



בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

בפני כבוד הרשמת בכירה יונת הברפלד-אברהם

תובע יונתן בן-עמי

נגד

נתבעות

1. Facebook Ireland Ltd
2. Facebook, Inc

פסק דין

1. התובע הגיש תביעה כנגד הנתבעות (אשר יקראו להלן גם "פייסבוק") ע"ס של 29,000 ₪, עקב 29 הודעות פרסומת אשר לטענת התובע, נשלחו אליו על ידן.
2. לטענת התובע בכתב התביעה, הינו רשום כמשתמש בפייסבוק משנת 2007 ומעולם לא אישר קבלת דבר פרסומת ממנה. למרות זאת, נשלחו אליו 29 הודעות פרסומת, לגביהן, הודיע במייל חוזר או מכתבי התראה, כי אינו מעוניין לקבל דברי פרסומת מפייסבוק.
3. הנתבעות, בכתב ההגנה טענו מספר טענות:
- א. התובע הסכים לקבל התראות והודעות מהפייסבוק. התובע מנהל 8 דפי פייסבוק והביע הסכמתו לקבל את ההודעות עבור כל אחד מהדפים.
- ב. הוסבר לתובע כיצד הוא יכול להפסיק לקבל את ההודעות, אולם הוא בחר להמשיך לקבל אותן. התובע יכול היה לשנות את הגדרות ההתראות שלו והוא בחר שלא לעשות כן.
- ג. ההודעות אינן דבר פרסומת.
- ד. סעיף 30 א' לחוק התקשורת אינו חל ביחס להודעות נשלחו מחוץ לישראל.
4. ביום 4/11/19 התקיים דיון בנוכחות התובע, בא כוחו וב"כ הנתבעות. בדיון הסביר התובע מדוע לשיטתו מדובר בדבר פרסומת וכן התייחס לשאר טענות הנתבעות. במהלך הדיון נחקר התובע קצרות. בסיום חקירתו הוסכם כי יוגשו סיכומים בכתב, וכך היה.

דיון והכרעה:

5. לאחר שעיינתי בכתבי הטענות, סיכומי הצדדים ושמעתי את הצדדים שהופיעו לפני, מצאתי כי דין התביעה להידחות.
6. החלקים הרלוונטיים למחלוקת דנן, מתוך תיקון 40 לחוק התקשורת, הם כדלקמן:

30 א (א): "דבר פרסומת" – מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת וכן מסר המופץ לציבור הרחב



בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

שמטרתו בקשת תרומה או תעמולה;

1
2
3 "מפרסם" – מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם רכישתו של
4 נושא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את
5 מטרתיו, ובכלל זה לקדם קבלת תרומות או תעמולה, או מי שמשווק את נושא דבר הפרסומת
6 בעבור אחר; לעניין זה, לא יראו כמפרסם מי שביצע, בעבור אחר, פעולת שיגור של דבר פרסומת
7 כשירות בזק לפי רישיון כללי, רישיון מיוחד או מכוח היתר כללי, שניתנו לפי חוק זה;

8 30 א(ב) לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג
9 אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת
10 מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת; פנייה חד-
11 פעמית מטעם מפרסם לנמען שהוא בית עסק או לנמען לשם קבלת תרומה או
12 תעמולה, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל
13 דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב הפרה של הוראות סעיף זה.
14

15 (ג) על אף הוראות סעיף קטן (ב), רשאי מפרסם לשגר דבר פרסומת כאמור
16 באותו סעיף קטן אף אם לא התקבלה הסכמת הנמען, בהתקיים כל אלה:

17 (1) הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה של מוצר או שירות,
18 או במהלך משא ומתן לרכישה כאמור, והמפרסם הודיע לו כי הפרטים
19 שמסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו, באחת הדרכים
20 האמורות בסעיף קטן (ב);

21 (2) המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דברי
22 פרסומת כאמור, דרך כלל או מסוג מסוים, והנמען לא עשה כן;

23 (3) דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או
24 לשירות האמורים בפסקה (1).

