



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.ג'י.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

בפני כב' השופטת לימור רייך

תובעים
 1. פי.ג'י.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ
 2. גיים פוינט בע"מ
 3. נוי שם
 באמצעות ב"כ עוה"ד רון לוינטל

נגד

נתבע
 גיא קפלן
 באמצעות ב"כ עוה"ד אלדד עפרוני

פסק דין

1
 2 תביעה זו עניינה בפרסום חוות דעתו של הנתבע באתר השוואת המחירים ZAP (להלן: "זאפ") אשר
 3 לטענת התובעים מציגם באור שלילי ופוגע בעסקיהם ועל כן מהווה לשון הרע, כאמור בחוק איסור
 4 לשון הרע תשכ"ה-1965 (להלן: "החוק").

רקע עובדתי

5
 6
 7
 8 התובעת 1 הינה חברה העוסקת בתחום משחקי מחשב ומשחקים אלקטרוניים.
 9 לתובעת 1 שתי חנויות האחת "פליי גיים" הנמצאת ברמת גן והשנייה "ביג גיים" היושבת ברמת
 10 השרון.

11
 12 התובעת 2 הינה חברה למכירת מוצרי אלקטרוניקה. החברה פועלת באמצעות חנות הממוקמת
 13 בראשון לציון והשנייה חנות וירטואלית הנקראת "גיים פוינט" בכתובת www.gamepoint.co.il,
 14 אתר המאפשר רכישת מוצרים גם דרך אתר ZAP.

15
 16 התובע 3 הינו בעלים במשותף הן בתובעת 1 והן בתובעת 2.
 17
 18 בחודש יוני 2010 בקש הנתבע לרכוש מכשיר אלקטרוני מסוג Wii באמצעות אתרי האינטרנט "זאפ"
 19 ו"כמה", אתרי השוואת מחירים.
 20



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.ג'י.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

1 לאחר חיפושים ביצע הנתבע הזמנה באתר "ביג גיים" על ידי מילוי טופס ומסירת פרטי כרטיס
2 האשראי .
3 לאחר קליטת ההזמנה נמסר לנתבע, כי המוצר אינו מצוי במלאי של חנות זו והוצע לו מוצר חלופי ,
4 אולם הנתבע בקש לבטל את העסקה.
5 הנתבע שב לחפש את המוצר והגיע לפרסום אחר של "גיים פוינט". בטרם החליט למסור את פרטיו
6 החליט ליצור קשר טלפוני עם החנות ואז התברר לו כי אחד ממספרי הטלפון המפורסמים ליצירת
7 קשר עם חברה זו הינו בדיוק אותו מספר טלפון שמפרסמות "פלי גיים" ו"ביג גיים".
8 לאחר שהנתבע יצר קשר עם נציג מ"גיים פוינט" נאמר לו כי יש קשר עסקי בין החנויות.
9
10 בעקבות ממצאים אלו פרסם הנתבע באתר השוואת המחירים "זאפ" במערכת חוות הדעת של "פלי
11 גיים" תחת הכותרת "תיאור חווית הקנייה" של המוצר Wii חוות דעת כדלקמן :
12 **"חברות קש עם שלוש שמות שונים BIGAME ,GAME POINT ו- PLAYGAME בפועל**
13 **מפרסמים מחירים נמוכים למוצרים שאין להם במלאי. לאחר שהזנתי מספר כרטיס אשראי באתר**
14 **שהסתבר שאיננו מאובטח ובאתי לתאם הגעה על מנת לאסוף את המוצר סיפרו לי סיפורי סבתא**
15 **וניסו לדחוף לי מוצר יקר ב-600 ₪ וטענו שהם כבר לא מביאים את המוצר שפורסם".**
16
17 בעקבות פרסום חוות הדעת פנו אל הנתבע מאתר השוואת מחירים "זאפ" ובקשוהו לשנות את נוסח
18 חוות הדעת. בעקבות פנייה זו שונה נוסח חוות הדעת מספר ימים בלבד לאחר פרסום חוות הדעת
19 המקורית כדלהלן (להלן: "ההודעה המתוקנת"):
20 **"חברה לא אמינה עם שלוש שמות שונים BIG-GAME , GAME POINT ו- PLAYGAME**
21 **בפועל מפרסמים מחירים נמוכים למוצרים שאין להם במלאי. לאחר שהזנתי מספר כרטיס אשראי**
22 **באתר שהסתבר שאיננו מאובטח ובאתי לתאם הגעה על מנת לאסוף את המוצר סיפרו לי סיפורי**
23 **סבתא וניסו לדחוף לי מוצר יקר ב600 ₪ וטענו שהם כבר לא מביאים את המוצר שפורסם".**
24
25 ומכאן התביעה שבפניי.

טענות הצדדים

26
27
28
29 טוענים התובעים, כי הפרסום של הנתבע לפיו, חברות התובעים הינה חברת קש וכי קנייה דרך אתר
30 התובעים הינה קנייה בלתי מאובטחת, הינו פרסום שקר פוגע המהווה לשון הרע ונכנס בגדרו של ס'
31 1 לחוק, משהדברים אף מנוסחים בלשון "עובדה" ולא בצורת הבעת דעה.
32
33 באשר לפרסום, כי מדובר בחברת קש, טוענים התובעים כי מדובר בשימוש במונח בעל קונוטציה
34 שלילית אשר יש בו כדי לרמוז על פעילות בלתי חוקית על דרך מרמה, כשאינן כך בענייננו משאף



