



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

לפני כבוד הרשמת בכירה טל כהן אלימלך

התובע: אריה עזריה (מוסך טיל)

נגד

הנתבע: לביא ברזילאי

פסק דין

1. לפני תביעה בדיון מהיר ע"ס 75,000 ₪ שעילתה פיצוי ללא הוכחת נזק, לפי חוק איסור לשון הרע, התשכ"ח-1965 (להלן: "החוק").

טענות התביעה:

2. ביום 16.3.22, הגיע הנתבע לתקן את דלת רכבו במוסך התובע. התיקון בוצע לשביעות רצון הנתבע, שולמה תמורה ויום למחרת שוחרר הרכב.

3. בחלוף כשלושה שבועות, ביום 30.03.2022, הגיע הנתבע שוב אל המוסך וביקש לתקן את המראה בדלת שהותקנה לו בפעם הקודמת. הרכב תוקן במהירות, במשך מספר דקות כאשר לכל אורך הזמן נכח הנתבע לצד הרכב. התיקון בוצע על הכביש ולא בתוך המוסך והתיעוד הוגש לבית המשפט. התיקון בוצע ללא עלות.

4. ביום 04.04.2022, מספר ימים לאחר ביקורו השני של הנתבע במוסך, התקשר הנתבע לבנו של התובע (מר נדב עזריה) והטיח בו כי אחד מעובדי התובע גנבו מרכבו את כיסויי הגלגלים בזמן שרכבו היה במוסך. ובמילותיו של הנתבע: "תבדוק למי מהמוסך שלך יש ראב 4, גנבו לי את כיסויי הגלגלים".

5. הנתבע איים על בנו של התובע כי יפרסם תגובה באינטרנט לפיה נגנבו לו כיסויי הגלגלים מהרכב במוסך. עוד בטרם הספיק להבין בנו של התובע מה בדיוק נגנב ומדוע לטענת הנתבע הדבר קרה במוסך התובע, השיחה נותקה.

6. לאחר מכן, שלח הנתבע לבנו של התובע הודעה קולית בווטסאפ בזו הלשון: "נכנסתי למעלית זה התנתק, בכל מקרה זה יכול להיות רק משהו מאצלך נדב, אבל איך שאתה רוצה להסתכל על זה ואיך שאתה רוצה לקחת את זה, לאיזה כיוון שבא לך תיקח את זה, הכל בסדר, אני בסך הכל אשים תגובה שלי באינטרנט הכל בסדר..".



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

7. בתגובה, השיב בנו של התובע: "לביא עם הכל הכבוד, לפני שאתה מאשים מישהו בגניבה תבדוק טוב את עצמך, ואני יש לי פה עובדים שהם מוצאים כסף במכוניות באים ואומרים לי שיש כסף במכוניות, זה שאתה חושב או מדמיין שמישהו לקח לך משהו מהאוטו ואני אפילו לא הבנתי מה וזה בכלל לא משנה תבדוק טוב את עצמך, ויש לי מצלמות על כל הרכבים פה במוסך, אתה רוצה לפרסם תגובה אין בעיה, אני יש לי הוכחות שלא נגעו בשום דבר, אז אם אני אראה איזה שהוא פרסום שקשור אלי איזה האשמה שאתה חושב תצפה לתביעת דיבה, אתה בתור לקוח סיימת הכל".
8. ביקורו השני של הנתבע במוסך מתועד במצלמות אבטחה וניתן לראות בנקל בצילום זה, כי בזמן שהנתבע הגיע לתיקון, לגלגלים לא היו כיסוי כפי שטען ואין לתובע כל יד בדבר היעלמותם.
9. הנתבע מימש את איומו עוד באותו היום תוך שהוא טוען באוזני בנו של התובע כי אינו חושב מתביעה ואף שלח אליו את כתובתו לצורך המצאת התביעה.
10. ביום 04.04.2022 פרסם הנתבע בעמוד העסקי של התובע במרשתת, במקום המיועד לביקורות, ללא כל סיבה מוצדקת, מלבד נקמנות ורוע, את הפרסומים שלהלן לצד מתן דירוג של כוכב אחד לעסק של התובע:
- "הכנסתי את הרכב להחלפת דלת, עשו עבודה מהירה במחיר סביר. לאחר כמה שעות שמתי לב שהמראה השתחררה באותה דלת, חזרתי אליהם והם סידרו לי את המראה ללא עלות נוספת. לאחר מספר ימים נוספים שמתי לב שחסרים לי המכסה טסה עם הסמל של הרכב בכל ארבעת הגלגלים, התקשרתי לנדב מנהל המוסך ואמרתי לו שזה נראה לי קרה שהרכב היה שם. נדב אמר לי שאני מדמיין, ממציא ושזה לא יכול להיות שזה קרה שם, וגם מאיים לתבוע אותי במידה ואכתוב ביקורת.**
- יחס מתחת לכל ביקורת, במקום לבדוק במצלמות של המוסך מעדיף להאשים את הלקוח ולאיים. אני לא חוזר לשם".
11. מפרסום הפוסט של הנתבע עולה כי בזמן הטיפול ברכבו נגנבו ממנו חלקים. זוהי טענה המייחסת לתובע מעשים של גניבה. בנוסף, הנתבע עיוות את המציאות ופרסם כי מנהל המוסך איים עליו ולא טרח לבדוק את הדברים. כאשר בפועל, לא כך היה.
12. לאחר הפרסום נשלח מכתב התראה לנתבע ובקשה להסיר את הפרסום, לפרסם התנצלות וליתן פיצוי לתובע על הנזק שנגרם לו. אולם הנתבע סירב לעשות כן והשיב לבא כוח התובע כי ישמח להיפגש בבית המשפט. וכן הוסיף כי מחק את התגובה יומיים לאחר שפורסמה. למיטב ידיעת התובע, הפרסום הוסר רק לאחר קבלת המכתב ולא קודם לכן.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

13. התובע טוען כי מעשיו של הנתבע עולים לכדי לשון הרע ועל כן זכאי לפיצוי ללא הוכחת נזק בהתאם לחוק איסור לשון הרע.

