



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

בפני כבוד השופטת יפעת אונגר ביטון

התובעת לילך זוננשיין
באמצעות ב"כ עו"ד ליאור לב

נגד

הנתבעת הוצאת עתון הארץ בע"מ
באמצעות ב"כ עו"ד דור לאונד ושרון נתן

החלטת ביניים

1 החלטת ביניים זו עוסקת בשאלות: מהו "דבר פרסומת" כהגדרתו בסעי' 30א(א) לחוק התקשורת
2 (בזק ושידורים), תשמ"ב – 1982, והאם דברי הדואר האלקטרוניים, בעלי התוכן המעורב, ששלחה
3 הנתבעת לתובעת הם בגדר "דבר פרסומת" כאמור.
4

הרקע ודברי הדואר שבמחלוקת

5
6
7 1. התובעת רכשה מינוי לעיתון "הארץ", בהוצאת הנתבעת. המינוי כלל אפשרות לצפות
8 במהדורה האינטרנטית של העיתון. אין חולק כי במסגרת המינוי קיבלה התובעת מהנתבעת
9 דברי דואר אלקטרוניים שונים.
10

11 2. הנתבעת העמידה לרשות לקוחותיה שירות מיוחד, המאפשר להם להצטרף לרשימות תפוצה
12 ספציפיות, עפ"י קטיגוריות שונות. כך למשל, הצטרפה התובעת לרשימת תפוצה לקבלת
13 מידעון בדבר "עשר הכתבות הפופולריות" וכן לרשימת התפוצה לקבלת הכתבות המוגדרות
14 כ"דעות".
15

16 3. עפ"י התביעה, התובעת מעולם לא נתנה הסכמתה לקבל דברי פרסומת מהנתבעת. למרות
17 זאת, הנתבעת שלחה לה דברי פרסומת רבים. פעולות להסרת פרטיה לא הועילו. לכן פנתה
18 בכתב לשירות הלקוחות של הנתבעת ונענתה כי פרטיה יוסרו תוך 24 שעות. בתגובתה ציינה
19 הנתבעת: "בקשתך עודכנה. אנא תני לזה 24 שעות להתעדכן" (נספח 2 לתביעה). דא עקא,
20 לשיטת התובעת, הנתבעת המשיכה לשלחה אליה למעלה מ- 50 דברי פרסומת, לאחר
21 המכתב הנ"ל.



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

- 1
- 2 4. לנתבעת טענות רבות כנגד האמור בתביעה, ובעיקר כנגד התנהלות התובעת, שבחרה
- 3 להסתיר פרטים מהותיים בתביעתה (כגון, את עצם היותה מנויה לעיתון). בין היתר היא
- 4 סבורה כי דברי הדואר ששלחה לתובעת אינם בגדר "דבר פרסומי", אלא מדובר בהודעות
- 5 תוכן "בעלות אופי עיתונאי מובהק".
- 6
- 7 5. בישיבה מיום 26.4.17 קיבלו הצדדים את הצעתי להקדים ולהכריע בשאלה אם דברי הדואר
- 8 שנשלחו אל התובעת הינם "דבר פרסומי", כאמור בחוק. זאת, על יסוד דוא"ל מיום 1.4.15
- 9 הנושא את הכותרת "10 הכתבות הפופולאריות", ומהווה דוגמא ליתר דברי הדואר שנשלחו
- 10 לתובעת, ועל בסיס סיכומי הצדדים.
- 11
- 12 6. הצדדים הסכימו כי הדוא"ל הנ"ל משקף, לעניין הסוגיה שבמחלוקת, את יתר דברי הדואר
- 13 נשוא התביעה. יוער, שדברי הדואר שקיבלה התובעת צורפו לכתב התביעה באופן חלקי,
- 14 משמע – הם אינם כוללים את מלוא התוכן כפי שנשלח, אלא חלק ממנו (נספח 3 לתביעה).
- 15 אין מחלוקת כי ההודעות בשלמותן הן כפי שצורפו לכתב ההגנה (נספח 4 לכתב ההגנה).
- 16 משכך, וכאמור בעמ' 4 ש' 8-9 לפרוטוקול, הדוא"ל ייבחן כפי שצורף לכתבי הטענות של שני
- 17 הצדדים.
- 18
- 19 7. אין חולק כי ביום 1.4.15 שלחה הנתבעת לתובעת דוא"ל בנושא: "10 הכתבות הנצפות היום
- 20 באתר הארץ" (להלן: "המכתב" – נספח 3 לתביעה, בעמ' 174-181).
- 21 תוכן המכתב כלל, בין היתר, שתי משבצות מלבניות אופקיות. באחת הנוסח הוא: "פסטיבל
- 22 העת העתיקה – גן לאומי נמל קיסריה. מופעי אש, חיי המסחר והנמל, מוסיקה, שירה
- 23 וסיפורי מלכה. לפרטים>". בשנייה הנוסח הוא: "אמנים מארחים בקיסריה. תערוכות,
- 24 בתים פתוחים, סדנאות, ציור ופיסול, חצרות אומן ופעילויות נוספות 6-8 באפריל".
- 25
- 26 8. המכתב כולל, בנוסף, 10 כותרות של מאמרים בתחומים שונים, ותמצית קצרה בת מס'
- 27 שורות של הכתבה, למשל: "שר החוץ האיראני: הושגו פתרונות ברוב הסוגיות, מקווה
- 28 להתחיל בניסוח ההסכם הבוקר", "5 יחידות פלוס פלוס: אושרה תוכנית חדשה ללימודי
- 29 מתמטיקה בתיכון", "צרפת פועלת להציג למועצת הביטחון הצעת החלטה על מדינה
- 30 פלסטינית בתוך 12 יום" (עמ' 36-37 לכתב ההגנה).
- 31 אין חולק כי הכותרות מהוות קישור, שלחצה עליו מעבירה את הקורא אל הכתבה
- 32 במלואה.



