

Затверджено
директором КП ТРК “Броди”
23 червня 2023 року Вячеслав Чижик

РЕДАКЦІЙНИЙ СТАТУТ
Комунального підприємства Телерадіокомпанія «Броди» Бродівської міської ради

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Редакційний статут Комунального підприємства Телерадіокомпанія «Броди» Бродівської міської ради (далі — Редакційний статут) встановлює основні вимоги до створення й поширення інформації та розроблений відповідно до законів України «Про медіа», «Про рекламу», Статуту Комунального підприємства Телерадіокомпанія «Броди» Бродівської міської ради (далі — Статут КП ТРК «Броди»), інших нормативно-правових актів, внутрішніх документів КП ТРК «Броди» та стандартів журналістики.

1.2. Редакційний статут встановлює вимоги щодо створення Редакційної ради Комунального підприємства Телерадіокомпанія «Броди» Бродівської міської ради (далі — Редакційна рада) та регламентує порядок її діяльності.

1.3. Комунальне підприємство Телерадіокомпанія «Броди» Бродівської міської ради (далі — КП ТРК «Броди») може надавати суспільні аудіовізуальні медіа-сервіси у формі: – лінійних аудіальних медіа-сервісів (радіомовлення); – лінійних аудіовізуальних медіа-сервісів (телемовлення); – нелінійних аудіальних медіа-сервісів — аудіоподкастів, музичних творів, записів театральних постановок, записів літературних програм, навчальних матеріалів тощо; – нелінійних аудіовізуальних медіа-сервісів — каталогу програм; – онлайн-медіа, — а також поширювати свої програми через платформи спільного доступу до відео, зокрема іноземні («YouTube», «FB Watch», «Vimeo» тощо), платформи спільного доступу до інформації, в онлайніграх.

1.4. КП ТРК «Броди» створює та поширює програми, самостійно визначаючи їхній зміст, форму та спосіб подання, у спосіб, що не суперечить законодавству України.

1.5. Інформаційна діяльність КП ТРК «Броди» базується на положеннях Конституції України, Європейської конвенції з прав людини й основоположних свобод, інших нормах законодавства України.

1.6. Мета діяльності КП ТРК «Броди» — забезпечувати право громадян бути поінформованими про важливі для суспільства події, задовольняти інформаційні й культурні потреби суспільства, залучати громадян до обговорення й розв'язання найважливіших соціально-політичних питань, підтримувати національний діалог, сприяти формуванню громадянського суспільства, забезпечувати право кожного на свободу думки й слова, отримання повної, достовірної та оперативної інформації, відкрите й вільне обговорення суспільних питань.

1.7. Творчий колектив КП ТРК «Броди» складається з журналістів та інших творчих працівників.

1.8. Члени творчого колективу КП ТРК «Броди» виробляють і поширюють текстовий, графічний, аудіальний, аудіовізуальний продукт (далі — контент) з огляду на місію, цінності, завдання й цілі КП ТРК «Броди» на засадах неухильного дотримання стандартів журналістики, відповідальності перед користувачами та професійним співтовариством. Члени творчого колективу КП ТРК «Броди» зобов'язані дотримуватися положень Кодексу етики українського журналіста й Редакційного статуту.

1.9. Органи управління КП ТРК «Броди» гарантують творчому колективу КП ТРК «Броди» дотримання конституційного принципу заборони цензури.

1.10. Забороняється втручатися у професійну діяльність журналістів та інших творчих працівників, контролювати зміст поширюваної інформації, вимагати популяризувати певні дані чи замовчувати суспільно необхідну інформацію, накладати табу на висвітлення окремих тем, показ окремих осіб або поширення інформації про них, критику суб'єктів владних повноважень, окрім випадків, установлених законодавством, колективним договором та Редакційним статутом.

1.11. Органам державної влади, органам місцевого самоврядування, громадським об'єднанням, політичним партіям, органам управління, релігійним організаціям, будь-яким іншим фізичним та юридичним особам не дозволяється незаконно втручатися у сферу професійної діяльності журналістів та інших творчих працівників. Посадовим особам державних органів, органам місцевого самоврядування, політичним партіям не дозволяється вимагати попередньо погоджувати чи забороняти поширювати інформацію, що поширюється КП ТРК «Броди».

2. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО СТВОРЕННЯ Й ПОШИРЕННЯ КОНТЕНТУ

2.1. Стандарти подання інформації

2.1.1. Контент КП ТРК «Броди» для всіх типів платформ виробляється державною мовою, разом із тим він може дублюватися, титруватися, озвучуватися чи перекладатися мовою корінних народів, національних меншин (спільнот), мовами ЄС. Винятки в частині використання інших мов без дублювання чи озвучення встановлені Законом України «Про медіа» та іншими нормативно правовими актами.

2.1.2. КП ТРК «Броди» у виробництві контенту діє відповідно до журналістських стандартів точності, неупередженості, збалансованості, відокремлення фактів від коментарів, авторських суджень і припущень, з урахуванням Редакційних засад інформаційного мовлення КП ТРК «Броди», інших документів КП ТРК «Броди».

2.2. Вимоги до точності інформації

2.2.1. Принцип точності подання інформації означає, що контент КП ТРК «Броди», поданий користувачеві, має точно відтворювати інформацію про події, факти й документи. Використання прямих цитат, зокрема при перекладі з інших мов, не має спотворювати зміст висловлювання, тези чи контексту.

2.2.2. Умисне перекручення чи спотворення фактів неприпустиме, як і маніпулювання фактами (неповний виклад, виривання з контексту, замовчування, невинуватий наголос, псевдосенсаційність, підтасування фактів під гіпотезу та ін.).

2.2.3. Принцип точності потребує від творчого колективу КП ТРК «Броди» перевірки будь-якої інформації, що використовується для створення контенту.

2.2.4. Шукаючи інформацію, журналісти й інші творчі працівники мають докладати зусиль, щоб отримати її самостійно від першоджерела, і лише якщо це неможливо — здобути інформацію від осіб, які отримали її від першоджерела. Інформація про особу, висловлена третьою особою, має перевірятися в особи, про яку йдеться, або в інший спосіб із достовірних джерел.

2.2.5. Факти про події мають проходити перехресну перевірку щонайменше з двох джерел або з одного офіційного джерела. Якщо журналісти й інші творчі працівники були свідками події, інформацію, свідками якої вони стали, можна не перевіряти.

2.2.6. Інформація, отримана від публічної особи, сторони, що може мати власний економічний чи політичний інтерес, потребує додаткової перевірки. Такого підтвердження слід шукати в інших джерелах, ніж ті, що їх пропонує інформатор.

2.2.7. Якщо йдеться про попередню інформацію, яка є суспільно значущою (інформація, що становить суспільний інтерес), журналісти й інші творчі працівники мають попередити, що така інформація відома на певний час (дату) і не є остаточною, вона може уточнюватися чи спростовуватися. Такі дані можна подавати лише в надзвичайних випадках. Усі подальші оновлення мають відображатись як у контенті, що виробляється на момент появи інформації, так і в усіх попередньо створених контенттах.

2.2.8. Особливо ретельно слід перевіряти таку інформацію: а) повідомлення про лихо з людськими жертвами (кількість загиблих, поранених, травмованих, зниклих безвісти); б) повідомлення про смерть конкретної людини, списки загиблих чи зниклих безвісти — перед повідомленням про смерть, полон, зникнення безвісти конкретної особи важливо переконавшись, що родина цієї людини вже поінформована про це з офіційних джерел, не дізнається цієї новини з медіа і дає свій дозвіл на поширення такої інформації; в) імена, прізвища, наголоси в ПІБ фізичних осіб, найменування юридичних осіб, публічних інституцій, власні назви (топоніми, знаки для товарів і послуг тощо); г) цифри, відсотки й відсоткові пункти; ґ) виняткові поняття, тобто всі, що починаються зі слів «уперше», «востаннє», «безпрецедентно», «найбільший», «найменший» та подібні.

