

Затверджено
Зборами учасників
ТОВ «Херсон плюс продакшн»
Протокол № 02 від 30 вересня 2025 року

РЕДАКЦІЙНИЙ СТАТУТ
ТОВ «ХЕРСОН ПЛЮС ПРОДАКШН»
(оновлена редакція)

м. Херсон

2025 р.

Цей статут розроблено відповідно до Закону України «Про медіа» (2022), Закону України «Про телебачення і радіомовлення» (у частині, що не суперечить новому закону), Конституції України, Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», Закону України «Про захист персональних даних», а також міжнародних стандартів свободи слова та етики журналістики.

Стаття 1. Творчий колектив ТОВ «Херсон плюс продакшн»

Творчий колектив **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** утворюють всі журналісти, які працюють в телерадіоорганізації на основі трудового договору (контракту, угоди) або на позаштатних засадах.

Творчий колектив **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** має право відстоювати інтереси журналістів та здійснювати контроль за дотриманням їхніх прав, вимог щодо заборони цензури і втручання у творчу діяльність **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**.

Журналістами **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** є працівники, які беруть участь у збиранні чи одержанні інформації, підготовці її до розповсюдження або виконують редакційно-посадові службові обов'язки відповідно до професійних назв посад журналіста, які зазначаються в державному класифікаторі професій України.

Стаття 2. Права та обов'язки журналістів ТОВ «Херсон плюс продакшн»

Журналіст телерадіоорганізації має право:

- а) брати участь у зборах творчого колективу **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**, вносити пропозиції щодо розгляду ними питань;
- б) пропонувати кандидатури до складу редакційної ради **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**, бути обраним до її складу;
- в) звертатися до редакційної ради **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** щодо порушень прав телерадіожурналістів, вимог щодо заборони цензури і втручання у творчу **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**, порушень редакційного статуту телерадіоорганізації.
- г) інші права, які випливають із цього статуту, установчих документів телерадіоорганізації, укладеного ним з телерадіоорганізацією трудового договору та законодавства.
- д) дотримуватися політик організації щодо запобігання сексуальній експлуатації та зловживанням (PSEA), протидії гендерно зумовленому насильству (GBV), антикорупційних правил та уникнення конфлікту інтересів;
- е) знати та використовувати механізми подання скарг і повідомлень про порушення, гарантовані редакційним статутом і внутрішніми політиками.

Журналіст телерадіоорганізації зобов'язаний:

- а) дотримуватися програмної концепції **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**, керуватися її статутом;
- б) перевіряти достовірність одержаної ним інформації;
- в) не допускати поширення інформації, поширення якої заборонено законодавством;
- г) не використовувати своє службове становище у власних інтересах або в інтересах інших осіб, з якими він знаходиться в особистих, фінансових або договірних відносинах;
- г) виконувати інші вимоги, які випливають із цього статуту, установчих документів **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**, укладеного ним з **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** трудового договору та законодавства.

Стаття 3. Редакційна рада ТОВ «Херсон плюс продакшн»

Творчий колектив **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** здійснює свої повноваження шляхом участі його представників в редакційній раді **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**.

Редакційна рада **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** є дорадчим органом на який покладається:

- 1) контроль за дотриманням прав телерадіожурналістів, вимог щодо заборони цензури та втручання у творчу діяльність телерадіоорганізації;
- 2) контроль за дотриманням телерадіожурналістами цього статуту;
- 3) внесення на розгляд органів управління **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** питання про відсторонення від керівництва **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** або її окремими підрозділами осіб, які порушували редакційний статут та/або вимоги законодавства щодо прав телерадіожурналістів, заборони цензури і втручання у творчу діяльність **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**, про призначення службового розслідування і звільнення цих осіб відповідно до закону в разі підтвердження наявності зазначених порушень.

Редакційна рада **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** складається щонайменше з чотирьох осіб, не менше половини яких обираються творчим колективом. Решта можуть бути призначені власником або незалежними експертами/представниками громадськості. При формуванні редакційної ради враховується

принцип гендерної рівності та незалежності від політичного чи комерційного впливу.

