

ישיבת ועדת האתיקה הפנימית 01/2018מיום 22 במאי 2018חברי הוועדה:

י"ר – ד"ר ענת פלג
צ'יקו מנשה
לי-אור אברבך

מוזמנים:

אורלי ממון – הממונה על קבילות הציבור

מזכיר הוועדה:

מאור אסף

סדר יום:

1. דיון בתחומי פעילות הוועדה והגדרת סמכויות.
2. היכרות עם הממונה על קבילות הציבור בתאגיד.

עיקרי הדיון:

1. תפקידי הוועדה ע"פ ההקדמה לקוד האתי:
 - a. לקבל תלונות על הפרת הקוד מן הממונה על פניות הציבור ולהכריע בהן.
 - b. לדון בתלונות שיוגשו מתוך התאגיד על הפרת הקוד האתי ולהכריע בהן.
 - c. לסייע בהכרעה בסוגיות הנוגעות ליישום הקוד שטרם באו לידי מעשה ("פרה זולינג").
 - d. לפרסם את החלטות הוועדה בדף ייעודי באתר התאגיד לצד קוד האתיקה.
2. זומנה ישיבת היכרות אליה הוזמנה הממונה על קבילות הציבור בתאגיד (להלן: "הממונה"). הוועדה הביעה את נכונותה לסייע בעבודת הממונה בנושאי אתיקה.
3. במסגרת ממשקי העבודה של הוועדה, הממונה תערוך את החלוקה בין כלל התלונות שמתקבלות לבין תלונות הנוגעות להפרת הקוד האתי בתאגיד. תלונות שאינן נוגעות לסוגיות אתיות לא יעלו לדיון בוועדה. הממונה תערוך בירור עובדתי ראשוני בין התלונה לבין מה ששודר בפועל ותציג את ממצאיה בפני הוועדה.
4. ע"פ כללי הממונה על קבילות הציבור, בכל קובלנה העוסקת בהפרה, לכאורה, של הקוד האתי של התאגיד, יהיה לממונה שיקול דעת באשר לאפשרות להעבירה לוועדת האתיקה הפנימית לדיון משותף של הממונה והוועדה.
5. ככל שהוועדה תעסוק בקובלנות בנושאי אתיקה שיועברו אליה ע"י הממונה, תוזמן הממונה לדיון משותף.
6. הובהר כי קובלנות בנושאי אתיקה יישלחו ע"י הממונה לכתובת המייל הייעודית. כמו כן, הקובלנה תועבר לכל חברי הוועדה.
7. דיוני הוועדה יתקיימו לפי הצורך וככל הניתן לפחות אחת לחודש.

8. חברי הוועדה דנו באפשרות לפנות לוועדת האתיקה של המועצה על מנת לערוך שינוי בסעיף 7 לכללי הממונה על קבילות הציבור:
- a. סעיף 7(ב) - הממונה רשאי לדרוש כי התשובה לתלונה תיעשה בתוך תקופה שיקבע ושלא תעלה על 14 ימים, והכל לפי נסיבות העניין.

ישיבת ועדת האתיקה הפנימית 03/2018

מיום 12 ביולי 2018

מזמנים:	חברי הוועדה:
רו"ח אילה ורדי – מבקרת פנימית	יו"ר – ד"ר ענת פלג
גיא אהרון – מנהל הדרכה, מש"א	צ'יקו מנשה
	לי-אור אברבך
	מזכיר הוועדה:
	מאור אסף

סדר יום:

1. היכרות עם המבקרת הפנימית - רו"ח אילה ורדי
2. דיון בתלונה שהופנתה ע"י הממונה על קבילות הציבור ומתן מענה רשמי (מצ"ב)
3. דיון בדפ"א להטמעת הקוד האתי – סקר עובדים ועיתונאים, הצעה ללומדה בשיתוף מש"א ויכוצ"ב

שיקרי הדיון:

1. חברי הוועדה ערכו היכרות עם המבקרת הפנימית, רו"ח אילה ורדי. אילה מכהנת כיו"ר ועדת האתיקה של המבקרים הפנימיים ומרצה לאתיקה. סבורה שלאתיקה תפקיד חשוב בתווך שבין הצד המשפטי לצד המעשי של תהליכי העבודה. וכן שלביקורת הפנימית יש יכולת להניע תהליכים שאינם בין אסור ומותר אלא מה נכון וראוי לעשות.

נמנו 4 גורמים העוסקים בנושא האתיקה בתאגיד:

- א. ועדת האתיקה של המועצה
- ב. ועדת האתיקה הפנימית
- ג. הממונה על פניות הציבור
- ד. ביקורת פנימית

2. סוכם כי בפגישה בין מאור לאילה תנוסח הצעה ובה מבנה סכמתי של מערך הקשרים שבין הגורמים העוסקים באתיקה.

3. אילה הציגה מספר דוגמאות אתיות ומנהליות בהן טיפלה מתוקף תפקידה בתאגיד וכן ביקשה את עזרת הוועדה להמלצות מקצועיות נורמטיביות, כיצד על העובדים לנהוג בכל מקרה, לפי העניין. חברי הוועדה נענו ברצון לביקשה. יחד עם זאת החברים סבורים פה אחד כי על הוועדה לעסוק אך ורק בסוגיות אתיות תכניות ובהיבטי אתיקה עיתונאיים.¹

¹ להבדיל מהיבטים אתיים מנהליים.

דיון בהטמעת הקוד האתי באמצעות לומדה ממוחשבת:

1. גיא אהרון, מנהל ההדרכה במחלקת מש"א הציג את הפן הטכני של שכירת שירותי פיתוח לומדה ומשמעויותיה התקציביות. צוין כי התאגיד שכר חברה המטמיעה נושאי הדרכה באמצעות לומדות, וניתן להשתמש בשירותיה לפיתוח לומדה להטמעת הקוד האתי.
2. הוסכם כי פיתוח ה לומדה יהיה במסלול מקביל להטמעה ע"י סדנאות אתיקה ושולחנות עגולים ולא במקומן. מטרת הלומדה היא להטמיע עקרונות ולהתוות את הנורמה המצופה מהעיתונאים.
3. עוד הוצע כי הלומדה תיצור פילוח של הנושאים בהן שגו עובדי התאגיד וכך ניתן יהיה לשים דגש על נושאים ספציפיים שאינם ברורים או שיש לגביהם מחלוקת.
4. בהיבט התוכן, ענת בעזרת חברי הוועדה יובילו את כתיבת התוכן ללומדה. חברי הוועדה יישלחו דוגמאות לנושאים אתיים לשיבה הבאה. עלתה בקשה לעלות לדיון את סוגיית מימון חיצוני לסיקור.
5. צוין כי ישנה תכנית הטמעה סדורה שנכתבה ע"י דניאל מילוא מהמרכז לאתיקה – משכנות שאננים. התכנית תישלח לוועדה ע"י מנהל ההדרכה.

סקר עובדים ועיתונאים בנושא אתיקה

- חברי הוועדה דנו בסקר שנשלח טרם הישיבה והטמיעו בו את הערותיהם. טופס השאלות הסופי יצורף לסיכום הישיבה.

דיון בתלונה שהועברה ע"י הממונה על קבילות הציבור

- חברי הוועדה דנו בתלונה שהופנתה ע"י הממונה. רצ"ב לסיכום ישיבה זו תגובת הוועדה.

גילוי נאות

- חבר הוועדה צ'יקו מנשה, עדכן את הוועדה כי לאחר קבלת האישורים מהנהלת התאגיד ומהגורמים המשפטיים, התמנה כחבר בוועד המנהל של המועצה לשלום הילד בהתנדבות.

