**צ'ק ליסט צדק צהוב/ מחברת מקוצרת : הודיה לובצקי**

**התנהלות התקשורת מול הזירה המשפטית:**

(סרטוני איתן בירן ורובר דורס – הורשע ברצח)

**משותף לשני הכתבות :**

**1**. מסגור וייצוג צד אחד **2.** שימוש בויזואליה בכדי למסגר את הנושא **3**.שימוש ברגש הפחד ( שימוש בנרטיב מסוים)**.4.** תקשורת תלוית תרבות **5.** מתח בין הנרטיבים – הנרטיב התקשורתי והנרטיב המשפטי.

מאפייני התקשורת הממוסדת :

* פיטורי עיתונאים
* צמצום תחקירי עומק- בידוריזציה של התוכן החדשותי- עקיפת כתבים נשכניים ( לדוג רשתות חברתיות)
* אינטרסים מסחריים בסיקור—ניגוד אינטרסים – מה מידע אמין ואמיתי ומה מידע מסחרי?
* החלשת התקשורת הממוסדת- חיזוק רשתות חברתיות ( חריג קורונה)

פלג, ע'. (2012). "הפסיקה והפסקה-מאפייני סיקור המשפט בתקשורת המערבית". בתוך: **"דלתיים פתוחות": השפעת התקשורת על המשפט בישראל**, תל-אביב: מטר.53-44.:

**סגנון הסיקור :**

1.**פישוט:** מושג ביקורתי המתאר את העדפות הדיווח על ידוענים ושערוריות מין, לעומת דיווח רציני ומעמיק, בתוך כך הדיווח מתאפיין בתמציתיות ובמונחים של מנצחים ומפסידים ולא ניתוחים מעמיקים.2.**דרמטיזציה**: ניסיון ליצור נרטיב, סיפר, סנסציוני ,קולע לטעם הקהל. נטייה זו מתעצמת עקב התחרות בין כלי התקשורת השונים המנסים ללכוד את תשומת ליבו של הקהל האדיש. לפיכך, חל גידול בסיקור טרגדיות שהשלכותיהן על חיי צרכן החדשות מוגבלות, בליווי כותרות אדומות המעצימות את הזוועה באמצעים ויזואליים ולשוניים (שימוש מוגבר ב"מזעזע" "מצמרר"...)3.**האנשה (פרסונליזציה**)- התמקדות באדם ולא בסוגיה. נטייה זו נובעת ברצון להתמקד בהביט הוויזואלי ופחות בישויות מופשטות. לדוג': נתמקד באדם ולא במפלגות ובתהליכים חברתיים. כך הופכים פני המפוטר לתמצית סיפור קריסתו הכלכלית של מפעל. בתחום המשפטי, נטייה זו מתבטאת בהצגת התהליך המשפטי כעימות אישי בין הצדדים (שופט תובע וסנגור).4.**שמרנות ונורמליזציה**- כשהתקשורת משתמשת בנוסחאות קבועות של דרמטיזציה. קרי, כאשר יש אירועים שמאיימים או למצער, בעלי פוטנציאל לאיים על הסדר הציבורי, התקשורת מזניחה את הדיון בהם.5.**ביקורת וציניות**: ביקורת וחוסר אמון כלפיי המוסדות החברתיים. מתבטא בכך שהתקשורת מתייחסת אל השיח הפוליטי כשיח ערמומי מניפולטיבי ומושחת. התוצאה היא, שהתקשורת גורמת בדיווחיה לתחושת ציניות כלפיי הפוליטיקה והמשפט.6.**עיסוק בתרחישים עתידיים**. ישנו שיח על אירועים שיכולים להתרחש בעתיד. יוצר נבואה המגשימה את עצמה. דוג'- ספינים תקשורתיים לצרכיהם המשתנים של המעורבים במשפט.7.**עירוב בין דעה לעובדה**. החל משנות ה80 מסתמן טשטוש הגבולות בין עובדה לדעה. עירוב זה נולד מהצורך למשוך את הצופים ע"י הצגת סיקור שהוא מעבר לזווית העובדתית היבשה

\* מסגור צד אחד

* תלות מסורתית- המידע מגיע ממערכת המשפט זוכה לאמינות גבוהה יותר מהמידע שמגיע מהסנגורים לפחות בשלבים הראשונים וזה גורם גם לכך שהמידע מקבל חשיפה ובולטות בשיח הציבורי.
* **News Value-** הערך החדשותי נקבע לפי מידת החשיבות הציבורית שלו. יש סדר מסוים לקביעת הצגת המידע שנחשף לציבור**.**
* **שיח העתיד-** התקשורת מוחלשת מאוד בעידן הרשתות החברתיות ולכן קצת קשה לעיתון או למהדורת החדשות למצוא חידוש באירועים שכל היום מסוקרים. כלומר, אין לזה את הערך המוסף שהיה בעבר. לכן אנו רואים : 1. עלייה בשיח העתיד וגם הפרשנות תופסת המון מקום בתקשורת הממוסדת**. 2.** עירוב בין דעה לעובדה**- טישטוש בין דעה לעובדה, עלול לגרום ל**שפיטה מוקדמת של חשודים**. 3. עליית האקטיביזם העיתונאי:** באופן מסורתי, העיתונאי אמור לדווח ואינו אמור להיות אקטיביסט חברתי. כלומר, מצפים ממנו לממד אובייקטיבי. האקטיביזם העיתונאי אלה אותם עיתונאים שנלחצים לקידום נושא מסוים או אנשים מסוימים.**4. קמפיינים לאי צדק: מצד אחד יכולים לטעון כי לא החמירו מספיק עם נאשם מצד שני יכולים לטעון שלא הרשיעו את האדם הנכון – ספקנות בתוצאות ההליך הפלילי. טענות להרשאות שווא- גיוס מומחים בכדי להעביר נרטיב מסוים.**
* **סרטי דוקו-** אמרנו שאחד המאפיינים של התקשורת כיום הוא טשטוש בין עובדות לדעות. הדוקו-פשע צמח גם מזה, מביע את המבט האישי של היוצר. הניתוח המחקרי אומר שזה פורח מכיוון שאנחנו חיים באקלים שבו אנו לא מאמינים בממסד כבעבר ובנוסף- הטכנולוגיה גם פיתחה את חוסר האמון הזה. אנחנו יכולות כיום להשתתף גם באופן אקטיבי בשיח ברשתות והדיונים האלה הופכים להיות מנוע לתביעות צדק חברתי. סדרת הדוקו- דרמה זה גם פובליציסטיקה, גם הבעת דעה, גם עבודה תחקירנית עיתונאית עצמאית וגם מאפיינים קולנועיים. סביבה תקשורתית של מערכת המשפט מאופיינת בערוב בין תכני מציאות לבדיון. מגמות מעורבות בסיקור- חזקת החפות הפכה לחזקת האשמה לצד קמפיינים בטענות לאי צדק. פער בין שפה משפטית לתקשורתית מייצר אי הבנה של הנמקה משפטית. השלכות הידודיות בין סיקור ממסדי לרשתי.
* **השפעת התקשורת על המרחב הפוליטי**: 1. התקשורת מזרזת הליכים פוליטיים 2. התקשורת מחוללת דרמטיזציה ודה-רציונליזציה בשיח הציבורי פוליטי. 3. השפעת התקשורת על הרטוריקה פוליטית- נגיסות דיבור.

מאמרו של כספי - במאמר של כספי, כשהוא מדבר על השפעות התקשורת בשיח הדמוקרטי, הוא אומר שהפוליטיקה הופכת להיות מאוד רדודה. הכישורים הטלוויזיוניים של המנהיג חשובים יותר, לא פעם, מיכולות הנהגתו. כיום פוליטיקאי צריך לעבור מסך, לעימות הטלוויזיוני ולנראות יש המון השפעה. טענה נוספת- שהמשפט הנזיקי בקריסה כי התקשורת הייתה מפרסמת כל מיני סיפורים (למשל על מקדונלדס ותביעות פיצויים) וכתוצאה מזה אנשים היו רצים לתבוע ומעלים את רף הדרישה לפיצויים.

