

03

02

דוח אמון 4



מבט
2024

I

מי אנחנו ולמה 'דוח אמון'



תוכן עניינים

I מי אנחנו ולמה דוח אמון

4 < גלובס 2021

6 < הדוח - על קצה המזלג

8 < למה דוח אמון

13 < מושגי יסוד

II אמון: אבני היסוד

16 < בהירות

17 < ענייניות

18 < גיוון

22 < בדיקת עובדות

28 < שקיפות

32 < יצירת ערך

III קוד אתי ונהלים

44 < הקוד האתי של גלובס

48 < נוהלי גלובס

גלובס מפרסם גילוי מלא של האינטרסים העסקיים והניהוליים של בעלות המניות מאז נרכש ב-2017.

זאת, למרות שמועצת העיתונות החליטה ב-2019 להסיר את הסעיף (ב'15) בתקנון האתיקה של מועצת שחייב את המו"לים לפרסם אחת לשנה גילוי נאות של האינטרסים העסקיים המהותיים שיש להם.

סעיף 15 נכנס לתקנון על רקע פרשת האזנות הסתר ב"מעריב" וב"ידיעות אחרונות". בפברואר 2017, דוקא אחרי שנחשפה פרשת ההון-שלטון-עיתון "תיק 2000", הוחלט לצמצם את חובת השקיפות שנדרשת מהמו"לים וב-2019 בוטל הסעיף כליל.

גילוי מלא

אלונה בר און

< יו"ר "בית וגג", קרן יזמית בהתחדשות עירונית

< יו"ר "העמותה לילדים בסיכון" המתמחה בטיפול בילדים ונוער על הרצף האוטיסטי

< חברת הוועד המנהל של "המרכז החינוכי של בית יגאל אלון"

ענת אגמון

< חברת הוועד המנהל של "בצלאל"

< חברת הוועד המנהל של "ציונות 2000", עמותה העוסקת באחריות חברתית

< חברת הוועד המנהל של "ניצוצות", עמותה העוסקת בחדשנות בחינוך

< חברת הוועד המנהל של "בית תפילה ישראלי", עמותה העוסקת ביהדות חילונית

גלובס

חיים בר און ז"ל, מו"ל 1984-1998

עיתון העסקים והכלכלה של ישראל מאז 1983



לכל דוחות האמון של גלובס
globes.co.il/emun

עורכת ראשית

נעמה סיקולר

אלונה בר און מו"ל ובעלים משותפת

עורכת הדוח

קרן גולדנברג

ענת אגמון בעלים משותפת

עריכה

עדי אהרוני, מיכל אריאלי, רעות מרים כהן

אורי שנער חבר דירקטוריון

עורכת גרפית

חגית ענתבי זוהר

ד"ר רפי ביטון חבר דירקטוריון

עיצוב גרפי ואינפוגרפיקה

מיכל פדלון

מיכל המאירי משנה ליו"ר

איורים

גיל גיבלי

globes.co.il

sherut@globes.co.il

facebook.com/globesnews

twitter.com/globesnews

רח' אצל 53 ראשל"צ ת"ד 5126 7515002

טל. 03-9538888

הדרך של גלובס המתחדש

6.2017
גלובס מחליף בעלות

אלונה בר און וענת אגמון רוכשות את גלובס

6.2017
חזון וערכים

הגדרת חזון וערכים הנכללים בהסכם בעלות המניות. תמצית החזון: קידום אמון בין-מגזרי ופיריון כלכלי

10.2017

נוהל גילוי מלא

כתיבת והטמעת כלל מחייב לשקיפות בנושאים מהותיים הנוגעים לגלובס, או לבעלי העניין שלו

6.2018

דוח אמון ראשון

גלובס הוא העיתון הראשון בארץ שמפרסם דוח אמון הפותח צוהר של שקיפות לתהליכי עומק פנימיים

7.2018

כללים מחמירים בנוגע לתוכן השיווקי בעיתון המודפס

החלת כללים מחמירים של סינון וגילוי בנוגע לתוכן שיווקי בכלל ובעיתון המודפס בפרט, תוך ויתור על הכנסות

9.2018

נוהל חזקת החפות

כתיבת והטמעת כללים לסיקור אירועים פוליטיים הכוללים אזכור חזקת החפות ואיסור שימוש (שימוש חוזר) בתמונות משפילות

1.2019

המשרוקית של גלובס

הטמעת המשרוקית, מערכת בדיקת העובדות הראשונה והיחידה בארץ, המתמחה בבחינת התבטאויות של אישי ציבור. המשרוקית היא החברה הישראלית היחידה ב-IFCN, הרשת הבינלאומית העצמאית של ארגוני בדיקת העובדות, ופועלת בהתאם לעקרונותיה

1983

שנת הקמה



חיים בר און ז"ל,
מו"ל 1984-1998



בעלות המניות
אלונה בר און
וענת אגמון



ערכת ראשית
נעמה סיקולר



רחוב אצל"ל 53
ראשון לציון

170

עובדים



ותק ממוצע
לעובד 9 שנים

פילוח מגדרי של כלל התפקידים

78%

נשים
בהנהלה
הבכירה

44%



גברים

56%



נשים

העובד הכי
צעיר בגלובס



העובד הכי
מבוגר בגלובס



גיל ממוצע לעובד 45

הדרך של גלובס המתחדש

5.2019

הטמעת קוד אתי

לאחר חודשי כתיבה רבים, מפורסם ומוטמע הקוד האתי של גלובס

6.2019

דוח אמון שני

הרחבת השקיפות ע"י הצגת ממצאי גיוון ומקרי מבחן של ניתוח טעויות והתנצלויות

7.2019

ועדה בנושאי אתיקה ועיתונות

גיבוש צוות מומחים - פנימיים וחיצוניים - המייעץ בשאלות אתיות ומקצועיות

11.2019

גלובס-על-גלובס

בניית מדור ייעודי באתר גלובס המציג בשקיפות את מאחורי הקלעים של הארגון התפעולי ומערכת גלובס

1.2020

מעבר למינויים דיגיטליים

השקת חומת רישום ותשלום שנועדה לשמור על עצמאותו הכלכלית והמקצועית

6.2020

סגירת הטוקבקים לרשומים בלבד

גלובס חולק עם קוראיו את האחריות על שמירת שיח מכבד, ענייני ומגוון

6.2020

דוח אמון שלישי

פתיחת צוהר נוסף לתהליכי העבודה בתוך גלובס בעיצומה של שנה מאתגרת

10.2020

נוהל רשתות חברתיות

החלת נוהל פעילות עיתונאים ברשתות חברתיות, הקורא לנהוג באחריות ובשקיפות גם בחשבונות הפרטיים

פלטפורמות הפצה



אתר אינטרנט
אפליקציה



עיתון מודפס
בהפצת בוקר



עיתון ערב
בדיגיטל



צבי ספק
המנכ"ל וותיק

מעל **70**

משרדי ממשלה, רשויות
ושגרירויות-קוראים
גלובס מדי יום

11,000,000

כניסות לאתר
(ממוצע חודשי לשנת 2020
ע"פ נתוני SimilarWeb)

מעל
100,000

רשומים באתר

₪680,000

שווי מדיה מודפסת
ודיגיטלית שנתרמה
לקהילה בשנה האחרונה

הפודקאסטים המובילים של גלובס



2



1



3

הדוח - על קצה המזלג

עמוד
30

4

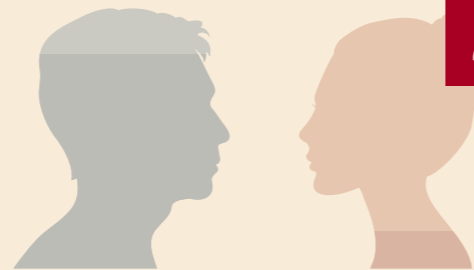
טעויות והתנצלויות
מהשנה האחרונה
(ברור שעשינו יותר)



6

שערים של כלכלה
בגובה העיניים

עמוד
25



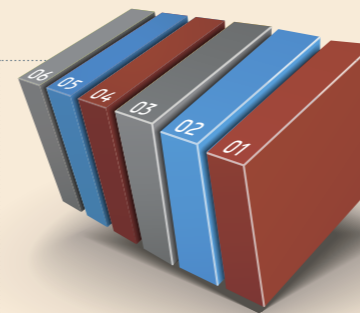
למה המשרוקית
בדקה השנה רק
15% נשים?

עמוד
33

הבדל
1
בין ערך
ללקוחות וערך
לקוראים



עמוד
14



6

אבני היסוד של
אמון בעיתונות

עמוד
12

מיהו "עיתונאי"?

+12

מושגים שאנחנו
עדיין לומדים

עמוד
18



8

דרכים לגיוון
בעיתונות

עמוד
17



9

מאפיינים לחוסר
ענייניות בעיתונות

עמוד
44

49

סימני דרך
קוד אתי ונהלים



עמוד
40

12

פרויקטים
חברתיים-עסקיים
בהשתתפות יותר
מ-1,000 עסקים



עמוד
23

3

ציונים חדשים
למשרוקית



עמוד
21

78%

נשים בהנהלה הבכירה

למה דוח אמון

אל תסמכו עלינו. תבדקו אותנו.

ב-2017, כשהתחלפה הבעלות על גלובס, ערכנו מיפוי של 'כשלי העיתונות' המתעדכן עד היום ומשמש עבורנו עוגן ל[1] הגדרת הרצוי [2] מיפוי פערים בין המצוי לרצוי [3] תכנית עבודה ו- [4] תהליכי מדידה, בקרה ושיפור.

עצרנו לשאול: מה גרם למשבר האמון בעיתונות?



לקחנו אחריות על החלק שלנו בכשלי העיתונות ונאנחנו נחויים לתקן אותנו.

רגע,

מה זה הדוח הזה - ולמה שתסמכו עלינו?

למה לדבר על 'אמון' ולמה זה משנה? התשובה היא פשוטה: אמון הוא הבסיס לקיום שלנו כמדינה וכחברה משותפת. אמון הוא הדבק שמחבר בין המגזרים והקהלים, בין הממשלה לאזרחים, בין החברות העסקיות לצרכנים, בין המטופלים לבין הרופאים וכן הלאה. בלי אמון אין כלום והכל בעירבון מוגבל - גם תמונת המציאות הרצויה.

אף אחד לא מאמין לאף אחד

הידרדרות האמון היא תופעה עולמית של העשור האחרון. נראה שבישראל חלה הידרדרות משמעותית בשנתיים האחרונות לאור השילוב בין מגיפת הקורונה, המשבר הפוליטי שגרר ארבע מערכות בחירות תוך שנתיים בלבד ואירועים בטחוניים, אשר העמיקו את חוסר האמון, הן בין המגזרים השונים במדינה והן מול המוסדות, בהם הממשלה, המגזר העסקי, מערכת המשפט, מערכת הבריאות, מערכת החינוך, התקשורת - ועוד.

לא מאמינים בעיקר לתקשורת

על פי מדד הדמוקרטיה הישראלית שנערך ב-2020, רק כשליש מהאזרחים בארץ נותנים אמון בתקשורת. המצב בעולם לא שונה בהרבה: על פי דוח האמון של אדלמן לשנת 2021, הציבור מאמין למגזר העסקי ולממשלה - יותר משהוא מאמין לתקשורת*.

אבל דווקא התקשורת אמורה להגביר את האמון

לפי ה-CCJ [ר' עמוד 13], מטרתה המרכזית של העיתונות היא לספק לאזרחים מידע מהימן ומדויק לו הם זקוקים לצורך תפקודם בחברה חופשית. כלומר - נוצר מצב מסוכן, כשספק המידע שאמור להיות מהימן, נתפס כלא אמין אפילו יותר מהמסוקרים שלו.

בהתאם, דוח אמון קודם של אדלמן מ-2018, העלה שחלק ניכר מהציבור טוען שחוסר האמון שלו בתקשורת - הוא שמוביל לחוסר אמון במגזר העסקי ובממשלה. בדומה, מחקר של המכון הישראלי לדמוקרטיה הראה ש-54% מהאזרחים מאמינים שהתקשורת משחירה את פני הדברים וכי היא "מתארת את המצב כגרוע הרבה יותר ממה שהוא באמת".

לקחנו אחריות

מאז החלפת הבעלות על גלובס ב-2017 אנו בודקים את תפיסתנו לגבי הסיבות להידרדרות האמון בעיתונות ומחילים על עצמנו תהליך שינוי תרבותי ותפיסתי, מגובה בתכניות עבודה, מדידה ונהלים, לצמצום הפערים בין המצוי לרצוי. דוחות האמון השנתיים מהווים עבורנו, בין היתר, שיטה למעקב שנתי על תוצאות התהליך.

זוהי הזדמנות לומר תודה על האמון לכל מי שכבר בחר בנו ולהמליץ לאחרים להצטרף למסע מרתק לעיתונות אחרת.

* מקור: מדד הדמוקרטיה הישראלית 2020, מרכז ויטרבי לחקר דעת קהל ומדיניות, המכון הישראלי לדמוקרטיה, עמ' 63 | The Israeli Democracy Index 2020 Tamar Hermann Or Anabi, Ayelet Rubabshi-Shitrit, Avraham (Rami) Ritov, Ella Heller | www.idi.org.il

** אדלמן היא חברת תקשורת פרטית-בינלאומית, החוקרת את נושא אמון הציבור במוסדות ב-28 מדינות מזה 20 שנה. החברה מפרסמת מעת לעת דוח שנקרא "Trust Barometer", המציג נתונים, מגמות ותובנות ביחס למידת האמון שהציבור נותן למוסדות שונים בעולם. לפרטים נוספים: www.edelman.com/trust

מקור: 2021: Edelman Trust Barometer, https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer, page 26
מקור: 2018: Edelman Trust Barometer, https://www.edelman.com/trust/2018-trust-barometer, page 26

למה דוח אמון

מסע שאי אפשר להפסיק. מסע ליצירת ערך.



נעמה סיקולר

35 שנה חלפו מאז היום ההוא. 1986, סוף חודש יולי, ירחו.

35 שנים והוא עדיין זוכר כל פרט.

את הקולות הרמים, את הסירנה של האמבולנס, את רעש המסוקים, את אנחת הרווחה כשגילה שכולם שרדו.

הוא עדיין יכול לשחזר כל פרט, כל מילה שנאמרה, את הריח. היכן עמד הרמטכ"ל והיכן אלוף הפיקוד. את המלים של הקריין בטלוויזיה. את הדיווח המסולף בעיתון, את תחושת העלבון. את נציג דובר צה"ל שדרש תיקון. את הטקסט הקצרצר שהתפרסם יום לאחר מכן, באחד העמודים הפנימיים במה שנחשב אז לעיתון הנפוץ בישראל.

35 שנה והוא לא שוכח, ולא סולח. את המיני לעיתון הוא ביטל. האמון בתקשורת כולה התערער.

ורק השנה הוא החליט לנסות ולהותיר את האירוע מאחוריו. רק השנה העז להעלות את הדברים על הכתב. עמוד וחצי בלשון רזה, כמעט לקונית, לרגעים ציורית. פונט 12, כתב צפוף, רגשות מתפרצים.

העיתון כבר לא מה שהיה פעם. את שמו של העיתונאי הוא לא ישבח. העיתונאי עדיין פעיל אבל ההודעה ששלח לאחרונה לתיבת הווטסאפ שלו עם תיעוד האירוע מלווה בתחינה ליחס, לסליחה, להכרה בטעות, משהו נותר ללא מענה.

הוא איש שמספר סיפורים, אני עיתונאית שאוהבת להאזין לסיפורים ובכל זאת על המקרה הזה שמעתי רק לאחרונה ומאז אני חושבת עליו לא מעט.

אני חושבת עליו כי אני חושבת על עצמי. עלינו העיתונאים, עלינו העיתונאים בגלובס. אני חושבת עליו ותוהה לכמה אנשים יש זיכרון שלילי כזה מאיתנו. ויחד עם זאת אני מאמינה שבכל יום שעובר הסיכוי להיווצרות אירוע כזה בין הדפים הוורודים הולך וקטן.

לפני ארבע שנים נפלה בחלקי זכות גדולה להצטרף למסע לתיקון ולשינוי פני גלובס. זה לא מסע קל. דוח האמון שלפניכם מפרט חלקים נרחבים ממנו אבל הוא לא משקף את עוצמת המאבק היום יומי.

את המרוץ נגד השעון בשאיפה להיות מצוינים אבל גם לבדוק עובדות. את הניסיון להיות נשכניים אבל לא מרושעים. את החיפוש אחר מה מעניין את הקוראים ולא רק את תיבת התהודה של עצמנו. את השאיפה - להביא ערך.

חלק מהחברים בברנד'ה (אולי מרביתם), מביטים על המסע שלנו בעין עקומה. צינית, ספקנית. זה לא תמיד נעים אבל זה גם לא ממש משנה. את המסע שלנו בגלובס כבר אי אפשר להפסיק.

זו השנה הרביעית שאנחנו מגישים לכם הקוראים דין וחשבון על המסע שלנו וכרגיל אתם גם אלה שתשפטו.

לאמון יש ערך. למילים שלנו יש ערך.



אלונה בר און

כשהתחלנו את המסע של גלובס, לפני ארבע שנים, עם תפיסת עולם מגובשת, מנוסחת בחזון וערכים, חשבנו שנוכח לתשואות, וזכינו להרמות גבות במקרה הטוב. לקח לנו זמן להבין שהמילים שכתבנו ושדיברנו, מילים כמו אמון, שקיפות, גיוון, ענייניות, אתיקה, אחריות, כבוד, הן מילים שקופות, שכבר נשחקו בהבטחות שווא, וחמור מכך, שימשו כמעטה להלבנת חטאים.

דוח האמון הוא הדרך שלנו להוכיח שלמילים שלנו יש ערך, שאנחנו מתכוונים לכל מילה. הדוח הוא הדרך שלנו להסביר את האמון שאנחנו מבקשים מהקוראים שלנו, צרכני תקשורת שכבר עייפו מלשמוע איך שיחקו להם בתודעה בתיק 2000 ותיק 4000, שנמאס להם לגלות בדיעבד שהם פספסו תוכן שיווקי סמוי ושימצו את החיפוש אחר יח"צ או פוליטיקה במסווה של עיתונות. הם גם לא רוצים לשמוע כל הזמן רק מה רע, כי הם יודעים שיש גם טוב. הם בסך הכול רוצים למצוא מישהו שיספר להם בהגינות על המציאות שבה הם חיים. הם רוצים לחזור להאמין.

