

Художественно-эстетические требования к рекламе на первых полосах обложек

- Содержание рекламного модуля должно соответствовать требованиям федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. и другим законам и нормативным актам, касающимся рекламы (см. общие требования к рекламе).
- Рекламуемая деятельность, размещенные в рекламном модуле иллюстрации и текстовая информация должны соответствовать тематике издания.
- Недопустимо использование в рекламном модуле таких цветов заливок, на фоне которых логотип издания теряется, выглядит недостаточно контрастно или непривлекательно.
- При создании иллюстративного фона следует использовать сложнопостроенные графические объекты, созданные в растровых программах. Использование плоских плашек однородных заливок и графических элементов, созданных в векторных программах, а также изображений, представленных в виде упрощенных символов, не допускается.
- Текстовая информация должна быть проста и лаконична. Использование жаргонизмов, сленга и неблагозвучных сокращений не допускается. Необходимо стремиться к минимально необходимому объему текстовой информации, не перегружать ею рекламный модуль, при этом желательна ассоциативная форма подачи рекламной информации.
- При повторном размещении рекламного объявления одного и того же рекламодателя обязательным условием является художественно-эстетическое отличие рекламного модуля от ранее публиковавшегося, вне зависимости от периода времени между публикациями.
- Оригинал-макет рекламного модуля должен быть утвержден в Редакции не позднее чем за 1 месяц до публикации, которая оставляет за собой право отказа в размещении рекламного модуля, если сочтет художественно-эстетическое содержание или качество исполнения не удовлетворяющим настоящим Требованиям.