח לעמותות אנונימוס, תנו לחיות ולחיות ולתת. דומני שיש חשיבות רבה

בעניינים דומים.<sup>180</sup> יש לקוות לגידול בשימוש בכלים חשובים אלו, ובמיוחד בכלי המשפטי של תובענות ייצוגיות. אפשר לקוות שהרשויות והמועצה לצרכנות ינקטו צעדים לתיקון המצב, אולם תחום מתפתח זה אינו מתאפיין באכיפה רגולטורית ממשית ואין לחדד שצפויים קשיי אכיפה. אפשר שגורמים פרטיים בעלי ידע, מוטיבציה ואמצעים יניפו את הלפיד המשפטי; על בתי המשפט לעודד ולתגמל תובענות ייצוגיות ומנגנון תביעות קטנות ללא הוכחת נזק; ובצד כל אלה יש מקום לכלים חברתיים מתפתחים כביקורות ממוקדות ברשתות החברתיות, בעיקר לאחר חשיפות של התעללות במותגים כאלו ואחרים.

## 2. השדה המהותי: דאגה צרכנית לבעלי חיים

בעשורים האחרונים נהפכה הרווחה של חיות המשק לסוגיה חברתית בולטת.<sup>181</sup> גרמו לכך חמלה לחיות, תודעה סביבתית<sup>182</sup> או פמיניסטית,<sup>183</sup> תודעה חברתית שוויונית,<sup>184</sup> שיקולים דתיים ולעיתים דאגות בריאותיות.<sup>185</sup> כעולה מסקרים ומחקרים, לחלק עצום בציבור אכפת מרווחתם של בעלי החיים, לפחות במידת מה, מתוך הכרה שסבלם חשוב ושראוי לנקוט

- לפרשה: אם לפניו אפשר היה לתהות אם נגרם לצרכן נזק במצגי השווא האמורים, אחריה יקשה על התאגידים לטעון שלא נגרם נזק, מה גם שבהחלט אפשר לחבר פרשה זו מבחינה רעיונית לפרשת הסיליקון בחלב, לעיל ה"ש 177, לגבי האוטונומיה הצרכנית הקולניברית.
- 180 נגד זוגלובק: ת"צ (מחוזי י"ם) 62868-10-13 מונדרי נ' זוגלובק בע"מ (פורסם בנבו, 29.10.2013) (התיק נתון בהליכי גישור). נגד תנוכה ואחרים לגבי ביצים: ת"צ (מחוזי י"ם) 26925-11-14 קוליאן נ' תנוכה מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל (פורסם בנבו, 13.11.2014).
- 181 Sullivan, לעיל ה"ש 6, בעמ' 392.
- 182 לקשר בין תעשיית המזון מהחי לבין פגיעות סביבתיות קשות ראו לעיל ה"ש 3.
- 183 דונייר כתבה שאנשים מצדיקים ניצול של מינים אחרים בקטלוגם כנחותים; השוואת נשים לחיות כמו תרנגולות, פרות וכלבות הופכת אותן לאחיות בדיכוי, מפחיתה את הכבוד לנשים משום שלבעלי חיים בדרך כלל מקנים פחות כבוד מאשר לאדם: Joan Dunayer, *Sexist Words*, *Speciesist Roots, in ANIMALS & WOMEN: FEMINIST THEORETICAL EXPLORATIONS* 11, 12-16 (Carol J. Adams & Josephine Donovan eds., 1995).
- 184 Loughnan, Bastian & Haslam, לעיל ה"ש 12, בעמ' 105.
- 185 בולטת הדאגה משימוש בהורמונים ובאנטיביוטיקה. Ronald L. Coulter, Mary K. Coulter & Jim L. Murrow, *The Food Animal Supply and Its Related Concerns*, 8 J. Food Products Marketing, no. 2, 2002, at 33, 34-35 (2002). כן ראו Aurora Paulsen, *Welfare Improvements for Organic Animals: Closing Loopholes in the Regulation of Organic Animal Husbandry*, 17 ANIMAL L. 337, 340, 344, 346 (2011); Robert Glenn Ayres, *May Contain Hooves: Why and How the Government Should Implement Plain-Language Disclosure of Animal Products in Food Labels*, 5 STAN. J. ANIMAL L. & POL'Y 1, 4-7 (2012); Basas; לעיל ה"ש 5, בעמ' 1277, 1292; Wilson; לעיל ה"ש 4, בעמ' 311; Pitts; לעיל ה"ש 171, בעמ' 107; IGD REPORT; לעיל ה"ש 92, בעמ' 13; FLORIAN KÖHLER & SUSANNE WILDNER, CONSUMER CONCERNS ABOUT ANIMAL WELFARE AND THE IMPACT ON FOOD CHOICE: A REVIEW OF GERMAN LITERATURE 15 (1998).

צעדים לצמצומו.<sup>186</sup> הדבר מתבטא גם בכחירות קולינריות מצד טבעונים, צמחונים ואחרים המתעניינים ברווחתם של בעלי חיים.<sup>187</sup> צרכנים מודעים מסוימים מוכנים לשלם יותר עבור רווחתן של החיות שהם צורכים,<sup>188</sup> והיצרנים מודעים לכך.<sup>189</sup> ביקורות חריפות נמתחו על מערכת התיוג הרווחתית בארצות-הברית על היותה עמומה וכזו שאיננה מספקת מסרים מובנים לפי סטנדרטים אחידים בנוגע לתנאי המחיה של בעלי החיים,<sup>190</sup> למשל בשל השימוש במונח העמום<sup>191</sup> "טבעי".<sup>192</sup> בהיעדר מגבלות על תוכן התווית היא מתרוקנת מתוכן, ואת

- 186 שם, בעמ' 7-8; Friedrich, לעיל ה"ש 171, בעמ' 80, 105; Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 118, 138; Cranston, לעיל ה"ש 7, בעמ' 87; Sullivan, לעיל ה"ש 6, בעמ' 402; Wilson, לעיל ה"ש 4, בעמ' 316; Anderson, לעיל ה"ש 171, בעמ' 49.
- 187 Darian M. Ibrahim, *A Return to Descartes: Property, Profit, and the Corporate Ownership of Animals*, 70 L. & CONTEMP. PROBS. 89, 107 (2007) (להלן: Ibrahim); Basas, לעיל ה"ש 5, בעמ' 1275, 1282; Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 117.
- 188 Cranston, לעיל ה"ש 7, בעמ' 85; Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 124; Matheny & Leahy, לעיל ה"ש 116, בעמ' 347-348. מה שנכון לגבי רווחה נכון ביתר שאת לגבי טבעונות, שהיא אידאולוגיה קפדנית בהרבה.
- 189 לעתים קרובות צרכנים ישלמו יותר עבור מוצר רווחה, אלא שזה יקר יותר להפקה וכך יש תמריץ לשכנע קונים שהמוצרים מופקים בתנאים ידידותיים לחיות יותר מכפי שהם. Dillard, לעיל ה"ש 9, בעמ' 26. מחיר גבוה מאפיין "מצרכים אתיים" בכלל ו"מזון אתי" בפרט. Nicolas Hamelin, Talha Harcar & Yamina Benhari, *Ethical Consumerism: A View from the Food Industry in Morocco*, 19 J. FOOD PRODUCTS MARKETING 343, 347-48, 352 (2013); IGD REPORT, לעיל ה"ש 92, בעמ' 35-36, 41-44.
- 190 רודריגו יצאה בשיטתיות ובהרחבה נגד תיוג מטעה בנוגע לביצים, הדגישה את חוסר היכולת של צרכנים לדעת כיצד הופקו הביצים והמחשה שלל הטעיות. Rodriguez, לעיל ה"ש 140, בעמ' 52-55, 61, 67-78; וכך Parker, Carey, De Costa & Scrinis, לעיל ה"ש 10, בעמ' 13 (בקשר ל"ביצי חופש").
- 191 "טבעי" הוא התווית הנפוצה ביותר במוצרי מזון אמריקניים לאור העדפה צרכנית ברורה של מזון המתויג כך. כרגע אין הגדרה פורמלית למונח, ומנהל המזון והתרופות מסרב לספקה. פירושה אינו ברור. Julie M. Muller, *Naturally Misleading: FDA's Unwillingness to Define "Natural" and the Quest for GMO Transparency Through State Mandatory Labeling Initiatives*, 48 SUFFOLK U.L. REV. 511, 523, 535 (2015); Franklin, בעמ' 297. גם בישראל מוצרים שונים מציינים את "טבעיות" המוצר (למשל פסטרמה "עוף טוב" של יחיעם, מוצרי מולר שונים ועוד).
- 192 Paulsen, לעיל ה"ש 185, בעמ' 340-343, 366-367; Sullivan, לעיל ה"ש 6, בעמ' 409-413; Cranston, לעיל ה"ש 7, בעמ' 105. שניידר הראתה שהמונח "גורל באופן טבעי" (naturally raised) בנוגע לתעשיית הבשר נתפס על ידי רוב מכריע מהצרכנים כאילו בעלי החיים אכלו מזון ללא כימיקלים, תרופות ותוצרי לוואי של תעשיית המזון מהחי; גדלו בסביבה טבעית; אכלו מזון טבעי; לא הונדסו גנטית ולא שוכטו; הייתה להם גישה לסביבה פתוחה; טופלו בהומניות ולא נכלאו; Schneider, לעיל ה"ש 169, בעמ' 91-92. לזלי וסאנסטיין כתבו שצרכנים רבים יסכימו לשלם כדי להפחית את הסבל של בעלי החיים בתעשיית המזון מהחי, אך הם אינם עושים כן משום שהשוק הקיים אינו חושף את המידע על הטיפול בבעלי החיים. לכן הציעו