25 (ד) הסכים הנמען לקבל דברי פרסומת לפי הוראות סעיף קטן (ב) או לא
26 הודיע על סירובו לקבלם לפי הוראות סעיף קטן (ג), רשאי הוא, בכל עת, להודיע
27 למפרסם על סירובו לקבל דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, ולחזור בו
28 מהסכמתו, ככל שניתנה (בסעיף זה – הודעת סירוב); הודעת הסירוב לא תהיה
29 כרוכה בתשלום, למעט עלות משלוח ההודעה; הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך
30 שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען.
31

32 7. התובע, על פי הודאתו, נרשם בשנת 2007 כמשתמש ברשת החברתית אצל הנתבעות,
33 פייסבוק. כעולה מעדותו בדיון, התובע הקים כ-15-13 דפים. לא צוין בכתב התביעה ולא
34 בדיון, מתי הוקמו דפים אלו- האם כולם בשנת 2007 או בשלב מאוחר יותר. הדבר חשוב
35 לעניין טענתו של התובע בדבר ההוראות שתוקפן נכנס לתוקף לאחר 2007 (כגון התיקון לחוק
36 התקשורת והתקנון החדש של הנתבעות) והוכחת טענתו כי לא הסכים לקבל דבר פרסומת
37 מהנתבעות בשום שלב. היה מקום כי התובע יפרט בכתב התביעה את מלוא העובדות
38 הרלוונטיות לתביעתו כגון מספר הדפים אותם הקים, האם הם נקראים בשם מסוים ומתי
39 אלו הוקמו. עוד היה מקום לפרט, לגבי כל דף ודף, האם לגבי אותו דף שלח התובע מכתב
40 התראה, כפי ששלח בחלק מהמקרים, ובאלו מהדפים ביקש הסרה בטכנולוגיה אותה
41 מאפשרות הנתבעות. התובע לא פרט זאת, יש בכך, לטעמי, הסתרת מידע, היות ולו היה
42 מגלה את הפרטים הרלוונטיים, עוד בכתב התביעה, ניתן היה לבחון את טענותיו בדבר
43 המועדים בהם הקים את הדפים אלו מול התקנון הרלוונטי באותה תקופה של הנתבעות, בכך
44 ייתכן והיה לחסוך חלק מן המחלוקת.





בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223-בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

- 1
2
3
4
5
6
7
8
9
8. התובע השאיר בידי הנתבעות פרטי התקשרות בעת שנרשם כמשתמש, למשל כתובת מייל, אין על כך מחלוקת. הנתבעות הפנו לפסק הדין שניתן בבית המשפט המחוזי בעניין קסטרו מודל בע"מ נגד רגב (ע"א 2526-12-17), אשר אושר בבית המשפט העליון, בעניין דומה, ואכן סבורני כי יש בפסק הדין שניתן שם כדי לסייע גם להכרעת המחלוקת דנן. רישום כחבר מועדון, כפי שהיה במקרה של קסטרו, אינו שונה מרישום כחבר בפייסבוק. בשני המקרים המבקש להיות חבר (מועדון או פייסבוק) מקבל על עצמו את כללי המקום כחבר, לרבות קבלת הודעות.
9. התובע טען כי על הנתבעות היה להציג את התקנון משנת 2007 ממנו ניתן ללמוד כי הסכים לקבל תוכן פרסומי, אולם הנטל מוטל למעשה על התובע, היות ואין מחלוקת כי נרשם כחבר אצל הנתבעות. היה ניתן לצפות, כי לאור השינוי בתקנון לו טוען התובע, לו היה מקבל הודעות קודם לשנת 2017, או לא מקבל, היה מפרט זאת, זאת כדי ללמוד על מגמת השינוי אצל הנתבעות. אם בין 2007 ל-2017 נשלחו הודעות דומות מפייסבוק, תעלה השאלה מדוע רק ב-2017 מצא התובע מקום להליך על משלוח ההודעות. אם לא נשלחו הודעות דומות מ-2007 עד 2017, היה מקום שהתובע יציין זאת, על מנת שהנתבעת תוכל להסביר מה השתנה מ-2017 ואילך. גם כאן יש חשיבות לפרט מתי הוקמו הדפים אותם מנהל התובע, היות ואם החלו הנתבעות לשלוח את ההודעות המדוברות רק סמוך להקמת הדפים, ייתכן ויש בשינוי ההתנהלות של התובע כדי לשלוח אליו את ההודעות, לגביהן הוא טוען כי הן פרסומיות.
10. אין מחלוקת כי התובע השתמש בשירות שנשלח אליו בהודעות לגביהן הוא טוען כי הן פרסומיות. גם כאן היה מקום לציין מתי השתמש, האם קודם לקבלת ההודעות או האם לאחר מכן. החשיבות היא כי אם החל התובע לקבל את ההודעות המדוברות לאחר שהוא בעצמו החל להשתמש בכלי של הפצת הפוסטים, ייתכן ואכן מדובר בהודעה שירותית ולא פרסומית, כפי שטענו הנתבעות וייתכן כי ההודעות החלו להישלח אליו כתוצאה משימוש בכלי אותו קידמו הנתבעות. כל המידע החסר, יש בו כדי לפגוע בהרמת הנטל המוטל על התובע להוכיח כי לא הסכים לקבלת המידע, לגביו הוא טוען כי הוא פרסומי, זאת תוך הדגשה כי הוא הסכים לתנאי פייסבוק כאשר נרשם, אחרת חברותו לא היתה מתקבלת.
11. כפי שטענו הנתבעות, אין מחלוקת כי התובע הסכים לתנאי השימוש של הנתבעות לפחות בשנת 2007, משעשה כן, מוטל עליו להוכיח כי לא הסכים לקבלת ההודעות, כך נקבע בעניין קסטרו. התובע לא עשה כן.
12. אני גם מקבלת את טענת הנתבעות בסעיף 19 לסיכומיהן כי מעבר לאמור לעיל, הרי ששימוש המתמשך של התובע בשירותי הנתבעות, לרבות שימוש באותו כלי לגביו נשלחו אליו ההודעות, יש בו כדי להוות הסכמה לקבלת אותן ההודעות, שלמעשה נשלחו אליו כתוצאה מדרך התנהלותו אצל הנתבעות, תוך למידת הרגליו. אני גם מקבלת את טענת הנתבעות כי ברגע שהתקשר התובע עם הנתבעות בשנת 2007, ולאחר מכן החל לקבל הודעות או כל מידע אחר שלא מצא כן בעיניו, יכול היה למחוק את חשבונותיו אצל הנתבעות. התובע לא עשה כן והמשיך להשתמש בשירותי פייסבוק, בעשותו כן, קיבל עליו את תנאיה.
13. כאן המקום לציין, והדבר עוד יורחב בהמשך, כי התנהלותו של התובע כולה, נגועה בחוסר תום לב. התובע ביקש להיות חבר בפייסבוק, הוא לא היה חייב לעשות כן. פרטיו הגיעו לנתבעות עקב בקשתו הוא להיות חבר אצלן. לאורך שנים ארוכות מנהל התובע מספר רב של דפים אצל הנתבעות, נהנה מהשירות אותו הן מעניקות, גם באופן אישי וגם באופן עיסקי.
- 10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45



בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

- 1 הוא משתמש בכלים אותם מעניקות הנתבעות לחבריה ובמקביל מגיש תביעה על כי הנתבעות
2 מעדכנות אותו בדבר הכלים אותם היא מעניקה שיכולים לסייע לו בעבודתו, ובכלל.
3
- 4 14. אין מדובר במקרה בו החל אדם לקבל הודעות ספאם מבלי שיש לו כלל היכרות עם מי ששלח
5 לו את ההודעות. מדובר באדם שבחר להתקשר עם הנתבעות וליהנות מהשירות אותו הן
6 מעניקות. הדבר דומה לכך כי אותו אדם שנרשם כחבר מועדון, ירכוש מוצרים מסוג מסוים
7 שוב ושוב, ולאחר מכן ילין כי אותו מועדון מעדכן אותו במבצעים של אותו מוצר. העובדה כי
8 אותו אדם משתמש במידע שמועבר אליו, לטובתו, לאחר שהוא ביקש להירשם כחבר, ומצד
9 שני תובע על קבלת המידע המועיל, מלמדת באופן חד משמעי על חוסר תום לב. אם המידע
10 המתקבל מאותו מועדון, ובענייננו, מפייסבוק, מפריע למקבל, אין כל הכרח להישאר כחבר
11 פייסבוק אבל ברגע שהחליט אדם להישאר כחבר, יקבל את תנאי המקום.
12
- 13 15. עוד טענו הנתבעות, וגם טענה זו אני מקבלת, כי היות והתובע מקדם תכנים בתשלום בדפי
14 הפייסבוק אותם הוא מנהל, הרי ששימוש בשירות זה מחייב את המשתמשים לאשרר את
15 הסכמתם לתנאי השירות בכל פעם בהם הם רוכשים את השירות, הנתבעות גם צרפו את דף
16 המסך הרלוונטי. אילו תעלה טענה כי הדבר לא נטען בכתב ההגנה הרי שיצוין כי מידע זה היה
17 אמור להיות מגולה דווקא על ידי התובע בכתב התביעה ולא במסגרת חקירתו בדיון ומבלי
18 שהדבר יעלה על ידו באופן יזום.
19
- 20 16. היה מקום לצפות מהתובע כי יציין בכתב התביעה את כל הדפים אותם הוא מנהל ומה
21 למעשה נעשה בהם. היה מקום כי התובע יציין, כי במסגרת כל הפעילות הענפה אותה מבצע
22 בפייסבוק, לא נדרש ולו פעם אחת לקבלת הודעות. כל אשר עשה התובע בכתב התביעה
23 הוא לציין כי הוא חבר משנת 2007 ובשנת 2017 החל לקבל הודעות ספאם. ברור, כעת, כי
24 התובע אינו חבר פייסבוק רגיל. הוא פעיל עסקית ואישית בפייסבוק, מקדם תכנים בתשלום
25 והיה עליו לפרט מה בדיוק הוא עושה, ומה נדרש ממנו לעשות בכל פעם בו הוא מקדם תוכן
26 שיווקי. משהתובע לא פרט זאת בכתב התביעה, ייתכן ואף הסתיר את המידע, אני מקבלת את
27 טענות הנתבעות בסיכומיהן לעניין המידע והפרטים אותם מקבל מי שמקדם תכנים בתשלום,
28 בכל פעם בה הוא עושה כן, דהיינו, אשרור התקנון של הנתבעות, גם כעת. משמעות הדבר, כי
29 טענת התובע בדבר הצורך לעדכן אותו לאחר שינוי התקנון אצל הנתבעות או לאחר תיקון 40
30 לחוק התקשורת, בוצע, באמצעות אשרורו את התקנון בכל פעם בה קידם את עסקיו.
31
- 32 17. כזכור, סעיף 30 א (ג) לחוק קבע את המקרים בהם רשאי מפרסם לשלוח דבר פרסומת. סעיף
33 30 א (ג)1) נידון לעיל, גם סעיף 30 א (ג)2) חל במקרה דנן היות וניתנה לתובע אפשרות קלה
34 לסרב לקבל את ההודעות.
35
- 36 18. עניין קסטרו, אשר צויין לעיל, דן באריכות במשמעות סעיף 30 א (ג), לגבי אותו אדם אשר
37 הצטרף כחבר מועדון אולם טען שלא הסכים לקבל דבר פרסומת, וקבע כי הסעיף חל באותו
38 מקרה. הדברים שנאמרו שם יפים גם בענייננו, ועל כן יובאו כאן באריכות.
39
- 40 "מהוראות אלו עולה, כי כל אשר נדרש המפרסם לעשות כדי לקיים את התנאי השני, הוא לתת
41 לנמען "הזדמנות להודיע כי הוא מסרב לקבל דבר פרסומת", כי אותה הזדמנות תהיה "בדרך
42 שבה שוגר דבר הפרסומת" וכי אותה הודעת סירוב לא תהיה כרוכה בתשלום למפרסם. אם מדובר
43 במסרון, כי אז כאמור, על מפרסם גם לציין את שמו וכן את "דרכי יצירת הקשר עמו לצורך מתן



בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

1 הודעת סירוב" (סעיף 30א(ה)(2)). מעבר לכך, אין כל נוסח מיוחד שצריך להופיע בהודעה לגבי
2 האפשרות העומדת לנמען להודיע על סירוב לקבל דברי פרסומת ואף אין הכרח שתופיע מילה
3 מסוימת ("השב", "הסר", "מסרב" או כל כיוצא בזה).

4 לשם התקיימות התנאי השני הקבוע בסעיף 30א(ג) בחוק התקשורת ולנוכח הוראות סעיף
5 30א(ד)(1) וסעיף 30א(ה)(2) בחוק, די אפוא, בכך שדבר הפרסומת הנשלח באמצעות מסרון יכול
6 הודעה המספקת "הזדמנות" לנמען ליצור קשר עם המפרסם באמצעות מסרון תשובה (שזו "הדרך
7 שבה שוגר דבר הפרסומת"), "לצורך" הודעתו כי הוא מסרב לקבל דברי פרסומת (ראו לעניין זה
8 את הערת בית המשפט בעניין קושרובסקי, פסקה 16, אשר ביקר את "התקשורת של המבקש ...
9 לשלוח הודעת הסרה באמצעות 'השב' דווקא").

10 בית המשפט שם קבע כי על אמצעי סירוב קבלת ההודעות להיות "אמצעי קל, נוח, פשוט ונגיש,
11 שאף אינו מצריך כל תחכום, טרחה או בזבוז זמן. דומה כי אילו אמנם היה המשיב מעוניין
12 שהמערער תפסיק לשלוח אליו דברי פרסומת באמצעות מסרונים, הוא יכול היה להודיע לה על
13 כך בקלות רבה".

14 המסקנה הסופית של בית המשפט בעניין קסטרו היתה כי –

15 "מסקנת הדברים היא אפוא, כי אפילו מלכתחילה לא נתן המשיב את הסמכתו לקבלת דבר
16 פרסומת מהמערער באמצעות מסרונים – ואינו קובעים זאת – הרי שלנוכח התקיימות כל
17 שלושת תנאיו של החריג הקבוע בסעיף 30א(ג) בחוק התקשורת, אין לומר כי המערער הפרה
18 את הוראת סעיף 30א(ב) בחוק".