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

- 1 אחת מבין החברות אינה חברת קש כפי שפורסם ע"י הנתבע, כל החברות חוקיות, כולן בעלות
2 מוניטין רב ומוכרות מאד בתחום פעילותן.
- 3 טוען התובע 3, כי כל אחת מהחנויות מצויה בבעלותו יחד עם שותף אחר, כשלאור בעלותו בכל
4 החנויות הגם ואין מדובר ברשת אחת ומדובר בשתי חברות שונות, שלוש החנויות עובדות בשיתוף
5 פעולה, כל זאת על מנת להקל על הרוכשים לקבל את המוצרים באזור הקרוב למקום מגוריהם.
6
- 7 טוענים התובעים, כי הנתבע ביקש לרכוש מוצר מחנות אשר בבעלות התובעת 1 הממוקמת ברמת
8 השרון, אולם המוצר היה חסר במלאי בחנות זו. לאחר מכן פנה לתובעת 2 אשר החזיקה במוצר
9 ומשגלתה כי הוא גר ברמת השרון הציעה לו לאסוף את המשחק מחנות התובעת 1 ברמת השרון
10 לנוחיותו. רק לאור הצעה תמימה זו מצד התובעות המציא הנתבע קונספירציות סרק והפיץ דברי
11 בלע על התובעת 1 והתובעת 2 ברשת האינטרנט כאילו המדובר בחברות סרק.
- 12
- 13 טוענים התובעים, כי הדברים כוחם יפה גם לגבי התובע 3 באשר מדובר בפרסום משתמע כאמור
14 בסי' 3 לחוק.
15
- 16 טוענים התובעים, כי הפרסום גרר פגיעה בעסקיהם כך שכמות הפניות והרכישות פחתו, פגיעה
17 המהווה הן פגיעה כלכלית בחברות והן פגיעה אישית בתובע 3 אשר הינו בעלים במשותף בכל אחת
18 מהחברות.
19
- 20 מוסיפים התובעים, כי אי בדיקת אמיתות דברי הנתבע בטרם פרסם אותם תוך אדישות לתוצאות
21 מחדל זה מהווים רשלנות מצד הנתבע. בעניין זה מציינים התובעים כי אף ש"פליי גייס" כלל לא
22 הייתה מעורבת בניסיון הרכישה של הנתבע הושמצה אף היא בחוות הדעת.
23
- 24 באשר לטענה כאילו החנויות אינן מספקות חוויית קנייה מאובטחת טוענים התובעים כי לנתבע לא
25 הייתה כל דרך לקבוע אם התובעות 1-2 אינן פועלות לפי הצהרתן.
26
- 27 מוסיפים התובעים, כי אתר "זאפ" מקודם ברשת האינטרנט ומספר הכניסות אליו הינו עצום ועל כן
28 מידת החשיפה של הגולשים למידע השקרי שפרסם הנתבע הייתה גדולה והתאם התוצאות המזיקות
29 עקב החשיפה למידע השקרי.
30
- 31 מנגד טוען הנתבע מספר טענות הגנה.
32
- 33 ראשית טוען הנתבע, כי לא ניתן להחיל את דיני לשון הרע על פרסומים ברשת האינטרנט ועל כן אין
34 כל עילת תביעה נגדו.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

1
2 שנית טוען הנתבע, כי אין כל קשר ישיר או משתמע בין השמות המופיעים בטוק בק לתובעות
3 כשעילות התביעה המנויות בחוק לשון הרע דורשות התייחסות אישית של הפרסום לתובע.
4
5 שלישיית טוען הנתבע, כי תוכן חוות הדעת מושא התביעה דנא אינו מקים לתובעות עילה נגדו מכוח
6 "חוק איסור לשון הרע", משמדובר בדברים אשר טיבם ומהותם שכיחים ברשת האינטרנט ואינם
7 שונים מחוות דעת וטוק-בקים רבים אחרים אשר מתפרסמים מידי יום באינטרנט בכלל וביחס
8 לתובעות בפרט. מציין הנתבע, כי בבדיקה מקרית באתר "זאפ" של חוות דעת על PLAYGAME
9 נמצאו כמה חוות דעת שליליות (לצד חוות דעת חיוביות) הממליצות שלא לקנות בחנות זו.
10
11 המונח "חברות קש" אינו בעל משמעות שלילית בהכרח וממילא אין בו כדי לענות על ההגדרות
12 המצויות בס' 1 לחוק.
13 עוד מציין הנתבע את החשיבות העליונה שבימ"ש העליון מקנה לחופש הביטוי הגם ומדובר לעיתים
14 בביטויים אשר טעמם רע וניסוחם עילג.
15
16 רביעית טוען הנתבע, כי משאמור בטוק בק הינו אמת לאמתה היה בפרסומו עניין ציבורי ועל כן
17 עומדת לו ההגנה הקבועה בס' 14 לחוק איסור לשון הרע.
18 לטענתו התובעות הן למעשה עסק אחד אשר מסתיר את הקשר העסקי ביניהן ומפרסמות עצמן תחת
19 שמות שונים על מנת להגביר בצורה מלאכותית את סיכוייהם בתחרות ליבו זמן וכספו של הצרכן
20 הפוטנציאלי.
21
22 לטענת הנתבע, גם אמירתו כי אתר התובעות אינו מאובטח הינו אמת לאמתה.
23
24 חמישית טוען הנתבע, כי עומדת לו הגנת תום הלב וחלות עליו כל ההגנות האמורות בס' 15 לחוק
25 איסור לשון הרע.

דיון ומסקנות

26
27
28
29 עיון הטענות הצדדים מגלה, כי השאלות השנויות במחלוקת ועליהן יש ליתן את הדעת הינן כדלקמן:
30 1. האם ניתן להחיל את דיני לשון הרע על פרסומים באינטרנט?
31 2. אם כן, האם יש בפרסום הספציפי של הנתבע משום לשון הרע?
32 3. האם עומדות לנתבע הגנות מכוח ההגנות הקבועות בחוק?
33 4. במידה שייקבע כי לא עומדות לנתבע הגנות מכוח החוק, יש לדון בשאלת הפיצויים שעל
34 התובעים לקבל.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34

החלת דיני לשון הרע על פרסומים באינטרנט:

השאלה שבענייננו האם יש להחיל את דיני לשון הרע על פרסומים המפורסמים ברשת האינטרנט אינה מוסדרת במסגרת חקיקתית ועל כך עמד כב' המשנה לנשיאה א' ריבלין (כתוארו דאז) בפסק דין רע"א 4447/07, מור נ' רמי ברק אי טי סי [1995] החברה לשירותי בזק בינלאומיים בע"מ (להלן: "פס"ד מור").

