

בית משפט השלום בנצרת

ת"א 33865-03-16 חמו נ' פוגרבנוי

תיק חיצוני:

לפני כבוד השופט אלעד טל

התובע:

טל חמו

(ע"י ב"ב עוה"ד י. ניזרי)

נגד

הנתבעת:

סבטלנה פוגרבנוי

(ע"י ב"ב עוה"ד א. אלימלך)

חקיקה שאוזכרה:

חוק איסור לשון הרע, תשכ"ה-1965: סע' 1, 1 (3), 2, 3, 7 (א), 7 (ג), 9 (א) (2), 14, 15, 15 (10), 15 (5), 15 (8), 16 (א), 16 (ב)

ספרות:

א' שנהר, דיני לשון הרע (תשנ"ז)

מיני-רציו:

* נקבע כי פוסט שפירסמה הנתבעת בדף הפייסבוק שלה, אודות פיצה שהזמינה, מהווה פרסום לשון הרע. בית המשפט חייב את הנתבעת לשלם לתובע סך של 15,000 ₪.

* נזיקין – עוולות – איסור לשון הרע

* נזיקין – עוולות – לשון הרע

* נזיקין – פיצויים – בגין פרסום לשון הרע

.

הנתבעת העלתה לדף הפייסבוק שלה פוסט, בו כתבה תלונות על פיצה שהזמינה. לטענת התובע, כתוצאה מהחשיפה הרחבה של הפוסט נגרם לו נזק מיידי, והכנסותיו ירדו באופן ניכר עד שנאלץ למכור את הפיצרייה.

.

בית המשפט פסק כלהלן:

למקרא הפרסום, ועיון במונחים בהם נעשה שימוש בפוסטים שפירסמה "ספוג בנוזלים ברמה לא אכילה, בצל עם הקליפה מלמעלה ולקינוח שצורה על הזיתים...#האיטלקיה #איכס..."; "והחצי עם הבולגרית עגבניה סחוט כאילו הכנסתי למים בעצער"; וכן "וזהאת פעם שניה השבוע שאני מתבאסת אז חוסכת

לעצמי את השלישית ולחבריי את הראשונה", ניתן ללמוד כי לשיטתה הסובייקטיבית של הכותבת, יש להימנע מלקנות בפיצרייה של התובע משום שהיא בלתי ראויה למאכל.

השימוש במונח "איכס" ו"בעעע" מהווים הבעת גועל ודחייה ומעצימים את לשון הרע שיש בדברים. הנאמר בפרסום עלול, על פי מבחן האדם הסביר, לפגוע במשלח ידו של התובע ובעסקו, ויש בו לשון הרע.

באשר לגובה הפיצוי – התובע לא הוכיח פגיעה במוניטין או ירידה בהכנסות המצדיקה את סכום הפיצוי הנתבע, והיה עליו להביא לשם כך ראיות ממשיות בדמות מחזור העסק או ראיות אובייקטיביות אחרות לגיבוי טענתו.

עם זאת, ניתן להניח כי נזק מסוים נגרם לתובע, הגם שיש קושי לאמוד אותו במדויק. יש לפסוק פיצוי על דרך האומדנה, אשר מאחר ולא הוכחה פגיעה בעסקו כתוצאה מהפרסום, תהא גלובאלית ומתונה. אשר על כן, יש לחייב את הנתבעת לשלם לתובע סך של 15,000 ₪.

פסק דין

לפני תביעה כספית בסך של 100,000 ₪, על-פי חוק איסור לשון הרע, תשכ"ה – 1965 (להלן: "חוק איסור לשון הרע").

1. התובע היה הבעלים, של מסעדה/פיצריה בשם "האיטלקיה", עסק שהקים במגדל העמק מספר חודשים לפני הגשת התביעה (להלן: "הפיצריה").
2. הנתבעת, עובדת בחברת חשמל כמוקדנית שרות לקוחות, הזמינה טלפונית ביום 7.2.16, בשעות הערב, פיצה עם מספר תוספות ביניהן עגבניה, בצל וזיתים, בעלות של 50 ₪, אותה לקחה בעצמה מהפיצריה.
3. על פי הנטען בכתב התביעה, בשעה 20:15 התקשרה הנתבעת לתובע והתלוננה על כך שהפיצה רטובה באזור בו יש עגבניה, ודרשה פיצה חדשה. התובע ענה לנתבעת כי תוספת של עגבניות מרטיבה באופן טבעי את הפיצה שכן הן מפרישות נוזלים, וביקש ממנה לבוא עם הפיצה לפיצריה, כשכוונתו היתה להכין עבורה פיצה חדשה או לזכותה בעלות הפיצה. הנתבעת בתגובה, שלחה לדף הפייסבוק של הפיצריה הודעה פרטית לפיה הפיצה רטובה לגמרי ולא אכילה, ולצידה תמונות של הפיצה. התובע בתשובתו, הביע את צערו תוך שציין, כי רק בצד בו היתה העגבניה הקרטון רטוב, זאת בשל המיצים של העגבניה. הנתבעת בתגובה, השיבה כי חבריה תמיד הזמינו בפיצריות אחרות, וכי המדובר בפעם האחרונה שהיא קנתה אצל התובע וסיימה במשפט: "לפחות החתולים יחנו".
4. לטענת התובע, מיד לאחר מכן, העלתה נתבעת פוסט לדף הפייסבוק שלה, בו תייגה את חבריה לפייסבוק ואת דף הפייסבוק העסקי של הפיצריה ואת התגיות: "האיטלקיה",

