



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

בפני כב' השופטת אורית חדד

התובע: עו"ד שוני ימין

נגד

הנתבעת: רונית מצליח
ע"י ב"כ עו"ד עופר מצליח

פסק דין

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

מבוא – עניינו של ההליך

1. בפניי תביעה לתשלום פיצויים מכח חוק איסור לשון הרע, תשכ"ה – 1965 (להלן: "החוק") בגין שני פרסומים מצד הנתבעת שנעשו ביום 4.9.17 בהתייחס לתובע ועסקו בעמוד הפייסבוק הרשמי של המרכז המסחרי "קניון גירון" בעיר אשקלון, שם ממוקם בית העסק וכדלקמן:

הפרסום הראשון: פרסום תחת קטגוריית "ביקורות" וזהו לשונו (להלן: "הפרסום הראשון"):
"בקניון דוכן שוני סטור בבעלות שון ימין אדם נוכל שמרמה לקוחות ואני בינהם לא ויתרתי תבעתי וזכיתי הגעתי למנכל הקניון עם הפסיקה אמרתי שאני לא היחידה ויש רבים כמוני ולא כולם בעלי סבלנות לתבוע ואסור שאחד כזה יהיה בקניון המנכל לא עשה דבר !!! ואותו שוני ממשיך לרמות את לקוחות הקניון ללא מפריע בושה !!!!"

הפרסום השני: פרסום על ה"קיר" הראשי של הדף המופנה ישירות למנכ"ל המרכז המסחרי ולשונו (להלן: "הפרסום השני"):
"מנכל הקניון נמצא אצלך סוחר בשם שוני עם דוכן בקניון במ (צ"ל – "בשם" – א.ח) שוני סטור. לפני כשנתיים פניתי אליך על כך שהבן אדם מרמה לקוחות אף הגשתי תביעה בבית משפט והבאתי לך את זכייתי בתביעה כהוכחה. לצערי הבן אדם ממשיך לעשות זאת (הפייסבוק מוצף בתלונות) אך דבר לא נעשה מצידכם הגיע הזמן שתתערב בנושא ולא תסתפקו בתשלום שכר הדירה שלו...."

תמצית טענות התובע בכתב תביעתו

2. התובע, עורך דין במקצועו ובבעלותו לעת ההיא עסק למכירת מתנות ומזכרות בעיצוב אישי. הנתבעת רכשה ממנו בעבר מוצר ולאחר שלשיטתה זה לא סופק לה בזמן והיא נתקלה בסירוב לקבל את כספה בחזרה, הגישה היא נגד התובע תביעה בבית משפט לתביעות קטנות באשקלון במסגרתה הגיעו הצדדים ביום 22.11.16 להסדר פשרה לפיו התובע ישלם לה 1,200 שקלים.

3. הפרסומים מושא המחלוקת, פורסמו על ידי הנתבעת כשנה לאחר מכן.



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 19-01-57339 ימין נ' מצליח

4. עובר להגשת תביעה זו התובע פנה לנתבעת בבקשה להסרת הפרסומים, זאת באמצעות הודעה שנשלחה אליה לתיבת ההודעות הפרטיות ב"פייסבוק". הנתבעת מצדה דחתה את טענות התובע ודרשה כי יימנע מלפנות אליה בשנית, שאם לא כן תאלץ היא לפנות למשטרה. לאחר מספר ימים, התובע פנה לנתבעת בשנית בבקשה להסרת הפרסומים. בתגובה, הזהירה הנתבעת שככל שהתובע ישוב ויפנה, ייחשב הדבר להטרדה תוך שהוסיפה כי פניותיו הועברו לטיפול עורך דין. משכך הגיבה הנתבעת, הגיש התובע תביעתו זו לשם הגנה על שמו הטוב ובלית ברירה לדידו.
5. לטענת התובע, הפרסומים שנכתבו ופורסמו על ידי הנתבעת נועדו לפגוע במקור פרנסתו היחיד ובשמו הטוב של עסקו וכן לבזותו, להשפילו ולהלבין פניו ברבים. פרסומים אלו גרמו לו לנזק רב שעה שזכו לחשיפה אדירה בהינתן כי העמוד בו הם פורסמו אחראי על פרסום כלל הפעילויות המתקיימות במרכז המסחרי ובשל כך הוא מקור פעיל, מרכזי ומונה כ-9,000 עוקבים, מלבד רבים נוספים הנחשפים לתכנים המפורסמים בו דרך "שיתופים" ו"צילומי מסך". מעבר להשפלה והפגיעה בשמו הטוב של התובע, צפוי עסקו להיפגע פגיעה כספית משמעותית וראיה לכך היא כי עד למועד הגשת התביעה, שבים אנשים ומלינים בפניו לגבי פרסומים אלו.
6. משכך, עותר התובע לפיצוי בסך של 281,224 ₪ (140,612 ₪ בגין כל פרסום) בהתאם לסמכות הנתונה על פי סעיף 7א(ג) לחוק ולחילופין, לפיצוי מכח סעיף 7א(ב) לחוק וסעיף 29א(ב) לחוק הגנת הפרטיות, התשמ"א - 1981. בנוסף, עותר הוא למתן צו המורה לנתבעת למחוק את הפרסומים ולפרסם התנצלות פומבית ומפורטת אשר תוכנה יתואם עמו.
- תמצית טענות הנתבעת בכתב הגנתה**
7. לשיטת הנתבעת, דין התביעה להידחות ולו מפאת העובדה שהפרסומים מושא התביעה, נכתבו כתוצאה מהעוולה שביצע התובע נגדה וכידוע, "מעילה בת עוולה לא תצמח תביעה".
8. מטרת הפרסום לא היתה להשפיל את התובע או לבזותו, כי אם כדי להזהיר את ציבור הצרכנים מפני התנהגותו הרמאית. לשיטתה, בעובדה כי הפרסומים פורסמו בדף של המרכז המסחרי בו מצוי עסקו של התובע, תחת קטגוריית "ביקורת" ולא בדף האישי שלה ו/או באתרים אחרים, יש כדי ללמד כי אופיים של הפרסומים הוא מתן ביקורת ולא דברי לשון הרע ולכך משנה תוקף שעה שזה השני הופנה למנכ"ל המרכז המסחרי, לאחר שפנייה קודמת אליו, באופן אישי, לא נענתה.
9. עוד טענה הנתבעת כי הסיבה היחידה בעטיה לא נתבע התובע קודם לכן בגין התנהגותו הרמאית, החוזרת ונשנית, היא אך מאחר שהוא הלך אימים על לקוחותיו המאוכזבים, ביניהם נערו שחששו מפני איומיו והתנהגותו הבריונית. זו גם הסיבה לכך שהוסרו פרסומים קודמים כנגדו.
10. לשיטת הנתבעת, הפרסומים בוצעו בתום לב ודבר הפרסום, שכל מטרתו היא להגן על אינטרס הציבור מפני התנהגותו הרמאית של התובע – אמת הוא.



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 19-01-57339 ימין נ' מצליח

11. כן טענה הנתבעת כי הפרסומים אינם עולים כדי לשון הרע היות ועסקינן בביקורת שנכתבה במסגרת המותר בחוק וממילא עומדות לנתבעת ההגנות הקבועות בחוק ובכללן הגנת "אמת הפרסום" (אמת דיברתי) הקבועה בסעיף 14 לחוק וכן הגנת "תום הלב" הקבועה בסעיף 15.
12. לשיטתה, תכליתו של החוק הוא איזון נכון בין הזכות לחופש הביטוי לבין הזכות לשם טוב ומשכך, אין מקום לשלול את זכותה, שעה שכל מטרתה היתה לפרסם ביקורת לגיטימית ולהזהיר את ציבור הצרכנים מפני התנהגותו הרמאית, החוזרת ונשנית, של התובע.

העדויות מטעם הצדדים

13. **מטעם התובע** – הוגש תצהירו שלו לצד תצהיריהם של 7 אנשים, הנמנים על לקוחותיו של עסקו.
14. **מטעם הנתבעת** – הוגש תצהירה שלה לצד תצהיריהם של 4 עדים מטעמה – **לירון טנג'י מלכה, אלעד קסנטיני, ולריה נרסיה וניסים חדד**. כן העידה **מרגולין אליאן**.

דין והכרעה

15. אין חולק כי הנתבעת פרסמה את הפרסומים הנ"ל בדף הפייסבוק הרשמי של המרכז המסחרי "קניון גירון", בו ממוקם עסקו של התובע, אלא שלשיטתה טיבם של הפרסומים ונסיבות פרסומם אינם מקימים עילת תביעה נגדה, אם מפאת שאין מדובר ב"לשון הרע" ואם מפאת ההגנות הנתונות לה מכח החוק.
16. במצב דברים זה, ככל שהתובע משכנע בצדקת טענתו כי ב"לשון הרע" עסקינן, הרי שהנטל להמחשת קיומן של הגנות מכח החוק, רובץ לפתחה של הנתבעת.

המסגרת הנורמטיבית – מתוך הפסיקה

17. אקדים ואצטט את דברי בית המשפט בע"א 89/04 **נודלמן נ' שרנסקי** (4.8.2008) בפסקה 16 לגבי חשיבות ההגנה שמבקש החוק ליתן על שמירת שמו הטוב של האדם וכך נוסחו הדברים: "לשון הרע היא דבר שפרסומו עלול לפגוע בנכס היקר ביותר לאדם – שמו הטוב וכבודו כאדם בעיני עצמו ובעיני זולתו. היא ביטוי העלול להכתים את אישיותו בעיני הזולת ולפגוע בבטחונו הפנימי גם כלפי עצמו. היא דבר העלול להרוס במחי יד, וכהרף עין, שם טוב שנבנה ועוצב במשך שנים רבות באופן שלא ניתן להחזירו לקדמותו, וכל פיצוי כספי לא ייטיב באופן אמיתי את הנזק שנגרם. פגיעתה של הדיבה רעה לא רק כלפי מושא לשון הרע עצמו, אלא גם כלפי סביבתו הקרובה – משפחתו, ילדיו וידידיו. היא עלולה לפגוע קשות בנפש האדם, וכן בעיסוקו ובמעמדו החברתי והכלכלי. היא עלולה לפגוע פגיעה ללא תקנה בטעם חייו ובאיכות חייו".



