



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

התובעת;

בעניין: קי.אס.פי. מחשבים

ע"י ב"כ עו"ד דן ערמון

נגד

הנתבע;

ברלב גיל

ע"י ב"כ עו"ד אלון לוי

## פסק דין

### מבוא

1. בפניי תביעה לתשלום פיצויים בסך של 100,000 ₪ בגין פרסום לשון הרע על ידי הנתבע.
2. בימים 5.1.2005 ו- 6.1.2005 פרסם הנתבע בפורומים שונים ברשת האינטרנט פרסומים זהים שכותרתם "חנות KSP בתל אביב רמאים- חשוב להפיץ", או "חנות KSP מרמה לקוחות וזה חשוב לפרסם", או "KSP פושטים רגל, זהירות". וזו לשון הפרסומים:
 

"בחנות מחשבים KSP בדרך השלום בתל אביב עובדים אנשי מכירות ממולחים שידחפו לכם חלקים לא רצויים, ויחליפו את החלקים שהחלטתם עליהם בחלקים אחרים, זולים יותר לחברה. לא ישאלו אתכם, ועוד יסגרו לכם את המחשב עם מדבקת פלסטיק שמי שפותח אותה מאבד את האחריות של החברה.

לאחר שגיליתי את התרמית, סירבו לפצות אותי, למרות שהסכימו להחליף על פי ההזמנה המקורית שלי. אבל בזבזו הזמן, הזלזלו שהם הפגינו, ועוד ניסו לשכנע אותי שהשינויים טובים בשבילי (כן ממש, מעבד נחות יותר, כרטיס מסך שעבר זמנו ושלא הזמנתי...). כמוכן שאת החלקים שהזמנתי בהזמנה המקורית היה צורך להזמין, לא היה במלאי ולכן דחפו לי מה שהם רוצים על פי המלאי המצוי.

סכנה – מקומות כאלו בדרך כלל פושטים רגל מהר, ולאחר מכן מי ששילם מראש על מחשב שם את כספו על קרן הצבי.



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

חוץ מזה – את החלקים הם לא מייצרים, אפשר להשיג אותם בכל מקום, אבל בשירות הם כל כך גרועים, שאני לא הייתי קונה אפילו גפרור מהם. ראו הוזהרתם והפיצו לחבריכם. קיבלתי כבר תגובות מאנשים נוספים שקרו להם דברים דומים איתם. עסק מסוכן.”

הפרסום מכוון נגד התובעת, קי.אס.פי מחשבים תל אביב בע"מ, חברה למתן שירותי מכירה של ציוד מחשבים.

3. התובעת טוענת כי דברים אלה, מראשיתם ועד אחריתם, מהווים פרסום לשון הרע שנעשה מתוך כוונה לפגוע בתובעת.

הנתבע טוען כי עומדת לו הגנת אמת בפרסום לפי ס' 14 לחוק איסור לשון הרע, התשכ"ה-1965 (להלן: "החוק"), וכן הגנת תום הלב לפי ס' 15 לחוק.

4. ברקע הפרסומים עומדת עיסקה במסגרתה רכש בן דודו של הנתבע, ראיין ווגמן (להלן: "ווגמן"), מחשב אישי מהתובעת, כמפורט להלן.

ווגמן היה מעוניין לרכוש לעצמו מחשב אישי. הוא התייעץ עם הנתבע וביום 13.12.2004 הוא שלח לתובעת דרך האינטרנט הזמנה המפרטת את רשימת הרכיבים בהם הוא מעוניין. על פי נהלי העבודה בתובעת, הרכישה אינה מתבצעת באמצעות האינטרנט, אלא בדרך של הזמנה טלפונית. לאחר שהתובעת מקבלת את ההזמנה ברשת האינטרנט, מתקשר איש המכירות מטעמה עם הלקוח, מקבל ממנו את ההזמנה, גובה מקדמה מסויימת, ובהמשך מורכב המחשב לפי ההזמנה. לאחר מכן הלקוח מגיע לחנות של התובעת, משלם את יתרת התמורה, ונוטל את המחשב. כך קרה גם כאן. ביום 21.12.2004 התקשר נציג המכירות של התובעת, ניר קציר (להלן: "קציר") אל ווגמן, שוחח עימו טלפונית, וקיבל ממנו את פרטי ההזמנה. תוכנה של שיחה זו הוא סלע המחלוקת בתביעה.

התובעת טוענת כי באותה שיחת טלפון ציין קציר באוזניו של ווגמן, כי במקום לרכוש מחשב על בסיס הזמנת כל רכיב ורכיב בנפרד, ניתן לרכוש מחשב על פי חבילה מומלצת



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

שרכיביה הוגדרו מראש על ידי התובעת, ואגב כך לקבל הנחה בסך של 282 ₪. קציר פירט את מרכיביה של החבילה המומלצת ולאחר מספר שינויים שנעשו על ידי ווגמן, אישר ווגמן את ההזמנה המתוקנת ושילם מקדמה בסך 200 ₪.

הנתבע טוען כי לא היו דברים מעולם. לדבריו, ווגמן ביקש את עזרתו בבחירת רכיבי המחשב והוא הסביר לווגמן כי עדיף לרכוש כל חלק בנפרד, מאשר לקנות חבילה מוכנה. ווגמן קיבל את המלצתו, והנתבע בחר בקפידה רבה את רכיבי המחשב שיענו על צרכיו של ווגמן, והעביר את ההזמנה אל התובעת באמצעות האינטרנט. לאחר מכן נוצר קשר טלפוני בין התובעת לבין ווגמן, אשר התבקש לשלם מקדמה בסך 200 ₪. הא ותו לא. באותה הזדמנות עדכן ווגמן את ההזמנה וביקש שיוסיפו לה מקלדת נוספת, על פי הצעתו של הנתבע. איש לא הציע לו לשנות את רכיבי ההזמנה ואיש לא הציע לו הנחה כלשהי.