- "#איכס", כאשר בכך הוגדלה התפוצה של הפרסום. לטענת התובע, בפוסט שהעלתה הנתבעת היא הוסיפה תלונות חדשות אותן לא הזכירה כלל בשיחת הטלפון עם התובע ובהודעה האישית ששלחה לו, לפיהן היו על הפיצה גם בצל עם קליפה מלמעלה ושערה על הזיתים. הפוסט גרר תגובות רבות ולייקים רבים, מחבריה של הנתבעת ומחברי הדף העסקי של הפיצריה, חבריו של התובע ומי שתוייג ע"י הנתבעת בפוסט.
5. התובע טען, כי הנתבעת הוסיפה תלונות על מנת לנפח את הסיפור, כך חתיכות הבצל שהחזיקה הנתבעת בידה שונות מאלו שהיו על הפיצה, והוספו על ידי הנתבעת לצורך הצילום בפייסבוק והשערה על הזית שלא נזכרה בפנייתה הראשונה אליו.
6. הפוסט פורסם בקרב הלקוחות הקיימים וגם לקוחות פוטנציאליים, שאף הגיבו לפוסט וציינו כי לא יזמינו פיצה מהפיצריה של התובע.
7. לטענת התובע, כתוצאה מהחשיפה הרחבה של הפוסט של הנתבעת, נגרם לו נזק מיידי, והכנסותיו ירדו באופן ניכר עד שנאלץ למכור את הפיצריה לאחר, בהפסד כספי. מהפירסומים עולה בבירור כי הנתבעת פעלה במטרה לפגוע בתדמיתה של הפיצריה, בכוונה ובחוסר תו"ל, וכי לא עומדת לה הגנה מאלו המנויות בחוק.
8. הנתבעת אינה חולקת על הפרסום, אולם לטענתה, אין בו משום הרע על התובע. כן טענה, כי הפרסום לא כוון לפגוע בתובע. לטענת הנתבעת, היא פרסמה את הפוסט בדף הפייסבוק האישית שלה, ותייגה 8 חברים בלבד. בהמשך, לפוסט אותו העלתה, רשמה #האיטלקיה ו-#איכס, מבלי שציינה היכן מצויה המסעדה בשם זה, דבר שיש בו כדי להעיד שלא היתה לה כוונה לפגוע או להעליב, וכי מי שתייג את הדף העסקי, הינו חבר של התובע שאינו מוכר לה.
9. הנתבעת טענה, כי הלינה לגבי חתיכת הבצל שאינה ראויה למאכל כבר בהודעה הפרטית ששלחה לאתר הפיצריה, ואולם יכול להיות ששכחה לציין את עניין הזית עם השערה.
10. הפוסט שהעלתה גרר אך עשרות בודדות של לייקים ושלושה שיתופים של חבריה לפייסבוק, כאשר יתר התגובות היו של חבריו של התובע שיצאו להגנתו, וכי היא אך הגיבה להערות המגיבים.
11. הנתבעת העלתה טענות הגנה הנסמכות על ההגנות הקבועות בחוק כגון, כי עומדת לה הגנת האמת בפרסום לפי [סעיף 14 לחוק](#), וכן הגנת תום הלב לפי [סעיף 15 לחוק](#). הנתבעת ציינה, כי הגישה תלונה במשטרה בגין איומים עליה מצד התובע ובת זוגו.
12. כל אחד מהצדדים הגיש תצהיר עדות ראשית מטעמו. ביום 11.7.17, התקיימה ישיבת הוכחות בה נחקרו המצהירים על תצהיריהם, ולאחר מכן, הוגשו סיכומי טענות הצדדים בכתב.

עיקרי העובדות שאינן במחלוקת

13. תחילה אעמוד על עיקרי העובדות כפי שהן עולות מראיות הצדדים. כפי שעוד יובהר, עיקרי העובדות אינן שנויות במחלוקת, למעט אלו אשר אליהן אדרש במפורש.

14. הנתבעת, הזמינה ביום 7.2.16 מהפיצריה, פיצה עם תוספות בטלפון, אותה הגיעה לאסוף מהפיצריה. בהגיעה, הפיצה עדיין לא היתה מוכנה, ולאחר המתנה של מספר דקות נמסר לידה המארז בתוכו הפיצה. לאחר שהנתבעת הגיעה לביתה ופתחה את האריזה, היא התקשרה לפיצריה ודרשה כי תישלח לביתה פיצה חדשה מאחר והפיצה אינה אכילה, היא רטובה ויש עליה חתיכות בצל לא אסתטיות.

15. התובע ביקש מהנתבעת לשלוח לו תמונה של הפיצה בפרטי לדף העסקי של הפיצריה, ולאחר ששלחה, הציע לנתבעת להגיע עם הפיצה לפיצריה, ואף הסביר לנתבעת כי הסיבה לרטיבות של הפיצה נובעת מהמיצים שמפרישות העגבניות, וככל שיש צורך, תוכן עבורה פיצה חדשה במקום.

16. הנתבעת העלתה מספר דקות לאחר השיחה עם התובע, פוסט לפייסבוק של הפיצריה הודעה פרטית ובה תמונות של הפיצה (להלן: "הפרסום") בו נכתב כדלקמן:
"בפעם הקודמת הזמנתי פיצה עם בולגרית פטריות ובצל שכחתם את הבולגרית והבצל... והפעם? פשוט ביזיון. רטובה לגמרי לא אכילה"

התובע השיב לנתבעת:

"היי סבטה אנחנו ממש מצטערים לשמוע אבל שימי לב שרק בצד שביקשת עגבניה הקרטון רטוב בגלל המיצים של העגבניה. גם אם תכניי פיצה בבית ותשימי עגבניה היא תפריש נוזלים וכך תהיה".

תגובת התובעת:

"לא נורא... מאז ומעולם חברי הזמינו בפיצריות אחרות. אני חדשה במגדל העמק ובזמנו מאוד התלהבתי מהפיצה שלכם אבל כמוכן שזאת הפעם האחרונה שקניתי אצלכם... לפחות החתולים יהנו בהצלחה"

(נספחים א1; א2 לכתב התביעה).

17. לאחר מכן, העלתה הנתבעת פוסט לדף הפייסבוק האישי שלה, בו כתבה: **"כשאת חושבת על הדרך הביתה על הפיצה שבא לך... מזמינה ומקבלת את הדבר הזה... ספוג בנוזלים ברמה לא אכילה, בצל עם הקליפה מלמעלה ולקינוח שיערה על הזיתים... תענוג!! #האיטלקיה איכס אבל הם לא רואים משהו לא תקין בזה..."**. הנתבעת תייגה את כל

חבריה לפייסבוק ואת דף הפייסבוק העיסקי של הפיצריה ואת התגיות "#האיטלקיה";
 "#איכס". הפוסט גרר תגובות רבות ולייקים רבים, כאשר הנתבעת הגיבה להערות (נספח ב
 לכתב התביעה).

18. הנתבעת שלחה לאחר מכן הודעה פרטית לתובע בה נכתב:

"בכל אופן חברי בפייסבוק כרגע קיבלו את דעתי עליכם..תדמית לא
 משהו בכלל. תאמין לי כפרה על החמישים שקלים זה לא מה שישנה
 לי את היום...פשוט התשובות שלכם כל כך לא שירותיות. ואני אחת
 שאוכלת המון בחוץ!!!"

התובע הגיב להודעה:

"סבטה כשיש על מה לפצות אנחנו מפצים מכל הלב, תגובות
 שליליות הן לא מה שיגרמו ללקוחות שלנו לעזוב אותנו כי כל מי
 שנתקל בבעיה כלשהי שהיתה מוצדקת קיבל פיצוי"
 (נספח ג' לכתב התביעה).