"שאלה היא האם ראוי להחיל את דיני לשון הרע הקיימים על פרסומים משמיצים באינטרנט (ראו למשל יובל קרניאל "אנונימיות ולשון הרע באינטרנט – בין חופש ביטוי להפקרות", פורסם באתר המכון הישראלי לדמוקרטיה). לטעמי, נדרשת הסדרה של הנושא, אך בהיעדר עדכון ראוי של דיני לשון הרע הקיימים מוטב להחילם "בשינויים המתחייבים" מאשר להניח קיומה של לאקונה. השינויים המתחייבים כוללים היבטים שונים של הפרסום באינטרנט, ובהם: המשקל המועט שניתן לעיתים קרובות להתבטאויות במסגרת תגובות בכלל, ובמסגרת תגובות אנונימיות בפרט; ריבוי התגובות באופן שלעיתים קרובות הפרסום המשמיץ "נבלע בהמון"; והנגישות של הנפגע-עצמו, ושל שוחרי טובתו, לאותם אתרים שבהם נעשה הפרסום הכולל לשון הרע, והיכולת לפרסם הכחשות ותגובות מתאימות ("התרופה לדיבור הפוגע – היא דיבור נוסף" – עניין בן גביר, פס' 17 לפסק-דין). כל אלה עשויים לעיתים תכופות לייתר את הצורך האמיתי בקיומה של תביעת לשון הרע, ואף להפוך את טענות הנפגע ל"זוטי דברים".

מכאן, כי אין מניעה להחיל את דיני לשון הרע על פרסומים משמיצים באינטרנט, אולם גישת ביהמ"ש העליון היא, כי ראוי להחילם ב"שינויים המתחייבים", היינו ליתן את הדעת לפרמטרים נוספים הנוגעים לטיבו של הפרסום, למהותו, לנגישותו, למשקל שהציבור מייחס לו וכיוצא בזה, אשר לעיתים יש בהם כדי להשפיע על ההחלטה האם הפרסום יהווה לשון הרע כמשמעו בחוק או שמא יש להתייחס לאמור בפרסום כ"זוטי דברים".

מכאן, לאור גישת ביהמ"ש העליון ושעה שאין עדיין חקיקה מוסדרת בעניין, יש לבחון האם הפרסום מושא התביעה דנא מהווה לשון הרע בשים לב להוראות החוק ותוך התייחסות לפרמטרים נוספים אשר יש להביאם בחשבון כאמור בפס"ד מור.

האם חוות הדעת מושא התביעה דנא מהווה לשון הרע כאמור בחוק:

הגדרת המונח "לשון הרע", מעוגן בס' 1 לחוק:

"לשון הרע היא דבר שפרסומו עלול –

(1) להשפיל אדם בעיני הבריות או לעשותו מטרה לשנאה, לבזו או ללעג



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

1 מצדם ;
 2 (2) לבזות אדם בשל מעשים, התנהגות או תכונות המיוחסים לו ;
 3 (3) לפגוע באדם במשרתו, אם משרה ציבורית ואם משרה אחרת, בעסקו,
 4 במשלח ידו או במקצועו ;
 5 (4) לבזות אדם בשל גזעו, מוצאו, דתו, מקום מגוריו, גילו, מינו, נטייתו
 6 המינית או מוגבלותו ;
 7 בסעיף זה "אדם" – יחיד או תאגיד ;
 8 "מוגבלות" – לקות פיזית, נפשית או שכלית, לרבות קוגניטיבית, קבועה או
 9 זמנית".
 10

11 התביעה דנא מתבססת על פרסום חוות דעת שפורסמה באתר "זאפ" תחת הכותרת "**תיאור חווית**
 12 **הקנייה**" של המוצר : **WII** .
 13 תוכן הפרסום המהווה לשון הרע לשיטת התובעים נגע לשני עניינים. האחד, הגדרה של החברות
 14 כ"חברת קש" בעלת שלושה שמות שונים ושניים, הגדרת אתר התובעות כ"אתר לא מאובטח".
 15
 16 לאחר עיון בכלל הראיות אשר הובאו בפניי ושמיעת עדויות הצדדים סבורני כי הפרסום מושא
 17 התביעה דנא נכנס בגדרו של ס' 1 לחוק, ואפרט :
 18
 19 על מנת לקבוע האם ביטוי יכנס בגדרו של לשון הרע, יש ראשית לעבור שני שלבים, עליהם עמד כב'
 20 הנשיא אי ברק (כתוארו דאז) בע"א 4534/02 רשת שוקן בע"מ נ' אילון לוני הרציקוביץ (פורסם
 21 במאגר משפטי נבו) :

22
 23 "בשלב הראשון, יש לשלוף מתוך הביטוי את המשמעות העולה ממנו, לפי אמות
 24 המידה המקובלות על האדם הסביר. כלומר, יש לפרש את הביטוי באופן
 25 אובייקטיבי, בהתאם לנסיבות החיצוניות וללשון המשתמעת (**שנהר, בעמ' 10**
 26 **9**). בשלב השני, יש לברר, בהתאם לתכלית החוק לאיזונים חוקתיים, האם
 27 מדובר בביטוי אשר החוק מטיל חבות בגינו, בהתאם לסעיפים 1 ו 2 לחוק (השוו
 28 David Price Defamation - Law, Procedure and Practice (2nd ed.
 29 "(Price, 2001), p. 3-4".
 30

31 במקרה דנא בחוות הדעת כתב הנתבע " **חברת קש עם שלוש שמות שונים GAME , BIG GAME**
 32 **POINT ו- PLAY GAME** ".
 33

34 המונח "חברות קש" מוגדר בויקיפדיה כך :