Власник або уповноважений ним орган зобов'язаний призначити своїх представників у редакційній раді протягом семи днів з дня затвердження цього статуту. Власник або уповноважений ним орган має право в будь-який час замінити свого представника, сповістивши про це інших членів редакційної ради.

Члени редакційної ради, які обираються творчим колективом, затверджуються загальними зборами творчого колективу. Власник **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** зобов'язаний створити умови для проведення загальних зборів творчого колективу в робочий час, зокрема надати приміщення та забезпечити можливість присутності всіх журналістів **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**.

Порядок проведення зборів, висунення кандидатур та підрахунку голосів визначається їх учасниками та оформляється протоколом. Представники творчого колективу в редакційній раді вважаються обраними, якщо за них проголосувало більше половини членів творчого колективу, присутніх на загальних зборах. У разі, якщо було висунуто більше, ніж по одній кандидатурі на місце, проводиться рейтингове голосування і обраними вважаються ті кандидатури, які одержали більше голосів. Кандидатури членів редакційної ради оформляються протоколом і передаються власнику або уповноваженому ним органу.

Редакційна рада обирає Голову редакційної ради на якого покладається організація засідань редакційної ради. Власник **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** зобов'язаний створити умови для проведення засідань редакційної ради в робочий час, зокрема надати приміщення та забезпечити можливість присутності всіх членів редакційної ради.

Чергові засідання редакційної ради проводяться не рідше ніж два рази на рік. Позачергові засідання проводяться на вимогу її члена або не менше ніж трьох членів творчого колективу. Засідання редакційної ради вважаються повноважними, якщо на них присутні більше половини її членів за умови присутності більше половини представників творчого колективу.

Редакційна рада вправі приймати рішення тільки щодо питань, включених до порядку денного. Голова редакційної ради повинен ознайомити членів редакційної ради з порядком денним не пізніше ніж за день до засідання.

Член редакційної ради має один голос. Член редакційної ради у разі своєї відсутності на засіданні вправі передати свій голос іншому члену. Рішення редакційної ради приймаються більшістю голосів. У разі, якщо голоси розділилися порівну, прийнятим вважається те рішення, за яке було подане більше голосів представників творчого колективу. У разі, якщо голоси представників творчого колективу також розділилися порівну, рішення вважається не прийнятим.

Стаття 4. Принципи редакційної політики ТОВ «Херсон плюс продакшн»

Принципи редакційної політики **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** - це виклад її етичних стандартів, покликаних забезпечити баланс між правом телерадіоорганізації на свободу висловлювань та інформації та її відповідальністю перед суспільством.

Принципи редакційної політики також покликані забезпечити баланс інтересів власника телерадіоорганізації щодо отримання прибутку від її діяльності та права творчого колективу **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** на свободу творчої діяльності.

Власник **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** не має права втручатися у творчу діяльність **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** в інший спосіб, ніж через внесення змін до редакційного статуту **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**.

Члени творчого колективу **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** зобов'язані дотримуватись програмної концепції телерадіоорганізації, інших умов ліцензії на мовлення та дбати про прибутковість **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**.

Стаття 5. Політики доброчесності та захисту персоналу

ТОВ «Херсон плюс продакшн» впроваджує політики доброчесності, що відповідають міжнародним стандартам та вимогам донорів, зокрема:

- політику запобігання сексуальній експлуатації та зловживанням (PSEA);
- політику протидії гендерно зумовленому насильству (GBV);
- антикорупційну політику;
- політику врегулювання конфлікту інтересів;

- механізм подання скарг і захисту викривачів.
Редакційна рада здійснює моніторинг дотримання цих політик, а власник забезпечує умови для їх реалізації.

Стаття 6. Політика щодо реклами, спонсорських і комерційних матеріалів

1. Загальні положення

ТОВ «Херсон плюс продакшн» дотримується принципу прозорого відокремлення комерційного контенту від журналістського. Політика маркування реклами, спонсорських і комерційних матеріалів (далі — Політика) є невід'ємною частиною редакційного статуту і підлягає оприлюдненню.

2. Маркування

Усі матеріали, що створені за кошти третіх сторін або за угодою з рекламодавцем, мають бути чітко позначені відповідною міткою «Реклама» або «Спонсорський матеріал» згідно з положеннями Політики.