השפעת התקשורת על המשפט הישראלי: פלג, ע'. (2012). "סיכום: חדירת התקשורת למשפט בישראל. בתוך: **"דלתיים פתוחות":השפעת התקשורת על המשפט בישראל**, תל-אביב: מטר.302-283.

**הליך המדיאטיזציה** הוא השתלטות המדיה על המערכת הפוליטית ועל שיקול דעתה של מנהיגיה המרכזיים. קבלות החלטות פוליטיות בהתאם ללחצי התקשורת. חוקרי המדיאטיזציה של מוסדות פוליטיים זיהו ארבעה יסודות הכרחיים לקיומו של הליך המדיאטיזציה: הרחבה , מיזוג, התאמה ותחליף.1.ישנה הרחבה הנוכחות התקשורת בהליך המשפטי.2. הרחבה בהליך הסיקור של המשפט בתקשורת.3.הרחבה בתובנות שעולות בפסיקה כלפי התקשורת המסקרת את המשפט.4. הרחבה בפעילות התקשורתית של בעלי תפקידים מרכזיים בקהילת המשפט (שוכרים חברות פרסום.

**שופטים- תקשורת :**

פלג, ע' .(2012). "הגלימה השחורה והעיתונות הצהובה". יחסי הגומלין בין השופטים לתקשורת בישראל. בתוך: **"דלתיים פתוחות": השפעת התקשורת על המשפט בישראל**, תל-אביב: מטר. 87-57

מוקדי הביקורת של השופטים על סיקור המשפט בתקשורת הישראלית החדשה:

1. ביקורת על אי דיוק, סנסציה ושטחיות בדיווח:
2. ביקורת על סיקור מגמתי ועירוב בין דעה לעובדה בסיקור המשפט:
3. ביקורת על ציניות וחוסר כבוד בסיקור המשפט בתקשורת:
4. ביקורת על אחריות העיתונות למעמדה של מערכת המשפט בציבור:
* **ממד הפרסונליזציה מקדם את התקשורת**, למשל- ראיונות שנערכים עם שופטים עשויים לגלוש לפן אישי "תקיפה אישית" מצד התקשורת כדי ליצור עניין. השופטים בדרך כלל מגיעים חסרי הכנה לסגנון המתקיף של התקשורת והחיפוש אחר המעורבות האישית של המרואיין.( סרטון- מודריק)
* **הגברת אמון ע"י חשיפה**- ברחבי העולם ההשקפה היא שאם נותנים לשופט לדבר והתראיין בתחום מומחיותם- לא דרך הערכה אלא דרך לימוד ושקיפות לציבור הרחב, זה בדיוק מה שיכול ליצור אמון. אומנם, בארץ זה לא מקובל. יש לנו עדיין ציפיות ואתוס שיפוטי עתיק- עדיין ראית השופט כמרוחק מהזירה התקשורתית, כאובייקטיבי וחסר עמדה ולכן ראיון של שופטים בתקשורת סותר את הציפייה המרוחקת של השופט. זה לא משקף את הראיה בארץ של השופט, כמי שצריך ואמור להיות מחוץ למשחק התקשורתי. ( סרטון שופת ביה"ד לעבודה).

**השפעת התקשורת על השפיטה** :**1.** השפעה על סגנון הכתיבה- הנגשת פס"ד לציבור. **2.** השפעה על רף הענישה אך לא על הכרעת הדין **3**. הכחשה של השפעה אישית לצד הצבעה על שופטים אחרים המושפעים מהתקשורת.

המאמר מוסיף את המסקנות שלו: **1**. במרוצת השנים התרחש הליך של שינוי תפיסתי ביחס לתקשורת הפוגע באחידות שאפיינה את גישת השפיטה כלפי המדיה בעבר**. 2.** האתוס השיפוטי הפורמאלי חזק בישראל יותר מבאשר מדינות מערב האחרות ובולם את חדירת "הגיון התקשורתי" לפרופסיה השיפוטית. ( מאמר)

**קווי דמיון בין המשפט לתקשורת : כספי** : **1**. חתירה משותפת לעצמאות מקצועית ומוסדית **2**. שתי המערכות עוסקות בחריגים ובסטיות נורמטיביות **3** . הביקורת על התקשורת והמשפט מאוד דומה- שהם יותר מדי אקטיביסטיים. **4.** שתי המערכות האלה מזוהות עם אליטות ולכן מושכות ביקורת בעידן הפוסט-אמת. **5**. לשתיהן יש אויב משותף- פוליטיזציה.

**ייעוץ תקשורתי כתחום אקדמי :** יש מוטיבציות אישיות וממסדיות לקשר עם תקשורת: רצון להשפיע על מדיניות, חיזוק אמון הציבור במערכת המשפט, ותדמית אישית. בארץ רואים את זה במיוחד אחרי ששופטים פורשים, שיש המון ראיונות איתם. כן יש איזשהו ניסיון לתבוע את התדמית שלהם אחרי פרישה.

**שינויים בעמדות ביחס בין השפיטה לתקשורת בישראל:**

**1**.כיום רואים ששופטים במחקר משלימים עם זה שהתקשורת היא סנצסיונית**.2.** הם גם מבינים שאין ניטראליות ואין אובייקטיביות בתקשורת **3.** ביהמ"ש מגן על חופש הביטוי ומצפה בתמורה לתקשורת אדיבה יותר**. 4.** ש עלייה כללית בחשיבות המיוחסת למדינות התקשורתית של ביהמ"ש ובביקורת עליה. **5**. יש עלייה בתופעת ההדלפות. **6**. הנוכחות התקשורתית גורמת למתח רב בין השופטים המכהנים לראשי המערכת בשל המדיניות התקשורתית **7.** יש ירידה הדרגתית בהתנגדות למתן ראיונות לתקשורת התנגדות לקיום שיחות רקע.

**פתרונות להגברת האמון :**

 **.1** יש צורך להתרחק ולהגמיש את מגבלות האינהרנטיות בחוק שיש במשפט על דיני המעמד האישי**. 2.** מציע לבטל את העבירה של זילות בית המשפט\ פגיעה בכובד בית המשפט. **3**. טוען שיש לאפשר לשופטים להתראיין בראיונות פומביים.

|  |  |
| --- | --- |
| 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 והסתרה של הוויכוחים הפנימיים בדרך להחלטה השיפוטית | חתירה לשקיפות ולפרסום מלא ולהגמשת מגבלות החוק על הפרסום |

**עו"ד – תקשורת**

סוגיות אתיות במפגש בין עו"ד ליועצי תקשורת :

1. עו"ד פועלים על סמך החוק וכללי אתיקה הניתנים לאכיפה. **2**. העיסוק בייעוץ התקשורתי אינו מוסדר בחוק ואינו טעון רישוי. **3**. תקנון האתיקה של יועצי תקשורת הינו וולונטרי ואינו ניתן לאכיפה.

ממשקים בין התקשורת לעו"ד:

1. לוקח שוכר יועץ ומגיע לעו"ד. **2**. ייעוץ תקשורתי בפרימות הגדולות. **3.** ייעוץ תקשורתי לעו"ד- הרחבת לקוחות.

נק' מבט השוואתית:

ארה"ב : איסור על התבטאויות על מהימנות עדים וצדדים, היתר לעו"ד להתייעץ עם יועץ תקשורת. **פס"ד גנטלי - עו"ד רשאי להגן על שמו הטוב של לקוחו גם בביהמ"ש של דעת הקהל**. פס"ד גנטלי מהווה פסיקה ראשונה בה הייתה אמירה שעורך דין צריך לפעול בזירה התקשורתית כדי להגן על הלקוח שלו.

ישנו ויכוח בספרות איך עו"ד צריכים להופיע בתקשורת .בישראל עד שנות ה80 לעו"ד היה אסור להופיע בתקשורת. אחרי פסיקת גנטלי ננקטו מס' שינויים, **בין השאר אישור שימוש באיש יח"צ והרחבת האפשרות להופעה בתקשורת.**

 **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.
* עו"ד לא יכול לפרסם על הייצוג שלו ברשתות חברתיות.
* הוא כן יכול לנתח פס"ד של אחרים ולכתוב מאמר דעה.
* הקפדה על חיסיון לקוחות.

