



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

לפני כבוד השופט יאיר דלוגין

התובע:

שמעון וקנין

ע"י עו"ד עדן נבו ועו"ד יפתח תייר

נגד

הנתבעת:

ניקול ראידמן

ע"י עו"ד יואב סגל

פסק דין

לפני תביעה כספית, בסך של 280,000 ₪, בגין פיצוי סטטוטורי עבור שני פרסומי לשון הרע שלפי הטענה פרסמה הנתבעת אודות התובע וכן עבור פגיעה נטענת בפרטיות התובע במסגרת הפרסום הראשון.

רקע

1. הנתבעת הגיעה ביום 5.7.20 לקניון גינדי TLV יחד עם ידיד שלה. מדובר בתקופה הסמוכה לאחר התפרצות מגפת הקורונה, אשר התפרצה בישראל בחודש מרץ 2020.
2. לגרסת הנתבעת, כפי שעולה מעדותה בתיק דנא, בעוד היא עומדת בקניון, בסמוך לדוכן ממכר הפיצות של בית העסק הידוע כ-"PIZZA GARAGE", היא שמעה גבר מתעטש. עקב כך, הסתובבה והפנתה מבט לדוכן וראתה את התובע, אשר עבד באותה העת בדוכן, עומד מאחורי הדלפק, ללא מסיכה וללא כפפות, ומגיש פיצה ללקוחה שעמדה בדלפק עם בנה. לטענתה, היה ברור לה לפי שפת הגוף של התובע, כי הוא זה שהתעטש, אם כי הודתה שלא ראתה אותו מתעטש. מנגד, התובע מכחיש מכל וכל כי הוא התעטש ואף מכחיש כי מכר פיצות בדלפק. לטענתו, עבד בעמדת התנור בלבד.
3. לאחר מכן נכנסה הנתבעת לחנות סמוכה ולאחר שיצאה ממנה, שוב ראתה את התובע עומד מאחורי הדלפק, ללא מסיכה וללא כפפות, מסדר את הפיצות. בשלב זה, ניגשה אליו ושאלה אותו מדוע הוא לא עוטה מסיכה וכפפות, וברגע זה החלה לצלם אותו, בסרטון וידאו, באמצעות מכשיר הטלפון הנייד שלה.
4. באותו סרטון שצילמה הנתבעת, נראה התובע ולצדו עובד נוסף, שניהם ללא מסיכות והנתבע ללא כפפות (העובד השני עטה כפפות). בסרטון נראים התובע והנתבעת מנהלים



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

שיחה קצרה, שלקראת סיומה מפנה הנתבעת את המצלמה לשלט, שבו רשום שמו של בית העסק "PIZZA GARAGE".

5. להלן תמליל השיחה המדוברת:

"נתבעת: בדוכן של אוכל אתם לא חושבים שאתם צריכים להיות עם מסכה?"

תובע: אהלן בואי אני אסביר, בואי תתקרבי, שיישמעו אני אסביר לך.

נתבעת: כן.

תובע: קודם כל יש פטור למי שעובד עם תנורים חמים לשים מסכה, סבבה והתנור ב-317 מעלות.

נתבעת: כן אבל עכשיו אתה תוציא לי פיצה ואתה בלי מסכה ובלי כפפות, זה נראה לך הגיוני?

תובע: יש לי אישור.

נתבעת: יש לך אישור? תראה לי את האישור.

תובע: זה חוק.

נתבעת: אה, זה חוק.

תובע: מי שעובד עם תנורים חמים, זה חוק.

נתבעת: אוקיי. אז חברים יש פה פיצרייה מגניבה בקניון גינדי. לא שמים פה לא כפפות ולא מסכות. בתאבון. קורונה".

6. תוך כשעה, העלתה הנתבעת את הסרטון המדובר כסטורי לעמוד האינסטגרם שלה, המונה למעלה מ-800,000 עוקבים.

7. אין חולק כי הנתבעת עיטרה את הסטורי בסטיקר של חייזר ירוק עם מסיכה על פניו וכן בשלושה כיתובים על רקע אדום, שבאו אחד אחרי השני במהלך הסטורי, כאשר בראשון נכתב: **"חוצפה!!!"**; בשני: **"לא לאכול במקומות כאלה!!!"** ובשלישי: **"חברים!!!!!! להזהר! זו חוצפה ממדרגה ראשונה! שימו לב מה קורה במטבחים של מסעדות!!!!!! תוכלו (כך במקור – י"ד) בבית!!!!!!"**

8. הסטורי הנ"ל ייקרא להלן: **הפרסום הראשון.**

9. לגרסת הנתבעת, העלאת הסרטון כסטורי לחשבון האינסטגרם שלה, נעשתה מתוך תחושת אחריות ציבורית, כדי להתריע על המפגע הבריאותי הנובע מעבודת הנתבע בדוכן לממכר מזון ושירות לקוחות ללא עטיית מסיכה וכפפות.

