



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 11-05-53356 עובדיה נ' פלאפון תקשורת בע"מ ואח'

בפני כב' השופט עזריה אלקלעי

בת אל עובדיה

תובעת

נגד

הנתבעות

1. פלאפון תקשורת בע"מ
2. אליהו מלך ושות' - חברת עורכי דין

פסק דין

1 בפני תביעת התובעת נגד הנתבעות לתשלום סך 143,263 ₪ וזאת בגין סדרת מסרונים SMS ששלחו הנתבעות או מי מהן אל הטלפון הסלולארי של התובעת, בטענה כי מסרונים אלו מהווים "דבר פרסומת" על פי חוק התקשורת (בזק ושירותים) התשס"ח – 2008 (להלן: "החוק") וכן מאחר ומשלוח המסרונים הסב עגמת נפש לתובעת.

2. בהמלצת בית המשפט, הגיעו הצדדים להסכמה דיונית, שלפיה השאלה שתעמוד להכרעה על ידי בית המשפט הינה האם המסרונים שנשלחו על ידי הנתבעת 2 לתובעת, ואשר אין מחלוקת על עצם משלוחם בהתאם לרשימה שצורפה לכתב התביעה, מהווים "דבר פרסומת" על פי החוק ואם כן מהו הפיצוי שיש לפסוק בגין פרסומת זו. בנוסף, נקבע כי בית המשפט ידון בשאלה האם משלוח המסרונים גרם עוגמת נפש לתובעת ואם היא זכאית לפיצוי בגין עוגמת הנפש.

טענות התובעת

3. התובעת התקשרה עם הנתבעת 1 בהסכם לפיו הוקצה לה מכשיר טלפון נייד.
4. החל ביום 20.10.10 ועד יום 8.2.11, הטרידו הנתבעות את התובעת ושלחו לה 46 מסרונים SMS בנוסחים שונים שמטרתם לגבות את יתרת החוב שחבה התובעת לנתבעת 1.
5. המסרונים ששלחה הנתבעת 1 באמצעות הנתבעת 2 הם "דבר פרסומת" ו/או "הודעת מסר קצר" [להלן: "דואר זבל"] והנתבעות הן "מפרסם" כמשמעותם בסעיף 30 א' (א) לחוק.
6. סעיף 30א'(ב) לחוק אוסר על הנתבעות לשגר דואר זבל ללא הסכמה מפורשת של הנמען. התובעת לא הסכימה בשום צורה שהיא לקבל דואר זבל מהנתבעות. דואר הזבל ששלחו אליה הנתבעות הפחיד והטריד אותה והיא דרשה מהנתבעות לחדול מלשלחו.
7. שיגור הודעות זבל, כמו גם התראות על חוב המשוגרות על ידי משרד עורכי דין, הוא עבירה אתית על כללי האתיקה של לשכת עוה"ד בישראל ולפיכך, התנהלות הנתבעות במשלוח המסרונים מהווה הפרת חובה חקוקה.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 11-05-53356 עובדיה נ' פלאפון תקשורת בע"מ ואח'

