

אוניברסיטת בר אילן / הפקולטה למשפטים / שנה ג

# צדק צהוב: התנהלות תקשורתית מול הזירה המשפטית בישראל

ד"ר ענת פלג

אבישג טל

תש"פ / 2020

### השפעת התקשורת על המרחב הציבורי

התובנה המרכזית של הקורס- אם מייצגים חברה עסקית, במהלך התקופה שבה הוא נשפט בתקשורת והדלפות החומרים פוגעות לו במוניטין- נוצר מצב בעידן הנוכחי שמשפט התקשורת (משפט הציבור) הוא אפקטיבי יותר ונשאר לנצח יותר מהמשפט הרגיל. תובנה זו מובילה לחשיבה לפיה יש ללמד עו"ד את שפת התקשורת.

### יעדי הקורס

- לימוד המאפיינים וההשלכות של ההליך משפטי הכפול, המתנהל בבתימ"ש ובמקביל בתקשורת המסורתית והחברתית על חזקת החפות של החשוד/נאשם, והמוניטין של יחידים/חברות.
  - זיהוי מגמות בסיקור העיתונאי ובשיח הרשתי על הליכים משפטיים
  - פיתוח כלים לניהול משברים תקשורתיים שבהם מצוי הלקוח
  - לימוד שפת התקשורת לצורך קידום ומיתוג מקצועי
- בעיית האמון היורד במערכת המשפט- 3 הסיבות העיקריות לתופעה-

- התקשורת
- המתקפות של הפוליטיקאים
- המחדלים וציפוף השורות של המערכת

תופעה זו מתרחשת בפולין- בסדרת הכתבות של דב גילהר העוסקת בדמו' הפולנית, נעשו מספר מאמצים לפגיעה באוטונומיות ביהמ"ש הפולני. מתוארת ההתקוממות של אזרחים פולנים שניסו לגרום לפיטורי נשיאת ביהמ"ש העליון, אך הממשל הפולני החדש גרם גם לפיטורים של עובדים רבים מהשידור הציבורי. דבר זה מהווה התערבות ונעשה שימוש בתקשורת המגויסת כדי להציג את המהלך האזרחי כפסול מעיקרו. לפני כשבוע הגיעו 1000 שופטים למצעד הזדהות בוורשה לאחר שהצעת החוק לפיה לשופטים אסור להשתתף בפעילות פוליטית באופן רחב היא מתקדמת, דבר זה עשוי להגדיל את השתקתם. דבר זה גורם ל2 דברים:

1. ירידת אמון במערכות המשפט ככלל
2. תקשורת המהדהדת מסרים אלה וכאשר דבר זה משתקף ברשתות החברתיות, תיאוריות קונספירציה רבות המנותקות מדיון עובדתי הופכות ללגיטימיות.

הקטע מתוך אופירה וברקוביץ'- אלירז שדה פליט הריאליטי למול מיקי רוזנטל, הפעיל למניעת שחיתויות. הבעיה העולה מהסרטון- אדם ללא ידע משפטי מוקדם נותן את דעתו לגבי סוגיות משפטיות. בעידן הרשתות אין יותר היררכיית מידע: מומחים-מתווכים (עיתונאים) וצרכנים ← רוב המידע שאנו צורכים מפולטר ע"ס שיקולי עריכה כבדים. הרשתות החברתיות לימדו אותנו את כוח הזעקה- ומכאן ההתלהמות, בעוד בביהמ"ש עדיין מקובלים עקרונות מסודרים. שיח זה פוגע באמון הציבור במערכת המשפט ומחליש גם את השיח המשפטי וגורם לשינויים אף באופן שבו נכתבות החלטות משפטיות ובשיקו"ד בהתנהלות מע' המשפט.

שיח העתיד- השאלה לפיה "מה יהיה בעתיד" לא נשאלה בעבר מכיוון שהיה **איסור הסוביודיצה**- מונע מעיתונאים לחוות דעתם על עדויות שנשמעות בהליך המשפטי כדי שלא תהיה ביקורת שיש בה כדי להשפיע על החלטותיהם של השופטים ושל אנשי מערכת המשפט. בעבר עקרון זה היה מוסרי למה אסור ומותר לעיתונאים, ולכן לא העזו לדבר על מה יקרה מחר בביהמ"ש.

מכיוון שהתקשורת העכשווית מציפה אותנו במידע, יש ציפיה מהתקשורת הממוסדת לתת לנו צפי לעתיד בכל נושא וכך גם לגבי פסיקותיהם של ביהמ"ש. כך התקשורת גורמת לירידת האמון.

### חולשת התקשורת

ההגעה לשיח שטוח- בעשור האחרון האינטרנט והרשתות ריסקו את המשאבים הכלכליים של התקשורת הממוסדת.

- תבוסת התקשורת המרכזית בפני העולם המקוון- מ-2008 ירידה ב-50% במספר העיתונאים בחדרי החדשות בארה"ב (סקר מכון piu). ככל שהתקשורת נחלשה כלכלית כוח האדם ירד, וכך הפוליטיקאים החלו לפנות לרשתות החברתיות במקום לתקשורת הממוסדת. תהליך זה נטול הפילטרים מועדף על ידם וגרם לקריסה צמצום המרחק בין מחלקת השיווק למחלקות התוכן בגופי התקשורת- אינטרסים כלכליים בולטים בסיקור שיקולי עריכה הופכים למתמטיקה: צמצום תחקירי עומק, התמקדות בתכנים קלים- בריאות ולייף סטייל
- הנשיא אובמה והבאים אחריו מזהים את כוחה של התקשורת הדו סטרית מעוררים קיטוב בשיח הציבורי ומחלישים עוד יותר את התקשורת הממוסדת

### תרומת "עידן הבידור ידע"- infotainment להחלשת התקשורת הממוסדת

- מסגור הפוליטיקה כ"מירוץ סוסים" בחדשות "קשות" דחף פוליטיקאים לחדשות "רכות"- רוב האנשים הבינו שישנה עדיפות לחדשות בוקר (מעין סיקור אוהד, ריאיון מפנק- שאילת שאלות כלליות ופחות ספציפיות).
- 1992-2012 עליה בכמות אייטמים פוליטיים בתוכניות בידור ולייף נייט בארה"ב
- ההומור כמדד השקיפות החדש, רידוד השיח החדשותי- פוליטיקאים רבים משתמשים בהומור עצמי בחדשות ע"מ לזכות באהדה. לדוג- אובמה בתכניות לייט נייט, ביבי מופיע בארץ נהדרת. הומור עצמי מפגין שקיפות והופך את האדם למסתכל בגובה העיניים. בתקופה שבה האזרח הפשוט יכול לדבר על הלכות משפטיות, תובעים מהפוליטיקאים לדבר בשפה מובנת לכולם ← **ירידת המומחיות**.
- אין להספיד את התקשורת הממוסדת- הישגי העשור והתחקיר שהוביל לפרוץ מחאת ה#metoo, חשיפת פרשות נתניהו בישראל.

### מאפייני עידן פוסט האמת

- **פוסט אמת**- נסיבות שבהן עובדות משפיעות על עיצוב דעת קהל, פחות מהפניה לרגש ולאמונות אישיות. ירידת ההסכמיות.
  - שקרים פוליטיים- מכסים על אמת שמבקשים להסתיר- מקיאוללי, "הנסיך"- נסיכים יודעים לתעתע באנשים באמצעות פיקחות ועורמה.
  - שקרים בעידן הפוסט אמת: מכוונים לגעת ברגשות הציבור ונסלחים בקלות.
- הסתרות אלה אינן חדשות כיוון שאנחנו חיים במדינה המצריכה שקרים לבנים. בפועל, השקרים נתפסים כשקרים הכרחיים- לדוג' הנשיא רייגן שהטעה את הציבור לגבי כספים שניתנו ל-CIA- מה שאמר אז הגדיר כ"נכון כי לבו אמר לו שזה נכון". יש הבדל לבין מה שנתפס בעינינו כעובדתי לבין העובדות עצמן. דבר זה מעורר חוסר אמון בשיח המשפטי- ברגע שעובדות משמשות בסיס לשיח הן יכולות להיות אמצעי להבאת וויכוחים לסיום. כשמעבירים את העובדות לאיזור הרגש, לא רק מסתכנים ברגש אלא בחוסר יציבות חברתית. דוג'- הקורונה, נוצר בלבול בשיח שעלול להוביל למצב כאוטי. תופעה זו היא עולמית וכאשר היא מגיעה למע' המשפט היא עלולה לגרום לחוסר אמון ויציבות ופגיעה בליבת ההסכמיות של החברה. דבר זה מביא למספר דברים:

- הפצה המונית של מידע לא בדוק ופריחת תיאוריות קונספירציה בעזרת בועות סינון
- פריחת המנהיגות הפופוליסטית
- ירידה באמון הציבור במוסדות החברתיים ובמומחיות.

הכתבה על בני שמואל- הועמד לדין על תקיפה מינית ממושכת של בתו. דוגמה לאי צדק להרשעת שווא. תקופה קצרה לאחר ההרשעה פורסם גילוי דעת לפיו לא ניתן לבסס הרשעה ל סמך חלום. (מעבר משיפוט רציונלי לשיפוט רגשי). בנוסף- ערוץ 2 מבצע פרומושן לסדרה של יס; לכן לא ניתן שלא ללכת עם הקו של היוצרים והם מחוייבים לשדר את הכתבה באור שיצדיק את הסדרה (כחלק מכללי המשחק התקשורתי).

ישנן בעיות אתיות מבחינה משפטית ותקשורתית; דוג- מצלמות המצלמות בבית סוהר לצורך הגנה על פרטיות של אחרים.

## מאפייני סיקור המשפט בתקשורת (פלג, 2012)

- פישוט
- דרמטיזציה- לב שיקולי הרייטינג; אנשים לא יצפו בדבר לא דרמטי
- פרסונליזציה- כיום התקשורת מחפשת סיפורים אישיים. עו"ד נוהגים לכתוב מאמר דעה לצורך מיתוג עצמי אך כדי לקדם סיקור תקשורת של תיק יש צורך למקד את איש התקשורת באיש עצמו ובסיפור הפרסונלי- לא תהיה כתבה עצמה על אי צדק, אלא על אדם שנעשה לו אי צדק.
- נורמליזציה- ככל שיש יותר דרמטיזציה ופרסונליזציה, דוג- סיקור חולי הקורונה מעורר פחד ← מעורר רייטינג (ולכן מקובל במשטרים פופוליסטיים) ← דבר זה מעורר נורמליזציה של תהליך זה ונותן לגיטימציה לממסד. במיוחד בעתות משבר יש עדיפות בשיח הציבורי לקול של הפרקליטות (אחרת האמון הציבורי יורד).
- טשטוש הבדלים מסורתיים בין עיתונות עלית לפופולארית
- שיח העתיד
- ביקורת וציניות מסחור ובידוריציה של המשפט- דוג' יונתן היילו, הסנגוריה רתמה סלבס למסע לטובתו. השפעת הלחץ הציבורי על ההחלטה, מה שפעל לטובתו היה הרקע שלו ומצבו אך לא ההגנה העצמית.
- מאבק בין החוק לאינטואיציה של הצדק, Trial by media- משפיע על ההתנהלות כמו במקרה של היילו.
- עירוב בין דעה לעובדה- דעתנות- מצופה מהכתב גם להביע את דעתו בחריפות ולהשמיע זעקה. לכן אין לצפות לעיתונות אובייקטיבית והדרך היחידה לאזן את השיח היא ע"י גיוון, הבאת דעות מגוונות. אין מקום לאובייקטיביות אלא רק לאיזון. דוג'- איילה חסון.
- עליית האקטיביזם העיתונאי והפיכה הנמען ל"מושבע כורסא"- אפקט הCSI- טענו שמושבעים הרשיעו יותר בגלל הסדרה כיוון שהיא נתנה גושפנקה לרשויות החוק. מנגד- תובעים ושוטרים טענו שכדי שהמושבעים ישתכנעו שעשו עבודה ראויה משקיעים כסף מיותר בבדיקות כדי להביא אותם לפסוק לחובתו של הנאשם. בהשוואה בין אחוזי הזיכוי וההרשעה בין העשור שבו הסדרה שודרה לעשורים אחרים, לא נמצא כל קשר. ← יש קושי גדול בהוכחה של השפעה אמפירית על ליבת ההחלטה אך ניתן לראות שיח השפעה על התנהלות, תפיסה משפטית והצגת טיעונים.
- טשטוש הבדלים מסורתיים בין עיתונות עלית לפופולארית
- מאז קום המדינה לא היה סיקור נייטרלי של משפטים פופולאריים בישראל.

מספר מונחים להדגמת השפעת התקשורת על מקבלי ההחלטות:

1. האצה- דוג'- האם חטיפת 3 החיילים היא שגרמה ליציאה חפוזה למלחמת לבנון השניה עקב הפרסום? מה תפקדה של התקשורת בהשפעה על הכניסה והיציאה מהסגר במגיפת הקורונה?
  2. סאונדבייט- "נגיסות דיבור"; משפטים קליטים שנבחרו ציבור אומרים כדי ללקוט את תשומת לבו של הקהל או כדי להכניס מסרים לתוך פתגם קליט. דוג'- make America great again. של טראמפ.
  3. שאלת התזמון- תמיד שואפים לקבל את הפריים טיים. אפילו ארגוני טרור מכוונים את פעילותם לשעות השיא של הצפייה כמו 9/11.
  4. תיאטרליזציה- הפיכת המופע הפוליטי לסוג של תיאטרון. חשוב לציין שהתקשורת בנושא הקורונה היא חד כיוונית ולא נותנת מקום לשאלות במתכונת של מסיבת עיתונאים כדי להפוך את המסר לברור.
  5. ספין- הטלת כדור לכיוון ההפוך למה שהתכוונו כדי להטעות את היריב. הסחת דעת כדי להזיז את השיח הציבורי למקום מסוים כדי לא לדון בנקודה המהותית.
- תהליך עולמי זה מתבטא באמצעות הפרדה בין ייעוץ מוסדי לייעוץ אישי לעומד בראש המערכת. ישנם אינטרסים תקשורתיים מגוונים וכך יש התנגשויות בין שני סוגי הייעוצים. גם אם לא יודעים כיצד הדבר בוצע רואים את ההשלכות בשטח. הייעוץ התקשורתי חשוב ומלווה את תהליך קבלת ההחלטות. הביקורת נוקבת ומציגה את ההליך הפוליטי באור קומי, דוג'- פרופ' לס. מעגל קומי זה תורם לירידת האמון במוסדות השלטון, דבר שבעל השלכות גם על ההתייחסות למשפט.

המחקרים על השפעת התקשורת על מע' המשפט לא רבים, ממספר סיבות:

דוג'- המקרה של יונתן היילו- האם הלחץ הציבורי לשחרורו השפיע על מע' המשפט? הדבר מורכב כי בעת ניתוח החלטה שיפוטית קשה להפריד את דעת הקהל ממרכיבים אחרים כמו העובדות, תקדימים והנסיבות האישיות. היכולת לבדד את רכיב השפעת דעת הקהל הוא קשה כנקודת מוצא.



כדי לפתח ענף מחקרי זה ישנם ניסיונות כמותיים שלא מצאו השלכות (דוג' - CSI שנטען שגרמה ליותר הרשעות). למשל ברפורמה בנזיקין נטען שהפסיקה הגבוהה לטובת התובעים מעודדת תביעות סרק (כמו צידי תביעות המחפשים תקלות לתביעה ייצוגית). חברות ביטוח קידמו טענות אלו, וכשביצעו מחקר - גילו שאין עליה משמעותית בסכומים שנפסקו. הדבר לא מדויק מכיוון שישנם אלמנטים מסוימים שלא ניתן לפענח אותם ע"ס נתונים ספציפיים. **מחקר כמותי** - מתוך מדגם שבוצע על מספר מסוים של אנשים.

**מחקר איכותני** - מבוסס גם על ריאיונות שנעשו בשטח. בשיטות אלו אפשר לקבל את התמונה המלאה. ניתן לעשות קבוצת ביקורת באמצעות פיילוט.

**תופעת המדיאטיזציה** - הטענה העומדת במרכז: חדירת השפעת התקשורת אל מוסדות חברתיים היא תהליך חברתי = כלומר כדי לבדוק תהליך זה יש מספר מדדים שצריך לבדוק אותם כל פעם כדי לבדוק אם אכן מדובר בהשפעת התקשורת.

- באחד המחקרים לפי תיאוריה זו נראה שבמיוחד לפי ריאיונות עומק במחקר כמותי, אם חברי הפרלמנט היו משקיעים את מרבית זמנם בהצעות חוק - הדבר היה נפגע מכיוון שחייבים להשתמש בתקשורת כדי לקדם הצעות חוק מבחינת שקיפות ושיקולים חברתיים. ← נובע מכך שככל שיש עיסוק גדול יותר בתקשורת כך הסגנון משתנה. הסגנון התקשורתי משפיע על תיאטרליזציה ופרסונליזציה בעת כתיבת טקסטים או נוסח ההחלטות המשפטיות.
- השחקנים מתאימים עצמם ואת פרסומיהם לתקשורת בהתחשב בדרישותיה - הוכחה להשפעתה.
- נשאלת השאלה: האם ההתעסקות במדיה גורמת לכך שהיא מחליפה את הפעילות הפרלמנטרית עצמה? התקשורת לא מחליפה את העיסוק המשפטי אך כן נשאל האם לתקשורת יש תפקיד מעבר להשלכות האכיפתיות - האם המשפט הסתיים בביהמ"ש או נמשך לפי ציור דמות הנאשם בתקשורת? ההליך המשפטי ממשיך להדהד גם בתקשורת.

### יחסי שופטים – תקשורת:

הפער הגדול בין ההיגיון התקשורתי להיגיון המשפטי גורם להתנגשויות אינסופיות בין שתי המערכות ← לכן השופטים מרגישים כל הזמן במגננה.

**השופט המקצועי** - מושג מגננתי בסופי פס"דים לפיו השופטים פועלים רק ע"ס הריאיונות והציבור שופט אותם לחינם כי הוא לא מבין את דרך פעולתם.

שאלה: כיצד מערכות משפט אחרות מתמודדות עם ריאיונות עומק?

בספרו, שופט העליון האמריקאי כותב על כך שהמשפט הוא בעל נטיות גלובליות. כדי לקדם את ספרו הוא מתראיין בפריים טיים.

זהו תהליך שבו השופט הופך להיות סוג של שחקן תקשורתי; דוג' - השופטים הפולניים.

התובנה - כיוון שלא מקבלים אוטומטית את אמון הציבור שחזק את מע' המשפט במשך שנים יש לקבלו באמצעות התקשורת.

שידור משפטים בלייב מתבצע בחו"ל; דוג' - משפטו של לארי נאסר רופא הספורטאים שנעשה בפני שופטת אמפתית לקורבנות. תרבות זו מייצגת מגמה עולמית המתפתחת במקומות רבים. במקומות בהם יש מתקפות גדולות על האתוס המשפטי בוחרים לשדר בלייב את הדיונים כולל התלבטויות השופטים. במקומות אחרים יש שימוש בפייסבוק ובטוויטר של ביהמ"ש כדי לתגבר את אמון הציבור.

נק' המוצא בישראל היא שהאתוס השיפוטי הדורש ריחוק והפרדה הוא חד כיווני = מע' דוברות במשפט ממונה על מחוזות שונים ולעתים מיוזמתם הם מפצים פס"דים במידה והם חושבים שיש להם חשיבות חברתית. לא ניתן לראיין שופטים במהלך כהונתם אך במקרים חריגים מאפשרים לשופט להיפגש לשיחת רקע עם עיתונאים. כך ישנם מצבים לפני פס"דים מורכבים בהם השופטים מכינים מראש תקציר לעיתונות כדי למזער מראש טעויות בדיווח (הדבר נלמד מטעויות, לדוג' - במשפטו של דרעי דיווחו על זיכוי מסעיפים לא נכונים, כנ"ל לגבי משפט זדורוב). כך מונעים טעויות. הגמשה - כאשר לא מוצאים את הדובר מותר לעיתונאי לפנות ישירות לשופט ומותר לו להשיב עד שמוצאים את הדובר. **תפיסה הגמונית** - עליונות הידע המשפטי על פני השיח הציבורי. היאחזות בידע המשפטי המובחן ועונים בשפה משפטית בלבד.

**שיח הגמוני** - שיח בשליטה של מערכת מסוימת על הנאמר בתקשורת (בד"כ במלחמות, או לדוג' מערכת הבריאות שולטת בנאמר לגבי מגפת הקורונה).

בעולם המודלים הם של שקיפות ויחסים אינטראקטיביים עם התקשורת, אך בארץ לכן אם מוקיעים שופט אחד או שהמערכת איטית בתגובה או שתגובתה לא תואמת את ההיגיון והשיח התקשורתי. דוג' - עיתונאי הפונה לדוברות ומציג שאלה ← אך צריך לפנות לנשיא של השופט ← צריך לפנות לנשיא/ת ביהמ"ש העליון. הדבר לוקח זמן. בשנים האחרונות ביהמ"ש הפך להיות עניין תקשורתי יותר מבעבר (בעבר כתב לענייני משפט היה תפקיד משעמם ויוחס כפשוטו, בעוד כעבוד מספר שנים הכתיבה בנושא הפכה להיות נחשבת כאשר כיום זהו אחד התפקידים היוקרתיים המובילים את השיח התקשורתי), יחד עם התפתחות האקטיביזם השיפוטי. ככל שהמערכת הפוליטית תקפה יותר את מערכת המשפט הסיקור המשפטי הפך להיות מורכב ודעתני יותר.