19. לא הוכח כי הפיצה מושא התביעה לא היתה אכילה. עם זאת, הנתבעת הדגישה, כי הפיצה
 "יצאה רטובה חתיכות בצל לא אסתטיות ואינה ניתנת לאכילה במצבה הקיים" וכי דרשה
 שישלחו לה פיצה חדשה (ס' 24 לתצהיר הנתבעת). לטענתה, הרגישה מבוזה מהצעתו של
 התובע שתבוא לסניף כאשר במידת הצורך יכינו לה פיצה חדשה במקום "...לא ציפיתי
 לקבל התייחסות שכזאת בה ניסה התובע להוציא אותי כשקרנית וכזו שמנפחת את
 הסיפור לצורך הוצאת פיצוי" (ס' 20 לתצהיר הנתבעת). התובע לא חלק על כך, שהציע
 לתובעת לבוא עם הפיצה לסניף, אולם לטענתו, התכוון להכין לה פיצה חדשה או לזכותה
 בהתאם לאחר שיראה במה מדובר (ס' 7 לתצהיר התובע). כך שנראה כי אף עובדה זו אינה
 שנויה במחלוקת.

20. אין מחלוקת על כך שלפרסום נחשפו גם אנשים שאינם חברים של הנתבעת בפייסבוק,
 ביניהם לקוחות של התובע (נספח ב' לכתב התביעה).

דיון והכרעה

21. לאחר שעיינתי בחומר הקיים בתיק, שמעתי את עדויות הצדדים ונתתי את דעתי למכלול
 טענות הצדדים, הגעתי לכלל מסקנה כי דין התביעה להתקבל, באופן חלקי, כמפורט להלן.

22. סעיף 1 לחוק קובע:

"לשון הרע היא דבר שפרסומו עלול –

- (1) להשפיל אדם בעיני הבריות או לעשותו מטרה לשנאה,
 לבוז או ללעג מצדם;
- (2) לבזות אדם בשל מעשים, התנהגות או תכונות המיוחסים
 לו;
- (3) לפגוע באדם במשרתו, אם משרה ציבורית ואם משרה
 אחרת, בעסקו, במשלח ידו או במקצועו;

(4) לבזות אדם בשל גזעו, מוצאו, דתו, מקום מגוריו, גילו, מינו, נטייתו המינית או מוגבלותו; בסעיף זה, "אדם" - יחיד או תאגיד. "מוגבלות" - לקות פיזית, נפשית או שכלית, לרבות קוגניטיבית, קבועה או זמנית..."

סעיף 2 לחוק מהווה מעין הגדרה למונח פרסום:

"פרסום מהו

(א) פרסום, לעניין לשון הרע - בין בעל פה ובין בכתב או בדפוס, לרבות ציור, דמות, תנועה, צליל וכל אמצעי אחר.
(ב) רואים כפרסום לשון הרע, בלי למעט מדרכי פרסום אחרות

—
(1) אם הייתה מיועדת לאדם זולת הנפגע והגיעה לאותו אדם או לאדם אחר זולת הנפגע;
(2) אם הייתה בכתב והכתב עשוי היה, לפי הנסיבות, להגיע לאדם זולת הנפגע..."

23. **בע"א 751/10**, פלוני נ. ד"ר אילנה דיין-אורבך (פורסם בנבו) נאמר באשר לסדר הבדיקה של עוולה על פי החוק:

"תרשים הזרימה בתביעות לשון הרע הוא כלהלן: בשלב הראשון נבחנת השאלה אם הביטוי מהווה לשון הרע על פי אחת מארבע החלופות בהגדרה שבסעיף 1 לחוק, והאם מתקיים יסוד הפרסום כמשמעותו בסעיף 2 לחוק. רק אם התשובה חיובית עוברים לשלב הבא ובוחנים אם הביטוי נהנה מאחת החסינויות המוחלטות (פרסומים מותרים) הקבועות בסעיף 13 לחוק... אם לא כן, אנו עוברים לשלב הבא ובוחנים אם הפרסום מוגן על פי אמת המידה הקבועה בסעיף 14 לחוק על שתי רגליה - אמת בפרסום ועניין ציבורי. אם הפרסום אינו נהנה מהגנה זו, יש להמשיך ולבחון אם הפרסום מוגן בתום ליבו של המפרסם, בגדר אחת מהחלופות הקבועות בסעיף 15 לחוק במשולב עם חזקות תום הלב בסעיף 16. היה ונתברר כי הפרסום אינו נהנה מהגנת סעיף 14 או מהגנת סעיף 15, או-אז עוברים לשלב הרביעי של הסעדים."

24. בהתאם בענייננו, יש להכריע בשאלות שלהלן, על פי השלבים האמורים, כאשר רק תשובה חיובית תביא להמשך הבדיקה בשלבים הבאים:

(א) האם מדובר בלשון הרע;

(ב) האם מדובר בפרסום מצד הנתבע

(ג) האם חלה איזו מהגנות החוק;

(ד) אם מגיע לתובע סעד.

פרסום

25. כאמור לעיל, פרסום יכול שיהיה בכתב או בעל פה ובלבד שהיה מיועד לאדם נוסף זולת הנפגע. בענייננו לא היתה מחלוקת על כך שהפרסום בוצע בחשבון הפייסבוק של הנתבעת.

עיון בפסיקה בשנים האחרונות מעלה כי בתי המשפט אימצו את תחולת **חוק לשון הרע** גם על

פרסום באינטרנט. ראה **רע"א 4447/07 רמי מור נ' ברק אי.טי.סי (1995) החברה לשירותי**

בזק בינלאומיים בע"מ [פורסם בנבו]:

"שאלה היא האם ראוי להחיל את דיני לשון הרע הקיימים על פרסומים משמיצים באינטרנט [...] 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' ; והניגשות של הנתבע-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'"

גם בע"א 1622/09 גוגל ישראל בע"מ נ' חב' ברוקרטוב [פורסם בנבו] קבע ביה"מ כי אין מניעה עקרונית להחיל את דיני לשון הרע גם על פרסומים ברשת האינטרנט: "אין כל מניעה עקרונית כי פרסומים באינטרנט המוציאים דיבתו של אדם יקימו אחריות בגין לשון הרע".

בענייננו, המדובר בפרסום בכתב אשר היה אמור להגיע לאדם זולת התובע עצמו שכן הפרסומים הם כולם בפייסבוק, ועקב פוסט של הנתבעת, פרסומים אשר הובילו לגל תגובות. מכאן שהתקיים יסוד הפרסום במקרה דנן.

האם יש בפרסום מושא התביעה לשון הרע?

