



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 19/07/2007

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל

בעניין: עו"ד זבולוני שמואל

התובע

נגד

1. וואלה תקשרת בע"מ

2. ספארק נטוורקס (ישראל) בע"מ

הנתבעות

פסק דין

רקע ועובדות:

התובע, עורך דין במקצועו, נשוי ואב לארבעה ילדים. נתבעת 1 היא חברה המפעילה באינטרנט מנוע חיפוש בשם "וואלה". נתבעת 2 היא חברה, המפעילה את אתר ההיכרויות "קופידון" ומפרסמת את שירותיו באתר של נתבעת 1.

תביעה זו עניינה ציון שם התובע, עורך דין, בעל משפחה ושומר מצוות, בפרסומת לאתר מחפשי אהבה, באמצעות אתרי האינטרנט המופעלים על ידי הנתבעות, תוך שימוש בפרטיו האישיים אשר נלקחו מאתר "דפי זהב", מבלי שנתבקשה רשותו של התובע או הסכמתו לפרסום. מדובר בסרטון פרסומת לאתר היכרויות, אשר פורסם במהלך חודש ינואר 2006 או בסמוך לכך על ידי נתבעת 2, באמצעות אתר האינטרנט של נתבעת 1. סרטון הפרסומת כלל בין היתר את שמו של התובע ופרטיו המזהים, אשר נלקחו מתוך "דפי זהב" (להלן: "הפרסומת").

טענות התובע:

הפרסומת מהווה הוצאת לשון הרע נגדו, כאשר במהלך חודש ינואר 2006, הוא הוצג על ידי הנתבעות, באתר "קופידון" כמי שמחפש אחר אהבה. הנתבעות פרסמו את שמו ופרטיו האישיים, באמצעות אתרי האינטרנט המופעלים על ידיהם ו/או באמצעותם ו/או על ידי מי מהם, תוך



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל תאריך: 19/07/2007

שימוש פסול בפרטיו האישיים אשר נלקחו מתוך אתר "דפי זהב" ומבלי שכלל נתבקשה רשות התובע או הסכמתו לפרסום השקרי, באופן אשר גרם לו פגיעה בשמו הטוב, בכבודו האישי והמקצועי ובמוניטין שלו.

הפרסום הופיע בעמודים הראשיים והפנימיים וכן בשירות הדואר האלקטרוני של נתבעת 1.

לטענת התובע, הפרסומת אשר נשאה את הכיתוב: **"יש דרכים פשוטות יותר למצוא אהבה..."** ואשר כללה את שמו ופרטיו האישיים, גרמה לו בושה וכלימה, צער עמוק ועוגמת נפש, מעבר לפגיעה בשמו הטוב ובמשלח ידו, באשר הנה מכילה דברים אשר יש בהם כדי לביישו בעיני הבריות, בכללם משפחתו, קהילתו, לקוחותיו ומכריו, אשר הפנו את תשומת לבו לפרסומים. לגרסת התובע, מדובר באלפי פרסומים, שפגעו בו ובמשפחתו בצורה קשה ואלה הופסקו משפנה אל נתבעת 2 אשר אף התנצלה בפניו.

התובע טוען כי הנתבעות ביחד ולחוד עשו לו עוול וגרמו לו נזק, בפרסומת ובמעשיהם ו/או במחדליהם, ביזו אותו וגרמו לו עגמת נפש וסרבו להיענות לדרישתו לפצותו על הפגיעה בשמו הטוב.

לטענתו, הנתבעות ביצעו כלפיו עוולה אזרחית של לשון הרע כקבוע בחוק איסור לשון הרע, תשכ"ה-1965 (להלן: **"החוק"**) והן נושאות באחריות נזיקית כלפיו ובמיוחד בהתאם לסעיף 11(א) לחוק, כאשר אין משמעות לכוונת המפרסם ולהבנת הקורא את הפרסום, אלא המשמעות שקורא סביר מייחס לכך.

לטענת התובע, נתבעת 2 אחראית לשפותו בגין הפרסומת, בעוד שהנתבעת 1 הייתה זו אשר הפיצה ופרסמה את הפרסומת באתר שלה.

הנתבעת 2, באמצעות אתר האינטרנט של הנתבעת 1, גרמה לנזק עצום נוכח הפרסום רחב ההיקף של דברי לשון הרע כנגד התובע.