למרות שצעדים אלה מוגבלים, לענת פלג מספר ממצאי מחקר לגבי מה השופטים חושבים על ההתנהלות התקשורתית ויחסה אליהם:

- חל צמצום בין הפערים בין שופטים בדימוס לבין שופטים מכהנים שהכירו בטעות וחשבו שיש צורך בלהגיע אל הציבור. כיום פערים אלה הצטמצמו ונכחות הדוברות מובנת ולא זקוקה להסבר ואף השופטים יוזמים זאת בעצמם (הדלפות משופטים ישירות לעיתונאים, לא בהיקפים של פוליטיקאים אך הדבר קורה בעיקר ככל שיש יותר נוכחות פוליטית בוועדות למינוי שופטים כי הדבר דורש מהם את אהדת הציבור). לשופטים ציפיות גמוןיות ממע' המשפט. ביחס למשבר הקורונה יש ציפיה ארכאית מצד השופטים שהתקשורת תפעל לטובתם.
- אם בעבר הייתה לשופטים ציפיה לאתוס שיחם לתקשורת יכולת לאובייקטיביות, כיום מובן שלא.
- הסיקור התקשורתי גורם למתח רב בתוך המערכת - השופטים המכהנים מבינים שמי שמחזיק בידו את הצינור הישיר לתקשורת הוא העליון ולכן הם דואגים יותר לאינטרסים שלהם מאשר של אלה שבערכאות הנמוכות יותר. כך שופטים שעמדו במרכזן של פרשות תקשורתיות חדשות דרשו לפחות ייעוץ תקשורתי או תמיכה מערכאה גבוהה יותר ולא יישארו להתמודד לבד וחשופים.

המחקר המשלים את מחקרה של ד"ר ענת פלג שערכה הנהלת בתיהמ"ש הביאה להקמתה של מחלקת משאבי אנוש שאמורה לתת מענה לשופטים בכל הבעיות שבהן הם נתקלים.

- התראיינות לתקשורת - השופטים במחקרה של פלג ב-2012 דרשו להתראיין לתקשורת במקרי קיצון - לא ייתכן שנותנים להם לקבוע גורלות מבלי לתת להם את האפשרות להגיב לתגובות הפוגעות ביושרתם וביכולת כהונתם.
- פורמט הולנדי - שופט מתדרך; בד"כ שופט בדימוס שקורא את הפס"ד יום קודם, מגיע לביהמ"ש ומנסה למזער ביקורת ושגיאות. האתוס השיפוטי הישראלי לא מאפשר העסקת שופט כזה מכיוון שלא אפשרי שעוד גורם יקרא את פסה"ד לפני הציבור.
- שיחת רקע - שיחה המוגדרת כ-off the record - הזמנת עיתונאי המבוססת על אמון ארוך שנים שבו נותנים מידע לא סודי והוא מתחייב לא לדווח מי המקור, או שנותנים לו רקע כללי שנועד להסביר את הפרטים החסויים (קניית האמון והשפעה על הנרטיב). הדבר מקובל בעולם ובמערכת הבטחון.
- התנגדות גורפת של הנהלת בתיהמ"ש למפגשים שבו השופטים יביאו דוגמאות לסיקור שגוי ולא הוגן שפגע בהליך ובו העיתונאים ידברו על הקושי שבהתנהלות מול בתיהמ"ש. במערכות רבות כמו באירופה ואוסטרליה הדבר מתקיים לפי כללים ברורים ולרוב מתקיים באוניברסיטאות שהן סביבה נייטרלית. בארץ הדבר לא מתאפשר.

### השפעות התקשורת על השפיטה בישראל

- התקשורת משפיעה על סגנון כתיבה - לדוג' שופטים מסוימים ישתמשו בבולד כדי להראות לעיתונאים את עיקר דעותיהם.
- השפעה על רף ענישה אך לא על הכרעות דין - דוג': במשפטו של קצב - בערכאה הראשונה (במחוזי ת"א) הורשע פה אחד אך עורר שיח לגבי רף הענישה. השופטת יהודית שבח כתבה כי האיש כבר נשפט בציבור (בתקשורת) ולכן יש להתייחס לכך כסיבה לקולא בעונשו, ושפטה 4 שנים. שאר השופטים טענו שהלך בדרך זו מתוך מודעות מלאה שיהיה חשוף למשפט הציבור, ושפטו 7 שנים. מכיוון שיש צורך באחידות בענישה היה רצון לפשרה ביניהם שלא צלחה.

- הרצון להסתכל על התקשורת כסוג מסוים של קיבוע דימויים לאחר פרישתם על דפי ההיסטוריה (למשל השופט רובינשטיין שהביע את הצורך בממשלת אחדות במאמרו, כדי לעצב את דימויים בשיח ההיסטורי), או השופט שבח בקצב- הסתכלות השופטים על דעתה הייתה שחשוב היה לה לשמור על דעתה כדי להיזכר כלוחמת בדפי ההיסטוריה, כדי לגרום לעיתונאים להבין שלהתערבותם בשפיטה יש השלכות.
- הכחשה על השפעה אישית לצד הצבעה על שופטים אחרים המושפעים מהתקשורת- **תיאורית האדם השלישי**- בסוגיות המביכות אותנו או שלא קל לנו להודות שאנו כאלה, קל מבחינה קוגניטיבית להטיל על אחרים. דוג': במקרה שאדם קנה רכב מסוים עקב קמפיין פרסומי יטען שקנו אותו מסיבות אחרות אך ישליכו זאת על אחרים שיטענו שהם נוחים יותר להשפעת התקשורת. השופטים לרוב יטענו שהקולגות שלהם מושפעים אך לא הם.

**כספי** במאמרו טוען שיש מאפיינים המאחדים בין 2 המערכות (המשפט והתקשורת): שתיהן עוסקות בהצבעה על חריגים באופן אינהרנטי-

- מערכת המשפט עושה זאת כדי לקבוע נורמות חברתיות ע"י נורמות משפטיות, ולשם כך היא קובעת את הנורמה ונותנת סנקציות לסוטים ממנה
  - מערכת התקשורת עושה זאת ע"י קביעת החריגים והוקעתם).
- ← הליכים אלה יוצרים זהות אינטרסים שהיא הבסיס לכך שגם מע' המשפט על נבדלותה זקוקה לתקשורת כדי להגביר את יכולת ההרתעה שלה ואת נראותה.
- הוא מנתח במאמרו את מע' היחסים הפורמלית (הדוג' לעיל) ובמישור הא-פורמלי (דוג'- הדלפות או פניות שופטים למע' התקשורת בזמן הוועדה למינוי שופטים במיוחד, כדי לשפר את סיכוייהם להתקדם ע"י מקסום חשיפתם בפני הנציגים הפוליטיים בוועדה).
- דוגמאות **לפריימינג (מסגור)**.

האסטרטגיה התקשורתית של ביהמ"ש- מבחינת האתוס השיפוטי עליה לשמור מרחק מהתקשורת; גם כשביהמ"ש מנסה לעשת פניה טקסית אל הציבור היא נתקלת בביקורת. דוג' במחקרים בניתוח סוציולוגי של ההליך המשפטי מדובר על כך ששומרים על הפער של השופטים מהציבור הרגיל בכך שהם יושבים מוגבהים ובלבושם, והשפה המשפטית הנבדלת מהשאר. כדי לשמר נבדלות זו בעידן הנוכחי הדבר קשה, כיוון שישנה שיפוטיות פוליטית כלפי החלטות משפטיות.

השופט מודריק בריאיון הפרישה שלו מדבר על השפעת התקשורת על ההתנהלות השיפוטית בכך שלפי **ההשפעה התת הכרתית**- שבמצבים מסוימים נוקטים בזהירות יתר. לא מדובר על השפעה על ליבת ההחלטה, אלא על החלטות אחרות.

בנוסף לעתים השופטים יודעים שאם תיק זה חשוף לציבור יש לבדוק את עצמם שוב ושוב ולא בטוחים שבדיקה זו לטובה.

### יחסי עו"ד – תקשורת

עו"ד וינרוט בראיונו הולך לפי **טענת ההסתמכות**- פעילות ע"ס ייעוץ משפטי שקיבל, בעת שהוא מייעץ לנתניהו לגבי קבלת מתנות, ומתייחס אליהן כשוליות מאוד. לשם קיום טענה זו יש להוכיח שאכן האדם נתן את העצה.

### ייעוץ תקשורת

- בשל מחסור בדיון ערכי באוניברסיטאות ייצוג המקצוע מדיה גורם להתנהלות צינית ועוינת- בנושא יועצי התקשורת בארץ כמעט ואין כתיבה אקדמית בעוד בחו"ל הכתיבה רחבה. יש צורך בכך מכיוון שההסתכלות על מקצוע עוה"ד היא צינית ומשמיצה, ומקצוע זה חשוב לצורך קידום יחסי הציבור למקצוע ולעורכי הדין.
- כללי אתיקה מעצימים את קולן של הרשויות- נטען גם כי מצבה של הפרקליטות טוב יותר משל עו"ד פרטיים כיוון שהם מקבלים טוב יותר את הנרטיב הרשמי.
- התעלמות מזירה תקשורתית בסיס לתביעת רשלנות נגד עורכי דין- עו"ד המתעלם מייעוץ תקשורתי עלול למצוא את עצמו נתבע ברשלנות.

סוגיות אתיות במפגש המקצועי בין עו"ד ליועצי תקשורת:

- עו"ד פועלי ע"ס החוק וכללי אתיקה הניתנים לאכיפה
- העיסוק ביועץ התקשורת אינו מוסדר בחוק ואינו טעון רישוי
- תקנון האתיקה של יועצי תקשורת הוא וולונטרי ואינו ניתן לאכיפה, בניגוד לפרופסיה המשפטית

ממשקי עבודה בין עו"ד ליועצי תקשורת:

- עו"ד עובדים עם יועצי התקשורת ששכרו לקוחותיהם- בעלי אמצעים שוכרים מראש יועץ, ועל עו"ד של בעל האמצעים צריך לעבוד בתיאום עם יועץ התקשורת של לקוחו.
- יועץ תקשורת in house במשרדי עו"ד, במקביל ליועץ תקשורת של הלקוח- ככל שגדלה מגמת המיזוגים בין עו"ד, ישנן מחלקות שלמות לתקשורת כחלק מהמחלקה לשיווק העוסקת גם בפרסומים יזומים כדי להגביר את החשיפה המותרת של משרד עו"ד לתקשורת. כך יועץ התקשורת הקבוע של המשרד צריך לעבוד בתיאום עם יועצי התקשורת של הנאשמים כדי ליצור מסר אחיד.
- יועץ תקשורת לעו"ד לצורך הרחבת מעגל לקוחותיהם- יכולים לייצג לקוחות מנוגדים במקביל ומנצלים את מירב הקשרים שלהם לצורך עבודתם. יועץ תקשורת עוזר לעו"ד לצורך כתיבת מאמרי דעה, קידום ייצוגו בתקשורת.

כללי האתיקה ביועץ תקשורת:

## בארה"ב:

- איסור על התבטאויות על מהימנות עדים וצדדים (Gag orders)- אין להתראיין בזמן המשפט עצמו כדי לא לפגוע במהימנות העדים, וכך נמנעות בעיות של הדלפות חומרי חקירה.
- פס"ד גנטלי- עו"ד רשאי להגן על שמו הטוב של לקוחו, גם בביהמ"ש של דעת קהל (1991)- הכשיר את הראיונות עם עו"ד.
- היתר לעו"ד להתייעץ עם יועץ תקשורת (2003)- הראשונים למתן היתר זה.

## בישראל:

- עד שנת 1986 איסור גורף על השימוש בתואר עו"ד בתקשורת- נחשב כפרסומת אסורה לפי חוק.
- 1986-1996- שינוי כללים ואי בהירות, הפסקת העמדה לדין משמעתי בשל הופעות בתקשורת. פס"ד חטר ישי- בג"ץ שבעקבותיו הייתה מגמה להפסיק להעמיד לדין.
- 2001- תיקון ס' 55 לחוק לשכת עו"ד- התרת פרסומות מסחריות לעו"ד בנסיבות מסוימות, הגמשה.

## כללי האתיקה ביחס להתנהלות עו"ד ברשתות החברתיות:

- אסור להתבטא באופן הפוגע בכבוד המקצוע ובכבודם של עו"ד אחרים
- איסור שימוש בתמונות הפוגעות בכבוד המקצוע
- הקפדה על חיסיון הלקוחות
- מותר לפרסם מאמרים ולנתח פס"דים

חשיבות יועץ תקשורת במשפט:

דמיון מודלים בין שלבי ההתמודדות עם משבר תקשורת לבין שלבי ההליך המשפטי, יש לא מעט מן המשותף בין המקצועות כיוון ששניהם אדברסריים ובעלי שימוש רטורי, לפי (Beke, 2014):

- שלב המניעה/קדם המשפט= שלב החקירה הפלילית והאיומים בתביעה אזרחית. ישנה זהות בין השלבים האניהרנטיים בפתרון משבר תקשורת לבין פתרון משבר משפטי (דוג'- בשלב הקדם משפטי/חברה על סף משבר תקשורת החשיבה האסטרטגית דומה כיוון שיועץ התקשורת רוצה למזער את הפגיעה במוניטין הלקוח. בעת פריצת משבר משפטי גם על עו"ד למזער את הנזק ע"י שימוש בתקשורת (דוג'- הוגשה נגד ירון ברלד תלונת שווא על פגיעה מינית בקטינה; הפעילות מלכתחילה הייתה למזער את הפגיעה במוניטין).



בשלב הפריצה יש חשיבות בינ"ל- דוג' אם מפורסמת בעיה במפעל העומד לחתום על חוזה, יש לטהר את שמו בעיתונות הבינ"ל (דבר שמחייב ייעוץ תקשורתי צמוד ולא יכול להתבצע רק ע"י עו"ד).  
שלב ניהול משבר תקשורתי = ניהול המשפט, ההובלה חוזרת לייעוץ התקשורתי בסוף המשפט כדי למזער את הנזק התקשורתי שנגרם ללקוח.

הסכמה בין עוה"ד ליועצי התקשורת שאין אפשרות לנהל משפט מסוקר תקשורתית ללא ייעוץ תקשורת (אסטרטגיה מעורבת). לכן משתמשים בלוביסטים, יועצים כלכליים, ועוד כדי להתגונן בשלב פריצת המשבר (חברות גדולות במשק מעסיקות יועץ בקביעות כדי שיכין תוכניות לשעת משבר). הדבר גובר עקב הרשתות החברתיות (דוג' - קמפיין me too).

- סיום ההליכים המשפטיים = הפקת לקחים והערכות למניעת משברים תקשורתיים בעתיד. ניתנת עדיפות לייעוץ התקשורת.

### יחסי עורכי דין ויועצי תקשורת

- "שמן ומים": מתח אינהרנטי בין תפיסות מקצועיות
- משך הזמן ודפוס העבודה משפיעים על השת"פ
- הופעת עוה"ד בתקשורת במהלך ייצוג הלקוח עלולה להביא להתנגשות בין משולש הנאמנויות - של עוה"ד וכיצד הוא נפגע בגין העבודה המשותפת עם יועצי התקשורת?
  - כלפי החברה - קבלת פריבילגיות וחסינויות מעצם הסמכתו כעו"ד בתמורה למחויבות לחברה.
    - האם תקין שעוה"ד מעורב בעשייה התקשורתית כל עוד קיים איסור הסובידיציה?
    - ספינים - אם הפסיקה מתנגדת האם על עוה"ד להסכים?
    - יועצי התקשורת מהווים חיץ בין עוה"ד לתקשורת ומנחים את פעולתם, האם היעדר הנגישות הישירה לעוה"ד מהווה פגיעה בזכות הציבור לדעת (וכאשר אלה משפטי נבחר ציבור האם לא נפגעת יכולת האזרח לבחור בצורה מושכלת?)
    - האם העו"ד לא מונע מהתקשורת לבצע את תפקידה? (פגיעה בזכות הציבור לדעת/הטעיה באמצעות ספין)
    - תביעות השתקה והוצאת צווי איסור פרסום - עו"ד מסכימים, יועצים מתנגדים משתי סיבות:
      - הרעת היחסים עם התקשורת
      - הוצאת צו איסור פרסום הסקרנות עולה ועוד יותר מנסים להגיע לחומרים
      - אפליה ציבורית - ייעוץ תקשורתי עולה כסף ולא לכולם ניתנת נגישות לכך.
      - מצד שני, בגלל הירידה באמון במע' המשפט יש צורך בייעוץ.
  - כלפי הלקוח - ההתלבטויות מראה את החשיבה על טובתו ואין לבצע שום צעד ללא התייעצות עם הלקוח. יש צורך באמפתיה בהליך המשפטי לצורך התחשבות בנפגעי עבירה.
    - בעיה - פגיעה בטובת הלקוח ע"י חוסר אמפתיה.
  - כלפי עצמו - כללי האתיקה מתירים לעוה"ד לדאוג לאינטרסים שלו. השימוש בייעוץ תקשורת נועד לעשות זאת. חלק ממחויבותו כלפי עצמו היא גם כלפי כבוד המקצוע, ולכן עליהם להימנע מהתקפה על ביהמ"ש או על עו"ד אחרים. בעיות:
    - לעו"ד יש חיסיון מול הלקוחות בעוד ליועצי תקשורת אין
    - לכן יועצי תקשורת צריכים ביטוח תביעות דיבה מול לקוחות

### מחקרה של פלג בנושא יחס עו"ד-יועצי תקשורת:

רואיינו 15 עו"ד ויועצי תקשורת שכולם מתחום הסכסוכים הכספיים. טקטיקה - יישום האסטרטגיה.

### מודל האסטרטגיה:

- הסכמות בין יועצי תקשורת לעורכי דין:
  - הצורך בייעוץ מקצועי לניהול משברים משפטיים/תקשורתיים
  - כוחה של התקשורת להשפיע על השפיטה באמצעות "מסגור" - כל משתתפי המחקר הסכימו לכך שיש צורך כיום באסטרטגיה מעורבת בעת ניהול משבר משפטי-תקשורתי ← הכרה זו משקפת מודעות עולה וגוברת לכך שניהול נכון של התיק בזירה תקשורתית ציבורית מקטינה את הנזק התדמיתי של

הלקוח+משפיעה על השפיטה עצמה. מסגור התיק בתקשורת בצורה המתאימה לאסטרטגיה המשפטית, ניתן למסגר זאת כך גם בעיני השופטים, וכך משפיעים על ההתייחסות הכוללת לתיק.

- התנגדות לאסטרטגיית התקפות על בתיהמ"ש בתום ההליכים - דוג' התנהלותו של אולמרט ועוה"ד שלו שטען כי זוכה למרות שבמשפטו היה ברור שהוא אשם. אין להשמיץ את השופטים הדנים

#### • המחלוקות בין יועצי תקשורת לעורכי דין:

- מתח טריטוריאלי - מאבקי כוח וביקורת הדדית על הנאמנות ללקוח
- נטילת אחריות והתנצלות לגבי משבר מסוים - דוג' - משבר יונילור (דגני בוקר מזוהמים, יועץ התקשורת ייעץ לא להודות בתקלה ולטעון שהמוצר לא יצא מהמפעל, בעוד היועץ המשפטי ייעץ להודות ולטעון שהתקלה אותרה בזמן. הטעות הייתה שהמנכ"לית הועלתה לשידור כאשר התבטאויותיה יכלה לגרום לשטף תביעות).
- ויכוח על אסטרטגיית השקיפות והפתיחות מול התקשורת - יועצי תקשורת רוצים לפרסם כמה שיותר כדי להעניק תחושת אמינות ופתיחות, כאשר מצד שני עוה"ד רוצים לשמור על המידע.

#### מודל הטקטיקה:

#### • הסכמות בין יועצי תקשורת לעורכי דין:

- התנגדות לראיונות חפוזים - טקטיקת הדיבור לא תמיד עדיפה. לעתים עדיף לשתוק, לא ניתן לצדד פעם אחת בביהמ"ש ופעם אחת לדבר כנגדו.
- נכונות להכלת טקטיקות התקפיות: ביצוע סחרירים ומתן בלעדיות - ספין תקשורתי הוא שקר והטעיה, דוג', "הורדת החגורה" בכניסה לביהמ"ש דומה לכניסה לכלא ולכן על יועץ התקשורת לדאוג לכך קודם, או לדאוג שהדין לא ייזרק לכיוונים אחרים.

#### • מחלוקות בין יועצי תקשורת לעוה"ד:

- היקף התאמת מסרים משפטיים לשפת התקשורת -
- מסירת חומרי חקירה טרם שנידונו בביהמ"ש - יש איסור בחוק לפרסם חומרי חקירה בוידאו ואודיו- לכן ישנה רק קריינות של חומרי חקירה. רק בסיום התיק ביהמש יכול לתת היתר מיוחד לפרסום במידה ויש חשיבות ציבורית.
- הבעיה: כאשר נותנים לעיתונאי חומרי חקירה ששאף לחשוף הוא מוכן להקשיב למסרי עוה"ד ולתת לו במה אך במידה והולכים לפי אך במידה והולכים לפי טקטיקת הבלעדיות מסתכנים ביריבות ארוכה. לעתים יועץ תקשורת יחזור ללקוחות עבר שלו (עיתונאים) והדבר לא מתאים לטקטיקת המשרד שבו הוא עובד.

