

Компанія «Нью-Йорк Таймс»

Питання етики в журналістиці

Компанія «Нью-Йорк Таймс»
Питання етики в журналістиці
(Пер. С.Дьома)

Здійснено в рамках проекту за підтримки Фонду розвитку українських ЗМІ Посольства США в Україні. Погляди авторів не обов'язково збігаються з офіційною позицією уряду США. / Supported by the Media Development Fund program of the U.S. Embassy in Ukraine. The views of the authors do not necessarily reflect the official position of the U.S. Government

Політика компанії «Нью-Йорк Таймс» щодо питань етики в журналістиці

Співробітники, що є представниками гільдії, натисніть сюди

- [Вступне слово та мета компанії](#)
- [Рамки цієї політики](#)
- [Характер цієї політики](#)
- [Інші норми поведінки](#)

Розділ А. На роботі

- [A1. Наші зобов'язання перед аудиторією](#)
- [A2. Як ми збираємо інформацію про події](#)
 - ✓ [Дотримання принципів неупередженості](#)
 - ✓ [Діяльність згідно з законом](#)
 - ✓ [Сплата за себе під час виконання службових обов'язків](#)
 - ✓ [Відносини з конкурентами](#)
- [A3. На захисті нашого нейтралітету](#)
 - ✓ [Уникнення ролі радника](#)
 - ✓ [Участь у змаганнях та конкурсах](#)
 - ✓ [Заборона співпраці та надання відгуків](#)
- [A4. Застереження щодо публічних виступів](#)
 - ✓ [Обмеження щодо розміру гонорару промовця](#)
- [A5. Правила для окремих відділів](#)
 - ✓ [Відділ спорту](#)
 - ✓ [Відділ культури та розваг](#)
 - ✓ [Відділ туризму](#)
- [A6. Зобов'язання співробітників перед нашою компанією](#)
 - ✓ [Виступи від імені компанії](#)
 - ✓ [Правила поводження із позиченим обладнанням](#)
- [A7. Рекламодавці та бізнес](#)

Розділ Б. Поза роботою

- [B1. Участь у житті суспільства](#)
 - ✓ [Голосування, підтримка кампаній та питання громадського характеру](#)
 - ✓ [На службі у суспільства](#)
- [B2. Уникнення конфліктів через родинні відносини](#)
- [B3. Попередження фінансових конфліктів](#)
 - ✓ [Підтвердження дотримання правил](#)
 - ✓ [Уникнення бізнес-конфліктів](#)
- [B4. Робота за сумісництвом та виступи на каналах телерадіомовлення](#)
 - ✓ [Організація роботи за сумісництвом](#)
- [B5. Веб-сторінки та веб-журнали](#)

- [Б6. Написання книжок та права на використання наших матеріалів](#)

Розділ В. Позаштатні автори

Вступне слово та мета компанії

1. Основною метою компанії «Нью-Йорк Таймс» є «вдосконалення /посилення/сприяння розвитку суспільства за допомогою створення, збору та поширення високоякісних новин, інформації та розважального контенту». Виконанню цього принципу приділено центральне місце у наших підрозділах новин та інформаційних підрозділах, що підкреслюється Першим з наших Основних Принципів: «Цілісна інформація найвищої якості: Це є основною складовою нашої репутації та засобом, за допомогою якого ми виконуємо свій обов'язок перед суспільством та виправдовуємо очікування нашої аудиторії».

2. На рівні компанії наша мета полягає в неупередженому висвітленні подій та чесному і відкритому ставленні до наших читачів, джерел інформації, рекламодавців та всіх представників суспільства, а також у тому, щоб саме такою компанією нас сприймало суспільство. На цьому сприйнятті базується як репутація нашої компанії, так і професійна репутація наших співробітників. Тому і компанія, і її окремі підрозділи, і співробітники відділів новин та редакційних відділів дотримуються політики запобігання конфліктам інтересів або ймовірності виникнення конфліктів.

3. Конфлікти інтересів, реальні чи ймовірні, можуть виникати в багатьох сферах. Вони можуть виникати через суперечність професійних обов'язків журналіста із його стосунками із джерелами інформації, групами із захисту інтересів, рекламодавцями, конкурентами чи колегами; вони також можуть виникати через відносини журналіста з компанією чи одним з її підрозділів. У наш час, коли нормою вважається те, що кожен із подружжя займається своєю кар'єрою, громадська та професійна діяльність чоловіка або дружини, членів родини та інших родичів може призвести до конфлікту або ймовірності його виникнення.

4. Дотримуючись затверджених зобов'язань, згідно з Першою Поправкою, наша компанія прагне дотримуватися високих стандартів журналістської етики. Ми впевнені, що наші співробітники поділяють це прагнення. Компанія та її підрозділи також визнають право їхніх співробітників вільно займатися творчістю, провадити громадську та особисту діяльність та отримувати додатковий дохід за межами нашої організації. Однак, перш ніж почати таку зовнішню діяльність, наші співробітники мають оцінити її зріло та професійно, і врахувати той факт, що добре ім'я нашої компанії та її відділів новин залежить від кожного з нас.

- [BacktoTop](#)

Рамки цієї політики

1. Ці керівні принципи поширюються, загалом, на всіх співробітників наших відділів новин та редакційних відділів, робота яких безпосередньо впливає на наповнення газети та її репутацію, зокрема, на співробітників, що перебувають у відпустці. До групи таких співробітників належать: автори, репортери, оглядачі, редактори, продюсери, автори редакційних статей, фотографи, фоторедактори, художні редактори, художники, дизайнери, графічні редактори та дослідники/наукові співробітники. До складу цієї групи також зараховано співробітників інформаційної служби та відділу передплати, технічний

персонал служби трансляції та онлайн операцій – тією мірою, якою ці співробітники можуть планувати, створювати, транслювати та забезпечувати контроль за новинами чи редакційними матеріалами. Усю цю групу професійних журналістів у цьому документі названо словом «персонал» або «співробітники».

2. Ці керівні принципи спрямовані на захист не лише наших журналістів, а й нашої журналістики загалом. Саме тому, положення, що обмежують політичну активність чи вияв політичних симпатій, також стосуються видавців та людей на відповідних посадах у службі трансляції та онлайн-операцій – тобто керівників, яким безпосередньо підпорядковуються головні редактори новин та співробітники редакційних відділів. Ці положення детально викладено нижче, у Параграфі 88.

3. За рішенням керівництва кожного з наших відділів новин та редакційних відділів, ці керівні принципи професійних журналістів можуть також поширюватися на клерків підрозділів новин, помічників з адміністративних питань, секретарів та інших співробітників служб підтримки, робота яких може впливати на наповнення газети. Однак, незалежно від того, чи вважають необхідним керівники відділів новин поширення цих керівних принципів на співробітників служб підтримки, ці співробітники мають керуватися двома основними положеннями:

- по-перше, жоден співробітник відділів новин та редакційних відділів не має права використовувати неpubлічну інформацію, що була отримана ним на роботі, задля особистої вигоди; він також не може використовувати свою причетність до нашої інформаційної компанії, щоб отримувати пільги або привілеї.
- по-друге, жоден співробітник не може робити нічого, що може зашкодити репутації наших співробітників, що відомі своїм суворим дотриманням нейтралітету у питаннях висвітленні політики та уряду, зокрема, ніхто з співробітників не має права носити будь-які значки або інші ознаки політичної прихильності під час виконання роботи.

1. У наших контрактах із позаштатними авторами є вимога уникати конфлікту інтересів, реального чи ймовірного. Дотримуючись цього положення, автори мають з повагою ставитися до цих принципів під час виконання завдань компанії «Таймс», як зазначено у Розділі В нижче. Так само ті, хто готує телевізійні передачі чи онлайн контент, що матиме ім'я нашої компанії чи розповсюджуватиметься через наші канали, мають дотримуватися положень цього документа під час роботи над такими проектами.
2. У кожному офісі нашої компанії керівництво відділів новин має отримати юридичні висновки щодо будь-яких статутів, які можуть обмежити виконання цих керівних принципів. Керівництво відділів, співробітники яких працюють згідно з колективними угодами із Гільдією газетних співробітників, отримує юридичні висновки щодо будь-яких обмежень, що можуть бути зумовлені цими угодами.

- [BacktoTop](#)

Характер цієї політики

1. Наша головна мета полягає в захисті неупередженості та нейтралітету відділів новин компанії та дотриманні цілісного підходу у викладенні інформації. У багатьох випадках просте слідування цій меті із дотриманням здорового глузду і буде провідником, що вказує етично вірний курс. У разі виникнення спірних моментів відповідь часто є очевидною: достатньо просто запитати себе про те, чи може певний спосіб дій зашкодити репутації компанії, щоб зрозуміти, чи є ці дії доречними.

2. Ми очікуємо, що кожен співробітник прочитає ці правила уважно та подумає про те, як він може застосовувати їх у своїй роботі. Незнання цих положень не може бути виправданням у разі їх порушення, навпаки, це є обтяжуючим фактором при порушенні. Положення, що представлені тут, викладають принципи поведінки в широкому значенні та наводять деякі приклади. Однак жоден письмовий документ не може передбачити всі можливі ситуації. Тому ми очікуємо, що в разі сумнівів щодо конкретної ситуації або можливості, що визначені цим набором правил, наші співробітники звертатимуться за порадою до своїх локальних керівників відділів новин. У більшості випадків всі питання можуть бути вирішені за допомогою електронної пошти.