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

18. החוק בו עסקינן מאזן בין שתי זכויות בעלות מעמד חוקתי – חופש הביטוי מחד גיסא והזכות לשם טוב ואו הזכות לפרטיות מאידך גיסא. שתי הזכויות נגזרות מהערך היסודי של כבוד האדם ואלו שתייהן חיוניות למשטר דמוקרטי המיוסד על אדנים של חירות ושוויון (ראה בג"ץ 6126/94 גיורא סנש נ' רשות השידור, פ"ד נג (3) 817, עמ' 832). חשיבותה של כל אחת מהזכויות מקשה על האיזון ביניהן, ואיזון זה מחייב דחייה של האחת מפני רעותה (ראה ע"א 9462/04 בן ציון מורדוב נ' ידיעות אחרונות בע"מ ואח', פ"ד ס(4) 13).
- היקף ההגנה שתינתן לכל אחת מהזכויות הללו, תלוי בהקשר בו מתנגשות הזכויות וקיומם של אינטרסים ציבוריים וערכים רלוונטיים נוספים (רע"א 10520/03 בן גביר נ' דנקנר (12.11.2006)). בית המשפט העליון קבע כי כחלק מההערכה של נקודת האיזון בין שתי הזכויות, יש להביא בחשבון את העניין הציבורי שמגלה הפרסום המדובר ואת ההשפעה הפוטנציאלית שלו על החיים הציבוריים (ע"א 6903/12 Canwest Global Communications Corp נ' עזור (22.7.15)).
19. הפסיקה הענפה מתייחסת כמתבקש אף לצורך להחיל את דיני איסור לשון הרע במרחב הווירטואלי. כך למשל ברע"א 4447/07 רמי מור נ' ברק אי.טי.סי (1995) החברה לשירותי בזק בינלאומיים בע"מ, פ"ד סג(3) 664 (25.3.10) שם קבע כב' השופט ריבלין מפורשות כי "הזכות לשם טוב ולכבוד אינה מתאינת במרחב הווירטואלי" ובפסקה 14 מתייחס הוא למאפייניו:
- "האינטרנט הוא "כיכר העיר" החדשה שהכול שותפים לה. המדיום החדש – המרחב הווירטואלי – מצוי בכל ופתוח לכל. הכלים שהוא מציע, ובהם "חדרי השיח", הדואר האלקטרוני, הגלישה על גלי הרשת העולמית ובתוך הרשתות החברתיות – מאפשרים קבלת מידע והעברתו, "האזנה" לדעות של אחרים והשמעתן של דעות עצמיות. זהו אפוא אמצעי דמוקרטי מובהק המקדם גם את עקרון השוויון ומציב מחסום בפני התערבות שלטונית ובפועל רגולטיבית בחופש הביטוי. המקלדת זמינה לכל כותב, והקשה על זנבו של "העכבר" מובילה את הכתוב לקצווי הארץ. הציבור אינו זקוק באותה מידה כבעבר לפלטפורמה שמעמידים לרשותו אחרים (ראו John Doe v. Cahill, 884 A.2d 451 (2005)). כל אחד מבני הציבור רשאי ויכול ליצור "עיתון" משלו ולתת בבלוג דברו. ייחודן של התגובות הוא באלמוניותן, בספיחתן למאמרים כתובים בידי אחרים ובניצול פלטפורמות זמינות להשמעת דעות אינדיבידואליות. מדובר אפוא באמצעי נגיש, מידי, נטול גבולות גיאוגרפיים ותכופות נטול סינון ועריכה. וכן – גם אנונימי. מעת לעת נשמעת ביקורת על תוכנן של התגובות ועל דרך ניסוחן. אם לומר את המעט, הרי שבתרבות המקומית לא תמיד שולטים בז'אנר זה – הלשון הצחה, הניסוח הרהוט והמסרים המעודנים. חלק ניכר מהפרסומים נושא במקומותינו אופי וולגרי ובוטה, וישנו פער בולט בין הנחרצות של הדעות המבוטאות לבין התשתית התומכת בהן. כל אלה משפיעים ללא ספק גם על הערך והמשקל שניתן לייחס לרבים מפרסומי ה-instant המופיעים באינטרנט חדשות לבקרים. אולם בכל אלה אין כדי לשמוט את הערך החוקתי העומד ביסוד השיח הזה. עצם העובדה שיש מבין התגובות שטעמן





בית משפט השלום באשקלון

ת"א 19-01-57339-01 ימין נ' מצליח

1 רע וניסוחן עילג בוודאי אינו מוציא אותן מתחולת הזכות החוקתית לחופש ביטוי
2 (ראו בג"צ 606/93 קידום יזמות ומו"לות (1981) נ' רשות השידור, פ"ד מח(2) 1
3 (1993))."
4

5 20. בע"א 4534/02 רשת שוקן בע"מ נ' הרציקוביץ', פ"ד נח(3) 568 (2004) התווה כבוד הנשיא,
6 כתוארו אז, א' ברק דרך בת ארבעה שלבים בעת ברורה של תביעה בגין עוולת לשון הרע:
7 בשלב הראשון יש לבחון את המשמעות העולה מהביטוי ולברר אם יש בו כדי לגרום להשפלת
8 אדם פלוני בעיני האדם הסביר. יש לייחס לביטוי את המשמעות הסבירה של המילים לפי הקשרן
9 תוך התחשבות באופי הסוגה ובהתאם לתפיסות מקובלות של האדם הסביר. בשלב השני, יש
10 לברר האם מדובר בביטוי אשר החוק מטיל חבות בגינו. (במסגרת שלב זה יש ליתן הדעת אף
11 לזהות הנפגע, אם איש ציבור הוא, שמשקל זכותו לשם טוב אחר, או אדם פרטי). יוער כי אין
12 צורך להביא ראיות בדבר המשמעות שקורא ייחס לפרסום, אלא בית המשפט הוא שיקבע ממצא
13 בשאלה אם הדברים מהווים "לשון הרע" וככל שכך יקבע, הרי שיש לבחון בשלב השלישי אם
14 עומדת למפרסם אחת ההגנות המנויות בסעיפים 13-15 לחוק. ככל שלא נמצאו כאלו, יקבע בשלב
15 הרביעי הסעד המתאים [ראה עוד ע"א 723/74 הוצאת עיתון "הארץ" בע"מ נ' חברת החשמל
16 לישראל בע"מ, פ"ד לא(2) 218, 301 (1977); רע"א 7943/01 נור נ' יערי (16.10.2001). ע"א
17 8345/08 עו"ד בן נתן נ' בכרי, פסקה 2 לפסק דינו של כבי' השופט עמית (27.7.11)].
18 אבחן עתה את הנסיבות דכאן בהתאם לשלבים המובאים לעיל.
19

האם הביטויים מושא הפרסומים עולים כדי לשון הרע?

- 20
21 21. עוולת לשון הרע הנתונה בחוק כוללת שני יסודות: האחד – קיומו של פרסום (כהגדרתו בסעיף 2
22 לחוק), השני – היות דבר הפרסום משום לשון הרע (כהגדרתו בסעיף 1 לחוק).
23
24 22. בענייננו, אין מחלוקת שהפרסומים הרלוונטיים פורסמו על ידי הנתבעת בדף הפייסבוק של
25 המרכז המסחרי "גירון", שמידת חשיפתו, מן הסתם, אינה זניחה בהיותו דף המשרת ציבור של
26 קונים וקונים פוטנציאליים ומשכך, אין ספק כי ענין לנו ב"פרסום" כהגדרתו בחוק. המחלוקת
27 עניינה בשאלה האם הפרסום עולה כדי לשון הרע, במובנו של החוק.
28
29 23. המבחן לקיומו של הפרסום משום "לשון הרע" הוא מבחן אובייקטיבי כאמור. יש למעשה לבחון
30 איזו משמעות היה האדם הסביר מייחס לאותו פרסום. בע"א 723/74 הנ"ל מחדד בית המשפט
31 (בעמ' 300) כי המובן הטבעי והרגיל של המילים יש ויימצא במובן המילולי כפשוטו ויש ויימצא
32 במסקנות מבין השורות. את המובן הטבעי והרגיל של מילים יש לבחון על רקען הכללי בו הובאו
33 ובהקשר הדברים בו פורסמו.
34
35 24. הביטוי הספציפי לו מכוון התובע כפרסום המהווה "לשון הרע", הוא זה המציגו כרמאי ונוכל
36 בבחינת מי שמרמה לקוחות בדרך קבע.



