



ЗАТВЕРДЖЕНО
Загальною збіраною Учасників
«СИГМА» ТОВ «ТРКК «СИГМА»
протокол № 27 від 01.11.2016 р.

РЕДАКЦІЙНИЙ СТАТУТ

ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«ТЕЛЕРАДІОКОМУНІКАЦІЙНА КОМПАНІЯ «СИГМА»

(ідентифікаційний код юридичної особи 13482897)

м. Маріуполь
2016 рік

1. Загальні положення.

1.1. Редакційний Статут ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ТЕЛЕРАДІОКОМУНІКАЦІЙНА КОМПАНІЯ «СИГМА» (далі - «Статут») регулює основи редакційної політики ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ТЕЛЕРАДІОКОМУНІКАЦІЙНА КОМПАНІЯ «СИГМА» (далі - «Телекомпанія» або «Товариство») та основні вимоги до створення та поширення інформації в передачах Телекомпанії.

1.2. Цей Статут визначає основні права та обов'язки журналістів та осіб прирівняних до них працівників Телекомпанії, 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 (далі по тексту - «журналіст»).

1.3. Цей Статут визначає порядок утворення, діяльності та повноваження Редакційної ради Телекомпанії (далі - «Редакційна рада»).

2. Основні вимоги до створення та поширення інформації.

2.1. Об'єктивна, точна, неупереджена та збалансована інформація.

Інформація, яка подається у передачах, повинна бути точною, об'єктивною, неупередженою та збалансованою, тобто повністю відповідати тому, що відбувалося насправді. За точність і достовірність інформації відповідальність несе журналіст. Редагування журналістського матеріалу та монтаж не повинні спотворювати зміст інформації.

Точність також вимагає викладення матеріалу простою і зрозумілою мовою, яка не заплутує глядача.

Журналіст викладає факти добросовісно, зберігаючи їх істинний зміст і не допускає спотворень. Інформація має бути повною, тобто містити відповіді принаймні на п'ять запитань - що сталося, де, коли, як і чому. При цьому має обов'язково враховуватися контекст, поза яким новина може бути спотворена - зокрема справді важливі деталі події та "історія питання".

Журналіст максимально використовує свої творчі здібності для того, щоб суспільство отримало достатньо матеріалу для формування точного уявлення про події.

Сюжети в передачах не повинні вириватись з контексту події, якщо це може спотворити інформацію.

У передачах новин проводиться чітка межа між новинами та коментарями.

Передачі та новини повинні викладати тему з усіх сторін. Інформація має подаватися збалансовано. У будь-якій конфліктній ситуації або суперечливій темі глядач повинен почути думки основних учасників конфлікту чи дискусії, а по можливості - і неупереджених компетентних експертів.

Неприпустимою є "імітація балансу" або ж безпідставні узагальнення, які можуть надати перевагу одній із сторін суперечки.

Особам і організаціям, на адресу яких пролунали конкретні закиди, має бути надане право й можливість відповісти на кожне з них у рамках того ж матеріалу або передачі.

Спеціальні матеріали, основані на точці зору, власних висновках та інтерпретації подій автором, повинні чітко виділятися як такі.

Інформація повинна бути неупередженою. Журналіст не має іншого завдання, аніж подавати максимально повну і правдиву інформацію про подію. У новинах неприпустимі прояви симпатій чи антипатій. Факти не повинні підганятися під заздалегідь визначені схеми, а виклад матеріалу не повинен бути тенденційним. Право робити висновки Телекомпанія залишає за глядачем.

Жодна особа не є обов'язковою, "особливо бажаною" чи навпаки - забороненою для згадування в передачах. Усі політики і громадські діячі мають рівні права на висвітлення своєї позиції. Телекомпанія не підтримує жодну політичну силу, і не надає переваги владі чи опозиції, залишаючи за собою право на однаково критичне ставлення до дій і заяв будь-яких персон і організацій.