8. בית המשפט רשאי להטיל על כל אחת מן הנתבעות בנפרד פיצויים לדוגמא בסך 1000 ₪ בשל כל
2 דבר דואר זבל ולטענת התובעת, כל אחת מהנתבעות אחראית ביחד ולחוד למשלוח 46 דואר זבל
3 לתובעת והתובעת עותרת לחייב כל אחת מן הנתבעות לשלם לה פיצויים בסך 46,000 ₪ ובסך
4 הכל 92,000 ₪.
9. בנוסף טוענת התובעת, כי התנהלות הנתבעות גרמה לה עוגמת נפש וצער שבגינם היא תובעת
6 פיצויים בסך 10,000 ₪.
- 7 **טענות הנתבעות**
10. לטענת הנתבעות, התובעת היתה חייבת להם כספים אשר אף שולמו בסופו של יום במסגרת
9 לשכת הוצל"פ.
11. המסרונים ששלחה הנתבעת 1 באמצעות נתבעת 2 אינם "דבר פרסומת" ו/או "הודעת מסר
11 קצר" כמשמעותם בסעיף 30א' לחוק.
12. סעיף 30א' לחוק עניינו כאמור בכותרת שבו "שיגור דבר פרסומת" באמצעות מתקן בזק, כל
13 האמור בסעיף 30 א' לחוק מתייחס לדבר פרסומת ולמפרסמים כמשמעותם בחוק.
14. תוכן המסרונים שנשלחו לתובעת והמפורטים בכתב התביעה אינו בבחינת "דבר פרסומת" ו/או
15 "דבר מסר קצר" האסורים במשלוח בהתאם לסעיף 30א' לחוק, בין השאר משום שמעצם טיבם
16 לא נועדו "לעודד רכישת מוצר או שירות" ולא נשלחו אל התובעת במטרה פרסומית כלשהי.
17 המסרונים נשוא כתב התביעה לא נועדו לפרסם את מי מהנתבעות וככל שהתקבלו כאלה אצל
18 התובעת, נעשה הדבר במסגרת גביית חוב מהתובעת, סרבנית התשלום, באמצעים לגיטימיים
19 כחוק.
20. לטענת הנתבעות, ברור כי במסרונים כפי שנשלחו לתובעת, אין דבר פרסומת אלא התראה לפני
21 נקיטת הליכים משפטיים של גביית החוב של התובעת לנתבעת 1 במסגרת הליכי הוצל"פ נגדה
22 ולכן אין משלוח המסרונים אסור על פי החוק.
23. יתרה מזאת, בשורה של פסקי דין נקבע כי מסרונים כגון אלה אינם מהווים ואין בהם משום
24 הפרה של חוק התקשורת, כפי שניתן ללמוד בין היתר מפסק הדין בת"ק 10-08-54404 [טבריה]
25 **גדי זיגדון נ' משרד עו"ד אליהו מלך ושות' ואח'.**
26. הנחיית ועדת האתיקה של לשכת עורכי הדין במחוז ת"א בעניין משלוח מסרונים לחייבים,
27 ניתנה רק ביום 9.1.11 והמסרונים נשלחו קודם לכן. זאת ועוד, ההנחיות אינן מהוות "חובה
28 חקוקה" ומדובר בענין לוועדת האתיקה לענות בו ולא לבית המשפט.
- 29 **דיון והכרעה**
30. השאלה שבה עלי להכריע הינה האם המסרונים שנשלחו לתובעת על ידי הנתבעות מהווים "דבר
31 פרסומת".
32. סעיף 30 א' לחוק, קובע:
33 **"דבר פרסומת – מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או
34 לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת;**



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 53356-05-11 עובדיה נ' פלאפון תקשורת בע"מ ואח'

1 ...
2 "מפרסם" – מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם רכישתו
3 של נושא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסום עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם
4 את מטרותיו..."

5 19. בדברי הכנסת, חוברת י"א, עמ' 1773, נאמר מפי יו"ר הועדה המשותפת, ח"כ משה כחלון:
6 "לענין ההגדרה של "דבר פרסומת" מוצע לתקן את ההגדרה "דבר פרסומת"
7 הקיימת בסעיף 30א' בנוסחו היום, באופן המבהיר כי מדובר במסר המופץ באופן
8 מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או הוצאת כספים בכל דרך.
9 כלומר, מדובר בהפצה למטרות מסחריות, בהיקף נרחב, לקבוצה גדולה של
10 נמענים. לשם הבהרה, ההסדר המוצע לא יחול על תרומות או על הודעות שתוכנן
11 פוליטי".

12 20. בבג"ץ 4562/92 ח"כ אליעזר זנדברג נ' רשות השדור (2.6.96) נקבע:
13 "פרשנותו של טקסט משפטי היא פעולה משולבת של לשון
14 ותכלית":מילות החוק ומטרתו הן כלים שלובים. על המטרה ניתן ללמוד
15 מהמלים, ואת המלים יש לפרש על-פי המטרה" (בג"צ 507/81 ח"כ אבו חצירה
16 ואח' נ' היועץ המשפטי לממשלה ואח' [3], בעמ' 584).