דוח האמון הוא הדרך שלנו להראות שתחת המילה אמינות כבר חוסות כ-1,000 בדיקות עובדות של "המשרוקית של גלובס"; שתחת המילה גיוון נכנסו אל הבמות הציבוריות והארגוניות שלנו - נשים, דתיים-מסורתיים, ערבים וחרדים בשיעורים ובתפקידים שטרם נראו כמותם בתקשורת הישראלית; שתחת המילה אחריות נכללים אינספור נושאים שהארנו והובילו לשינויים; שתחת המילים ענייניות וכבוד החלנו על עצמנו נהלים מחמירים של מידתיות בכתיבה, חזקת החפות, בקשת תגובות ואיסור שימוש בתמונות משפילות; שתחת המילה שקיפות הובלנו גילוי מחמיר של אינטרסים עצמיים, הודאה בטעויות, התנצלויות פומביות וגם

את הדוח הזה, הרביעי במספר.

העיתונות שאנחנו בונים בגלובס היא עיתונות חדשה, שהולכת ומעמיקה ובונה שורשים ויסודות. העיתונות שאנחנו בונים לא ממוקדת במו"ל, לא במפרסמים ולא בעיתונאים. היא ממוקדת בקוראים ובאופן שבו אנחנו יכולים להפוך את זמן הקריאה היקר שלהם למועיל יותר. אנחנו משקיעים מאמץ, זמן וכסף לא רק כדי לשמור על התודעה נקייה מהשפעות זרות, אלא גם כדי למלא אותה במה שנדרש היום למי שרוצה לדעת מה קורה סביבו בכלכלה, בעסקים ובחברה. אנחנו ממוקדים בהבאת ערך לקוראים - ערך של ידע, של למידה, של הצפת סוגיות עומק, של אוריינות, של היכרות עם מגזרים שונים, תרבותיים ועסקיים.

לתפיסתי, שרבים שותפים לה, עיתונות מגוונת היא אמינה יותר ואיכותית יותר על אף היותה מאתגרת יותר ניהולית ותהליכית. כמו כן, אני סבורה כי מלבד תפקידיה המסורתיים לעיתונות יש תפקיד נוסף - להוות גשר של היכרות. הרב מדינת ישראל הולך ומשתנה מכל כך הרבה כיוונים, כך שבעיניי, ערכית וכלכלית, אם העיתונות לא תשתנה גם, היא עצמה לא תשרוד.

יש לנו עוד דרך לעשות, אנחנו רחוקים מלממש את מלוא ההבטחה הגלומה בכל הערכים והיעדים שלנו, אבל אנחנו נחושים להמשיך, וכבר רואים את האור בקצה המנהרה. הנתונים מעידים שלדרך של גלובס יש ביקוש. פתיחת האתר שלנו למנויים משלמים היא הצלחה, כמות המנויים עלתה דרמטית, האתר שלנו הוא הגדול והנקרא בתחומו במדינה, ולנו זה אומר שהקוראים שלנו כבר רואים: למילים שלנו יש ערך.

מושגים שמופיעים בדוח

רגע לפני שאנחנו צוללים לכל מה שעשינו ולא עשינו בשנה האחרונה, זו הזדמנות ליישר קו לגבי חלק מהמושגים שמנחים אותנו ומוזכרים בדוח זה. ההגדרות משלבות פירוש מילוני עם פרשנות מקצועית-סובייקטיבית שלנו, בהלימה לערכים ולחזון המנחים אותנו.

אָמוֹן

על פי האקדמיה ללשון העברית, אמון הוא "דגש ביטחון כלפי אדם". לפי מילון 'רב מילים', אמון הוא "אמונה או ביטחון מלא במישהו או במשהו, היחס של מי שמאמין במישהו או במשהו."

לפי ויקיפדיה, אמון הוא "תודעה המבטאת יחס כלפי המציאות בו מאמין נותן האמון כי הגורם בו ניתן האמון יכיל תכונה מוגדרת אחת או יותר בעתיד".

אנחנו כבר לא יודעים למי להאמין, אבל מאמינים שאָמוֹן הוא המְצַבֵּעַ הַחֲדָשׁ.

אָמוֹן בְּמַצְבֵּעַ הַחֲדָשׁ

במרכז הדיונים של הפורום הכלכלי העולמי בדאבוס 2019, עמד נושא ה'אמון כמטבע החדש' בציון השפעות חוסר האמון - על הכלכלה, החדשנות ואי השוויון העולמי. ע"פ ד"ר יובל קרניאל, משפטן, חוקר תודעה וכותב אורח בגלובס: "תעשיית חוסר האמון מפרנסת הרבה מאוד אנשים" ו"אי אמון הוא מחלה חברתית עמוקה שאנו נושאים איתנו".

מי שחוקר את נושא האמון והשפעתו על כלל המוסדות בעולם, הוא גוף התקשורת הפרטי Edelman, שיצר את "ברומטר האמון" ומוציא מדי שנה דוח אמון גלובאלי, המנתח את מידת אמון הציבור במגוון מוסדות ב-28 מדינות בעולם.

לפי דוח אדלמן לשנת 2021, הציבור נוטה להאמין הציבור מאמין למגזר העסקי ולממשלה - יותר משהוא מאמין לַתְּקִשְׁתָּהּ.

לְמַלִּים יֵשׁ עֶרֶךְ

סלוגן המלווה אותנו מזה שנתיים ומבטא את המחויבות העמוקה שלנו ליצירת ערך - בראש ובראשונה לקוראים - ולכלל מחזיקי העניין.

הסלוגן "למילים יש ערך" הוצע על ידי עורך החדשות רועי ברק, במהלך סדנה פנימית חוצת ארגון, שחידדה את נקודות הבידול של גלובס. בסדנה השתתפו עובדים, חברי הנהלה ועֶתוֹנָאִים.

עֶתוֹנוֹת

לפי פקודת העיתונות שנחקקה בארץ ב-1933, עיתון הוא "כל דבר דפוס המכיל חדשות, ידיעות, סיפורי מאורעות... או עם כל עניין אחר בעל חשיבות ציבורית, הנדפס בכל לשון והיוצא לאור בישראל, למכירה או להפצת חינם".

אנחנו מאמינים שעיתון הוא גוף שמחויב לתיווך המציאות באופן שמאפשר לקוראי לגבש עמדה עצמאית, המהווה בסיס לקיום הדמוקרטיה. גוף, ששואף לעצמאות כלכלית כדי לא להיות כפוף לאינטרסים זרים ולשרת נאמנה את קוראיו.

לא בכדי חזון גלובס הוא לפעול כגוף תוכן ותקשורת עצמאי, להוביל עיתונות אחראית ואפקטיבית ולחתור להשגת אמון בין-מגזרי, על מנת להגדיל פריון וצמיחה כלכלית בישראל.

הגדרת החזון, הערכים והקוד האתי הם חלק מכובד הצפון של גלובס, שמהווה נקודת בידול מרכזית מול עיתונים אחרים.

נקודת בידול נוספת שנגזרת מזו הראשונה, היא ברצף הבחירות, תמהיל הנושאים, התעדוף והכתורות - כי לְמַלִּים יֵשׁ עֶרֶךְ.



מקום שהמושגים אינם נכונים, הדיבורים אינם הולמים, וכשהדיבורים אינם הולמים, המעשים אינם נעשים"

< קונספציות

תְּקִשְׁתָּהּ

לפי מילון 'רב מילים', אמצעי התקשורת הם הכלים המדווחים על החדשות ומספקים מידע ופרשנות לציבור, כולל רדיו, טלוויזיה, אינטרנט, רשתות חברתיות ועֶתוֹנוֹת.

מושגים שמופיעים בדוח

מִי־הוּ עֶתוֹנָאִי?

בכנות? אנחנו לא יודעים לומר. כיום, כל אחד יכול להכריז על עצמו שהוא עיתונאי (או מו"ל), ללא מחויבות לאמת מידה, אתיקה וסטנדרטים.

נושא הגדרת "מיהו עיתונאי" היה חלק מהמחלוקת בין גלובס למועצת העיתונות, לאחריו פרש גלובס מהמועצה. המכתב המלא של מו"ל גלובס אלונה בר און, פורסם במתחם האונליין "גלובס על גלובס".

גְּלוֹבְסַת עַל גְּלוֹבְסַת

מדור ייעודי באתר גלובס המציג בשקיפות את מאחורי הקלעים של הארגון התפעולי ומערכת גלובס.

במתחם הדיגיטלי מפורסמים בין היתר: חזון גלובס, הערכים ומשמעותם, אודות העבודה העיתונאית בגלובס, מכתבי המו"ל לעובדים ולמועצת העיתונות, דוגמאות לעֶתוֹנוֹת פְּתוּרוֹנִית (Solution Journalism) ועוד.

עֶתוֹנוֹת פְּתוּרוֹנִית

גישה של דיווח עיתונאי המתמקד בפתרונות לבעיות חברתיות ולא רק בבעיות עצמן. גישה זו נקראת באנגלית: Solution Journalism.

אנחנו קוראים לזה בשפה פנימית: "אומרים מה-כן, ולא רק מה-לא". כך למשל, אנחנו מציגים הצעות לפתרונות בצד הבעיות והעוולות שאנחנו חושפים, או מפרסמים ניתוחים של בדיקת עובדות לַפִּיִּיק נְיוֹ.

CCJ

The Committee of Concerned Journalism

ב-1997 הוקם צוות משימה לבחינת היסודות המקצועיים של העיתונות בארה"ב. הצוות פעל במסגרת ה-CCJ שחסה תחת "פרויקט המציאות בעיתונות", במימון שתי קרנות פילנתרופיות.

Carnegie Corporation of New York
Knight Foundation -1 York

במסגרת המחקר, שנמשך ארבע שנים, כונסו 20 ועדות בפריסה כלל-ארצית ובוצעו סקרי עומק בקרב עיתונאים. המחקר הניב רשימת עקרונות המהווה יסוד תיאורטי מפורט להגדרת מקצוע העיתונות ומטרותיו.

פִּיִּיק נְיוֹ

[בעברית: חֲדָשׁוֹת כְּזָב] וביחיד: יְדִיעַת כְּזָב] מידע שקרי, המופץ בערוצי התקשורת וברשתות החברתיות ונראה כמו מידע חדשותי. לפי מילון קולינס: "False, often sensational information disseminated under the guise of news reporting".

הדיילי טלגרף הגדיר את הפייק ניוז כ"אחד האימים הגדולים ביותר לדמוקרטיה", כיוון שהוא פוגע ביכולת לגבש עמדה עצמאית על בסיס תמונת מציאות אמיתית.

כדי להילחם בתופעת הפייק ניוז' קמו ארגוני בדיקת עובדות, כגון ה-IFCN.

מִשְׁהוּ לֹא בְּרוּר?

זה בסדר, גם אנחנו עדיין שואלים שאלות. תובנות, הערות והארות לגבי המושגים שהצגנו פה, יתקבלו בברכה במייל: trust@globes.co.il

הַמְשֻׁרוּקֵית שְׁלַ גְּלוֹבְסַת

המשורוקית של גלובס היא יחידה עצמאית המבצעת בדיקת עובדות על התבטאויות פומביות של אישי ציבור, שמועות ותכנים בעלי חשיבות ציבורית במטרה לספק לקוראי גלובס כלי לבחינת אמינות מידע. באמצעות בדיקה מתודולוגית מקיפה, מאוזנת ועניינית של המרכיב העובדתי בשיח הציבורי, המשורוקית מובילה בישראל שיח ציבורי אמין ומעוגן בעובדות.

העקרונות המנחים את עבודת המשורוקית הם דיוק, הקפדה על עובדות ופרטים ושימוש במקורות אמין וגלויים, ללא שימוש במקורות אנונימיים וללא קשר לזהות הדובר או לעמדה המוצגת באמירה הנבדקת. המשורוקית פועלת בהתאם לקוד האתי של גלובס, קוד העקרונות המנחים של הרשת הבינלאומית של ארגוני בדיקת העובדות IFCN, תקנון האתיקה של מועצת העיתונות ועקרונות היסוד של ה-CCJ.

IFCN

International Fact Checking Network היא יחידה במכון פוינטר לתקשורת בפלורידה ארה"ב, המאגדת ותומכת מקצועית בארגוני בדיקת עובדות מכל העולם, על ידי קידום נהלי עבודה ושיתוף ידע בתחום. חמשת העקרונות המנחים ב-IFCN הם: א-מפלגתיות והוגנות; שקיפות ואיכות נדרשת של מקורות; שקיפות בנוגע למימון ומעמד משפטי הנגשת מתודה; ומחויבות ליישום מדיניות כנה ושקופה של תיקונים.

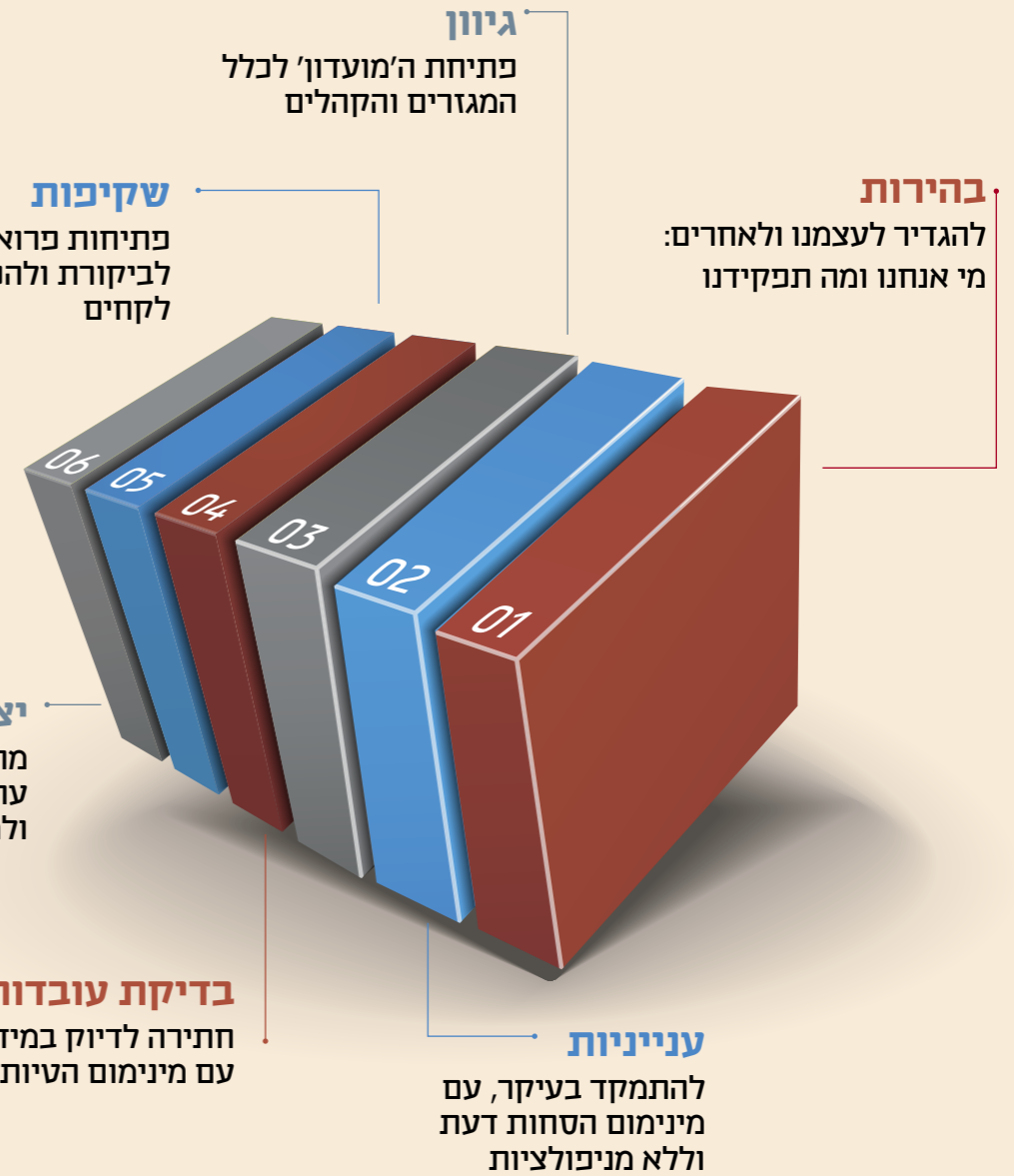
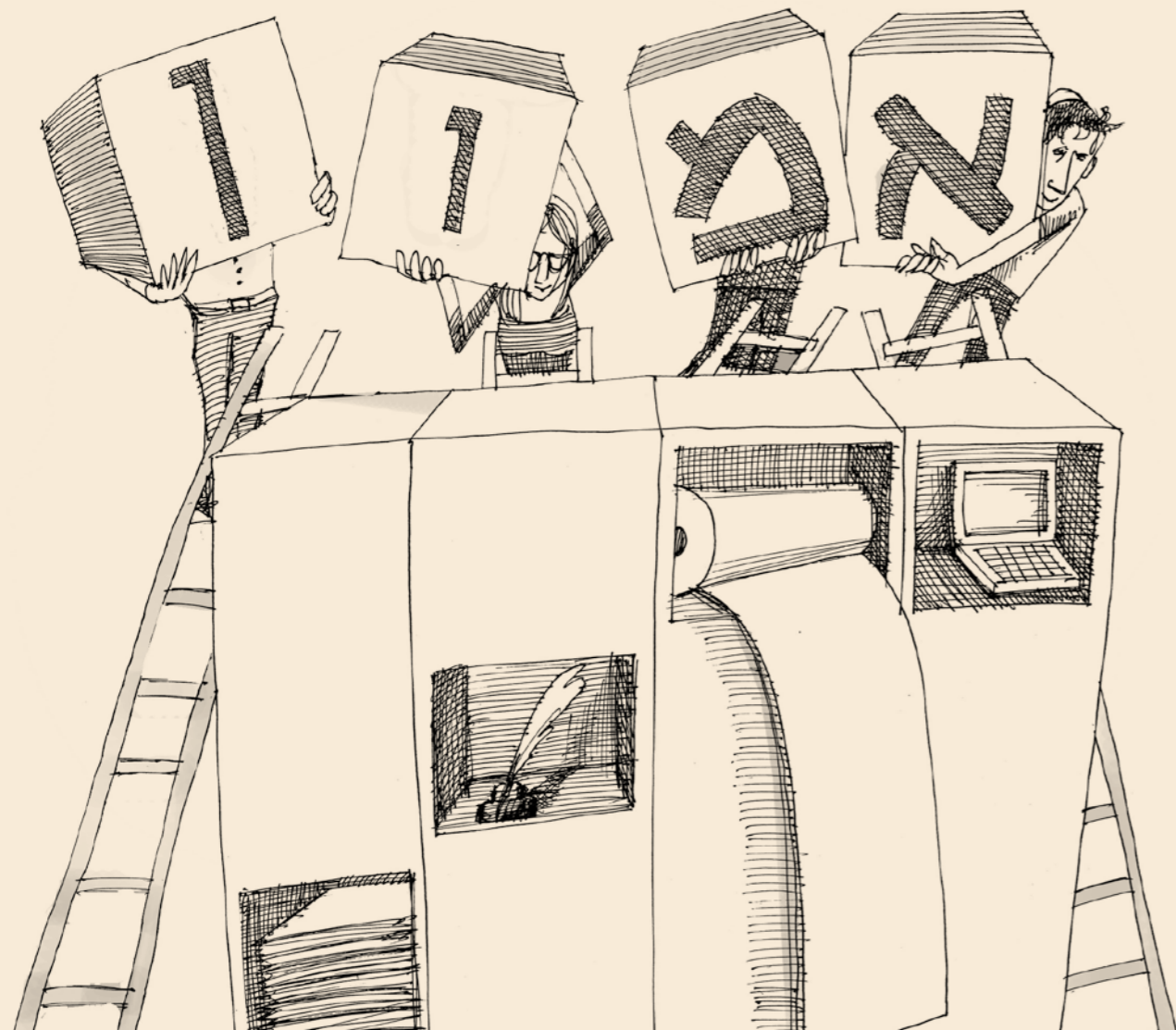
הגוף היחיד בישראל שקיבל הסמכה לבדיקת עובדות מטעמו, הוא הַמְשֻׁרוּקֵית שְׁלַ גְּלוֹבְסַת.

