



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

לפני: כבוד השופט רון גולדשטיין

התובעים: 1. קואלה לחיות מחמד בע"מ
2. צביקה מאיר

נגד

הנתבע: אור דוכן

בשם התובעים: עו"ד עדי כהן

בשם הנתבע: עו"ד סופי רסקין-פינצ'בסקי

פסק דין

1. זוהי תביעה כספית בסך של 300,000 ש"ח לפי חוק איסור לשון הרע, התשכ"ה-1965 (להלן: **החוק**, או **חוק איסור לשון הרע**), שבמרכזה פרסומים ברשת האינטרנט על אודות תספורת שביקש הנתבע לבצע במספרת הכלבים המופעלת על ידי התובעים, לכלבו, מגזע פומרניאן, ששמו סימבה (להלן: **סימבה**).

רקע הדברים

2. התובעת 1 היא חברה המפעילה רשת של שלוש מספרות לחיות מחמד (בערים יבנה, פתח תקווה והוד השרון). במספרות אלה מבוצעות, על פי הנטען, תספורות לכל גזעי הכלבים, אך בעיקר לגזעים כגון: "שפיץ", "פומרניאן", "שיטסו", "מלטז", "יורקשייר", "פודל" ועוד. התובע 2 הינו בעל המניות של התובעת 1 ומנהלה הכללי. הנתבע, שהינו סוכן ביטוח בהכשרתו, הוא לקוח לשעבר של התובעת 1.

במוקד ההליך עומדים פרסומים שונים של הנתבע ברשת האינטרנט, כמו גם של גורמים נוספים אשר אינם בעלי-דין בהליך, אשר פורסמו, על פי הנטען, לאחר שביקורו של הנתבע, רעייתו וסימבה, במספרת הכלבים המופעלת על-ידי התובעים בהוד-השרון, ביום 15.11.2019, הסתיים בכי רע. זאת, מבלי שבוצעה לסימבה כל תספורת, אף שזו תואמה מראש, תוך שהצדדים מטיחים האשמות זה בזה. גרסתם של התובעים, בתמצית, הינה כי עם הגיעו של סימבה למספרה שבהוד-השרון (בביקור שתואם בין הצדדים מראש, למשך שעה וחצי, בעלות של 250 ש"ח), סברה הספרית המועסקת על-ידי התובעים – גב' יאנה סיטינקוב (להלן: **סיטינקוב**) – כי פרוותו של סימבה



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

מוזנחת ועל כן היא הודיעה לנתבע, בו במקום, כי יש לבצע לסימבה טיפול של "התרת קשרים בפרווה" ("ראסטות") **בטרם** ביצוע התספורת, וכי את התספורת עצמה ניתן יהיה להשלים על רקע זה רק בביקור נוסף, כעבור שבוע או שבועיים. בכתב התביעה מדגישים התובעים בהקשר זה, כי כלב מגזע "פומרניאן", כמו סימבה, הינו כלב עם "פרווה כפולה" – האחת פרוות "פוך" ומעליה שכבה של "פרווה עליונה". לפיכך, כך נטען, לא ניתן להסיר את ה"ראסטות" בעזרת גילוח על-ידי מכונת תספורת, שכן פעולה זו עלולה לגרום נזק לכלב אשר יתבטא בהתרחות ("אלופציה" בעגה המקצועית). מכאן, כך נטען, ועל רקע אבחנתה של סימבה הגיע למספרה עם "ראסטות", או קשרים, בשערו, נמסר לנתבע שלא ניתן יהיה להשלים את שתי הפעולות – הסרת הקשרים והתספורת עצמה, רק בביקור אחד. עוד טוענים התובעים, כי בעקבות אבחנתה זו של גב' סיטינקוב, החל הנתבע בחילופי דברים עמה, הרוחות התלהטו, והנתבע דרש בתקיפות, בין היתר, לסיים את מלאכת התספורת כולה – בו ביום. דברים דומים השמיע הנתבע, כך לטענת התובעים, גם בשיחת טלפון שקיים בהיותו במספרה עם התובע 2 שבמהלכה אף דרש הנתבע, לטענת התובעים, פיצוי כספי עקב בזבוז הזמן שנבע מעצם המתנתו במקום.

3. גרסתו העובדתית של הנתבע שונה. לטענתו, הוא הגיע עם רעייתו ועם סימבה למספרה בשעה 10:50 בבוקר, לתור שתואם מראש לשעה 11:00. בחלוף כמחצית השעה, כאשר נוצר במספרה עומס רב של לקוחות שהמתינו לביצוע תספורות, יצאה גב' סיטינקוב מחדר הטיפולים, הבחינה בסימבה, "נגעה רגע קט בפרווה" שלו ופסקה – ללא בדיקה ראויה, כך נטען – כי פרוותו מוזנחת וכי היא אינה סבורה שתספיק בפרק זמן של שעה וחצי "לסיים את העבודה" (סעיף 2 לסיכומי הנתבע). הנתבע, לטענתו, האמין כי אבחנתה של גב' סיטינקוב שגויה מיסודה, שכן פרוותו של סימבה מטופלת היטב ועל כן לא נדרש "טיפול כפול". בהקשר זה מציין הנתבע כי סימבה הוא כלב קטן פיזית וממושמע מאוד. לשיטתו, הקביעה כי נדרש טיפול כפול הינה שגויה והיוותה מצג שווא שנועד לחלץ ממנו כספים שלא כדין או לגרום לו לזכות על התור שנקבע לו אשר התאחר לנוכח עיכוב משמעותי שהיה באותה עת במספרה. לטענת הנתבע, משמסר לגב' סיטינקוב כי לשיטתו אבחנתה שגויה, שינתה גב' סיטינקוב את גרסתה והפעם חרצה בוודאות, שלא תספיק לסיים את הטיפול במשך שעה וחצי וכי יידרש טיפול נוסף. מכל מקום, ראיה לכך שאבחנת גב' סיטינקוב הייתה שגויה מוצא הנתבע בכך שלאחר כמספר שבועות הגיע עם סימבה למספרה אחרת, ושם הושלמה התספורת בביקור אחד בלבד. בנוסף, חיזוק לטענתו כי התנהלותה של גב' סיטינקוב נבעה אך ורק מעומס העבודה, מוצא הנתבע בעובדה שהתספורת שביצעה גב' סיטינקוב לכלב אחר, הסתיימה רק בשעה 11:45, בעוד שהתור שנקבע לסימבה תואם לשעה 11:00 בבוקר.

4. התובעים טוענים כי לאחר הביקור במספרה החל הנתבע "במסע ביוש נגד התובעים והכל במטרה לפגוע במוניטין שצברו ולפגוע במשלח ידם. לטענתם, הנתבע גייס את חבריו וביחד עמם החל לפרסם "דברי בלע" באתר פייסבוק ובאתר *Google Business* (להלן: **גוגל ביזנס**) כאשר חלק מהפרסומים אף נעשו על-פי הנטען מחשבונות "פיקטיביים". בין היתר נטען, בהקשר זה, כי עובר



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

לפרסומים ול"מסע ההכפשות", עמד דירוג החברה באתר גוגל ביזנס על הציון 4.7, ובעקבותיו ירד הדירוג לציון 3.4 ומקומה של התובעת 1 ב"רשימת החיפושים" בגוגל – "ירד למקום ה-13".