לטענת התובע, מעשי הנתבעות מגיעים כדי עוולת הרשלנות כמובנה בסעיף 35 לפקודת הנזיקין (נוסח חדש), כאשר כשלו בחובת הזהירות המושגית והקונקרטיית כלפי ובמעשיהן ובמחדליהן קיימו קשר סיבתי ישיר לנזקיו.



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 19/07/2007

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסס-פרנקל

לטענתו, לא עומדת לנתבעות כל הגנה שבתום לב שהרי הן ו/או מי מטעמן לא נקטו באמצעים סבירים כדי למנוע הוצאת לשון הרע בגדרה של הפרסומת, בין היתר בפיקוח על פרסום נכון ו/או בקבלת אישור או הסכמת התובע לפרסומת ו/או באישור והסכמת התובע לאמור בה, הכל על מנת להבטיח, כדרישת החוק, הימנעות מהוצאת לשון הרע בגדרה של הפרסומת. התובע עותר לחייב את הנתבעות בתשלום פיצוי, ללא הוכחת נזק, בסך 50,000 ₪.

טענות הנתבעות:

לטענת הנתבעות, התובע מעולם לא הוצג על ידן כמי שמחפש באמצעות האינטרנט "אחר אהבה" והנתבעות מעולם לא עשו שימוש בשמו של התובע לצרכי פרסום. לטענתן, קשה להבחין בשמו של התובע בפרסומת נשוא התביעה ולפרשה באופן הפוגע בשמו הטוב. לטענתן, התובע מסלף את הגלוי והנראה לעין בסרטון הפרסומת, אשר פורסם על ידי הנתבעת 2 באתר של נתבעת 1, ובוחר לצטט מתוך הפרסומת חלקים מגמתיים אשר כביכול מגבשים עוולה כלשהי אשר התבצעה כלפיו.

סרטון הפרסומת הציג דמות אלמונית אשר תרה אחר בן זוג, באמצעות חיפוש אקראי של שמות במדריך מספרי הטלפון ולאחר מכן הופיע הכיתוב: "יש דרכים פשוטות יותר למצוא אהבה". לשון אחר, במקום לנסות לחפש אחר בן זוג באמצעות חיפוש אקראי ולא יעיל במדריך מספרי הטלפון, אשר לטענת הנתבעות לא נועד למטרה זו, ניתן לעשות שימוש בשירותיו של אתר ההיכרויות של נתבעת 2 הנועד למטרת מציאת בן זוג.

הפרסומת כלל לא עסקה בשמות האנשים שהופיעו במדריך מספרי הטלפון, אלא השתמשה במדריך מספרי הטלפון, כאובייקט, כדי להעביר לנמעניה רעיון- ברוח הומוריסטית ולפיו אתר ההיכרויות של נתבעת 2, הוא המתאים ביותר לצורך מציאת בן זוג, להבדיל ממדריך מספרי הטלפון. לטענתן, ברור כי אדם סביר, לא הבין כי האנשים אשר שמותיהם מופיעים במדריך מספרי הטלפון מחפשים קשר זוגי כלשהו. בנוסף, לטענתן, קשה להבחין בשמו של התובע בפרסומת: הדמות האלמונית המחפשת אחר בן זוג סימנה בעיגול את "בחיר ליבה" הדמיוני באמצעות עט אדום ועיטרה את שמו בשני לבבות קטנים, כאשר, הדמות לא סימנה את שמו של התובע.



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסס-פרנקל תאריך: 19/07/2007

לטענת הנתבעות, שם התובע הופיע באותיות קטנות, למשך 4 שניות ובשולי העמוד מתוך מדריך מספרי הטלפון, באופן המקשה להבחין בו בעת הצפייה בסרטון הפרסומת. לגרסתן, אדם סביר, אשר צפה בפרסומת והתמקד בעיגול האדום, אשר סימן את הדמות על גבי מדריך מספרי הטלפון, לא הבחין בשם התובע דווקא, המופיע בשולי הפרסומת באותיות קטנות ולמשך זמן קצרצר.