**ייעוץ תקשורתי בראי הפסיקה הישראלי:**

התייחסות ראשונה – דיון בטענה להטרדה מינית של תת אלוף אחרי מינויו, ביהמ"ש קבע כי הבחורה אינה יכולה להציג עצמה כנחבאת אל הכלים אם שכרה ייעוץ תקשורתי.

1. קמפיין נגטיבי הינו לשון הרע.
2. **ייעוץ תקשורתי במהלך משפט מייצר אפליה ופוגע בחופש הביטוי**- עזור נ' CanWest- כחלק מהסכסוך העסקי בין התובע לנתבע, פתחו קמפיין שלילי שכדי להשיג תוצאה מסוימת במאבק, מתמקדים לא בהאדרה שלך אלא בפרסומים שליליים. במקרה הזה, עזור תבע תביעת לשון הרע את מי שהפיץ עליו את אותם דברים שפגעו בתדמיתו. השופטת מיכל אגמון גונן דנה בתיק ואמרה דברים חשובים מאוד על כך שקמפיין שלילי אינו חוקי. היא הייתה הראשונה שנתנה מסגרת מאוד ברורה: אסטרטגיית פרסום שלילי מונעת מכוונת זדון ולכן כנגד החוק. היא אומרת שהשימוש בייעוץ תקשורתי מייצר הפליה חברתית כי רק מי שיש לו ממון מסוגל לשכור את שירותיו של יועץ תקשורת וברגע שמנצלים את זה להשחרת אדם- יש כאן פגיעה במרקם החברתי ושימוש ציני ופסול בחופש העיתונות

בערעור קבע ביהמ"ש שיש להביא בחשבון את העניין הציבורי שבפרסום, להתחשב באנשים המעורבים ובזהות החברות. השופט פוגלמן קובע כי בדומה לנבחרי ציבור גם אנשי עסקים שמספקים מוצר בשוק תחרותי מוותרים במידה מסוימת על הגנה על זכותם בשם הטוב, נוכח ההבנה הסבירה שהתנהלותם תהיה תחת ביקורת תקשורתית. הם לא נמצאים במשבצת של האדם הקטן שעומד מול כוחות גדולים. אסור להתייחס לזה להרס המרקם החברתי כי לכל הצדדים יש תרומה לעניין. אמר מי שלקח על עצמו להיות חלק מעניין ציבורי הוא חלק מהמשחק ולכן צמצמו כמעט בחצי את סכום הפיצוי שנפסק במחוזי..

1. **הטלת אחריות על יועץ תקשורת לאמינות מידע**- מנירב נ' אייל ויובל ארד- פס"ד חדשני נוסף עסק גם כן בקמפיין שלילי- דובר בבחירות בלשכת עוה"ד ושם ביהמ"ש העליון קבע שהאחריות על הקמפיין הנגטיבי היא על יועצי התקשורת עצמם- זו פעם ראשונה שביהמ"ש אומר שליועץ תקשורת יש אחריות על הפרסומים, הוא צריך לבדוק אם זה פרסום של לשון הרע או לא. קם קול צעקה כנגד זה אבל בכל זאת אותם יועצי תקשורת לא ערערו. אמרו שלקמפיין שלילי יש גם כן ערך חברתי כי הוא מאפשר את הדעה המקוממת כי מבחינה חברתית חשוב שנאוורר גם את הדעות הקשות שלא נוח לשמוע. יש מקום לשמוע גם קמפיין שלילי ולא למנוע אותו לחלוטין.
2. **ביקורת חריפה של בית המשפט על הספין התקשורתי**. פרשת אורי דניאל- עו''ד שהיה פעיל בקהילה שנקלעה לסכסוכים פנימיים, והוגשו תלונות למשטרה על אונס (שבסוף סגרה את התיק). לימים התברר שהיה סכסוך כספי בין הנשים לעו''ד, ושיועץ התקשורת טבע תוכנית אסטרטגית לנשים 'הנאנסות'. נערכו מהלכים תקשורתיים ומשפטיים מתוזמנים היטב כדי להשחיר את שמו, ולהפעיל נגדו לחצים כדי שישלם פיצויים. הייתה ביקורת קשה בעליון. ההליכים הפליליים נסגרו במשטרה והאזרחיים בביהמ''ש. התביעה נדחתה נגדו. ביהמ''ש העליון מתח ביקורת קשה על ספינים, כשהתייחסו לספינים כאל מסע של שקר והטעיה. בעולם הפוליטי ספין נחשב ככלי לגיטימי שנועד להסיט את השיח הציבורי מנקודה שאינה טובה למי שעומד במרכזו, אבל כאן היו לספין ההזה השלכות קשות כי הוא היה שקרי והיו השלכות של לשון הרע. ספין הוא אסטרטגיה תקשורתית, אבל כשמדובר בהפצת מידע שקרי המתקשר לקמפיין נגטיבי, הפסיקה אמרה את דברה והפיצויים שהושתו על המתלוננות היו גבוהים.

**מחקרים על חשיבות ייעוץ משפטי:**

דימיון בין שלבי המשפט לבין אסטרטגיות של יועצי התקשרות

1. השלב הראשון הוא שלב החקירה הפלילית או שלב האיומים בתביעה אזרחית
2. השלב השני הוא ניהול המשפט\ ניהול משבר תקשורתי
3. השלב השלישי הוא שלב סיום ההליכים המשפטיים

**ממצאים:**

1. **הסכמות אסטרטגיות בין יועצי תקשורת לעורכי דין**
* הסכמה משותפת בצורך בייעוץ מקצועי לניהול משברים משפטיים\תקשורתיים
* הסכמה על כוחה של התקשורת להשפיע על השפיטה באמצעות "מסגור"
* התנגדות לאסטרטגיית התקפות על בתי המשפט בתום ההליכים
1. **המחלוקת האסטרטגית בין יועצי תקשורת לעורכי הדין**
* מתח טריטוריאלי, מאבקי כוח וביקורת הדדית על הנאמנות ללקוח
* ויכוח על פתיחות ושקיפות מול התקשורת
* ויכוח על אסטרטגיית ההתנצלות
1. **הסכמות טקטיות בין יועצי תקשורת לעורכי דין**
* התנגדות לראיונות חפוזים
* נכונות להכלת טקטיקות התקפיות: ביצוע סחרירים ומתן בלעדיות-
1. **המחלוקות הטקטיקות שעדיין פעילות בין יועצי התקשורת לעורכי הדין:**
* היקף התאמת מסרים משפטיים לשפת התקשורת
* מסירת חומרי חקירה טרם שנידונו בבית משפט
* שימוש באמצעים משפטיים להגבלת שיח ציבורי

הופעת עורך דין בתקשורת במהלך ייצוג הלקוח עלולה להביא להתנגשות בין שלוש הנאמנויות של עורך הדין: **1. נאמנות לחברה – שמירת טוהר ההליך השיפוטי ודימוי ביהמ"ש. 2. נאמנות ללקוח. 3. נאמנות לעצמו.**

**מסקנות :** ישנו דמיון רטורי בסיסי בין עורכי דין לבין יועצי התקשורת – החשיבות של הרטוריקה והעניין הלעומתי. שני מקצועות מאוד אדברסריים**.** כמו כן, הייעוץ התקשורתי מאוד דומיננטי לפני ואחרי ההליך המשפטי.

פלג ע'. (2020). "משולש האינטרסים –לקוח, עורך דין, ויועץ התקשורת", **מעשי משפט**, (פורסם בנבו)

**שאלות המחקר:**

1. איזו מהאסטרטגיות וטקטיקות הרווחות בניהול משברים תקשורתיים מחלחלות לניהול ההליך המשפטי?
2. מהן נקודות ההסכמה והמחלוקת בין עורכי דין ליועצי תקשורת בזמן משבר?
3. מהן ההשלכות של אימוץ אסטרטגיות תקשורתיות על משולש הנאמנויות של עורכי דין בישראל כלפי לקוחותיהם' כלפי החברה וכלפי עצמם?