#### • שימוש באמצעים משפטיים להגבלת שיח ציבורי

#### לסיכום:

- דמיון בסיס בממד הלעומתיות ומרכזיות הרטוריקה בשני המקצועות
- הייעוץ התקשורתי דומיננטי לפני ואחרי ההליך המשפטי
- האסטרטגיות התקשורתיות מתנגשות חלקית בכללי האתיקה של עוה"ד
- ראוי להרחיב את המחקר ם לעמדות הלקוחות
- נדרש שיח משותף בין שתי הפרופסיות

פריימינג- מסגור. המאפיין את סיקור המשפט בתקשורת- "שיח העתיד" - שיח נרטיבי בעל מספר רבדי זמן:

- המצב הנוכחי
- העבר הקרוב
- העתיד הקרוב
- העתיד הרחוק יותר- כדי לשמור על עצמה, התקשורת הממוסדת מתעסקת יותר בעתיד כיוון שהשיח המקוון כיום גדול יותר אם מציעים אלטרנטיבה (פרשנות) ← דבר המעלה את הרייטינג והפך להיות חלק מסיקור המשפט וכיום מקובל (בעבר, לא התנבאו לגבי פסיקת ביהמ"ש עקב הסוביודיצה ואי המקובלות) ← חשיבות למאמרי דעה הנותנים מעמד של מומחה לכתב ← היחס בין יועצי התקשורת ועוה"ד זכה לשיח מגנה.

## מאמרה של מלמד אריאנה/ קצרי רוח || הארץ, 20.4.

שתי טענות עיקריות:

1. מידע הוא רכוש הציבור (זכות הציבור לדעת) ועליו להינתן באופן שווה לאמצעי התקשורת המייצגים את כלל הציבור. ערוץ 2 למשל מקבל את רוב הרייטינג ולכן זוכה ליכולת לראיין את מנכ"ל משרד הבריאות בעוד אחרים מקבלים הקלטות, דבר הפוגע בהתמודדות עם המגיפה.
2. טקטיקת הבלעדיות - משרד או עו"ד הבוחר כתב להובלת הסיפור. נותן לו מידע בלעדי ומקבל בתמורה סיקור חיובי.

בחסות ערוץ 12, משרד הבריאות בועט לציבור בפרצוף כאשר משרד הבריאות מתעדף את "חדשות 12", "הוא הופך לצד מוטה בתחרות בין גופי התקשורת המסחריים. מתבקשת השאלה: מה מקבל המשרד בתמורה? מה בסך הכל צריכים אזרחים כדי לשתף פעולה עם השלטון בזמנים קשים? מידע אמין, עובדתי ושקוף, המוגש לציבור באופן שוויוני. אבל מתברר שהצרכים והרצונות של משרד הבריאות שונים, ודווקא כעת הם נחשפים ללא מסכות: המשרד הוא שחקן פעיל במגרש הרייטינג. אי אפשר להסביר אחרת את התעדוף העקבי והמתמיד של "חדשות 12" על פני שאר ערוצי הטלוויזיה, באדיבות מחלקת הדוברות של המשרד – כפי שפורסם אתמול באתר "הארץ". בתחילת המשבר, ערב ערב, הופיע מנכ"ל משרד הבריאות, משה בר סימן טוב, ב"חדשות 12" בראיונות חיים, והשאיר אבק לערוצים האחרים. דמותו הסמכותית והרגועה נהנתה מן הרייטינג העודף של ערוץ 12, ותרמה למלחמת העולם הניטשת בין הערוצים המסחריים. הפרקטיקה נמשכת כיום בשינוי קל: האיש מופיע בראיון חי ב-12 ובהודעות מוקלטות בשאר הערוצים. רק ב"חדשות 12" מתקיימת היכולת להתעדכן, לחדד, לשאול אותו שאלות. כך זוכה ערוץ 12 ביתרון לא הוגן במלחמה על נוכחות הצופים, שהיא בסופו של דבר רק מלחמה על מחירי הפרסומות המשודרות במהדורת החדשות. ידע הוא כוח ומידע הוא נכס יקר בימים האלה. משרד הבריאות הוא מונופוליסט המידע הממשלתי לאורו אמורים אזרחים להתנהג, אבל מישהו שם התבלבל מאוד, ומספסר במידע. המידע אינו שייך למשרד הבריאות אלא לציבור כולו, ותעדוף של ערוץ מסחרי היא בעיטה בפרצופו של הציבור, התנהלות שמשולה להפרת אמונים של מנהיג יחיד. כשכתב "חדשות 12" "יואב אבן עולה לשידור וקורא הודעה של משרד הבריאות שכתבי בריאות אחרים בערוצים מתחרים עדיין לא קיבלו לידם, כפי שהתרחש ביום שישי האחרון, הערוץ יכול להתגאות – שלא בצדק, אבל למי אכפת, הרי מדובר בערוץ מסחרי – בראשוניות של הפרסום. אבל במה יכול להתגאות משרד הבריאות? ביחס מפלה כלפי חלקים של התקשורת הישראלית? בפרוטקציה? בתאווה פרסום נרקסיסטית? תחרות עזה כמוות מתקיימת בקרב הערוצים המסחריים וערוצי החדשות הדיגיטליים. ראשוניות שווה ממון. כולם רוצים להיות הראשונים לזהות, אפילו בפער של דקות ספורות, משום שכולם מזהים את הצורך, בעידן החדשות המתפרצות, לקסום לקהל באמצעות האשליה שרק הערוץ העדיף עליהם באמת ראשון. כשמשרד הבריאות מסייע ל"חדשות 12" לגרוף רווחים בשוק הזה, הוא הופך לצד פעיל ומוטה בתחרות. כאן מתבקשת השאלה: מה מקבל משרד הבריאות בתמורה? הציבור הרי אינו יודע ואינו נחשף למהלכים שמאחורי הקלעים, וכך לא נדע בוודאות מה איפשר את ההתנהלות הזאת. האם היתה זו הבטחה של "חדשות 12" למשרד הבריאות, שתמורת תעדוfo יקדם הערוץ את עמדות המשרד ואת דובריו השונים? שזמן מסך יקר יוקדש דווקא לסדר היום שהמשרד מקדם? שבר סימן טוב, סדצקי ושות' יטופלו בכפפות משי בידי מגישי החדשות והמראיינים? אלה תהיות בלבד, אבל עצם היכולת להעלות אותן נובעת בדיוק ממדיניות התעדוף. בהיעדר שוויוניות ושקיפות, צריך תמיד לשאול מי מרוויח ומה הוא מרוויח מספסרות מידע, במיוחד בימי מלחמה ומגפה. פתרון טכני פשוט היה מונע ספסרות כזאת. יש למשרד הבריאות מה לומר? מצוין, שיכנס מסיבת עיתונאים, באירוע תלת־ממדי ובהשתתפות כתבי הבריאות ופרשני המצב, או בריחוק חברתי דיגיטלי – ויעביר את המידע לכולם באותה עת. כך נוהגים בכמה וכמה מדינות אירופיות שגם בהן, תתפלאו, מופיעים ראשי מערכת הבריאות ומספרים לכולם, באותו זמן, מה המצב – וזוכים לשיתוף פעולה אזרחי מכוח האמון שהציבור רוחש להם. תעדוף הוא בסופו של דבר פגיעה באמון הציבור, וגם ההפך הגמור ממה שאומרים לרצות במשרד הבריאות. כשערוץ 12 מרוויח כאן – כולנו מפסידים. גם משרד הבריאות.

## דמותו של העברין בתקשורת

נשאלת השאלה: האם כשעיתונאי מגיש שאילתה לדובר, היא מהווה מימוש זכות הציבור לדעת? בפרשת הרפז- מדוע הפרשה נסגרה? לכאורה הדבר מהווה מימוש זכות הציבור לדעת (הממצא את הפרקטיקה העיתונאית). במקרה זה הייתה תחושה של שאילתות מאורגנות. ← כך במקרים מסוימים התקשורת יכולה להיות שופר ולקחת צד בסכסוך המשפטי ולקדמו ע"י הפיכתו מדבר פנימי לכזה שזוכה לסיקור רחב יותר. צרכן התקשורת לא מסתפק בצריכה של כלי תקשורת אחד, ולכן ישנה כתיבה בעין השביעית על כך שפרופ' ברבש תהה מדוע לא לפתוח את אולמות תצוגות כלי רכב אם פותחים את איקאה. בהמשך למהדורה הכתבים הכלכליים העלו שאלה זו (מכיוון שצרכני הרכב מושקעים בערוץ 12).

בראש סדר היום החדשותי שולט קו (קורונה) המאפיל על נושאים אחרים (כמו פלילים), דבר המביא לשינוי העבודה העיתונאית כיוון שיש צורך במקורות נוספים- כאשר העיתונאים פונים אליהם ישנם פערי ידע וכאשר יש פערי ידע בין הכתב למקור- עלולים להיות חשופים למניפולציות במידע.

השאלה: מה הופך נושא לבעל עניין ציבורי רחב?

- רלוונטיות לשיח הציבורי
- יש צורך בסיפור שניתן לאמתו
- אלמנט דרמטי, סנסציוני ושלדמויות המעורבות בו יש מוכרות לציבור או קרבה תרבותית לעולם שבו אנו חיים. ככלל כאשר ישנם סיפורים פרסונליים. דוג'- תסמונת המקרר הריק. בתקופת הקורונה- תסמונת הזקן הבודד (שהחריפה לקראת יום השואה והתמקדה בניצולים).

השינוי הגדול שחל באופי שבו המדיה מתייחס לסיפורי פשע:

- עד לשנות ה-60 הפשעים הוצגו בתקשורת כחדשות רעות שמקורן במקרים יוצאי דופן בהתנהלות הכללית של החברה אך שהיא מסוגלת להתמודד איתן.
- משנות ה-80 עליה במסחור התקשורת, הוקמו חברות טלוויזיה וכבלים ← חלה ירידה בתפוצת העיתונים והפשע מהווה איום על מרכז החברה. שילוב בין עניין ציבורי המממש את זכות הציבור לדעת לבין מציצנות. כך עיתונאים קיבלו עידוד להביא סיפורים צבעוניים ובמיוחד כאלה המתמקדים בבחירות.
- סיקור הפלילים בארץ שונה מזה שבעולם, מאוד סנסציוני ו75% מהידיעות אינן מדויקות, בעוד בארה"ב רמת הדיוק עומדת על 40%. האלמנט הרגשי בעיתונות הישראלית חזק- לרוב הסיפורים שיפורסמו יהיו קשים לצריכה אך אינם רלוונטיים לדיון ענייני.

**חוק ההפכים**- התקשורת לא באמת מסקרת את העבריינות הנפוצה אלא את זו שהיא בעלת ערך חדשותי גבוה, כמו הפשעים החמורים ביותר. חוק זה לא מוגבל רק לטיב הפשע. הנקודות הקובעות את היקף הסיקור מצויות במחקר המבחין בין פשעים רגילים לפשעים סימבוליים.

פשעים סימבוליים (Innes, 2003):

- **פשע סימבולי**- משמעותו חורגת מהמעורבים (הנפגעים) ממנו אל הציבור הרחב.
- משפיעים לא רק על המעורבים הישירים אלא על קהל רחב
- התגובות לפשעים סימבוליים הן קריאות ל"לעשות משהו"- למנוע פשעים דומים בעתיד בעזרת שינוי בחקיקה. כך העיתונאים שקוראים לשינוי כלשהו בחקיקה מקווים לעשות זאת.
- במאה ה-21 פריחת סוגת "פשע אמיתי"- פקפוק בחקירות משטרתיות

מאפיינים קבועים של סיקור הפשע במדיה (פלילים):

- התמקדות בפשיעה חמורה במיוחד במקרי רצח
- התוקפים והקורבנות בסיפורי הפשע הם בעלי מעמד חברתי וגיל גבוה יותר מבססטיסטיקות
- העצמה בממד הסכנה החברתית הכללית הנובעת מהמקרה המתואר

פאניקה מוסרית (Cohen, 1972:1985):

- מושג מתוך הקשר בין הקרימינולוגיה לתקשורת. מאפייניה:
  - מעוררת תחושת עוינות נגד קבוצות נון-קונפורמיסטיות. פאניקה מוסרית ולא ציבורית כיוון שגורמת לשפוט את העומד במוקד אותה פרשיה כיוון שהוא נראה כלא מתאים לערכים המוסריים של החברה. מביאה להדבקת תניות לפורעי חוק כשייכים לקבוצת שוליים מסוימת ופרשנות בהתאם.
  - תפיסה מוגזמת של ממדי האיום הנובעים מהם- דוג'- הליצנים.
  - עוצמה בלתי יציבה- הפאניקה יכולה להוביל לקמפיינים חברתיים או מהלכים חקיקתיים נרחבים, או להיעלם כלעומת שבאה. במוקד הפאניקה המוסרית העכשווית- פדופילים. (מעניין לראות שהסיכוי של ילד להיפגע ע"י אדם ממשפחתו גבוה יותר מהסיכוי שייפגע ע"י פדופילים).
  - תגובת מוגזמת מהמדיה, מהמשטרה או מהציבור הרחב לפעילות של קבוצות חברתיות מסוימות (במיוחד עבריינות נוער)

יחסה המשתנה של התקשורת לסוגים שונים של עבריינות- ההיררכיה:אלמנט הגיל: דוג' רצח נהג המונית.

- משמעותי יותר כשמדובר בקורבן
  - סיקור עבריינות נוער יוצרת פאניקה מוסרית ששיאה הצגת עבריינות נוער כאיום על הילדות האנושית ( Jewkes, 2004)
  - מדיניות הענישה כלפי נוער מושפעת מהתקשורת (Marsh&Melville, 2009)
  - מעבר מגישה שיקומית לגישה עונשית בטיפול בנוער כתוצאה מדיוקנם במדיה (Newburn, 2009)
- מגדר ופשע: דוג'- רצח אביבה מלבסקי ע"י חווה יערי ואביבה גרנות.

- בולטות למקרי פשע שבהן מעורבות נשים
- הדגשת פרשנות ביולוגית להתנהגותן- דוג' בסיקור אישה שרוצחת אחד מילדיה תהיה התמקדות בדיכאון אחרי לידה בעוד אצל גברים יתמקדו באכזריות. לעתים אף סלחנות בעקבות מקרים הורמונליים.
- דגש על היבט חיצוני

גיאוגרפיה ופשע:

- העדפה לפשיעה המצויה באיזורים כפריים ופסטורליים. דוג'- שיקגו סבלה מדימוי לכר פשע נרחב של פעילות אלימה
- דימוי הפשע האורבני
- פשעים אידאולוגיים- העיסוק בהם הוא לזמן מוגבל
- עבריינות צווארון לבן: פשעים נגד תאגידים או באמצעותם
- יותר סיקור פשעים של בודדים מאשר של תאגידים: לרוב לא בעמודים ראשונים אלא במדורי עסקים.

היחס לעבריינים שהפכו מתוקף מהותם לסלבס:

- **אינפוטיינמנט**- הלחם של בידור+ידע. בעידן זה החדשות מתחברות עם עולם הבידור כדי להעלות רייטינג; מתבטא במעבר דו צדדי של דמויות בידור העוסקות באקטואליה לבין כאלה העוסקות בתחום הבידור
- העיסוק בתכניות הבידור בפוליטיקה- הגחכה של הפוליטיקה בתכניות אלה. דוג- ארץ נהדרת, או המעבר של יאיר לפיד מבידור לפוליטיקה. לעתים אף אנשי פוליטיקה יבואו מרצונם לתכניות בידור.

סיקור הפלילים בתקשורת סופג את אותן התופעות בין חדשות ובידור- דוג'- כתבה על יורשי משפחות הפשע.

דוג'- הבן של סם, רוצח סדרתי שמכר את זכויותיו לכתיבת ספר על מניעיו → יצא חוק בעקבות זאת שכשפושע מרוויח מספרו, עליו לשלם את הרווחים למשפחות הקורבנות.

בארץ אין איסור מפורש על ריאיון פושעים והפיכתם לסלבס כחלק מהתפיסה שהם מושכי רייטינג מוצלחים.



יחסי התקשורת עם העבריינים ויחסי התקשורת עם רשויות החוקטקטיקות התקשורת של המשטרה:

הדיון מנוהל בתקופה שבה למשטרה ולרשויות הבטחון כוח גדול מעל האזרחים (מעקבים). רונן ברגמן חשף את המאגר, שכיום משומש לצרכים אפידמיולוגיים. דבר זה מעלה שיח לגבי פרטיות. אין עניין בזכות לפרטיות משתי סיבות:

- חוסר מודעות אצל האזרחים
- סימביוזה בין המשטרה לבין התקשורת- תבניות קבועות בסיקור הפשע בתקשורת שהמשטרה מודעת להן → יודעים לנצלן לטובת התדמית המשטרתית. נובעת כי:
  - המשטרה היא המקור היחיד לידיעות על פשע באופן מידי היוצאות לתקשורת
  - מצד שני, המשטרה זקוקה לתקשורת לצורך ייצור הרתעה → כדי:
    - לאפשר אכיפה, לעודד את הציבור לשתף פעולה בחקירות
    - לייצר תרבות ששמה במרכז את הציות לחוק (אידאולוגיית חוק וסדר)- אינטרס חברתי של המשטרה שקשה לממשו ללא הסיקור התקשורתי

השב"ס שיתפו פעולה בכתבה → כלומר למשטרה ולרשויות החוק האחרות יש אינטרס תקשורתי, המשטרה מתכתבת עם חוק ההפכים ועוזרת לתקשורת לקבל מידע על חשודים בעלי מעמד חברתי:

- כתבות יח"צניות- המשטרה זקוקה ליחצן את הצלחותיה המבצעיות → לכן לעיתים רק כשנגמר ההליך המשפטי משתחררים חומרים משטרתיים לצורך כתבות האדרה. דוג'- רצח משפחת פוגל והכתבה על יחידת המז"פ. בנוסף, הדלפות מניפולטיביות (מבוקרות ומזיקות) או הענקת בלעדיות לערוץ תקשורת מוביל. המענה לביקורת על היעדר יעילות ואלימות- הדגשת הצלחות מבצעיות ואנושיות של חברי הארגון ושימוש בפייסבוק.
- גיוס תמיכה תקציבי דוג'- הרשות להגנת עדים מתוקצבת ע"י המדינה.

רצח רוז פיזם- הסיקור שם דגש על הקשר החולה בין הסבא לנכדה הפוגע בערך המשפחתיות. בני סלע- הסיקור לווה בפאניקה ציבורית והתקשורת לא בוחלת בתמונות הפוגעות בכבוד האדם. יומיים לאחר מכן פוענח רצח תאיר ראדה וכשרומן זדורוב הוכרז כחשוד הפסיקה מתנגדת למסיבות עיתונאים משטרתיות כיוון שהדבר יוצר גזר דין ציבורי לפני שהראיות הובאו בפני ביהמ"ש.

נפגעי עבירות

בריאות הנפש הוא תחום שהוזנח במהלך הסיקור התקשורתי של מגיפת הקורונה. יש למצוא וו חדשותי כאשר מדובר בסיקור שאינו בהכרח קשור למה שמופיע על סדר היום במהלך המגיפה. דוג'- רצח נשים מופיע ככזה שנוצר עקב הבידוד.

בשונה מהסיקור הרגיל יש פחות פרסונליזציה על הקורבנות והפשע אינו הופך לסימבולי אלא נבלע כחלק מהמצוקות החברתיות כתוצאה ממגיפת הקורונה → ראשי מע' בריאות הנפש משתמשים באירועים אלה כטריגר לכך שצריך לתגבר את מע' בריאות הנפש, להקצות לה תקציבים כיוון שהחברה תימצא בפוסט-טראומה.

"מסגרת קורבן"- הנטיה לחפש את הסיפור האישי המייצג של התופעה החברתית (דוג' המקרר הריק, באלימות- ככל שהסיפורים אישיים יותר כך ייטב).

ארבעה מימדים בהתעצמות נוכחות נפגעים בתקשורת:

עליה בסיקור תקשורתי שנובע מהרבדים:

- נפגעים מתראיינים על הפגיעה ומוותרים על זכותם לפרטיות בחוק ובאתיקה העיתונאית- סיפורים מרגשים מעוררי רייטינג
- רשויות האכיפה משתמשות בנפגעים לצורך תדמית- לעיתים גם משמש לצורך חקירתי
- נפגעי העבירה עצמם מבקשים להשפיע באמצעות תקשורת על הליכים משפטיים- מתבקשים לעשות שימוש בתקשורת כדי לקדם את מאבקהם האישיים או מאבקים חברתיים

- פוליטיקאים, עו"דים פרטיים וקבוצות אינטרס חוברות לנפגעים למטרות פרסום- לעתים עו"ד פונים מיוזמתם לנפגע ומציעים לייצג אותו. עקב חיקוק **חוק זכויות נפגעי עבירה** הרגולציה התייחסה לנפגעים, וכך עוה"ד משמש כמתווך בין הקורבן לבין התקשורת

תמונתה של לילך שם טוב- הניגוד בין השמלה השחורה לסדין הכתום יוצר מיזוג אומנותי בין התמונות האחרונות שצילמה של ילדיה בצבעי שקיעה.

