

РЕКЛАМНАЯ ПОЛИТИКА ЖУРНАЛА «КОЛОПРОКТОЛОГИЯ»

Журнал получает доход от рекламы и репринтов, поэтому утверждена рекламная политика журнала, основные принципы которой сформулированы ниже:

1. Решения редакторов не должны зависеть от стоимости размещения рекламы или печати репринта.
2. Функции редактора и менеджера по рекламе в журнале должны быть разделены.
3. Рекламодатели и спонсоры не должны иметь контроль над решениями редактора вне зависимости от условий размещения рекламы или иных соглашений.
4. Репринты должны публиковаться только в том виде, в котором они были изначально опубликованы в журнале (включая последующие исправления), поэтому в них не должно быть дополнений и изменений.
5. Содержание специальных дополнительных выпусков журнала должно регламентироваться только решениями редактора, на содержание такого выпуска не должны влиять спонсоры или рекламодатели.
6. Ограничения по объему рекламных материалов в журнале – не более 30% от общего объема журнала.
7. Журнал имеет официальную рекламную политику, она доступна для всех участников редакционно-издательского процесса.
8. Все рекламные объявления должны однозначно идентифицировать рекламодателя и предлагаемый продукт или услугу. В рекламе лекарственных препаратов должно указываться полное название каждого активного ингредиента.
9. Коммерческая реклама не должна размещаться рядом с любой редакционной статьей или статьей, в которой обсуждается рекламируемый продукт, а также в ней не должно быть ссылок на тот выпуск журнала, в котором она размещена.
10. Рекламный контент должен отличаться от редакционных и других материалов так, чтобы разница между ними была очевидна.
11. Реклама не должна обманывать или вводить в заблуждение. Реклама не должна преувеличивать реальные характеристики рекламируемого продукта. Реклама не должна содержать оскорбительных соображений религиозного и/или расового характера.
12. Рекламируемые продукты должны быть ориентированы на медицинскую практику, медицинское образование или оказание медицинской помощи.
13. Журнал должен иметь право отказаться от размещения любого рекламного сообщения при несоответствии рекламных материалов политики журнала и Уставу организации.

Текст подготовлен на основе [Recommendations on Publication Ethics Policies for Medical Journals](#) WAME.