ישיבת ועדת האתיקה הפנימית 02/2018מיום 3 ביוני 2018מוזמנים:

ללא

חברי הוועדה:

יו"ר – ד"ר ענת פלג

צ'יקו מנשה

לי-אור אברבך

מזכיר הוועדה:

מאור אסף

סדר יום:

1. דיון בהצעה לקוד האתי לגבי מופעים תקשורתיים של כפגעות תקיפה מינית – לא התקיים
2. פעילות עיתונאים ברשתות החברתיות

עיקרי הדיון:

1. כחלק ממדיניות התאגיד וגיבוש נוהל בנושא זה הוועדה דנה בנושא פעילות עיתונאים ברשתות חברתיות.
 2. עיקר הדיון נסוב סביב סוגיות בפעילות ברשתות החברתיות אשר לא מקבלות מענה ע"י סעיפי הקוד האתי.
 3. הוועדה סקרה קודים אתיים בגופי תקשורת מרכזיים העולם ואופן טיפולם בנושא.
 4. הוצגו דילמות אותנטיות מתוך פעילות התאגיד ואופן הטיפול בהם ככל שננקט.
 5. כמו כן התקיים דיון בעד ונגד בעניין גילוי נאות של עמדותיהם הפוליטיות של העיתונאים. ובפרט מגישי תוכניות אקטואליה ותוכניות אישיות.
 6. הוצע שוועדת האתיקה הפנימית תתווה את הכללים להתנהגות ברשתות החברתיות. על הוועדה להציג עמדה שתהיה ראויה להתייחסות העיתונאים.
 7. הכללים ייבחנו ע"י המחלקה המשפטית.
- כחלק מיישום סעיף 6 מוצע:
8. לקיים מפגש שולחנות עגולים לעיתונאי התאגיד והעלאת דילמות בנושא.
 9. שת"פ עם חטיבת הדיגיטל, והתנעת פרוייקט של שיח פנימי (אינטרנטי) בקבוצות דיון, לתקופה קצובה שבו יתקיים שיח בקרב העובדים.
 10. יו"ר הוועדה תפיץ שאלון שתחבר בנושא, להתייחסות חברי הוועדה.

ישיבת ועדת האתיקה הפנימית 04/2018

מיום 14 באוקטובר 2018

חברי הוועדה:
יו"ר – ד"ר ענת פלג
צ'יקו מנשה - טלפונית
לי-אור אברבך

מוזמנים:
ללא

מזכיר הוועדה:
מאור אסף

סדר יום:

1. עדכון יו"ר לגבי מתווה האתיקה המוצע ע"י המבקרת הפנימית
2. אישור נושאי הלומדה להטמעת הקוד האתי
3. הכנה קצרה לפגישה עם ועדת האתיקה של המועצה
4. דיון בפרק האתיקה במו"מ הקיבוצי

עיקרי הדיון:

1. עדכון יו"ר לגבי מתווה האתיקה המוצע ע"י המבקרת הפנימית:

בהמשך למתווה יחסי הגומלין לטיפול בנושא האתיקה שהוצע ע"י המבקרת הפנימית. הוועדה קראה בעיון את הצעתה של המבקרת ונתנה את התייחסותה במייל שנשלח ליועץ המשפטי של התאגיד. רצ"ב לסיכום ישיבה זה.

2. אישור נושאי הלומדה להטמעת הקוד האתי:

- בפגישה שנערכה עם מפתחי הלומדה הוצעו תכני הליבה הבאים:
1. מהי אתיקה: הגדרה, אתיקה עיתונאית בעולם, בדיקה עובדתית מהימנה וחופש המידע
 2. פרטיות וסיקור הליכים משפטיים
 3. תביעות לשון הרע
 4. התנהלות ברשתות החברתיות: דיווח הגון, העיתונאי כמייצג את הארגון
 5. חסיון עיתונאי, חסיון מקורות וניגוד עניינים
 6. הדדה (נשים, גזענות), הסתה, אלימות, המרדה
 7. סיקור קורבנות ועבריינים
 8. סיקור ענייני בטחון ופעולת הצנזורה

חברי הוועדה סבורים כי כל הנושאים חשובים להטמעה ובחרו להתחיל בפילוט לפיתוח הלומדה עם הנושא:

"אמת דיווחתי":

- בקצרה – אתיקה בעולם
- בדיקה עובדתית מהימנה
- בקשת תגובה
- שימוש בחוק
- חופש המידע

תיקבע בהקדם פגישה עם גורמי התוכן על מנת לקדם את הנושא.

3. הכנה קצרה לפגישה עם ועדת האתיקה של המועצה:

היו"ר עדכנה כי לא תוכל להגיע לישיבת המועצה בירושלים.
נציגי הוועדה יהיו ליאור וצ'יקו.
היו"ר מבקשת כי להבא ישיבות ועדת המועצה יתואמו עם חברי ועדת האתיקה הפנימית.
מאור יכין מצגת קצרה עם הנתונים על מפגשי הוועדה והנושאים שנדונו בה. (רצ"ב)

4. דיון בפרק האתיקה במו"מ הקיבוצי:

התקיים דיון בעניין פרק האתיקה בהסכם הקיבוצי:
הנושא הובא בפני ועדת האתיקה בבקשה שתביע את עמדתה.
הוועדה סבורה כי אין זו מומחיותה המקצועית לדון בסעיפים השונים של ההסכם הקיבוצי, ברם, ועדת
האתיקה הפנימית תומכת באמירה לפיה תאגיד השידור הישראלי ימשיך ויפעל בהתאם לקוד האתי השואב
מתקנון האתיקה המקצועי של העיתונות.
הוועדה תומכת בעיקרון לפיו עיתונאי יהיה מוגן מפני פיטורין, פגיעה בשכר או הרעה בתנאי העבודה בשל כך
שפעל בהתאם לכללי האתיקה המקצועית או בשל סירובו לפעול על פי כללים אלו.



חסי הגומלין בנושא
את יקה בתאגיד. msg



מצגת ועדת
האת יקה. pptx

12/08/18

גיא אהרון, מנהל הדרכה ופיתוח הארגוני
הילה פדן, רפרנטית הדרכה
ד"ר ענת פלג, ראש ועדת האתיקה
תאגיד השידור הישראלי

סיכום פגישת התנעה לפיתוח לומדות בנושא "הקוד האתי"

כללי

הקוד האתי של תאגיד השידור אמור לשמש מגדלור ערכי הן כלפי פנים הארגון והן כלפי חוץ ולשקף את החזון והערכים שעל פיהם תתנהל העשייה המקצועית בו. לאחרונה, מתקבלות תלונות בנושא שמירה על כללי האתיקה בתאגיד, נראית הדרדרות באיכות העיתונות בארץ ובעולם, ועולה הצורך בעמידה בכללי האתיקה העיתונאית כגורם מחייב בעבודת העיתונאי. לאור כל אלה ובשל מרכזיות הנושא בתאגיד פנה גיא אהרון, מנהל הדרכה ופיתוח ארגוני, לחברת 'מעגלים ואנשים' בבקשה לפתח לומדות שיסייעו בלמידת הנושא ע"י עובדי התאגיד. ביום א', 12.8.18 התקיימה פגישה בנוכחות הילה פדן רפרנטית הדרכה, ד"ר ענת פלג ראש ועדת האתיקה והח"מ, במטרה להבין את הצורך, למפות את נושאי הליבה בתחום ולתאם ציפיות באשר לתהליך העבודה בפיתוח הלומדות. להלן סיכום הפגישה בחלוקה לנושאים:

אוכלוסיית היעד בפרויקט

כלל עובדי התאגיד לרבות עיתונאים, עובדי הפקה, מחלקת כ"א, המחלקה המשפטית וכו'.

תכני הליבה

להלן מיפוי תכני הליבה כפי שנותחו בפגישה

1. מהי אתיקה: הגדרה, אתיקה עיתונאית בעולם, בדיקה עובדתית מהימנה וחופש המידע
2. פרטיות וסיקור הליכים משפטיים
3. תביעות לשון הרע
4. התנהלות ברשתות החברתיות: דיווח הגון, העיתונאי כמייצג את הארגון
5. חסיון עיתונאי, חסיון מקורות וניגוד עניינים
6. הדרה (נשים, גזענות), הסתה, אלימות, המרדה
7. סיקור קורבנות ועבריינים
8. סיקור ענייני בטחון ופעולת הצנזורה



המוצר ההדרכתי המוצע - לומדות

פיתוח לומדות באמצעות Storyline - מחולל לומדות- המאפשר למידה עצמית חווייתית ואינטראקטיבית. הפתרון מאפשר חיסכון בעלויות, הפקה מהירה, תוך הנאה מיתרונות כלי הלמידה המתקשבת. הלומדות יציגו את ההוראות וערכי הקוד האתי בתאגיד בעזרת החוקים המשפטיים הרלוונטיים ומקרי בוחן לתרגול וניתוח של הלומד. במסגרת הפיתוח ניצור "דף נחיתה" (מעין סילבוס) שיציג את כל נושאי הלמידה כיחידות לימוד קצרות של עד 20 דק'. הלומדות יתאימו לכל עובדי הארגון, עם זאת תבוצע התאמה תוכנית לעובדים העיתונאים ברמת ההעמקה וניתוח מקרי הבחון שיוצגו.

