

## לשון הרע באינטרנט

לשון הרע נחשבת כעוולה אזרחית וכעבירה פלילית, ומתרחשת במצבים בהם חופש הדיבור פוגע בשמו הטוב של אחר. בתוך כך, רשת האינטרנט מספקת לגולשים אלמוניות ושימוש פשוט, ומהווה מצע לתגובות, התכתבויות חריפות ואף למילות נאצה כנגד אחרים, בין אם מדובר באישיות ציבורית, בבתי עסק או באנשים פרטיים. עו"ד אסף דזק מסביר אודות הוצאת דיבה במרחב האינטרנטי, לרבות: מהו פרסום לשון הרע באינטרנט, מי אחראי עליו, אילו הגנות והקלות קיימים, לשון הרע כעבירה פלילית, חשיפת פרטיו של מפרסם אנונימי וסכום הפיצוי אותו ניתן לקבל בגין לשון הרע.

### לשון הרע באינטרנט

חוק איסור לשון הרע, התשכ"ה-1965 מגדיר [לשון הרע](#) כפרסום דברים הנוגעים במעשים או בתכונות של אדם או חברה, העלולים לגרום להשפלתם בעיני הציבור, ולהפכם ליעד לבוז, לעג או שנאה. לשון הרע בגין תכונותיו של אדם עשויה להיות גם השמצה בגין מוצאו, מקום מגוריו, דתו, אמונתו, מינו או נטייתו המינית. פגיעות אלו עלולות לפגוע בתדמיתו של אדם ובשמו הטוב, ואף לפגוע במשלח ידו. חשוב להבין כי איסור לשון הרע חל על כל תחומי החיים, כולל רשת האינטרנט. לכן, אדם או חברה שפורסמו עליהם דברים שיש בהם משום פגיעה או ניסיון לפגיעה וללעג, יכולים לפנות לתביעה אזרחית או פלילית. התביעה האזרחית מאפשרת קבלת פיצויי נזיקין, ואילו תביעה פלילית כרוכה בהגשת תלונה במשטרה.

### זכויות ואינטרסים בדיני לשון הרע

ההתנגשות בין הזכות לשם טוב לבין חופש הביטוי משתקפת בכל נושא בתחום דיני לשון הרע ובכל פיתרון אנו נותנים הגנה חזקה יותר לאחד ואילו לשני הגנה חזקה פחות. בהקשרים רבים אין אפשרות לומר מהו הכלל הרצוי ללא הכרעה ערכית אידיאולוגית באשר לערך אשר זכאי להגנה חזקה יותר. שיקולי המדיניות התומכים בחיזוק ההגנה על כל אחד מהערכים הללו:

#### הזכות לשם טוב

הזכות לשם טוב נמצאת בעיקר בדיני לשון הרע. מדוע חשובה הזכות לשם טוב ומדוע חשוב להגן עליה? לאנשים חשוב מה אנשים אחרים חושבים עליהם, האדם הוא יצור חברתי. כל אדם אינו רוצה שאחר יחשוב עליו דברים רעים ויחס לו תכונות שליליות וכד'.

#### השלכות לשון הרע

1. נזק תדמיתי - נזק לא מוחשי מכיוון שהוא נמצא בתודעתו של האדם. נזק כזה גורר אחריו גם נזקים אחרים שהם יותר מוחשיים. האופן בו אנשים חושבים משהו על אדם מסוים משפיע בהכרח על התנהגותם כלפיו.

2. נזק כלכלי - השלכות כלכליות לפגיעה בשם הטוב; אובדן לקוחות, קשרים עסקיים, הזדמנויות עסקיות, הכנסה כשכיר וכד'. הסיבה: פחות אנשים יטו לקיים עימו קשרים כלכליים. בשלב הפיצויים יהיה מאוד להוכיח את הקש"ס בין הנזק לבין לשון הרע. אולם אם התובע מוכיח את הקש"ס הוא יקבל פיצוי בגין כך.

3. עוגמת נפש - אדם שנוכח לגלות כי אנשים אחרים חושבים עליו דברים רעים נגרם לו נזק תודעתי שעלול להתבטא אף בנזק פיזי (שברון לב המוביל למחלות וכד').