26. כאמור, סעיף 1 (3) לחוק קובע, כי דבר שפרסומו עלול "לפגוע באדם במשרתו, אם משרה ציבורית ואם משרה אחרת, בעסקו, במשלח ידו או במקצועו" מהווה לשון הרע. המבחן בדבר קיום לשון הרע לפי סעיף 1 לחוק איננו מתמצה בתחושת העלבון הסובייקטיבית של הפרט, עליו נסב הדיבור או הכתב המייחס לו דברים פוגעים, אלא יסודו אובייקטיבי. במבחן זה, בוחנים את ההשפעה שיש לאמירות על ההערכה לה זוכה האדם או התאגיד בעיני הציבור (ראה: ע"א 723/74 הוצאת עיתון 'הארץ' בע"מ נ' חברת החשמל לישראל, פ"ד לא(2), 281, עמ' 293-294; ע"א 1104/00 דוד אפל נ' איילה חסון, פד"י נו (2) 607; ע"א 334/89 רבקה מיכאלי נ' בלה אלמוג, פד"י מו (5) 555 עמ' 562). בתביעות לשון הרע אין צורך להוכיח יסוד נפשי כלשהו, על התובע להוכיח רק את היסוד העובדתי, היינו שנתבע פרסם לשון הרע הפוגע בתובע או שהוא נושא באחריות לפרסום כזה (ראה: א. שנהר, דיני לשון הרע [תשנ"ז – 1997], עמ' 143).

27. בהפעילי את המבחן האובייקטיבי על ענייננו, סבורני כי הדין עם התובע. למקרא הפרסום, ועיון במונחים בהם נעשה שימוש בפוסטים שפרסמה "ספוג בנוזלים ברמה לא אכילה, בצל עם הקליפה מלמעלה ולקינוח שיערה על הזיתים...#האיטלקיה #איכס..."; "והחצי עם הבולגרית עגבניה סחוט כאילו הכנסתי למים בעעעע" וכן " ...וזאת פעם שניה השבוע שאני מתבאסת אז חוסכת לעצמי את השלישית ולחבריי את הראשונה", ניתן ללמוד כי לשיטתה הסובייקטיבית של הכותבת, יש להמנע מלקנות בפיצריה של התובע משום שהיא בלתי ראויה למאכל. השימוש במונח "איכס" ו "בעעע" מהווים הבעת גועל ודחיה ומעצימים את לשון הרע שיש בדברים. הנאמר בפרסום עלול, על פי מבחן האדם הסביר, לפגוע במשלח ידו של התובע ובעסקו, ויש בו לשון הרע.

28. בנוסף, יש בהתנהלותה של הנתבעת, אשר מחקה את הפרסום של הפוסט, כדי להעיד כי היא עצמה סברה כי הדברים עשויים לשמש לשון הרע ופגיעה בעסקו של התובע.
29. לטענת הנתבעת, יש להפריד בין פרסום הפוסט אותו העלתה והתגובות לו לבין התגובות, הן שלה והן של חבריה לאחר שהתובע התערב והגיב לפרסום וגרר שלל תגובות, חלק מהן מופיעות בכתב התביעה כלשון הרע.
- יש צדק מסויים בטענותיה של הנתבעת, שכן התובע, שתוייג על ידי חברו לפוסט של הנתבעת הגיב יחד עם חברו כלפי התובעת בטענות לא פחות קשות, כאשר כונתה בין היתר "ליצנית", "טיפשה", "מוח ריק", "צרת עין", כינויים אשר כשלעצמם עשויים להוות לשון הרע. לאחר מכון התפתח שיח נוסף בו כונה התובע, בגין תגובתו זו, על ידי הנתבעת "יצאת טמבל". השתלשלות עניינים זו אינה שנויה במחלוקת של ממש בין הצדדים.
- מאחר ותגובתו של התובע, ככל שהינה לשון הרע, חוסה תחת ההגנה שבסעיף [15 \(10\)](#) שלחוק ("הפרסום לא נעשה אלא כדי לגנות או להכחיש לשון הרע שפורסמה קודם לכן"), אזי לא יהא זה הוגן להכליל את דבריה של הנתבעת שהגיבה לתגובה זו של התובע וקראה לו בין היתר "טמבל", כלשון הרע ויש להחיל על דבריה אלו את ההגנה הנ"ל.
- על כן אני מחריג את הביטוי "יצאת טמבל" מהדיון בלשון הרע נשוא תביעה זו.
30. טענה נוספת בפי הנתבעת והיא שהמילה "איטלקיה", שמה של הפיצריה שהפעיל התובע אינו ייחודי לפיצריה הספציפית נשוא ענייננו אלא ישנם עסקים בעלי שם דומה. כמו כן, לא נקבה בשמו של התובע. על כן, לטענתה הפוסט שפרסמה לא היה ממוקד בתובע ובפיצריה שהפעיל ולכן אינו מהווה לשון הרע.
- [ס' 3 לחוק](#) קובע: "אין נפקא מינה אם לשון הרע הובעה במישרין ובשלמות, או אם היא והתייחסותה לאדם הטוען שנפגע בה משתמעות מן הפרסום או מנסיבות חיצוניות, או מקצתן מזה ומקצתן מזה".
- הטענה כי ישנם עסקים בעלי שם דומה לשמה של הפיצריה לא פותחה על ידי הנתבעת באופן שמביא אותי לבחון אותה בדקדוק. יתרה מזאת, הנתבעת התגוררה ביום המקרה במגדל העמק ואני מניח כי גם חבריה לפייסבוק ידעו זאת. על כן, ברור כי יקשרו בין הפיצריה שהפעיל התובע במגדל העמק לבין הפרסום ולא יטעו לבדוק קשר לפיצריה או מסעדה אחרת בעיר אחרת, ראיה לכך ניתן למצוא בדברי אחד מן המגיבים: "לא מזמינים משם. במגדל יש רק פאפא".
- על כן, יש להניח כי חבריה של הנתבעת ידעו מהו העסק נשוא הפרסום ודין טענתה זו של הנתבעת להדחות.
31. אשר על כן, בהתבסס על האמור לעיל מסקנתי הינה, כי במקרה שלפני הפרסום מושא הדיון שנעשה ע"י הנתבעת אכן מהווה לשון הרע כמשמעותו בחוק.
32. הנתבעת טענה גם בנושא ההגנות. משכך, אעבור לשאלה האם עומדות לנתבעת ההגנות שבחוק כנטען על ידה.

ההגנות

33. ההגנה הראשונה לה טוענת הנתבעת הינה ההגנה המנויה [בסעיף 14](#) לחוק היא הגנת "אמת דיברתי".