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

- 1 המשבצות ובהן המודעות על האירועים בקיסריה מופיעות בין הכותרות השונות (הראשונה,
2 לאחר שתי כותרות, והשנייה לאחר שלוש כותרות נוספות).
3
4 יש לציין, שבפורמט המכתב, כפי שהוא מצורף לכתב ההגנה, מופיעה באותיות קטנות,
5 המילה "פרסומת", משמאל למודעות על האירועים בקיסריה. יש לציין עוד כי באותו
6 פורמט מופיעות מימין למודעות אלה, תמונות הנוגעות לאותם אירועים.
7
8 לא בכדי תיארתי את תוכנו של המכתב. המלל ויתר הפרטים המופיעים בו רלוונטים לביורור
9 השאלה אם עסקינן ב"דבר פרסומת", כהגדרתו בחוק, אם לאו, ואף הצדדים התייחסו לכך
10 בסיכומיהם.

טענות הצדדים

- 11
12
13
14 11. ב"כ התובעת המלומד טען כי הגדרת "דבר פרסומת" איננה דורשת שההודעה תכלול הצעה
15 כספית. יש לפרש את ההגדרה באופן רחב, כך שכל הודעה הכוללת הצעה מסחרית ועידוד
16 באופן כלשהו של הנמען לרכוש שירות או מוצר, עומדים בדרישה.
17
18 12. לשיטתו, הפרשנות הנכונה צריכה להתבסס על הפרשנות התכליתית, והיא - צמצום הפניות
19 המסחריות האוטומטיות שזוכה אדם לקבל, שהפכו לתופעה המונית של הודעות פרסום
20 בלתי רצויות והן בבחינת "מטרד ציבורי כלל-עולמי".
21
22 13. לעניין זה, ולאופן בו פירשו הערכאות השונות את המונח "דבר פרסומת" הפנה ב"כ התובעת
23 לפסקי דין רבים, ובהם לת"צ 10591-05-15 גלסברג נ. פסגות בית השקעות בע"מ, שניתן
24 בחודש מאי האחרון ע"י כב' השופטת נחליאל-חיאט. הוא הרחיב והוסיף הפניות לפסיקה
25 המלמדת פרשנות רחבה למונח הנ"ל, ובה קביעת הכלל כי הבחינה צריכה להיעשות מעיני
26 הצרכן- הנמען ולא מנקודת ראות המפרסם; הכלל לפיו איסור העידוד מתייחס גם לעידוד
27 עקיף ולא דווקא ישיר; הקביעה כי "עידוד" טומן בחובו גם פרסום שיש בו כדי לקדם את
28 עניינו של המפרסם, לרבות שימור הקשר עם העסקי בין המפרסם לבין הנמען ואף הודעות
29 שהינן בבחינת שירות ללא תשלום, או הודעות אינפורמטיביות.
30
31 14. ב"כ התובעת הוסיף וטען כי המחוקק כיוון לכך שהביטוי "דבר פרסומת" יחלוש על קשת
32 רחבה של מסרים, מתוך מגמה להחליש את אינטרס המפרסמים להמשיך ולהפיץ באופן



