



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 18-02-48994-רוש נ' קנובל

לפני כבוד השופטת נאוה ברוורמן

התובע: דוד הרוש

נגד

הנתבע: עו"ד ערן קנובל

### פסק דין

עסקינן בתביעה כספית על סך של 30,000 ₪, שעניינה בטענת הטרדה, באמצעות הודעות א.ס.א.ס, אשר לשיטת התובע, מסרונים אלה מהווים "דבר פרסומת", על פי חוק התקשורת (בזק ושירותים) התשס"ח – 2008 (להלן: "החוק").

### רקע וטענות הצדדים בתמצית

1. על מנת לסבר את האוזן, התובע, מר דוד הרוש (להלן: "התובע"), הינו חייב לחברת הוט מובייל (להלן: "הוט"), והנתבע הינו עורך דין (להלן: "הנתבע"), המייצג את חברת הוט.
2. לטענת התובע, הנתבע בחר בדרך מטרידה ושלה עשרות הודעות א.ס.א.ס (להלן: "המסרונים" ו/או "ההודעות") לתובע, על מנת שזה האחרון יסדיר את חובו להוט.
3. לשיטת התובע, בדרך בה נהג הנתבע, הוא דרס ברגל גסה את סעיף 30 לחוק. מה גם, שהנתבע התעלם מבקשות חוזרות ונשנות של התובע להפסיק את שליחת ההודעות. התובע בחר לחסום את המספר שממנו נשלחו אליו ההודעות, אך הנתבע המשיך לשלח הודעות ממספרי טלפון שונים.  
יצוין, התובע טוען כי יש לו הפטר, ולמרות זאת נשלחו אליו אין ספור הודעות.
4. לטענת הנתבע, התובע צבר חוב בהוט בגין חשבוניות שוטפות. משלא הסדיר התובע את החוב חרף משלוח מכתבי התראה מטעם הוט, הועבר הטיפול לגביית החוב לנתבע.  
הנתבע טוען כי חובו של התובע להוט אינו חוסה תחת צו הכינוס, ואין נפקות למתן הפטר לחובות התובע, ביחס החוב שבענייננו. כך, שלדעתו, טוב היה עושה התובע אם היה בוחר להסדיר את החוב, במקום להגיש תביעה זו.



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 18-02-48994 הרוש נ' קנובל

הנתבע סבור כי אין להחיל את סעיף 30 לחוק, בענייננו, הואיל שאין בהודעות שנשלחו אל התובע, כדי הטרדה כלשון סעיף החוק. שהרי, מטרת ההודעות נועדו שהתובע יפעל להסדרת החוב. וכן, הנתבע אינו חוסה תחת המונח "מפרסם" כהגדרתו בלשון החוק, וההודעות ששלח הנתבע לתובע אינם באים בגדרם של דבר פרסומת אסורה.

5. במעמד הדיון העיד התובע, והעיד הנתבע, וכל אחד מהצדדים שם יתבונן בפסיקה, שלשיטתו יש לאמץ בענייננו.

### דיון והכרעה

6. השאלה הדורשת הכרעה – האם ההודעות שנשלחו לתובע על ידי הנתבע, מהוות "דבר פרסומת".

7. ראשית, התובע שם יתבונן בחילתה בסעיף 30 לחוק, ובמעמד הדיון הוסכם כי הדיון יסוב סביב סעיף 30 א' לחוק.

8. לאחר ששמעתי את העדויות, ועיינתי בכל אשר הובא בפניי, נחה דעתי לקבל את התביעה, ולהלן נימוקיי בתמצית.

### המסגרת הנורמטיבית

9. השאלה שבה עלי להכריע הינה האם המסרונים שנשלחו לתובעת על ידי הנתבעות מהווים "דבר פרסומת".

סעיף 30 א' לחוק, קובע:

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

...

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

בדברי הכנסת, חוברת י"א, עמ' 1773, נאמר מפי יו"ר הועדה המשותפת, ח"כ משה כחלון:



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 18-02-48994 הרוש נ' קנובל

"לענין ההגדרה של "דבר פרסומת" מוצע לתקן את ההגדרה "דבר פרסומת" הקיימת בסעיף 30א' בנוסחו היום, באופן המבהיר כי מדובר במסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או הוצאת כספים בכל דרך. כלומר, מדובר בהפצה למטרות מסחריות, בהיקף נרחב, לקבוצה גדולה של נמענים. לשם הבהרה, ההסדר המוצע לא יחול על תרומות או על הודעות שתוכנן פוליטי".

10. וישאל השואל – האם מטרת החוק מתייחסת גם למקרה שבעניינו – כאשר עורך דין שולח הודעה לחייב, על מנת שזה האחרון יסדיר את חובו? שאלה זו דורשת פרשנותו של החוק.

