

Технические требования к размещению рекламных материалов в интернет-издании Zakon.kz

Рекламные материалы по своему содержанию должны соответствовать требованиям, установленным действующим законодательством Республики Казахстан

- [Общие требования к рекламе](#)
- [Виды ненадлежащей рекламы](#)
- [Особенности рекламы отдельных видов продукции \(работ и услуг\)](#)

Правила размещения PR-материалов на Zakon.kz

- Все PR-материалы должны быть оформлены в соответствии с **редакционными стандартами**.
- Редакция оставляет за собой право **вносить изменения в заголовки и тексты PR-материалов** по своему усмотрению.
- Редакция оставляет за собой право **отказать в публикации PR-материалов без объяснения причин**.
- Все PR-материалы публикуются со специальной **маркировкой**:
 - "PR-материал"
 - "Партнерский материал"

Размещение PR-материалов без специальной маркировки допускается **только по предварительному согласованию и с одобрения редакции**.

- Публикация PR-материалов осуществляется по заранее согласованным с редакцией датам и времени. В случае несвоевременного предоставления материалов утраченная дата или время публикации **не подлежат компенсации**.
- Редакция оставляет за собой право **ограничивать или отключать индексацию** публикуемых PR-материалов в поисковых системах.
- Рекламодатель **несет полную ответственность за соблюдение авторских прав и законность использования** предоставленных им для публикации текстов, изображений и видеоматериалов.
- Редакция вправе **отказаться от предоставленных изображений и подобрать** соответствующие тематике PR-материала изображения, по согласованию с клиентом и согласно прайса.
- Допускается **прямое согласование постов с SMM-специалистом Zakon.kz** для оптимизации текста под социальные сети.
- В социальных сетях **действуют ограничения по рекламным тематикам** – актуальную информацию необходимо уточнять у менеджера.

Регламент работы с PR-материалами

- Рекламодателю предоставляется доступ к **предварительной версии материала (превью)**, до его публикации для согласования:
 - заголовка
 - текста
 - структуры материала
 - размещения изображений
 - размещения гиперссылок

Все правки вносятся **на этапе превью**.

После публикации допускается **частичное редактирование текста**, замена или перемещение изображений не более одного раза, **при условии сохранения первоначального смысла и контекста материала, с одобрения редакции**. Последующие правки осуществляются по согласованию с редакцией, **на договорной основе**.

Технические требования к PR-материалам

- **Заголовок:** не более **110 символов с пробелами**.
 - **Изображения:**
 - Обязательное наличие **минимум одного изображения**
 - Основное изображение: горизонтальное, **1920 × 1080 px**
 - Максимальное количество изображений в статье – **до 5**
 - Обязательное указание **первоисточника (правообладателя) изображений**
 - Не допускается использование изображений **низкого качества**
 - **Гиперссылки:**
 - Допускается размещение **до 5 гиперссылок**
 - Все ссылки должны иметь **прямую смысловую связь с материалом**
 - **Видео:**
 - Максимальный хронометраж одного видео – **до 3 минут**
 - Видео должно быть размещено **на официальном YouTube-канале или в аккаунтах рекламодателя** в социальных сетях.
 - При отсутствии собственного канала видео размещается **на специальных каналах Zakon.kz в YouTube или Telegram**.
 - **Техническое задание (ТЗ):** Все требования, пожелания и детали должны быть четко зафиксированы в ТЗ **до начала подготовки материала журналистом**
-

Технические требования к постам в социальных сетях

Instagram

• Посты:

- Формат изображений: JPEG, PNG
- Количество изображений: до 10
- Разрешение изображений: 1080 × 1350 px (соотношение сторон 4:5)
- Длина текста поста: от 200 до 2 200 символов с пробелами

• Видео (Reels):

- Хронометраж: до 1 минуты
- Разрешение: 1080 × 1920 px (9:16)
- Формат: MP4, MOV

Instagram Stories

- Формат изображений: JPEG, PNG
- Формат видео: MP4, MOV
- Минимальное разрешение: 720 × 1280 px
- Продолжительность: до 60 секунд
- Размер видео: до 30 МБ

Telegram-канал

- Формат изображений: JPEG, PNG
- Количество изображений: до 5
- Длина поста: до 1 000 символов с пробелами
- Ширина изображения: не менее 1280 px
- Дополнительно: в описании допускается использование хештегов, внешних ссылок, а также упоминание каналов, чатов и пользователей Telegram, по согласованию с редакцией.
- Видео:
 - Формат: MP4, MOV, GIF
 - Размер видео: до 20 МБ

Facebook

- Формат изображений: JPEG, PNG
- Количество изображений: до 5
- Длина поста: до 3 000 символов с пробелами
- Разрешение изображений: 1200 × 630 px
- Видео:
 - Разрешение: 1080 px
 - Соотношение сторон: 16:9 (широкоэкранное)
 - Формат: MP4, MOV
 - Размер видео: до 50 МБ

Vkontakte

- Формат изображений: JPEG, PNG
- Количество изображений: до 5
- Длина поста: до 4 000 символов с пробелами
- Разрешение изображений: 1000 × 700 px
- Видео:
 - Разрешение: 1920 × 1080 px
 - Формат: MP4, MOV
 - Размер видео: до 50 МБ

TikTok

- Формат контента: видео

- Длительность видео: от 15 секунд до 1 минуты
- Разрешение: 1080 × 1920 px
- Соотношение сторон: 9:16
- Формат: MP4, MOV
- Размер файла: до 150 МБ
- Музыка: по согласованию с редакцией, может быть подобрана редакцией из библиотеки платформы.
- Описание: до 2 000 символов.