### האינטרס החברתי במניעת לשון הרע באינטרנט

ישנם מקרים בהם לשון הרע המתפרסמת באינטרנט נגד אדם מוכשר מסוים מובילה לאי מינויו, קידומו

ופיטוריו ובכך החברה כולה מפסידה את שירותיו (האינטרסים החברתיים נפגעים) בשל ידיעה לא נכונה. דבר נוסף הוא כי המצב האמור פוגע בחברה בכללותה וזאת מכיוון שאנשי ציבור רבים מהווים תמונת ראי של החברה הישראלית בכללותה (מדד השחיתות העולמי לדוגמא). בנוסף אנו לא רוצים למנוע מראש את כניסתם של אנשי ציבור מוכשרים לפוליטיקה רק בשל הסבירות הגבוהה כי שמם יהפוך להפקר.

אינטרס חברתי נוסף במניעת לשון הרע באינטרנט הוא קידום ושמירה על מערכת הערכים החברתית. לחברה יש מערכת של ערכים והשקפות אשר קובעת מה טוב ומה רע. החברה מעניקה יתרונות לאנשים עליהם ידוע כי הם פועלים בהתאם לערכים המקובלים, ושוללת את העקרונות הללו מאנשים אשר ידוע כי הם שוללים את אותם ערכים. דוגמא: אדם שידוע עליו כי הוא גנב, יקבל פחות עזרה ושיתוף פעולה מאחרים מאשר אדם שידוע כי הוא אדם שומר חוק וחרוץ. הקורלציה הזו מספקת תמריץ לקיום אותם ערכים (להיות ישרים, לעבוד כמו שצריך וכד') והמצב הזה מקדם את האינטרס החברתי הכולל (מרבית האנשים פועלים על דרך הישר).

בחברה דמונית בה ניתן לפרסם לשון הרע שקרית באינטרנט בחופשיות, מבלי שיהיה ניתן לתקן את המעוות, כל אדם יודע כי גם ציות שלו לערכים החברתיים לא מקנה לו חסינות מכך שתיווצר לו תדמית של אדם שלא מציית להם. אנשים בעקבות התנהגות זו לא ירצו לקיים עם אותו אדם יחסים חברתיים וכתוצאה מכך הוא יאלץ לכבד את הערכים והנורמות המקובלים. דיני לשון הרע נותנים תוקף מוסרי למקובל בחברה נתונה.

## פרסום של לשון הרע באינטרנט והאחריות עליו

פרסום של לשון הרע הינו כל סוג של פעולה המביא את דברי לשון הרע לידיעת האחר. כלומר, התנאי הבסיסי לקיומה של עוולת לשון הרע הוא שנעשה פרסום כלפי אדם שאינו הנפגע. אם רק הנפגע עצמו שמע את לשון הרע הדבר לא ייחשב כלשון הרע. הערך המוגן על ידי החוק הוא הזכות לשם טוב והשם הטוב מתקיים בהגדרה בתודעה של הצד השלישי שאינו הנפגע. רק אם הפרסום מגיע לאדם אחר אזי תינתן הגנה מתוקף חוק לשון הרע.

ברשת האינטרנט הפרסום עשוי להתבצע בין היתר בתכני אתר, מיילים, תגובות גולשים, בלוגים, פורומים, ברשתות החברתיות וכן במנועי החיפוש כגון: גוגל. האחריות על פרסום לשון הרע מוטלת על מי שפרסם בעצמו את הדברים. יחד עם זאת, החוק קובע כי אחריות לפרסום לשון הרע מוטלת גם על אמצעי התקשורת בו פורסם דבר לשון הרע. מאידך, קיימת אי בהירות לגבי הנסיבות שבהן האינטרנט נחשב כאמצעי תקשורת, וזאת עקב מידת הפיקוח השונה על התכנים המפורסמים ברשת. יש לציין כי קיימים מצבים בהם בית המשפט רואה את בעלי האתר כאחראיים וכנושאים בנטל אשמת לשון הרע, וזאת בהסתמך על העדות וראיות של כל מקרה.