35 " **חברת קש** היא חברה הפועלת בחסותה של חברה אחרת במטרה
 36 להסתיר פעילויות מסוימות של החברה החוסה. חברת הקש פועלת ברבים
 37 בצורה רגילה לחלוטין, כאשר למעשה היא מבצעת פעילויות שאינן תואמות
 38 קו לקו עם מטרת החברה מבחינת הציבור. את חברות הקש מייסדים לרוב



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

1 ארגונים שונים המחפשים להסתיר דבר מה. בין ארגונים אלו נכללים
2 סוכנויות ביון, תאגידים, ארגוני פשיעה, וארגונים המצויים בחרם".
3 הקונוטציה המשתמעת מהמונח חברת קש היא בדרך כלל קונוטציה שלילית. חברת קש מוקמת
4 בדרך כלל על מנת להסתיר דבר מה.
5 בענייננו, דומה כי הבעת הדעה אשר נוסחה בצורה עובדתית וחד משמעית לפיה למעשה מדובר
6 בחברת קש בעלת שלושה שמות שונים נחשבת כפגיעה ויש בדברים אלו כדי לבזות את בתי העסק
7 המוזכרים בפרסום ובוודאי כדי לפגוע במשלח ידם של בתי העסק ובעליהם, בעיני כל אדם סביר,
8 ועל כן נחשבים אף כלשון הרע כהגדרתם בסעיף 1(1)-(3) לחוק.

9
10 גם הנתבע העיד, כי התכוון בעת שכתב את חוות הדעת מטעמו שלוש החברות שאוזכרו במסגרתה
11 יוצגו על ידו באופן שלילי נוכח התנהלותן.

12
13 באשר לאמירה כי מדובר באתר לא מאובטח, סבורני כי אף באמירה זו יש כדי לפגוע במשלח ידם של
14 בתי העסק המוזכרים בפרסום משכל אדם סביר ייטה לא לקנות באתר וליתן פרטי התשלום שעה
15 שפורסם כי מדובר ברכישה שאינה מאובטחת.

16
17 זאת ועוד סבורני כי צירוף האמירות יחד כי מדובר בחברת קש, בשלושה שמות שונים המציעה
18 רכישה אשר אינה מאובטחת מעצים את הפרסום הפוגעני ובעקבות כך, את הפגיעה במשלח ידם של
19 התובעים.

20
21 לשון הרע במקרה בו התובעים אינם מוזכרים בפרסום הפוגע

22
23 בענייננו טען הנתבע, כי אין קשר ישיר בין בתי העסק המוזכרים בפרסום לשמות התובעים.
24 ואכן, שמות התובעת 1 והתובע 3 אינם מוזכרים בפרסום אלא שמה של התובעת 2 בלבד.
25 התובעת 1 הינה תאגיד אשר הינו הבעלים של שניים מבתי העסק שאוזכרו בפרסום והתובע 3 הינו
26 הבעלים של התובעות 1 ו-2 (עם שותפים נוספים) וכן נושא משרה בתאגידים.
27

28
29 מכאן כי יש לבחון האם הפרסום מהווה לשון הרע גם כלפי התובעת 1 מכוח היותה בעלים
30 של בתי העסק לגביהם פורסם הביטוי הפוגעני וכן אם הפרסום מהווה לשון הרע אף כלפי הנתבע
31 3 אשר הינו הבעלים של אותם תאגידים ונושא משרה בהם.

32
33 ס' 3 לחוק קובע :

34
35 " אין נפקא מינה אם לשון הרע הובעה במישרין ובשלמות, או אם היא
36 והתייחסותה לאדם הטוען שנפגע בה משתמעות מן הפרסום או . מנסיבות



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

- 1 חיצוניות, או מקצתן מזה ומקצתן מזה".
- 2
- 3 מכאן כי ייתכנו מקרים בהם על אף ושמו של אדם אינו מוזכר בפרסום תקום לו עילת תביעה
- 4 במקרה בו עלול הפרסום להיות מובן ומפורש על ידי "האדם הסביר" כמתייחס אליו ועל כן עלול
- 5 לפגוע בו אישית (ראה א. שנהר, דיני לשון הרע תשנ"ז-1997, עמ' 123-124).
- 6 כך ייתכנו מקרים בהם יושמץ תאגיד ובעלי התאגיד או נושאי משרה בו יוכלו לתבוע בעילת לשון
- 7 הרע על אף שאינם מוזכרים בפרסום (שם, עמ' 127).
- 8
- 9 בת"א(ני-ם) 8624/03 דימלר שלמה נ' כהן מורן ציין כבי' השופט רובין את הפרמטרים אשר יש
- 10 לבחון על מנת לסווג מקרים בהם פרסום לשון הרע ייחשב לא רק כלפי התאגיד או בית העסק
- 11 אלא אף כלפי בעליו :
- 12
- 13 "נשאלת, איפוא, השאלה באילו מקרים יחשב פרסום כהוצאת לשון הרע לא
- 14 רק על התאגיד או על שם בית העסק שמוזכר בו, אלא גם כהוצאת לשון הרע
- 15 על בעל התאגיד או בית העסק.
- 16 התשובה לשאלה זו נגזרת משני פרמטרים: האחד - תוכן הפרסום, והשני -
- 17 מידת הקרבה והזיהוי של בעל התאגיד עם התאגיד. אשר לתוכן הפרסום,
- 18 פשיטא שכל שפרסום חמור יותר מבחינת תוכנו, הרי שהוא "מקריין" על
- 19 סביבותיו למרחק רב יותר. ובאשר לקרבה בין בעל התאגיד לתאגיד, ככל
- 20 שהקרבה בין השניים רבה יותר, וככל שהזיהוי בין התאגיד לבעליו חזק
- 21 יותר, הרי שהקורא הסביר יטה לראות בלשון הרע שפורסמה נגד התאגיד
- 22 כמתייחסת גם לבעליו".
- 23
- 24 מכאן, שעה שהנתבע פרסם כי מדובר בעצם בחברת קש בעלת שלושה שמות שונים הגם ולא אוזכרו
- 25 שמותיהם של התאגידים עצמם, אלא שמות בתי העסק, ברי כי כל אדם סביר ייחס את הקמת חברת
- 26 הקש לבעלים של בתי העסק, וכי פגיעה בבתי העסק תוביל לפגיעה אישית בבעלים של אותם בתי
- 27 עסק, תגרום לביזויים ופגיעה במשלח ידם .
- 28 סבורני כי כך הדבר אף לגבי נתבע 3 אשר הינו אחד מהבעלים של אותן חברות.
- 29
- 30 התובע 3 בחקירתו העיד באשר למעורבותו בפעילות בבתי העסק :
- 31
- 32 " קראתי את חווה"ד לא ראיתי שום קשר בין חווה"ד לשם שלך-נוי שם.
- 33 אמרת שנכנסים לאתר שלך ורואים את חווה"ד. איך יכולתי לדעת שזה
- 34 אתה?
- 35 ת: אני בעל העסק זה דבר ראשון. אני מאד דומיננטי בעסק:אני מתעסק
- 36 ביבוא, ספקים מכירים אותי באופן אישי וגם הלקוחות, הספקים
- 37 נותנים לי קרדיט באופן אישי על השם שלי. כל אחד יכול
- 38 להיכנס, לא חייבים לרכוש כדי לראות חווה"ד, לא נותנים לכל אחד