II

אמון: אבני היסוד

אבני היסוד של אמון בעיתונות

המתודולוגיה שלנו במסע להשבת האמון מתחילה בשאלה: מהן אבני היסוד שבכוחן לבנות מחדש את האמון בעיתונות?



לפי אבני היסוד האלו אנחנו מודדים את עצמנו ואת הפער שבין המצוי לרצוי.

כך גם בנוי הפרק שלפניכם.

חזון

גלובס יפעל כגוף תוכן ותקשורת עצמאי, יוביל עיתונות אחראית ואפקטיבית ויחתור להשגת אמון בין-מגזרי, על מנת להגדיל פרויקט וצמיחה כלכלית בישראל

ערכים

- ענייניות** - תיווך המציאות ללא הטיה פוליטית, כלכלית, מסחרית או אחרת, מתוך כבוד והכרה במגוון הדעות והמגזרים והימנעות מתיוג אוטומטי
- אמינות** - הקפדה על דיווח רלבנטי, מבוסס עובדות ובדוק, תוך הבחנה בין עובדות לבין דעות ופרשנויות
- אחריות** - חתימה להשפעה, להארת בעיות ועוולות, להובלת שינויים ולהצגת פתרונות בצד הביקורת
- שקיפות** - גילוי תהליכי קבלת החלטות, לקיחת אחריות על טעויות והפקת לקחים, בצד גילוי ניגודי עניינים פוטנציאליים
- אוריניות** - הנגשת מידע מורכב לקהלים רחבים ומגוונים, המאפשר הבנת השיח כבסיס להשתלבות בעולם הכלכלה הישראלית ולאזרחות מודעת, במדינה דמוקרטית
- הדדיות** - יצירת ערך לקוראים ולכלל מחזיקי העניין לצד הכרה בערכנו וקבלת שכר עבור עבודתנו

משימה

תיווך המציאות ואוצרות של ידע מהימן, מגוון, אקטואלי, רלוונטי, נגיש ומעניין - בהקשרו

ערכי גלובס נכתבו על ידי אלונה בר און במהלך המאבק המשפטי לרכישת העיתון ב-2017.

החזון והערכים של גלובס היוו בסיס לשותפות עם ענת אגמון ולהצטרפותה של נעמה סיקולר ועובדים רבים, שכיום מהווים חלק ממערכת העיתון, מהארגון התפעולי ומההנהלה.

כבר ב-2017, הערכים שיקפו את החזון של גלובס, אבל משנה לשנה אנחנו מוצאים לנכון לדייק אותם על מנת להבהיר, להנגיש ולחדד את משמעותם וחשיבותם במסע שלנו.

ענייניות וחוסר-ענייניות בדיווח עובדתי

איך נראה חוסר ענייניות בעיתונות:

1. התלהמות
2. שליליות יתר
3. הצגת דעה כעובדה
4. התמקדות בספל/בצהוב
5. אינטרס סמוי
6. תיוג שלילי אוטומטי
7. הטיות פוליטיות
8. תיאורים דרמטיים
9. תמונות משפילות

ענייניות על פי הגדרתה המילונית היא "התייחסות לעיקר הדברים, ללא סטיות". הקפדה על ענייניות בדיווח עובדתי היא אחד האתגרים המורכבים של כל מערכת חדשותית, שכן הדעות והפרשנויות האישיות של חבריה נטמעו בדיווח העובדתי כהרגל לאורך השנים והן משתקפות בבחירת כתבות, בניסוח כותרות, בבחירת תמונות ועוד.

סיבות נוספות לחוסר ענייניות בעיתונות יכולות להיות מניעים כלכליים המשרתים את בעלי העיתון או מי מקרוביו, מניעים פוליטיים המקדמים את האג'נדה האישית של העיתונאים או של בעלי המניות, מניעים "שיווקיים" שמטרתם להגביר חשיפה ורצון בתשומת לב בעולם שמקצין יותר ויותר - ולעיתים כל התשובות אינן נכונות ומדובר רק בהרגלים ישנים שאין מאחוריהם שום מניע.

ענייניות היא אחד מערכי גלובס, ובשילוב הקוד האתי יש לנו את הכלים לניווט ולקבלת החלטות ששומרים על דיווח ענייני.

כדי לשקף את תהליך הלימדה שלנו, בחרנו להביא כאן שני שערים מהשנה האחרונה:

על קצה המזלג מה עשינו בשנה האחרונה

“לא כל מכונית היא מפוארת, לא כל אידיש היא עסיסית, לא כל שיחה היא סודית, לא כל ראיון הוא בלעדי”

< דב יודקובסקי מחלוצי העיתונות הישראלית

12.08.2020

גלובס

הקורונה הכללית

זוהי הכתיבה תורד משלמים חדש: H&M שוקלת לטגור תנוחת מאזן אימה חדש בעולם הקניונים

השני פורסם בעיצומו של משבר הקורונה וחוטא בטון דרמטי.

18.03.2021

גלובסופ"ש

על מה אנחנו מצביעים בעצם?

פרדקס חינוך - תוכנית החדשנות והיזמים נכנסה לשיעור נוסף. אך לא לפני שהיא נכנסה לשיעור נוסף של פרדקס חינוך. פרדקס חינוך היא תוכנית שנועדה לסייע לילדים ולנוער להגשים את חלומותיהם ולהפוך ליוזמים.

האחד פורסם בעיצומו של ימי בחירות ומגשים את ערך הענייניות מעצם הבחירה לייצר ערך לקוראים ולהנגיש מידע רלוונטי באופן המסייע לגבש עמדה עצמאית.

אנחנו לא מושלמים, אבל אנחנו לומדים.

הקשר בין גיוון לאמון

גיוון כצעד אתי

לדפיסתנו, אחת הסיבות למשבר האמון הקיים בתקשורת היא הייצוג החסר של מגוון הקהלים והמגזרים בישראל. תפיסה זו משקפת במידה רבה את עקרונות היסוד של העיתונות על פי ה-CCJ (עמ' 13):

"מטרתה המרכזית של העיתונות... היא לספק לאזרחים מידע מהימן ומדויק לו הם זקוקים לצורך תפקודם בחברה חופשית... העיתונות מחויבת לחתור לשיח המייצג מגוון דעות... לכלול את כל הקהילות הקיימות בחברה, ולא רק את אלו המקושרות או המעניינות ביותר."

על כן תפקידה של העיתונות לחתור ליצירתו של שיח ציבורי מורכב... לוודא כי השיח מתנהל בהקשרו ולשמור כי הוא לא מבליט את השוליים הקולניים."

”זה לא בריא לכתוב רק לאלה שמסכימים עם מה שיש לך להגיד”

< דין באקט
עורך הניו יורק טיימס

גיוון כצעד כלכלי

בנובמבר 2020 התפרסם מחקר של אדלמן המתבסס על סקר בקרב 600 משקיעים מוסדיים בשישה שווקים מרכזיים בעולם, שהראה קשר חיובי בין גיוון בחברה לאמון המשקיעים, ובין גיוון לשווי המניה של החברה*.

בכתבה של שירי דובר שפרסמנו בפברואר 2021 הוצגה התועלת העסקית של גיוון דרך הקשר החיובי בינו לבין חדשנות.

מעבר להוכחות מחקריות כמו אלה לעיל - ואחרות - אנחנו מאמינים שהמודל האתי, הדוגל בגיוון והכללה, יחבור בטווח הבינוני-ארוך גם למודל העסקי שלנו ויאפשר צמיחה ורווחיות בעזרת אותם קהלים חדשים המקבלים ייצוג.

לא מיוצגים בתקשורת? לא מאמינים לתקשורת

האמון בתקשורת עולה



כשהייצוג בתקשורת עולה

טענה נפוצה כלפי התקשורת היא, שהיא תומכת במבני הכוח החברתיים הקיימים ולא ממלאה את תפקידה בתיווך ראוי של המציאות וכי היעדר ייצוג, תת-ייצוג או ייצוג סטריאוטיפי של קבוצות מוחלשות מנציחים את מיצובם החברתי. בהקשר הזה נטבע כבר ב-1976 המושג "הכחדה סמלית", המבטא את תוצאותיו של היעדר ייצוג או תת-ייצוג של קבוצות מסוימות בתקשורת.

גיוון

פתיחת ה'מועדון' לכלל המגזרים והקהלים

על קצה המזלג מה עשינו בשנה האחרונה

גיוון לא קורה מעצמו

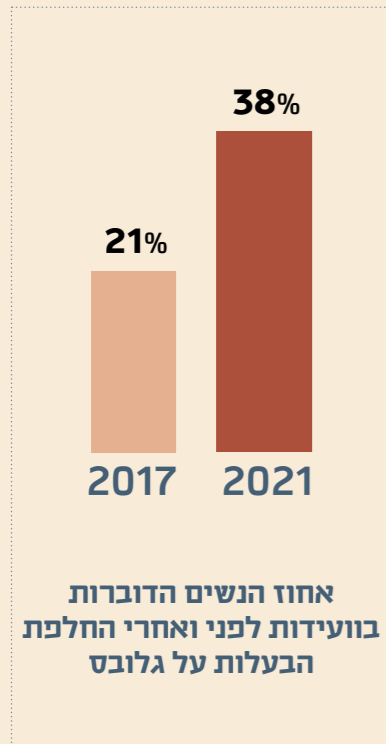
כדי להפוך 'גיוון' מערך אידיאולוגי לחלק מהמציאות, יש לבנות תוכנית עבודה אופרטיבית, ישימה ומדידה.

אחד מהצעדים בתכנית הגיוון של גלובס, הוא למפות את היבטי הגיוון, כפי שהם יכולים וראויים לבוא לידי ביטוי בעיתונות:



ועידות וכנסים

הכפלנו את הייצוג הנשי



ועידות בנושא גיוון בתעסוקה

משנים את הקודים | 24.8.2020

ועידת גלובס עם ארגון צופן התקיימה בכפר קאסם ועסקה בקידום צמיחה משמעותית בהעסקת עובדים מהחברה הערבית בהייטק הישראלי



גיוון מעסיק את כולנו | 27.5.21

הכנס הדיגיטלי למעסיקים לכבוד יום הגיוון הבינלאומי התקיים בשיתוף גלובס, מינהל תעסוקת אוכלוסיות במשרד העבודה והרווחה והפורום הישראלי לגיוון בתעסוקה



הרצאה עם ג'ין פונדה | 16.03.21



הזמנה בערבית, יום האישה 2021

גיוון בפרויקטים מיוחדים

מערכת גלובס מפקה מעת לעת פרויקטים מיוחדים בעיתון המודפס ובאתר, ביניהם "50 הנשים המשפיעות", "אוצר מילים", "אדם אחד, רגע אחד", "10 הסטארט-אפים המבטיחים", "40 עד 40" ועוד. בכל שנה נעשה מאמץ לגיוון קהלים וייצוג אוכלוסיות מרבי בפרויקטים הללו.



רשימת 40 עד 40: המגוונת ביותר עד היום

זו השנה ה-15 שפרסמנו את פרויקט "40 עד 40: המנהיגות הצעירה והמבטיחה של ישראל". אלא ש-2020 לא הייתה שנה שגרתית, ובהתאם החלטנו לערוך בפרויקט כמה שינויים שישקפו את רוח התקופה ואת ערכי גלובס. אחת ההחלטות היתה "לפתוח את המועדון" בעוד דרך ולשנות את שיטת הבחירה: פתחנו את האפשרות להגשת מועמדות לקהל הרחב באמצעות טופס מקוון והזמנו את הציבור להמליץ על מועמדות ומועמדים ראויים. שינוי שיטת הבחירה, בשילוב התאמות נוספות, הביאה לכך שהרשימה השנה היתה מגוונת מאי פעם.

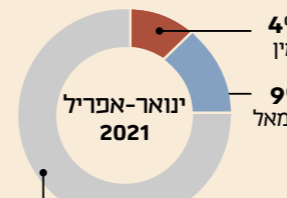
	גלובס 2016 רשימת 40 עד 40	גלובס 2020 רשימת 40 עד 40
נשים	40%	50%
חברה ערבית	2.5%	15%
מגזר חרדי	5%	5%
החברה הדתית הלאומית	0%	2.5%

גיוון מגדרי ופוליטי בטורי הדעה

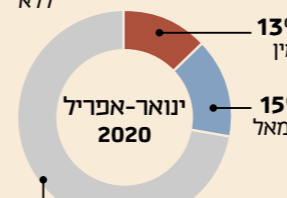
על פי עקרונות היסוד של העיתונות, תפקידה של העיתונות "לחתור ליצירתו של שיח ציבורי מורכב המייצג נאמנה את מגוון הדעות והאינטרסים בחברה, לוודא כי השיח מתנהל בהקשרו ולשמור כי הוא לא מבליט את השוליים הקולניים" (ראו עמ' 13-14).

בינואר 2019, הטמענו לראשונה תהליכי מדידה של מדור הדעות כדי להכיר את הפער שבין המצוי לרצוי בתחומיו. הגדרנו לעצמנו יעד של לפחות 40% כותבות של טורי דעה ואנחנו משתדלים לעמוד בו, אם כי מירב המאמצים מתרכזים בגיוון הדעות ממגוון קהלים וקבוצות בחברה. צעד זה מצריך שינוי מהותי ברשימות אנשי הקשר הוותיקות, שהולכות ונהיות מגוונות.

איזון וגיוון מגדרי בטורי דעה
ינואר-אפריל 2021
51% נשים
49% גברים



ינואר-אפריל 2019
24% נשים
76% גברים



מזה שלוש שנים אנחנו שומרים על רוב של מעל 70% טורי דעה ללא הטיה פוליטית מובהקת

גיוון

פתיחת ה'מועדון'
לכלל המגזרים והקהלים

גיוון בשערים

ייצוג מגזרים חשובים - גם בשערים, תוך הימנעות מתיוג שלילי אוטומטי

מגזרים

12.10.2020

22.02.2021

פריפריה

11.06.2020

04.02.2021

נשים

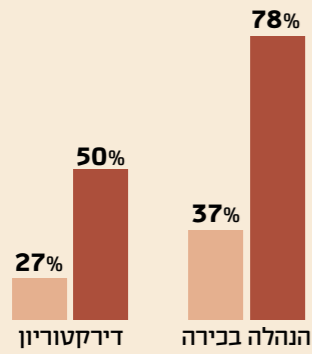
24.04.2016

17.03.2021

כותרת עם רמיזה לא מכבדת

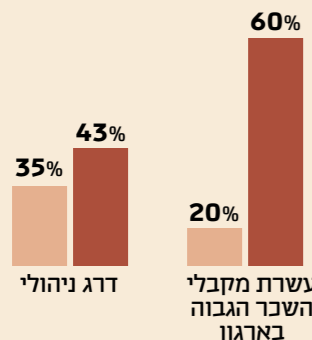
ייצוג ראוי ומכבד של נשים בשערים

גיוון בהון האנושי של גלובס

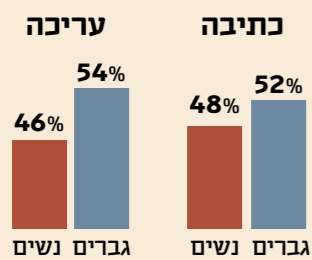


שיעור הנשים בתפקידי מפתח ב-2017: 50%

שיעור הנשים בתפקידי מפתח ב-2021: 37%



שיעור הנשים בעמדות מפתח בגלובס הוכפל בתוך שנתיים



איזון מגדרי בהון האנושי של מערכת גלובס

המשרוקית של גלובס

אודות המשרוקית

המשרוקית של גלובס היא יחידה עצמאית המבצעת בדיקת עובדות על התבטאויות פומביות של אישי ציבור, שמועות ותכנים בעלי חשיבות ציבורית במטרה לספק לקוראי גלובס כלי לבחינת אמינות מידע. באמצעות בדיקה מתודולוגית מקיפה, מאוזנת ועניינית של המרכיב העובדתי בשיח הציבורי, המשרוקית מובילה בישראל שיח ציבורי אמין ומעוגן בעובדות.