10. הסטורי של הנתבעת הכה גלים. האירוע זכה להתייחסות באתר האינטרנט "ישראל בידור" ולתגובות של גולשים, כאשר חלקם צידדו בתובע וחלקם צידדו בנתבעת.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

11. אין חולק כי בעקבות הסטורי פנה הבעלים של בית העסק אל הנתבעת (וכתוצאה מכך אף הסתבר לה כי יש לה היכרות קודמת עמו), והוציא הודעה בזו הלשון: **"ניקול תודה שהערת את תשומת לב הנהלת PizzaGarage הדבר הובהר נחרצות לעובדים ואנו תמיד עובדים ונעבוד על הכללים"**.

12. כמו כן, בין התובע לבעלים של העסק נערכה בין היתר ההתכתבות/השיחה הבאה (בהודעה קולית), עוד באותו היום:

הבעלים: "ביקשתי לשים מסכות, ביקשתי. זה שטות הדבר הזה של הפס החס, כי עובדים פרונטלי עם לקוחות. ביקשתי שמי אמרתי שאני מעדיף שתשים מסכות, חבל שיהיה לנו שיימינג כזה חבל, בתקופה כזאת אתה עוד מדבר איתה בלי מ....".
התובע: "היא סתם חיפשה פרובוקציה, קז כן היה עם כפפות וגם אני שם כפפות כשאני מתעסק עם ההכנה של האוכל. לגבי מסיכות זה קשה להיות איתן שם בחום של התנורים".

הבעלים: "צודק שזה קשה אבל אין ברירה. אין קשר מי חיפש פרובוקציה, זה לא נראה טוב, מה לעשות, לא נראה טוב, אני עוד לא נתקלתי שמישהו פרונטלי מדבר אלי והוא בלי מסיכה, עוד לא נתקלתי באף עסק, גם בפצציות שאני רואה אותם הרבה, מה לעשות, צריך לשים מסיכה וכשאתה מוציא מהחום תוריד מסיכה, זהו טעינו בחישוב שלנו, לא מאשימים אותך, מהיום כולם עם מסיכות, תודה".

13. זאת ועוד, כשלושה שבועות לאחר האירוע, הסטורי שפרסמה הנתבעת זכה לאייטם בתכנית הבוקר של אלמוג בוקר בערוץ 13. במסגרת התכנית הנ"ל, רואיין הבעלים של דוכן הפיצה ולאחר מכן הובאה תגובתה המוקלטת המפורטת להלן של הנתבעת בקולה, אשר לגרסתה, ניתנה בשיחה עם תחקירנית התכנית, אשר הקליטה אותה ללא ידיעתה:

"שום שיימינג לא קרה שם. חמש דקות לפני שהתחלתי לצלם שם. אני צפיתי במחזה של אימא ניגשת עם הילד והוא דפק אפצ'י לתוך הפיצה ונותן לה את הביס, אז שלא יהיו יפי נפש, שכל אחד ישמור על עצמו ושכל אחד ייקח אחריות על עצמו. והוא לא עובד עם תנור חם. יש מאחורה בן אדם שמכין את הפיצות ודוחף אותן לתוך התנור. הוא מצדי, לא יהיה כי אחרי שהוא מכין אותה ומכניס אותה לתוך התנור, היא עוברת בטמפרטורה גבוהה, אז לא צריך. אבל מצד שני כשהפיצה מוגשת בדלפק הקדמי וכל לקוח שניגש לדלפק, אתה חותך לו משם ומגיש את חתיכת הפיצה, אתה עובד ללא כפפות וללא מסכות, אתה מסכן את הציבור נקודה".



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

14. האמירה "אני צפיתי במחזה של אימא ניגשת עם הילד והוא דפק אפצ'י לתוך הפיצה ונותן לה את הביס" מתוך התגובה הנ"ל, הוא הפרסום השני בגינו הוגשה התביעה דנא (להלן: הפרסום השני).

15. הפרסום השני הרתיח את דמו של התובע, אשר פנה בו ביום למעבידו, כדי לקבל את צילומי מצלמות האבטחה של העסק, כדי להוכיח שלא התעטש על הפיצה כפי שטענה הנתבעת ואף הודיע למעבידו כי בכוונתו לתבוע את הנתבעת. לטענת התובע, לא ניתן היה לקבל את צילומי מצלמות האבטחה, משום שצילומי המועד הרלוונטי כבר לא נשמרו עקב חלופי הזמן.

