



Національна рада України
з питань телебачення
і радіомовлення

До уваги друкованих медіа!

РОЗ'ЯСНЕННЯ

**щодо дотримання
Законів «Про медіа» і «Про рекламу»**

Друковане медіа – медіа, що здійснює поширення інформації у текстовій чи візуальній формі на друкованих носіях, однотипно оформлене виходить у світ через певні проміжки часу упродовж року- у міру настання відповідного періоду або накопичення матеріалу.

*Стаття 13 Закону
України «Про медіа»*



Зареєстровані суб'єкти у сфері друкованих медіа зобов'язані надсилати до Національної ради **контрольні примірники кожного випуску** друкованого медіа в електронній формі (за наявності) та на запит Національної ради безоплатно надсилати їй контрольний примірник конкретного випуску відповідного друкованого медіа у друкованій формі.

*Частина сьомої статті 48
Закону України «Про медіа»*





! Вихідні дані



Друковані медіа **зобов'язані** в кожному випуску друкованого медіа **повідомляти** такі вихідні дані:

- офіційну або зареєстровану назву друкованого медіа;
- порядковий номер випуску друкованого медіа і дату його виходу у світ;
- індекс видання, розповсюджуваного за передплатою;
- тираж відповідного номера друкованого медіа;
- поштову адресу, телефон, адресу електронної пошти суб'єкта;
- ідентифікатор друкованого медіа в Реєстрі (у разі реєстрації такого медіа).

*Частина четверта статті 37
Закону України «Про медіа».*



! Відокремлення реклами і її маркування

Рекламу необхідно чітко відокремлювати від іншої інформації, незалежно від форм чи способів розповсюдження друкованого медіа,

щоб її можна було **ідентифікувати як рекламу**.

Реклама повинна бути **чітко промаркована** з використанням **слова «Реклама»**.

*Частина перша і абзац 2 частини другої статті 9
Закону України «Про рекламу».*



Порушення вимог щодо

- повідомлення вихідних даних і
- поширення (розповсюдження) реклами та спонсорства

Є НЕЗНАЧНИМ ПОРУШЕННЯМ.



Передбачено **припис** як захід реагування.



Вимоги Закону «Про **РЕКЛАМУ**», яких мають дотримуватися друковані медіа



загальні вимоги до реклами, які

визначені статтею 8 Закону України
«Про рекламу» і

відповідають **характерним**
особливостям діяльності друкованих
медіа.



ВИЗНАЧЕННЯ

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

Прихована реклама заборонена

- **Обсяг реклами** у друкованих медіа не регламентується.
- Визначається друкованими медіа самостійно.



У разі розповсюдження друкованих медіа за передплатою

суб'єкти **зобов'язані зазначати** в умовах передплати

кількість реклами в загальному обсязі видання



Захист дітей

Усі суб'єкти у сфері медіа
зобов'язані захищати дітей
від реклами

яка може нанести їм
моральну або фізичну
шкоду.



Реклама і діти -

стаття 20 Закону України
«Про рекламу», якої мають
дотримуватися і друковані
медіа.





Реклама лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації

дозволяється лише, якщо вони:

- ♥ дозволені МОЗ і можуть відпускатися без рецепта лікаря -
- ♥ не внесені до переліку заборонених до рекламування -

Вимоги щодо відомостей у рекламі

Реклама повинна містити:

— **об'єктивну інформацію** про лікарський засіб, медичний виріб, метод профілактики, діагностики, лікування, реабілітації і

здійснюватися так, щоб було **зрозуміло**, що повідомлення є рекламою;

— вимогу про **необхідність консультації** з лікарем перед застосуванням лікарського засобу чи медичного виробу;

— рекомендацію щодо **обов'язкового ознайомлення з інструкцією** до лікарського засобу;

— текст попередження такого змісту:

«Самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я»

Його площа має становити не менше ніж **15 відсотків площі** всієї реклами.

*Частина четверта статті 21
Закону «Про рекламу»*



Реклама послуг народної медицини (цілительства) та осіб, які їх надають

дозволяється в друкованих медіа лише за наявності відповідного **спеціального дозволу** на заняття народною медициною (цілительством), виданого МОЗ;

повинна містити номер, дату видачі зазначеного дозволу та назву органу, який його видав.