2.2.9. Відео-, фото-, аудіоматеріали, скриншоти й скринкасти мають бути автентичними, а застосування монтажу, комп'ютерної обробки, використання відео та зображень, згенерованих штучним інтелектом (ШІ) чи за допомогою інших технічних прийомів та художніх засобів виразності, щоб акцентувати увагу чи посилити образ, не мають вводити громадськість в оману щодо справжності цих матеріалів, обставин чи подій, які вони зображують. Скриншоти й скринкасти веб-сторінок, веб-сайтів мають ретельно перевірятися на автентичність зафіксованих об'єктів та цілісність їхнього HTML-коду.

2.2.10. Потрібно ретельно ставитися до озвучування відео-, аудіоматеріалів. Коментарі журналістів чи третіх осіб щодо аудіо- чи відеоматеріалів не мають вводити громадськість в оману. Якщо неможливо підтвердити автентичність, цілісність або інші суттєві ознаки контенту (місце, час, дата зйомки, обставини тощо), журналіст має наголосити на цьому. Якщо пізніше з'являється інформація, яка доповнює, уточнює чи заперечує інформацію про такий матеріал чи про обставини, що він відтворює, такий контент слід доповнити, уточнити чи додати до нього відповідний супровідний напис незалежно від часу його створення.

2.2.11. Архівний матеріал, інсценування (реконструкції), штучно згенеровані зображення / відео / аудіо, зокрема згенеровані штучним інтелектом, використані для ілюстрування актуальної проблеми чи події, мають маркуватися відповідним написом із зазначенням дати (відповідного року), щоб аудиторія могла чітко ідентифікувати природу такого матеріалу, або озвучуватися ведучим. Наприклад: «архівний матеріал КП ТРК «Броди» _____ року», «зображення згенероване ШІ» тощо.

2.3. Вимоги до збалансованості інформації.

2.3.1. КП ТРК «Броди» сприяє інформаційному плюралізму, висвітлюючи всі суспільно важливі події та надаючи можливість оприлюднювати повний спектр політичних, соціальних, культурних, національних і релігійних поглядів, що наявні в суспільстві та не містять закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права й свободи людини та/або інших чинників, що заборонені законодавством України. КП ТРК «Броди» також допомагає плекати ідеологічну різноманітність, за якої жодна ідеологія не може визнаватися державною, панівною, обов'язковою чи єдиною можливою.

2.3.2. КП ТРК «Броди» прагне представляти різні точки зору на одну тему в межах одного сюжету чи випуску новин, інформаційних та аналітичних програм. Якщо оперативно неможливо взяти коментар в особи з іншою точкою зору в межах одного сюжету чи випуску, редакція має докласти зусиль, щоб викласти цю точку зору принаймні в наступному випуску (наступного дня/наступного випуску програми). Обов'язково слід вказати, що стосовно певного питання, теми є різні точки зору, а також повідомити причину, з якої причини поки що не вдалося взяти коментар в іншій стороні, і повідомити, коли цей коментар може з'явитися. Якщо контент розміщено онлайн, отриману альтернативну позицію потрібно залінкувати в первинному матеріалі, щоб аудиторія незалежно від часу доступу змогла отримати інформацію в повному обсязі.

2.3.3. Якщо журналісти звернулися по альтернативну точку зору, але особа відмовляється коментувати ситуацію, про це слід повідомити публіку. Аналогічне правило діє і в ситуації, коли з особою не вдалося сконтактувати. Журналіст має повідомити про готовність редакції представити також позицію іншої сторони, якщо вона змінить свою думку або вийде на зв'язок.

2.3.4. Журналісти й інші творчі працівники можуть витримувати баланс не лише наводячи цитати різних сторін, а й вичерпно подаючи правдивий контекст подій, важливі факти, детально сформульований бекграунд, правдивий опис ситуації та всіх причетних до неї сторін.

2.3.5. Журналісти й інші творчі працівники мають шукати якомога ширший спектр думок і ретельно подавати їх у своїх матеріалах. Утім, слід враховувати специфіку теми й перевіряти експертний рівень осіб, що дають коментар. Збираючи думки громадян і громадян (vox populi), журналісти й інші творчі працівники мають переконавшись, що людина розуміє предмет, його природу, юрисдикцію або інші критичні ознаки. Записані відповіді респондентів мають належним чином відбиратися для публікації та публічного сповіщення. Озвучені у відібраних цитатах тези не мають порушувати засад Редакційного статуту. Використання vox populi має бути обґрунтованим, а також супроводжуватися належним коментарем, який підкреслить, що надані думки не відображають репрезентативної вибірки, не є соціологічним дослідженням тощо.

2.3.6. КП ТРК «Броди» зобов'язане надати можливість реалізувати право на відповідь чи спростування особі, щодо якої поширена інформація (розділ 2.8. Редакційного статуту).

2.3.7. Висвітлюючи конфлікти чи суперечливі питання, журналісти й інші творчі працівники мають докласти зусиль для пошуку профільного експерта чи науковця. При цьому громадськість має виразно розуміти, чому саме ця людина коментує певну подію, чи має цей коментатор достатній експертний рівень, чи ця людина не є стороною конфлікту чи особою,

афілійованою до сторони конфлікту через ділові або родинні й дружні зв'язки. Такого експерта слід представляти чітко, зокрема зазначаючи інституцію чи юридичну особу, яку той репрезентує, науковий ступінь (за наявності) або інші критерії, що підтверджують його фаховість у темі, щодо якої експерт дає коментар.

2.3.8. Якщо в ефір виходить серія взаємопов'язаних програм, де розглядаються ті самі або споріднені теми, належної збалансованості слід дотримуватися щодо всієї серії програм, а також оголошувати відповідні нагадування в кожній із них. Намір авторів досягти збалансованості саме в цей спосіб планується заздалегідь і повідомляється аудиторії.

2.4. Вимоги до неупередженості інформації.

2.4.1. Журналісти й інші творчі працівники мають неупереджено та безсторонньо висвітлювати суперечливі теми у випусках новин та інших програмах, дотримуватися базового правила відокремлення фактів від коментарів, думок, припущень.

2.4.2. Для КП ТРК «Броди» немає табуйованих осіб, яких не можна згадувати в новинах або запрошувати до студії. Усі публічні особи рівні у своїх можливостях.

2.5. Достовірність джерел

2.5.1. Інформація, яку подає аудиторії КП ТРК «Броди», має завжди спиратися на авторитетне джерело (зокрема авторитетне саме для конкретної новини). Окрім того, на джерела потрібно посылатися чітко й недвозначно, щоб публіка могла зрозуміти, чия позиція висвітлюється. Інформацію завжди слід отримувати з першоджерела (лише якщо це об'єктивно неможливо — із джерела, найближчого до оригіналу). Що суспільно важливіша сенсаційна новина (або наслідки її оприлюднення можуть викликати гостру реакцію суспільства), то важливіше посилання на авторитетне джерело інформації.

2.5.2. Якщо є загроза можливих маніпуляцій (зникнення, редагування) з інформацією, отриманою з офіційних джерел (інформація органів державної влади, органів місцевого самоврядування, звіти, стенограми тощо), журналістам й іншим працівникам творчих підрозділів рекомендується зробити фіксацію таких даних, зокрема з офіційного веб-сайту, щоб підтвердити факт їхнього оприлюднення на час підготовки матеріалу.

2.5.3. Послугуючись матеріалами користувацького відео на платформах спільного доступу до відео та платформах спільного доступу до інформації, зокрема іноземних («YouTube», «FB Watch», «Vimeo» тощо), необхідно давати пряме посилання на конкретний матеріал (а в певних випадках — із відповідним таймкодом) або інші ідентифікатори, що вказують на джерело інформації. Посилання лише на назву ресурсу допускається, якщо отримати посилання на одиницю контенту технологічно неможливо. У цій ситуації зазначається точна дата й час публікації такого контенту.

2.5.4. Інформацію з посиланням на анонімне джерело можна давати, коли збігаються такі обставини: інформація суспільно значуща, джерело безумовно компетентне щодо характеру інформації, редакція переконана в добросовісності джерела, джерело з вагомих причин не хоче, щоб його ім'я оприлюднювалося, джерело є викривачем у розумінні антикорупційного законодавства.

2.5.5. Рішення про допустимість посилання на анонімне джерело ухвалює редактор. Слід пам'ятати, що посылатися на анонімні джерела можна лише тоді, коли повідомляється про факти чи події, але не можна цього робити, повідомляючи про коментарі чи думки.