3. Заборонені/обмежені категорії

Встановлюються категорії, заборонені або обмежені для розміщення у прямих ефірах або у часових слотах, доступних дітям, включно з геймблінгом, тютюном, наркотиками, шахрайськими фінансовими продуктами, матеріалами, що пропагують насильство або дискримінацію.

4. Процедура перевірки

Рекламні матеріали перед розміщенням проходять перевірку відповідно до процедур, викладених у повній інструкції (додаток до статуту). Реклама з підвищеним ризиком погоджується редакційною радою.

5. Конфлікти інтересів

Всі співробітники зобов'язані повідомляти про можливі конфлікти інтересів. Порушення правил декларування розглядаються як дисциплінарний проступок.

6. Публічність

Політика доступна на офіційному сайті організації та на стенді для працівників.

Стаття 7. Принципи редакційної політики щодо достовірності поширюваної інформації

Журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** мають виходити із того, що достовірність інформації визначається її джерелом, і дотримуватись наступних правил:

- намагатися самим бути свідками подій, а якщо це неможливо – намагатися одержувати інформацію у першоджерел (учасників або інших свідків подій); завжди надавати пріоритет тому джерелу, яке є найближчим до першоджерела;
- уникати одержання інформації лише від одного джерела; завжди надавати пріоритет тому джерелу, яке може бути назване;
- надавати інформацію, одержану з анонімного джерела лише у випадку, якщо така інформація становить значний суспільний інтерес та якщо джерело є надійним і компетентним; у випадку необхідності поширення інформації, одержаної з анонімного джерела, намагатися надавати аудиторії такий обсяг інформації про нього, який з одного боку дозволяє захистити його особу, а з іншого боку не вводить аудиторію в оману стосовно його статусу;
- намагатися фіксувати інформацію, одержану від джерела, під час її одержання або безпосередньо після цього;
- у разі, якщо стане відомо, що поширена інформація була недостовірною, негайно та з власної ініціативи поширювати спростування такої інформації.

Ці правила не застосовуються:

- а) якщо поширювана інформація містилася в офіційних повідомленнях або одержана від органів державної влади, органів місцевого самоврядування у письмовій формі;
- б) якщо ця інформація є дослівним цитуванням заяв і виступів (усних і друкованих) посадових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування, народних депутатів України, кандидатів на пост Президента України, кандидатів у народні депутати України та у депутати рад усіх рівнів, кандидатів на посади сільських, селищних, міських голів;
- в) якщо ця інформація розповсюджувалася без попереднього запису та містилася у виступах осіб, які не є працівниками **ТОВ «Херсон плюс продакшн»**;
- г) якщо вона є дослівним відтворенням матеріалів, поширених іншим засобом масової інформації або інформаційним агентством, з посиланням на нього.

У роботі з цифровими платформами та соціальними мережами журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** зобов'язані застосовувати принципи фактчекінгу, перевіряти джерела інформації, уникати поширення дезінформації та маніпуляцій, а також дотримуватись стандартів цифрової безпеки.

Стаття 8. Принципи редакційної політики щодо точності поширюваної інформації

Журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** мають виходити із того, що точність інформації визначається збереженням її первинного змісту з метою недопущення введення аудиторії в оману, і дотримуватись наступних правил:

- виклад фактів має бути чітко відокремлений від коментарів, при поданні коментарів має бути зазначено його джерело та достатнім чином охарактеризовано його компетентність у питанні, що ним прокоментоване;
- інформація має висвітлюватись повно, крім викладу самої події, необхідно намагатися викласти також інформації про час і місце, коли вона відбулась, її учасників та найважливіші обставини, за яких вона сталась;
- висловлювання власної думки журналіста **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** в інформаційних передачах (крім авторських інформаційно-аналітичних передач) припустиме тільки з питань телерадіомовлення, необхідно утримуватись також від лексики, яка має оцінювальне значення та емоційно забарвлених висловлювань;
- реконструкції подій та інсценовані сцени мають базуватись на важливих даних, які піддаються перевірці, та чітко позначатися як такі (їх також доцільно диференціювати від візуального стилю решти програми, наприклад, за допомогою сповільнених показів або чорно-білих зображень);
- необхідно завжди чітко зазначати, що відео- чи аудіо матеріал є бібліотечним або архівним, або підготовлений іншими особами;
- необхідно завжди чітко зазначати, що відео- чи аудіо матеріал демонструється повторно;

