

22.35x20.09	1/3	1 עמוד	הערב - גלובס	23/03/2015	47082855-9
המרכז הבינתחומי הרצליה - 84260					



# בעזרת ה־Shame



"תמכור לה שוקולד, יא זבל"; "לא נאה לך, תתגלגלי מפה", "קודם כל, פתח לה את החדר" - בתקופה האחרונה קשה היה להתחמק ממבול סרטוני "הישראלי המכוער", שמופצים ברשת במסגרת טרנד ה־Shaming • מה הקשר בין התפרעות ישראלים בבית מלון באילת ובמטוס לבולגריה לבין מערכת הבחירות הסוערת שחווינו ומה הסכנות ב"לינץ' רשת" מסוג זה, כשזוכרים שהמציאות מורכבת הרבה יותר / רוני גולדנברג, עמ' 2

(צילומים: חתוך עמוד הפייסבוק "הישראלי המכוער")

# "מערכת הבחירות הביאה את סרטוני 'הישראלי המכוער' לנקודת רתיחה"

טיסת השוקולד, ההתפרעות בגן המשחקים, הריב במסעדה - כל האירועים הללו צולמו, הופצו וזכו לגינוי חריף ברשת • מדוע תופעת ה"שיימינג" הוותיקה הרימה את ראשה דווקא עכשיו, למה דחוף כל כך לאנשים לתעד את התופעות ולהפיץ את הסרטונים, האם הצלם של האירועים חשוף לתביעה משפטית, ומה אנחנו באמת יודעים על הסיטואציה שצולמה רגע לפני שאנחנו לוחצים על כפתור ה"Share"? / רוני גולדנברג

ברחוב. אחרי חצי יום הסרט שלך וזה ל-100 אלף צפיות, ולך תספר אחר כך שרצת הביתה להביא שקית".

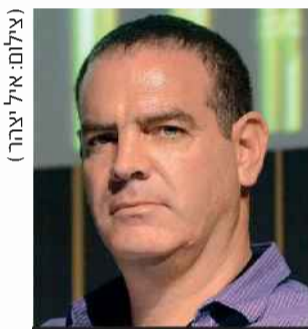
## תסכול ממערכת המשפט

"השיימינג מבטא תסכול או הבעת אי-אמון ביכולת של מערכת המשפט או מערכת אכיפת החוק להביא להשלטת נורמה רצויה", מסביר ד"ר נמרוד קוזלובסקי, מומחה למשפט וטכנולוגיה.

לדבריו, "ישנה תיאוריה של פרופ' לארי לסיג, שטוענת שאנחנו מצליחים להטמיע נורמות רצויות בחברה ולפסול נורמות לא רצויות באמצעות מספר כלים. אחד מהם הוא משפט שמגדיר כביכול מהי נורמה רצויה ומעניש נורמה לא רצויה. הבעיה היא שהרבה פעמים המשפט הוא כלי לא מוצלח במיוחד, בגלל חוסר אכיפה או אי מיצוי התהליך המשפטי ולכן מנסים לחפש כלים אחרים. כך, לציבור יש תפקיד משמעותי בהשלטת נורמות על-ידי מנגנונים של שיימינג, להג וכו'".

לדברי קוזלובסקי, "ישראלים מעלים תמונה או סרטון על הפרת נורמות, מתוך הנחה שזה יתמרץ את הרשויות לאכוף את החוק, או מתוך הנחה שאם הרשויות לא פעלו, המצלם ירתיע את המבצע בכך שהגנאי והבוז שהוא יזכה להם, יגרמו לו לחשוב שוב לפני שיחרוג מהנורמה המקובלת".

שיימינג, מודה גם קוזלובסקי, הוא לא תופעה חדשה, אבל המדיום שהשתנה עושה את כל ההבדל. "אם בעבר הייתי אומר משהו רע על מישהו, זה היה נשאר בתוך המעגל הקבוצתי הקטן ולפעמים היה משמש כסנקציה מידתית של אותה קבוצה קטנה. ברשת, בגלל שיש לה זיכרון לנצח ובגלל הוויראליות, שיימינג הופך להיות לא מידתי".



