מאפייני התקשורת:

1. **מסגור וייצוג חד צדדי-** תיאוריית המסגור לא מכתיבה רק על מה לחשוב אלא גם על איך לחשוב. הדרך שבה התקשורת נוהגת, שידור כתבות חד-צדדיות וממסגרות שתומכות רק בצד אחד בסיפור ולא רק מציגות את הפרשה מכתיבה לציבור איך לחשוב, בלי לראות את התמונה השלמה.
2. שימוש בוויזואליה- למשל תמונה של גן שעשועים בסיפור על ילדים
3. תקשורת תלויה תרבות
4. מתח בין שני נרטיבים
5. **מתי לשתוק ומתי לדבר**- לפעמים עדיף לשתוק כדי לא לעורר "רעש" מיותר. גם לשתוק זו בחירה עם אינטרסים משלה ולכן הטיימינג והדרך של התגובה חשוב נורא. (כמו שעשתה דודה של איתן בירן).

מאפייני התקשורת הממוסדת בישראל 2021

1. פיטורי עיתונאים ירידה ב40% מ2010 . הירידה בהעסקת עיתונאים מובילה לכך שהסיקור מתרחק מהזירה המשפטית, כי אין מספיק כוח עבודה שיסקר את הכל
2. צמצום תחקירי עומק ו**בידוריזציה של התוכן החדשותי-** מגמה עולה של פוליטיקאים שפונים להתראיין בתוכניות בידור וסאטירה- כדי לעקוף את ערוצי התקשורת אך עדיין לקבל סיקור ולהשפיע על דעת קהל ללא ביקורת רצינית. תופעה רווחת שמראה שאולם לתקשורת הממוסדת עדיין יש הערכה רבה אך היא מוחלשת לא רק כלכלית אלא גם מעמד ציבורי נמוך.
3. אינטרסים מסחריים בסיקור, קידום תוכן מסחרי במהדורות החדשות כך שהציבור לא יכול להבחין איזה סיקור נובע מאינטרס כלכלי של החברה המחזיקה בחדשות, ואיזה דיווח עיתונאי אמין ואמיתי שנובע מחופש מידע.
4. החלשת התקשורת הממוסדת עקב התקפות פוליטיות והעתקת פעילות פוליטית **לרשתות החברתיות** שמנגישות הכל בכל זמן. אך אלו עדיין שואבות גם הן פרסום מהתקשורת הממוסדת ולכן יש לה עוד השפעה מעצבת על הציבור.
5. עידן התמוטות מידע- הכל נגיש קצר ומתומצת לכן הסיקור הופך להיות בשפה מונגשת פשוטה וצינית.

סיקור המשפט בתקשורת- עדיף לתקשורת לעבוד מהצד של התביעה ולא ההגנה:

* העיתונאים תלויים במערכת המשפט והתביעה היא הברז למידע (הסנגור לא מקבל הכל הרבה נשאר במשטרה)
* תרבותית תפיסת החוק והסדר עולה על תפיסת ההליך ההוגן
* פחד- התפיסה שאנו צריכים חוק וסדר כדי להסדיר את החברה נובעת מפחד= יש פאניקה מוסרית ופחד מפושעים וקביעה מחקרית שהפחד מוכר.

**ההליך המשפטי משתמש באלמנט הפחד, אלמנט הפישוט, אלמנט הפרסונליזציה ואלמנט הדרמה כדי לקבל יותר חשיפה ועניין מהציבור- זה מה שמעניין את התקשורת, נורמליזציה, שייח העתיד, עירוב בין דעה לעובדה, ביקורת וצינויות למשפט, מאבק בין החוק לאינטואיציה של צדק Trial by Media ועליית האקטיביזם העיתונאי תוך הפיכת הנמען למושבע כורסא.** מפורט בסוף המחברת.

הערך החדשותי נקבע לפי מידת החשיבות הציבורית שלו- למשל עדיפות סיקור של אנשים מוכרים או של מעשים חמורים..

מעמדה של העובדה בתקשורת (פחתה האובייקטיביות):