טענות ההגנה

14. עקב פגיעה ברכבו של הנתבע, נאלץ הנתבע להחליף את דלת רכבו. הנתבע הגיש למוסך התובע ביום 16.03.2022 שם פגש את מר נדב עזריה, בנו של התובע ומנהל המוסך (להלן: נדב). מר נדב עזריה הסכים לבצע את התיקון במחיר זול והנתבע השאיר את רכבו לתיקון. יום למחרת, שלח נדב הודעת לנתבע כי הרכב מוכן וניתן לאספו.

15. לאחר כשבועיים, נפלה המראה ברכבו של הנתבע, בצד בו תוקנה הדלת, ולכן הגיע הנתבע למוסך בשנית. המראה תוקנה במוסך באותו היום.

16. מספר ימים לאחר מכן, ביום 04.04.2022, כאשר ניפח הנתבע אוויר בגלגלי רכבו, שם לב כי חסרים חלקים בגלגלי הרכב – סוגרים/מכסים מתברגים ממתכת עם סמל הרכב. לכן, פנה הנתבע לנדב בשחה בטלפונית וביקש ממנו כי יבצע בדיקה במצלמות המוסך על מנת לברר האם החלקים החסרים נלקחו על ידי אחד מעובדי המוסך באחת הפעמים בה הושאר הרכב לתיקון.

17. בתגובה, כעס נדב ובמקום לטפל בבקשת הנתבע כלקוח, בחר להגן על עובדי המוסך בטענה כי אף אחד לא לקח מעולם אפילו שקל מלקוח. בשלב מסוים התנתקה השיחה כיוון שהנתבע נכנס למעלית ולכן שלח הנתבע לנדב הודעה קולית ונדב השיב בהודעה נוספת (כפי שהופיע תמלול השיחות בכתב התביעה). לאחר מכן, השיב הנתבע לנדב את ההודעה הקולית הבאה:

"אה... נדב היקר חמוד תקשיב, אני לא מדמיין שום דבר ואם יש לך מצלמות אז כדאי שתבדוק אותם. אני לא מפחד משום תביעת דיבה. מפרסם את expirience (כך במקור, ט.כ.א) שלי איפה שבא לי, איך שבא לי, מתי שבא לי וזה מה שאני אעשה. תודה נשמה, שיהיה לך אחלה יום."

"חבל שאתה לא בודק במצלמות לפני שאתה קורא ללקוחות שלך מדומיינים אבל בסדר זה גם ייכנס ל-expirience מה שנקרא. שיהיה לך אחלה יום נשמה."

"אני אשלח לך את הקישור לביקורת שיהיה לך יותר קל למצוא את זה."

18. ניתן לראות בבירור, כי במקום לבצע בדיקה במצלמות המוסך, בחר נדב להתנער מאחריות ולהטיל דופי בנתבע. בנוסף, איים בהגשת תביעת לשון הרע.





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

19. למען הסר ספק, יבהיר הנתבע כי כאשר צלצל לנדב, לא טען כי עובדי המוסך גבנו ממנו, אלא ביקש לבצע בדיקה מכיוון שחשד כי החלקים נעלמו מרכבו בזמן שהיה במוסך. יש לציין כי את החלקים שנעלמו ניתן להסיר רק באמצעות כלים מתאימים ולכס התעורר החשד אצל הנתבע ולמען הסר ספק ביקש לבדוק את העניין עם נדב.

20. נדב בחר להגיב בצורה מזלזלת כלפי הנתבע מבלי להעלות על דעתו כי קיימת אפשרות שכיסויי הגלגלים נעלמו אצלו במוסך או נגנבו על ידי אחד מעובדיו.

21. באותו היום, בו התבצעה תחלופת ההודעות בין הצדדים, פרסם הנתבע ביקורת בעמוד העסקי של המוסך בגוגל ובמסגרתה שיתף הנתבע את חווית השירות שקיבל מנדב – מנהל המוסך.

22. בביקורת הוצגו עובדות נכונות בלבד ואף צוין בתחילתה כי המוסך ביצע עבודה מהירה ובמחיר סביר מבלי לסלף או לעוות את המציאות. כמו כן, לא הועלו טענות לעניין המקצועיות של המוסך, אלא רק ביחס לחוויית השירות האישית שקיבל הנתבע ממנהל המוסך. כמו כן, לא נטען במסגרת הביקורת כי החלקים נגנבו מהרכב על ידי עובדי המוסך, אלא כי הנתבע ביקש ממנהל המוסך לבדוק את העניין.

23. עוד יציין הנתבע, כי יומיים לאחר פרסום הביקורת וטרם נשלח מכתב ההתראה, בחר להסיר את הביקורת מתוך מחשבה כי ייתכן ונדב התבטא בצורה לא יפה בשעת כעס ועל מנת לתת לו הזדמנות לבצע בדיקה במצלמות המוסך כפי שהתבקש מלכתחילה.

24. כשבוע וחצי לאחר שנמחקה הביקורת, ביום 13.04.2022, קיבל הנתבע מכתב התראה באמצעות ווטסאפ מאת ב"כ התובע ובמסגרתו נדרש, בין היתר, להתנצל, לפצות את המוסך ולהסיר את הביקורת. זאת על אף שהביקורת כבר הוסרה, כאמור. כך אף עולה מתכתובת ווטסאפ עם ב"כ התובע.

25. הביקורת פורסמה בתום לב וללא כל כוונה לפגוע במוסך ולמעשה הנתבע מימש את זכותו לכתוב ולשתף ביקורת צרכנית לגיטימית על חווית השירות שחוה עם נדב מנהל המוסך.

26. הנתבע טוען כי עומדות לו הגנת "אמת דיברתי" וכן הגנת תום הלב ועל כן יש לדחות את התביעה נגדו.

דיון

מסגרת נורמטיבית





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

27. בפסיקה נקבע כי בחינת תביעת לשון הרע נעשית בארבעה שלבים: האם מדובר בפרסום כהגדרתו בחוק; האם הפרסום מהווה לשון הרע בעיני הקורא הסביר; האם חלות ההגנות הקבועות בחוק; בהעדר הגנה – קביעת הסעד המתאים (ע"א (נצרת) 5001-02-18 פוגרבנוי נ' חמו [פורסם בנבו] (31.10.2018) להלן: "עניין פוגרבנוי").

