



בבית ספר סמי עופר
لتקשורת



יט חשוון תשע"ז
1 נובמבר 2016

לכבוד
חברי הוועדה לגיבוש אמצעים
להגנה על הציבור מפני פרסומים פוגעניים
משרד המשפטים
ירושלים

הندון: הצעה לזרכי התמודדות עם פרסומים פוגעניים באינטרנט וברשותות החברתיות

בمعנה לקול קורא שפרסמתם אני מתכבד להציג בפניכם כמה מחשבות וכיוני פעולה בנושא, כלהלן:

1. אני מכחן כחוקר ומרצה בכיר בבית הספר סמי עופר לתקשורת במרכז הבינתחומי הרצליה, ותחום מחקריו העיקרי הוא ערכיהם אידיאולוגיה וnormot.ות בתקשורת, לרבות דיני תקשורת ואתיקה.
2. התופעת הביוו (ה"שיימינג") באמצעות הפעלת תכנים מסוימים בראש האינטרנט הגיעה השנה למימדים חדשים ווגם לאחד השיאים הכולבים שלה: התאבדותו של אריאל רוניס. רוניס, מנהל בלשכת רישום האוכלוסין במשרד הפנים, שם קץ חייו בעקבות סטאטוס שכנה עליו אישתו, בו תיארה אותו כמו שהפללה אותה בקבלת שירות בלשכה על רקע צבע עורה השחור. גם התאבדותו של השוטר אפרים ברכה יוכסה לפרסומים פוגעניים כנדוף, חלקם או רובם ברשותות החברתיות.
3. אין מדובר במקרה ראשון של התאבדות בעקבות פרסומים בראשות, וגם לא במקרה יוצא דופן של ביוש. התופעה היפה לנפוצה ביותר, וקיבלה פרסום ממשמעותי בעקבות מבצע צוק איתן, בו זכו אנשים רבים לביוו, השימוש והסתמה בעקבות התבטאות פוליטיות, וכן בעקבות הלדרה הנמשכת של פרסומי "הישראל המכוור" שתחליהם בסרטון המפורסם של "טייסט השוקולד" והמשכים בסרטונים ופרסומים נוספים המציגים התנהגות אלימה-או-גספ של אנשים פרטיים. התופעה חוזרת לאחרונה בימים אלה בגל הטרוו החזק, המעורר רגשים חזקים חלקם מבאים לפרסומים פוגעניים בראשות.
4. השيء היחיד ברשותות החברתיות הוא תופעה תקשורתית חדשה יחסית, שמהווה אתגר קשה לתומכים של עקרון חופש הביטוי. לשויימינג יש לא מעט חסידים המדגימים את תרומתו החביבית לחברה. לשויימינג יש אכן תפקיד חברתי חיובי: הוא חושף ומגנה התנהגות רעה ומזיקה, ופועל לעתים כמנגן של הרתעה נגד אלימות וגסות. הפרטום המגנה בראשות החברתיות ובאינטרנטיות הוא לפיעמים נSKU היחיד של הקורבן או של החלש, והוא הפק, למשל, לכלי של נשים במאבק החשוב נגד מטרידים ואנשים. لكن אסור לפעול בדרך קיצונית או תוך שימוש במשפט הפלילי כדי לאסור ולמנוע פרסומים אלה.
5. אולם השيء היחיד מתגלה גם כנשק רב עצמה המופעל פעמים רבות בלי בקרה ובלי שליטה.



