Рекламна діяльність та комерційне партнерство

1. Загальні принципи
Редакція чітко розмежовує та відокремлює редакційний контент від реклами, спонсорських (PR) матеріалів та інших форм комерційних повідомлень.
Комерційна співпраця за жодних умов не впливає на загальну редакційну політику медіа, вибір тем, героїв, зміст журналістських розслідувань чи тональність висвітлення діяльності рекламодавців.
Комерційні інтереси не визначають новинний порядок денний. Рішення щодо змісту всіх редакційних матеріалів ухвалює виключно Редакція.
Редакція не бере участі в політичному чи корпоративному PR під виглядом незалежної журналістики. Матеріали, що мають на меті покращення репутації особи чи компанії без суспільно значущої інформаційної цінності, не можуть публікуватися як редакційний контент.

2. Види комерційних та партнерських матеріалів
Реклама (комерційний контент): Матеріали, створені або розміщені за пряму чи опосередковану оплату з боку рекламодавця. Редакція залишає за собою право відмовити у розміщенні комерційної реклами без пояснення причин.
Партнерський матеріал (промо-контент): Матеріал, створений Редакцією або наданий партнером у межах спільної комерційної чи соціальної співпраці.
Спецпроєкти: Окремі цикли матеріалів чи тематичні рубрики, реалізовані за фінансової підтримки донорів, брендів або бізнес-партнерів. Факт підтримки зазначається відкрито. Спонсор спецпроєкту не має права впливати на журналістські висновки, оцінки чи викривлювати факти.

3. Заборонені комерційні практики
Редакція не допускає:

продажу або замовлення традиційних редакційних новин;
публікації матеріалів або зміни тональності висвітлення в обмін на подарунки, послуги чи інші матеріальні вигоди для співробітників;
зміни чи видалення вже опублікованого редакційного матеріалу на вимогу рекламодавця (виняток — оперативне виправлення доведених фактичних помилок).

4. Обмеження та ценз щодо реклами
Редакція не розміщує рекламу та комерційні матеріали, що стосуються:

будь-якої незаконної чи напівлегальної діяльності;
шахрайських фінансових схем, сумнівних інвестиційних пропозицій;
азартних ігор;
тютюнових виробів, електронних сигарет та наркотичних засобів;
зброї (якщо інше прямо не передбачено чинним законодавством України);
контенту, що містить дезінформацію, мову ворожнечі, прояви дискримінації чи заклики до насильства.
Редакція залишає за собою право відмовитися від будь-якої реклами, яка суперечить її цінностям, місії та загрожує репутації бренду.

5. Політична реклама
Під час виборчих кампаній будь-яка політична реклама та агітація розміщуються виключно відповідно до вимог виборчого законодавства України.
Усі політичні рекламні матеріали підлягають обов'язковому маркуванню. Продаж редакційних новин або аналітики на користь політичних сил чи окремих кандидатів заборонений.

6. Співпраця з органами державної влади та місцевого самоврядування
Наявність укладених угод про інформаційне висвітлення з органами влади не впливає на незалежність медіа та не обмежує право Редакції критикувати діяльність цих органів чи проводити щодо них незалежні розслідування.
Стандарти маркування комерційного та партнерського контенту
1. Обов'язковість та зрозумілість позначок
Усі рекламні, комерційні, спонсорські чи партнерські матеріали публікуються лише за умови їх чіткого та однозначного маркування, щоб аудиторія могла безпомилково відрізнити їх від незалежного журналістського контенту.
Для маркування використовуються виключно загальноприйняті та зрозумілі аудиторії текстові позначки (плашки):
«Реклама»
«На правах реклами»
«Партнерський матеріал»
«Спецпроєкт»
«За підтримки…» (використовується, якщо матеріал створено в межах грантового чи некомерційного партнерського проєкту).
2. Рубрикація як форма маркування
Допускається публікація пресрелізів, корпоративних чи комерційних новин без окремої текстової плашки за умови їх розміщення у спеціально виділених для цього рубриках сайту (зокрема «Прес-релізи» та «Новини компаній»).

7. Редакційна незалежність та взаємовідносини з донорами (грантодавцями)
1. Принципи залучення донорської підтримки
Залучення грантових коштів від міжнародних організацій, інституцій та благодійних фондів здійснюється виключно з метою підтримки фінансової сталості медіа, розвитку інфраструктури або створення некомерційного, суспільно значущого контенту.
Редакція відкрито та прозоро повідомляє аудиторію про наявність грантової підтримки окремих проєктів чи всього медіа загалом.
2. Незалежність змісту грантових матеріалів
Жоден донор, грантодавець чи міжнародний партнер не має права визначати або змінювати загальний редакційний порядок денний медіа, вимагати виключно позитивного висвітлення своєї діяльності чи блокувати критичні матеріали.
У межах партнерських проєктів донор може перевірити фактичну інформацію щодо своєї організації чи суті спільного проєкту, але не має права впливати на журналістські оцінки, акценти, висновки чи структуру матеріалу.
3. Обов'язковість інформаційного дисклеймера
Усі журналістські матеріали, створені за фінансової підтримки міжнародних донорів або в межах грантових програм, обов'язково супроводжуються чітким інформаційним дисклеймером .

8. Професійне розділення всередині Редакції
Для мінімізації ризиків конфлікту інтересів журналісти та автори редакції не залучаються до прямих комерційних переговорів щодо продажу реклами та не беруть участі у фінансовому адмініструванні комерційних контрактів.