אין חולק כי ההודעה שפרסם הנתבע עונה על הגדרת פרסום. על כן, יש לבחון אם דברי הפרסום הם "לשון הרע".

28. סעיף 1 לחוק איסור לשון הרע, תשכ"ה – 1965 (להלן: "חוק איסור לשון הרע") מגדיר לשון הרע, כ"דבר שפרסומו עלול -

- (1) להשפיל אדם בעיני הבריות או לעשותו מטרם לשנאה, לבוז או ללעג מצדם;
- (2) לבזות אדם בשל מעשים, התנהגות או תכונות המיוחסים לו;
- (3) לפגוע באדם במשרתו, אם משרה ציבורית ואם משרה אחרת, בעסקו, במשלח ידו או במקצועו;
- (4) לבזות אדם בשל גזעו, מוצאו, דתו, מקום מגוריו, גילו, מינו, נטייתו המינית או מוגבלותו;"

29. בענייננו, הפרסום נעשה בדף העסק של עסקו של התובע, ובו הליך הנתבע על השירות שקיבל.

30. כפי שנקבע לא אחת, חוק איסור לשון הרע, מגלם ביסודו התנגשות בין שתי זכויות יסוד, כאשר מצד אחד ניצבת הזכות לשם טוב ומאידך – חופש הביטוי (ראה למשל רע"א 4447/07 מור נ. ברק איטיסי החברה לשירותי בזק בינלאומי בע"מ [פורסם בנבו]). שתי זכויות אלה הן זכויות הנגזרות מחוק יסוד: כבוד האדם וחירותו, כאשר מחד גיסא – אדם זכאי להגנה על כבודו ופגיעה בשמו נוגדת ערך זה, אך בד בבד הזכות לחופש ביטוי אף היא חלק מזכותו היסודית של אדם על פי חוק היסוד הנ"ל והיא אף מהווה נדבך מרכזי במשטר דמוקרטי, שבין היתר, מעלה על נס אפשרות לריבוי דעות וחופש להשמיען. על כן, נקבע, כי בעת שנשקלת האפשרות להגביל את חופש הביטוי יש לנהוג משנה זהירות (ראה למשל ע.א. 3199/93 קראוס נ. ידיעות אחרונות [פורסם בנבו]). בעת שביהמ"ש נדרש לתביעה לפי החוק, עליו לאזן בין עוצמתן של שתי הזכויות, והפגיעה בהן, כפי שהיא משתקפת בהליך שלפניו ותוך שקילת אינטרסים ציבוריים וערכים נוספים.

31. לעניין עצם הגדרת פרסום כלשון הרע, עליו לכלול מרכיב של ביזוי או לעג, לפגוע באדם או במשרתו או להשפילו. בחינת ההתבטאות הניצבת בלב התביעה, על פי החוק, תתבצע בזיקה להקשר הרחב שבמסגרתו נעשה הפרסום, הרושם הכללי שלו ובחינת המשמעויות הלשוניות של ההתבטאות כפי שזו מובנת על ידי אדם סביר (ראה למשל דין נוסף 9/77 חברת חשמל לישראל נ. עיתון הארץ [פורסם בנבו]).



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

32. המבחן לקיומו של לשון הרע הוא מבחן אובייקטיבי. על בית המשפט לבחון קיומו של לשון הרע באופן שבו נתפס הפרסום בעיני האדם הסביר - היינו: כיצד האדם הרגיל היה מבין את הפרסום (ע"א 751/10 פלוני נ' ד"ר אילנה דיין-אורבך, סה(3) 369 (2012) – להלן: עניין פלוני). אין די בכך שלמפרסם הייתה כוונה להשפיל ולבזות כדי לקבוע כי הפרסום מהווה לשון הרע, אלא יש לעמוד על האופן שבו הקורא תופס את הדברים: "לא הכוונה שמאחורי הפרסום היא שתצביע על קיומה של לשון הרע, אלא המסר עימו היא מותירה את הצופה. הכוונה יכול שתשפיע על הבחינות האחרות המתבקשות בחוק אך לא על שאלת עצם קיומה של לשון הרע." (עניין פלוני). והוא הדין גם מנקודת מבטו של הנפגע: "חוק איסור לשון הרע נועד להתמודד עם הפגיעה שנגרמת לאדם כתוצאה מירידת מעמדו וערכו בעיני הבריות. אין הוא נועד למנוע, להבדיל, פגיעה ברגשותיו של מי שרואה את עצמו נפגע מהפרסום" (עניין פלוני).

33. זאת ועוד, בחינת השאלה האם פרסום עולה לכדי לשון הרע תעשה תוך בחינת הפרסום בכללותו ולא במנותק מהקשר הדברים, הרקע הכללי וממכלול הפרסום: "משמעות הפרסום נבחנת לא רק על סמך המילים המדויקות שבהן השתמש המפרסם, אלא גם אל מול הנסיבות החיצוניות הסובבות את הפרסום" (עניין פלוני, עמ' 438 והאזכורים שם).

34. בהתאם להלכה הפסוקה של בית משפט העליון נקבע כי יש ליטול בחשבון את הייחודיות של רשת האינטרנט בכלל זה, את האפשרות שפרסום מסוים משקלו יהיה מועט בשים לב לכך שהוא פורסם במסגרת ריבוי תגובות, באופן שהפרסום הספציפי "נבלע בהמון" וכן את הנגישות של הנפגע עצמו ושל מכריו לאותם דפי אינטרנט הכוללים את הפרסום ולא מן הנמנע, שבמקרים מסוימים הפרסום שככל שהיה מופץ באופן אחר, היה זוכה להתייחסות מחמירה, משהופץ במסגרת רשת האינטרנט ייחשב זוטי דברים. וכפי שכב' השופט רובינשטיין ציין בפסק דין מור:

"יש לזכור כי כשם שלא כל קריאת גנאי ברחובה של עיר מקימה עילת תביעה, כך אף לא כל פרסום מגנה או מגונה באינטרנט מהווה עילה. רבות מן הכתוביות הן דברי הבל ברמה ירודה שכל בר דעת מבין כי אין לייחס להן כל משקל וערכן העולתי בהתאם" (ראו רע"א 4447/07 הנ"ל [פורסם בנבו]).