2.6. Вимоги до поширення інформації про приватне життя й конфіденційної інформації про особу

2.6.1. Журналісти й інші творчі працівники із повагою ставляться до приватного життя людини. Втручання у приватне життя можливе лише за згодою особи або у випадках, коли суспільна значущість інформації, що збирається та поширюється, вища за приватні інтереси особи.

2.6.2. Зйомка в публічних місцях також може бути втручанням у приватне життя людини. Якщо зйомки проводяться відкрито на вулиці, на зборах, конференціях, мітингах та інших заходах публічного характеру, згода особи припускається, крім випадків, коли така особа не вживає заходів, що однозначно свідчать про її небажання зніматися.

2.6.3. Фізична особа може бути знята на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку лише за її згодою або у випадках, описаних нижче.

2.6.4. Дозвіл на зйомку й дозвіл на поширення фотографії — це два різні дозволи. Журналісти й інші творчі працівники мають обов'язково отримати усну або письмову згоду на використання фото у своїх матеріалах.

2.6.5. Фотографію можна розповсюджувати без дозволу фізичної особи, яка зображена на ній, якщо це викликано необхідністю захисту її інтересів або інтересів інших осіб. Якщо фізична особа позувала авторові за плату, фотографію, інший художній твір можна публічно показувати, відтворювати або розповсюджувати без її згоди.

2.6.6. Фотографії померлих осіб можна використовувати з дозволу найближчих родичів відповідно до положень Цивільного кодексу України.

2.6.7. Використання прихованих камер — втручання у приватне життя людини. Його може виправдати лише надзвичайно важливий суспільний інтерес (наприклад, продемонструвати приклади корупції, загрози життю і здоров'ю чи інші зловживання).

2.6.8. Якщо фото або відео містить зображення особи, щодо якої немає дозволу на поширення її зображення, або умовою зйомки була анонімізація особи, КП ТРК «Броди» може зберігати й поширювати відзнятий матеріал за умови належного маскування — вжиття заходів, що унеможливляють ідентифікацію особи.

2.6.9. Інформація, що перебуває у володінні медіа або журналіста й надана йому за умови нерозголошення авторства або джерела інформації, належить до охоронюваної законом таємниці. Журналістів не можна допитувати як свідків про відомості, що містять конфіденційну інформацію професійного характеру, надану за умови нерозголошення авторства або джерела інформації.

2.6.10. Особу, до якої журналісти й інші творчі працівники звертаються по коментар або в якій беруть інтерв'ю, слід попереджати про те, що отримані від неї інформація, відео- чи аудіозапис можуть використовуватися у програмі, що вийде в ефір, та/або розміщуватися на цифрових платформах. Телезйомка чи інтерв'ювання фізичних осіб не можуть мати характер переслідування чи стеження.

2.6.11. Інтерв'ювання чи зйомка дітей допускається з письмової згоди їхніх батьків.

2.6.12. Інтерв'ювання та зйомка дітей віком від 14 років можливі з їхньої згоди за їхньою участю в публічних заходах у публічних місцях і лише з питань, що безпосередньо пов'язані з такими заходами й об'єктивно входять до сфери інтересів підлітків.

2.6.13. Надання журналістам й іншим працівникам творчих підрозділів приватної інформації ще не означає згоди на її поширення, тож доцільно зафіксувати згоду особи на поширення інформації. Згода особи на поширення обставин приватного життя має бути чіткою й однозначною, її потрібно зафіксувати, записуючи розмову на відео чи аудіо.

2.6.14. Загальне правило, встановлене законом, — використовувати й ознайомлюватися із приватною кореспонденцією (на паперових та інших носіях), особистими архівами можна лише за згодою адресата й особи, яка їх направила. Якщо така кореспонденція чи архіви зачіпають інтереси третіх осіб, їхня згода також потрібна. Якщо такі особи померли, згоду мають надати найближчі родичі з кола, визначеного Цивільним кодексом України. Інформацію можна поширювати, якщо вона суспільно необхідна, тобто є предметом суспільного інтересу, і право громадськості знати цю інформацію переважає потенційну шкоду від її поширення.

2.6.15. КП ТРК «Броди» виходить із того, що політики, чиновники та громадські діячі свідомо обрали собі саме такий вид занять, який має контролюватися громадою, суспільством, отже, усвідомлюють, що певні аспекти їхнього приватного життя можуть висвітлюватися. Однак вони все одно мають право на приватне життя, хоча й у вузьких рамках. Тому інформація про приватне життя цих осіб може повідомлятися або з їхньої згоди, або якщо вона є предметом суспільного інтересу, і право громадськості знати цю інформацію переважає потенційну шкоду від її поширення. При цьому слід розуміти, що інтерес «жовтої» преси не є таким правом і не дає підстав для порушення приватності.

2.6.16. Діти не відповідають за дії батьків. Поширюючи негативну чи критичну інформацію про батьків, потрібно уникати використання відео- чи фотоматеріалів, на яких зображені неповнолітні діти, а також інших відомостей (імен, адрес, соцмереж тощо), які дадуть змогу ідентифікувати неповнолітніх дітей.

2.6.17. Забороняється обробляти зібрані чи іншим чином отримані персональні дані дітей із комерційною метою, зокрема передбаченою розділом 6 Редакційного статуту.

2.7. Обмеження щодо змісту інформації.

2.7.1. КП ТРК «Броди» забороняється поширювати інформацію, передбачену законами України «Про медіа», «Про кінематографію» та іншими нормативно-правовими актами.

2.7.2. Критерії, розроблені Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення (далі — Національна рада) спільно з органом спільного регулювання, можуть установлювати додаткові вимоги щодо заборони поширення інформації.

2.7.3. КП ТРК «Броди» та його працівники не несуть відповідальності за поширення інформації, забороненої Законом України «Про медіа», а також інформації, що не відповідає дійсності, порушує права та законні інтереси особи, якщо ця інформація: а) дослівно або в переказі без спотворення суті відтворює матеріали, опубліковані іншим зареєстрованим медіа, або точно за змістом відтворює оригінальні матеріали іноземного медіа з посиланням на них; б) отримана у відповідь на запит на інформацію, поданий відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації», або у відповідь на звернення, подане відповідно до Закону України «Про звернення громадян»; в) містилася в офіційних повідомленнях або одержана від державних органів, органів місцевого самоврядування (зокрема іноземних) у письмовій формі, зокрема оприлюднювалася на їхніх веб-сайтах і сторінках на платформах спільного доступу до інформації; г) дослівно відтворює публічні виступи чи повідомлення юридичних осіб, державних органів, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових і службових осіб, народних депутатів України, кандидатів на виборні посади; г) поширювалася без попереднього запису та містилася у виступах осіб, які не є працівниками відповідного суб'єкта у сфері медіа, якщо працівники такого суб'єкта вжили заходів, щоб припинити порушення; д) становить суспільний інтерес (є суспільно важливою інформацією).

2.7.4. КП ТРК «Броди» та його працівники не несуть відповідальності за поширення інформації, що містить таємницю, яка спеціально охороняється законом, якщо цю інформацію не було отримано незаконним шляхом.

2.7.5. КП ТРК «Броди» та його працівники не несуть відповідальності за поширення інформації з обмеженим доступом, якщо суд встановив, що ця інформація є суспільно необхідною (суспільно значущою).

2.8. Право на відповідь та спростування

2.8.1. Особа, яка вважає, що КП ТРК «Броди» щодо неї було поширено відомості, які не відповідають дійсності (викладені неповно чи неточно) та принижують її честь, гідність чи ділову репутацію, має право вимагати спростування недостовірної інформації або реалізації права на відповідь відповідно до статті 43 Закону України «Про медіа».

2.8.2. Заява про спростування або реалізацію права на відповідь має подаватися впродовж 20 днів із дня поширення відповідної інформації.

2.8.3. Обсяг спростування або відповіді має бути достатнім для донесення позиції заявника й не може перевищувати обсягу поширеної інформації. Якщо обсяг спростування або відповіді перевищує обсяг поширеної інформації чи спростування або відповідь не обмежується коментуванням інформації, яку заявник вважає недостовірною, КП ТРК «Броди» має запропонувати заявнику скоротити чи змінити спростування або відповідь. Скорочення чи інші зміни в спростуванні або відповіді, поданих заявником, без його згоди не допускаються.