16. בחודש אוגוסט 2020 נשלח מכתב התראה מאת בא כוחו של התובע אל הנתבעת, אשר דרש פיצוי כספי ע"ס 200,000 ₪ בגין פגיעה בפרטיות ובגין לשון הרע.

17. לאחר שמכתב ההתראה נענה בסירוב, הגיש התובע בחודש ספטמבר 2020, את התביעה דנא, בה הוא עותר לחייב את הנתבעת בסכום של 280,000 ₪ כפיצוי סטטוטורי בגין לשון הרע ופגיעה בפרטיות (66,122 ₪ בגין פגיעה בפרטיות במסגרת הפרסום הראשון ו- 71,302 ₪ בגין לשון הרע בשל הפרסום הראשון; 141,604 ₪ בגין לשון הרע בשל הפרסום השני).

18. הנתבעת בכתב הגנתה טוענת כי הפרסומים לא מהווים לשון הרע וכי היא לא פגעה בפרטיות הנתבעת. כן טוענת היא כי עומדות לה בין היתר ההגנות הקבועות בסעיפים 14 ו-15 לחוק איסור לשון הרע, תשכ"ה-1965 וההגנות הקבועות בסעיף 18 לחוק הגנת הפרטיות, תשמ"א – 1981.

19. במסגרת פרשת הראיות שמעתי את עדותו של התובע ושל הנתבעת וכן את עדותו של ידיד הנתבעת, העד נדב אליהו, אשר נכח בקניון עמה באותו היום. הצדדים סיכמו טענותיהם בקצרה בע"פ מיד בתם העדויות.

דיון

הפרסום הראשון

20. שני הפרסומים בוודאי עונים על ההגדרה של לשון הרע לפי החוק, אשר מגדירה את לשון הרע כ- 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".



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

21. ברור שמי שמוצג כמי שאינו עוטה מסיכה בתקופת הקורונה, מקום שיש לעטות מסיכה, ובפרט כשמדובר במי שנותן שירות ללקוחות ועוד בתחום המזון, מוצג בצורה שלילית. כך ודאי גם אם נטען כלפיו שהתעטש לתוך מנת מזון המוגשת על ידו ללקוחות.

22. האם עומדת לנתבעת הגנה מפני הפרסום הראשון?

23. ביחס לתוכן הסרטון עצמו, קרי, הדין ודברים שהוחלפו בין התובע והנתבעת, לרבות הכיתובים שהוספו לסטורי, איני רואה קושי.

24. נתחיל מזה שהוכח באמצעות נהלי משרד הבריאות בנושא הקורונה (הוראות מנהל לעניין תקנה 5(ב)(1) לתקנות שעת חירום (נגיף הקורונה החדש-הגבלת פעילות), התש"ף - 2020), כי רק עובדי מטבח הנחשפים לחום גבוה פטורים ממסיכה וכלשון הוראה ד'2: "העובדים במטבח יעטו מסיכות בכל עת, למעט עובדי מטבח הנחשפים לחום גבוה בעבודתם (פס חס, לרבות תנורים) וכן יקפידו על רחיצת ידיים באופן תדיר".

25. ויודגש – ספק אם ניתן אפילו לכנות את התובע כנכלל בהגדרה "עובד מטבח" לפי ההוראות הנ"ל וזאת מקום שמדובר בדוכן לממכר פיצות, אשר התנור ודלפק השירות שלו מצויים בו בחלל אחד ואין חלל נפרד למטבח, בו עובדים רק עובדי המטבח וחלל נפרד אחר, בו עובדים נותני השירות, כפי שעולה בבירור מהסרטון עצמו.

26. כך או אחרת, כעולה מהסרטון, התובע לא עטה מסיכה גם בעת שלא עבד מול התנור שעה ששוחח עם הנתבעת ודי בכך כדי להוכיח כי הפר את ההוראות.

27. כמו כן, אמינה עליי גרסת הנתבעת, שלפיה גם רגע לפני צילום הסרטון עבד התובע בדלפק ושירת לקוחות ללא מסיכה ויתרה מכך, משאר הראיות שהובאו, עולה כי סביר מאוד להניח כי התובע נהג באופן סיסטמתי שלא לעטות מסיכה, גם בעת העבודה בדלפק ובשירות לקוחות ולא רק באותו היום.

28. ראשית, לאחר שהתובע מסביר לנתבעת כי יש לו אישור לעבוד ללא מסיכה מול התנור והיא שואלת אותו "כן אבל עכשיו אתה תוציא לי פיצה ואתה בלי מסכה ובלי כפפות, זה נראה לך הגיוני?", הוא לא אומר לה שכאשר הוא בדלפק הוא עוטה מסיכה, אלא אומר לה שוב "יש לי אישור".