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

- 1 המוני את דברי הדואר המכונה "דואל זבל, או "ספאם", שתכליתו היא אחת: העשרת קופת
2 המפרסם. על כן נקבע בהצעת החוק כי האיסור יחול על כל מסר שמטרתו עידוד הוצאת
3 כספים, בכל דרך.
4
- 5 15. מוסיף וטוען ב"כ התובעת כי הפרשנות המרחיבה מצביעה על המגמה הכללית למגר את
6 תופעת משלוח הודעות "ספאם" ולפיכך יש להחיל פרשנות מרחיבה של המושג "דבר
7 פרסומת" גם על דברי דואר של מפרסם, המשווק את הפרסום בעבור אחר, בתמורה כספית.
8
- 9 16. הנתבעת ביקשה, בסיכומיה, לערוך אבחנה בין אותם פרסומים שיש לכלול בגדר הגדרת
10 "דבר פרסומת" לבין כאלה שלא היתה כוונה לרכזם תחת כותרת זו. לגרסתה, החוק לא
11 נועד למנוע מבתי עסק ליצור קשר עם לקוחותיהם. להבדיל מהמקרה בו דברי "דואר זבל"
12 בלתי מוזמנים שאין לנמען ענין בהם נכללים תחת ההגדרה, הרי במקרה שלפנינו עסקינן
13 בהודעות שהנמען ביקש והסכים לקבלן, בדרך של רישום יזום לרשימת תפוצה מסוימת.
14 לנמען יש ענין בקבלת אותן הודעות.
15
- 16 17. אליבא הנתבעת, בדברי ההסבר לחוק הובעו הבעיות שמבקש האיסור שבחוק לפתור: בעיות
17 אבטחת מידע, חדירה למחשבים, הפצת וירוסים, פגיעה בפרטיות הטרדה וכיו"ב. העיקר
18 הוא בדפוס פעולה פיראטי של המפרסמים, המקבלים את כתובות הדוא"ל בדרך לא דרך,
19 ומציפים את הנמען בהודעות סרק שאין לו כל צורך וענין בהן, תוך פגיעה בפרטיותו ויצירת
20 סכנה למחשבו. ואילו במקרה שלפנינו, מדובר בתובעת שרכשה מינוי לאתרי התוכן
21 החוקיים של הנתבעת וביקשה לדוור לה הודעות מיוזמתה.
22
- 23 18. ב"כ הנתבעת הפנו בסיכומיהם למקרים בהם נקבע כי ההודעות אינן בגדר "דבר פרסומת"
24 כאשר האלמנט השיווקי שבהן היה בעל אינטרס כלכלי משני.
25 לשם הדוגמא: רת"ק 16-09-56184 לאומית שירותי בריאות נ. שלומי בן עטר (פורסם בנבו,
26 16..27.10).
27
- 28 19. לפי עמדת הנתבעת, הפרשנות המרחיבה שמציע ב"כ התובעת משמעותה סווג כל דבר דואר
29 מספק עסקי ללקוח כ"דבר פרסומת" משום שכל הודעה כזו יכולה להיחשב שהודעה
30 שמטרתה חיזוק הקשר ספק-לקוח, תוך יצירת פוטנציאל לרווח כלכלי. הרחבה זו אינה
31 עולה בקנה אחד עם הוראות החוק, שכן המחוקק לא ביקש למנוע מלקוח שירות, אלא רק
32 למנוע עידוד הוצאת כספים.



