



## בית-המשפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-03-20453 עו"ד לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ

בפני כבוד השופט גיא הימן

עו"ד אסף לוטן

התובע

נגד

לוג טק תקשורת בע"מ

הנתבעת

בעצמו

בשם התובע:

עו"ד גיא אופיר

בשם הנתבעת:

### פסק דין

- 1
- 2 1. בתובענה זו התיר בית-המשפט את ייצוגה של הנתבעת בידי עורך-דין, בהיותו של
- 3 התובע עורך-דין בעצמו ועל מנת לאפשר לנתבעת למצות את הגנתה כל צורכה.
- 4
- 5 2. שתי שאלות מעוררת התובענה. האחת היא עובדתית, והאחרת משפטית. ראשון
- 6 מבוקש לברר אם שלח התובע את קורות החיים שלו אל הנתבעת, באמצעות רישום באתר
- 7 האינטרנט שלה – פעולה שלטענתה לא ניתן לבצע בלא לאשר כי הנרשם מסכים לשליחתם
- 8 אליו של מסרים שיווקיים בדואר אלקטרוני. השאלה המשפטית היא כלום עלו המסרים
- 9 שנשלחו – 17 במספר, ובגינם הוגשה תביעה זו – כדי "דבר פרסומת", כהגדרתו בסעיף 30א
- 10 לחוק התקשורת (בזק ושירותים), תשמ"ב-1982. **בשתי השאלות אני מקבל את עמדתו של**
- 11 **התובע.**
- 12
- 13 3. הנתבעת היא חברה, המפעילה אתר אינטרנט ([www.mbcv.co.il](http://www.mbcv.co.il)). אחד מעיסוקיה
- 14 הוא בתחום קורות-החיים, ולגולשים מוצעים הכוונה וסיוע הקשורים בכך. בד בבד מפעילה
- 15 הנתבעת מיזם, שכינויו "פרויקט הגולשים לכל מה שחינם ברשת", ובמסגרתו הורכב
- 16 אינדקס של שירותים הניתנים, כנטען, חינם בלבד וכשירות לציבור הגולשים, במגוון ענינים.
- 17
- 18 לטענת הנתבעת, התובע העלה את קורות החיים שלו לאתרה בתהליך של הרשמה
- 19 מקוונת, ובגדרה הוא הסכים כי יישלחו אליו מסרים שיווקיים. בא-כוחה של הנתבעת
- 20 הטעים, ועל כך העיד בפני גם בעליה, כי לא ניתן להירשם לאתר מבלי לאשר מפורשות את
- 21 קבלתם של מסרים כאלה לכתובת הדוא"ל של הנרשם. טענת התובע היא, מנגד, כי הוא



## בית-המשפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-03-20453 עו"ד לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ

1 מעולם לא נרשם באתר הנתבעת, ואם הניחה זו את ידיה על קורות החיים שלו לא היה זה  
2 אלא במעשה תרמית. לאחר שהוגשה תביעתו, סיפר, יצר עמו קשר אדם בשם "אריק לוי",  
3 שהציג עצמו כמאתר מועמדים למשרת מבקר של עמותה העוסקת בבעלי-חיים, ואליו שלח  
4 התובע את קורות חייו בתקווה להתקבל לתפקיד. אלא שלפי הטענה, לא הייתה זו אלא  
5 אמתלה כוזבת, ששימשה את הנתבעת להשיג את קורות חייו. לראיה, הוסיף התובע וטען,  
6 קורות החיים שלו, שאותן הציגה הנתבעת לבית-המשפט, כללו מידע עדכני ביותר, שלא  
7 נרשם בעבר בפירוט קורותיו והוסף רק במסגרת הקשר עם אותו "אריק לוי".  
8