המגבלות על השימוש במונחים מסוימים אפשר לעקוף בשימוש במונחים דומים.<sup>193</sup> משטר תוויות המזון פועל באופן ברור למדי בנוגע לכשרות ולארגוניות;<sup>194</sup> יש תוויות לגבי מזון אורגני<sup>195</sup> או מהונדס גנטית<sup>196</sup> (ויש אף קריאה להסדיר מזון משובט)<sup>197</sup> ולגבי תוויות אקו.<sup>198</sup> מנגד, אין תיוג אמריקני ברור לגבי צמחונות וטבעונות, ופער הידע מחריף כשעוסקים ברכיבים שהיצרן נמנע מחשיפה של מקורותיהם.<sup>199</sup> המטרה של רשימת הרכיבים היא לאפשר בחירה תזונתית מדעת, אך מטרה זו אינה מושגת והמערכות הוולונטריות לכך אינן מספקות.<sup>200</sup> הרשויות אינן מחייבות את היצרן לחשוף את סודות הייצור במלואם והוא עשוי לכתוב "תבלינים" או "צבעי מאכל" בלי לפרט. אין סטנדרט טבעוני ואפילו לא סטנדרט צמחוני<sup>201</sup> – כך באמריקה וכך בישראל;<sup>202</sup> בבריטניה, להבדיל, יש סטנדרטים ברורים יותר.<sup>203</sup>

- החוקרים לנקוט צעדים לקידום חשיפה ולעודד דיון דמוקרטי בטיפול בבעלי חיים: Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 117.
- 193 Friedrich, לעיל ה"ש 171, בעמ' 83.
- 194 גם בארצות-הברית: Basas, לעיל ה"ש 5, בעמ' 1289-1290 (כשרות), 1296-1297 (אלרגנים).
- 195 להרחבה ראו Annunziata, Ianuario & Pascale, לעיל ה"ש 69, בעמ' 521 ואילך. שניידר ציינה שיש הגדרה קפדנית למונח "אורגני" אבל לא למונח "טבעי": Schneider, לעיל ה"ש 169, בעמ' 87. בישראל ראו ס' 2 לחוק להסדרת תוצרת אורגנית, התשס"ה-2005.
- 196 Basas, לעיל ה"ש 5, בעמ' 1293. לגבי מזון שהופק בשיטה ביו-טכנולוגית ראו Degnan, *Biotechnology*, לעיל ה"ש 68, בעמ' 306-310.
- 197 Kain, לעיל ה"ש 172.
- 198 Howells & Wilhelmsson, לעיל ה"ש 37, בעמ' 160, *Combining Delcianna Winders, Reflexive Law and False Advertising Law to Standardize "Cruelty-Free" Labeling of Cosmetics*, 81 N.Y.U. L. Rev. 454, 477 (2006).
- 199 Ayres, לעיל ה"ש 185, בעמ' 3-4, 8-11.
- 200 Basas, לעיל ה"ש 5, בעמ' 1276-1278.
- 201 שם, בעמ' 1280-1281.
- 202 עמותת "עיתד טבעוני" הולכת ומבססת סטנדרט כזה בישראל. אמנם, לא לחלוטין ברור אם הזכות לקבל תווית מהעמותה כרוכה בתשלום אולם ברור שמבחינת הצרכן צעדי העמותה מורגשים היטב ולטובה. העמותה הביאה לסימון מוצרים ובתי עסק רבים בתג "vegan friendly" ותרמה רבות להעשרת ההיצע הקולינרי הטבעוני בישראל ואף לעשייה טבעונית חברתית.
- 203 הרשות לסטנדרטים במזון (Food Standards Agency), משרד ממשלתי עצמאי שאחראי לבטיחות והיגיינה במזון באנגליה, בוויילס ובאירלנד, הכירה בבעיות הצרכנים שמתקשים לזהות אם המוצר תואם את השקפתם והחליטה לטבוע סטנדרטים לשימוש במלים "צמחוני" ו"טבעוני". Food Standards Agency, Full Regulatory Impact Assessment, <http://food.gov.uk/multimedia/pdfs/vegitermsria.pdf>. עמותת "החברה הצמחונית" הוותיקה (The Vegetarian Society) מציעה תו תקן למוצרים צמחוניים וחושפת מוצרים שמתיימרים אך אינם כאלו: <http://www.vegsocapproved.com/corporate08/index.asp>.

יודגש כי היעדר הסימון הטבעוני על מוצרים שהופקו ללא פגיעה בבעלי חיים אינו בעיה צרכנית ייחודית: היעדר מידע צרכני לגבי מוצרים שהופקו בפגיעות קשות בבעלי חיים הוא המצב השורר גם לגבי קוסמטיקה,<sup>204</sup> פרוות<sup>205</sup> ועוד. בעולם שבו השתקה והטעיה הן נורמות רווחות ומקובלות, חשיפת האמת הקשה נעשית דרך פעולות של פרטים ויוזמות של החברה האזרחית. השיח שמוביל האקטיביזם הטבעוני נעזר רבות בחשיפת המציאות. כאשר רשויות האכיפה מתעלמות, פעילים למען בעלי חיים מבצעים תחקירים וחושפים נתונים מזעזעים.<sup>206</sup> כפי שראינו, המידע שנחשף אינו מסחרי סודי או מורכב; המידע זמין, אך הוא מוסתר ומודחק. במצב זה קל יותר להמשיך בצריכה, משום שהמידע שבידי הצרכן הטיפוסי הוא דל, מופשט, עמום ומטושטש.<sup>207</sup> מי שיודע בקווים כלליים אינו יודע בפירוט; מי שקורא פירוט אינו רואה תמונות; מי שרואה תמונות אינו רואה אותן מקרוב, אינו מריח את הריחות, אינו שומע את הקולות ואינו חווה מקרוב את הסבל.<sup>208</sup> יידוע צרכנים עשוי לחולל שינוי.<sup>209</sup> חשיפות מייצרות שיח ציבורי ולעתים אף מביאות לתגובה צרכנית ענישתית לטווח קצר. כך היה בישראל למשל בעקבות חשיפה בפריים טיים

204 בהתחשב בסבל ובמוות הטבועים בהליך, ובהתחשב ברכיבים קוסמטיים רבים שידועים כבטוחים ובשיטות ניסוי ללא בעלי חיים, יש ביקוש למוצרים שהופקו בלי ניסויים. הואיל ואין סטנדרטיזציה של "ללא אכזריות", צרכנים מתקשים לבחור באופן שמשקף את עמדתם: Winders, לעיל ה"ש 198, בעמ' 455-461. בישראל הגישה עמותת "תנו לחיות לחיות" עתירה נגד משרד הבריאות בגין החלטתו למנוע מחברות תמרוקים לכלול מידע לפיו הופקו מוצריהן בלי ניסויים בבעלי חיים. לאחר הגשת העתירה קיבל משרד הבריאות את הטענות ונסוג מהחלטתו בהודעה מוסכמת. ראו בג"ץ 8826/12 תנו לחיות לחיות (ע"ר) נ' משרד הבריאות (פורסם בנבו, 12.5.2013).