ממצאי המחקר :

**1**.הצורך בשיתוף פעולה בין עורכי דין לבין יועצי תקשורת ודפוסי העבודה המשותפת **2**. הממשק בין עורכי דין ליועצי תקשורת בשלב הטרום משפט**- 3.** הסכמות ומחלוקות במישור האסטרטגי: שקיפות , נטילת אחריות והתנצלות. **4**. הסכמות ומחלוקות במישור הטקטי.**5.** הממשק בין עורכי דין ליועצי תקשורת בשלב המשפט- **6**. עבודתם המשותפת של עורכי הדין ויועצי תקשורת בסופו של ההליך המשפטי.

**דמותו של העבריין בתקשורת :**

מאפיינים קבועים של סיקור פשע במדיה : **1**. שינוי בסיקור, ממקרים יוצאי דופן עד לאיום על החברה. **2**. התמקדות בפשיעה חמורה במיוחד. **3.** תוקפים והקורבנות בסיפורי הפשע הם בעלי מעמד גבוהה. **4.** העצמה במימד הסכנה החברתית הכללית הנובעת מהמקרה המתואר- " הכתובת הייתה על הקיר".

**פשעים סיבוליים** - פשע סימבולי זה שהתפיסה שלו זה שהוא לא כעבירה נקודתית (שמעורבים רק המבצע והקורבנות), אלא הוא משפיע על הקהל הרחב, ואז מתעוררות ומתחילות הקריאות לעשות משהו, למנוע פשעים דומים. ( לדוג עבירות מין)

**פאניקה מוסרית -** תגובה מוגזמת מהמדיה, מהמשטרה או מהציבור, הדבקת תגיות לפורעי חוק כשייכים לקבוצת שוליים מסוימת ופרשנות בהתאם , תפיסה מוגזמת של ממדי האיום הנובע מהם לפאניקה מוסרית יש השפעה גדולה כשהיא מתרחשת גם בקרב הציבור וגם בקרב מקבלי החלטות. זה יכול להביא לשינוי חקיקה, וגם במקרים מסוימים גם לקמפיינים מסחריים. יזמים מוסריים מניעים את גלי הפאניקה.

**יזם ציבורי :**מי שמחולל אץ הפחד והפאניקה המוסרית: ההמון , האליטה, בעלי אינטרס, יוזמי מוסר פוליטיים, מוסדיים ועסקיים.

**יחסה המשתנה של התקשורת לסוגים שונים של עבריינות:**

1**. אלמנט הגיל**- שמדובר בקורבן , קשישים או רכים- חסרי ישע. עבריינות נוער לא מעוררת אמפתיה.

2**. הקשר בין מגזר ופשע** –.בולטות למקרי פשע שבהן מעורבות נשים , הדגשת פרשנות ביולוגית להתנהגותן-, דגש על היבט חיצוני (אתי אלון)

3**. גאוגרפיה ופשע-** דימוי הפשע האורבני: הדגשת החריגות של פשעים באזורים כפרים, עבריינות צווארון לבן.

**סיקור עבריינים בישראל:**

1**. סיקור בריחתו ולכידתו של בני סלע** – הסיקור באותם ימים התאפיין : **1**. מעבר מסיקור בנוסח "מרתון אסונות" ל"דראמה משטרתית" )בשל חוסר מידע). **2.** יתרון לאמצעי תקשורת אלקטרוניים, עיתונות כתובה מאמצת ממד רגשי וביקורתי ("משטרע"). **3.** פערים נשמרים גם בסיקור הלכידה בשל התחרות ולחצי הרייטינג. **4**. אין דיון רציני בשאלות המוסריות והאתיות שנלוו ללכידתו.

2**. סיקור העלמתה ומציאתה של רוז פיזם** - מאפייני סיקור פרשיות רצח ילדים בידי הוריהם במדינות המערב: **1.** מאפייני סיקור פרשיות רצח ילדים בידי הוריהם במדינות המערב**. 2**. האחריות למתרחש עשויה להיות מיוחסת לגיבורי האירוע. **3.** דיון בנסיבות המקרה, הרקע הנפשי של האימהות האלה**. 4**. נטייה תקשורתית להדגיש סיבות פסיכו-פתולוגיות של אימהות יהודיות נשואות לרצח ילדיהן.

* **מאפייני הסיקור בישראל** : היקף סיקור רחב, דרמטיזציה גבוהה, רגשנות, שימוש באמצעים ויזואליים כותרות גדולות שימוש רב בתמונות, נרטיב בלשי דרמטי ,הבלטת נרטיב האחרות והחריגות במשפחה הדגשת השונות והזרות החברתית והמוסרית של המשפחה, דמוניזציה של כל הדמויות ההוריו, נרטיב הקורבנות: כל אחד מהמעורבים קורבן מצוקה, הפניית אצבע מאשימה כלפי הממסד. קריאות לשינויי מדיניות וחקיקה ולמעורבות קפדנית של שירותי הרווחה, בנעשה בתוככי המשפחות בישראל.

**העבריין כסלב :**

כיצד הפכו לידוענים?

**1. תהליך "מקדונאליזציה"** –עבריין מסמל תרבות צריכה ושפע ולא פריפריה, דמויות פלקאטיות בראיונות לתקשורת )לוי,2019 ; ) העדר כללים אתיים ביחס לראיונות עם עבריינים. הם הפכו להיות חלק מהמיינסטרים כי הם גם יצאו מהפריפריה, הם גרים בשיא ומגדלי היוקרה של תל אביב וחלק מתרבות הצריכה היום.

**2**. סנגורים מעודדים הכללת העבריינים בשיח התקשורתי.

3**.** התקשורת הישראלית מתמקדת באלימות הפלילית וממעיטה בסיקור העבריינות הפוליטית בחירה נוחה: לאלימות אין כתובת ברורה (מערכת חינוך, תוצרי עליה ומשברים אישיים) לאלימות אידיאולוגית יש כתובת, אבות רוחניים ומשתפי פעולה

**סימביוזה בין התקשורת למשטרה**

* איך זה משרת את המשטרה?

**.1** המשטרה זקוקה לתקשורת להפצת מידע וניהול תדמית ( דוג' הסדרה ירושלים) **2**. הרתעה .**3** מקור לאיסוף מידע. **4**. תלות תקשורתית במקורות משטרתיים. **5**. תקשורת מתגברת את עוצמת המשטרה.

* **אסטרטגיית ניהול תדמית המשטרה בישראל : 1.** חיבור לערך החדשותי ( מאמר גדעון שיפמן**).2**.הדלפות מיניפולטיביות (מבוקרות ומזיקות**). 3.** הענקת בלעדיות לערוץ תקשורת. **4.** מענה לביקורת על היעדר יעילות ואלימות. **5**. גיוס תמיכה תקציבי.

**קורבנות עבירות בעידן המדיה :**

**ארבעה ממדים בהתעצמות נוכחות נפגעים בתקשורת:**

נפגעים מתראיינים על הפגיעה ומוותרים על זכותם לפרטיות בחוק ובאתיקה העיתונאית

* נפגעים מבקשים להשפיע באמצעות תקשורת על הליכים משפטיים
* נפגעים מתראיינים על הפגיעה ומוותרים על זכותם לפרטיות בחוק ובאתיקה העיתונאית
* רשויות האכיפה משתמשות בנפגעים לצורך תדמיתי-
* עורכי דין פרטיים, פוליטיקאים וקבוצות אינטרס חוברות לנפגעים למטרות פרסום**.**

**מאפייני סיקור נפגעי עבירה בתקשורת המערבית:**

* עלייה בסיקור הנפגעים אך בולטים "חוק ההפכים" ו"הירארכיה" של קורבנות-
* ילדים רכים בשנים ונשים מבוגרות מוצגים כקורבנות "אידיאליים", צעירים מכורים לסמים ואלכוהוליסטים לא. העדפה לקורבנות "לבנים"
* רשויות החוק משתמשות בנפגעים לקידום חקירות ויחסי-ציבור
* מחקר שנערך בין שופטים ומשפטנים הצביע על השפעת דימוי של הקורבן האידיאלי בתקשורת על רף ענישה של התוקפים(2015,Baier&Hansler" (ענישה פופולארית**.**