## פרסום של לשון הרע בגוגל או הופעתן של תוצאות שליליות בגוגל

למי מאיתנו לא יצא לחפש בגוגל את השם שלו לפחות פעם אחת? הבעיה היא שלעיתים פרסומים המהווים לשון הרע ו/או פגיעה בפרטיות צפים תחת שאלתא בשמו של אדם.

פרסומים פוגעניים כאמור יכולים להביא לפגיעה קשה בתדמית ובמוניטין של אדם, אשר באה לידי ביטוי הן בפגיעה חברתית והן בפגיעה כלכלית. משום כך, יש לפעול במהירות ובמקצועיות על מנת ולהסיר את התכנים הפוגעניים מתוצאות החיפוש בגוגל, ובמקרים מסוימים אף לדרוש פיצוי בגין נזקים שנגרמו כתוצאה מהפרסום השלילי מהמפרסם האחראי להם.

לדוגמא, כמעט כל אדם הידוע בציבור ונחשד בביצוע של עבירה פלילית כלשהיא, מגלה שחיפוש שמו בגוגל, מעלה תוצאות לא מחמיאות בלשון המעטה. לעיתים המצב חמור יותר וכל מי שמחפש את שמו מקבל הצעות חיפוש שמשולבות בהן שמות של עבירות או הטיות שונות של המילה חשד (הסיבה לכך היא שהרבה אנשים מחפשים את הפרשיה באינטרנט וגוגל מציג את החיפושים הנפוצים ביותר...).

נשאלת השאלה מה ניתן לעשות בנידון. בראש ובראשונה, יש להבין כי גוגל הוא בסך הכול מנוע חיפוש אוטומטי ולכן גם אם האדם זוכה מכלל חשד הודות לשירותיו של עורך דין פלילי מקצועי, הרי שגוגל עשוי להמשיך ולהציג תוצאות מלפני שנה, שנתיים או אפילו יותר. באופן תיאורטי בלבד, ניתן להגיש תביעה כנגד

גוגל ישראל מכיוון שהחוק הישראלי לא פוטר אתרי אינטרנט שמציגים מידע המתבסס על תוכן גולשים מאחריות (וזאת לעומת החוק האמריקאי).

הדבר הראשון שאפשר לנסות ולעשות על מנת להסיר תוצאות שליליות הוא לפנות לאותם בעלי אתרים שפרסמו את הכתבות הלא מחמיאות ולבקש מהם להסיר אותן או לערוך אותן באופן שבו יהיה ברור לקרוא שהאדם החשוד זוכה מכל חשד. בהרבה מקרים הניסיונות האלו עולים יפה מכיוון שגם לבעלי אתרים יש אינטרס שהחומר שמופיע באתר שלהם יהיה עדכני, רלוונטי וכזה שעומד בתנאי החוק. לאחר ההסרה תצטרכו להמתין עד לפעם הבאה שהחלנים יסרקו את הדף על מנת שהשינוי יתעדכן בתוצאות החיפוש (לרוב זה תהליך שלוקח זמן).

במידה ובעל האתר מסרב לעשות זאת, ניתן להסתייע בשירותיה של חברה לקידום אתרים על מנת "לדחוק" את התוצאות השליליות בגוגל למטה באמצעות העלאת התוצאות החיוביות למעלה. בדרך כלל עושים זאת באמצעות פתיחה של בלוגים או פרסום מאמרים בעלי גוון חיובי, כך שהם תופסים את הנפח המרכזי של עמודי התוצאות בגוגל. כמו כן, סביר להניח שברגע שאנשים יקראו את המידע הנ"ל, הם יחפשו פחות ופחות את האזכורים השליליים וגוגל יסיר חלק מהם מן ההשלמה האוטומטית שלו.

אם שום דבר אחר אינו עוזר וישנו חשד לכך שהדברים שנכתבו באתר מהווים הוצאת דיבה בכוונה תחילה, ניתן לנסות ולתבוע את בעל האתר לפי חוק לשון הרע בתביעה אזרחית. במידה ואותו אדם התכוון לפגוע בשני אנשים לפחות, ניתן אף להגיש כנגדו [קובלנה פלילית](#). אם התביעה הכללית מחליטה להשאיר את התביעה בידי הקובל, הרי שהוא רשאי להשתמש בשירותיו של עורך דין פלילי. כמו כן, רצוי שאותו עורך דין יחזיק בנוסף במומחיות בתחום דיני האינטרנט וכן יכיר היטב את האופן בו פועלים הן אתרי תוכן והן מנועי חיפוש.