* **שיח עתיד**- התקשורת הממוסדת לא יכולה להתחרות ברשתות החברתיות מבחינת זמן סיקור ולכן יש עלייה בשיח עתידי ופרשנות במקום סיקור של אירועי היום.
* **פוליטיזציה של הסיקור**- יותר מאמרי דעה ופרשנויות.
* **עליית האקטיביזם העיתונאי:** אופן מסורתי, העיתונאי אמור לדווח ואינו אמור להיות אקטיביסט חברתי. היום ישנם עיתונאים שנלחצים לקידום נושא מסוים או אנשים מסוימים. למשל- התגייסות עיתונאיות לטובת נפגעות עבירות מין כדוגמת הדס שטייף, יעל דן וכו'. צריך לשקול מילים למשל הדס נתבע בלשון הרע
* **הקמפיינים של השנים האחרונות בטענות לאי צדק (**כמו קמפיין זדורוב)- שמערכת המשפט לא החמירה מספיק עם הנאשם, שהעונשים קלים מדי, הרשיעו את האדם הלא נכון ...... אי אמון בכללי הממסד שגבר בעידן הרשתות החברתיות.
* **סדרות הדוקו-פשע**- הן לא משדר חדשותי רגיל. הן מביעות דעה, הן נחרצות ויש שאומרים שהדוקו ניצח את העיתונות כי הוא יותר מעניין. הדוקו צמח בין היתר מספרות הבלשים.

**מאמרו של כספי-** הפוליטיקה 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. השפעת הסיקור התקשורתי על הכרעות דין ופסקי דין אינה ניתנת להוכיחה אמפירית (מחקר על השפעת סדרת הטלוויזיה CSI על מושבעים) אך מחקרים איכותיים כן הראו שיש השפעה מסוימת לתקשורת (וידוא רחב יותר של התובע או לחץ הסנגורים מהמושבעים). מגדיר את הדמוקרטיה שבה אנו חיים כ"טיפקס"- השיח הוא אי רציונלי ומתרחק מעובדות.

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. במשפט הפלילי אמנם לא הצליחו להוכיח אמפירית את השפעת התקשורת על ההכרעה אך כן נמצא שיש השפעה ברף הענישה - פופיליזם ענשתי (עונש חמור יותר כדי לספק את הציבור). **זהו יישום של תיאוריית המדיאטיזציה על מערכת המשפט.**

**תיאוריית המדיאטיזציה-** מנסה להוכיח שהתקשורת משפיעה גם על מוסדות ומבנים חברתיים למשל החיפוש אחרי דרמה חודר למוקד החלטות ומשנה התנהלות של שחקנים פוליטיים.

**ספין-** אסטרטגיה להטיית השיח. זה מונח שלקוח מפוטבול, כדי להטעות את היריב השחקן זורק את הכדור לכיוון אחר. ובהשאלה לעולם התקשורתי, הכוונה הטיית השיח התקשורתי והציבורי למרכז אחר, באמצעות הדלפת סיפור.

**מודלים מרכזיים במחקר השפעת התקשורת**

* מודל המחט התת עורית- **אדם שצופה במסרים התקשורתיים מקבל את זה כסם- כהשפעה ארוכת טווח ובעלת עוצמה.**
* מודל ההשפעות המוגבלות- בהדרגה עלו תפיסות שהן הרבה יותר ממותנות לגבי השפעת התקשורת. **השפעת התקשורת איננה מובנית מאליה, זה תלוי במכלול גורמי רקע חברתיים וכלכליים.**
* אסכולת המערכה- ההשפעה של תעמולת בחירות די מוגבלת ומשפיעה בעיקר על המתנדנדים
* אסכולת בשימושים וסיפוקים- ההסתכלות של צרכן התקשורת היא יותר רציונלית ממה שחשבו המחקרים הראשונים כבעל בחירה שמודע לצרכיו ומעשיו.

גורמים פסיכולוגים שמאיצים את השפעת התקשורת:

* תיאורית עגלת המנצח- **נטייה של פרטים בקהל להתיישר עם הצד שנתפס כמנצח** (ללכת עם הזרם)
* תיאורית האדם השלישי- **המחקרים מצאו כי גם אנשים שיודעים להרחיק את השפעת התקשורת אל אדם השלישי, הם מושפעים גם- העברה של הדחקה.** דיברנו על כך בממצאים של שופטים שטענו שאחרים מושפעים מהתקשורת בעוד שהם מרחיקים את עצמם.

**יחסי שופטים- תקשורת**- השופט בא למגרש שונה לחלוטין מהזירה המשפטית, הוא מגיע לזירה בה נלקחת ממנו השליטה, השייח הופך להיות **פרסונלי** (בשביל רייטינג) ולכן הרבה פעמים זה גולש **לתקיפה** למשל לשופט מודריק.

האתוס הנדרש לקיום הפעילות השיפוטית, כמו בפסל אלת הצדק, זה עיניים עצומות בעוד התקשורת שמחפשת בדיוק את הדברים ההפוכים, עניין ולאו דווקא אמת לאמיתה תמיד. לכן הניסיונות שמנסים היום לגשר בין תקשורת למשפט הם ניסיונות בעייתיים.

**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 ומערכת המשפט תהיה מחוץ לזירה התקשורתית. לכן הייתה ביקרות למשל לריאיון השופטת בהקשר לשרה נתניהו.