19 קל וחומר גם במקרה דנן –
20

21 19. במקרה דנן, על פי ההודעות שנשלחו לתובע, על התובע היה פשוט ללחוץ על "הסר"
22 "unsubscribe". במייל שנשלח לתובע נרשם מפורשות כי אין להשיב לאותו מייל. למרות
23 זאת, התובע בחר לשלוח מכתב התראה, לאחר ההודעה הראשונה וגם אז קיבל מכתב מפורט
24 מאד, ממנו ניתן ללמוד כיצד, בקלות, ניתן לגרום לכך כי ההודעות יפסיקו להישלח. באותו
25 מכתב, נמסר לתובע באופן חד משמעי כי הוא הסכים לתנאיה של פייסבוק, אולם נאמר לו כי
26 הוא רשאי לבטל את ההתראות, הוא בחר שלא לעשות כן. התובע בחר להתעלם גם
27 מהאפשרות להסרה באמצעות לחיצה על "הסר" וגם לא לבטל את ההתראות בהגדרות הדף
28 ובמקום זאת להמשיך לשלוח מייל חוזר למייל שנאמר בו כי אין להשיב לו (no reply).
29

30 20. גם במקרה של משלוח ההתראה בחר התובע שלא לציין את כל הדפים אותם הוא מנהל, כך
31 שגם אם היה מבוטל חשבון אחד, היה התובע ממשיך לקבל הודעות עבור דף אחר. הדבר אף
32 נעשה בפועל, היות והתובע ציין בכתב התביעה כי ביקש להסיר בדרך המקובלת אולם המשיך
33 לקבל דברי דואר. גם כאן, בחוסר תום לב, לא מציינ התובע עבור איזה דף ביקש להסיר ועבור
34 אלו דפי אחרים המשיך לקבל. התובע, שידע כמה דפים הוא מנהל, יכול היה בדקות בודדות,



בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

1 ללחוץ על הסר במייל אותו קיבל ובכך להפסיק לקבל מיילים עבור כל הדפים אותם הוא
2 מנהל, ולא עשה כן.
3

4 21. התובע נשאל על כך בדיון, תשובותיו היו מעורפלות ומבולבלות.
5

6 "לשאלת ביהמ"ש, מדוע לא עשיתי הסר, אני משיב שיש כמה סיבות, הסיבה הראשון הסר הוא
7 ברשימה ספציפית ולא רציתי לקבל הודעות באופן גורף.
8 הסר זה לא רק מדף ספציפי אלא גם מרשימה ספציפית. הייתי אמור לעשות הרבה פעמים הסר,
9 לא שבעה אלא עשרות.

10 הסיבה העיקרית ששלחתי מכתב זה בכוונה להסיר אותי מכל הרשימות כמו שהחוק מחייב,
11 ללחוץ הסר זה מצריך יותר מלכתוב מכתב, אני צריך לתעד שלחצתי על הסר, אני צריך לתעד את
12 זה כפי שעשיתי. זה טרחה מאוד גדולה בשבילי לעשות הסר ולצלם, בעיקר בידיעה שזה לא עובד,
13 בעיקר ניסיתי וזה לא עבד.

14 לשאלת ביהמ"ש, עשיתי את ההסר לאחר הרבה הודעות כאקט של ייאוש כי הם לא קיבלו את
15 הודעות הסירוב שלי". (עמודים 1-2 לפרוטוקול מיום 4/11/19).

16
17 התובע יכול היה למנוע מעצמו את הייאוש באמצעות פעולה פשוטה, של לחיצה על "הסר", לא
18 ברור מדוע היה צורך בעשרות פעמים ולא היה די בדיוק במספר הדפים שיש לתובע אצל הנתבעת.
19

20 בהמשך-

21 ש. אתה קיבלת הודעה, ב-21.10.17, שלא מציעה לך לשלם על שום דבר, אין קופון, אין כסף,
22 אתה שולח באותו יום מכתב לפני תביעה, זו התגובה שלך, למה לא לחצת פה על הלינק?
23 ת. אני רציתי להיות מאוד ברור, ברגע שהתחלתי לקבל ספאם מפייסבוק, רציתי להיות ברור
24 וחד משמעי, אין דבר כזה להסיר אותי מרשימה ספציפית, אני כיונתן מסרב לקבל הודעות
25 פרסומיות באופן כללי וגורף. גם פה זה הודעה פרסומית.