הפרסומים שפירסם הנתבע מושא כתב התביעה

5. על-פי הנטען אלו הם הפרסומים שפירסם הנתבע עצמו שבגינם הוגש כתב התביעה:

(1) פרסומים מיום 15.11.2019 באתר פייסבוק – מדובר בשלוש תגובות (Comments) שפירסם הנתבע לפוסט מסוים של התובעת 1 בדף הפייסבוק שלה (לטענת התובע מדובר בפוסט שבו הציגה התובעת 1 את תמונתו של סימבה עצמו, וזאת עוד קודם לאירוע מושא הסכסוך), שבהן כתב הנתבע: "גנבים שקרנים"; "זבל של מקום" ו-"מקום מגעיל שמזלזל בלקוחותיו" (נספחים 1 ו-2 לכתב התביעה);

(2) פרסומים (ביקורות) באתר גוגל ביזנס – מדובר בביקורות לבית העסק של התובעת 1 בפתח תקווה ("קואלה סנטר – פשוט לאהוב חיות סניף פ"ת"), באתר גוגל ביזנס, שאותן פירסם הנתבע, כדלקמן:

בפרסום הראשון מיום 15.11.2019 (נספח 3 לכתב התביעה), סימן הנתבע ציון של כוכב אחד מתוך חמישה כוכבים, ובביקורת עצמה כתב כך:

"חוויות שירות מזעזעת בכל הסניפים שביקרנו בהם. במיוחד לפתח תקווה והוד השרון שמאחורי כל הרוע הזה עומד בעל הבית צביקה שנתן יחס מזלזל, רק צעק וניסה לעקוץ ב700 שקל. הביאו אותנו לחינם ובסוף לא נתנו לנו שירות שסך הכל רצינו לספר את הכלב שלנו בטענה שזה עבודה של מעל שעה ואין להם זמן כרגע שכמובן הזמנו תור מראש !!! וצביקה פשוט ניסה לחלק לנו את התור לפעמיים בתשלום כפול לכל פעם !!!".

גם **בפרסום השני**, מיום 20.11.2019 (נספח 4 לכתב התביעה), סימן הנתבע ציון של כוכב אחד מתוך חמישה כוכבים, ובגוף הביקורת כתב:

"שירות גרוע. פוגעים בך ובכלב כדי לגזול ממך מחירים הזויים".

ולבסוף, **בפרסום השלישי**, אף הוא מיום 20.11.2019 (נספח 5 לכתב התביעה), סימן גם הפעם הנתבע ציון של כוכב אחד מתוך חמישה כוכבים, והוסיף וכתב:

"ממליץ בחום לא להתקרב למקום!".



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

הפרסומים של הצדדים השלישיים מושא כתב התביעה

6. כתב התביעה הוגש כאמור גם על רקע פרסומים של צדדים שלישיים שאינם בעלי דין בהתדיינות דן. בקשר עם פרסומים אלה נטען בסעיף 37 לכתב התביעה, כי "הנתבע לא הסתפק בפרסומים מטעמו, ובחר לפעול באמצעות חבריו השונים. זאת, על מנת לספק לפרסומים הרבים אצטלה של ביקורות אותנטיות. לאחר חקירה ודרישה, עלה כי כל המפרסמים שלהלן הינם חבריו הקרובים של הנתבע. זאת ועוד, מפרסמים אלו מעולם לא ביקרו בסניפי התובעים – דבר המלמד על הכוונה הברורה שהייתה לנתבע לפגוע קשות במשלח ידם של התובעים".

לעניין זה צירפו התובעים לכתב התביעה **שבעה פרסומים נוספים** (כולם מאתר גוגל ביזנס) שאין מחלוקת **שלא** פרסמו על ידי הנתבע אלא על-ידי צדדים שלישיים (כאשר לטענת התובעים, כאמור, מדובר בחבריו של הנתבע אשר פרסמו אותם עבורו), כדלקמן:

א. פרסום של משתמש בשם "יועד כהן" (להלן: **יועד**) מיום 21.11.2019 בדירוג של כוכב אחד מתוך חמישה: "חייב לשתף אותכם שהמקום הזה פשוט מזלזל בלקוחות, יחס פוגעני ומשפיל מצד הבעלים צביקה. סניף פתח תקווה אתם בושה וחרפה" (נספח 6 לכתב התביעה);

ב. פרסום של משתמש בשם "Liran Levy" (להלן: **לירן**) מיום 22.11.2019 בדירוג של כוכב אחד מתוך חמישה: "ביקרתי עם הכלב שלי לאקי בחנות סיפרו אותו לא כמו שביקשתי ובנוסף היו ממש אגרסיבים. בקיצור חווית שירות לא נעימה והכלב יצא בטראומה: /" (נספח 7 לכתב התביעה);

ג. פרסום של משתמש בשם "טל יעיש" (להלן: **טל**) מיום 24.11.2019 בדירוג של כוכב אחד מתוך חמישה: "אני לא מבין מי נתן לצביקה את הסמכות לבוא לזלזל בכלב ובבעלים שלו מנסה לעקוץ ולדחוף בכל דרך אפשרית כד כדי לזלזל ופגיעה ישירה פשוט בושה! הכלב שלי בטוח לא יתקרב יותר למקום!" (נספח 8 לכתב התביעה);

ד. פרסום של משתמש בשם "ליאור נחום" (להלן: **ליאור**) ממועד שאינו מופיע בפלט שצורף לכתב התביעה, בדירוג של כוכב אחד מתוך חמישה: "נקלעתי בטעות למקום והטעות עלתה לי ביוקר!!!" (נספח 9 לכתב התביעה);

ה. פרסום של משתמש בשם "לידור קלדרון" (להלן: **לידור**) מיום 22.11.2019 בדירוג של כוכב אחד מתוך חמישה וללא מלל כלשהו (נספח 10 לכתב התביעה);





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

1. פרסום של משתמש בשם "Haguy Ovad" (להלן: חגי) מיום 24.11.2019 בדירוג של כוכב אחד מתוך חמישה וללא מלל כלשהו (נספח 11א לכתב התביעה);

2. פרסום של משתמש בשם "ענבר דן" (להלן: ענבר) מיום 27.11.2019 בדירוג של כוכב אחד מתוך חמישה וללא מלל כלשהו (נספח 12א לכתב התביעה).

יוער כי להוכחת הטענה כי הנתבע הוא שעומד למעשה מאחורי כל הפרסומים הנ"ל, צורפו לכתב התביעה צילומי מסך מרשימת העוקבים של הנתבע באתר פייסבוק, המלמדים – כך לטענת התובעים – כי שבעת המפרסמים השונים (יועד, לירן, טל, ליאור, לידור, חגי וענבר) הינם כולם חברים של הנתבע בפייסבוק (ראו צילומי מסך שצורפו כנספחים 6ב, 7ב, 8ב, 9ב, 10ב, 11ב, 12ב לכתב התביעה).

הפרסומים מחשבוניות "פיקטיביים"

7. לבסוף נטען, כי הנתבע פעל בעצמו לפרסום ביקורות שליליות נוספות כנגד התובעים, באתר גוגל ביזנס, באמצעות כתובות דואר אלקטרוני "פיקטיביות". לטענת התובעים, "לפרסומים אלו ישנו דמיון רב לפרסומים שנעשו ע"י הנתבע וחבריו, ולתובעים אין ספק כי מי שפעל לפרסומים אלה הוא הנתבע". יצוין כי בכל ארבעת הפרסומים ה"פיקטיביים" הנזכרים בכתב התביעה ניתן לתובעת 1 ציון של כוכב אחד מתוך חמישה כוכבים. ביתר פירוט, נטען כי בפרסום מיום 17.11.2019 על-ידי משתמש "פיקטיבי" ששמו EliranAsk נכתב: "לא להתקרב למקום בשום פנים ואופן !!!" (נספח 13 לכתב התביעה); כי בפרסום מיום 20.11.2019, על-ידי משתמש "פיקטיבי" ששמו "adva fargon" נכתב: "...ממליצה בחום לא להתקרב למקום !!!" (נספח 14 לכתב התביעה); כי בפרסום מיום 20.11.2019 על-ידי משתמש "פיקטיבי" ששמו "דניאל ד" נכתב: "... לא צריך להגיע למקום כזה" (נספח 15 לכתב התביעה); ולבסוף, בפרסום מיום 25.11.2019 על-ידי משתמש פיקטיבי ששמו "Avi Dali", נכתב: "בושה וחרפה של מקום לא ממליץ להתקרב" (נספח 16 לכתב התביעה).