3. Компанія та її підрозділи не мають сумнівів, що їхні співробітники поділяють цінності, які ці керівні принципи мають захищати. У минулому всі спори щодо реалізації цих цінностей зазвичай вирішувалися у доброзичливій формі, шляхом дискусії. Компанія має всі підстави вважати, що так відбуватиметься й надалі. Проте будь-яке навмисне порушення цих правил компанія вважатиме серйозним злочином, що може призвести до дисциплінарних заходів стосовно порушника, зокрема можливе звільнення, відповідно до умов будь-якої чинної колективної угоди.

4. Цей документ не є вичерпною компіляцією всіх ситуацій, які можуть призвести до фактичного або ймовірного конфлікту інтересів. Він не виключає того, що деякі ситуації або питання можуть бути причиною виникнення конфліктів лише тому, що такі випадки не були однозначно висвітлені в цьому документі. Цей документ чи якийсь конкретне положення його також не є аналогом трудової угоди, обов'язкової, чи тою, що припускається, компанії з особою, до якої положення цих керівних принципів застосовуються. Компанія залишає за собою право час від часу змінювати чи розширяти ці керівні принципи на власний розсуд.

5. Право тлумачити та застосовувати ці керівні принципи має кожний керівник департаменту новин та редакційного департаменту компанії. Цей обов'язок може бути делеговано їхнім безпосереднім заступникам, але керівники відділу новин надалі залишаються відповідальними за рішення, що були прийняті від їхнього імені.

- [BacktoTop](#)

Інші норми поведінки

1. Цей документ охоплює основні норми журналістської поведінки, доречні в нашій компанії. Наші робочі підрозділи мають право ввести додаткові чи деталізувати наявні принципи, наприклад, створити спеціальні норми та практики для мереж, з якими пов'язані наші станції телерадіомовлення, або правила для репортерів щодо використання невстановлених джерел, що мають деякі газети. У разі конфлікту принципів має застосовуватися принцип більш високого рівня.

2. Як співробітники компанії «Таймс» та її підрозділів, у взаємодії з колегами, а також, у нашій роботі ми дотримуємося Правил дорожнього руху, що є самоочевидною нормою поведінки. Екземпляри цих правил можна отримати у керівництва кожного підрозділу. Ці правила також доступні онлайн, на нашій сторінці [Mission&Values](#), разом із викладенням допоміжних принципів. Ми також підтримуємо політику компанії щодо захисту від переслідування та використання комп'ютерів та цифрового зв'язку. Основні засади цієї політики викладено на сторінці [business ethics](#) цього сайта.

- [BacktoTop](#)

A. На роботі

A1. Наші зобов'язання перед аудиторією

1. Як журналісти, ми максимально чесно й відкрито ставимося до наших читачів, глядачів, слухачів та онлайн користувачів. Незалежно від каналу мовлення ми, мірою своїх можливостей, повідомляємо нашій аудиторії повну, неприкрашену правду. Ми відкрито виправляємо свої помилки щойно дізнаємося про них. Ми не чекаємо, доки нас про це попросять. Ми оприлюднюємо спростування інформації на видноті, на відповідному місці газети або у відповідний проміжок часу ефіру.
2. І прилюдно, і приватно, ми ставимося до нашої аудиторії однаково чесно. Ми очікуємо, що кожен, хто має справи з нашою аудиторією, буде шанувати цей принцип, розуміючи, що в кінцевому розрахунку наші читачі та глядачі і є нашими роботодавцями. Правила ввічливості поширюються на будь-яку ситуацію, незалежно від того, як відбувається комунікація: особисто, телефоном, за допомогою пошти чи електронної пошти.
3. Усю отриману інформація ми використовуємо задля блага нашої аудиторії. Журналісти компанії «Таймс» чи журналісти, що працюють за завданням одного з її відділів новин, не можуть використовувати своє становище, щоб отримувати інформацію для будь-яких інших цілей.
4. Ті співробітники чи позаштатні автори, які займаються плагіатом, порушують основний договір з нашою аудиторією. Так само, як і ті, хто свідомо чи необачно надає для публікації неправдиву інформацію чи модифіковані зображення. Ми не потерпимо такої поведінки.

- [BacktoTop](#)

A2. Як ми збираємо інформацію про події

1. Ми чесно та професійно ставимося до джерел інформації. Ми уникаємо безцільного втручання в особисте життя людини. Ми не погрожуємо джерелам, які відмовляються від співпраці. Ми не обіцяємо виключно позитивне висвітлення теми в обмін на інформацію. Ми не платимо за інтерв'ю чи неопубліковані матеріали, бо такі дії стали б для джерел стимулом для фальсифікації інформації та поставили б під сумнів правдивість багатьох матеріалів, які ми публікуємо.
2. Наші співробітники або інші особи, що працюють за нашим завданням, мають називатися людям, про яких вони пишуть, але вони можуть не повідомляти своє ім'я та професію у випадку, якщо інформація, яка їм потрібна, перебуває у загальному доступі. Журналісти, які є співробітниками нашої компанії, не мають права видавати себе за когось іншого – наприклад, за поліцейського чи юриста.
3. Критики та інші автори, що готують критичні огляди видовищ, товарів та послуг, що пропонуються публіці, можуть не розкривати свою приналежність до преси, але вони не мають права видавати себе за когось іншого. Винятком є ресторанны критики, які можуть замовляти столик на вигадане ім'я, щоб уникнути особливого прийому. З тієї ж причини, ресторанны критики та автори, що пишуть про подорожі, мають приховувати свою приналежність.

Дотримання принципів неупередженості

1. Щоб запобігти виникненню чи можливості виникнення упередженості в стосунках із джерелами інформації, потрібно ретельно розглядати ситуацію та практикувати самоаналіз. Робота над поліпшенням стосунків із джерелами є важливою навичкою, і найкраще це вдається у неформальній обстановці та в неробочий час. Водночас, співробітники, особливо ті, хто працює за відповідною спеціалізацією, мають розуміти, що особисті стосунки із джерелами інформації можуть перерости у фаворитизм, явний або можливий. Редактори, у яких, зазвичай, широке коло знайомств, мають бути особливо пильними у проявах своєї прихильності. Враховуючи той факт, що друзі та сусіди також є особами, які поширюють інформацію, журналісти не мають надавати їм додаткового доступу до інформації та ставитися з більшим співчуттям, ніж до інших осіб. З практичних міркувань найкращим рішенням буде передання ведення справи з ними іншому співробітнику.

2. Хоча цю тему не може бути вписано в рамки жорстких правил, дуже важливо, щоб ми зберігали професійну неупередженість, без натяку на заангажованість. Співробітники можуть зустрічатися з джерелами інформації неформально, вживаючи разом їжу чи напої, але вони мають відчувати різницю між бізнесом, що регулюється законом, та дружбою. Наприклад, редактор відділу місцевих новин, який щотижня грає в гольф із членом міської ради, ризикує таким чином створити ситуацію потурання інтересам. Так само як і продюсер телевізійних новин, який проводить свої вихідні в компанії людей, історії яких ми висвітлюємо. Скрупульозність вимагає від нас час від часу оцінювати ситуацію зі сторони та перевіряти, чи не підійшли ми занадто близько до джерел інформації, з якими ми постійно маємо справи. Тестом на відсутність фаворитизму є здатність підтримувати хороші робочі стосунки з усіма сторонами спору.

3. Романтичні стосунки з джерелами інформації можуть створити та, ймовірно, створюють ситуацію упередженості. Якщо у співробітника виникли близькі стосунки з особами, які, ймовірно, фігуруватимуть у наших матеріалах, які він або вона готує чи контролює, він має повідомити про ці стосунки у приватному порядку відповідальному керівнику відділу новин. У деяких випадках цього буде достатньо. В інших випадках, однак, співробітнику, можливо, доведеться відмовитися від роботи над деякими матеріалами. Іноді для такого співробітника може бути змінено завдання або спеціалізацію.

Діяльність згідно із законом

1. Наші співробітники та інші особи, що працюють за нашим завданням, під час збору інформації мають діяти згідно з законом. Вони не мають права вриватися до будівлі, будинку, квартири чи офісу. Вони не мають права викрадати дані, документи чи інше майно, зокрема такі електронні форми власності як бази даних, повідомлення електронної пошти чи голосові повідомлення. Вони не можуть прослуховувати телефони, привласнювати комп'ютерні файли або втручатися в електронні джерела інформації у будь-який інший спосіб. У разі державного наказу чи директиви суду відкрити конфіденційне джерело інформації, журналісти мають проконсультуватися з керівниками відділів новин та юридичним відділом щодо застосування цього пункту принципів.

2. Журналісти, які отримали прес-карти, номерні знаки преси, дозвіл на паркування чи інші ідентифікаційні знаки від поліції та інших офіційних джерел, можуть використовувати їх лише для виконання своєї роботи. Співробітники, обов'язки яких не потребують використання спеціальних повноважень, мають повернути такі знаки.

3. Співробітники не можуть записувати приватні розмови без отримання на це попередньої згоди всіх учасників розмови. У тих юрисдикціях, де використання записів,

зроблених таємно, є законним, його може дозволити лише топ-менеджер відділу новин і лише після консультації з нашим юридичним відділом. За поодинокими винятками, ми не використовуємо прихованих камер; будь-який виняток із цього правила необхідно попередньо обговорити з топ-менеджером відділу новин та нашим юридичним відділом.