Стаття 9. Принципи редакційної політики щодо неупередженості поширюваної інформації

Журналісти телерадіоорганізації мають виходити із того, що неупередженість інформації визначається однаковим ставленням до всіх осіб, які є учасниками подій або гостями передач, і дотримуватись наступних правил:

- перед розмовою у прямому ефірі чи записом інтерв'ю завжди попереджати співрозмовника про свій політичний нейтралітет та неупереджене ставлення, ніколи не обіцяти ставити зручні запитання;
- завжди розрізняти такі поняття, як персональна громадська позиція з певними політичними поглядами та уподобаннями та позиція як журналіста без поглядів, симпатій та уподобань;
- учасники програм мають право знати її формат, в тому числі - чи виступатимуть вони у прямому ефірі або запису і чи півка монтуватиметься;
- особам, які дають інтерв'ю, слід надати можливість повністю відповісти на поставлені запитання;
- розповідаючи про соціальні групи, необхідно уникати стереотипів;
- особам, підданим у передачі критиці має бути надане можливість дати відповідь в межах цієї передачі.

Стаття 10. Принципи редакційної політики щодо об'єктивності поширюваної інформації

Журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** мають виходити із того, що об'єктивність інформації визначається максимально можливим усунення впливу особистого ставлення журналіста на зміст такої інформації під час її підготовки та поширення, і дотримуватись наступних правил:

- висловлювання власної думки журналіста телерадіоорганізації має містити його професійну оцінку, а не особисту;
- необхідно намагатися надати можливість прокоментувати подію всім особам, яких вона безпосередньо стосується; у разі неможливості висловитися всім, необхідно подати не менш ніж два коментаря з протилежних точок зору;
- необхідно чітко дотримуватись регламенту передачі, правила щодо висловлювань мають бути однаковими для всіх учасників передачі та повідомлятися їх заздалегідь

Стаття 11. Принципи редакційної політики щодо збалансованості поширюваної інформації

Журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** мають виходити із того, що збалансованість інформації визначається з одного боку - прямою залежністю між рівнем суспільного інтересу до певної події та рівнем її висвітленості в ефірі, а з іншого боку – рівним ставленням до всіх суспільних і політичних сил і діячів, і дотримуватись наступних правил:

- належна збалансованість не потребує цілковитого нейтралітету щодо кожного питання або відходу від основних демократичних засад щодо свободи слова та творчої діяльності, вона не досягається математичними методами, тобто врівноваженням кожної висловленої думки протилежною за змістом;

метою збалансованості є висвітлення якнайширшого спектру думок і поглядів;

- ступінь збалансованості має відповідати характеру обговорюваної теми і типу передачі;

- якщо в ефір виходить серія взаємопов'язаних передач, в яких розглядаються ті самі або споріднені проблеми, належну збалансованість може забезпечувати вся серія передач, намір авторів досягти безсторонності саме в цей спосіб повинен плануватися заздалегідь і доводитися до відома аудиторії. Водночас у серії передач, де в кожному випуску розглядаються геть різні і не пов'язані між собою питання, збалансованість повинна забезпечуватися в кожній окремій програмі.

Стаття 12. Принципи редакційної політики щодо поширення конфіденційної інформації

Журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** мають виходити із того, що право на недоторканність приватного життя одним із основних конституційних прав людини і може порушуватись тільки, коли його переважає значний суспільний інтерес, і дотримуватись наступних правил:

- намагатися здійснювати запис таким чином, щоб усі особи, які можуть потрапити у його коло заздалегідь усвідомлювали, що їх записують;

- запис прихованою апаратурою дозволяється, якщо є підстави вважати, що відкрита зйомка не дасть результат;

- поширення інформації, одержаної шляхом прихованого запису без письмової згоди осіб, яких записано, можна лише у випадку, коли поширювана інформація становить значний суспільний інтерес;

- намагатися не записувати і не поширювати записи осіб, без їх згоди; у публічних (громадських) місцях це правило застосовується до показу крупним планом осіб у стані хвороби або в незручному становищі внаслідок прикрого випадку;

- висвітлення приватного життя особи без її згоди допускається тільки, якщо інформація, що поширюється, має такий ступінь суспільного інтересу, який перевищує право особи на конфіденційність (переважно, це інформація, приховування якої може зашкодити законним інтересам інших осіб);

- висвітлювати приватне життя публічних осіб (посадових осіб державних органів) без їх згоди можна також, якщо ця інформація пов'язана із їх публічною діяльністю.