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

- 1 סחורה אלא אם כן יש ערבויות אישיות. לי אין ערבויות אישיות, די
 2 בשמי ולאחר שהם ראו את זה-הם פנו אליי ושאלו מה קורה והייתי
 3 צריך לתת הסברים.
 4
 5 (פרוטוקול דיון מיום 2.9.12 עמ' 7 שורות 12-18).
 6
 7 התובע 3 הסביר בחקירתו, כי הינו חשוף הן לפגיעה כתוצאה מחשיפת הפרסום לקהל הרוכשים
 8 באינטרנט ובפרט ללקוחותיו הקבועים, והן לפגיעה בקשריו העסקיים עם ספקי הסחורה אשר
 9 מכירים אותו אישית כבעלים במשותף בחברות ובחנויות וכבעל תפקיד בבתי העסק (שם, עמ' 9
 10 שורות 21-25).
 11 הוא אף ציין כי ספק בשם "בנדה" פנה אליו בסמוך ליציאת הפרסום לאור לשאול לפרסום.
 12 (שם, עמ' 7 שורות 19-32).
 13
 14 טענת הנתבע, כי לא ניתן לקשר בין קשר ישיר ובין במשתמע בין התובעים לפרסום אינה יכולה
 15 לעמוד לו ואף אינה מתיישבת אם טענתו, כי רצה להזהיר את הציבור מפני הטעייתם והונאתם של
 16 התובעים. משעומת עם טענותיו הסותרות בחקירתו, השיב:
 17
 18 **ש: הסברת שהפרסום נעשה מתוך רצון לשתף את הציבור. איך זה מסתדר**
 19 **עם מה שאתה כותב בתצהיר שלך, ס' 27-28 שאתה מנסה לשכנע את**
 20 **ביהמ"ש שבכלל אי אפשר לחבר בין הכתוב לבין החנויות?**
 21 **ת: יש פה, שאני אומר שאם אף אחד לא היה בודק כמוני לעומק, מן הסתם**
 22 **הוא לא היה יודע את הקשר בינם.**
 23
 24 (שם, עמ' 15 שורות 26-30).
 25
 26 לא ניתן לקבל טענה זו.
 27 אם הנתבע קשר בין כל החברות אין מניעה כי כל אדם אחר היה עושה כן, מה גם כי אין ספק
 28 שהלקוחות והספקים של התובעים עצמם אשר מכירים את החברות הללו יקשרו בין הפרסום
 29 לתובעים.
 30
 31 מששוכנעתי כי אכן הפרסום הגם ואינו מזכיר את שמות התובעת 1 והתובע 3 עצמם פגע או עלול
 32 היה לפגוע אף בתובעים עצמם כבעלי בתי העסק ו/או נושאי משרה בה, תוך שימת לב כי בבדיקה
 33 פשוטה ניתן לגלות מי הם הבעלים של בתי העסק המופיעים בפרסום, קובעת אני כי דין טענתו של
 34 הנתבע לפיה, אין לייחס את הביטוי הפוגע לתובעים משאינם מוזכרים בפרסום, להידחות.
 35