Сплата за себе під час виконання службових обов'язків

1. Коли ми, як журналісти, розважаємо джерела інформації (зокрема, державних посадових осіб) або подорожуємо з метою написати про них, наша компанія сплачує всі витрати. Іноді, в деяких бізнес-ситуаціях чи культурах, неможливо відмовитися від частування їжею чи напоями з боку джерела інформації (наприклад, в офіційній резиденції чи в приватній їдальні компанії). На практиці, однак, ми повинні уникати таких обставин та пропонувати таке місце для зустрічі за їжею, де ми змогли б самостійно оплатити свою частину рахунку (або, навіть краще, зустрічатися в місці, яке не передбачає вживання їжі). Прийнятним є частування звичайними закусками на прес-конференції, але співробітник не має відвідувати регулярних сніданків чи обідів, окрім випадків, коли їх оплачує компанія. Якщо зустрічі відбувається в ексклюзивному клубі чи щотижневому обіді коштом компанії, ми повинні самі сплачувати за себе.

2. Співробітники не можуть приймати часткову чи повну оплату своїх транспортних витрат чи проживання, за винятком особливих обставин, за яких вони не мають іншого вибору. Такі особливі обставини передбачають військові або наукові експедиції та інші подорожі, під час яких інші варіанти є непрактичними – наприклад, інтерв'ю на борту корпоративного літака, коли метою польоту є саме інтерв'ю. У разі виникнення таких особливих обставин журналіст має заздалегідь проконсультуватися із керівником відділу новин.

3. Якщо це дозволено місцевою політикою відділу новин, співробітники можуть приймати перепустки для преси або безкоштовні квитки, якщо їхнім завданням є огляд вистави, спортивної події або інших подібних заходів (наприклад, авто-шоу, сільськогосподарської ярмарки чи виставки квітів). Але ніхто, окрім журналіста на завданні, не має приймати безкоштовні квитки, навіть редактор відділу культури, кіно чи спорту. І навіть коли журналіст купує квитки у касі, він чи вона не може використовувати свою приналежність до нашої компанії задля отримання дефіцитних квитків, окрім випадків, коли огляд вистави має безпосереднє відношення до виконання його/її обов'язків.

Відносини з конкурентами

1. Ми завзято конкуруємо, однак ставимося до конкурентів чесно й відкрито. Ми не створюємо перешкод, щоб звести нанівець їх зусилля. Якщо ми використовуємо факти, що були викладені в репортажі іншої організації, ми вказуємо це.

2. Окрім випадків, коли існує домовленість висвітлення події пулом журналістів, наші співробітники не мають права приєднуватися до команд, що висвітлюють новини за завданням інших організацій (це можливо лише якщо їх робота є частиною спільного підприємства, що має належні повноваження), та не може отримувати від конкурентів винагороду за інформацію. Вони не можуть бути зазначені серед авторів/редакторів будь-якої публікації в іншій газеті чи на веб-сторінці іншої компанії (окрім випадків, коли ці публікації є непрофесійними, наприклад, лист релігійної громади, журнал випускників чи бюлетень клубу).

- [BacktoTop](#)

A3. На захисті нашого нейтралітету

1. Наші співробітники та автори, що працюють за нашим завданням, не можуть приймати нічого, що може видатися як оплата за сприятливе висвітлення чи запобігання несприятливому висвітленню. Вони не можуть приймати подарунки, квитки, знижки, відшкодування витрат чи інші привілеї від окремих осіб чи організацій, які є героями їхніх матеріалів (чи тих, які хотіли б ними бути). Подарунки необхідно повернути із ввічливим поясненням; товари, що швидко псуються, можуть бути передані на благодійні цілі, з повідомленням про це дарувальнику. У будь-якому разі, метою повідомлення є запобігання подальшому надсиланню дарунків.

2. Наші співробітники та автори, що працюють за нашим завданням, не можуть приймати запрошення на роботу чи будь-яку винагороду від окремих осіб чи організацій, що фігурують у матеріалах, які вони, ймовірно, надаватимуть, готуватимуть чи за якими здійснюватимуть нагляд. Виконавчий директор кожного відділу новин може дозволити розумні винятки з цього правила (наприклад, дозволяючи вчителю роботу за сумісництвом у якості редактора текстів).

3. Якщо це дозволяється місцевою політикою, журналісти можуть отримувати долю оплати за повторну публікацію, при цьому, однак, має бути встановлено ліміт суми оплати за повторне використання матеріалу з рекламною метою або з метою просування, для того, щоб запобігти можливості стимулювання сприятливого висвітлення. Частка оплати для журналіста за таку публікацію не має перевищувати 200 доларів за статтю.

4. Наші співробітники можуть приймати подарунки чи знижки, які доступні для широкої аудиторії. Зазвичай вони також можуть користуватися перевагами отримання корпоративних знижок, які наша компанія надає усім співробітникам (наприклад, корпоративні розцінки на прокат автомобілів). Журналісти можуть приймати безкоштовні перепустки до музеїв чи інші привілеї, які пропонують усім співробітникам завдяки тому, що компанія займається благодійною діяльністю. За кордоном, наші співробітники можуть приймати перепустки до музеїв або інші подібні скромні переваги, які мають журналісти як професійний клас, в рамках країни чи регіону.

5. Якщо це не визначено особливими умовами, запропонованими компанією «Нью-Йорк Таймс», або її дочірніми чи залежними компаніями, співробітники не мають права купувати акції первинного публічного розміщення через план «друзі та родина», якщо існує ймовірність виникнення конфлікту інтересів. Співробітники компанії не можуть приймати перерахування від брокерських фірм.

Уникнення ролі радника

1. Ситуація, в якій він виконує функції особи зі зв'язків з громадськістю, є для журналіста ситуацією внутрішнього конфлікту. Співробітники не можуть надавати рекомендації окремим особам чи організаціям щодо того, як успішно взаємодіяти із мас-медіа. Вони не можуть, наприклад, рекомендувати кандидатів на державні посади, писати чи редагувати річні звіти, або сприяти здійсненню програм спортивних команд.

2. Вони, звичайно, можуть надати пояснення щодо звичайної роботи відділу новин та направити стороннього відвідувача до відповідного редактора чи репортера. Вони можуть надати базові поради громадськості чи районним установам, таким, як школа, куди ходить їхня дитина, невеликий музей, місцева благодійна організація чи молитовний будинок.

3. Вони не повинні брати участі у воркшопах, присвячених темі зв'язків із громадськістю, які є платними чи передбачають привілейований доступ для представників преси, або в опитуваннях, які мають на меті дізнатися їхню думку про стосунки організації із мас-медіа чи про імідж організації очима громадськості. Але в окремих випадках вони можуть розповісти про процедури нашої компанії групам зі зв'язків із громадськістю, з метою поліпшення циркуляції відповідної інформації.

4. Співробітники не мають виступати у ролі авторів чи співавторів промов разом із особами чи групами, про яких вони, ймовірно, надаватимуть інформацію чи готуватимуть матеріал або здійснювати нагляд за підготовкою таких матеріалів. Вони не можуть приймати завдань від організацій, що підтримують якусь громадську програму.

5. Співробітники не можуть займатися консультуванням у сфері фінансів (це можливо лише у рамках написання статей за завданням). Вони не можуть управляти грошима інших осіб, надавати поради з інвестицій або надавати допомогу в роботі інвестиційної компанії будь-якого роду, незалежно від того, пропонується за таку діяльність оплата чи ні. Вони, однак, можуть допомагати членам своїх родин зі звичайним фінансовим плануванням та виступати у ролі розпорядників майна родичів та друзів або призначених судом опікунів.

Участь у змаганнях та конкурсах

1. Співробітники не можуть брати участі у місцевих, національних або міжнародних змаганнях, якщо спонсорами таких змагань є особи чи організації, які зацікавлені у висвітленні нами подій під певним кутом. Вони не можуть виступати у ролі суддів таких змагань чи отримувати нагороди. Типовими прикладами таких змагань є конкурси, що підтримують комерційні, політичні чи професійні асоціації, які оцінюють висвітлення їхніх справ у пресі. Старший керівник відділу новин може зробити виняток для змагань, що організують зазначені нижче корпоративні спонсори, якщо вони не мають вузької спеціалізації та оцінюються незалежно, журналістами чи незацікавленими громадськими діячами.

2. Співробітники можуть брати участь у змаганнях, якщо їх спонсорами виступають групи, учасниками яких є журналісти, або якщо учасники таких груп явно не зацікавлені в тому, яким чином ми висвітлюємо цю тему. Співробітники можуть виступати у ролі суддів таких змагань та отримувати в них нагороди. Наприклад, співробітник може взяти участь у змаганнях з висвітлення міжнародних справ, що спонсорує університет, але не приймати від групи адвокатиї нагороди за висвітлення теми охорони довкілля.

3. Керівництво кожного відділу новин має зберігати поточний список змагань, у яких дозволяється брати участь. Співробітник, який має бажання взяти участь у змаганнях, що не є в цьому списку, має проконсультуватися із відповідальним керівником відділу новин. Одним із визначальних факторів під час прийняття рішення щодо певного змагання є репутація спонсора цього заходу щодо прийняття рішень стосовно позиції рівності та незацікавленості сторін та готовність гідно сприймати негативне висвітлення. Якщо співробітник неочікувано виграв приз у змаганнях, які не відповідають зазначеним тут критеріям, він має відмовитися від нього, ввічливо пояснивши нашу політику.