ההגנה על פי סעיף 14 לחוק

34. [סעיף 14 לחוק איסור לשון הרע](#), קובע:

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

ההגנה הקבועה [בסעיף 14](#) לעיל כוללת שני יסודות. היסוד הראשון, נוגע למידת האמיתות של הפרסום ואילו היסוד השני נוגע למידת העניין לציבור שבאותו פרסום. היסוד הראשון, עובדתי בעיקרו, ונוגע להשוואה בין המציאות העובדתית לבין הפרסום. לא נדרשת בחינה דקדקנית של כל פרטי הפרסום, אם כולם תואמים את המציאות הנכונה כפי שהוכחה, אלא די בכך שעיקריו של הפרסום נכונים (**שנהר, עמ' 220**); היסוד השני, בוחן האם ישנם יתרונות לחברה, המצדיקים את הפרסום למרות לשון הרע שבו (ראה: **שנהר, עמ' 215**). קיומו של אינטרס ציבורי בפרסום הוא עניין נורמטיבי בעל מימד אובייקטיבי, וההכרעה ביחס לקיומו של עניין ציבורי נבחנת על רקע נסיבות המקרה (**ע"א 439/88 רשם מאגרי מידע נ' ונטורה, פ"ד מח (3) 808**). שני יסודות אלה מצטברים, ובהתקיים אחד ללא השני, לא תקום ההגנה הקבועה בסעיף.

35. המחוקק הטיל על המתגונן בטענת "אמת דיברתי" את נטל ההוכחה, כאשר מידת ההוכחה הנדרשת לצורך הוכחת טענת אמת הפרסום, עומדת ביחס מתאים לרצינותו וחריפותו של תוכן הפרסום (ראה: **ע"א 670/79 הוצאת עיתון הארץ נ' מזרחי, פ"ד מא (2) 169 (1987)**; **ת.א (עפ') 2692/06 סיגמא – מדע ידע וחשיבה בע"מ נ' מכון אס יו אס** [פורסם בנבו] (פורסם ביום 18.8.10). על מנת לקבוע, האם הפרסום בעניינו, יחסה בצילה של הגנת "אמת דיברתי" יש לבחון האם היה בחומר הראיות שהציגה הנתבעת כדי לאושש את היסוד הראשון הנדרש להקמת ההגנה של [סעיף 14 לחוק](#).

36. בסיסה של טענת הנתבעת הינה כי קיבלה פיצה לא אכילה (נוזלי העגבניה), לא אסתטית (חתיכת בצל גדולה וגסה) ולא הגיינית (שערה על הזית). בנוסף טענה, כי פרסמה את הפוסט לאחר שהתובע לא אמר לה שיפצה אותה בפיצה חדשה, אלא נימק מדוע הפיצה רטובה, והזמין אותה לבוא לסניף ובמידת הצורך יכינו לה פיצה חדשה במקום, וכי דרישתה כי תשלח אליה פיצה חדשה לא נענתה (**ס' 14, 19, 20 לתצהיר הנתבעת**). לטענתה, היא לא ציפתה לקבל התייחסות שכזאת בה ניסה התובע להוציאה כשקרנית וככזו שמנפחת את הסיפור לצורך הוצאת פיצוי, שכן היה לה יסוד סביר להניח כי המדובר במחדל כלפיה. מניתוח העובדות עולה, כי עיקרי העובדות בפרסום של הנתבעת לא היו נכונים.

37. כעולה מעדותה של הנתבעת, היא הגיעה לפיצוריה, ולקחה את הפיצה שהזמינה בלא לפתוח את הקרטון (ע' 12 ש' 3 לפרוטוקול).

התובע העיד, כי בשיחת הטלפון עם הנתבעת, ביקש שתגיע לפיצוריה מאחר ותכנן לפצותה בהרבה יותר "היה מבצע של פיצה ב-50 ₪ פלוס תוספות. היא בחרה ב-8 תוספות. מן הסתם עגבניה מפרישה נוזלים, היא לקחה את הפיצה בקרטון סגור לבית, אז נוצרו נוזלים. אם היא לא היתה מרוצה היא יכלה להביא אותה חזרה ולהחליף" (ע' 7 ש' 11, 14-16 לפרוטוקול).

38. בפוסט שפרסמה הנתבעת נכתב "כשאת חושבת כל הדרך הביתה על הפיצה שבאלך...מזמינה ומקבלת את הדבר הזה...ספוג בנוזלים ברמה לא אכילה, בצל עם הקליפה מלמעלה ולקינוח שיערה על הזיתים...תענוג!!" (נספח ב לכתב התביעה). בתצהירה טענה, כי הסבירה לתובע בשיחת הטלפון, כי הפיצה רטובה עם חתיכות בצל לא אסתיות ואינה ניתנת לאכילה ודרשה שתשלח אליה פיצה חדשה (סעיף 14 לתצהיר הנתבעת), בהודעה האישית ששלחה לתובע לא צויין קיומה של שיערה על הזיתים (נספחים 1א; 1ב לכתב התביעה). הנתבעת העידה בעניין זה כי "השיערה היתה כבר עניין זניח. לא יכולתי לאכול את הפיצה בגלל הרטיבות והבצל...ראיתי את השיערה" (ע' 12 ש' 18 לפרוטוקול).

עם זאת, נראה כי לא רק בנוגע לשיערה על הזית לא דייקה הנתבעת. התובע טען, כי חתיכת הבצל עם הקליפה אותה צילמה הנתבעת והעלתה לפוסט, הוספה על ידה לצורך הפרסום בפייסבוק שכן עולה בבירור שהמדובר בחתיכות של בצל לא מבושל, בעוד חתיכות הבצל הפרוסות על הפיצה דקות ושקופות (סעיפים 19, 20 לתצהיר התובע). בעדותו, שגובתה בתמונות, טען התובע כי הבצל שמונח על הפיצה נפרס דק ומושם על הפיצה כקישוט, ולכן לא יתכן שהבצל יצר בפיצה חור, וכי המדובר בתמונה שבויימה ע"י הנתבעת לצורך הפוסט (ע' 7 ש' 26-27 לפרוטוקול).

הנתבעת הכחישה בעדותה כי הוסיפה את הבצל עם הקליפה ואמרה כי הביטוי "חתיכת בצל גועל נפש" שיקף את תחושתה "זה היה מגעיל" (ע' 14 ש' 31-30 לפרוטוקול). מאחר ומטבע הדברים לא ניתן היה להביא את הפיצה המדוברת למבחן בית המשפט, בלית ברירה על בית המשפט לעיין בתמונות שצירפה הנתבעת (נספח לכתב התביעה). מעיון בתמונות ניתן להתרשם שמדובר בפיסת בצל גדולה, שלא נראה שעברה הליך של צליה, והיא אף אינה מתאימה בגודלה לגודל התוספות הנראות על גבי הפיצה. אף הנתבעת בחקירתה הנגדית נאלצה להודות, לפחות בחלק מן הטענה כי אין הלימה בין הבצל שבתמונה לחתיכות הבצל האחרות שעברו תהליך של צליה (עמוד 12 שורה 36; עמוד 13 שורה 1).