2.8.4. КП ТРК «Броди» зобов'язане розглянути заяву та повідомити заявника про ухвалені рішення впродовж 14 днів із дня її отримання.

2.8.5. Спростування або відповідь поширюється безоплатно для заявника. Якщо інформація, щодо якої надійшла заява про спростування або реалізацію права на відповідь, поширювалася на платній основі, КП ТРК «Броди» має право вимагати відшкодування завданої йому шкоди від замовника поширення такої інформації в порядку, встановленому законом.

2.8.6. Відповідь на відповідь не надається.

2.8.7. У спростуванні або відповіді має зазначатися, щодо якої інформації подається вимога, коли і в якій програмі чи публікації вона була поширена.

2.9. Дотримання авторських та суміжних прав

2.9.1. Використання твору, створеного іншою особою, можливе лише за згодою автора чи особи, якій належить майнове авторське право, з виплатою належної авторської винагороди або дотриманням інших умов, встановлених правовласником.

2.9.2. Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права» без дозволу суб'єктів авторського права й безоплатно, але з обов'язковим зазначенням імені автора та джерела запозичення, допускається: 1) використовувати цитати, включно з їхнім перекладом з інших мов, із правомірно опублікованих творів, зокрема статей із газет і журналів у формі оглядів преси, якщо це зумовлено критичним, полемічним, науковим або інформаційним характером твору (повідомлення), який містить цитати, семантично та/або графічно виділяючи межі цитат; 2) відтворювати, зокрема в електронній (цифровій) формі, інтерактивно надавати доступ до правомірно опублікованих статей та інших невеликих за обсягом творів, а також уривків із письмових творів, творів образотворчого мистецтва, фотографічних, аудіовізуальних творів як ілюстрацій у виданнях, програмах організацій мовлення, звуко- чи відеозаписах, щоб забезпечувати й реалізовувати освітній процес або для наукових досліджень, якщо такі дії не мають самостійного економічного значення, в обсязі, що відповідає визначеній меті, за умови, що обсяг такого використання відповідає визначеній меті; 3) інформувати публіку про твори, побачені або почуті під час перебігу поточних подій, щоб висвітлювати ці події, в обсязі, що відповідає інформаційній меті; 4) відтворювати й доносити до публіки публічно виголошені промови, звернення, доповіді й інші подібні твори в обсязі, що відповідає визначеній меті; 5) використовувати правомірно оприлюднені літературні, художні, музичні й інші твори, щоб створювати на їхній основі: а) попури — складений твір, що виникає в результаті творчого підбору й розташування коротких уривків інших правомірно оприлюднених музичних чи аудіовізуальних творів, не завдаючи шкоди охороні авторського права, внаслідок чого постає цілісний об'єкт, частини якого об'єднані творчим задумом автора цього твору; б) твір у жанрі пародії — твір, що за своїм змістом має комічний, сатиричний характер щодо подій, осіб або до правомірно оприлюдненого твору, його частини, створений зокрема в результаті творчої переробки такого твору або його частини, та викликає асоціації з подіями, особами, твором або його частиною; в) твір у жанрі карикатури — твір образотворчого мистецтва, що за своїм змістом має комічний, сатиричний характер або спрямований на висміювання певних осіб чи подій, або ж може бути творчою переробкою іншого правомірно оприлюдненого твору, зокрема персонажа твору або імені персонажа твору; г) адаптацію аудіовізуальних творів шляхом аудіодискрипції (тифлокоментування); 11 г) запис твору для короткострокового користування, здійснюваного організацією мовлення власними засобами та для власних програм організацій мовлення, щодо якого вона одержала право на публічне сповіщення. При цьому організація мовлення зобов'язана знищити такий запис твору протягом 30 календарних днів після його здійснення, якщо триваліший строк письмово не погоджено із суб'єктом авторського права чи не встановлено законом. Такий запис може зберігатися в державних архівних установах у зв'язку з його суто документальним характером.

2.9.3. Матеріал, створений на основі загальнодоступних фактів, джерелами яких є нормативні акти, повідомлення медіа, чутки тощо, що містить виклад подій, текст якого відповідає стилістиці інформаційного жанру, не містить образних, метафоричних, метонімічних чи оригінальних мовних зворотів, не є творчим, не вважається авторським і кваліфікується як редакційна інформація.

2.9.4. Журналісти й інші творчі працівники мають ретельно перевіряти фотографії, аудіо, відео щодо їхньої належності до творів згідно з ознаками, визначеними законом.

2.9.5. Використання творів, розміщених на платформах спільного доступу до відео та спільного доступу до інформації, передбачає ознайомлення з правилами функціонування таких платформ. Контент, правомірно створений чи розміщений на одній платформі, може бути не дозволений до розміщення на іншій платформі.

2.9.6. Журналісти й інші творчі працівники під час виробництва контенту в публічних місцях мають звертати увагу на факт відтворення музичних творів. Розміщення контенту, де фоново звучить музика, захищена авторським правом, може призвести до блокування контенту на платформах спільного доступу до відео та спільного доступу до інформації.

2.9.7. Використання контенту, розміщеного на піратських сервісах, забороняється.

2.10. Вимоги до поширення інформації про надзвичайні події

2.10.1. КП ТРК «Броди» невідкладно, на безоплатній основі поширює офіційні повідомлення про надзвичайні ситуації на вимогу державних органів, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб, що уповноважені законом ухвалювати рішення в умовах надзвичайних ситуацій.

2.11. Мовлення в дні трауру (скорботи, жалоби) та дні пам'яті

2.11.1. Визначаючи порядок ведення мовлення у дні пам'яті, КП ТРК «Броди» керується правилами мовлення, затвердженими Національною радою спільно з органами спільного регулювання. До затвердження Національною радою спільно з органом спільного регулювання правил мовлення у дні пам'яті КП ТРК «Броди» керується Правилами мовлення телерадіоорганізаціями у дні трауру (скорботи, жалоби) та дні пам'яті, затвердженими рішенням Національної ради від 23.07.2015 № 1146 (у редакції рішення Національної ради від 12.02.2021 № 95).

2.11.2. У разі оголошення дня трауру (скорботи, жалоби) КП ТРК «Броди» зобов'язане: а) припинити поширення комедійних та еротичних фільмів, гумористичних, розважальних та музичних програм, що містять твори мажорного звучання (крім дитячих програм), телевізійних і радіовікторин, музичних програм на замовлення в прямому ефірі; б) припинити поширення рекламної інформації, що містить елементи гумору та еротики; в) оголосити о 12-й годині або в інший час, визначений відповідним нормативно-правовим актом, хвилину мовчання із супроводженням звуком метронома чи без нього; г) під час телемовлення на екрані безперервно демонструвати зображення палаючої свічки.

2.11.3. У день трауру (скорботи, жалоби) у програмах КП ТРК «Броди» органам управління, працівникам, журналістам та іншим працівникам творчих підрозділів забороняється піддавати сумніву доречність оголошення дня трауру (скорботи, жалоби).

2.11.4. КП ТРК «Броди» має право припинити в день трауру (скорботи, жалоби) чи день пам'яті поширення всіх програм.

3. ВИМОГИ ДО СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ ЩОДО ВРАЗЛИВИХ ТА НЕЗАХИЩЕНИХ ГРУП

3.1. Вимоги до поширення інформації про насильство.

3.1.1. Насильство та жорстокість порушують фундаментальні й невід'ємні права людини, гарантовані міжнародним законодавством та Конституцією України, а також входять до складу найтяжчих правопорушень, передбачених Кримінальним кодексом України.

3.1.2. Медіа мають значний вплив на суспільство, зокрема на дитячу аудиторію, прагнуть сприяти руху українського суспільства до європейських цінностей і дедалі більшій повазі до прав людини, тож насильство й жорстокість у будь-яких проявах є неприйнятними.

3.1.3. КП ТРК «Броди», виробляючи або поширюючи контент щодо насильства й жорстокості, вважає, що висвітлення теми, а також окремих випадків насильства та проявів жорстокості необхідне, щоб надавати суспільству повну, об'єктивну й достовірну інформацію про наявність важливої суспільної проблеми, окреслювати напрямки й стан її вирішення, ризики, які ця проблема створює безпосередньо для аудиторії, а також прагне переконати людей, схильних до насильства й жорстокості, утримуватися від них.