**האסטרטגיות התקשורתיות של נפגעי העבירה: 1.** קמפיינים כחלק מתפיסת " צדק מאחה**". 2.** ספרי הדרכה לנפגעים ועיתונאים.

**הזכות לפרטיות בתקנון האתיקה של מועצת העיתונות:**

* עדכון איסור פניה אל קרוב נספה טרם נודע לו על האסון ממקור מוסמך
* התחשבות בבקשת נפגע עבירה לא לחשוף את שמו
* הימנעות מפרסום עבר מיני של מתלוננים בעבירת מי
* הקפדה על חוק הנוער, פרסום שם קטין עד גיל 14 בהסכמת משפחה\ אופטרופוס או "עניין ציבורי" מגיל 14-18 פרסום במקרה של "עניין ציבורי" ובאישור עורך

**מחקר- פגיעה שפתית**

**ממצאים:**

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 ממערכת המשפט-
* השתקה בתקשורת שמטעמי רייטינג מעניקה בולטות יתר לפושעים
* השפה התקשורתית מחייבת יצירת תדמית שלעיתים סותרת את אורח חייהם הקודם-
* הקושי לרכוש במקביל שתי שפות חדשות, השונות משפתם המקורית, פוגע במאמצי הנפגעים לגבש זהות חדשה כנפגעי עבירה
* צורך בתיווך כפול בינם לבין גופי החוק והמדיה

פלג, ע' (2014)."דמעה אחת שווה אלף מילים" : הזיקה בין התנהלותם התקשורתית של נפגעי-עבירות למעמדם בהליך המשפטי"**. קרית המשפט** י' (התשע"ד):

תאוריית המדיאטיזציה: הליך של שינוי חברתי הנובע מחדירת התקשורת לכל תחומי החיים. ההיגיון התקשורתי הפך ללב ההליך החברתי עצמו, והוא שמעצב את לוח הזמנים, את הסגנון ואת ההחלטות בחיים הפוליטיים, ומעורר בה בעת תגובות ציניות בתקשורת. גם המערכת המשפטית (עו"ד ושופטים) מושפעים מהתקשורת (רף הענישה, הימנעות מפנייה להסדרי טיעון בתיקים מתוקשרים).

ייצוגים של נפגעי עבירות בתקשורת המערבית: 1. **מאפייני הסיקור הפלילי בעיתונות המערבית** – מחקרים מראים כי ישנה הרחבה של הסיקור הפלילי בתקשורת אך מקרי הפשע המדווחים אינם מייצגים את הכרוניקה הפלילית והמשפטית שכן העיתונות מעדיפה לפרסם מעשי רצח ופשע סנסציוניים שמעורבים בהם ידוענים או בכירי ציבור – תופעה זו מכונה "חוק ההפכים".2. **מדרג הקורבנות בתקשורת: קורבנות אידאליים וקורבנות מושתקים** – לתשומת לב תקשורתית ולהבלטה זוכה דמותו של "הנפגע האידאלי" – כך לדוגמא, נפגעי עבירה בגיל הנעורים לא יזכו לסיקור. 3. **נפגעי עבירות בראי אידאולוגיית ה"חוק וסדר" בתקשורת** – בעקבות הבלטת מקרים מזעזעים ע"י התקשורת, מונצחים בסיקור הפשע וקורבנותיו ערכי הלחימה בפשע על חשבון ערכי המשפט וההליך ההוגן.

**האסטרטגיות התקשורתיות של נפגעי העבירה**: כשמערכת המשפט אינה ממלאת את הגשמתה להשיג את הצדק, מוסדות המדינה הופכים בעיני הנפגעים לתוקף. לכן הנפגעים פונים לתקשורת כדי לעורר משפט וירטואלי.

**השפעות הליך המדיאטיזציה על מהפכת הקורבנות**: התעצמות מעמדם המשפטי של נפגעי העבירה שלוב יד ביד בהליך המדיאטיזציה שמתרחש בחברה. עקב הרחבת זכויות הנפגעים נוצר שיח משפטי חדש הזוכה לערך תקשורתי גבוהה יותר ומשום כך הבמה הציבורית לנפגעים לספר את סיפורם התרחבה. אולם, מיקומו של השיח החדש הזה בשילובו עם השיח הפוליטי פוגע בנפגעי העבירה לטווח הארוך

**יחס התקשורת לנפגעי עבירות מין:**

**נקודת המוצא ויחסה המשתנה של התקשורת הישראלית לעבירות מין**

הנחת היסוד שלנו היא שהתקשורת מצד אחד מבצעת תיקון לעומת שנים של יחס שאפשר אלימות מינית, התקשורת מהווה רפורמה לקריאת תיגר על יחסי ניצול של נשים בעולם התעסוקה ובמרחב הציבורי, אך מהצד השני נרצה לטעון כי התקשורת היא חרב פיפיות- והיא פועלת גם לנרמול עבירות מין והשתקה שלהן.

נק' מוצא למחקר סיקור עבירות מין ( להב, 2008)

* הסיקור הינו מרחב להבניית היחס הציבורי לעבירות מין ,לתוקפים ולקורבנות
* התקשורת מנציחה את הסטריאוטיפים הרווחים לגבי עבירות מין ומעצבת דעת קהל שגויה
* מה שליווה אותנו בעבר מכונה "תרבות האונס". תרבות האונס זו תרבות המאפשרת להשתיק את קולן של נפגעות, ולקדם תפיסות שגויות ביחס לאונס.

**מבט היסטורי על סיקור עבירות מין בתקשורת המערבית**

נראה כי אונס עד שנות ה60 יוצג רק באיתונים פופולריים מאוד (צהובונים), ושם הוא היה חלק מהתחרות בין העיתונים. התקשורת לא נתנה קול לאותם קולות וגלים פמיניסטיים ואפילו השתיקה אותם.

**מבט עדכני על סיקור עבירות מין בתרבות המערבית**:

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

**סיקור עבירות מין בעיתונות בישראל**

בשנות 1990-1970- השתקת הקורבן בשל מוסכמות פאטריכליות ומאצואיזם, פרשת "אונס שמרת נסיון של התקשורת להחמיר עם התוקפים, מסגורים מנוגדים.

שנות 2000- יש עלייה כמותית ומשמעותית בערך חדשותי של סיפורי אונס, אבל עדיין, הרכיבים הסנסציוניים הם אלה שמחפשת התקשורת בסיפור של אלימות מינית. ועוד דבר נוסף, זה ההדגשה של "הוא אמר" מול "היא אמרה". נרמול וטריווליזציה של מקרי אונס, הכוונה לכך שזה נובע ממיניות גברית טבעית, או אלימות חברתית כללית. בכל אמצעי התקשורת שנחשפים אליהם, הדיווח הוא מאוד פולשני.

* **יחס לאונס גברים בתקשורת :** מרכז הסיקור בעיתונות הכתובה ,פחות בתקשורת המשדרת, מזעור אונס גברים והצגתו כסקס סוטה בהסכמה, טענה שגויה שאונס גברים קשור בהומוסקסואליות.

**פרקטיקות עיתונאיות בסיקור קורבנות-תקנון האתיקה מועצת העיתונות סעיף**

* איסור פרסום שם קורבן לפני שנמסר למשפחתו מפי גורם מוסמך (סייג עניין ציבורי
* זהירות ממגע עם משפחת הקורבן לפני מסירת ההודעה
* איסור פרסום שם קורבן עבירות מין אלא בהסכמתו ואיסור פרסום עבר מיני של מתלוננים בעבירות מין.

**"לצאת מהפיקסלים"- הויתור של נפגעות עבירות מין על הפרטיות בתקשורת )פלג ופוגץ' ,2020**

מחקר שעוסק בסוגיה הזאת- לצאת מהפיקסלים שבדק את הוויתור של נפגעות בעירות מין, איך הוא משפיע על הסיקור התקשורתי בעניינן. במחקר דנו בשתי פרשיות- אלון קסטיאל ופרשת לירן חג'בי.

פרשת אופק בוכריס- תוכניות סאטירה הן זירה לשיח פוליטי מאוד ביקורתי, לפעמים יותר מאשר התקשורת הממוסדת. אופק בוכריס שהורד בדרגה והורשע בעקבות מעשה אונס שביצע.