2.2. Перевірка достовірності інформації, одержаної від третіх осіб.

Журналіст зобов'язаний передавати лише вивірені факти, в достовірності яких він переконався.

Інформацію потрібно піддавати перехресній перевірці.

Журналіст зобов'язаний докласти максимум зусиль для того, щоб не допускати помилок під час поширення інформації.

Телекомпанія та її працівники не несуть відповідальності за поширення інформації, що не відповідає дійсності, у разі:

а) якщо ця 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 Телекомпанії;

г) якщо вона є дослівним відтворенням матеріалів, поширених іншим засобом масової інформації або інформаційним агентством, з посиланням на нього;

г) якщо звільнення від відповідальності передбачено іншим законом.

2.3. Джерела інформації

Журналісти визнають право на нерозголошення конфіденційних джерел інформації.

Інформація повинна бути достовірною, тобто із добре відомих і надійних джерел. Якщо цим джерелом не є сам журналіст, який бачив подію на власні очі, інформація має бути перевірена, принаймні, з двох джерел. Особливо ретельної перевірки потребують дати, цифри та особисті імена.

Неприпустима поява в передачах інформації - фактів, висловів та думок, не підтверджених джерелом інформації. Найкращим підтвердженням є задокументована інформація. Інформація, отримана не з "перших рук", має містити посилання на джерело.

Серед інформаційних агентств Телекомпанія надає перевагу тим з них, які викликають найбільшу довіру - "Інтерфакс-Україна", «УНІАН», "Українські новини", Рейтер.

Повідомлення інтернет-сайтів не можуть розглядатися як надійне джерело інформації, і використовуються лише як допоміжна інформація в роботі журналіста. Посилання на них можливі лише як виняток, за умови, якщо інтернет-сайт зареєстрований як суб'єкт інформаційної діяльності, та коли йдеться про ексклюзивні інтерв'ю або статті, розміщені безпосередньо на згаданих сайтах. При цьому обов'язково зважати на можливість юридичної відповідальності за розповсюдження такої інформації.

Використання в якості джерел інформації прес-релізів та «повідомлень для преси» є небажаним, а в разі, якщо уникнути цього неможливо, інформація має бути відповідним чином позначена.

2.4. Конфіденційна інформація та повага до приватного життя.

Журналісти повинні отримувати конфіденційну інформацію лише за дозволом та відповідно до режиму, встановленого особами, яким належить така інформація. Норми професійної етики вимагають від журналіста поважати гідність людини, її право на приватне життя.

Журналістські матеріали не мають містити будь-якої інформації, яка б могла трактуватися як втручання у приватне життя. Журналіст не оприлюднює зміст особистого листування та розмов без згоди його учасників, за винятком тих випадків, коли цього недвозначно вимагають інтереси суспільства. Журналіст не розповідає про приватне життя публічних осіб, якщо їхні вчинки не мають серйозних резонансу та наслідків для усієї громади та не дають підстав для суспільних дискусій.

2.5. Інформація зі сценами насильства.

Обов'язок журналіста - утримуватись від будь-якої форми підбурювання чи виправдання агресивних війн, та від апології насильства, ненависті та дискримінації.

Журналіст повинен протидіяти тиранським режимам, колоніалізму та неокolonіалізму, а також іншим напастям, які спричиняють людству страждання, таким, як злиденність, голод, хвороби.

Журналіст уникає необгрунтованого показу насильства.

2.6. Повага до громадської моралі.

Новини та інші інформаційні передачі не повинні містити інформацію, яка виходить за межі пристойності, ображає почуття широкого загалу, заохочує до скоєння злочинів чи порушень громадського порядку. Використання нецензурної лайки заборонено.

Телекомпанія уникає демонстрації відвертих сексуальних сцен, а також сцен насильства і шокуючих кадрів, особливо, якщо серед глядачів можуть бути діти. Кадри болю, страждань чи смерті не повинні використовуватися для ілюстрування загальних тем. Журналіст намагається не використовувати архівні кадри охоплені горем і відчаєм людей, яких можна впізнати.