מטרתה של לילך- להעביר את המסר שאמנם לבעלה הרוצח היה רקע נפשי, אך הוא עשה זאת במודע כדי להתנקם בה ולכן רוצה למנוע את קידום העברתו למוסד לחולי נפש.

ההופך קורבן למושך תקשורתית- במקרה זה: היקף הזוועה (3 ילדים)+יכולות וורבאליות מרשימות+מראה מצודד (ההיבט הויזואלי משנה כיוון שקורבן עבירה שמצטלם טוב מעלה את הקורבן בהיררכיה).

בעת הריאיון- הריאיון נעשה בחוסר רגישות שמטרתה להעלות רייטינג בעוד היא ניסתה להפיץ את ספרה.

אלכס לאוטיין- למרות שיש איסור על תמונות פרסום קטינים בתקשורת הוא ביקש לפרסם את תמונות ילדיו כדי שהציבור יבין שהחיסול של אם המשפחה הרס את משפחתו וביא להזדהות ואמפתיה. הטקטיקות שנפגעי העבירה יצרו במהלך השנים- מוכנים לשותף פעולה עם התקשורת כדי לזכות לקידום מטרותיהם+הנצחה לקורבנות.

#### מאפייני סיקור נפגעי עבירה בתקשורת המערבית

היררכיית הקורבנות- לפי רצף. קורבנות שלא זוכים לסיקור לבין כאלה שזוכים לסיקור רחב.

- עליה בסיקור הנפגעים אך בולטים "**חוק ההפכים**" ו"היררכיה של קורבנות"
- The ideal victim - הקורבן האידיאלי:** משלנו, נורמטיבי, "מלח הארץ", "לא הגיע לו", הקורבן האידיאלי=קורבן תמים שאין לו שמץ של אחריות לסופו הטרגי, מוצג כפגיע וחלש. דוג'- הסיקור באישה שעוסקת בזנות יהיה מועט יותר מאשר אחרת. העדפה ללבן ולא שחור, חסר ישע. לרוב ילדים רכים בשנים ונשים מבוגרות מוצגים ככאלה, בעוד צעירים מכורים לסמים ואלכוהוליסטים לא.
- עבריו שנרצח לא ייחשב כקורבן אידיאלי (דימוי הערצת העולם התחתון גורם לתקשורת להתייחס אליהם כמעלי רייטינג רק במידה והם ידועים).
- רשויות החוק משתמשות בנפגעים לקידום חקירות ויח"צ
- "**ענישה פופולרית**"- מחקר שנערך בין שופטים ומשפטנים הצביע על השפעת דימוי של הקורבן האידיאלי בתקשורת על רף ענישה של התוקפים. הנראות התקשורתית של הנפגעים עשויה להשפיע על השופטים. במחקרים איכותניים נמצא שזכויות הנפגעים בפשעים סימבוליים השופטים מתייחסים יותר לכאב הנפגע ונוצרת הענישה הפופולרית.

#### האסטרטגיות התקשורתיות של נפגעי עבירה והשלכותיהן

- קמפיינים כחלק מתפיסת "**צדק מאחז**"; השלכות הפרסום על הליכי שיקום שנוי במחלוקת
- ספרי הדרכה לנפגעים ולעיתונאים
- דימוי העיתונאי החדש**- בעבר העיתונאי היה נחשב לנותן דיווח נייטרלי, בעוד היום נעשה חיבור של אג'נדה ← **העיתונאי הפרקליט**- שנוקט עמדה במודע ומזדהה עם האדם והנושא שהוא מסקר.

#### הזכות לפרטיות בתקנון האתיקה של מועצת העיתונות

- ישנם מקרים רבים שלא ניתן למנוע את דליפת המידע לגבי האדם
- אין בארץ הדרכה לעיתונאים כיצד להדריך במצבי טראומה
- מחקר: פוסט טראומה שנעשית לקורבן בעת ריאיון נוסף

#### מחקר- פלג+פוגץ', קרימינולוגיה ותקשורת:

מחקר איכותני. רואיינו 15 קרובי נרצחים בישראל בריאיונות עומק ארוכים. יצירת סוג פענוח לגבי הרגשתם בהליך המשפטי בעברו וכיצד חשיפתם בתקשורת השפיעה.

שאלות המחקר:

- כיצד נתפסת מע' המשפט בעיני נפגעים הזוכים לבולטות בתקשורת? - השופטים נראים כיוצרים חומה, קצרי רוח.
- מהן ההשלכות של החשיפה בתקשורת על רווחתם של נפגעי עבירה?
- מהי תפיסת הצדק של נפגעי העבירה והיכן הם חשים שזכויותיהם זוכות להגנה טובה יותר: בהליך הפלילי או במשפט התקשורת? - נפגעי עבירות חשים אכזבה מהערוצים הפורמליים להצגת צדק ←

הערכה משווה של תרומת המשפט והתקשורת לקידום זכויות הנפגעים:

- השפה המשפטית קרה ומנוכרת, בעלת כוח אכיפה אך ממעטת להתייחס לצרכי הנפגעים
- התביעה בישראל עדיין אינה מעמידה לרשות הנפגעים מידע הדרוש לצורך מימוש זכויותיהם
- קושי של הנפגעים בהבנת מושגים משפטיים
- לתקשורת כוח השפעה רב על השופטים, אך ציפייה לפתרון לפגיעתם ממע' המשפט - הערכה משווה של תרומת המשפט והתקשורת לקידום זכויות הנפגעים:
- השתקה בתקשורת שמטעמי רייטינג מעניקה בולטות יותר לפושעים - הריאיון המוקלט מעובד יותר מריאיון בשידור ישיר והמסר שנפגע העבירה רצה להעביר לא יועבר בו. "סאונדבייט" - זיקוק המסרים/דוג' - הצגתו של בוקי נאה את הנושא.
- השפה התקשורתית מחייבת יצירת תדמית שלעיתים סותרת את אורח חייהם הקודם
- הקושי לרכוש במקביל שתי שפות חדשות, השונות משפתם המקורית, פוגע במאמצי הנפגעים לגבש זכות חדשה כנפגעי עבירה - *השפה המשפטית + השפה התקשורתית* (מה לומר ומה לא).
- צורך בתיווך כפול בינם לבין גופי החוק והמדיה

נפגעות עבירות מין בתקשורת הממוסדת וברשתות החברתיות

מגמת me TOO הוא הישג עיתונאי מוביל. בבואה של התקשורת לסקר עבירות מין - התקשורת מנציחה את הסטריאוטיפים הרווחים לגבי עבירות מין ומעצבת דעת קהל שגויה.

**תרבות האונס** - נטבע בגל השני של הפמיניזם. תרבות המשמרת את האשמת הקורבן ומנרמלת את התוקפים (הילדים של כולנו, הנערים בקפריסין).

נקודת מוצא למחקר סיקור עבירות מין (להב 2008)

- התקשורת אינה רק מקור מידע דומיננטי אלא מבסס את יחסינו לעבירות מין ולנפגעות
- הסיקור הנו מרחב להבניית היחס הציבורי לעבירות מין לתוקפים ולקורבנות
- התקשורת מנציחה את הסטריאוטיפים הרווחים לגבי עבירות מין ומעצבת דעת קהל שגויה. במאמרה של קרן - היא קוראת לשינוי השיח התקשורתי, מתוך התייחסות פרטיקולרית לעבירה, להפסיק את העימות ולהפוך לנקודת מבט רחבה יותר.

מבט היסטורי על סיקור עבירות מין בתקשורת המערבית

- 1950-1960 - סיקור בעיתונים הפופולאריים, סוף שנות ה-70 גם עיתוני "איכות"
- התרחבות הסיקור בשל תחרות בין העיתונים; ה"פורנוגרפיה" מקדמת רייטינג
- התקשורת לא התאימה עצמה לתיאוריות פמיניסטיות לפיהן תקיפות מיניות הן תופעה חברתית, הנובעת מיחסי הכפיפות המגדריים

מבט עדכני על סיקור עבירות מין בתקשורת המערבית (O'hara, 2012)

- האונס הוא דחף בלתי נשלט; קריאה מוטעית של מסרים נשיים
- האנס נתפס כתוקף זר, כסוטה או כבלתי שפוי
- עלייה בדיווחים על אונס בידי מכרים; האשמת הקורבנות
- טריוויליזציה של האונס; הזרת הקורבן

עדויות על אונס- מבט היסטורי

- במאה ה-19 בבריטניה ובארה"ב- אונס נתפס כמתקפה על הגוף (חשש מהיריון), בעלת השלכות חברתיות (פגיעה במוניטין ובכוסר ההשתכרות) אך אין דיון בטרואמה פסיכולוגית
- בשנות ה-70- הכתיבה משקפת פחד מהסביבה, האונס חוויה שניתן להתגבר עליה. גל שני של פמיניזם הכיר בשברירות הנפגעות והפך אותן לכלי פוליטי במלחמה ביחסי כפיפות בין נשים לגברים. הקורבן הפאסיבית הפכה לשורדת אקטיבית
- הפמיניזם רתם את השיח הפסיכולוגי- טיפול לעיסוק באונס, ובכתיבה הופך האונס לסיפור חיה המרכזי של הנאנסת. עדויות בפייסבוק: הפיכת קורא למושבע, ייצוג לקורבן המודר ומתן תוקף עובדתי לנרטיב שהציג.

הדרה בתקשורת הישראלית- סיקור נפגעות עבירות מין בתקשורת הממוסדת וברשתות החברתיות

- דיון זה נעשה מספר שנים לאחר מהפכת the me toon. מיזמי רשת אלה היו הישג עיתונאי של 3 עיתונאיות מהNYT, שהתכוונו לתביעות לשון הרע ע"י תשתית מוכנה מראש.
- לאחר חשיפה זו ← הגל התחיל ברשת, ומאחורי הקלעים של הוליווד- העיתונות מבוססת התחקירים העיתונאיים החלה. המאפיין את פרשה הנערים מקפריסין: **News value**- ידיעה תמיד תעניין יותר כאשר יהיה לה קשר אלינו.
- + עבודה עיתונאית רשלנית: דיווח הידיעה בערוצי התקשורת השונים התבצע באופן לא אחיד ושונה בין הערוצים (עצלנות תקשורתית; לחפש מקור לא תמיד אמין, במקום להשקיע בהבנת הקורבן).
- ← **תרבות האונס**: מושג שנתבע בגל השני של הפמיניזם (המיליטנטי יותר) ע"י סוזן בראון. תרבות המשמרת את האשמת הקורבן תוך נורמליזציה של המעשה ושל התוקפים.
- קרן במאמרה קוראת לשינוי השיח ← יש לצאת מההתייחסות הפרטיקולרית בנפרד לעבירות מין, ובמקום- יש להתייחס לכך כאל בעיה קולקטיבית.
- התפקוד של התקשורת המרכזית כיום מבצעת תיקון שאינו מושלם כיוון שעדיין ישנן תפיסות שמרניות המנציחות את תרבות האונס.

נקודת מוצא למחקר סיקור עבירות מין (להב, 2008), (Meyers, 1997), (o'hara, 2007)

- הסיקור הינו מרחב להבניית היחס הציבורי לעבירות מין, לתוקפים ולקורבנות
- התקשורת מנציחה את הסטריאוטיפים הרווחים לגבי עבירות מין ומעצבת דעת קהל שגויה

מבט היסטורי על סיקור עבירות מין בתקשורת המערבית

- 1950-1960- סיקור בעיתונים הפופולריים, סוף שנות ה-70, גם עיתוני "איכות"
- התרחבות הסיקור בשל תחרות בין העיתונים; ה"פורנוגרפיה" מקדמת רייטינג
- התקשורת לא התאימה עצמה לתיאוריות פמיניסטיות לפיהן תקיפות מיניות הן תופעה חברתית, הנובעת מיחסי הכפיפות המגדריים

מבט עדכני על סיקור עבירות מין בתקשורת המערבית (o'hara, 2012)

- האונס הוא דחף בלתי נשלט; קריאה מוטעית של מסרים נשיים
- האנס נתפס כתוקף זר, כסוטה או כבלתי שפוי
- עליה בדיווחים על אונס בידי מכרים; האשמת הקורבנות
- **טריולזיציה** של האונס; הזרת הקורבן

עדויות על אונס- מבט היסטורי

- במאה ה-19 בבריטניה ובארה"ב- אונס נתפס כמתקפה על הגוף (חשש מהיריון), בעלת השלכות חברתיות (פגיעה במוניטין ובכוסר ההשתכרות) ואין דיון בטרואמה פסיכולוגית. המשמעות הנפשית של אונס הוזנחה לחלוטין; הממסד הרפואי לא קישר בין תקיפה מינית לבין השפעות על הנפש.
- בשנות ה-70- הכתיבה משקפת פחד מהסביבה, האונס חוויה שניתן להתגבר עליה. גל שני של פמיניזם הכיר בשברירות הנפגעות והפך אותן לכלי פוליטי במלחמה ביחסי כפיפות בין נשים לגברים. הקורבן הפאסיבית

הפכה לשורדת אקטיבית (שיח פסיכולוגי שהתבטא בחינוך, בריאות)- כך שאומץ שיח של רגש שהדגיש את הטראומה והקורבנות. ← כך סיפור הנפגעות הפך להיות חלק מהחשיפה בתקשורת עם הזמן.

- הפמיניזם רתם את השיח הפסיכולוגי- טיפולי לעיסוק באונס, ובכתיבה הופך האונס לסיפור חיה המרכזי של הנאנסת. עדויות בפיסבוק: הפיכת קורא למושבע; ייצוג לקורבן המודר ומתן תוקף עובדתי לנרטיב שהציג (salter, 2013).

#### סיקור עבירות מין בעיתונות בישראל: 1970-1990

- נקודת המוצא בארץ: אוכלוסיה הטרוגנית בעלת דעות מגוונות (שמרנות דתית מול מוסכמות מצ'ואיסטיות).
- השתקת הקורבן בשל מוסכמות פטריארכליות ומאצ'ואיזם
- פרשת "האונס בשמרת": התקשורת לוחצת על מערכת החוק להחמיר עם התוקפים. קביעת התקדים לגבי הסכמה ומתי אומרים "לא".
- מסגורים מנוגדים בעיתונות מרכזית לעיתוני הקיבוצים בסיקור אונס שמרת (שוהם, 2008)- בבחינת השוני בין סיקר האונס בשמרת בין העיתונות הרגילה לעיתונות (ששיקפה תמיכה בקורבן) בעוד הקיבוצית (שיקפה שמדובר בילדת חוץ, שלא מייצגת את ערכי החברה הקיבוצית, והציגו אותה כילדה בעייתית).

#### סיקור עבירות מין בעיתונות בישראל בשנות ה-2000:

- עליה ב"ערך החדשות" של סיפורי אונס גרמה לעליה בהיקף הסיקור
- רכיבים סנסציוניים מושכי צריכה
- רכיב עימות בקרב בין גרסאות
- נרמול:** אונס נובע ממיניות גברית טבעית או מאלימות חברתית כללית. למרות שמגנים מעשים אלה, למרות זאת הם מוצגים כחלק בלתי נמנע של אלימות גברית/אלימות חברתית כוללת.
- סנסציונאליזציה:** העדפת סיקור מקרי אונס קבוצתיים ומקרי "אונס בשדה". בהיררכית נפגעי עבירות, מקרי האונס שזוכים לסיקור הם אלה הסנסציוניים יותר.
- פרסונליזציה:** התמקדות בסיפור האישי ולא בהקשר חברתי. ההתמקדות באישיות הנפגעת/התוקף יוצרת רצף סיפורים אישיים היוצרים חלוקה במקום קו חברתי כולל. ברגע שמתבצעת פרגמטיזציה בסיקור → החברה משתחררת מאחריות למקרי האונס.
- ארוטיזציה וסקסואליזציה-** הרחבה בתיאורים גראפיים ואירוטיים.
- קוריוזיות והגנחה:** סיקור אונס כ"אתנחתא קומית" במסגרת עידן ה"בידורידע" בתקשורת (infotainment). דוג'- האנס המנומס, כותרות שהציגו אונס כחיזור גורלי, מעין רטוריקה פסולה המגחיכה את הנושא.

#### היחס לאונס גברים בתקשורת (binks, 2015)

- מרכז הסיקור בעיתונות הכתובה, פחות בתקשורת המשדרת- ללא קשר להיקף התופעה באוכלוסיה
- מזעור אונס גברים והצגתו כסקס סוטה בהסכמה
- טענה שגויה שאונס גברים קשור בהומוסקסואליות- הצגה כחלק מהקהילה הלהטבי"ת, מייצגת קישור שגוי בין שני המקרים
- דוג'- יונן מגל, מציג את המורכבות הנפשית של הטראומה המינית.

#### פרקטיקות עיתונאיות בסיקור קורבנות- תקנון האתיקה מועצת העיתונות ס'9:

- איסור פרסום שם קורבן לפני שנמסר למשפחתו מפי גורם מוסמך (סייג עניין ציבורי)
- זהירות ממגע עם משפחת הקורבן לפני מסירת ההודעה, ומפרסום צילומיהם ב-24 השעות הראשונות
- איסור פרסום שם קורבן עבירות מין אלא בהסכמתו ואיסור פרסום עבר מיני של מתלוננים בעבירות מין (בפועל, הדבר נעשה ע"י רמיזות של מקורבים לנאשמים). מכיוון שלאתיקה העיתונאית אין יסוד אכיפתי, לא הכל מיושם במלואו בפועל.

ההגנה הרופפת על זכותם של נפגעי עבירה לפרטיות בתקשורת (פונץ', 2014)

- נפגע העבירה נחשף בפני רשויות האכיפה והנאשם; המגע עם התקשורת יוצר "קורבנות שלישית"
- פגיעה רחבה בפרטיות הנפגע כשמדובר בנאשם בעל פרופיל ציבורי גבוה
- למרות סגירת הדלתות וצוי איסור פרסום- ישנה פגיעה היקפית בפרטיות (צילומי איזור מגורים ופרסומים ברשתות)
- הצעה לשיתוף נפגעים כצד בבקשות התקשורת לחשיפת חומרים
- השאלות:
  - האם חשיפה מרצון של הנפגעות יגרום לסיקור חיובי יותר כלפיהן?
  - האם יש לשקול מחדש את רציונל ההגנה על פרטיותן של עבירות מין (פטרנליזם).
- ← בוצע ניתוח כמותני כמדגם בפרשות חג'בי וקסטיאל במספר אתרי תקשורת שונים במהותם- בקסטיאל ניתן יותר מקום לביטוי הנפגעות מאשר בחג'בי, שבו היו ידיעות רבות שהיו ניטרליות.
- מסקנות:
  - חג'בי- מפקד שהטריד פקודות.
  - הנרטיב הבולט הוא "הגיבור הראוי למחילה"- דוג' סגן הסניגור הצבאי הכפיש את המתלוננת.
  - מצד שני, חלק ביקשו לשלול את דרגותיו ולשנות את הנורמה ביחסי מפקד-פקודות.
  - קסטיאל- בליין ואיש עסקים, ששיכר את קורבנותיו בסם אונס.
  - הנרטיב הבולט- המתלוננת הגיבורה והמנהיגה החברתית שמתפרסמת, מנטוריו של סולידריות בין נפגעות שזכתה לסיקור רחב.
  - נרטיב שני- מציג את המתלוננת כקורבן של מע' המשפט: הנחה לתוקף בתוצאת ההליך המשפטי+הדהוד לאמירות לא ראויות של השופטים והסניגורים ע"י אמרתן של המתלוננות בתקשורת ← הנפגעות התבקשו לחתום שהן מאפשרות את חומרי הטיפול הפסיכולוגי שעברו כחלק מהמשפט; הרגישו פגיעה בפרטיות ועוררו מאבק תקשורתי ← אם בעבר הנפגעות היו מוגנות מפני התקשורת- היום הן פיתחו לעצמן עוקפי תקשורת (באמצעות הרשתות, ריאיון ע"י עיתונאים המגבים אותם וכו').
- הכלה של מקרים שקורים במע' הצבאית בשונה מכאלה שקורים במערכת האזרחית.
- ← ממצא המחקר: לצד סיקור הסיפור האישי של הנפגעות ("מסגור אפיזודי", כל אונס אפיזודה בפני עצמה)- בשני הפרשיות היה "מסגור תמטי"- האחראים לבעיה, הפתרונות האפשריים, וכו'.
- המטרה היא לשנות את השיח המשפטי והציבורי במהלך משולב כלפי הנפגעות.