טענות הצדדים

8. לטענת התובעים, הנתבע בחר לפרסם ברשת האינטרנט פרסומים שבהם הוצגו הם כגנבים, שקרנים, כמי שמרמים את לקוחותיהם ומזלזלים בהם, כמי שלא מעניקים שירותים מקצועיים, ואף כמי שמתעללים בבעלי חיים. בהקשר זה הובהר כי הפרסומים פורסמו במספר פלטפורמות במקביל, באתר פייסבוק ובאתר גוגל ביזנס המופיע במנוע החיפוש "גוגל". נטען עוד כי בכל הנוגע לפרסומים בפייסבוק יש להניח כי גולשים רבים נחשפו אליהם, שכן לטענת הנתבע עצמו עוקבים אחריו מעל ל-15,000 גולשים. התובעים טוענים כאמור כי הנתבע לא הסתפק בפרסומיו שלו אלא "החליט לגייס את חבריו הקרובים" על מנת שיפרסמו כנגד התובעים פרסומים מכפישים. לשיטת



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

התובעים, הנתבע אף פעל באמצעות "חשבונות פיקטיביים" על מנת להמשיך ולהכפיש אותם בפני הציבור הרחב. לטענת התובעים פרסומים אלה מהווים פגיעה קשה בשם הטוב וכן במשלח ידם, כאמור בסעיף 1 לחוק איסור לשון הרע וממילא הנתבע לא הכחיש כי אכן מדובר בלשון הרע. עוד טוענים התובעים כי אין ממש בטענת הנתבע כי עומדת לו ההגנה של "אמת בפרסום", טענה שהנטל להוכיחה מוטל עליו. ראשית, משום שאין כל עניין ציבורי בהצגת התובעים באופן שבו הוצגו, על בסיס המקרה הייחודי והפרטני של הנתבע. ושנית, משום שממילא לא הוצגה ראשית ראיה על ידי הנתבע כי פרסומיו היו אמת. עוד טוענים התובעים כי גם לא יכולה לעמוד לנתבע בנסיבות העניין הגנת תום הלב. בהקשר זה מציינים התובעים כי הנתבע ממילא לא העלה טענת הגנה כגון דא בכתב ההגנה שהגיש ודי בכך כדי לדחות טענה בדבר תחולת הגנה זו על נסיבות המקרה דן. מכל מקום, לשיטתם, אין מדובר בפרסומים בתום לב, ובהקשר זה נטען כי אין מדובר בדעה או ביקורת אלא בקביעות עובדתיות מובהקות. מכל מקום, התובעים סבורים כי גם אם ניתן היה לראות בפרסומים כאלה שנעשו באחת הנסיבות הקבועות בסעיף 15 לחוק איסור לשון הרע (נסיבות אשר בהתקיימות אחת מהן ניתן להוכיח את הגנת תום הלב), הרי שהפרסומים חורגים בענייננו מתחום הסביר, כאמור בסעיף 16(א) לחוק איסור לשון הרע.

9. הנתבע מצידו סבור כי דין התביעה להידחות. התובע מדגיש תחילה כי הפרסומים שפרסם בעצמו באתר פייסבוק ובאתר גוגל ביזנס (נספחים 1-5 לכתב התביעה), הינם בגדר "ביקורת לגיטימית על עסק התובעים" (סעיף 24 לכתב ההגנה) אשר אינה מהווה לשון הרע. לשיטתו, הוא "פעל ופועל בתום לב מוחלט וכדין" וזאת "לנוכח התרשמותו האישית מהתנהלות העסק באופן שערויית...". (סעיפים 2(א) ו-2(ב) לכתב ההגנה). בהקשר זה אף טוען הנתבע כי בביקורת שפרסם אמר אמת (ולכן הוא חוסה תחת הגנת האמת בפרסום המעוגנת בסעיף 14 לחוק איסור לשון הרע, אפילו ימצא כי דבריו עולים כדי לשון הרע). כך, המחיר שגובים התובעים, לטענתו, עבור המוצרים והשירותים שהינם מספקים, הוא גבוה ממחירים הנגבים בבתי עסק דומים אחרים; וכך, במקרה הקונקרטי שבגיננו פורסמו הפרסומים טוען הנתבע, כי לא היה כל צורך במשך תספורת "בזמן כפול ובחיוב כפול". בהקשר זה חוזר הנתבע על טענתו כי כלבו, סימבה, זוכה לטיפול וטיפול מסור ביותר ("סירוק יסודי פעם ביומיים לכל הפחות, חפיפה בבית פעם בחודש לערך ותספורת פעם במספר חודשים"; ראו דברי הפתיחה לכתב ההגנה) וגם "שלל אביזרים ופינוקים" (סעיף 4 לכתב ההגנה). הנתבע טוען, על כן, כי לנוכח העובדה שפרוותו של סימבה מטופלת והייתה "במצב טוב כרגיל" עת ביקר במספרת התובעים, כי אז היה לו ברור שאבחנתה של הספרית, גב' סיטינקוב, שלפיה נדרשים לסימבה שני טיפולים (האחד, להתרת קשרים, והשני, לביצוע התספורת עצמה), הייתה שגויה לחלוטין ונבעה מטעמים שאינם ענייניים הנוגעים לעומס ששרר במספרה בעת שהגיע אליה עם סימבה או לחלופין לנוכח רצונם של התובעים לגבות עבור הטיפול בסימבה מחיר כפול. חיזוק למסקנה שלפיה אבחנתה של הספרית, גב' סיטינקוב, הייתה שגויה, מוצא הנתבע בכך שביום 10.12.2019, וזמן קצר לאחר האירוע מושא כתב התביעה, לקח את סימבה לטיפול במספרה אחרת (מספרת "לולה ספא"), ברח' הרצל בתל אביב-יפו (שם טופל על-ידי הספרית, גב' שירה אלכס שמבה



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

(להלן: **שמבה**), שתוארה בכתב ההגנה כ"מומחית בתספורות של כלבי פומרניאן". לטענתו גבי שמבה מסרה לו בזמן אמת כי "הכלב הגיע עם פרווה במצב מצוין והיה לו קשר אחד בלבד מאחורי האוזן (דבר נפוץ אצל רוב הכלבים) הקשר נפתח בקלות[...]". לטענת הנתבע, מדברים עולה כי אבחנתה של ספרית התובעים, גבי סיטינקוב, בעת שביקר בסניף הוד השרון של התובעת 1, הייתה שגויה. עוד עולה מהטיפול שקיבל סימבה במספרה האחרת (על-ידי הספרית גבי שמבה), שארך שעה וחצי, כי המחיר שאותו גובים התובעים מלקוחותיהם הינו יקר יותר בהשוואה למחירים הנגבים בעד אותם טיפולים, במספרות כלבים אחרות.

10. אשר לפרסומים שפורסמו על-ידי צדדים שלישיים טוען הנתבע כי הוא מעולם לא שידל אף אדם לכתוב ביקורות שליליות על התובעים. בהקשר זה מציין הנתבע כי בתקופה הרלוונטית הייתה לו "נוכחות משמעותית ברשתות החברתיות", ועל כן, ייתכן כי אחרים נחשפו לרשמיו באשר להתנהלות התובעים ו"בחרו להביע את דעתם". זאת, "מרצונם החופשי וללא כל שידול מצד הנתבע". יוער, כי הנתבע מצא לצד האמור לציין בכתב ההגנה כי שניים מאותם צדדים שלישיים הינם "חברי ילדות" שלו (סעיף 65 לכתב ההגנה). מכל מקום, טענתו של הנתבע הינה, כי למעט אותם שני חברי ילדות, הוא "אינו מכיר אישית את האנשים אשר פרסמו ביקורות שליליות על העסק" וממילא לא היה לו כל קשר לאותם פרסומים. בנוסף מכחיש הנתבע כל קשר לביקורות אשר פורסמו על התובעים על-ידי החשבונות ה"פיקטיביים" (כמתואר בפיסקה 7 לעיל). הנתבע מדגיש כי טענות התובעים המייחסים לו עצמו את אותן ביקורות שפורסמו על-ידי חשבונות "פיקטיביים" הינם "בדיה, אי-אמת בוטה, חסרת כל שחר" (סעיף 35 לכתב ההגנה). בהמשך לדברים האמורים מוסיף הנתבע וטוען, כי בחינת "דף העסק" של התובעים באתר גוגל ביזנס ממילא מלמדת, כי התובעים "זכו בדירוגים נמוכים טרם האירוע מושא התביעה". הנתבע אף מדגיש, לסיום, כי בטרם הגשת כתב התביעה התובעים כלל לא פנו אליו בדרישה להסרת הפרסומים שהוא עצמו פרסם.