**"דלתיים פתוחות": השפעת התקשורת על המשפט בישראל. מחקר הבודק** מהי הזיקה בין השינויים המתחוללים בסיקור המשפט בתקשורת הישראלית לבין עמדותיהם של השופטים כלפי היחסים עם המדיה? **ממצאים:**

1. השופטים בישראל מייחסים להשפעת התקשורת על השפיטה עוצמה רבה יותר מאשר בעבר.
2. רף ציפיותיהם של השופטים מהתקשורת מבוסס על נורמות מקצועיות שאינן מקובלת בתקשורת המודרנית, ועל כן אינו ריאלי.
3. על אף ביקורתם החריפה, השופטים מתנגדים להגבלת סיקור המשפט בחקיקה נוספת, ומוכנים להתקרב לזירה התקשורתית יותר מאשר בעבר. לדעת השופטים לתקשורת אחריות חברתית לבצר את מעמדה של השפיטה.

במאמרו של כספי "בין שני מוסדות" ישנה הצגה של יחסי הגומלין בין המשפט לתקשורת, תוך הצגת קווי דמיון ושוני. שניהם חותרים לעצמאות, עוסקים בחריגים וסטיות נורמטיביות בחברה, שניהם מבוקרים על שיותר מידי אקטיביסטים, מערכות המזוהות עם אליטות מה שמבוקר בעידן הפוסט אמת ויש להן אויב משותף והוא שיטענו שפועלים מתוך הטיה פוליטית.

**ייעוץ תקשורתי כתחום אקדמי-** במאמר יחסי ציבור אסטרטגיות וטקטיקות ישנם טיפים להתנהלות התקשורת במהלך משבר (פגיעה באמון)- לפעול מהר, לא לשתוק, להקפיד על אמת גם לא נעימה, להדגיש את אינטרס הציבור ולהימנע ממתקפה של המראיינים.

**פתרונות להגברת האמון במערכת המשפט**

אנחנו נמצאות בעידן שיש חוסר אמון עמוק במערכת המשפט- יש מגמה מדאיגה מאוד בירידה של אמון הציבור במערכת המשפט. שלושה המאמרים של לשכת עורכי הדין שהציעו הצעות שונות לתגבור אמון הציבור בטענה משותפת שחוסר השקיפות של המערכת בעידן של היום נתפס כהסתרה:

1. המאמר הראשון- למרות החשש מהדלפות יש דיונים שצריכים להיות בדלתיים פתוחות או מוקלטים למשל דיונים בדיני משפחה כי אם נראה לציבור המתדיינים שאין למערכת מה להסתיר זה יצור אמון.
2. המאמר השני- מציע לבטל את העבירה של זילות/ פגיעה בכבוד ביהמ"ש כדי לא לשדר שהשופטים הם מעל ביקורת.
3. המאמר השלישי- טוען שיש לאפשר לשופטים להתראיין בראיונות פומביים- להפוך אותם לבשר ודם.

גם בישראל יש **שימוש ממסדי** בתקשורת שהחל בשנים האחרונות, אך מעבר לזה יש גם **שימוש אישי**- בהדלפות פרטים מהפס"ד לעיתונאים לפרסום או ראיונות טרם פרישה כדי לצרוב את הדימוי הציבורי שלהם לאחר הפרישה.

**השפעת התקשורת על השפיטה בישראל-** בסגנון הכתיבה שנעשה יותר פשוט ומונגש, ברף הענישה כאשר יש לחץ מהציבור (אך לא בהכרעה) ובעצם ההכחשה להשפעה אישית מהתקשורת שמעידה על שמושפעים גם אם לא מודעים.

|  |  |
| --- | --- |
| 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 |

יועצי תקשורת לעומת עורכי דין

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | עו"ד | יועצי תקשורת |
| כללי אתיקה | אכיפים  | תקנון וולנטרי |
| הכשרה | תואר ומבחני לשכה | אין צורך ברישוי או דרישות מקדימות כדי לא להגביל את חופש הביטוי |

3 ממשקים בין יועצי תקשורת לעריכת דין:

1. יועץ תקשורת ללקוח בנוסף לעורך דינו
2. ייעוץ תקשורתי של הפירמות הגדולות
3. ייעוץ תקשורתי לעורכי הדין להרחבת מעגל הלקוחות

מחקר בו לקחה חלק המרצה בחן את שני הממשקים הראשונים וביטויים בארץ. הוויכוח על נחיצות הופעת העו"ד בתקשורת- פעם לא היה מקובל או אף חוקי והיום מבינים את הצורך אך הגישה עדיין זהירה. למשל ישנם כללי אתיקה להתנהלות עו"ד ברשתות חברתיות.