הפגיעה השפתית של נפגעי עבירות בעידן מדיה (פלג, רונאל ופונץ', 2017)

- חסמים מקבילים בהשמעת הקול במערכת המשפט ובתקשורת:
  - התביעה בישראל עדיין אינה מעמידה לרשותם מידע הדרוש לצורך מימוש זכויותיהם
  - קושי בהבנת מושגים משפטיים
  - השתקה בתקשורת שמטעמי רייטינג מעניקה בולטות יתר לפושעים
  - השפה המשפטית קרה ומנוכרת בעלת כוח אכיפה אך ממעטת להתייחס לצרכי הנפגעים
  - השפה התקשורתית מחייבת יצירת תדמית שלעיתים סותרת את אורח חייהם הקודם
  - לתקשורת כוח השפעה רב על השופטים, אך ציפייה לפתרון לפגיעתם ממערכת המשפט
  - צורך בתיווך כפול בינם לבין גופי החוק והמדיה
- נפגעי העבירות חווים פגיעה שפתית: תחושת אדם והשתקה בשני התחומים: המשפט והתקשורת
- הקושי לרכוש במקביל שתי שפות חדשות השונות משפתם המקורית פוגע במאמצי הנפגעים לגבש זהות חדשה כנפגעי עבירה
- "פמיניסטית מקלדת. אאוץ'. המונח הזה נחשב לסוג של קללה- בניגוד עלוב לפמיניסטיות שיוצאות לשטח, מפגניות ופועלות ולא רק בתקתוק אצבעות. ובכן, לא עוד. הגיע הזמן לזקוף קומה: הפעילות הפמיניסטית ברשת צוברת תאוצה, משפיעה וזוכה להכרה" (צפי סער, הארץ, 2015).



תרומתו של הפייסבוק למרחב הציבורי

- המעבר מחברת מקשרת לחברת קישוריות (from connectedness to vconnectivity)
  - מרכז הכובד של הרשתות החברתיות הועתק מפעולות "חיבור" לפעולות היוצרות רשת "קישוריות": "לייק" ו"שיתוף" תרגמו חלופת רעיונות לפלטפורמה מחוללת שינוי
  - הרחבת הקשרים החברתיים, חשיפה למגוון דעות, רעיונות, עצות וסיפורים אישיים
  - שלושת הממדים של הפעילות האלגוריתמית של הפייסבוק: personalization, segmentation, targeting.
- ההבדלים בין הרשתות החברתיות לתקשורת המסורתית:
  - פועלת בערוצים פתוחים וזמינים לחלקים נרחבים בציבור בצורה הידודית (אינטראקטיבית), מכניס לשיח הציבורי מגוון התנסויות אישיות ההופכות את ה"איש" ל"פוליטי" ← מאפשר העצמה לנפגעות שזכות להבנה והכלה, בשונה מהבדידות, הבושה וההאשמה העצמית שהייתה בעבר כחלק מהפוסט-טראומה המינית.
  - ביטול האסימטריה בתקשורת הממוסדת (מצרכני תוכן למפיקי תוכן)
  - אפשרות לקהלים מודרים פוטנציאל ליטול חלק בשיח הציבורי
  - תשתית למסלול פעולה חליפי, מואץ ועוקף את הבירוקרטיה ולתביעת אחריות מהממסד; יצירת מרחב טכנו-חברתי בין החברה למדינה
- תפיסות אוטופיות ביחס לפייסבוק
  - בהמשך למשתנו של הברמאס, החיים הציבוריים הדמוקרטיים פורחים רק כאשר הממסד מעודד דמוקרטיה דיונית
  - הרשתות החברתיות, משוחררות מלחציהם של ברוני התקשורת ומכבלי הרגולציה המשפיעים על תעשיית התקשורת ← הפיכת הצרכן למפיק תוכן
  - הרשתות החברתיות מתפקדות ככלב השמירה של "כלב השמירה", ותורמות להבניית המציאות ולעידוד השיח הביקורתי
  - תרומת הפייסבוק למאבק הציבורי בעבירות מין:
    - הפייסבוק קורא תיגר על תרבות האונס (השיח הציבורי מאפשר תקיפות מיניות באמצעות האשמת הקורבן ונורמליזציה של תוקפנות מינית)
    - פעולה יחידנית של מחאה מעוררת פעולה קהילתית מיידית ההופכת לחובה אתית (response-ability)
    - הפצת תובנות חליפיות לשיח הקיים, פרסום עדויות והנחת יסוד ל"תרבות הזעקה" (מונרו, 2013) ולנקמה בפוגעים, לזעם ולהזדהות
- רשתות חברתיות כמרחב תמיכה והעצמה:
  - הרשתות מעניקות תמיכה חברתית המהווה משאב חשוב לצורך התמודדות עם קשיים רגשיים (כוכבי ובר אילן, 2015). תמיכה חברתית מורכבת מ: דאגה ואינטימיות; זכיה בהערכה ותחושת ערך עצמית; שייכות ומחויבות; נגישות למידע ולהדרכה; סיוע חומרי
  - קהילות וירטואליות אינן מבוססות על קשר ישיר; נגישות וזמינות גבוהים; מבוססות על בחירה חופשית של המשתתפים על יסוד חוויות דומות; תהליכים מתמשכים של כתיבה ופרשנות
- מאפייני כתיבה בפייסבוק:
  - החשיפה הרגשית מתאפשרת בפייסבוק בשל העדרם של סימנים לא מילוליים בתקשורת; מעניקה תחושה של שליטה
  - החשיפה הרגשית בקהילות המקוונות משקפת הליך של בניית אמון מהיר (swift trust) - דחיית החשש והטלת ספק באחרים
  - המבורגר ופרז (2012) מצאו שפלטפורמות המאפשרות לגלוש באנונימיות יוצרות תחושה מוגנת ושמירה על הפרטיות, ומשמשת כנתיב מעבר והסתגלות אפשרי לכתיבה מזוהה. וון-ליר (2005) "לייק ושיתוף" מעצימים היבטים רגשיים והופכים את הכותבות למקור ידע והשפעה ← הופכים אישי לפוליטי. חלחול של שיח פסיכולוגי לכתיבה על פגיעות מיניות

תפיסות טכנו-דיסטופיות

- פעולות חברתיות ומבני שיח הגמוניים הועתקו גם לזירה המקוונת (sills et al, 2016)
- האלימות נמשכת ברשת: איומים, הטרדה מאיימת וביוש של נשים (patton et al, 2013). תרבות האונס והאשמת הקורבן נמשכת גם ברשת החברתית; לעג וביקור של הנפגעות, פורנו נקם או שיימינג נמשך.
- תיעוד של תקיפות מיניות והתפארות במעשים (sandberg and uglebik, 2016)
- נשים מבוגרות וחסרות יכולת כלכלית מודרות מהשיח

רמות השתתפות נשים בשיח הדיגיטלי

- "עצמיות דיגיטלית סבילה"
- "עצמיות דיגיטלית אישית"
- "עצמיות דיגיטלית ציבורית" - נשים המשתתפות באופן פעיל במרחב הדיגיטלי מתוך עמדה אקטיביסטית יותר של השמעת קול בנושאים ציבוריים

הומור ברשתות החברתיות

- הומור דרך חדשה של מו"מ של נשים עם החברה, מיעוט סטנדרטיות
- הומור מעניק קול ועוצמה פוטנציאלית במיוחד בעידן ה"בידורידע"
- הצלחה לדימויים "חמודים", כישלון מסרי שנאה ורגישות לגזענות, רשתות מאפשרות קריאת תיגר על מושג ה"גסויות" מפי נשים

קהילות וירטואליות (לב-און, 2015)

- הגורמים להיווצרותן של קהילות וירטואליות:
  - גלובליזציה והגירה המונית
  - ביזור חברתי ופרטיקולריזציה - שאיפה של הפרטים להשתחרר מתלות בשלטון
  - התפתחויות טכנולוגיות
  - משבר במדיניות הרווחה ומגמת הפרטה
- סוגי קהילות מקוונות:
  - קהילות מקצועיות (communities of practice)
  - קהילות עניין (communities of interest) - קהילות של נפגעות תקיפה מינית.
  - קהילות תמיכה (communities of support)
  - קהילות חברתיות (social communities)
  - קהילות מבוססות מקום (place based communities)
- חמשת התפקודים הפוטנציאליים של קהילות מקוונות:
  - קבוצות מיקוד
  - זירה לחשיפת כוכבים
  - קהילות מקוונות כזירות לתעדוף וסינון מידע
  - קהילות מקוונות כמרכז לגיוס פעילים
  - הקצנה פוליטית - יצירת בועת הסינון

שורדות עבירות מין בפייסבוק

ענת פלג והדר דנציג רוזנברג

שאלות מחקר:

- כיצד מספקות מערכת החוק והפייסבוק מענה לצרכי הנפגעות?
- מהם המניעים לביוש התוקף בפייסבוק ומהם הטעמים להימנעות מצעד זה?
- מהם ההיבטים החיוביים והשליליים בשימוש בפייסבוק עבור הנפגעות?
- מי מבין הפלטפורמות (התקשורת הממוסדת או הרשתות החברתיות) משפיעות לדעת הנפגעות על מע' המשפט ועל התודעה הציבורית?
- אילו שינויים חלו בעמדות לאחר מיזם #me toon?

המחקר עוסק בויקטימולוגיה, משפט וחברה וחקר התקשורת, ומתכתב עם ספרות בתחום המגדר וכזו העוסקת במרחב המקוון (השלכות הטכנולוגיה).

מיפוי צרכים אפשריים של נפגעי תקיפה מינית:

היררכיה של 18 צרכים - יותר חברתיים מאישיים; חלק בעלי אוריינטציה חברתית והאחרים משקפים צרכים משפטיים - המסקנה: הפגיעה המינית מעלה צורך חברתי יותר מאשר צורך אישי. קבלת מידע על דרכי פעולה אפשריות, העצמה אישית של הנפגע/ת, ענישה מחמירה, השגת צדק, הרתעה, השמעת קול (אפשרות לספר את סיפור הפגיעה), קבלת פיצויים, נקמה בפוגע, סיוע בעיבוד הטראומה, קבלת התנצלות מהפוגע, שיימינג (ביוש) של הפוגע, הכרה בפגיעה ואמון בדברי הנפגע/ת, שיקום והחלמה, קבלת תמיכה, העלאת מודעות ציבורית לתופעת הפגיעות המיניות, השבת השליטה לידי הנפגע/ת, קבלת מענה מיידית למצוקת הנפגע/ת, הרחקת הפוגע.

הסיבות להימנעות הנפגעות מפניה להליכים משפטיים:

- חקירת המשטרה כ"טראומה משנית" והטקסט המשפטי כ"אונס שלישי". נצפה במיוחד במפגש עם התוקף או במסגרת המשך המשפט. כך ההליך המשפטי משחזר עבור הנפגעות את תחושת אובדן השליטה בעת המקרה.
- מודל ה- naming, blaming, claiming - בהתחלה קשה לזהות את האופי הפלילי של המעשה שבוצע - הקושי להאשים את התוקף ולא את עצמן - קושי לחשוף את סיפור הפגיעה מול רשויות האכיפה.
- פער בין ציפיות הנפגעות ממערכת החוק והמציאות - לעתים הרצון לאחות את הנתק בין הנפגעות לחברתן הקרובה שונה ממטרות מע' המשפט.

פרקטיקת הביוש במשפט ובתקשורת:

- התקשורת המסורתית משתפת פעולה עם טקסי הביוש הנערכים בחוק הפלילי
- מתן עדות במרחב הציבורי ולא במרחב המשפטי (testimonio - אקטיביזם פמיניסטי מוכר)
- משמעות השיתוף על תחושת הרווחה של נפגעות עבירות מין

מתודולוגיה:

- סקר שהופץ בפייסבוק ונענו לו 499 שורדי עבירות מין
- ראיונות עומק מובנים חלקית עם 20 נפגעים המשתתפים בשיח על פגיעות מיניות בפייסבוק בשתי נקודות זמן: לפני ואחרי מיזם #me toon

ממצאים כמותניים:

גרפים

היבטים חיוביים בשימוש בפייסבוק- ראיונות עומק:

- חמשת המימדים של עיבוד הטראומה המינית בפייסבוק:
  - הפגת הבושה והאשמה עצמית
  - תמיכה קהילתית- אמפתיה של ההמון. באמרות אלה יש כוח מרפא המשקיט את הבושה.
  - החזרת השליטה- הקול האוטנטי של הנפגע נשמר
  - הרחבה ידע
  - העצמה אישית
- היבטים שליליים בעיבוד הטראומה המינית בפייסבוק:
  - תגובות מעליבות
  - דחיה חברתית
  - עומס רגשי
- מוטיבציות ציבוריות ואישיות לחשיפת שם הפוגע ברשת:
  - אימוץ מושגים משפטיים: התראה מפני תוקפים, חקירות עצמאיות על תקיפות נוספות
  - עידוד נשים נוספות להתלונן ומימוש זכות הציבור לדעת
  - אי אמון ברשויות החוק: ביוש הנו ענישה ותיקון חברתי (הסרת מסיכות)
  - הענקת קול לנפגעים מושגים ביד המערכת
  - אימוץ שפה טיפולית: הקלה ושחרור מסוד
- מוטיבציות חברתיות ואישיות להימנעות מביוש הפוגע:
  - השגה לאחר של השיח הפמיניסטי
  - פחד מתגובת התוקף
  - רחמים על התוקף

השפעת התקשורת על ההליך המשפטי:

- התקשורת הממוסדת משפיעה יותר על מקבלי החלטות במע' המשפט בשל האמינות המיוחסת לה, ומאפייניה החד כיווניים שאינם דורשים מיומנות טכנולוגיות
- התקשורת הממוסדת משפיעה על ניהול חקירות ומכתיבה את סדר היום של מע' המשפט
- בניגוד למדינות אחרות בעולם המערבי, מיזם #metoo לא השפיע על מע' המשפט
- ערוץ עוקף בירוקרטיה כאשר צרכני התוכן הופכים להיות יצרנים שלו בעצמם.
- השפעה על חופש הביטוי- נתון ללחצים שרובם נסתרים.

השפעת התקשורת על שינוי התודעה הציבורית:

- חסמים בתקשורת הממוסדת, בשל שגרות העבודה של שומרי הסף העיתונאיים מונעים שינוי תודעתי- **שומרי הסף**- המונח מתייחס למחקרים בפסיכולוגיה קוגניטיבית; תהליך ברירה של מה נכנס לשיח ומה לא. שומרי הסף בשיח המשפטי הם מהשוטר המקבל את המתלוננת בתחנה ועד השופטים. בשיח התקשורתי- העיתונאי, שמחליט האם הנושא ראוי למעקב עיתונאי.
- הרשתות החברתיות העניקו לכל אחד מאיתנו דרך לפרסם פרשה מבלי להיות תלויים במע' המשפטית או התקשורתית.
- בחינה משווה בין השפעת התקשורת הממוסדת להשפעת הרשתות החברתיות בשלושה מימדים:
  - הענקת שליטה לנפגע על מסריו
  - יכולת המאבק בתרבות האונס- העתקת המאבק מהמציאות לשיח המקוון. בנוסף לנפגעות רבות אין את היכולת להשתמש ברשת החברתית לשם קבלת צדק; "**אקטיביזם מקלדת**".
- בניגוד להערכה האינטואיטיבית, ביקורת על מיזם #metoo תרם לרידוד השיח הציבורי על עבירות מין- **התנגדות לביוש**: אחרים טוענים שהביוש גורם לפמיניזם לצעד אחורה, כך שנשים פשוטות הנפגעות ברף גבוה של עבירות מין- #metoo התמקד בעיקר בעבירות מין קלות שהתבצעו לנשים ממעמד גבוה, דבר שהשתיק נשים שחוו עבירות קשות יותר ומצויות במעמד נמוך יותר.

סיכום ודיון בממצאים:

- מנגנוני ההשתקה בתקשורת הממוסדת דומים לחסמים הרגשיים שחווים הנפגעים במגעם עם מע' המשפט: השתקה, תחושת ניצול בשל ההטיות הסגנוניות בתקשורת הממוסדת המנוגדות לשפתם הפנימית
- התמודדות עם רכיבי תרבות האונס ובהם האשמת הקורבן בריאיונות עיתונאיים בדומה לחקירה משפטית
- בבסיסם של שני מנגנוני השתקה אלה אי צדק אפיסטמולוגי שפירושו הכחשת עדות הנפגעת והפקעת שליטתה בסיפור הפגיעה
- מנגד, הקשבת בעלי סמכות לנפגעת הופכת אותה מאובייקט לסובייקט. הריאיון בתקשורת הממוסדת, על אף השלכותיו השליליות על הנפגעת, מעניק לה הכרה במרחב רטורי מוסמך.
- הביוש הוא כלי במאבק ציבורי ובתיקון אישי
- בניגוד למשפט הפלילי: אין הבדל בין חומרת העבירות; הביוש הוא מופע פתיחה ולא סיום
- בניגוד לסטריאוטיפ הרווח, קיים רפרטואר רציונאלי מגוון לביוש התוקפים+
- הביוש אינו "הכרזת התנתקות" ממע' המשפט, אלא קריאה לעזרה:
  - השיימינג הוא כלי אפקטיבי להגנה על הציבור מפני נפגעי מין כחובה חברתית, שתמנע ממנו פגיעות נוספות.
  - הנפגעות רוצות לסייע לרשויות החקירה לעשות ריאיון ולכן עשו בירור בעצמן כדי לוודא שהפוגע עובד באופן סדרתי.
  - טענו שכך הן מממשות את זכות הציבור לדעת לגבי אנשי ציבור; כאשר התנהגותם לא חוצה את הרף הפלילי- הדבר עדיין לא הופך אותם לראויים לזכות בקול הציבור.
  - כלי לתיקון חברתי- אנשים בעמדות בכירות מנצלים זאת, וכך מסירים את מסיכות הצביעות.
- ← ההחלטה לבייש היא החלטה מושכלת המבוססת על מטרות חברתיות. התנגדות- הוזלת metoon.
- בשל אכזבה ממע' החוק, הנפגעים הופכים בעל כורחם לתובעים פרטיים וחותרים תחת מונופול המדינה בעשיית הדיון
- הביוש נחוזה כמחליש ומשתק
- פעולתם של יועצי תקשורת מייצרת מכשלות משפטיות וחברתיות בפני הנפגעים
- לדעת הנפגעות, לתקשורת הממוסדת יש יותר כוח מהפייסבוק כדי להביא לשינוי חברתי, אך הרגישו שבפייסבוק התחשבו בהן יותר מאשר בתקשורת.

כתבי המשפט ומושגי יסוד באתיקה עיתונאית

"חולשת העוצמה"- תפיסת האוטונומיה העיתונאית של כתבי המשפט בישראל

העיתונאי העכשווי- "העיתונאי בעל הכבוד העצמי, האתוס המקצועי והיושרה האזרחית הולך ונעלם. העיתונאי בעל עמוד השדרה נהפך לזן נכחד.. רוב הגופים התקשורתיים הם חלשים או מסורסים, או מכורים... אין פרנסה בעיתונות ואין בטחון תעסוקתי ואין עתיד".

היחלשות העיתונות בעולם המערבי:

- קו מחבר בין המבנה העסקי של אמצעי התקשורת בישראל לבין שחיקת הערכים העיתונאיים המסורתיים
- צמצום מתמשך באוטונומיה העיתונאית בשל נפילת מחיצות בין חדר החדשות לחדר הישיבות
- הסתרת המגבלות על האוטונומיה, ירידה ביכולת העיתונאים ליזום כתבות- כיום המנהלים של העיתונות הם בעלי עסקים, בעוד בעבר המנהלים היו העיתונאים עצמם. כך מוגבלת האוטונומיה. חל צמצום במספר כתבי המשפט
- זיקה בין פיטורים והגברת עומס עבודה לירידה בתחושת עצמאות עיתונאים; זיקה בין עיתונאות דיגיטלית לירידה במעמד העיתונאי- נדידה לרשתות החברתיות+ההצפה במידע גורמת לירידה בפופולריות התקשורת הממוסדת.