4. Зазвичай наші співробітники можуть вільно приймати почесні звання/ступені, медалі та інші нагороди від коледжів, університетів та інших освітніх закладів. Ті, хто висвітлює теми вищої освіти чи контролює таке висвітлення, мають бути обачними у ситуаціях, що можуть призвести до потурання інтересам чи фаворитизму. Якщо така можливість існує, перш ніж приймати таку нагороду, співробітники мають, беззаперечно, звернутися за консультацією до керівництва відділу новин.

Заборона співпраці та надання відгуків

1. Наші співробітники та автори, що працюють за нашим завданням, не можуть бути учасниками проектів разом із особами чи організаціями, які можуть фігурувати в висвітлюваних ними матеріалах. Ця заборона, серед іншого, поширюється на спільне написання книжок, брошур, звітів, сценаріїв, партитур та інших матеріалів, включно зі створенням фотографій або художніх творів будь-якого роду.

2. Наші співробітники не можуть пропонувати підтримку або надання рекомендацій щодо книг, фільмів, телевізійних та інших програм, продуктів та підприємств. Вони також не можуть приймати підтримку або відгуки/рекомендації від осіб, які можуть фігурувати в їхніх журналістських матеріалах. Керівництво відділу новин може дозволити поодинокі винятки з цього правила (наприклад, у ситуації, коли співробітник став експертом у сфері, що не стосується його/її обов'язків).

- [BacktoTop](#)

Застереження щодо публічних виступів

1. Виступи перед публікою, громадою чи навчальними групами, можуть бути корисними для нашої компанії, бо вони допомагають громадськості краще розуміти нашу діяльність. Але перед тим, як виступати перед представниками зовнішньої групи, ми маємо упевнитися, що наш виступ не може створити реального чи ймовірного конфлікту інтересів чи підірвати довіру громадськості до неупередженості наших журналістів.

2. Виступаючи перед групами, які можуть фігурувати в їхніх журналістських матеріалах, співробітники мають бути обережними у проявах упередженості, особливо в ситуаціях, коли навколишня обстановка може сприяти тісному спілкуванню із групами спонсорів. Якщо це так, то перед тим, як пристати на таке запрошення, співробітник має проконсультуватися із керівництвом відділу новин. Зазвичай, редактор, який має справи з політичними компаніями, може вільно відвідати бібліотечні збори, але не має з'являтися перед групою громадськості, що підтримує певні питання чи кандидата. Аналогічно, якщо репортер із питань екології виступає перед садівницьким товариством, це вважається припустимим, але він не має з'являтися перед групою із захисту природи, що відома своїм впливом на громадську політику.

3. Щоб уникнути виникнення надмірної близькості до певних осіб/організацій, співробітники можуть приставати на запрошення виступити перед окремою компанією (наприклад, на виїзній нараді членів правління) або представниками певної галузі (наприклад, на зимовій зустрічі бейсбольних команд) лише після того, як керівництво відділу новин підтвердить, що такий виступ буде корисним та не підірве довіру громадськості до неупередженості нашої компанії. У такому разі компанія має сплатити всі витрати. Промовець, однак, не має приймати гонорару.

4. Співробітники не мають приставати на запрошення виступити від інших організацій, якщо такий виступ передбачає залучення клієнтів до події, основною метою якої є отримання прибутку.

Обмеження щодо розміру гонорару промовця

1. Якщо це відповідає місцевій політиці, співробітники, що виступають перед аудиторією, мають право приймати винагороду, гонорар, відшкодування витрат та безкоштовний проїзд лише від навчальних чи інших неприбуткових організацій, основною метою діяльності яких не є лобювання інтересів чи політична діяльність. Перш ніж приймати солідний

гонорар, співробітник має проконсультуватися із керівництвом відділу новин. Верхній ліміт гонорару має бути визначено локальним керівництвом.

2. Будь-який співробітник, що прийняв винагороду, гонорар або відшкодування витрат, має заповнити річну бухгалтерську звітність, під наглядом керівництва редакційного відділу. (У випадку, коли таким співробітником є керівник відділу новин, він має заповнити таку звітність під наглядом виконавчого директора бізнес-підрозділу). Кожен підрозділ може самостійно визначати верхню межу суми винагороди, без зарахування її до річної звітності. Гонорари, отримані в рамках виконання співробітником своїх прямих обов'язків, не вносять до такої звітності.

3. Якщо співробітник пише книгу і хоче у свій вільний час займатися її просуванням, він має зробити все, що від нього залежить, щоб його виступи перед публікою відповідали духу цих керівних принципів та не заважали нормальному виконанню його обов'язків. Якщо співробітник має сумніви щодо якогось виступу, він має проконсультуватися із керівництвом відділу новин. Під час виступів задля просування книги співробітнику дозволено приймати компенсацію певних витрат та приймати грошову винагороду. Незалежно від того, отримують співробітники винагороду за виступи та іншу діяльність за межами нашої компанії, чи ні, їхні виступи не повинні означати підтримку їхньої діяльності нашою компанією чи її підрозділом (окрім випадків, коли так і є). Співробітник має кожного разу чесно нагадувати аудиторії, що він або вона висловлює лише власні думки. Зобов'язання, що приймає на себе співробітник за межами компанії, не мають перешкоджати виконанню його прямих обов'язків. Отже, жоден співробітник не має заздалегідь планувати свої виступи, якщо він не отримав згоди на це з боку керівництва відділу новин.

- [BacktoTop](#)

A5. Правила для окремих відділів

Відділ спорту

1. Жоден співробітник спортивного відділу компанії не може робити ставки щодо результатів спортивних подій, окрім поодиноких випадків, коли такі ставки робляться зрідка, мають розважальний характер та виконуються у правовому полі.

2. Співробітники спортивного відділу не мають приймати квитки, відшкодування витрат на відрядження, оплату харчування, подарунки та інші привілеї від спортивних команд чи промоутерів. Винятком є оформлені належним чином перепустки для преси, задля висвітлення певних подій. (Керівництво відділу новин може, на свій розсуд, дозволяти журналістам приймати частування у вигляді легких закусок, що зазвичай пропонують журналістам у прес-зонах під час матчів).

3. Спортивні репортери, завданням яких є висвітлення гри, не можуть виступати як рефері.

Відділ культури та розваг

1. Співробітники, що висвітлюють події в сфері культури та розваг, мають особливий обов'язок – запобігати появі конфлікту інтересів, реального чи ймовірного. Висвітлення подій у сфері культури на національному чи місцевому рівні може вплинути на репутацію та комерційний успіх як позитивно, так і негативно. Тому наші критики та оглядачі мають етично та розважливо висловлюватися щодо театру, кіно, музики, мистецтва, танцю, публіцистики, моди, ресторанів, доносячи думку нашої редакції.

2. Репортери, оглядачі, критики та редактори відділів мистецтв жодним чином не повинні допомагати у розробці, продажу чи просуванні художніх, літературних та інших творчих проєктів. Вони можуть лише висвітлювати такі проєкти у своїх публікаціях. Вони не можуть представляти митців агентам, видавцям, продюсерам чи галеристам, не можуть представляти шеф-кухаря власнику ресторану чи дизайнера виробнику одягу. Вони мають утримуватися від надання коментарів, навіть неофіційних, щодо незавершеної роботи. Вони не можуть робити пропозиції чи висловлювати ідеї особам, що фігурують у їхніх журналістських матеріалах, вони не мають робити інвестицій у виробництво таких осіб. (Наприклад, ресторанный критики та редактори відповідних відділів не можуть інвестувати у ресторани.) Вони не можуть бути членами експертної комісії, бути у складі журі або інших груп, якщо їх організовано особами, які фігурують у матеріалах, що вони висвітлюють чи контролюють. Вони також не можуть отримувати нагороди від членів таких груп.

3. У ситуації, коли автори та редактори відділів мистецтв мають роботи, що становлять художню цінність (та можуть мати фінансовий інтерес до репутації митця) можливе виникнення питання щодо неупередженості критичних суджень та редакційних рішень. Тому співробітники, які колекціонують цінні арт-об'єкти (картини, фотографії, скульптури, вироби народних промислів тощо), мають щороку надавати керівництву редакційного відділу перелік своїх надбань та продажу. Якщо таким співробітником є виконавчий директор відділу новин, він має подати свій перелік виконавчому директору бізнес-підрозділу.

4. Наша компанія визнає, що серед її співробітників є талановиті особи, що пишуть книги, музику, п'єси, створюють скульптури, пишуть картини та проводять авторські вечори. Ми також визнаємо, що письменнику потрібен видавець, сценаристу – виробнича компанія, художнику – галерея. Однак такі відносини можуть призвести до ситуацій, що розцінюватимуть як фаворитизм. Тому співробітники, що перебувають у таких відносинах, мають повідомити про них керівництву відділу новин. Такі співробітники можуть також бути усунені від підготовки матеріалів про осіб, з якими вони мають домовленості, якщо це є доречним.

Відділ туризму

1. Жоден співробітник нашої компанії, який готує статтю чи передачу про туризм та подорожі, не має приймати від будь-якого представника індустрії туризму безкоштовні чи надані зі знижкою послуги, або ж погоджуватися на особливе ставлення, незалежно від того, працює він за нашим завданням чи як позаштатний співробітник. До таких представників належать готелі, курорти, ресторани, туроператори, авіакомпанії, залізниці, круїзні лайнери, компанії з оренди авто та туристичні пам'ятки. Ця заборона не поширюється на програми лояльності авіакомпаній для пасажирів, що часто літають.