יעוץ תקשורתי בראיי הפסיקה:

1. קמפיין נגטיבי מוגדר כלשון הרע- הערכאות התווכחו לגבי הפיצויים, אך קבעו כי לשון הרע זה לשון הרע.
2. הטלת האחריות מוגברת על יועצי התקשורת לבדוק את אמינות המידע ולא להפיץ פייק ניוז. - **מנירב נ' אייל ויובל ארד**- ביהמ"ש העליון קבע שהאחריות על הקמפיין הנגטיבי היא על יועצי התקשורת עצמם (היו צריכים לבדוק אם זה לשון הרע או לא).
3. ביקורת חריפה של בית המשפט על הספין התקשורתי**-** **פרשת אורי דניאל**, כחלק מהסכסוך העסקי בין התובע לנתבע, פתחו קמפיין שלילי הכל במתוכנן כדי להוביל אותו לשלם ולנצח במקרה. בעליון נאמרו דברים קשים לגבי המושג ספין כך שהשופטים מתייחסים אליו כאל מסע של שקר והטיה. השופטת אגמון אמרה שהשימוש בייעוץ תקשורתי מייצר הפליה חברתית כי לא כל אחד יכול להרשות לעצמו.

**ההבדל בין דוברות ליועצי תקשורת-** הדובר הוא מגיע מהמקום המגיב, בעוד שהיועץ הוא מהמקום היוזם, ההתקפי. יש דוברות ממסדית ואילו יעוץ תקשורת זה אישי. יועץ התקשורת לרוב ישאר מאחורי הקלעים.

דמיון בין שלבי המשפט לבין אסטרטגיות של יועצי התקשרות- במחברת שיעור 5

**דמותו של העבריין בתקשורת.**

מאפיינים קבועים של סיקור הפשע במדיה:

1. הפשעים הפכו מחדשות שמקורן במקרים יוצאי דופן לאיום על מרכז החברה (בשונה מהסטטיסטיקה)
2. התמקדות בפשיעה חמורה
3. התמקדות בתוקפים וקורבנות ממעמד גבוה (בשונה מהסטטיסטיקה שרוב הפושעים הם משולי החברה)
4. העצמה במימד הסכנה החברתית- פחד מוכר

**פשעים סימבוליים**- מפשע קטן לפשע שפוגע ומשפיע על הקהל הרחב וגורר קריאות לשינוי כמו בעבירות מין.

**פאניקה מוסרית-** הדבקה של תווית ותגית שהופכת קבוצה מסוימת כחלק מתופעה והגזמה בממדים האיום שנשקף מזה לחברה. לכך יש השפעה גם בקרב הציבור וגם על מקבלי ההחלטות (בחקיקה, במסחר).

**מחוללי הפחד נקראים יזמים ציבוריים-** יכול להיות ההמון (אזרחים), האליטה (בעלי הממון והשררה לרבות פוליטיקאים), בעלי אינטרס (למשל כלכלי) ואין סוף נבחרי ציבור שמנצלים את זה לצורכיהם.

**איך מעוררים פחד-** הגזמה וחוסר הדיוק שבין שיקוף המדיה של עולם הפשע לבין מה שקורה במציאות. נקרא **חוק** **ההפכים**- מי שהתקשורת רוצה להדגיש בסיקור הפשע, אך זה לא בהכרח מייצג את הסטטיסטיקות המקומיות.

יחס שונה לסוגים שונים של עבריינות:

1. **אלמנט הגיל** (בעיקר בקורבן)- עניין בצעירים מאוד ומבוגרים מאוד
2. **מגדר** (נשים לעומת גברים)- יותר סיקור למקרים בהן מעורבות נשים כמו אתי אלון. הדגשת מניעים ביולוגים למשל מה גרם להן לרצוח (משהו שלא קורה בגברים) ומצב נפשי. דגש על היבט חיצוני שלהן.
3. **גאוגרפיה**- הגדשת החריגות של פשעים באזורים כפריים (כאילו יותר חמור מבעיר) ועבריינות צווארון לבן (מתרכזים בפשע ולא בהרבה האזרחים הפשוטים שנפלו קורבן).

במקרי רצח ילדים בידי הורים במדינות המערב- האחריות היא תמיד מוטלת על המבצעים, שאין כמעט דיון תקשורתי על התנאים ונסיבות חברתיות או נפשיות שהובילו לכך.