В разі, якщо є обгрунтовані побоювання, що матеріал може занадто сильно вразити аудиторію, але від його демонстрації відмовитися не можна, глядачів обов'язково має бути про це завчасно попереджено.

2.7. Інформація про злочини.

Журналіст не повинен потурати хворобливій цікавості глядачів до деталей злочинів.

При подачі інформації про злочини, вирок суду стосовно якого не набрав законної сили, потрібно робити акцент, в першу чергу, на суспільній небезпеці злочину.

2.8. Інформація про різні групи населення.

Журналіст виступає за всезагальні цінності гуманізму, перш за все за мир, демократію, соціальний прогрес, права людини та національне визволення.

Журналіст з повагою відноситься до відмінних особливостей, цінностей і гідності кожної групи (національні та сексуальні меншини, релігійні групи, хворих та інвалідів), не допускає дискримінації.

2.9. Охорона дітей.

Завжди потрібно пам'ятати, що передачі Телекомпанії мають змогу дивитися діти, тому при поданні інформації потрібно враховувати особливу чутливість дітей.

Інформація не повинна завдавати шкоди дітям.

Сюжети, які містять сцени насильства, жорстокості, сексу повинні подаватись у час, коли батьки можуть дивитись за дітьми.

2.10. Дотримання авторських та суміжних прав.

В етичні принципи журналіста входить повага до об'єктів права інтелектуальної власності, зокрема, недопустимість плагіату.

Використання у матеріалах творів інших авторів здійснюється лише за згодою та на умовах, визначених правласниками.

2.11. Особливості поширення інформації про політичні партії та політиків під час виборчого процесу та поза його межами.

Під час виборчого процесу інформація про кандидатів та їхні дії відіграє важливу роль для здійснення усвідомленого вибору громадянами та поширюється відповідно до виборчого законодавства.

Особливо важливим є висвітлення різних точок зору та позицій політиків на певну проблему.

Надання переваги одним політикам та обмеження у доступі іншим є неприпустимим. Усі політики є рівними в очах журналіста.

Журналісти під час виборчого процесу залишають свої політичні преференції поза межами роботи.

Умисне спотворення інформації та створення негативного іміджу для певного кандидата є неприпустимим.

2.12. Реклама та спонсорство.

Вимоги до реклами та спонсорства в Телекомпанії визначаються положеннями закону України «Про рекламу», а також:

- реклама повинна бути якомога точною, достовірною, не завдавати шкоди телеглядачам;
- реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції;
- реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності;
- реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди.

2.13. Недопущення прихованої реклами.

Професійна чесність не дозволяє журналісту приймати будь-які блага від зацікавлених осіб, для поширення інформації на користь цих осіб.

Подарунки, послуги, безкоштовні поїздки, особливий прийом чи привілеї можуть компрометувати моральну чистоту журналістів та Телекомпанії, тому журналіст не повинен приймати подарунки та послуги.

Журналісти не повинні подавати інформацію в передачах про особу чи товар, якщо вона подається з метою реклами та не відповідає суті передачі.

3. Правила відбору та подання інформації.

3.1. Інформаційні передачі не можуть розповісти про всі події, які відбуваються в Україні та поза її межами, тому важливо дотримуватися чітких правил відбору та подання інформації. Телекомпанія прагне, аби до її передач потрапляла лише справді важлива, корисна та цікава глядачеві інформація.

3.2. Масштаб події.