העקרונות המנחים את עבודת המשרוקית הם דיוק, הקפדה על עובדות ופרטים ושימוש במקורות אמינים וגלויים, ללא שימוש במקורות אנונימיים וללא קשר לזהות הדובר או לעמדה המוצגת באמירה הנבדקת. המשרוקית פועלת בהתאם לקוד האתי של גלובס, קוד העקרונות המנחים של הרשת הבינלאומית של ארגוני בדיקת העובדות (IFCN) ותקנון האתיקה של מועצת העיתונות.

בדיקת עובדות בישראל

למיטב ידיעתנו, גלובס הוא גוף התקשורת הראשון בישראל שעורך בדיקת עובדות באופן תדיר, מתודולוגי ושקוף, ונכון ליום הוצאת הדוח הוא גם היחיד שמוסמך מטעם רשת ארגוני בדיקת העובדות הבינלאומית IFCN. מאז הטמעת המשרוקית בגלובס החלו גופי תקשורת נוספים בישראל לערוך תהליכים מתודולוגיים של בדיקת עובדות ולשקף אותם לציבור.

אופן פעולת המשרוקית

מדי יום מבצעת מערכת המשרוקית סריקה מקיפה של כלי תקשורת מרכזיים בישראל ושל הרשתות החברתיות בחיפוש אחר אמירות של אישי ציבור, שמועות ותופעות המבוססות על עובדות שניתן לאשש או להפריך (בשונה מדעות) ואשר יש להן השפעה על השיח הציבורי בישראל*.

למה חשוב להילחם בפייק ניוז

עובדות מסייעות לנו לגבש עמדה ולקבל לפיה החלטות, כמו למשל למי להצביע בבחירות. גיבוש עמדה על בסיס מידע כוזב מוביל להחלטות שאינן הפוגעות בפרט ובכלל הציבור, שמחמיץ הזדמנות לעצב לעצמו את העתיד הרצוי מבחינתו. לכן, פייק ניוז נחשב לאיום הגדול ביותר לדמוקרטיה.

אבני הדרך של המשרוקית

מאי 2021 | המשרוקית מציינת 5 שנים להיווסדה, מעל 950 בדיקות של אמירות שונות וכ- X בדיקות של תופעות ושמועות

ינואר 2019 | פעילות העמותה מוטמעת בגלובס והופכת ליחידה עצמאית לבדיקת עובדות ולמוצר עיתונאי: מדור יומי לבדיקת התבטאויות של אישי ציבור בישראל

2018 | קבלת הכרה והסמכה מ-IFCN רשת ארגוני בדיקות העובדות הבינלאומית

יולי 2016 | בעז רוקוץ' מייסד את עמותת "המשרוקית תקשורת עצמאית ומדויקת לישראל"

* השפעה על השיח הציבורי בישראל נקבעת לפי מידת החשיבות שהנושא מקבל בסדר היום בשילוב פוטנציאל ההשפעה שיש לנושא על חיי האזרחים בישראל

בדיקת עובדות

חתירה לאמת ולדיוק במידע

המשרוקית יצרה שפה חדשה לדירוג מידת האמינות של ההצהרות הנבדקות:

נכון ברובו

ההצהרה נכונה ברובה אך יש בה מרכיב שאינו נכון או אינו מדויק



דוגמה

נכון

ההצהרה נכונה ומדויקת



דוגמה

לא נכון ברובו

חלק קטן מההצהרה נכון ורובה שגוי, או שהיא מחסירה פרטים יסודיים באופן היוצר הטעייה מהותית לגבי משמעותה



דוגמה

חצי נכון

חלק מההצהרה נכון וחלקה שגוי, או שהיא אינה כוללת פרטים מהותיים שעשויים לשנות את משמעותה



דוגמה

לא נכון

ההצהרה כלל אינה נכונה



דוגמה

מטעה

ההצהרה יוצרת מצג שווא או רושם שגוי, אך שהיא מתבססת על עובדות נכונות



דוגמה

International Fact Checking Network

היא יחידה במכון פוינטר לתקשורת בפלורידה ארה"ב, המאגדת ותומכת מקצועית בארגוני בדיקת עובדות מכל העולם, על ידי קידום נהלי עבודה ושיתוף ידע בתחום.

חמשת העקרונות המנחים ב-IFCN הם: א-מפלגתיות והוגנות; שקיפות ואיכות נדרשת של מקורות; שקיפות בנוגע למימון ומעמד משפטי; הנגשת מתודה; ומחויבות ליישום מדיניות כנה ושקופה של תיקונים.

תג ההסמכה של IFCN שניתן למשרוקית של גלובס



ציונים חדשים במשרוקית

דרוש הקשר

ההצהרה דורשת הקשר (Context)

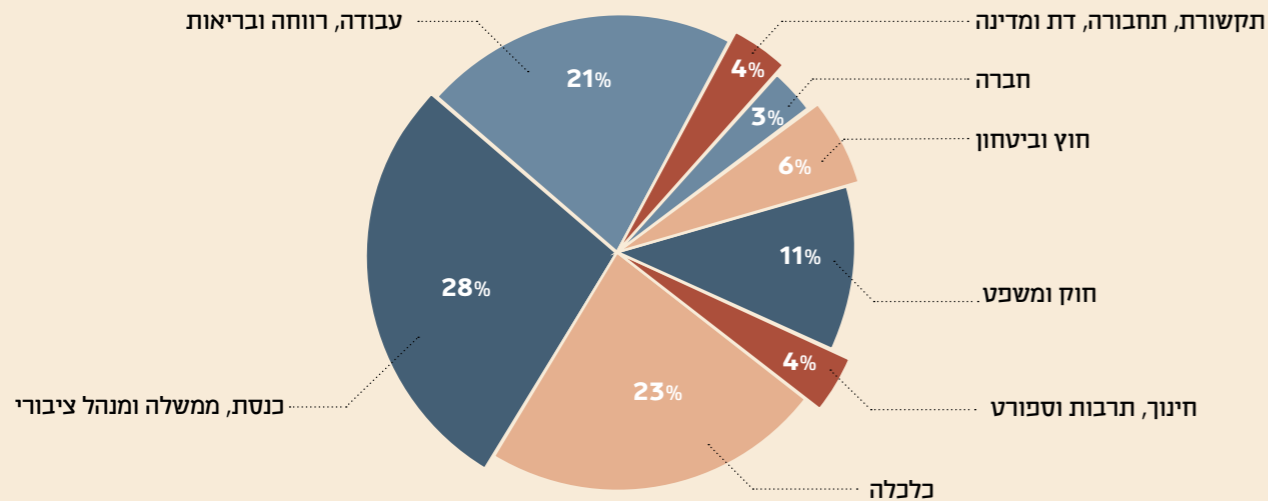
כרטיס צהוב

ההצהרה הופרכה על ידי המשרוקית בעבר

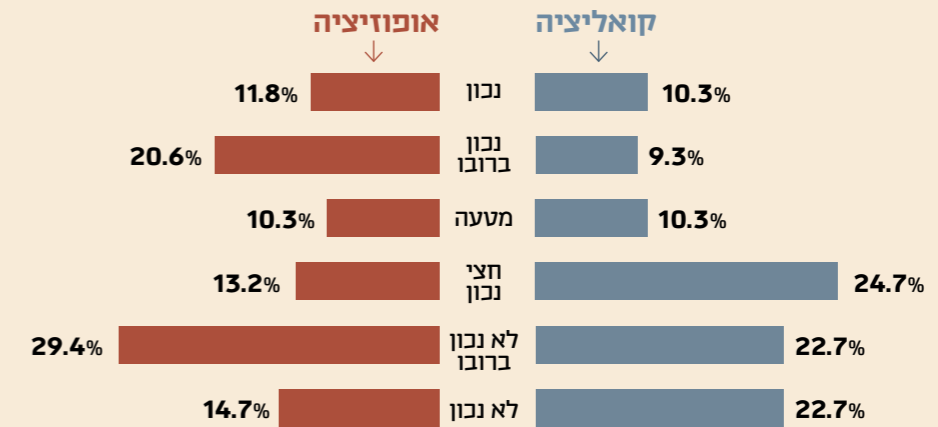
כרטיס אדום

ההצהרה הופרכה על ידי המשרוקית מספר פעמים בעבר

פילוח הנושאים שנבדקו מדוח האמון הקודם (יוני 2020) - עד היום



התפלגות ציוני המשרוקית בחתך השתייכות פוליטית



התפלגות התוצאות בשנים 2021-2020 מראה שאין פערים משמעותיים בציוני המשרוקית שניתנו לחברי הקואליציה בהשוואה לחברי האופוזיציה. עובדה זו יכולה להעיד על אי-הטיה פוליטית בתהליכי בדיקת העובדות של המשרוקית.

למה המשרוקית לא עורכת יותר בדיקות?

תהליך בדיקת עובדות מתודולוגי-מקצועי הוא תהליך יקר הצורך משאבים, זמן ותקציב גבוהים במיוחד.

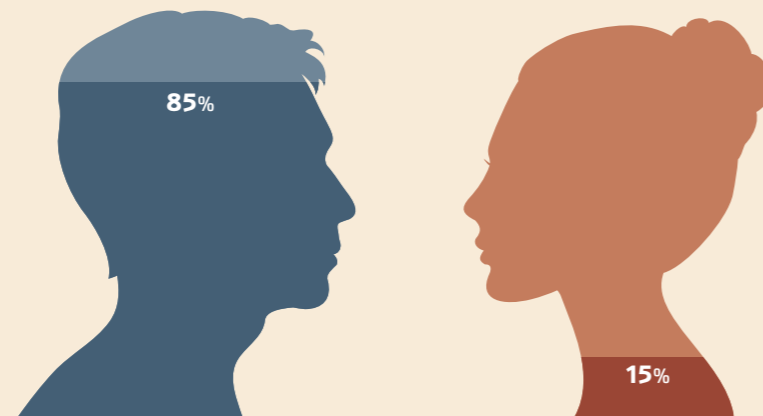
גלובס מעסיק במשרה מלאה צוות של 5 אנשים העובדים עם מערך קשבות של עשרות סטודנטים. כדי לשמור על הקריטריונים של (1) טענות עובדתיות שניתן לבחון ו-(2) שיש להן השפעה על השיח הציבורי, הסריקה היומית כוללת מאות ולעיתים אלפי אמירות.

בתהליך העבודה נפסלות רוב האמירות שאין להן ענין לציבור או שלא יכולות להיבדק עובדתית ולציבור הקוראים מונגש רק הניתוח הרלוונטי ביותר. זו הסיבה שיחידת המשרוקית של גלובס נחשבת מבחינה תקציבית ליחידת התוכן היקרה ביותר במערכת גלובס.

ליצירת קשר ולשיתוף רעיונות עם צוות המשרוקית: hamashrokit@globes.co.il

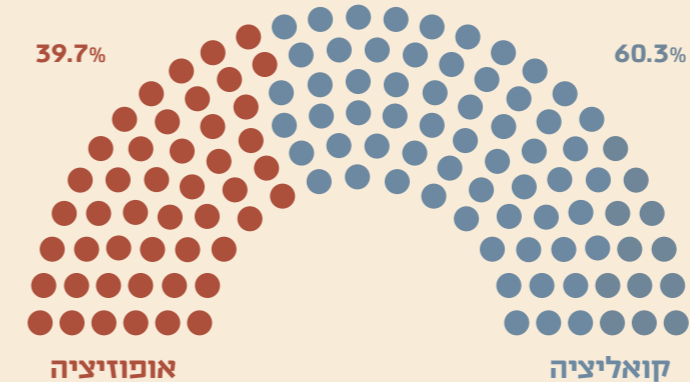
למה אין שוויון מגדרי בבדיקות של המשרוקית?

בדיקות המשרוקית משקפות במידה רבה את הייצוג הנמוך של נשים בתפקידים בכירים במגזר הציבורי: על פי נתוני המשרד לשוויון חברתי שפרסמו באוקטובר 2020, פחות מ-11% מועסקות כסגל בכיר מוביל בשירות המדינה. גם בכנסת ה-24 מכהנות 30 נשים בלבד, המהוות 25% מסך חברי הכנסת. 15% בבדיקות של המשרוקית משקפות במקרה הזה את המציאות, בה שיעור ממוצע נמוך של נשים בתפקידים בכירים במגזר הציבורי.



אחוז האמירות של נשות ציבור בהשוואה לאישי ציבור, שנבדקו על ידי המשרוקית בשנתיים האחרונות

סך האמירות שנבדקו על ידי המשרוקית בחתך השתייכות פוליטית 2021-2020



למה נבדקות יותר אמירות מהקואליציה?

הנחת היסוד של המשרוקית היא שלמנהיגות נבחרת יש כוח השפעה רב יותר, ולכן גם אחריות רבה יותר שלא להטעות את הציבור. בנוסף, הקואליציה מקבלת חשיפה תקשורתית גדולה יותר ולכן מסוקרת יותר, ונבדקת יותר בהתאמה.

שאיפה לאיזון ולא-הטיה פוליטית

היעדר הטיה מוחלט הוא משימה בלתי אפשרית, אבל המשרוקית חותרת לצמצום ההטיה האנושית הטבעית דרך העלאת מודעות, בדיקה עצמית, מדידה, גיוון אנושי ושיטות עבודה נוספות המפחיתות משמעותית את הסיכון.

איך עושים את זה

בדיקת עובדות היא תהליך איטי יחסית לרוב המוצרים העיתונאיים, ודומה יותר לעיתונות תחקיריים. עבודת הצוות חיונית לה, בין היתר, לצורך בקרת עמיתים. הבדיקות נקראות טרם פרסומן על-ידי כלל חברי הצוות. במקביל מתנהל דיון לגבי הציונים שניתנים לאמירות, ולא פעם הדרך להסכמה רצופה בוויכוחים. ריבוי דעות והקשבה לקולות אחרים מצמצמים את הסיכון.

תהליך בדיקת עובדה



בדיקת עובדות



עמירם ברקת
מנהל המשרוקית

ב-19 במאי השנה אמר שר המודיעין אלי כהן שאוכלוסיית עוטף עזה הכפילה את עצמה בעשור האחרון. למחרת תיקן את עצמו כשאמר בראיון אחר שאוכלוסיית עוטף עזה גדלה "בכמעט 40%". בין הראיון הראשון לשני התפרסמה בגלובס בדיקת המשרוקית, שהראתה כי שיעור הגידול המדויק של אוכלוסיית העוטף בעשור האחרון עומד על 37%. זוהי דוגמה קטנה להשפעת הבדיקות השוטפות של המשרוקית על שיפור הדיוק בעובדות בדבריהם של נבחרי ציבור. הבדיקות היומיות, המתפרסמות במיקום בולט במהדורה המודפסת של גלובס, בגרסת האונליין וברשתות החברתיות עמדו גם השנה בליבת פעילות המשרוקית, לצד התרחבות לתחומי פעילות ואמצעי מדיה חדשים.

נושא אחד בלט השנה בבדיקות המשרוקית - הקורונה והשמועות שנפוצו סביב מאפייני המחלה, דרכי הפצתה ויעילות החיסונים נגדה. הבדיקות שפורסמו בנושא זה זכו לא רק לתהודה נרחבת בדיגיטל וברשתות החברתיות, אלא גם לפרגון ולאזכורים רבים מצד ארגוני בדיקת עובדות בעולם.

במבט פנימה ובנימה יותר אישית, השנה החולפת הייתה שנת ההתבגרות של המשרוקית: ארבע שנים לאחר הקמתה ושנתיים לאחר הצטרפותה לגלובס, היא נפרדה מחברי הצוות המסורים שייסדו אותה. את מקומם תפס דור חדש של תחקירנים, שביקשו לעבוד במשרוקית בזכות המוניטין שכבר נתנה לעצמה. שמירה קפדנית על מתודולוגיית בדיקת העובדות של ה-IFCN, אתיקה, הוגנות וכתבייה הטהרה ימשיכו להיות סטנדרט מקצועי מחייב בעבודת המשרוקית.

גם אנחנו טועים

המשרוקית אינה חפה מטעויות אבל היא משתדלת להפיק לקחים, מבצעת תחקירים עצמיים, משתפת את הממצאים עם ציבור הקוראים - ולא מהססת להתנצל כשצריך. הנה דוגמה שבה המשרוקית שיתפה מידע לא מדויק בדקה את עצמה, התנצלה - ופרסמה תיקון שהתפרסם בגלובס:

הטעות | 2.12.20

כתבה שמיפתה את חברי הכנסת שבעבר ביקשו חסינות, לא כללה את ח"כ חיים כ"ץ, שותפה בטוויטר על ידי המשרוקית.

יסוד הטעות

הכתבה נערכה ב-2019 טרם דיוני החסינות של ח"כ חיים כ"ץ, ומפאת טעות אנוש לא התעדכנה

הביקורת | 03.12.20



התיקון | 03.12.20

הכתבה והציפוף תוקנו בתוך שעות ספורות עוד ביום הפרסום, והציפוף הוסר למחרת כדי למנוע המשך ההטעיה. ההודאה בטעות ועצם הסרת הציפוף פורסמו בשקיפות מלאה.

ההתנצלות



חותרים לשקיפות

מאז החלפת הבעלות על גלובס ב-2017, אנחנו פועלים להגברת השקיפות, כלומר, לניהול הארגון והמערכת העיתונאית בצורה גלויה. גם בנושא הזה יש לנו עוד דרך לעשות, אבל אנחנו משתדלים להשתפר משנה לשנה. החתירה לשקיפות בגלובס באה לידי ביטוי בכמה דרכים:

דוח אמון שנתי

מאז 2018 אנחנו מוציאים אחת לשנה דוח אמון וולונטרי, שהוא בבחינת צוהר בלתי אמצעי לנעשה מאחורי הקלעים של גלובס. הדוח מופץ לקוראי גלובס, לעובדי ולמחזיקי עניין נוספים, והוא זמין להורדה באינטרנט בכל עת.

דוח האמון, המקביל במידה מסוימת לדוח אחריות תאגידית, מפרט את החזון, הערכים, הקוד האתי, הנהלים וההישגים, לצד הכשלים והלקחים מהשנה שחלפה. לפי תפיסתנו, דוח שנתי כזה הוא אחת הדרכים לייצר שקיפות, שהיא מאבני היסוד של האמון.