**העבריין כסלב-** יצאו מהפריפריה (גרים איפה שאנחנו גרים וחלק מתרבות הצריכה של היום) ולכן הדיון והכלל הפושעים בשיח הציבורי נעשה לגיטימי מאוד. במקומות אחרים יש כללים לגבי ראיון אנשים אלו למשל בBBC צריך היתר דרגים גבוהים. **החשש**- שזה יוביל לתופעה של העתקה, זה מעניק לגיטימציה של פשעים, ופגיעה אנושה בנפגעי העבירות. בנוסף, הרבה יותר קל לסקר מעשי פשע שהתבנית והנרטיב הוא מאוד פשוט- תבניות הסיקור מאוד חוזרות על עצמן ונוטות לשטחיות, דרמה ופרסונליזציה, כשמאוד קשה לעשות את זה באלימות אידיאולוגית.

איך התקשורת משרתת את המשטרה- במחברת סוף שיעור 6.

מקרה חריג- הסדרה על מחוז ירושלים נשמע כמו win win אבל בסוף הוביל לסיקור שקר והעניין התפוצץ.

* הרתעה
* מקור לאיסוף מידע
* תלות תקשורתית במשטרה כמקור מידע
* תקשורת המתגברת את עוצמת המשטרה

אסטרטגיות ניהול תדמית המשטרה בישראל

* חיבור לערך חדשותי - במאמר של גדעון שיפמן- טען שלמשטרה יש מערך מאוד מרשים של דוברות, הם יודעים לעשות ניצול נכון מאוד ולהתחבר לפרשיות שמענייניות את התקשורת ולמנף אותם לצורכיהם. כמו הסיפור עם משפחת פוגל שנעשתה כתבה בנושא בערוץ 12 שהידרה את הישג קציני המז"פ ומצד שני נתנה **בלעדיות** לערוץ.
* הדלפות מניפולטיביות (מבוקרות ומזיקות)
* הענקת בלעדיות לערוץ תקשורת מוביל- פעם לא היה מקובל היום ידוע שמבטיח סיקור חיובי ותומך.
* מענה לביקורת על היעדר יעילות ואלימות- הדגשת הצלחות מבצעיות ואנושיות של חברי הארגון ושימוש בפייסבוק.
* גיוס תמיכה תקציבי- סיקור על התקציב הנמוך ביחידות מסוימות כדי להביא זאת לתשומת לבם של הציבור והדרגים הגבוהים.

**קורבנות עבירות בעידן המדיה**

סיקור נפגעי עבירה בתקשורת:

1. ויתור על זכות לפרטיות בחוק בגלל רצון להשמיע את הקול
2. רצון להשפיע על הליכים משפטיים באמצעות התקשורת
3. השתמשות רשויות האכיפה בנפגעים לצורך תדמיתי – למשוך עוד תלונות ועדים
4. שימוש עו"ד פרטיים, פוליטיקאים וקבוצות אינטרס בנפגעים לשם פרסום

מאפיינים של הסיקור התקשורתי

* עלייה בסיקור הנפגעים אך בולטים "חוק ההפכים" ו"הירארכיה" של קורבנות- הסיקור של הנפגעים לא משקף את מכלול מספר הנפגעים בחברה, ויש גם היררכיה של קורבנות.
* ילדים רכים בשנים ונשים מבוגרות מוצגים כקורבנות "אידיאליים", צעירים מכורים לסמים ואלכוהוליסטים לא. העדפה לקורבנות "לבנים"- נפגע שלא דבק בו רבב.
* 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"- מצאו כי יש נטייה וזיקה בהשפעת התקשורת לבין השיח ציבורי שהוא תובעני מאוד לבין רף הענישה.

מחקר פגיעה שפתית: השוואת החוויה של נפגעים בהליך משפטי לעומת הליך תקשורתי.

* השפה המשפטית קרה ומנוכרת, בעלת כוח אכיפה אך ממעטת להתייחס לצרכי- הנפגעים- לא הבינו מה קורה
* התביעה בישראל עדיין אינה מעמידה לרשות הנפגעים מידע הדרוש לצורך מימוש זכויותיהם
* קושי של הנפגעים בהבנת מושגים משפטיים, לתקשורת אמנם כוח השפעה רב על השופטים, אך הציפייה לפתרון היא עדיין ממערכת המשפט- הם הרגישו נתק בין השפה המשפטית שלא מצליחה להביע מספיק את הסבל שלהם. עדיין מרגישים שמי שיכול לסייע בענישה הוא ביהמ"ש.
* השתקה בתקשורת שמטעמי רייטינג מעניקה בולטות יתר לפושעים- במיוחד זה האופן שבו נותנים מקום לפושעים יותר מאשר לנפגעים עצמם.
* השפה התקשורתית מחייבת יצירת תדמית שלעיתים סותרת את אורח חייהם הקודם- התקשורת רוצה להציג אותם בצורה נורא מסכנה ומבקשת חדירה להמון היבטים פרטיים בזמן תקופת אבל.
* הקושי לרכוש במקביל שתי שפות חדשות, השונות משפתם המקורית, פוגע במאמצי הנפגעים לגבש זהות חדשה כנפגעי עבירה- לאחר הפגיעה מהמקרה גם פגיעה בזהות שלהם, שאפילו זהות שלהם השתנתה כי הם נאלצו לרכוש שפה חדשה ולמצוא חיים חדשים אחרים. לא יכולים להשתחרר מהדימוי הזה ולשקם את חייהם. התקשורת לא מניחה להם. מחקרים אומרים שזה מחדש את הטראומה אך לעומת מערכת המשפט, התקשורת כן נותנת קול בעידן הנראות שבו אנחנו נמצאות.
* צורך בתיווך כפול בינם לבין גופי החוק והמדיה- הם זקוקים לליווי מקביל ולא רק לליווי משפטי שינגיש להם את השפה המשפטית אלא גם שיעזור להם איך להתמודד עם התקשורת. שיסבירו להם מה לעשות ומצד שני גם לעזור להם לא להיכנע ללחץ שהם לא יכולים לעמוד בו.