29. שנית, כל, הוכח כי התובע היה מנהל הסניף, כך שגם אם עבד על התנור פה ושם, ודאי גם עבד על הקופה ונתן שירות ללקוחות מדי יום. התובע עצמו אישר כי הוא אחראי על מלאי, כספים והכנת הזמנות ונדמה שברור כי עבודות אלה לא נעשות מול התנור.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

30. גם מדברים שאמר לתובע בעל העסק לאחר האירוע, לפיהם "זה שטות הדבר הזה של הפס החם, כי עובדים פרונטלי עם לקוחות", עולה שהתובע והעובד הנוסף עבדו מדי יום לסירוגין על הדלפק והתנור וממילא ברור כי אם רק שניהם עובדים בדוכן, כשאחד יוצא להפסקה או אפילו לשירותים, השני עובד הן על התנור והן על הדלפק.

31. אפילו התובע עצמו הודה כי היה ללא מסיכה גם לפני שהנתבעת החלה לצלם את הסרטון, אלא שטען כי לא שירת לקוחות (ראה פר' הדיון עמ' 7, ש' 30 – 33).

32. מהשיחה של התובע עם בעל העסק, שנערכה לאחר הפרסום של הסטורי וביום הפרסום שלו ואשר צוטטה על ידי בסעיף 12 לעיל, עולה כי בעוד בעל העסק רצה שהתובע יעטה מסיכה כל העת, למעט אולי ממש באותם הרגעים שבהם שהוא מכניס לתנור או מוציא ממנו את הפיצות (וכפי שאמר לו - "ביקשתי לשים מסכות, ביקשתי. זה שטות הדבר הזה של הפס החם, כי עובדים פרונטלי עם לקוחות. ביקשתי שמי אמרתי שאני מעדיף שתשים מסכות"), התובע היה זה שהצליח כנראה לשכנע אותו לא לעמוד על כך, משום הקושי הנעוץ בכך מבחינתו (וכפי שכתב לו: "לגבי מסיכות זה קשה להיות איתן שם בחום של התנורים") וזאת אנו למדים מדברי בעל העסק אשר כתב לו בתגובה: "זהו טעינו בחישוב שלנו, לא מאשימים אותך, מהיום כולם עם מסיכות, תודה".

33. עוד יש לשים לב לכך שכאשר התובע אמר לבעלים, כפי שציטטתי בסעיף 12 לעיל - "היא סתם חיפשה פרובוקציה, קז כן היה עם כפפות וגם אני שם כפפות כשאני מתעסק עם ההכנה של האוכל. לגבי מסיכות זה קשה להיות איתן שם בחום של התנורים", הוא עצמו לא טען שהוא עוטה מסיכה בעת הכנת האוכל, אלא רק כפפות.

34. לבסוף, התובע גם לא הביא לעדות את העובד שעבד עמו באותו היום, כדי שהלה יעיד שהתובע עבד רק מול התנור או כי נהג לעטות מסיכה כשלא היה מול התנור וכאשר שירת לקוחות בדלפק או כאשר הכין את הפיצות, בין אם באותו היום ובין אם בכלל ונדמה שלא בכדי שהתובע לא הביא אותו לעדות, שכן הראיות כולן מצביעות על כך שלא אלה היו פני הדברים, וזה גם ההסבר לכך שגם את הבעלים של העסק לא זימן התובע לעדות.

35. לסיכום עד כאן, הדברים שהטיחה הנתבעת בתובע במסגרת השיחה שלהם שתועדה בסרטון, לפיהם הוא משרת לקוחות בדלפק ללא מסיכה, היו אמת.

36. לגבי התנאי הנוסף הנדרש להקמת הגנת האמת בפרסום לפי סעיף 14 לחוק, התנאי לפיו היה עניין ציבורי בפרסום, אני סבור כי תנאי זה מתקיים בחלקו.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

37. רוצה לומר, מחד, היה עניין ציבורי בפרסום ההתנהלות של התובע בניגוד להוראות משרד הבריאות, כדי להתריע על כך ולשמור על בריאות הציבור, אולם מאידך גיסא, לא היה עניין ציבורי בפרסום, בדרך שבו בחרה הנתבעת לפרסם את המקרה ועל כך עוד אפרט מיד.