נושאים בבחינה

- הגדרת מומחי התוכן לתהליך והצורך בשילוב עובד עיתונאי בפגישות התחקור
- הגדרת תכולת הפיתוח- כמות הלומדות

בברכה,

לירון זילברשטיין ואור לוי
מעגלים ואנשים



לכבוד:

עובדי תאגיד השידור הישראלי

הנדון: כללי אתיקה להתנהלות פוליטית של עיתונאי התאגיד

שלום רב,

ועדת האתיקה הפנימית של תאגיד השידור הציבורי¹, גיבשה סדרת כללים ביחס לפעילות ציבורית ופוליטית של עיתונאי התאגיד כהשלמה לקוד האתי של התאגיד.

הכללים הבאים שואבים מחלק ג' של הקוד האתי של "כאן", מניעת משוא פנים וניגודי עניינים, כללים מסי' 14-18. בכל מקרה של התלבטות, אם יש בהתנהלות העיתונאי משום ניגוד עניינים, על העובד להתייעץ עם מנהליו.

הכללים מופנים לעובדים העיתונאים בתאגיד: כתבי חדשות, עורכי חדשות, מגישים עורכים ומפיקים של תוכניות אקטואליה. ביסודם העקרון לפיו עיתונאי התאגיד ימנעו מפעילות פוליטית מכל סוג שהוא שאינה לצרכי עבודה עיתונאית. מגישי תכניות אישיות המגיעים מן השדה הפוליטי ו/או תברים בגוף פוליטי, ימנעו מניגוד עניינים במהלך השידור ויקפידו על שקיפות ביידוע הציבור על שיוכם הפוליטי, זאת כדי לשמר את אמון הציבור בשידור.

כללים מוצעים

אם ניטול חלק בפעילות קהילתית, חברתית, ותרבותית בזמננו הפנוי, נוודא שהפעילות אינה מציבה אותנו במצב של ניגוד עניינים.

במקרה שנשמש בהתנדבות בתפקידים שונים בגופים חינוכיים, בארגונים דתיים ובגופים ללא מטרת רווח, נוודא שהארגונים שבהם נתנדב אינם מעורבים בשתדלנות ("לובינג") למטרות פוליטיות.

לא נכהן בשכר/גמול במועצות מנהלים של גופים ממשלתיים וחברות עסקיות וזאת כדי למנוע ניגוד עניינים.

נמנע מסיקור אירועים ומפרסום ידיעות הקשורות בפעילות הפוליטית שבהם מעורבים בני זוג וקרובי משפחה. ניידע את המנהל הישיר על כל קרבה מסוג אחר.

לא נחתום על עצומות הנושאות אופי פוליטי, ונמנע מלתרום מכספנו הפרטי לגופים פוליטיים מאחר ושמות התורמים מתפרסמים לפי חוק. זאת כדי להדוף טענות להטיה פוליטית בעבודתנו העיתונאית.

עיתונאי חדשות ימנע מלתרום מכספו ולחתום על עצומות של גופים הנמצאים בתחום סיקורו.

¹ חברי הוועדה: יו"ר – ד"ר ענת פלג; חברים: צ'יקו מגשה; לי-אור אברבך; כרמלה מגשה. מזכיר הוועדה – מאור אסף

במידה ונרצה נשתתף כמשקיפים מהצד בעצרות פוליטיות, אף

שלא לצורך עבודתנו העיתונאית. במקרים אלה, נקפיד שלא לחשוף את עמדותינו הפוליטיות בהנפת שלטים, ובהשתתפות בקריאות פוליטיות.

במהלך סיקור עיתונאי של מתאה פוליטית נקפיד להזדהות בציבור כעיתונאי התאגיד.

נמנע מהדבקת דבקיות ('סטייקרים') הנושאים אופי פוליטי על מכוניותינו וגם בשטח מבני התאגיד.

נמנע מהשתתפות יזומה בתעמולת בחירות ובפרסומים של מפלגות ורשימות פוליטיות.

נמנע מחשיפת בחירתנו למי להצביע בשידור וגם בחשבונותינו ברשתות החברתיות

בחשבונותינו ברשתות החברתיות, נמנע קריאה פומבית להצביע למועמד פוליטי או למפלגה ספציפית ומפעילות לטובת גוף פוליטי, ומשיתוף דעה פוליטית (share) שלא למטרות סיקור פוליטי. זאת, בהתאם למסמך העוסק בהתבטאויותיהם של עובדי התאגיד ברשתות החברתיות, מיום 1.4.19

נמנע מחשיפת עמדותינו הפוליטיות במהלך ראיונות לערוצי תקשורת אחרים, ובהופעות בפני קהל באירועים ציבוריים. במידה ונשאל, בפורומים חיצוניים אלה, על התנהגותם של פוליטיקאים, נקפיד לבסס את תשובתנו על מצג עובדתי ונמנע מהבעת דעה.

במקרה ותאגיד השידור הציבורי יהיה מעורב במאבק פוליטי על ענייני תקציב וכדומה, נקפיד לדווח על המאבק בהגינות וללא נקיטת עמדה. נפעל בשקיפות ונציין את עובדת היותנו עובדי התאגיד.

לכבוד:

עובדי תאגיד השידור הישראלי

הכדון: הצעה לכללי אתיקה להתנהלות עיתונאי התאגיד ברשת

שלום רב,

במהלך החודשים האחרונים, יזמה ועדת האתיקה הפנימית של תאגיד השידור הציבורי, הפצת סקר עמדות בעניין כללי ההתבטאות הראויים של עיתונאי תאגיד השידור הציבורי ברשתות החברתיות. מטרת הסקר, שהופץ בין העובדים העיתונאיים בתאגיד, הייתה למפות את עמדותיהם של העיתונאים בסוגיה בוערת זו, במיוחד בתקופת הבחירות, ולגבש כללים שיזכו להסכמה רחבה בקרב עובדי התאגיד. זאת, כהשלמה לכללים מס' 45-46 בקוד האתי של "כאן" תאגיד השידור הציבורי, ולאור הנחייתה של ועדת האתיקה של המועצה מיום 5 בפברואר 2019, להקפיד על התבטאויות עיתונאים ברשתות חברתיות כדובריו של שידור ציבורי, תוך נקיטת משנה זהירות בהיבטים הפוליטיים.

הסקר כלל שאלות ברירה ושאלה פתוחה, שאפשרה לעיתונאים להעלות הצעות לכללי אתיקה בתחום זה.

נציין בסיפוק, כי ההיענות לסקר הייתה מרשימה, והשיבו לו כ-100 עיתונאים. אנו מודים לגיא אהרון, ולמחלקת ההדרכה על הסיוע הרב בהפצה ובפילוח ובעיבוד התשובות לסקר.

לאחר ניתוח התשובות בסקר, ובהתבסס על דיוני ועדת האתיקה הפנימית עם הנהלת התאגיד, אנו מביאים בפניכם סדרת כללים להתנהגות עיתונאי התאגיד ברשתות החברתיות.

1. בהתאם לסעיף 45 בקוד האתי של התאגיד, אנו מבהירים כי הפעילות באמצעות חשבונות פרופילים או דפים אישיים ברשתות החברתיות מאפשרות מרחב ביטוי, המתבסס, לפחות בחלקו, על המוניטין שלנו כעובדי התאגיד. נפעל ברשתות החברתיות מתוך הכרה בזיהוי ובמיתוג שלנו כעובדי התאגיד, ונקפיד על שמירת אמון הציבור ועל תרבות הדיון.

