

## איך בוחרים בין זאבים, כבשים וספאם? / עו"ד עדי מרכוס\*

כמו בכל תקופת בחירות, גם הבחירות לרשויות המקומיות מציפות את כולנו בהודעות ספאם הקוראות לנו להצביע או לתרום לקמפיין של מועמד כזה או אחר. ריבוי ההודעות, אשר נראה לעיתים על גבול המגוחך, במיוחד למי שהתגורר בשנים האחרונות במספר ערים ומוצא עצמו ברשימת התפוצה של מספר רשויות מקומיות בו זמנית הוא הזדמנות לבחון מחדש את הוראות חוק הספאם (מעבר לשאלה המתבקשת: מדוע אצביע בעד מישהו שלא מפסיק להטריד אותי?).

חוק הספאם (או בשמו המלא "סעיף 30 לחוק התקשורת (בזק ושידורים) תשמ"ב - 1982") נועד כדי להגן על צרכנים מפני מטריד ופגיעה בפרטיות כתוצאה מיכולת מפרסמים לשלוח הודעות מסחריות פרסומיות באופן מרוכז לצרכנים ללא הסכמתם וללא מתן אפשרות לצרכן להימנע מקבלת ההודעות כאמור. בעוד שלשון החוק מדברת על "מסר פרסומי" הרי שהפסיקה הרחיבה את ההגדרות שבחוק וקבעה את תחולתו על כל "מסר המעודד התקשרות בין העסק לבין הנמען" לרבות ניוזלטר או הצעה להטבות, קוד הנחה וכדומה, לצד הטלת קנסות ופיצויים הולכים וגדלים לתובעים מכוח החוק, לצורך הרתעת בעלי העסקים בעתיד. החוק כולל מגבלות ופטורים שחשוב להכיר, כמו למשל הזכות לבעל עסק לשלוח מסרים ללא קבלת הסכמה מפורשת שכול שפרטי הנמען נמסרו במהלך משא ומתן לרכישת מוצר או שירות ובלבד שהמסרים יהיו רק בנוגע לשירות או מוצר דומים ויכללו אפשרות לסרב לקבלת מסרים עתידיים.

הטכנולוגיה והפלטפורמה בה נשלחו המסרים אינה משנה מהכללים החלים עליו. כך הוכרו בבית המשפט מסרים שנשלחו על ידי בוטים או מערכות אוטומטיות כחלות תחת כסות החוק ובית המשפט העליון<sup>1</sup> אף דן באפשרות להחיל את הוראות החוק על מסרים שנשלחו במסגרת רשתות חברתיות כמו פייסבוק. בעוד שבית המשפט לא קבע מסמרות בעניין תחולת החוק על מסרים ברשתות חברתיות, הרי שהוא הראה בפסיקתו נכונות לעשות כן בנסיבות הנכונות באופן אשר מחייב בעלי עסקים להישמר ולהתייחס למסרים ברשתות חברתיות במשנה זהירות.

עוד סוגייה חשובה היא כיצד יש לאפשר לנמענים להסיר עצמם מרשימת התפוצה. בעוד שבעבר נקטו רוב בעלי העסקים בצורה של שליחת לינק להסרה, הרי שבשנים האחרונות נקבע<sup>2</sup> שאין לחייב את הנמען לחוץ על לינק חיצוני, אלא יש לאפשר לנמען להסיר עצמו באותה דרך בה נשלח המסר המקורי. כך, למשל, אם נשלח המסר בהודעת וואטסאפ, יש לאפשר לנמען להסיר עצמו על ידי שליחת הודעת וואטסאפ בחוזר, ואם נשלח המסר בדוא"ל יש לאפשר שליחת דוא"ל חזרה.

לסיכום, חוק הספאם כולל בחובו מספר נקודות מהותיות המצדיקות התייעצות משפטית קודם לשליחת המסרים וזאת על מנת להמנע מתביעות ייצוגיות או פרטניות ותשלום קנסות ופיצויים מיותרים. ואם נחזור לסוגייה המסרים הפוליטיים, החוק החריג במפורש מסרים של תעמולת בחירות הנוגעים לבחירות ארציות ומקומיות ובאופן תמוה אפילו לא דורש אפשרות להסיר מתפוצה, אולי מתוך גישה פטרנליסטית שאין לאפשר לאדם לבחור להיות אדיש לחלוטין למערכה פוליטית המתנהלת סביבו ואולי מכיוון שפשוט קשה לדרוש מהזאב לחוקק חוקים שיגנו על הכבשים ...