לטענת הנתבעות, אין זה ברור כי כל מבקר באתר האינטרנט של נתבעת 1 צפה בפרסומת. להבדיל מפרסומת בטלוויזיה או ברדיו, אשר לצופה או למאזין אין ברירה אלא להיחשף אליה, פרסומת באינטרנט איננה נצפית תמיד על ידי המעיין בתוכן דפי האינטרנט. מה עוד, שמרבית האנשים העושים שימוש באתר האינטרנט של נתבעת 1, המהווה "אתר תוכן", מתעניינים יותר בתכנו ופחות בפרסומות המופיעות בו.

לטענתן, השמות מתוך מדריך מספרי הטלפון, הופיעו בכיתוב קטנטן ושמו של התובע בפרט, הופיע בשולי הפרסומת באותיות זעירות למשך 4 שניות בלבד. זאת, בעוד שבהעתק המצולם של הפרסומת, אשר צורף לכתב התביעה, מופיע שמו של התובע, באופן מגמתי, באותיות גדולות. יתרה מכך, לטענתן, הפרסומת הייתה לאורך מספר שניות בלבד.

התובע מעולם לא הוצג כמי שעושה שימוש באתר האינטרנט "קופידון" לצורך חיפוש אהבה". לטענת הנתבעות, כל אדם סביר שצפה בפרסומת יכול להתרשם על נקל כי המסר המובע בה הוא חד וברור: עדיף לחפש קשר זוגי באתר היכרויות שנועד לכך, מאשר בדפדוף אקראי וסיזיפי במדריך מספרי הטלפון. ומעבר לכך, כאמור, ברי שהפרסומת לא עסקה בשמות האנשים אשר הופיעו במדריך מספרי הטלפון אשר נועד אך לצורך העברת רעיון שיווקי הומוריסטי. לטענתן, אף צופה סביר לא יעלה על דעתו כי הפרסומת ביזתה, השפילה ופגעה בתובע או בכל אדם אחר. התובע אכן פנה לנתבעת 2 לצורך הסרת הפרסומת מאתר האינטרנט של הנתבעת 1. בו ביום בו פנה התובע לנתבעת 2 נענתה לבקשתו והסירה את הפרסומת וזאת על מנת למנוע ספק לביצוע עוולה כלשהי.

לטענת נתבעת 1 היא אינה סבורה כי שמו הטוב של התובע נפגע ולכן ממילא לא נענתה לדרישות התשלום המופרכות שנשלחו אליה ואשר אין מאחוריהן דבר וחצי דבר. נתבעת 1 לא יצרה ולא הגתה את הפרסומת, אך הציגה אותה באמצעות האתר שבהחזקתה, והיא נוקטת אמצעי זהירות סבירים על מנת למנוע פרסומי לשון הרע.



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 19/07/2007

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסס-פרנקל

הנתבעת 2 טוענת כי שמו הטוב של התובע לא נפגע ויתרה מכך, היא מקפידה לנקוט באמצעים סבירים, על מנת למנוע פרסום פרסומים, אשר יש בהם לשון הרע באתר האינטרנט "וואלה".

דיון

הצדדים הגיעו להסדר דיוני לפיו לא יתקיים הליך הוכחות ויוגשו סיכומים באשר לשאלות האם הפרסום מהווה "לשון הרע" ואם כן מהו הנזק.

אין חולק כי התבצע הפרסום נשוא תביעה זו ואין חולק כי שמו של התובע ופרטיו האישיים, אשר נלקחו מאתר "דפי זהב", הופיע בסרטון הפרסומת, במסגרת פרסום אתר ההיכרויות "קופידון", ללא הסכמת התובע ו/או ידיעתו.

במסגרת פרסום זה הופיע, בין השאר, גם הכיתוב "יש דרכים פשוטות יותר למצוא אהבה", המצוי בתוך רקע אדום ובולט, כאשר שם התובע וכתובתו, מופיעים מעל ובסמוך לכיתוב זה.

השאלה שבמחלוקת הינה, האם אכן הוצג שמו של התובע "כמחפש אהבה" והאם היה בפרסום זה כדי להוציא דיבתו של התובע לרעה.