אין חולק כי ביום 29.12.2004 הושלמה הרכבת המחשב ווגמן הוזמן לחנותה של התובעת כדי לקבלו. הוא והנתבע הגיעו לשם יחדיו. ווגמן רכש באותה הזדמנות מגן ברקים ומייצב מתח בעלות של 195 ₪. הוא שילם עבור המחשב סך של 3,290 ₪ (לאחר שקודם לכן שילם מקדמה בסך של 200 ₪ בעת ביצוע ההזמנה הטלפונית), ונטל את המחשב עימו.

הנתבע קיבל על עצמו את מלאכת ההתקנה של תוכנות המחשב, ואז נתקל בקושי טכני מסויים ולא הצליח להשלים את ההתקנה. ביום 31.12.2004 נטל הנתבע את המחשב, הביאו לחנותה של התובעת, ושם תוקנה התקלה. הנתבע נטל את המחשב לביתו, ואז, בעת ההפעלה, גילה לראשונה כי המחשב שסופק לווגמן שונה ברכיביו מהמחשב שהוזמן באמצעות האינטרנט.

ההבדלים בין הרכיבים שהוזמנו באמצעות האינטרנט, לבין הרכיבים שסופקו בפועל הם בסוג הזכרון, בגודל הזכרון במעבד, בכרטיס המסך ובמארז.

הנתבע חזר אל חנותה של התובעת אך קציר לא היה בחנות. הנתבע הגיע אל החנות פעם נוספת ביום 2.1.2005 ושוחח עם קציר. אז נודע לו כי בפועל סופק לווגמן מחשב על פי עסקת חבילה שמציעה התובעת, ולא לפי הרכיבים שהוזמנו באינטרנט.



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

כאן מתעוררת מחלוקת נוספת בין הצדדים: הנתבע טוען כי קציר הודה שמדובר בטעות שלו, ואילו התובעת טוענת כי לא היו דברים מעולם, וכי המחשב שסופק תואם את המחשב שהוזמן בשיחת הטלפון בין קציר לבין ווגמן.

בעקבות דרישתו של הנתבע, החליפה התובעת את המעבד במחשב, בלא לגבות על כך תשלום. יתר הרכיבים לא הוחלפו.

הנתבע דרש מהתובעת לפצותו בגין עגמת הנפש ובזבוז הזמן שנגרמו לו, אך דרישתו סורבה. התובעת טוענת, והנתבע מכחיש, כי באותו מעמד איים הנתבע על קציר כי אם לא יקבל פיצוי כספי, הוא יכפיש את התובעת באמצעות פרסום באינטרנט.

בעקבות השתלשלות העניינים המתוארת לעיל, פרסם הנתבע ברשת האינטרנט את הפרסום נשוא התביעה, משום שלדבריו חש חובה מוסרית וחברתית להביא לידיעת חברי הפורום למחשבים באינטרנט, את חוויותיו הבלתי נעימות.

### האם עומדת לנתבע הגנה על פי החוק

5. אין ספק שהפרסום מהווה לשון הרע, כהגדרתו בס' 1 לחוק, שכן יש בו כדי להשפיל את התובעת, לבזותה ולפגוע במשלח ידה. הפרסום מציג את התובעת כחברה שמרמה את לקוחותיה, כעסק שעלול לפשוט את רגלו וכעסק מסוכן, שראוי להזהר מעשיית עסקאות עימו. כדי להמחיש את הסכנה הנשקפת כביכול מהתובעת, השתמש הנתבע בנוסח "ראו הוזהרתם" ואף ביקש מהקוראים להפיץ את האזהרה לחבריהם. בנוסף, באחד הפרסומים השתמש הנתבע בכותרת "KSP פושטים רגל, זהירות", שהיא כותרת פוגעת עד מאוד.

אין גם ספק שפרסום ברשת האינטרנט הוא "פרסום" כמשמעו בס' 2 לחוק.



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

6. הכלל הוא שנתבע המבקש להתגונן מפני תביעה בגין פרסום לשון הרע, בטענה של אמת בפרסום לפי ס' 14 לחוק, עליו נטל הראיה:

"נטל הוכחת ההגנה של "אמת הפרסום" מוטל על המפרסם, וכאשר מוכיח התובע או המאשים את פרסום לשון הרע צריך המפרסם להביא ראיות "אפירמטיביות" להוכחת אמיתות הפרסום. נתבע או נאשם המבקש להסתמך על הגנת סעיף 14 חייב להוכיח את אמיתות הפרסום בדרכי ההוכחה הרגילות" (א' שנהר, דיני לשון הרע, בעמ' 246).

במקרה שבו לאחר שמיעת הראיות נותרות כפות המאזניים מעויינות, אזי דין התביעה להתקבל.

כאשר מדובר בהאשמה חמורה, הרי שכגודל האשמה, כך גם עוצמתו של נטל הראיה המוטל על הנתבע כדי לבסס הגנה של אמת בפרסום:

"אולם כאשר נתבע מבקש להתגונן בטענת אמת דיברתי, הוא עשוי "להידרש להביא כמות הוכחה, שמידתה תעמוד ביחס מתאים לרצינות תוכן הדיבה". לפיכך, כאשר פרסום מייחס לנפגע האשמות חמורות במיוחד, יידרש הנתבע המעלה טענה של "אמת דיברתי", להביא ראיות משכנעות יותר מכפי שנדרש במשפטים אזרחיים רגילים". (א' שנהר, דיני לשון הרע, בע' 249).