3.1.4. Поширення інформації про насильство та жорстокість, зокрема в медіа, може спричиняти такі негативні ефекти: а) знижувати реакцію на насильство, породжувати збайдужіння, зменшувати співчуття жертві й засудження насильника; б) сприяти засвоєнню способів насильницьких дій, насильницьких моделей поведінки, агресивних думок, настановлень й афектів; в) провокувати викид адреналіну — спостерігаючи насильство й жорстокість, мозок дитини підсвідомо сприймає їх як загрозу, тож фізіологічно готує організм до реагування на неї (втеча, захист); 13 г) на особу, що сприймає медіа-контент із демонстрацією насильства й жорстокості, можна впливати через взаємодію різних механізмів.

3.1.5. Для зменшення негативних ефектів необхідно: а) у найближчій сцені виразно засуджувати насильство, якщо уникнути демонстрації сцен жорстокості неможливо — роз'яснити його шкідливість, показати наслідки; б) не висвітлювати детально (інструктивно) способи вчинення насильства, щоб діти не змогли їх скопіювати; в) вводити у сцени попередження-заклик не повторювати таких дій у реальному житті; г) утримуватися від демонстрації сцен, де поєднано елементи еротики й насильства та жорстокості; г) якщо є крупний план нанесення удару, за умови, що така сцена одна або вони поодинокі (у порівнянні із загальним хронометражем сюжету), — такі місця треба технічно приховувати (наприклад, зробити блюр); д) утримуватися від сцен, що показують страждання жертв насильства й жорстокості, які можуть належати до категорії жаків, поранення / пошкодження слід демонструвати так, щоб неможливо було розгледіти деталі; е) уникати надмірної деталізації в аудіоряді (розповіді) про насильство й жорстокість, якщо озвучування подробиць не є необхідним (наприклад, у випадку журналістського розслідування). 3.1.6. У програмах КП ТРК «Броди» без письмової згоди бодай одного з батьків або інших законних представників дитини не допускається оприлюднювати фото дитини, що зазнала фізичного чи сексуального насилля, а також розголошувати будь-яку інформацію, яка: — може сприяти ідентифікувати дитину, задіяну у провадженні в справах про адміністративні правопорушення, кримінальному провадженні в будь-якому статусі або щодо якої є інформація про здійснене нею правопорушення; — стосується факту самогубства дитини, при цьому ідентифікує її особу. КП ТРК «Броди» ставить на перший план інтереси дитини та з обережністю ставиться до висвітлення питань, пов'язаних із дітьми. Оскільки повідомлення про злочини, що стосуються сексуального насильства, зокрема щодо дітей, потребують особливої уваги, ця тема надзвичайно чутлива й може становити небезпеку для дитини. З урахуванням рекомендацій Комісії з журналістської етики та Кодексу етики українського журналіста КП ТРК «Броди» вважає неприпустимим розкривати імена неповнолітніх (або вказувати інші ознаки, за якими їх можна розпізнати), що пов'язані з протизаконними діями чи стали учасниками подій, пов'язаних із насильством.

3.2. Вимоги до захисту дітей від негативного впливу інформації.

3.2.1. У матеріалах КП ТРК «Броди» (окрім фільмів) обмежується поширення інформації, що може завдати шкоди фізичному, психічному або моральному розвитку дітей, а також не допускається: 14 а) надмірно зосереджувати увагу на насильстві відповідно до положень розділу 3.1 Редакційного статуту; б) позитивно оцінювати нанесення, заподіяння самим собі каліцтва або вчинення самогубства, підбурювати до таких дій, надмірно й необгрунтовано деталізувати засоби й обставини самогубства; в) демонструвати жорстоке поводження з тваринами, методи умертвіння тварин, показувати великим планом такої, що вмирає, або жорстоко понівеченої тварини, окрім випадків, якщо така демонстрація необхідна, щоб обговорити проблеми вирошування тварин на забій, популяризувати гуманне ставлення до тварин, за умови, що аудиторію попередили про сцени жорстокості; г) позитивно оцінювати вандалізм; г) позитивно оцінювати злочинне діяння або ідеалізувати злочинця, надмірно деталізувати моделювання злочинних дій та/або показувати дії, відтворення яких може бути небезпечним для здоров'я і життя дітей; д) позитивно оцінювати залежність від наркотичних, токсичних, психотропних речовин, тютюну чи алкоголю, а також від інших речовин, які використовуються або можуть використовуватися, щоб одурманювати людей, заохочувати їх вживати, виробляти, розповсюджувати чи купувати (виняток — мистецькі твори); е) вживати нецензурні висловлювання, слова, непристойні жести, крім випадків використання у творах мистецтва або відтворення у повідомленнях про новини дня або поточні події, що мають характер звичайної прес-інформації; є) закликати грати в азартні ігри, спонукати до участі в азартних іграх, окрім випадків, передбачених законами України; ж) демонструвати великим планом тіло померлої, такої, що вмирає, або жорстоко понівеченої людини, окрім випадків, якщо така демонстрація необхідна, щоб ідентифікувати особу, за умови, що аудиторію попередили про сцени жорстокості.

3.2.2. Визначаючи інформацію, що належить до зазначених вище обмежень, КП ТРК «Броди» керується критеріями, затвердженими Національною радою спільно з органом спільного регулювання в порядку, передбаченому Законом України «Про медіа».

3.2.3. КП ТРК «Броди» самостійно визначає вікову категорію аудиторії, на яку розраховані програми (зокрема фільми), керуючись критеріями класифікації, затвердженими Національною радою.

3.2.4. Програми (зокрема фільми), які містять інформацію, що може завдати шкоди фізичному, психічному або моральному розвитку дітей, поширюються, враховуючи обмеження щодо часу показу. Вони мають позначатися спеціальними аудіальними та візуальними попередженнями перед демонстрацією, це також стосується всього аудіовізуального контенту впродовж його демонстрування.

3.2.5. Вимоги до демонстрації спеціальних попереджень (включно з ескізами) та вимоги до оголошення звукових попереджень затверджуються Національною радою спільно.

3.2.6. КП ТРК «Броди» може затверджувати окремі правила та рекомендації щодо матеріалів, що стосуються неповнолітніх.

3.3. Вимоги до поширення інформації про різні групи населення (корінні народи, національні меншини (спільноти), релігійні групи, ЛГБТ+ спільноту, пацієнтів та осіб з інвалідністю)

3.3.1. У матеріалах, підготовлених та оприлюднених КП ТРК «Броди», нікого не можна дискримінувати за ознаками гендерної ідентичності, сексуальної орієнтації, раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного та соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, місця проживання, мовними або іншими ознаками, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними, також ніхто не може зазнавати обмежень у визнанні, реалізації або користуванні правами й свободами в будь-якій формі, встановленій законодавством України.

3.3.2. В ефірах КП ТРК «Броди» забороняється поширювати: – висловлювання, що розпалюють ненависть, ворожнечу або жорстокість до окремих осіб чи груп осіб за національною, расовою, гендерною, релігійною та іншими ознаками; – висловлювання, що підбурюють до дискримінації чи утисків стосовно окремих осіб та груп осіб за ознаками етнічного чи соціального походження, громадянства, раси, релігії та вірувань, віку, статі, гендерної ідентичності, сексуальної орієнтації, інвалідності або за іншими ознаками.

3.3.3. У матеріалах КП ТРК «Броди» вказувати на чийсь національність, расу, віросповідання, гендерну ідентичність, стать, мову спілкування, походження, політичні уподобання, сексуальну орієнтацію й на інші ознаки можна лише тоді, коли вони є необхідним складником інформації і коли це не викликає заперечень особи, про яку йдеться, неодмінно із забезпеченням інтересів такої особи та її гідності.

3.3.4. Необхідно утримуватися від натяків або коментарів, що стосуються інвалідності, фізичних особливостей, хвороби людини, уникати вживання образливих висловів, ненормативної лексики.