26 ההודעה קוראת ליצור פוסט, כשיוצרים פוסט בדף בפייסבוק, הדבר הראשון שקופץ זה
27 הכפתור הכחול של בוסט אה פוסט, למה הדבר דומה – לבעל חנות שמזמין את הלקוח
28 להיכנס לחנות, בטענה שהכניסה לחנות חופשית, זה ברור שזה חופשי, אך לא יעלה על
29 הדעת שהוא לא יזמין את הלקוח.

30 ש. בכל ההודעות שאתה מצרף בנספחים, שפנית שוב ושוב לפייסבוק בבקשה להסיר אותך,
31 למה אתה לא מסיר את השם שלך מהרשימות ולמה מעבר לדף אחד שאתה מנהל, ידעת
32 איך לשנות הגדרות, אני אומר לך שההודעות שצירפת הם לא בדף הזה, זה כן פועל, למה
33 עשית ביחס לשאר הדפים שאתה מנהל, זה לא עבודה, להגיש תביעה זאת עבודה, ללחוץ
34 על לינק זה לא עבודה?
35

ת. לא מצאתי דרך שעובדת להסיר.



בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

- 1 ש. אני מפסיק אותך ורוצה לשאול בכתב ההגנה כתבנו שמצאת דרך ועשית את זה ביחס לדף
2 אחד שהוא לא הדף שהתלוננת, אתה לא חולק על זה, הצלחת בדף אחד?
3 ת. ההגדרות לא ברורות, אני לא יודע,, ההגדרות מורכבות, יש רשימות רבות, אני לא מצליח
4 לעקוב, יכול להיות שהצלחתי.
5 ש. אתה אישרת שביחס לדף אחד שינית את ההגדרות שלא תקבל, למה לא עשית ביחס
6 לדפים אחרים?
7 ת. אני מאשר ששיניתי. אחרי שבדקתי את זה, כן קפצו וחזרו אישורים שלא היו קודם. היה
8 מורכב ונדרש ממני זמן לעשות את זה בכל הדפים. אני תופס את עצמי כאחד שכן בקיא
9 בהגדרות של אתרים ויודע לנהל ולהסיר את הרשימות היה מאוד מסובך.
10 ש. אתה ממשיך לקדם תכנים באתרים שלך בתשלום גם תוך כדי שאתה מתלונן לפייסבוק
11 שאתה לא רוצה לקבל הודעות, זה נכון?
12 ת. כן. (מתוך חקירת התובע על ידי ב"כ הנתבעות)
13
14 עדותו של התובע אינה מקובלת עלי. התובע טען כי רצה להיות ברור, כי צריך לתעד כי ה מסובך
15 לשנות הגדרות אולם מה יותר ברור מלחוץ "הסר", אם רוצים לתעד אפשר להסריט, גם לא
16 פעולה מסובכת, ולגבי שינוי ההגדרות, התובע אישר כי עשה כן בדף אחד. התובע טען כי נשלח
17 מכתב להסיר מכל הרשימות אולם מעיון במכתב, שצורף לכתב התביעה עולה כי התובע לא ציין
18 את כל הדפים אותם הוא מנהל ואילו רצה כי ההודעות יופסקו עבור כל הדפים, היה עליו לעשות
19 כן מפורשות עבור כל הדפים.
20
21 22. התובע אישר כי הוא כן בקיא בהגדרות של האתרים ולא הסביר מה כה מסובך בהסרתו בעיקר
22 ולאחר שהצליח לעשות כן.
23
24 23. התרשמתי מעדותו של התובע וכתב התביעה, בעיקר לאור הסתרת הפרטים המהותיים
25 שהתגלו בדיון היא כי התובע פשוט אסף עוד ועוד הודעות, תיעד כביכול ניסיונות הסר (כגון
26 המכתב) ביודעו כי משלוח התשובות נשלח למייל אליו לא ניתן להשיב ותוך התעלמות מוחלטת
27 מהפתרון הפשוט שניתן לו להסיר את משלוח ההודעות.
28
29 24. הנתבעת עמדה בתנאי סעיף 30 א (ג)2, כמו גם בשאר תנאי הסעיף, ולכן לא הפרה את
30 חובתה על פי חוק התקשרות.
31
32 25. מעבר לאמור לעיל אני סבורה כי ההודעות שנשלחו לתובע אינן דבר פרסומת אלא הודעה
33 שירותית, עובדה היא כי הודעות אלו לא נשלחו לכל חברי פייסבוק, אלא מדובר בהודעה
34 מותאמת לתובע, לאור פעילותו בפייסבוק. מדובר בהודעה הממליצה לתובע מה עליו לעשות



בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

- 1 כדי שהפוסטים שלו יגיעו לקהל רחב יותר והיא מסייעת לו לעשות כן, מה שהינו עושה גם
2 באופן עצמאי.
3
- 4 26. בפסק דין זה, לא פסקתי בשאלה בדבר האם ניתן לדון בתביעה היות והודעות הנתבעות
5 נשלחו בחו"ל, היות וממילא דחיתי את התביעה.
6
- 7 27. גם אם הייתי מקבלת את טענת התובע כי מדובר בדבר פרסומת וכי אין לנתבעות הגנה מפני
8 משלוח ההודעות, לא היה מקום לפסוק לתובע פיצוי כלשהו.
9
- 10 28. בית המשפט כבר קבע בעבר כי לא בכל מקרה ייפסקו פיצויים על פי החוק, גם אם קיימת
11 הפרה של משלוח הודעות.
12
- 13 "ודוק: אכן, לתובע נשלחו דברי פרסומת ללא שנתן הסכמתו לכך. אף אין חולק שהסדר הקבוע
14 בחוק הוא כזה של "opt-in", וכפי שנפסק, לא מוטל על הנמען נטל להסיר עצמו מרשימת
15 התפוצה אם הצטרף אליה שלא בהסכמתו. הנחתי היא גם שהתובע לא היה חייב ללחוץ על לינק
16 ההסרה וכי שליחת הודעת הסרה באמצעות מכתב היא אפשרית על-פי החוק. חרף כל אלו,
17 וכאמור, הטלת פיצויים לדוגמה אינה חובה. אין הכרח שלכל דבר פרסומת יהיה תג מחיר על
18 שליחתו. בהתאם לחוק התקשורת, החיוב בפיצויים לדוגמה נתון לשיקול דעת בית המשפט.
19 שיקול דעת זה מונחה על-ידי תכלית הפיצויים לדוגמה. נמצא, כי השאלה בעניינו היא לא רק
20 האם התובע נתן את הסכמתו למשלוח דברי הפרסומת, או אם נהג כשורה בכל הנוגע להסרתו
21 מרשימת התפוצה. שאלה נוספת ואף מרכזית היא, האם עלה בידי התובע להצביע על הצדקה
22 להטיל את הפיצוי לדוגמה לאור תכליותיו. בנסיבותיו של המקרה דנא, משלוח ההודעות ללא
23 הסכמת התובע נעשה לאור התנהלותו של התובע, שהובילה לתקלה נקודתית בנסיבות
24 ספציפיות, שאינן מלמדות על צורך להרתיע את הנתבעת על-ידי הטלת פיצויים לדוגמה".
- 25 ולסיכום-
- 26 "תיקון מס' 40 לחוק התקשורת חוקק במטרה להביא למיגור משלוח דואר-הזבל, נוכח הנזקים
27 הקשים שמסבה תופעת ה"ספאם". מקום שבו פועל הנתבע שלא לפי הוראות החוק, הרי שיש
28 להטיל עליו פיצויים לדוגמה על מנת להרתיעו. הפיצויים לדוגמה גם משמשים לעידוד התובע
29 ותובעים שכמותו ליזום הליכים בבית המשפט. הפיצויים לדוגמה הם כלי חשוב, שיעשה בו
30 שימוש מקום שבו הופרו הוראות החוק, וללא היסוס.
- 31 עם זאת, החוק אינו מיועד להיות כלי בידי תובעים אשר מנסים בפעולותיהם להכשיל
32 נתבעים. החוק אינו מיועד לאלו שמנסים לטמון מלכודות למפרסם, מתוך מחשבה, ואולי אף
33 בתקווה, שאותו מפרסם ייפול בפח וישלח אליהם דבר פרסומת. האמצעים שנקבעו בחוק נועדו
34 לשם מיגור תופעת הספאם; הם לא מיועדים להיות כלי בידיהם של "ציידים" דואר-זבל הפועלים
35 באופן עקלקל. תובע הפועל באופן זה אינו מצביע על תכלית הרתעתית המצדיקה פסיקת פיצויים
36 לדוגמה ואין הוא מצביע על אינטרס לעודד תובעים שכמותו להגיש תביעות שכאלו. השאלה
37 האם להטיל פיצויים לדוגמה אינה נעשית רק על-ידי בחינה "טכנית" של קיום הוראות החוק.
38 על השאלה האם להטיל פיצויים לדוגמה להיבחן באופן מהותי, היינו, האם קיימת הצדקה



בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

1 להטיל פיצויים לדוגמה לאור תכליתם. אין צורך להזכיר כי על התובע מוטלת חובה לנהוג בתום-
2 לב". (תק (הרצ' 605-07-16 אוהד צוויק נ' לאומי קארד בע"מ)