Threads

• Текст поста:

– Описание: до 500 символов

• Фото:

– Формат: JPEG, PNG

– Количество: до 10 изображений

– Рекомендованный размер: от 800 px по ширине

– Максимальный вес одного файла: до 25 МБ

• Видео:

– Формат: MP4, MOV

– Длительность: до 5 минут

– Количество: до 10 видео

– Максимальный вес одного файла: до 25 МБ

• **Дополнительно:** в одном посте допускается размещение текста + фото и/или видео.

Требования к контенту

- К размещению принимаются готовые баннеры, в формате: HTML5, GIF, JPEG, PNG
- Размер должен в точности соответствовать выбранному вами формату изображения
- Баннер не должен имитировать несколько объявлений, например, состоять из множества уменьшенных копий одного изображения
- Баннер должен быть непосредственно связан с рекламируемым сайтом или приложением
- Изображения в баннере должны быть качественными и понятными, с разборчивым текстом. Не допускается использование расплывчатых или смазанных изображений
- Продолжительность анимации не должна превышать 30 секунд
- Анимация должна воспроизводиться циклично, но не дольше 30 секунд
- Запрещается использовать раздражающее вредоносное поведение скриптов: например, вызовы для самопроизвольного открытия pop-up, смены адреса страницы и т.п.
- Запрещены баннеры с элементами интерфейса ОС
- Обязательно предоставление ссылки на посадочную страницу

Требования для баннеров HTML5

- Максимально допустимый размер HTML-файла — 65 000 байт
- JavaScript и CSS предпочтительнее размещать внутри HTML-кода баннера. Если итоговый HTML-код превышает максимально допустимый размер, необходимо уменьшить код за счет вынесения JavaScript и CSS в отдельные файлы:
- Сохраните JS и CSS-код в отдельные файлы с расширением .js или .css
- Файлы по весу не должны превышать 300 КБ
- Загрузите файлы на вкладку Файлы рекламной кампании и полученные ссылки на файлы подключите в HTML-код

Пример подключения JS и CSS-файлов:

```
script type="text/javascript" src="ССЫЛКА_НА_ФАЙЛ">/script> link rel="stylesheet" type="text/css" href="ССЫЛКА_НА_ФАЙЛ" />
```

Примечание. В HTML-коде не допускается использование относительных путей к файлам.

- В проекте может находиться только один файл с расширением .html
- Максимально допустимое количество файлов в проекте — 50
- Разрешенные типы файлов в проекте: CSS, JS, HTML, GIF, PNG, JPG, JPEG, SVG, JSON, FLV, MP4, OGV, OGG, WEBM, AVI, SWF
- Максимальный размер каждого файла (действует также для файлов внутри архива): 300 КБ, 1 МБ для видеофайлов
- Названия файлов должны содержать только цифры или буквы английского алфавита, символ
- В названиях переменных и объектов нельзя использовать русские буквы. Исключение составляет только текст на баннере
- Формат готового проекта — ZIP-архив

Инструкция по разработке HTML-креатива в редакторах [Adobe Animate CC](#) и [Google Web Designer](#)

[Пример готового проекта с одной кнопкой в Adobe Animate CC](#)

► [исходный файл](#)

[Пример готового проекта в Google Web Designer](#)

► [исходный файл](#)

Другие редакторы подсчета кликов в баннере

Чтобы в ADFOX у баннера считалась статистика по кликам, необходимо в HTML-коде в теге для атрибута **href** прописать переменную:

```
%banner.reference_user1%
```

Также для ссылок используйте атрибут **target** с переменной **%banner.target%** в значении атрибута. Если атрибут отсутствует, ссылка откроется внутри iframe, то есть рекламируемый сайт откроется на баннерном месте.

Пример HTML-кода для подсчета кликов по баннеру:

```
<a href="%banner.reference_user1%" target="%banner.target%">Сайт рекламодателя</a>
```

Примечание. Шаблоны HTML App Mobile

В HTML-коде баннеров, которые будут размещаться в мобильных приложениях, для учета кликов используйте макрос:

%reference%@%banner.user2%

По желанию, рекламодатель может установить в баннер дополнительный код стороннего отслеживания показов/кликов. Портал Zakon.kz не несет ответственность за работу и корректность показателей данных счетчиков.

Требования для баннеров Image

- Формат изображения: PNG, GIF, JPG
- Максимальный вес одного файла: 300 КБ
- Анимированный GIF-баннер должен воспроизводиться со скоростью не более 5 кадров в секунду

Требования для Видео баннеров

- Формат видеоролика: MP4, WebM, MOV, QT, FLV, AVI
- **Рекомендуемый формат: MP4**
- Частота кадров: не более 60 кадров/с
- Количество видеодорожек: 1
- Аудиокодеки: AAC, MP3, Vorbis
- Количество аудиодорожек: не более 5
- Минимальное разрешение: 1280x720px (16:9)
- Продолжительность: до 2 минут
- Максимальный размер видеоролика, который будет загружен в интерфейс ADFOX: 100 МБ

► [Подробнее описание](#)