205 בשנת 2009 חוקק הקונגרס חוק אמת בתיג פרווה (Truth in Fur Labeling Act of 2010, Pub. L. No. 111-313, 124 Stat. 3326) כדי "לסגור חורים" בחוק קודם וליידע צרכנים; ראו Isaac Wakefield, *Drop Dead Stylish: Mitigating Environmental Impact of Fur Production Through Consumer Protection in the Truth in Fur Labeling Act of 2010*, 19 PENN ST. ENVTL. L. REV. 267, 268-69, 273 (2011).

206 IGD REPORT, לעיל ה"ש 92, בעמ' 22. חשיפה כאמור עשויה לעורר עניין צרכני ברווחה או למוטט את האמונה שמוטג כלשהו דואג לרווחה; ראו Domenico Dentoni et al., לעיל ה"ש 84, בעמ' 285.

207 נכתב שרוב האנשים יודעו על הפרקטיקות שעוברות חיות למזון, אופנה וניסויים. Carole Lynn Nowicki, *The Animal Welfare Act: All Bark and No Bite*, 23 SETON HALL LEGIS. J. 443 (1999).

208 הידע הצרכני לגבי תעשיית המזון מהחי הוא כללי מאוד, בצד בורות בעניינים כמו טכניקות גידול, הרבייה, הובלה, משך החיים, טכניקות המתה, בריאות החיות, היגינה, טריות, המצב המשפטי ועוד. ראו IGD REPORT, לעיל ה"ש 92, בעמ' 15.

209 Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 118-119, 124.

של התעללות על ידי מפעלי אדום-אדום<sup>210</sup> וזוגלובק, שמותגיהן נפגעו לתקופת מה.<sup>211</sup> גם בארצות-הברית הובילו חשיפות לפגיעה כלכלית במותג המתעלל<sup>212</sup> ולעתים אף לתגובה משפטית, כמו חקיקת הגנה על בעלי חיים<sup>213</sup> – או דווקא חקיקה לטובת בעלי הממון, כמו החקיקה האוסרת תיעוד כאמור,<sup>214</sup> המבקשת לשמר את הסטטוס-קוו ולהותיר את החקיקה למען בעלי חיים חלשה<sup>215</sup> ואת הצרכנים בעלטה. חקיקת השתקה פוגעת לא רק בחופש הביטוי, אלא גם בריבונות הצרכנית (consumer sovereignty),<sup>216</sup> והכול לשם רווחי התעשייה.<sup>217</sup> אפשר להעלות טיעון-נגד שלפיו הסתרה מהצרכנים היא-היא ההגנה עליהם. בכתב ההגנה לתובענה הייצוגית בגין הטעיה צרכנית טענה תנובה את הטענה המרתקת שצרכן בשר אינו יכול לסבור שהמוצר הוכן ללא סבל וצער קשים שנגרמים מטבע השחיטה, והוסיפה שאינה חייבת ליידע את הצרכנים כיצד מופקים מוצריה, בהינתן שזה בדיוק המידע שהם רוצים שיוסתר ויורחק מהם כדי שיוכלו להתענג על המוצר ולהדחיק את המחשבה שהתענגו כרוך בגרימת סבל ליצור חי.<sup>218</sup>

אף שמבחינת בעלי החיים זהו כמוכרן טיעון מקומם ולא לגיטימי ("אנו רוצים לשפוך את דמכם ולאכול את בשרכם הטעים, אך בלי לראות ובלו לחשוב על כך, משום שזה לא נעים לנו"), מבחינת הצרכן, מושא מאמרי זה, ראוי להתמודד ברצינות עם טיעון זה. רבים מעדיפים שלא לדעת כדי שלא לחוש אשמה: זוהי בורות מרצון ואי-רצון לחשוב על החיות הסובלות.<sup>219</sup> רבים מודעים רעיונית לסבלם של בעלי החיים אך אינם רוצים לדעת מה הוא כולל, אינם רוצים לראותו ולשמוע עליו ואינם מעוניינים בתזכורות לגביו. השאלה המשפטית

210 עדי דברת-מזריץ "בעקבות חשיפת ההתעללות: ירידה של עד 17% במכירות אדום אדום" [www.themarker.com/consumer/1.1888014](http://www.themarker.com/consumer/1.1888014) 18.12.2012 **TheMarker**

211 עדי דברת-מזריץ "אפקט 'כלבוטק': ירידה במכירות זוגלובק" [www.themarker.com/consumer/1.2155980](http://www.themarker.com/consumer/1.2155980) 3.11.2013 **TheMarker**

212 חקירות חשפו עובדים מכים בעלי חיים, תולשים ראשים והורגים בעלי חיים בהכרה. החשיפות גרמו לנזק לתעשיית המזון מהחי, להורדת מוצרים מהמדפים ולביטול חוזים עם תאגידי מזון. בעיתוי זה הועלו הצעות לחוקי השתקה. Pitts, לעיל ה"ש 171, בעמ' 108-109; Wilson, לעיל ה"ש 4, בעמ' 315-318; כן ראו Anderson, לעיל ה"ש 171, בעמ' 44.

213 Wilson, לעיל ה"ש 4, בעמ' 312-313.

214 להצעות חקיקה ולסקירה של חקיקת השתקה (המכונה "Ag-Gag") עקב חשיפות במשקים וזעקה ציבורית, סנקציות ממשלתיות ואבדן רווח לתעשייה ראו Cooper, לעיל ה"ש 4, בעמ' 242-243; Pitts, לעיל ה"ש 171, בעמ' 97-105. בתחילת אוגוסט נפסל חוקתית חוק ההשתקה באיידהו: Animal Legal Def. Fund v. Otter, 118 F. Supp. 3d 1195 (D. Idaho 2015).

215 לסקירת הקשר בין חשיפות מחקירות סמויות להתפתחות חקיקה חדשה נגד התעללות, בגין לחץ ציבורי, ראו Wilson, לעיל ה"ש 4, בעמ' 319-335.

216 הכוונה לרעיון שהצרכן יכול לפעול ללא לחצים פסולים ועל יסוד תשתית מידע נאותה, כך שרצונו האמתי יכתוב את הביקוש למוצרים; ראו אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 28-29. יצוין שגם תעשיית הטבק נהנתה בעבר מהסתרת רכיבים שחשיפתם הייתה משנה את הרגלי הצריכה: Cooper, לעיל ה"ש 4, בעמ' 243-244.

217 Pitts, לעיל ה"ש 171, בעמ' 110.

218 כתב תשובה בת"צ (מחוזי י"ם) 14602-12-12 קוליאן נ' קבוצת תנובה (2.4.2013).

219 IGD REPORT, לעיל ה"ש 92, בעמ' 16.



היא אם אפשר להצדיק הטעיה של ציבור שלם בכך שחלקים רבים ממנו מעדיפים שלא לדעת את האמת: האם ראוי לסלף אמת צרכנית שאינה נוחה? האם האוטונומיה של הצרכן כוללת את הזכות שלא להיות מיודע? אלו שאלות פילוסופיות כבדות משקל שלא אוכל להכריע בהן במאמרי. האם לאדם זכות שלא לראות את שאינו רוצה לראות, זכות שלא לשמוע את שאינו רוצה לשמוע, זכות לעצימת עיניים ולאטימת אוזניים? כיצד תשתלב זכות כזו עם זכותם של אחרים להתבטא ועם סטנדרטיזציה של הנחלת ידע? כמו שאלות מופשטות אלו, גם השאלות הקונקרטיות קשות מאד: האם לציבור זכות שלא לדעת על אקטואליה קשה? זכות שלא לדעת את האמת? שלא לשמוע דעות שוליים מקוממות? האם לאדם זכות שלא לדעת על מצבו הרפואי או הנפשי? שלא לדעת כיצד אחרים תופסים אותו? זכות שלא לדעת על היותו קרוב פשע?<sup>220</sup>

בהקשר של דיני הגנת הצרכן, הרצון להסיט את המבט אינו ייחודי למזון מהחי. יש שמבכרים שלא לדעת ממה עשוי מזונם ומה הרכבו הקלורי, כמה מזהמת מכונתם ואם הסיגריות והאלכוהול שהם צורכים מזיקים לבריאותם; יש שאינם רוצים לדעת עד כמה נוצלו ילדים בייצור הבגדים או הטלפונים שהם משתמשים בהם. האם יש להם זכות שנימנע מלידע אותם?