בית ספר טמי עופר
לתקשורות

ה* * * *
הביבנתחומי הרצליה

6. פרסומי השמצות ולשון הרע בתקורת המונחים היו תמיד, והם פוגעים בשמה ובכבוד האדם, אבל נראה שכן יש משחו חדש ומוסכו עוד יותר. זהוי תקורת מון חדש. פרסומי בעלי אופי מיוחד במדיה חדשים, עם קורבנות חדשים, שנחפכים לפגיעה שלולה לגרום טראומה חזקה ויוצאת דופן בעצמתה.
7. לראשונה, נחפכים אנשים **פרטיטיס** רבים למדיה חברתית בה הם מותקפים לא על ידי פרסום אחד או שניים, עובדתי ומונומך, אלא-על ידי מצות-נאלי פרטיטיס של אנשים. רוב הכותבים מזוהים בשפט ותומנותם, את חלקם אנו מכירים אישית, אולי אפילו מערכיים ומוקירים. הם מתנולים על הקורבן בחמת זעם, תוך כדי פרסום השמצות, קללות ודברי הסתה מכוערים, המצתברים והולכים, ממשיכים ובאים, ללא הרף, בלי גבול, כמעין מתגבר.
8. אין הדבר דומה בכלל, לפרסום לשון הרע המוכר לנו בעבר. אין מדובר בפרסום בודד או כמה פרסומיים, אין מדובר בעיתונאי או אמצעי תקשורת שיש לו כתובת, עורך ראשי, מוציא לאור, שאפשר לדון איתו, לתכנן טיעיות, לבקש התנצלות, אולי גם לתבוע. הביש המתמשך הוא מעין מפלצת רבת ראשים וחסרת לב, והקורבן יכול לחות את המפגש ממש כתאות דרכים, או תקיפה, בטרואה של ממש.
9. הפרסום המביש פועל כמו לינץ' בכיכר העיר, כמו כדור שלג, כמו צונאמי. הוא הולך וגובר, כל תגובה וכל תמיינה מעודדים זה את זה להמשיך ולהפיץ. ההתלהמות הולכת וגדלה. זה לא רק גינוי, זה כעס, ולפעמים לא רק כעס אלא שנאה. הגל הולך ונגדל עד שהוא מתנפץ על הקורבן.
10. הפרסום בראש החברתי לא מחייב ולא דורש בדיקה עמוקה, הצלבת המקורות, קבלת תגובה או התייחסות של הנגן. אין מאחוריו מגנון מڪוויש לעירכה שמספריל שיקול דעת על חשיבות הפרסום מול הנזק שייגרם. זהו פרסום מיידי, אמוני, סובייקטיבי, חד צדי, שיפוטי, שמטרתו בהרבה מקרים לפוגע. חלק מהפרסומים הם טיעיות, חלקם זدونים, ובים מהם שייכים לתהום של צנעת הפרט.
11. הקורבנות, שלא כמו בפרדיגמה המוכרת של לשון הרע, הם בדרך כלל אנשים פרטיים. לא אנשי ציבור, לא אנשים מוכרים, לא אלה שמקצועם בתקורת ושידיעים איך להתנהל בה. גם לאלה קשה מאוד לחותם פרטיטיס בكورونתיים וועיניטים, אך זה חלק מהמקצוע, חלק מהחיבורים, והם מתרגלים לכך במהלך שנות העיסוק הפוליטי או הציבורי. כאן מדובר בקורבנות שלא מעלים על דעתם שהחפכו להיות מושא להתקפה תקשורתית, **אנשים שלא יודעים ולא טעמו** בעבר טעםם של השמצה תקשורתית.
12. השימוש הזה, של הפתעה ושל עוצמה, עלול לגרום חלק מהאנשים לתגובה פוסט טראומטית. וזה ממש טראומה חדשה, מחלת נפשית חדשה. אנשי המקצוע בתחום הנפש התחילו כבר לחזור אותה, אבל ייקח עוד זמן רב עד שייחיו לנו תוכאות של מחקרים. זה קצת מכך את התופעה הנפשית של אלנורקסיה, שרבים רואים בה היום תולדות של תקשורת המונחים ואופן הייצוג של הגוף נשוי בקונגו, בטלויזיה ובפרסום. עברו הרבה שנים עד שהתקשות הכרירה באחריותה החלקית למחלות האנורקסיה, והרגולציה התחלת להתערב בדרך הייצוג של הגוף נשוי בפרסום. דומה שכאן אין לנו את הזמן, והזק יכול להיות גדול הרבה יותר.
13. קשה להעריך כמה אנשים רגושים לטראומה הגלומה בפרסומי ביוש בראש החברתי. ברור שעיל כל אדם שמתאבד יש רבים שחווים השפה, ונזק נפשי של ממש. גם כאן יש מקום לפרדיגמה חדשה של נזק בעקבות תביעות לשון הרע. זה לא רק נזק לשם הטוב, למוניטין, לכבוד, אלא נזק של ממש לבריאות הנפש, לתפקיד בעתיד.



14. התקון המשפטי המתחייב מכל זה הוא לא בתחום שינוי ההגדרות של לשון הרע ואו פגעה בפרטיות אלא בתחום האכיפה, הפרוץדורה וההרעתה. שינוי אחד הוא בתחום הוכחת הנזק, לאפשר ואך לכלול במפורש אפשרות פרוצדוראלית נזחה וקלה להוכיח נזקים בתחום הטרואומה הנפשית והשלכותיה. נושא נוסף שיש לחזק הוא האחריות של מי שמצטרף לאחרים. גם אם כל מה שהוא עשה זה להוציא תגובה שתמיית, או ליק. להיות חלק מלינץ זה לקבל אחריות על תוצאותיו. רצוי גם לגבות כללים פשוטים ויעילים להסраה מהירה של תוכן פוגעני ומסוכן, בלי לפגוע בחופש הביטוי.

15. כדי שתומך בעקרון חופש הביטוי וymbash לשומר על הכליל של פרסום ביקורת, דעתות ועובדות חשובות במדיה החברתית אני מציע לא נקוט, בשלב זה, צעדים פזיזים של שימוש במשפט הפלילי נגד התופעה הנמצאת עדין בחיתוליה. עיקר המאמץ צריך ויכול להיות מופנה לגיבוש של כללי אתיקה, והטמעה שלהם למרחב הציבורי והאינטרנטי. יש צורך לגבות אתיקה של ריסון בפרסומים ברשותות החברתיות. זהירות בפרסום הראשוני, וגם ריסון בהפחזה, בתגובה, בתמיכה ובחರיצת הדין.

16. אנו בבית הספר סמי עופר לתקשות הצענו למשרד החינוך להיות שותפים בגיבוש קוד אתי משותף לתלמידי ישראל (בחטיבת הביניים). את הקוד האתי ניצור יחד עם התלמידים עצם בדרך של שימוש בחומרת החומר, ובפלטפורמה אינטרנטית שתאפשר לבני הנוער להציג כללי התנהגות הולמים למרחב המקוון.

17. לצד גיבוש כללי אתיקה של תלמידים, יש להמליץ, ואולי אף לחייב גורמים נוספים לגבות כללי אתיקה ונוהלי משמעת בנושא. כך למשל מקומות עבודה המעסיקים עובדים רבים, יכולם וצריכם לסייע לעובדים שלהם להכיר את כללי המותר וה אסור ברשותה, ועליהם לגבות ולהת媚יע מסמך של "מידיניות מדיה חברתית", הנוגע בעיקר באיסור השתפות בלינץ ציבורי והפחזה של פרסומים פוגעניים. מסמך זה יכול להיות כללי עזר חשוב לעובדים וגם לעובדים בגיבוש הnormות הראות מרחב הציבורי.

18. אשמה להופיע בפני הוועדה להמשיך את הדיון בנושאים שעלו בمقtab קצר זה, ולסייע בגיבוש המלצותיה.

בכבודכם
- ג. נ. מ.
ד"ר (עו"ד) יובל קרניאל