במקרה דנן, הנתבע האשים את התובעת בהאשמה חמורה, מהסוג החמור ביותר שבו ניתן להאשים חברה העוסקת בשיווק דוגמת התובעת: שהיא מרמה את לקוחותיה ואף צפויה לפשוט את רגלה. ממילא מוטל עליו נטל מוגבר כדי להוכיח הגנה של אמת בפרסום.

7. אין חולק כי ביום 21.12.2004 נערכה שיחת טלפון בין קציר לבין ווגמן, בה דובר על הזמנת המחשב, וכי הנתבע לא השתתף באותה שיחה וממילא אין לו כל ידיעה אישית משל עצמו בדבר תוכנה של אותה שיחה. לדברים שהוחלפו בשיחה יש חשיבות מכרעת לענייננו, שכן אם קציר לא קיבל את אישורו של ווגמן לשינוי ההזמנה המקורית, אזי יש בסיס לטעון כלפי התובעת כי רימתה את ווגמן בכך שסיפקה לו מחשב שונה ממה



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

שהזמין. לעומת זאת, אם קציר קיבל את אישורו הטלפוני של ווגמן לשינוי ההזמנה והסבתה לחבילה המומלצת, אזי אין כל בסיס עובדתי להאשים את התובעת בביצוע מעשה מרמה כלפי ווגמן.

התובעת מייחסת חשיבות רבה לעובדה שמן הפרסום משתמע כי התובעת רימתה את הנתבע, בעוד שמטענות הנתבע מתברר כי גם לשיטתו שלו, רימו את ווגמן ולא אותו, באשר מי ששילם עבור המחשב וביצע את ההזמנה הטלפונית היה ווגמן, ולא הנתבע. דא עקא, לדידי אין לכך משמעות של ממש. עסקינן בפרט לוואי שאין לו חשיבות אמיתית, שכן אם אכן עסקינן במעשה מרמה שביצעה התובעת, אין כל חשיבות האם המירמה בוצעה כלפי הנתבע או "רק" כלפי ווגמן.

בענין תוכנה של השיחה נשמעו גרסאות סותרות. מטעם התובעת העיד קציר, שתיאר כיצד שוחח בטלפון עם ווגמן וציין בפניו כי יוכל לרכוש מחשב על פי החבילה המומלצת בפרסומי התובעת ואגב כך ייהנה מהנחת חבילה בסך 282 ₪. לדבריו, ווגמן קיבל את ההצעה והזמין את החבילה המומלצת, בעלות של 3,490 ₪.

לעומתו, העיד ווגמן כי הדבר היחידי שעלה באותה שיחה היה רצונו של קציר לקבל את פרטי כרטיס האשראי של ווגמן כדי לחייבו בתשלום מקדמה בסך 200 ₪, וכן בקשתו של ווגמן לרכוש מקלדת נוספת, שעלותה 20 ₪ בלבד. לא דובר איתו על שינוי ההזמנה המקורית ועל הנחה בגין החבילה המומלצת.

8. גרסתו של ווגמן פחות סבירה בעיני מגרסתו של קציר. אינני רואה מהו האינטרס שניתן לייחס לקציר, ולפיו הוא יתעלם מהזמנתו של ווגמן, וימכור לו את החבילה המומלצת בלא לקבל את אישורו לכך. אם הטענה היא שבחזקת התובעת לא היו הרכיבים המסויימים שהזמין ווגמן ולכן ביקשה למכור לו את החבילה המומלצת, הרי שלא היתה כל סיבה שקציר יימנע מלהבהיר זאת לווגמן, ובמקום זאת ינסה למכור לו את החבילה המומלצת בלא ידיעתו.



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

זאת ועוד, רכיבי החבילה המומלצת שסופקה בפועל רשומים שחור על גבי לבן על גבי החשבונית נספח ב' לתצהירו של קציר, שנמסרה לווגמן בעת ביצוע התשלום בחנותה של התובעת. על כן, השוני בין רכיבי החבילה שסופקה לבין הרכיבים שהוזמנו באמצעות האינטרנט, היה ברור ומתועד בכתובים. אין זה סביר לייחס לתובעת כוונת מרמה, כאשר היא מתעדת במדוייק את הרכיבים שסיפקה לווגמן, במסמך שנמסר לידי.

בנוסף, מחיר החבילה המומלצת היה זול מן המחיר הכולל של הרכיבים שהזמין ווגמן באמצעות האינטרנט. עלותה של החבילה המומלצת היתה 3,490 ₪, בשמונה תשלומים, או 3,270 ₪ בתשלום אחד (נספח ב' לתצהירו של קציר) ואילו עלותה של העסקה שהוזמנה באינטרנט היתה 3,600 ₪ בשמונה תשלומים, או 3,370 ₪ בתשלום אחד (נספח א' לתצהירו של קציר). על כן, חזקה על ווגמן שבעת שביצע את התשלום ביום 29.12.2004, הוא היה מודע לכך שהמחשב שקיבל שונה מן המחשב שהזמין, שאם לא כן, לא היה אמור להיות שוני בין מחיר העסקה המוזמנת באמצעות האינטרנט, לבין מחיר העסקה ששולם בפועל. אין זה סביר בעיני כי נעלמה מווגמן העובדה שהוא נדרש לשלם מחיר נמוך יותר מהמחיר של העסקה המוזמנת באמצעות האינטרנט, במיוחד כאשר הוא הזמין בשיחת הטלפון מקלדת נוספת, כך שלו נצמד להזמנה המקורית, הוא צריך היה לצפות כי ישלם מחיר גבוה יותר לעומת ההזמנה באינטרנט, ולא מחיר נמוך יותר כפי שקרה בפועל.