הזכות לשם טוב

בע"א 4534/02 - רשת שוקן בע"מ ואח' נ' אילון (לוני) הרציקוביץ'. פ"ד נח(3), 558, עמ' 564-565. (להלן: "פרשת שוקן"), קבע השופט ברק: "הדין העולה מחוק איסור לשון הרע מהווה איזון עדין בין זכויות אדם מרכזיות במשטר דמוקרטי: זכות היסוד לשם טוב מזה וזכות היסוד לחופש הביטוי מזה....שתי זכויות יסוד אלה נגזרות מהערך החוקתי של כבוד האדם (פרשת אמר). על הזכות לשם טוב כבר נאמר: "כבוד האדם ושמו הטוב חשובים לאדם כחיים עצמם, הם יקרים לו לרוב יותר מכל נכס אחר...."

"אכן הזכות לשם הטוב של האדם היא ערך יסוד בכל משטר דמוקרטי. היא תנאי חיוני לחברה שוחרת חירות. היא מבוססת בין השאר, על הצורך בהערכה פנימית, בגאווה אישית ובהכרה



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל תאריך: 19/07/2007

אישית בין בני אדם... גם הזכות לחופש הביטוי זכתה להתייחסות נרחבת בפסיקה ... נאמר עליה כי מדובר ב"ציפור נפשה של הדמוקרטיה.... נקבע בעבר כי גם ביטוי שיש בו לשון הרע הוא ביטוי החוסה תחת כנפי זכות היסוד לחופש הביטוי, אולם, ההגנה שניתנת לביטוי חייבת להתחשב בערכים נוספים, ומשתנה בהתאם לנסיבות המקרה ולאופיו של הביטוי בדיני לשון הרע, מתנגשות למעשה שתי זכויות יסוד אלה. שתי הזכויות אינן מוחלטות, ונדרש איזון חוקתי (אופקי) ביניהן. ראשיתו של איזון זה נקבע בחוק איסור לשון הרע."

"הגוזל את רכושי עשוי לפצות אותי בממון. הגוזל את שמי הטוב גוזל את טעם קיומי. שמו הטוב של אדם קובע את התייחסותו שלו לעצמו ואת ההתייחסות של חבריו אליו. הוא קובע את יחסה של החברה אליו. הנכס היחיד שיש לרבים – בין המכהנים ברשויות השלטון ובין הפועלים במגזר הפרטי – הוא שמם הטוב. הוא יקר להם כחיהם". (בג"ץ 6126/94 סנש נ' רשות השידור פ"ד נג(3) 817).

"אכן, המשטר הדמוקרטי המגן על החירות של כל אחד מיחידו רשאי וצריך להגן לא רק על גופו של הפרט, אלא גם על נפשו ושמו הטוב. בישראל נגזרת נגנה על השם הטוב גם מההגנה על כבוד האדם.... כן ניתן לעגן לעיתים את ההגנה על השם הטוב בזכות הפרטיות. שכן פרסום שיש בו לשון הרע פוגע לא פעם בפרטיותו של הנפגע ובצנעת חייו" (רע"א 4740/00 אמר נ' יוסף פ"ד נה(5) 510).

לשון הרע

סעיף 1 לחוק לשון הרע מגדיר מהו הדבר שפרסומו עלול להיחשב לשון הרע.

1. "לשון הרע מהי

לשון הרע היא דבר שפרסומו עלול –

- (1) להשפיל אדם בעיני הבריות או לעשותו מטרה 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, מינוי או נטייתו המינית;



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 19/07/2007

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסס-פרנקל

בסעיף זה, "אדם" – יחיד או תאגיד.