2. בהתאם לסעיף 46 בקוד האתי של התאגיד, נפרסם ברשתות החברתיות מידע הקשור במישרין או בעקיפין לעבודתנו בתאגיד, נקפיד על הצגתנו כעובדי התאגיד ועל מימוש הכללים בקוד זה.

3. נסקר את הגופים השונים בישראל בשידורים וברשתות החברתיות, במקצועיות, בביקורתיות ובהגינות, באופן שלא יפגע במוניטין המקצועי של התאגיד.

4. נמנע מקריאה פומבית להצביע למועמד פוליטי או למפלגה ספציפית ומפעילות לטובת גוף פוליטי.

5. נמנע משיתוף דעה פוליטית (share) בחשבונות של עובדי התאגיד שלא למטרות סיקור פוליטי.

6. נמנע ממתקפות אישיות בוטות ופוגעניות על גורמים שונים אשר אותם מסקרים עיתונאי התאגיד, ונקפיד על ביקורת עניינית ומקצועית.

7. נמנע מניהול ויכוחים אישיים פוגעניים עם גולשים ומתגובות מעליבות בתגובה להתנהלות מילולית פוגענית של גולשים. תחת זו, במקרי קיצון, מותר לחסום גולשים פוגעניים.

8. נמנע מהתנגחויות מעליבות, על רקע אישי ולא מקצועי, עם עיתונאים מתחרים.
במקרה של חוסר בהירות, אם הפוסט או הציוץ שאנו מתעתדים לפרסם תואם את כללי האתיקה של תאגיד השידור הציבורי, נשאל עצמנו את השאלות הבאות:
1. האם היינו מפרסמים עמדות דומות בשידור?
 2. היש בסיס לחשש שנתפס כמוטיים בסיקור?
 3. האם הפרסום עלול להשפיע על תפיסת הקוראים את מוניטין הגינות והמקצוענות של השידור הציבורי?
 4. הייתכן והפרסום יסכל את יכולתם של עמיתנו לבצע את עבודתם העיתונאית?

בהצלחה לכולנו בשמירה על מוניטין התאגיד גם ברשתות.

בברכה,

חברי הוועדה:

ד"ר ענת פלג- יז"ר

צ'יקו מנשה- חבר

לי-אור אברבך- חבר

כרמלה מנשה- חבר

מזכיר הוועדה – מאור אסף

קוד האתיקה של "כאן" תאגיד השידור הישראלי

ד"ר תהילה שוורץ-אלטשולר

הוועדה המייעצת: פרופ' יחיאל לימור, פרופ' מוטי נייגר, עו"ד דינה עברי-עומר, עו"ד משה רונן,
ד"ר ענת פלג, דניאל מילוא (מנכ"ל המרכז לאתיקה במשכנות שאננים), עו"ד הגר גנין (עוזרת
מחקר)

נציגי התאגיד: לי-אור אוורבך, שאול אמסטרדמסקי, קלמן ליבסקינד (השתתפו חלקית).

אוגוסט 2017

הקדמה

קוד האתיקה של תאגיד השידור הישראלי אמור לשמש מגדלור ערכי, הן כלפי פנים – כחלק מהתגבשות תרבות ארגונית חיובית ופרקטיקות עבודה אחראיות, הן כלפי חוץ – כחלק מהרצון לבטא באופן חד-משמעי את העבודה שמדובר בארגון תקשורת עצמאי ונקי מניסיונות התערבות חיצוניים ובלתי רלוונטיים לעבודתו.

קוד האתיקה גועד לשקף את חזון התאגיד ואת הערכים שעל פיהם תתנהל העשייה המקצועית בו. חוק תאגיד השידור הישראלי מתווה בסעיף 7(ג) את מערך הציפיות מעובדי התאגיד ומיוצרי התוכן עבור התאגיד:

“תאגיד השידור הישראלי יספק תוכן חדשותי ותוכן בענייני היום (...) והכל באופן מקצועי, הגון, אחראי, עצמאי, ביקורתי, נטול פניות ואמין, בשקיפות ותוך הפעלת שיקול דעת עיתונאי ונאמנות לאמת העובדתית ולחובת הדיווח לציבור”.

במוקד הזהות הארגונית של תאגיד השידור הישראלי עומדות עשייה עיתונאית ויצירת תכני תרבות למען אזרחי ישראל. התאגיד מספק שירות למען הציבור ובמימון הציבור, ואכן הראשה של פעילותו היא אמון הציבור בו. אמון זה יושג מתוך דבקות בכללי אתיקה מקצועית, בכפיפות לחקיקה רלוונטית להיבטים שונים של העבודה העיתונאית, ולהפנמה של משמעות השליחות הציבורית.

קוד האתיקה מבקש להגדיר קווי פעולה מנחים ואמות מידה להתנהלות מקצועית, תוך הכרה בגמישות ובמורכבות המתחייבות מיישומם במציאות. סעיפי הקוד אינם מנוסחים כהנחיות מוחלטות, משום שהנושאים שבהם עוסק הקוד הם, במקרים רבים, מורכבים מכדי לקבוע עבורם אמת מידה אחת ומוחלטת או כלל התנהגות חד.

הקוד קצר באופן יחסי, גם לאור הניסיון שנרכש בעולם בתחום זה, וגם מתוך הכרה שככל שהקוד קצר יותר, כך יהיה קל יותר לזכור את תכניו ואת ההנחיות הכלולות בו וליישמם. הקוד מנוסח באופן המותיר מרחב לשיקול הדעת היישומי והענייני שלכם כעובדי התאגיד ומנהליו. אין בו, לדוגמה, כללים נוקשים המחייבים לקבל אישור במקרים קונקרטיים, אלא הנחיה כללית להתייעץ, בכל מקרה של ספק, עם הממונה הרלוונטי. ככלל, הקוד ומנגנון היישום המוצע שלו אינם בגדר כללים משפטיים כופים, ודווקא בשל כך – תחולתו היא רחבה וכוללת את עובדי התאגיד ומנהליו וגם את כל מי שיוצר תוכן עבור התאגיד, כולל עובדים במיקור חוץ.

קוד האתיקה כולל מגוון של נושאים הרלוונטיים לשרשרת העשייה העיתונאית וליצירת התוכן. חרטי השני השזורים בו יוצקים את התשתית לבניית אמון הציבור ביושרה המקצועית של התאגיד ועובדיו, לרגישות ואף חמלה כלפי אוכלוסיות ובני-אדם הגמצאים במצבים הדורשים התייחסות כזאת, ולהפנמת המחויבויות הנובעות מהתפקיד הציבורי המיוחד שממלא תאגיד השידור.

קוד האתיקה נשען על שלושה יסודות:

הראשון, המחויבות לאמינות המידע המוצג לציבור, לדיוקו ולשלמותו עד כמה שניתן. בכך, נכללות החובה להבטיח שקיפות של דעות והטיות, הקפדה על לשון נקייה ומכבדת, וכן זהירות מפני ניגודי עניינים וקבלת טובות הנאה.

השני, איזון ראוי בין החובכה להביא מידע שלם בפני הציבור לבין הגנה על זכויות מושאי המידע. בכך נכללים ההגנה על שם טוב ופרטיות וכן האיסור על שימוש בביטויים גזעניים או תיוג לא נצרך ובמיוחד מקרים שבהם "אנשים מן השורה" מוצאים עצמם, לעתים שלא כרצונם, בלב תשומת הלב הציבורית.

השלישי, הקפדה על פרקטיקות עיתונאיות מקצועיות ועל יישומן, ובכלל זה הגנה על מקורות עיתונאיים, אבטחת מידע וטיפול נכון בנתונים ובהצגתם.

תאגיד השידור נמצא עתה בתהליך של בנייה והתמסדות. יש לשער שחלק מהוראות הקוד יצטרכו לעמוד עם הזמן במבחן המציאות ואולי אף להתעדכן. אנו מקווים כי הקוד יהפוך למסמך נושם, שיתפתח עם השנים ועם תורת היישום שתתגבש סביבו.