9. כדי לבסס את טיעונו של הנתבע, טענו הנתבע ווגמן כי לזה האחרון אין כל ידע בתחום המחשבים, ולכן לא היה עולה על דעתו לסטות ולו כזית מן ההזמנה המקורית שהכין הנתבע עבורו. דא עקא, טיעון זה נסתר על פניו לנוכח העובדה שאין חולק כי במעמד התשלום עבור המחשב ונטילתו, בחנותה של התובעת, הזמין ווגמן על דעת עצמו, בלא להתייעץ אפילו עם הנתבע ובלא לקבל את אישורו, מגן ברקים ומייצב מתח בעלות כוללת של 195 ₪ (ראה חשבונית נספח ג' לתצהירו של קציר). התנהגות זו אינה עולה בקנה אחד עם התדמית של אחד שאינו מסוגל לקבל על דעת עצמו כל החלטה בנוגע לרכיבי המחשב המבוקש על ידו. כשם שבהיותו בחנות החליט ווגמן על דעת עצמו לרכוש רכיבים מסויימים, בלא להתייעץ עם הנתבע, אין לשלול את האפשרות כי באותה מידה החליט



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

לרכוש את החבילה המומלצת על מנת ליהנות מן ההנחה המיוחדת השמורה למי שרוכש אותה.

10. הנתבע טוען בסיכומיו כי אם אכן סוכם בשיחה הטלפונית בין קציר לוגמן על שינוי פרטי ההזמנה, ניתן היה לצפות כי התובעת תשנה את טופס ההזמנה, דבר שלא נעשה. טיעון זה אינו יכול להתקבל, באשר הלכה למעשה מיד לאחר השיחה הטלפונית הפיקה התובעת חשבונית, נספח ב' לתצהירו של קציר, המתעדת את רכיבי החבילה שסופקה בפועל. מה לי איפוא שינוי ההזמנה ומה לי עריכת חשבונית, אם בכל מקרה השינוי מועלה על הכתב. נזכיר בהקשר זה כי מבחינתה של התובעת, ההזמנה דרך האינטרנט אינה מהווה התקשרות חוזית מחייבת, אלא רק הזמנה לקבלת הצעה, ומכאן שהתובעת אינה מייחסת חשיבות של ממש להזמנה זו.

11. הנתבע טוען בסיכומיו כי אם היה ממש בגרסתו של קציר, לפיה ההזמנה שונתה על ידי ווגמן, מן הסתם הוא היה מרים טלפון לוגמן כדי לקבל את אישורו לכך, במקום להתווכח עם הנתבע מה בדיוק הזמין או לא הזמין ווגמן. דא עקא, טענה זו פועלת באותה מידה גם נגד הנתבע, שכן גם הוא יכול היה באותה מידה להציע לקציר לשוחח עם ווגמן כדי לשמוע את גרסתו, דבר שלא נעשה. בנוסף, קציר הסביר כי העדיף שלא להתעמת עם הנתבע, שלדבריו "הוא לא בא לדבר בשקט", ולכן הסכים להחליף בלא חיוב כספי את המעבד של המחשב. הסכמה זו של קציר ממילא ייתרה מבחינתו את הצורך בפניה טלפונית אל ווגמן.

גם תגובתו של קציר, בשיחה שניהל עם הנתבע כאשר זה בא לחנות להתלונן על המחשב שסופק, היא תגובה טבעית. קציר אמר לנתבע שלא הנתבע, אלא ווגמן הוא שביצע את ההזמנה: "אמרתי שאני עשיתי את ההזמנה עם ווגמן ... כן, אבל אמרתי לו שלא הוא עשה את ההזמנה" (ע' 2 לפרוטוקול). זו אמירה שניתן היה לצפות כי תאמר למי שטוען כי המחשב שסופק אינו המחשב שהוזמן, משום שזו דרך מנומסת לומר לנתבע: "מה אתה רוצה ממני, ווגמן קיבל בדיוק את מה שהזמין". כאשר קציר מדבר על ההזמנה, הוא מתייחס לשיחה הטלפונית, ולא לטופס ההזמנה באינטרנט, כך שברי שכוונתו היתה





## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

להפנות את הנתבע לעובדה שמי שאישר את השינוי (קרי, ביצע את ההזמנה בטלפון) הוא ווגמן, וממילא הנתבע הוא בבחינת מי שאינו מכיר את העובדות כהייתן.

12. הנתבע טוען כי טענתה של התובעת לפיה שינה ווגמן את ההזמנה המקורית היא הרחבת חזית אסורה, הואיל והטענה לא נטענה בכתב התביעה אלא רק בתצהירי התובעת. אין בידי לקבל טענה זו. בתביעת לשון הרע, התובע יוצא ידי חובתו בכך שהוא טוען כי פורסמה נגדו לשון הרע על ידי הנתבע. רק כאשר הנתבע מבקש להתגונן בטענת אמת בפרסום, אמור התובע להתמודד עם טענות ההגנה של הנתבע ולנסות להפריכן. שלב זה הוא שלב הגשת התצהירים.

13. בנוסף, טענת התרמית אינה עולה בקנה אחד עם העובדה שקציר הציע לנתבע לבטל כליל את העסקה ולקבל את כספו חזרה, אם רצונו בכך:

**"בסוף אמרתי אם המעבד זה שחשוב לך אפשר להחליף אותו אם זה מה שאתה רוצה או לבטל את העסקה ולקבל את הכסף בחזרה, מה שתמצא נעשה."** (ע' 1 לפרוטוקול).

וכפי שאישר הנתבע עצמו:

**"... והאפשרות היחידה היתה להחזיר את המחשב ולקבל את הכסף חזרה ולא בדקנו את זה, בגלל שיקולים אחרים שלא קשורים לענין."** (ע' 15 לפרוטוקול).