Телекомпанія повідомляє насамперед про теми та події, які можуть зацікавити аудиторію Телекомпанії, зокрема:

- зміни у соціальній, економічній та екологічній ситуації в регіоні, країні;
- зміни у соціальній та економічній ситуації в регіоні, в окремих місцевостях, в країні в цілому;
- події культурного життя, які мають резонанс;
- події, що мають суттєвий вплив на імідж України в світі;
- дії, заяви та конфлікти за участю президента, Верховної Ради, уряду, інших органів центральної влади;
- дії, заяви та конфлікти за участю органів регіонального та місцевого самоврядування;

- дії, значимі заяви та конфлікти за участю політичних партій, представлених у Верховній Раді;
- серйозні аварії на великих підприємствах, електростанціях, шахтах;
- стихійні лиха;
- загибель громадських діячів і державних службовців високого рівня; масові акції протесту, громадянської непокорності, громадські заворушення та заколоти;
- події з ознаками терористичних актів;
- резонансні злочини та перебіг їхнього розслідування.

Відповідність події зазначеним критеріям визначає безпосередній керівник відповідного підрозділу Телекомпанії, а в разі виникнення спірних питань - головний редактор Телекомпанії.

3.3. Соціальна орієнтованість

Телекомпанія віддає перевагу подіям і темам, які зачіпають якнайширше коло глядачів - насамперед соціальним. Зміни в становленні великих суспільних верств для журналіста є важливішими за події навколо конкретних персон, підприємств чи організацій. Водночас, журналіста цікавлять і такі події, якщо вони ілюструють більш широкі тенденції суспільного життя.

В центрі уваги журналіста є проблеми пересічних громадян, які часто не мають інших можливостей привернути до них увагу громадськості.

Принцип соціальної орієнтованості вимагає, щоб інформація надавалася у доступному для більшості глядачів вигляді. Повідомлення повинні бути максимально ілюстративними, а цифрові показники - підкріплюватися зрозумілими схемами та графіками.

3.4. Особливу увагу журналіст приділяє темам і подіям, пов'язаним із правозахисною діяльністю та боротьбою проти дискримінації людей за національними, мовними, конфесійними, расовими чи статевими ознаками або за політичними переконаннями.

3.5. «Географічні» пріоритети.

Журналіст віддає перевагу подіям і темам, які ближчі нашим глядачам. За рівних інших умов ми дотримуємося наступної ієрархії уваги - події в Маріуполі, Донецькій області, Україні, в Європі, в країнах-сусідах, в «гарячих точках» (насамперед тих, де перебувають або можуть перебувати українські громадяни) в країнах, які мають найбільший вплив на світову економіку і політику (США, Китай, Індія), в інших країнах.

3.6. Гострота.

Журналіст віддає перевагу «найгострішим» проблемам - які є найболючішими для наших глядачів, або ж потребують якнайшвидшого вирішення.

Відповідає за визначення «найгостріших» тем головний продюсер та головний редактор випуску (керівник передачі).

3.7. Прагнення ексклюзивності.

Журналіст віддає перевагу ексклюзивним матеріалам та матеріалам, підготовленим за ініціативою і безпосередньою участю співробітників Телекомпанії. В ефірі каналу немає місця новинним сюжетам, які підготовлені сторонніми людьми, якщо мова не йде про пряме замовлення Телекомпанії. Одним з головних напрямків роботи Телекомпанії є розширення власної кореспондентської мережі та постійне професійне вдосконалення співробітників.

Телекомпанія прагне бути першою у висвітленні подій і тем, які цікавлять широку глядацьку аудиторію.

3.8. Багатовимірність.

Журналіст намагається демонструвати події у розвитку. Повідомивши про подію або конфлікт, журналіст прагне спостерігати за діями його учасників і надалі.

У будь-якій новині журналіст звертає увагу не лише на сам факт, але й на його внутрішню динаміку. При цьому бажано, щоб глядачі отримали можливість подивитися на подію з різних боків.

3.9. Вільний пошук.

Тематичні пріоритети в роботі не означають обмеження вільного пошуку для журналістів і редакторів. Заохочуються дослідження на будь-які теми, якщо на це є вмотивовані редакційні причини, і відповідні матеріальні ресурси. При цьому дослідження має бути сумлінним і відповідати професійним стандартам.

3.10. Зворотний зв'язок.