למיטב ידיעתי, "הזכות שלא לדעת" טרם זכתה לדיון משפטי עשיר. היא עלתה בהקשרים ייחודיים כמו שדה הרפואה, כ"זכות" שלא לדעת מידע גנטי.<sup>221</sup> בהקשר הצרכני איני מוצא בסיס עיוני משכנע לזכות לכורות. דיני הגנת הצרכן באים לאפשר בחירה מדעת. עליהם לעשות כן גם כשצרכנים רבים מבכרים שלא לדעת, ובלכך שיש רבים אחרים שאינם יודעים והיו בוחרים אחרת אילו ידעו.<sup>222</sup> למעטים נוח לגלות שמוצר אהוב מופק בצורה נצלנית או מכאיבה. מה יעשו לאחר שיגלו – זו כבר בחירתם הצרכנית וזכותם המשפטית. את הצורך בעקיבות ואת הדיסוננס הקוגניטיבי בין הרצון להמשיך לצרוך לעומת הרצון שלא לתרום

220 אסף הרדוף "אמת וצדק, ניפוי או ריפוי, אונס חוזר ואונס משחזר – חשיפת קרבנות בלתי-מודעים למעשה הפשע בתחנת המשטרה: בעקבות תפ"ח 15-07-9232 מדינת ישראל נ' טמסט" המשפט ברשת – זכויות אדם – מבזקי הארות פסיקה 57, 5 (2016).

221 ביקורות הוצעו על "זכות" זו, למשל פגיעתה באוטונומיה של המטופל, בחובות הרופא ובבני משפחה אחרים. David E. Ost, *The 'Right' Not to Know*, 9 J. MED. & PHILOS. 301 (1984); Roberto Andorno, *The Right Not to Know: An Autonomy Based Approach*, 30 J. MED. ETHICS 435, 436-37 (2004). להרחבה ראו THE RIGHT TO KNOW AND THE RIGHT NOT TO KNOW: GENETIC PRIVACY AND RESPONSIBILITY (Ruth Chadwick, Mairi Levitt & Darren Shickle eds., 2d ed. 2014).

222 הנשיא שמגר ציין, שקיימת דעה שלפיה זכות היסוד של כבוד האדם מעניקה לו את הזכות "שלא לדעת על עצמו יותר מאשר ברצונו לדעת", אך זאת בתנאי שלא ייפגע מכך אדם אחר, במישרין או בעקיפין. אדם יכול לבקש שלא לדעת מהן תוצאות בדיקת הדם שלו, כל עוד אין לתוצאות השלכה ישירה על יכולתו לתפקד בלי לסכן חיי אחרים ובריאותם. ע"א 5942/92 פלוני נ' אלמוני, פ"ד מחן(3) 837, פסקה 7 (1994).

לפגיעה יפתרו בהדחקה, בפיתוח הסברים או בשינוי דרכם.<sup>223</sup> בצד מידע פוקח עיניים,<sup>224</sup> רבים עשויים להדחיק ולהמשיך לקיים את הפער בין תחושותיהם כאזרחים למעשיהם כצרכנים<sup>225</sup> – את "הסכיוזופרניה המוסרית".<sup>226</sup>

### 3. השדה המהותי: רב-המערכתיות של הבעיה

ההטעיה השיטתית נהפכת לאפקטיבית במציאות רגולטיבית ומסחרית שמטפחת בורות צרכנית בנושא.<sup>227</sup> מצד אחד, התעשייה מסתירה בשיטתיות את הפרקטיקות הפוגעניות והאכזריות במיוחד כדי שהצרכנים לא יאבדו תיאבון; מצד אחר, בפרסומות ובאיורים של בעלי חיים מחויכים וחופשיים היא משווקת לצרכנים את המסר שחיהם טובים ונעימים. התעשייה מקפידה למזער את הנראות של הפרקטיקות הקשות.<sup>228</sup> אלה הקשות מכול נערכות מאחורי דלתות סגורות ואפילו תחקירים ומחקרים מתקשים לחשוף אותן שלא לומר להראותן. אפילו פרקטיקות שהאלימות שבהן אינה ברורה לכול – דוגמת הסעה של בעלי חיים לשחיטה – מתבצעות ברגיל בלילה. המודל העסקי נשען על אידיעתם של הצרכנים בדבר הפרקטיקות<sup>229</sup> ועל הנכונות של צרכנים רבים להסיט עיניים.<sup>230</sup> הסדרת השוק כושלת מלחשוף את הטיפול בבעלי החיים, ולכך ממידע מופשט ואקראי הצרכנים אינם יודעים ואינם רואים.<sup>231</sup>

- 223 LEON FESTINGER, A THEORY OF COGNITIVE DISSONANCE 1–6, 18 (1957).
- 224 השוו לרצון אדיפוס לפקוח את עיניו ולגלות את האמת המרה, בעוד אשתו־אמו מפצירה בו לשווא לעצור את החיפוש, לטובתו הוא. סופוקלס אדיפוס המלך 69–70 (אהרון שבתאי מתרגם, 1981).
- 225 Toma et al., לעיל ה"ש 13, בעמ' 263; Loughnan, Bastian & Haslam, לעיל ה"ש 12, בעמ' 104, 106; Anderson, לעיל ה"ש 171, בעמ' 55.
- 226 Gary L. Francione, *The Use of Nonhuman Animals in Biomedical Research: Necessity and Justification*, 35 J.L. MED. & ETHICS 241, 242 (2007).
- 227 בורות היא קו ההגנה הראשון. סינגר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 254–256.
- 228 דרייגר כתבה שרק לעתים רחוקות אנו צופים בתמונות ממתקני ההפקה, וגרסה שהשוק החופשי שתומך בתעשייה יתמוטט תחת המשקל המוסרי של התמונות. התעלמות תרבותית מחייהם של בעלי החיים מצריכה הדרה מהמרחב הציבורי, והדרה כה ממושכת מצריכה ריכוז של אינטרסים פוליטיים וכלכליים. אולם, תעשייה שמפיקה תמונות פוגעניות נפשית (ומסכה נזק נפשי אפילו לעובדיה) צריכה להיות גלויה לציבור ונתונה לביקורת. Draeger, לעיל ה"ש 108, בעמ' 287–288, 292–293.
- 229 ספרן פויר, לעיל ה"ש 1, בעמ' 95, 257; טאטל, לעיל ה"ש 114, בעמ' 176–177. כך גם בתעשיית הניסויים, הנסמכת על מעטה הסודיות ועל מניעת ביקורת ציבורית פוטנציאלית. ראו הנס רוש טבח החפים מפשע 63–65, 337, 340–342 (ירון פינקלשטיין עורך, ניר שלו מתרגם, 1991); לוי ולוי, לעיל ה"ש 117, בעמ' 349, 352.
- 230 Ibrahim, לעיל ה"ש 187, בעמ' 104.
- 231 Sullivan, לעיל ה"ש 6, בעמ' 392, 406, 414.

מדובר בקשר שהוא הרבה יותר מקשר שתיקה בין גורמים בתעשייה.<sup>232</sup> זהו קשר רחב, עמוק וכלל-מערכתי. התעשייה מייצרת סבל עצום ומשווקת עונג קולינרי ותדמית מטעה של רווחת בעלי חיים. על פי רוב התקשורת אינה חוקרת ואינה מגלה אהדה לעמדות המתנגדות לתעשייה; ייתכן שהחשש מפגיעה בפרסום מצד תעשיית המזון משפיע על הירתעות זו.<sup>233</sup> אין גורם מסחרי שיבקש להתגושש עם תעשיית המזון מן החי משום שגם תעשיית המזון מהצומח לרוב משלימה את תעשיית המזון מהחי ואינה מספקת תחרות ישירה. מערכת המשפט אמונה על אכיפת חוקים נגד התעללות בבעלי חיים, אך במקום לסלול את הדרך ולאפשר חשיפת פרקטיקות קשות היא נותנת לתעשייה לעשות כחפצה, להגדיר את הסטנדרטים ולהפר אותם.<sup>234</sup> התרבות והחינוך מסייעים למסרי התעשייה להתקבע.<sup>235</sup> השפה עצמה מאששת את התפיסה שבעלי חיים שונים מהותית מבני האדם ובכך מנמיכה ומחפצה את בעלי החיים שבתעשיית המזון מהחי.<sup>236</sup>

הסילוף וההטעיה מייצרים תפיסה הגמונית שעושה רציונליזציה של הניצול. מסרים שהפנמנו כילדים – יקשה עלינו לבחון ברצינות מחדש כבוגרים.<sup>237</sup> לאחר שהתרגלנו למוצרי צריכה מסוימים כחלק משגרת חיינו, יהיה לנו קשה מאוד לבחור להפסיק לצרוך מוצרים שצרכנו מילדות.<sup>238</sup> העונג, שלא לומר ההתמכרות הקולינרית, מקשים עלינו לדמיין את חיינו ללא מוצרי מזון כה מרכזיים בתזונתנו ובתרבותנו, ולפיכך גם מקשים עלינו לראות את העולל לבעלי החיים מצד אחד ולצרכנים מהצד האחר. גם מי שרואה את העולל אך מתקשה לשנות את העדפותיו הקולינריות עלול להיות מושפע מכך בניתוחו המשפטי לסוגיה.