Стаття 13. Принципи редакційної політики щодо поширення інформації про насильство, правопорушення та сюжетів, які можуть бути сприйняті, як порушення норм моралі

Журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** мають виходити із того, що поширення інформації про насильство, правопорушення та сюжетів, які можуть бути сприйняті, як порушення норм моралі, не повинно завдавати шкоди найбільш вразливій частині аудиторії і дотримуватись наступних правил:

- при плануванні передач та їх анонсів, зважати на те, що передачі, які поширюються до 22.00 повинні бути придатні для загальної аудиторії, зокрема для дітей (при цьому, чим раніше поширюється передача, тим більше імовірність того, що її можуть самостійно переглядати діти);

- уникати показу сцен надмірного насильства; намагатися уникати без вагомості причини демонструвати сцени насильства та сюжети, які можуть бути сприйняті, як порушення норм моралі, особливо до 22.00 та в передачах, призначених для широкого кола глядачів (публіцистичних передачах, новинах тощо); аудиторія має бути попереджена про особливо "гострі" передачі або окремі сюжети;

- не припускати використання нецензурної лексики та уникати мовних помилок;

- висвітлення правопорушень не повинно заохочувати невірноважену частину аудиторії (особливо дітей) до наслідування протиправним діям;

- при підготовці передач, присвячених проблемам злочинності, зважувати на те, що зйомка учасників програми може стати підставою для кримінального розслідування.

Стаття 14. Принципи редакційної політики щодо поширення інформації про різні групи населення

Журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** мають виходити із того, що поширення інформації про різні соціальні групи має сприяти їх розвитку та соціальній інтеграції і дотримуватись наступних правил:

- розповідаючи про соціальні групи (національні та сексуальні меншини, релігійні групи, хворих та інвалідів), необхідно уникати стереотипів;

- необхідно намагатися використовувати ті умовні назви соціальних груп, які застосовують до себе їх представники;

- упередження або соціальні бар'єри, у разі їх існування, необхідно висвітлювати об'єктивно, але таким чином, щоб не сприяти їх поглибленню.

Стаття 15. Принципи редакційної політики щодо захисту дітей від негативного впливу інформації, яка розповсюджується ТОВ «Херсон плюс продакшн»

Журналісти **ТОВ «Херсон плюс продакшн»** мають виходити із того, що захист інтересів дітей та молоді є першочерговим завданням, і дотримуватись наступних правил:

- з точки зору цього статуту дітьми та молоддю вважати осіб віком до 18 років;
- намагатися забезпечити їх стимулюючими, виховними, приємними та цікавими матеріалами, що допомагають їм відчутти той світ, у якому вони живуть;
- не розповсюджувати, а також не анонсувати програми та передачі, які можуть зашкодити фізичному, інтелектуальному і духовному розвитку неповнолітніх та юнацтва, крім як протягом ефірного часу в добовому відрізку з 23.00 до 6.00 та на каналах з обмеженим доступом; такі програми або передачі повинні мати спеціальне попередження і відповідно позначатися в розкладі програм телерадіоорганізацій та спеціально позначатися безпосередньо перед їх трансляцією;
- не допускати, щоб діти і молодь відчували побоювання або потерпали з причини своєї участі в програмах або внаслідок транслявання цих програм;
- забороняється без письмової згоди батьків залучати дітей та молодь до участі у передачах за виключенням передач на кшталт "голос народу" з таких несуперечливих питань як улюблені співаки; також необхідно намагатися створювати передачі з делікатних питань за участю неповнолітніх у присутності їх батьків або осіб, що їх замінюють;
- забороняється без письмової згоди батьків або осіб, що їх замінюють поширювати інформацію про вчинення неповнолітніми правопорушень або поведінку, яка суперечить нормам моралі (спробу самогубства, статеві відносини, вагітність тощо);
- одержувати згоду органів освіти на зйомку неповнолітніх під час занять та правоохоронних органів – на поширення інформації про вчинення неповнолітніми правопорушень.