כדי לפתוח צוהר נוסף, השקנו באתר גלובס מתחם משלים, שמתעדכן באופן תדיר וכולל גם מכתבים שנשלחו על ידי המו"ל לעובדים או לגופים קשורים כמו מועצת העיתונות, ומידע נוסף כמו פירוט התהליך של בדיקת עובדה, הנחיות לפרסום טור דעה ועוד.

נוהל גילוי מלא

משנת 2017 קיבל על עצמו גלובס מחויבות לפרסם גילוי מלא במקרים שבהם יש לנושא הידיעה קשר מהותי לאחד מבעלי העניין בעיתון, בדגש על אינטרסים כלכליים הנוגעים לאדם המסקר עצמו או לקרובי משפחתו מדרגה ראשונה.

מטרת הגילוי המלא היא להגביר את השקיפות ואת אמון הציבור בעיתון, ועל כן הוא מופיע באופן בולט בצדה של כל ידיעה רלוונטית, הן בעיתון המודפס והדיגיטלי והן באתר.

עם זאת, הכוונה היא להקפיד על יישום ענייני, מדויק ואמין של הנוהל ולהימנע מלעשות בו שימוש יתר טהרני, נטול הבחנה בין עיקר לטפל, ושיש בו חידרה מיותרת לפרטיות.



דוחות האמון של גלובס

שקיפות

פתיחות פרואקטיבית לביקורת פנימית וחיצונית

תקשורת שקופה ושוטפת עם כלל מחזיקי העניין

מעבר לערוצי התקשורת המקובלים, הכוללים פרסום כתובות מייל של חברי המערכת, הנהלה ומחלקות השירות באתר גלובס, הונהגה בגלובס המתחדש תרבות של שיתוף מידע עם כלל מחזיקי העניין.

בשנת 2020 למשל, נשלחו לאורך השנה על ידי מו"ל גלובס לכלל המנויים חמישה מכתבים בסמוך למהלכים שנעשו באותה שנה, כולל איחוד הפצת ערב עם הפצת בוקר, סגירת המוסף "ליידי גלובס", שינוי מחירים, פתיחת האתר למנויים משלמים בלבד, ושינוי מדיניות סוקבקים. כל מכתב מפרט את מכלול השיקולים שהובילו להחלטה, מתוך כבוד לשותפינו למסע.



קטע מהמכתב למנויים שיצא בעקבות הפרידה מליידי גלובס

הרצאות ושיחות פתוחות עם המו"ל

מזה 4 שנים, נערכות הרצאות ושיחות פתוחות עם מו"ל גלובס, אלונה בר און למגוון רחב של קהלים, מגורים וקהילות, פנים מול פנים ואונליין.

תוכן ההרצאות כולל שיתוף מלא של הטרנספורמציה בגלובס, כולל שיתוף בתהליכי העבודה וקבלת ההחלטות, כללי אתיקה מנחים - ועוד. עד היום, למעלה מ-20,000 אישה ואיש השתתפו בהרצאות.



שקיפות בתהליכי העבודה

5.6.21

ניצד מתבצע סיקור תיק האלפים בגלובס?

בגלובס אנו משתדלים לסיקר בריצנות טובות את הליך ההכנות במשפט האלפים במסגרתו נאשמים ראש המשלה בנימין נתניהו, בני חוג שאל ואריס אלוניץ' ומ"ל ידיעות אחרונות ארנון (נוני) מוסס. מכיוון שמדובר בתיק לא שגרתי המתנהל בצורה לא שגרתית חשוב לנו לתאר בשקיפות כיצד נהגנו לסיק אותו ומדוע.

דינוי ההוכחות מתקיימים שלוש פעמים בשבוע משעה 9:00 עד השעה 15:30. לכל דיון מגיעים לטורגון ניצן שפיר וכתב שורת אלה מטעם גלובס על מנת לסקר את המתרחש על פי מראה עיניים ומשמע אוזניים. החלוקה בין הכתבים נעדרה לאפשר למערכת להמשיך ולס' קר סגוית נוספות, מה גם שאנחנו מאמינים שסיקור כירי שני גורמים שונים יכול רק לתרום לאמינות ודיוק הדיווח.

מספר גורמים מוציאים הדעות לעיתונות ובהן תיאור מנקודת מבטם. אנחנו לא מסתמים עליהן, כל מה שנכתב על דינו מבוסס על דברים שראינו או שמענו או שהוצלבו על ידינו

חשוב לציין, כי מספר גורמים מוציאים הדעות לעיתונות ובהן תיאור של האירועים מנקודת מבטם. על פי החלטת המערכת, אנחנו בגלובס (להבדיל מגורמים אחרים בתקשורת) לא מסתמים על הדוח' עות הלול, כל פרט מידע שנכתב על ידינו מבוסס על דברים שראינו או שמענו בעצמנו או שהוצלבו על ידינו. כללים אלו אמנם תורמים לדעתנו לאמינות הדיווחים אבל לעתים יוצרים פער זמנים בין האירועים לבין סיקורם.

עד השבוע ישבו העיתונאים מחוץ לאולם הדינויים וצפו באמצעות מצלמות במעגל סגור במרחבס באולם, מה שהקשה עוד יותר על הס' קור. בעקבות ההקלות נבנה הקורונה החל מהשבוע וירשו העיתונאים לנכוח באולם עצמו. למרות זאת, בשל ריחוקנו מרובך הערים ועקב סירוב הנחלת כתי המשפט הרקב שהופסקו לסקר לעיתונאים סג' מתאים, פעמים רבות אנו לא קולטים מדויק את הראיות והמוצגים שמוצגים לער. אנחנו סבורים שקשיים טכניים אלה מקשים על כל העיתונאים לסקר בצורה מרוקית את התנהלות המשפט, דבר שפוגע בזכות הציבור לדעת. עוד לא טאחר לתקן את המעוות ולאפשר סיקור מיטיב כיוה לתק דרמטי זה.

אבישי בריצניץ

מדור "ביקורת תקשורת"

בדצמבר 2020 השקנו את מדור "ביקורת תקשורת", שבו אנחנו מנתחים אירועים תקשורתיים במטרה להתחקות אחר הכוחות שמניעים את התקשורת, לשקף פרקטיקות עיתונאיות ולדון ביחסי הגומלין בין העבודה העיתונאית המסורתית לרשתות החברתיות.

איך מדור כזה מעודד שקיפות?

להיות גוף תקשורת שמבקר תקשורת - זאת עמדה מורכבת בהגדרה, ולכן אנחנו משתדלים לבקר בשקיפות גם את עצמנו ולהיות ענייניים והגונים גם כלפי המתחרים שלנו.

חותרים לשקיפות גם כשאנחנו טועים

אחד המאפיינים של עולם העיתונות הוא מהירות האירועים והדיווח האקטואלי, המגבירים את הפוטנציאל לטעות. לא ניתן למנוע טעויות באופן גורף, אבל אנחנו משתדלים מאוד להפחית את ההסתברות לטעות בכמה דרכים:

- ✓ התווית נהלים והקפדה על יישומם
- ✓ בדיקת עובדות
- ✓ הקפדה על בקשות תגובה
- ✓ גיוון המערכת באנשים מרקעים שונים, הבוחנים את התוכן מזוויות שונות
- ✓ הגברת המודעות לדפוסי חשיבה המנציחים את כשלי העיתונות
- ✓ מודעות לחזקת החפזות ולמשמעות של פגיעה אישית מיותרת
- ✓ תרבות ארגונית של קבלת אחריות והתנצלות
- ✓ הקשבה ומתן תשומת לב ראויה לפניית ולהערות הקוראים בנוגע לטעויות ובכלל

כשבכל זאת קורות טעויות, אנחנו משתדלים לתקן אותן במהירות באתר ובכל אחד מהנכסים הדיגיטליים של גלובס שבהם הופיעה, ולפרסם בריש גלי את התיקון ואת ההתנצלות. אם הדבר רלוונטי, התיקון וההתנצלות יופיעו גם בגיליון המודפס, בסמוך לגילוי הטעות ולבדיקה. כמובן, לא כל הערה על טעות שמפנים אלינו נמצאת מוצדקת. הנה כמה דוגמאות לטעויות שעשינו בשנה האחרונה ולאופנים שבהם טיפלנו בהן. אלה הן רק חלק מהטעויות שקוראים הסבו את תשומת לבנו אליהן, ובהזדמנות זאת, תודה לפונים אלינו, שמאירים את עינינו.

שקיפות

פתיחות פרואקטיבית לביקורת פנימית וחיצונית

הטעות | 08.03.21

במדור יומי מיוחד לקראת בחירות 2021, שניתח את עמדת המפלגות ביחס לנושאים בעלי חשיבות ציבורית, לא פורסמה עמדת הרשימה המשותפת בנוגע למודל החל"ת

יסוד הטעות

מפאת טעות אנוש וחוסר תשומת לב, הרשימה המשותפת לא קיבלה פנייה מהמערכת

הביקורת

למערכת גלובס הופנתה טענה על הדרה של המפלגות הערביות

על קצה המזלג מה עשינו בשנה האחרונה

התיקון וההתנצלות

במדור היומי המיוחד שפורסם למחרת נכללה עמדת הרשימה המשותפת, ופורסמה עמדתה גם על הסוגיה שנדונה יום קודם לכן בפירוט, בליווי התנצלות

הרשימה המשותפת: "אם לא יהיה שיפור, יש להאריך את הזכאות לדמי אבטלה עד סוף השנה"

במדור הראשון שפורסם ביום שני השבוע, נשאלו המפלגות על מודל חלופי לחל"ת שמסארי את המוסלמים בבית ולא מתמריץ אותם לתפוש עבודה לפני יוני 2021, או תוכן זכאותם לדמי אבטלה. לא פרסמנו את עמדתה של הרשימה המשותפת, ולכן אנו מביאים כאן היום את תשובתם ומתנצלים.

הרשימה המשותפת לא מציעה מודל חלופי לחל"ת אלא להפוך להאריך את הזכאות לדמי אבטלה עד סוף השנה. "אם בחודש יוני לא יירשם שינוי במגמה השלילית במשק בעקבות משבר הקורונה - יש להאריך את תקופת הזכאות לדמי אבטלה עד 31.12.21. כמו כן, שירות התעסוקה חייב לברוק את נחיות פיקודי עורבים והתנצלות לחל"ת מצדית הראשונה של שנת 2021. שירות התעסוקה צריך לברר האם המעסיקים לא עשו שימוש במשבר הקורונה כמירוץ כרי לפטר עובדים שלא צורך ולהכביר את העוטס על העובדים הנתרמים "במילים אחרות: האם העסקים אכן נפגעו כלכלית מהמשבר והפיטורים נחוצים". באשר למקור המימון להארכת דמי האבטלה עד סוף השנה אם המצב במשק לא יאיר

סימני שיפור, מסרו מרשימה המשותפת כי "ניתן לממן את התוספת התקציבית הדרושה על ידי הטלת מס מיוחד על רכש הדו והציון ממסעות בוצאות הנעק להמשך הכיבוש ולהרוק ההתנחלויות".

כך בדקנו

במסגרת המדור אנו מעבירים למפלגות המתמודדות לכנסת בבחירות הקרובות ועברו את אחוז החסימה בממוצע בין חמשת סקרים האחרונים, שאלה והן בנוגע לעמדותיהן בנושא שעל הפרק.

• שיחת אישון נהן

הטעות | 05.07.20

גלובס Globes כמה כסף סה"כ המדינה הכניסה מ"קנסות קורונה" מאז חודש מרץ? ow.ly/Sdgh102ibjd



בכתבה שהציגה את היקף הכנסות המדינה מ"קנסות קורונה" הוצגה תמונת חרדי.

יסוד הטעות

חוסר תשומת לב הובילה לתיגו שלילי אוטומטי

הביקורת

שוב חרדי בלי סיבה מעטר את הכתבה. אתם כבר יודעים למה

התיקון

התמונה הוחלפה בתוך כמה דקות מפרסום הידיעה

ההתנצלות

תודה איציק, בדקנו. אכן מיותר. התמונה הוחלפה תוך 3 דקות והנהלים חודרו על ידי העורכת הראשית לכל העובדים. לוקח זמן לשחרר דפוסי חשיבה שגויים, שלמרבה הצער נמצאים שם מקידמת דגן. אבל אנו מודעים ומתמאצים. @naamasik

הטעות | 07.07.21

בעיצומו של משבר הקורונה פורסמה כתבה שכותרתה: "האבטלה בישראל גבוהה פי 3 מבאירופה", והנתונים שהוצגו בה התבססו על שיטת מדידה מטעה

יסוד הטעות

הנתון הישראלי בגרף נלקח משירות התעסוקה, והנתונים העולמיים מגוף מקביל ללשכה המרכזית לסטטיסטיקה בישראל. הכותרת בשילוב הגרף הובילו להטעיה, אף שזו מתודולוגיה שיש מאחוריה היגיון סביר

הביקורת

כמה קוראים הסבו את תשומת ליבנו לבעייתיות ההשוואה וטענו שהיא מטעה

התיקון

המשרוקית של גלובס ערכה בדיקה וניתוח מעמיק של העובדות, ופרסמה את המסקנות בעיתון המודפס ובאונליין

ההתנצלות

נעמה סיקולר @naamasik • 4 באוג 2020
היי נחמה, כמובן מצ"ב בדיקת המשרוקית. אכן קיבלנו ציון לא מוארך! הבדיקה החפזים גם בעיתון. תיקנו בהתאם את הכתבה המקורית וחיידנו נהלים. המון תודה

הטעות | 04.03.21

נשים מענף הפרסום לא קיבלו ייצוג בפרויקט 50 הנשים המשפיעות של ישראל

יסוד הטעות

בשלבי הכנת הרשימה על ידי הוועדה המייעצת ומערכת גלובס, לא עלו שמות של מועמדות מענף הפרסום. במסגרת הפרויקט פורסם גם סור של כתבת הפרסום ענת ביי-לובוביץ', שביקשה להציב מראה ולטעון שענף הפרסום עדיין נשלט בקצה הפירמידה על ידי גברים.

הביקורת

הביקורת טענה שדווקא היו שינויים בענף, ובכל מקרה הבחירה לא לכלול נשים ברשימה בשילוב הטור- שפורסם הנציחו את המצב במקום לקרוא לשינוי שלו.

הקשבנו,

ואף נתנו לביקורת במה. פרסמנו טור דעה של קרן בכר אמיתי, מנכ"לית משותפת בגיתם BBDO, המבקר נחרצות את החלטת המערכת. "כך לא פותחים את המועדון. טקסט כזה רק מנציח את קיומו של מועדון סגור".

על קצה המזלג מה עשינו בשנה האחרונה

התיקון

בגיליון סוף השבוע העוקב לגיליון הפרויקט, בחרנו להביא לקדמת הבמה נשים בכירות מענף הפרסום כדי שידברו על הקשיים ועל הדרך, אבל גם על ההצלחות, והסברנו את השתלשלות האירועים.

הכתבה כללה התנצלות: "כלי כוונה פגענו בנשים רבות בענף הזה. זו העת לתקן".

פרסום ושיחוק

הקשיים וההצלחות: הנשים המשפיעות של ענף הפרסום מדברות

10 בכירות בענף הפרסום מדברות על אתגרי תהול בענף גברי • הן ביקשו להגייס לפרויקט 50 הנשים המשפיעות של גלובס, אנוחנו הקשבנו / ענת ביי-לובוביץ'

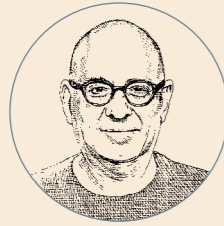
אנחנו מחויבים ליצירת ערך לך - לעסקים ולארגונים, לחברה ולכלכלה הישראלית



מודל יצירת הערך של גלובס

יצירת ערך

מחויבות ליצירת ערך משותף לקוראים ולכלל מחזיקי העניין



זאב חספר
ס. עורכת ראשית

כעיתון כלכלי תפקידנו להעמיד לרשות הקוראות והקוראים שלנו כלים, בעיקר מידע וקונטקסט, המאפשרים להם לגבש עמדה עצמאית, בכל סוגיה רלוונטית לחיים הפרטיים, העסקיים או הציבוריים.

כל עסק חותר להעניק ערך ללקוחות שלו. אבל עיתון איננו עסק רגיל. ההבדל המהותי הוא שבטקס רגיל משמעות מתן ערך הוא סיפוק רצון הלקוחות.

בעיתון, ערך - משמעו לעתים, לסיפק לקוראים גם מה שהם לא בהכרח רוצים.

כי תפקיד העיתונות להציג את כל המציאות, גם אם לעיתים היא אינה נעימה או אינה תואמת את השקפתנו על החיים. כדי שנוכל לקבל החלטות נכונות, אנחנו חייבים לראות את מלוא התמונה, ושיהיה בה מינימום הטיות ו'שטחים של הקוראים/ות לבין מתן ערך אמיתי ומלא - זהו לב ליבו של מקצוע העריכה.

בשנה החולפת המשכנו לסקר נושאים בעלי חשיבות ציבורית - גם כאלה שלא נגזרים מסדר היום הציבורי, אלא מגדירים אותו. הצפנו סוגיות שונות, מזוויות מגוונות והצגנו כיוונים לפתרונות, בצד הביקורת. לעתים הצלחנו לתרום לשינוי המציאות ולעיתים לא.

הדוגמאות הבאות משקפות על קצה המזלג את החתירה שלנו ליצירת ערך בראש ובראשונה לקוראים - אבל גם לכלל מחזיקי העניין:

על קצה המזלג מה עשינו בשנה האחרונה

זכויות עצמאים ועסקים קטנים

מדור "עצמאים במשבר" שהושק במרץ 2020, הפך למדור היומי "עסק ביום", ועד היום קיבלו דרכו במה מעל ל-300 עסקים קטנים, שנדחקו לשוליים ונאבקים לשרוד.