הקוד מנוסח, בכוונה תחילה, בגוף ראשון רבים – קרי: "אנחנו" – ולא בלשון מצווה ומרחיקה. המשימה לוודא שהקוד אכן משקף את החזון הארגוני, ואינו הופך לאות מתה או לחלופין לכלי ליצירת תרבות ארגונית כופה – מוטלת על כתפכם, ואפשר אף לומר: על שיקול הדעת ברגעים הקצרים שבין המחשבה לבין העשייה.

מועצת תאגיד השידור הישראלי היא הגוף האחראי לאישור קוד האתיקה ולפיקוח העליון על יישומו, אך היא אינה גורם האכיפה של ההוראות הכלולות בו. הממונה על תלונות הציבור בתאגיד תהיה הגורם האחראי לקבלת תלונות מן הציבור גם בענייני אתיקה, ולטיפול בהן. לצדה, תפעל ועדת אתיקה פנימית של התאגיד, שתורכב מנציג העיתונאים ומנציג ההנהלה ובראשה יעמוד עיתונאי ותיק שאינו עובד התאגיד, אשר ימלא את תפקידו בהתנדבות. תפקידה של ועדה זו יהיה לקבל תלונות על הפרת הקוד מן הממונה על פניות הציבור ולהכריע בהן; לדון בתלונות שיוגשו מתוך התאגיד על הפרת הקוד ולהכריע בהן; ולסייע בהכרעה על סוגיות הנוגעות ליישום הקוד שטרם באו לידי מעשה ("פרה-רולינג"). החלטות הוועדה יפורסמו בדף ייעודי באתר התאגיד לצד קוד האתיקה.

קוד האתיקה הוא נדבך אחד ומרכזי בתוך מארג רחב יותר של הוראות חוק, פסיקות בתי משפט, וכן ספרות מקצועית ופרשנית בתחומי האתיקה, המשפט והתקשורת. קוד האתיקה אינו בא לשקף את הוראות החוק או להתליף אותן, אלא להוסיף עליהן. לפיכך, אין הוא כולל כמעט אף הפניה להוראות החוק, שאתם, כעובדי התאגיד אמורים להכירן, ולו באופן כללי. לכן, צורפה לקוד רשימה ראשונית של תקיקה, פסיקה וספרות העשויה לשמש ככלי עזר.

בהצלחה,

ד"ר תהילה שורץ אלטשולר וחברי הוועדה המייעצת: פרופ' יחיאל לימור, פרופ' מוטי ניגר, עו"ד דינה עברי-עומר, עו"ד משה רונן, ד"ר ענת פלג, דניאל מילוא.

חלק א': אמון, אחריות ציבורית, אמינות, הגינות ויושרה

1. אמוןⁱ הציבור הוא הבסיס לעבודת תאגיד השידור הישראלי. תפקידנו לשרת את הציבור. נפעל מתוך אחריות ציבורית, בהגינות ובישרה מקצועית בעבודתנו.
2. אנו מתחייבים לשמירה על הזכות לחופש הביטוי ולמימוש זכות הציבור לדעת. עקרונות אלה מהייבאים אותנו להציג בפני הציבור משרעת רחבה ככל הניתן של מידע ושל דעות.ⁱⁱ
3. נפעלⁱⁱⁱ להבטחת הדיק, האמינות והשלמות של המידע שנפרסם לציבור.^{iv}
4. לא נפרסם מידע שאינו בדוק באופן סביר בהתאם לנסיבות העניין ולהקשרו,^v או שהוא מסולף או עלול להטעות.^{vi}
5. נפעל לציין מקור (אנושי או אחר) מדויק לכל מידע שנפרסם.^{vii}
6. לא נצטט מסמכים או נתונים ללא מקור, כאשר יש מקור שאפשר להעניק לו ייחוס או מְזִכָּה (קְרִיט) פומבי הוגן.^{viii}
7. לפני הפרסום נוודא ששקלנו את מכלול העובדות הרלוונטיות, ואם נפרסם מכוח הנסיבות מידע שאינו שלם או עדכני – נציין זאת.^{ix}
8. טעויות, השמטות או מידע שגוי שנפלו בפרסום,^x נתקן במהירות האפשרית, בבהירות,^{xi} בהגינות ובהבלטה הראויה ביחס לפרסום המקורי, ואם הדבר אפשרי נעצור את המשך הפצתם.^{xii} אם נפגעו שמו הטוב או כבודו של אדם בעטיים, נפרסם גם התנצלות במקרים המתאימים.^{xiii}
9. אם נביע דעה אישית, נעשה זאת באופן שיבטיח כי אדם סביר יכול להבין שמדובר בהבעת דעה.^{xiv}
10. נציג מגוון דעות ותכנים בנושאים שונים. נשאף להבטיח איזון הוגן בתכנים ובנושאים המוגשים לציבור.^{xv}
11. נקפיד על לשון בהירה, נקיה ותקנית, על תרבות הדין ועל כבחים של המשתתפים בו.

חלק ב': מניעה של ביטויי גזענות, אלימות ודעות קדומות

12. לא נפרסם דבר שיש בו משום הסתה או עידוד לגזענות, לאלימות או לטרור. בפרסום הכולל ביטויים כאמור, והמתחייב מן ההקשר העיתונאי, נבהיר זאת לציבור.
13. לא נציין אפיונים כגון: גזע, מוצא, צבע עור, עדה, לאומיות, דת, מגדר, עיסוק, העדפה מינית, מחלה, מוגבלות גופנית או נפשית, אמונה או השקפה פוליטית, מקום מגורים ומעמד חברתי-כלכלי, אלא אם כן הם נוגעים עניינית לפרסום.

חלק ג': מניעת משוא פנים וניגודי עניינים

14. אנו מחייבים להימנע ממשוא פנים וניגוד עניינים, הן בדרכי השגת מידע הן בפרסומו לציבור.^{xvi}
15. נקפיד למנוע השפעה על עבודתנו, בפועל או למראית עין, של אינטרסים ולחצים פוליטיים, כלכליים או אחרים.^{xvii}
16. לא נעמיד עצמנו במצב של ניגוד עניינים או חשש לניגוד עניינים, בפועל או למראית עין, בין חובותינו כעובדי התאגיד לבין כל עניין אישי שלנו או של קרובינו, ובכלל זה עניין רכושי או פוליטי.^{xviii}
17. לא נעשה שימוש לרעה במעמדנו, בתפקידנו או בכוחנו לפרסם מידע לציבור או להימנע מפרסום כנה.^{xix}
18. לא נבקש ולא נקבל טובת הנאה מכל סוג, בכל דבר הקשור במישרין או בעקיפין לעבודתנו, למעמדנו ולקשרים שרכשנו כעובדי התאגיד.

חלק ד: הגנה על מקורות עיתונאיים

19. לא נגלה ולא נפרסם מידע שנמסר לנו בתנאי מפורש או העולה מנסיבות העניין שיישאר חסוי, גם אם יש בו עניין לציבור.
20. לא נמסור ולא נפרסם זהות של מקור שנחשף בפנינו בתנאי מפורש או העולה מנסיבות העניין שיישאר חסוי, ונוודא כי מידע המתפרסם על ידינו אינו חושף את המקור במישרין או בעקיפין.
21. לא נמסור לרשויות מידע שנאסף במסגרת עבודתנו, אלא אם כן מדובר בחקירת פשע חמור.^{xx}
22. נשתדל לנקוט אמצעים סבירים לאבטחת מידע שנאסף במהלך עבודתנו.^{xxi}