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

- 1 סבורתני כי מלאכתו של בית המשפט אינה קשה מקום בו זהו הביטוי העומד לבחינה ואין מקום
2 להכביר מילים לגבי היותו במשמעותו הטבעית משום "לשון הרע" וזאת על בסיס החלופות
3 הנתונות בסעיף 1 לחוק, קרי: כמי שיש בו כדי להשפילו בעיני הבריות, לעשותו מטרה לשנאת
4 לקוחות פוטנציאליים ובכלל (ס"ק 1), וכדי לפגוע בעסקו, במשלח ידו ובמקצועו (ס"ק 3).
5
- 6 25. טענות הנתבעת בסיכומיה בניסיון למתן ולרכך את מובנם הטבעי של הביטויים האמורים, אם
7 מפאת הרקע להתערבותה ואם מפאת כוונותיה הסובייקטיביות, אין בו כדי להצדיק שינוי
8 במסקנה האמורה, שכן המבחן אובייקטיבי מכוון לאופן שבו האדם הרגיל היה מבין את
9 הפרסום. משעה שכך, לא הכוונה שמאחורי הפרסום היא הנבחנת, כי אם המסר עימו היא
10 מותירה את שומעו. "הכוונה יכול שתשפיע על הבחינות האחרות המתבקשות בחוק אך לא על
11 שאלת עצם קיומה של לשון הרע" (ראה ע"א 751/10 פלוני נ' ד"ר אילנה דיין - אורבך, פ"ד סה(3)
12 369 (2012) בפסקה 83).
13
- 14 למען הסדר הטוב יוזכר כי אין הכרח כי האדם יושפל או יבוזה בפועל ודי בכך שהפרסום היה
15 עלול להביא לתוצאה שכזו. (ראה רע"א 10520/03 הנ"ל בפסקה 6).
16
- 17 26. בהינתן המובא לעיל, מוצאת אני כי השלב הראשון והשני ע"פ המתווה הנ"ל נחצו - יש לקבוע כי
18 ענין לנו בפרסום המהווה "לשון הרע" ולעבור לשלב השלישי על פי המתווה הנ"ל.
19
- 20 **האם עומדות לנתבעת מי מההגנות המנויות בחוק?**
- 21 הגנת "אמת הפרסום" (או ככינויה - אמת דיברתי)
- 22 27. הנתבעת טוענת כי הביטוי הפוגע הנדון מוגן מכח סעיף 14 לחוק, בהיותו משום פרסום אמת.
23 לשיטתה, קיים אף אינטרס ציבורי בפרסום, שכן נועד הוא להזהיר את ציבור הצרכנים מפני
24 התנהגותו הרמאית, החוזרת ונשנית, של התובע.
25
- 26 28. ההגנה הקבועה בסעיף 14 לחוק כוללת שני יסודות. **האחד** - היות הפרסום אמת, **השני** - קיומו
27 של עניין ציבורי בפרסום. יסודות אלו הם מצטברים ואין ההגנה חלה אלא בהתקיים שניהם
28
- 29 נטל ההוכחה רובץ לפתחו של הטוען לקיומה של הגנה זו (ע"א 723/74 הנ"ל, בעמ' 299) ובכל
30 הנוגע לרף ההוכחה הנדרש, הרי שהוא הרף הנדרש בכל הליך אזרחי - נטיית מאזן ההסתברויות
31 ובכל זאת, כשמדובר בהגנת "אמת דיברתי", עשוי המפרסם להידרש להביא כמות הוכחה
32 שמידתה תעמוד ביחס מתאים לרצינות תוכן הדיבה (ראה ע"א 670/79 הוצאת עתון הארץ בע"מ
33 ואח' נ' מזרחי, פ"ד מא(2) 169 בעמ' 186 וההתייחסות לו בעמ' 857 בע"א 3199/93 יוסף קראוס
34 נ' ידיעות אחרונות בע"מ, מט(2) 843).
35



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 19-01-57339-19 ימין נ' מצליח

- 1 כיצד תבחן אמיתות הפרסום? זו נבחנת במבחן אובייקטיבי בהתאם למציאות האובייקטיבית
2 המוכחת בראיות. אין כל חשיבות למניעיו של המפרסם, אך הגנה זו לא תחול על פרסום שגוי,
3 אף אם המפרסם פעל בתום לב והאמין בכנות באמיתות הפרסום. יתרה מכך, ההגנה לא תחול
4 גם כאשר טעותו של המפרסם היתה סבירה והוא כלל לא התרשל. הקפדה זו עם המפרסם
5 מתמתנת במידת מה באמצעות הוראת סעיף 19(2) לחוק המאפשרת להתחשב בשלב פסיקת
6 הפיצויים בכך שהמפרסם היה משוכנע באמיתות הפרסום (ראה א. שנהר, **דיני לשון הרע**, נבו
7 הוצאה לאור (1997) בעמ' 216).
- 8
9 ומה באשר לתחולת הגנה זו מקום בו הפרסום מנוסח בדרך של הבעת דעה? להבעת דעה גרידא
10 קיימת הגנה נפרדת בסעיף 15 לחוק, אולם לזו ייאלץ המפרסם להזדקק רק מקום בו לא
11 מתקיימים יסודותיה של הגנת "אמת דיברתי". זו האחרונה עשויה אמנם להיות טובה לגבי
12 פרסום המנוסח כהבעת דעה אולם זאת רק עת עניין לנו בהבעת דעה בעניינים עובדתיים
13 הניתנים לאימות (ראה א. שנהר, **הני"ל**, בעמ' 220).
- 14
15 בענייננו אנו, ניתן אמנם לומר כי הפרסומים נוסחו במידה מסויימת כהבעת דעה מצד הנתבעת
16 על התובע כתוצאה מחוויה צרכנית שלילית שחוותה היא בעת רכישת מוצר מעסקו שבקניון
17 גירון. הנתבעת טוענת למעשה כי היא עצמה רומתה ע"י התובע תוך שהיא אף טורחת לציין כי
18 הגישה תביעה וזכתה בזו וכל זאת ללא פרטים עובדתיים.
- 19 אלא שהפרסומים לא מתמקדים בחוויתה האישית של הנתבעת כי אם מייחסים לתובע דפוס
20 התנהגות לפיו נוהג הוא בנוכחות ומרמה את לקוחותיו ובלשונה: "**אדם נוכל שמרמה לקוחות**
21 **ואני ביניהם... ויש רבים כמוני... ואותו שוני ממשך לרמות**" (כך בפרסום הראשון). "**... שהבן**
22 **אדם מרמה לקוחות... לצערי הבן אדם ממשך לעשות זאת**" (כך בפרסום השני).
- 23 לשיטת הנתבעת, יש בעדויות מטעמה בכדי לתמוך בגרסתה כי הפרסום שפרסמה אמת הוא.
- 24
25 29. אקדים ואומר כי לאחר שמיעת העדויות ובחינת כלל הראיות שהובאו, לא מצאתי כי הפרסומים
26 דגן יכולים לחסות תחת הגנת "אמת דיברתי".
27 אפתח בבחינת חוויתה האישית של התובעת ואמשיך בהתייחסות לעדותם של הלקוחות שהובאו
28 מטעם הנתבעת ושלשיטתה, רומו ממש על ידי התובע.
- 29
30 30. **בכל הנוגע ל"חוויתה" האישית של הנתבעת** – אציין בתמצית כי בתצהירה מתארת הנתבעת
31 הזמנה של מוצר מזכרת ביום 25.11.15 לקראת יום הולדתו של אביה ואי הכנתו של זה למועד
32 המיועד כמובטח לה מחמת תקלה נטענת. הנתבעת מתארת את חילופי הדברים עם התובע
33 ועובדותיו, את הטרחתה להגיע בשנית ולבזבז זמן, ואת מורת רוחה ואי שביעות רצונה מהשרות
34 הצרכני ומהיחס לו זכתה ומהתובע בפרט. הנתבעת אף מתארת כי סולקה מדוכן העסק בקללות
35 ולאחר שהודיעה כי לא תזוז מהדוכן עד לקבלת החזר כספי (120 שקלים), הוזמן קב"ט הקניון
36 ע"י התובע על מנת לסלקה בטענה שהיא עושה פרובוקציות. הנתבעת מצאה עצמה "בוכיה, פגועה



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 19-01-57339 ימין נ' מצליח

- 1 ומרומה" ועזבה את המקום בלא כלום. תוך כדי התרחשות זו, פנתה לנתבעת בחורה ששמה נוי
2 איבגי ואמרה לה שכך התובע עושה לכולם, וכך אף עשה לה ולאחותה והיא אף נתנה בידה מספר
3 טלפון למקרה הצורך. הנתבעת אף צרפה מכתב ששלחה לה נוי ביום 18.4.16 בדוא"ל בו פרטה
4 את חוותיה שלה (נספח א'). ראוי לציין (והתובע מדגיש זאת כמחדל בסיכומיו) כי הנתבעת לא
5 עמדה לבסוף על הזמנתה של נוי להעיד, כך שסיפורה שלה נותר בגדר עדות שמיעה.
6
7 הנתבעת שחשה שרומתה, הגישה תביעה קטנה בבית משפט לתביעות קטנות באשקלון (ת"ק
8 1774-12-15). תחילה ניתן פסק דין בהעדר הגנה ולאחר ביטולו התייצבו הצדדים לדיון שנסתיים
9 בהסדר פשרה ובכל זאת, הנתבעת מפנה למספר נקודות שהעיבו על אמינות התובע בעיניה:
10 ראשית, לשיטתה, לא היה ממש בטענת התובע לפיה לא קיבל את כתב התביעה (הסברה מפורט
11 בסעיף 22 לתצהיר ואין צורך להכריע לגבי אמיתות מסקנותיה לצורך הליך זה).
12 שנית, התובע צרף לכתב הגנתו זיכוי כספי שניתן לנתבעת בשעתו, על ידו באופן אישי לשיטתו,
13 וטרם הגשת התביעה, אלא שהדבר לא התיישב עם מועד הזיכוי הנקוב בו ומשכך, הנתבעת טענה
14 כי הזיכוי פוברק לצורך ההליך.
15 שלישית, עובדת התובע שהובאה להעיד מטעמו לגבי ההתרחשויות, סרבה בסופו של דבר לעשות
16 כן תוך שהיא מתווכחת עימו מחוץ לאולם כי לא תסכים להעיד שקר.
17 לטענת הנתבעת, התפתחויות אלו הן שהובילו את התובע להתרצות ולקבל את המלצת בית
18 המשפט לסיים את ההליך בפשרה שכדי לגבות שיעורה נאלצה אף לפתוח בהליכי הוצאה לפועל
19 ולחוש עגמת נפש רבה (ראה נספחים ב' – ה' לתצהירה שנלקחו מההליך דאז).
20
21 31. התובע בתצהירו מתייחס בקצרה בלבד לחוותיה הנ"ל של הנתבעת ומציין כי נתגלעה בשעתו
22 מחלוקת בין הצדדים לגבי אספקתו של מוצר וכי זו נסתיימה בהסדר פשרה. הא ותו לא.
23 בחירתו של התובע לשתוק ולהימנע מהבאת עדים רלבנטיים כדוגמת העובדת שהיתה עדה
24 להתרחשויות, תמוהה. במצב דברים זה ומשעה שחקירתה הנגדית של הנתבעת לא היה בה כדי
25 להפריך את תיאורה האמור לגבי חוותיה האישית ולגבי נסיבות גיבושו של הסדר הפשרה הנ"ל,
26 מוצאת אני כי מסקנת הנתבעת לפיה היא עצמה רומתה מצד התובע, מסקנה סבירה והגיונית
27 היא במציאות המתוארת. הנתבעת מתארת למעשה מעבר למחלוקת כספית צרכנית ומעבר
28 לשירות צרכני לא ראוי. דבריה מכוונים למציאות בה התובע חתר להותיר בידו את כספה ללא
29 תמורה וללא הסבר ולניסיון לסלף את מציאות לא תקינה זו ע"י הצגת זיכוי שבפועל לא ניתן לה
30 כלל ובענין זה לא מצאתי מקום לפקפק באמינות הצהרת הנתבעת, שהותירה רושם חיובי בהיבט
31 זה, ונחה דעתי כי התנהלותו של התובע במישור הצרכני, ביחסו כלפיה ולצד התעלמותו
32 מזכויותיה, הם שהובילו אותה להגיש תביעתה לתיקון העוול והעלבון שחשה שנגרם לה.
33
34 32. עם זאת, ראוי לחדד ולציין כי בסופו של דבר תביעת הנתבעת נסתיימה בהסדר פשרה בהמלצת
35 בית המשפט ותוך שהנתבע עומד על כך שנהג כשורה, כך שאין בנמצא פסק דין הנושא הכרעה
36 פוזיטיבית במחלוקת שנתגלעה. מדובר בהסדר פשרה שמניעי בעל דין להסכים לו שונים





בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

- 1 ומגוונים, כך שכאשר הנתבעת ציינה בשני הפרסומים דגן כי תבעה וזכתה, הרי שאמירתה נכונה
2 אך לא מדוייקת לגמרי כאשר מבקשת היא להיבנות מפסק הדין לצורך המחשת הכרתו של בית
3 המשפט למעשה בצדקת טענותיה ובכל זאת, תאורה בהקשר זה יכול לחסות תחת הגנת "אמת
4 דיברתי" שכן די בכך שהמשמעות והתוכן הכללי שלהפרסום תואמים את המציאות ומשקלו של
5 חופש הביטוי מצדיק "שלא לדקדק בציציותיו של הפרסום הפוגע" (ראה א. שנהר, הנ"ל, בעמ'
6 221 והפסיקה הנזכרת שם).
- 7
- 8 33. דא עקא, תביעה זו מוגשת בסופו של דבר מפאת חריגתה של הנתבעת מחווייתה האישית וחתירתה
9 למעשה לתאור דפוס פעולה המגיע לכדי מרמה ומכאן חשיבות יתר העדויות לצורך הגנה זו.
10
- 11 34. העדה, ולריה נרסיה, מצהירה למעשה כי ביצעה הזמנה ספציפית (חולצה) שנמצא בהמשך שלא
12 ניתן לבצעה באופן מדוייק ומשכך עמדה היא על החזר כספי (80 שקלים) ולא נכונה היתה לקבל
13 מוצר חלופי שהוצע או זיכוי כספי, אלא שהתובע לא הסכים לכך וטען כי יש לקזז מההחזר על
14 הפסד זמנו. בסופו של דבר ולאחר שהעדה איימה בפרסום שלילי, ניתן לה זיכוי בן 100 שקלים.
15
- 16 ניתן להבין את אכזבת הצרכן ואי שביעות רצונו שעה שהעסקה לה חתרו הצדדים אינה מתממשת
17 ושלא באשמתו שלו, אולם סבורתני כי בסופו של דבר, אין בפנינו מעבר למחלוקת צרכנית
18 שגרתית לגבי טענותיו וזכויותיו של העוסק מצד אחד ושל הצרכן מצד שני, שסיומו ואף זאת
19 כחלק משגרה מוכרת, בסוג של פשרה שנועדה להניח דעתו של הצרכן ע"י מתן זיכוי העולה על
20 הסך ששולם בפועל. יוזכר כי עמידה דווקנית על קיום עסקה ללא נכונות לקבל חלופה דומה,
21 עלולה להימצא לעיתים כהתנהגות חסרת תום לב ואינני מוצאת צורך להכריע אם זהו המצב.
22 האם יש בכך כדי להעיד על מרמה או נוכלות מצד התובע במובנם ועוצמתם השיגרתית? סבורתני
23 כי יש הכרח להשיב בשלילה על שאלה זו, לרבות משיקולי מדיניות שיפוטית ראויה, שאם לא כן
24 רבים עד מאד הם התרחישים הצרכניים שייכנסו להגדרת מרמה חרף העובדה שלעוסק הסבר
25 סביר כזה או אחר לעמדתו וזאת במובחן ממצב למשל בו העוסק מתעלם לחלוטין מחובתו.
26 באותה מידה, העוסק לא יכול כענין של מה בכך לסווג את הצרכן כ"סחטן באיומים" אך מפאת
27 שהצרכן שהיה לו הסבר לעמדתו, הצליח לשכנעו ליתן לו זיכוי העולה על הסך ששולם בפועל.
28
- 29 העדה, אליאן מרגולין, תיארה אף היא חווית רכישה מעסקו של התובע. תמצית גרסתה היא כי
30 הזמינה עבודת דפוס על חמישה תיקים, אלא שבמועד המיועד לקבלתם כל ניסיונותיה של
31 העובדת וגם של התובע עצמו שהוזעק לסייע עלו בתוהו וכל ניסיון כזה הביא לשריפת התיק.
32 בשלב זה ביקשה אליאן לבטל את העסקה ולקבל את כספה חזרה ובתגובה, השיב התובע כי אינו
33 מוכן לעשות זאת מאחר שנשרפו תיקים רבים ומשכך הציע הוא לפצותה בדרך של קבלת זיכוי.
34 אליאן סירבה ואז הגיעו הצדדים לכדי וויכוח שבמהלכו, הגיע אביה והתעמת עם התובע. אירוע
35 זה פורסם על ידי ב"פוסט" שפרסמה בפייסבוק ביום 3.9.17, אשר גרר "לייקים" ותגובות רבות.
36 בסופו של יום נראה כי הגיעו הצדדים לכדי הסכמה שעה שאליאן נקראה לחזור למחרת על מנת



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

- 1 לקבל את הזמנתה שצלחה. לדבריה, היא הסירה את ה"פוסט" לבקשת התובע, הגיעה לדוכן
2 וקיבלה את התיקים, אלא שבנקודת זמן זו, התובע הגיע לדוכן וחטף אותם מידיה תוך שהוא
3 אומר כי לא תקבלם עד אשר תחתום על מסמך בו נכתב כי המוצרים שקיבלה הם לשביעות רצונה
4 ומשכך היא מתחייבת לא להתלונן ו/או לפרסם "פוסט" בעניין. אליאן תיארה כי בסיטואציה זו
5 הרגישה היא חוסר אונים, אי נעימות והכרח לתתום על אותו טופס לשם קבלת התיקים. עם זאת
6 ועדיין, בהגינותה, אישרה אליאן כי היא יכולה להבין את חששו של התובע שמא תפרסם "פוסט"
7 נוסף נגדו על אף שקיבלה את התיקים לשביעות רצונה והוסיפה כי מדובר בחשש לגיטימי
8 ובבקשה הגיונית מצידו במצב הדברים שנוצר ובכל זאת – לא היתה חותמת על המסמך אלמלא
9 לקח התובע את התיקים מידיה (עמ' 24 שורה 24 - עמ' 25 שורה 4).
- 10 ניתן לומר כי בסיכומו של דבר העדה מאשרת (מספר פעמים) כי קיבלה את מה שרצתה, אלא
11 שמבחינתה השירות לא היה נעים, כך שאין בכוונתה לחזור לבית עסק זה.
12
- 13 אף לגבי מקרה נקודתי זה, אין לי אלא לחזור על שהערתי לגבי עניינה של ולריה. אין משמעות
14 הדבר שאין מקום לביקורת על התנהלותו של התובע כעוסק ולתמיהה על חווית השירות שהוא
15 בוחר להותיר בידי הצרכן, אולם הכתרת הנסיבות כמרמה/ נוכלות אינה במקומה.
16
- 17 35. העדה, **לירון טנג'י**, עבדה בשנת 2017 בדוכן הממוקם מול עסקו של התובע. לגרסתה בתצהיר,
18 היתה עדה למקרים רבים בהם התובע התנהג בזלזול ובחוסר הגינות כלפי לקוחותיו. מספר
19 פעמים היתה עדה למקרים בהם התובע ניבל את פיו ודיבר באופן בוטה עד למצבים בהם יצאו
20 לקוחות בוכים וזאת כמענה לטענות של לקוחות ובפרט עת דרשו חזרה את כספם.
21
- 22 חקירתה הנגדית של לירון העלתה כי אין היא יודעת לומר מיהם אותם אנשים (תשובה הגיונית
23 ככל שאינם מוכרים לה אישית). היא עצמה מעולם לא התערבה והתעניינה בפרטי המחלוקת
24 והנסיבות, אלא שיש ביקורת בפיה לגבי התנהלותו של התובע כעוסק כלפי לקוחותיו (עמ' 27
25 שורות 12-27). היא אף מציינת כי היו "**שאמרו שאתה מרמה**" (עמ' 27 שורה 11) ומאשרת כי לא
26 נתנה דעתה ככלל למתרחש בדוכן התובע, ודעתה הוסחה רק לגבי לקוחות שלא היו מרוצים וזאת
27 בשל הצעקות שנשמעו מהדוכן (עמ' 28 סיפא). לשאלת התובע האם יכולה היא לומר שעסקו
28 מרמה, השיבה כי "**...אני לא הייתי קונה בין אם העסק מרמה ובין אם לא**" (עמ' 29 שורה 16).
29
- 30 ניתן לסכם ולומר כי עדותה של לירון נושאת ידיעה והתרשמות אישית לגבי חווית שירות שלילית
31 של לקוחות מסויימים, תוך שבפיה ביקורת וסברות גרידא לגבי צדקתם (כמובע למשל בעמ' 29
32 שורות 4-5), אך לא מעבר לכך ובוודאי שלא כדי הצורך לבסס רמאות ונוכלות מצידו.
33
- 34 36. **אלעד קסנטיני**, חתן הנתבעת, תיאר מקרה משנת 2015 בו אחיו הקטן ובת דודו רכשו חולצות
35 מעסקו של התובע, אלא שבאחת נפלה טעות כתיב והגם שכך, התובע סירב להדפיס חולצה חדשה
36 או להחזיר כסף ואלעד חש מרומה משנאלץ לבצע הזמנה חדשה של חולצה ולשלם שוב.