**דיווח על עבירות מין**

גם בתקופה שהיה פמיניזם כבר היתפתח עדיין התקשורת השתיקה אותם ולא נתנה להן קול כי אונס מוכר כמו שפחד ורצח מוכר. ‏גם היום אונס מוצג כדחף בלתי נשלט, כתוקף זר סוטה ובלתי שפוי לעומת אם זה מכר אז איך זה הגיוני שהוא אנס אותך למשל בדייט.

**נרמול וטריווליזציה** של מקרי אונס כמניות גברית טבעית או אלימות חברתית כללית.

**הדיווח מאוד פולשני** והאונס אפילו חלק מתוכניות פופולריות כמו תוכניות בישול- ‏מצד אחד נותן במה מצד שני מנרמל ומזיל את המקרה.

**אונס גברים בתקשורת**- נכנס מאוד מאוחר למשל בקהילת במי טו רק כאשר מדובר בדמות גדולה. טעות רווחת הוא קישור אונס גברי להומוסקסואליות.

**לפי תקנון האתיקה** - ‏אסור לפרסם שם קורבן לפני שנמסר למשפחתו מגורם מוסמך אלא אם זה עניין ציבורי. ובעבירות מין בכלל אסור לפרסם שם ועביר מיני אלא בהסכמה (חוק זכויות נפגעי עבירה מ2001). למרות זאת יש הגנה נורא רופפת על זכותם של נפגעי עבירה והמגע עם התקשורת מתואר בקורבנות שלישית (לאחר המקרה והחשיפה ברשויות ועם בנאשם).

**הוויתור ‏שנפגעות עבירות מין על הפרטיות** **בתקשורת** מאמר פלג ופוגץ 2020- ‏כדי להתנתק מהבושה וגם להעביר מסר לאחרות. עדיין ניתן ‏לראות שיש חשיבות גדולה לזהות התוקף. ראינו עד כמה הבדל גדול בין ציטוט הנפגעות בפרשת אלון קסטיאל הבליין לעומת חג׳בי שהוא קצין מוערך. ‏בראשון נרטיב הנפגעת הגיבורה( קורבן מערכת המשפט וקורבן תרבות האונס) לעומת בשני נרטיב הגיבור הראוי למחילה.

‏ניתן ללמוד מכך שחשיפת נשים אינה בהכרח מבטיחה להן שהסיקור חיובי. אך ‏גם שמירה על האנונימיות יכולה לגרום לייצוג לא ראוי של הנפגעת. כי רוב הסיקור ילך לתוקף שמסכים להתראיין.

**תרומת הפייסבוק:** ‏**מצד אחד** רשתות מעניקות תמיכה חברתית סיוע נפשי ושייכות לקהילה שנגישה וזמינה תוך שמירה על פרטיות. **מצד** **שני** ‏יכול לגרום לקורבנות שלישית- תהיה קורבן מושתק שלוש פעמים- בפגיעה, מהמשטרה ומהמרחב הציבורי. האלימות והביוש יכולה להימשך ברשת.

מחקר על שורדות עבירות מין בפייסבוק

**פרקטיקת הביוש במשפט ובתקשורת-** התקשורת מעוניינת וזה מעלה רייטינג, אך היא בעצם משתפת פעולה עם השיימינג כנגד העבריין.

**חמשת הממדים של עיבוד הטראומה המינית בפייסבוק:**

* הפגת הבושה והאשמה עצמית
* תמיכה קהילתית
* החזרת השליטה
* הרחבת הידע- יש סיפור של אישה בת 60 שהבינה רק אחרי שהתחברה לפייסבוק שמה שהיא עברה נקרא אונס, שכן זה לא היה מקובל בעבר לקרוא למעשה כזה, בין מכרים כאונס.
* העצמה אישית- תהליך של מנטורינג של צעירות או מבוגרות חונכות אחת את השנייה.