בפרשת שוקן נקבע: "סעיף זה עוסק במישור האחריות. ההגדרה הקבועה בחוק הינה הגדרה רחבה, הנשמכת, ברובה, על אסופת הגדרות מן המשפט המקובל... באופן כללי, יש לברר האם הביטוי הינו משפיל, פוגע או מבזה, וזאת בהתאם לסטנדרט אובייקטיבי של האדם הסביר... ההגדרה מורכבת מארבע חלופות. החלופה הראשונה מהווה סעיף סל, אשר "מתארת את מהותה של לשון הרע כפרסום העלול לפגוע בשמו הטוב של אדם בעיני אחרים ולפגום בהערכתו בעיני הבריות".... שלוש החלופות הנותרות מתייחסות למקרים קונקרטיים יותר. ודוק: די בכך שהפרסום עלול היה לגרום לאחת מהתוצאות המפורטות בסעיף 1 לחוק בכדי לבסס אחריות בגין עוולת לשון הרע.... לצד איסור זה, קבועות הגנות בחוק. החוק מבחין בין הגנות מוחלטות (סעיף 13), הגנת אמת דברתי הדורשת התקיימות רכיב של "עניין ציבורי" (סעיף 14) והגנות המותנות בתום ליבו של המפרסם (סעיף 15). ההגנות משקפות נקודות איזון בין הזכות לשם טוב לבין הזכות לחופש הביטוי, תוך מתן משקל רב לחופש הביטוי, כאשר מתקיימים המצבים המנויים בסעיפים אלה. על כן, ההגנות המקובצות בסעיף 15 אינן עשויות מעור אחד. חלק מן ההגנות מתייחסות לחובה החלה על המפרסם או לעניין אישי כשר (סעיפי משנה 15(2), 15(3), 15(8)). חלקן מתייחסות להבעת דעה (סעיפי משנה 15(4), 15(5); 15(6); 15(7)). כמו כן, מצויות הגנות נוספות בעלות רציונאליים שונים (השוו שנהר, עמ' 250). ההגנות השונות מגינות על אינטרסים שונים. כל הגנה היא תוצר של נקודת איזון נפרדת. על כן, כל הגנה והגנה תתפרש בהתאם לאינטרסים המונחים בבסיסה.

ניתוח ביטוי במסגרת עוולת לשון הרע נעשה בארבעה שלבים. בשלב הראשון, יש לשלול מתוך הביטוי את המשמעות העולה ממנו, לפי אמות המידה המקובלות על האדם הסביר. כלומר, יש לפרש את הביטוי באופן אובייקטיבי, בהתאם לנסיבות החיצוניות וללשון המשתמעת (שנהר, בעמ' 109). בשלב השני, יש לברר, בהתאם לתכלית החוק לאיזונים חוקתיים, האם מדובר בביטוי אשר החוק מטיל חבות בגינו, בהתאם לסעיפים 1 ו 2 לחוק....



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 19/07/2007

כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל

בשלב שלישי, בהנחה שעברנו את המשוכה השנייה, יש לברר האם עומדת למפרסם אחת ההגנות המנויות בסעיפים 13-15 לחוק. השלב האחרון הוא שלב הפיצויים. ודוק: "האיזון החוקתי בין הזכות לשם הטוב ולפרטיות לבין הזכות לחופש הביטוי משתרע הן על קביעת האחריות (בנזיקין ובפלילים) בגין לשון הרע, והן על קביעת הסעדים הננקטים כאשר מתגבשת האחריות" (פרשת אמר). כך, האיזון שולט על קביעת הגדרת הביטויים המהווים לשון הרע, על היקפן של ההגנות המנויות בחוק ועל סוגיית הפיצויים.

המבחן אשר יקבע אם המכתב מהווה לשון הרע הינו אובייקטיבי. דהיינו, לא קובע מה חושב הנתבע, אלא כיצד עלולה החברה לקבל את הפרסום"

הפרסום באינטרנט

רשת האינטרנט הינה בגדר יסוד הפרסום, לעניין סעיף 3(1) לחוק. "סוגיה זו של הגדרת אתר באינטרנט כ"עיתון" נדונה עד כה, למיטב ידיעתי, רק בפס"ד של בימ"ש השלום בת"א (השופטת רייד שפירא) בתיק ק"פ 145/00 ויסמן נ. גולן (ניתן ביום 16.10.01, טרם פורסם). באותו ענין היה מדובר בקובלנה פלילית נגד עורך עיתון הגלובס בגין פרסום לשון הרע בעיתון ובמהדורת האינטרנט שלו. אני מסכים עם קביעת ביהמ"ש שם, ש"פרסום" בחוק איסור לשון הרע כולל גם פרסום באינטרנט. החוק לא קבע רשימה סגורה של דרכי פרסום – והאינטרנט הוא בפירוש אחת הדרכים האפקטיביות לפרסום" (ת"א 7830/00 בורוכוב ארנון נגד פורן אלישי, דינים, שלום יט' 309).