Телекомпанія працює для глядачів і прислухається до їхніх думок, зауважень і побажань, намагаючись використати слушні пропозиції у своїй роботі.

Заохочуються різні форми спілкування з глядачами - від особистих розмов до інтерактивних опитувань, а також використання результатів таких опитувань в інформаційних передачах Телекомпанії.

3.11. Надзвичайні ситуації (НП).

Журналіст повідомляє про всі надзвичайні ситуації, які можуть загрожувати життю, здоров'ю або ж добробуту значної кількості українських громадян. При цьому головна увага має приділятися викладенню достовірної інформації про події, потенційні загрози, зусилля, які докладаються для подолання НП, мінімізації їхніх наслідків та допомоги постраждалим.

Важливими є також історичний контекст та думки незалежних компетентних експертів.

При висвітленні надзвичайних ситуацій ціна будь-якої помилки є надзвичайно високою. Ухвалюючи рішення про відрядження співробітників Телекомпанії на місце НП, головний редактор обов'язково має враховувати їхній досвід, професійну та фізичну підготовку.

Особливі вимоги висуваються і до тих, хто обробляє інформацію, отриману з місця НП, та відповідає за її появу в ефірі. Неприпустиме зловживання показом кадрів болю, страждань чи смерті та інших відеоматеріалів, які можуть шокувати глядачів. Повідомлення про надзвичайні ситуації не може ілюструватися архівними відеоматеріалами.

3.12. Повідомлення з регіонів.

Телекомпанія прагне в своїх інформаційних передачах повідомляти про всі важливі, корисні та цікаві для своєї аудиторії події в інших регіонах України.

Головний критерій відбору інформації з місць - або ця інформація є типовою для всієї України, або навпаки - настільки неординарною, що вже цим може викликати зацікавлення глядачів, що мешкають в регіоні.

При висвітленні тем, які стосуються кількох регіонів або усіх регіонів загалом, інформація має бути максимально повною, аби у глядача не складалося відчуття дискримінації або упередженості.

3.13. Міжнародна інформація

Журналіст прагне повідомляти про найважливіші, найкорисніші та найцікавіші для аудиторії міжнародні події. До таких подій журналіст, насамперед, відносить:

- події, які впливають або можуть вплинути на загальний стан світової політики чи економіки;
- найважливіші політичні та економічні події в країнах-сусідах України;
- найважливіші політичні та економічні події в європейських країнах та країнах, які є світовими лідерами;
- найважливіші події у зонах збройних конфліктів, та інших "гарячих точках",- в першу чергу тих, де перебувають громадяни України;
- заколоти, державні та військові перевороти;
- терористичні акти і найрезонансніші злочини;
- стихійні лиха та техногенні катастрофи, які призвели до численних жертв - особливо, якщо серед жертв були громадяни України;
- визначні наукові досягнення та відкриття, повідомлення про розробки та запровадження нових технологій;
- найважливіші події культурного життя.

При цьому журналіст прагне отримати ексклюзивну інформацію, використовуючи можливості відрядження, та у майбутньому, закордонних кореспондентських пунктів Телекомпанії.

3.14. Персоналії.

Головний критерій вибору персоналії для участі в інформаційних передачах - причетність до події, явищ і процесів, про які йдеться, компетентність і цікавість особи для глядача.

3.15. Політичні партії.

Журналісти не підтримують жодну політичну партію, блок чи об'єднання партій. До жодної з партій журналісти не ставляться упереджено.

З особливою прискіпливістю має дотримуватися баланс в подачі інформації і, по можливості, - надаватися слово неупередженим компетентним експертам.

3.16. Коректність у висловлюваннях щодо конкретних осіб, організацій та суспільних груп.

