



# לא ליפול ברשת

כתבתם סוקבק מכפיש, פירסמתם בפייסבוק תמונה של אדם אחר, השתמשתם באתר שלכם בסימן מסחרי רשום? אתם חשופים לתביעות • איך תימנעו מהפרת החוק ברשת

## חאת ליטל דובחניציקי

«כשבוע שעבר עורר בית משפט בניו יורק סערה כשהורה לעניקת האינטרנט גוגל לחשוף את שמה של בלוגרית שהכפיש דוגמנית. מסתבר שגם בישראל יחזר ויותר תיקים משפטיים עוסקים בערי לם האינטרנט ונבקשות של גרמים לחשוף תוכביקיסטים שלטענתם הכפישו אותם. מוסף "ממון" גיבש, באמצעות עורכי דין המתמחים בדיני לשון הרע, מחשיבים ותקשורת, מרדך המסבך למשתמש באינטרנט באילו מקרים הוא חשוף לתביעה משפטית, מה כדאי לעשות כדי להימנע מכך ומה פוסקים בתי המשפט. מתי עשוי כותב סוקבק למצוא את עצמו חשוף לתביעה משפטית? לדברי עו"ד פז מוזה, ממשרד ליכליך-כוור המתמחה בדיני תקשורת ולשון הרע, גולש אחראי לכל מה שהוא כותב ברשת. אם יכתוב דברים לא נכונים, הוא ייחשף לתביעה ועלול לשלם פיצויים. כוור: "אני כותב משמע אני אחראי. בעיקרון, באתרים לא מתכנע סינון לתגובות ואם

מתכנע, הוא ברמה של סינון דברי הסתה, וגם זה בדרך כלל כדעכה. לאתר אינטרנט יש הדרה, אם רורשים ממנו, להסיר תגובה פוגענית, אבל זה לא פוטר את המגיב. אם הכותב לא מודה, האתר עשוי להידרש למסור את כתובת הדין של הכותב. "ככותב תגובה, לא הייתי סומך שביית המשפט יגן עליי ולא יחייב לחשוף את כתובת הדין שלי", אומר עו"ד מוזה. "גם אם המגיב מביע את דעתו, זה צריך להיעשות בתום לב. אם אפשר להוכיח שהיו סיבות לכתיבת הדעה, ושמדובר, למשל, כמגידת חשבון אישי, מצבו של המגיב יותר מסוכן. כתיבת המילה 'לדעת' בתגובה לא בהכרח הופכת את הכתוב לדעה". מה מדרינות בתי המשפט באשר לחשיפת כתובות של גולשים? בתי המשפט חייבו לא אחת בעלי אתרים למסור כתובות IP של גולשים, אם ניצלו לדעה את האנונימיות שלהם. כיום יש גם גישות מקלות יותר, ובתי המשפט משתדלים לאון בין חופש הביטוי לבין הגנה מפני הוצאת דיבה. לדברי עו"ד דניאל בוסטנאי המתמחה

בדיני קניין רוחני, אינטרנט ומחשבים, ניתן לזהות כמה גישות בפסיקת ביה"מ: שפט בתחום. לפי גישה אחת, יש לחשוף זהות גולש רק אם הוצאת הדיבה עולה כדי עבירה פלילית. לפי פסיקה אחרת, די בכך שדברי הדיבה מהווים לכאורה עוולה בניזקין. האם מותר להעלות בפייסבוק תמונת של אחרים? מעבר לחוק איסור לשון הרע, קיימים גם חוק הגנת הפרטיות ודינים הקשורים בזכויות יוצרים שעשויים לחול על פרטומים, לרבות תמונות. לדברי עו"ד מוזה, השאלה היא באיזה סוג של תמונות מדובר והאם קיבלת רשות לפרסם. הדרך הטובה ביותר היא לקבל רשות לפרסום מהאדם המצולם, ואז אין פגיעה בפרטיות. גם תמונה שעל פניה לא נראית פוגעת עלולה להוות בעיה. אדם יכול לטעון שהוא לא מעוניין שיהו אותו ברחוב. כמובן שאם גולש פירסם תמונה של עצמו בפייסבוק, סביר להניח שאפשר לפרסם אותה בפייסבוק על ידי אחרים. יש גם בעייתיות בשימוש בתמונות



עו"ד דודי פרחיה:  
"אם סימן מסחר נחשב 'מוכר היטב', כמו קוקה קולה, לא ניתן להפעיל אתר באותו שם אפילו בתחומים שאינם תחומי, משקאות במקרה הזה"

אסור גם להשתמש בטמל הרשום כסיי מן מכחה. לדברי עו"ד פרחיה, כדי להימנע מהפרדה של סימני מסחר רשומים, רצוי לבדוק באתר של רשם סימני המסחר האם יש סימן רשום ששמו כשם הדומיין. עו"ד דניאל בוסתנאי מציין כי חשוב לוודא שכל גורם המעורב בתכנים הער לים לאתר יקפיד לא לפגוע בזכויות צד שלישי. חשוב לוודא שתמונות או טקסטים אינם רכוש של אחר, ואם כן - לכי קש את רשותו. מומלץ גם לדרוש ממי שבונה או מעצב את האתר אישור בכתב שהאלמנטים (תמונות, אייקונים וסמלים) אינם מפירים זכויות של צד שלישי.

יש גם חשיבות למידת האינטראקטיביות של האתר. אם התכנים נאחר תלויים בבעל האתר בלבד, יש לו שליטה מלאה. ככל שהאתר יותר אינטראקטיבי (למשל, מאפשר להגיב או להעלות חומרים), בעל האתר חשוף יותר.