35. ביחס לביקורת צרכנית, בתא (טב') 4156-11-16 אורלי דרור נ' ויטי רוז, [פורסם בנבו], נידונה הסוגיה וברי כי הדברים יפים בדרך של מקל וחומר לענייננו.

"הדעה נותנת, שהשמעת ביקורת בכלל וביקורת צרכנית בפרט הוא כלי לגיטימי, וראוי שנקודת האיזון בין חופש הביטוי לזכות על שם טוב, איזון שהחוק בא להגן עליו, תהיה בהטיה לטובת חופש הביטוי ואין לאפשר לעשות שימוש בתביעה על פי החוק כאמצעי להרתעה לא לגיטימית מפני השמעת בקורת כנה, אמיתית, לא משתלחת ובתום לב".



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

36. בע"א 5001-02-18 פוגרבנוי נ' חמו, [פורסם בבנו] שהנתבעת הפנתה אליו בסיכומיה, קבע בית המשפט המחוזי כך:

"בתי עסק המציעים את מרכולתם לציבור הצרכנים חושפים עצמם לביקורת, גם שלילית, ולעיתים אף קשה, מצדו של ציבור הצרכנים. לציבור זה, המשקיע את מיטב כספו ברכישת מוצר או שירות, נתונה זכות מלאה להביע את דעתו על המוצר או השירות שרכש. בהבעת דעה זו ייצא הציבור כולו נשכר: ציבור הצרכנים יידע לכלכל צעדיו בכל הנוגע לבית העסק או המוצר והשירות הניתנים בו; ובעליו של בית העסק יוכל, על רקע הביקורת שהוטחה בו, לשפר את המוצר או השירות שהוא נותן. אין צריך לומר, החירות להביע דעה ולמתוח ביקורת אין משמעה זכות להשתלחות פרועה או ביקורת צרכנית שאינה תמת לב והוגנת, בכך לא יימצא ציבור הצרכנים יודע יותר אודות המוצר או השירות הנדונים, ובעל העסק לא יוכל לדעת כיצד ישפר את מרכולתו, כאשר הביקורת אינה עניינית כי אם משתלחת" (סעיף 13).

37. לעניין זה נקבע בפסיקה, כי נקודת האיזון בפרסום ביקורת צרכנית במרחב הוירטואלי, מטה את נקודת האיזון לעבר חופש הביטוי (ר' ת"א (ת"א) 57398-11-16 סולו איטליה בע"מ נ' בוטגה [פורסם בבנו] (12.1.2020), ת"א (ח-י) 39985-09-17 יאדגר נ' נגב ואח' [פורסם בבנו] (21.7.2020)).

38. התביעה דגן מבוססת על פרסום אחד, שהיה זמין ברשת האינטרנט כיומיים בלבד והוסר על ידי הנתבע מיוזמתו לאחר שפנה הנתבע למנהל המוסך טרם הפרסום. התובע לא הציג ראיות לכך שהפרסום היה יותר מיומיים באוויר ואני מקבלת את גרסת הנתבע בעניין זה.

39. עיון בכתב התביעה מעלה כי אין כל פירוט וציטוט מהם דברי לשון הרע מתוך אותו פרסום.

בעניין חובת הפירוט המוטלת על תובע בתביעה על פי [חוק איסור לשון הרע](#), נאמר בספרו של אורי שנהר, [דיני לשון הרע](#), כמפורט להלן:

"בכתב תביעה במשפט לשון הרע יש להצביע על העובדות המקימות את כל מרכיביה של עילת העוולה האזרחית, היינו: את מרכיב ה"פרסום"; מרכיב "לשון הרע"; והעובדות שמהן נגזרת אחריותו של כל אחד מהנתבעים. תובע אינו יכול להסתפק בטענה שהנתבע הוציא עליו דיבה, והוא חייב לציין בכתב תביעתו את "פירוט המילים, בכתב או בע"פ, שבהם השתמש הנתבע". כאשר לשון הרע נאמרה בעל פה, על התובע לציין בכתב תביעתו את המילים המדוייקות שנאמרו, והוא אינו יכול להסתפק במסירת תוכנו... (ע' 421). [ע"א 594/66 אהרוני נ' בנק י.ל. פויכטונגר בע"מ, פ"ד כא (1) 160, 163 (1967); [המר' \(מחוזי י-ם\) 688/66](#)]



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

[119/53](#) היועץ המשפטי לממשלת ישראל נ' קול העם בעירבון מוגבל, [פורסם בנבו] פ"מ ח 396 (1953) בפס' 5 לפסק דינו של השופט ב. הלוי; אורי [שנהר דיני לשון הרע](#) 420 – 421 (1997); "...".

40. בענייננו, אינני סבורה כי יש בפרסום זה משום לשון הרע, אלא עסקינן בהבעת דעה לגיטימית. בהתאם לפסיקה- בית עסק המציע מוצרים, ובענייננו - שירותים לציבור הרחב, חושף עצמו לביקורת, לעיתים חיובית, אך לעיתים גם שלילית; כל הצדדים יוצאים נשכרים מהבעת דעה זו: ציבור הצרכנים יידע לכלכל את צעדיו בכל הנוגע לבית העסק ולמוצר או לשירות שהוא מציע, ובעליו של בית העסק יכול לשפר את המוצר או את השירות שהוא מציע. אינטרס ציבורי הוא, איפוא, לעודד פרסום של ביקורות צרכניות שיסייעו לציבור כולו (ראו ע"א (מח' נצרת) 5001-02-18 בייטמן נ' חמו [פורסם בנבו] [31.10.2018]; ת"א (ראשל"צ) 36501-03-17 ליסטר נ' ברדוגו ואח' [פורסם בנבו] [19.6.2020]; ת"ק (רמלה) 24664-11-19 מרציאנו ואח' נ' קדם בארות יצחק ואח' [פורסם בנבו] [16.6.2021]).