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

- 1
2 לעניין העברת מסרים עיתונאיים או חדשותיים, הציג ב"כ הנתבעת את דברי הכנסת בדיון
3 בענין ההצעה לתיקון החוק, לפיה יחול האיסור גם על מסרים אלה. לפי אותם דברים,
4 קיימת בעייתיות להגדיר מסר חדשותי כ"דואר זבל". נאמר, כי יש עוד לדון בהצעה לאחר
5 ניסוחה החוק המוצע מחדש. מכאן למד ב"כ הנתבעת שהגדרת "דבר פרסומת", בחוק
6 במתכונתו היום, איננה כוללת את ההודעות העיתונאיות או החדשותיות, שאחרת מה צורך
7 יש בתיקון המוצע?
8
9 20. ב"כ הנתבעת מחזק עמדתו וטוען כי ממילא נקבע שקשה לשרטט קו גבול מדוייק בשאלה
10 מה יהווה "דבר פרסומת" ומה לא. ביתה משפט הצביע על קושי זה בהלכת גלסברג הנ"ל.
11 לעיתים נתפרש כי הודעות שמטרתן העברת מידע לנמען אינן בגדר "דבר פרסומת" (למשל:
12 רע"א 1226/17 יונתן בן עמי נ. האוניברסיטה הפתוחה – הלשכה המשפטית).
13
14 22. כל פרשנות ראשיתה בבחינת התכלית. לשיטתה של הנתבעת, במקרה כאן נועד הפרסום
15 לרכז עבור הנמען כתבות ומאמרים שפורסמו באתר "הארץ" עפ"י חלוקה נושאת, והוא
16 נשלח רק למנויים שביקשו זאת. הודעות מסוג זו מקלות על הנמענים לקבל לקריאה את
17 התכנים האהובים אליהם, או שבהם הם מוצאים עניין במיוחד, ללא הצורך במיון וסינון
18 החומרים הללו מתוך כלל האינפורמציה באתר. זהו שירות חינם, שלא משיא לנתבעת רווח
19 נוסף, ומטרתו לספק שירות טוב יותר לנוחיותם ורווחתם של קוראי העיתון האלקטרוני.
20 מדובר בהודעות תוכן מובהקות, בעלות גוון עיתונאי ואין בהופעת שני באנרים קצרים
21 ומצומצמים, יחסית לדבר הדואר כולו, כדי להפוך אותן לדואר "ספאם".
22

דיון ומסקנה

- 23
24
25 23. כאמור באופן נרחב בסיכומי ב"כ הצדדים המלומדים, בתי המשפט נדרשו לא אחת להגדרת
26 "דבר פרסומת". ראוי לפתוח בלשון החוק:
27
28 "דבר פרסומת – מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או
29 שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת, וכן מסר המופץ לציבור הרחב
30 שמטרתו בקשת תרומה או תעמולה;"
31



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

- 1 כאן המקום לציין, כי הסיפא בדבר תרומה או תעמולה נוספה להגדרה המקורית בתיקון 63
2 לחוק, לאחר שהועלתה בפני בתי המשפט השאלה אם מסרים הנשלחים בידי עמותות
3 ומלכ"רים, אשר לכאורה אינם נושאים היבט כלכלי-מסחרי, באים בגדרי ההגדרה.
4
- 5 הפרשנות צריכה לבוא על רקע לשונה של ההגדרה ועל בסיס תכליתה. רבות נכתב אודות .24
6 התכלית החקיקתית של החוק. בית המשפט העליון הציב מסמרות בפסה"ד המוביל בעניין
7 רע"א 1954/14 אילן חזי נ. שמעון הנגבי (סיתונית מועדון דאיה ורחיפה במצנחים) (פורסם
8 בנבו), וקבע כי התכלית העיקרית של החוק היא מיגור תופעת הפצת המסרים המאסיבית,
9 הפצה של הודעות פרסומת בלתי רצויות, שהפכה למטרד ציבורי רחב היקף, הגורם לבעיות
10 ולקשיים מרובים. בין היתר התייחס כב' השופט פוגלמן למידע שקרי המופץ באופן מסחרי,
11 לפרסום אתרי הימורים, פורנוגרפיה, דרכים להתעשרות מהירה, מכירת מוצרים או
12 שירותים שהנמען לא הביע עניין ברכישתם וכיו"ב. בית המשפט תיאר את הבעיות החמורות
13 ובהן התכנים המופצים, פרטיות הנמען, עשיית שימוש בדוא"ל כאמצעי תקשורת נפוץ ויעיל
14 להפקת רווחים בקלות תוך ניצול דלות הפעלתו ועלות השימוש הנמוכה.
15
- 16 ערכאות רבות אימצו את הלכות בית המשפט העליון ופירשו את החוק לחומרה, ובאופן .25
17 דווקני, תוך הרחבת המונח "דבר פרסומת". בכלל אלה, ניתן לציין את פסיקותיהם
18 המרובות של בתי המשפט לתביעות קטנות, אשר בפניהם מוגשות רובן המכריע של
19 התביעות לפיצוי בגין "ספאם". הפרשנות הרחבה יצרה שלל כללים:
20 כך למשל נקבע, בת"צ 10591-05-15 זיו גלסברג נ. פסגות בית השקעות בע"מ (פורסם בנבו),
21 כי החוק נועד למנוע גם מסרים בהם קיים אינטרס מסחרי עקיף, וכי המטרה של עידוד
22 הוצאת כספים לא חייבת להיות המטרה הישירה והדומיננטית של הפרסום.
23 עוד נקבע, כי מקרים של עידוד עקיף לצורך מוצר או שירות, בדרך של מתן שירות מסייע או
24 מקל, אף הם באים בגדר "דבר פרסומת" וראו לסוגיה זו את ת"ק 21384-10-14 ליאור לוין
25 נ. קרדן רכב בע"מ (פורסם בנבו).
26 כן נקבע, למשל בת"ק 31524-02-15 גיא אבידור נ. פוני בי.זד.אם בע"מ, שהודעות שתכליתן
27 שמירת קשר עם הלקוח גם הן חלק מאינטרס עסקי-מסחרי של המפרסם, במטרה להשיא
28 רווחיו, והן אסורות עפ"י החוק.
29
- 30 אולם, בפסיקה נשמעו גם קולות שונים. ברת"ק 56184-09-16 לאומית שירותי בריאות נ.
31 שלומי בן עטר (פורסם בנבו), נדונו הודעות שונות שנשלחו ללקוח קופת חולים, ובית