Стаття 16. Принципи редакційної політики щодо дотримання законодавства про вибори, про рекламу та про авторські та суміжні права

Журналісти ТОВ «Херсон плюс продакшн» мають виходити із того, що порушення законодавства є неприпустимим, і дотримуватись наступних правил:

- свобода творчої діяльності обмежується вимогами законодавства до змісту поширюваної інформації; порушення законодавства не можуть бути виправдані творчим задумом;
- зміст інформації, що поширюється на території України регулюється Конституцією України, законами України "Про інформацію", "Про телебачення і радіомовлення", "Про рекламу", законодавством про вибори, а також Цивільним кодексом України;
- неприпустимим є одержання журналістами винагороди від осіб, щодо яких вони поширили інформацію, а так само одержання від них товарів чи послуг безоплатно або за пільговими цінами; журналісти мають також ухилятися від появи надмірної гостинності з боку таких осіб, в тому числі - після створення передачі;

Стаття 17. Прикінцеві положення

Цей статут має бути оприлюднений шляхом *розміщення на сайті телерадіоорганізації, розміщення на стенді* та надісланий до Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення протягом місяця з моменту його затвердження.

Цей статут набирає чинності з моменту його оприлюднення.

Зміни та доповнення до цього статуту вносяться за рішенням власника чи уповноваженого ним органа в письмовій формі та набирають чинності з моменту їх оприлюднення.

Редакційний статут підлягає перегляду не рідше одного разу на три роки або у випадку змін у законодавстві України чи міжнародних стандартах, що стосуються діяльності медіа.

Директор
ТОВ «Херсон плюс продакшн»



Косюк В.В.

Політика маркування реклами, спонсорського та комерційного контенту ТОВ «Херсон плюс продакшн»

Мета

Встановити чіткі правила розмежування комерційного контенту (реклама, нативна реклама, спонсорські матеріали, промоматеріали, партнерські матеріали) від журналістських матеріалів, захистити аудиторію від шкідливого впливу (зокрема геймблінгу, тютюнових і алкогольних продуктів, сумнівних фінансових продуктів) та забезпечити відповідність українському законодавству і очікуванням донорів.

Область застосування

Політика поширюється на всі платформи організації: теле- та радіоефір, сайт, соцмережі, мобільні додатки, стріми та будь-які партнерські інтеграції.

Основні принципи

- Прозорість: будь-який комерційний матеріал має бути чітко маркований та легко відрізнитися від редакційного контенту.
- Незалежність редакції: редакційні рішення (вибір тем, журналістська обробка, розслідування) не залежать від рекламодавців.
- Захист вразливих груп: заборонено розміщувати рекламу продуктів чи послуг, що можуть завдати шкоди неповнолітнім або вразливим аудиторіям, у годинах та форматах, доступних дітям.
- Відповідальність за закон: маркування і зміст реклами відповідають вимогам законодавства України, зокрема нормам про рекламу та захист споживачів.

Заборонені та обмежені категорії реклами

Заборонено розміщувати рекламу:

- нелегального контенту чи послуг;
- тютюнових виробів та електронних сигарет у розповсюдженні, доступному для загальної аудиторії;
- наркотичних засобів, психотропних речовин;
- матеріалів, що заохочують насильство або дискримінацію;
- шахрайських фінансових схем і неліцензованих азартних платформ, якщо вони заборонені законом.

Жорстко обмежується реклама геймблінгу та суміжних азартних сервісів:

- допускається тільки якщо рекламодавець має чинну ліцензію в юрисдикції, де він працює, і тільки якщо реклама містить чіткі попередження про ризики, інформацію про мінімальний вік і ліміти відповідальної гри;
- заборонено в ефірні слоти та пости, розраховані на неповнолітню аудиторію;
- заборонено використовувати у рекламі образи неповнолітніх, відомих осіб без їхньої письмової згоди, ілюстрації, що романтизують азартні ігри.
- Реклама фінансових продуктів високого ризику (криптопроекти, кредитні брокери без ліцензій) — лише за попередньої перевірки легітимності і з обов'язковими ризиковими застереженнями.