14. סיכומו של דבר, לא עלה בידי הנתבע להרים את נטל הראיה ולהוכיח כי אכן התובעת רימתה אותו או את ווגמן, כפי שנטען בפרסום נשוא התביעה. על כן, לא עומדת לו הגנת "אמת בפרסום" לפי ס' 14 לחוק והוא חב בגין פרסום לשון הרע בקשר לטענת המירמה.

15. בוודאי שלא עלה בידי הנתבע להוכיח את אמיתות הקביעה בכותרת אחד הפרסומים לפיה **"KSP פושטים רגל, זהירות"**. מדובר בקביעת עובדה ולא בהבעת דעה. למעשה הנתבע אפילו לא ניסה להרים את נטל ההוכחה המוטל עליו בענין זה. גם אם הייתי מגיע למסקנה לפיה עומדת לנתבע הגנת אמת בפרסום לגבי החלקים האחרים של הפרסום, לא



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

היה כל בסיס לקביעה הנחרצת לפיה התובעת פושטת את רגלה, ודי היה בחלק זה של הפרסום כדי להטיל על הנתבע חבות בגין פרסום לשון הרע.

16. בנוסף, לא עלה בידי הנתבע להוכיח את אמיתות הטענה לפיה **"קיבלתי כבר תגובות מאנשים נוספים שקרו להם דברים דומים איתם."** טענה עובדתית זו מהווה אף היא לשון הרע, משום שעולה ממנה מצג עובדתי לפיו התובעת רימתה באותו אופן לקוחות נוספים. דא עקא, חלק זה של הפרסום אינו נכון על פניו, שכן לא ברור כיצד הנתבע יכול היה לקבל תגובות מאנשים נוספים, עוד לפני הפרסום הראשון. הדעת נותנת כי תגובות של אנשים שתקבלנה רק לאחר הפרסום הראשון, ולא לפניו, שכן אנשים אינם ניחנים ביכולת הנבואה המאפשרת להם להגיב על פרסום שטרם בא לעולם. הנתבע צירף אמנם לתצהירו פרסומים שונים ברשת האינטרנט נגד התובעת, אך ברי כי אין להם קשר למה שקרה לנתבע ואין הם בבחינת "תגובה", כפי שהדבר מוצג בפרסום.

17. הפרסום כולל גם הבעת דיעה מצידו של הנתבע:

**"סכנה – מקומות כאלו בדרך כלל פושטים רגל מהר, ולאחר מכן מי ששילם מראש על מחשב שם את כספו על קרן הצבי. ... ראו הוזהרתם והפיצו לחברכם. עסק מסוכן."**

הנתבע טוען כי מדובר במשפט כללי, אשר אינו מתייחס במישרין לתובעת והוא מבוסס על נסיונו האישי לפיו עסק הנותנים שירות גרוע ללקוחותיהם או מנסים לרמות אותם, בסופו של יום גם נעלמים מן המפה.

סבורני כי מדובר בטיעון מיתמם עד מאוד. פשיטא שכל מי שקורא את הפרסום לפי תומו מבין היטב כי הנתבע מחזיק בדיעה שהתובעת היא מסוג העסקים שפושטים את רגלם, ולכן מי שקונה ממנה מסכן את כספו. אין ראייה טובה יותר לכך מאשר אמירתו של הנתבע: **"ראו הוזהרתם והפיצו לחברכם. עסק מסוכן."** אין המדובר באמירה ערטילאית בעלמא, כפי שמנסה הנתבע להציגה, אלא באמירה קונקרטית, המכוונת באופן ספציפי כלפי התובעת ולא כלפי עסק אחר.



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

מדובר באמירה פוגענית עד מאוד, שמטרתה המובהקת היא להרתיע לקוחות פוטנציאליים מעשיית עסקים עם התובעת.

18. הנתבע טוען כי עומדת לו בקשר לאמירה זו הגנתם של ס' 15(2) ו- 15(11) לחוק.

ס' 15(11) לחוק חל לגבי פרסום שלא היה "אלא מסירת ידיעה לעורך אמצעי תקשורת או לנציגו כדי שיבחן שאלת פרסומה באמצעי התקשורת".

הנתבע טוען כי אתרי האינטרנט המפעילים פורומים נוהגים להתערב מעת לעת בהודעות שנשלחות לפורומים, ומכאן שיש לראות את הפרסום כמסירת ידיעה לעורך תקשורת.

אין כל ממש בטענה זו.

ראשית לכל, בס' 11(ג) לחוק קיימת הגדרה מהו אמצעי תקשורת: "עתון כמשמעו בפקודת העתונות ... וכן שידורי רדיו וטלוויזיה הניתנים לציבור." רשת האינטרנט אינה מהווה איפוא אמצעי תקשורת כהגדרתו בחוק.

שנית, היכולת הטכנית של מנהלי הפורום להתערב בהודעות הנשלחות לפורום, אין פירושו של דבר שהפרסום לא היה אלא מסירת ידיעה לעורך הפורום כדי שיבחן את שאלת פרסומה. הנתבע לא התכוון לבקש את אישורו של מפעיל הפורום בטרם יעלה הפרסום לאוויר, וגם לא ביקש רשות כזו, אלא הוא פרסם את הדברים על דעת עצמו בלבד. מה שקובע הוא כוונתו של המפרסם בעת עשיית הפרסום, וכוונה זו ברורה מאוד במקרה דנן. בנוסף, אינני סבור שניתן לראות במפעילי הפורום משום "עורך אמצעי תקשורת", באשר אין הם מבצעים מלאכת עריכה כלל ועיקר.

19. ס' 15(2) לחוק חל כאשר "היחסים שבינו [בין המפרסם – ח.ב.] לבין האדם שאליו הופנה הפרסום הטילו עליו [על המפרסם – ח.ב.] חובה חוקית, מוסרית או חברתית לעשות אותו פרסום".