2. Редактори та продюсери, що приймають підготовлені матеріали від позаштатних співробітників, мають запобігати появі конфлікту інтересів, реального чи ймовірного. Вони мають з обачністю призначати на роботу та приймати на редагування тексти позаштатних співробітників, якщо ті користувалися безкоштовними послугами під час роботи в інших інформаційних організаціях, бо їхня репутація може скомпрометувати нас. Ми не даємо завдань з висвітлення подорожей будь-кому, хто представляє туристичну компанію, чи працює у туристичному бюро уряду, чи є рекламним агентом. Керівник відділу новин може зрідка робити виняток з цього правила – наприклад, дати завдання автору, що є широко відомим знавцем із певної сфери культури. У такому разі зв'язки журналіста мають бути оприлюднені у виданні чи ефірі.

3. Автори статей про подорожі мають приховувати свою приналежність під час підготовки репортажу, щоб отримати те ж саме ставлення та умови, що й звичайний споживач. Якщо про зв'язок із організацією стане відомо, автор має обговорити ситуацію із керівником відділу новин та вирішити, чи можна врятувати матеріал. У деяких випадках причетність журналіста до організації може бути розкрита, наприклад, коли прохід на певну територію є закритим та потребує перепустки.

4. Жоден співробітник не може робити репортаж про будь-який туристичний продукт чи послугу, яку пропонує один з його або її родичів чи близьких друзів.

А6. Зобов'язання перед нашою компанією

1. Добре ім'я нашої компанії, її підрозділів та публікацій не є власністю жодного з нас. Тому ніхто не має права використовувати це ім'я задля особистих цілей.

2. Співробітники не можуть використовувати бейджі/ідентифікаційні карти компанії задля цілей, що не пов'язані з їх роботою. Заборонено використовувати бейджі/ідентифікаційні карти задля отримання особливого ставлення чи інших привілеїв від урядових, комерційних та інших організацій.

3. Співробітники мають використовувати канцелярське приладдя, візитки, формуляри та інші матеріали лише для цілей, що пов'язані з офіційними справами.

Виступи від імені компанії

1. Співробітники не мають розголошувати конфіденційну інформацію про процеси, політику чи плани нашої компанії або будь-якого з її підрозділів.

2. Виконавчі директори відділів новин можуть уповноважити інших співробітників публічно виступати з коментарями щодо політики чи планів компанії у межах сфери відповідальності та компетенції співробітників. Якщо до співробітника звертаються сторонні люди чи представники інших мас-медіа із бажанням більш детально обговорити редакційний контент чи політику компанії, правила нашої компанії вимагають, щоб таких осіб було перенаправлено до відділу корпоративних комунікацій. Аналогічно, якщо до журналіста звертаються з питаннями щодо рекламної чи іншої бізнес-діяльності компанії, запит має бути перенаправлено до відділу корпоративних комунікацій.

3. Співробітники можуть вільно обговорювати власну діяльність на публіці, за умови, що їхні коментарі не створюють враження, що їм бракує журналістської неупередженості або враження, що вони говорять від імені компанії.

4. Будь-який співробітник може чесно й відкрито відповісти на розумне запитання читача про його роботу. Якщо читач просить внести корективи, цей запит має бути негайно передано керівникові. Якщо запит загрожує судовим процесом або звернення подане від імені юриста, скаргу необхідно негайно передати до юридичного відділу через відповідального керівника відділу новин.

Правила поводження із позиченим обладнанням

1. Співробітники, які отримують обладнання, транспортні засоби або інші речі для оцінки чи написання огляду, мають повернути їх якомога швидше. Речі, які було позичено для фотографування, наприклад, модний одяг чи предмети домашнього вжитку, також мають бути повернені якнайшвидше.

2. Експерти з автомобілів мають проводити свої тестування оперативно та повертати автомобіль у найкоротший термін. Якщо строк, протягом якого утримується автомобіль, становить більше двох-трьох днів, на це необхідно отримати дозвіл від керівника відділу новин. Користування автомобілем у власних цілях вважається припустимим, якщо воно здійснюється протягом адекватного періоду часу та сприяє підготовці огляду.

3. Книги, записи, касети, компакт-диски та комп'ютерні програми, що були надіслані для написання огляду, співробітники можуть залишити собі, якщо вони не мають наміру їх продавати чи копіювати. Такі матеріали використовуються для написання прес-релізів. Але жоден співробітник не може замовити для особистого використання додаткові примірники матеріалів, що передані для огляду. Місьцеве керівництво може визначити верхню планку вартості речей для огляду, які журналіст може залишити собі. Якщо матеріали, а саме, записи чи цифрові носії, наприклад, касети та диски, не залишаються у журналіста, їх має бути знищено чи повернено власнику. Їх не можна просто віддати чи залишати в такому місці, з якого їх можуть забрати для незаконного копіювання.

4. Фотографи, оператори, фоторедактори, монтажери, арт-директори, співробітники лабораторії, техредактори та репортери не можуть приймати у подарунок від виробників чи постачальників обладнання, програми та матеріали. Вони не можуть надавати рекомендації щодо обладнання, програм та матеріалів, або порад щодо дизайну товару. (Це правило не має на меті обмежити наш технічний персонал під час його роботи з постачальниками для поліпшення нашої системи чи обладнання).

- [BacktoTop](#)

A7. Рекламодавці та бізнес

1. Наша компанія та її місцеві підрозділи ставляться до наших рекламодавців так само чесно й відкрито, як і до нашої аудиторії та джерел інформації. Стосунки між нашою компанією та рекламодавцями базуються на розумінні того, що новини та реклама є два різні напрями, якими займаються різні люди з відмінними обов'язками та інтересами; в той же час представники обох напрямів поважають професійні обов'язки один одного.

2. Журналісти мають дбати про свою незалежність та утримуватись від обговорення потреб, цілей та проблем реклами, окрім випадків, коли це безпосередньо пов'язано із діяльністю відділу новин. Департаменти новин та реклами можуть покладатися на певний дизайн та структуру газети (але не на її зміст) та таймінг випуску спеціальних розділів, чи таймінг розміщення рекламних повідомлень та веб-реклами. Відділи також можуть разом розробляти дизайн нового макета, трансляції чи веб-повідомлення, щоб переконатися, що результат буде життєздатним з точки зору журналістики та економічно доцільним.

3. Реклама та рекламні статті (проплачений текст або час ефіру) не мають бути схожими на новини. Настільки, наскільки це дозволено місцевою політикою, рекламні статті мають готувати та виготовляти виключно бізнес-підрозділи, а не відділи новин.

4. З дозволу керівництва редакції співробітники відділів новин можуть брати участь у міжвідомчих комітетах із вирішення проблем загального характеру, які стосуються кількох відділів, зокрема, і відділу новин. Наскільки це можливо, представники відділу новин мають залишати питання рекламного характеру своїм колегам з відповідного відділу.

5. З дозволу керівництва редакції, журналісти можуть час від часу брати участь у подіях, що організовані компанією задля маркетингу, просування чи презентації інвесторів. Однак

журналісти мають обмежувати свою участь у таких подіях обговоренням питань журналістики та уникати ситуацій, в яких вони постали б перед необхідністю роботи торговою презентацією.

б. Жоден співробітник відділу новин, окрім випадків, коли на це є дозвіл керівництва відділу, не може обмінюватися із рекламним відділом чи рекламодавцями інформацією щодо таймінгу виходу чи змісту реклами, або таймінгу виходу чи змісту новин, або завдань, що мають співробітники чи позаштатні автори.

- [BacktoTop](#)

В. Поза роботою

В1. Участь у житті суспільства

1. Люди, що працюють у нашій компанії, є не лише журналістами; вони мають родини та є відповідальними громадянами. Ніщо в цих правилах не має на меті обмеження їхнього права жити приватним життям: виховувати дітей, відвідувати церкву, брати участь у громадських справах. Але, як і інші фахівці, що віддані своїй справі, ми свідомо приймаємо деякі дисциплінарні обмеження – у нашому випадку це робиться задля створення етичної та неупередженої журналістики.

2. Як зазначено у Параграфі 7, деякі з вимог рівною мірою стосуються всіх співробітників редакційних відділів, відділів новин, журналістів та співробітників служби підтримки. Наприклад, жоден співробітник відділу новин чи редакційного відділу не має вдаватися до дій, що можуть зашкодити репутації нашої компанії у дотриманні принципів суворого нейтралітету щодо висвітлення політики та дій уряду. Зокрема, ніхто не має права носити нагрудні значки чи виявляти свої політичні симпатії іншим чином під час роботи на нашу компанію, в офісі та за його межами. В усіх інших випадках, термін «співробітники», що вживається в цьому розділі, означає лише тих, хто безпосередньо готує та схвалює новини, як зазначено у Параграфі 5.

3. Положення цього документу стосуються, головним чином, журналістів, але деякі з них охоплюють більше широке коло співробітників, включно із персоналом відділів новин (як зазначено у Параграфах 5-8). Водночас компанія визнає, що діяльність видавців та їхніх колег з відділів телерадіомовлення та онлайн-операцій – членів вищого керівництва, яким безпосередньо звітують директори відділів новин та редакційних відділів – також може впливати на те, наскільки нейтрально висвітлюються теми політики та уряду. З цієї причини, дія Параграфів 89-94 поширюватиметься також на таких членів керівництва.