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

1 המשפט קבע כי ההודעות אינן בגדר "דבר פרסומות", הגם שלשונן של ההודעות כלל עידוד
2 עקיף לצריכת שירותים. כבי השופטת אביגיל כהן קבעה בפסק דינה:

3
4 "אינני סבורה שקופת חולים, אשר מיידעת את לקוחותיה בדבר החזרים על ייעוץ
5 רפואי וחיסונים, מיידעת לקוחותיה בבר סדנת סכרת במחיר משתלם....מיידעת
6 בדבר שירותים משתלמים לילדים עם בעיות קשב וריכוז, מיידעת בדבר הפקת
7 טופס 17 בקלות בשירותי אונליין, שולחת הודעה בדבר הצורך בחיסון נגד מחלת
8 השפעת וכיוצ"ב, אזי היא שולחת "דבר פרסומת" כמשמעותו בסעיף 30א (א)
9 לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב – 1982..."

10
11 אני סבורה כי דווקא הקביעה ולפיה הודעות מסוג זה, הן בגדר "דבר פרסומת"
12 המוביל לפיצוי מכוח חוק התקשורת, היא זו שתמנע מציבור המבוטחים מידע
13 נחוץ בדבר השירותים העומדים לרשותם, ובכך יפגעו לקוחות קופוץ החולים,
14 וזאת בניגוד לתכלית של חוק הבריאות ובניגוד לתכלית של חוק התקשורת".

15
16 (פסקאות 9(ב) ו-9(ה) לפסה"ד).

17
18 27. באותו עניין בית המשפט המחוזי התייחס לחמישה סוגים של בעיות שהן תוצאה של משלוח
19 "ספאם" וקבע כי ההודעות נשוא אותו ענין, אינן גורמות לסוגי הבעיות שסק ביהמ"ש
20 העליון בפרשת חזני. בית המשפט התייחס אף לאלמנט השיווקי וקבע:

21
22 "גם אם יש אלמנט שיווקי בחלק מההודעות...המבקשת מעוניינת לגרום לכך
23 שמבוטחיה יישארו אצלה ולא יעברו לקופות חולים אחרות, אזי אין למנוע ממנה
24 פרסום השירותים הניתנים על ישה. פרסום אשר נשלח לחברי הקופה שמסרו לה
25 כתובת מייל שלהם, גם אם קיים אינטרס כלכלי משני/עקיף, ע"י כך,
26 שהמבוטחים לא יעבור לקופות חולים מתחרות".

27
28 משמע, כי באותו ענין בית המשפט מצא לנכון לקבוע שהודעות שנועדו ליידע את הלקוח
29 בדבר מידע חשוב על מתן שירותים, גם אם יש בהן פן שיווקי, אינן בגדר "דבר פרסומת".