מחקרים על כתבי משפט:

- במאה ה-19: כתבי המשפט כמתעדים בלבדיים; התפתחויות טכנולוגיות החלישו מעמדם של כתבי המשפט
- **"עיתונות קבוצתית"**: הביקורת על כתבי המשפט הייתה כדימוי של כתבים עצלים, טרף קל למניפולציות, נטולי ביקורת
- האקטיביזם השיפוטי ומשפוט החברה העלו את ערכו החדשותי של סיקור המשפט
- הליך הזה-פוליטיזציה של האקטואליה כזרז להרחבת סיקור המשפט; הצטרפות עורכי דין לסיקור העיתונאי

מערך המחקר:

- ראיונות עומק מובנים למחצה עם 30 כתבי משפט בעבר ובהווה בשנת 2007
- קבוצת דיון עם 10 כתבי משפט ופרשנים פעילים בסוף שנת 2012
- נשאלו על התמורות שחלו במעמד התחום, בשגרת עבודתם, בלחצים הפנים/חוץ מערכתיים, במידת השפעתם על ההליכים המשפטיים, ועל האפשרויות להסדרת יחסי המשפט והתקשורת בחוק ובאתיקה

ממצאים:

- גורמי העצמה בחווייתם המקצועית של כתבי המשפט
  - שינויים בערכו החדשותי של הסיפור המשפטי
    - עליה בערכו החדשותי של הסיפור המשפטי ובמעמדו של כתב המשפט
    - הפיכתו של סיקור המשפט לסיקור פוליטי
    - התמקדות במשפטי ידוענים ובסיפורים סנסציוניים על חשבון המהות המשפטית
  - שינויים בסגנון הסיקור המשפטי
    - כניסת שיח העתיד
    - ערוב בין דעה לעובדה ועלייה בביקורת ובציניות כלפי מערכת המשפט
    - **"משפט התקשורת"** ככלי לטיפול קשרים עם מקורות
  - הערכת השפעת התקשורת על תוצאות ההליכים המשפטיים בישראל
    - 2007 - טענות להשפעה על סגנון הכתיבה של פס"דים, על רף הענישה, על קידומם של השופטים בוועדות למינוי שופטים
    - 2012 - התעצמות תחושת ההשפעה - טענה להשפעה על מדיניותו של ביהמ"ש העליון
- גורמי חולשה בחווייתם המקצועית של כתבי המשפט
  - חוסר בטחון תעסוקתי ולחצי בעלים
    - זיקה בין סיקור משפטי באינטרנט לבין העדפת סיקור המשפט הכלכלי בעיתונות הכתובה
    - בעלי אמצעי התקשורת מעצבים את תפיסת העולם המשפטית ולא הכותבים עצמם
    - התערבותם של בעלי העיתונים זוכה לגיבוי מלא מצד דרגי העריכה
    - צנזורה עצמית בקרב כתבי המשפט ולהיטות לשרת את קו הסיקור המועדף בעיתון
  - חדירת יועצי תקשורת ואנשי יחסי ציבור אל חדשות המשפט - השולטים במידע → אוטונומיות הכתב יורדת → יכולתו להגיע לאמת כולה נפגעת
    - מניפולציות של דובריות משרד המשפטים והנהלת בתימ"ש
    - היחצ"נים בשוק הפרטי מפיצים מידע חד צדדי, ומערערים על סמכותם של עיתונאים כ"שומרי הסף"
    - יחצנים עושים שימוש מוטעה בכללי אתיקה עיתונאית - בעת פרסום, אין צורך לקבל תגובה לפי כללי האתיקה העיתונאית (כללי לשון הרע). כיום, העיתונאים דורשים תגובה מוכנה המבטאת את שליטתם במקסום ניהול הזירה בדעת הקהל.
  - עמדות כלפי הסדרת יחסי המשפט והתקשורת בחוק
    - בשנת 2007 - ביקורת על העדר אתיקה והעדר אכיפה משפטית (דוג' - פרסום בדיקות פולליגרף לא נכונה מוסרית)
    - בשנת 2012 - רתיעה מפיקוח משפטי ואתי



- טענות כי האיום בתביעות לשון הרע הם אפקט מצנן הגורם לצנזורה עצמית
- כללי האתיקה של מועצת העיתונות ביחס לסיקור המשפט הפלילי
  - כבוד לחזקת החפות
  - איסור פרסום שם או צילום חשוד טרם הובא לבימ"ש, אלא אם הסכים או ניתן לו זמן תגובה/קיים עניין ציבורי
  - הימנעות מפרסומים שנועדו להשפיע על ההליך (הערכת מהימנות עדים); אין מניעה מפרשנות או ביקורת על הליכים משפטיים
  - פרסום בולט של אי הגשת כתב אישום או ביטולו/זיכוי של אדם שהחשדות או האישומים נגדו פורסמו בתקשורת
- כללי האתיקה של מועצת העיתונות ביחס לסיקור המשפט האזרחי
  - הצגת עמדות כל הצדדים, פרסום כתב הגנה, ומתן זמן סביר לנתבע להגיב אם טרם הוגש כתב הגנה (אחרת, תהיה פגיעה במוניטין הנתבע- במידה והוא חף מפשע)
  - איסור פרסום שאלון בהליך אזרחי, אלא בצמוד לתשובות
  - פרסום דחיית תביעה או מחיקתה אם פורסמה הגשתה
  - לא תפורסם תביעה שנדחתה או נמחקה, אלא אם צוין דבר מחיקתה או דחייתה
- מה ההבדל בין דיווחי משפט בתקשורת המרכזית לבין התקשורת הממוסדת?

| תקשורת מרכזית                                                  | בלוגים ורשתות חברתיות                                                       |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| מבנה הירארכי מוגדר של עריכה                                    | אין מנגנון עריכה, הצרכן מגלה טעויות, סכנה גדולה יותר להליך ההוגן            |
| סוגה (ז'אנר) מוגדרת, נרטיבים קבועים המוגדרים בידי דרישות המדיה | אין חוקים בסוגה (ז'אנר) או מגבלת מקום שמאפשרת ניתוח מסמכים וראיות           |
| מקורות רשמיים משפיעים על יצירת סדר יום חדשותי                  | שחרור מתלות במקורות רשמיים, שימוש בלינקים כדי להפנות קוראים למסמכים מקוריים |
| הגדרת "ערך חדשותי" מושפעת מההחלטות באמצעי תקשורת מתחרים        | פחות מחויבות לסטנדרטים קבועים בהערכת "ערך חדשותי"                           |
| העיתונאי הוא שומר הסף של המערכת בפני הקוראים                   | יחסי שיח הידודיים ("אינטראקטיביים") עם הקוראים                              |

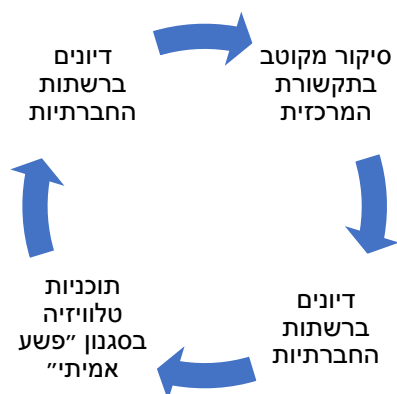
- התקשורת המרכזית כמעניקת לגיטימציה למשפט הרשתות
  - שכפול השיימינג והענקת אמינות
  - יצירת הקשר מוטעה
  - התרחקות מציוויה המקצועיים של העיתונות להגינות בדיווח
- הקשר בין שיימינג בתקשורת המרכזית לשיימינג ברשתות החברתיות
  - העיתונות בשירות מערכת המשפט- הוקעת הסוטה (מן החוק) והגדרת גבולות נורמטיביים
  - "משפט התקשורת"- "Trial by media" כבמה לחשיפת אפליה משפטית
  - "משפט התקשורת"- סוגת בידור כאמצעי להעלאת תפוצת המוצר התקשורתי ע"י רייטינג
- הויכוח על השלכות משפט הרשתות
  - משפט מהיר, תכליתי וצודק יותר במקרים שההתנהגות המגונה אינה פלילית
  - אפשרות לחשיפת טענות נגד מערכת המשפט שהתקשורת המרכזית מתעלמת מהן, והתגייסות למען הקורבנות
  - שלוש גישות בארגוני חדשות כלפי הבעות דעה של כתבים ברשתות: שמרניות (AP), ביניים (הצהרת כתב שמדובר בדעה אישית- ABC, BBC), ליברליות.

דיון ומסקנות:

- תחושה דואלית של עוצמה וחולשה בתחום סיקור המשפט.
  - הגורמים לתחושת העוצמה:
    - "משפוט" החברה הישראלית, הפסקת אכיפת הסוביודיצה ושינויים בכללי אתיקה ביחס להופעת עורכי דין בתקשורת
    - חדירת ההיגיון התקשורתי לקהילת המשפט - עליה במעמד העיתונאי המשפטי ובערכו החדשותי של הסיפור המשפטי
  - הגורמים לתחושת החולשה:
    - פיטורי כתבי המשפט בעקבות המשבר הכלכלי והתרחבות העיתונות הדיגיטלית
    - טשטוש ההבחנה בין חדר חדשות לחדרי הנהלה באמצעי התקשורת
    - תלות מחריפה באנשי יח"צ
    - חשש מתביעות דיבה, היחלשות אתיקה
    - חשש מיכולתה של העיתונות להיות "כתב שמירה" בתחום המשפט בחברה הישראלית
    - בהליך המשפט בתקשורת משתתפים עיתונאים מוחלשים
    - דאגה מהשלכות ממצאי המחקר על הבנת הציבור את תחום המשפט והלגיטימיות של המשפט בחברה הישראלית

מחקרי המשך:

- תרומה למסורות מחקריות הרואות חשיבות בלימוד תמורות חברתיות בהתבסס על האופן שבו הן נתפסות אצל האינדיבידואל הנוטל בהן חלק
- מחקר השוואתי לזיהוי "חולשת העוצמה" אצל כתבי משפט הנוטלים חלק ב"משפט התקשורת" ברחבי העולם המערבי
- בדיקת התמהיל בתחומי סיקור אחרים

משפט זדורוב במקרה בוחן ליחסי התקשורת המרכזית והרשתות החברתיות:פרשיות פליליות מתמשכות במאה ה-21:

- אמנדה נוקס
- מדלן מקקאן

מעגל הסיקור - מהתקשורת הממוסדת לרשתות החברתיות ובחזרההשפעת האינטרנט על התקשורת המרכזית:

- תוספת ויזואליה וצבע
- עליה במימד הדעתנות - תוספת מאמרי פרשנות
- ירידה ברמת דיוק, הניטרליות, וההגינות בדיווח
- עיסוק פופוליסטי בדעת הקהל

היחס למשפט בעידן ה"פוסט אמת":

- עידן "פוסט האמת": נסיבות שבהן עובדות משפיעות על עיצוב דעת קהל, פחות מהפניה לרגש ולאמונות אישיות
- העצמת ה"אזרח הקטן" בתהליכים פוליטיים ו"מושבע הכורסא" כמעצב את תפיסת המשפט הציבורי
- המבע הקולנועי בסדרות "דוקו-פשע" מעורר רגש ומרחיק מהטיעון המשפטי - היוצרים הדוקומנטריים נכנסים בנעלי כתבי המשפט - הם משוחררים יותר מהם מכיוון שהם לא כפופים למערכת, ולכן חופשיים יותר מהם בביצוע הסרטים (מחולל שינוי במערכת המשפט)

קהילות מקוונות בנושאי משפט:

- "קהילות מקוונות" חולקות עניין משותף ומשמשות גם לגיוס כספים והנעה חברתית
- קהילת אמנדה נוקס: צירוף של מקצוענים ו"חובבים מקצועיים", רוב גברי קשרים מחוץ לעולם הוירטואלי, תהליכי סינון וחשדנות, לא הוכח קשר למערך ההגנה במשפט
- מניעים להצטרפות לקהילת אמנדה נוקס: קרבה גיאוגרפית, הזדהות על רקע גיל וחוויה אישית, חוסר אמון בתקשורת מרכזית

קהילת הדיון במשפט זדורוב:

- קבוצת הדיון במשפט זדורוב מונה 250,000 איש ונחשבת הקבוצה השניה בגודלה בפייסבוק בישראל
- בין השנים 2013-2016 מרבית הפוסטים התפרסמו בידי 997 איש בלבד שהם מובילי הקבוצה
- הקבוצה עוסקת בדיונים פורנזיים ובתיאוריות אלטרנטיביות, מערכת החוק מוצגת כמושחתת ולא מוסרית. אין נכחות למערכת החוק בדיונים

תרומתו של משפט הרשתות:

- משפט מהיר, תכליתי וצודק יותר במקרים שההתנהלות המגונה אינה פלילית
- אפשרות לחשיפת טענות נגד מערכת המשפט שהתקשורת המרכזית מתעלמת מהן, והתגייסות למען הקורבנות

מגבלות החוק והאתיקה העיתונאית על משפט הרשתות החברתיות:

- אין אכיפת סוביודיצה מאז 1992
- אכיפה נדירה של חוקי ההסתה על כלי תקשורת
- לקונה בתקנון האתיקה העיתונאית של מועצת העיתונות לגבי פרסום תכני שיימינג מהרשתות החברתיות. התייחסות ראשונה בתאגיד "כאן".
- מחלוקת לגבי חופש הביטוי של העיתונאי בעולם המקוון.

התקשורת הישראלית בראי הפסיקה:השפעת התקשורת על ההליך המשפטי- משפטי סוביודיצה:

מקורה במשפט האנגלי. המגבלות שהטילה לא יושמו והעבירה הפכה לאות מתה עקב פסיקה לא אחידה ביחס אליה. הכרונולוגיה:

- בג"צ היועמ"ש נ' "דבר" - 1950. זיכוי. מחלוקת ביחס לשימוש בחוק כדי להגן על השופט מפני השפעות חיצוניות. השופטים הבהירו שהשופט המקצועי לא מושפע מהתקשורת (תפיסה פוזיטיביסטית). ניגוד עניינים אינהרנטי, השופטים חווים קושי כיוון שבעצם ההתעסקות בסוביודיצה הם מתעסקים בעצמם.
- היועמ"ש נ' נוח מוזס ודיסנצ'יק ואח' נ' היועמ"ש - 1960. זיכוי "ידיעות אחרונות" והרשעת "מעריב". ניצול שואה נפגע מהכרטיסן שלא מכר לו כרטיס לקולנוע, למחרת ירה בו כנקמה אך הרג בטעות מהנדס במקום. הנאשם מובא אזוק לביהמ"ש והוא נשאל: האם רצח את המהנדס? תשובתו שצוטטה בעיתון: "כן אני רצחתי אותו". העיתון שזוכה הוא זה שהכניס בתוכו את הציטוט המכיל רכיב ויזואלי (ציטוט בסוגריים עם חיוך). המעבר מפוזיטיביזם לריאליזם נקבע ע"י-
- קביעת שני פרמטרים להערכת סכנת השפעת התקשורת:
  1. העלאת חשש מהשפעת התקשורת מהווה פגיעה בהליך המשפטי- כבר פגיעה בטוהר המשפט
  2. חשש מהשפעת התקשורת על העדים
- בג"צ היועמ"ש נ' המועצה לביקורת סרטים ומחזות - גם רמזים בתקשורת משפיעים.
- אזולאי נ' מדינת ישראל - לתקשורת השפעה תת הכרתית אפילו על השופט המקצועי; השפעת התקשורת במיוחד בגזירת דין. עיתונאית ראינה אסיר והריאיון פורסם רק יומיים לפני גזר הדין (כלומר חזקה שהשופטים החליטו קודם, ושהריאיון לא השפיע עליו), ועדיין היא הועמדה לדין.

- עוה"ד יורם שפטל נ' היועמ"ש - המתפרסם בתקשורת גורמת לנטיה להרחיק לכת בכיוון הנגדי (to lean backwards).

#### שימוש בסובידיצה כאמצעי למניעת פרסום בשנים האחרונות - פרשת "האלמן הכפול" שמעון קופר -

- המחוזי בת"א אסר את שידור תכנית עובדה: "אין מחלוקת שהתכנית תביא ראיונות נרחבים עם עדי תביעה מרכזיים כנגד המבקש, ולא רק חלקים מחומר החקירה המצוי כיום בידי התביעה. הבאת דברים אלה בתכנית טלוויזיה, קודם למשפט, עלולה להשפיע לא רק על השופט הדין בהליך, אלא גם על עדים אחרים. שמיעת עדים אחרים קודם למשפט עצמו באופן מרוכז, ותוך צירוף של אלמנטים חזותיים כאלה ואחרים עלולה בוודאי, להשפיע ביוזעין או שלא ביוזעין - הן על השופט השומע את ההליך, הן על עדים האמורים להעיד, והן על כל גורם אחר המעורב במישרין או בעקיפין בהליך הפלילי.
- העליון הפך את ההחלטה:
  - הנשיא גרוניס - ספק רב אם הפתרון המיטבי מצד המדינה הוא לתת יד לבקשות למניעה מראש במסגרת הליך אזרחי, ובד בבד להימנע מהעמדה לדין במקרים המתאימים.
  - חיות - מניעת פרסום פוגעת בזכות החוקתית לחופש הביטוי, שהיא נשמת אפו של כל משטר דמוקרטי.
  - סולברג - מן הראוי לציין כי לא פג טעמה של עבירת הסובידיצה גם בעידן הנוכחי של הקדמה הטכנולוגית וזרימת המידע כמעט עד בלי די. אמנם אין אכיפה בשנים האחרונות אך יש להישאר עם יד על הדופק (למרות שעדיין מוגבלת רק לפלילי).

#### ניסיון למנוע שידור ע"ס הזכות לפרטיות של אדם שנפטר - ת"א זאבי נ' שידורי קשת בע"מ:

- יש להיזהר מקביעה, כי כאשר אדם נפטר לא יוכלו עוד לפרסם דברים שאינם מחמיאים לו ולפועלו, רק משום שאינו יכול עוד להגיב לטענות. כבוד המת הוא אכן עקרון חוקתי אולם הוא אינו גובר על עקרונות אחרים כגון חופש הביטוי, שגובר גם על כבוד האדם החי במקרים המתאימים.
- לא יתכן לאסור כל ביקורת על אדם, שהיה במעמד ציבורי, רק משום שנפטר. הדבר ימנע פרסומים בתקשורת וכן עבודה אקדמית, ספרי ביוגרפיה וכו'.

#### דיון בהשפעת התקשורת במסגרת משפטים "מפורסמים":

- השאלה המרכזית: האם זכויות הנאשם נפגעו מחמת הסיקור?
- סתירה לוגית בין הכחשה מסורתית ובין החששות שהתעוררו בפועל
- שלושה מערכי טיעונים:
  - "עמדת ההכחשה"
    - הכחשה גורפת באמירות קצרות בסיפא של גזר הדין
    - מדינת ישראל נ' פלוני - דיון בנושא בפתית: הפרדה בין חשיפה לתקשורת ובין ההכרה בהשפעתה
    - התנגדות הנשיאה בייניש לדיון בנושא התקשורת במהלך דחיית העתירות נגד הסדר הטיעון של קצב
    - הכרעת דין אלאור אזריה - "הכרעת דינו של הנאשם מושתתת רק על הראיות שהובאו ונשמעו בין כותלי בית הדין ועליהן בלבד שהרי "אין לדין אלא מה שענינו ראות". שיקול דעתו השיפוטי וצו מצפוננו הם המנחים אותו. זהו לוז עקרון עצמאות המערכת השיפוטית. מכאן יושרתה ומכאן גם עוצמתה.
  - "העמדה המתחמקת" - הגדרת השפעת התקשורת כתת הכרתית
    - הודאה קצרה בחשיפה לתקשורת אך מזעור השפעתה
    - בד"כ טון האמירות תואם את תיאוריית "אפקט האדם השלישי" - אדם מכחיש שעשה צעד מסוים בגלל התקשורת אך אחר כן. פסיכולוגית זו מעין הודאה "הפוך על הפוך" בגלל השפעת התקשורת
    - סיבוי נ' מדינת ישראל - נסיגה מהכחשה גורפת והודאה אישית מחרדה מהשפעתה התת הכרתית של התקשורת; הודאות אישיות נוספות דומות בהכרעה בערעור במשפט קלגסבלד
- דחיית הסדר טיעון עם קצב

- "העמדה האנושית" - משפט התקשורת כנימוק להקלה בעונש
  - מדינת ישראל נ' ערן אורון - החמרה בעונש לאחר שבימ"ש שלום קבע שבשביל מעורבות מיותרת של התקשורת הקלה בעונש
  - הקלה בשל הסבל שמסבים פרסומים לא נכונים ומנופחים
  - מדינת ישראל נ' עופר נמרודי+מדינת ישראל נ' ישראל פרי - מופיע כנימוק אחרון לקולא. הקלת מה בעונשם של עופר נמרודי, ישראל פרי ושלמה בניזרי.
- דחיית הנימוק להקלה בעונש בשל "משפט התקשורת" - שלושה אופנים:
  1. התעלמות מוחלטת או שלילת הטענה לפגיעה בהוגנות המשפט
  2. מדינת ישראל נ' גונן שגב - "ידוענים" חייבים להיזהר במעשיהם.
  3. התקשורת כ"רשות רביעית" חייבת לסקר משפטים של אישי ציבור

#### ביקורת על סיקור המשפט - שנות ה-50-60:

- נקודת המוצא - דגם העיתונות ה"קלאסי" (ניטרלי-אובייקטיבי)
- התקשורת מגשימה את הזכות לחופש הביטוי ולחופש המידע
- דיסנצ'יק ואח' נ' היועמ"ש - הסנסציה אינה מוגנת בזכות לחופש העיתונות

#### ביקורת על סיקור המשפט - שנות ה-70-80:

- ב"ש מזל מזרחי נ' מדינת ישראל - ביקורת על מעבר מ"עיתונות מדווחת" ל"עיתונות חוקרת"
- ישראל צוקרן נ' מדינת ישראל - תפיסה הגמונית: כל ניסיון לחקירה עצמאית פסול מעיקרו
- מדינת ישראל נ' אורון ערן+שר המשפטים נ' השופט אשר ארבל+שר המשפטים נ' בן שחר חריפא - קריאה לתקשורת "לשרת" את ערכיו של ביהמ"ש ושל החברה כולה.