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

- 1 תאורו זה של אלעד אין ספק כי הוא מתאר תגובה לא הגיונית מצד התובע ומשכך, התובע מצידו
2 הקשה עליו בחקירה הנגדית לגבי גרסתו וכך גם בית המשפט שלא נחה דעתו מתשובות העד
3 בעניין זה. לשאלת התובע מהו ההסבר שקיבל השיב העד באופן לאקוני "לא הסבירו, החלטה
4 של הסניף" (שורה 24 בעמ' 30). בית המשפט ניסה לברר עם העד האם נטען בפניו שהטעות
5 נעשתה באשמת הצרכן או בשל הודעה מאוחרת מצידו או מחמת סיבה אחרת. לא ניתן לומר כי
6 ניתנה תשובה מניחה את הדעת ובפרט שעה שעסקינן באדם בוגר שהגיע לסייע בידי ילדים
7 ומצופה כי ידרוש הסבר הגיוני וכך גם הוטח בפניו. (עמ' 32 שורות 19-5).
8 עדות זו, יש לציין, הותירה סימני שאלה שהקשו על קבלתה באופן המתואר.
9
10 37. **ניסים חדד** מסר עדות שכל שיש בה הוא למעשה הבעת אי שביעות רצון מהמוצר ומהשירות לו
11 זכה באופן חד פעמי מהתובע. הא ותו לא. במצב דברים זה לא ברור כלל מדוע הוטרח בית המשפט
12 לעדות זו ואין לצפות כלל כי זו תנותח בהרחבה.
13 לדידו, בניגוד למובטח, לא נתבקש אישורו טרם הדפסת תמונות מעוצבות שהזמין ואלו לא היו
14 לטעמו. התובע בחקירתו ביקש לברר עימו האם הוא ביקש פיצוי או תיקון המוצר והעד ענה כי
15 הוא לא צריך לבקש זאת, שכן הדבר אמור להיות מובן מאליו והוא מצידו לא אדם שיבוא ויבקש
16 זיכוי כרבים אחרים. כשנשאל האם שמע הוא על מקרים נוספים כדוגמת זה שלו, השיב בשלילה.
17
18 38. בכך מסתכמים למעשה עדויות הנתבעת לגבי המסד שעמד בפניה עת פרסמה את שני הפרסומים
19 דנן ואומר כי לא נחה דעתי כלל מהיותו של מסד זה מספיק לביסוסה של אמירה המייחסת לתובע
20 רמאות ונוכלות וכדפוס חוזר למעשה. העדים והמקרים המתוארים מעבר להזמנה האישית של
21 הנתבעת, מעוררים אמנם השגות וביקורת לגבי התנהלות התובע, מי יותר מי פחות, ויש בהם כדי
22 ללמד אף כי חלק מלקוחותיו לא היו מרוצים, אולם מציאות זו שהיא מנת חלקם של עסקים
23 שונים, במידה זו או אחרת, ושעליה יש להצטער, אינה מצביעה כשלעצמה על רמאות ונוכלות
24 כעוצמת משמעותם של ביטויים אלה. הלקוח, יש להניח, יבחר פשוט להדיר רגליו מבית עסק
25 שבו נתקל ביחס לא נאות או בעמידה דווקנית על שורת הדין מצד בעל העסק. אחזור ואדגיש כי
26 לא אחת לכל צד טענותיו שלו ובמידה המצדיקה לסווג את המקרה ב"תחום האפור".
27
28 מכל מקום, אף אם היתה הנתבעת מבקשת להיבנות ממקרה או שניים כדוגמת אלו שהובאו
29 וכתאורם בתצהירים, עדיין ושעה שמדובר בבית עסק הקיים מזה כ- 12 שנה, מוצאת אני כלא
30 מידתי וכלא מציאותי למעשה, תאור המייחס לתובע רמאות ונוכלות בנוסח המכוון לדפוס
31 פעולה. התובע מצידו הגיש תצהירים של מספר לקוחות שהביעו שביעות רצונם מבית העסק
32 ומטבע הדברים כאלו רבים קיימים וטוב עשה ב"כ הנתבעת משוויתר על חקירתם שאין בה צורך
33 למעשה ובכל זאת דבר קיומם של לקוחות כאלה חייב להילקח בחשבון. אסייג ואומר – אם עניין
34 היה לנו במעשי "עוקץ" ממש כמשמעותם המוכרת, הרי שהעובדה שקיימים אף לקוחות מרוצים,
35 לא היתה יכולה יכולה להזיקף לזכות התובע ולמנוע הכרתו כנוכל ורמאי.
36



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

1 בהקשר זה ראה למשל הסתייגותו של בית המשפט מעוצמת תאורו של הנתבע בביקורת צרכנית,
 2 לשיטתו, בת.א (ת"א) 20534-06-18 **ליאת נחום - קופלנד נ' מימון (מומי) פרץ** (31.12.19):
 3 **"אלא, שאפילו צדק הנתבע בתיאורו אשר התייחס לשינוי של מחירים, לאי-עמידה**
 4 **בזמני-הספקה ולחוסר-מקצועיות - ואינני קובע מסמרות - שום יסוד לא היה**
 5 **לשון שבחר הוא לנקוט בפרסומו. "גנבים", "רמאים" ו"נוכלים" לא כוונו לתיאור-**
 6 **מציאות. הם כוונו לגידוף ולהשמצה. בהיותם הביטויים החריפים ביותר ברשומה,**
 7 **ואיזה מהם אף חזר בה על עצמו, הקנו הם לרשומה זו את צביונה העיקרי. בעיני**
 8 **של קורא סביר היה בביטויים הללו להחשיד את תובעת 1 ואת בית-העסק שלה**
 9 **במעשה-רמאות וגזל אשר ברי כי לא היו מנת-חלקו של הנתבע.... הערך השלילי,**
 10 **הפוגעני והמיותר הזה לשלמותו של הביטוי, הוציא את פרסומו של הנתבע מגדרה**
 11 **של ביקורת צרכנית".**

12
 13 39. לא מצאתי מקום לניסיונה של הנתבעת בסיכומיה (סעיפים 10-11) לרכך את הביטויים הפוגעניים
 14 לצורך החלת הגנת "אמת הפרסום" באמצעות הטענה לפיה יש לקרוא את הביטויים האמורים
 15 שלא במובן הפלילי הטהור כי אם כמובנם ב"חלל האזרחי". הנתבעת אף מצטטת לצורך כך
 16 מדברי בית המשפט בתא"מ (ת"א) 13738-06-13 **פלונית נ' פלוני** (21.3.16) שם מבהיר הוא (לצורך
 17 הגנת אמת בפרסום בה אדון בהמשך) כי די בכך שעניין לנו ברמאות במובנה הרגיל, בדיבור
 18 היומיומי של האדם הסביר ואין צורך להמחישה כדי הרף הנדרש להגשת כתב אישום.

19
 20 סבורה אני כי עיון בפסק הדין האמור במלואו, יש בו דווקא כדי להקשות על התנהגות הנתבעת.
 21 בדומה לענייננו, אף שם נמצא כי הנתבע הרחיק לכת באופן פרסום סיפורו האישי מול התובעת
 22 ששימשה כעורכת הדין שלו. בענין זה קבע בית המשפט כי אם עו"ד מרמה לקוח באופן שבו
 23 רימתה התובעת את הנתבע, הרי שהלקוח רשאי לפרסם זאת ברשתות החברתיות, כמו גם לציין
 24 שזו "רימתה" אותו באותו מקרה וזאת בהיות הדבר צעד לגיטימי, בחסות חופש הביטוי, שיש בו
 25 כדי לעורר מודעות בנושאים צרכניים ואחרים, כדי לתקן עוולות וכדי להזהיר מפניהן. במובחן -
 26 הפרסום שנעשה תחת הכותרת "נוכלים" ולצד כותרת בלוג שנרשם על אדם שהינו לכאורה נוכל
 27 סדרתי שהורשע, היה בה כבר כדי להגדיש במידה מסוימת את הסאה ובענין זה מציין בית
 28 המשפט בסעיפים 59-62 דברים היפים אף לענייננו:

29 **"במילון אבן שושן "נוכל" מוגדר בין היתר כ"רמאי" ו"רמאי" מוגדר בין היתר**
 30 **כ"נוכל"**

31 **עם זאת, לדידי, במובנם של מילים בשפת הדיבור היומיומית, למילה "נוכל" ישנה**
 32 **קונוטציה שלילית יותר במידת מה מהמילה "רמאי". ...**

33 **העובדה שפלוני נתפס בקלקלתו פעם אחת, אינה הופכת אותו לנוכל וגם אינה מזכה**
 34 **אותו בתואר רמאי. אדם שמעך פעם אחת, גם אם במעשה שהיה מכוון ולא היה**
 35 **תוצאה של רשלנות, לא זכאי לכך שיציגו אותו ברבים כ"רמאי" או כ"נוכל", שמות**
 36 **תואר שמתייחסים לאדם שנוהג במרמה או בנוכלות באופן סדרתי.**



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

1 כאשר אדם מכונה כ"נוכל" או כ"רמאי" או כשמדביקים לו תווית כזו, מבלי שברור
2 באותה נשימה כי התווית נובעת ממעשה חד פעמי, המשמעות הרגילה של הדבר
3 בעיני הקורא והאדם הסביר, הנה כי מדובר באדם שתכונה זו טבועה באישיותו וכי
4 כך הוא נוהג בדרך כלל או ביותר ממקרה בודד".