41. איני סבורה, כי יש בפרסומים כדי לבזות את התובע, או לשים אותו ללעג ולקלס בעיני הרבים. מה גם, לא מצאתי בפרסום השמצה ו/או האשמה כלפי התובע, שיש בה, כדי לבזותו ולהשפילו בעיני הבריות ואני סבורה מדובר בביקורת צרכנית לגיטימית סבירה ומידתית על עסקו של התובע ביחס לחוויית השירות שקיבל הנתבע ממנהל המוסך.

42. בענייננו הפרסום לא חרג מהסביר, שכן נעשה בדף העסק של התובע, אשר תכליתו הייתה לשתף את הקוראים בתחושותיו מהשירות שקיבל במוסך של התובע. במקרה זה, התבטאות הנתבע בפרסום היא ביקורת צרכנית מוהבקת. תוכנה אינו משום התרת הרסן. תכליתה שיתוף הנתבע בתחושות ובחוויות מהשירות שניתן לנתבע והבעת דעה על רמת השירות והתנהלות התובע כנותן השירות, ואין לראות בה משום לשון הרע.

43. בביקורת הוצגו עובדות נכונות מבלי לסלף או לעוות את המציאות, הנתבע הציג בפרסום גם דברים חיוביים על המקצועיות של המוסך ושביעות רצונו מהטיפול ברכב ובחר להציג רק עובדות נכונות שמתארות את השתלשלות העניינים ותחושותיו ביחס לשירות שקיבל ממנהל המוסך. הנתבע מתאר את אשר אירע בשפה ראויה ועניינית, ללא ביטויים קשים, השתלחות, הכפשה וללא הטחת עלבונות.

44. הנתבע ציין בתחילת הפרסום כי המוסך ביצע עבודה מהירה ובמחיר סביר. לא נטען בפרסום לעניין המקצועיות של המוסך, אלא רק ביחס לחוויית השירות האישית שקיבל הנתבע ממנהל





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

המוסך. כמו כן, לא נטען במסגרת הביקורת כי החלקים נגנבו מהרכב על ידי עובדי המוסך, אלא כי הנתבע ביקש ממנהל המוסך לבדוק את מצלמות האבטחה.

45. ביחס לפרשנות של התובע כי הנתבע יחס לו או למוסך מעשים של גניבה, אני סבורה כי פרשנות זו כלל אינה מתיישבת עם תוכן הפרסום. הפרשנות האובייקטיבית לפרסום היא היותו ביקורת צרכנית בלבד, שנוגעת לשירות, שקיבל הנתבע ביחס לרכבו, והציפייה הלגיטימית שלו כלקוח, שלא כובדה, באשר לבדיקת מצלמות האבטחה ביחס לחלקים שהיו ברכבו.

46. הנתבע כאמור בחר להסיר את הביקורת מתוך מחשבה כי ייתכן ונדב ישנה את דרכו ויבצע בדיקה במצלמות המוסך כפי שהתבקש מלכתחילה, פנייה לגיטימית של צרכן ששם את רכבו במוסך ומבקש כי תתבצע בדיקה שרק מנהל המוסך או מי מטעמו יכל לבצע.

47. המענה שקיבל ממנהל המוסך היתה לא שירותית, שלא לומר מקוממת והפרסום בא לשתף צרכנים פוטנציאליים על חוויותיו בקבלת שירותיו של התובע ואזהרת הציבור מהתנהלות בלתי הוגנת במתן שירות. בפרסום יש משום תועלת לציבור הצרכנים, ובפרט לציבור הצרכנים שהוא קהל היעד של אותו בית עסק, על מנת לסייע לציבור לגבש דעתו בנוגע לאותו בית עסק.

48. זאת ועוד, אלו הקוראים את הביקורות המתפרסמות במרחב הווירטואלי עושים זאת בעיניים צרכניות, כאשר המשקל הניתן לביקורות כאלו אינו גבוה; משכך, הרף לקביעת פרסום המהווה לשון הרע במרחב הווירטואלי הוצב במקום גבוה יותר מאשר הפרסום "המסורתי":

"עוד יש לזכור, כי כשם שלא כל קריאת גנאי ברחובה של עיר מקימה עילת תביעה, כך אף לא כל פרסום מגנה ומגונה באינטרנט מהווה עילה. רבות מן התגובות הן דברי הבל ברמה ירודה, שכל בר דעת מבין כי אין לייחס להן כל משקל, וערכן העולתי בהתאם." (רע"א 4447/07 מור נ' ברק אי. טי. סי [1995] החברה לשירותי בזק בינלאומיים בע"מ, פ"ד סג(3) 664 [2010]).

בהתאם נפסק -

"אם יש להתייחס לחילופי הדעות במרחב הווירטואלי כאל אותן דעות המושמעות בכיכר העיר, יחסו של "הקורא הסביר" בהתאם. המשקל שיינתן לדעות שכאלו עלול להיות נמוך. הסף הנדרש כדי שמושא הפרסום גם ייחשב לכזה שהושפל או בוזה יהא גבוה יותר. דברים שעלולים להיחשב כהוצאת לשון הרע אם פורסמו בדרכים המסורתיות, לא ייחשבו ככאלו אם פורסמו במרחב הווירטואלי, פשוט מאחר והמשקל שנותן הציבור לדברים שכאלו נמוך. בדומה למשקל הניתן לזה העומד על ארגז ומשמיע הגיגיו." (ת"א (של) ת"א-יפו) 31694-09-16 גיע ניהול ומסעדות בע"מ נ' קונקי [פורסם בבנו] [5.2.2018]; וראה גם ת"א (של) חי' 63077-06-15 איי פאב בע"מ נ' זסלבסקי [פורסם בבנו] [14.11.2019]).



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

49. בעל עסק המעמיד את הדף העסקי שלו לביקורת הציבור להביא בחשבון כי לא כל הביקורות יהיו חיוביות; כפי שהוא נהנה מביקורות חיוביות, עליו להיות מוכן גם לביקורת שלילית מצד אלו אשר זכו לחוויה בלתי נעימה במפגש בינם לבינו (תק (חי' 22-05-66926 עוה"ד שרין סולן נ' א' כ').