11. בהקשר של פרשנות, יפים לענייננו הדברים שנאמרו בבג"ץ 4562/92 ח"כ אליעזר זנדברג נ' רשות השדור [פורסם בנבו] (2.6.96):

"פרשנותו של טקסט משפטי ..... היא פעולה משולבת של לשון ותכלית": מילות החוק ומטרתו הן כלים שלובים. על המטרה ניתן ללמוד מהמלים, ואת המלים יש לפרש על-פי המטרה" (בג"צ 507/81 ח"כ אבו חצירא ואח' נ' היועץ המשפטי לממשלה ואח' [3], בעמ' 584). הלשון קובעת את מיתחם האפשרויות הלשוניות. כל אופציה פרשנית חייבת לתחם עצמה למסגרתו של מיתחם זה. הפרשן אינו רשאי ליתן ללשון הטקסט משמעות שזו אינה יכולה לשאת. אכן, הפירוש ללשון הטקסט יכול שיהא מרחיב ויכול שיהא מצמצם, יכול שיהא רגיל ויכול שיהא חריג, אך הוא צריך תמיד למצוא נקודת אחיזה ארכימדית בלשון החוק. לשון הנורמה משמשת הן נקודת מוצא לתהליך הפרשנות, והן מסגרת שבתוכה הוא פועל. אמת, המרכיב הלשוני אינו תנאי מספיק לפרשנות. אך הוא תנאי הכרחי לה. "מלאכת הפירוש אינה מוגבלת אך למלים, אך המלים מגבילות את הפירוש" (ד"נ 40/80 קניג נ' כהן [4], בעמ' 715). בצד הלשון עומדת התכלית. אלה הם המטרות, היעדים, האינטרסים והערכים אשר הנורמה נועדה להגשים.

12. בת.א. (מחוזי תל-אביב) 1586/09 חיות נ' טלרן מסרים מיידיים בע"מ [פורסם בנבו], הועלתה הסוגיה בנוגע לפרשנות חוק התקשורת, כב' השופטת ד"ר מ. אגמון גונן, הפנתה 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.....".





## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 18-02-48994 הרוש נ' קנובל

13. וישאל שוב השואל – האם ניתן לראות בהודעות שנשלחו על ידי הנתבע לתובע, פרסום:

לטעמי, כל מקרה ומקרה יש לבחון לגופו, בהתאם לנסיבותיו, ובענייננו התשובה לשאלה זו הינה חיובית. כבר עתה אומר, שלאחר שעיינתי בכל אשר הובא בפניי, השתכנעתי לקבל את התביעה בחלקה, ולהלן נימוקיי בתמצית, כמצוות תקנה 15 (ב) לתקנות שיפוט בתביעות קטנות (סדרי דין), תשל"ז-1976.

14. התובע שם יתברר בפסיקה שניתנה על ידי כב' השופט עזריה אלקלעי במסגרת ת.א. (ת"א) 53356-05-11 **בת אל עובדיה נ' פלאפון תקשורת בע"מ** [פורסם בנבו] שם נקבע כי אין לצמצם את המונח "דבר פרסומי", אלא יש לפרשו בצורה "רחבה", בהתאם "למטרות היעדים האינטרסים והערכים אשר הנורמה נועדה להגשים". מכאן, שלשיטת כב' השופט אלקלעי, אין להגביל את פירוש הביטוי רק "לפרסומי" מסחרית, במובנה השגור בפי הבריות. וזאת, משום שהמחוקק לא הסתפק בהגדרה "מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות. אלא, המחוקק טרח להוסיף להגדרה את המשפט "או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". כב' השופט אלקלעי סבור כי מטרת המחוקק להרחיב את ההגדרה ולהחיל אותה על מסרון המעודד את הנמען להוציא כספים לכל מטרה שהיא, וכלשונו: "דהיינו כל תשלום לרבות לצורך פירעון חוב, כאשר בדברי ההסבר לחוק נאמר כי אין הכוונה להוצאת כסף לתרומות או למטרות פוליטיות וחזקה על המחוקק שאינו משחית מילותיו לשווא" (סעיף 24 לפסה"ד").

15. מנגד, סבור הנתבע כי מדובר בהודעות לגיטימיות, לפירעון חוב. לשיטתו, מטרת ההודעות הייתה דווקא להטיב עם התובע, הגם שאין בהודעות שום הצעה לרכישה. הנתבע מפנה לפסיקה רתק 4211-05-17 **בראונר ואח' נ' שירותי בריאות כללית ואח'** [פורסם בנבו], שם נקבע על ידי כב' השופטת ורדה פלאוט כי הודעות ששולחת קופת חולים, שעניינן מתן שירותים רפואיים וידוע לקוחות אודות פעילות זו אינן בגדר "דבר פרסומי" האסור על פי חוק.

לדעתי, יש לאבחן את המקרה שבפניי מפסיקה זו.

16. בענייננו, ראיתי לנכון לאמץ את הפסיקה של כב' השופט אלקלעי, כפי שהובא לעיל.