#### ביקורת על סיקור המשפט - שנות ה-2000:

- הביקורת נעלמה בראשית העשור והתחדשה באמצעיתו
- שלושה מוקדי ביקורת:
  1. פגיעה בחזקת החפות של חשודים בעבירות שחשפה התקשורת - מדינת ישראל נ' גילה יעקב+מדינת ישראל נ' שמעון חקמון+מדינת ישראל נ' פיטשון יהושע
  2. הסקת מסקנות מוקדמות בהתבסס על חומר ראיות חלקי - התצ"ר נ' סרן ר'
  3. לחץ על השופטים לפסוק בהתאם לציפיות התקשורת - מדינת ישראל נ' אביגדור קלגסבלד+מדינת ישראל נ' חיים רמון+ פלונית א, התנועה למען איכות השלטון בישראל, שדולת הנשים, עמותת "קולך", איגוד מרכזי סיוע, ויצ"ו, נעמ"ת, עוה"ד עמי פלמן נ' היועמ"ש, פרקליט מחוז ירושלים

#### דוגמאות לביקורת מהשנים האחרונות:

- פרשת חיים רמון - בתיק זה נחצו כל הקווים האדומים, המושג סוביידיצה דורדר לתהומות שלא הכרנו. תחושתנו הייתה שנעשים נסיונות לעתים ע"י מסרים מסוויים ולעתים בבוטות, להטות משפט. לבנו היה גס בנאמר. לנו השופטים אין אלא את צו מצפוננו והוא הוא בלבד שמנחה אותנו.
- פרשת זדורוב - בתיק זה דומה כי נחצו כל הקווים, אין אנו מדברים בעבירה על ס' 71 לחוק בתיהמ"ש, אלא בפרסומים אשר היו לא פעם מגמתיים ומשתלחים.
- פרשת אביגדור קלגסבלד - בדעת מיעוט סברה שיש להקל בעונשו בגלל הסוביידיצה: אשר ל"שפיטות" של המערער בתקשורת, אכן ראוי שהתקשורת תפגין יותר אחריות, פחות התלהמות והתעסקות בלתי פוסקת בליבוי הסנסציה; ואני מתבטא בלשון המעטה. אך במסגרת הדיון הציבורי שהתעורר, בין ביתר, במדיניות הענישה הראויה בעבירות התעבורה בכלל ובתאונות הקטלניות בפרט, נשמעו קולות שונים גם של המצדדים בענישה מחמירה וגם המצדדים בענישה מתונה, בשל יסוד הרשלנות שבעבירה.
- פרשת משה קצב - דעת קהל ככל שמשקפת את אינטרס הציבור, היא פרמטר שביהמ"ש עשוי להביאו בחשבון. טמון בו סיכון ממשי להשפעה על העשויים לשמש עדי מפתח בפרשה. שנית, הוא מאיים להעביר את מרכז הכובד בשאלת האשמה או החפות מן הערכאה המוסמכת על המרקעים ואל דפי העיתונים, תוצאה אשר מקומה לא יכירנה בחברה דמוקרטית. אין פירוש הדבר שעל ביהמ"ש לעטות על פעולתו מסך כדי להסתירה

מביקורת חיצונית, אך נוכח התערבות כה קיצונית בהליך הפלילי, דומה כי זה מכבר נחצה הגבול הראוי. *גזר הדין ע"י השופטת י' שבת*: ממליצה לקצר עונשו של קצב בגלל הסיקור. השפיטה בכיכר העיר משמשת נשק מיותר לאלו הטוענים כי הנאשם לא זכה למשפט צדק מאחר וביהמ"ש הושפע מדעת הקהל שדרשה את עריפת ראשו ומן הלחץ הציבורי. משפט השדה שנערך לנאשם ע"י הציבור הוא גם תוצאה ישירה של משפט מהיר שנערך לנאשם ע"י התקשורת במקביל למשפט שנערך ע"י ביהמ"ש, הכל בסיוע מסיבי וחסר תקדים של הדלפות מגמתיות, שאיש לא נתן עליהן את הדין. כוונתי לפרסומים אין ספור שהופיעו במהלך המשפט תוך הפרה בוטה של הלכת הסוביודיציה, וכיד הטובה של הכתב ונקודת מבטו הוא.

*ביקורת על השופטת שבת*:

- התעלמות מהתנהלות התקשורתית של קצב ותרומתו לשיח על המשפט
- חשש שיועצי תקשורת יזמו פרסומים המרשיעים את לקוחותיהם בלי להותיר עקבות ואח"כ יטענו הנאשמים והסנגורים כי זוהם ההליך המשפטי בעניינם.

ביקורת על האסטרטגיות התקשורתיות של הצדדים המשפט:

- ביקורת על הרשויות המוסמכות:
  - ביקורת על זימון צלמים לתיעוד מעצר - *פוקה הירש נ' מדינת ישראל*
  - ביקורת על מסיבות עיתונאים של המשטרה (נעלמה במשך הזמן) - *מדינת ישראל נ' יצחק טוביה ואח'*
  - ביקורת מאוחרת על הפרקליטות (הסדר טיעון עם קצב, משפט רומן זדורוב, אזריה: התבטאויות קצינים בכירים)
- ביקורת על ההגנה:
  - ביקורת על הסנגורים: פגיעה באמון הציבור - *מוחמד סעיד בורקאן נ' שר האוצר*. ביקורת על התנהלות במשפט האונס של לינור אברג'יל - *מדינת ישראל נ' אורי (נור)*.
  - שלילת העסקת יחצ"נים: ביקורת על: "טפילים רודפי פרסום" (משפט זדורוב). ביקורת והטלת פיצויים על המשתמשים בקמפיינים שליליים - *ת"א עזר נ' Canwest global communications corp*, *מנירב נ' אייל ויובל ארד תקשורת בע"מ*, *פלונית נ' דניאל*.

יזמות להגבלה בחוק של התערבות התקשורת במשפט:

- איסור על פרסום חומרי חקירה - *מדינת ישראל נ' תורג'מן*
- חיוב בהוצאות משפט בשל בקשה לשידור של קלטת מחומרי חקירה - *חברת החדשות הישראלית בע"מ נ' עופר גלזר*, מניעת שידור הסדרה על רוז פיאזם.

סיכום:

- נחלשה הביקורת בפסיקה סגנון סיקור המשפט
- התחזקה הביקורת על התערבות התקשורת במשפט
- התרחבה הביקורת על התנהלות התקשורתית של הצדדים
- לא נמצא קו התפתחות עקבי בייחסה של הפסיקה להשפעת התקשורת על שיקוה"ד השיפוטי

## הדרה בתקשורת הישראלית

האופן שבו התקשורת מתייחסת לקבוצות מיעוט, וכך מעוררת/מבססת/אף מנציחה סטריאוטיפים חברתיים. משבר הקורונה העלה את הפילוג והסטריאוטיפיות בחברה הישראלית (האשמת החרדים בהפצת הווירוס). נמצא כי אנשים שפיתחו חרדה מהקורונה הראו חרדה גם לגבי הציבור הערבי. מסקנת כותבי המחקר ← משברים חברתיים עלולים להביא לפגיעה באוכלוסיות המיעוט. הקשר בין הדרה למשפט - במאמרו של עופר אדרת. פרסומות המדירות לחלוטין את האוכלוסיה המזרחית במקביל לפרסום שמות מזרחיים המעורבים בפלילים. גם בארה"ב קיים שיח נוקב לגבי חלקה של התקשורת בהנצחת הנחיתות השחורה, והקשר בין פגיעה בזכויות אדם לבין התקשורת, שעדיין מייצגת את הפריבילגיה הלבנה.

משמעות ההדרה בתקשורת

- העדר ייצוג לקבוצות מיעוט עפ"י משקלם באוכלוסיה
- מעילה בתפקיד התקשורת לממש את חופש הביטוי וזכות הציבור לדעת- ההדרה מונעת את המידע. אם לא ניתן ייצוג ראוי לאותן קבוצות בבחירות, נראה את אי ההוגנות גם בהליך הבחירות.
- זיקה בין אי שוויון בתקשורת לאי שוויון חברתי- שיטות כמותניות מול איכותניות במחקר החברתי:
  - כמה פעמים מופיעים מיעוטים בתקשורת? "ספירת ראשים"- אמנם אתיופים מופיעים פעמים רבות אך בהקשרים לא טובים. לכן ספירה כמותנית אינה מספיקה ויש לקחת בחשבון את הסטריאוטיפים.
  - איזה סטריאוטיפים רווחים בסיקור? "הדרה כפולה"- אמנם אהבת האתיופים כאשר הם "נחמדים" (מונח היסטורי- במחאה המזרחית גולדה מאיר טענה שהם לא נחמדים, התנשאות).
  - כמה מהעובדים בתקשורת משתייכים למיעוטים? יש רגישויות שונות שהם יכולים להביא לסיקור.
  - האם עיתונאים מהמיעוטים מפנימים את הדרתם? האם הם מפנימים את נקודת המבט של האליטה עליהם?

סטריאוטיפ המזרחים בתקשורת

- שתי אידיאולוגיות שונות:
  - אידיאולוגיית "כור ההיתוך": יצירת דמות ה"צבר"- הייתה אמורה לאחד בין הקצוות, אך האמונה הייתה מנוגדת לשיטת השמירה על הרב תרבותיות. בלנדר המאחד בין כולם.
  - ביקורת על העדר סובלנות.
  - רב תרבותיות: כל "מרכיב" בקבוצה שומר על שלמותו וייחודו. סלט שוק המקפיד לשמור על כל רכיב. ביקורת על פירוד.

ייצוגים מזרחים בתקשורת ובתרבות הפופולארית:

- ייצוגי מזרחים בעבר: לא משכילים אך ערמוניים; אשכנזים: עשירים יהירים ואטומים
- רנסאנס למוסיקה מזרחית עם הקמת הערוץ השני- הריאיון של ירון לונדון ונסים סרוסי.
- ייצוגי מזרחים בהווה: "צווארון כחול", דוברי עברית משובשת, המוניים, רגשניים, מספרים בעיניים דמעות על אוכל.
- סקר הרשות השני' בקרב מנחי תוכניות: 15% מזרחים, 85% אשכנזים. הבדל בין כתבים למנחים.
- בתכניות הפריים טיים- 38% משתתפים מזרחים, 62% משתתפים אשכנזים
- בעקבות הסדרה ה"שד העדתי"- טורים מזרחיים קבועים בעיתון "הארץ", סדרת "סאלאח פה זה א"י"
- סטריאוטיפים מהעבר מהדהדים עדיין בפרסומות על מזרחים
- ביקורת על ליהוק סטריאוטיפי של שחקנים שחורים בהוליווד

ייצוג נשים בתקשורת: מחקר-

- על כל אישה מתראיינת- 3 מרואיינים גברים
- 26% נשים בסיקור פוליטי; 27% נשים בפאנל המומחים; 71% נשים בסיקור קורבנות
- 38% מהעיתונאים הן נשים; שיעור נמוך בתפקידים בכירים
- 60% עיתונאיות פונות למקורות גברים- מעין הפנמת הדרה, כיוון שעדיין הגברים נתפסים כחכמים ובקיאים יותר
- רדיו "קול ברמה" ישלם פיצוי של מיליון שקל על סירובו להעלות נשים לשידור

נשים בעולם הפרסום:

- החפצה
- קיטוע
- שפה מנמיכה
- טרנד חדש- femvertising



ערבים בתקשורת:

- 17% מאזרחי המדינה הם ערבים
- 2% מהמראיינים בתקשורת- ערבים. גם אז מופיעים לא תמיד בהקשרים חיוביים.
- 2.2% מראיינים ערבים מכלל המראיינים בתקשורת הישראלית- פרויקט מדד הייצוג
- 10% בלבד מהריאיונות מוסגרו כ"ריאיונות מומחים"
- מסגורי סיקור מקוטבים ושטחיים: "האח הטוב" או "תומך הטרור"
- סיקור מעוות של הצעות חוק של ח"כים ערבים- הרשימה המשותפת למשל נודעת בתוך פורעת סדר אך לא מתייחסים להצעות החוק החיוניות שלהם
- סיקור נמוך לערים ערביות; במיוחד בהקשרי פשע ועוני (דוג'- שיקגו ולוד)
- תכניות ריאליטי מאפשרות ייצוג לערבים אך תובעות הטמעות

קשישים בתקשורת

- תת ייצוג: 8% מכלל הדמויות
- אם כבר מראיינים אותם, בעיקר מראיינים תוך הדגשת המצב הבריאותי שלהם, נוכחות במיוחד בתכניות בוקר
- מוצגים כמתלוננים, מרירים ומשועממים; נעדרים מסדרות דרמה.

בעלי מוגבלויות בתקשורת

- מסגור כנכה על/נכה אומלל- הדגש על חולי ולא על שיקום
- ריאיונות על נכות ולא כמומחים בנושאים אחרים- לדוג' מראיינים בעיקר בדרישה לקצבאות, ולא כמומחים
- "קרקס חריגים" בתוכניות מציאות

"דיקטטורת הרזון"

- הגוף השמן סמל לחוסר איפוק, אסתטיקה לקויה, מוסריות נחותה
- דיכוי באמצעות דאגה לבריאות
- בסיס להפרעות אכילה

סיכום:

- נוכחות דומיננטית לגברים יהודים, חילונים, אשכנזים וותיקים בפרויים-טיים
- הדרה של ערבים, חרדים, דתיים, עולים, נשים ומזרחים, קשישים ובעלי מוגבלויות
- קבוצות מודרות מופיעות לרוב בהקשרים שליליים (לא בהכרח רעים, אלא גם לא חיוביים כמו חולי ועצבות)
- חברי הקבוצות הדומיננטיות שולטים בהגשה ובדיווח החדשותי
- בישראל אין שיח על הדרה בתקשורת בניגוד למתרחש בחברות מהגרים אחרות (ב bbc ישנם קורסי כתבות לכתבים מאוכלוסיות מודרות למשל).
- מועצת העיתונות בישראל אישרה איסור על כלי תקשורת להדיר ולהפלות אוכלוסיות שונות
- BBC הקים מגנן בקרה ותלונות, קוד תוכניות מעודד ייצוג והכשרת בני מיעוטים
- השידור ההולנדי מחייב בחוק לייחד 15% מזמן תכניות לקבוצות מיעוט

כללים לכתיבת מאמר דעה:

לא:

- לסכם פסקי דין (כמו רציו)
- לא לדבר על עצמנו (לעניות דעתי למשל), בשביל להביע דעה אפשר להכניס סיפור אישי הקשור לנושא אך לא לכתוב לדעתנו וכו'.
- לא לכתוב ביטויים חבוטים וקלישאתיים כמו "הכתובת הייתה על הקיר"
- לא להשתמש בלשון סביל (פאסיב) אלא באקטיבי- יוצר קצב נכון לכתובה. דוג': בכתב אישום, בתו שנלקחה ע"י...

- כדאי להציע פתרון

כן:

- התמקדות ברעיון אחד- לא להתפזר למיליון ביקורות על פס"ד או תופעה/לקונה- כך נהפוך לקוהרנטי, מקל על פיתוח טיעון אחד רציף והגיוני ומשפטים קצרים.
- יש להתחיל תמיד במשפט פתיחה מעניין, מרגש וסוחף. יש להתחיל ישר בנושא ללא הקדמות
- יש להשקיע תמיד בסיום (יצירת סוג של מסגרת בין ההתחלה לסוף, דבר היוצר מבנה נוח לקריאה; אקדח שמופיע במערכה הראשונה יורה במערכה האחרונה). סגירה במאמר אפקטיבי (הדבר הזכיר ממאמר הוא כותרתו ומשפט הסיום שלו).
- ככל שהכתיבה קרובה יותר לסטנדרט שמחפשים, כך ישקיעו יותר. דוג'- בהארץ גג 700 מילים ואילו בשאר 500.

כללי כתיבה עיתונאית העוזרים בין היתר לכתיבת מאמרי דעה (שהיא רק ז'אנר)- חמשת הממים:

- מה קרה? במובן העיתונאי (מהו האסנס, ליבת האירוע)
- מדוע קרה? מי מעורב, מתי קרה, מקום האירוע
- איך? הנרטיב- הסדר שבו מספרים את הסיפור קובע את המסגור שלו, את מידת העניין ומביע את דעתנו (לכן יש להתמקד בסדר הטיעונים- כרונולוגי/סדר זמנים הפוך/שילוב- כמו קפיצה בין זמנים, מוטיב ספרותי כולל פלאשבקים).
- להשלים

נוסחת הוול סטריט ג'ורנל:

- סיפור אישי- שלנו/של מישהו במידה ורלוונטי.
  - מעבר מהסיפור האישי לנושא הכללי
  - פיתוח הנושא הכללי
  - חזרה לסיפור האישי
  - סיכום
- עיקר וטפל- כדאי לפתוח במעניין. אחת השיטות לדעת מה מעניין היא לפתוח בדיאלוג, ולספר לעצמנו מה אנחנו רוצים להגיד. כדאי לקרוא בקול כדי להבין מתי המשפט ארוך ומסובך.
  - כולם עם בעיית קשב ולכן יש ליצור ציפייה
  - טעות בניסוח פתיחים- עומס יתר בפרטים, ניסוח מעורפל, חוסר התמקדות וכו'.
  - לעתים ניתן לפתוח בציטוטים כדי ליצור דרמה (לא הוגי דעות, אך כאלה שרלוונטיים למקרה עצמו), או ציטוט מהפסיקה
  - אפשר ליצור דרמטיזציה של הכתיבה
  - כלי סודי- שימוש בפונקציית אוצר מילים בוורד (סימון המילה, וכדי לא לחזור על אותה מילה פעמיים ישנן רעיונות למילים נרדפות)
  - כתיבה ספרותית- כדאי לפתוח באופן ספרותי לעתים מאמר דעה
  - לעתים ניתן להכניס ביטוי ידוע אך אסור להיות קלישאתיים
  - הימנעות מחזרות
  - לשון עיתונאית מול לשון מצועצעת- בעבר הלשון הייתה מליצית ומקושטת מדי, כיום יש לכתוב באופן בינוני שכולם יבינו. לא להשתמש בר"ת, וכו'.
  - כתיב מלא עדיף על כתיב חסר. מספרים וספרות, צמצום השימוש במילים בלועזית ואם כבר עושים שימוש בניב או ביטוי יש לדייק, אלא אם כן משתמשים בו לצורך פראפרזה.
  - הקריאה הופכת להיות מסורבלת כאשר פותחים פסוקיות (פסיק ועוד פסיק);
  - כותרות באחריות העורך- יוצרות לקורא תמונה בראש לגבי מה הוא עומד לקרוא
  - צריך להיזהר לא לשפוט באופן שלילי את האנשים שכותבים עליהם (למשל לכתוב תמוה, לא מובן/לא מסכים אך לא פזיז- שם תואר לא חיובי)

שינויים במאמר הדעה: הייתי כותבת כותרת. הייתי כותבת פחות בגוף ראשון. משפטים ארוכים מדי, הייתי מקצרת. להימנע מלכתוב מילים משפטיות כמו "הדיוט", "פרוקסי" וכו'.

### יחסי ציבור בזירה המשפטית בישראל

ניתוח אסטרטגיות יחסי ציבור - יכול להיות נושא לעבודה. המצגת תועלה.

- השגת מוניטין ושימורו (של הלקוח - בין אם הוא המדינה/פרטי)
- עיצוב סדר היום הציבורי (קביעת האג'נדה לצורך צורכי הלקוח, הבלטת הנושא שבשמו הוא פועל)
- דפוס תקשורת המיועד להשיג תמיכה והבנה בקרב הציבור (גיוס תמיכה ציבורית,
- עיצוב מסגרת הפרשנות לאירועי מציאות (דוג' באמצעות כתיבת מאמרי דעה הבעלי מעמד בשיח הציבורי לצורך קידום העניין)

הפעולות המרכזיות בתקשורת אסטרטגית בתחום המשפט:

- ייעוץ תקשורתי ברמה אסטרטגית וביצועה בפועל
- קשרים עם אמצעי תקשורת
- מחקר על עמדות הציבור - עדי דעת איך לייצר את האסטרטגיה
- ניהול משברים - החשוב ביותר. עוה"ד והתקשורת עובדים יחדיו כדי לצמצם את המשבר הציבורי-המשפטי של הלקוח
- שדולנות - לובינג, בין היתר אם אצל קידום חקיקה (לובי מחוקקים) או בפלטפורמות ציבוריות אחרות שנועדו להשפיע על סדר היום הציבורי ודעת הקהל לטובת הלקוח.

מה בין יח"צ לפרסום ודוברות?

- בניגוד לפרסומאים - יחצנים מנסחים מסרים בשפה עיתונאית. אנשי פרסום אינם מגיעים מתחום העיתונות בעוד שדוברים כן
- ליחצנים שליטה יותר מוגבלת במתפרסם
- עלות זולה יותר, טווח השפעה ארוך יותר
- דובר: עובד פנימי בארגון (ממשלתי/אזרחי) ורשאי לעבוד רק בו בעוד שיועצי תקשורת יכולים לעבוד במספר משרדים פרטיים
- בארגונים מסוימים שילוב בין דובר ליחצנים.

מושגי יסוד:

- **חדשות קשות hard news** - חדשות דחופות הנחלקות ל:
  - חדשות נקודתיות: שריפה, רעידת אדמה וכו'
  - חדשות מתפתחות/מתמשכות: חדשות על אירוע שפרטיו ועובדותיו נחשפים בהדרגה - חשוב ליועץ התקשורת כיוון שכדי להשפיע על היחס ללקוחו עליו להזין את העיתונאי מלכתחילה בראיית העובדות או הסיפור הנחשף בזווית של הלקוח.
- **חדשות רכות soft news** - חדשות שאינן דחופות אך מעוררות עניין ציבורי (דוג' - עונשה של ציפי רפאלי).