9 האשמה זו היא חמורה ביותר, ועל גורמי החקירה המוסמכים לתת לה דעתם. בגדרו  
10 של הליך זה, איני רואה צורך לקבוע ממצאים באשר לה. זאת, לא אך משום שלפי הנטען  
11 הונחו הדברים לפתחה של משטרת ישראל, אלא היות שדי לי בתשתית הראייתית שבפני,  
12 להכרעה בשאלה העובדתית. שמעתי את דברי התובע בעדותו. הם עשו עלי רושם של דברים  
13 מהימנים. מן העבר האחר, לא הביאה הנתבעת ולו בדל של ראיה לכך, כי התובע ערך הליך  
14 של רישום באתרה. חזקה על הרשמה מקוונת כי פרטיה, לרבות התאריך והשעה שבה  
15 נעשתה, מתועדים ונשמרים במאגר נתונים שבידי בעלי האתר. אם שומר האתר בידי את  
16 כתובת הדוא"ל של הנרשמים, אף את טופס קורות החיים שלהם, יש להניח כי הוא שומר גם  
17 את פרטיה של ההרשמה שבוצעה. אלא שבעינינו של התובע לא הוצג כל פירוט כזה. נותרה,  
18 לבדה, טענה בעלמא בדבר רישום לאתר, כשהיא מגובה בקורות החיים של הנתבע – טענה  
19 וראיה שזכרן לא בא בכתב-ההגנה, והועלו רק כחודשיים לאחר שהוגש. "יש ברשותנו",  
20 כתבה הנתבעת באותו כתב הגנה, "אישור למשלוח דבר פרסומת לתובע אותו נציג בדיון". כל  
21 אישור כזה, כשהוא נושא פרט כלשהו מפרטיו של התובע, לא הוצג. מסקנתי היא, כי לא  
22 הוכח שהתובע אישר לנתבעת לשלוח מסרים לתיבת הדוא"ל שלו.  
23

24 4. אך גם אל מול קביעה זו לא נותרה הנתבעת חסרת מענה. בפיה טענה נוספת, והיא כי  
25 המסרים שנשלחו לתובע לא היו דבר פרסומת אסור, אלא הודעות מותרות. וכל כך למה?  
26 בנקודה זו נסמכת הנתבעת על חוות-דעתו המשפטית של בא-כוחה, על דברים המופיעים  
27 באתר האינטרנט של איגוד האינטרנט הישראלי, ועל כתבות מאתרי החדשות של ערוץ 2 ו-  
28 "Ynet", שהוצגו לבית-המשפט. על אף שמדובר באילנות גבוהים למדי, דומה כי המקורות  
29 האחרונים טרם נקבעו כתחליף לדין המחייב בישראל. ואילו מעינינו של הראשון חמקה, כפי  
30 הנראה, מושכלת-יסוד של משפטנו, הלא היא הפרשנות התכליתית, המתחשבת במלות החוק  
31 אך אינה רואה בהן סוף פסוק וחזות הכל.



## בית-המשפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-03-20453 עו"ד לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33

סעיף 30א לחוק התקשורת קובע כך :

"דבר פרסומת" – מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת.

ובאשר לדבר פרסומת, קובע החוק איסור מפורש על שליחתו למי שלא נתן מפורשות את הסכמתו לכך. כך נקבע בסעיף 30א(ב) :

לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת ... (ההדגשה הוספה).

17 פעמים שלחה הנתבעת לתובע הודעות מסדרת "כל מה שחינם ברשת". נכללו בהן הצעות להירשם ללא תשלום להרצאה כיצד להיות "יועץ ומאמן לכלכלת המשפחה"; להיפגש ללא חיוב עם אנליסט, המלמד לסחור במטבע חוץ, בסחורות ובמניות; להיבדק חינם בידי רופאים מומחים להסרת משקפיים בלייזר; לאתר עבור התובע בלא כל תמורה מסלול ללימודים במוסדות לימוד בארץ; לשלוח בשמו, ללא תשלום, בקשה ל"גוף מקצועי" המלמד "ללא התחייבות" איך לפעול בשוק ההון מהבית; להצטרף לשיעור ניסיון חינם, בקורס בן חצי שנה בתחום המיגון ואבטחת הבית; להבטיח את מקומו ב"הרצאה מרתקת", ללא תשלום כמובן, בנושא של שוק ההון; להירשם ל"מפגש הדרכה מרתק ללא תשלום וללא התחייבות ובלי להרגיש כמו במסע מאיים אל הלא נודע" לקראת מסלול לימודים ייחודי שיאפשר לו פריצת דרך; הצעה להתנסות והדגמה חינם של מכשיר חדשני לעיסוי שיאצו רפלקסולוגי; הצעה להרצאה ללא תשלום כיצד להרוויח מהשקעה בנדל"ן; ואפילו הצעה להתנסות והדגמה חינמיים לחלוטין של כורסת בריאות מהפכנית לשיקום הגב, המומלצת "גם כפינוק – אם תשב לא תרצה לקום...".