5
6 40. למעלה מן הדרוש אציין כי מוצאת אני שהתנאי השני הקבוע בסעיף 14 לחוק, קרי – קיומו של
7 אינטרס ציבורי בפרסום – מתקיים באלו הנסיבות.

8 קיומו של אינטרס ציבורי הוא ענין לקביעת בית המשפט בכל מקרה וע"פ נסיבותיו ובכל זאת,
9 הפסיקה אימצה את "מבחן התועלת" הדורש כי יהא מדובר ב"עניין שיש לציבור תועלת
10 בידיעתו, אם לשם גיבוש דעתו בעניינים ציבוריים ואם לשם שיפור אורחות חיינו" (ראה א.
11 שנהר, הני"ל, בעמ' 228 והפסיקה הנזכרת שם).

12 פרסום בעמוד הפייסבוק המשמש את ציבור הצרכנים, לרבות אלו הפוטנציאליים באותו מרכז
13 מסחרי, יועיל למעשה לבחירתם אם לרכוש בבית העסק, אם לאו והוא הדין לגבי הפרסום בעמוד
14 המופנה למנכ"ל החולש על כלל העסקים בקניון והחותר, מטבע הדברים, להתנהלות סדירה
15 ומיקסום כמות הלקוחות והרכישות ואכן ניתנה תשובה לפרסום המציינת כי הדבר נתון בטיפול.
16

הגנת תום הלב

17
18 41. הנתבעת טענה לחילופין לתחולת ההגנה הקבועה בסעיף 15 לחוק, הקובע כי תהא זאת הגנה
19 טובה למפרסם הנתבע אם "עשה את הפרסום בתום לב" במי מהנסיבות המפורטות בו, אולם
20 בעוד שבכתב הגנתה נשענה הנתבעת על החלופות של ס"ק 2, 3 ו- 5, הרי שבסיכומיה זנחה את
21 ס"ק 5 (ובצדק) וכן את ס"ק 3 והפנתה לס"ק 2, 4 (שאינו רלבנטי כלל בהיותו נוגע לתפקידים
22 ציבוריים) ו- 8 ואצטט את אלו שאליהם אתייחס בהרחבה:
23

24 "(2) היחסים שבינו לבין האדם שאליו הופנה הפרסום הטילו עליו חובה חוקית, מוסרית או חברתית
25 לעשות אותו פרסום";

26 "(3) הפרסום נעשה לשם הגנה על ענין אישי כשר של הנאשם או הנתבע, של האדם שאליו הופנה
27 הפרסום או של מי שאותו אדם מעונין בו ענין אישי כשר";

28 "(8) הפרסום היה בהגשת תלונה על הנפגע בענין שבו האדם שאליו הוגשה התלונה ממונה על הנפגע,
29 מכוח דין או חוזה, או תלונה שהוגשה לרשות המוסמכת לקבל תלונות על הנפגע או לחקור בענין
30 המשמש נושא התלונה ואולם אין בהוראה זו כדי להקנות הגנה על פרסום אחר של התלונה, של דבר
31 הגשתה או של תכנה."

32
33 42. בענייננו, טוענת הנתבעת לתחולת ס"ק (2) משעה שחלה עליה חובה מוסרית וחברתית להתריע
34 מפני התנהגותו של התובע בפני צרכנים המגיעים למרכז המסחרי בו פועל עסקו ובנוסף, בפני
35 הנהלת המרכז המסחרי בו ממוקם העסק. כמו כן, לטענתה, עומדות להגנתה החלופות המצוינות
36 בס"ק (3) ו-(5) שעה שביקשה היא להגן על ענין אישי שלה, עת פנתה להלין על התנהגותו הנוכלת
37 של התובע בפני הרשות ה"אחראית עליו" – הנהלת המרכז המסחרי. לשיטתה, במסחר חופשי,



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

- 1 אחת מהרשויות המוסמכות לקבל תלונות על "סוחרים רמאים", היא המרכז בו מצוי בית העסק
2 ומשך פנתה היא להנהלת המרכז, באמצעות פרסום בדף הפייסבוק שלה.
3
- 4 43. ההגנה הקבועה בסעיף 15 לחוק מחייבת שני תנאים מצטברים: **האחד**, תום ליבו של המפרסם.
5 **השני**, הפרסום נעשה באחת הנסיבות המפורטות בסעיפים הקטנים המנויים בסעיף (ראו ע"א
6 751/10 הנ"ל וכן בספרו של א. שנהר, **הנ"ל**, בעמ' 250).
- 7
8 נטל ההוכחה ביחס לקיומן של מי מטענות ההגנה ע"פ החלופות של סעיף 15, מוטל על הנתבע
9 המבקש לחסות תחתן ובכל זאת ובכל הנוגע למרכיב "תום הלב", יש מקום לאבחנה: מצד אחד,
10 הנתבע יכול ויסייע בחזקה בדבר קיומו של תום לב מכח סעיף 16(א) לחוק. מצד שני, התובע
11 יכול ויסייע בחזקה בדבר העדרו של תום לב מכח סעיף 16(ב) לחוק. הנטל לקיומה של חזקה זו
12 או אחרת רובץ לפתחו של הטוען לה [ראה ע"א 844/12 **דניאל מולקנדוב נ' שרה פרוש**
13 (22.2.2017) וכן א. שנהר, בספרו **הנ"ל** בעמ' 254-255].
- 14
15 44. עוד לעניין בחינת מרכיב תום הלב מחדד א. שנהר, בספרו **הנ"ל** בעמ' 260-261 כי מאפייניו
16 הקונקרטיים של תום הלב מתחלקים למאפיינים עובדתיים התנהגותיים, העוסקים בהתנהגות
17 המפרסם בטרם עשה את הפרסום ובמעשה הפרסום עצמו וכן למאפיינים הנוגעים למצבו הנפשי
18 של המפרסם בעת הפרסום, קרי – מניעיו ומידת אמונתו באמינות הפרסום. לדידו, יש להסתייע
19 באינדיקציות המפורטות בחלופות של סעיף 16 לחוק ומשך - מידת הסבירות שבפרסום, מידת
20 אמונתו של המפרסם באמיתותו, מידת הזהירות של המפרסם בבודקו את אמיתות הטענות
21 שבפרסום והכוונות שהניעו אותו, כולן רלבנטיות לבחינת תום ליבו של זה.
- 22 המחבר מציין כי בפסיקה לא הוכרעה השאלה האם אופיו של תום הלב הנדרש בחוק הוא
23 אובייקטיבי, סובייקטיבי או בעל אופי מעורב. מכל מקום, תום הלב הנדרש בכל אחת מהחלופות
24 בסעיף 15 יתבטא בדרישה לדרך התנהגות מסוימת ולמצב נפשי מסוים, אשר בהצטרפם לעשיית
25 הפרסום בנסיבות הנדרשות בחלופה - בהגנה הספציפית, יצדיקו את הפגיעה בנפגע, לאור
26 האינטרסים שלמענם נוצרה הגנה זו.
- 27
28 45. כפי העולה מעדותה של הנתבעת, המניע – ה"טריגר" לביצוע שני הפרסומים דנן **כשנתיים** לאחר
29 חוויתה האישית הנ"ל של הנתבעת עצמה מול התובע, היה "פוסט" שפרסמה העדה אליאן
30 מרגולין בדף הפייסבוק שלה, פרסום שקדמו לו פרסומים נוספים ברשת אודות התנהגותו של
31 התובע ולקוחות שנפגעו מכך (עמ' 36 בשורות 14-26).
- 32
33 46. טרם בחינת מרכיב תום הלב עצמו, אדרש לחלופות ההגנה מסעיף 15 שלהן מכוונת הנתבעת:
34 **ס"ק (2)** - הגנה זו יכול ותחול אף אם מתברר כי הפרסום כוזב ובלבד שנתקיימו ארבעה תנאים:
35 ראשית, קיימת חובת פרסום על המפרסם. שנית, החובה חלה כלפי כל מי שאליו הופנה הפרסום.
36 שלישית, בכל הנוגע לתוכן הפרסום, יש להראות כי החובה נוגעת לפרסום ספציפי זה. רביעית,
37 פרסום בתום לב.



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

1 שאלת קיומה של חובה ממש (במובחן מאפשרות או רשות) אינה פשוטה. בת.א (ת"א) 2430/58
2 שכון עובדים בע"מ נ' הוצאת עתון "הארץ" בע"מ ואח', פ"ד כג 151 בעמ' 162 מגדיר בית המשפט
3 חובה זו כדלקמן: "מכאן נובע שחובה לפרסם אין פירושה חובה המוטלת בתקף חק כל שהוא
4 אלא חובה שתהא מוכרת על ידי היישוב הישראלי בעל רמת הבנה רגילה וביסוס מוסרי".

5
6 בע"א 213/69 חברת החשמל לישראל בע"מ ויעקב פלד נ' עתון הארץ בע"מ, ו-3 אח', פ"ד כג 87
7 בעמ' 93 בדונו בטיבה של אותה חובה (שם – לגבי עיתון) קובע בית המשפט כי: "כולם חבים,
8 למשל, חובה להזהיר את הציבור בפני רמאי... הן לגבי הרמאי והן לגבי הסחטן ניתן לומר
9 שעלולים הם לפגוע בבני אדם בתור יחידים".

10
11 א. שנהר, בספרו הנ"ל בעמ' 283-284 סבור כי חובה כאמור תחול "במקרים שבהם האינטרס
12 החברתי בכך שאדם ימסור לזולתו מידע מהסוג שבגיניו הוגשה התביעה הינו חשוב כל כך, עד
13 שיהיה זה מוצדק לפרסם את הדברים למרות לשון הרע שבהם גם אם יתברר בדיעבד שתוכן
14 הפרסום אינו אמת". המחבר מוסיף כי המקרים המובהקים בהם הכירה הפסיקה הם כאלו
15 שבהם הפרסום היה נחוץ לשם אזהרה מפני פגיעה בחיי אדם, בבריאותו או ברכושו של אדם.