Голосування, підтримка кампаній та питання громадського характеру

1. Журналісти не можуть займатися політикою. Співробітники мають право голосувати та реєструвати свою кандидатуру для участі у попередніх виборах, але вони не повинні вдаватися до дій, що могли б викликати питання щодо їхнього професійного нейтралітету та нейтралітету наших новин. Зокрема, вони не можуть проводити кампанію на підтримку кандидатів, брати участь у демонстрації чи рекомендувати кандидата, підтримувати виборчі програми або дії, спрямовані на впровадження певного законодавства. Вони не мають права носити нагрудні значки або якимось іншим чином виявляти свою прихильність до певної політичної партії.

2. Співробітники не можуть особисто передавати гроші будь-якому політичному кандидатові чи виборчій програмі, або ж збирати гроші для цих цілей. Враховуючи той факт, що реєстр внесків на підтримку кампанії можна із легкістю знайти в інтернеті, будь-яке відрахування нашим співробітником грошей на підтримку політичної діяльності може

створити хибне враження, що ми є неупередженими у висвітленні політики та пристаємо на чиюсь сторону.

3. Ніхто з наших співробітників не може працювати на державній службі. Робота на державній службі або пошук такої роботи є порушенням правила збереження професійної неупередженості. Ситуація, коли хтось із наших співробітників активно займається цим, може викликати підозри щодо фаворитизму в питаннях висвітлення політики.

4. Співробітники не можуть брати участі в маршах або мітингах, присвячених підтримці громадської програми, руху, або клопотання із суспільних питань. Вони не можуть використовувати свій авторитет для підтримки кампаній, благодійних обідів та інших таких подій, якщо це може поставити під сумнів їх здатність або здатність редакції дотримуватися нейтралітету у висвітленні новин. Адже сусіди та інші сторонні спостерігачі схильні сприймати нас як представників певної установи.

5. Співробітники можуть час від часу брати участь у національних радіо- та телепрограмах, що присвячені громадським питанням, але вони мають утримуватися від висловлення думок, що виходять за рамки обговорення новин та не надавати оцінок, яких би вони не розмістили в своїх постійній рубриках під своїм авторством. Автори публіцистичних та редакційних статей у своїх публічних виступах мають більшу свободу, ніж інші, тому що їхня діяльність полягає у висловлюванні думок. Тим не менш, вони мають ретельно обирати місце для ведення дискусії та стояти на захисті неупередженості нашої журналістики.

6. Якщо співробітник має сумніви щодо запропонованої йому участі у політичній активності, він має проконсультуватися із відповідальним менеджером. Ці правила покликані підтримувати нашу основну місію як журналістів. Якщо це мінімально суперечить нашим принципам неупередженості, керівники відділу новин можуть розглянути цю ситуацію окремо, але вони мають бути надзвичайно обережними щодо надання дозволу як винятку.

На службі у суспільства

1. Журналісти не повинні вступати у відносини з організаціями, що є героями газетних повідомлень. Співробітники не можуть входити до складу департаментів самоврядування та комісій, незалежно від того, є така діяльність оплачуваною чи ні. Вони не можуть входити до складу опікунських рад, експертних комісій та інших таких груп, за винятком тих, що працюють з журналістськими організаціями чи іншим чином сприяють журналістській освіті. Зважаючи на обставини, керівники відділів новин можуть дозволити співробітникам бути учасниками опікунської ради або ради відвідувачів в школі, коледжі або університеті, особливо, якщо це має відношення до членів їхньої родини. На прохання, керівники відділів новин можуть також дозволити співробітникові виступити перед місцевою шкільною радою на підтримку рішень, що можуть безпосередньо вплинути на нього або його дітей, але лише у разі, якщо обговорюване питання не належить до сфери обов'язків журналіста.

2. Наша компанія з повагою ставиться до участі громадян у суспільному житті. Зазвичай обмеження щодо членства в опікунській раді чи експертній комісії не поширюється на місцеві та сусідські організації, діяльність яких навряд чи викликає широкий інтерес, та організації, які не мають на меті зміну суспільної та державної політики. До таких організацій зазвичай належать церкви/молитовні будинки, громадські благодійні фонди, цивільні клуби, місцеві бібліотеки, студії образотворчого мистецтва, гуртки, молодіжні спортивні ліги, заміські клуби та групи випускників. Але новини – це те, що виникає

несподівано. Навіть сусідська організація може опинитися в центрі уваги. У такому випадку співробітник, який має зв'язок з такою організацією, має залишатися осторонь будь-яких суперечок та не брати участі у висвітленні таких подій. Приналежність співробітника до нашої компанії у жодному разі не може бути використана для досягнення цілей такої неприбуткової чи волонтерської організації.

3. Співробітники не можуть клопотати про надання коштів на підтримку соціальних, релігійних та інших благодійних програм. Клопотання може стати причиною очікувань послуг у відповідь. Співробітники можуть, у межах розумного, допомагати групам, що описані у Параграфі 96, невеликими сумами. Вони у жодному разі не мають клопотати про когось, із ким вони самі або їхня редакція мають професійні відносини чи посилатися з цією метою на нашу компанію або її підрозділи.

- [BacktoTop](#)

Б2. Уникнення конфліктів через родинні стосунки

1. У часи, коли в більшості родин кожен з подружжя займається кар'єрою, законна діяльність членів родини та інших родичів може іноді стати для журналіста причиною виникнення конфлікту інтересів або ймовірності такого конфлікту. Такі ситуації можуть виникати у зв'язку з громадською та політичною, професійною та фінансовою діяльністю. Кампанія, яку проводить партнер чи чоловік/дружина на підтримку державної установи, вочевидь, створить ймовірність конфлікту для репортера, що висвітлює політику, чи телевізійного продюсера, що бере участь у висвітленні виборів. Наявність брата чи дочки, що обіймають високі позиції на Уолл Стріт, може створити ймовірність конфлікту для репортера чи редактора, що висвітлює бізнес.

2. Наша компанія не має наміру втручатися у життя членів родини, якщо вони не є нашими співробітниками. Цей документ жодним чином не має на меті заборонити дружині/чоловіку, партнеру чи іншим родичам співробітника брати участь у будь-якій політичній, комерційній, релігійній чи громадській діяльності. Якщо такі обмеження є необхідними, вони поширюються виключно на співробітника компанії. Але будь-яка спроба співробітника приховати свою діяльність, прикриваючись ім'ям родича (або іншим псевдонімом) вважатиметься порушенням.

3. Співробітники компанії мають враховувати, що прямі політичні дії їхньої дружини/чоловіка, членів родини та інших родичів, наприклад, балотування на виборах чи керування передвиборчою кампанією, навіть якщо вони є доречними, можуть стати причиною конфлікту інтересів чи ймовірності такого конфлікту. Навіть така обмежена участь у кампанії, як надання фінансової підтримки чи пропаганда на користь певної кампанії або кандидата, може викликати підозри щодо політичної упередженості, якщо про такий факт стане відомо. Співробітники та члени їхніх родин мають уникати двозначностей. Наліпка на бампері сімейного авто чи знак кампанії на газоні перед будинком можуть помилково трактуватися як вияв прихильностей журналіста, незалежно від того, хто з членів родини це зробив насправді. Тому, якщо дружина/чоловік роблять внесок на підтримку кампанії, не варто виписувати чек зі спільного рахунку подружжя.

4. Для уникнення конфліктів співробітники не мають писати новини та готувати матеріал для них, а також здійснювати нагляд за змістом новин про своїх родичів, дружину/чоловіка та інших осіб, з якими вони перебувають у близьких стосунках. З тих же причин співробітники не мають безпосередньо наймати чи здійснювати нагляд за діяльністю членів родини та близьких друзів. Але деякі винятки є припустимими – наприклад, в

іноземній установі, де подружжя є членами робочої команди, чи у маленькому відділі новин, за згодою керівництва відділу новин.

5. Компанія та її підрозділи покладається на те, що співробітників своєчасно інформуватимуть про можливі проблеми, щоб спільними зусиллями запобігти ускладненням для всіх залучених сторін. Якщо хтось зі співробітників вважає, що діяльність її чоловіка / його дружини, родичів чи друзів може, потенційно, бути причиною конфлікту інтересів, він має обговорити цю ситуацію із керівництвом відділу новин. У багатьох випадках повідомлення такої інформації є достатнім. Але якщо керівництво редакційного відділу вважає проблему серйозною, співробітнику, можливо, доведеться відмовитися від висвітлення певної інформації. Іноді для такого співробітника може бути змінено завдання або спеціалізація.

- [BacktoTop](#)

Б3. Запобігання фінансовим конфліктам

1. Кожен співробітник компанії має виявляти пильність щодо будь-якого зловживання непублічною інформацією задля фінансової вигоди. Ця вимога поширюється на всі департаменти.

2. Жоден співробітник не може володіти акціями чи мати інший фінансовий інтерес, зокрема, не може входити до складу ради директорів компанії, підприємства чи галузі, про які він регулярно постачає та готує новини чи здійснює нагляд за змістом таких новин. Ця заборона діє навіть за межами ділової спеціалізації. Книжковий редактор не може інвестувати у видавництво, автор, який пише про здоров'я, не може інвестувати у фармацевтичну компанію, а репортер, що пише про Пентагон – у пайовий інвестиційний фонд, що спеціалізується на запасах Міністерства оборони. Вживаний тут термін «акції» означає не лише окремі випуски акцій, а й ф'ючерси, опціони, права та передбачувані збитки, а також «секторні» пайові інвестиційні фонди (ті, що спеціалізуються на одній певній галузі).