30
31 28. גישה דומה, הגם שפחות מנומקת, הובעה ע"י כבי ביהמ"ש העליון בעניין שלהלן.



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

1 ברע"א 1226/17 יונתן בן-עמי נ. האוניברסיטה הפתוחה (12.3.2017, פורסם בנבו), דן
2 ביהמ"ש ב"גלגול שלישי" בתביעה לפיצוי בגין משלוח "ספאם". דובר בהודעות דואר
3 אלקטרוני שונות, ששלחה האוניברסיטה לבוגר שסיים לימודיו.
4 בית המשפט לתביעות קטנות דחה את התביעה, תוך שקבע כי "המבקש מושתק מלטעון נגד
5 הפרסומים, מאחר שהוא הסכים לקבלם באמצעות חתימתו על מסמך ההרשמה
6 לאוניברסיטה". בית המשפט המחוזי דחה בקשת רשות לערער, וקבע: "כי ההודעות
7 ששלחה האוניברסיטה אכן אינן עולות לכדי "דבר פרסומת", כהגדרת החוק... עוד העיר בית
8 המשפט, כי נוכח העובדה שהאוניברסיטה היא מוסד חינוכי מוכר שפועל כמלכ"ר, ומאחר
9 שמטרת ההודעות הייתה משירה על קשר עם סטודנטים ובוגרים של המוסד, הרי ש"טוב
10 עשה בית משפט קמא עת דחה את התביעה..." (סע' 3 לפסה"ד בעליון).

11
12 ביתה משפט העליון לא התערב בפסק דינו של בית המשפט המחוזי, וציין שאין לקבוע כי
13 הוא החריג את כלל המוסדות האקדמיים מהחוק, באופן המעיק להם חסינות ממנו.
14 הנימוק בעניין היותה של האוניברסיטה מוסד חינוכי ומלכ"ר היה נימוק נוסף לנימוקי
15 ערכאת קמא.

16
17 כב' בימ"ש עליון קובע בפסק דינו:

18
19 **"אין מדובר בענייננו בגוף מסחרי או אחר המציף את הפרט בהודעות פרסומיות**
20 **שלא בהסכמתו, אלא בגוף ציבורי חינוכי השולח הודעות עדכון למי שנמנה על**
21 **בוגריו. לא לתכלית זו חוקק סעיף 30 לחוק".**

22
23 29. על פניו נראה, כי שעה שמדובר בגופים ציבוריים גדולים, אשר לכאורה הפרסום אינו מסב
24 להם, במישרין או בעקיפין, רווח כלכלי, ושולחים הודעות שתוכנן שירותי, הנטייה היא
25 לקבוע שהפרסומים אינם בגדר "דבר פרסומת", אף אם בפרסומים נופך שיווקי.

26
27 30. מכל מקום, בחינת הפסיקה מעלה כי קיימות בפסיקה דעות לכאן ולכאן, לרבות בבתי
28 המשפט המחוזיים ובבית המשפט העליון. כב' השופטת נחליאלי התייחסה לשונות בין
29 המקרים וציינה בפרשת גלסברג נ. פסגות הנ"ל:

30
31 **"אין כלל אצבע ברור בשאלה מהו "דבר פרסומת", כל מקרה יבחן לפי נסיבותיו".**
32