כלכלת המגזר השלישי

בדקנו: זו הפעם הראשונה שגלובס מקדיש שערים להצפת אתגרי העמותות. במגזר השלישי 48,000 ארגונים בעלי השפעה ישירה על החברה בישראל ועל מדיניות הממשל. הם מהווים חלק בלתי נפרד מהכלכלה - ולא רק ראוי לעסוק בנושא, אלא חובה. מעבר להצפת הנושא, תרמנו למגזר השלישי בשנה החולפת שטחי מדיה [עמודי פרסום וקמפיינים בדיגיטל] בשווי של 680,000 ש"ח, כחלק מפרויקט "באים בטוב" (עמ' 42-41)

כלים לניהול בעידן החדש, מחוברים למציאות משתנה

על קצה המזלג
מה עשינו
בשנה האחרונה



כלים לניהול מרחוק



ביעומו של משבר הקורונה

שולחן עבודה
ניחול בימי קורונה



עושים סדר בתובנות ומגמות



ביעומו של מבצע שומר חומות



כלים לניהול במציאות מורכבת



האומץ להודות שלא הכול כשורה

לכאורה יציאנו ממשבר. הקורונה דועכת, המלחמה נמדת, השנה חורה. אבל אנשים רבים נענפים רבים בדין בסוקות. באציאות תקווה טוטורית מתחילים רבים שלא להחליף את החניניה מריקטו חדש, לא לזוז. וכאן בדיקת נכס האומץ הנרחב לתמונה

סיפים להכלה ועבודה משותפת

אנחנו מחויבים ליצירת ערך לכל דרגי הניהול, בכל סוגי הארגונים, דרך מתן כלים ולוונטיים, בזמן אמת

יצירת ערך

מחויבות ליצירת ערך משותף
לכלל מחזיקי העניין

הנגשת מידע מורכב, שמאפשר להבין את השיח הכלכלי - ולגבש דעה עצמאית

22.03.2021



23.03.2021



03.06.2021



03.12.2020



04.03.2021



18.03.2021



על קצה המזלג
מה עשינו
בשנה האחרונה



יצירת ערך

מחויבות ליצירת ערך משותף
לכלל מחזיקי העניין

הצפת נושאים בעלי חשיבות ציבורית וכלכלית: נדל"ן, תחבורה ותשתיות

04.04.2021

כך הפכה אשקלון לבירת העסקאות

14.03.2021

המחירים שעלו, המשקיעים שחזרו: אחרי שנה של קורונה

10.01.2021

יותר אנשים מבקשים לעבור לכפר

הזדמנויות | מגמות | ניתוחים | פרשנויות | כלים לניהול סיכונים

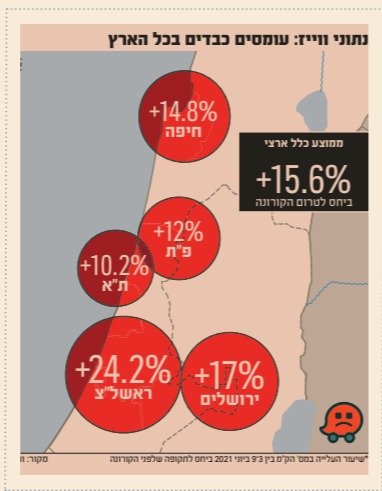
09.05.2021

חודש מאי הביא איתו עלייה זו ספרתית בתנועה ובפקקים

27.04.2021

העשור האבוד של הכבישים בישראל

עוקבים מקרוב אחרי נושא העומס בכבישים, שלו השלכות כלכליות על המשק כולו.



21.10.2020

עוד לפני שאושר: המטרו צפוי לעבור את הבהייה בעשרות מתחמים בגוש דן

22.04.2021

תאונות הקורקניטים חוזרות ובגדול

ומסקרים את פרויקט המטרו את פרויקט המטרו בגוש דן דרך חשיפה וניתוח בלעדי של לקויות בתכנון

ממשיכים לעקוב אחרי נתוני תאונות הקורקניטים והאופניים החשמליים בשיתוף עם בית החולים איכילוב

יצירת ערך אישי: מדריכים מעשיים למימוש הזדמנויות

21.03.2021

המדריך למשקיעי נדל"ן

18.02.2021

המדריך למשקיע

01.10.2020

המדריך למשקיע

על קצה המזלג מה עשינו בשנה האחרונה

יצירת ערך אישי: מדריכים מעשיים לצמיחה כלכלית

28.12.2020

ארבע שנים לתוכנית הממשלתית חיסכון לכל ילד: כל מה שצריך לדעת

10.12.2020

להיות עם הילד על הדופק: גמ לשכירים מגיעות הטבות בסוף שנת המס

22.09.2020

כך תוכלו לחסוך אלפי שקלים בניהול חשבון הבנק

הצפת נושאים בעלי חשיבות ציבורית: כלכלת אקלים וסביבה

על קצה המזלג
מה עשינו
בשנה האחרונה

בשנתיים האחרונות, התחום מקבל חשיפה מוגברת בגלובס, בגין חשיבותו ובזכות כתבת האקלים והסביבה שני אשכנזי, המובילה את המדור ומציפה נושאים חשובים לדיון, בצד ניתוחי עומק וחשיפת פרשות ומגמות מקומיות וגלובליות.



2
שערים
1
בחדש

בעקבות צו איסור פרסום חקירת אסון הזפת בכפרואר השנה, פנה גלובס עם כלי תקשורת נוספים בבקשה לצמצם את הצו בשם העניין הרב לציבור והנטל הכלכלי שנפל על כתפי משלם המסים שנאלץ לממן את פינוי המכפע. בעקבות הפניה, ביטל בית המשפט את צו איסור הפרסום הגורף שהוטל על פרטי הכרשה.

בעקבות בקשת גלובס: צומצם צו איסור הפרסום על פרטי חקירת אסון הזפת

לאחר שנעתר אתמול לבקשת המשרד להגנת הסביבה להסיל אפול מוחלט על כל פרטי הפרשה, ביהמ"ש החליט היום לצמצם את הצו - ובמקומו הסיל מנבלות על הפרטים שניתן לפרסם עד ליום 28 בפברואר



שני אשכנזי | יעדוך: 23.02.2021 | 14:15

כלכלת אקלים וסביבה + גלובס

המשבר האקולוגי, או משבר האקלים, הוא כינוי לתופעה של שינויי אקלים המתרחשים ברחבי כדור הארץ, כגון בצורת מתמשכת במדינות המזרח, קרחונים הנחסים בקצב מריר ונרחים לעיני פני הים ברחבי העולם ואיחוי מוג אויר קיצוניים כמו סופות אבק, שיטפונות, שריפת המשחוללות באזורים נרחבים בחגך ימים ארוכים ועוד.



מדור אקלים וסביבה באתר גלובס השק ב-2019

22.02.2021



03.03.2021



31.05.2021



מתוך חשבון הטוויטר של "שוקף"

יצירת ערך

מחויבות ליצירת ערך משותף לכלל מחזיקי העניין

הצפת נושאים בעלי חשיבות ציבורית: משפט וכלכלה

על קצה המזלג
מה עשינו
בשנה האחרונה

21.03.21 | בעקבות עתירת גלובס: הדיונים בתביעת הפיצויים נגד אייל גולן יתקיימו בדלתיים פתוחות

גלובס וגופי תקשורת נוספים עתרו לפתיחת דלתות בית המשפט המחוזי בתל אביב על מנת לחשוף בפני הציבור את טענותיהן של שלוש מהמתלוננות נגד הזמר אייל גולן והמשטרה, לפיהן נמצאו ליקויים וכשלים בחקירת התיק. לשיטתנו, אין ספק שיש בפרסום הטענות והממצאים לגבי החקירה עניין ציבורי וחשיבות ציבורית ראשונים במעלה.

26.07.20 | בעקבות תחקיר G: קידום תיקון חוק "לא תעמוד על דם רעך"

חוק "לא תעמוד על דם רעך" מחייב לסייע לאדם במצוקה, אבל לא מפצה כראוי את מי שמסייע ונפגע בעצמו בעקבות זאת. מגזין G ערך תחקיר מיוחד על הנושא, ובעקבותיו הגיש ח"כ מיכאל מלכיאלי מש"ס הצעת חוק פרטית לפיה ישו את ההכרה בנפגעים ובחללים שהושיטו עזרה לאדם הנמצא בסכנה לזכויותיהם של נפגעי פעולות איבה. בדצמבר 2020 עברה הצעת החוק בקריאה ראשונה.

21.01.21 | חשיפת מסמכי הוועדה שבחנה את סוגיית מתן האשראי לאליעזר פישמן ולגורמים אחרים בערבותו האישית

לאחר חודשים ארוכים שבהם ניהל גלובס מאבק משפטי להסרת חיסיון מתביעה נגורת שהוגשה נגד בנק אגוד ודירקטורים שלו בגין אשראי שניתן לאיש העסקים אליעזר פישמן, קיבל ביהמ"ש את עמדת גלובס וקבע כי פומביות הדיון חשובה יותר מהאינטרסים של הבנקים והלווים. לגלובס הועברו באופן בלעדי מסמכים מדיוני ועדה שבחנה את הנושא.



27.10.20 | עתירה מינהלים לפרסום הפרוטוקולים של ישיבות הממשלה על הקורונה

גלובס וכלי תקשורת נוספים עתרו ביחד עם התנועה לחופש המידע לבית המשפט בדרישה לפרסם את הפרוטוקולים של ישיבות הממשלה בעניין משבר הקורונה, וכן את חומרי הרקע ששימשו להחלטות בעניין המאבק בהתפשטות הנגיף. בהיעדר

גילוי מלא: איש העסקים אליעזר פישמן הוא בעל השליטה הקודם בחברת "מוניטין" המחזיקה (100%) בעיתון גלובס.

נתונים על החלטות הממשלה ואופן קבלתן נפגע משמעותית אמון הציבור במוסדות השלטון, שהוא מעמודי התווך של מטר דמוקרטי.

גלובס וכלי תקשורת נוספים עתרו ביחד עם התנועה לחופש המידע לבית המשפט בדרישה לפרסם את הפרוטוקולים של ישיבות הממשלה בעניין משבר הקורונה, וכן את חומרי הרקע ששימשו להחלטות בעניין המאבק בהתפשטות הנגיף. בהיעדר

מתחילת משבר הקורונה, יצרנו עשרות שיתופי פעולה לקידום המגזר העסקי והשלישי, לקידום פריון וצמיחה כלכלית בישראל. הנה כמה מהם:

קהל יעד ■ מטרה ■ שותפים מרכזיים ■ עיקר הפעילות



■ בני ובנות נוער מהפריפריה
■ חשיפת נוער מהפריפריה לעולם ההנדסי וצמצום פערים בחינוך הטכנולוגי



■ בשיתוף עם:
■ ארוע שיא מסכם של תכנית ארוכת טווח ובו השתתפו עשרות בני נוער
■ עשרות נערות ונערים מנתיבות בליווי כ-10 מהנדסים



■ נערות בגילאי חטיבה ותיכון
■ לעודד שילוב נשים במקצועות הטכנולוגיה



■ בשיתוף עם:
■ 3 מפגשים פרונטליים במשרדי אלביט ברחבי הארץ
■ 3 מפגשים, 48 מנטוריות, כ-50 נערות, עשרות אלפי כניסות למתחם



■ סטארט-אפים חברתיים
■ ליווי והדרכה מקצועית לסטארט אפים שממוקדים בעשיית טוב



■ בשיתוף עם:
■ ליווי, ייעוץ והדרכה במשך שלושה חודשים
■ עשרות בכירים ובכירות מעולם ההייטק.
■ עשרות סטארטאפים שנבחרו מבין מאות.



■ המרכז הישראלי לעסקים מ-50 מיליון ש"ח ומעלה
■ לתת כלים והשראה לצמיחה

■ בשיתוף עם:



■ יצירת קהילה לעסקים בינוניים
■ מאות חברים בקהילה הצומחת



■ דרג ניהולי בכיר,
■ בעיקר סמנכ"ל שיווק
■ גיבוש קהילה מקצועית וקידום הפרייה הדדית

■ בשיתוף עם:
■ Ifat Y Media Intelligence

■ מפגשי אונליין בהם משתפים מנהלים פורצי דרך ב"ניצוץ" שהצית בהם את הרעיון העסקי
■ 72 כתבות של מנהלים בכירים מסקטורים שונים. עשרות אלפי כניסות למתחם



■ נשים בצומת דרכים מקצועית
■ שיתוף ידע עם נשים המבקשות להתפתח בעולם העסקים דרך מפגשים אישיים עם נשים בכירות במשק הישראלי

■ בשיתוף עם:
■ אלטמן

■ מפגשי מנטורינג והשראה פנים מול פנים
■ כ-100 נשים עברו תהליך מנטורינג, 76 מנטוריות, 4 מפגשים

יצירת ערך

מחויבות ליצירת ערך משותף לכלל מחזיקי העניין

על קצה המזלג מה עשינו בשנה האחרונה

קהל יעד ■ מטרה ■ שותפים מרכזיים ■ עיקר הפעילות



■ אנשי השיווק והקריאייטיב
■ "פיימינג" לקמפיינים יצירתיים ומקוריים באינסטגרם ופידגון לאנשי השיווק והקריאייטיב שמאחוריהם

■ בשיתוף עם: Instagram

■ מתחם דיגיטלי שנותן במה לקמפיינים הזוכים ומתעדכן בתוכן רלבנטי לקהל היעד
■ עשרות הגשות, עשרות אלפי צפיות מדי חודש



■ עמותות
■ סיוע מידי למגזר השלישי שנפגע אנושות ממשבר הקורונה, בעקבות הפסקת תמיכות

■ פרויקט עצמאי פרו-בוננו, ללא שותפים מסחריים, ובהתנדבות צוותי קראטיב

■ חיבור בין אנשי קריאייטיב לעמותות כדי לסייע להן לקדם את מטרותיהן בקמפיינים שקיבלו שטחי מדיה כתרומה מגלובס.

7 מיליון חשיפות ל-9 עמותות עשרות מתנדבים חדשים וגיוס של 250 אלף ש"ח



■ החברות הגדולות בישראל מלוות את החברות הקטנות ליציאה מהמשבר.

■ פרויקט "אמץ חברה" נולד מתוך ערבות הדדית ורצון לייצר חיבור בין חברות גדולות לחברות קטנות במשק הישראלי. לסייע לחברות קטנות לצלוח את המשבר שאליו נקלעו ולחזור לשגרת העבודה.

■ בשיתוף עם: לאומי leumi

■ ליווי מקצועי, כלים פרקטיים, הכוונה וייעוץ.



■ עסקים בתחום ההסעדה והמזון שנפגעו מהקורונה

■ סיוע ליציאה מהמשבר לבעלי העסקים מתחום המזון

■ בשיתוף עם: Nestlé Professional

■ 8 מפגשים של קורס יעודי הכולל מידע, כלים דיגיטליים והכוונה עסקית
■ עשרות אלפי כניסות לאתר, עשרות עסקים הצטרפו למועדון העסקים של אסם נסטלה ישראל



■ בית ספר דיגיטלי ללמידה מרחוק, המהווה פלטפורמה לקורסים, הכשרות ושיתוף ידע אונליין.

■ קורסים ותכני העשרה לגולשי גלובס במחירים אטרקטיביים (לעיתים חינמיים)

■ בשיתוף עם: מארגני קורסים ונותני חסות שונים

■ קורסים, הרצאות ומאמרים במגוון תחומים

■ מאות אלפי צפיות של תכנים



■ עסקים קטנים המעסיקים אוכלוסיות מגוונות

■ לספק לעסקים קטנים כלים למעבר לדיגיטל, שיווק ומכירות כדי לצלוח את משבר הקורונה

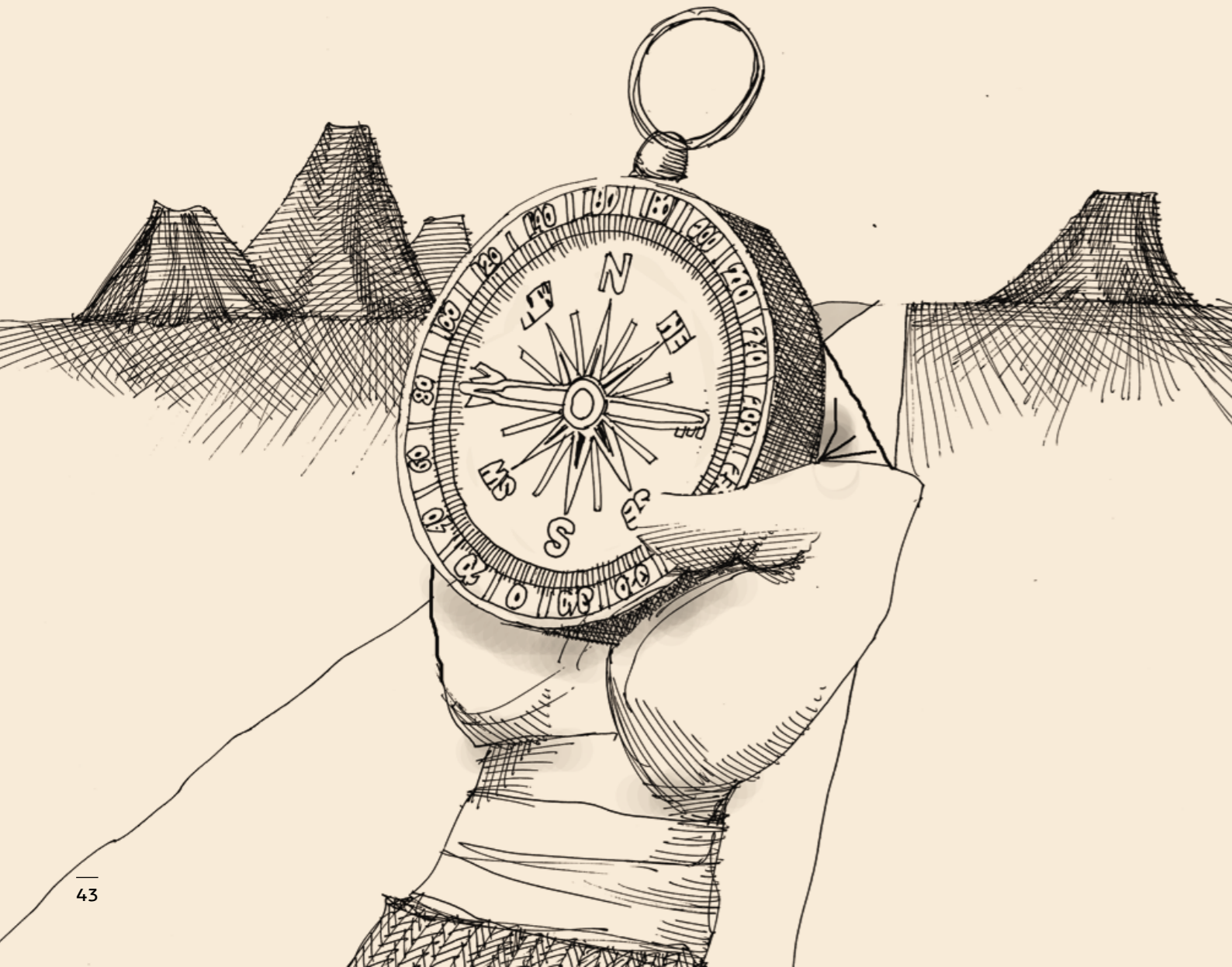
■ בשיתוף עם: intel

■ 3 קורסים, 5 מפגשים כל אחד
■ כ-1,000 עסקים השתתפו, עשרות אלפי כניסות לאתר הפרוייקט

ליצירת ערך משותף ולקידום מטרות חברתיות-עסקיות: impact@globes.co.il

III

קוד אתי ונהלים



ועידות וכנסים 2021-2020

בשנה החולפת קיימנו עשרות כנסים וועידות בפורמטים שונים. דגמנו כאן חלק קטן מהן. ועידות גלובס מובילות שיח כלכלי בתחומים שיש להם השפעה ורלבנטיות לקהל הקוראים, למגזר העסקי ולחברה הישראלית. הוועידות מתקיימות בשיתוף פעולה מסחרי עם עסקים וארגונים שונים. בכל הנוגע לסיקור הוועידות - למערכת גלובס שיקול דעת בלעדי לגבי רלבנטיות התכנים והערך לקוראי גלובס.