- 232 השוו אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 110.
- 233 כך פוחת הפוטנציאל של אסטרטגיות חוץ-משפטיות להגנה על האינטרס הצרכני, שעליו כתבה אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 177, 182-183.
- 234 Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 120; להרחבה ראו הרדוף, לעיל ה"ש 156.
- 235 ראו את הממדים המטעים ביצירות כמו "אמא הדוגרת" ו"לפרה האדומה" (של בת קיבוצי פניה ברגשטיין), "איה פלוטו" ועוד. לרשימה מעניינת באתר אנונימוס ראו אריאל צבל "איך הפכה הרפת לביתה של הפרה: מבט ביקורתי בספרות ילדים" אנונימוס [anonymouse.org.il/art128.html](http://anonymouse.org.il/art128.html); לסרטון מצויר לגיל הרך בערוץ לולי של פרה ששבה ל"ביתה" ברפת המרווחת עם מצע דשא, ובהמשך יוצאת ללחך עשב ומיניקה את עגלה, ראו ערוץ לולי "מי מה מו: פרה – עץ לולי" [www.youtube.com/watch?v=BHXE3TG\\_0bs](http://www.youtube.com/watch?v=BHXE3TG_0bs) (24.11.2013) YouTube
- 236 הרחקת בעלי החיים ממעמד האדם מקלה על אכילתם: Loughnan, Bastian & Haslam, לעיל ה"ש 12, בעמ' 106; הנרטיב התרבותי מנציח את המצב הקיים ונרטיב תרבותי חלופי מצליח הוא תנאי לשינוי: Anderson, לעיל ה"ש 171, בעמ' 36-41.
- 237 המוח הילדותי הנתון לעיצוב הופך אותם למטרות עיקריות לפרסום, וההעדפות שגיבשו עשויות ללוותם במשך חיים שלמים ולגבור גם על חשיבה רציונלית בהמשך. עולם הפרסום הבין היטב שלילדים יש תודעה צרכנית, גם אם אין להם כוח צרכני ישיר: Lisa Jacobson, RAISING CONSUMERS: CHILDREN AND THE AMERICAN MASS MARKET IN THE EARLY TWENTIETH CENTURY 20 (2004). בארצות-הברית, ילדים מתחת גיל 12 משפיעים על רכישות משפחתיות בסך 130-670 מיליארד דולר בשנה; ראו Reid, לעיל ה"ש 49, בעמ' 732.
- 238 השוו לבעיית הרצון הכבול (bound will) בקשר לצריכת מוצרים משמינים ראו Black, לעיל ה"ש 75, בעמ' 541.

#### 4. השדה המהותי: כיוון לפתרון

בתנאים של ריק משפטי וכוחות כלכליים חזקים, בעולם רווי סבל וכאב לבעלי החיים, האקטיביזם החברתי פועל לעורר תודעה צרכנית ובחירה מצפונית – מעבר לטבעונות, ולמצער הפחתה של צריכת המזון מהחי.<sup>239</sup> בצד האקטיביזם החברתי יש מקום גם לעשייה משפטית. דיני הגנת הצרכן יש פוטנציאל להגברת השקיפות ולצמצום שתי עוולות קשורות זו לזו: הטעיית הצרכן במישרין והפגיעה העצומה בבעלי החיים בעקיפין.<sup>240</sup> כמובן זה הצעתי משתלבת בתפיסה הרואה את מערכות המשפט האזרחי ככאלו שלא רק מסדירות עניין "פרטי" בין שני צדדים, אלא יכולות וצריכות לקדם ערכים חברתיים. רצוני להציע שתי דרכים לצמצום של פער המידע.<sup>241</sup>

הדרך הראשונה היא התייחסות לפרסום מטעה – כזה שמציג איורים מחויכים באחו רוק, אך גם כזה שמטעה באופן מפורש או משתמע – כהפרה של איסור ההטעיה לפי חוק הגנת הצרכן. לנוכח רוחב התופעה, עומקה ומשכה,<sup>242</sup> ראוי לפנות לתובענות ייצוגיות, לתביעות נזיקיות ולסנקציות מנהליות באופן שיאפשר שידוד מערכות בתחום. מי שימשיך ליפות או להסתיר את האופן שבו בעלי החיים בתעשיית המזון מן החי מגודלים, יסתכן בסנקציות כבדות.

הדרך השנייה מבקשת לרתום את דיני הגנת הצרכן ככלי להטלת חובות אקטיביות נוספות על יצרנים. חובות כאמור כבר קיימות לגבי כמה היבטי צריכה כמו ציון רכיבי המזון והמדד הקלורי על האריזה. ממד זה של הצעתי נוגע לשקיפות הניצול של בעלי חיים, ומטרתו למנוע הטעיות במחדל ובהסתרת מידע. ההצעה כוללת רובד חיובי ורובד שלילי. הרובד החיובי כבר הועלה בספרות זרה: יצירת מנגנוני מידע שיתמרוצו שקיפות. מדובר בסטנדרטיזציה משפטית של תגית טבעונית פוזיטיבית, שתוסיף את הכיתוב "טבעוני" או את האות V לכל מוצר טבעוני, תבהיר שהמוצר הופק ללא שעבוד בעלי חיים<sup>243</sup> ולא תתיר כיתוב של רכיבים עמומים בלי לציין שהם מהחי.<sup>244</sup> כך, צרכנים טבעוניים לא יצטרכו עוד לבצע מחקרים בעצמם כדי לברר מה מזונם מכיל. בדומה אפשר להנהיג גם תווית "צמחוני" או תווית "רווחה".<sup>245</sup>

239 הסיבות לטבעונות משתנות אך לעתים קרובות נוגעות להבנת סבל החיות. ראו Wilson, לעיל ה"ש 4, בעמ' 311.

240 השוו Ghaw, לעיל ה"ש 3, בעמ' 63-64; Ayres, לעיל ה"ש 185, בעמ' 18.

241 אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 362.

242 כבר בשנת 2006 ערכה עמותת אנונימוס קמפיין נגד הטעיית צרכנים לגבי ביצים. דדי שי "הטעיה בפרסום" nrg 19.9.2006 [www.nrg.co.il/online/1/ART1/480/814.html](http://www.nrg.co.il/online/1/ART1/480/814.html)

243 Winders, לעיל ה"ש 198, בעמ' 476-477, 485; Ayres, לעיל ה"ש 185, בעמ' 4, 15.

244 השוו Basas, לעיל ה"ש 5, בעמ' 1302-1305.

245 לזלי וסאנסטיין הציעו להוסיף למזון תווית שתספק את מרב המידע השימושי הנגיש לגבי רווחת בעלי חיים. Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 130-135. סאליבן הציעה הרמוניזציה, אימות ואינטגרציה בתיוג הרווחה של בעלי חיים: Sullivan, לעיל ה"ש 6, בעמ' 416-419. בעיניי, רווחה כעניין רווח היא רעיון בלתי-אפשרי הכלוא בין צרכן שמבקש שפע של מזון שהופק מניצול בעלי חיים לבין תעשייה שפועלת בקנה-מידה עצום שאינו מאפשר מרחבים,