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

פרסום מוגן לפי ס' 15(2) לחוק חייב להיות סביר, ואם חרג ממתחם הסבירות, לא תחול ההגנה על המפרסם:

"אשר לענייננו, אין ספק בליבי כי הנתבעות חרגו אל-מעבר למיתחם הסבירות. הכותרת לא היתה אובייקטיבית, היא לא היתה הוגנת, היא לא היתה אחראית. הכותרת היתה מטעה ויצרה רושם מוטעה בליבו של הקורא. לשונה של הכותרת היתה קשה ובוטה. היא לא סיפרה אמת לקוראים. הנתבעות כשלו והוציאו עצמן אל מחוץ לתחום הסביר בנסיבות של סעיף 15(2) לחוק."

ע"א 5653/98 אמיליו פלוס נ' דינה חלוץ ואח' תק-על 2001(3), 399, עמ' 418.

במקרה דנן, אף אם הייתי מגיע למסקנה כי התובעת לא קיבלה את אישורו של ווגמן לשינוי ההזמנה, הרי שסברתו של הנתבע לפיה התובעת היא מסוג העסקים הפושטים את הגלם ולכן מי שמתקשר עימה שם את כספו על קרן הצבי, חורגת מאוד ממתחם הסבירות ועל כן אין היא ראויה להגנת ס' 15(2) לחוק.

זאת ועוד, ספק רב בליבי אם ניתן לומר כי קיימת חובה מוסרית או חברתית על מי שאינו עיתונאי, לפרסם את הגיגיו ודעותיו ברבים, לנוכח העובדה שהפסיקה לא הכירה בקיומה של חובה מוחלטת שכזאת גם ביחס לעיתונאי:

"אכן, נטיית ההלכה היתה בעבר - וכך היא גם כיום - שלא ליתן לחובה הנזכרת בסעיף 15(2) להתפרש על-פני מרחבים שלא יועדו לה, שכן המידרון החלקלק מזמן עצמו למרחיבים בפרשנות. אמר השופט גולדברג על הגנת החובה שבסעיף 15(2) כי: אין לראות חובה זו כחסרת בלמים, שאחריתה הפיכת העיתונות למוקד כוח בלתי מרוסן. ... באומרו דברים אלה מסמיך עצמו השופט גולדברג לדברים שנאמרו בע"א 213/69 חברת החשמל לישראל בע"מ נ' עיתון "הארץ" בע"מ, ... ולפיהם: ...אנו ניטיב לעשות, אם נבדוק כל מקרה בשבע עיניים בטרם נכיר ב"חובה" מצד עתון לתת לדבר פומבי, כשכרוך בהכרת חובה כזאת שהדבר עלול להיות בלתי-נכון ויגרום לאדם נזק בל-ישוער. ... עוד



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

נזכיר את דבריו של השופט שלמה לויין בפרשת הוצאת עיתון הארץ בע"מ נ' בצלאל מזרחי ... כי: שומה על המפרסם, המבקש לחסות בצילה של הגנת סעיף 15(2) ... להצביע על היותו של דבר הפירסום "עניין" כה חיוני, שמאליה מתבקשת המסקנה, שבפרסום הדבר היה משום מילוי חובה מוסרית או ציבורית או חוקית על-ידי המפרסם."

ע"א 5653/98 אמיליו פלוס נ' דינה חלוץ ואח' תק-על 2001(3), 399, עמ' 419.

על כן, ספק רב אם מי שאינו עיתונאי, הבוחר לפרסם דברים פוגעים בפורום צרכנות באינטרנט, יוכל ליהנות מהגנת ס' 15(2) לחוק.

מכל מקום, אין צורך לקבוע מסמרות בענין זה, שכן בנוסף לקיומה של חובה חוקית, מוסרית או חברתית, חייב מי שמבקש לחסות בצילה של הגנה זו, להוכיח כי הפרסום נעשה בתום לב. מדובר בדרישה מצטברת.

במקרה דנן, אין ספק כי הפרסום נעשה בחוסר תום לב, שכן קדם לו איום מפורש מצידו של הנתבע, אותו השמיע באוזניו של קציר, לפיו אם לא יקבל פיצוי כספי בשל עוגמת הנפש שנגרמה לו, הוא יפרסם את הדברים ברבים. מי שמאיים באופן כזה, כאמצעי להפעלת לחץ לשם קבלת פיצויים, יתקשה לאחר מכן לטעון כי הפרסום נעשה בתום לב. זאת ועוד: התובעת הציעה לנתבע לבטל את העיסקה ולהשיב לווגמן את כספו, אך הנתבע סירב לקבל הצעה זו, ועמד על דרישה לפיצוי כספי. על רקע זה, האופי הפוגע של הפרסום, למרות שהתובעת היתה מוכנה להשיב לווגמן את כספו ובסופו של דבר החליפה את המעבד בלא תשלום, נגוע בחוסר תום לב.

20. ס' 16(א) לחוק קובע חזקת תום לב כאשר הנתבע הוכיח שהפרסום לא חרג מתחום הסביר בנסיבות הענין, אלא שבמקרה דנן הפרסום הפוגע היה מעל ומעבר לסביר ולמתחייב בנסיבות הענין, הן בתוכנו, הן בכותרתו, והן בקריאתו של הנתבע להפיץ הלאה את הפרסום. על כן, לא מתקיימת כאן חזקת תום הלב.



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

ס' 16(ב) לחוק קובע חזקת חוסר תום לב אם נתקיים בפרסום אחת מאלה:

- (א) הדבר שפורסם לא היה אמת והמפרסם לא האמין באמיתותו;
- (ב) הדבר שפורסם לא היה אמת והמפרסם לא נקט לפני הפרסום אמצעים סבירים להיווכח אם אמת הוא אם לא;
- (ג) המפרסם נתכוון על ידי הפרסום לפגוע במידה גדולה משהיתה סבירה להגנת הערכים המוגנים על-ידי סעיף 15.