11. הצדדים תמכו את טענותיהם בתצהירי עדות ראשית, כאשר מטעם התובעים נמסרה עדותו של התובע 2, מר **צביקה מאיר**; עדותה של גבי **יוליה מאיר** (אחראית מדיה, פרסום ושיווק של התובעת 1 ומי שמנהלת את המספרות בהיותה, בין היתר, גם ספרית כלבים וטכנאית וטרינרית); וכן עדותה של הספרית במספרת התובעים בהוד השרון, גבי **יאנה סיטינקוב**. מטעם הנתבעים נמסרה עדותו של הנתבע, מר **אור דוכן**; של רעייתו, גבי **מירב דוכן** (אשר שהתה עמו ועם סימבה במספרה בעת האירוע מושא כתב התביעה); ושל ספרית הכלבים, גבי **שירה אלכס שמבה**, אשר טיפלה בסימבה מספר שבועות לאחר האירוע שבגיניו הוגש כתב התביעה.

אציין עוד, כי בטרם ישיבת ההוכחות הראשונה בהליך, הגיש הנתבע בקשה לזימון עדה ובה ביקש בין היתר כי "על מנת להתרשם מהכלב נשוא ההליך, שהינו ממושמע ורגוע באופן יוצא דופן, כאשר הדבר רלוונטי לעובדה כי הטיפול בו קצר ופשוט באופן יחסי, מתבקש בית המשפט הנכבד להתיר ל[נתבע] להגיע לדין הקבוע עם כלבו. ה[נתבע] מתחייב כי הכלב יהיה קשור בכל עת ותחת השגחתו



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

המוחלטת, ומסכים לכל תנאים ככל שיידרשו על מנת לאפשר התייצבות הכלב". התובעים בתגובה לבקשה זו ציינו כי הם מותירים את ההכרעה בה לשיקול דעת בית המשפט. לצד האמור סברו התובעים כי "השאלה אם הכלב 'נינוח' אם לאו כטענת הנתבע, אינה רלוונטית כלל ועיקר להליך, ומקל וחומר שאין כל כוונה לספר את הכלב במהלך הדיון (!)". מכל מקום, בהיעדר התנגדות התרתי לנתבע להתייצב לישיבת ההוכחות עם סימבה. במהלך הדיון לא בוצעה כמובן כל תספורת בסימבה, ואיני סבור כי ניתן לחלץ כל ממצא עובדתי מעצם התייצבותו לדיון. אומר, עם זאת, כי התנהלותו של סימבה באולם הייתה מופתית, גם כשהרוחות בין בעלי הדין עצמם התלהטו, וניתן היה בהחלט להתרשם, באופן בלתי אמצעי, כי מדובר בכלב נעים וטוב-מזג.

דיון והכרעה

12. נקודת המוצא לדיון הינה כי בחינתה של תביעה בלשון הרע צריכה להיעשות במספר שלבים: ראשית, יש לבחון האם הביטוי שבו מדובר עולה כדי "לשון הרע", בהתאם למבחנים הקבועים בסעיף 1 לחוק איסור לשון הרע, והאם נעשה "פרסום" שלו כאמור בסעיף 2 לחוק. בשלב השני, ככל שנקבע שפורסם דבר לשון הרע, יש לבחון האם עומדת למפרסם איזה מן ההגנות הקבועות בחוק איסור לשון הרע, בין אם הגנות מוחלטות בהתאם לסעיף 13 לחוק, ובין אם הגנות התלויות בתנאים ובאמות מידה שונים – הגנת אמת הפרסום מכוח סעיף 14 לחוק; או הגנת תום הלב, מכוח סעיף 15 לחוק. בשלב הבא, וככל שהמסקנה היא שפורסמה לשון הרע שאינה נהנית מהגנה, יש להידרש לשאלת הסעד (ל"תרשים הזרימה" בעוולת לשון הרע ראו למשל ע"א 751/10 פלוני נ' דיין-אורבך, פ"ד סה(3) 369, 504-505 (2012) (כבי השופט י' עמית)).

13. מאחר שהנתבע הינו בעל הדין היחיד שכלפיו הוגשה התביעה, ובהתחשב בכך שהתביעה מתייחסת גם לפרסומים באתר גוגל ביזנס שפורסמו על-ידי צדדים שלישיים (ראו הפירוט בפיסקה 6 לעיל) וכן לפרסומים שפורסמו באתר זה, על-פי הנטען, על-ידי חשבונות "פיקטיביים" (ראו הפירוט בפיסקה 7 לעיל), ראיתי לפתוח את הדיון בשאלה, האם הוכח כי יש לחייב את הנתבע בקשר עם פרסומים אלה.

בכל הנוגע לפרסומים שבוצעו על-ידי צדדים שלישיים טוענים התובעים כי הנתבע שידל את אותם צדדים שלישיים לפרסום נגדם ביקורות המהוות לשון הרע.

ככלל, "העקרון הרגיל הינו כי אדם אחראי למעשיו, ואין הוא אחראי למעשי הזולת" (אהרן ברק "אחריות למעשי הזולת" דיני הנזיקין - תורת הנזיקין הכללית 438 (ג') טדסקי עורך, מהדורה שנייה מתוקנת ומעודכנת, (1976)). לצד האמור, סעיף 12 לפקודת הנזיקין [נוסח חדש] (להלן: פקודת הנזיקין), אשר הוחל בפסיקה גם על עוולות לפי חוק איסור לשון הרע (ראו, ע"א 3024/10 ויינר נ' מויאל, פסקה 26 (2.4.2013)), קובע כי "המשתף עצמו, מסייע, מייעץ או מפתה למעשה או למחדל,





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

שנעשו או שעומדים להיעשות על ידי זולתו, או מצווה, מרשה או מאשר אותם, יהא חב עליהם". בפסיקת בית המשפט העליון נקבע, לעניין זה, כי "[...] ההנחה היא שאותו אדם שאליו מתייחס סעיף 12 לפקודת הנזיקין לא ביצע את כל יסודות העוולה בעצמו, שהרי אם היה עושה כן ניתן היה לחייבו בנזיקין באופן ישיר. החידוש בהוראת הסעיף מצוי אפוא באפשרות לייחס לאדם את שביצע שותפו [...] בהשאלה מהדין הפלילי, ניתן לומר כי ענייננו 'בשותפים לדבר עוולה' [...]" (ע"א 2362/19 פלונים נ' הרשות הפלסטינית, פסקה 11 לפסק-דינו של כב' השופט י' עמית (10.4.2022)).

בע"א (מחוזי – תל אביב-יפו) 52301-10-20 **דרוקר נ' אליאסי** (23.1.2022) (להלן: **עניין דרוקר**), עמד בית המשפט המחוזי על כך שעל מנת שתקום אחריות כמשדל מכוח סעיף 12 לפקודת הנזיקין, בקשר עם פרסום דברים בידי אחרים אשר נטען כי הינם לשון הרע, נדרש שיתקיימו שלושה תנאים: תרומתו של המשדל היא לביצוע מעשה עוולה אסור ולא לביצוע בלתי נאות של מעשה מותר; המשדל חייב להיות בעל יסוד נפשי של כוונה או של מודעות לביצוע העוולה; מתקיים קשר סיבתי בין פעולת השידול לבין העוולה שבוצעה (פסקה 20, והאסמכתאות שם; וכן ראו פסק-דינו של בית המשפט העליון שבו נדחתה בקשת רשות ערעור על פסק-הדין בעניין **דרוקר**, רע"א 2030/22 אליאסי נ' דרוקר (31.8.2022)).

הנה-כי-כן, במישור העקרוני ומקום בו מתקיימים כל שלושת התנאים האמורים, ניתן להטיל אחריות בנזיקין לא רק על מי שפירסם את לשון הרע בעצמו, אלא גם על מי ששידל אותו לעשות כן, ובלבד שהתקיימו כל יסודות השידול, כמפורט לעיל. חשוב, עם זאת, לציין כי הנטייה היא בדרך כלל שלא לאפשר את השימוש בסעיף 12 לפקודת הנזיקין כמקור להטלת אחריות. אכן, הפסיקה עשתה "שימוש מוגבל ביותר בסעיף 12 לפקודת הנזיקין כמקור להטלת אחריות במטרות שונות, תוך שהפסיקה נותנת לסעיף פירוש מצמצם ביותר" (ע"א 313/08 **נשאשיבי נ' רינראוי**, פסקה 5 לפסק-דינו של כב' המשנה לנשיאה א' ריבלין וראו גם דבריה של כב' השופטת ע' ארבל, בפסק-דינה, שם).