עוד שירות אחד – של הבהרה משפטית – ואף הוא ללא תשלום, סיפקה הנתבעת באדיבותה לרשימת נמעניה. באתר האינטרנט שלה הופיע קישור שכותרתו "דרכי התקשורת עימנו". כמו חזתה הנתבעת את סיבת ההתקשרות עמה, הובילה לחיצה על הקישור הזה להודעה הבאה :



## בית-המשפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-03-20453 עו"ד לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ

1 "לא ניסינו למכור לך שום דבר!  
2 לא ניסינו לעודד אותך להוציא כספים בשום דרך!  
3 המטרה שלנו היא לשתף כמה שיותר גולשים בישראל  
4 במידע חינם אודות מגוון שירותים חינמיים שהצלחנו לאתר  
5 ואו שנמסר לנו על ידי גולשים אחרים – כל זאת ע"י ריכוז  
6 והצגתו בדפים נוחים וידידותיים למשתמש, ולכן, הדיור  
7 שלנו נחשב בגדר מידע לציבור (כמו מסרים פוליטיים וכשך  
8 עומד בדרישות החוק החדש (חוק התקשורת (בזק  
9 ושידורים) (תיקון מס' 40), התשס"ח-2008). בכל מקרה  
10 נסיר אותך מרשימת התפוצה שלנו".  
11  
12 5. למקרא הדברים מותר, ראשית, לתהות: אם כל מסר שיווקי לא נשלח, מדוע זה  
13 נדרשים הנרשמים לאתרה של הנתבעת לאשר את קבלתם של מסרים שיווקיים? אך חשוב  
14 מכך: רהוטה ככל שתהא, כנה ככל שהיא נחזית, הודעתה זו של הנתבעת אינה משכנעת מן  
15 הבחינה המשפטית. הידרשות לתכליתו של סעיף 30 לחוק, כמו גם להיסטוריה החקיקתית  
16 שלו, איננה תומכת בפירוש שמבקשת הנתבעת לצקת בו. בדברי ההסבר להצעת החוק משנת  
17 2005 הטעימו מנסחיה שני יסודות למונח "דבר פרסומי": מידע המופץ לקבוצה גדולה של  
18 נמענים; ומטרתו "לעודד הוצאת כספים בכל דרך" (הצעות חוק הממשלה 182, 20.6.05,  
19 בעמ' 886. ראו גם דבריו של ח"כ משה כחלון, יושב ראש הוועדה המשותפת לוועדת הכלכלה  
20 ולוועדת המדע והטכנולוגיה של הכנסת ה-17, בדיון בקריאה השנייה והשלישית בתיקון  
21 לחוק (דברי הכנסת מיום 27.5.08, בעמ' 27)). במרכיב אחרון זה נמנע המחוקק במתכוון  
22 מהצרת גבולותיה של ההגדרה. אדרבה, הוא הרחיבה כך שתקיף סוגים שונים של ביטויים,  
23 שהמשותף להם הוא כי בעקבותיהם ידורבן הנמען, בכל דרך שהיא, לשלם.  
24  
25 אין כל דרישה כי התשלום הזה יועבר ישירות מן הנמען לידי השולח; אף לא כי  
26 האינטראקציה בין השניים תהא, בכל שלביה, התקשרות בתמורה. עיקר הוא בתכליתו של  
27 סעיף 30א: למנוע ממפרסמים לגרום לאדם, במישרין או בדרך עקיפה, להוציא כספים  
28 בעקבות הודעה שנשלחה אליו. עיון בהודעות שקיבל התובע מעלה, באורח שאין ברור ממנו,  
29 כי גם אם מוצעת בהן הטבת חינם, הרי שבהטבה זו אין ההצעה מתמצית. תכליתה היא  
30 לפתוח בפניו של הנמען נתיב לקשר עמוק יותר עם מספק השירות, כך שמייד לאחר ההרצאה  
31 החינמית, מפגש המבוא המרתק או ההדגמה ללא תשלום, תבוא התקשרות עסקית שמהותה



## בית-המשפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-03-20453 עו"ד לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ

קבלת שירותים בידי הנמען תמורת תשלום כספי. אמת, איש אינו מצמיד לרקתו של הנמען  
אקדח, הכופה עליו את ההתקשרות, אלא שלא בכך הענין. הענין הוא בזה, שאלה הם "דברי  
פרסומת" לכל דבר. "מידע לציבור", לשון הנתבעת בהודעתה לעיל, איננו מונח שבו עושה  
החוק שימוש. גם דבר פרסומת הוא "מידע לציבור". מידע כזה בדיוק ביקש המחוקק למנוע  
מציבור נמעניו של "דואר זבל" כמו זה ששלחה הנתבעת לתובע.