16
17 בבואי ליישם את הדברים בענייננו, מוצאת אני כי קיום מרכיב החובה, אף אם אינו מובהק, הרי
18 שאפשרי הוא כחובה חברתית או מוסרית ובפרט שעה שהנתבעת צימצמה פרסומים אלה לדף
19 הפייסבוק של אותו מרכז מסחרי (והנהלתו), דף שנועד לשרת את ציבור הצרכנים (ואת מנהל
20 המרכז), ובעוד היא מוצאת חובה להתריע מפני התנהגותו הצרכנית של התובע, קרי – להגן על
21 רכושו של אותו ציבור.

22 ובכל זאת, אינני מוצאת הכרח להכריע לגבי מרכיב החובה, שכן אף אם הוא מתקיים, מוצאת
23 אני קושי בתוכן הפרסום, קרי – בהיותו חורג מהנדרש לשם ביצוע חובה זו. הנוסח בו נקטה
24 הנתבעת אינו משום הפניה גרידא למקרים אחרים של צרכנים שהלינו או יצאו במפח נפש, כי אם
25 כזה המתאר את התובע באופן משמיץ תוך "תרגום" הארועים לכדי מרמה ונוכלות שעוצמתם
26 ומשמעותם השלילית ברורה ומובהקת (וראה לעיל התייחסותי לגבי משמעות הארועים שהוצגו).
27 יתרה מכך, קיים קושי לגבי מרכיב תום הלב הנדרש שכן לא ידוע על אמצעים סבירים שננקטו
28 מצד הנתבעת על מנת לבחון את נכונות התאור החד והחמור בו בחרה, כך לפחות לגבי חלק
29 מהארועים עליהם נסמכה. היה על הנתבעת להביא בחשבון אפשרות כי מדובר במחלוקת צרכנית
30 לגיטימית (כמשתקף מהעדויות בפועל, לעיתים יותר ולעיתים פחות) ולא בכזו המגיעה לכדי
31 רמאות כמשמעותה. משכך, הגנה זו נדחית.

32
33 **ס"ק (3)** – חרף זניחתו אתיחס בקצרה להגנה זו ואומר כי אף לזו ארבעה תנאים מצטברים:
34 ראשית, הפרסום מגן על אינטרס כשר של הנתבע או של צד שלישי שאליו הופנה הפרסום או של
35 צד שלישי שהאדם שאליו הופנה הפרסום מעוניין בו עניין אישי כשר. שנית, תוכן הפרסום נועד



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

1 להגן על אותו עניין. שלישית, הפרסום הופנה רק לאנשים מסוימים שזהותם מתחייבת מהסעיף
2 ורביעית - הפרסום נעשה בתום לב. (ראה א. שנהר, בספרו הנ"ל בעמ' 299-294).

3
4 במובן מסויים הגנה זו קלה יותר להחלה בענייננו שכן אינה דורשת קיומה של "חובה" מצד
5 המפרסם וניתן לומר כי הנתבעת חתרה להגנה על אינטרס לגיטימי של צרכנים פוטנציאליים
6 ושל הנהלת המרכז המסחרי ובכל זאת, הקוש הקיים ביישום ההגנה מושא ס"ק (2) כאמור,
7 רלבנטי אף כאן ולפיכך הגנה זו ממילא דינה דחייה אף היא.

8
9 **ס"ק (8) - פרסום של דעה, במובחן מפרסום עובדות, משקף הליך מחשבתי סובייקטיבי ועליה**
10 **להיות מנוסחת כדעה. פרסום יוגדר כהבעת דעה, אם יהיה כזה שהאדם הסביר יבין את האמור**
11 **בו כדעתו של הכותב ולא כהצגת עובדות מציאו. שאדם הנשען על הבעת דעה בתום לב חייב להביא**
12 **לידיעת הקורא את התשתית העובדתית עליה נסמך וכך יוכל הקורא לשפוט בעצמו ואולי להסיק**
13 **אחרת. אי לכך, אם פרסום כולל טענה משמיצה המנוסחת כדעה מבלי לציין את העובדות**
14 **שבבסיסה, אזי יש להתייחס לדעה כאל קביעת עובדה והגנה זו לא תחול.**

15 קיים תנאי נוסף להחלת ההגנה והוא נוגע ליחס שבין הבעת הדעה לבין העובדות שעליהן היא
16 מסתמכת. ההגנה תחול רק כאשר הדעה המובעת היא כזו שניתן היה להסיק אותה באופן סביר
17 מעובדות האמת. דוגמא שלילית היא כינויו של פלוני כ"שוודד" ו"גנב" משום שאיחר ביום אחד
18 בתשלום חוב. עם זאת, אין משמעות הדבר כי הבעת הדעה לא יכולה להיעשות בנוסח תקיף.
19 המבחן המחייב כיום הוא **"שאדם סביר יכול היה להסיק את המסקנה שהיתה בגדר לשון הרע**
20 **מן העובדות שצינו".**

21 כמו כן נתונה דרישת תום הלב המהווה תנאי עצמאי ונפרד. כוונת המפרסם בפרסמו את הבעת
22 הדעה מלמדת על תום לבו, אך אין די בהעדר כוונת זדון. עשיית מאמצים לבדיקה מוקדמת של
23 אמיתות המסקנות תלמד על קיומו של תום לב. אף בבחינת תום הלב שיקול חשוב הוא מידת
24 הסבירות של מסקנת הפרסום.

25 במסגרת בדיקת סבירותה של הבעת הדעה ייבדק גם סגנונה, הדרך שבה נוסחה והשימוש שנעשה
26 במסגרתה בלשון גסה ובוטה. (לכל המובא ראה א. שנהר, בספרו הנ"ל בעמ' 322-307).

27
28 בענייננו, סבורתני כי שני הפרסומים אינם נושאים מסד עובדתי מספיק שיהא בו כדי לאפשר
29 לקורא להתרשם עצמאית לגבי המסקנה הנחרצת והבוטה בסגנונה בדבר היותו של התובע משום
30 "אדם נוכח שמרמה לקוחות... ממשיך לרמות את לקוחות הקניון"; "אדם מרמה לקוחות אף הגשתי תביעה בבית
31 משפט והבאתי לך את זכייתי בתביעה כהוכחה. לצערי הבן אדם ממשיך לעשות זאת (הפייסבוק מוצף
32 בתלונות)" (בפרסום ראשון ובשני בהתאמה).

33 ניתן לומר כי הנתבעת מצד אחד מכוונת למסקנה – דעה לגבי דפוס פעולה החורג מעניינה האישי
34 ומצד שני, נסמכת בפועל על עניינה שלה בלבד שהוא שנשא נסיבות המאפיינות מרמה, במובחן
35 מעניינם של האחרים, שגם לא פורט ולא במקצת. הפניה נעשתה אמנם לתלונות, אולם לא מעבר
36 לכך ורק בפרסום השני. כך או כך, אין סבירות, מידתיות בין העובדות למסקנה ולכך משנה תוקף





בית משפט השלום באשקלון

ת"א 19-01-57339 ימין נ' מצליח

1 שעה שהמסד המשמעותי המוכר כראוי לתובעת, מקורו אך בעניינה שלה שפרטיו ידועים לה
2 בלבד ואינם מנת חלקם של הקוראים.

3
4 47. אסכם ואומר כי אף אם לזכותה של הנתבעת ייאמר כי אכן לא הזדרזה להשמיץ בפומבי את
5 התובע בתום עניינה האישי מולו, ואף אם על כך אוסיף כי ניכר עניינה הכן באזהרת ציבור
6 הצרכנים הפוטנציאליים בהמשך, עדיין, נראה כי הפריזה היא בבחירת מילותיה וסגנון ביטוייה
7 ולו מטעם זה לא היה מקום להחלת חזקת תום הלב הנתונה בסעיף 16(א) לחוק.
8 אשר על כן, אני קובעת כי הפרסום לא נהנה מההגנה הקבועה בסעיף 15 לחוק.

9
10 48. סיכומי של דבר – משקבעתי כי לא עומדות לנתבעת ההגנות להן היא טענה, מוצאת אני כי
11 הפרסום עולה כדי לשון הרע אסור ועל המפרסם - הנתבעת, לפצות את התובע בגינו.

הסעד ופסיקת הפיצויים

12
13
14 49. סעיף 7 לחוק קובע כי פרסום לשון הרע הינו עוולה אזרחית ויחולו עליו, בין השאר, מהוראות
15 פקודת הניזקין שבכללן פסיקת פיצויים לנפגע (סעיפים 71 ו-76 לפקודה), כמו גם הגדרת אובדן
16 או חוסר בשם טוב כנזק (סעיף 2 לפקודה).
17 סעיף 7א(ב) לחוק קובע כי בית המשפט רשאי לפסוק פיצוי בסך שלא יעלה על 50,000 ₪ בשל
18 עוולה אזרחית ללא הוכחת נזק (סכום זה צמוד למדד המחירים לצרכן). הטעם להוראה
19 סטטוטורית זו הוא קיומה של חזקה לפיה הפרסום גרם לנזק.