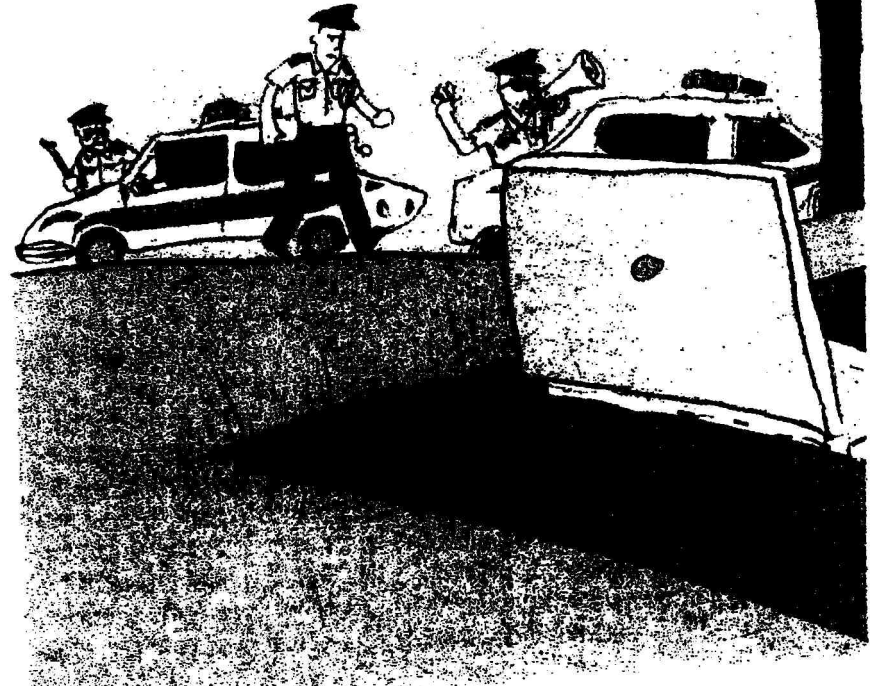
אם משתמש העלה יצירה המתיימרת להיות שלו, אבל נלקחה שלא ברשות מאחר, עלול בעל האתר להיתבע על הפרת זכויות יוצרים. בתי המשפט מודעים לכך שלא סביר שבעלי אתרים יפקחו באופן מוחלט על כל אמירה ותוכן המועלים על ידי משתמשים, אך עדיין נקבעו סטנדרטים של פיקוח הנדרשים מבעלי האתרים.

לדברי עו"ד בוסתנאי, לבעל האתר כדאי לפרסם תנאי שימוש, כדי להפיח את הסיכון לתביעה וכדי שתהיה לו כתובת לטענות משפטיות בגין שימוש לא ראוי. תנאי השימוש מבהירים מה הם כללי ההתנהגות באתר ומבהירים למשתמש את האחריות בה יישא אם יפגע באתר או בצדדים שלישיים. תנאי השימוש לא מבטיחים את בעל האתר כצורה מלאה, כי לעתים עולות טענות בדבר אי קבלת תנאי השימוש על-ידי הגולש.

ביצד יכול בלוגר להגן על עצמו? בלוג דומה יותר לכתבה בעיתון מאשר לטוקבק. לדברי עו"ד מוזה, הבלוגים נדון כלל לא אנונימיים, ו"הבלוגר אחראי לדברים שהוא כותב וצריך לקחת בחשבון את הדינים".

ההגדרה של פרסום המהווה לשון הרע על פי חוק רחבה מאד, ואינה דורשת פגיעה בפועל אלא רק סיכוי לכך. אין זה אומר שלא ניתן להעלות תוכן פוגעני לאתר, שהרי כל פרסום חדשותי הוא פרסום שיש בו, לכאורה, סיכוי כי יפגע באדם אחר. לפרסומים כאלו ואחרים יש הגנה על פי חוק, כאשר ההגנה העיקרית היא הגנת "אמת דיברתי", לפיה אם הפרסום הוא אמת ויש אינטרס ציבורי לפרסום, לא ניתן לתבוע בניגוד.

הכתבה אינה מהווה תחליף ליעוץ משפטי ואין להסתמך על האמור בד בבלי לכלל ייעוץ משפטי



איו: שחר קובר



**עו"ד פז מוזר:  
"גם אם המגיב מביע  
דעתו, זה צריך  
להיעשות בתום לב.  
אם אפשר להוכיח  
שהסיבה לכתיבת  
הדעה היא, למשל,  
סגירת חשבון אישי,  
מצבו יותר מסוכן"**

בכל הקשור לזכויות יוצרים, למשל בנוגע לשאלה מי צילם את התמונה. עו"ד מוזר מרגיש כי מי שמעלה תמונה של אחר לרשת צריך לוודא מי צילם את התמונה ומהיכן נלקחה. בכל מקרה צריך לקבל רשות מבעלי הצילום ולציין את שמו של הצלם בפרסום.

לאילו פרטים חשוב לשים לב בשמי-קיימים אתר אינטרנט?

עו"ד דודי פרחיה, ממשדך אגמון ושות', מציין כי כשמקמים אתר, יש לבדוק את שם הדומיין, ולוודא שהוא לא מפר סימן מסחר הרשום באותו תחום. כך, לדוגמה, אדם אינו יכול להפעיל אתר בגדי מעצבים תחת שם הדומיין Castro.co.il או Diesel.co.il, כי סביר שתכרות קסטרו ודיזל רשמו את שמן כסימן מסחר בתחום הביגוד בישראל.

אם סימן המסחר נחשב "מוכר היטב", לדוגמה קוקה קולה, לא ניתן יהיה להפיח עיל אתר תחת שם הדומיין גם בתחומים שאינם תחום הסימן, מזון ומשקאות במקרה הזה.