17 הלשון קובעת את מיתחם האפשרויות הלשוניות. כל אופציה פרשנית חייבת
18 לתחם עצמה למסגרתו של מיתחם זה. הפרשן אינו רשאי ליתן ללשון הטקסט
19 משמעות שזו אינה יכולה לשאת. אכן, הפירוש ללשון הטקסט יכול שיהא
20 מרחיב ויכול שיהא מצמצם, יכול שיהא רגיל ויכול שיהא חריג, אך הוא צריך
21 תמיד למצוא נקודת אחיזה ארכימדית בלשון החוק. לשון הנורמה משמשת הן
22 נקודת מוצא לתהליך הפרשנות, והן מסגרת שבתוכה הוא פועל. אמת, המרכיב
23 הלשוני אינו תנאי מספיק לפרשנות. אך הוא תנאי הכרחי לה. "מלאכת הפירוש
24 אינה מוגבלת אך למלים, אך המלים מגבילות את הפירוש" (ד"נ 40/80 קניג נ'
25 כהן [4], בעמ' 715). בצד הלשון עומדת התכלית. אלה הם המטרות, היעדים,
26 האינטרסים והערכים אשר הנורמה נועדה להגשים. לכל נורמה תכלית - ולרוב
27 מספר תכליות - שאותן היא נועדה להגשים. נורמה ללא תכלית היא דבר הבל.
28 תכלית של נורמה היא עניין נורמאטיבי. היא נלמדת מלשון הנורמה
29 ומההיסטוריה שלה, מסוג העניין המוסדר ומטיפוס ההסדר. הגיונם של
30 דברים והשכל הישר מכוונים את הפרשן לגיבושה של התכלית המונחת ביסוד
31 הנורמה. אכן, "...אם התוצאה אינה הגיונית ונוגדת את השכל הישר, חזקה היא
32 כי הפרשן טעה בגיבוש התכלית של דבר החקיקה" (בש"א 1481/96 ר' נחמני נ'
33 ד' נחמני ואח' [6], בעמ' 606). צורכי החברה ודרישות המציאות משפיעים על
34 תכליתה של הנורמה. ממקורות אלה כולם למד הפרשן על התכלית המונחת



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 53356-05-11 עובדיה נ' פלאפון תקשורת בע"מ ואח'

ביסוד הנורמה....."תפקידנו כפרשנים, הוא לשלוח מתוך קשת המשמעויות
הלשוניות את המשמעות המשפטית. מתוך מיגוון האפשרויות הלשוניות עלינו
להכריע מהי המשמעות המגשימה את תכלית החקיקה ומטרותיה" (בש"א
1481/96 [6] הנ"ל, בעמ' 603). וראה גם: בג"צ 267/8 רשת כוללי האידרא,
עמותה ואח' נ' בית המשפט לעניינים מקומיים ואח' [7], בעמ' 736; ע"א 77/88
צימרמן נ' שרת הבריאות ואח' [8], בעמ' 72. עמד על כך השופט זוסמן בצינו:
מבחינה מילולית שווה פירושו של בא-כוח המבקש לפירוש השני; מבחינת כללי
הלשון שניהם אפשריים. אלא שאין אנו רשאים להתבצר כאן 'במבצר המילון'
ולדרוש מילה כהוראתה במילון, כי אם עלינו לגלות את הפירוש שהוא הנכון
לצורך ענינו, על רקע של מטרת התחיקה (purpose the legislative בלע"ז)"
(בג"צ 328/60 מוסא נ' שר הפנים [9], בעמ' 78).

21. על הצורך ליתן למונחי החוק פירוש תכליתי עמד בית המשפט בת.א. (מחוזי תל אביב) 1586/09
חיות נ' טלרן מסרים מיידיים בע"מ (5.4.11), עמדה כב' השופטת ד"ר מ.אגמון גונן, תוך הפניה
לדברי ההסבר להצעת החוק:

"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....."

22. בת.ק. 20453-03-11 עו"ד אסף לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ, קבע כב' השופט היימן:
"הידרשות לתכליתו של סעיף 30 א' לחוק, כמו גם להיסטוריה החקיקתית שלו,
איננה תומכת בפירוש שמבקשת הנתבעת לצקת בו. בדברי ההסבר להצעת החוק
משנת 2005 התאימו מנסחיה שני יסודות למונח "דבר פרסומי". מידע המופץ
לקבוצה גדולה של נמענים; ומטרתו "לעודד הוצאת כספים בכל דרך" (הצעת חוק
הממשלה 182, 20.6.05, בעמ' 886. ראו גם דבריו של ח"כ משה כחלון, יו"ר
הועדה המשותפת לוועדת הכלכלה ולועדת המדע והטכנולוגיה של הכנסת ה-17,
בדיון בקריאה השניה והשלישית בתיקון החוק (דברי הכנסת מיום 27.5.08 בעמ'
27)). במרכיב אחרון זה נמנע המחוקק במתכוון מהצרת גבולותיה של ההגדרה.
אדרבא, הוא הרחיבה כך שתקיף סוגים שונים של ביטויים, שהמשותף להם הוא
כי בעקבותיהם ידורבן הנמען, בכל דרך שהיא, לשלם".