14. על רקע אמות מידה אלה ולאחר שבחנתי את טענות הצדדים אני סבור כי לא עלה בידם של התובעים להוכיח, במאזן הסתברויות, כי יסודותיו השונים של סעיף 12 לפקודת הנזיקין מתקיימות בעניינו של הנתבע, היינו איני סבור שהוכח כי יש להטיל על הנתבע – בגין הפרסומים שבוצעו על-ידי **צדדים שלישיים** – אחריות כ"משדל".

לדעתי, מסקנה זו מתחייבת מכך שהתובעים כשלו מלהוכיח כי התקיים כלל התנאי הראשון להוכחת יסוד השידול, הוא יסוד ה"שידול לביצוע מעשה עוולה" (השוו, עניין **דרוקר**, פסקה (1)21). כך, לא הובאה בענייננו ראיה ישירה המלמדת כי התקיים כלל "שידול" (זאת, להבדיל, מן העובדות מושא עניין **דרוקר**, שם הוכח כי הנתבע, המשדל, פרסם בעמוד הפייסבוק שלו, הפנייה מפורשת לדף העסק של התובעת דשם, הזכיר את המוצרים שהיא מוכרת, והמליץ לעוקבי



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

לתת לה ציון של "כוכב אחד"; בענייננו, כאמור – לא הובאה ולו ראשית ראיה ישיבה בדבר פנייה של הנתבע למאן-דהוא לפרסם כל דבר מה על התובעים). למעשה, לאמיתם של דברים, התובעים מנסים להוכיח במקרה דנן את יסוד השידול תוך הצבעה על ראיות נסיבתיות בלבד. ראיות אלה מלמדות לטענת התובעים כי כל המפרסמים השונים הינם עוקבים או חברים של הנתבע באתר פייסבוק (צורפו לעניין זה צילומי מסך מרשימת החברים של הנתבע באתר; ראו נספחים 6ב, 7ב, 8ב, 9ב, 10ב, 11ב, 12ב לכתב התביעה). אציין כי התובע הודה אף הוא בעצמו כי שניים מהמפרסמים הינם "חברי ילדות" שלו. זאת ועוד, מעדותו במהלך ישיבת ההוכחות ניתן אף היה ללמוד כי הוא מכיר באופן אישי צדדים שלישיים נוספים, מלבד שני חברי הילדות הנ"ל. נוכח הראיות שהוצגו מוכן אני להניח כי עלה בידם של התובעים להראות, במאזן הסתברויות, כי הפרסומים שצורפו כנספחים 6א-12א לכתב התביעה פורסמו על ידי חברים או עוקבים של התובע באתר פייסבוק וכי את חלקם הוא אף הכיר באופן אישי. ברם, בכך לא די, שכן **עצם קיומו** של קשר כזה או אחר בין פלוני אלמוני, הוא **כשלעצמו**, אינו יכול לבסס, במאזן הסתברויות, הוכחה כי אלמוני **שידל** את פלוני לפרסם דבר מה על אדם אחר. זאת, גם אם הפרסומים בוצעו זמן קצר לאחר ביקורו של הנתבע במספרה. מסקנה מסתברת אפשרית אחרת מחומר הראיות הינה כי אותם צדדים שלישיים פרסמו ביקורות שליליות על אודות התובעים, מיד לאחר שראו את הדברים שפרסם הנתבע כנגד התובעים, באתר פייסבוק ובאתר גוגל ביזנס ואז גמלה בליבם החלטה עצמאית לפרסם אף הם ביקורות שליליות כנגד התובעים; בכך אין כמובן ראשית ראיה להוכחת יסוד השידול שדורש פעולה אקטיבית כלשהי מצד המשדל. דומני, כי הראיה המשמעותית ביותר שיכולה הייתה לשפוך אור באשר לשאלה האם הנתבע הוא זה שביקש באופן אקטיבי מהצדדים השלישיים לפרסם את אותן ביקורות שליליות, אם לאו, הינה עדותם של הצדדים השלישיים עצמם. אלא שהתובעים לא זימנו את מי מהצדדים השלישיים למתן עדות בהליך. ולא למותר להדגיש לעניין זה כי הנטל להראות כי היה מעשה של שידול מצדו של הנתבע, מוטל כמובן על התובעים. הימנעותם מהבאת ראיה כה משמעותית וחשובה לבחינת השאלה אם אמנם התקיים שידול, אם לאו, צריכה בהקשר זה להיזקף לחובתם, ולא לחובת הנתבע. אזכיר, כי התובעים אף לא צירפו את אותם צדדים שלישיים כבעלי דין בהליך, ולא הגישו נגדם, כמי שפרסמו את לשון הרע (הנטען), כתב תביעה. משלא הוכח יסוד השידול, אין אפוא מקום להטיל אחריות על הנתבע בגין הביקורות שפורסמו באתר גוגל ביזנס על ידי הצדדים השלישיים.

15. מסקנה זו נכונה ביתר שאת ביחס לביקורות שפורסמו על ידי החשבונות ה"פיקטיביים", כהגדרתם בכתב התביעה (הפרסומים צורפו כנספחים 13-16 לכתב התביעה). השערתם של התובעים כי ביקורות אלה פורסמו על-ידי הנתבע עצמו, לא נתמכה בראשית ראיה, ואף לא הוצגו כל ראיות נסיבתיות בהקשר זה. עצם סברתם של התובעים ביחס לפרסומים מהחשבונות ה"פיקטיביים", שלפיה ישנו דמיון רב בין פרסומים אלה ל"פרסומים שנעשו ע"י הנתבע וחבריו, ולתובעים אין ספק כי מי שפעל לפרסומים אלה הוא הנתבע", אין בה די כמובן. חשוב להבהיר, כי השערה זו הינה ה"ראיה" היחידה שהוגשה בהקשר זה ומשקלה הוא נמוך עד מאוד עד כדי אפס.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

אין בה כדי לבסס אחריות בנוזיקין, בהיעדר כל ראיה אחרת התומכת בטענה כי הנתבע או מי מטעמו הוא שפעל לפרסום ביקורות אלה.

מסקנת הדברים היא כי יש לדחות את התביעה במלואה כנגד הנתבע בגין הפרסומים שפורסמו על ידי הצדדים השלישיים ועל-ידי החשבונות ה"פיקטיביים".

16. מכאן יש לפנות לבחינת הפרסומים אשר אין מחלוקת כי פורסמו על-ידי הנתבע עצמו באתר פייסבוק ובאתר גוגל ביזנס (נספחים 1-5 לכתב התביעה; יוער, כי בחקירתו הנגדית אישר הנתבע כי הוא פרסם בעצמו את הפרסומים הללו; **פרוטוקול**, עמ' 30, ש' 20-31). יוזכר, כי בפרסומים באתר פייסבוק כינה הנתבע את התובעים "גנבים שקרנים"; "זבל של מקום" ו-"מקום מגעיל שמזלזל בלקוחותיו" (נספחים 1 ו-2 לכתב התביעה); ובפרסומים באתר גוגל ביזנס (שהינם ביקורות שפרסם הנתבע באתר), נתן הנתבע לתובעת 1 "ציון" של כוכב אחד מתוך חמישה, וכתב, בין היתר, כי הנתבע חווה בסניפי התובעת 1 "חווית שירות מזעזעת"; כי מאחורי "כל הרוע הזה" עומד הנתבע 2 "שנותן יחס מזלזל, רק צעק וניסה לעקוץ ב-700 שקל"; כי קיבל "שירות גרוע" וציין בהקשר זה כי "פוגעים בדך ובכלב כדי לגזול ממך מחירים הזויים" (הנוסח המלא של הביקורות הובא בפיסקה 5 לעיל).