"נוכח המפורט לעיל, בכל הקשור לאשר הוחלט ואשר נטען בקדמי המשפט ולמעלה מהנדרש, נציין, שלכאורה, עצם הפרסום באינטרנט הינו בגדר "פרסום" לפי החוק וכשבת.א. 7380/00 בבימ"ש שלום בכ"ס בורוכוב נ' פורן, תק-של 2002 (2) 1216 (להלן: "בורוכוב"), אכן נדונה השאלה בהקשר של אחריות לפרסומים בפורום להבדיל מהמקרה דנן וכן, ראה את אשר נקבע בק"פ 145/00 ויסמן נ' גולן דינים שלום, כרך י"ח 89. מכל מקום, משהנתבעים הסכימו שהם אחראיים בכל הקשור לפרסום, אין צורך להזקק לאותן שאלות המתעוררות ואשר התעוררו בפס"ד או בהחלטה האמורה, וזאת, בהתייחס לכתבה עצמה, להבדיל מתגובות הקוראים". (ת"א 6161/01 נעמי רייכמן נ' רמי יצהר, דינים שלום כג' 864).



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 19/07/2007

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל

שלבי בחינתה של עוולת לשון הרע

השלב הראשון - פרשנות הפרסומת

בשלב הקביעה אם הפרסום מהווה לשון הרע, אין צורך להוכיח כי הפגיעות הפוטנציאליות המפורטות בסעיף 1 לחוק התקיימו בפועל. די בכך שהתובע יראה שהדברים אפשריים. לשון הסעיף הינה "עלול" דהיינו, אין מתחייב להוכיח פגיעה בפועל. סעיף 2 (ב) לחוק קובע:

(א) "פרסום, לעניין לשון הרע - בין בעל פה ובין בכתב או בדפוס, לרבות ציור, דמות, תנועה, צליל וכל אמצעי אחר.

(ב) רואים כפרסום לשון הרע, בלי למעט מדרכי פרסום אחרות:

(1) אם הייתה מיועדת לאדם זולת הנפגע והגיעה לאותו אדם או לאדם אחר זולת הנפגע; אם הייתה בכתב והכתב עשוי היה, לפי הנסיבות להגיע לאדם זולת הנפגע" יש לבדוק שהפרטים המוגדרים כלשון הרע פורסמו בפועל. "

השופט ברק קבע בפרשת שוקן כי "בעת ניתוח פרסום, יש לעמוד כשלב ראשון, על מובנו של הביטוי; המשמעות הטמונה בו. יש לשלוף מתוך הביטוי את פרשנותו הסבירה, ולברר האם מדובר בביטוי הגורם להשפלת אדם פלוני בעיני האדם הסביר. כאשר מדובר בביטוי ציורי, סאטירי או פרודי, משימה זו מורכבת. מטבע הדברים, ביטויים אלה נעזרים בלשון ציורית, במוטיבים, בהגזמה ובעיוות המציאות עד כדי גיחוך. פירוש מילולי של הביטוי יוביל למסקנות מוטעות, כיוון שהוא מפשיט מן הביטוי את אופיו המטאפורי.... לכן, יש לייחס לביטוי את המשמעות הסבירה של המילים, לפי הקשרן תוך התחשבות באופיו של הז'אנר, ובהתאם לתפיסות מקובלות של האדם הסביר. יחד עם זאת, כאשר בית המשפט נתקל בקושי פרשני, עליו להעדיף את הפרשנות לפיה הביטוי אינו מהווה לשון הרע....."

מעיון בקלטת "נספח א' לכתב ההגנה, עולה כי מדובר בפרסום באותיות מוגדלות של שם התובע וכתובתו, המופיעות בשורה הראשונה מעל למלבן אדום ובו הכיתוב "יש דרכים פשוטות יותר



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל תאריך: 19/07/2007

למצוא אהבה. " לא ניתן שלא להבחין בשם התובע ופרטיו, על ידי מי שצפה בצג המחשב עת הפרסומת עלתה. פרסום אשר עלה בחשיפות רבות באורך של כ- 4 שניות מדי פעם.

איני מקבלת לעניין זה את טענת הנתבעות, לפיה מהתבוננות בקלטת עולה רק התמונה בה הפרסומת הציגה "דמות אלמונית" המבקשת למצוא אהבה, באמצעות חיפוש אקראי של שמות במדריך טלפון. שם התובע, מופיע מעל ובסמוך למלבן אדום ומודגש, העוסק בדרכים למצוא אהבה. התבוננות "ספונטאנית" על ידי ה"גולש" הסביר, אשר נחשף לפרסומת תוך כדי עיון ברשת האינטרנט, ללא הקדשת תשומת לב מיוחדת לתוכן, תביא אותו למסקנה כי הפרסומת עוסקת ב"מחפשי אהבה/זוגיות".