39. בנוסף, מעדותה של הנתבעת עולה, כי אכזבתה מהשירות שקיבלה הוא שגרם לה להעלות את הפוסט לפייסבוק (ע' 17 ש' 22 לפרוטוקול). חמתה של הנתבעת התעוררה, כאשר התובע

התווכח עימה וניסה להסביר לה שבצק הפיצה נרטב בצד בו היתה תוספת העגבניות, ואמר לה לבוא עם הפיצה לפיצרייה, וכי יחליף אותה במידת הצורך, דבר שלא נראה כסביר בעינה, שכן למרות שאספה בעצמה את הפיצה, היה על התובע לשלוח לביתה על חשבונו שליח עם פיצה חדשה וכי בשונה מהתנהלות זו של התובע **"כאשר הלכתי להביא טייק אווי ממקדונלדס ולא הביאו לי, קיבלתי ארוחה חינם"** (ע' 17 ש' 26, 34 ; ע' 18 ש' 23 לפרוטוקול). התרשמתי, שמדובר בנתבעת שמצפה כי בכל פעם שתתלונן בגין מזון שרכשה, תפוצה מיידית, ללא קשר לנזק האובייקטיבי שלטענה נגרם לה, אם בכלל (עמוד 17 שורות 32 – 34).

40. הנתבעת נאלצה לבסוף להודות, תחת לחץ החקירה הנגדית, כי העלתה את הפוסט מאחר ולא קיבלה פיצה חלופית (ע' 19 ש' 16 לפרוטוקול). וכי אם התובע היה שולח לה פיצה אחרת **"הייתי לקוח מרוצה ואולי הייתי מספרת לחבריי...אם היה מתנהג אחרת ושולח לי פיצה...אולי הייתי מעלה פוסט חיובי. אני בנאדם שנותן שירות, מאוד חשוב לי שירות"** (ע' 19 ש' 14-13 לפרוטוקול).

נשגב מבינתי כיצד הנתבעת, שמחד כה נכוונה לטענתה מאותה פיצה שקיבלה שהיתה "לא אכילה", מעוניינת היתה מאידך לקבל עוד מאותו הדבר בדיוק ואף להמליץ על כך לחבריה. יש בעובדה זו בהחלט כדי להעיד על אמינות טענותיה.

41. בנוסף, התרשמתי שהנתבעת נוהגת בקטנוניות כלפי ספקי מזון למיניהם, כך כאשר התובע הציע לה לבוא עם הפיצה לפיצרייה ראתה הנתבעת בכך **"טרטור לקוח"** וכי **"כל אחד מכיר תודעת שירות אחרת..."** (ע' 18 ש' 13, 27 לפרוטוקול). לא קיבלתי הסבר סביר מדוע היה על התובע לשלוח לביתה של הנתבעת שליח עם פיצה חלופית, כאשר הנתבעת לקחה את הפיצה מהפיצרייה בעצמה, ולא שילמה עבור משלוח כאשר היה באפשרותה לבדוק את שקנתה במקום, ולא לקחת אריזה סגורה אותה פתחה רק בביתה.

42. על כן, לא הוכח, כי על הפיצה הונחה חתיכת בצל עם קליפה וזית עליו שערה. בנוסף, נסתרה טענת הנתבעת כי הנוזלים שהרטיבו את בצק הפיצה הביאו לכך שהפיצה היתה במצב **"בלתי אכיל"**. כמו כן, מצאתי, כי ציפיית הנתבעת שהתובע ישלח אליה פיצה חדשה באמצעות שליח לאור טענותיה (ע' 17 ש' 34 לפרוטוקול), אינה הגיונית. אציין, כי חקירתה הנגדית של הנתבעת הותירה עליי רושם שלילי ולצערי היא אינה אמינה עליי. גרסתה היתה פתלתלה ולא אחידה. תחילה, טענה כי העלתה את הפוסט לאור היותה של הפיצה בלתי אכילה, לא אסתטית ולא נקיה. לאחר מכן, טענה כי העלתה את הפוסט לאור השירות הגרוע שקיבלה. ולבסוף, הודתה כי העלתה את הפוסט משום שלא קיבלה פיצה חלופית. לאור האמור, נדחית בזאת טענת הנתבעת להחלת ההגנה אמת בפרסום.

43. לאור קביעתי לעיל, מעבר לנדרש, אתייחס גם לשאלה אם יש בפרסום עניין ציבורי (שנהר, בעמ' 224). כאמור, לבית המשפט יש בהקשר זה שיקול דעת רחב. לכאורה, ניתן להבין מהפוסט שפירסמה הנתבעת כי רצתה להזהיר את קוראי הפוסט שלא לקנות פיצה בפיצריה **"...ותאמין לי שהייתי קונה שם לא מעט וזאת פעם שניה השבוע שאני**

מתבאסת אז חוסכת לעצמי את השלישית ולחבריי את הראשונה" (נספח ב' לכתב התביעה), "שיחסכו את החוויה שם" (ע' 16 ש' 33 לפרוטוקול).

אכן, יש אינטרס ציבורי לאפשר מעבר מידע חופשי בנוגע למקומות עסק ונותני שירות. עם זאת, כאשר לא ברור אם המידע נכון, וכאשר יש פוטנציאל נזק כה גדול, במיוחד בענפים מסוימים, האינטרס הציבורי הוא שלא יפיצו שמועות לא נכונות על עסקים, שיכולות להביא לקריסתם הכלכלית.

ברי, כי הפצת שמועות שנכונות לא ברורה בנוגע לטיב הפיצה שנמכרת בעסקו של התובע ולגבי השירות שנותן, יכולה להביא לקריסת העסק. ברור כי זה אינו האינטרס הציבורי.

במאמר מוסגר יש לציין כי ממקרא אחת ההודעות, בה כתבה הנתבעת לתובע כי **"בכל אופן חברי בפייסבוק קיבלו כרגע את דעתי עליכם"** (נספח ב' לכתב התביעה), כאשר הנתבעת הודתה בעדותה כי הפוסט שפרסמה **"נחשף ליותר משמונה אנשים כי יש לי יותר מ-8 חברים בפייסבוק..."** (ע' 17 ש' 11 לפרוטוקול), מתקבל הרושם כי הפוסט לא פורסם מתוך תודעה ציבורית מפותחת של הנתבעת אלא מתוך אידנא דריתחא עת לא קיבלה את שרצתה - פיצה חלופית במשלוח פרטי על חשבון התובע.