17. השאלה מתי ביטויי גנאי כגון "גנב", "שקרן", "זבל של מקום" ו-"מגעיל", ייחשבו ללשון הרע היא תלויה הקשר, וזאת בדומה למבחן החל בקשר לגידופים וקללות. לא כל התבטאות סרת טעם עולה כדי לשון הרע, ואין ספק שישנם מקרים בהם כינויו של אדם או בית עסק "מגעיל" וכדומה לא ייחשב פרסום לשון הרע (ראו למשל, ת"א (שלום – תל אביב-יפו) 12-09-40428 **אפרתי נ' אייזנמן** (8.9.2013)). אני סבור כי במקרה דנן אין מנוס מן המסקנה כי יש לראות את פרסומיו של הנתבע משום לשון הרע. פרסומים אלה נעשו בדף הפייסבוק העסקי של התובעים ובעמוד בו מנוהל דף העסק שלהם באתר גוגל ביזנס. כפי שצוין בת"א (שלום – ראשון לציון) 17-11-10832 **בובי נ' לב-רון**, פסקה 15 (12.8.2019) (להלן: **עניין בובי**), ודברים אלה מקובלים עלי, "האדם הסביר המחפש בעל מקצוע וקורא את הפרסום מניח כי ההתייחסות היא לשירות הניתן על ידי בעל המקצוע. כלומר, המשמעות של הפרסום היא שהשירות הניתן על ידי בעל העסק הוא גרוע וללא יחסי אנוש נאותים, עד כדי קבלת תחושת גועל. פרסום כזה עלול לגרום נזק רב לעסק, ואין ספק שהוא נכנס לחלופה הקבועה בסעיף 1(3) לחוק איסור לשון הרע". מקובל עלי גם כי - "דרך כלל, אלא בנסיבות מיוחדות הקשורות במהותו של השירות שהוזמן, יחרוג הביטוי 'שקרן', על הטייתו, מגדריה של ביקורת צרכנית מותרת. דרך כלל, על אף מאפייניה המיוחדים של המדיה ועל אף תכליתו של הביטוי, לא נדרש יהא להצמיד לשירות או לנותניו, אפילו הוא נחוה גרוע, 'סופרלטיבי' שכזה" (ת"א (שלום – תל אביב-יפו) 20-09-62216 **מיטסי אינטרנשיונל בע"מ נ' דולב**, פסקה 4 (28.5.2023) (כב' השופט ג' הימן)).

על כן, המסקנה היא שהפרסומים שפרסם הנתבע עולים כדי לשון הרע





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

אשר על כן, מרכז הכובד של הבחינה הינה בשאלה האם לנתבע עומדת אלו מן ההגנות הקבועות בחוק איסור לשון הרע. ויובהר, כי נטל הוכחת השאלה אם עומדות לנתבע ההגנות, מוטל עליו (ראו, ע"א 326/68 אסא נ' ליבנה, פ"ד כג(2) 23, 25 (1969); ע"א 831/86 מאור נ' מיכאלי, פ"ד מד(1) 771, 762 (1990)).

18. הנתבע טוען, תחילה, כי עומדת לו ההגנה של "אמת בפרסום" המעוגנת בסעיף 14 לחוק איסור לשון הרע. סעיף זה קובע כך:

14. במשפט פלילי או אזרחי בשל לשון הרע תהא זאת הגנה טובה שהדבר שפורסם היה אמת והיה בפרסום ענין ציבורי; הגנה זו לא תישלל בשל כך בלבד שלא הוכחה אמיתותו של פרט לוואי שאין בו פגיעה של ממש".

הגנה זו משקפת את הנכונות שנקבעה בחוק להתיר פרסומים עובדתיים שיש בהם משום פגיעה בשם הטוב ואף בכבודו של מושא הפרסום, מקום שמתקיימים שני תנאים מצטברים: (1) מדובר ב"אמת"; (2) מדובר במידע שיש בו עניין לציבור. היסוד הראשון הוא **עובדתי** בעיקרו, והוא נוגע להשוואה בין הפרסום לבין המציאות העובדתית. היסוד השני עוסק בשאלה האם קיימים לפרסום יתרונות חברתיים המצדיקים אותו, למרות לשון הרע שבו. שאלה זו היא **ערכית** בעיקרה (אורי שנהר **דיני לשון הרע** 215 (1997)).

לאחר שבחנתי את חומר הראיות שהניחו הצדדים באתי לכלל מסקנה כי אף שגרסתו העובדתית של הנתבע, שלפיה הגיע עם כלבו למספרת התובעים בהוד השרון כאשר פרוותו של הכלב סימבה לא הייתה במצב אשר חייב טיפול של "התרת קשרים" בטרם ביצוע התספורת עצמה, הינה גרסה **אפשרית** העולה מחומר הראיות, הרי שלא הוצגה תשתית ראייתית המצדיקה קביעה, על יסוד **מאזן הסתברויות**, כי מצב הפרווה אכן היה כפי הנטען. מסקנה זו נלמדת בעיקרה מכך שלא הוצגה ראיה בזמן-אמת המלמדת על מצב הפרווה של סימבה בעת או בסמוך מאוד לאחר הביקור במספרה. עדותה של גבי שמבה, בהקשר זה, אשר טיפלה בסימבה ביום 10.12.2019 במספרת "לולא ספא" שבתל אביב – כמעט חודש לאחר ביקורו של סימבה במספרת התובעים – אינה מהווה ראיה "בזמן אמת" שכזו. שהרי, גם גבי שמבה אישרה בעדותה כי היא לא יודעת מה ארע עם פרוותו של סימבה מיום 15.11.2019, מועד הביקור במספרת התובעים, עד לביקורו של סימבה במספרה שלה, ביום 10.12.2019. גבי שמבה אף לא שללה את האפשרות כי יכול להיות שבפרק זמן זה טיפל הנתבע בסימבה על מנת להתיר ממנו קשרים (**פרוטוקול** מיום 30.11.2022, עמ' 6, ש' 28-33). בנוסף על האמור יש ליתן את הדעת לתמליל השיחה שהתקיים בין התובע 2 לנתבע בסמוך לאחר שגבי סיטיניקוב מסרה לנתבע שלא ניתן יהיה להשלים את הטיפול בסימבה בביקור אחד וכי יהיה צורך לקבוע לו טיפול נוסף. בשיחה זו אמר התובע 2 לנתבע כי סימבה הגיע למספרה כשהוא "מפוצץ קשרים" (עמ' 2 ש' 28 לתמליל; נספח 1 לתצהיר הנתבע 2). בתגובה לכך השיב הנתבע, בין היתר:





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

"הכלב הגיע לפה פעם אחרונה עם פי שתיים יותר קשרים" ו-"פעם שעברה הוא הגיע במצב הרבה יותר גרוע [...]" (עמ' 3, ש' 5-10 לתמליל הני"ל). בהמשך השיחה אף אמר הנתבע: "אני בטלפון אמרתי לכם, שיש לו קשרים, אתם אמרתם לי לבוא" ובתגובה השיב התובע 2: "בסדר אבל אני לא יודע באיזה מצב [...]" (שם, ש' 18-19). חילופי דברים אלה בין הצדדים "בזמן אמת", מלמדים כי סימבה אכן הובא למספרת התובעים עם קשרים בשערו ("ראסטות") במידה כזו או אחרת ואף אם יש מחלוקת על מידת החומרה שהייתה לאותם קשרים, הרי שדברים אלה אינם תומכים בהכרח במסקנה כי כל מטרתה של הספרייה, גבי סיטינקוב, באחבתה, הייתה לגבות מהנתבע מחיר כפול או שמא היא נבעה מהעומס ששרר באותה עת במספרה. מסקנה אפשרית נוספת העולה מחומר הראיות היא כי סימבה אכן הגיע למספרה עם קשרים אשר חייבו זמן טיפול ממושך מן הצפוי. עוד אציין כי גם הטענה העובדתית שהעלה הנתבע בכתב ההגנה שלפיה התובעים גובים מחירים גבוהים יותר ממספרות אחרות (ולכן מוצדק היה לכנותם בין היתר כ"גנבים") לא הוכחה כנדרש. אחזור ואפנה שוב לעדותה של גב' שמבה – שזומנה לדיון לבקשת הנתבע עצמו, אשר נשאלה לגבי המחירים שנגבו על-ידי התובעים והשיבה לעניין זה [ההדגשות שלי – ר' ג'] כי:

- ש. [...] אני שואל אותך שאלה אחרת. הנתבעים [צ"ל התובעים – ר' ג'] גבו 250 ש"ח לשעה וחצי, זה היה המחירון שלהם באותה תקופה ב-2019. זה נראה לך סביר? נשמע לך סביר?
- ת. לגמרי. יש עניין זה שאני ספרייה, אני כ-שרה ספרייה רק של פומרניאן, העובדות שלי עושות עוד דברים, אז לי מאוד קל לעשות פומרניאן, אז אני עושה אותו ב-200 ש"ח, אבל לצורך העניין [...]
- [...]
- ש. אז אני אחדד שנייה את השאלה, כי אני רוצה להוסיף עוד משהו קטן, לפי מה שאמרת, ז"א 250 כולל פתיחת קשרים, זה נשמע לך סביר עכשיו וטוב?
- ת. ברור (פרוטוקול מיום 30.11.2022, עמ' 9, ש' 6-18).