אין ממש בטענות הנתבעות, לפיהן לא הוצג שמו של התובע כ"מחפש אהבה", כאשר מדובר בפרסום אתר העוסק בנושא זה, מדובר בפרסומת מהבהבת, מבלי שיודגש כי נלקחו שמות אקראיים מאתר "דפי זהב". הנתבעות מצפות ש"הגולש הסביר" יקדיש תשומת לב לעובדה שמדובר בחוברת "דפי זהב" ולא למהות ותוכן הפרסום. בפועל לא כך הדבר, עינו של המתבונן הסביר תצפה ב"גימיק" המסוים של אתר מחפשי אהבה, ביחד עם השמות המופיעים בפרסומת.

במכלול השיקולים הנבחנים על ידנו יש לשים לב, כי הפרסומת, לא הופיעה באתר עצמו, אלא כפרסומת נלווית ("באנר"/ Pup Up) באתר שבו מעיינים רבים, כך שלא מדובר דווקא במי שבחר להיכנס לאתר "קופידון" ובהכרח במי ש"מחפש אהבה", ולכן, אינו נותן את הדעת ואינו מרוכז בדקויות הפרסומת. בפועל למתבונן מוצג אתר "קופידון" ושם התובע כנלווה לפרסומת.

איני מקבלת את טענת הנתבעות כי האדם הסביר יראה את התובע, כמי שהוצג כדמות משנית. מדובר בשם התובע, המופיע באתר "קופידון" בסמוך למלבן האדום המודגש לאתר מחפשי אהבה, ובו הדגשה: "יש דרכים פשוטות יותר למצוא אהבה".

הנתבעות מוצאות כי מדובר בפרסומת שהיא גימיק "סאטירי" העושה שימוש באמצעי אומנותי מוגזם. איני מקבלת את דעתן וגם האדם הסביר לא יבין זאת כך.



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל תאריך: 19/07/2007

אין חולק כי התובע לא פנה כלל לנתבעות ולא ביקש מהן כל פרסום ואין חולק כי הנתבעות לא ביקשו את רשותו ו/או הסכמתו לעצם פרסום שמו במסגרת הפרסומת ו/או לכל מטרה אחרת. משכך הפרסומת מהווה לשון הרע.

השלב השני – משמעות הביטוי

בשלב שני, יש לברר האם משמעותו של הביטוי מקימה חבות בגין עוולת לשון הרע. שיקול חשוב במסגרת זו, הוא זהות הנפגע מן הביטוי, וביתר דיוק, היותו איש ציבור, דמות ציבורית או אדם פרטי.

בענייננו, מדובר בעורך דין ובעל משפחה, מהמגזר הדתי. יש לבחון את האיזון בין פרסום שמו מתוך אתר "דפי זהב" ללא הסכמתו, אל מול השימוש שעושות הנתבעות לצורך פרסום האתר שלהן.

גם אם הנתבעות סוברות שמדובר בגימיק תקשורת, הגובל בסאטירה, ואיני מקבלת את טענתן זו, עדיין מוטלת עליהן חובת הזהירות המרבית, בשימוש בדף /עמוד המכיל שמות ופרטים אישיים מזדמנים מכל אתר שהוא.

בית המשפט בוחן את השאלה האם מדובר ב"לשון הרע" בעיני האדם הסביר, ולא על פי כוונת המפרסם.

"המבחן בדבר קיום לשון הרע לפי סעיף 1 איננו מתמצה בתחושת העלבון הסובייקטיבית של הפרט, עליו נסב הדיבור או הכתב המייחס לו דברים פוגעים, אלא יסודו אובייקטיבי, היינו מה השפעתם או זיקתם של דברי לשון הרע להערכה לה זוכה הפרט-התובע בעיני הבריות (ע"א 68/56, רבינוביץ נ' מירליון, [1], בע' 1226); " (ע"א 723/74 הוצאת עיתון הארץ נגד חב' החשמל פ"ד לא(2) 281).