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

- 1 31. דומני, כי ראוי שהסוגיה תבוא על פתרונה בהלכה מחייבת מבית מדרשו של כב' בית
2 המשפט העליון, ואולי אף בהתערבות חקיקתית. שכן, במידה לא מבוטלת נפגמת הוודאות
3 המשפטית, בפסיקות סותרות, כאשר דווקא בחוק צרכני מעין זה, צריך שתקום הנחייה
4 משפטית ברורה.
5
- 6 32. יתירה מכן, עפ"י החוק הקנס בגין משלוח "דבר פרסומת" שלא כדין, הוא בשיעור 1,000 ₪
7 לכל פרסום, ובלי הצורך להוכיח נזק. בפרשת חזני הנ"ל מצא כב' בימה"ש העליון להנחות
8 כי סכום זה צריך שיהיה נקודת הפתיחה, שיופחת רק בנסיבות מיוחדות.
9 על כן, הוודאות המשפטית דרושה ביתר שאת.
10
- 11 33. נטל הראייה והשכנוע כי הפרסום הוא כדין, מוטל על המפרסם ואינו נטל קל. גם מטעם זה,
12 מן הראוי ליצור וודאות משפטית ביחס לסוג ההודעות שהן בבחינת "דבר פרסומת", וזאת
13 על מנת שיוכלו המפרסמים לכלכל צעדיהם בתבונה ועל יסוד יציב.
14
- 15 34. ומן הכלל אל הפרט :-
16
- 17 כזכור, ענייננו בהודעות שנשלחו לתובעת ע"י הנתבעת, כהודעות הכוללות את רשימת עשר
18 הכתבות הפופולאריות, ובהן נשזרו שתי הודעות קצרות בדבר אירועי תרבות בקיסריה.
19
- 20 לא יכולה להיות מחלוקת כי חלק עיקרי של ההודעה הוא חלק עיתונאי, שהובא באופן
21 מרוכז כשירות למנוי שביקש זאת, והחלק המינורי הוא בגדר "מסר המופץ באופן מסחרי,
22 שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות", באופן עקיף.
23
- 24 האם בשל החלק המינורי העקיף, תחשב כל ההודעה כ"דבר פרסומת" שאינו כדין?
25
- 26 35. לשיטתי, כוונת המחוקק בחקיקת החוק היא הנותנת מאליה את המענה לשאלה זו. כוונה זו
27 מעידה על רצון הולך וגובר למגר לחלוטין את התופעה המטרידה, עד מאד, של משלוח
28 הודעות או פרסומים שונים, בכמות מאסיבית, בצורה המונית, ופעמים הרבה – שלא עפ"י
29 קבלת הסכמה מפורשת של הנמען. כוונה זו באה לידי ביטוי בקנס הגבוה ללא הוכחת נזק,
30 בהרחבת המונח "דבר פרסומת, בתיקון 63 לחוק, בכמות המגבלות המוטלות על המפרסם,
31 בהסבת נטל ההוכחה אל כתפיו (הגם שבחלק המכריע של התיקים הוא הנתבע).
32



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זוננשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

- 1 פסיקותיו של בית המשפט העליון, העומדת לצד הצרכן (הנמען), קובעות כי עסקינן בחוק
2 צרכני, שנועד להגן על הלקוח, ויש להביט על דבר הפרסום מנקודת ראותו ולא מנקודת
3 מבטו של המפרסם.
4
- 5 כבר נפסק כי כוונת השולח בדבר מהות ההודעה, איננה מעלה ואיננה מורידה. אף כוונה
6 טובה להקל על הלקוח, להביא בפניו מידע, לשרתו ביעילות ולשפר את חווייתו מהמוצר או
7 השירות, כל אלה, לא מנעו את הגדרת הפרסום כ"דבר פרסומי".
8
- 9 אני ערה להצעת החוק עליה הצביעה הנתבעת, ולדברים שנאמרו ביחס לתכנים חדשותיים .36
10 ועיתונאיים. ייתכן, ובסופו של יום המחוקק יתקן את החוק, כך שאלה לא יבואו בגדר "דבר
11 פרסומי" על דרך של החרגה מפורשת. מן הראוי כי תהליך בחינת הצעת החוק יכלול גם
12 התייחסות לדוורים מעורבים, שבהם גם תוכן ענייני (מידע על שירותים, מידע חדשותי,
13 כתבות שונות) וגם תוכן פרסומי. ראוי שמחוקק יתן דעתו לשאלה אם מסרים מעורבים
14 אסורים בכלל, או שניתן להתירם כאשר הפן השיווקי-פרסומי בהם מזערי או קטן יחסית
15 לעיקר תוכנם. על מנת לייצב את הדין בסוגיה זו, וככל ויימצא כי תכנים כאלה או אחרים,
16 מותרים, צריך שההחרגה תבוא באופן מפורש.
17
- 18 ואולם, עד אשר יתוקן החוק או יבוא תקדים מחייב של כבי' בית המשפט העליון, בפנינו .37
19 הדין הקיים, והוא מורה כי בחינת כל מקרה לגופו, תעשה על יסוד התכלית שביקש
20 המחוקק להשיג בחוק שחוקק. עפ"י תכלית זו, שניתן לעמוד עליה מדברי המחוקק,
21 מהרחבת המושג גם לעבר תרומות ותעמולה, ומהפרשנות שניתנה במרבית המקרים – יש
22 לפרש פירוש מרחיב את המונח "דבר פרסומי".
23
- 24 במסגרת פירוש מרחיב זה, יש לטעמי לקבוע, כי מסר מעורב, אף הוא מסר העונה .38
25 לקריטריונים שבחוק, גם אם חלקו הקטן מהווה עידוד רכישת וצר או שירות, וחלקו הארי
26 מעניק לנמען את השירות שביקש.
27
- 28 וממה נפשך? שכל קורא עיתון, גם במהדורה אינטרנטית שלו, נחשף לתכנים פרסומיים, .39
29 שמטרתם לעודד הוצאת כספים, בדרך זו או אחרת. הרוכש עיתון מודע, מעצם טבעו של
30 עיתון, לכך שבעיתון שהוא רוכש קיימים תכנים פרסומיים-שיווקיים, שהקורא לא בחר
31 בהם ולא דוקא מעוניין בהם. הם משובצים בין התכנים בהם מעוניין הקורא.
32