3.3.5. Якщо в прямому ефірі гість висловлює точку зору, що суперечить цим вимогам, журналіст, ведучий або інший творчий працівник КП ТРК «Броди» має вдатися до всіх належних дій, щоб припинити таке висловлювання.

3.4. Вимоги до поширення інформації про правопорушення

3.4.1. З огляду на те, що популяризувати негативні приклади неприпустимо, КП ТРК «Броди» не описує детально і не демонструє: а) способи вчинення правопорушень; б) способи уникнення передбаченої законом відповідальності; в) повідомлення про методи виготовлення та використання наркотичних препаратів або про місця їх придбання; г) інструкції чи поради щодо виготовлення, придбання або використання вибухових, наркотичних чи психотропних речовин; г) іншу інформацію, яку особа може використати, щоб скоїти злочин, заподіяти шкоду собі чи іншим або негативно вплинути на осіб, емоційно нестабільних унаслідок захворювань чи збігу винятково тяжких життєвих обставин.

3.4.2. Висвітлюючи кримінальну та правоохоронну тематику, журналісти й інші творчі працівники на всіх етапах (злочин, відкриття досудового провадження, хід слідства, затримання й арешт підозрюваних, хід судового процесу) докладають зусиль до неупередженого ставлення до підозрюваних, обвинувачених, підсудних, оскільки лише вирок суду дає підставу назвати людину винною в скоєнні злочину.

3.4.3. Розкриття імені особи на всіх етапах досудового провадження має становити суспільний інтерес (суспільно важливу інформацію) або ініціюватися самою особою, наприклад, коли йдеться про антикорупційні розслідування проти вищих посадових осіб.

3.4.4. Журналісти й інші творчі працівники мають докладати всіх можливих зусиль, аби щоразу озвучувати точку зору підозрюваного, обвинуваченого чи підсудного, його адвоката(-ів).

3.4.5. Точка зору родичів сторін має подаватися, щоб обставини справи висвітлювалися якнайповніше.

3.4.6. Подаючи результати розслідування до винесення вироку, потрібно чітко й недвозначно вказувати, що це результати слідства, позиція прокуратури чи позиція адвокатів, уникаючи при цьому ситуації, коли факти подаються як dokonані й доведені.

3.4.7. Якщо виникають сумніви щодо правильності вживання правової термінології або коректності висновків та коментарів правового спрямування, слід отримати консультацію юристів КП ТРК «Броди», перш ніж поширювати інформацію.

3.4.8. Ім'я постраждалої від правопорушення людини може оприлюднюватися лише за її згодою або у випадку, якщо така інформація становить суспільний інтерес (є суспільно важливою інформацією).

3.4.9. Ім'я учасника цивільного спору, який стосується особистого життя сторін, може використовуватися іншими особами лише за його згодою.

3.4.10. Ім'я неповнолітнього правопорушника не розголошується за будь-яких обставин.

3.4.11. Оприлюднювати імена постраждалих від злочину, пов'язаного із сексуальним насильством, можна лише за згодою постраждалої особи (або її законного опікуна чи піклувальника).

3.4.12. Якщо потенційно постраждала особа звинувачує когось у скоєнні злочину проти неї, однак кримінальна справа щодо такої особи не порушена, КП ТРК «Броди» поширює таку інформацію разом з іменем постраждалої особи.

3.4.13. Журналісти й інші творчі працівники мають бути людьми і чуйними до постраждалих осіб, не використовувати стан шоку чи розгубленості, щоб здійснити телезйомку або отримати інформацію, що може порушити права і завдати шкоди інтересам таких осіб у разі її поширення.

3.4.14. Працюючи в місцях збройних конфліктів, учинення терористичних актів, при ліквідації небезпечних кримінально протиправних груп, журналіст (учасник творчої групи) зобов'язані дотримуватися вимог щодо нерозголошення планів спеціальних підрозділів, відомостей, що є таємницею досудового розслідування, не допускати фактичної пропаганди дій терористів та інших кримінально протиправних груп, їхніх вчинків і заяв, спеціально інспірованих для медіа, не виступати в ролі арбітра, не втручатися в інцидент, не створювати штучної психологічної напруги в суспільстві.

4. СУСПІЛЬНЕ ТА ПОЛІТИКА. ВИБОРИ

4.1. Вимоги до поширення інформації під час виборчого процесу.

4.1.1. КП ТРК «Броди» інформує про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані з виборами, на засадах збалансованості, достовірності, повноти й точності, об'єктивності поширюваної інформації, доступності з дотриманням вимог законодавства про інформацію та про медіа, норм журналістської етики.

4.1.2. Якщо поширюється повідомлення про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані з виборами, не допускається замовчувати суспільно необхідну інформацію, що стосується цих подій, якщо вона була відома на момент поширення інформації.

4.1.3. КП ТРК «Броди» поширює інформацію про вибори відповідно до фактів, не допускаючи перекручування інформації. Під час отримання інформації про події, пов'язані з виборами, з двох і більше джерел КП ТРК «Броди» віддає перевагу першоджерелам.

4.1.4. КП ТРК «Броди» самостійно визначає кількість ефірного часу для висвітлення фактів та подій, пов'язаних із виборчим процесом. У зазначених матеріалах забороняється виокремлювати особливим ставленням певних суб'єктів виборчого процесу чи надавати їм привілеї.

4.1.5. КП ТРК «Броди» має збалансовано висвітлювати коментарі кандидатів, представників партій (організацій партій) — суб'єктів виборчого процесу щодо подій, пов'язаних із виборами.

4.1.6. КП ТРК «Броди» має право створювати й поширювати у прямому ефірі програми за участю кандидатів, представників партій (організацій партій) — суб'єктів виборчого процесу, їхніх уповноважених, довірених осіб у формі передвиборних дебатів чи дискусій. Організація такої програми проводиться з урахуванням вимог Виборчого кодексу України.

4.1.7. Усім кандидатам і суб'єктам їх висування на відповідних виборах надається рівний доступ до ефірів КП ТРК «Броди».

4.1.8. Поширюючи результати опитування громадської думки, пов'язаного з виборами, КП ТРК «Броди» зазначає повну назву організації, що проводила опитування, замовників опитування, час його проведення, територію, яку охоплювало опитування, розмір та спосіб формування соціологічної вибірки опитаних, метод опитування, точне формулювання запитань, можливу статистичну похибку.

4.1.9. Забороняється оприлюднювати в день голосування результати опитування виборців щодо їхнього волевиявлення під час голосування, перш ніж воно завершиться.

4.1.10. Якщо КП ТРК «Броди» оприлюднює результати інтерактивного опитування аудиторії, що проводиться під час програми, пов'язаної з виборами, або за участю кандидатів, представників партій (організацій партій) — суб'єктів виборчого процесу, учасникам програми забороняється коментувати результати цих опитувань або в інший спосіб посилатися на них. Протягом усього часу оприлюднення результатів інтерактивного опитування аудиторії має демонструватися на екрані (для телепрограм) текстове повідомлення: «Це опитування відображає думку лише цієї аудиторії». Це повідомлення мусить мати прийнятну для глядацтва форму чи бути озвученим (для радіопрограм) чітко і виразно диктором або ведучим програми безпосередньо перед оприлюдненням зазначених результатів і після нього.

4.1.11. Передвиборна агітація проводиться із дотриманням принципу рівних умов для кожного кандидата, партії (організації партії) — суб'єкта виборчого процесу та в порядку, передбаченому Виборчим кодексом України.

4.1.12. КП ТРК «Броди» не несе відповідальності за зміст передвиборної агітації, розміщеної відповідно до договору із замовником, окрім випадків, коли агітація містить заклики до ліквідації незалежності України, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету й територіальної цілісності держави, підриву її безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганду війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, посягання на права та свободи людини, здоров'я населення.

4.1.13. У позавиборчий період КП ТРК «Броди» не розміщує рекламу політичних партій чи суб'єктів, які задекларували намір участі у виборчому процесі або діяльність яких має ознаки такого наміру.

5. ВИСВІТЛЕННЯ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ ТА ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ

5.1. Вимоги до поширення інформації про воєнні конфлікти.

5.1.1. Поширюючи інформацію про воєнні конфлікти, журналісти й інші творчі працівники мають утримуватися від домислів і подавати інформацію, що дасть змогу аудиторії зрозуміти причини й передумови воєнного конфлікту, його характер, хід війни тощо.

