

## ПРОТОКОЛ

### **Тридцать третьего совещания (в формате видеоконференцсвязи – ВКС) межгосударственной Сети институтов общественного здоровья и информатизации здравоохранения, рекомендованных министерствами здравоохранения государств-участников Содружества Независимых Государств. Совещание состоялось 05 ноября 2020 г. Тема: «Предложения по разработке проекта Модельного закона «О социальной рекламе в области здорового образа жизни»»**

Тридцать третье совещание (в формате видеоконференцсвязи) Сети институтов СНГ по теме: «Предложения по разработке проекта Модельного закона «О социальной рекламе в области здорового образа жизни»» прошло 05 ноября 2020 года. В работе совещания приняли участие представители Республики Азербайджан, Республики Армения, Республики Казахстан, Республики Молдова, Российской Федерации, Межпарламентской Ассамблеи СНГ. Обсуждение проходило в соответствии с программой.

Открыла совещание Гурьянова Н.Е. – заведующая отделением международного регионального сотрудничества и связей с общественностью ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России, поприветствовала участников и отметила, что данное совещание проводится в рамках реализации Плана мероприятий Стратегии «Здоровье населения государств-участников СНГ».

Передала слово Акулину Игорю Михайловичу - д.м.н., профессору СПбГУ, заведующему кафедрой организации здравоохранения и медицинского права СПбГУ, Председателю правления Ассоциации медицинского права Санкт-Петербурга. Руководителю магистерской Программы «Медицинское и фармацевтическое право» СПбГУ, который сделал презентацию «Предложения по концепции модельного закона «О социальной рекламе в области здорового образа жизни».

Акулин И.М. рассказал о первичном анализе нормативно-правовых документов, включая законодательство всех государств-участников СНГ в области социальной рекламы, который позволяет сделать вывод, что нормативно-правовая база каждой из стран может быть улучшена.

Выделил основные стороны вопроса:

1. Законодательные акты не обязывают рекламные компании и СМИ размещать социальную рекламу в каком-либо объёме.

2. Условия размещения социальной рекламы являются предметом договорённости между заказчиком рекламы и её распространителем. Законами не устанавливается безвозмездность (бесплатность) размещения социальной рекламы.

3. Содержание социальной рекламы определяет заказчик, но решение о размещении принимается распространителем рекламы. Таким образом,

рекламные компании и СМИ вправе отказать в размещении, если их не устраивает контент.

4. Во всех государствах-участниках СНГ отсутствует отдельный нормативный акт «О социальной рекламе», в связи с чем отмечаются:

- разночтения базовых терминов и определений (необходимость единого глоссария);

- неупорядоченность системы производства, распределения и распространения социальной рекламы;

- отсутствие ответственности за отказ от размещения социальной рекламы и поощрений за активное распространение социальной рекламы.

Была предложена предполагаемая структура модельного закона «О социальной рекламе в области здорового образа жизни».

Модельный закон будет носить рекомендательный характер, являться основой для разработки собственных законодательных актов в области социальной рекламы в области ЗОЖ для стран-участников СНГ. Степень использования модельного закона каждая страна будет определять самостоятельно с учетом особенностей организации государственной власти, специфики разграничения полномочий между органами государственной власти и органами местного самоуправления, финансирования, особенностей национальной системы здравоохранения.

Согласно Пункта 8.1 Плана мероприятий по реализации Стратегии «Здоровье населения государств – участников Содружества Независимых Государств» на 2019–2020 г., необходимо разработать Проект модельного закона государств-участников СНГ «О социальной рекламе в области здорового образа жизни» и представить его на рассмотрение Комиссии по социальной политике и правам человека.

Предложения:

Создать рабочую группу по разработке проекта модельного закона «О социальной рекламе».

Руководителям институтов Сети СНГ рекомендовать своих представителей, в том числе имеющих юридическое образование, для участия в рабочей группе.

Подготовить институтам СНГ актуальные тексты законодательства о социальной рекламе (основной закон, подзаконные акты) и анализ практики его применения.

Полученные материалы будут использованы для изучения и выработки предложений по содержанию проекта модельного закона.

На основании полученных предложений разработать проект модельного закона.

При работе над материалами систематизировать и представить их в виде опыта стран.

Во время общей дискуссии страны поддержали предложения и согласились с необходимостью разработки данного модельного закона.

## **ПРОГРАММА СОВЕЩАНИЯ**

1. Вступительное слово

2. Акулин Игорь Михайлович - д.м.н., профессор СПбГУ, заведующий кафедрой организации здравоохранения и медицинского права СПбГУ, Председателю правления Ассоциации медицинского права Санкт-Петербурга. Руководителю магистерской Программы «Медицинское и фармацевтическое право» СПбГУ

3. Общая дискуссия.

4. Технические вопросы.