(צילום: איל יצחק)

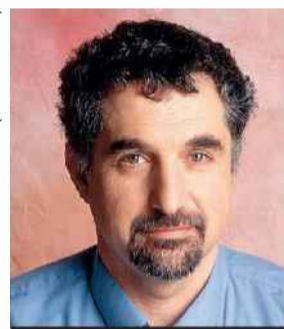
**ד"ר נמרוד קוזלובסקי: "אם בעבר הייתי אומר משהו רע על מישהו, זה היה נשאר בתוך המעגל הקבוצתי הקטן, ולפעמים היה משמש כסנקציה מידתית של אותה קבוצה. ברשת, בגלל שיש לה זיכרון לנצח ובגלל הוויראליות, שיימינג הופך להיות מאוד לא מידתי"**

כמו אש בשדה קוצים דווקא עכשיו. לטענת פרופ' עמיחי המבורגר, הדבר קשור לבחירות "הסרטונים יצרו תחושת אליטיות בקרב המצלמים והמפיצים, והייתה שם מידת התנשאות רבה. ראית את זה ברשתות החברתיות וזה היה מכוער ברמות מפחידות. מסרטון כזה יצאו להגדרות של האשכנזים הלבנים מצד אחד, והמזרחים הפרימיטיביים מצד שני. זה דומה מאוד להשלכות של נאום יאיר גרבוז על מנשקי הקמעות ועובדי האלימים. מערכת הבחירות הביאה את השיימינג לנקודת רתיחה".

• מה הקשר בין התפרעות של ישראלים במלון באילת לבין נתניהו מול הרצוג?

עמיחי המבורגר: "אני חושב שסרטוני השיימינג לא היו מתפשטים באותה רמה אם זה לא היה קורה בזמן הבחירות. כל מרכזי העצבים שלנו בישראלים היו פתוחים. הרגישות של האנשים הקפיצה אותם. כל דבר היה 'אנחנו או הם'. הסרטונים האלה היו הופכים לווריאליים ממילא, אבל לא בעוצמה שראינו".

בריוק כמו שהמחנאות בחברה הישראלית, שהתעמקה כתוצאה ממערכת הבחירות האחרונה, פרופ' עמיחי המבורגר מזהיר גם מהשיימינג, שיכול לדרדר דפוסי התנהגות דווקא של המצלמים. "השיימינג הוא מנגנון חביב מאוד, אבל הוא יכול להפוך למסוכן מאוד. זה יכול להפוך לליניץ' ציבורי. אנחנו הופכים להיות גם השופטים וגם התליינים. אם נחשוב על זה - כיף להיות בצד של השופטים, אבל מחר נוכל למצוא את עצמנו בצד השני, כשאנחנו נשפטים ונתלים בכיכר העיר הווירטואלית. אפילו בסיטואציה פשוטה: ירדת עם הכלב לטיול, ושכחת להביא שקית עבור הצרכים; רצת הביתה להביא, אבל מישהו כבר הספיק לצלם את מה שהשארת



(צילום: יחי צ'א)

**פרופ' יאיר עמיחי המבורגר: "השיימינג הוא מנגנון חביב מאוד אבל הוא יכול להפוך למסוכן מאוד. זה יכול להפוך לליניץ' ציבורי. אנו הופכים להיות השופטים וגם התליינים. כיף להיות בצד של השופטים, אבל מחר נוכל למצוא את עצמנו בצד השני, נשפטים ונתלים בכיכר העיר הווירטואלית"**

שרות ומאות ממים, פוסטים וסרטונים עברו בפיד בתוך חודש ימים

בלבר, מאז שוחרר לאוויר הוויראלי סרטון התפרעות הישראלים סביב מכירת השוקולד בטיסת ישראיר לזורנה. מאז חזינו עוד באירועים דומים במלון באילת, בגן משחקים, במסעדה באשדוד, בתחנת דלק ואיפה לא. יתרה מזאת, בסוכנות הנסיעות של "הדקה ה-90" החליטו להקים עמוד פייסבוק, שיתעד ויעקוב מקרוב אחר התופעה שזכתה לכינוי "הישראלי המכוער".

הרצון לצלם ולתעד חריגה מהנורמות המוסריות ולהפיץ אותה ברבים זכתה זה מכבר לכינוי "שיימינג" או בעברית "ביוש" - מלשון בושה. התופעה התפשטה במהרה בתוך חודש ימים בלבד, אך למעשה היא כלל לא חדשה. התופעה כבר ידועה ומוכרת בישראל ובעולם, בדיוק כמו שהתנהגות לא הולמת של ישראלים היא לא דבר חדש בנוף המקומי ובטיוולים בחו"ל.