משרדנו מתמחה בהסרת פרסומים שליליים בגוגל לרבות פרסומים פוגעניים על-פי חוק כגון: כתבות ומאמרים הכוללים לשון הרע, פגיעה בפרטיות ו/או גניבת קניין רוחני, פרסום תמונות או סרטים אינטימיים, פרופילים מזויפים, הקלטות פוגעניות וכדומה.

## איך בית המשפט קובע האם פרסום מסוים אכן מהווה לשון הרע?

הגדרת לשון הרע נבחנת על-פי בדיקה אובייקטיבית. כלומר, ביהמ"ש מסתכל על הפרסום וקובע ע"פ השכל הישר כיצד האדם הסביר היה מבין אותו. מושג האדם הסביר הוא אדם המייחסים לו אינטליגנציה וידע ממוצעים ולעיתים מעבר לכך. מדובר באדם אשר מייצג את החברה. הבעיה היא לעיתים מבחן האדם הסביר לא מתאים לחלק מהאוכלוסיות אשר מבינות את הפרסום הרע אחרת מרוב האוכלוסיות. האוכלוסייה מורכבת מקבוצות שונות בעלות מאפיינים שונים ולאור כך כל קבוצה מבינה את הפרסום אחרת מכלל החברה.

## חשיפת פרטי גולש ובעיית האנונימיות ברשת האינטרנט

מעצם אופייה ומהותה, פרסומים רבים ברשת האינטרנט הינם אנונימיים ומופיעים תחת זהות בדויה. במקרים של לשון הרע ניתן לקבל את פרטיו של הגולש המפרסם במספר דרכים:

א. כאשר זהות המפרסם לשון הרע **ידועה**:

- בקשת פרטי הגולש באתר החברה.
- קבלת כתובת IP של הגולש מהאתר בו פורסמו דבריו, וקבלת פרטיו דרך ספקית האינטרנט הרלוונטית.

ב. כאשר זהות המפרסם **אנונימית**:

### הלכת רמי מור

בברע"א 4447/07 מור נ' ברק אי.טי.סי. [1995] החברה לשרותי בזק בינלאומיים בע"מ, בית

המשפט העליון נדרש לשאלה האם בהיעדר הסדר חקיקתי המסדיר סוגיית חשיפת זהותם של משתמשים אנונימיים יש ליצור הסדר זה על דרך של חקיקה שיפוטית ומתן היתר בכך לחשוף את פרטיו של הגולש האנונימי. נקבע, כי סוגיית חשיפתם של משתמשים אנונימיים במרחב האינטרנטי מערבת זכויות ואינטרסים כבדי משקל, ובהיעדר הסדר חקיקתי לקבלת צו אשר יחשוף את המפרסם האנונימי, על-ידי מסירת כתובת האינטרנט שלו (IP), אין בסמכותו של בית המשפט ליצור הסדר שכזה בעצמו באמצעות חקיקה שיפוטית. לאור כך, המצב המשפטי כיום שלא ניתן לחשוף את זהותו של מפרסם לשון הרע אנונימי כל זמן שאין חקיקה בנושא.

יש לציין כי לעיתים קרובות גם חשיפת פרטי הגולש או כתובתו אינם מסייעים באיתור המפרסם, מכיוון שיתכן כי מסר פרטים לא נכונים, או שכתובתו הינה מוסד ציבורי כמו מוסד אקדמי. כמו כן, חשיפת פרטי וכתובת IP מותרת רק במקרים של תביעה פלילית, ולא במקרים של תביעת עוולה אזרחית.

## הגנות למפרסם בגין לשון הרע

קיימות בחוק מספר הגנות מפני פרסום לשון הרע, בין היתר במקרים של פרסום דברים שאמרו אישי ציבור כמו שופטים או חברי כנסת, אשר דבריהם הינם אמת ויש בהם עניין לציבור. כמו כן מוגנים מקרים בהם למפרסם הייתה חובה מוסרית, חוקית או חברתית לפרסום, או במקרים בהם לא היה ידוע כי הפרסום יגרום לפגיעה באחר והדבר נעשה בתום לב. מלבד זאת, בית משפט יכול להשתכנע כי המפרסם האמין באמיתות הדברים, ובכך שלא הייתה לו כוונה לפגוע, וכמו כן בית המשפט מתחשב בתיקון של הפרסום ובהתנצלות המפרסם.