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

1 האם עומדות לנתבע הגנות מכוח ההגנות הקבועות בחוק;
 2 סבורני כי המקרה דנא אף אינו חוסה תחת ההגנות הקבועות בחוק אשר חרף הביטוי הפוגעני
 3 פוטרות את הנתבע מאחריות.
 4
 5 ע"א 4534/02 רשת שוקן בע"מ נ' אילון לוני הרציקוביץ (פרסם במאגר משפטי נב):
 6
 7 **"ההגנות משקפות נקודות איזון בין הזכות לשם טוב לבין הזכות לחופש הביטוי,**
 8 **תוך מתן משקל רב לחופש הביטוי, כאשר מתקיימים המצבים המנויים בסעיפים**
 9 **אלה".**
 10
 11 אבחן את ההגנות בחוק אשר הנתבע טען כי חוסה בצלן.
 12
 13 הגנה מכוח ס' 14 לחוק-אמת בפרסום ועניין לציבור;
 14
 15 ס' 14 לחוק קובע:
 16 **"במשפט פלילי או אזרחי בשל לשון הרע תהא זאת הגנה טובה שהדבר**
 17 **שפורסם היה אמת והיה בפרסום ענין ציבורי; הגנה זו לא תישלל בשל כך**
 18 **בלבד שלא הוכחה אמיתותו של פרט לוואי שאין בו פגיעה של ממש".**
 19
 20 סבורני כי בעניינינו לא מתקיימת הגנת אמת בפרסום לא באשר לטענה כי מדובר בחברת קש בעלת
 21 שמות שונים ולא באשר לטענה כי אתר התובעים אינו מאובטח.
 22
 23 הנטל להוכיח כי יש אמת בפרסום מוטל על כתפי הנתבע.
 24
 25 בעניינינו, הנתבע לא הוכיח בפניי כי יש אמת עובדתית באיזה מין הפרסומים.
 26 הנתבע לא הוכיח כי המדובר בחברת קש בעלת שלושה שמות שונים.
 27 להיפך, הוכח בפניי כי המדובר בבתי עסק המצויים בבעלותם של שתי חברות הרשומות ברשם
 28 החברות כחוק כשהתובע 3 אכן בעלים במשותף בכל אחת מהחברות (ראה נספח ה-1 ה-2 לתצהיר
 29 הנתבע).
 30 בעניין זה, אף טענתו של הנתבע כי התובעים מודים בעצמם כי מדובר למעשה בעסק אחד אינה
 31 נכונה, שכן התובעים בכתבי טענותיהם לא טענו כי מדובר בעסק אחד אלא כל שטענו כי משהתובע
 32 3 הינו בעלים בשתי החברות אשר בתי העסק מצויים בבעלותם, יש בין בתי העסק קשר עסקי.
 33 משעומת התובע 3 בחקירתו עם הטענה כי הגדיר את כל החברות כעסק אחד השיב כי הוא שותף
 34 בכל אחת מהחברות ועל כן הגדיר את הכל כעסק, אולם לכל בית עסק יש ישות משלו ובעלותו
 35 בחברות אינו הופך את הכל לעסק אחד(פרוטוקול דיון מיום 2.9.12 עמ' 9 שורות 7-7).
 36

10 מתוך 16



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

- 1 התובע 3 אף הסביר בחקירתו את הקשר העסקי בין בתי העסק השונים לאור בעלותו בשתי החברות
2 (שם, עמ' 9 שורות 13-20).
- 3 יצוין כי אף בחוות הדעת הנוספות אשר צורפו ע"י הנתבע כנספחים ד' ו-ז' לתצהירו, ניתן לראות
4 בעיקר חוות דעת חיוביות על קניות שבוצעו אצל התובעים דרך אתר האינטרנט.
5 משהתובע 3 הינו הבעלים בכל אחת מהחברות שוכנעתי כי ייתכן שיתוף עסקי בין החנויות במטרה
6 לקדם את העסקים ובמטרה לייעל את השירות לצרכן כטענת התובעים ואין בכך כל פסול.
7
- 8 כך שוכנעתי, כי אף ההצעה שהוצעה לנתבע לקחת את המוצר בחנות הקרובה לאזור מגוריו ניתנה לו
9 כמחווה שירותית.
10
- 11 כמו כן, לא הוכח בפניי כי יש אמת בפרסום לפיו אתר התובעים אינו מאובטח.
12 בעניין זה העיד התובע 3 בחקירתו, כי פרטי הצרכן הכוללים תעודת זהות וכרטיס אשראי נשמרים
13 במערכת לצורך חיוב הפרטי שהוזמן, כך שלאחר אישור ההזמנה עם הלקוח מבצעים הזמנה
14 מסודרת ומחייבים את הכרטיס (שם, עמ' 11 שורות 26-27, עמ' 12 שורות 1-5).
15 לטענתו במקרה דנא לא בוצעה עסקה אלא הזמנה בלבד ועל כן הנתבע אף לא קיבל אישור של ביטול
16 עסקה. עוד הסביר בחקירתו כי מי שחשוף למידע הקשור בלקוח הינם העובדים בהוצאת ההזמנות
17 ללקוחות(שם עמ' 11 שורות 28-29).
18
- 19 הנתבע בחקירתו הודה, כי קיבל הודעת אישור רכישה וכי הכרטיס אשראי שלו לא חויב בכסף,
20 דברים אשר חופפים את הסברו של התובע 3. מכאן משלא הורד מכרטיסו החיוב, לא בוצעה העסקה
21 ועל כן אף לא היה צורך בביטולה כטענתו.
22
- 23 ברגע שמסר את הפרטים לצורך הזמנה, וכרטיס האשראי שלו לא חויב, כשלא הוכח על ידו כי נעשה
24 שימוש כלשהו בפרטי הכרטיס וכי פרטיו הועברו לאי אילו אנשים אשר אינם קשורים במוקד
25 ההזמנות, לא הוכחה כל עובדה הקשורה במערכת הסליקה של התובעים, אין לקבל את טענתו כי
26 יש אמת בפרסום וכי האתר לא מאובטח.
27
- 28 הנתבע אף לא הביא חוות דעת מומחה על מנת להוכיח טענתו כי מדובר באתר לא מאובטח, וכל
29 שגרם לו לכתוב זאת לטענתו הייתה כי האדם בחנות אליה התקשר על מנת לבחור את המוצר ידע
30 את פרטיו.
31
- 32 בעניין זה יצוין, כי הנתבע לא ציין כי כרטיס האשראי אשר נכתב בהזמנה, הינו כרטיס של אימו,
33 הגב' קארין קפלן ולא כרטיס אשראי השייך לו.
34