חלק ה': הגנת הפרטיות^{xxii}

23. תפקידנו הוא לממש את זכות הציבור לרעת ולהביא בפניו מידע רב ככל הניתן. עם זאת, אנו מכירים בחשיבות הזכות לפרטיות.
24. אלא אם קיים עניין ציבורי בכך, נימנע מהשגת מידע בנסיבות שבהן יש לאדם ציפייה סבירה לפרטיות,^{xxiii} ללא הסכמתו במפורש או העולה מנסיבות העניין. "השגת מידע" - בכל דרך לרבות צילום, ציתות או מעקב, באמצעים פיסיים או דיגיטליים.^{xxiv xxv}
25. לא נפרסם מידע הנוגע לצנעת חייו האישיים של אדם, לרבות נתונים על אודות מצב בריאותו או התנהגותו ברשות היחיד, או מידע שהושג תוך פגיעה בפרטיותו של אדם, ללא הסכמתו, אלא אם קיים עניין ציבורי משמעותי בפרסום המידע.
26. נזכור כי הסכמת מושאי המידע להשגת מידע או לפרסומו, אינה מאפשרת לנו לפרסם מידע שעה שהחוק אוסר זאת.
27. בדיווחים על אודות תאונות, אסונות, אירועי אלימות קשה או מלחמה, נאזן בין העניין הציבורי שבדיווח מלא לבין הצורך לנהוג בחמלה.^{xxvi}
28. לא נפרסם מידע מזהה, חזותי, קולי או כתוב, על אודות נפגעי אסון, מלחמה, תאונה או אירוע אלימות קשה, אלא בהסכמתו של הנפגע או אם קיים עניין ציבורי משמעותי בפרסום המידע.
29. לא נתקרב ולא נפגה בדברים אל בני משפחה, ולא נפרסם שמות, תמונות, פרטים מזהים ומצב רפואי של נפגעי אסון, מלחמה, תאונה או אירוע אלימות קשה, ובכלל זה ידיעות על מותו של אדם, אלא בזהירות ראויה ולאחר שנוודא כי למשפחות הנפגעים נמסרו הודעות על ידי גורם מוסמך.
30. לא נצלם, לא נקליט ולא נפרסם הלוויה וקבורה אלא בהסכמת קרוב משפחה מדרגה ראשונה ואם קיים עניין ציבורי בכך.^{xxvii} נגלה רגישות באשר לקיום ראיונות ולנחיצותם עם נפגעים ועם בני משפחה של נפגעים וקורבנות זמן קצר לאחר האובדן.
31. ההסכמה המוזכרת בכל סעיפי חלק זה תושג על ידי כך שנציג את עצמנו כעיתונאי התאגיד או כמי שעובדים בעבור התאגיד, ונבהיר כי מדובר במידע העתיד להתפרסם ברבים. מידע שנמסר לאחר הבהרה זאת נראה כמידע שיש הסכמה לפרסומו.^{xxviii}
32. כאשר מדובר בקטין מתחת לגיל 16 או במי שמונה לו אפוטרופוס, תידרש בנוסף להסכמתו גם הסכמת ההורה או האפוטרופוס.
33. פרסום מידע על-ידי אדם במקום אחר, כגון ברשת חברתית,^{xxix} לא מהווה בהכרח הסכמה לפרסומו גם בערוצי התאגיד, במיוחד במקרים רגישים, ולכן נפרסמו תוך הפעלת שיקול דעת.

חלק ו': שמירה על כבוד ושם טוב

34. תפקידנו הוא לממש את זכות הציבור לדעת ולהביא בפניו מידע רב ככל הניתן. אנו מכירים בחשיבותן של הזכות לכבוד והזכות לשם טוב.
35. לא נפרסם דבר העלול לפגוע בכבודו של אדם או בשמו הטוב, אלא לאחר שווידאנו את אמיתות המידע ככל שניתן בהתאם לנסיבות ולהקשר.^{xxx}
36. בפרסום מידע העלול לפגוע בכבודו של אדם או בשמו הטוב, נפנה לקבל את תגובתו זמן סביר לפני הפרסום. התגובה תוצג באופן הוגן כחלק מהפרסום, או זמן סביר לאחריו אם נמסרה אחרי הפרסום.
37. אם פרסמנו מידע על אודות חשד נגד אדם, מעצרו, הגשת כתב אישום נגדו או הרשעתו, נפרסם מידע על הסרת החשד נגדו, שחרורו או זיכויו, אם ביקש זאת, ובצורה הוגנת.^{xxxii}

חלק ז': שקיפות ואמינות בהשגת מידע ובהצגת מידע

38. נשתמש בהתחזות או בהטעיה להשגת מידע או לקבלת הסכמה למסירת מידע, רק כשמדובר בדרך חיונית להשיג את המידע, ותוך הפעלת שיקול דעת ואישור הממונה הרלוונטי.^{xxxiii}
39. נשתמש בטכניקות ובאמצעים טכנולוגיים לעיבוד, לכימוי ולעריכה של מידע, באופן הוגן ובדרך שלא תפגע בשלמות המידע, לא תוציא אותו מהקשרו ולא תיצור הטעיה ממשית.
40. נציין בהירות פריטי מידע מצולמים או מוסרטים שלא נוצרו על ידי התאגיד (כגון: סרטון המגיע ממקור ממשלתי או תוכן גולשים); תמונות אילוסטרציה; תמונות וקטעי וידאו (חוזי ושמע) שעברו עריכה משמעותית; תוכן ארכיוני, או תכני מציאות וירטואלית.
41. נציג נתונים כמותיים, מדדי שוק הון, תוצאות סקרים וצבירי נתונים (datasets), בדרך שתאפשר לאדם הסביר להבין את מקורם ואת משמעותם. הצגת נתונים והשוואה ביניהם תיעשה בצורה אמינה, ותוך הקפדה על שקיפות מסדי הנתונים הגולמיים.^{xxxiii}
42. כאשר נציג מידע באופן אינטראקטיבי נעשה זאת בצורה אמינה ותוך התייחסות להקשר מלא.

חלק ח': היררכיה ארגונית וכפיפות לקוד

43. בכל מקרה של ספק או התלבטות בפרשנות של כללים אלה או ביישומם, או בהחלטה הנגזרת מהם, ניוועץ בממונה עלינו.^{xxxiv}
44. סעיפי קוד זה יחולו על העיתונאים, העורכים, המנהלים והעובדים בתאגיד ועל כל מי שאחראי להפקת תכנים ולפרסומם במסגרת פרסומי התאגיד, ובכלל זה על עובדים במשרה חלקית, פריילנסרים, עובדים במיקור חוץ וכן מי שמתקשר עם התאגיד לצורך הפקת תוכן.
45. הפעילות^{xxxv} באמצעות חשבונות, פרופילים או דפים אישיים ברשתות החברתיות מאפשרת לנו מרחב ביטוי, המתבסס, לפחות בחלקו, על המוניטין שלנו כעובדי התאגיד.^{xxxvi} נפעל ברשתות החברתיות מתוך הכרה בזיהוי ובמיתוג שלנו כעובדי התאגיד, ונקפיד על שמירת אמון הציבור ועל תרבות דיבור ודיון.
46. כאשר נפרסם ברשתות החברתיות מידע הקשור במישרין או בעקיפין לעבודתנו בתאגיד, נקפיד על הצגתנו כעובדי התאגיד ועל מימוש הכללים בקוד זה.^{xxxvii}

הגדרות

47. "מידע" - כל מידע חזותי, קולי, מודפס או כתוב, שאנו אוספים או מפרסמים.
48. "פרסום" - הגשה של מידע לציבור, בכל דרך וערוץ להעברת המידע.

49. מידע שיש בפרסומו "עניין ציבורי" הוא מידע המשרת את זכות הציבור לדעת ואת יכולתו של הציבור לקבל החלטות באופן מושכל, כגון מידע הנוגע לפשעים ולמעשי שחיתות, להטעיית הציבור ולהגנה על בטיחותו ובריאותו, או לתפקוד רשויות השלטון ונציגי הציבור.

הערות

ⁱ המונח "אובייקטיביות" אינו מופיע בקוד זה ולא בכדי. הניסיון להציג את התקשורת כמתווך נטול הטיות (כולל אידאולוגיות) הוא ניסיון כושל מיסודו. הטיות מובנות, שמרביתן תולדה של אילוצים מקצועיים או טכניים, הן חלק אינטגרלי של העבודה העיתונאית, התל בבחירת הנושאים שיוסקרו, דרך התיעדוף בסיקור, בחירת סדר המרואיינים, הזמן הניתן לכל מרואיין, או הטון בו נהגות מילים, וכלה בבחירת שמלילתו לשרת את הציבור, תחוק את אופן הציבור, שהוא תנאי יסוד לקיומו של שידור ציבורי.