פרופ' יאיר עמיחי המבורגר, ראש המרכז לחקר הפסיכולוגיה של האינטרנט במרכז הבינתחומי הרצליה, מסביר, כי תופעת השיימינג היא חלק מהרצון של המצלמים להגדרה עצמית. "ברגע שהפצתי סרט אז הגדרתי את עצמי - אני שייך לטובים, והנה תראו דוגמה של האנשים הרעים", הוא אומר. "הסרטונים האלה הגדירו את המחנה של הטובים, אבל מנגד זה יצר עליהם נגד מחנה שהוא פרימיטיבי, לא תרבותי ובעל עמדות פוליטיות לא נכונות. למעשה, סרטון השוקולד, וחלק מאלה שבאו אחריו, יצרו מצב שכאילו היה ברור לצופים מה האנשים שצעקו וקיללו בסרט מצביעים ומה רמת הדתיות והמזרחיות שלהם".

השאלה הגדולה היא למה פרשת השוקולד השאירה אצל רבים מאתנו טעם מריר כל כך, ולמה היא התפשטה

26.77x32.74	3/3	3 עמוד	הערב - גלובס	23/03/2015	47082882-9
המרכז הבינתחומי הרצליה - 84260					

(צילומים: מתוך עמוד הפייסבוק "הישראלי המכוער")



**ההתפרעות במלון באילת**

**5,800**

**25**  
אלף

מספר הצפיות  
ביוטיוב

מספר הצפיות  
בפייסבוק המקורי

**קללות בגן השעשועים**

**14**  
אלף

מספר הצפיות  
ביוטיוב

**120**  
אלף

מספר הצפיות  
בפייסבוק המקורי

**טיסת השוקולד**

**34**  
אלף

מספר הצפיות  
ביוטיוב

**150**  
אלף\*

מספר הצפיות  
בפייסבוק המקורי

\*הסרטון עלה באתרי חדשות רבים, ולכן כמות הצפיות בפועל גבוהה בהרבה

# "אם לא יהיה מנגנון שיבדוק את העובדות, זו סכנה גדולה מאוד"

בישראלי המכוער: "ראיתי איך ההתנהגות הברוטאלית של הישראלים הולכת ומשתלטת על המרחב הציבורי, ויותר ויותר ישראלים מרשים לעצמם להתנהג ככה ואף אחר לא עושה שום דבר בעניין. אני לא יודע אם הכלי הזה יעצור את הקיצונים, אבל זה יעצור את אלה שזו לא שגרת החיים שלהם להתנהג בברוטאליות. יש פה אפקט הרתעה, מתוך ההבנה שאולי יש מתעד פוטנציאלי שעלול לבייש אותך אם התנהגת בצורה לא ראויה", מוסיף תורג'מן.

באשר לשאלה האם מישוהו בחברה בודק את אמינות הפוסטים, ומוודא שהבמה הפייסבוקית לא משמשת להתנגחויות, משיב תורג'מן: "יש לכלי הזה מגבלות, אבל יש סיטואציות שהעובדות לא מעניינות ושום דבר לא מצדיק התנהגות כזו. יכול להיות שהכלי הזה יפגע באנשים ספורים. לא הייתי רוצה להיות בן אדם שנפגע, אבל האם זה שווה את המחיר? אני מאמין שכן. מה אתם מציעים? שנמשיך לשתוק? לא שמעתי אפילו הצעה אחת. אנחנו עדיין לחוסר אונים ולאזלת יד של המחוקק, משרד החינוך, משטרת ישראל ובתי המשפט. יש ואקום, והבאנו כלי קיצוני שאולי יכול למתן את התופעה עד שכלים אחרים יוכלו לעשות זאת".

"מושא הסרטונים המועלים לרשת נשפטים ללא שום יכולת להתגונן. גם אם ההתנהגות שלהם הייתה מהפירה, לא תמיד ברור מה היו הנסיבות והאם מה שמוצג בסרטון משקף נאמנה את תמונת המציאות. למשתתפים הרבים בפייסבוק וביוטיוב, זה לא ממש מפריע במלאכת ההפצה והגיבוש. אין מנגנון שיפטי אמיתי. יש מישהו שמוציא מידע, ואנשים חוברים אליו ומשתפים מבלי לבדוק את הנושא ברוב המקרים", אומר עמיחי המבורגר.

"סתכלו על עמוד הפייסבוק של הדקה ה-90 'נלחמים בישראלי המכוער'. אם לא היה מנגנון שיבדוק את העובדות, זו סכנה גדולה מאוד. הדקה ה-90 נפלו למלכודת של הרייטינג, ויצרו מנגנון לפגוע ולהזיק. אם הגולשים ישתפו פעולה בלי לבדוק עובדות, נהפוך בעצמנו לעבריינים ונצטרף לליניץ' מבלי לבדוק את האמת. חייב להיות מנגנון ציבורי או איוושהי רגולציה כדי לבדוק את המקרים, כי האצבע על ה-Share קלה מדי. גם אם קשה לבדוק את העובדות, צריך חשיבה ביקורתית כדי להבין מי עומד מאחורי המסר והאם יש לו אינטרס".