23. כאשר המחוקק מגדיר את המונח "דבר פרסומי" בגוף החוק, כ"מסר המופץ באופן מסחרי,
שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת" הרי שאין
לצמצם ביטוי זה למשמעות הרגילה והיומיומית שמייחס האדם ברחוב למונח "דבר פרסומי",



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 11-05-53356 עובדיה נ' פלאפון תקשורת בע"מ ואח'

- 1 אלא שיש לפרשו לפי נוסח הגדרת הביטוי בחוק ובהתאם "למטרות היעדים האינטרסים
2 והערכים אשר הנורמה נועדה להגשים".
- 3 24. אילו התכוון המחוקק כי יש להגביל את פירוש הביטוי רק ל"פרסומת" מסחרית במובנה
4 המקובל השגור בפי הבריות הרי שהיה מסתפק בהגדרה "מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו
5 לעודד רכישת מוצר או שירות", כאשר המחוקק טרח להוסיף להגדרה את המשפט "או לעודד
6 הוצאת כספים בדרך אחרת", התכוון המחוקק להרחיב את ההגדרה ולהחיל אותה על מסרון
7 המעודד את הנמען להוציא כספים לכל מטרה שהיא, דהיינו כל תשלום לרבות לצורך פירעון
8 חוב, כאשר בדברי ההסבר לחוק נאמר במפורש כי אין הכוונה להוצאת כסף לתרומות או
9 למטרות פוליטיות וחזקה על המחוקק שאינו משחית מילותיו לשווא.
- 10 25. המסרונים שנשלחו על ידי הנתבעות לתובעת נוסחו בין היתר כדלקמן:
- 11 "פלאפון יוצאת במבצע הנחות חסר תקדים. צור קשר עם עו"ד מלך וסגור את חובך
12 היום..." ;
- 13 "מבצע חיסול חובות לקראת הפסח. התקשר עוד היום 08-00 – 21:00 בנוגע לחובך
14 לפלאפון למשרד עו"ד מלך";
- 15 "יומיים אחרונים למבצע הנחות של פלאפון! צור קשר עם עו"ד מלך וסגור את חובך
16 היום";
- 17 "בעקבות ההצלחה מבצע הנחות של פלאפון ממשיך! צור קשר וסגור את חובך היום";
- 18 "טרם ניצלת זכאותך להנחת סוף שנה של פלאפון! צור קשר עם עו"ד מלך וסגור את
19 חובך";
- 20 "ממשיכים עם מבצע ההנחות המוצלח של פלאפון! צור קשר וסגור את חובך היום";
- 21 "שבוע אחרון למבצע הנחות של פלאפון! צור קשר עם משרד עו"ד מלך וסגור את חובך
22 היום";
- 23 "יומיים אחרונים להנחת סוף שנה של פלאפון! צור קשר עם משרד עו"ד מלך וסגור את חובך
24 היום";
- 25 "יום אחרון להנחת סוף השנה של פלאפון! צור קשר מייד עם עו"ד מלך וסגור את חובך
26 היום";
- 27 26. בסך הכל, שלחו הנתבעות 46 מסרונים, לפי ההתפלגות כדלקמן: בחודש אוקטובר 2010, 6
28 מסרונים בחודש נובמבר 2010, 32 מסרונים בחודש דצמבר 2010, ו- 2 מסרונים בחודש פברואר
29 2011.
- 30 27. לטענת התובעת, המסרונים מהווים "דבר פרסומת", בעוד שלטענת הנתבעות מדובר בהתראות
31 לגיטימיות לפירעון חוב שאין ביניהם לבין פרסומת דבר וחצי דבר.
- 32 28. אין ספק כי המסרונים נועדו לגרום לנתבעת לשלם לנתבעת 1 את חובה והשאלה הנשאלת הינה
33 האם לפי פרשנות החוק, ניתן לפרש מסרונים שמטרתם לעודד תשלום חוב כ"דבר פרסומת".



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 11-05-53356 עובדיה נ' פלאפון תקשורת בע"מ ואח'

29. פרשנות תכליתית של החוק והרציונאל העומד מאחורי חקיקתו מתיישבים עם היות המסרונים מהסוג האמור בבחינת "דבר פרסומת".

29.1. נראה כי המסרונים נשלחו ממשרדו של הנתבע 2 לקבוצה גדולה של נמענים, ככל הנראה לכל או למרבית חייבי חברת פלאפון המטופלים במשרדו של עו"ד מלך, דבר הנלמד מכך שמדובר במסרונים בלשון כללית ולא בפניה שמית (למעט אחד), מה גם שהמסרונים כולם נוקטים בלשון זכר למרות שהנתבעת הינה אשה.