\* עו"ד עדי מרכוס הינה עורכת דין במשרד אפיק ושות' ([www.afiklaw.com](http://www.afiklaw.com)) המתמקדת במשפט מסחרי ודיני חברות, זכויות יוצרים, דיני תקשורת ואומנים ועסקאות בינלאומיות. עו"ד מרכוס הינה בוגרת הפקולטה למשפטים ובעלת תואר שני בתקשורת באוניברסיטת תל אביב ותואר שני במנהל עסקים בינלאומי מאוניברסיטת בר אילן. היא התמחתה במשרד המשפטים אצל המשנה ליועץ המשפטי לממשלה בתחום הדין האזרחי וזכויות היוצרים, לאחר מכן עבדה כ-18 חודש במשרד שלמה כהן בתחום הקניין הרוחני, כ-11 שנה במחלקה המשפטית בגוף התקשורת "רשת גה בע"מ" (ערוץ 2 של הטלוויזיה), כאשר תפקידה האחרון בטרם מיוזג החברה עם ערוץ 10, כראש תחום במחלקה המשפטית ולאחר כן, טרם הצטרפותה למשרד, כיועצת המשפטית הפנימית של קנר ייצוג אמנים, בכל נושא היעוץ המשפטי של אמנים ואנשי תרבות, בין בישראל ובין במישור הבינלאומי. אין בסקירה כללית זו משום ייעוץ משפטי כלשהו ומומלץ להיוועץ בעורך דין המתמחה בתחום זה בטרם קבלת כל החלטה בנושאים המתוארים בסקירה זו. לפרטים נוספים: 03-6093609, או באמצעות הדואר האלקטרוני: [afiklaw@afiklaw.com](mailto:afiklaw@afiklaw.com).

<sup>1</sup> רע"א 3599/18 עפ"ר, 30.05.2023, בית המשפט העליון, כ"י השופטת דפנה ברק-ארז - <https://he.afiklaw.com/caselaw/15724>

<sup>2</sup> ע"א 16321-03-20 עקביא נ' טרווליק בע"מ ואח', 20.09.2020, בית המשפט המחוזי מרכז-לוד, כ"י השופטת ריקי שמולביץ - <https://he.afiklaw.com/caselaw/15725>

## How to Elect Between Wolves, Sheep and Spam ? /Adi Marcus, Adv.\*

As in every election period, the elections for local authorities also flood us all with spam messages urging us to vote or donate to the campaign of one candidate or another. The multitude of messages, which sometimes seems bordering on the ridiculous, especially for those who have lived in several cities in recent years and find themselves on the mailing list of several local authorities at the same time, is an opportunity to re-visit the provisions of the Israeli spam law (beyond the obvious question of: why would I vote for someone who keeps harassing me?).

The Israeli Spam Law (or in its full name "Section 30A of the Communications Law (Bezeq and Broadcasting), 1982") aims to protect consumers from nuisance and invasion of privacy as a result of the ability of advertisers to send commercial advertising messages in a concentrated manner to consumers without their consent and without giving the consumer the option to avoid receiving the messages. While the language of the law uses the term "advertising message", caselaw expanded the definition and established its applicability to any "message that encourages contact between the business and the recipient" including a newsletter or an offer of benefits, a discount code, etc., for the purpose of discouraging business owners in the future. The law includes limitations and exemptions that are important to be aware of, such as the right of a business owner to send messages without receiving express consent as if the recipient's details were provided during negotiations for the purchase of a product or service, provided that the messages are only regarding a similar product and include the option to refuse to receive messages future.

The technology and platform on which the messages is sent does not change the rules applicable to it. Thus, messages sent by bots or automated systems were recognized by the Court as subject to the law and the Supreme Court even discussed the possibility of applying the law to messages sent within social networks such as Facebook. While the Court did not set rules regarding the applicability of the law to messages on social networks, it did show in its ruling a willingness to do so under the right circumstances in a manner that requires business owners to be cautious and treat messages on social networks with extra caution.

Another important issue is how recipients should be allowed to remove themselves from the mailing list. While in the past most business owners resorted to the form of sending a link for removal, in recent years it has been determined that the recipient should not be required to click on an external link, but rather the recipient should be allowed to remove itself in the same manner as the original message was sent. Thus, for example, if the message is sent by WhatsApp, the recipient must be allowed to remove itself by sending a WhatsApp message, and if the message is sent by email, it must be allowed to send an email back.

In conclusion, the spam law includes a number of essential points that justify legal consultation before sending the messages in order to avoid a class claim or individual lawsuits and the payment of unnecessary fines and compensations. And if we return to the issue of political messages, the law expressly excludes spam messages concerning national and local elections and strangely does not even require the possibility of removing from the mailing list - perhaps out of a paternalistic attitude that a person should not be allowed to choose to be completely indifferent to a political campaign and perhaps because it is just challenging to demand that the wolf enact laws to protect the sheep ...

---

\*Adi Marcus, Adv. is an attorney in the office of Afik & Co. ([www.afiklaw.com](http://www.afiklaw.com)) who focuses primarily on commercial and corporate law, copyrights, media law and international transactions. Advocate Marcus holds a major in law, an M.A in communication from Tel Aviv University and an international MBA from Bar Ilan University. She completed her internship at the Ministry of justice under the Deputy Attorney General focusing civil law and copyright law, then worked for about 18 months in the office of Shlomo Cohen in the field of intellectual property, about 11 years in the legal department of the communications network "Noga Network" (Channel 2 of TV), with her last position before the company merged with Channel 10, was head of department in the legal department and then, before joining the firm, as Kneller Artists Representation's internal legal advisor, representing in all matters of legal advice to artists and cultural figures, both in Israel and internationally. Nothing herein should be treated as a legal advice and all issues must be reviewed on a case-by-case basis. For additional details: +972-3-6093609 or at the e-mail: [afiklaw@afiklaw.com](mailto:afiklaw@afiklaw.com).