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זונשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

1
2
3 ואילו במקרה כאן, מדובר ברשימת תפוצה לסוג מסוים של תכנים עיתונאיים אותו ביקשה
4 התובעת, עת הצטרפה לרשימת התפוצה. מסרים אלה ביקשה לקבל במסגרת אותו רישום,
5 אלה ולא אחרים.
6
7 מאליו אתה למד, כי יתר חלקי העיתון פחות רצויים לה. הסינון והסווג של הכתבות שהיתה
8 מעוניינת בו, לא כלל את התוכן השיווקי, שכללה הנתבעת בהודעות ששלחה, במסגרת
9 רשימת תפוצה זו.
10
11 מנקודת מבטה של הלקוחה-הנמנעת, היא נקודת המבט הרלבנטית, בהצטרפה לרשימת
12 התפוצה של "10 הכתבות הפופולאריות", היא תקבל את שביקשה בלבד, ולא תכנים
13 אחרים, ובכלל זאת לא תכני פרסום ושיווק מסחריים, אף לא באופן עקיף.
14
15 באה הנתבעת ומתעלמת מכוונתה של הלקוחה, ובתוך מתן השירות (הטוב כשלעצמו),
16 החליטה על דעת עצמה שהלקוחה תקבל גם "דברי פרסומת". הלקוחה שביקשה להימנע
17 מ"הסחת דעת" פרסומית, בעת שהיא מעיינת בכתבות הפופולאריות, נאלצה לקבלן מבלי
18 שביקשה אותן.
19
20 40. אני סבורה כי מטרת החוק לאיין מצבים, בהם המפרסם ינצל לרעה פלטפורמות חיוניות-
21 רצויות, שהוא מעמיד לרשות הלקוח המעוניין בהן, ואשר הוצגו בפני הלקוח ככאלה
22 הכוללות תכנים עיוניים מסוימים בלבד, לשם "דחיפה" של תכנים בלתי רצויים. למעשה,
23 מה שהוציאה הנתבעת דרך הדלת הראשית, הכניסה חזרה דרך החלון.
24
25 41. מסקנתי היא, אפוא, כי ההודעות נשוא המחלוקת הן בגדר "דברי פרסומת" לכל דבר וענין.
26 משנדחתה טענת הנתבעת לעניין זה, תשא בהוצאות משפט בסך 5,000 ₪.
27
28
29
30
31
32



בית משפט השלום בהרצליה

תא"מ 16-11-21784 זונשיין נ' הוצאת עתון הארץ בע"מ

תיק חיצוני: מספר תיק חיצוני

1

2

3 42. לאור התוצאה, יש מקום להמשיך ההליך, ביחס ליתר השאלות שבמחלוקת, כפי העולה

4 מכתבי הטענות, ולרבות שאלות ההסרה, והשאלה אם הנתבעת המשיכה ושלחה את

5 הפרסומים לאחריה. המזכירות תקבע ישיבה מקדמית במעמד הצדדים, בפני המותב

6 שיקבע ולמועד לפי יומנו של בית המשפט.

7

8 **המזכירות תמציא ההחלטה לב"כ הצדדים.**

9

10

11 ניתנה היום, כ"ו תמוז תשע"ז, 20 יולי 2017, בהעדר.

12

יפעת אונגר ביטון, שופטת

13

14