38. ויובהר כבר עתה, הדיבור "עניין ציבורי בפרסום", אין משמעותו כל פרסום שמעניין את הציבור או יספק עניין לסקרנים או ימלא יצר של רכלנים, אלא פרסום שיש לציבור בתור שכזה, עניין בפרסומו ואין זה מספיק שלפרטים המרכיבים את הציבור ישנו עניין לדעת על הפרטים שפורסמו בפרסום (ראה בעניין זה ספרו של המלומד אורי שנהר, בספרו "דיני לשון הרע", בסעיף 17.3.2).

39. כעת לגבי האמירה של הנתבעת בסוף השיחה: "בתיאבון קורונה" וכן לגבי הכיתובים על הסרטון: "חוצפה!!!!", "לא לאכול במקומות כאלה!!!!", "חברים!!!!!! להזהר! זו חוצפה ממדרגה ראשונה! שימו לב מה קורה במטבחים של מסעדות!!!! תוכלו (כך במקור – י"ד) בבית!!!!".

40. לדידי, יש לראות בכל האמירות הנ"ל כהבעת דעה מצד הנתבעת לפי סעיפים 15(2) ו-4(4) לחוק, אלא שתנאי נוסף להקמת הגנת תם הלב לפי סעיף 15, מעבר לביצוע הפרסום בנסיבות המפורטות במי מסעיפי המשנה שלו, הנו כי הפרסום נעשה בתם לב.

41. סעיף 16 לחוק קובע, בין היתר, כי אם הפרסום נעשה באחת הנסיבות הנזכרות בסעיפי המשנה של סעיף 15 והפרסום לא חרג מתחום הסביר באותן נסיבות, חזקה כי הפרסום נעשה בתם לב. כן נקבע כי אם המפרסם התכוון על ידי הפרסום לפגוע במידה גדולה משהייתה סבירה להגנת הערכים המוגנים לפי סעיף 15, כי אז חזקה שהפרסום נעשה שלא בתם לב.

42. בכל הנוגע לתוכן האמירה והכיתובים, אני סבור שמתקיים התנאי של תם לב. אמנם הדברים שנאמרו היו נחרצים, אולם חופש הביטוי מאפשר גם ביקורת קשה והרי בפרט במקרים כאלה חופש הביטוי עומד במבחן.

43. הנתבעת הייתה זכאית להביע ביקורת נחרצת על ההתנהלות חסרת האחריות של התובע, שלא עטה מסיכה בתוך הקניון ועוד כנותן שירות ובפרט כמגיש מזון ולא מצאתי שהניסוחים שבחרה עלו על הנדרש בנסיבות.

44. דא עקא, הגנת האמת בפרסום והגנת תום הלב יחד, בכל זאת נשללים מהנתבעת, לא בשל תוכן הפרסום, אלא בשל האופן בו בחרה הנתבעת לפרסם את הסרטון, קרי בשל התפוצה הרחבה של הפרסום, בסטורי, בחשבון האינסטגרם שלה, המונה מעל 800,000 עוקבים.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

45. כאמור, הגנת האמת בפרסום מותנית לא רק בכך שהפרסום היה אמת, אלא גם בכך ש"היה בפרסום ענין ציבורי". בגדרי תנאי זה, נכללת גם בחינת האופן בו נעשה הפרסום ובגדרי כך נכלל גם היקף התפוצה וזהות קהל היעד של הפרסום.

46. יהיו מקרים שכדי למלא אחר קריטריון העניין הציבורי בפרסום, תהיה הצדקה לפרסם אותם בתפוצה רחבה ויהיו מקרים בהם די בפרסום בהיקף צר ונקודתי.

47. ראה בעניין זה דבריו של המלומד אורי שנהר, בספרו "דיני לשון הרע", בסעיפים 17.3.9 – 17.3.11, שם כתב, בין היתר, כי מכוח **חוק יסוד: כבוד האדם וחירותו**, אין להתיר פגיעה העולה על הנדרש לשם השגת התכלית של הבאת פרסום מסוים לידיעת הציבור וכי יש לשקול, בין היתר, אם יש צורך בפרסום שמו או פרטים אחרים המזהים של אדם, לצורך הגשמת מטרות הפרסום, כמו גם כי יש לשקול אם היקף הפרסום הנדרש הוא נרחב או שמא ניתן להסתפק בפרסום צר ומוגבל יותר, לשם השגת תכלית הפרסום (וראה בנוסף את הפסיקה שאליה מפנה שנהר בספרו שם).

48. כך, גם לגבי הגנת הבעת דעה בתום לב, נבחנים אופן הפרסום והיקפו במסגרת סעיף 16 לחוק, אשר עוסק כאמור בחריגת הפרסום מתחום הסביר ובכוונה לפגוע במידה גדולה משהייתה סבירה להגנת הערכים המוגנים לפי סעיף 15 לחוק.