ההגנה המרכזית בגין לשון הרע הינה:

### הגנת אמת בפרסום - הגנת "אמת דיברתי"

זו ההגנה החזקה ביותר. יוער, כי גם פרסום אמיתי יכול להוות לשון הרע. באם מייחסים לאדם התנהגות שלילית, הדבר פוגע בו גם כאשר הוא נכון. בשל כך, בשלב הראשון בלבד - המחוקק קבע כי מספיק להוכיח את עצם ההשמצה. מהנקודה הזו מגיע סעיף 14 ואומר כי במשפט לשון הרע תהא זו הגנה טובה שהדבר שפורסם היה דבר אמת. קרי, קיימת הגנה באם הנתבע מוכיח כי הפרסום הוא באמת.

#### מה עומד מאחורי הגנה זאת? מספר הצדקות:

1. צדק משפטי כלפי התובע: כאשר התובע בעצמו התנהג בצורה פסולה ניתן לומר כי הוא בעצמו אחראי לשמו הרע. לנתבע יש לגיטימציה פחותה לבקש סעד בגין הפגיעה בו.
2. לא ראוי להעניש את הנתבע בשל אמירת אמת: מדובר בפגיעה קשה במיוחד בחופש הביטוי באם נטיל על אדם סנקציה בגין אמירת אמת.
3. לחברה בכללותה יש אינטרס כפול וחזק להכיל את ההגנה הזו: יש לחברה אינטרס שדברי אמת יצאו לאור וזאת בכדי שאותם דברי אמת יסייעו לחברה לקבל החלטות מושכלות ונבונות יותר.
4. מסר הרתעתי לתובעים הפוטנציאליים: האינטרס שכל אדם ידע כי באם הוא פועל בניגוד לערכי החברה יהיה ניתן באופן חוקי לפרסם את הדבר הזה ברבים. מדובר למעשה במסר כלפי תובעים פוטנציאליים.

נושא אמיתות הפרסום הוא קריטי לא רק כלפי הנתבע אלא גם לתובע. זהו דבר שקשה להגיד כלפי הגנות אחרות. לתובע יש עניין אישי ורגשי הרבה יותר חזק בנושא אמיתות הפרסום גם מבלי קשר לפרסום שיקבל בסופו של ההליך. **אם בשביל הנתבע הוכחת אמיתות הפרסום מהווה אמצעי לחמוק מאחריות נזיקית, הרי שבשביל התובע הוכחת השקריות מהווה אמצעי לטיהור שמו הטוב.** מבחינת הדין הפוזיטיבי הגנת אמת הפרסום היא הגנה שהתובע צריך לעלות ולהוכיח אותה. אולם, מבחינה מהותית הנושא של אמיתות הפרסום הוא מעין נשק המונח באמצע שדה הקרב בין התובע לנתבע ובאמצעותו לנצח את הקרב המשפטי.

כאשר אומרים על טענה שהיא אמת או לא אמת משתמע מכך כי הטענה מתייחסת לעובדות. טענה יכולה להתקיים או לא להתקיים ולכן טענה עובדתית יכולה להיות אמיתית או שקרית. אלו סוגי המקרים בהם

ההגנה הזו רלוונטית. **כאשר מדובר בפרסום טענות סובייקטיביות או דעות - הגנה זו לא תחול** (לדוגמא: מתפרסם על רוח"מ כי הוא מנהל מדיניות גרועה, אז ההגנה הזו לא תתפוס כי מדובר באמת סובייקטיבית). ככלל, העמדה לפיה אין עבודות אובייקטיביות נדחית על ידי המשפט. אם נקבל את הטענה שאין אמת ביהמ"ש לא יוכל לקבוע ממצא עובדתי בשום מקרה (דוגמא: כיצד נגרמה תאונה, כיצד הופר חוזה וכד'). ככל שטענת פרסום לשון הרע שבגינה מוגשת התביעה יותר נקודתית ומתייחסת לאירוע, מקום וזמן ספציפי יותר כך קטן הסיכוי שיהיה לגביה השקפות ערכיות שונות. ככל שהפרסום הוא יותר מורכב ומערב סיטואציות מתמשכות או יחסים בין אנשים או ככל שהטענה מתייחסת לנושאים אידיאולוגיים וערכיים כך יהיה לנו קשה יותר להסתכל עליה במשקפי אמת ושקר. יחד עם זאת ההנחה הרווחת היא כי יש טענות שניתן להוכיח את אמיתותן או לקבוע כי הן שקריות.