Маркування та візуальні стандарти

- Обов'язкова текстова мітка: кожен рекламний матеріал повинен мати очевидну і читабельну мітку «Реклама» або «Спонсорський матеріал» вгорі матеріалу або в початковій частині відео/аудіо.
- Формат мітки: жирний шрифт, контрастний фон, розмір не менше 12px для веб, візуальне позначення у відео (банер/штамп протягом перших 5 секунд та постійна мітка у нижньому куті під час відтворення).
- Додаткові позначки: для сумнівних продуктів (геймблінг, фінансові послуги) після мітки додавати коротке попередження: «Реклама азартних ігор. Участь дозволена з 21 року. Може завдати фінансових збитків.» або «Платний контент. Ризики: ...».
- Радіо та подкасти: навушуване оголошення згори: «Увага: далі — рекламний блок»; в ефірі перед промо — голосове попередження з зазначенням характеру реклами.

Відокремлення реклами від редакційного контенту (практики рубрик)

- Чітке розмежування рубрик: рубрика з назвами на кшталт «Партнерський проект», «Спецпроект за підтримки», «Рекомендації партнера» має інший візуальний стиль (кольорова схема, шаблон графіки) і обов'язкову мітку «Спонсорський матеріал».
- Ведучі та журналісти при веденні спонсорського/blended-контенту позначають його фразою на початку: «Це спонсорський матеріал / реклама».
- Редакційні рубрики не повинні містити прихованих рекламних вставок: заборонено закладати рекламні повідомлення під виглядом новин або журналістських розслідувань.

Процедура прийому і перевірки реклами

- Перед розміщенням рекламної заяви комерційний відділ надає редакції повний пакет: договір, опис продукту/послуги, ліцензії, контактні дані рекламодавця, таргетинг.
- Редакція проводить юридично-етичну перевірку: відповідність закону, наявність ліцензій, ризики для аудиторії, ризики для репутації.
- Для реклами геймблінгу і фінансових продуктів — додатковий блок перевірки: підтвердження ліцензій, політика відповідальної гри/інвестування, текст попереджень.
- У разі виявлення невідповідності — відмова з письмовим обґрунтуванням; у випадку сумнівів — передача на рішення редакційної ради.

Декларація незалежності редакції

- Власник і комерційний відділ не мають права вимагати змін у журналістському матеріалі в обмін на рекламні угоди.
- Будь-які конфлікти інтересів мають бути задекларовані письмово і доступні для перевірки.
- Редакція має право відмовити у розміщенні реклами без пояснення, якщо вона загрожує редакційним стандартам чи безпеці персоналу.

Контроль і відповідальність

- Відповідальні підрозділи: комерційний відділ відповідає за збір і підготовку матеріалів; головний редактор відповідає за остаточну редакційну перевірку і маркування; юридичний відділ — за верифікацію правової чистоти; редакційна рада — за контроль дотримання політики.
- Журналісти та співробітники, які порушують політику (приховують рекламу, приймають винагороди від рекламодавців), підлягають дисциплінарним заходам: попередження, перевірка конфлікту інтересів, можливе звільнення за службовою необхідністю.
- Публічний звіт: раз на рік публікувати звіт про ключові рекламні угоди, випадки відмов та притягнення до відповідальності.

Про захист дітей і годинники трансляції

- Заборонити трансляцію реклами геймблінгу, алкоголю, нічних фінансових продуктів у часи до 22:00.
- Для онлайн-платформ — обов'язкова вікова мітка і механізм вікового фільтру для контенту з рекламою азартних ігор або іншим потенційно шкідливим контентом.

Шаблони формулювань для маркування

- Текстова мітка у відео/на сайті: «Реклама» або «Спонсорський матеріал».
- Розширена мітка для азартних ігор: «Реклама азартних ігор. Участь дозволена з 21 року. Ігри пов'язані з фінансовим ризиком.»
- Утримувальна формула ведучого: «Увага — наступний блок є рекламним і оплачений партнером; думки в матеріалі належать автору/партнеру.»

Директор
ТОВ «Херсон плюс продакшн»



Косюк В.В.