У своїх повідомленнях журналісти прагнуть бути коректними щодо конкретних осіб, організацій та суспільних груп. Журналісти прагнуть уникати назв і визначень, які можуть сприйматися як образливі або такі, що дискримінують, по можливості користуючись самоназвами. Журналісти намагаються уникати використання громадських стереотипів та упереджень. Журналісти прагнуть зробити усе можливе, аби повідомлення в інформаційних передачах Телекомпанії не сприймалися як такі, що зміцнюють соціальні бар'єри та упередження або заохочують дискримінацію.

У повідомленнях про злочини та події, що можуть знеславити їхніх учасників, журналісти не наголошують на національній, расовій чи конфесійній належності персонажів, а також їхній належності до політичних партій чи громадських організацій, якщо це не стосується безпосередньо суті події.

3.17. Коректне використання даних статистики і результатів опитувань громадської думки.

В передачах Телекомпанії використовуються статистичні дані, отримані з офіційних джерел - Держкомстату України та відповідних міжнародних інституцій, а також всіх доступних легітимних джерел. Посилання на джерело інформації обов'язкове.

Використання кількісних оцінок має бути максимально обережним. В разі, якщо це справді важлива інформація, бажано отримати її з кількох джерел і подавати із зазначенням, чи є це власна інформація, отримана від журналіста Телекомпанії, чи це дані офіційних установ (із зазначенням установи) чи це, наприклад, дані організаторів акції (якщо йдеться про кількість учасників демонстрації чи мітингу).

Журналіст повідомляє результати лише тих опитувань громадської думки, які проводяться відомими і авторитетними соціологічними службами, визнаними Соціологічною асоціацією України або відповідними міжнародними організаціями. Повідомлення має містити назву компанії, яка проводила дослідження, кількість опитаних, дату опитування, похибку та точне формулювання запитань - у письмовому або усному викладі.

Інтерактивне або комп'ютерне голосування не є опитуванням громадської думки і не може видаватися за соціологічне дослідження. Будь-яке повідомлення про таке голосування має супроводжуватися попередженням, що його результати не є репрезентативним і не відображають громадську думку в цілому.

Опитування на вулиці - так зване vox populi - не має нічого спільного з соціологічним дослідженням і може використовуватися лише як доповнення до повідомлення. Неприпустимо використовувати vox populi, як аргумент на користь того, яка думка переважає серед громадськості. В разі, якщо учасники опитування на вулиці відповідають на запитання, протилежні за змістом відповіді мають бути представлені в передачі у приблизно рівній пропорції.

3.18. Коректне використання архівного матеріалу.

Архівний матеріал використовується журналістом насамперед для ілюстрування типових подій або подій у розвитку, і лише таким чином, щоб у глядачів не склалося спотвореного уявлення про ілюстровану подію. В разі, якщо йдеться про події та людей, яких легко впізнати, повідомлення має містити застереження про дату зйомки архівного матеріалу.

3.19. Пріоритет «прямої мови».

В інтересах точності і достовірності журналіст прагне, по можливості, використовувати в повідомленнях безпосередні висловлювання учасників подій та експертів (синхроні). При цьому використання «прямої мови» має бути коректним - слова не повинні свідомо вириватися з контексту, а в разі явної «обмовки» - вона не має видаватися за справжню думку промовця.

Водночас, журналіст уникає використання в повідомленнях образливих висловлювань безпосередніх учасників подій. В разі, якщо йдеться про прямий ефір, образливі висловлювання або поведінка не має заохочуватися, а в разі небажання учасника передачі поводитися відповідно до правил - твердо припинятися.

3.20. Стиль викладу.

Емоційно зафарбована лексика в інформаційних передачах Телекомпанії використовується лише для того, щоб більш точно передати суть події, її атмосферу та контекст. При цьому особливо ретельно мають дотримуватися вимоги щодо точності, достовірності, неупередженості і збалансованості.

У повідомленнях журналіст уникає зайвого пафосу та прийомів, які можуть сприйматися як рекламні або пропагандистські.

3.21. Помилки.