29.2. המסרונים נועדו לעודד את הנתבעת ל"הוצאת כספים בדרך אחרת". גם פירעון חוב יכול לבוא בהגדרת "הוצאת כספים בדרך אחרת" כאשר אין מדובר על תרומות או על הודעות שתוכן פוליטי.

29.3. ניתן לראות בנתבעות "מפרסם", כמשמעו בחוק, שכן אין ספק כי "דבר הפרסומת" עשוי "לקדם את מטרותיהם של הנתבעים", שכן גביית חוב נכללת במסגרת עסקיהן של הנתבעות ומשרתת את מטרות הנתבעות, הן של הנתבעת 1 המעוניינת בגביית קרן החוב, והן את מטרת הנתבעת 2 הנהנית משכ"ט עו"ד, ממנו היא מתפרנסת.

29.4. גם הכמות הבלתי סבירה של המסרונים ותדירות משלוחם, 46 מסרונים, מתוכם 32 בחודש אחד, תומכת בפרשנות האמורה, שנועדה למנוע הצפת נמענים ב"דואר זבל" ואין נפקא מינא כי מטרת המסרונים היתה לגרום לנתבעת לשלם את חובה.

30. באשר לפסק הדין בת.ק. [טבריה] 54404-08-10 זיגדון נ' אליהו מלך ושות', עליו הסתמכו הנתבעות, הרי שנוסח המסרון שנשלח שם היה בנוסח "זיגדון גד, טרם הסדרת חובך לבזק! למניעת המשך הליכים צור קשר מיידי עם משרד עו"ד מלך". ההודעה באותו מקרה, להבדיל מההודעות במקרה שלפנינו, מנוסחת כדרישה לתשלום חוב ובנוסף, באותו מקרה, נקבע על ידי ביהמ"ש לתביעות קטנות כעובדה, כי התובע יצר קשר עם הנתבעים וביקש כי יתקשרו אליו שוב, כך שההודעה נשלחה אליו לאחר חילופי דברים בין הצדדים, ולפיכך אין ללמוד מאותו מקרה ביחס למקרה שלפני.

31. לפיכך, הגעתי למסקנה כי המסרונים ששלחו הנתבעות לתובעת באמצעות הנתבעת 2 מהווים "דבר פרסומת" כמשמעו בחוק וכי כל אחת מהנתבעות הינה "מפרסם".

סכום הפיצויים

32. התובעת עותרת לחייב כל אחת מן הנתבעות בנפרד בסכום הפיצוי המירבי הקבוע בחוק, דהיינו ב – 46,000 ₪ כל אחת, ובנוסף היא תובעת לחייב אותן בפיצוי בגין עגמת נפש בסך 10,000 ₪.

33. אקדים ואומר, כי אין כל מקום לחיוב כפול בגין כל מסרון, גם אם הנתבעות אחראיות ביחד ולחוד למשלוח המסרון ולפיכך, התובעת אינה זכאית אלא רק לפיצוי אחד משתי הנתבעות גם יחד.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 11-05-53356 עובדיה נ' פלאפון תקשורת בע"מ ואח'

34. לאחר ששקלתי את השיקולים שהחוק מתווה לצורך קביעת הפיצוי, ומשהבאתי בחשבון כי המסרונים נועדו לגביית חוב קיים של התובעת שלא טרחה לשלם את חובה, ולא כדי לעודד רכישת מוצר או שירות, ובלוקחי בחשבון כי מדובר בפסיקה תקדימית בעניין מסרונים מסוג זה, הגעתי למסקנה כי התובעת זכאית לפיצוי בסך כולל של 15,000 ש"ח משתי הנתבעות ביחד ולחוד.

35. משפסקתי לתובעת את הפיצוי האמור, לא מצאתי לנכון לפסוק לתובעת פיצוי נוסף בגין עוגמת נפש.

36. אשר על כן, אני מחייב את הנתבעות, ביחד ולחוד, לשלם לתובעת סכום של 15,000 ₪ בצירוף הפרשי הצמדה וריבית כחוק, מיום הגשת התביעה ועד לתשלום בפועל. בנוסף, הנני מחייב את הנתבעות לשלם לתובעת, ביחד ולחוד, מחצית מסכום האגרה כפי ששולמה וכן שכר טרחת עורך דין בסך 2,500 ₪.

זכות ערעור לבית משפט מחוזי בתוך 45 ימים.

המזכירות תשלח פסק הדין לצדדים בדואר

ניתן היום, ט"ז תמוז תשע"ג, 24 יוני 2013, בהעדר הצדדים.

עזריה אלקלעי, שופט