ממצאי המחקר:

פרשת חגבי

היקף סיקור דומה- בשתי הפרשיות סיקרו בהיקף דומה, לא שסיקרו יותר את חג'בי מאשר קסטיאל. אך טוב סיקור מעורב ולא חד משמעי. היה מאוד קשה להחליט מה היה טון הסיקור:

* נרטיב הנפגעת הגיבורה- כי בעוד שבפרשת חג'בי היו כלי תקשורת שיצרו את הנרטיב של הנפגעת הגיבורה ששמו אותה במרכז וכותרות של "תנו לה לנצח באמונה שלמה שיגיע היום שכבר לא נהיה בשר לתותחים" ופוסטים תומכים, לעומת זאת ברשתות היה דף מיוחד שהוקם לרגל הפרשה שנקרא "סוף לטרור הפמניסטי". צריך לזכור כי מדובר בעידן של נראות הנפגעות, שיש הרבה תגובת נגד לתנועת המי-טו.
* נרטיב הגיבור הראוי למחילה- נרטיב נוסף שנבנה היה גיבור ולכן הוא ראוי למחילה ואת זה יכלו לראות בפוסטים רבים שם נאמר כי הוא שכב על הגדר על מנת להציל את ביטחון ישראל ולכן צריך להקל איתו. מעניין שאפילו זה חלחל לשיח המשפטי- תקשורתי, כי סגן הסניגור הצבאי שייצג אותו תקף את המתלוננת בתקשורת ואמר כי היא מספרת סיפורים שונים, למרות שבסופו של יום חגבי הודה. הנטייה של סניגור היא תמיד לתקוף את המתלוננת, שזה חלק מהניהול ההליך האדברסרי, ולמרות שזו מערכת משפט צבאית הם עשו את זה חרף ההודאה. זה מזכיר לנו את האינטראקציה שיש בין יועצי תקשורת למשפטנים. עדיין יש תחשוה שהפוגע הוא מהאליטה הביטחונית הוא יכול להמשיך את המאבק לטיהור שמו גם אחרי ההודאה בבית המשפט הצבאי.
שנתיים אחרי פרסום הפרשה, שמאי פנתה לקריירה של דוגמנות- הציגו איתו כ"איט גירל".

פרשת אלון קסטיאל

בפרשת אלון קסטיאל רואים יותר נרטיבים המייצרים את ההיבטים החיוביים ואפילו הערצה לנפגעות שנחשפו:

* נרטיב הנפגעת הגיבורה (והמנהיגה החברתית)- בניגוד למאי פטאל, זוהר להט נחשפה וכתבה טקסטים שנועדו לנשים צעירות בסיטואציות דומות. הנפגעות של קסטיאל נהפכו במשך זמן קצר לאקטיביסטיות, דבר שהיה חדש באותה תקופה- גם ראיונות לתקשורת וגם פעולות מחאה (למשל כל פעם שקראו לאחת מהמתלוננות להעיד, כל השאר חיכו לה בחוץ, מה שהראה על הפגנת עוצמה- את לא לבד וחלק מקהילה תומכת).
* נרטיב הנפגעת כקורבן מערכת המשפט- הן הצליחו לכולל מהפכה של ממש כשהסתבר שנפגעות עבירות מין צריכות לוותר על הפרטיות שלהן בטיפולים פסיכולוגיים שהן עברו- הן צריכות לחתום על טופס ויתור. הנםגעות זעמו כי מצד אחד מאלצים כי בלי זה לא יהיה תיק, ומצד שני ברישומים של הטיפולים הפסיכולוגיים שלהן הם לא רק נוגעים לטראומה, כך שבעצם הן נחשפות בחדרי חדרים.
* נרטיב הנפגעת כקרובן "תרבות האונס" בתקשורת- עוד נקודה מעניינת הנפגעות של קסטיאל עוררו את השיח נגד התקשורת הממוסדת, על איך היא מבקרת את הפרשיות. כך למשל גבי גזית שהיה עוד בארץ, אמר בשידור "מה בכלל הן רוצות, הרי הן נסעו במוניות ברצונן לפאבים, אם הן רוצות להיות מגונות שלא ילכו לפאב". הרי מראש הן לקחו מונית בשביל שהן יוכלו לשתות אז מה הן בכלל באות ובוכות. בעקבות הפעילות שלהן של המתלוננות של קסטיאל שיצאו וביקרו מאוד את ההתנהלות התקשורתית, בעצם התחיל גם הגל הזה של האשמות על הטרדות של גבי גזית עצמו (הקטע שראינו), כשכאמור הוא נידון לא בהליכים פליליים אלא ציבורית, הוא הורחק ונאלץ לוותר על מעמדו ולא חלק יותר מהחברה הישראלית.

**תרומת הפייסבוק למאבק הציבורי בעבירות מין- תפיסות אוטופיות**

* הפייסבוק קורא תיגר על תרבות האונס )שיח הציבורי מאפשר תקיפות מיניות באמצעות האשמת הקורבן ונורמליזציה של תוקפנות מינית, 2013, Salter )
* 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" (2013,Munro (ולנקמה בפוגעים, לזעם ולהזדהות
* נרטיב נוסף

**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 ומחוייבות; 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 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 . ון-ליר)2005" )לייק" ושיתוף" מעצימים היבטים רגשיים הופכים את הכותבות למקור ידע והשפעה. הופכים "אישי" ל"פוליטי" .

**תפיסות טכנו-דיסטופיות**

המחקרים המאוחרים יותר (שנקראים "דיסטופיים") מדברים על האופן שבו הפייסבוק מטפל בעבירות מין, והם הגיעו למספר מסקנות:

* פעולות חברתיות ומבני שיח הגמוניים שקיימים בעולם החיצוני הועתקו )2016.,al et Sills (גם לזירה המקוונת.
* האלימות נמשכת ברשת: איומים, הטרדה מאיימת וביוש של נשים
* תיעוד של תקיפות מיניות והתפארות במעשים (2016,Uglevik and Sandberg . (
* נשים מבוגרות וחסרות יכולת כלכלית מודרות מהשיח
* חלחול של שיח פסיכולוגי לכתיבה על פגיעות מיניות

**שורדות עבירות מין בפייסבוק**

**מחקר שנלמד בשיעור- חסר**

דנציג-רוזנברג, ה' ופלג,ע'.(2020). "Post ופוסט-טראומה": תהליכי עיבוד הרגשות של נפגעות תקיפה מינית בהליך הפלילי ובמרחב המקוון", **משפט, חברה ותרבות** :

ממצאי המחקר :

1. חוויות רגשיות שליליות מהמפגש עם סוכני המשפט
2. חוויות רגשיות חיוביות מהמפגש עם סוכני המשפט- מיעוט מהנפגעות ציינו חוויות חיוביות.
3. .המלצות לטיוב ושיפור חוויות ההליך הפלילי ומאבק בתרבות אונס

**מאפייני כתבי המשפט והדרה בתקשורת**

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

הקדמה : היום, ניתן לראות ויכוח בין כתבי המשפט ובין יתר הקהילה העיתונאית והציבור כולו. אנחנו חיות בעידן בו יש התקפות מקבילות על היושרה של מערכת המשפט (בטענות של תפירת תיקים, התנהלות לא מקצועית ומפלה), והטענות מופנות בו זמנית גם כנגד כתבי המשפט וגם כנגד מערכת המשפט. אנחנו רואות תהליך בו יש זיהוי בין התקפות על המסקרים ועל המוסד המסוקר.

**העיתונאי העכשווי:**

*"אם פעם התפקיד של כתב המשפט היה לדווח מה קורה בתוך אולם בית המשפט או במשרד המשפטים. בעידן הרשתות החברתיות, הכתב הוא כבר חלק מהסיפור... מייחסים לו אג'נדות, הוא כבר טרגט בעצמו... אנחנו נמצאים במלחמה עכשיו, ואתה צריך לתפוס צד... כמו שיח פוליטי... קשה ככה להיות נאמן לערכים העיתונאיים שלך"*

הציטוט מסכם מה שנאמר- זו ראיה גם של כתבי המשפט שלא ניתן היום לתת סיקור שמנותק מהזדהות עם אחד מהצדדים, וזאת משום שיש ציפייה מהם. איך זה קרה? בעבר לא הייתה דרישה לנקוט עמדה ואלו לא דילמות שהעיתונאים התמודדו איתם.