מעיון בשלושת ההודעות ששלח הנתבע לתובע עולה כי אין מדובר בפנייה אישית לחייב, על מנת שיסדיר את החוב (כאמור בתק (טב') 54404-08-10 **גדי זיגדון נ' משרד אליהו מלך ושות'**). במקרה דכאן, עיננו הרואות שמדובר בפנייה כללית – "שלום רב, הזדמנות מוגבלת בזמן לקבלת הנחה...".





## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 18-02-48994 הרוש נ' קנובל

סבורה אני כי תוכן ההודעה מדברת בעד עצמה, ועושה הרושם כי ההודעות נשלחו ממשרדו של הנתבע לקבוצה גדולה של חייבים, שהרי אין פנייה אישית לנמען. יוצא אפוא, שההודעות נועדו לעודד את התובע "להוצאת כספים בדרך אחרת". כמו כן, אין ספק כי הודעות אלה, עשויות "לקדם את מטרתו של הנתבע" מאחר וגביית חובות היא בגדר עיסוקו כעורך דין, בין היתר, מטעם חברת הוט.

17. הנתבע טוען כי התובע עצמו יזם פניות למשרדו של הנתבע, מכאן מבקש ללמוד כי התובע רצה את הקשר עם הנתבע.

בהקשר זה הנתבע צרף אסופת מיילים, שסומנו נ/2, וניתן להיווכח כי המיילים נשלחו במהלך חודש מרץ, וההודעות הגיעו קודם לכן, במהלך פברואר 2018 – 4.2.18, 8.2.18 ומיום 20.2.18. סבורה אני שאין בפניות חייב להסדרת חוב, כדי להצדיק פניות חוזרות ונשנות באמצעות מסרונים להסדרת החוב, במיוחד שתוכן המסרון הנו כללי ולא ספציפי, והמדובר במספר מסרונים באותו החודש.

ככל שהייתה נשלחת הודעה אחת, אישית, יתכן שהתוצאה הייתה אחרת.

התובע טוען כי היו עשרות הודעות לפני כן, אך לא היה בידו לנקוב את מספרן המדויק, וצירף לתביעתו שלוש הודעות, שנשלחו בסמיכות, ולטעמי, לאור האמור, יש בכך הטרדה הנכסת לגדרו של החוק.

18. לא זו אף זו, ניסה הנתבע לבסס הגנתו ולטעון כי המגמה כיום היא לעודד שימוש בשליחת הודעות באמצעות הפלאפון, והפנה להצעת חוק ההוצאה לפועל (תיקון – חובת יידוע חייבים על פתיחת תיק באמצעות מסרון התשע"ח – 2017. אעיר, אין פסול בשימוש במסרונים לעדכן "לקוח", "אזרח", "חייב", אך כן יש פסול בשימוש באמצעי זה באופן תדיר, וכללי, עם תוכן פרסומי.

19. לאור האמור, נחה דעתי ההודעות שנשלחו על ידי הנתבע לתובע הם בגדר "דבר פרסומי".

### הפיצוי

20. התובע עותר לפיצוי כספי בסך של 30,000 ₪, בגין ההודעות שנשלחו אליו מטעם הנתבע, וכן בגין רכיב של עגמת הנפש.

21. הסעיף הרלוונטי לענייננו, בסעיף 30א(י)(1) לחוק, הקובע:





## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 18-02-48994 הרוש נ' קנובל

"שוגר דבר פרסומת ביודעין בניגוד להוראות סעיף זה, רשאי בית המשפט לפסוק בשל הפרה זו פיצויים שאינם תלויים בנזק (בסעיף זה – פיצויים לדוגמה), בסכום שלא יעלה על 1,000 שקלים חדשים בשל כל דבר פרסומת שקיבל הנמען בניגוד להוראות סעיף זה".

22. כפי שצוין לעיל, התובע הוכיח קיומם של שלוש הודעות שנשלחו אליו, ולאור האמור והמפורט לעיל הנני פוסקת עבור כל הודעה 700 ₪. וזאת בהתחשב כי המסרונים נועדו לגביית חוב של התובע.

יובהר, סכום הפיצוי שנפסק על ידי, מגלם את עוגמת הנפש.

### סוף דבר

23. לאור המקובץ לעיל, ישלם הנתבע לתובע סך של 2,100 ₪, בתוספת ריבית והפרשי הצמדה מיום הגשת התביעה ועד התשלום בפועל, לסכום יתווספו הוצאות בגין ניהול ההליך בסך של 400 ₪.

24. הסכום הכולל ישולם תוך 30 ימים.

25. המזכירות תמציא את פסק הדין לצדדים.

26. ניתן להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בתל-אביב בתוך 15 ימים מיום המצאת פסק הדין.

ניתן היום, י"ז אב תשע"ח, 29 יולי 2018, בהעדר הצדדים.

נאוה ברורמן, שופטת