ההגנה על פי סעיפים 15 ו-16 לחוק

44. הגנה נוספת לה טענה הנתבעת היא הגנת תום הלב. לטענתה, היא הוכיחה שהפרסום נעשה בתום לב, והתקיימו התנאים הנדרשים לצורך ביסוס הגנה זו, שכן היא האמינה באמת ובתמים באמיתות הפרסום, הפרסום יועד לציבור מצומצם בלבד, החברים בקבוצת הפייסבוק שלה, ומאחר ומדובר בהבעת דעה על התנהגות התובע, כאשר לא היתה לנתבעת כל כוונה לפגוע במשלח ידו, לבזותו או להשפילו אלא לפרוס את העובדות כפי שחוותה כלקוחה (סעיף 39 לסיכומי הנתבעת). שקלתי טענות אלה ומצאתי שיש לדחותן.

45. **סעיף 15(5) לחוק איסור לשון הרע**, קובע:

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

...

(5) הפרסום היה הבעת דעה על התנהגות הנפגע –

(א) כבעל דין, כבא כוחו של בעל-דין או כעד בישיבה פומבית של דיון כאמור בסעיף 13(5), ובלבד שהפרסום לא נאסר לפי סעיף 21, או

(ב) כאדם שענינו משמש נושא לחקירה, כבא כוחו של אדם כזה או כעד בישיבה פומבית של ועדת חקירה כאמור בסעיף 13(6), או על אפיו, עברו, מעשיו או דעותיו של הנפגע במידה שהם נתגלו באותה התנהגות; ...

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

סעיף 16 לחוק איסור לשון הרע, קובע:**"נטל ההוכחה**

(א) הוכיח הנאשם או הנתבע שעשה את הפרסום באחת הנסיבות האמורות בסעיף 15 ושהפרסום לא חרג מתחום הסביר באותן נסיבות, חזקה עליו שעשה את הפרסום בתום לב.

(ב) חזקה על הנאשם או הנתבע שעשה את הפרסום שלא בתום לב אם נתקיים בפרסום אחת מאלה:

(1) הדבר שפורסם לא היה אמת והוא לא האמין באמיתותו;

(2) הדבר שפורסם לא היה אמת והוא לא נקט לפני הפרסום אמצעים סבירים להיווכח אם אמת הוא אם לא;

(3) הוא נתכוון על ידי הפרסום לפגוע במידה גדולה משהיתה סבירה להגנת הערכים המוגנים על-ידי סעיף 15.."

46. כלומר לשם תחולת ההגנה צריך הנתבע להוכיח קיומם של שני תנאים מצטברים: כי הפרסום היה באחד מאותם אופנים המצויינים **בסעיף 15** וכי הפרסום היה "בתום לב" כאשר **בסעיף 16** כלולות מספר חזקות הסותרות את עיקרון "תום הלב".

47. הנתבעת אינה מציינת בסיכומיה על אלו מבין ההגנות הכלולות **בסעיף 15** לחוק היא מתבססת, אלא טוענת אך לעקרון תום הלב תוך הבעת דעה על "התנהגות התובע" באופן כללי ולא ספציפי כפי שדורשות החלופות שבחוק שלעיל, המתייחסות ללשון הרע בנוגע להבעת דעה על התנהגות. מעבר לכך, גם אם אניח כי היתה התייחסות ספציפית לאחר החלופות, החלופה הרלוונטית הנזכרת ברמז בכתב הגנתה של הנתבעת ובתצהירה ראשית, היא זו המופיעה **בסעיף 15(8) לחוק** המקנה הגנה מפני החוק למגיש תלונה לרשות מוסמכת, כאשר הנתבעת טוענת כי הגישה תלונה כנגד התובע בגין איומים שלו ושל בת זוגו כלפיה. עם זאת, הפרסום המדובר לא היה באמצעות הגשת תלונה למשטרה ביום 13.4.16, בגין איומים שהופנו לנתבעת, **(סעיף 39 לכתב ההגנה)** אלא בפרסום הפוסט אשר קדם לתלונה למשטרה.

48. מאחר ומדובר בתנאים מצטברים שאחד מהם לא הוכח, נראה כי ניתן לסיים את הדיון בנושא ההגנות כבר בנקודה זו. חרף זאת, אתיחס אף לעניין תום הלב הנטען.

49. למונח "תום לב" המופיע בחוקים שונים, אין משמעות אחידה. לפיכך, אין לזהות את תום הלב שבחוק איסור לשון הרע עם תום הלב בחוקים אחרים (ראה: **שנהר, עמ' 259**). תום הלב של המפרסם ללשון הרע יבחן על פי מידת אמונתו שלו עצמו בנכונות הדברים שפרסם. ברור שטעות כשלעצמה אינה מעידה על חוסר תום לב **(שם, עמ' 261)**. עם זאת, לתום הלב הנדרש **בסעיף 15 לחוק** יש בנוסף על המאפיינים הנוגעים לאמונת המפרסם וכוונתו, גם היבטים עובדתיים התנהגותיים. היבטים אלה מתחלקים להתנהגות שקדמה לפרסום ולמעשה הפרסום עצמו. הימנעות מנקיטת אמצעים סבירים כדי להיווכח מראש אם הפרסום הוא אמיתי מהווה אינדיקציה לחוסר תום לב של המפרסם, ואף עשויה להקים את החזקה שעשה את הפרסום שלא בתום לב **(שנהר, עמ' 263)**.

50. כדי לבסס הגנת תום לב, מפני תובענה בשל פרסום לשון הרע, על הנתבע להוכיח כי הפרסום נעשה על ידיו באחת הנסיבות המנויות [בסעיף 15 לחוק](#), וכי הפרסום לא חרג מן הסביר באותן נסיבות, כאמור [בסעיף 16\(א\) לחוק](#). עם זאת, חזקה זו עשויה להיסתר על ידי [סעיף 16\(ב\) לחוק](#) כאמור [בע"א 5653/98 אמיליו פולוס נ' דינה חלוץ ואח' \(פורסם בנבו\)](#):

"אותה הוראה שעניינה חזקה מבטלת חזקה. ואמנם, מקום שיעלה בידי תובע לשכנע את בית המשפט באחת משלוש הנסיבות הקבועות בסעיף 16(ב)(1) עד 16(ב)(3), כי אז תבטל חזקת תום הלב הקבועה בסעיף 16(א) לחוק ותקום על חובותיה חזקת אי תום לב לחובתו של המפרסם."
(פ"ד נה(5) 865, פסקה 42; וראה גם: [ע"א 184/89 טריגמן נ' טיולי הגליל \(רכב\) 1966 בע"מ](#) [פורסם בנבו] (פורסם ביום 3.5.92).