3
4 29. גם לכך התייחס בית המשפט המחוזי בעניין קסטרו :

5
6 "בית המשפט קבע אם כן, כי אמנם "חובת הקטנת הנזק כשלעצמה – אין בדין, בנתון לאמור מעלה
7 דבר תום הלב" (שם). אמנם לא חלה על הנמען חובת הקטנת הנזק, אך אין בכך כדי לפטור אותו
8 מהחובה החלה על כל בעל דין בכל עניין משפטי, לנהוג בתום לב. על דברים אלו חזר בית המשפט
9 גם בעניין רז, בהדגישו כי "מחובתו של הנפגע, ככל בעל-דין בכל עניין משפטי לנהוג בתום לב"
10 (ההדגשה במקור) (שם, פסקה טז). משמעות הדברים היא אפוא, כי אם נמצא שנמען לא נהג
11 בתום לב, ממילא יהיה בכך כדי להשליך על היקף הפיצוי שייפסק לטובתו.

12 עוד הוסיף בית המשפט בעניין גלסברג, כי בית המשפט ישקול גם את "העובדה שהמעוול איפשר
13 להסיר את שמו של הניזוק מרשימת תפוצת דברי הפרסומת בקלות יחסית, וכל העושה כן הרי זה
14 משובח וייפטר מן המטרד במהרה" (שם, פסקה יג). העובדה כי שיקול זה משמש שיקול ממשי
15 להפחתת הפיצוי, אף נקבעה להלכה בדעת רוב בעניין רע"א 1954/14 חזני נ' שמעון הנגבי
16 (סיתוונית מועדון דאיה ורחיפה במצנחים) [פורסם בבנו] (4.8.2014) (להלן – עניין חזני) (בעניין
17 חזני נפסק על-פי פסק-דינו של השופט ע' פוגלמן, למעט באשר להערה האמורה שלגביה נפסק
18 על-פי עמדתם של כבוד השופטים א' רובינשטיין וי' עמית)."

19 בהמשך-

20 "בנוסף לכך וכאמור, הגם שלא חלה על הנמען חובת הקטנת הנזק, חלה עליו חובה לנהוג בתום
21 לב. חובה אשר כאמור, לעולם חלה על כל בעל דין בכל עניין משפטי. אם נמצא כי בעל-דין לא נהג
22 בתום לב, כי אז וכפי שנקבע (כמפורט לעיל), התנהלותו תצדיק את הפחתת סכום הפיצוי. בענייננו,
23 אפילו הייתה המסקנה כי המסרונים הכוללים דברי פרסומת נשלחו אל המשיב מבלי שהסכים לכך
24 מראש, ואפילו הייתה המסקנה כי לא התקיים החריג הקבוע בסעיף 30א(ג), דומה כי קשה לחלוק
25 על חוסר תום-לבו. מצב שבו נמען ממשיך לקבל דברי פרסומת באמצעות מסרונים מבלי לעשות
26 דבר בעניין קבלתם, תוך המתנה לכך שמספרם יגדל כך שיאפשר הגשת תביעה לקבלת פיצוי
27 בסכום גבוה, אינו אלא חוסר תום-לב מובהק."

28
29 30. סבורני כי תביעות מסוג זה, אשר נועדו לצבירת הון, נוגדות את מטרת התיקון לחוק, שנועד
30 למנוע הטרדת אזרחים. אם אזרח מוטרד כתוצאה מקבלת מייל או הודעה, יש לו את
31 האפשרות לעצור את קבלתה. אכן החוק לא קובע הפחתת פיצוי במקרה של אי הקטנת נזק,





בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 19-01-75223 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd ואח'

תיק חיצוני:

1 אולם, כאמור וכמובא לעיל, כבכול הליך משפטי נדרש תום לב ובמקרה שלפני, התובע התנהל
2 בחוסר תום לב בכך שלא פעל להסיר את שמו, עבור כל הדפים אותם הוא מנהל אצל
3 הנתבעות בהליך פשוט ולא רק זאת, המשיך ליהנות מהשירותים אותם היא מעניקה
4 ולהשתמש בהם ומנגד לטעון כנגד משלוח ההודעה המתזכרת אותו על האפשרות להמשיך
5 וליהנות מאותם שירותים בהם הוא משתמש.

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

31. דין התביעה כאמור להידחות.

אני מחייבת את התובע לשלם לנתבעות שכר טרחת עו"ד בשיעור של 4,000 ₪.

רשות ערעור תוך 15 יום.

ניתנה היום, י"ט אדר תש"פ, 15 מרץ 2020, בהעדר הצדדים.

17

18

יונת הברפלד-אברהם, רשמת בכירה