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

- 1 עוד אציין לעניין זה את ההבחנה שראוי לעניות דעתי לעשות בין טוק בק לחוות דעת.
 2 להבדיל מתגובת בה הבעת הדעה של הכותב נעשית בדרך כלל באופן ספונטני ונוגעת לנאמר בדף
 3 מסוים ועל כן אף מופיעה בהמשכו של הדף, חוות דעת נמצאת תחת חנות ספציפית, הינה שקולה
 4 יותר ומבוססת בדרך כלל על ניסיון אישי או ידע של הכותב.
 5
 6 לאור הבדלים אלו סבורני, כי אינטרס ההסתמכות של הציבור באשר לפרסום הנכתב במסגרת חוות
 7 עת הינו רב יותר ועל כן אף פגיעה במסגרת חוות דעת הינה רבה יותר.
 8 מה גם כי בימינו אנו שעה שרכישה באתרי האינטרנט הפכה דבר מקובל ושכיח סביר כי אדם בטרם
 9 רכישתו ייכנס לחוות דעת של קונים אשר רכשו בעבר באמצעות החנות הוירטואלית וייטה להסתמך
 10 על האמור בה.
 11
 12 **הגנה מכוח ס' 15 ו-16 לחוק- פרסום בתום לב וחזקות כי הפרסום נעשה בתום לב או שלא בתום**
 13 **לב;**
 14
 15 לצד ס' 15 הקובע הגנה של פרסום הנעשה בתום לב בנסיבות מסוימות קבועות החזקות האמורות
 16 בס' 16 לחוק כי המפרסם בצע את הפרסום בתום לב (ס' 16(א)) או שלא בתום לב (ס' 16(ב)).
 17
 18 אציין, כי במקרה של תום הלב אין נפקא מינה אם מדובר בעובדה או בחוות דעת והגנה זו חלה כל
 19 עוד נעשתה בתום לב בנסיבות האמורות בסעיף (ראה ת"א-ים) 636/71 **מנדל שרף נ' שירותי ייעוץ**
 20 **כלכלי בע"מ פמ תשל"ז(271, 292).**
 21
 22 במקרה דנא סבורני כי לא עומדת לנתבע הגנת תום הלב הקבועה בס' 15 לחוק ואף שוכנעתי כי אף
 23 מתקיימת החזקה שהפרסום נעשה שלא בתום לב כאמור בס' 16(ב) לחוק.
 24
 25 הנתבע לא הוכיח בפניי כי עשה את הפרסום באחת מ-12 הנסיבות המפורטות בסעיף 15 לחוק.
 26
 27 על תום ליבו של המפרסם ניתן ללמוד בין היתר ממניעיו.
 28 מחד גיסא טוען הנתבע בתצהירו כי מטרת הפרסום הייתה לשתף את הציבור בהטעה והונאת
 29 הציבור על ידי התובעים כשבעדותו הוסיף כי השתמש במונח חברת קש על מנת להזהיר את האנשים
 30 על מנת שלא ייכוו כמוהו, שידעו לא להתקרב אליהם, ומאידך גיסא טען כי אף אחד לא יכול לעשות
 31 קישור בין ישיר ובין במשתמע בין השמות שמופיעים בחוות הדעת לתובעת 2 משקיימות אלפי
 32 תוצאות בגוגל לשמה של התובעת 2.
 33



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

- 1 שתי הנסיבות שפורטו ע"י הנתבע אינן יכולות לדור בכפיפה אחת. אם אכן רצה הנתבע להזהיר את
2 הציבור מפני התובעים, כיצד טוען באותה נשימה כי לא ניתן לעשות קישור בין בתי העסק אשר
3 פורטו בפרסום לבין התובעים.
4
5 כמו כן, לטענת הנתבע חוות הדעת נעשתה לאחר שערך בדיקות משך שבועיים שלושה- ומצא כי יש
6 אמת בפרסום. כך השיב לשאלת ביהמ"ש:
7
8 **:" לשאלת ביהמ"ש: מתי כתבת את חו"ד? "**
9 **ת:** אחרי שעשיתי את כל הבירורים, לקח שבועיים-שלושה עד שכתבתי את חו"ד.
10 חיכיתי למוצר, הפנו אותי למקום אחר, גם שם היה את אותו סיפור, אמרו לי להוסיף
11 X כסף ואז חיפשתי מהתחלה. הכול אותו מוצר. בהתחלה אמרו לי "היה לנו במלאי,
12 לך לחנות אחרת", לא רכשתי מהם מעולם מוצרים נוספים. שלוש חנויות מתנהגות
13 באותו סימפטום, שולחים אותי מכתובת אחת לשנייה, כל פעם מנסים לדחוף לי מוצר
14 במחיר יותר גבוה, עשיתי הצלבה בין 3 החנויות והגעתי למסקנה שמדובר באותה
15 חנות ע"פ הכתובת. יש פה אחד שרשום טלפון שמסומן בעיגול, קוראים לזה ג1
16 לתצהיר, 25.5.2011, בזמן אמת לא הוצאתי את זה, ידעתי מה לחפש כי ידעתי שזה
17 קיים. מהרגע שעשיתי את ההזמנה ועד שהוצאתי את חו"ד זה לקח 3 שבועות.
18 הלכתי לרמת השרון וגם שם אמר לי שאין לו את המוצר במחיר הזה. אז הלכתי
19 לחפש באינטרנט וגיליתי את החברה השלישית, גם אותו מחיר, ועוד פעם אותה
20 פרוצדורה שאין לנו, אז למה לפרסם 3 פעמים?
21
22 אלא שעיון בנספח ב' לכתב ההגנה של הנתבע, טופס ההזמנה מס' 933, מורה כי ההזמנה בוצעה
23 ביום 23.6.10 בעוד נספח 2 לכתב התביעה המתוקן אשר הגישו התובעים מראה כי הפרסום הפוגע
24 פורסם באותו היום.
25
26 משעומת הנתבע עם שאלה זו בעדותו השיב כי למעשה בוצעו שתי הזמנות, כשההזמנה השנייה היא
27 שפורסמה יחד עם חוות הדעת (שם, עמ' 17 שורות 1-8).
28 אלא שהנתבע צרף לתצהירו טופס הזמנה אחד בלבד הוא טופס ההזמנה מס' 933, כשלא טען בכתבי
29 טענותיו ובתצהירו דבר באשר לטופס הזמנה נוסף.
30 זאת ועוד, כל תיאור הקנייה אשר פורט בחקירתו של הנתבע לא פורט בתצהירו. נכתב
31 כי יצירת הקשר נעשתה טלפונית בחקירתו הוסיף כי הלך בפועל לחנות ברמת השרון.
32
33 מכאן עולה חוסר תום ליבו של הנתבע.
34