**החלשת העיתונות בעולם המערבי:**

* צמצום מתמשך באוטונומיה העיתונאית בשל נפילת המחיצות בין חדר החדשות למוציאים לאור
* טשטוש גבולות בין עיתונאים מקצועיים לעיתונאים אזרחיים ובלוגרים
* ירידה ביכולת העיתונאים ליזום כתבות
* זיקה בין פיטורי עיתונאים והגברת עומס עבודה לירידה בתחושת עצמאות העיתונאים; ציפייה למעורבות עיתונאים בשיווק המוצר העיתונאי
* התרחקות מאתוס האובייקטיביות בדיווח: טון סיקור מוטה, מתן במה רחבה לדוברים מצד אחד של המפה הפוליטית, העלמה של ידיעות לא נוחות או דחיקתן למקום נידח בסדר היום החדשותי ) 2021, Panievsky (הבעת דעה בדיווח ומעבר לכתיבה רגשית
* נורמות מקצועיות חליפיות לאובייקטיביות: שקיפות, איזון, הגינות וחמלה
* **מעבר למודל העיתונאי הסנגור**: דיווחים והדגשת הדעה האישית של העיתונאי לקידום מטרות חברתיות )2018 & Lough;( ,McIntyre מודל העיתונאי הפעיל חברתי מעבר לכתיבה עיתונאית

**השפעות השימוש הטכנולוגיה והשיח הרשתי על העבודה העיתונאית:**

* ירידה בשימוש במקורות אנושיים ומעבר לתקשורת בכתב עם המקורות ולהסתמכות על מסמכים כתובים
* עליה בסיפורים בעלי משמעות חברתית וביקורתית ובהענקת קול לאוכלוסיות מוחלשות
* מחלוקת על השתתפות העיתונאים בשיח רשתי- נ

**מחקרים על כתבי-משפט**

* במאה ה 19 :כתבי-המשפט הם עובדי מערכת המשפט: קלדנים ומתעדים הוצאות להורג (1974,Jones
* עד לשנות האלפיים: "עיתונות קבוצתית": כתבים עצלים, טרף קל (Hess,1981;Davis,1994;Haltom,1998) ביקורת נטולי, למניפולציות
* עליה במעמדם של כתבי המשפט בחברות החדשות (2008,Gies (עליה בביקורת על מערכת המשפט )בוגוש והולצמן-גזית,2020-)
* הצטרפות עורכי-דין לסיקור העיתונאי; (2012,Davis(
* צמצום נוכחות כתבים בבתי משפט, ופוליטיזציה של הסיקור המשפטי

**Dog-Poop Girl- "**נערת קקי הכלבים"

זה המקרה הראשון של שיימינג ברשתות החברתיות. באמצע זה לא נשאר רק בתחומי הרשתות אלא שזה הפך גם להיות סיפור של התקשורת המרכזית, שבשבילם הרשתות החברתיות הן זירה לחיפוש סיפורים שלא יודעים עליהם. כתוצאה מסיפור הזה נוצר מושג שהיום לא משתמשים בו כל כך, "ליצנטרנט" (לינץ' באינטרנט).

**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**

הסיבה שהתקשורת מהדהדת כל כך את השיימינג של הרשתות החברתיות היא גם סיבה כלכלית. אם זה מה שהציבור מדבר עליו ברשתות, בואו ניתן לו את זה גם במהדורות הערב והעיתונים. אך זה גם בגלל שבאופן כללי, העיתונות עובדת בשירות מערכת המשפט- זה לא רק עניין של הדלפות אלא גם של קרבה רעיונית- תמיד יש יותר דומיננטיות לתביעה בשלבים הראשונים של המשפט, משום שהם מחזיקים בחומר החקירה, ומכיוון שהתקשורת עושה את הדיכוטומיה הזאת בין מי עבריין למי נורמטיבי, ותמיכה בעבריין קורה הרבה פחות מאשר הוקעת העבריין.

תוצאות מחקר : מחקר דן בשינוי העמדות שחל בין השנים 2007-2012נעשתה במאמר חלוקה בין מה גורם לתחושת עוצמה לעיתונאי משפט לעומת חולשה.

1. **גורמי העצמה בחווייתם המקצועית של כתבי המשפט**
* שינויים בערכו החדשותי של הסיפור המשפטי- אבל הם מדברים על כך שהסיקור התקשורתי הפך להיות כמעט זהה לסיקור פוליטי, התמקדות במשפטי ידוענים ובסיפורים סנסציוניים על חשבון המהות המשפטית
* שינויים בסגנון הסיקור המשפטי: כניסת שיח העתיד )נייגר,200- ) ערוב בין דעה לעובדה ועלייה בביקורת ובציניות כלפי מערכת המשפט, " משפט התקשורת" ככלי לטיפוח קשרים עם מקורות
* הערכת השפעת התקשורת על תוצאות ההליכים המשפטיים בישראל: אפשר לראות כי כתבי המשפט מרגישים בניגוד לעבר שהם יותר משפיעים על מערכת המשפט.

**2. גורמי חולשה בחווייתם המקצועית של כתבי המשפט**

* כל הזמן מקטינים את מספר הכתבים שמסקרים את התחום הזה, וכי בעלי אמצעי התקשורת הם שמעצבים את התפיסה לאן הולך הסיקור ולאיזה צד הוא נוטה. הם מצרים על כך שהעורכים מצייתים לבעלי האינטרסים ולמוציאים לאור
* חדירת יועצי-תקשורת ואנשי יחסי-ציבור אל חדשות המשפט
* יחצנים עושים שימוש מוטעה בכללי אתיקה עיתונאית-

**עמדות כלפי הסדרת יחסי המשפט והתקשורת בחוק**

* בשנת 2007 ביקורת על העדר אתיקה והעדר אכיפה משפטית
* 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 לבית-משפט, אלא אם הסכים או ניתן לו זמן תגובה; או אם קיים עניין ציבורי- כמובן שמדובר בדמויות שיש להן מקום בשיח ובציבוריות הישראלית לא נותנים את צו איסור הפרסום לזמן רב.
* הימנעות מפרסומים שנועדו להשפיע על ההליך(הערכת מהמנות עדים) ; אבל אין מניעה מפרשנות או ביקורת על הליכים משפטיים.
* פרסום בולט של אי הגשת כתב אישום או ביטולו או זיכוי של אדם שהחשדות או האישומים נגדו פורסמו בתקשורת- אם התקשורת כבר פרסמה הגשת כתב אישום, אז היא צריכה לפרסם ולהדגיש בדיווחים את ביטולו של כתב האישום או זיכויו של הנאשם.

**כללי האתיקה של מועצת העיתונות ביחס לסיקור המשפט האזרחי**

* הצגת עמדות כל הצדדים, פרסום כתב הגנה, ומתן זמן לנתבע להגיב אם טרם הוגש כתב הגנה – במקרים שבהם עוד לא הוגש כתב הגנה יש להימנע מפרסום הידיעה עד להגשת הכתב.
* איסור פרסום שאלון בהליך אזרחי ,אלא בצמוד לתשובות.
* פרסום דחיית תביעה או מחיקתה אם פורסמה הגשתה .
* לא תפורסם תביעה שנדחתה או נמחקה, אלא אם צויין דבר מחיקתה או דחייתה.

**כללי האתיקה ביחס לחופש הביטוי של עיתונאים ברשתות**

דיברנו על כך עיתונאים נדרשים היום לציית ולפרסם פוסטים כדי לקדם גם את עצמם וגם את המוצר החדשותי. אך לפעמים עיתונאי מביע דעה או מפרסם סיפור עיתונאי ויכול להיתבע בתביעת דיבה, כשלפעמים העיתון מסיר אחריות ממה שהעיתונאי פרסם.