50. מכל האמור לעיל אני קובעת, כי אין מתקיים בענייננו יסוד "לשון הרע" הנדרש לצורך חיובו של הנתבע מכח החוק.

51. אף על פי כן, אוסיף ואציין, כי גם אם מדובר בלשון הרע, חוסה הפרסום הנדון כאן תחת הגנת "אמת הפרסום" ו"הגנת תום לב" הקבועות בחוק.

הגנת אמת הפרסום

52. סעיף 14 לחוק איסור לשון הרע קובע – "במשפט פלילי או אזרחי בשל לשון הרע תהא זאת הגנה טובה שהדבר שפורסם היה אמת והיה בפרסום ענין ציבורי; הגנה זו לא תישלל בשל כך בלבד שלא הוכחה אמיתותו של פרט לוואי שאין בו פגיעה של ממש".

53. להוכחת הגנה זו על הנתבע להראות, אפוא, כי הדברים שפרסם הם אמת, וכי יש עניין לציבור באותו פרסום.

54. ההגנה הקבועה בסעיף 14 לחוק כוללת שני יסודות, היסוד הראשון נוגע למידת האמיתות של הפרסום ואילו היסוד השני נוגע למידת העניין לציבור שבאותו הפרסום. היסוד הראשון הינו יסוד עובדתי בעיקרו והוא נוגע להשוואה בין המציאות העובדתית לבין הפרסום. היסוד השני בוחן האם ישנם יתרונות לציבור, המצדיקים את הפרסום למרות לשון הרע שבו (ראה: א. שנהר, דיני לשון הרע 1997, עמ' 215).

55. יסודות אלה הינם יסודות מצטברים ובהתקיים אחד ללא השני, לא תקום ההגנה הקבועה בסעיף. על מנת לקבוע האם בפרסום יש אמת, יש לקבוע גרסתו של מי מהצדדים ביחס לעובדות האירוע. הינה אמת. ככלל, נטל ההוכחה מוטל על מי שמעלה את טענת "אמת בפרסום", כאשר מידת ההוכחה הנדרשת לצורך הוכחת טענת אמת הפרסום נדרש רף גבוה, עומדת ביחס מתאים לרצינות וחריפותו של תוכן הפרסום (ראה ע"א 670/79 הוצאת עיתון הארץ נ' מזרחי, פ"ד מא (2) 169 (1987)). כמו כן הגנת האמת בפרסום אינה טעונה תום לב מצד המפרסם.





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

56. התובע אינו חולק על כך, שהאירוע המתואר בפרסום אכן התרחש. הנתבע אכן פנה לנדב בשיחה טלפונית לאחר שגילה שמכסי הגלגלית נעלמו מרכבו וביקש ממנו כי יבצע בדיקה במצלמות המוסך על מנת לברר האם החלקים החסרים נלקחו על ידי אחד מעובדי המוסך באחת הפעמים בה הושאר הרכב לתיקון.

57. הנתבע שלח הודעה לנדב:

"נכנסתי למעלית, זה התנתק. בכל מקרה זה יכול להיות רק מישהו מאצלך נדב אה... אבל איך שאתה רוצה להסתכל על זה לאיזה כיוון שבא לך תיקח את זה, הכול בסדר. אני בסך הכול אה... אשים את התגובה שלי באינטרנט, הכול בסדר".

בתגובה, נדב השיב בהודעה קולית, להלן התמלול:

"עם כל הכבוד אם אתה, לפני שאתה מאשים מישהו בגניבה תבדוק טוב את עצמך. ואני יש לי פה עובדים שהם מוצאים כסף במכוניות באים ואומרים לי שיש כסף במכוניות אז אה... זה שאתה חושב או מדמיין שמישהו לקל לך משהו באוטו, אני אפילו לא הבנתי מה זה ובכלל מה זה משנה, תבדוק טוב את עצמך. ויש לי מצלמות על כל הרכבים פה על המובך ואני, אתה רוצה לפרסם תגובה אין בעיה. אני יש לי הכוחות של נגעו בשום דב. אז אני אראה איזשהו פרסום שקשור אליי על איזשהי אשמ שאתה חושב ייצאו לתבחת דיבה אז תבדוק טוב את עצמך וקודם כל ואל, אתה בתור לקוח סיימת פה. תודה רבה לך".

בתגובה השיב הנתבע לנדב:

"אה... נדב היקר חמוד תקשיב, אני לא מדמיין שום דבר ואם יש לך מצלמות אז כדאי שתבדוק אותם. אני לא מפחד משום תביעת דיבה. מפרסם את expirience (כך במקור, ט.כ.א) שלי איפה שבא לי, איך שבא לי, מתי שבא לי וזה מה שאני אעשה. תודה נשמה, שיהיה לך אחלה יום."

"חבל שאתה לא בודק במצלמות לפני שאתה קורא ללקוחות שלך מדומיינים אבל בסדר זה גם ייכנס ל-expirience מה שנקרא. שיהיה לך אחלה יום נשמה."

"אני אשלח אלך את הביקורת שיהיה לך יותר קל למצוא את זה".

נדב השיב את ההודעה הבאה:

"תשלח, תשלח מהר את הביקורת לביא, אני אשמח לראות. היה לי גיבור כמוך, שיל יפה מאוד, תשלח לי את הקישור כמה שיותר מהר".

בתגובה השיב הנתבע:



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

"נדב נשמה אתה לא יכל לאיים עלי, אתה לא מפחיד אותי לא עם עורכי הדין ולא עם שום דבר אחר ובטח ובטח שלא עם תביעת דיבה. אני אשלח לך, מבטיח לך שאתה תקבל ממני את הביקורת אחד על אחד, קישור והכול. ואתה שתדע לך לנהל עסק זה אומר להיות עם הלקוח, להיות עם הלקוח זה להגיד לו 'וואלה אחי, אתה יודע ה? אני אבדוק במצלמות, אני אסתכל, יכול להיות שכן, יכול להיות שלא, אבל לבוא ולהוציא את הלקוח מדומיין ושקרן וממציא לפני אתה בדקת צשהו מהצד שלך זה כבר חוצפה, זה מעבר זה כבר חוצפה. חבל".