49. ומן הכלל אל הפרט: לדידי, לא הייתה הצדקה לכך שהנתבעת תעלה את הסרטון כסטורי בחשבון האינסטגרם שלה וזאת לנוכח כמות העוקבים העצומה שלה, אשר הבטיחה חשיפה אדירה לסטורי וזאת מקום שניתן היה להשיג את תכלית הפרסום בדרך פחות פוגענית בצורה משמעותית.

50. די היה בנסיבות העניין בפנייה אל מנהל הקניון או אל בעל העסק או אל משרד הבריאות, כדי להגשים את מטרת הפרסום, קרי – את השמירה על בריאות הציבור וזאת בפרט שהמפגע המדובר (אי עטיית מסיכה על ידי התובע), לא היה מסוג המפגעים שנעשים במחשכים, כך שכל לקוח אשר פנה לדוכן כדי לרכוש פיצה, גם ללא הסטורי של הנתבעת, ממילא יכול היה מראש להיחשף לסכנה הבריאותית המדוברת ולהחליט בעצמו, אם הוא רוצה לקנות פיצה בדוכן שבו נותני השירות לא עוטים מסיכה.

51. זאת ועוד - גם אנשים פרטיים, המחזיקים בחשבון ברשתות החברתיות עם כמות עוקבים עצומה, בדרך כלל ידוענים, משפיענים, בלוגרים וכו', ואשר כתוצאה מכך מחזיקים בכוח המשול כמעט ולעיתים אף יותר, לכוחו של כלי תקשורת, צריכים לנהוג באחריות ועל כן חלה עליהם לדידי חובת זהירות מוגברת, להימנע מלפרסם פרסומים שיש בהם אך ורק או בעיקר משום שיימינג, כאשר ניתן להגשים את מטרת הפרסום בדרך פחות פוגענית.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

52. התוצאה היא כאמור, שלא עומדת לנתבעת הגנה ביחס ללשון הרע שפרסמה במסגרת הפרסום הראשון, לא בשל תוכן הפרסום, אלא אך ורק מהטעם שבחרה לפרסם את הפרסום בדרך שבחרה, תחת לבצע את הפרסום בדרכים אחרות שעמדו לרשותה, אשר היו פוגעים בתובע במידה פחותה בהרבה ועדיין היו מגשימים את תכלית הפרסום.

53. התובע טען שהפרסום הראשון גם מהווה פגיעה בפרטיותו והוא צודק בכך. ראה סעיף 2 לחוק הגנת הפרטיות, תשמ"א-1981, הקובע כי פגיעה בפרטיות היא בין היתר "פרסום תצלומו של אדם ברבים בנסיבות שבהן עלול הפרסום להשפילו או לבזותו".

54. לנתבעת לא עומדת הגנה בגין הפגיעה האמורה בפרטיותו של התובע וזאת מאותם הנימוקים שהזכרתי לעיל, שבעטיים אין לה הגנה מפני עילת התביעה בלשון הרע בגין פרסום זה, שהרי סעיף 18(2) לחוק הגנת הפרטיות, דורש גם כן את דרישת תום הלב, אשר לא מתקיימת, מקום שהנתבעת פרסמה את הפרסום בהיקף העולה על הנדרש לצורך הגשמת מטרת הפרסום, כפי שכבר פורט.

55. אוסיף כי סעיף 18(2)(ה) לחוק הגנת הפרטיות, שאף הוא מותנה בכך שהפגיעה נעשתה בתום לב, ואשר מדבר על פרסום תצלום של אדם שהיה ברשות הרבים, מתנה את ההגנה בכך שדמות הנפגע תופיע בו באקראי, כך שאין לקבל את טענת הנתבעת שלפיה לא הייתה פגיעה בפרטיות התובע בשל העובדה שהתובע צולם בדוכן בקניון, שהוא מקום ציבורי, שהרי הוא לא צולם על ידה באקראי.

56. אוסיף כי התובע אמנם שיתף פעולה עם הסרטון, כפי שנראה בבירור מהסרטון עצמו, במובן זה שלא ביקש מהנתבעת להפסיק לצלם אף וענה לשאלותיה, אולם ודאי שהתובע לא נתן בכך לנתבעת הרשאה, גם לא משתמעת, להעלות את הסרטון לרשתות החברתיות.

57. גם לא עומדת לנתבעת ההגנה מכוח סעיף 18(3) לחוק הגנת הפרטיות, העוסק בפרסום מידע שיש בו עניין ציבורי, וזאת מקום שגם כאן יש לבחון במסגרת העניין הציבורי את אופן והיקף הפרסום, כפי שפורט בהרחבה לעיל.