5.1.2. Якщо воєнний конфлікт має ознаки загарбницької війни, тобто нападу однієї країни на іншу з метою анексії території, проведення геноцидних практик, КП ТРК «Броди» має максимально обережно використовувати інформацію з офіційних джерел і медіа країни-агресора.

5.1.3. Будь-які заяви третіх країн мають верифікуватися через призму їхніх відносин із країною-агресором.

5.1.4. Для якісного висвітлення конфлікту КП ТРК «Броди» може залучати фахівців, що розуміються на історії чи специфіці того чи іншого регіону.

5.2. Висвітлення діяльності Збройних Сил України та інших силових відомств.

5.2.1. Журналіст КП ТРК «Броди» має право правомірно отримувати, зберігати, використовувати й поширювати: а) загальні відомості, відкриту інформацію про Збройні Сили України та інші силові відомства, інформацію, відкритість якої передбачена Законом України «Про доступ до публічної інформації», іншими законами; б) відкриту інформацію про підготовку та застосування сил оборони; в) загальні відомості щодо участі Збройних Сил України, інших складових сил оборони у відсічі та щодо широкомасштабної збройної агресії російської федерації проти України, розпочатої 24 лютого 2022 року; г) загальні відомості про результати завершених операцій (дій) (винятково за погодженням із відповідним керівником, командиром (начальником)), окрім інформації, що не підлягає розголошенню.

5.2.2. На період введення надзвичайного чи воєнного стану журналісти має бути готовими, що держава може відступати від забезпечення гарантій свободи слова за статтею 10 Конвенції про захист прав людини й основоположних свобод.

5.2.3. У разі введення надзвичайного чи воєнного стану журналісти зобов'язані ознайомитися з чинними обмеженнями щодо збору та поширення інформації, зокрема правилами перебування в зонах, визначених військовим командуванням чи військовими адміністраціями.

5.2.4. Тільки військове керівництво володіє усією повнотою інформації про обстановку на передових позиціях, тому саме військові посадові особи можуть надавати інформацію в обсягах, що дозволяє оперативна ситуація, і яка не наражає на небезпеку захисників та мирне населення.

5.2.5. Неприпустимо подвійно трактувати стратегічну й оперативну обстановку, що склалася на фронті, жонглювати військовою термінологією, намагатися продукувати власні прогнози, які нічим не обґрунтовані.

5.2.6. Неприпустимо вирізати з контексту заяви окремих осіб, зокрема офіційних, надавати цим заявам різного забарвлення й трактувати їх на власний розсуд.

5.2.7. Журналісти мають ставитися максимально обережно до інформації із соціальних мереж і телеграм-каналів, адже така інформація може бути неперевіреною, а власне джерела — піддаватися атаці чи бути «клонами» офіційних джерел.

5.2.8. Журналісти під час підготовки матеріалів зобов'язані: а) пред'являти прес-карту й акредитацію на вимогу представників Збройних Сил України, інших складових сил оборони; б) мати при собі та пред'являти документи, що посвідчують особу представника медіа; в) здійснювати переміщення в районі ведення бойових дій суто в терміни й за маршрутом, що визначені й погоджені в установленому порядку з редакціями та відповідними військовими адміністраціями, у порядку, що діє на момент збирання інформації; г) протягом усього часу перебування в районі бойових дій носити (розмішувати) знаки розпізнавання (позначки) представників медіа (транспортних засобів медіа) на видному місці, за винятком ситуацій, коли зазначене може призвести до виникнення загрози життю та здоров'ю представників медіа; г) мати при собі засоби індивідуального захисту, що передбачають щонайменше захисний шолом і бронежилет із відповідним маркуванням «ПІПЕКА», «PRESS» (за винятком ситуацій, наведених у попередньому пункті); д) мати при собі медичну аптечку (у ній має бути все необхідне для надання першої медичної допомоги) та вміти нею користуватися; е) не чинити дій, несумісних зі статусом цивільних осіб, тобто не вдягати формений одяг та знаки розрізнення Збройних Сил України, інших складових сил оборони, не брати в руки зброю та боєприпаси; є) завершивши роботи на військових об'єктах, за вимогою передавати визначеній особі електронні та матеріальні носії з фото- та відеоматеріалами для перевірки щодо наявності інформації, що не підлягає розголошенню; ж) у разі наявності інформації, яка не підлягає розголошенню, на вимогу представника служби зв'язків із громадськістю (прес-служби) або іншої уповноваженої особи видалити таку інформацію з електронного носія. 5.2.9. Не підлягає розголошенню інформація, що може стати відомою журналістам під час роботи в районах ведення бойових дій під час дії правового режиму воєнного стану і яка визначена чинними законами та підзаконними актами.

5.2.10. Журналісти під час підготовки матеріалів мають особливо ретельно перевіряти всю технічну інформацію (метадані) та вилучати інформацію про дату зйомки, геолокацію, показники освітлення тощо. Фотографувати або здійснювати відеозапис місцевості вони мають у такий спосіб, щоб не викрити місце зйомки.

5.2.11. Журналісти мають дбати про безпеку пристроїв, використовувати надійні методи захисту комунікації, профілів у соціальних мережах.

5.2.12. При комунікації з мешканцями окупованих територій журналісти мають діяти за принципом «не нашкодь», максимально захищаючи особу, що надає інформацію, зокрема її зображення, голос, канал комунікації.

5.3. Вимоги, пов'язані з інформуванням про дії держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором або державою-окупантом, та її суб'єктів

5.3.1. КП ТРК «Броди» забороняється поширювати: а) інформацію, що висвітлює збройну агресію проти України як внутрішній конфлікт, громадянський конфлікт чи громадянську війну, якщо наслідком цього є розпалювання ворожнечі або ненависті чи заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності; б) недостовірні матеріали щодо збройної агресії та діянь держави-агресора (держави-окупанта), її посадових осіб, осіб та організацій, що контролюються державою-агресором (державою-окупантом), у разі, якщо наслідком цього є розпалювання ворожнечі чи ненависті або заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності; в) програми та матеріали (крім інформаційних та інформаційно-аналітичних програм), серед учасників яких є особа, внесена до Переліку осіб, що створюють загрозу національній безпеці; г) музичні фонограми, відеограми, музичні кліпи, поширення яких заборонено відповідно до частини другої статті 15 Закону України «Про культуру».

5.3.2. Висвітлення діяльності органів влади держави-агресора (держави-окупанта) в інформаційних та інформаційно-аналітичних програмах та/або матеріалах має супроводжуватися повідомленням про статус держави-агресора (держави-окупанта).

6. ВИМОГИ ДО РЕКЛАМИ ТА СПОНСОРСТВА

6.1. Загальні вимоги щодо реклами

6.1.1. Рекламна політика КП ТРК «Броди» ґрунтується на законах України «Про Медіа», «Про рекламу», «Про забезпечення функціонування української мови як державної», інших нормативно-правових актах, які регулюють відносини у сфері реклами, інших внутрішніх документах КП ТРК «Броди».

6.1.2. При визначенні обмежень щодо реклами КП ТРК «Броди» керується вимогами, встановленими законами України «Про рекламу» та «Про Медіа».

6.1.3. Рекламні ролики можуть розміщуватися під час трансляції програми в такий спосіб, щоб не завдавати шкоди цілісності й змісту програми та правам її правовласників, за умови дотримання вимог, передбачених Законом України «Про рекламу».

6.1.4. Забороняється переривати рекламними роликами трансляцію засідань Бродівської міської ради, а також трансляцію релігійних служб (релігійних обрядів).

6.1.5. Рекламні ролики можуть розміщуватися під час трансляції програм, які складаються з автономних частин, або спортивних подій у перервах між їхніми частинами.

6.1.6. Під час трансляції спортивних подій допускається розміщувати окремі рекламні ролики поза рекламними блоками, в інших програмах це може здійснюватися лише у виняткових випадках.

6.1.7. Трансляція фільмів (окрім серіалів та документальних фільмів) і програм новин може перериватися рекламними роликами не більше ніж один раз на 30 хвилин.

6.1.8. Трансляція дитячих програм може перериватися рекламними роликами не більше ніж один раз на 30 хвилин за умови, що тривалість дитячої програми перевищує 30 хвилин.