ערך חדשותי - הערכת היקף הסיפור, קביעת הערך החדשותי:

- היקף האירוע ומקומו - אירוע גדול או רב נפגעים מעורר עניין תקשורתי יותר מאירוע מצומצם יותר
- בהירות מידע - גם בהפצת/איסוף מידע מ/ל תקשורת המידע צריך להיות בהיר וברור
- התאמת האירוע לסדר היום הציבורי - יש להיות מעורים
- מטען אישי של העיתונאי - הכרת העיתונאים המסקרים את התחום שבו אנו עוסקים כיועצי תקשורת או עו"דים, איזו אג'נדה קרובה ללבם ומהו עולמם

- בעקבות עליית האינדיווידואליזם- ישנו צורך בהתרעה מפני סכנה, סיפורים אלה זוכים לעניין ציבורי רב (אזהרה על תופעה חברתית למשל)
- העדפת מסרים בוטים- יותר מבעבר.
- דמיון גלובלי בין מוצרי חדשות- מאחד אמצעי תקשורת ברחבי העולם

#### ערכו החדשותי של המשפט:

1. משפט פלילי שהנאשמים בו הם דמויות פוליטיות או בעלי עמדה בכירה אחרת **חדשות קשות**
  2. משפטים הקשורים בסוגיה העומדת לדיון ציבורי אקטואלי **חדשות קשות**
  3. משפטים שמעורבים בהם ידוענים מתחומי הבידור, הספורט והתקשורת **חדשות רכות**
  4. משפטים בעלי היבט חריג- הן בהליך עצמו, הן בתוצאותיו הסופיות של הדיון (ענישה מחמירה או מקלה במיוחד) **חדשות קשות**
  5. משפטים שבמרכזם נאשם או תובע אזרחי בעל התנהגות חריגה **חדשות רכות**
- כשיש חדשות רכות ← ישנה עלות סיקור נמוכה.

#### סגנון הסיקור של המשפט בתקשורת:

1. פישוט dumbing down- תמציתי ומתמקד בידוענים, העדפת ראשית המשפט
2. דרמטיזציה- הגדלת היסוד הדרמטי
3. האנשה- פרסונליזציה, התמקדות באדם, סיפור אישי לצורך סיפור על עניין
4. שמרנות ונורמליזציה- העדפה של הממסד
5. ביקורת וציניות
6. עיסוק בתרחישים עתידיים
7. עירוב בין דעה לעובדה

#### מסגור:

- הבלטת עניינים בסדר היום הציבורי באמצעות יצירת מסגרות סיקור ופרשנות חוזרות. מהם המסגרות שאותם מאמצים הכתבים/יועצי התקשורת
- הגדרת הבעיות הנדונות בשיח הציבורי, ביטוי לשיפוט מוסרי והצעת תרופות
- מסגור נבנה מכותרות, דימויים, מתן זכות הדיבור ומסר מסכם
- מסגרות סיקור קבועות: רווח והפסד, עימות, כלכלה, סיפור אנושי ומוסר

#### יסודות יחסי הציבור:

- הגדרת קהל היעד
- התאמה לשפת התקשורת
- השתתפות ביצירת מסגור

#### צעדים לניהול יחסי ציבור בזמן משבר:

- חלוקת תפקידים; מינוי מנכ"ל דובר בעל כישורי תקשורת, מנהיגות ומקצועיות
- תגובה עקבית מפי דובר מוסכם אחד
- הפצת עובדות ולא דעות, בכנות, הימנעות מ"אין תגובה"

#### היבטים אתיים ביחסי ציבור:

- יחצן לא ישרת לקוחות בעלי אינטרסים מנוגדים אלא אם קיבל את הסכמתם
- מידע שמסר הלקוח הנו רכוש הלקוח
- היחצן חייב לשמור על סודיות המידע שקיבל מלקוחו
- נאמנות לציבור בהקפדה על אמירת אמת; איסור על תשלום ומתן טובות הנאה לעיתונאים

## סיכום

סיכום שיטתי של הנלמד בקורס לגבי יכולת התקשורת להשפיע על ההליך המשפטי, תוך ההתמקדות בקורונה. ספרה של המרצה - **דלתיים פתוחות/ד"ר ענת פלג**.

הקורונה לימדה מספר מושגי יסוד בהשפעת התקשורת על הליכי גיבוש המדיניות:

- אין סיקור מקצועי של נושאים בריאותיים - כיום יש.
- מכילה את הנרטיב הרשמי ולא בהכרח מאתגרת אותו, אך מצד שני - הערך החדשותי משתנה (מעקב שבועי מה זכה לבולטות במהלך המגפה - בתחילה הרתעה והפחדת הציבור, לאחר מכן סיפורים אישיים הקשורים בקורבנות המגיפה) ← דיון כלכלי.
- הערך החדשותי של המגפה נקבע ע"י מופעי ראשי המשרד+דרך לחצים של קבוצות לחץ, שלקח להן זמן להיכנס לשיח הציבורי, שעד אז היה מונוליטי ועסק רק בתרחישי האימה עקב המגיפה.
- חל שינוי באופי המסקרים: תחום הקורונה פולש מתחום הבריאות והפך להיות תחום של חדשות חוץ. היה יותר עיסוק בזירה המקומית ופחות בחו"ל.
- כיוון שבתחילה לא הייתה ביקורת אלא "התלכדות מאחורי הדגל" - התקשורת הייתה כלי קיבול, אך לאחר מכן הביקורת שנשמעה על המדיניות (דוג' פרופ' לס מול ברבש).
- העברת השרביט למסקרים צעירים יותר, דבר שהתבטא בסגנון ורטוריקה מודרניים יותר מאשר בעבר.
- עם פתיחת משפט רה"מ - סיקור המשפט חדל מלהיות כזה שמתמקד בהליך המשפטי, אלא כולו התמקד גם בפוליטיקה ובאופן שבו ההליך המשפטי נוטש את היכל המשפט ועובר לשיפוט האדם ברחוב. בהקשר ה"פוסט אמת".
- מושג העיתונאי האובייקטיבי נזנח, וברור שהוא סובייקטיבי: הדיווח מוטה ותופס צד, ובניתוח היחס בין עיתונאים למקורותיהם - כדי לזכות במידע העיתונאי צריך להראות הזדהות עם המקור שלו כחלק מהפרקטיקה וכי הציפיה כיום מהעיתונות היא יותר לשמוע גם את דעת המסקר (שינוי בתפיסת התפקיד העיתונאי מבעבר, שבה היה ניתוק מוחלט בין הדיווח לדעת העיתונאי)?
- העיתונאי האקטיביסט - יוצא לשטח כחלק מהזדהות עם תהליכים חברתיים, נקיטת צד המהווה פעולה, לובינג לצורך קידום ענייניו.
- הנטיה לטעון שהחלטה משפטית נעשתה ע"י התקשורת נפוץ אך לא נכון; בכתיבת העבודות יש להיזהר מאמירות גורפות.

## שאלות המחקר:

- כיצד משפיעים לחצי התקשורת על הליכי קבלת ההחלטות בקהילת המשפט?
- האם מתרחש בקהילת המשפט הליך מדיאטיזציה בדומה למתחולל במוסדות פוליטיים?

## טענות מרכזיות במחקר השפעת התקשורת על פוליטיקאים:

- נקודת המוצא - זירוז תהליכים: התנגשות בין תפקידי "השליח" וה"נאמן של נבחר ציבור" - כיום החלטות משתנות במהירות (דוג' - המבחנים המקוונים, החזרי המס של ביבי). הציבור מפקיד את האינטרסים שלו בידי נבחר הציבור בעת הבחירה בו, והוא משמש כנאמן שאמור לדאוג לטובת הציבור. לעומת זאת שליח ממלא את רצון הציבור מבלי לברור איזה רצון חשוב או נכון יותר לציבור. ← ככל שהמע' הפוליטית נענית יותר ללחצי התקשורת ודרישות השיח הציבורי ← היא זונחת את תפקידה לבצע היררכיה וברירה של הצרכים הציבוריים ויותר מממשת את הסיפוקים המיידיים של הציבור.
- דרמטיזציה ודה-רציונליזציה: של השיח. השיח הציבורי דרמטי, לא תמיד הדיווחים ענייניים אלא פונים יותר אל הרגש, מסרים שיש בהם כדי למשוך את תשומת לבו של הקורא/צופה/מאזין.
- ספינים sound bites במקום מדיניות - כחלק מהמגמה הנ"ל במקום להתעסק במדיניות, הפוליטיקאים מוקפים ביועצי תקשורת ויועצים אסטרטגיים ועסוקים בלפנות לציבור ע"י **ספינים** (העלאת נושא ציבורי מסוים כדי להפנות את הדיון הציבורי מנושא אחד לאחר, דוג' - משרד המשפטים מטה את הדיון מנק' שאין נוחות להם בהרשעתו של וינרוט ואז שחרור כת"א אחר) ו**סאונדבייטס** (ססמאות קליטות, קמפיילים). דוג' - המשיכה של השידורים עד לנאום נתניהו, מכתוב גם את קצב העשייה הפוליטית.

- סנכרון בין הקצב הפוליטי לבין הקצב התקשורתי, עיסוק בידורי בפוליטיקה (עידן בידור ידע, infotainment) - כמו ארץ נהדרת, גב האומה. חוש הומור נתפס ככנה, משחרר ויוצר קשר בלתי אמצעי עם הקהל ← חותר למהפך של הדיון הפוליטי לשטחי, בידורי ומכוון תוצאה. כך נעשית הזנה של מעגלי מידע המשחזרים את עצמם וירידה ברמת ההעמקה.

### 3 רמות ההשפעה על התקשורת (כספי, 1996):

- הרמה הקוגניטיבית- התקשורת משפיעה קוגניטיבית על הציבור כיוון שהרשתות החברתיות הן מקור לצריכת מידע. כלים שלובי (מצד אחד מהדהדות את התקשורת, ומצד שני התקשורת שואבת מהן סיפורים).
- הרמה הרגשית- ניתן לשנות את היחס הרגשי ע"י צריכת תדמיות בדעת הקהל. אמנם הסמכות האכיפתית נותרת בידי ביהמ"ש באופן בלעדי, אך לא מעט תיקים נגמרו בזיכוי/הרשעה עקב הזנת הציבור במידע אחר וייעוץ תקשורתי שיצר תחושות ספק.
- הרמה ההתנהגותית-

### מודלים מרכזיים במחקר השפעת התקשורת:

- מודל ה"מחט התת עורית": הקהל צורך את הסיקור התקשורתי כסם, ומתמכר להשפעתו ארוכת הטווח ובעלת העוצמה. מחקרים נעשו רק באמצע המאה הקודמת והתחום צעיר יחסית, וקיבל דחיפה לאחר מלחמת העולם השנייה. גם לפני ההשקפה הייתה שהתקשורת מתפקדת כסוג של הזרקה שבה היא משדרת את מסרי שנקלטים ללא עוררין וממכרים את הציבור שנחשף אליה. דוג- התסכית הבדוי של אולסון ווילס לגבי פלישת החיזרים בארה"ב בשנות ה-30.
- מודל ה"השפעות המוגבלות": השפעת התקשורת אינה מובנית מאליה, ומותנית במכלול גורמי רקע חברתיים וכלכליים. מייחסת השפעות מוגבלות לתקשורת ומתנה אותה באישיותו של הנמען, למשל ממפים מי האנשים שצורכים מידע ברשתות החברתיות, המשתתפים בקבוצות תמיכה בזדורוב, ובדקים אם יש קורלציה בין מאפיינים מסוימים לנכונות לצרוך מסרים אלה.
  - אסכולת השימושים והסיפוקים: הנמען מודע לצרכיו ומכלכל את פעילותו התקשורתית באופן רציונלי. לא ניתן להסתכל על הנמען כאל כזה שאין לו תבניות משלו. אנשים בוחרים לעצמם את התכנים ולא נחשפים לכל.
  - תיאוריית "עגלת המנצח" bandwagon effect: נטייה של פרטים בקהל להתיישר עם הצד שנתפש כמנצח- כמו "זיהוי הטרנד", כי כשאמצעי תקשורת פונה לציבור הוא מתיישר, ומה שנתפס כטרנד המוביל בעל השפעה גדולה (קידום קו מסוים וביסוסו כך שמראים שמי שהולך בדרכו הוא המנצח מאפש שינוי משמעותי בדעת הקהל).
  - תיאוריית האדם השלישי- לשופטים נטיה להכחיש את השפעת התקשורת אך להצביע על אחרים שהושפעו ממנה (הציבור וכו').
- אסכולת המערכה: כוחה של תעמולה באמצעי התקשורת מוגבל. בעידן התעמולה בתקשורת ובבחירות, התגלה שאנשים בעלי דעות פוליטיות הנחשפים לשידורי תעמולה

### מסורת ההשפעות החזקות המאוחרות:

במיוחד עקב השפעות ההפגנות הרחבות כמו הפגנות סטודנטים, black lives matter וכו'.

- קביעת סדר היום agenda setting- התקשורת מלמדת אותנו איך לחשוב
- המסגור framing- האופן שבו התקשורת ממסגרת נושא מסוים משפיע על התפיסה שלנו (התקשורת לא מלמדת אותנו רק מה לחשוב, אלא גם איך לחשוב).
- מעורר קושי- קושי מתודולוגי בבחינה סטטיסטית של השפעת התקשורת על הליכים משפטיים, דוג- csi.

### תיאוריית המדיאטיזציה -mediatization-

- התקשורת מתוארת כהליך שינוי חברתי, שבו כתוצאה מחדירתה של תקשורת צינית למרחב הציבורי, ההיגיון התקשורתי חודר למוקדי ההחלטות בזירה הפוליטית ומשנה את התנהלותם של השחקנים הפוליטיים. כך

מוסדות משנים את סדר עדיפויותיהם ומשנים את הליך קבלת ההחלטות שלהם כדי "למצוא חן" בעיני התקשורת.

- ככל שגדל הטון הדעתי והפסקני בסיקור גדלה השפעת התקשורת
- מנגד, חדירת ה"היגיון התקשורתי" נבלמת במוסדות בעלי רמת מיסוד גבוהה וקוד ערכי מגובש. מוסדות שלמרות שהם חשופים לתקשורת יש בהם בלימה, כמו הותיקן).

#### מתודולוגיית המחקר:

- ראיונות עומק עם 92 אנשי משפט: 30 שופטים (מחציתם שופטים בדימוס מחציתם מכהנים), 32 עורכי דין (מחציתם מהפרקליטות ומחציתם פרטיים, מחציתם ותיקים ומחציתם צעירים), 30 כתבי משפט מהעבר ומהווה
- ניתוח 100 פס"דים העוסקים ביחסי המשפט והתקשורת
- ניתוח מאפייני סיקור ההליכים המשפטיים בתקשורת

#### ממצאים:

- אימוץ תבניות סיקור פוליטי גם בדיווח המשפטי ("דה מיסטיפיקציה") - נסיגה מהאתוסים והמיתוסים כלפי מע' המשפט והתייחסות אליה יותר בגובה העיניים.
- התמקדות יותר בפוליטיקה ובידוענים מאשר באזרח הקטן, התמקדות באישי ולא במשפטי, התמקדות ב"ידוענים", הדרת קבוצות מוחלשות מהסיקור.
- מאז קום המדינה לא היה סיקור ניטרלי של משפטים פופולאריים בישראל
- טשטוש ההבדלים בין העיתונות האיכותית לבין עיתונות פופולרית, השפעות הרשתות החברתיות (משקל לדעת הקהל על ההליך המשפטי החרפת טון ביקורתי). כיום אנשים פחות מאמינים להכל.
- גם בעבודה עלינו לשים לב להבדלים בין סוגי האתרים. לאורך זמן הרשתות החברתיות שינו את הטון, כולם יותר דעתנים, חריפים ואף נמוכים. דוג- משפט אזריה הביא למדד פופולריות בתקשורת מדי יום ובסוף גם התקשורת המרכזית הייתה מהדהדת משלים אלה ← נוצר לופ שבו הציבור קיבל חזרה את המסרים שהוא עצמו ייצר, וכך תפקיד התקשורת כהנחלת מידע חדש.

#### מאפייני סיקור המשפט בתקשורת (פלג, 2012):

- פישוט- מי "ניצח" או "הפסיד"
- דרמטיזציה- של מע' המשפט
- פרסונליזציה- ניתוח וציפיה של הרקע התרבותי של השופטים, נטייתם, השוואה בין פסיקות קודמות לבין חיזוי כיצד יפסקו במשפט לפי הפרופיל שלהם
- נורמליזציה- גם אירועים פליליים שהתקשורת מסקרת מוכנסת לתבנית, כיוון שהנתח הפלילי במהדורות ובסיקור העיתונאי גדול יותר מהשאר ומייצר נורמליות של החריג (ההתנהגות הא-נורמטיבית הופכת לרגילה).
- שיח העתיד- אמנם הנבואה ניתנה לשוטים, אך עיתונאים שנותנים ניבוי משדרגים את הסיפור אוטומטית. מגמה זו גוברת בעידן המקוון כיוון שהאתרים "מוציאים את המיץ" מהסיפור התקשורתי והעיתונות הממוסדת צריכה לחדש אותו, לכן יש עליה עצומה בכמות מאמרי הפרשנות היום מבעבר.
- ביקורת וציניות מסחר ובידוריזציה של המשפט- התרבות הפופולרית הישראלית עסקה יותר בריגול ובמדינה, בעוד האמריקאית עסקה במשפט ולכן ההתעוררות ל true crime בישראל נעשתה רק לאחרונה, ונותנת התייחסות בידורית יותר למשפט ופחות בליבה שלו.
- מאבק בין החוק לאינטואיציה של הצדק trial by media- העיסוק התקשורתי גורם לתפיסה ציבורית לגבי המע' ובעלי הדין עצמם
- עירוב בין דעה לעובדה
- עליית האקטיביזם העיתונאי והפיכת הנמען ל"מושבע כורסא"- עיתונאים משמשים כפה לנפגעים והנמענים הופכים לקולות הממצבים את התדמית של העומד לדין בציבור



טענות מרכזיות במחקר השפעת התקשורת על המשטרה:

- מערכת משומנת ורחבה של ייעוץ תקשורת
- שימוש בתקשורת לצורכי ספינים, קידום חקירות, התראה, דיאלוג ושיפור תדמית
- הישענות על "תפיסת חוק וסדר" בחברה והדרמטיזציה בתקשורת, הבנת ה"ערך החדשותי" שבסיקור הפלילים, יכולה לעשות מניפולציות באמצעות כתבות

התאמה ללחצי התקשורת בקהילת המשפט:

- שופטים: עליה בחשיבות המיוחסת למדיניות תקשורתית, התאמות בסגנון כתיבה של החלטות שיפוטיות, עליה בהדלפות (הרחבת ייעוץ בתחום הרשתות)
- תובעים: שינוי מדיניות תקשורתית, מעבר לדוברות יוזמת
- סנגורים: שימוש גובר ביועצי תקשורת, שימוש בסאונד בייטס וניסיון לתאם בין לוח הזמנים המשפטי ללוח הזמנים התקשורתי
- סנגורים מדליפים חומרי חקירה ומאשרים ספינים בניגוד לכללי האתיקה של לשכת עוה"ד ופסקי דין
- נפגעי עבירות פליליות מאמצים אסטרטגיות תקשורתיות במקביל ל"מהפכת קורבנות", ובהתאמה ל"קורבן אידיאלי"
- מרחב צדק א-פורמאלי ברשתות החברתיות; מחלוקת לגבי השלכותיו על רווחתן של נפגעות עבירות מין (המחקר המשותף עם ד"ר הדר דנציג רוזנברג)

השפעת התקשורת על הליכי קבלת ההחלטות:

- שופטים- התקשורת משפיעה על רמת הענישה
- תובעים- התקשורת משפיעה על כריתת הסדרי טיעון
- כתבי משפט- התעצמות תחושת ההשפעה של העיתונאים על ההליך המשפטי
- השלמה בפסיקה על סגנון הסיקור של המשפט בתקשורת: הצהרות מסורתיות על ה"שופט המקצועי"
- הפסיקה כשלה בעיצוב נורמות התנהלות תקשורתית של שחקני המשפט
- אין נטייה ברורה להקלה בעונשם של נאשמי תקשורת; התנגדות להגבלת סיקור המשפט בחוק

הפערים בין היגיון משפטי להיגיון תקשורתי:

| "היגיון משפטי"                                       | "היגיון תקשורתי"                                        |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| העמקה ומתן זמן לצדדים למצות את הליך הדיון            | מהירות והתמקדות בתוצאה                                  |
| פתרון סכסוכים ומציאת איזון בין אינטרסים מנוגדים      | הבלטת עימותים                                           |
| הסתרת דמותו של השופט היחיד בכינוי המוסדי "בית המשפט" | עניין בדמויות עצמן "פרסונליזציה"                        |
| מיסוך הוויכוחים הפנימיים בדרך להחלטה השיפוטית        | חתימה לשקיפות ולפרסום מלא ולהגמשת מגבלות החוק על הפרסום |

סיכום ממצאים ודיון:

- עלייה במתח בקהילת המשפט- החשיפה התקשורתית גורמת לביקורת, מתח.
- פגיעה באחידות שאפיינה בעבר את קהילת המשפט
- מרחב שיח חדש: **תקשוף** לפי פלג (תקשורת+משפט כישוף, התקשורת מטילה סוג של כישוף במע' המשפט).
- שבו תהליכים סותרים של האצה ובלימה של השפעות התקשורת
- המשך הליך חברתי זה יגרום לשינויים מבניים ואתיים נוספים בקהילת המשפט
- אמונה משותפת של שחקני המשפט והתקשורת בהוגנות ההליך המשפטי בישראל- ממצא נכון לשנת 2012 וראוי לבחינה מחקרית נוספת.