6. על הצורך ליתן למונחי החוק פירוש תכליתי עמדו ערכאות המשפט. בת"א (מחוזי  
ת"א) 1586/09 חיות נ' טלרן מסרים מיידיים בע"מ (5.4.11) הטעימה כב' השופטת דר' מ'  
אגמון גונן, תוך הפניה לדברי ההסבר להצעת החוק, את אותה תכלית:

"את חוק התקשורת, ככל דבר חקיקה אחר, יש לפרש על פי  
תכליתו. בדברי ההסבר להצעת החוק נאמר: 'נוכח ריבוי  
הפרסומים המגיעים ישירות לבתים פרטיים, באמצעות  
פקס, הודעות SMS והודעות דואר אלקטרוני, מצד  
משווקים ומפרסמים המבקשים להציע מוצריהם, גובר  
הצורך להגן על פרטיותם של האזרחים מפני שיטפון פרסומי  
זה, שעל פי רוב, הם אינם מעוניינים בו. בהקשר זה יש לציין,  
כי בדרך כלל החברות מגיעות אל הצרכנים הפוטנציאליים  
בלא היכרות קודמת, דרך מאגרי שמות עליהם הניחו את  
ידן, למורת רוחו של האדם שאינו מעוניין בכך, כאמור,  
ושלא נתן לכך אישור מראש. הצעת חוק זו באה להסדיר את  
ההתקשרות הזו ולאסור עליה בהעדר הסכמת הנמען, כך  
שמותר יהיה להתקשר לצורך שיווק או פרסום של מוצר או  
שירות רק לאחר קבלת הסכמה מראש" (שם).

מייד לאחר הדברים האלה, התייחס בית-המשפט המחוזי לדרכים שהגו מפרסמים  
על מנת לשטות בקביעותיו של החוק ולעוקפו:

"שיטות [שונות] נועדו לעקוף את הוראות סעיף 30א' לחוק  
התקשורת, כאשר התוצאה הלא רצויה של הטרדת הפרט  
וחדירה לפרטיותו נעשית בדרך מתוחכמת יותר, ואף  
מטרידה יותר" (שם).



## בית-המשפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-03-20453 עו"ד לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ

1  
2 על אחת מאותן שיטות עמד בית-משפט זה, מפי **כב' השופט מ' תמיר**, בענין שבא  
3 בפניו לא מכבר:

4  
5 "הודעות שנשלחו לתובע הן אמנם התראות על כך שגולשת  
6 אחרת יצרה עימו קשר, ואין בהן לכאורה הצעה גלויה  
7 ומפורשת לרכישת מוצר או שירות. ואולם, נציג הנתבעת  
8 עצמו הודה במהלך הדיון כי 'במידה וגולש יוצר קשר עם  
9 גולש אחר, אחד משני הצדדים צריך לרכוש מנוי', ועל-כן אין  
10 ספק שההודעות הינן 'דבר פרסומת' כהגדרתו בסעיף 30א(א)  
11 לחוק, שכן מדובר במסר המופץ באופן מסחרי אשר מטרתו  
12 היא לעודד רכישת מנוי אצל הנתבעת" (ת"ק (ת"א)  
13 14311-01-10 **איכנברונו נ' תקשורת דיגיטלית מקוונת**  
14 **בע"מ (28.7.11)**).

15  
16 בפרשות אחרות נקבע, כי אפילו שליחתו של עיתון מקומי, שבו המלצות אודות  
17 מופעים ומקומות בילוי הכרוכים בתשלום, לכתובת הדוא"ל של נמענים, כמוה כשיגורו של  
18 דבר פרסומת (ת"ק (פ"ת) 11126-10-09 **שמעוני נ' עיריית פתח תקווה (כב' השופטת ד' עטר**,  
19 1.8.10); ובדומה, הצעת רישום לקורסים בתשלום, הנשלחת לתיבות הדוא"ל של תלמידי  
20 אוניברסיטה, היא דבר פרסומת אסור (ת"ק (ת"א) 36975-03-10 **מור נ' אוניברסיטת תל**  
21 **אביב (כב' השופט א' רוני, 19.8.10)**).

22  
23 7. "קביעה לפיה שיטות אלו אינן מנוגדות להוראות החוק", הוסיפה וכתבה **השופטת**  
24 **אגמון-גונן**, "תרוקן את החוק מתוכן" (ת"א 1586/09 **חיות הנ"ל**). ובכך מצוי הענין כולו.  
25 פירוש דווקני של החוק, הנצמד למילותיו ומתעלם מן התכלית שלשמה בא לעולם, עשוי אולי  
26 להכשיר הודעות כמו זו ששלחה הנתבעת, אך הוא חוטא לרוחו של החוק ולרבותא שבו. אלו  
27 ביקשו לשרש את המנהג המקומם, המטריד ונעדר תום הלב של שולחי ספאם לסוגיו, תהא  
28 האדרת שבה הוא מולבש שקופה יותר או פחות.