שיחה עם ג'יין פונדה
16.03.2021



הרצאה של סקוט גאלאווי
19.01.2021



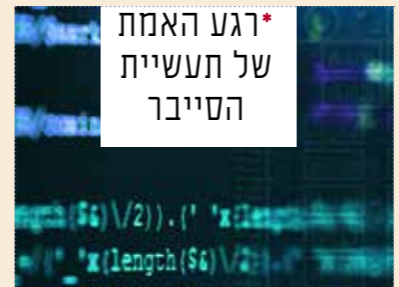
08.02.2021 | ארוע עד 40 נבחרת



06.07.2020 | ועידת שוק ההון



03.05.2021 | נדל"ן



05.01.2021 | סייבר



28.04.2021 | דיגיטל



08.12.2020 | סטארטאפ



23.12.2020 | ניהול במציאות משתנה



22.07.2020 | בריאות



01.03.2021 | תעשייה

הקוד האתי של גלובס



צוות הכתיבה של הקוד האתי:

- ◀ ד"ר תהילה שוורץ אלטשולר
- ◀ עו"ד הגר גנין
- ◀ פרופ' יחיאל לימור
- ◀ ענת אגמון
- ◀ נעמה סיקולר
- ◀ חן מענית
- ◀ אנדרה טבוקין
- ◀ סטלה קורין ליבר
- ◀ עמירם ברקת
- ◀ מיכל אריאלי
- ◀ מיקי לוי
- ◀ שחר פוקס
- ◀ עמרי דרוביץ

אחריות ציבורית, אמינות, הגינות ויושרה

1. אנו מחויבים, מתוך אחריות ציבורית, לשאוף בעבודתנו להגינות, ליושרה, לאמינות ולשקיפות.
2. נשאף להציג מגוון דעות ותכנים בנושאים שונים.
3. אם נביע דעה אישית, נעשה זאת באופן שיבטיח כי אדם סביר יוכל להבין שמדובר בהבעת דעה.
4. נקפיד על תרבות הכתיבה, הדיבור והדיון ועל כבודם של המשתתפים בו.

עצמאות, אי-תלות, מניעת משוא פנים וניגודי עניינים

5. נשאף להימנע מניגוד עניינים, הן בדרכי השגת מידע והן בפרסומו לציבור.
6. נקפיד להימנע מהשפעה של אינטרסים ולחצים פוליטיים, כלכליים ואחרים, חיצוניים או פנימיים, על עבודתנו.
7. לא נמנע מלפרסם דבר הראוי לפרסום, לפי שיקול דעתנו המקצועי.

8. לא נעמיד את עצמנו במצב שבו קיים חשש לניגוד עניינים בין חובותינו כעובדי העיתון וככותבי המערכת הקבועים לבין אינטרס מכל סוג, שלנו או של קרובינו. במקרים שבהם קיים אינטרס מקצועי משמעותי שנעסוק בנושא שיש לנו בו ניגוד עניינים כאמור, נפנה לעורך האחראי ונדווח לו במפורט על כך, והעורך יכריע בסוגיה. החליט העורך לפרסם, נלווה את הפרסום בגילוי בהיר

ובצורה בולטת של ניגוד עניינים.

9. פרסום העוסק בנושאים הנוגעים לעיתון, לבעליו, לבעלי מניות בו, למו"ל העיתון, לחברות אחרות של העיתון, או לאינטרסים אחרים של העיתון, נלווה בגילוי בהיר ובצורה בולטת של האינטרסים, כלכליים או אחרים, הבאים לידי ביטוי בפרסום.

10. פרסום שנוצר או נכתב שלא על-ידי כותבי המערכת הקבועים, ואשר כתבו נתון בניגוד עניינים בפועל או למראית עין עם נושא הכתיבה, נאפשר רק במקרים בהם יש לפרסום ערך משמעותי, ונלווה זאת בגילוי בהיר ובצורה בולטת של ניגוד העניינים.

11. כיוון שליבת עיסוקנו נוגעת למידע רגיש המשפיע על שוק ההון ועל שווקים כלכליים נוספים, לא ננהל, במקביל לתפקידנו כעובדי העיתון, תיק השקעות מכל סוג שהוא, למעט החזקה עיוורת או פסיבית.

12. כאשר נעסוק בעיסוק נוסף, באופן זמני או מתמשך, בתמורה או ללא תמורה, לצד עבודתנו בעיתון, נקפיד על הכללים הבאים:

- אין ניגוד עניינים בין העיסוק הנוסף שלנו לבין עבודתנו העיתונאית, ולא נוצר חשש להטעיית ציבור הקוראים או לפגיעה במוניטין של העיתון ובערכים שאליהם הוא שואף, כפי שהם באים לידי ביטוי בקוד זה.

- לא נעסוק בעיסוק שהוא במהותו תשדיר פרסום, יחסי ציבור או שירות דומה אחר, בין שבתחום

הקוד האתי של גלובס

17. נפרסם הערכות ופרשנויות המבוססות על עובדות ונמנע מהשערות בלתי מבוססות.

18. נשאף תמיד להסתמך על מקורות, אנושיים או אחרים, שנחשבו אליהם מכלי ראשון.

19. נפעל לציין מקור מדויק (אנושי או אחר) לכל מידע שנפרסם, ובמקרים רלוונטיים נבהיר את הדרך שבה הגיע אלינו המידע מן המקור.

20. אם נצטט ידיעות שנאספו על-ידי סוכנות ידיעות, גם אם יש לנו הסכם עמה, או אם נדווח על אירוע שלא נכחנו בו ומדובר ב"דיווח קבוצתי", נבהיר זאת במפורש.

21. לא נצטט מסמכים או נתונים ללא מקור כאשר יש מקור שאפשר להעניק לו ייחוס או מְזָכָה (קרדיט) פומבי הוגן.

22. לא נשתמש בהטעיה להשגת מידע או לקבלת הסכמה למסירת מידע, אלא כשמדובר בדרך חיונית להשגת המידע, וזאת תוך הפעלת שיקול דעת ולאחר שהתקבל אישור הממונה הרלוונטי.



14. לא נבקש ולא נקבל טובת הנאה מכל סוג שיש לה קשר, בין שבמשרין או בין שבעקיפין, לעבודתנו בעיתון, למעמדנו או לקשרים שיצרנו במסגרת עבודתנו בעיתון.

15. בעניין תוכן שיווקי נקפיד על הכללים הבאים:

- לא נאפשר שילוב תכנים שעבורם הועברו לעיתון כסף או שווה כסף, במשרין או בעקיפין, באופן מיוחד או כחלק מעסקת פרסום כוללת, אלא רק כאשר שיקול הדעת באשר לשילוב תכנים אלה, ואופן סיקור גופים ואנשים והיקפן, יישארו באופן בלעדי בידי עורך/ת העיתון, ואף אדם או מחלקה אחרת בעיתון לא יוכלו לקבל החלטות באשר לכך.

- נוודא כי תכנים אלה יסומנו בבירור בשם או בסימן אחיד, באופן בולט ובראש הפרסום, הכל בהתאם לאופי הפרסום (בדפוס או במדיה דיגיטלית), וייכתב בהם מי הגוף המממן.

- לא נשתתף בישיבות ובדיונים שבהם נדונות עסקאות לשילוב תכנים שיווקיים. באם נדרשת מומחיותנו המיוחדת בישיבות ובדיונים אלה, לא נשתתף בחלק העוסק בתנאי עסקת השילוב.

דיוק בעובדות

16. נשאף להבטחת דיוק, אמינות ושלמות של המידע שנפרסם. לפני הפרסום נוודא ששקלנו את מכלול העובדות הרלוונטיות. אם נפרסם מידע שאינו שלם או עדכני - נציין זאת.

מומחיותנו ובין שלא, בין שבתשלום ובין שללא תמורה.

- לא נעסוק בייעוץ פיננסי, בייעוץ בהשקעות או בניהול כספים למעט למען עצמנו או קרובינו.

- אם העיסוק הנוסף הוא באמצעי תקשורת אחר, נוודא שאין בכך כדי לפגוע, בפועל או למראית עין, במחויבותנו כלפי העיתון, ובכל מקרה נהיה כפופים לכללי הקוד האתי של העיתון גם בזמן שנעסוק בעיסוק הנוסף באמצעי תקשורת אחר.

- אם מדובר בעיסוק נוסף שהינו ציבורי או אזרחי באופיו, כגון ועדה ציבורית או עמותה, נקפיד שלא יהיה מדובר בעניין שאנו מסקרים או מתייחסים אליו במסגרת עבודתנו בעיתון.

- אם מדובר בפעילות פוליטית או מפלגתית מכל סוג, נוודא כי אינה משפיעה, אף למראית עין, על עבודתנו, או יוצרת נראות שלפיה העיתון עומד מאחוריה או שהיא מפירה הוראה אחרת מהוראות קוד זה.

13. לא נופיע בכנסים או באירועים פומביים העלולים להשפיע, אף למראית עין, על עבודתנו או שעלולים לערער את אמון הציבור בהיעדר משוא הפנים שלנו, בייחוד כשמדובר בהופעה בפני אישים, חברות או קבוצות המסוקרים דרך קבע בעיתון או מייצגים גורמים כאלה.

- ניוועץ מראש בעורך האחראי עלינו באשר לקבלת תשלום וגובהו תמורת ההשתתפות באירועים אלה, ובכל מקרה נמנע מלדווח עליהם בעיתון.

הקוד האתי של גלובס

אפיונים

23. 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.

שמירה על כבוד ושם טוב

24. לא נפרסם דבר העלול לפגוע בכבודו של אדם או בשמו הטוב, אלא אם קיים בכך עניין ציבורי ולאחר שוודאנו את אמיתות המידע, ככל שניתן, בהתאם לנסיבות ולהקשר.

25. 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.

26. אם פרסמנו מידע על אודות חשד נגד אדם, מעצרו, הגשת כתב אישום נגדו או הרשעתו, נפרסם בצורה הוגנת גם מידע על הסרת החשד נגדו, שחרורו או זיכוי, אם ביקש זאת או אם אנו סבורים שיש בפרסום זה משום עניין ציבורי.

27. טעויות, השמטות או מידע שגוי שנפלו בפרסום, נתקן במהירות האפשרית, בהגיינות ובהבלטה הראויה ביחס לפרסום המקורי, ואם הדבר אפשרי נעצור את המשך הפצתם. אם נפגעו שמו הטוב או כבודו של אדם בעטיים, נפרסם במקרים המתאימים גם התנצלות.

הגנת הפרטיות

28. ככלל, נמנע מהשגת מידע

בנסיבות שבהן יש לאדם ציפייה סבירה לפרטיות, ללא הסכמתו במפורש או כפי שעולה מנסיבות העניין, אלא אם קיים עניין ציבורי בכך. "השגת מידע" - בדרכים כגון צילום, ציתות או מעקב, באמצעים פיזיים או דיגיטליים.

29. 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.

30. בדיווחים על אודות תאונות, אסונות, אירועי אלימות קשה או מלחמה, נאזן בין העניין הציבורי שבדיווח מלא לבין הצורך לנהוג בחמלה כלפי הקורבנות ובני משפחותיהם.

31. ההסכמה המוזכרת בכל סעיפי חלק זה תושג על-ידי כך שנציג את עצמנו כעיתונאי גלובס, או כמי שעובדים בעבור העיתון, ונבהיר כי מדובר במידע העתידי להתפרסם ברבים. מידע שנמסר לאחר הבהרה זאת נראה כמידע שיש הסכמה לפרסמו.

32. כאשר המידע נוגע לקטין 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, לא מהווה בהכרח הסכמה לפרסומו גם בערוצי העיתון.

הגנה על מקורות עיתונאיים וחיסיון מקורות

34. לא נגלה ולא נפרסם מידע שנמסר לנו בתנאי שישאר חסוי.

35. לא נמסור ולא נפרסם זהות של מקור שנחשף בפנינו בתנאי שישאר חסוי, ונשאף לוודא כי אין במידע המתפרסם על-ידנו כדי לחשוף את המקור, במישרין או בעקיפין.

36. לא נמסור לרשויות מידע שנאסף במסגרת עבודתנו, אך נשקול מסירתו כאשר מדובר בחקירת פשע חמור.

37. נפעל לאבטחת המידע שנאסוף במהלך עבודתנו.

עריכת מידע

38. עיבוד של מידע ועריכתו, בטכניקות ובאמצעים טכנולוגיים, ייעשו באופן הוגן ובדרך שלא תפגע בשלמות המידע ובדיוקו. אם תצלומים וקטעי וידאו או שמע עברו עריכה משמעותית - נציין זאת במפורש.

39. נציין ונסמן בבירות פריטי מידע שלא נוצרו על-ידי העיתון או עובדיו, לרבות סרטונים המגיעים ממקורות חיצוניים, תוכן גולשים, תמונות אילוסטרציה, תוכן ארכיוני או תכני מציאות וירטואלית.

הצגת נתונים כמותיים

40. אנו מודעים לערכו של מידע מבוסס נתונים כמותיים, כגון מדדי שוק הון, תוצאות סקרים וצבירי נתונים (datasets), ולהשפעתו האפשרית על הציבור. לכן, נציג נתונים כמותיים בדרך שתאפשר להבין את מקורם, את משמעותם

הקוד האתי של גלובס

תהליך כתיבת הקוד האתי

בארבע השנים האחרונות מתקיים בגלובס תהליך מקיף של ארגון מחדש. במסגרתו מנוסחות הגדרות למגוון תהליכים וממשקים, והגדרות ישנות נבחנו שוב.

כעיתון העסקים של ישראל, מדי יום אנחנו בודקים את האופן שבו אנחנו ממלאים את תפקידנו ואת הדרך בה אנחנו מממשים את האחריות שלקחנו על עצמנו. בעקבות כך, לפני יותר משנתיים נקטנו צעד משמעותי: השלמנו את ניסוח הקוד האתי של העבודה העיתונאית בגלובס והפצנו אותו לכלל המועסקים.

הקוד האתי נועד לבסס כללים ונהלים אחידים, לסייע בפתרון בעיות שצצות בעבודה השוטפת, לחדד את המחויבות המקצועית והציבורית שלנו, וכפועל יוצא - להגביר את האמון בינינו לבין קהל הקוראים וכלל מחזיקי העניין.

גיבוש הקוד האתי ארך כמה חודשים, שבהם מופו הצרכים והדילמות, נבחנו מסמכים שונים שאומצו בכלי תקשורת בארץ ובעולם כגון ה-CCJ (The Committee of Concerned Journalists) והועלו לדיון בעיות אתיות שכיחות המלוות את העבודה העיתונאית בגלובס ובכלל. הקוד נוסח בהלימה לערכי גלובס המתחדש, כפי שהם מופיעים בעמודי החזון והערכים שלנו (עמודים 10-11), והוא הנדבך המגשר ביניהם לבין הנהלים וההנחיות שמכתיבים את העבודה היומיומית.

עיתונות, לבטח בת-זמננו, היא מקצוע דינמי, וכך גם הקוד הוא מסמך נושם, המתעדכן מעת לעת בהתאם להתרחשויות, לצורכי הקוראים ולהערות הציבור.

המנהלים והעובדים בעיתון ועל כל מי שאחראי להפקת תכנים עיתונאיים ולפרסומם במסגרת פרסומי העיתון בכל הערוצים המודפסים והמקוונים וחשבונותיו ברשתות החברתיות.

46. נפעל בחשבונותינו הפרטיים ברשתות החברתיות מתוך הכרה בזיהוי ובמיתוג שלנו כעובדי העיתון, ונקפיד על תרבות דיבור ודיון. כאשר נפרסם מידע הקשור לעבודתנו בעיתון, נקפיד על מימוש הכללים בתקנון זה. נהיה שקופים גם כאשר לתיקונים ולמחיקות שנבצע בפרסומינו.

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" - מידע המשרת את זכות הציבור לדעת ואת יכולתו לקבל החלטות באופן מושכל, כגון מידע על פשעים ומעשי שחיתות, להטעיית הציבור ולהגנה על בטיחותו ובריאותו, או לתפקוד רשויות השלטון ונציגי הציבור.

ואת ההקשר שלהם. ככל שהדבר ניתן, נאפשר שקיפות והגשה לציבור של מסדי הנתונים הגולמיים, ואם נעשה בהם עיבוד - נבהיר זאת.

41. נציג בצורה אמינה ומדויקת השוואות בין נתונים כמותיים, לרבות קורלציה בין משתנים, הצגת נתונים בהקשר היסטורי או ענייני נאות, או בעת שילוב נתונים כמותיים ומידע אנקדוטלי.

