

**ПРАВИЛА**  
**титрування та/або перекладу на українську жестову мову**  
**матеріалів передвиборної агітації з використанням**  
**електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації**

**I. Загальні положення**

1. Ці Правила визначають організаційні та правові засади забезпечення доступу осіб з порушеннями зору та слуху до матеріалів передвиборної агітації (у тому числі політичної реклами) з використанням електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації та встановлюють вимоги до їх титрування та/або перекладу на українську жестову мову.

2. Ці Правила є обов'язковими для всіх електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації, які розміщують матеріали передвиборної агітації під час проведення виборчих кампаній виборів Президента України; народних депутатів України та місцевих виборів (депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим; депутатів сільської, селищної, міської ради; сільського, селищного, міського голови; депутатів районної ради; депутатів обласної ради; депутатів районної у місті ради (у містах, де утворені районні у місті ради)).

3. Електронні (аудіовізуальні) засоби масової інформації забезпечують титрування та/або переклад на українську жестову мову матеріалів передвиборної агітації.

4. Розміщення недостовірного перекладу українською жестовою мовою та/або титрування є поширенням необ'єктивної інформації, за що передбачена відповідальність відповідно до Закону України “Про телебачення і радіомовлення”.

5. Титрування та/або переклад на українську жестову мову матеріалів передвиборної агітації з використанням електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації здійснюється з урахуванням вимог Закону України “Про забезпечення функціонування української мови як державної”.

## **II. Вимоги до титрування матеріалів передвиборної агітації**

1. Титри розміщуються в нижній частині екрану.

2. У верхній частині екрану можуть розміщуватись титри лише у випадку, коли візуальний матеріал (у тому числі лінгвістичний) є важливим для сприйняття і розуміння змісту матеріалів передвиборної агітації і відображається саме в тій частині екрану, в якому мали б розміщуватись титри.

3. Нижня (верхня) лінія титрів повинна відступати від нижнього (верхнього) краю екрану не менш ніж на  $1/12$  від повної висоти екрану.

4. Титри розміщуються на відстані не менше  $1/12$  загальної ширини екрану ліворуч і праворуч від краю екрану.

5. Одночасно на екрані можна розміщувати не більше двох текстових рядків (не більше ніж  $2/12$  екранного зображення займаються під титри).

6. Коли титри демонструються в один рядок, вони повинні займати нижчий із двох можливих рядків.

7. Текст титрів слід розміщувати по центру відведеного для відображення титрів поля.

8. Кожний рядок титрів повинен містити не більше 40 символів.

9. При титруванні використовуються шрифти типу Verdana та Arial.

10. Літери титрів повинні мати блідий білий колір (в жодному разі не бути «яскраво білосніжними») та розміщені на сірому напівпрозорому фоні.

11. Мінімальний час тривалості демонстрації титрів:

з текстом (7 – 8 слів) в один рядок становить 3 ½ секунди;

з текстом (14 – 16 слів) в два рядки (максимальна тривалість) становить 6 секунд;

однослівного тексту становить не менше ½ секунди.

12. Титри не повинні відставати в часі і не повинні залишатися на екрані більше 2 секунд після закінчення голосової вставки матеріалів передвибірної агітації, навіть якщо в цей проміжок у 2 секунди не прозвучало жодної іншої голосової вставки.

13. Початок титрування повинен розпочинатись одночасно з голосовим повідомленням змісту матеріалів передвибірної агітації.

14. Титри повинні передавати якомога точніше і правдивіше голосові вставки матеріалів передвибірної агітації як з точки зору їх змісту, так і з точки зору їх часу (враховувати необхідність передачі пауз, незавершених думок, запитального або окличного характеру змісту речень, відображати монолог або діалог тощо).

15. Жирний (подвійний) шрифт і підкреслення при титруванні не застосовується.

### **III. Вимоги до перекладу на українську жестову мову матеріалів передвиборної агітації**

1. Жестовий супровід телепрограм може транслюватись у відкритому форматі (тобто в неприхованій формі, видимій для всіх категорій глядачів) або у вигляді прихованого формату (тобто з можливістю вибору глядачами).

2. Для якісного перекладу на українську жестову мову матеріалів передвиборної агітації, диктор-перекладач повинен мати відповідну освіту та достатній стаж.

3. Переклад жестовою мовою повинен розпочинатись одночасно з голосовим повідомленням змісту матеріалів передвиборної агітації.

4. Тривалість жестових речень при перекладі повинна максимально відповідати тривалості голосових повідомлень.

5. Трансляція диктора-перекладача жестової мови в спеціальному місці на екрані повинна мати достатні розміри і роздільну здатність для відображення всіх рухів у верхній частині тулуба диктора. Всі важливі жести, які передають зміст інформації за допомогою жестової мови, повинні бути легко і точно розпізнаваними.

6. Зображення диктора жестової мови має займати 1/6 частину кадру.

7. Диктор-перекладач жестової мови повинен бути чітко розпізнаваним (контрастні кольори фону, відповідне освітлення, одяг класичного стилю, однотонний, але не світлий, аби не завадити чіткому розпізнаванню рухів).

**Заступник начальника  
управління контролю  
та аналізу телерадіомовлення –  
начальник відділу контролю  
в сфері телерадіомовлення**

**/підпис/**

**Олена ЛИСЕНКОВА**