58. התובע זכאי אפוא לפיצוי בגין הפרסום הראשון, אולם כאמור, אך ורק בשל האופן בו נעשה הפרסום ולא בשל תוכנו.

הפרסום השני

59. לגבי הפרסום השני, קרי, דברי הנתבעת "אני צפיתי במחזה של אימא ניגשת עם הילד והוא דפק אפצ'י לתוך הפיצה ונותן לה את הביס...", אני סבור שלא עומדת לנתבעת הגנת האמת בפרסום, שכן לא שוכנעתי כי התובע הוא זה אשר התעטש, ככל שמישהו בכלל



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

התעטש באותו רגע, וכך גם מן הסתם לא הוכח כי התובע התעטש על הפיצה והגיש אותו ללקוחה.

60. הנתבעת והעד מטעמה הודו כי לא ראו את התובע מתעטש, אלא לכל היותר שמעו גבר מתעטש ואז הפנו את מבטם לכיוון שממנו שמעו את ההתעטשות, או אז ראו את התובע עומד בדלפק הפיצה ומגיש פיצה ללקוחות. עוד לגרסת הנתבעת, משפת הגוף של התובע מיד לאחר ההתעטשות, אפשר היה להבין שהוא זה שהתעטש.

61. מאחר שלפי גרסת הנתבעת, אירוע ההתעטשות אירע לפני שנכנסה לחנות הסמוכה לדוכן הפיצה ולפני שיצאה ממנה, ובטרם פנתה אל התובע והחלה להסריט את הסרטון, צודק התובע בטענתו שלפיה תמוה הדבר כי טענת ההתעטשות הנטענת לא הועלתה על ידי הנתבעת בשיחה שקיימה עמו ואשר הוסרטה על ידה.

62. גרסת ההתעטשות הועלתה לראשונה רק לאחר כשלושה שבועות, בעת שפנו אל הנתבעת מהתכנית של אלמוג בוקר בערוץ 13, כדי לקבל את תגובתה והתייחסותה לאירוע, אלא שבנסיבות העניין, לו אכן התעטש התובע לתוך מנת הפיצה, היה מתבקש כי הנתבעת תזכיר עניין זה בעת שיחתה המוסרטת עם התובע שהתקיימה כחמש דקות בלבד לאחר אירוע ההתעטשות הנטען.

63. אין זה סביר בעיני כי הנתבעת תדלג על כך וזאת משום שלהתעטש על מזון ולהגיש אותו ללקוח, לא רק בתקופת הקורונה, הוא לכל הדעות אירוע חמור בהרבה, מאשר להגיש ללקוח מזון ללא מסיכה.

64. כזכור, הנתבעת האשימה את התובע בכך שהוא "דפק אפצ'י לתוך הפיצה ונותן לה את הביס..." (ההדגשה בקו תחתון שלי) ולא שסתם התעטש בעת מתן שירות ללקוח כשהוא ללא מסיכה. יש לזכור כי מדובר היה בתחילת המגיפה, עת נדמה כי חששות הציבור מהידבקות היו רבות יותר מהיום, בתקופת הווריאנטים האלימים פחות.

65. ארחיק לכת ואומר כי גם אם האמירה "דפק אפצ'י לתוך הפיצה" יש להבין אותה כצורת דיבור על דרך ההגזמה, כלומר, לא כטענה שהתובע באמת התעטש ממש לתוך הפיצה דווקא, אלא כי רק התעטש בעת הגשת הפיצה ללקוחה מבלי שהיה עם מסיכה (הנתבעת עצמה אגב לא העלתה טענה מעין זו), גם אז לא ניתן לפרש את האמירה, אלא כתיאור סיטואציה חמורה יותר מבחינת שמירה על בריאות הציבור, מאשר סתם הגשת מזון ללא מסיכה מבלי להתעטש ועל כן בכל מקרה היה מצופה כי הנתבעת תזכיר את האירוע הזה בעת השיחה עם התובע שהוסרטה על ידה.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

66. גם העובדה שהתובע פנה מיד אל הבעלים של העסק לקבלת סרטוני מצלמות האבטחה, עם היוודע לו דבר הפרסום השני, מעידה כי אין לקבל את גרסת הנתבעת.

67. לבסוף, גרסת הנתבעת היא בלתי סבירה מלכתחילה. כלום יעיז התובע להתעטש לתוך מנת הפיצה בעת הגשתה ללקוחה, העומדת מולו מעבר לדלפק?

68. משלא הוכחה הגנת האמת בפרסום, זכאי התובע, אפוא, לפיצוי בגין הפרסום השני והפעם מהסיבה שלא הוכח כי הפרסום היה אמת.