3. У будь-якому регіоні чи місцевості, де одна компанія чи галузь є домінуючою, жоден співробітник, який може мати вплив на висвітлення інформації про цей бізнес, не може бути власником акцій такої компанії чи галузі. Це стосується керівництва відділів новин, що мають широку сферу відповідальності щодо висвітлення інформації (зокрема, редакторів редакційних відділів). Керівники кожного із відділів новин та редакційних відділів мають самостійно вирішити, на кого з редакторів середнього рівня та звичайних журналістів поширюється це правило.

4. Співробітники не мають права продавати чи купувати цінні папери або робити інвестиції іншого роду, в очікуванні виходу новин. Перш ніж розпочати торгову діяльність, вони мають надати публіці достатньо часу для ознайомлення з інформацією. (Наш юридичний відділ може дати пораду щодо тривалості такого періоду). Це правило не стосується коротких екстрених повідомлень, що спочатку з'являються у термінових повідомленнях новинних агентств або виникають за межами нашої організації.

Підтвердження дотримання правил

1. Під час прийому на роботу кожного співробітника відділу новин мають попросити підтвердити відсутність інвестицій, що порушують Параграф 104 щодо запланованого завдання. Якщо співробітник не може цього підтвердити, він чи вона мають або позбутися інвестицій, що суперечать правилам, або обрати таке завдання, виконання якого не створює конфлікту. Аналогічним чином, коли співробітника приймають на роботу, його

мають попросити підтвердити відсутність фінансових активів у членів його родини або близьких родичів, що можуть поставити під сумнів неупередженість співробітника щодо запланованого завдання. В іншому разі може з'явитися необхідність у самовідводі або призначенні журналісту іншого завдання.

2. Керівництво може час від часу просити співробітників будь-якого відділу новин чи редакційного відділу підтверджувати відсутність інвестицій, що порушують Параграф 104. Таке запитання можна очікувати в разі, якщо співробітник збирається розпочати роботу над новим завданням чи над дуже делікатною темою. Аналогічним чином журналіста можуть попросити підтвердити відсутність у членів його родини або близьких родичів фінансових активів, які можуть поставити під сумнів неупередженість журналіста. У разі виникнення суперечливої ситуації співробітник має попередити керівництво відділу новин.

3. Якщо журналісту доручено надати матеріал чи підготувати висвітлення матеріалу щодо теми, що перебуває за межами його/її спеціалізації, про компанію чи галузь, акціями якої він/вона володіє, то, перш ніж почати роботу, журналіст має обговорити питання інвестицій із редактором, що призначає завдання, чи продюсером. Аналогічно, редактори та продюсери, які, за своїми обов'язками охоплюють широкий спектр матеріалів щодо компаній та галузей та мають інвестиції в якійсь із висвітлюваних компаній, перед початком роботи мають проконсультуватися із своїми керівниками щодо ймовірних конфліктів інтересів. У переважній більшості випадків їм буде дозволено продовжити роботу, але журналіст, що працює над таким завданням, не може купувати чи продавати акції компанії чи галузі протягом двох тижнів із моменту виходу публікації чи передачі.

Уникнення бізнес-конфліктів

1. Журналісти, що регулярно займаються висвітленням ділових та фінансових новин, не можуть грати на фондовому ринку, тобто, вони не мають відкривати та закривати лоти на ринку протягом дня, грати на різниці цін опціонів та ф'ючерсів або продавати цінні папери без покриття. Будь-яка з цих дій може створити видимість використання інформації, яка не є доступною для публіки. Це правило також поширюється на співробітників, що постійно висвітлюють бізнес-аспекти ринку технологій або аналогічні теми.

2. Кожен відділ новин зобов'язаний запевнити публіку, що вибір редакторів не зумовлений їхніми особистими фінансовими інтересами. Залежно від обов'язків редактора та обсягу матеріалів, резонансу та впливу кожного відділу новин на висвітлення інформації, це може бути досягнуто шляхом здійснення періодичних самовідводів, оприлюднення інформації чи повної заборони на володіння акціями. Редакторам, що регулярно розподіляють завдання чи здійснюють нагляд за підготовкою матеріалів з питань бізнесу та фінансів, рекомендовано не мати акцій окремих компаній чи секторів.

3. Щоб уникнути появи конфліктів, редактори бізнесвідділів та їхні керівники в кожному відділі новин мають щорічно підтверджувати головному фінансовому директору їхнього підрозділу той факт, що вони не мають фінансових активів, які б суперечили цьому зведенню правил. Ця вимога поширюється також на редакторів редакційних відділів.

4. Співробітник, що володіє акціями та починає завдання, для виконання якого таке володіння заборонено, має продати акції. Кожен підрозділ має розробити розумний план передачі.

5. Якщо ці правила вимагають продажу акцій, співробітник має задовольнити цю вимогу, передавши це майно на довірче управління в фонд або аналогічну установу.

6. Хоча цей документ і накладає деякі обмеження на свободу інвестицій, однак, він залишає для наших журналістів досить широкий спектр фінансових можливостей. Будь-який співробітник має право володіти диверсифікованими пайовими інвестиційними фондами, інвестиційними фондами грошового ринку та іншими диверсифікованими інвестиціями, якщо це не має прямого відношення до його/її щоденних обов'язків. Будь-який співробітник також має право володіти казначейськими векселями, муніципальними облігаціями інвестиційного класу, борговими цінними паперами, окрім ризикових облігацій, та цінними паперами компанії «Нью Йорк Таймс». Звичайні співробітники мають право володіти акціями, якщо це не має прямого відношення до їхніх завдань.

Б4. Робота за сумісництвом та виступи на каналах телерадіомовлення

1. За згодою керівництва відділу новин, співробітники можуть виконувати роботу за сумісництвом, якщо це не становить прямої конкуренції завданням нашої компанії. Як правило, співробітнику забороняють працювати з конкурентами. У поодиноких випадках, однак, дозвіл може бути надано – якщо редактори, що здійснюють нагляд за змістом матеріалів, незацікавлені у статті чи проекті, що були підготовлені співробітником. У будь-якому разі, співробітників заохочують, передусім, звертатися із своїми позаштатними роботами до власних відділів новин, і тільки потім пропонувати їх комусь іншому.

2. За згодою керівництва, співробітники також можуть приймати участь у радіо-, телевізійних та онлайн-інтерв'ю та дискусіях, на місцевому та національному рівні, якщо вони пов'язані зі статтями чи темами, що фігурували у матеріалах, які вони надавали, готували, чи за змістом яких здійснювали нагляд. Такі періодичні виступи не мають створювати враження, що журналіст виступає від імені нашої організації (окрім випадків, коли співробітник дійсно виступає від нашої компанії). Співробітники мають подбати, щоб їхні імена та їхня приналежність до нашої компанії вживалися в матеріалах, що підтримують такі виступи, відповідно до принципів неупередженості газети.

3. Виконавчі директори кожного відділу новин компанії мають скласти, після консультації з керівництвом організації, та зберігати перелік наявних та ймовірних конкурентів у сфері журналістики. Він може включати газети, журнали, телебачення, спільні підприємства, онлайн-служби та інші мас-медіа, незалежно від форми власності, які мають схожі редакційні цілі щодо широкої аудиторії чи щодо деяких сегментів нашої аудиторії. Якщо статус видання, завдання якого журналіст має виконувати як позаштатний автор, є незрозумілим, співробітник має проконсультуватися із керівництвом відділу новин.

4. Співробітники не можуть виступати у телетрансляціях на каналах, які є прямими конкурентами нашої компанії на телебаченні чи онлайн. В іншому разі вони можуть час від часу з'являтися на телебаченні чи онлайн, як зазначено в цьому документі. Але перш ніж прийняти від будь-якої організації телерадіомовлення повноцінне завдання з підготовки репортажу, роботи ведучого, редагування чи виробництва новин, співробітники мають отримати згоду керівництва, навіть у разі роботи на організації, що продають чи купують у нас програмне забезпечення або виготовляють його у співробітництві з нами.

Організація роботи за сумісництвом

1. Співробітники мають подбати про те, щоб їхня робота за сумісництвом не заважала виконанню їхніх звичайних обов'язків та узгоджувалася з політикою та керівними принципами цього документа та іншими нормами, що були затверджені на локальному рівні, у відділі новин.

2. Перш ніж прийняти завдання як позаштатний автор, співробітник має переконатися, що тональність та зміст матеріалів організації відповідає нормам локального відділу новин та нашої компанії. Співробітник не має розміщувати у таких матеріалах жодної інформації, що може видатися спонсорством чи рекомендаціями від нашої компанії або її підрозділів.

3. Під час виступів на радіо, телебаченні, онлайн чи на будь-якому іншому громадському форумі, ми маємо уникати різких, театральних засобів висловлювання задля просторікування чи необачного висловлення думок. Наша участь у розмові повинна мати ознаки вдумливого ретроспективного аналізу. Зазвичай співробітник не має говорити в ефірі чи онлайн будь-якої інформації, що виходить за межі новин чи аналізувати щось, якщо він не робить цього зазвичай у своїй рубриці.

4. Оскільки позаштатна робота неминуче позначається на нашій компанії, співробітники, що виконують завдання як позаштатні автори або виступають на теле- та радіоканалах чи онлайн, під час виконання такої роботи мають дотримуватися цих керівних принципів. Наприклад, вони не мають приймати винагороду, відшкодування витрат, надання знижок, подарунків чи інших заохочень від джерел інформації. Так само співробітник, що створює персональну сторінку в інтернеті, має подбати про те, що його/її поведінка в інтернеті відповідає б цим принципам.