**היבטים שליליים**- תגובות מעליבות, דחייה חברתית ועומס רגשי.

**לסיכום-** יש תהליך של שינוי מאוד גדול בנושאי בעבירות מין, הוא כבר לא בעמוד האחורי אלא נושא מרכזי באג'נדה. אבל **התקשורת היא חרב פיפיות**- מצד אחד היא מעלה מודעות ומהצד השני היא גובה הרבה מחירים מהנפגעות. ואולי המסקנה היא שככל שיכתב על זה יותר יהיה יותר מידע על מה עושה החשיפה ויוכלו נפגעות עתידיות להחליט מה מתאים להן- כי לא לכל אחת יש את הכוח לעמוד במרכז דעת הקהל.

**כתבי המשפט**

ההתקפות המרובות היום על מערכת המשפט והתקשורת שהן מושחתות ולא דוברות אמת מוסבות גם כלפי כתבי המשפט כמו שמוסבות כלפי המוסד.

אם פעם היה מקובל שהכתב שומר על אובייקטיביות בעידן הפוסט אמת של **היום הכתב המשפטי הוא חלק מהסיפור** והוא בוחר צד כי זה מה שמצופה ממנו. בעבר לא הייתה דרישה לנקוט עמדה ואלו לא דילמות שהעיתונאים התמודדו איתם.

החלשות העיתונאות בעולם המערבי:

* צמצום מתמשך באוטונומיה העיתונאית בשל נפילת המחיצות בין חדר החדשות למוציאים לאור- היום הכל זה עסקים וזה מחלחל למערכות שחושבות במובנים של שיווק ומסחר ולא אתיקה.
* טשטוש גבולות בין עיתונאים מקצועיים לעיתונאים אזרחיים ובלוגרים (Anderson &Scudson,2020)- לא ניתן לדעת מהו מקור המידע ואמינותו מרוב שפע המידע שקיים. וכן יש גם אזרחים ולא עיתונאים מנוסים שמדווחים ולא מכירים את המערכת ולכן לא יודעים לתת קונטקסט לדיווח.
* ירידה ביכולת העיתונאים ליזום כתבות et Weaver, Beam( al,2006)- היום פחות יש אפשרות לבחור בסיפורים שחשובים ליומיום של האזרח כי מה שמוכר זה הסיפור המושך והגדול שדווקא לא מתקשר לחיי האזרח הקטן.
* זיקה בין פיטורי עיתונאים והגברת עומס העבודה לירידה בעצמאות ומעורבות שלהם בתוכן- העיתונאי כבר לא יכול להיות נוכח בדיוק ומקבל מסמכים מבעלי אינטרסים (לא אובייקטיבי) וכן הציפייה של המערכות, זה שעיתונאים לא רק יתעסקו בשידור עצמו אלא גם ישווקו את המוצר שלהם. יש נסיון לשדר דיוני ביהמ"ש בעליון אך קיימת התנגדות.
* התרחקות מאטוס האובייקטיביות בדיווח Panievsky (2021)- טון הסיקור מוטעה, ניתנת במה לדוברים של המפה הפוליטית. לא ניתן להיות מרוגש (שזה מה שמעניין) ומרוחק בעת ובעונה אחת.
* נורמות מקצועיות חליפיות לאובייקטיביות- היום במקום על אובייקטיביות מדברים על שקיפות, איזון (שתי דעות שיקבלו במה), הגינות וחמלה
* מעבר למודל העיתונאי הסנגור McIntyre a lough(2018) - עברנו למודל שבו התפקיד של העיתונאי הוא לקדם מטרות חברתיות ללא הפרדה בין הדעה לסיקור. לא עובדות יבשות אלא הרגש וקריאה לדגל.

**השפעת הטכנולוגיה והשיח הרשתי על העבודה העיתונאית**- מסמכים יותר על מקורות לא אנושיים והדיוק יורד Reich 2018, עליה בסיפורים עם משמעות חברתית וביקורתית שמעניקה בין היתר קול לאוכלוסיות המוחלשות Umbricht & Esser 2014, שגשוג בדיקת עובדות.