20
21 50. ברע"א 4740/00 אמר נ' יוסף, פ"ד נה(5) 510התייחס בית המשפט לתכליות הפיצויים הנפסקים
22 ולקושי בהערכת נזקים שאינם רכושיים או נזקי גוף בצינו:

23 **"הפיצוי התרופתי בגין לשון הרע נועד להשיג שלושה יעדים: לעודד (consolation)**
24 **את רוחו של הניזוק שנפגעה בגין לשון הרע; לתקן (repair) את הנזק לשמו הטוב;**
25 **למרק (to vindicate) את זכותו לשם הטוב שנפגעה בגין לשון הרע (ראו גטלי, שם,**
26 **בעמ' 201). לשם השגתן של מטרות תרופתיות אלה אין להסתפק בפיצוי סמלי, אך**
27 **גם אין להטיל פיצויים העולים על שיעור הנזק שנגרם. הפיצוי התרופתי לא נועד**
28 **אך להצהיר על הפגיעה. הוא גם לא נועד להעשיר את הנפגע. הפיצוי התרופתי נועד**
29 **להעניק פיצוי מלא על הנזק שנגרם – לא פחות ולא יותר...**

30 **בפסיקת פיצויים בגין לשון הרע יתחשב בית-המשפט, בין היתר, בהיקף הפגיעה,**
31 **במעמדו של הניזוק בקהילתו, בהשפלה שסבל, בכאב ובסבל שהיו מנת חלקו**
32 **ובתוצאות הצפויות מכל אלה בעתיד. הבחינה היא אינדיווידואלית. אין לקבוע**
33 **'תעריפים'. בכל מקרה יש להתחשב בטיב הפרסום, בהיקפו, באמינותו, במידת**
34 **פגיעתו ובהתנהגות הצדדים. אכן, התנהגותו של הניזוק לפני פרסום ולאחריו עשויה**
35 **להוות אמצעי שבעזרתו ניתן לעמוד על נזקו. בדומה, התנהגותו של המזיק אף היא**
36 **עשויה להשפיע על שיעור הנזק והערכתו. כך, למשל, התנצלות על דברי לשון הרע**



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

1 עשויה להקטין את הנזק שהם גרמו ובכך להשפיע על שיעור הפיצויים (ראו סעיף
 2 19 לחוק). חומרת הפגיעה ברגשותיו של הניזוק ובשמו הטוב נמדדת לעתים בחומרת
 3 מעשיו וביטוייו של המזיק. ודוק, אין בכך פיצוי עונשי. זהו נזק מוגבר המביא לפיצוי
 4 מוגבר בשל התנהגות המזיק. כך, למשל, מזיק היודע כי דבריו אינם אמת והעושה
 5 כל מאמץ בבית-המשפט להוכיח את אמיתותם, עשוי לגרום להגברת נזקו של
 6 הניזוק ובכך להגביר את הפיצוי שלו הוא יהיה זכאי..."

7
 8 51. התובע לא הצביע אמנם על נזק כלכלי שנגרם לו, אך טען כי נגרם לו נזק הן מול הנהלת המרכז
 9 המסחרי והן מול לקוחות. לשיטתו, בעקבות הפרסום, הנהלת המרכז התנהלה מולו בזירות תוך
 10 שהקשתה עליו בכל מיני סיטואציות ובין היתר, לא נתנה לו "מיקומים פרימיים". באשר
 11 ללקוחות טען הוא כי בהינתן מספר העוקבים הגדול אחרי דף הפייסבוק בו פורסם הפרסום, היה
 12 מקבל הוא על בסיס שבועי, צילומי מסך של הפרסום תוך ניסיון של הפונה לברר מה עומד
 13 מאחורי הפרסום ומיהו אותו מפרסם (עמ' 19 בשורות 15-22), אולם טענה זו לא הומחשה.

14
 15 52. ההיבט ההרתעתי מחייב בענייננו אנו שלא להקל ראש בקלות בה נוקטים צרכנים לא אחת להביע
 16 חוויותיהם ודעותיהם תוך שהם מנצלים את זמינות הפרסום ותפוצתו ובעודם ערים ליכולתו
 17 לעורר לא מעט תגובות שאף מעצימות את ההשמצה מצידם הם.
 18 יתרה מכך, לצורך הקלה בפסיקת הפיצוי, יכול בית המשפט להתחשב בהתנצלות המפרסם (סעיף
 19 19(4) לחוק), אלא שהנתבעת סרבה להתנצל עת נעשתה פניה מצד התובע עובר להגשת תביעתו
 20 (ואף שבה וחזרה על ביטוייה הפוגעניים אף בחקירתה הנגדית).

21
 22 קהל היעד שנחשף ו/או עלול היה להיחשף לפרסום אינו זניח, כך לפחות לגבי הפרסום הראשון
 23 ובאשר לשני – אין ספק כי משמעותו רבה כאשר פרנסתו של התובע היתה, מן הסתם, תלויה אף
 24 בגישת הנהלה כלפיו. עובדת היותו של התובע עורך דין כיום, מעצימה אף יותר את הפגיעה
 25 בשמו הטוב בהינתן רף היושר המצופה מבעל עיסוק זה ועל כך אין צורך להכביר מילים.

26
 27 עם זאת, בניגוד לטענת הנתבע, הנתבעת היתה אמנם נחושה בדעתה וברצונה להעמיד את התובע
 28 על טעויותיו כעוסק, אך אינני מוצאת מקום לייחס לה כוונה ממש לפגוע בו כמשמעותה לפי סעיף
 29 7א(ג) לחוק. נחישותה של הנתבעת לדבוק בביטויים הפוגעניים ולאחר נפגעים נוספים, אכן יש
 30 בהם כדי לעורר מחשבה (וראה הערת בית המשפט בת.א (ת"א) 20534-06-18 הני"ל לגבי חריגת
 31 הנתבע ממנהגו בעצם פנייתו לרשתות החברתיות כשיקול, נתון המתקיים בענייננו). ובכל זאת,
 32 הזמן הניכר שחלף מאז התעמתה הנתבעת עם התובע ועד לפרסום מצידה ועצם ביצועו של זה
 33 רק בעקבות פרסומים אחרים, יש בהם כדי ללמד כי לא לפגיעה בתובע חתרה הנתבעת. פגיעה זו
 34 היא תוצר לוואי, אך הכוונה העיקרית היתה להתריע בפני צרכנים אחרים כאזרח ישר שאינו
 35 מתעלם מהנחזה כעולל בעיניו ובלשונה: "יש לי חובה כאזרחית במדינה הזו ששוחרות צדק,
 36 בחרתי לשרת ציבור, יש לי חובה להזהיר את הציבור מאנשים כמוך". (עמ' 38 שורות 20-21).



בית משפט השלום באשקלון

ת"א 57339-01-19 ימין נ' מצליח

1 זאת ועוד ולקולא, יש להביא בחשבון שהתנהגות התובע מול הנתבעת בעניינה שלה הקרין על
 2 אמינותו בעיניה. ראוי עוד לציין כי לא ניתן לומר כי הפרסומים דנן, שהם כאחד כמעט, עוררו גל
 3 תגובות ניכר ובסופו של דבר פוטנציאל הקוראים אמנם אינו זניח (כ – 15,000 קוראים לפי עדות
 4 התובע בעמ' 19 שורות 22-20), אך אינו חורג כמעט מצרכניו הפוטנציאליים של המרכז המסחרי.
 5 יתרה מכך, הפיצוי הסטטוטורי הוא בבחינת המקסימום, קרי, אף למקרים החמורים בעוצמת
 6 ההשמצה ובהיקף הפרסום שיכול וייעשה באמצעי תקשורת כתכנית טלוויזיה או עיתון יומי
 7 שתפוצתם רבה. מכאן יש לגזור ובאופן מידתי את סכום הפיצויים למקרים "פשוטים" יותר.

8
 9 על כל זאת אוסיף כי שיקולי החוק ברורים וחשובים ואין צורך להכביר מילים, אולם החוק לא
 10 נועד להעשיר את הנפגע ואין לעודד תביעות לא הכרחיות ע"י פסיקת פיצויים בשיעור לא מידתי.
 11 לא ניתן שלא לציין ולו במאמר מוסגר, ובפרט על רקע חשיבותו של הזמן השיפוטי כמשאב ציבורי
 12 מוגבל, כי בתביעות כגון דא נדרשת לא אחת לצורך ברור הטענות, טרחה רבה מצד הצדדים ובית
 13 המשפט והדברים מגיעים לכדי תהייה אם "הצר שווה בנזק המלך".
 14 יש לחתור לכך שחוק זה ישמש ליעדיו וכי בתי המשפט אכן יוכלו ליתן סעד הולם בידי הנפגעים
 15 הראויים לכך. ריבוי תביעות דווקניות שאינן הכרחיות, יחטיא את מטרת החוק. מטעם זה, בין
 16 השאר, נמנעת אנוכי מלפרט ולהתייחס לשלל דקויות ופלפולים לא הכרחיים בטיעוני הצדדים.

17
 18 53. לאחר בחינת מכלול השיקולים הרלוונטיים, לזכות ולחובה, אני קובעת כדלקמן:

- 19 א. אני מחייבת את הנתבעת לשלם לתובע פיצויים בגין לשון הרע בסך כולל של 20,000 ₪.
- 20 ב. בהינתן התוצאה והיקף הברור הממושך ומנגד, העובדה שסכום התביעה נמצא מופרז, כמו
 21 גם העובדה שנתקבלו מקצת טענות הנתבעת, מצאתי מקום להסתפק בחיובה לשלם לתובע
 22 הוצאות משפט ושכר טרחת עו"ד בשיעור כולל של 6,000 שקלים בלבד.
- 23 ג. על הנתבעת לפעול למחיקת שני הפרסומים בתוך 30 ימים.
- 24 ד. לא מצאתי מקום לחייב את הנתבעת בפרסום התנצלות, ובפרט משעה שממילא עסקו של
 25 התובע באותו מרכז מסחרי אינו פעיל עוד, ובעוד נתון החיוב במחיקת הפרסומים.
 26 יש לזכור כי המגמה אינה לכפות דעה אחרת על המפרסם ולהעמידו במצב בו "פיו וליבו
 27 אינם שווים" [ראה ת"א (מחוזי ת"א) 32235-03-10 ארגון המורים בבתי הספר העל
 28 יסודיים, בסמינרים ובמכללות נ' עיתון "ישראל היום" (6.2.11)] - בסעיף 8 לפסק הדין.

זכות ערעור כחוק

31 ניתן היום, ט"ו סיוון תשפ"ג, 04 יוני 2023, בהעדר הצדדים.

אורית חדד, שופטת