הנה-כי-כן, גב' שמבה עצמה העידה שהמחירים שגבו התובעים בתקופה הרלוונטית הינם סבירים. ודוקו, גב' שמבה עבדה ועדיין עובדת במספרה שהינה מתחרה למעשה של התובעים (פרוטוקול מיום 30.11.2022, עמ' 6, ש' 3-9) והיא זומנה כאמור לעדות על-ידי הנתבע. מטעם זה יש ליתן לדבריה משקל ממשי לצורך הערכת השאלה האם הוכח, במאזן הסתברויות, כי התובעים גובים מחיר יקר יותר בהשוואה למספרות אחרות.

נוכח מסקנות אלה איני סבור כי עלה בידו של הנתבע לצלוח את המשוכה הראשונה של הגנת ה"אמת בפרסום" ולהוכיח שמקצת הדברים שפורסמו הינם "אמת". חשוב לציין, כי על-מנת ליהנות מתחולת ההגנה הקבועה בסעיף 14 לחוק איסור לשון הרע, יש להראות כי הפרסום משקף אמת "שלמה", היינו כי לא נעדרו ממנו פרטים המשנים את הרושם הכללי המתקבל מהפרסום,



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

וכן שלא נכללו בו פרטים משמעותיים שאינם נכונים (להבדיל מ"פרט לוואי שאין בו פגיעה של ממש"; ראו, דנ"א 2121/12 פלוני נ' דיין-אורבך, פ"ד סז(1) 667, 710 (2014) (כב' הנשיא א' גרוניס)).

19. ברם, המסקנה הינה מורכבת יותר ביחס להגנת תום הלב. אציין, כי בניגוד לטענות התובעים בסיכומיהם, הנתבע טען בכתב ההגנה להגנה זו (אף אם לא בצורה מפורשת וחד-משמעית). כך, הנתבע ציין מספר פעמים כי פעל בתום-לב, ודי בכך לדעתי כדי לבסס את המסקנה כי הטענה בדבר הגנת תום הלב הועלתה כבר בעת הגשת כתב ההגנה (ראו סעיף 2(א) לכתב ההגנה – "הנתבע פעל ופועל בתום לב"; וסעיף 2(יב) לכתב ההגנה – "הנתבע הביע את דעתו על התנהלות העסק, בתום לב מוחלט ולנוכח התרשמותו האישית מהתנהלות העסק [...]").

הגנת תום הלב מעוגנת בסעיף 15 לחוק איסור לשון הרע. בסעיף זה מוגדרים מצבים השוללים את האחריות המשפטית לפרסום לשון הרע, "כאשר ישנם אינטרסים חברתיים המצדיקים אי-הטלת אחריות משפטית ללשון הרע אם הפרסום נעשה בתום לב" (ראו, חאלד גנאים, מרדכי קרמניצר ובוועז שנור דיני לשון הרע - הדין המצוי והדין הרצוי 382 (מהדורה שנייה מורחבת, 2019)).

מבין החלופות אותן מונה הסעיף, הרלוונטית לענייננו היא בסעיף 15(4) לחוק איסור לשון הרע, כדלקמן:

15. במשפט פלילי או אזרחי בשל לשון הרע תהא זאת הגנה טובה אם הנאשם או הנתבע עשה את הפרסום בתום לב באחת הנסיבות האלו:
[...]

(4) הפרסום היה הבעת דעה על התנהגות הנפגע [...] בקשר לענין ציבורי, או על אפיו, עברו, מעשיו או דעותיו של הנפגע במידה שהם נתגלו באותה התנהגות [...].

ויובהר כי הגנת תום הלב אינה נבחנת כלל וכלל באספקלריה של נכונות הדברים שהרי המפרסם אינו נדרש להוכיח את אמיתות הביטוי, לצורך תחולת הגנת "תום הלב". עמד על כך כב' השופט י' דנציגר בע"א 844/12 מולקנדוב נ' פורוש, פסקה 43 (22.2.2017), בציינו כי "להבדיל מהגנת אמת הפרסום תחולתה של הגנת תום הלב אינה תלויה באמיתות הדברים שפורסמו [...] על כן, הגנה זו תהא רלוונטית בדרך כלל במקרים שבהם הפרסום אינו אמת או שמסיבות שונות לא ניתן להוכיח כי הוא נכון" [ההדגשות שלי – ר' ג']. הנה-כי-כן, על מנת ליהנות מהגנת תום-הלב, די בכך שהמפרסם יעמוד בנטל שפעל בתום לב ושעשה את הפרסום באחת הנסיבות המפורטות בסעיף 15.

20. בתי המשפט התמקדו בהגנה זו לא אחת במקרים שבהם הוגשה תביעה בגין ביקורת צרכנית שפרסם לקוח כנגד בית עסק או עסק. בהקשר זה הכירה הפסיקה בכך שביקורת צרכנית



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 2834-01-20 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

נהנית מהגנה רחבה במסגרת הגנת תום הלב לפי סעיף 15(4) לחוק איסור לשון הרע שעניינו הבעת דעה. עמד על כך בית המשפט המחוזי בנצרת בע"מ (מחוזי – נצרת) 5001-02-18 פוגרבנוי נ' חמו (31.10.2018), בצינו כי :

"בתי עסק המציעים את מרכולתם לציבור הצרכנים חושפים עצמם לביקורת, גם שלילית, ולעיתים אף קשה, מצדו של ציבור הצרכנים. לציבור זה, המשקיע את מיטב כספו ברכישת מוצר או שירות, נתונה זכות מלאה להביע את דעתו על המוצר או השירות שרכש. בהבעת דעה זו ייצא הציבור כולו נשכר: ציבור הצרכנים יידע לכלכל צעדיו בכל הנוגע לבית העסק או המוצר והשירות הניתנים בו; ובעליו של בית העסק יוכל, על רקע הביקורת שהוטחה בו, לשפר את המוצר או השירות שהוא נותן. אין צריך לומר, החירות להביע דעה ולמתוח ביקורת אין משמעה זכות להשתלחות פרועה או ביקורת צרכנית שאינה תמת לב והוגנת, בכך לא ימצא ציבור הצרכנים יודע יותר אודות המוצר או השירות הנדונים, ובעל העסק לא יוכל לדעת כיצד ישפר את מרכולתו, כאשר הביקורת אינה עניינית כי אם משתלחת" (שם, פסקה 13).

הנה-כי-כן, כאשר עסקינן בביקורת צרכנית אמיתית ולגיטימית, ביקורת כזו תינה מהגנה רחבה. זאת, לעומת ביקורת אשר רק נחזית להיות צרכנית אך למעשה היא אינה כזו (וראו גם, תאד"מ 5592-07-21 (שלום – חיפה) הולנדר נ' ריבין, פסקאות 27-30 (8.12.2022)).

יישומן של אמות מידה אלה על ענייננו מוביל אל המסקנה כי בכל הנוגע לביקורת שפרסום הנתבע באתר גוגל ביזנס (נספים 3-5 לכתב התביעה) עומדת לו הגנת תום הלב. ביחס לדברי ביקורת אלה, ולפי תוכנם של הדברים שנכתבו ולאחר שמיעת-העדויות, מסקנתי היא כי הנתבע פרסם את הביקורת בתום-לב, שלא מתוך כוונה להעליל על התובעים אלא מתוך הדעה, שנתגבשה אצלו, לגבי האופן שבו טופל סימבה במספרה (וזאת גם אם לא עלה בידו להוכיח במשפט את הגנת אמת הפרסום). אציין, כי לעניין זה של פרסום בתום-לב מצאתי את דבריו הבאים של הנתבע כמהימנים ועל כן ראיתי ליתן להם משקל בביסוס מסקנתי-זו :

ת. אני אחזור ואדגיש, מה שרשמתי רשמתי באותו רגע מה שהיה על הלב שלי. אני ניסיתי למצוא את הדרך הכי קבילה והכי נכונה לבוא ולהביע את הרגשות שלי בצורה חוקית גם, ונורמטיבית. גוגל מאפשר לך בסופו של דבר זה פלטפורמה שנותנת לך לדרג עסק על-פי השירות שקיבלת ועל-פי החוויה אישית שלך. אז לפי דעתי אם אני בא ואני רושם שהוא גנב אותי ושקרן אותי זה לא שהוא גנב אותי והכניס יד לכיס ולקח לי כסף. הוא גנב לי את הזמן שלי, הוא גנב אותי מבחינה כספית שהוא רצה שאני אשלם פעמיים על תספורת אחת. הוא רצה לפצל לי את התור שבוע אחרי שבועיים קדימה" (פרוטוקול, בעמ' 25, ש' 6-16).