5. Частота публікацій має значення. Робота за сумісництвом в друкованих чи цифрових мас-медіа може створювати конфлікт інтересів, якщо її регулярність перешкоджає виконанню звичайних обов'язків співробітника або негативно позначається на цілісності чи незалежності репортажу. Робота за сумісництвом може також призводити до конфлікту, якщо особу співробітника ідентифікують із результатами такої роботи (публікації, програми, веб-сайту) так само тісно, як і з його або її основною роботою. Написання матеріалів під псевдонімом не звільняє співробітників від необхідності дотримуватися цього положення.

6. Журналісту може бути дозволено мати постійну роботу за сумісництвом в іншій організації, якщо вона не має безпосереднього відношення до його чи її звичайних обов'язків та не перешкоджає їх виконанню, та якщо вона не пов'язана із контентом, який належить нашій компанії та її аудиторії. Прийнятними прикладами такої роботи можуть бути: редактор розділу міських новин, що веде щомісячну колонку з риболовлі, чи фотокореспондент, що має невеличку фото-студію. Співробітники, що планують мати такі постійні проекти, мають проконсультуватися з керівництвом відділу новин.

- [BacktoTop](#)

Б5. Веб-сторінки та веб-журнали

1. Веб-сторінки та веб-журнали (особисті журнали в інтернеті, відомі як блоги) надають широкі можливості для самовираження та нової журналістської діяльності. Якщо такі сторінки створюються особисто нашими співробітниками чи розміщуються на нашому веб-сайті, це потребує належної обережності, враховуючи той факт, що інтернет надає необмежений доступ до інформації.

2. На особисті журнали, що розміщуються на сторінках нашого веб-сайту, поширюються норми відділу новин щодо чесності, гарного смаку та юридичної обґрунтованості інформації. Будь-яка публікація, що здійснюється від імені нашої компанії, має пройти редагування та модерацію.

3. Якщо співробітник розміщує свою особисту веб-сторінку чи блог на сайті, що не контролюється нашою компанією, він має бути певним, що розміщує там виключно особистий контент. Співробітники, що мають власні блоги, мають уникати тем, які вони висвітлюють професійно, адже їхня спроможність дотримуватися цього правила допоможе уникнути змішанню ролей. Жодна така діяльність у інтернеті не повинна передбачати участі у ній чи її схвалення компанією «Таймс» чи її підрозділами. Тексти, аудіо- та відеоматеріали, створені для компанії «Таймс», не мають розміщуватися без отримання відповідного дозволу.

4. Враховуючи легкість, з якою можна знайти інформацію у інтернеті, слід зважати на те, що навіть особистий журнал співробітника може асоціюватися у свідомості аудиторії з репутацією компанії. Тому блоги та веб-сторінки, що створюються за межами нашої компанії, мають бути витримані в нейтральному/поміркованому тоні та бути відображенням гарного смаку, порядності та поваги до гідності й особистого життя інших людей. У такому форумі співробітники можуть вести хроніку подій власного життя та виявляти неповагу, але вони не мають ганьбити або принижати інших. Їхні тексти можуть бути вельми неформальними, навіть зухвалими, але в них не має бути різкості чи нетолерантності. Вони можуть розміщувати фото чи відео, але ці образи не повинні бути непристойними. У них можуть бути роздуми про журналістику, але вони не мають розголошувати особисту чи конфіденційну інсайдерську інформацію, яку вони отримали в нашій компанії або відділі новин.

5. Блогери можуть живо коментувати свої уподобання щодо їжі, музики, спорту та інших занять, але вони мають, як журналісти, утримуватися від висловлювань щодо суперечливих суспільних питань. Якщо на своїй веб-сторінці співробітник відверто висловлюється на тему абортів, це є таким самим порушенням нашої політики, як і участь у марші чи мітингу на підтримку цього питання. Блог, в якому висловлюється політична позиція, порушує наші принципи так само, як це міг би зробити лист до редактора із висловленням підтримки чи виступом проти певного кандидата. Кожне співтовариство може мати своє визначення того, що є суперечливим суспільним питанням; у разі сумнівів співробітники мають проконсультуватися із локальним керівництвом відділу новин.

6. Веб-сторінка або блог співробітника мають бути створені незалежно. Вони не повинні містити рекламу чи спонсорську підтримку від осіб чи організацій, інформацію про яких співробітник може надавати, готувати чи здійснювати нагляд за підготовкою такої інформації у свій робочий час. Слід з обережністю розміщувати посилання на будь-які теми/об'єкти, які можуть бути закриті для відвідування на веб-сторінці.

- [BacktoTop](#)

Б6. Написання книжок та права на використання наших матеріалів

1. Якщо співробітник має намір написати публіцистичну книгу на основі матеріалу, що є похідним від його або її завдання або спеціалізації, він чи вона має повідомити про це керівництво відділу новин заздалегідь. Якщо він чи вона планує відтворити контент, що був створений для будь-якого нашого підрозділу, слід пам'ятати, що всі права на матеріали належать компанії «Таймс». Тому матеріали не можуть бути відтворені в іншому місці без попереднього отримання письмового дозволу на це від компанії. Ці матеріали також не можуть бути переписані, оновлені чи іншим чином змінені без попереднього письмового дозволу компанії. Якщо будь-хто звернеться до співробітника з метою отримати інформацію про права на матеріали компанії «Таймс», запит має бути оперативно перенаправлено до керівництва відділу новин.

2. Співробітники, які планують займатися письменницькою справою або іншою творчою роботою за межами нашої організації, не повинні створювати враження, що вони можуть, залежно від результату подій, отримати фінансову вигоду. Тому співробітник не має обговорювати права на статтю чи ідею історії до моменту появи/публікації статті. Якщо співробітник бере участь у висвітленні історії, що має продовження, він чи вона не має обговорювати створення на основі цієї історії будь-якої творчої роботи до моменту, доки історія не закінчиться.

3. Співробітник у жодному разі не може передавати нотатки, інтерв'ю, документи, знімальний матеріал, що не увійшов до фільму чи інші робочі матеріали третім особам, зокрема агентам, продюсерам, студії або підрядникам, яких запрошують зі сторони, або використовувати ці матеріали разом із третіми особами, окрім випадків, коли вони змушені це робити за законом. У випадку, якщо такий запит буде отримано, компанія «Таймс» надаватиме допомогу з цього питання (згідно з умовами колективних угод). З принципів міркувань, компанія «Таймс» не надаватиме комерційним продюсерам чи видавцям більшого доступу до робочих матеріалів, ніж вона зробила б це у разі необхідності передання таких матеріалів урядовим прокурорам для використання у суді.

4. Якщо агенти, продюсери, студії або інші особи та організації запропонували співробітнику угоду, згідно з якою він або вона виступатиме як консультант на телебаченні чи під час зйомки фільму, перед тим, як підписати таку угоду, він або вона має проконсультуватися із відповідальним менеджером відділу новин. Співробітники не мають виступати як консультанти під час створення фільму або програми, якщо вони знають наперед, що такий фільм чи програма подає інформацію упереджено, є тенденційною чи явно викривляє основні факти. Надання консультаційних послуг у жодному разі не повинно передбачати залучення до цього нашої компанії або нашу участь чи надання нами рекомендацій.

- [BacktoTop](#)

В. Позаштатні автори

1. Наша аудиторія висуває однаково високі вимоги до всіх наших журналістів. Люди зазвичай не вбачають різниці між роботою співробітника та роботою позаштатного автора. Тому позаштатні журналісти, що є авторами статей/матеріалів у компанії «Таймс», мають, навіть не перебуваючи у статусі співробітників компанії, дотримуватися тих самих етичних норм, що й співробітники. І це є умовою, за якою їм надаватимуть завдання. Якщо вони порушать ці норми, їм буде відмовлено в отриманні подальших завдань.

2. Перед тим, як отримати завдання, позаштатний журналіст має підписати контракт із компанією «Таймс» чи її підрозділом. Такий контракт зобов'язує журналіста уникати конфлікту інтересів або ймовірності такого конфлікту. Зокрема, контракт передбачає, що, працюючи на нас, вони не можуть приймати безкоштовні транспортні послуги, безкоштовне проживання, подарунки, розважальні поїздки, комісійну винагороду чи завдання від поточних або потенційних джерел інформації. Незалежні продюсери каналів телерадіомовлення мають аналогічним чином дотримуватися наших етичних норм під час виробництва будь-яких новин чи контенту, що носитиме ім'я компанії «Таймс» чи її підрозділів.

3. Редактори, що призначають завдання, та продюсери, які працюють із позаштатними авторами, мають пам'ятати, що теми та ситуації, до яких журналіст був причетний у минулому, та його професійна поведінка можуть скомпрометувати нашу компанію. Тому вони мають докласти зусиль, щоб гарантувати відсутність у минулому в позаштатного

журналіста історій та зв'язків, що могли б спровокувати реальний чи ймовірний конфлікт під час виконання певного завдання.

4. Короткі, але чіткі положення наших контрактів із позаштатними авторами не можуть охопити всіх можливих обставин. Редактори, що призначають завдання, та продюсери мають упевнитися, що позаштатні автори розуміють цей набір правил та з максимальною повагою ставляться до їх виконання під час роботи на нас. Будь-які спори щодо застосування певних положень стосовно позаштатного автора мають бути вирішені перед початком виконання завдання.