51. החזקה שהפרסום נעשה בתום לב לפי [סעיף 16\(א\) לחוק](#) דורשת שני תנאים מצטברים: שהפרסום נעשה באחת הנסיבות האמורות [בסעיף 15](#) ולא חרג מתחום הסביר. ביחס למושג "אמצעים סבירים" נאמר ב [ע"א 5653/98 הנ"ל](#):

"מושג המפתח בהוראת חוק זו שלפנינו הוא המושג של "אמצעים סבירים". למותר לומר כי התשובה לשאלה אם נקט הנתבע "אמצעים סבירים" אם לאו, תיגזר גם מנסיבות העניין הכלליות גם מתוך ההגנה הספציפית שלה טוען הנתבע; שלא הרי אמצעים סבירים בגדריה של הגנה אחת כהרי אמצעים סבירים בגדריה של הגנה אחרת. אשר לאמצעים הסבירים לגופם, השאלה היא "אם הנתבע גילה עירנות מספקת לזכותו של הנפגע והיה זהיר למדי בבדיקת האמת שבחומר הפרסום, ובבחירת נוסח הפרסום..." (פסקה 44)

עפ"י שנהר השאלה אם הפרסום חרג מתחום הסביר בנסיבות העניין נעשית באמצעות שני מבחנים; בדיקת לשון הפרסום (מתונה או בוטה) ובדיקה האם ניתן היה להשיג את מטרת הפרסום בדרך שפגיעתה פחותה (עמ' 265-266).

52. בענייננו, וכפי שכבר צויין, נקטה הנתבעת באימפולסיביות ומיותר לציין כי לא "דקדקה בקטנות", כגון סבירות פעולותיה. בין אם עילת הפרסום היתה רמתה של הפיצה שקיבלה, בין אם השירות שקיבלה לא השביע את רצונה ובין אם "ההשפלה" שחשה עת התובע לא מיהר לשלוח לה פיצה חלופית (ראה לעניין זה גם [סעיף 39 לסיכומי הנתבעת](#)), היא עילת הפרסום; מיד לאחר ששוחחה "לפרוטוקול" עם התובע ולא קיבלה את רצונה, הפיצה הנתבעת לחבריה תיאור מאוד לא מחמיא של הפיצריה ואף תיבלה אותו במילה "איכס" ועוד מספר ביטויים כגון זה להעצמת תחושות הקורא. התרשמתי, כי התובעת לא עצרה לרגע ובדקה האם ייתכן כי הפרסום בוטה מידי, מנוסח באופן לא ראוי או בלתי סביר ולא גילתה עירנות מספקת לזכותם של התובע ועסקו לשם טוב. מיותר לציין כי מעשיה חרגו מתחום הסביר.

על כן, לא עומדת הנתבעת בדרישת הסבירות [שבסעיף 16\(א\) לחוק](#) וממילא אינה עומדת בדרישת תום הלב לשם הקניית אחת מן הגנות [בסעיף 15 לחוק](#) (אשר כפי שכבר צויין, המקרה שבפנינו אינה מוגן בגדר אחת מהן). בנסיבות אלו אין לדון בחזקות השוללות את חזקת תום הלב כאמור [בסעיף 16\(ב\) לחוק](#).

53. התובע טען, כי הוא זכאי לפיצוי בסך של 100,00 ₪ ללא הוכחת נזק. יש לציין, כי על דרישה זו לעמוד בהוראות החוק לפיהן הפיצוי המקסימלי ללא הוכחת נזק הינו סך של 50,000 ₪ ([סעיף 7א\(א\) לחוק](#)) כאשר פיצוי עד לסך של 100,000 ₪ מחייב, בנוסף, הוכחת "כוונה לפגוע" ([סעיף 7א\(ג\)](#))

54. הנתבעת פרסמה בפוסט את שם עסקו של התובע אך לא את כתובתו. היא לא נקבה בשמו של הבעלים. ההנחה המצויה בבסיס [חוק איסור לשון הרע](#) בפסיקת פיצוי לאדם, היא כי האדם חווה פגיעה רגשית כתוצאה מן הפרסום הפוגע. הנחה זו לא קיימת כאשר באים לפסוק פיצוי שכזה לעסק. לפיכך, כאשר באים לפסוק פיצוי לעסק הדגש הינו על האלמנט הממוני, הכמותי של הנזק שנגרם ([ע"א \(ת"א\) 16523-05-13 פלבסקי נ' חב' מקור הפורמיקה בע"מ](#) (פורסם ב"נבו")). כאשר בכל מקרה, מדובר בפסיקת פיצויים מתונה.

55. במקרה שלפני התובע לא הוכיחו פגיעה במוניטין או ירידה בהכנסות המצדיקה את סכום הפיצוי הנתבע, והיה עליו להביא לשם כך ראיות ממשיות בדמות מחזור העסק או ראיות אובייקטיביות אחרות לגיבוי טענתו. כמו כן חרף ביקורתי על התנהגותה של הנתבעת לא התרשמתי כי פעולתה היתה מכוונת על מנת לפגוע בעסקו של התובע, אלא המדובר בתגובה אימפולסיבית בעת אידנא דריתחא ולא מעבר לכך. עם זאת, מאחר והפרסום נעשה, ניתן להניח כי נזק מסוים נגרם לתובע, הגם שיש קושי לאמוד אותו במדויק. לפיכך, יש לפסוק פיצוי על דרך האומדנה, אשר מאחר ולא הוכחה פגיעה בעסקו כתוצאה מהפרסום, תהא גלובאלית ומתונה.

56. אשר על כן הנני מחייב את הנתבעת לשלם לתובע סך של 15,000 ₪.

בנוסף לסכום הפיצוי כמפורט לעיל תישא הנתבעת בהוצאות משפט וכן בשכר טרחת עורך דין בצירוף מע"מ כדין, בסך כולל של 3,000 ₪.

מתוקף סמכותי לפי הוראה [סעיף 9\(א\)\(2\) בחוק איסור לשון הרע](#), אני מורה בזאת לנתבעת לפרסם בדף הפייסבוק שלה כפי שפרסמה את הפוסטים מושא התביעה, את דבר קיומו של פסק הדין דנן ואת תוצאתו. הפרסום האמור יבוצע תוך 30 יום.

הסכומים האמורים ישולמו תוך 30 יום שאם לא כן ישאו הפרשי ריבית והצמדה כחוק מהיום ועד התשלום המלא בפועל.

המזכירות תמציא את פסק הדין לצדדים.

ניתן היום, ג' טבת תשע"ח, 21 דצמבר 2017, בהעדר הצדדים.

אלעד טל 54678313
נוסח מסמך זה כפוף לשינויי ניסוח ועריכה

[בעניין עריכה ושינויים במסמכי פסיקה, חקיקה ועוד באתר נבו – הקש כאן](#)