Вимогою до поширення реклами є надання розповсюджувачу реклами (друкованому медіа) засвідченого відповідного дозволу.

Стаття 21 Закону «Про рекламу»

не поширюються на рекламу лікарських засобів, медичних виробів та методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, яка розміщується у **спеціалізованих виданнях**, призначених для медичних установ та лікарів, а також яка розповсюджується на семінарах, конференціях, симпозіумах з медичної тематики.





Реклама і спонсорство тютюнових виробів

Стаття 22 Закону України «Про рекламу»

У друкованих медіа **заборонені** реклама і спонсорство:

- тютюнових виробів;
- предметів пов'язаних з їх вживанням;
- трав'яних виробів для куріння;
- пристроїв для споживання тютюнових виробів;
- електронних сигарет;
- тютюновмісних виробів для електричного нагрівання;
- торговельних марок;
- інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням.





Реклама алкогольних напоїв, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускають алкогольні напої

ЗАБОРОНЕНА

- в усіх друкованих медіа (крім спеціалізованих видань);
- на перших і останніх сторінках друкованих медіа, в усіх друкованих медіа для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих медіа;
- у всіх виданнях для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих видань;
- у друкованих медіа і виданнях, призначених переважно для осіб віком до 18 років, або в розрахованих на зазначених осіб частинах інших медіа і видань.

супроводжується текстовим попередженням:

«Надмірне споживання алкоголю шкідливе для вашого здоров'я».

Вимоги до тексту попередження:

Площа - не менше ніж **15 відсотків площі** (обсягу) всієї реклами;

колір тексту - чорний, колір фону - білий.

Текст попередження **розміщується горизонтально**, внизу рекламного зображення.



Органи спільного регулювання у сфері медіа
через ухвалення відповідних **кодексів (правил)**
визначають **вимоги до розповсюдження** в медіа інформації
про **торговельні марки спонсора**, під якими випускаються
алкогольні напої.









Реклама азартних ігор

Стаття 22¹ Закону України «Про рекламу»

В усіх друкованих медіа
(крім **спеціалізованих видань**, присвячених
азартним іграм)

супроводжується **текстовим або
звуковим попередженням:**

ЗАБОРОНЕНА реклама:

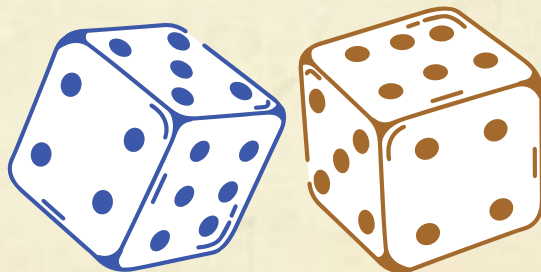
-  азартних ігор;
-  торговельних марок;
-  інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор;
-  інших позначень, під якими проводяться азартні ігри.

«Участь в азартних іграх може викликати ігрову залежність. Дотримуйтеся правил (принципів) відповідальної гри».

Вимоги до тексту попередження:

Площа - не менше ніж **15 відсотків** площі (обсягу) всієї реклами;

колір тексту - чорний, колір фону - білий.





Реклама азартних ігор

Замовником виготовлення, розміщення, розповсюдження реклами азартних ігор може бути тільки суб'єкт господарювання, **який має ліцензію** на провадження відповідного виду діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор.

Якщо у суб'єкта господарювання немає ліцензії на провадження діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор,

ЗАБОРОНЕНА

будь-яка реклама

- таких суб'єктів,
- азартних ігор,
- торговельних марок,
- інших об'єктів права інтелектуальної власності.

Вимоги щодо відомостей у рекламі

Реклама азартних ігор, крім реклами на аудіальних медіа, **має містити відомості** про:

- ліцензію,
- номер,
- дату її видачі,
- найменування органу, який видав рекламодавцю ліцензію на провадження відповідного виду діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор.

реклама



Із питань **практичного застосування** норм Законів України «Про медіа», «Про рекламу» і за консультацією **ви можете звертатись** до Національної ради

- **на електронну пошту:** nrada@nrada.gov.ua,
- **до представників** Національної ради в областях
- **до управління** контролю, аналізу та стратегічного розвитку за телефоном (0-44) 234-98-19.