במקרה דנן, לא היתה כל סכנה שהתובעת תקרוס, והנתבע לא נקט אמצעים סבירים כדי לברר האם אכן קיימת סכנה כזו. בנוסף, הפרסום נועד לפגוע מעל ומעבר לנדרש לצורך מילוי חובת הפרסום, אם אכן היתה חובה כזו. על כן, חזקה שהפרסום נעשה בחוסר תום לב מצידו של הנתבע.

21. סיכומו של דבר, לא עומדת לנתבע הגנת תום הלב לפי ס' 15 לחוק ולכן הוא חב בגין לשון הרע בקשר לפרסום דעתו אודות קריסתה הצפויה כביכול של התובעת.

### פיצוי ללא הוכחת נזק

22. התובעת עותרת לפיצוי בסך של 100,000 ₪ לפי ס' 7א(ג) לחוק, המסמיך את בית המשפט לפסוק לנפגע פיצויים ללא הוכחת נזק בסכום של 100,000 ₪ במקום בו הוכח כי לשון הרע פורסמה בכוונה לפגוע.

23. הנתבע טוען כי מקום שמדובר בנפגע שהוא תאגיד, אזיי אין מקום לפסוק פיצוי ללא הוכחת נזק, משום שכביכול אימץ החוק את הוראת ס' 10 לפקודת הנזיקין [נוסח חדש] לפיה תאגיד לא ייפרע פיצויים בשל עוולה אלא אם גרמה לו נזק. טיעון זה מבוסס על הוראת ס' 7 לחוק, הקובע כי פרסום לשון הרע הוא עוולה אזרחית, "ובכפוף



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

להוראות חוק זה יחולו עליה הוראות הסעיפים (2) עד 15 ... לפקודת הניזקים האזרחיים, 1944.

אין לקבל טענה זו. ס' 10 לפקודת הניזקין [נוסח חדש] הוא אמנם חליפו של ס' 6 לפקודת הניזקים האזרחיים, 1944 ולכן הוא נמנה על הסעיפים בפקודת הניזקין שסעיף 7 לחוק החיל על עוולה של פרסום לשון הרע, אלא שאימוץ הוראותיה של פקודת הניזקין נעשה "בכפוף להוראות חוק זה". פשיטא שמקום בו קיימת סתירה בין הוראות החוק לבין הוראות פקודת הניזקין, גוברות הוראותיו של החוק. הוראת ס' 7א' לחוק נחקקה במסגרת תיקון התשנ"ט והיא מאוחרת איפוא להוראת ס' 7 לחוק. היא מתייחסת לתשלום פיצויים "נפגע". אמנם המחוקק לא הגדיר מיהו נפגע, אך ברור שהחוק מכיר גם בתאגיד כמי שעלול להיות נפגע מחמת פרסום לשון הרע (ראה ס' 1 לחוק וכן ס' 4 לחוק). הוראת ס' 7א(ג) לחוק היא הוראת דין ספציפית, ועל כן היא גוברת על ההוראה הכללית של ס' 10 לפקודת הניזקין. והרי כל מטרתו של ס' 7א' לחוק היא שהנפגע יהיה זכאי לתשלום פיצויים גם בלא הוכחת נזק, ואין לעקר את הסעיף מתוכנו מקום שמדובר בנפגע שהוא תאגיד. אמור מעתה: מצוות המחוקק היא שגם תאגיד זכאי לפיצויים בגין פרסום לשון הרע בלא הוכחת נזק. ראה גם ת"א (תל-אביב-יפו) 1645/97 קריב מערכות בניה (תל אביב) בע"מ נ' נוריאל אמנון ואח' תק-מח 2004(3), 1783, עמ' 1785, שם הגיע בית המשפט למסקנה דומה.

24. התובעת טוענת כי הנתבע עשה את הפרסום מתוך כוונה לפגוע בה. טענה זו בדין יסודה. הכוונה לפגוע בתובעת נלמדת באופן מובהק מתוך תוכן הפרסום. בכותרת הפרסום נרשם:

"חנות KSP בתל אביב רמאים - חשוב להפיץ". בפרסום שני הכותרת היא: "חנות KSP מרמה לקוחות וזה חשוב לפרסם". בשולי הפרסום נרשם: "ראו הוזהרתם והפיצו לחבריכם". קריאתו החוזרת ונשנית של הנתבע להפיץ הלאה את הפרסום, מעידה באופן ברור על כוונה לפגוע. וכפי שנפסק ברע"פ 9818/01 שמעון ביטון נ' ציון סולטן תק-על 2005(1), 4187, עמ' 4200:

"מצאנו, אפוא, שהכוונה לפגוע יכולה, עקרונית, להילמד מתוכן הפרסום עצמו."



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

גם הכותרת "KSP פושטים רגל, זהירות" בפרסום שלישי, מעידה על כוונה ברורה לפגוע בעסקיה של התובעת, במיוחד כאשר הנתבע ידע שאין כל בסיס עובדתי לאזהרה זו.

אינדיקציה נוספת לקיומה של כוונה לפגוע היא העובדה שהפרסום בא בעקבות איום מפורש של הנתבע שאם דרישתו לפיצוי כספי לא תיענה, בכוונתו לפרסם את הדברים ברשת האינטרנט ולהשמיץ את התובעת. מי שמאיים בפרסום פוגע כדי להשיג טובת הנאה, חזקה עליו שהפרסום נעשה במטרה להוציא לפועל את האיום ולפגוע בנשוא הפרסום.