הפיצוי המגיע לתובע

69. מה סכום הפיצוי המגיע, אפוא, לתובע בגין כל אחד מהפרסומים?

70. לגבי הפרסום הראשון (הסטורי באינסטגרם), מחד גיסא, לא היה פגם בתוכן הפרסום, וכשהתובע הוא זה אשר חטא ב"חטא הקדמון", בכך שלא עטה מסיכה במסגרת תפקידו כנותן שירות ועוד בתחום המזון, אולם מאידך גיסא, האופן שבו בחרה הנתבעת לפרסם את הפרסום, היה כאמור בלתי מידתי.

71. כפי שכבר ציינתי, מסקנה דומה מתקבלת גם ביחס לעילת התביעה לפי החוק להגנת הפרטיות, וזאת לנוכח העובדה שהיה עניין ציבורי בפגיעה, אולם לא בהיקף הפגיעה כפי שנעשה.

72. כמו כן, לא הוכח שנגרם נזק ממוני כלשהו לתובע, אשר לא פוטר מעבודתו ואף ממשיך לעבוד במקום עד היום. בנוסף, היו מי שבאו בטרוניה דווקא כלפי הנתבעת על פרסום הסטורי ותמכו בתובע.

73. הנזק שנגרם לתובע מתבטא, אפוא, בנזק ללא ממוני מסוג עגמת נפש, אשר נבע מכך שהוא מצא עצמו בעין הסערה הציבורית, אשר יצר הסטורי של הנתבעת ובכך שזהותו נחשפה בפני כמות עצומה של אנשים בהקשר זה ובכלל, מבלי שנתן את הסכמתו לכך, כאשר לכל היותר מן הראוי היה כי התנהלותו תפורסם בפני מעסיקו ו/או בפני הנהלת הקניון ו/או בפני משרד הבריאות.

74. לפיכך, בנסיבות הנזכרות לעיל, לאחר שאיזנתי בין השיקולים הנוגדים לקולא ולחומרא, ביחס לגובה הפיצוי, מצאתי לנכון להעמיד את הפיצוי המגיע לתובע עבור הפרסום הראשון בסך של 15,000 ₪.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 37578-09-20 וקנין נ' ראידמן

75. מובהר כי בגין העלאת הסטורי, אין התובע זכאי לפיצוי הן על פי חוק איסור לשון הרע והן על פי חוק הגנת הפרטיות, אלא זכאי הוא לפיצוי אחד על אותו מעשה, גם אם המעשה היווה עוולה לפי כל אחד משני החיקוקים בנפרד וזאת שעה שהפיצוי בגין לשון הרע מגלם בתוכו, מטבע הדברים, באופן אינהרנטי, פיצוי גם על כך שזהותו של התובע נחשפה בהקשר לפרסום המדובר (שהרי ללא חשיפת זהותו, לא הייתה עומדת לו מלכתחילה עילת תביעה בלשון הרע). הפיצוי בגין פגיעה בפרטיות במקרה דנא, בה גם הוא, לפצות על עצם חשיפת זהותו של התובע במסגרת הסטורי המדובר.

76. גם לגבי הפרסום השני (תגובת הנתבעת לתכנית הבוקר של אלמוג בוקר, לפיה התובע התעטש לתוך הפיצה ומכר אותה ללקוחה), הנזק שנגרם לתובע מתבטא בנזק לא ממוני מסוג עגמת הנפש וגם כאן הפרסום זכה מטבע הדברים לתפוצה רבה.

77. לאחר שלקחתי, אפוא, בחשבון את כל נסיבות העניין, לרבות את התנהלות התובע, שלא עטה מסיכה בניגוד להוראות משרד הבריאות שחלו באותה העת (וראה ס' 22 לחוק המאפשר להפחית פיצויים בשל התנהלות הנפגע), החלטתי לחייב את הנתבעת לשלם לתובע בגין פרסום זה, פיצוי בסך של 25,000 ₪.

סוף דבר

78. אשר על כן, הנתבעת תשלם לתובע 40,000 ₪, תוך 30 יום מהיום.

79. כן תשלם הנתבעת לתובע 14% מסכומי האגרות ששילם וכן שכר טרחת עו"ד בסך של 8,000 ₪, המותאם לכלל נסיבות העניין ובפרט לסכום שנפסק והפער בינו ולבין הסכום שנתבע.

80. כל הסכומים ישולמו תוך 30 יום מהיום.

ניתן היום, כ"ב אדר ב' תשפ"ב, 25 מרץ 2022.

יאיר דלוגין, שופט