29  
30 דומה, כי ראשוניים הבינו זאת שולחי ההודעות הללו. ומתוכה של אותה הבנה צמחו  
31 אמצעי הנגד, יסוד מוסד ב"לוחמה" משפטית זו, שבה לעולם יבקש צד להקדים את רעהו  
32 במרוץ חימוש יצירתי ומתחכם, שלפרקים דומה יותר לקרב מאסף של המחוקק באלה



## בית-המשפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-03-20453 עו"ד לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ

- 1 החפצים להתל במילותיו, ולהרוויח את לחמם על חשבונן של פרטיות הנמען ושלוות נפשו.  
2 דבר זה שומה על ערכאות השיפוט למנוע. הדרך לכך היא העמדתה לנגד עינינו של תכלית  
3 החוק, ובחינת עובדותיו של כל מקרה במבט מהותי הנגזר מתכלית זו.  
4  
5 בחינה מהותית מבדילה בנקל בין יוזמות פילנתרופיות של גורמים שונים, ברשת  
6 האינטרנט ובאמצעים אחרים, לבין פרסומת מוסווית שמטרתה גריפתו של רווח כספי.  
7 בחינה מהותית מאפשרת לסלק את המסך, המבקש להסתיר מן העין כי לא את ענינו של  
8 האחר רואה, לא אחת, בעל היוזמה, כי אם את ענינו-שלו. בחינה מהותית מגלה כי לא רווחת  
9 הגולשים עמדה לנגד עיניה של הנתבעת דנן, כי אם אינטרס עסקי ברור ומובהק.  
10  
11 8. בדבר אחד הצדק הוא עם הנתבעת. המחוקק ביקש להחריג מפורשות מסרים בעלי  
12 תכנים פוליטיים מגדרי האיסור שבחוק. אפשר, שהדבר נעשה במצוותו של חופש הביטוי  
13 הפוליטי והעדפתו על זה המסחרי, ואפשר שמקורו בכך שהמחוקק אינו אלא צביר של  
14 גורמים בעלי סדר יום פוליטי. ואולם, כל גזירה שווה לא ניתן לגזור בין הודעות ובהן תכנים  
15 פוליטיים, לבין הודעות מסחריות כמו אלו שבהן שלחה ידה הנתבעת, ומשוגרות שלא  
16 בהסכמה. הראשונות – מותרות כחריג מפורש. האחרונות – אסורות בתכלית האיסור.  
17  
18 9. משכך, אין זה מעלה ואין מוריד אם התובע ביקש או שלא ביקש את הסרתו  
19 מרשימת התפוצה, אם לחץ או שלא לחץ על הקישור המאפשר זאת, או אם תיבת הדואר של  
20 הנתבעת מנוטרת לפניו כאלו, שמא לא. בלא הסכמתו המפורשת של התובע, אסור היה  
21 לנתבעת לשגר אליו דברי פרסומת. משכך היא עשתה זכאי הוא, כקבוע בחוק, לפיצויים  
22 לדוגמה שאינם תלויים בנזק, ושלא כטענת הנתבעת – ממילא אינם כפופים לחובה להקטינו.  
23 מספרן הרב של ההודעות שנשלחו לתובע, והניסיון לעקוף במודע את הוראותיו של חוק  
24 התקשורת, מצדיקים את פסיקתו של הפיצוי המרבי שניתן לפסוק במסגרת זו, וכך אני  
25 עושה.  
26  
27 אני מקבל, אפוא את התובענה, ופוסק לזכותו של התובע סך של 19,000 ש"ח –  
28 פיצויים ללא הוכחת נזק בגין ההודעות שנשלחו לו והוצאות שהוציא בהגשתה של תביעתו  
29 לבית-משפט זה. סכום זה תשלם הנתבעת לידי בתוך 30 ימים מהיום, שאם לא כן ייתוספו  
30 לו הפרשי הצמדה ורבית מיום הגשת התובענה ועד למועד התשלום בפועל.  
31



## בית-המשפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-03-20453 עו"ד לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ

1 המזכירות תמציא ללא דיחוי העתקיו של פסק-דין זה לצדדים, ולכל אחד מאלה  
2 הזכות לפנות בתוך 15 ימים מיום ההמצאה לבית-המשפט המחוזי, בבקשה להרשות  
3 ערעור.

4

5

ניתן היום, י' אלול תשע"א, 09 ספטמבר 2011, בהעדר הצדדים.

6

גיא הימן, שופט

7

8

9

10

11

12