* יש ארגונים מאוד שמרניים ואמרים כי עיתונאי לא יכול לפרסם את הדעות שלוף צריך להיזהר מפרסום דעותיו בנושאים פוליטיים כדי לא ליצרו תחושה של סיקור מוטה.
* יש דעה כי יש לפרסם אך לציין שמדובר הגישה האישית של העיתונאי
* אך יש גם ארגונים יותר ליברליים כמו עיתון הארץ, שהוא הרבה יותר ליברלי אך מזהיר את העיתונאים שלהם שאם הם יתבעו דיבה העיתון לא יתמוך בהם.

**ההדרה בתקשורת הישראלית**

רקע היסטורי: כשמדברים על הדרה בהקשר היסטורי רחב יותר, מדברים על ההתנגשות שבין האידאולוגיה שהייתה שלטת פעם- אידיאולוגית כור ההיתוך, של יצירת דמות צבר בהטעמה וערבוב של כולם ביחד- מה שגרם לאנשים לא לדבר בשפות המקור שלהם גם בבית, גרם למין תחושת נחיתות גדולה, לבין רב תרבותיות שכל מרכיב בקבוצה שומר על הייחודיות שלו.

**ייצוגים מזרחיים בתקשורת ובתרבות פופולארית**

* הסיקור התקשורתי של מזרחים בעבר היה שהם לא משכילים ומאוד ערמומיים. בעוד שאשכנזים הם עשירים, יהירים ואטומים.
* עם הקמת הערוץ השני התחיל רנסנס למוזיקה המזרחית. אך עדיין שימור הסטראוטיפים נשמר בפרסומות והרשתות- כמו הפרסומת של "הערס שילך איתך למוסך", עדיין הסטיראוטיפים הם חלק מהעניין בפרסומות.
* ייצוגי מזרחים בהווה: "צווארון כחול", דוברי עברית משובשת, המוניים, רגשניים, מספרים בעיניים דומעות על אוכל
* סקר הרשות השנייה: בקרב מנחי תוכניות: %15 מזרחים; %85 אשכנזים
* בתוכניות הפריים־טיים: %38 משתתפים מזרחים ; %62 משתתפים אשכנזים
* עקבות הסדרה ה"שד העדתי" טורים מזרחיים קבועים בעיתון "הארץ"

**הדרת נשים בתקשורת**

* על כל אישה מתראיינת- 3 מרואיינים גברים
* % 26 נשים בסיקור פוליטי; %27 נשים בפנאל המומחים; %71 נשים בסיקור קורבנות- הייצוג הנמוך של נשים בסיקור פוליטי ובפאנל של מומחים, אל מול הבולטות שלהם בסיקור מקרי קורבנות. גם היום בעיתונות יש יותר מודעות לגיוון.
* % 38 מהעיתונאים הן נשים; שיעור נמוך בתפקידים בכירים )נעמת )2014
* % 60 עיתונאיות פונות למקורות גברים )פרופ' צבי רייך(
* רדיו "קול ברמה" ישלם פיצוי של מיליון שקל על סירובו להעלות נשים לשידור

**נשים בעולם הפרסום:** החפצה, קיטוע, שפה מנמיכה, טרנד חדש- פרסום מגוון

**ערבים בתקשורת:** מסגורי סיקור מקוטבים ושטחיים: "האח הטוב" או "תומך הטרור' **סיקור נמוך בערים ערביות.**

**קשישים בתקשורת :** תת ייצוג, הדגשת מצב בריאותי, נוכחות במיוחד בתוכניות בוקר ,מוצגים כמתלוננים, מרירים, ומשועממים; נעדרים מסדרות דראמה- כמעט לא רואים סדרות דרמה המככב בהם אדם מבוגר.

**בעלי מוגבלויות בתקשורת :** מסגור כנכה על/נכה אומלל - הדגש על חולי ולא על שיקום, "קרקס חריגים" בתוכניות מציאות**.**

**דיקטטורת הרזון:**

* האופן השלילי שמתייחסים לאנשים כבדי משקל:
* הגוף השמן סמל לחוסר איפוק, אסתטיקה לקויה, מוסריות נחותה
* דיכוי באמצעות דאגה לבריאות

בסיס להפרעות אכילה- מצאו קשר ישיר בין הפרעות אכילה לחשיפת יתר למשקל לא בריא ובלתי אפשרי בתקשורת וברשתות.

**סיכום**

* המחקרים על התקשורת הישראלית מעידים על נוכחות דומיננטית לגברים יהודים, חילונים, אשכנזים וותיקים בפריים- טיים
* הדרה של ערבים, חרדים, דתיים, עולים, נשים ומזרחים, קשישים ובעלי מוגבלויות
* קבוצות מודרות מופיעות יותר בהקשרים שליליים
* חברי הקבוצות הדומיננטיות שולטים בהגשה ובדיווח החדשותי.
* בישראל אין שיח על הדרה בתקשורת בניגוד למתרחש בחברות מהגרים אחרות- כשמתחילים לדבר על הדרה, זה תמיד מושתק.
* תחילתו של שינוי- מועצת העיתונות בישראל אישרה איסור על כלי תקשורת להדיר ולהפלות אוכלוסיות שונות
* BBC הקים מנגנון בקרה ותלונות, קוד תוכניות מעודד ייצוג והכשרת בני מיעוטים
* השידור ההולנדי מחוייב בחוק לייחד %15 מזמן תוכניות לקבוצות מיעוט

**טענות מרכזיות במחקר השפעת התקשורת על פוליטקאים**:

זירוז תהליכים- התנגשות בין תפקיד השליח והנאמן של נבחר ציבור, דרמטיזציה ודה-רציונאליזציה- ,ספינים ו ו-sound bites,

סנכרון בין הקצב הפוליטי לתקשורתי.

מדובר בטשטוש הגובלות המסורתיים שהיו לבין מידע הכבד לראש לבין המידע קל, כניסה של טכניקות אסטרטגיות-תקשורתיות ללב הזירה הפוליטית.

**רמת ההשפעה של התקשורת (כספי) :** קוגניטיבת, רגשית, התנהגותית.

**מודלים מרכזיים במחקר השפעת התקשורת:**

מודל המחט התת עורית**,** מודל ההשפעות המוגבלות, אסכולת המערכה, אסכולת בשימושים והסיפוקים. תיאורית עגלת המנצח, תיאורית האדם השלישי.

**מסורת ההשפעות החזקות המאוחרות**

התיאוריות עדיין תקפות ומאוד רלוונטיות לעידן הרשתות החברתיות, כשהן מגדירות את השפעת התקשורת על המרחב הציבורי בדברים הבאים:

* קביעת סדר היום הציבורי
* תיאוריית המסגור-
* קושי מתודולוגי בבחינה סטטיסטית של השפעת התקשורת על הליכים משפטיים

זה הוביל אותנו לתיאורית המדיאטיזציה:

**שתי גישות לשלבי המדיאטיזציה:** **1**. כדי שתהיה מדיאטיזציה צריכה להיות הרחבה טכנולוגית. **2.** הגישה השנייה קובעת כי זה לא מספיק כדי שהמדיה תחולל שינוי, צריך לעשות הערכה האם המדיה היא מקור המידע או שהציבור צורך את המידע בדרכים אחרות.

**סיכום :**

התקשורת הנוכחת גרמה למתח בקהילת המשפט- השופטים טענו שרק ראשי המערכת מקבלים ייעוץ תקשורתי מספק וחשיפה, בעוד שהם נשארים בודדים במאבק בהתקפות נגדם. ראינו שגם יחסים בין עורכי דין החריפו בגלל המרוץ להתפרסם בתקשורת, ואם פעם בקהילת עורכי הדין מה שאפיין אותה זו האחידות- השפה והדרישות, האחידות הזו מאיימת עליה בזירה בתקשורתית משום שזה מחמיר את באתוס של ההגינות ביחסים שבין עורכי הדין. התקשורת יוצרת איזשהו כישוף בעולם התקשורתי. אך יש לזכור כי יש לא מעט תהליכי בלימה של התקשורת במשפט. עדיין בתוך קהילת המשפט סבורים שההליך המשפטי עצמו ניזון מהחוק ולא מהמתפרסם בתקשורת.