58. מתמלול ההודעות הקוליות ומשיחת הווטסאפ, עולה בבירור כי כאשר הנתבע פנה למנהל המוסך על מנת לבצע את הבדיקות במצלמות האבטחה, מנהל המוסך – מבלי שביצע בדיקה או צפה במצלמות האבטחה, התנער מהנתבע וקבע נחרצות שלא יכול להיות שזה קרה שם והגן על עובדיו, מבלי לקחת בחשבון את האפשרות כי יכול להיות שאחד מעובדיו אכן גנב את החלקים.

59. חיזוק לאמור מצאתי בעדותו של נדב, שהעיד שהוא קבע שהגניבה לא בוצעה אצלו בעסקה מבלי שבאותה נקודת זמן הוא בדק את המצלמות.

המשך חקירה נגדית:

ש. אני מפנה לתמלול בתצהיר של הנתבע עמוד 12, זה למעשה הודעה קולית לאחר שהשיחה בין הצדדים נותקה. מצטט. זאת אומרת שכשאמרת לו את זה זה היה עוד לפני שבדקת את המצלמות?
ת. נכון.

ש.ב.מ. ציינת שיש לך הוכחות שלא נגעו בשום דבר, איזה הוכחות היו לך באותו זמן?
ת. אני מכיר את העובדים שלי מעל 20 שנה, אם הם מוצאים כסף או תכשיטים הם באים ואומרים לי. אני בטוח באלף אחוז. באותה נקודת זמן לא הייתה לי הוכחה אבל היו לי מצלמות וידעתי שאני יכול להוכיח לו את זה. דברים כאלה קורים. בשביל זה יש לי מצלמות במוסך.

(עמוד 5 לפרוטוקול הדיון שורות 19-23).

60. לאחר התכתובות הללו, באותו היום, פרסם הנתבע ביקורת בעמוד העסקי של המוסך בגוגל ושיתף על חוויות השירות שקיבל מנדב.

61. על כן ניתן לומר כי הוצגה על ידי התובע אמת עובדתית בפרסום. הביקורת שפורסמה הציגה עובדות נכונות בלבד. התובע ציין בתחילת הביקורת את העובדה שהמוסך ביצע עבודה מהירה במחיר סביר מבלי לסלף או לעוות את המציאות או את העובדות. התובע





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

לא העלה טענה לעניין המקצועיות של המוסך אלא אך ביחס לחוויות השירות האישית שקיבל מנדב מנהל המוסך. כמו כן לא צוין במסגרת הביקורת כי החלקים נגנבו לו מהרכב על ידי עובדי המוסך אלא כי ביקש ממנהל המוסך לבדוק את העניין.

62. בפרסומים הנדונים יש עניין ציבורי. הפסיקה קבעה, כי יש לפרש יסוד זה של הגנת אמת הפרסום על דרך ההרחבה (ע"א 751/10 פלוני נ' דיין-אורבך, [פורסם בנבו], 8.2.12), וככלל, ביקורת צרכנית, שמנוסחת בצורה עניינית ולא משתלחת, היא עניין שיש בו משום תועלת לציבור ויש בו משום עניין לציבור – עניין לציבור הצרכנים, שיוכלו לכלכל צעדיהם בתבונה, ועניין לבעלי העסקים, שיוכלו לשפר את השירות שהם נותנים לצרכנים (וראה הציטוט שבסעיף 11 לעיל).

63. יוצא אפוא כי פרסום הנתבע הוא פרסום אמת וכי הוא חוסה תחת הגנת אמת הפרסום, מאחר והתקיימו שני יסודות ההגנה – פרסום אמת ועניין ציבורי.

הגנת תום הלב

64. סעיף 15 לחוק איסור לשון הרע קובע רשימה של מקרים, אשר בהתקיימם – פרסום שנעשה בתום לב יזכה להגנה, גם אם מדובר בפרסום שיש בו משום לשון הרע.

65. לענייננו רלבנטי ס"ק 4, אשר לפיו תחול ההגנה על פרסום שנעשה בתום לב, אם "הפרסום היה הבעת דעה על התנהגות הנפגע בתפקיד שיפוטי, רשמי או ציבורי, בשירות ציבורי או בקשר לענין ציבורי, או על אפיו, עברו, מעשיו או דעותיו של הנפגע במידה שהם נתגלו באותה התנהגות".

66. הגנת תום הלב המעוגנת בסעיף 15(4) לחוק חלה בהתקיים שלושה תנאים: הראשון, מדובר בהתבטאות שהינה בגדר "הבעת דעה". השני, הבעת הדעה נסבה על התנהגות בקשר לעניין ציבורי, או על אפיו, עברו, מעשיו או דעותיו של הנפגע; השלישי, הפרסום נעשה בתום לב. שותפה אני לדעה שהובעה בעניין ת.א. 50855-12-15 בלו נ' שריון [פורסם בנבו] (פורסם ביום 11.11.2018) ולפיה, **ביקורת צרכנית הנוגעת להתנהלות נותן השירות וטיב השירות, מהווה עניין ציבורי וכזוה ניתן לראות בו גם עניין אישי כשר של המפרסם.**

67. בעניינו מדובר בהבעת דעה על התנהגות מנהל המוסך של התובע, אשר מציע שירות לציבור – מוסך שבבעלותו – הרי שמדובר בשירות ציבורי או בדברים שנאמרו בקשר עם עניין ציבורי.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

68. בפרסום תיאור הנתבע את החוויה האישית שהייתה לו כלקוח של התובע ולשקף הרגשת תסכול כנה, אמיתית ועל בסיס של לקוח ששילם מיטב כספו וקיבל, בתמורה, שירות ויחס שלא ציפה לו.

69. הדבר נכון ביתר שאת לנוכח עדותו של התובע ממנה עולה כי כלקוח הוא היה מצפה שיעשו בדיקה עבורו כאשר נאבד לו דבר במקום ציבורי שנותן שירות, אך כאשר מדובר בעסקו, לא כך נעשה (עמוד 8 לפרוטוקול הדיון שורות 7-15).