הרובד השלילי של התיוג, שהוא הצעה מקורית, הוא סימול התאכזרות על כל מוצר מהחי. לאור ההטעיה השיטתית מוצע שלא להסתפק בהפסקת ההטעיה אלא לעשות צעד אקטיבי לתיוג, שיחייב את יצרני המזון מהחי להוסיף לכל מוצר איור קטן של בעל החיים המדוכא. כך, למשל, כל חלק-גופה שיימכר יכלול איור של בעל החיים שנשחט כשהוא דומע; כל מוצר שיכלול רכיב שנלקח מהחי – חלב, ביצים ודבש – יכלול איור של בעל החיים שממנו נלקח המוצר כשהוא עצוב. אפשר להוסיף מידע בסגנון הכתוב על קופסת הסיגריות: "מוצר זה הופק בניצול בעלי חיים". כל פרסומת למוצר מהחי תכלול כיתוב כזה, בצירוף איור קטן כמוצע. בהצעה אוטופית זו, שנדמה כי היא מקדימה את תקופתה, יש ממד ניכר של צדק פואטי משום שהיא פועלת בדיוק במישור שבו פועלת התעשייה – אך בכיוון שמשקף לא רק אינטרסים בסיסיים של בעלי החיים אלא גם את האמת. הסימון המוצע יכול להיות בינארי או להתייחס להיקף הניצול ולדרגתו.<sup>246</sup> פירוט של היקף הניצול, שהוא מהלך חיובי בעיניי, עשוי לתת משקל לאחוז הרכיבים מהחי במוצר, לממדי הניצול ולהיבטים נוספים. מובן כי בניית מדרג כזה כרוכה באתגרים ובקשיים: כיצד מכמתים סבל? כיצד להשוות בין ניצול לניצול? האם גריסת אפרוחים גרועה מחיים בכלובי סוללה? מעבר לכך: עד כמה מסוגל הצרכן להבין את הדקויות ולהתמודד עם היצף המידע? השאלות והתשובות יחכו לעתיד, אולם כבר כעת ניכר שינוי חברתי ותרבותי בתפיסת בעלי החיים, ואל למשפט להיות מאחור. הגיעה העת לשינוי של הדין הקיים או לפיתוח דין חדש שיתאים להתפתחויות החברתיות.

תשומת לב לבעלי החיים וכדומה. הביקוש הצרכני למוצרים מהחי במחיר זול, בצד סיווג בעלי החיים כרכוש – שמתיר בעלות לתאגידים תאבי רווחים – בהכרח באים על חשבון רווחת החיות, כעניין של כלכלה פשוטה. ראו Ibrahim, לעיל ה"ש 187, בעמ' 90-93, 97-104; Wilson, לעיל ה"ש 4, בעמ' 313-314; Tao, לעיל ה"ש 3, בעמ' 339-344; שיפור בתנאי הגידול אינו יעיל ולכן לא קרה ולא יקרה; רווחה היא יקרה מאוד. אנדרסון כתב שרוב הצרכנים, ואפילו מיוזמים, עשויים לטרב לשלם יותר על מוצרי רווחה, ושצרכנים נוטים להביע העדפה למזון שגודל בהומניות אך להצביע בארנק ולבחור במוצר הזול. Anderson, לעיל ה"ש 171, בעמ' 50, 55. טבעונות, להבריד מצריכה רווחתית, היא בחירה כלכלית פשוטה ולכן חינוך צרכנים הוא הדרך. Ibrahim, לעיל ה"ש 187, בעמ' 91, 113, 115. לליקוי הפילוסופי בגישת הרווחה, בצד צידוד בה כפשרת ביניים פוליטית, ראו Robert Garner, *Animal Welfare: A Political Defense*, 1 J. ANIMAL L. & ETHICS 161, 163-73 (2006). לביקורת חריפה על גישת הרווחה כמאזנת כל עימות בין אינטרסים חיתיים לאנושיים לטובת האחרונים, וככושלת לשנות את מצבם העגום של בעלי החיים, ראו Gary L. Francione, *Animals, Property and Legal Welfareism "Unnecessary" Suffering and the "Humane" Treatment of Animals*, 46 RUTGERS L. REV 721, 724-67 (1994); Gary L. Francione, *Animal Rights and Animal Welfare*, 48 RUTGERS L. REV. 397, 426-37 (1996).

246 לאחרונה הציע פרנקלין גילוי פרקטיקות מזיקות בתגיות מזון, בדומה למידע התזונתי, בצורת טבלה של רשימה רחבה של פרקטיקות פוגעניות ולסמן אלו נעשו ואלו לא. כמוני הוא הציע הן מערכת תיוג מנדטורית והן שדיני הגנת הצרכן יתנו מענה הולם לתיוג שווא. Franklin, לעיל ה"ש 94, בעמ' 302, 311, 315-316.

## 5. הקשיים

הצעת כוללת קשיים שראוי להתמודד עמם. אשר לסוגיית ההטעיה האקטיבית, אפשר לתהות מדוע שזו תיפסק בשעה שלא מופעלות סנקציות בגינה. לדעתי, ככל שמערכת המשפט תשלח מסרים ברורים במקרים המעטים שיוגשו תובענות ייצוגיות בנושא, תלך ותיווצר הרתעה. אשר לסוגיית הסימון הטבעוני, יש חששות הנוגעים לסטריאוטיפים שליליים שדבקו בטבעונות – למשל בקשר לבריאות<sup>247</sup> ולגבריות<sup>248</sup> – מה שעלול להוביל לאנטגוניזם צרכני.<sup>249</sup> איני סבור שסימון כאמור ייצור בעיה קשה. יצרן מזון טבעוני שמעוניין להימנע מסטריאוטיפים יורשה לציין, במקום המילה "טבעוני", שהמוצר הופק ללא ניצול של בעלי חיים. חששות אחרים נוגעים לעומס מידע<sup>250</sup> ולטעות צרכנית בפירוש מידע חדש.<sup>251</sup> גם אלה אינם חששות ייחודיים או כבדים מדי.<sup>252</sup> תגיות הן יעילות ככל שהן בהירות, פשוטות ואמינות.<sup>253</sup> כל מידע חדש מצריך זמן הפנמה, ומתווכים מהזירה החברתית ודאי ינסו להבליטו. ברור שלא כל הצרכנים יבינו, יקראו ויתעניינו, אך שינוי מהותי עשוי להתחולל בכל זאת. מסר בדבר ניצול בעלי חיים אינו מצריך מאמץ מיוחד מצד היצרן (כמו ניתוח רכיבי מזון) או מצד הצרכן, שגם אם לא יבין את מלוא המסר, מלאכת הבנתו ודאי תהא פשוטה יותר ממלאכת הבנתם של שמות רכיבים מורכבים במוצרים רבים.<sup>254</sup>

אפשר כמובן לטעון שיש היבטים חשובים אחרים במוצרי מזון שאינם שקופים כיום – השפעה סביבתית, תנאי העסקה וכדומה – ולתהות אם יש הצדקה לטענה ייחודית בנוגע למוצרים מן החי בתעשיית המזון. בתשובה לטענה זו אבקש לטעון, ראשית, שאין ניצול

- 247 Rachel's, לעיל ה"ש 105, בעמ' 893.
- 248 Adams, לעיל ה"ש 103, בעמ' 177, 180; Kubberød et al., לעיל ה"ש 88, בעמ' 107-108; Loughnan, Bastian & Haslam, לעיל ה"ש 12, בעמ' 105.
- 249 Basas, לעיל ה"ש 5, בעמ' 1283-1284.
- 250 לצרכן הממוצע אין זמן ונטייה לניתוחים. התוויות מסייעות בבחירתו ועומס המידע עלול ליצור קקופופניה. Timothy D. Lytton, *Signs of Change or Clash of Symbols? FDA Regulation of Nutrient Profile Labeling*, 20 HEALTH MATRIX 93, 95-96 (2010). כן ראו אורנה דויטש, לעיל ה"ש 16, בעמ' 362; Annunziata, Ianuario & Pascale, לעיל ה"ש 69, בעמ' 519.
- 251 Cranston, לעיל ה"ש 7, בעמ' 91-92.
- 252 גם המידע התזונתי הוא חדש יחסית והצרכן למד להתמודד עמו. בארצות-הברית היה המידע הקלורי היה האחרון להתווסף לחובת הגילוי. Nutrition Labeling and Education Act of 1990, Pub. L. No. 101-535, § 2, 21 U.S.C. § 343(q)(1) (1990); Degnan, *Right-to-Know* ה"ש 163, בעמ' 54. להתמודדות עם חשש זה בהקשר הטבעוני-צמחוני ראו Ayres, לעיל ה"ש 185, בעמ' 20-22.
- 253 Taylor, לעיל ה"ש 83, בעמ' 111; Annunziata, Ianuario & Pascale, לעיל ה"ש 69, בעמ' 520, 529; Tootelian & Ross, לעיל ה"ש 69, בעמ' 27, 36-37; Degnan, *Right-to-Know*, לעיל ה"ש 163, בעמ' 58. בקשר לרווחת בעלי חיים בתעשיית המזון ראו IGD REPORT, לעיל ה"ש 92, בעמ' 36.
- 254 גם פרנקלין, שהציע לתייג פרקטיקות פוגעניות, הביע חשש מבלבול צרכנים שאינם מכירים את הפרקטיקות והטעים שעל התגיות להיות קלות להבנה. Franklin, לעיל ה"ש 94, בעמ' 317, 327.