לעניין זה, כוונת הנתבעות בפרסומת אינה רלוונטית, אלא "עיני האדם הסביר". בעיני האדם הסביר, שאינו נכנס לאתר "קופידון" עצמו, אלא רק מתבונן בפרסומת עצמה ומבלי להתעמק בה, הפרסומת מתפרשת כך, שהתובע מחפש בת זוג.



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

תאריך: 19/07/2007

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל

השלב השלישי - ההגנות

השלב השלישי המפורט בפרשת שוקן הינו הבחינה, האם קיימות לנתבע אחת מההגנות המנויות בסעיפים 13 – 15 לחוק:

"בבוא בית המשפט לבחון את השאלה האם חלה הגנת אמת בפרסום, עליו לערוך השוואה בין העובדות העולות מן הפרסום, כפי שהוא מתפרש על פי כללי הפרשנות, לבין המציאות העובדתית במועד הפרסום. ההגנה תעמוד למפרסם כאשר קיימת "זהות" בין המציאות האובייקטיבית לבין תיאורה בפרסום (ראה ע"א 3199/93 קראוס נ' ידיעות אחרונות בע"מ ואח', פ"ד מט(2) 843, 857). הזהות שבה מדובר אינה חייבת להיות מוחלטת. די לנו בכך שהמשמעות והתוכן הכללי של הפרסום תואמים את המציאות כדי להחיל את הגנת אמת דיברתי (ע"א 334/89 מיכאלי ואח' נ' אלמוג, פ"ד מו(5) 555, 564), שכן מתן המשקל הראוי לחופש הביטוי מחייב "שלא לדקדק בציציותיו" של הפרסום הפוגע (ראה פס"ד קראוס עמ'854). " (תא י-ם) 21117/00 חיים מלכה נ' דרור טובי אתר נבו).

איני מוצאת כל טענת הגנה של הנתבעות ביחס לפרסום, למעט טענתם כי התביעה טורדנית ואינה מגלה עילה. בפועל, שם התובע הופיע בפרסומת.

אני מוצאת כי הפרסומת, אשר פורסמה על ידי הנתבעות ולצרכיהן, מהווה עוולה של לשון הרע, וגרמו לתובע עוול ונזק.

שלב רביעי - הפיצויים

בפרשת אמר נ' יוסף פסק כב' השופט ברק, כי הפיצוי התרופתי בגין לשון הרע נועד להשיג 3 יעדים. לעודד את רוחו של הניזוק אשר נפגעה בגין לשון הרע, לתקן את הנזק לשמו הטוב ולמרק את זכותו לשם הטוב, אשר נפגעה בגין לשון הרע.

כן נקבע, כי כיוון שפיצוי התרופתי, נועד להעניק פיצוי על הנזק שנגרם, הרי שבקביעת הפיצוי בגין לשון הרע, יש להתחשב, בין היתר, בהיקף הפגיעה, במעמד הניזוק בקהילתו, בהשפלה שסבל, בכאב וסבל שהיו מנת חלקו ובתוצאות הצפויות מכל אלה בעתיד, כאשר הבחינה הינה אינדיבידואלית. יש להתחשב בטיב הפרסום, בהיקפו, באמינותו, במידת



בתי המשפט

א 068845/06

בית משפט השלום תל אביב-יפו

בפני: כבוד השופטת אושרי פרוסט-פרנקל תאריך: 19/07/2007

הפגיעה ובהתנהגות הצדדים, כאשר התנהגות המזיק עשויה להשפיע על שיעור הנזק והערכתו.

לעניין זה, אין חולק כי הנתבעות הפסיקו את הפרסום מיד כאשר פנה אליהן התובע, ואף התנצלו בפניו.

סוף דבר

הנתבעות ביחד ולחוד ישלמו לתובע 12,000 ₪, כשהם צמודים ונושאי ריבית מיום מתן פסק דין זה ועד לתשלום בפועל.
כן ישלמו לתובע הוצאותיו ובנוסף, שכר טרחה בסך 2,000 ₪ בצירוף מע"מ.

ניתן היום, ד' באב, תשס"ז (19 ביולי 2007), בהיעדר.

פרוסט-פרנקל אושרי, שופטת

קלדנית אביבה דן מאיר