



ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

Комітет з питань свободи слова та інформаційної політики

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел.: 286-83-79

№ 04-32/20-17

" 16 " 02 2018 р.

Ткаченку А.М.

Шановний Андрію Миколайовичу!

За дорученням першого заступника Голови Верховної Ради України І. Геращенко, Ваше звернення з проханням «прийняти закон про заборону реклами інтимного характеру в інтернеті» розглянуто.

Насамперед, слід зауважити, що для формулювання позиції з приводу порушеного питання слід мати розуміння щодо того, який зміст вкладався у словосполучення «реклама інтимного характеру». Йдеться про рекламу продукції (предметів) сексуального та/або еротичного характеру, видовищних заходів чи рекламу будь-якого товару, котра містить зображення еротичного характеру або можливо щось інше?

Наразі законодавчими принципами реклами визначено, що реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності, а також реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди (частини третя та четверта статті 7 Закону України «Про рекламу»). У рекламі забороняється поширювати інформацію щодо товарів, виробництво, обіг чи ввезення на митну територію України яких заборонено законом (абзац другий частини першої статті 8 Закону України «Про рекламу»). У цьому

контексті відзначимо, що виробництво та обіг у будь-якій формі продукції порнографічного характеру в Україні забороняються (частина перша статті 2 Закону України «Про захист суспільної моралі»), а відтак, у розвиток вищезазначених положень, частиною першою статті 8 Закону України «Про рекламу» передбачено заборону на розповсюдження реклами, яка містить елементи порнографії. Зауважимо, що вказана заборона поширюється на всі можливі засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача, зокрема й мережу Інтернет.

Крім цього, питанням захисту неповнолітніх від негативного впливу продукції сексуального чи еротичного характеру та розповсюдження продукції сексуального чи еротичного характеру присвячені статті 7 та 8 Закону України «Про захист суспільної моралі».

Зазначене дозволяє говорити про наявність законодавчого механізму у відповідній сфері правового регулювання.

Будемо вдячні за висловлені Вами бачення та пропозиції щодо розвитку регулювання суспільних відносин у сфері рекламної діяльності.

З повагою

Голова Комітету



Вікторія Сюмар