גדול, שיטתי ואכזרי כניצול בעלי החיים,<sup>255</sup> וקשה לחשוב על מסרים מסלפים דומים בהיקפם ובעומקם בתעשיות אחרות. במצבי ניצול אנושי קיצוני, למשל בחוות יזע, המשווק אינו מפרסם את מוצריו במצגי שווא על תנאי עבודה נעימים: לא יוצגו לצרכנים דמויות מאוירות ומלאות שמחה במפעל רחב ומפנק. שנית, ולא פחות חשוב, גם בהיבטים אחרים של ייצור מזון שקיפות היא מפתח צרכני מצוין, ואפשר בהחלט להרחיב את הצעת היבטים נוספים של ייצור לא אתי. לדיני הגנת הצרכן יש פוטנציאל להגן על צרכנים בהפחתת פרסום בעייתי ובחשיפתם למידע, ובכך לצמצם בעקיפין פגיעות תעשייתיות מקיפות ששעונות על בורות ועל ערפול צרכני. כך באשר לתעשיית המזון מהחי וכך באשר לתעשיות אחרות. התנגדות מרכזית להצעות שהועלו במאמר זה צפויה כמובן להגיע מתעשיית המזון.<sup>256</sup> זו מעוניינת להמשיך ולהסתיר ובעיקר להרוויח. היא עשויה לטעון שיש לה חופש שלא להתבטא או להתבטא כרצונה;<sup>257</sup> אלא שטיעון זה מתנגש עם חובת הגילוי.<sup>258</sup> לחלופין, התעשייה עשויה לגרום שלצרכנים לא באמת אכפת מהפגיעה בבעלי החיים. טענה זו קורסת אל תוך עצמה, שכן אם זה המצב סביר שהיצרנים לא יספגו נזק ארוך טווח.<sup>259</sup> הסימון השלילי הולם במיוחד עבור יצרנים שהטעו בפרסום, ואפשר אף לפנות בהקשר זה לחוק הקיים;<sup>260</sup> הוא הולם גם יצרנים שנהנים מעננת ההסתרה והשקר התרבותית והצרכנית. התעשייה מושקת מלטעון נגדו לאחר עשרות שנים של מצגי שווא והסתרה. יש אפילו יתרון לתעשייה בתיוג כאמור: מניעת תביעות בגין הטעיה צרכנית.<sup>261</sup> מעבר לכך, העובדה שתעשייה תתנגד להסדרתה – בכל היבט שהוא – אינה מאיינת את הצורך החברתי בהסדרה.<sup>262</sup>

255 לזלי וסאנסטיין הדגישו שקשה למצוא אזורים אחרים שבהם המחויבויות המוסריות הקיימות מוזנחות בשוק הקיים רק מפני שהפרקטיקות אינן גלויות. Leslie & Sunstein, לעיל ה"ש 2, בעמ' 137-138.

256 Ayres, לעיל ה"ש 185, בעמ' 25.

257 השוו Degan. *Right-to-Know*, לעיל ה"ש 163, בעמ' 58.

258 אנדרסון הדגיש שהרטוריקה של בחירת הצרכן מתחרה ברטוריקה של חופש כלכלי, וציין שהרחבת חוקי התיג לכלול מידע על שיטות הפקה יכולה לסייע בצמצום הפגיעה בחיות. Anderson, לעיל ה"ש 171, בעמ' 50, 55.

259 אף אם יתברר שלצרכנים לא אכפת מה הם אוכלים, אין ליצרנים זכות להותירם בעלטה. ראו Ayres, לעיל ה"ש 185, בעמ' 19, 26.

260 ס' 33(א) לחוק הגנת הצרכן מאפשר לצוות לפרסם ברבים תיקון לפרסום המטעה. הגם שאין אף פסק דין שהורה כאמור (דויטש כרך ב, לעיל ה"ש 17, בעמ' 694), יש בכך פוטנציאל וצדק פואטי רב.

261 מרבית התביעות נגד חברות הטבק בוססו על הטיעון שהן לא יידעו את הצרכנים כראוי לגבי הסיכון בשימוש במוצר. כך הודגש גם לגבי אלכוהול. Taylor, לעיל ה"ש 83, בעמ' 112. לגבי מוצרים מהחי, הסיכון בתביעה נוגע להטעיה לגבי תנאי החזקת חיות, מושא לתביעות צרכניות שונות בישראל.

262 סטת'ופולוס הרחיבה מאוד על הפגיעה הבריאותית הכרוכה בתעשיית המזון מהחי, הציעה סטנדרטים לטיפול והתייחסה לכך שהתעשייה מתנגדת להסדרה מחשש לאבדן רווחיות. Stathopoulos, לעיל ה"ש 105, בעמ' 439-444.

קושי נוסף נוגע למוצרי מזון מיובאים. אפשר להיערך לקושי זה. כפי שראוי לסמן מוצרים מהחי שיוצרו בישראל, ראוי לסמנם כשהגיעו מחו"ל; לבעלי החיים אין זהות לאומית ואין כל חשיבות לשאלה אם נוצלו כאן או שם.<sup>263</sup> מי שרוצה לייבא, ידאג לעמוד בסטנדרטים המקומיים של סימון וישלם את העלות – או שישלם את המחיר.<sup>264</sup> אין סיבה שדיני הגנת הצרכן המקומיים ישתתקו. אדרבה, אפשר שהסימון המקומי יחלחל החוצה ויעורר השראה עולמית בצורה שתייצר מרוץ לפסגה במקום מרוץ לתחתית.

לבסוף, אפשר לסבור שתיוג כאמור לא יפסיק את הפגיעה בבעלי החיים ולא את הצריכה הפוגענית, כשם שהאזהרה על קופסת הסיגריות אינה עוצרת את העישון. ההקבלה בין סיגריות ואלכוהול לבין מוצרים מהחי מעניינת אך לא אוכל להתעמק בה מפאת מגבלות היריעה. אציין רק שבשני שדות הצריכה הצרכן חווה דיסוננס – עונג צרכני אל מול נזק צריכתי מצער או לפחות בלתי־רצוי (הנזק והניזוק כמובן שונים); בשני השדות לא חסר מידע למי שמחפש אחריו, אך יש פער בין מידע ברובד הכותרת, שתמיד נשמע רע פחות, למידע ברובד החוויה. המשווק מדגיש את העונג והתגמול החברתי הכרוכים במוצר – ומטשטש, מעמעם ומסתיר את נזקיו; הצריכה מתבססת על חוויה ממכרת שקשה לצרכנים לדמיין התנתקות ממנה גם למשמע נזקיה; שפע פרסומות והטיות חברתיות־תרבותיות גורמות לצרכן לפעול בניגוד לערכיו; בשני המקרים משתתפים במשחק כוחות כלכליים אדירים, לוביזם חזק והון תועפות שמתגלגל ומגיע גם למדינה. כך, הדגשת המידע מקבלת חשיבות גדולה. יש גם הבדלים מהותיים בין תעשיית הטבק לתעשיית המזון מהחי: הראשונה כרוכה בפגיעה בריאותית מובהקת בצרכן, מה שהופך את פרסומיה לשאלה של מדיניות בריאות;<sup>265</sup> היא כוללת עלות גבוהה למשלם המסים.<sup>266</sup> תעשיית המזון מהחי גדולה יותר ולכן כוחה לבלום חקיקת־נגד גבוה יותר; צרכניה רבים יותר ואינם צפויים לתמוך בצעדים שהתעשייה מתנגדת להם. איסור הפרסום והתוויות המזהירות לא עצרו את תעשיית הסיגריות.

הגם שאיני חולק על כך שיש הבדלים משמעותיים בין התעשיות, הבדלים אלה אינם מחלישים את הצעותיי. אכן, הפגיעה של תעשיית המזון מהחי בבריאות הצרכן טרם בוססה, אך גם המאבק המדעי בנוגע לסיגריות היה ממושך. חשוב מכך: הבריאות היא היבט אחד מני כמה בתעשיית המזון מהחי, וההיבטים האתיים שהדגשתי יעניינו צרכנים רבים. אלו שלא יתעניינו – לא יפגעו מהצעתי. גודל התעשייה אינו מציב אותה מעל החוק והעקרונות, ומי שסבור שהתוויות אינן משפיעות, אין לו סיבה להתנגד להן. גם לצרכנים אין סיבה ממשית להתנגד: המהלך אינו שולל מהם מוצרים ואינו פוגע באוטונומיה שלהם אלא דווקא מרחיב

263 להרחבה על דיסוננס מקומם – איסור על התעללויות בבעלי חיים בישראל בצד ייבוא מסיבי של מוצרים שהופקו בחו"ל בהתעללות זהה – ראו אסף הרדוף "רחוק מהעין, רחוק מהמצפון: מימון ישראלי לאכזריות זרה לבעלי חיים" המשפט כא 105 (2016).