Журналісти роблять все можливе, щоб уникати помилок та розповсюдження недостовірної інформації. Але якщо Телекомпанія допустилася помилки - вона прагне її якнайшвидше виправити.

Відповідальність за помилки несе журналіст та безпосередній керівник відповідного підрозділу, за виключенням, коли помилка була здійснена під час трансляції передачі (сюжету) наживо.

4. Журналісти та творчий колектив Телекомпанії.

4.1. Права журналіста.

Журналіст має право:

- брати участь у зборах творчого колективу Телекомпанії,
- вносити пропозиції щодо розгляду питань на зборах творчого колективу Телекомпанії;
- пропонувати кандидатури до складу Редакційної ради Телекомпанії;
- бути обраним до її складу Редакційної ради Телекомпанії;
- звертатися до Редакційної ради Телекомпанії щодо порушень прав журналістів, вимог щодо заборони цензури і втручання у творчу діяльність Телекомпанії, порушень цього Статуту.

4.2. Права творчого колективу Телекомпанії.

Творчий колектив Телекомпанії складається з журналістів.

Творчий колектив Телекомпанії має право відстоювати інтереси журналістів та здійснювати контроль за дотриманням їхніх прав, вимог щодо заборони цензури і втручання у творчу діяльність Телекомпанії.

4.3. Збори творчого колективу Телекомпанії.

У Зборах творчого колективу мають право брати участь усі журналісти.

Збори творчого колективу є повноважними, якщо у них приймає участь не менше 1/3 журналістів Телекомпанії.

Збори творчого колективу обирають половину складу Редакційної ради. Рішення зборів оформлюється протоколом.

При прийнятті Зборами творчого колективу рішень вони вважаються прийнятими, якщо за рішення проголосує проста більшість журналістів, присутніх на Зборах творчого колективу.

Допускається прийняття рішення методом опитування шляхом електронного голосування. У цьому разі проекти запропонованих рішень або питання для голосування надсилаються представникам Творчого колективу, які повинні у письмовій електронній формі (використовуючи корпоративну або власну електронну пошту скриньку) сповістити про свою думку із зазначених питань протягом 3 (трьох) робочих днів після їх отримання. Після завершення електронного голосування представники Творчого колективу повинні бути проінформовані у письмовій формі про прийняте рішення. Усі рішення, прийняті методом письмового опитування/електронного голосування, прирівнюються до рішень, прийнятих на Зборах творчого колективу.

Порядок прийняття рішень методом опитування та необхідна для цього кількість голосів встановлюються відповідно до абзацу 4 п.4.3. даного Статуту. Рішення Зборів творчого колективу, прийняті методом опитування/електронного голосування, оформлюються протоколом Зборів творчого колективу.

5. Редакційна рада Телекомпанії.

5.1. Статус Редакційної ради. Редакційна рада є постійно діючим органом управління Телекомпанії. Редакційна рада є спеціальним наглядовим органом Телекомпанії.

5.2. Склад Редакційної ради.

Редакційна рада складається з 4 Членів.

Членами Редакційної ради можуть бути: журналісти Телекомпанії, інші працівники Телекомпанії, та представники учасників Телекомпанії.

Члени Редакційної ради обирають зі свого складу Голову Редакційної ради. Члени Редакційної ради працюють на громадських засадах.

5.3. Порядок утворення та строк повноважень Редакційної ради.

Редакційна рада утворюється шляхом призначення та обрання Членів Редакційної ради.

Половина складу Редакційної ради призначається Загальними зборами учасників Телекомпанії, в порядку, встановленому Статутом Телекомпанії.

Інша половина складу Редакційної ради обирається Зборами творчого колективу Телекомпанії.

Редакційна рада обирається/призначається строком на 5 років. У випадку закінчення строку повноважень та не призначення/не обрання нового складу, Редакційна рада продовжує свою діяльність на період до призначення/обрання нового складу.

5.4. Повноваження Редакційної ради.

Редакційна рада є повноважною, за умови призначення/обрання половини складу.