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.ג.י.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

- 1 ס' 16(ב) לחוק קובע חזקות לפעולות בחוסר תום לב וכך קובע:
- 2 "16. (א).....
- 3 (ב) חזקה על הנאשם או הנתבע שעשה את הפרסום שלא בתום לב אם נתקיים
- 4 בפרסום אחת מאלה:
- 5 (1) הדבר שפורסם לא היה אמת והוא לא האמין באמיתותו;
- 6 (2) הדבר שפורסם לא היה אמת והוא לא נקט לפני הפרסום אמצעים סבירים
- 7 להיווכח אם אמת הוא אם לא;
- 8 (3) הוא נתכוון על-ידי הפרסום לפגוע במידה גדולה משהיתה סבירה להגנת הערכים
- 9 המוגנים על-ידי סעיף 15".
- 10
- 11 נטל ההוכחה של החזקות האמורות בס' 16 לחוק אוזכר בת"א(י-ם) 636/71 מנדל שרף נ' שירותי
- 12 ייעוץ כלכלי בע"מ פמ תשל"ז(2)271, 292:
- 13 "16(א) נטל ההוכחה לסתור את חזקת תום הלב העולה מסעיף 16 (א) הוא על התובע. (ע"א
- 14 258/69 הנ"ל בעמ' 137, 139).
- 15 (ב) די לו לתובע להוכיח כי הפרסום נעשה באחת מהנסיבות המפורטות בסעיפים קטנים
- 16 (א)-(ג) לסעיף 16 (ב) כדי להעמיד הנתבע כמי שעשה הפרסום שלא בתום לב".
- 17
- 18
- 19 בנסיבות המפורטות לעיל, משהתובעים הוכיחו כי המדובר בשתי חברות אשר התובע 3 הינו
- 20 בבעלותם ותצהירם כי ישנו שיתוף עסקי בין בתי העסק השונים לא נסתרה, ומשהתובעים הוכיחו
- 21 כי הזמנה 933 מטעם הנתבע נעשתה בו ביום בו פורסם הפרסום המהווה לשון הרע היה על הנתבע
- 22 להוכיח כי אכן נקט אמצעים סבירים לברר האם אכן יש אמת בפרסום טרם הפרסום. אלא
- 23 שבענייננו הנתבע לא הוכיח בפניי כי הפרסום אכן נעשה שלושה שבועות לאחר ביצוע ההזמנה
- 24 במהלכם אכן בדק ונקט באמצעים סבירים להיווכח כי יש אמת בפרסום ועדותו בעניין זה נתגלתה
- 25 בלתי מהימנה.
- 26
- 27 אשר על כן, סבורני כי בענייננו נתקיימה חזקה כי הנתבע פעל בחוסר תום לב כאמור בסעיף 16(ב)2)
- 28 לחוק.
- 29
- 30
- 31 שאלת הפיצויים
- 32
- 33 במקרה דנא משמסקנתי היא כי נתגבשה חבותו של הנתבע בעילת לשון הרע בגין אמירותיו כאמור
- 34 בחוות הדעת וכי לא עומדות לו ההגנות הקבועות בחוק, יש לבחון את שאלת הפיצויים.
- 35
- 36 בענייננו תובע התובע את הפיצוי הסטטוטורי בלבד אשר אינו מצריך הוכחת נזק.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 11-03-41312 פי.גיי.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

שיקוליו של ביהמ"ש בקביעת פיצויים בתביעת לשון הרע אוזכרו בע"א 30/72 [6]:

"הלכה פסוקה היא כי בית-המשפט צריך להתחשב בנסיבותיו המיוחדות של המקרה ולקחת בחשבון נוסף לטיב העוולה עצמה גם את התנהגותו של המעוול במידה שהיתה זדונית או משולחת כל רסן, את היקף ההשמצה ופרסומה, וכן את התנהגותו במשך כל זמן ניהול המשפט, ולאמוד בהתאם לכך את סכום הפיצויים".

ניתן לראות כי בענייננו התובעים לא הגיבו לחוות הדעת על אף ובחקירתו הסביר התובע 3 כי האתר "זאפ" שולח לחברה עליה פורסם הפרסום השלילי את חוות הדעת ונותן לה יומיים להגיב. התובע 3 הסביר כי פנה למנהל האתר ובקש כי יסירו את חוות הדעת והודה כי התובעים לא הגיבו לפרסום.

חוות הדעת לא הוסרה, אולם אין חולק כי מספר ימים בלבד לאחר הופעתה היא תוקנה ע"י הנתבע לאחר שמנהל האתר פנה אליו.

התובע 3 העיד, כי על אף ונוסח התיקון אף הוא לא היה מקובל על התובעים לא הגיבו גם על חוות הדעת המתוקנת.

סבורני כי בהתחשב בכך שימים ספורים בלבד תוקנה חוות הדעת, בהעדר תגובה של התובעים הן לפרסום הראשון והן להודעת הפרסום המתוקנת, ובהתחשב בהיקף ההשמצה, הגם ומדובר על פרסום המהווה לשון הרע אין ליתן לתובעים את מלוא גובה הפיצוי הקבוע בחוק בלא הוכחת נזק, הוא סכום תביעתם.

בנסיבות המפורטות לעיל סבורני כי על הנתבע לשלם לתובעים סך כולל של 8,000 ₪ בלבד.

מעבר לסכום זה אינני עושה צו להוצאות וכל צד יישא בהוצאותיו.

מוכירות תשלח עותק פסק הדין לב"כ הצדדים בדואר רשום + א.מ.

ניתן היום, כ' כסלו תשע"ג, 04 דצמבר 2012, בהעדר הצדדים.

לימור רייך, שופטת



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

תא"מ 41312-03-11 פי.ג'י.איי. אינטרנשיונל אנטרטיימנט בע"מ ואח' נ' קפלן

- 1
- 2
- 3
- 4