המונח "אמון" נשאב מהקוד האתי של שירות השידור הבריטי (בי.בי.סי), שבו נכתב כי "Trust is the foundation of the BBC". הקוד מפרט את האמצעים המרכזיים להשגת האמון: עצמאות, היעדר משוא פנים וכנות. במסגרת זו, הקוד מגדיר את המחויבות של הבי.בי.סי לדייק נטול פניות תוך הזירות מהולכת שולל של הציבור, להיעדר משוא פנים ולהוגנות.

לעניין זה ראוי לעיין גם קוד השידור הציבורי האמריקני המבכר שלא להשתמש במונח "אובייקטיביות" ובמקום זאת "to speak of the "journalistic ideal in terms of fairness, accuracy and balance".

ואילו קוד האתיקה המקצועית של מועצת העיתונות בישראל קובע (סעיף 3), כי "עיתון ועיתונאי יפעלו ביושר, בהגינות וללא מורא". בסעיף 4 נקבע כי "לא יפרסמו ביועין או ברשלנות דבר שאינו אמת, אינו מדויק, מטעה או מסולף, ולא יימנעו מלפרסם מידע שקיים עניין ציבורי בפרסומו לרבות בשל לתצים פוליטיים, כלכליים או אחרים". ואילו בסעיף (ג) נקבע כי "פרסום ידיעות יהיה הוגן וללא הטיה".

ⁱⁱ מטרת סעיף זה היא להבהיר את הערך המרכזי שעליו יש להגן בעבודת התאגיד, וזאת מתוך הבנה שיהיה צורך לאזן בינו לבין ערכים אחרים כגון מניעת גזענות, פרטיות ועוד.

ⁱⁱⁱ בצד החשיבות של דיוק, אמינות ושלמות יש גם חשיבות להגנה על עיתונאי במסגרת ביצוע תפקידו. לכן, בחרנו בפועל "נפעל", שמשמעו הוא שאיפה להוגנות בנסיבות ובהקשר של איסוף המידע ופרסומו ולא לאמת מדעית ולדיוק חסר פשרות שבמציאות אי אפשר להגיע אליה.

^{iv} בחרנו להשתמש לאורך כל הקוד במונח "פרסום" ולא, למשל, במונח "שידור", וזאת כדי להדגיש כי קוד זה חל על כל פרסום של התאגיד ולא רק בשידור.

^v "אמינות הקשרית" (due accuracy) הוא מונח השאול מהקוד של הבי.בי.סי. בחרנו להשתמש בו מתוך הבנה שעל קוד האתיקה להציב רף גבוה, להוות תמרון אזהרה ובקרה ולשמש סרגל מקצועי ומוסרי. מצד שני, לא רצינו לגזור גזירה שהציבור לא יוכל לעמוד בה.

^{vi} "טעות" ו"סילוף" הם מונחים הלקוחים מקוד האתיקה המקצועית של מועצת העיתונות בישראל. בחרנו במושג "עלול להטעות" במקום "מטעה" וליצור תפיסה שתלווה אותנו לאורך הקוד כולו – הצורך בהתחשבות ב"אדם הסביר", שניתן לכנותו גם "צרכן התוכן הסביר" או "הצופה הסביר" – כלומר, בהקשר שלנו, לא מי שהוטעה בפועל אלא מי שעלול לטעות.

^{vii} מרכיב חשוב באופן הציבור בעבודה העיתונאית הוא הידיעה שהמידע המפורסם ממוסמך ואמין. לפיכך, יש חשיבות לחובת השקיפות של מקורות, קונקרטיים ככל שניתן, אנושיים או אחרים (כגון מסמכים ונתונים).

^{viii} סעיף זה, להבדיל מקודמו, עוסק בהיבט אחר של קידום האמון הציבורי בעבודה העיתונאית: הייחוס והקרידיט. החלטנו שלא לאמץ את התובה, הקיימת בסעיף 21 בקוד האתיקה המקצועית של מועצת העיתונות, להעניק קרידיט דווקא לכלי תקשורת אחר, אלא לנסח חובה כללית באשר לצורך להעניק קרידיט רחב ככל הניתן לעיתונאים, לכלי תקשורת אחרים, או ליוצרים וספקים אחרים של מידע. כללי הבי.בי.סי עוסקים ב"קרידיט מתאים והוגן", ומתוכם אימצנו את המילה "הוגן".

^{ix} עקרון שלמות המידע גם הוא אחד ממרכיבי יצירת האמון של הציבור בעבודה העיתונאית. מאחר שלעתים לא ניתן להביא את מכלול המידע והנתונים – אם מפני שעדיין לא אותרו ואם בשל אילוצי זמן ומקום – בחרנו להוסיף את הדרישה לשקיפות, כלומר – אם עקרון שלמות המידע לא מתקיים, יש לציין זאת.

^x במהלך הטמעת הקוד תירש התייחסות לסוגים שונים של טעויות (טעות עובדתית, השמטה, אי דיוק וכו') וכן לסוגיית מרכזיות הטעות במידע שפורסם.

^{xi} המונח "בבהירות" נשאב מהקוד של הבי.בי.סי. משמעות אלמנט ההגינות היא הבהרה שמדובר בתיקון טעות ולא ב"ערכון". בהקשר זה יודגש כי אין בכוונתנו לקבוע מסמרות בסוגיית דרך התיקון, כלומר – אם הוא צריך להיעשות בכל ערוצי המדיה של התאגיד או רק בזה שבו פורסם המידע השגוי. אנו סבורים כי הקפדה על עיקרון האמון הציבורי מחייבת מדיניות של שקיפות בנושא התיקונים. בתהליך ההשמטה יהיה צורך לקבוע נהלים בנושא זה.

^{xii} הסוגיה בדבר האפשרויות והדרכים לעצירת הפצתו של תוכן מוטעה ברשתות החברתיות נמצאת עדיין ב"חיתוליה", ועל כן החלטנו לקבוע שראוי לעשות כן "במידת האפשר".

^{xiii} ההקפדה על תיקון ככל מקרה של טעות שנובעת מהצורך בשמירה על אמון הציבור וכן בהקפדה על נהלי העבודה העיתונאית. אשר להתנצלות: מוצע כי הפורמט ייקבע כפרקטיקה על ידי האומבודסמן של התאגיד. ראוי שתונהג שקיפות לגבי המדיניות של תיקון טעויות והתנצלויות, וכי התיקונים וההתנצלויות ירוכזו כדי לאפשר לימוד והפקת לקחים.

^{xiv} האיסור על הבעת דעה הוא ארכאי. אנו סבורים שבקוד האתיקה לא צריכה להיות אבחנה בין פונקציות מקצועיות שונות (מגיש חדשות, תחקירן, פרשן וכד'), משום שגם הבחנה זאת היא פעמים רבות מלאכותית (למשל, קריין רצף בתוכנית מוסיקה). לכן, החלטנו לקבוע כי בעת הבעת דעה יש לשאוף (1) לשקיפות, שפירושה הבהרה כי המדובר בדעה אישית, בדרך שהדבר יהיה מובן ל"צרכן תקשורת סביר"; (2) להוגנות וכבוד כלפי דעות שונות; (3) לגיוון הדעות המוצגות.

^{xv} עיקרון הגיוון הוא מרכיב יסודי בשמירה על אמון הציבור, והוא גם נכלל בסעיף המטרות של חוק תאגיד השידור הישראלי. לעיקרון זה יש שני מרכיבים: האחד, הצורך להציג לציבור מגוון רחב של מידע ונושאים, והשני - להבטיח איוון פנימי בכל נושא. לאור המורכבות של מדידת האמון והערכותו, אנו ממליצים במקביל על פיתוח דגם למדידת גיוון ועל הטמעת הפיקוח על הרגם.

^{xvi} זהו כלל פרויזיביבי הצהרתי בדבר מחויבות עובדי התאגיד הישראלי לאמת, ליושרה מקצועית, ולעבודה עצמאית מלחצים חיצוניים, כאשר מחויבות זו חלה הן על השגת מידע הן על פרסומו.