264 פרשת היינץ־רמדיה המפורסמת מראה שהמשפט הישראלי לא ישלים עם פגיעה בצרכנים ישראליים וימצא כתובת מקומית להטלת אחריות גם כשמקור הפגיעה הוא בחו"ל.

265 Henry Saffer & Frank Chaloupka, *The Effect of Tobacco Advertising Bans on Tobacco Consumption*, 19 J. HEALTH ECON. 1117, 1117–18 (2000).

266 תביעה נגד היצרניות הסתיימה בפשרה היסטורית ובניסיון להגן על ילדים ולכן נאסרו פרסומות חוז, חסויות ועוד. ראו ARENS, לעיל ה"ש 34, בעמ' 70.



אותה. אכן, טיעון מרכזי כללי נגד תיוג הוא היעדר אפקטיביות,<sup>267</sup> אולם ייתכן שרכים יותר היו צורכים סיגריות אלמלא האזהרות. יש הסבורים שהאזהרות אפקטיביות וש אפשר לחשוב על דרכים להגברת יעילותן.<sup>268</sup> כמו כן, יש רכיבים בתיוג שעשויים להשפיע.<sup>269</sup> כך, למשל, לתגית שלילית יש פוטנציאל להשפעה פסיכולוגית על הצרכן.<sup>270</sup> אפקטיביות התיוג תלויה, כמובן, במטרתו. אפשר להסתפק במטרה של העלאת מודעות, שהיא מטרה צנועה יותר משינוי של דפוס התנהגות.<sup>271</sup> כך, סימון מוצרים פוגעניים לא יפסיק את הצריכה, אך הסילוף והטשטוש הצרכני ייסוגו מעט, סימני השאלה הצרכניים יתגברו, השיח יעמיק, המציאות תיחשף – ועמה אולי גם תתעורר החמלה.

יש לזכור שבעולם בעלי החיים, אפילו לשינוי קטן יש משמעות גדולה: הפחתת הצריכה פירושה ייצור פחות בעלי חיים בתעשייה. לכל שינוי צרכני יש משמעות במניעה של חיי סבל רבים. אפילו אם הסימון לא ישפיע על התנהגות הצרכנים אלא רק על מודעותם, הוא עשוי לגרום לאפקט מצנן ליצרנים, ויהיו כאלו שיעדיפו למצוא דרך לספק מוצר פחות פוגעני.<sup>272</sup>

## סיכום

“אם קירות בתי המטבחיים היו שקופים, כולם היו צמחונים” (פול מקרטני).

מילותיו של מקרטני רומזות לתמונות השחיטה המוסתרות מאתנו, תמונות שאינן מעוררות תיאבון. גם הנעשה ברפת, בלול ובמדגרה צפוי לעורר במתבונן יותר בחילה מאשר תיאבון, ואילו היו קירותיהם שקופים, סביר לשער שרכים היו בוחרים בטבעונות. לחשיפה של מה שמוסתר מהצרכנים יש פוטנציאל לשינוי. האדם מנצל, משעבד וטובח בבעלי החיים אלפי שנים. בעבר היה הטבח אקראי ונדיר יותר, והשעבוד והניצול היו קשים פחות. בעלי החיים היו נראים יותר וכך גם ניצולם. כיום, מספר בלתי נתפס של בעלי חיים משועבד ונטבח על דינו, והם אינם נראים אלא מועלמים תחת מסך עשן כבד.<sup>273</sup> צפייה בתמונות התעשייה

267 Annunziata, Ianuario & Pascale, לעיל ה"ש 69, בעמ' 519, Tootelian & Ross, לעיל ה"ש 69, בעמ' 26; Black, לעיל ה"ש 75, בעמ' 536-540.

268 ראו, למשל, Frank J. Chaloupka, Michael Grossman & Henry Saffer, *The Effects of Price*, 26 ALCOHOL RES. & HEALTH 22 (2002); Melanie Wakefield et al., *Effect of Televised, Tobacco Company-Funded Smoking Prevention Advertising on Youth Smoking-Related Beliefs, Intentions and Behavior*, 96 AM. J. OF PUB. HEALTH 2154 (2006); Saffer & Chaloupka, לעיל ה"ש 265.

269 כגורל האזהרה. Taylor, לעיל ה"ש 83, בעמ' 111.

270 גלית עמרן ברימן עמימות טיב המוצר וקיצוניות תווית האזהרה על מוצרי מזון והשפעתן על תגובת הצרכן 2-5 (עבודת גמר לתואר מוסמך, אוניברסיטת חיפה – החוג לפסיכולוגיה, 1999).

271 Taylor, לעיל ה"ש 83, בעמ' 110-111.

272 השוו לתמרוץ של בעלי מסעדות להוסיף מוצרים בריאים לנוכח חובת סימון קלורי: Black, לעיל ה"ש 75, בעמ' 544, 551.

273 Loughnan, Bastian & Haslam, לעיל ה"ש 12, בעמ' 104.

כמו מנתקת אותנו מהעולם ומכניסה אותנו לסייט; אולם זהו העולם שיצרנו אנו עבורם ואנו אחראים לו כצרכנים.<sup>274</sup> האדם המודרני מכור לעונג הקולינרי מהחי אך מבועתת מתמונות השחיטה; הוא זולל בתוך בועה שתעשיית המזון מהחי וגורמים נוספים ייצרו ומתחזקים עבורו – בועת פורות, שזעקות הכאב אינן חודרות בעדה. פעילים חברתיים מנסים לפוצץ את הבועה. דיני הגנת הצרכן הם אמצעי פוטנציאלי חשוב, סיכה נוספת, במאמץ לפוצץ את בועת הבורות הצרכנית. ראוי שהמשפט בכלל והאקדמיה המשפטית בפרט יהיו חוד-חנית או למצער חוד-סיכה במאבק להגן על האוכלוסייה המנוצלת ביותר בעולם, ולא חוד-סכין קצבים המופנה לצווארם של יצורים שכל חטאם הוא התמכרותנו לטעם של גופם והפרשותיהם. מערכת משפט היוצאת נגד דיכוי, אלימות, ניצול וטבח אמורה לדכא את תעשיית המזון מהחי ולא לתמוך בה. מכיוון שנראה כי אין ברצונה או בכוחה לעשות זאת, לכל הפחות עליה לצמצם את שולי האכזריות של תעשיית המזון מהחי, לחשוף את ליבת האכזריות, ולהקל על מעבר חברתי לטבעונות.<sup>275</sup> מעבר כזה אינו כרוך בהקרבה גדולה, וכשיותר צרכנים יעברו לטבעונות, תאגידים יגיבו בשינוי הפרקטיקות שלהם<sup>276</sup> ובהצעת שפע של מוצרים חלופיים.<sup>277</sup> ההיצע הקולינרי הטבעוני הישראלי עשיר וטעים כבר כיום, ותל אביב אף הוכרזה ב־2015 כיעד הטבעוני הטוב בעולם.<sup>278</sup> מעבר לטעם הנפלא: עבור אלו שמנוצלים בסתר, מודעות צרכנית היא עניין של חיים ומוות.

274 Draeger, לעיל ה"ש 108, בעמ' 277.

275 המשפט יכול לעודד גם יוזמות מתונות נוספות, כהפחתת צריכה מהחי, למשל יוזמת "שני צמחוני" (או טוב בהרבה, "שני טבעוני"). Torrez, לעיל ה"ש 3, בעמ' 515-516.

276 Winders, לעיל ה"ש 198, בעמ' 456.

277 Ibrahim, לעיל ה"ש 187, בעמ' 113.

278 רוני קשמין "עכשיו זה רשמי: תל אביב היא בירת הקולינריה הטבעונית" הארץ – אוכל [www.haaretz.co.il/gallery/recipes/food-news/1.2622325](http://www.haaretz.co.il/gallery/recipes/food-news/1.2622325) 26.4.2015