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן

ואדגיש, כי ביקורת צרכנית מסוג זה נעשית מטבע הדברים "בקשר לענין ציבורי", כאמור בסעיף 15(ג) לחוק איסור לשון הרע, שהרי הענין הציבורי – הן מצדו של בית-העסק והן מצד לקוחותיו הפוטנציאליים – טבוע ומובנה לא רק בעצם-קיומו של בית-העסק, אלא בייחוד בהיכללות ברשימות שבאתר כמו גוגל ביזנס (ראו והשוו, ת"א (שלום - חיפה) 50855-12-15 בלו נ' שריון, פסקה 42 (11.11.2018); ת"ק (שלום – תל אביב-יפו) 66003-03-19 אנקרי נ' מורנו, פסקה 4 (24.7.2019)). אני סבור אפוא כי מכלול הראיות שהוצג בתיק, לרבות אופן השמעת הביקורת שפורסמה באתר גוגל ביזנס, מלמד כי זו חוסה תחת הגנת תום הלב אפילו לא עלה בידי התובע להוכיח את הגנת האמת בפרסום. מדובר בביקורת עניינית, אשר אף אם נוסחה בשפה בוטה מעט, היה בה די מלל המאפשר להבין את ההקשר הרחב של הדברים ואת הרקע לפרסום דבר הביקורת, שהושמע בזיקה לשירות שניתן על-ידי התובעים. אציין כי לא מצאתי כל בסיס לטענת התובעים כאילו הנתבע טען שהתובעים פוגעים פיזית בכלבים המטופלים אצלם. כזכור, הנתבע כתב בפרסום בשני באתר גוגל ביזנס: "שירות גרוע. פוגעים בך ובכלב כדי לגזול ממך מחירים הזויים"; אני סבור כי משמעותם האובייקטיבית של דברים אלה אינם כי נגרמת פגיעה פיזית בכלב ובבעליו, וכי דברים אלה מתייחסים לאמיתם של דברים בטיב השירות ובמחירו. לכן מצאתי לקבוע כי גם ביקורת זו עולה כדי ביקורת צרכנית מותרת וסבירה, בנסיבות העניין.

21. יחד עם זאת, אינני סבור כי פרסומי הנתבע באתר פייסבוק יכולים לחסות תחת הגנת תום הלב. אזכיר כי מדובר בשלוש תגובות שפירסם הנתבע לפוסט שפרסמה התובעת 1 בעמוד העסק של באתר פייסבוק (נספחים 1 ו-2 לכתב התביעה). יוער, כי לטענת הנתבע, אותו פוסט שפרסמה התובעת 1 (שלגביו כתב הנתבע את התגובות מושא כתב התביעה) - היה פוסט שבו פרסמה התובעת 1 תמונות של סימבה (זאת לאחר שצולם, לטענתו, באחד הביקורים שלו באיזה ממספרות התובעת 1, בטרם האירוע מושא כתב התביעה; אך יצוין כי הנתבע 2 בעדותו טען כי לא מדובר היה בפוסט שבו פרסמה תמונה של סימבה, אלא של כלב אחר; פרוטוקול, עמ' 4, ש' 15-21). בתגובה לאותו פוסט כתב הנתבע שלוש תגובות בזו הלשון: "גנבים שקרנים"; "זבל של מקום" ו-"מקום מגעיל שמזלזל בלקוחותיו". אני סבור כי פרסום דברים אלה לא מהווה ביקורת צרכנית לגיטימית. מדובר בהתבטאויות משתלחות הנעדרות את היסוד של ביקורת צרכנית. דברים אלה שכתב הנתבע, אינם מאפשרים לציבור הצרכנים לדעת יותר על אודות שירותי התובעת 1, והתובעת 1 מצידה לא יכולה ללמוד מדברים משתלחים אלה, כיצד לשפר את השירות הניתן על ידה. אשר על כן, יש מקום לקבוע כי יש לקבל את התביעה אך ורק ביחס לפרסומן של שלוש תגובות אלה באתר פייסבוק.

22. עם זאת, בכך לא די שכן יש לקבוע מהו הסעד הראוי בגין הפרה זו. אני סבור כי יש לפסוק את הסעד על הצד הנמוך. בהקשר זה ראיתי ליתן משקל ממשי לשני נתונים מצטברים: ראשית, הנתבע טען כי מחק את התגובות הללו יומיים בלבד לאחר פרסומן (ראו סעיף 35 לתצהיר הנתבע) והתובעת 1 לא הכחישה טענה עובדתית זו; שנית, וכאן עיקר: אכן, עסקינן בתביעה לפיצוי ללא





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 20-01-2834 קואלה לחיות מחמד בע"מ ואח' נ' דוכן


הוכחת נזק. ברם, עדיין לא ניתן להתעלם מכך שמרכז הכובד בטענות התובעים באשר לנזק שנגרם להם התמקד בפרסומי הנתבע באתר גוגל ביזנס, שלגביו קבעתי כי חלה הגנת תום הלב. כך, נטען בין היתר כי כתוצאה מהפרסומים השונים באתר גוגל ביזנס, התדרדר "מיקומה" של התובעת 1 בתוצאות החיפוש באתר גוגל, והציון המשוקלל שניתן לה באתר זה צנח באופן משמעותי (ראו לעניין זה את עדותה של גב' יוליה מאיר, אחראית המדיה של התובעת 1, פרוטוקול, עמ' 11, ש' 15-10, בדבר ירידת הציון באתר גוגל ביזנס, מ-4.7 ל-3.4). אולם, ביחס לפרסומים של הנתבע באתר פייסבוק, שהוסרו כאמור על-ידו כעבור יומיים מעת שפורסמו, לא העלו התובעים כל טענות ממשיות בדבר נזק שנגרם להם.

23. בנסיבות אלה ומשבחנתי את מכלול השיקולים הצריכים לעניין, מצאתי לחייב את הנתבע לשלם לתובעים פיצוי בסך של 5,000 ש"ח. אשר להוצאות ושכר טרחת עורך דין: משהתובעים זכו בכ-1.6% בלבד מסכומה של התביעה (שהועמדה על 300,000 ש"ח במסלול של פיצוי ללא הוכחת נזק), ומשנקבע כי התובעים לא עמדו בנטל להוכיח ולו יסוד אחד מיסודות התביעה ביחס ל-11 מתוך 16 הפרסומים מושא כתב התביעה (כוונתי היא לפרסומים של הצדדים השלישיים או של החשבונות ה"פיקטיביים"), מסקנתי היא כי התובעים אילצו את הנתבע להעמיד הגנה יקרה בהרבה מן הדרוש. מטעם זה ראיתי לחייב את התובעים לשלם לנתבע שכר טרחת עורך-דין בסך של 5,000 ש"ח (כולל מע"מ) (ראו והשוו, ת"א (שלום – ת"א) 18-11-26644 אליגולא נ' זגי, פיסקה 24 (4.2.2021) והאסמכתאות שם; ת"א (שלום – ת"א) 16-12-50784 כהן נ' גן השיקמים בע"מ, פיסקה 21 (13.5.2022)).

24. התוצאה היא שהחייבים של בעלי הדין האחד כלפי משנהו – מתקזזים.

המזכירות תמציא לצדדים את פסק-הדין ותסגור את התיק.

ניתן היום, כ' תמוז תשפ"ג, 09 יולי 2023, בהעדר הצדדים.


רון גולדשטיין, שופט