70. יוצא איפוא כי הפרסום מהווה הבעת דעה לגיטימית מצד הנתבע לשירות שסיפק התובע לנתבע, ומהווה ביקורת ציבורית שיש לציבור עניין בו. הנתבע האמין בתום לב, כי לאחר שהתובע יקרא את הביקורת יבין את טעותו ויפנה אליו לאחר שיצפה בצילומי האבטחה.

71. אין לומר כי מדובר בפרסום משתלח, גס או בוטה, או שימוש במלים פוגעניות. סבורני כי מדובר בהתנסחות מתונה ומאוזנת שמתארת את שאירע בין הצדדים. מדובר, אפוא, בפרסום שעיקרו הבעת דעה על עניין ציבורי.

72. אשר לשאלת תום הלב, [סעיף 16 לחוק איסור לשון הרע](#) קובע חזקה, שפרסום שנעשה בנסיבות שפורטו [בסעיף 15](#) – נעשה בתום לב: "הוכיח הנאשם או הנתבע שעשה את הפרסום באחת הנסיבות האמורות בסעיף 15 ושהפרסום לא חרג מתחום הסביר באותן נסיבות, חזקה עליו שעשה את הפרסום בתום לב"; ועוד קובע [סעיף 16](#) חזקה כי פרסום נעשה שלא בתום לב, אם (1) הפרסום לא היה אמת והנתבע לא האמין באמיתותו, (2) הפרסום לא היה אמת והנתבע לא נקט אמצעים סבירים לבחון טרם הפרסום את אמיתותו, ו-(3) אם הנתבע התכוון לפגוע באמצעות הפרסום במידה גדולה מהדרוש לצורך הבעת דעתו.

73. ככלל, הגדרת "תום הלב" לצרכי [סעיף 15](#) לחוק אינה קלה. לצורך הסקת תום לבו של המפרסם, פיתחה הפסיקה מבחני עזר, ובין היתר נקבע כי "ככלל ניתן להתחשב לצורך בחינת תום-הלב בהקשר זה במידת הסבירות שבפרסום, במידת אמונתו של המפרסם באמיתות הפרסום, במידת הזהירות של המפרסם בבודקו את אמיתות הפרסום" {ראה האמור [בע"א 751/10 פלוני נ' דיין](#) [פורסם בנבו] (פורסם ביום 8.2.12)}.

74. בפסיקה לעיל, נקבעה אמת מידה, לפיה, ביקורת צרכנית המבוססת על חוויה צרכנית שארעה במציאות, הנעשית בדרך עניינית והוגנת ואף אם לעיתים חריפה, עשויה להביא לידי ביטוי נכון





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

וראוי את האינטרס הציבורי הכרוך במשוב של אמת על פעילות עסק תוך איזון בין האינטרס הציבורי ובין ההגנה על שם טוב.

75. התרשמתי מכנות עמדת הנתבע, לפיה, מדובר בפרסום בעל יסוד סובייקטיבי שמתאר התשמות אישית, אשר ביקש להזהיר את ציבור הצרכנים הרלוונטי ולשתף מהתרשמות מטיב השירות שניתן. אין ספק כי קיים עניין ציבורי בפרסום בעל אופי צרכני, בהם חולקים הצרכנים את חוויותיהם האישיות עם צרכנים אחרים. פרסום אודות שירות לא נאות על ידי אחד הצרכנים יש בו כדי לשרת את עניינם של צרכנים אחרים, ובפרט הצרכנים הפוטנציאליים של אותו בית עסק, כדי לסייע לציבור לגבש את עמדתו בנוגע לבית העסק הספציפי לפני קבלת השירות ממנו.

76. מכאן, במקרה דנן מדובר בפרסום שמהווה ביקורת צרכנית, וככזה יש לציבור עניין בו, כמשמעות הדבר בהגנת תום הלב הקבועה בהוראת [סעיף 15\(4\)](#) לחוק. לא מצאתי כי יש בפרסום משום "השתלחות פרועה" או ביקורת "שאינה תמת לב".

77. מכל האמור לעיל עולה המסקנה הברורה כי הדברים נכתבו בנסיבות של הבעת ביקורת לגיטימית תוך שימוש בלשון סבירה, מידתית וזהירה. טיב הביקורת, גם אם אינה נעימה לתובע, אינה חורגת מרמת הביקורת המקובלת בשיח באינטרנט באופן השולל את הגנת תום הלב. כמו כן לא שוכנעתי כי ביסוד הפרסום הייתה כוונה לפגוע בתובע באופן לא מידתי או כי היה בה זדון או חוסר תום לב.

78. בנסיבות שהתקיימו כאן, נמצא כי עומד לזכות הנתבע חזקת תום הלב, שכן הפרסומים – שהיוו הבעת דעה על עניין ציבורי – הייתה מידתית ולא חרגה מתחום הסביר, ואף התאפיינה בהקפדה על לשון עניינית ומכבדת.

79. לסיכום, גם אם היה נפסק כי האמור בפרסום נשוא תיק זה עולה כדי לשון הרע- דבר כשלעצמו לא הוכח- הרי שלטובת הנתבע עומדת ההגנה הקבועה [בסעיף 15\(4\)](#) לחוק, ועל כן דין התביעה בין כך ובין כך - דחייה.

סוף דבר





בית משפט השלום בתל אביב - יפו


תאד"מ 22-05-44547 עזריה (מוסך טיל) נ' ברזילאי

80. לאור המקובץ לעיל, הנני מורה על דחיית התביעה.

התובע ישא בהוצאות משפט לנתבע בסך - 2,000 ₪ ושכ"ט עו"ד בסך - 10,000 ₪ (כולל מע"מ),
ואשר ישולמו לנתבע תוך 30 ימים מיום המצאת פסק הדין, שאם לא כן, ישאו הפרשי הצמדה
וריבית כחוק מהיום ועד התשלום המלא בפועל.

המזכירות תמציא לצדדים את פסק הדין.

ניתן היום, ד' אדר תשפ"ג, 25 פברואר 2023, בהעדר הצדדים.


טל כהן אלימלך, רשמת בכירה