^{xvii} מטרת סעיף זה היא לחסן עיתונאים מפני ניסיונות להפעיל עליהם לחצים, שכן הוא עשוי לתת בידם כלי לטרב לפעול שברוך שתעמיד אותם במצב של ניגוד עניינים.

^{xviii} הכלל שקבענו הוא חד וברור, בדומה לזה הקבוע בסעיף 15 לקוד האתיקה המקצועית של מועצת העיתונות, ולפיו עובד התאגיד לא יעמיד עצמו במצב שבו קיים חשש לניגוד עניינים בין חובותיו כעובד התאגיד וכעיתונאי לבין כל אינטרס אחר. מצאנו שנכון יהיה להרחיב את ההסדר כך שיחול: (1) על אינטרס אישי מכל סוג שהוא; (2) הן בפועל והן למראית עין; (3) על עניין אישי של קרובו של עובד התאגיד, מתוך הבנה שמדובר בקרבה קרובה. חשיבות הסעיף היא בהיותו תנאי בסיס לאמון הציבור, למניעת השחתה וליצירת תרבות ארגונית נאותה.

^{xix} מטרת הסעיף ברורה: לאסור על עיתונאי, כדוגמה, לנצל את זיהויו המקצועי כדי לאיים על אחרים בעניינים ובנושאים שאינם קשורים לעבודתו.

^{xx} מטרת הסעיף היא למנוע מצב שבו עיתונאים נהפכים לחלק מרשויות החקירה, דבר העלול לפגוע ביכולתם לסקר בעתיד אירועים. בעולם שבו מתבצעים חלקים רבים של העבודה העיתונאית באמצעות מדיה דיגיטלית, סברנו שגקיטת אמצעים סבירים לאבטחת מידע היא בעלת משמעות אחרת, שכן דליפה או זליגה של מידע עלולה לפגוע באמון הציבור בתאגיד ובעובדיו.

^{xxi} פרק זה מבטא את התפיסה שלפיה פרטיות היא זכות יסוד, המובחנת מהזכות לשם טוב, וכי יש צורך באמידה ברורה באשר לחובת כיבוד הזכות לפרטיות ולציפייה הסבירה של האדם לפרטיות. עם זאת, יש לזכור את הצורך לאזן בין הזכות לפרטיות לבין זכות הציבור לדעת, שהיא עיקרון היסוד בפעולת התאגיד ועובדיו.

^{xxiii} "ציפייה סבירה" של אדם לפרטיות והפגיעה בה היא התוספת האחרת לחוק הגנת הפרטיות, ומימושה יתפתח עם הזמן. המבנה שאנו מציעים הוא כדלקמן: (1) נקודת המוצא היא איוון בין זכות הציבור לדעת לבין הזכות לפרטיות; (2) הפרטיות נפגעת כאשר יש הפרה של ציפייה (סבירה, לגיטימית, מוצדקת) של אדם לפרטיות – והכל בהתאם להקשר ולנסיבות; (3) אם הופרה הציפייה הסבירה לפרטיות, יש לבחון אם ניתנה הסכמה מצד מי שהציפייה שלו לפרטיות נפגעה; (4) אם אין הסכמה – יש לבחון האם קיים עניין ציבורי ולהכריע האם הוא גובר על הזכות לפרטיות.

^{xxiv} במסמך הלוואי לקוד האתיקה כלולה רשימה של חוקים מרכזיים, האוסרים או מגבילים פעילויות שונות (מקצתן, לא רק של עיתונאים) או מגנים על זכויות של בני אדם מסוימים.

^{xxv} אנו מציעים לפתח בהדרגה נהלי עבודה, בניצוחם של נציגי קבילות הציבור והיועץ המשפטי, באשר להיוועצות עם עורך או עם ממונה כאשר ספק באשר לדרך להשגת מידע. קוד האתיקה של הבי.בי.סי. כולל, כדוגמה, רשימה של מקרים שבהם קיימת חובת התייעצות מעין זו.

^{xxvi} סעיף זה שולב בקוד בהשראת הקוד של הבי.בי.סי, שעניינו הצורך לפעול בחמלה במקרי אסון, וזאת כאלמנט מאזן בין זכות הציבור לדעת לבין הזכות לפרטיות.

^{xxvii} אנו מציעים כי חידוד אופי ההסכמה ייעשה בעתיד בהתאם להתפתחות יישום קוד האתיקה.

^{xxviii} ההגדרה, שמשמעותה חובת שקיפות של עובדי התאגיד כלפי מוסרי המידע, נוסחה בהשראת הקוד של הבי.בי.סי.

^{xxix} חשיבותו של סעיף זה, שנוסח בהשראת הקוד של הבי.בי.סי, נובעת מכך שמחקרים מלמדים על "בורות דיגיטלית" בקרב המשתמשים ברשתות חברתיות או בערוצים מקוונים אחרים. בורות זו גורמת לכך שמשתמשים רבים אינם מודעים כי דברים המתפרסמים ברשת חברתית עלולים להיות חשופים לעין כל ואף להפרסום לאחר מכן גם בערוצי תקשורת ממוסדים.

^{xxx} סעיף זה מבקש לבסס את "הגנת העיתונות האחראית" בעקבות פסק-הדין של בית-המשפט העליון (בערעור בעניין אילנה דיין). הוא נוסח בדרך שמשמעותה כי אין חובה שדברים הפוגעים בשמו הטוב של אדם יהיו אמת ברמה של "אמת דיברתי", אלא שאפשר יהיה לומר כי המידע הושג תוך שימוש בפרקטיקות עיתונאיות סבירות ואחראיות.

^{xxxi} הדרישה לפרסום ערכון היא רק אם מושא המידע דרש זאת. הטעם לכך הוא כפול: האחד, בלעדי סעיף זה עלול להיות מוטל נטל נטל כבד מדי על עיתונאים, והשני – לא אחת גם מושא המידע אינם מעוניינים באזכור מחודש של עניינם.

^{xxxii} חשיבות סעיף זה היא בהצבת גבולות לאיסוף מידע ולעבודה עיתונאית, וזאת כדי למנוע השחתה ופגיעה באמון הציבור.

^{xxxiii} אנו ממליצים כי ייקבעו כללים לפרסום סקרים, ובכלל זה החובה לציין את זהו מזמין הסקר, המממן שלו ועורכו, את שיטת המדגם וגודלו, דרך ניסוח השאלות, טווח הטעות הסטטיסטית ועוד. כן אנו ממליצים לקבוע כללים לפרסום מידע המבוסס על צבירי נתונים. במקרים שבהם יהיה התאגיד מעורב בהזמנת סקר, ייקבעו כללי אתיקה שיחולו על הגוף הסוקר.

^{xxxiv} חובת ההיוועצות היא עם "הממונה" ולא עם מנהל המחלקה/מדיום וכר', וזאת מתוך הכנה שבארגון חוצה מדיה עשוי העובר להיות כפוף למספר ממונים, ועל כן החובת תהיה להתייעץ עם העורך הרלוונטי בתחום שבו מתעוררת הסוגיה האתית.

^{xxxv} השתמשנו בביטוי "פעילות" משום שהקוד חל על מכלול פעילויות כמו "לייק", שיתוף, שרשור ועוד.

^{xxxvi} סעיפים אלה אינם עוסקים בערוצים ובחשבונות רשמיים של התאגיד ברשתות החברתיות, אלא בחשבונות פרטיים של עובדי התאגיד. אנו ממליצים לקבוע בעתיד כללים לגילוי נאות של פרסומים ברשתות שיבהירו מהן הדרכים שעובדי התאגיד, המשתמשים בחשבונות פרטיים ברשתות, ידרשו להזדהות ככאלה ובאילו תפקידים.

^{xxxvii} אנו סבורים כי במקביל לחובות הכלולים בקוד האתיקה, יש לאמץ נוהל פנימי שלפיו עובד התאגיד אשר פרסם ברשתות החברתיות מידע הנוגע ישירות לעבודתו בתאגיד, וזאת תוך מחוייבות לכללי האתיקה, יהיה זכאי להגנה משפטית אם יועלו טענות על לשון הרע, פגיעה בפרטיות או עבירה/עוולה אחרות.