42. נקפיד על העמדה צורנית נכונה, מדויקת ואמינה של נתונים כמותיים אם הם מוצגים בצורה גרפית או חזותית.

43. כאשר נפרסם תוצאות סקרים נקפיד לציין את זהות מזמין הסקר, המממן שלו ועורכו, את שיטת המדגם וגודלו, וכן את טווח הטעות הסטטיסטית ונוסח השאלות שהוצגו לנחקרים. אם אנו מזמיני הסקר וזה מיועד להקיף מדגם של כלל האוכלוסייה (כגון סקר בחירות), נקפיד לוודא שגודל המדגם ומשרעת הנבדקים כוללים את כל קבוצות האוכלוסייה ללא הפליה.

כפיפות לקו

44. בכל מקרה של ספק או התלבטות בפרשנות של כללים אלה או ביישומם, או בהחלטה הנגזרת מהם, ניוועץ בממונה עלינו. עבודתנו תיעשה תוך עצמאות מלאה, אך אנו מכירים בחירות העורך האחראי להפעיל שיקול דעת ולקבוע כי שיקול עריכתי גובר על השיקול שראינו לנגד עינינו במסגרת עבודתנו.

45. סעיפי תקנון זה יחולו על העיתונאים, עובדי המערכת, הכותבים הקבועים, העורכים,

נוהלי גלובס

גילוי מלא

במטרה להגביר את השקיפות ואת ואת אמון הציבור בתקשורת, גלובס מפרסם מאז 2017 גילוי מלא של האינטרסים בידיעות הנוגעות לעיתון או שיש בהן קשר מהותי לאחד מבעלי, לבעלי מניות בו, למו"ל העיתון, לחברות אחיות של העיתון או לאינטרסים אחרים של העיתון.

כללי הגילוי המלא:

- הגילוי המלא שם דגש על אינטרסים כלכליים מהותיים הנוגעים לאדם עצמו או לקרובי משפחתו מדרגה ראשונה בלבד.

- הגילוי המלא צריך להיות ענייני, מדויק ואמין. יש להימנע משימוש יתר בו עד כדי טהרנות ובאופן שאינו מבחין בין עיקר לטפל ויש בו חידרה מיותרת לפרטיות.

- הגילוי המלא יופיע לצד הידיעה בעיתון המודפס והדיגיטלי, ובאתר גלובס.

- הגילוי המלא מתעדכן באופן שוטף. מטבע הדברים, הוא דורש שיקול דעת: כיצד נכון לאזן בין השאיפה לשקיפות לבין הזכות לפרטיות.

בטבלה המופיעה בעמוד הבא מרוכזים במקרים שבהם נדרשת המערכת לפרסם גילוי מלא כיום. כאשר מתעורר ספק לגבי עדכניות הגילוי המלא, ישנה חובת התייעצות עם עורך אחראי, עם עורכת גלובס או עם סגנה, ובמקרים מיוחדים גם עם יועצי אתיקה.

חזקת החפזות ואיסור השפלה

כחלק מתפיסה של סיקור עיתונאי השומר על כבוד האדם, גלובס מפרסם הודעה על חזקת החפזות לצד כל אזכור של אדם החשוד או המואשם בפלילים. הנוהל נועד למנוע השפלה של מי שהסתבך בחשדות פליליים תוך כדי הדיווח, ומזכיר שאין זה תפקידה של התקשורת להיות השופט והתליין של החשודים ושל הנאשמים.

התנהלות ברשתות חברתיות

עיתונאי גלובס הם עיתונאי גלובס בכל מקום, ולכן כדי למנוע פגיעה במוגה ובערכים שהוא מבקש לקדם, עליהם לפעול בהתאם לכללי האתיקה שלו גם בחשבונות הפרטיים שלהם ברשתות החברתיות.

כללי ההתנהלות ברשתות החברתיות:

- חדשות וחידושים בתחום העבודה של העיתונאי יפורסמו תחילה בפלטפורמות

הגילוי מתייחס לעבודת המערכת וכל השפעה רלוונטית עליה. הגילוי אינו מתייחס לנתונים כספיים של גלובס /1 או הליכים משפטיים שאינם משפיעים על המערכת, כאמור.

הזכות להישכח

ברוח הקוד האתי של גלובס, התובע שמירה על כבוד האדם, על שמו הטוב ועל פרטיותו, גלובס ישקול בנסיבות מסוימות להסיר פרסום הנוגע להליכים פליליים נגד אדם או לעדכן את המידע שפורסם עליו.

כללי נוהל "הזכות להישכח":

- הפניות ישוגרו למערכת גלובס בכתב ובצירוף מסמכים רלוונטיים לכתובת המייל: justice@globes.co.il והמערכת תעשה מאמץ לטפל בבקשה בתוך 14 יום.

- כל בקשה תועבר לעיון הייעוץ המשפטי של גלובס. כאשר אין חובה משפטית להסיר את הפרסום, המערכת תשקול בחיוב הסרה או עדכון כאשר מדובר באנשים פרטיים ששלו פעם אחת, לפני שנים רבות, בעבירות לא קשות, ואזכור ההרשעה כעת גורם להם עוול גדול.

- גם ללא פנייה, מערכת גלובס תפעל ככל יכולתה לעדכן פרסומים הנוגעים לאדם שזוכה באופן מלא. בראש הידיעה יצוין שהאדם זוכה מהאישום נגדו לאחר שהידיעה התפרסמה.

בקשת תגובה

בקשת תגובה היא חובה עיתונאית שנועדה להעניק למי שעלול להיפגע מפרסום מסוים את ההזדמנות להתגונן. מעבר לכך, בקשת תגובה וקיום שיחת רקע מעשירים את הסיפור העיתונאי ומאפשרים להציג אותו על כל מורכבותו.

כללי בקשת התגובה:

- בכל כתבה או טור רלוונטיים המתפרסמים בעיתון המודפס או באתר גלובס, חלה חובה על הכתב או הכותב לבקש תגובה מכל מי שעלול למצוא עצמו נפגע.

- בקשת התגובה צריכה להיעשות זמן סביר לפני הפרסום. התגובה תוצג באופן הוגן כחלק מהפרסום, או זמן סביר לאחריו, אם נמסרה אחרי הפרסום.

- על העורך האחראי לכתבה לוודא מראש מהם הגורמים שמהם מבקשים תגובה, ולהביא זאת בחשבון בתהליך העריכה וההפקה.

- בקשת תגובה היא הכרחית גם כשמדובר בסיפור משני בתוך הסיפור הכולל.

גילוי מלא, קשרים מהותיים

שם המסוקר/ת	הקשר לגלובס	נוסח גילוי מלא	מתי מפרסמים
"בית וגג" - התחדשות עירונית	אלונה בר און	אלונה בר און, יו"ר גלובס ומבעלות השליטה, היא יו"ר חברת ההתחדשות העירונית "בית וגג"	בעת פרסום הנוגע ישירות לחברה
• "העמותה לילדים בסיכון" בית יגאל אלון	אלונה בר און	• אלונה בר און, יו"ר גלובס ומבעלות השליטה, היא יו"ר עמותת ילדים בסיכון • חברת הוועד המנהל בבית יגאל אלון	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
• מריוס נכט • קרן aMoon • צ'ק פוינט	ענת אגמון	מריוס נכט הוא בן הזוג לשעבר של ענת אגמון, מבעלות השליטה בגלובס. השניים מצויים במחלוקת כלכלית ואישית	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
• בצלאל • ציונות 2000 • ניצוצות • בית תפילה ישראלי	ענת אגמון	ענת אגמון מבעלות השליטה בגלובס חברה בוועד המנהל של (בהתאם לפרסום יוזכר אחד הארגונים מימין)	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
הגוש הגדול	עדנה בר און	עדנה בר און, מבעלות השליטה בגלובס, היא בעלת זכויות זניחות יחסית בקרקע	בעת פרסום הנוגע ישירות לבעלי הזכויות
חברת מבנה (לשעבר מבני תעשייה / כלכלית ירושלים / דרבן או מי ממנהליה	אלונה בר און	למשפחת בר און, מבעלות השליטה בגלובס, מניות מיעוט בחברה הציבורית "מבנה". כמו כן, גלובס שוכר מחברת "מבנה" משרדים במרכז בר און	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
אליעזר פישמן	הקודם בגלובס	איש העסקים אליעזר פישמן הוא בעל השליטה	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
ארגון העיתונאים	עובדי גלובס	עיתונאי גלובס חברים בארגון העיתונאים	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
ארגון [נוני] מוזס / קבוצת ידיעות אחרונות / כלכליסט	גלובס	ארגון [נוני] מוזס הוא מו"ל קבוצת ידיעות אחרונות וכלכליסט, שנמצאים בתחרות עם גלובס	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
ארגון [נוני] מוזס / קבוצת ידיעות אחרונות - מניות	גלובס	רכישת המניות בידיעות אחרונות בשנת 1997 נעשתה על-ידי חברה משותפת של משפחת פישמן ומשפחת בר און. כיום מדובר בהחזקה עקיפה ומשורשרת ללא כל זיקה כלכלית וניהולית אפקטיבית למניות ידיעות אחרונות	בעת פרסום מהותי ורלוונטי בעל הקשר לשליטה או להיסטוריה המשותפת
איש העסקים אליעזר פישמן הוא בעל השליטה הקודם בגלובס	גלובס	איש העסקים אליעזר פישמן הוא בעל השליטה הקודם בגלובס	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
קבוצת הארץ-דה מרקר / עמוס שוקן	גלובס	עמוס שוקן הוא מו"ל קבוצת הארץ-דה מרקר הנמצאת בתחרות עם גלובס	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
אורי שנער	גלובס	אורי שנער הוא חבר בדירקטוריון גלובס	בעת פרסום מהותי ורלוונטי
ד"ר רפי ביטון	גלובס	ד"ר רפי ביטון הוא חבר בדירקטוריון גלובס	בעת פרסום מהותי ורלוונטי

כללי נוהל חזקת החפזות:

- הכלל המנחה הוא שכל פרסום - בין שמדובר בחשד ראשוני ובין שמדובר בחקירה או כתב אישום ומהלך המשפט - דורש תוספת פסקה בולטת של חזקת החפזות. הנוסח יהיה בהתאם לשלב המשפטי שבו נמצא ההליך.
- חזקת החפזות תפורסם לא רק בעת סיקור ישיר של ההליך הפלילי, אלא גם כאשר יש אזכור עקיף של החשדות נגד חשוד/ה כזה או אחר/ת, גם אם מדובר בשורה קצרה בכתבה העוסקת בעניין אחר לחלוטין.
- הנוהל כולל איסור על שימוש בתמונות משפילות.

עשוי לשנות את דעת קוראי התוכן על העיתון.

- כאשר מגיבים לביקורת, מרגיזה ככל שתהיה, יש לעשות זאת לאחר מחשבה ולהתמקד בחלקים המפרים של הוויכוח.

- כשמוחקים או מתקנים תוכן שכבר הועלה, יש להיות שקופים ולכתוב את דבר התיקון/מחיקה בציוץ או בפוסט עוקב, בדומה לנוהל של התוכן המערכת בגלובס, לפיו תיקון נשאר גלוי ושקוף - ולא נמחק.

הדיגיטליות של העיתון ורק לאחר מכן בחשבון הפרטי. בכל מקרה, דיוק עדיף על מהירות.

- לפני העלאת תוכן לרשתות החברתיות או קידום תוכן באמצעות לייקים, שיתופים וכו', נשאל את עצמנו אם היינו כותבים דברים דומים בפלטפורמות הרשמיות של גלובס, כיצד קוראי הפיד שלנו עשויים לתפוס אותנו והאם מה שנכתב עשוי להשפיע על עמיתינו בגלובס בעשיית עבודתם נאמנה או

מה דעתך?



מדור הדעות של גלובס משמש במה מקצועית למאות כותבות וכותבים אורחים מדי שנה. רוצה לתת במה ראויה לאג'נדה שלך?



אריאל ויטמן
עורך מדור דעות



גיל ג'יבלי
מאייר הבית של גלובס,
קריקטוריסט וצייר קלסטרונים
מאייר גם את כותבי הטורים

למה חשוב לנו לגוון את השיח?

אחת הסיבות למשבר האמון הקיים בתקשורת היא הייצוג החסר של מגוון הקהלים, המגזרים ותפיסות העולם. על פי עקרונות ה-CCJ:

"מטרתה המרכזית של העיתונות... היא לספק לאזרחים מידע מהימן ומדויק לו הם זקוקים לצורך תפקודם בחברה חופשית... העיתונות מחויבת לחתור לשיח המייצג מגוון דעות... לכלול את כל הקהילות הקיימות בחברה, ולא רק את אלו המקושרות או המעניינות ביותר.

...על כן תפקידה של העיתונות לחתור ליצירתו של שיח ציבורי מורכב... לוודא כי השיח מתנהל בהקשרו ולשמור כי הוא לא מבליט את השוליים הקולניים."

מהו 'טור דעה'?

טור דעה הוא טקסט המציג נקודת-מבט או טיעון ברורים, הנתמכים בעובדות. טורים המתפרסמים במדור הדעות בגלובס אינם מייצגים את המערכת ומטרתם להרחיב את השיח.

מה כולל טור דעה

1. נושא מעניין ורלבנטי.
2. סוגיה המצויה במחלוקת או בסיפור המדווח בחדשות.
3. נגיעה לענייניהם של רבים מקוראי גלובס.

צברת מומחיות בתחום מסוים?

יש לך נקודת מבט ייחודית על נושא בעל חשיבות ציבורית?

נשמח לשמוע ממך: ariel-w@globes.co.il



מאות אלפי אנשים יקראו בקרוב את מה שחשוב לך להגיד

טיוטה לטור-הדעה שלך נקודות למחשבה ולמיקוד



תחום ההתמחות שלי

נושא שקרוב ללבי בימים אלה

איך זה מתחבר לאקטואליה

איך זה נוגע לציבור הרחב

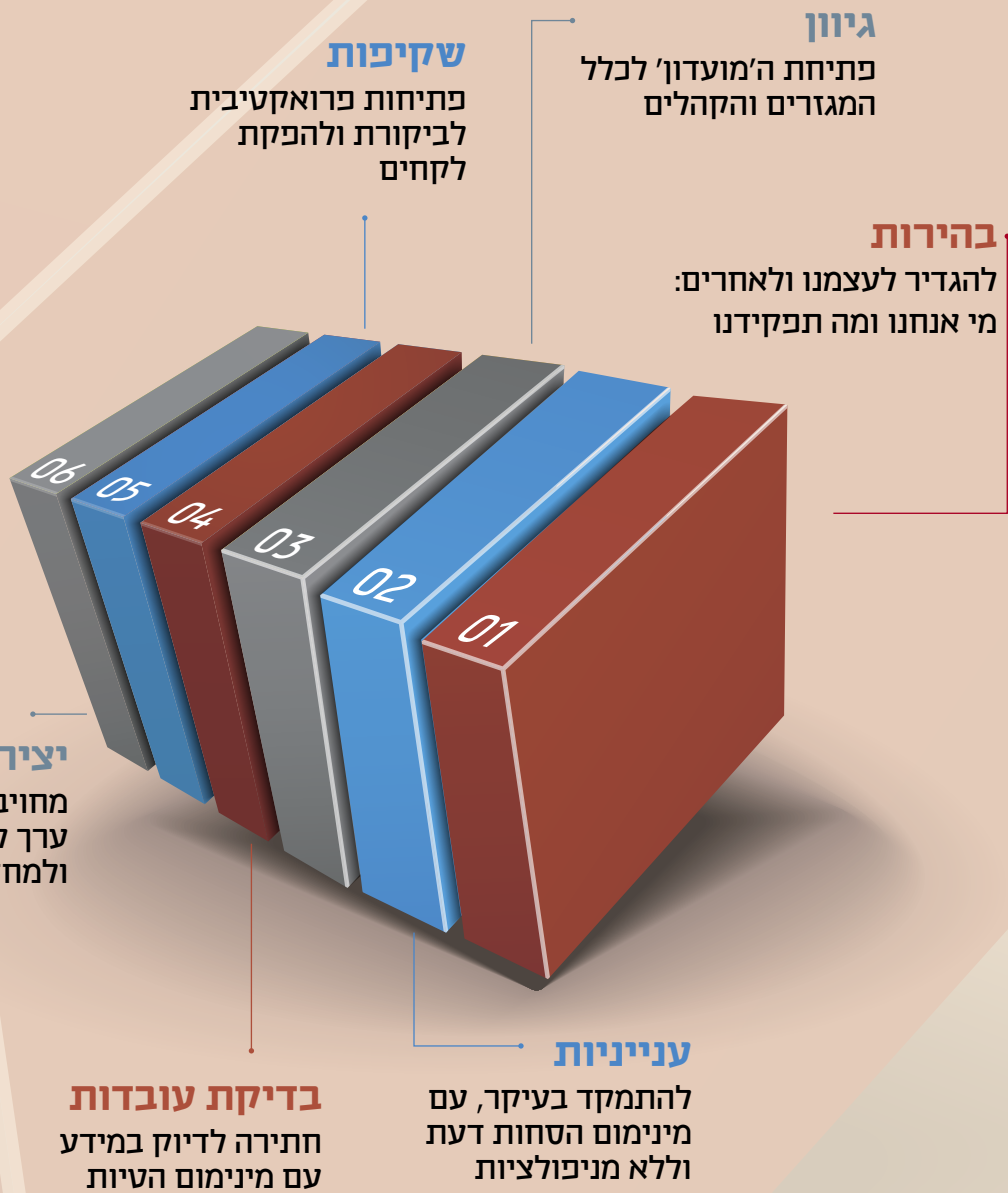
איך זה מייצר ערך לקוראים (האם זה מתאים לעיתון כלכלי?)

מה הבשורה? מה יש לי להגיד בנושא שעוד לא אמרו לפני

ראית ש-51% מטורי הדעה
ב-2021 (עד כה) הן נשים?

עוד נתונים על פילוח מגדרי
ופוליטי בטורי דעה - בעמוד 20

01



גלובס

עיתון העסקים והכלכלה של ישראל מאז 1983

www.globes.co.il/emun | trust@globes.co.il