Редакційна рада здійснює контроль за дотриманням журналістами вимог цього Статуту.

Редакційна рада здійснює контроль за дотриманням прав журналістів, вимог щодо заборони цензури та втручання у творчу діяльність Телекомпанії.

Редакційна рада розглядає та вирішує спірні питання стосовно дотримання вимог до створення та поширення інформації між журналістом та керівником відповідного підрозділу. Рішення Редакційної ради мають рекомендаційний характер, остаточне рішення стосовно спірного питання приймається керівництвом Телекомпанії.

Редакційна рада здійснює внесення на розгляд органів управління Телекомпанії питання про порушення окремими особами Телекомпанії цього Статуту та/або вимог законодавства щодо прав журналістів, заборони цензури і втручання у творчу діяльність Телекомпанії.

Редакційна рада здійснює внесення на розгляд органів управління Телекомпанії питання про призначення службового розслідування в разі підтвердження наявності зазначених порушень.

5.5. Порядок діяльності Редакційної ради.

Засідання Редакційної ради є повноважним, якщо у ньому бере участь половина Членів Редакційної ради від складу Редакційної ради визначеного цим Статутом.

Засідання Редакційної ради скликаються Головою Редакційної ради, або не менше як 2 (двома) Членами Редакційної ради.

Голова Редакційної ради веде засідання Редакційної ради, а у випадку його відсутності, зі складу Редакційної ради обирається головуєчий на засіданні.

Усі рішення Редакційна рада приймає на своїх засіданнях, шляхом голосування. Рішення вважається прийнятним, якщо за нього проголосувала половина Членів Редакційної ради від складу Редакційної ради визначеного цим Статутом.

5.6. Члени Редакційної ради.

Члени Редакційної (далі - «Члени») ради беруть участь у засіданнях та прийнятті рішень Редакційною радою.

Повноваження Членів розпочинаються з моменту прийняття рішення про їх обрання Зборами творчого колективу, або прийняття рішення про їх призначення Загальними зборами учасників Телекомпанії.

Повноваження Члена припиняються:

- у разі складання з себе повноважень;
- у разі прийняття Зборами творчого колективу рішення про відкликання Члена, який обраний Зборами творчого колективу;
- у разі прийняття Загальними зборами учасників Телекомпанії рішення про відкликання Члена, який ним призначений.

В разі розірвання трудових відносин між Членом Редакційної ради, який був обраний Зборами творчого колективу, та Телекомпанією, повноваження такого Члена Редакційної ради вважаються призупиненими, а саме такий Член Редакційної ради не має права брати участь у засіданнях Редакційної ради, не має права виносити на розгляд Редакційної ради питання для обговорення, не має права брати участь у прийнятті рішень Редакційною радою, а також обмежується реалізація Членом Редакційної ради інших прав, передбачених даним Статутом.

5.7. Повноваження такого Члена Редакційної ради, трудові правовідносини якого з Телекомпанією були розірвані, припиняються після прийняття рішення про його відкликання Зборами творчого колективу або Загальними зборами учасників Телекомпанії (в залежності від того, яким органом його було обрано чи призначено).

5.8. Голова Редакційної ради.

Голова Редакційної ради обирається Членами зі складу Ради. Голова Редакційної ради веде Засідання Редакційної ради.

Голова Редакційної Ради представляє Редакційну Раду у відносинах з Телекомпанією, органами державної влади, а також з іншими фізичними та юридичними особами.

6. Прикінцеві положення.

6.1. Цей Статут, а також зміни та доповнення до нього, затверджуються Загальними зборами учасників Товариства відповідно до п.14.3.49 Статуту Товариства.

6.2. Затверджений Статут, зміни та доповнення до нього, оприлюднюються шляхом їх розміщення на ІНТЕРНЕТ сторінці Телекомпанії.

6.3. Копія Статуту, змін та доповнень, надсилаються до Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення протягом семи днів з моменту їх затвердження.