שחר תורג'מן, מנכ"ל הדקה ה-90, מסביר את ההחלטה להקים את עמוד הפייסבוק "נלחמים

אוסרת על פרסום צילום אדם שהיה אמור להישאר פרטי, או שגם אם צילמת אותו באזור פומבי, או על פניו הפרסום יפגע בפרטיותו".

קוזלובסקי מסייג את האפשרויות המשפטיות שעומדות לטובת המצולם. "אני חושב שהסיכון של מפרסם סרטון למצוא את עצמו בבית משפט הוא מועט. במרבית המקרים המושא של הסרטון לא יתחיל למצות הליכים משפטיים, ובטח לא הליך שבררך כלל רק נותן חיים נוספים להתנהגות שלו בסרטון. בהרבה מקרים העניין כולו נגמר בעיניו החברתי ולא הופך להעמדה לדין. במקרים חמורים, כמו עבירות מין או עבירות אלימות אחרות, לעתים הסרטון הוא הטריגר לפתיחתה של הקירה והליך משפטי; אבל גם זה עדיין לא נפוץ".

או מה צפוי לקרות בהמשך, עכשיו שלהט הבחירות הולך ודועך לו? קוזלובסקי לא אופטימי. "יש להניח שהתופעה תתרחב, כי אנחנו רואים את הפופולריות של הסרטונים הוויראליים וזה מתמרץ, וגם יש יותר פלטפורמות שמעודדות את תופעת השיימינג".

או לחילופין אני מבין שאין שום אינטרס ציבורי בהפצה שלו וכל תכליתו היא פגיעה באדם ונועדה לבזות ולהשפיל אותו, ואני חלק מהליך ההפצה - אני לא יכול להיות מוגן משפטית". עם זאת, לטובת הנתבע עומדות שתי הגנות, והראשונה בהן היא אמת דיברתי. "אם הפרסום שפרסמתי הוא בעיקרו אמת ולפרסום יש אינטרס ציבורי, אז אני נהנה מההגנה. עם זאת, בתי המשפט עדיין לא בחנו לעומק את נושא האינטרס הציבורי - פרסום סרטון או כתבה אודות התנהגות בלתי נורמטיבית של אדם, לצד היותה אמת, השאלה היא אם לפרסום יש אינטרס ציבורי. אם צילמתי אדם שעושה פיפי בחניון ציבורי - יכול להיות שהפעולה לא ראויה, אבל האינטרס הציבורי הוא לא כזה גבוה יחסית לפגיעה שיש באדם מהפרסום".

הגנה שנייה היא תום לב. "צריך לראות שיש הצדקה לפרסום הזה - מטעם של אינטרס אישי כשר, ומטעם של עמדה חוקית או מוסרית שמחייבת לפרסם. לא כל פרסום שיימינג ייחנה מהדבר הזה", מסביר קוזלובסקי, ומוסיף, כי גם בחוק הגנת הפרטיות החקיקה

קוזלובסקי מפתיע וטוען שהבעיה בשיימינג היא לא רק הלבנת פניו ברבים של המצולם, אלא יכולה לעלות ביוקר גם למצולם. "באופן ספציפי אין איסור חוקי לעניין השיימינג, אבל יכול להיות מצב שאם אני אפרסם שיימינג על אדם, הוא עשוי לתבוע אותי על עצם פרסום השיימינג על בסיס חוקי איסור לשון הרע או הגנת הפרטיות. זה יכול להיות מעשה עוולה שהוא בסיס לתביעה. לכן, יכולים להימצא מקרים שאדם יעשה שיימינג ובסוף ימצא את עצמו בהליך משפטי", הוא טוען.

**אפילו המשתף השוף משכפית**

גם מי שמשתף בפייסבוק וברחבי האינטרנט סרטוני שיימינג, עלול למצוא את עצמו בבית משפט. "אנחנו מתייחסים בקלות לעניין של שיתוף פוסטים, אבל לפי החוק עצם העובדה שביצעתי הפצה או פרסום של מידע מבלי שברקתי את העובדות, כאשר היה לי יסוד לחשוב שהעובדות לא נכונות, עלול בנסיבות מסוימות להתפרש כלשון הרע", מסביר קוזלובסקי. "אם שיתוף של פוסט שאני יודע שעל פניו הוא שקרי,