



ГОЛОВА ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ

11/10-315

02.03.2018

Голові Національної ради України з
питань телебачення і радіомовлення

АРТЕМЕНКУ Ю.А.

Шановний Юрію Анатолійовичу!

Надсилаємо адресований Вам депутатський запит народного депутата України Сотник О. С., оголошений на засіданні Верховної Ради України 2 березня 2018 року, для розгляду і надання відповіді автору запиту і Голові Верховної Ради України у встановлений чинним законодавством 15-денний термін.

Додаток: депутатський запит на 2 арк. у 1 прим.

З повагою

А. ПАРУБІЙ



НАРОДНИЙ ДЕПУТАТ УКРАЇНИ

№ 138-1/6

"28" лютого 20 18р.

Голові Національної ради
України з питань
телебачення і радіомовлення
Артеменку Юрію Анатолійовичу

вул. Прорізна, буд. 2, м. Київ,
01601

ДЕПУТАТСЬКИЙ ЗАПИТ

*щодо надання інформації про здійснення
Нацрадою контролю за дотриманням
законодавства України у сфері
телерадіомовлення*

Шановний Юрію Анатолійовичу!

З початку лютого цього року в ефірах телеканалів "1+1" та ICTV, а також цілої низки радіостанцій транслюються рекламні ролики про успіхи Генеральної прокуратури України та особисто Генерального прокурора Юрія Луценко.

Зазначені ролики закінчуються слоганом "Виконуємо закон. Встановлюємо справедливість. Генеральний прокурор Юрій Луценко".

Відповідно до розміщеного на сайті Української правди матеріалу (режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2018/02/26/7172852/>) телеканал "1+1" у відповідь на журналістський запит повідомив, що "ролики були розміщені за квотою соціальної реклами після отримання відповідного листа від Нацради з питань телебачення і радіомовлення про соціальний характер даного ролику".

Відповідно до статті 1 Закону України "Про рекламу" соціальна реклама - інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку.

Стаття 12 Закону встановлює обмеження щодо змісту соціальної реклами, зокрема, соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар

та/або його виробника, на рекламодавця (крім випадків, коли рекламодавцем є громадське об'єднання чи благодійна організація).

Таким чином, рекламні ролики про успіхи роботи та особисті досягнення Генерального прокурора Юрія Луценка не можуть вважатись соціальною рекламою, оскільки їх зміст порушує встановлені частиною другої статті 12 Закону України "Про рекламу" обмеження.

У випадку, якщо такі рекламні ролики транслюються за квотою соціальної реклами, має місце не лише явне порушення вимог законодавства, а й створення обмежень для роликів, що за своїм змістом дійсно є соціальною рекламою, оскільки встановлена законом квота становити лише 5 відсотків від загального ефірного часу.

Згідно статті 1 Закону України "Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення" Національна рада є конституційним, постійно діючим колегіальним органом, метою діяльності якого є нагляд за дотриманням законів України у сфері телерадіомовлення, а також здійснення регуляторних повноважень, передбачених цими законами.

Враховуючи вищевикладене та у зв'язку з тим, що згадані рекламні ролики за своїм змістом нагадують більше політичну рекламу органу та посадової особи, які відповідно до закону мають бути політично нейтральними, **керуючись ст. 15 Закону України «Про статус народного депутата України», у встановлений законом строк, прошу:**

1. Повідомити, чи направлялись Національною радою листи до телеканалів, в тому числі "1+1" та ICTV, та радіостанцій, у яких зазначалось, що згадані у цьому запиті рекламні ролики є соціальною рекламою та підлягають розміщенню за квотою соціальної реклами;
2. Повідомити, чи надсилала ГО "Українська антикорупційна асоціація" загадані рекламні ролики до Національної ради для проведення експертизи з метою підтвердження їх статусу соціальної реклами.
3. Повідомити, чи встановлювався Національною радою факт належності згаданих рекламних роликів до соціальної реклами та їх відповідності вимогам, що висуваються до соціальної реклами;
4. Повідомити, чи отримувала Національна рада листи від органів прокуратури з проханням рекомендувати телеканалам та радіостанціям розмістити загадані рекламні ролики як соціальну рекламу;
5. Надати матеріали та результати проведення експертизи, на підставі якої був встановлений факт належності згаданих рекламних роликів до соціальної реклами.

**З повагою,
народна депутатка України**



О.С. Сотник