## ההיבט הפלילי של דיני לשון הרע בישראל

דיני לשון הרע הם בראש ובראשונה ענף של דיני הנזיקין, שכן עניינם הוא הסדרת סכסוכים בין המזיק לניזוק המזכים בסעד אזרחי. אולם דיני לשון הרע הם גם [עבירה פלילית](#). כלומר דיני לשון הרע הם גם עוולה אזרחית וגם עבירה פלילית שדינה הוא עד **שנת מאסר**.

כדי שתקום אחריות פלילית בלשון הרע צריך להוכיח **כוונה לפגוע** מצידו של הנתבע, בשונה מן המישור האזרחי שם עוולת לשון הרע לא כוללת יסוד נפשי אלא רק יסוד עובדתי - קרי רק פרסום של לשון הרע. התעוררה השאלה האם כוונה לפגוע כוללת את הלכת הצפיות. הפסיקה קבעה כי הלכת הצפיות לא חלה בדיני לשון הרע. כלומר כדי להוכיח במשפט הפלילי כי הנתבע התכוון לפגוע צריך להוכיח כוונה של ממש.

יחד עם זאת, בישראל ההיבט הפלילי של דיני לשון הרע הוא לא מפותח דיו. הפרקליטות לא מגישה כתבי אישום בגין לשון הרע. לכן, הייחוס המתאים יותר בישראל לדיני לשון הרע הוא בראש ובראשונה כעוולה אזרחית.

## פיצויין בגין לשון הרע - כמה כסף ניתן לקבל על הוצאת דיבה?

על פי חוק נזיקין, על מנת לקבל פיצויים בגין עוולה יש צורך להוכיח את מידת הנזק שנגרם בעטייה. יחד עם זאת, נזקי לשון הרע לעיתים קרובות אינם מדידים, כמו ניסיון לאמוד את מידת ההשפלה בציבור. כפועל יוצא מכך, נקבע בחוק פיצויי נזיקין רף של 50 אלף ₪ ללא הוכחת הנזק הנגרם, ורף של 100 אלף ₪ אם הוכח שלשון הרע פורסמה בכוונה תחילה לפגוע. בית המשפט בוחן כל מקרה לגופו על מאפייניו וחומרתו, כגון: התנהגות מפרסם לשון הרע לפני ואחרי הפרסום, כוונתו של המפרסם לשון הרע וכדומה, ומתוך כך פוסק את גובה הפיצויים שינתנו.

## הוציאו דיבתך רעה? פרסמו עליך לשון הרע באינטרנט?

אתה זקוק לעורך דין המתמחה בדיני לשון הרע שייסע לך בניהול ההליך האזרחי או הפלילי בכותלי בית המשפט. משרדנו מספק ייעוץ וייצוג משפטי לתובעים ונתבעים בדיני לשון הרע מזה תקופה ארוכה ובכך שומרים נאמנה על הזכויות והאינטרסים שלהם תוך לחימה עיקשת, רציפה ובלתי מתפשרת בגורמים השונים עד לכיבוש היעד לשביעות רצונם. במידה והוציאו דיבתכם רעה ופרסמו עליכם לשון הרע ברשת האינטרנט פנו ללא דיחוי להתייעצות עימנו בטלפון **052-6885006** או [השאירו פרטים](#) ונשמח לסייע ולהציע לכם מענה ופתרונות מקצועיים בהתאמה אישית. הפניה אינה כרוכה בהתחייבות כל שהיא מצדכם. סודיות מלאה מובטחת.

{\*:fast\_contact}