 **מחלוקת על האם העיתונאי צריך להתשתתף בשיח הרשתי**- מצד אחד יודע מה חשוב ואיך לפרש את המידע , Vos & Tandoc 2015מצד שני טוענים שהם משקרים ומעודדים תפיסות שגויות Tsfati et al 2020

מחקרים על כתבי המשפט:

* בהתחלה במאה ה19 היו חלק מהמנגנון jones 1974- למשל צארלס דיקנס כ**ראיה ישירה של ההליכים ולא להיות מחוץ לאולם. אך זה גרם לתלות מאוד גדולה בין הכתבים שהיו עובדי בית המשפט**.
* עד לשנות האלפיים גם שהעיתונות הייתה עצמאית עדיין מדובר בטרף קל שלא מבקר את מערכת המשפט (Hess,1981;Davis,1994;Haltom,1998)
* עלייה במעמד כתבי המשפט בחדשות כי האקטיביזם השיפוטי הוביל לעניין בציבור וערך חדשותי מבוקש (Gies 2008, בוגוש והולצמן 2020)
* הצטרפות עורכי-דין לסיקור העיתונאי; (2012,Davis( -עם העלייה של במעמדם של כתבי המשפט, הם הפכו להיות יותר ביקורתיים משבעבר, גם מתוך שיקולים מסחריים.
* כיום- צומצמה נוכחות כתבי המשפט בביהמ"ש ופוליטיזציה של הסיקור המשפטי.

תרומת הרשתות החברתיות- שיימינג ברשתות החברתיות (dog-poop girl), בשביל התקשורת המרכזית הרשתות החברתיות הן זירה לחיפוש סיפורים שלא יודעים עליהם.

**התקשורת המרכזית כמעניקת לגיטימציה למשפט הרשתות-** נותנת לגיטימציה לשיימנג, הקשר מוטעה (כמו בטיסת השוקלד היחס היה כאל פושעים) והתרחקות ההגינות בסיקור.

trial by media מדוע התקשורת המוסדית נותנת יד לשיימינג של הרשתות החברתיות- סיבה אחת שהכל כלכלי יש עניין אז משדרים וחלק מהתפיסה של חוק וסדר- הקאת העבריין גם בתקשורת.

פלג,ע' .ובוגוש, ר'. (2015) . "חולשת העוצמה : תפיסת האוטונומיה העיתונאית של כתבי המשפט בישראל."- מחקר על כתבי משפט ומה גורם להם לעוצמה/ חולשה.

מה גורם לעוצמה:

* עלייה בערכו החדשותי של הסיפור המשפטי
* שינוי סגנון הסיקור המשפטי- נכנס השייח העתידי, עירוב הדעה בעובדה ועלייה בביקורת וציוניות כלפי מערכת המשפט תוך הזדהות עם מקורות כדי לטפח קשרים.

מה גורם לחולשה:

* בעלי האינטרסים ואמצעי תקשורת לוחצים עליהם לסיקור מסוים בעיקר בהתחשב בחוסר הביטחון התעסוקתי
* יועצי תקשורת ואנשי יחסי ציבור עושים מניפולציות ושימוש מוטעה במידע ללא התייחסות לאתיקה העיתונאית (עושים מה שטוב להם)
* אפקט מצנן של העבודה העיתונאית בעקבות איומים על תביעות לשון הרע שהולכות וגודלות (לרוב העיתון יסיר את האחריות מהפרסום של העיתונאי)
* מצד אחד התנגשות בין חופש הביטוי של העיתונאי מנגד החשש לתביעת דיבה (יש ארגונים יותר ליברלים ויש פחות- שלוש גישות במחברת)

החשש שנובע- **קשה לציבור לדעת מה באמת זו פרשנות פוליטית על מה שנאמר בבית המשפט ומהו הדיווח ההוגן.**

**ההדרה בתקשורת הישראלית**

**משמעות ההדרה**- שאין ייצוג לקבוצות מיעוט לפי משקלן באוכלוסייה.

הרקע ההיסטוריה בא מהמחלוקת לגבי גישת כור ההיתוך שמצד אחד כולם ביחד מצד שני גישת רב תרבותיות שאמנם יותר סובלנית אך זורעת שסעים.

המחקרים על התקשורת הישראלית מעידים על נוכחות דומיננטית לגברים יהודים, חילונים, אשכנזים וותיקים בפריים- טיים לעומת **הדרה** של ערבים, חרדים, דתיים, עולים, נשים ומזרחים, קשישים ובעלי מוגבלויות. לרוב בקבוצות המודרות השיח שלילי או רק בנושא אחד והיום בעולם כן מתחיל שיח ושינוי בנושא אך בישראל העניין עדיין די מושתק.

להשתמש במונח מסגור- תפקידה של התקשורת הוא למסגר בפנינו נושא ולגרום לנו לאמץ אותו

נורמליזציה- גם את התקשורת אוהבת לסווג ולכן לפעמים משרתת את האינטרסים

ביקורת וציניות שמאפיינים את עידן הפוסט אמת של ירידה באמון. פעם היה הרבה יותר פחד מביזיון בית המשפט כמו צארלס דיקנס

מילים כמו מחבקת- אישי