6.1.9. Ведучим, дикторам та іншим учасникам інформаційних та інформаційно-аналітичних програм забороняється наводити споживчі властивості товару та/або вказувати банківські рахунки, контактні телефони, місцезнаходження виробника товару, ціну товару.

6.1.10. Забороняється обробляти зібрані чи іншим чином отримані персональні дані дітей із такою комерційною метою, як прямий маркетинг та профілювання, включно з поведінково орієнтованою рекламою.

6.1.11. У програмах забороняється наводити будь-яку інформацію рекламного характеру, подану у вигляді дикторського тексту та/або звукового супроводу, про спонсора — виробника алкогольних напоїв, його ім'я (найменування), найменування товару та/або торговельну марку, що належить спонсору.

6.2. Загальні вимоги щодо спонсорства.

6.2.1. У програмах та інших матеріалах КП ТРК «Броди», видовищних та інших заходах, проектах тощо, які створені й проводяться за участю спонсорів, наведення будь-якої інформації рекламного характеру про спонсора та/або його товари, крім імені або найменування спонсора, комерційного (фірмового) найменування, найменування товару та/або торговельної марки, які виступають спонсорами, забороняється.

6.2.2. Програми, підготовлені за підтримки спонсора, мають визначатися особою, яка виготовила (створила) таку програму, користувацький контент або матеріал (якщо підтримка надавалася для виготовлення (створення)) чи поширює таку програму, користувацький контент або матеріал (якщо підтримка надавалася для поширення), за допомогою звукових, візуальних, комбінованих засобів або титрів на початку, під час та/або наприкінці програми, користувацького контенту або матеріалу як такі, що підготовлені за спонсорської підтримки. Спонсор не має права впливати на зміст і час виходу в ефір програми, користувацького контенту, проєкту тощо, виготовлення (створення)/поширення яких він підтримує, а також на редакційну відповідальність і незалежність КП ТРК «Броди».

6.2.3. Спонсорство програм новин та програм про поточні події забороняється.

6.3. Соціальна реклама

6.3.1. Соціальна реклама має чітко відокремлюватися від інших програм на їхньому початку і наприкінці за допомогою звукових, візуальних, комбінованих засобів, титрів або коментарів ведучих із використанням слів «соціальна реклама».

6.3.2. На соціальну рекламу поширюються загальні вимоги до реклами, якщо інше не передбачено Законом України «Про рекламу».

6.3.3. Під час виборчого процесу соціальна реклама не може розміщуватися за кошти державного або місцевих бюджетів, окрім матеріалів, що розміщуються на замовлення виборчих комісій.

6.4. Вимоги щодо недопущення прихованої реклами

6.4.1. Прихована реклама — інформація про особу, ідею та/або товар, поширена за грошову чи іншу винагороду в програмі аудіального чи аудіовізуального медіа, матеріалах в іншому медіа, за допомогою інших рекламних засобів, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може ввести в оману споживачів реклами щодо справжньої мети таких програм чи інших матеріалів.

6.4.2. Прихована реклама забороняється.

6.4.3. Реклама має чітко відокремлюватися від іншої інформації, незалежно від форм чи способів поширення, у такий спосіб, щоб її можна було ідентифікувати як рекламу.

6.4.4. Рекламні ролики (реklamні блоки) в ефірах КП ТРК «Броди» мають чітко відокремлюватися від інших програм на початку і наприкінці рекламного блока за допомогою звукових, візуальних, комбінованих засобів, титрів або коментарів ведучих із використанням слова «реклама».

6.4.5. Інформаційний, авторський чи редакційний матеріал, у якому привертається увага до конкретної особи чи товару, який формує або підтримує обізнаність та інтерес аудиторії (глядацької, слухацької, читацької, користувацької) щодо цих осіб чи товару та який поширюється за грошову чи іншу винагороду, має ідентифікуватись як реклама із дотриманням вимог зазначених законів із використанням слова «реклама».

7. КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ ЖУРНАЛІСТІВ ТА ІНШИХ ПРАЦІВНИКІВ

- 7.1. Журналісти й інші працівники не можуть мати ніяких сторонніх інтересів чи зобов'язань, що могли б завдати шкоди репутації чи взаємній довірі між КП ТРК «Броди» й аудиторією. Якщо журналісти й інші працівники не можуть безсторонньо та неупереджено виконувати редакційне завдання, вони мають від нього відмовитися.
- 7.2. Незаконне отримання журналістом чи іншим працівником матеріальної винагороди чи будь-яких пільг за виконаний чи не виконаний журналістський матеріал несумісне із журналістським званням КП ТРК «Броди».
- 7.3. Поширення інформації або відмова від її поширення задля отримання винагороди, іншої особистої вигоди чи преференцій для членів сім'ї та близьких, створення замовних матеріалів, пряма чи побічна участь у популяризації юридичних осіб чи фізичних осіб — підприємців або знаків для товарів та послуг у спосіб, що не охоплюється угодами чи домовленостями про спонсорство, — дії, несумісні із журналістським статусом.
- 7.4. Журналісти й інші працівники не можуть використовувати службове становище в особистих цілях, задля наживи чи з прагненням догодити певним силам чи особам.
- 7.5. Журналісти й інші працівники не мають права використовувати фінансову інформацію до її оприлюднення задля власного збагачення.
- 7.6. Журналісти й інші працівники не беруть матеріальних чи інших винагород від третіх осіб за розміщення чи замовчування інформації.
- 7.7. Отримання подарунків, послуг і пільг взамін на оприлюднення або, навпаки, приховування певної інформації несумісне з етичними принципами журналістики. Подібні вчинки передбачають оголошення догани або припинення співпраці (розірвання угоди, звільнення тощо) з таким журналістом чи іншим працівником творчого підрозділу.

8. ПОРЯДОК УТВОРЕННЯ, ДІЯЛЬНОСТІ Й ПОВНОВАЖЕННЯ РЕДАКЦІЙНОЇ РАДИ

- 8.1. Редакційна рада КП ТРК «Броди» створюється в кількості восьми осіб, половина складу якої призначається Бродівською міською радою, а половина обирається колективом телерадіокомпанії з числа журналістів телерадіокомпанії.
- 8.2. Порядок утворення Редакційної ради.
 - 8.2.1. Редакційна рада утворюється шляхом призначення та обрання членів Редакційної ради.
 - 8.2.2. Половина складу Редакційної ради призначається Власником телерадіокомпанії, інша половина складу Редакційної ради обирається Зборами творчого колективу телерадіокомпанії.
- 8.3. Повноваження Редакційної ради.
 - 8.3.1. Редакційна рада здійснює контроль за дотриманням журналістами цього Статуту.
 - 8.3.2. Редакційна рада здійснює контроль за дотриманням прав журналістів, вимог щодо заборони цензури та втручання у творчу діяльність телерадіокомпанії.
 - 8.3.3. Редакційна рада порушує питання щодо цензурування та втручання в творчу діяльність телерадіокомпанії.
- 8.4. Порядок діяльності Редакційної ради.
 - 8.4.1. Засідання Редакційної ради є повноважним, якщо у ньому беруть участь більшість членів Редакційної ради (але не менше 5 осіб).
 - 8.4.2. Засідання Редакційної ради скликаються Головою Редакційної ради, або не менше як 1/2 членів Редакційної ради.
 - 8.4.3. Голова Редакційної ради веде засідання Редакційної ради, а у випадку неможливості вести засідання, зі складу Редакційної ради обирається головуючий на засіданні.
 - 8.4.4. Усі рішення Редакційна рада приймає на своїх засіданнях шляхом голосування. Рішення вважається прийнятим, якщо за нього проголосувало не менше 2/3 членів Редакційної ради присутніх на засіданні.

9. ПЕРЕХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ

- 9.1. Внесення змін та доповнень до цього Редакційного статуту здійснюються у письмовій формі та затверджуються директором КП ТРК «Броди». Зміни набувають чинності з моменту їх затвердження.
- 9.2. Даний редакційний статут набуває чинності з моменту його затвердження.
- 9.3. Даний редакційний статут підлягає оприлюдненню.

Директор КП ТРК «Броди

Вячеслав Чижик