בנוסף, עצם העובדה שהנתבע טרח והפיץ את הפרסום במספר פורומים (מחשבים ואינטרנט, תוכנה וחומרה, רשתות ופס רחב, תמיכה טכנית) מעידה על כך שהנתבע יצא למעין "מסע צלב" פרטי נגד התובעת, מתוך מטרה לפגוע בה.

סיכומו של דבר, אין ספק כי הפרסום נעשה מתוך כוונה לפגוע בתובעת ובעסקיה.

25. הנתבע טוען כי שיקולי מדיניות משפטית צריכים להביא להפחתת הפיצוי, שכן עסקינן בפרסום שנעשה ברשת האינטרנט, תחום שטרם הוסדר בחוק. לדידו, הכותבים בפורומים הם הדיוטות מן השורה, אשר אינם ערים בהכרח לגבול המותר והאסור בתחום לשון הרע, ויש להמנע מפגיעה שיהיה לה "אפקט מצנן" על השיח המתנהל בין הגולשים.

אין בידי לקבל טיעון זה. חופש הביטוי אינו החופש להשמיץ, להכפיש ולפגוע. רשת האינטרנט אינה צריכה להפוך לעיר מקלט למי שמפרסם דברי לעז. פרסום שהיה נחשב לשון הרע לו נעשה במודעה, במכתב או בידיעה בעיתון, אינו משנה את אופיו הפסול רק משום שהוא נעשה בפורום באינטרנט. מי שאינו יודע את הגבול בין המותר והאסור, ייאלץ לרסן את עצמו, את לשונו ואת קולמוסו. אי ידיעת החוק אינה מהווה טענת הגנה, והמפרסמים ברשת האינטרנט אינם נמצאים מעל לחוק. אם להטלת חיוב בתשלום פיצויים על מי שמפרסם ומפיץ דברי לעז ברשת האינטרנט יהיה אפקט מצנן, זו תוצאה





## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

שראוי רק לברך עליה, לנוכח טיבו המתלהם של השיח הנוהג ברשת האינטרנט. יש לזכור כי החיוב בפיצוי בגין פרסום לשון הרע ממלא גם תפקיד הרתעתי חינוכי:

”...שנית - כפי שנאמר כבר בפסיקת בית משפט זה - נועדו הפיצויים הנקבעים בגין עוולת לשון הרע גם כדי שיחנכו את הקהל ויחדירו לתודעתו כי שמו הטוב של אדם, בין אם הוא איש פרטי, ובין אם איש ציבור, אינו הפקר, וכי יש ממש במה שנאמר בספר 'קוהלת': 'טוב שם משמן טוב' ... הווה אומר: פיצויים אשר יש בפסיקתם משום מגמה עונשית ומגמה מחנכת ומרתיעה כאחד...”

ע”א 802/87 נוף נ’ אבנרי, פ”ד מה(2) 489, 494-495.

וברוח דומה נפסק:

”כבר הסברנו לא פעם, שאחת ממטרות הפיצוי במשפטי לשון הרע הינה לחנך את הקהל ולהחדיר לתודעתו כי שמו הטוב של האדם אינו הפקר. בפסיקת פיצויים יש משום מגמה עונשית ומגמה מחנכת ומרתיעה כאחד...”

ע”א 259/89 הוצאת מודיעין בע”מ ו-3 אח’ נ’ גדעון ספירו פ”ד מו(3), 48, עמ’ 57-58.

26. נקודת המוצא הסטטוטורית במקרה של פיצוי בגין פרסום שנעשה מתוך מטרה לפגוע היא השתתפות פיצוי בלא הוכחת נזק בסך של 100,000 ש. ראה רע”א 4740/00 לימור אמר ואח’ נ’ אורנה יוסף ו-2 אח’ תק-על 2001(3), 489, עמ’ 497:

”מטרתה של הוראה זו לקבוע רף תחתון, המשחרר את הניזוק מהצורך להוכיח את נזקו.”

עם זאת, אחד השיקולים הרלבנטיים לצורך קביעת שיעורו של הפיצוי שייפסק לזכותו של הנפגע, הוא קיומו או אי קיומו של שם טוב. כלל זה מעוגן בסי’ 22 (2) לחוק, ולפיו שמו



## בתי המשפט

א 018725/05

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 16/05/2007

בפני: כב' השופט חגי ברנר

הרע של הנפגע מהווה עילה להפחתת הפיצויים. במקרה דנן, הצביע הנתבע על שורה ארוכה של פרסומים בלתי אוהדים, לשון המעטה, שפרסמו הגולשים ברשת האינטרנט אודותיה של התובעת (ראה נספח ט' לתצהירו). אין ספק כי בקרב הגולשים ברשת האינטרנט, וזוהי קבוצת ההתייחסות הרלבנטית לענייננו, התובעת אינה נהנית משם טוב במיוחד. מבלי להכנס כלל לשאלה האם לגופו של ענין יש הצדקה לעמדתם של הגולשים אם לאו, הרי שעמדה זו ברורה למדיי מתוך השורה המאוד ארוכה של פרסומים שהנתבע צירף לתצהירו. על כן, מטעם זה יש להפחית את שיעורו של הפיצוי לו זכאית התובעת ולהעמידו על סך של 60,000 ₪.

27. אשר על כן אני מחייב את הנתבע לשלם לתובעת סך של 60,000 ₪. בנוסף ישלם הנתבע לתובעת הוצאות משפט בסך 2,600 ₪ ושכ"ט עו"ד בסך 10,000 ₪ בצירוף מע"מ כחוק.

28. המזכירות תשלח את פסק הדין לצדדים.

ניתן היום כ"ח באייר, תשס"ז (16 במאי 2007) בהעדר הצדדים הנ"ל.

---

חגי ברנר, שופט