

Онлайн-жарнаманы таңбалау қағидаларын бекіту туралы

Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрінің 2024 жылғы 16 ақпандағы № 59-НҚ бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2024 жылғы 16 ақпанда № 34004 болып тіркелді

"Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы" Қазақстан Республикасы Заңының 19-бабы 2-тармағына сәйкес БҰЙЫРАМЫН:

1. Қоса беріліп отырған онлайн-жарнаманы таңбалау қағидалары бекітілсін.

2. Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігінің Бұқаралық ақпарат құралдары саласындағы мемлекеттік саясат департаменті Қазақстан Республикасының заңнамасында белгіленген тәртіппен:

1) осы бұйрықты Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде мемлекеттік тіркеуді;

2) осы бұйрықты Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігінің ресми интернет-ресурсында орналастыруды;

3) осы бұйрық Қазақстан Республикасы Әділет министрлігінде мемлекеттік тіркелгеннен кейін он жұмыс күні ішінде осы тармақтың 1) және 2) тармақшаларында көзделген іс-шаралардың орындалуы туралы мәліметтерді Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігінің Заң департаментіне ұсынуды қамтамасыз етсін.

3. Осы бұйрықтың орындалуын бақылау жетекшілік ететін Қазақстан Республикасының Мәдениет және ақпарат вице-министріне жүктелсін.

4. Осы бұйрық алғашқы ресми жарияланған күнінен кейін күнтізбелік он күн өткен соң қолданысқа енгізіледі.

Қазақстан Республикасының
Мәдениет және ақпарат министрі

А. Балаева

"КЕЛІСІЛДІ"

Қазақстан Республикасының

Қаржы министрлігі

"КЕЛІСІЛДІ"

Қазақстан Республикасының

Ұлттық экономика министрлігі

Қазақстан Республикасының
Мәдениет және ақпарат
министрі
2024 жылғы 16 ақпандағы
№ 59-НҚ бұйрығымен
бекітілген

1-тарау. Жалпы ережелер

1. Осы Онлайн-жарнаманы таңбалау қағидалары (бұдан әрі – Қағидалар) "Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы" Қазақстан Республикасының Заңы 19-бабының 2-тармағына сәйкес әзірленді және және онлайн-жарнаманы таңбалау тәртібін айқындайды.

2. Осы Қағидаларда мынадай негізгі ұғымдар пайдаланылады:

1) инфлюенсер (блогер) – онлайн-платформада тұлғалардың беймәлім тобына арналған ақпаратты кәсіпкерлік қызмет мақсатында жариялайтын онлайн-платформаны пайдаланушы;

2) онлайн-жарнама – онлайн-платформаларды пайдаланушылар және (немесе) онлайн-платформалардың меншік иелері таргеттелген жарнама және (немесе) демеушілік контент, және (немесе) өзге де ақпарат түрінде жасайтын және (немесе) орналастыратын, және (немесе) тарататын, және (немесе) сақтайтын, тұлғалардың беймәлім тобына арналған онлайн-платформалардағы жарнама;

3) онлайн-платформа – қаржылық көрсетілетін қызметтер ұсынуға және электрондық коммерцияға арналған интернет-ресурсты және (немесе) интернет желісінде жұмыс істейтін бағдарламалық қамтылымды, және (немесе) лездік хабар алмасу сервисін қоспағанда, онлайн-платформаны пайдаланушының өзі ашқан аккаунт, жария қоғамдастық арқылы онлайн-платформадағы контентті алуға, жасауға және (немесе) орналастыруға, және (немесе) таратуға, және (немесе) сақтауға арналған интернет-ресурс және (немесе) интернет желісінде жұмыс істейтін бағдарламалық қамтылым, және (немесе) лездік хабар алмасу сервисі;

4) таргеттелген онлайн-жарнама – профайлинг негізінде айқындалатын нысаналы топтарға арналған және пайдаланушыларды қамтуды ұлғайтуға және (немесе) оның басымдығын, оның ішінде онлайн-платформаның ұсынымдық жүйесін пайдалана отырып арттыруға бағытталған онлайн-жарнама.

2-тарау. Онлайн-жарнаманы таңбалау тәртібі

3. Инфлюенсер (блогерлер) коммерциялық және (немесе) шарт негізінде орналастыратын, оның ішінде егер:

1) инфлюенсер (блогер) жарнама беруге немесе жарнама таратуға қатысушы не жарнама берушінің немесе жарнама таратушының акционері болып табылса;

2) инфлюенсер (блогер) жарнамаланатын тауарларды, жұмыстарды немесе көрсетілетін қызметтерді пайдаланудың эксклюзивті шарттарын алса;

3) контентте акциялар жасалған және (немесе) бағасы төмендетілген тауарларға, жұмыстарға немесе көрсетілетін қызметтерге сілтемелер, сондай-ақ

интернет-ресурстарға, жарнама берушінің немесе жарнама таратушының онлайн-платформалардағы аккаунттарына сілтемелер қамтылса, онлайн-жарнама таңбалануға жатады.

4. Таңбалау оны сәйкестендіру мүмкіндігімен мәтіндік форматта жүзеге асырылады.

Онлайн-жарнама дыбыстық немесе аудиокөрнекі нысанда таратылған және (немесе) орналастырылған жағдайда, таңбалау онлайн-жарнаманың алдында жүзеге асырылады.

5. Таңбалауда орналастырылған материалдың жарнама екендігі туралы мәтіндік нұсқама болады.

Мәтіндік нұсқамада мынадай тұжырымдамалардың бірін қамтиды:

- "жарнама";
- "жарнамалық материал";
- "серіктестік материал";
- "демеушілік материал";
- "жарнама құқығында";
- "демеушімен төленген";
- "PR құқығында";
- "реклама";
- "рекламный материал";
- "партнерский материал";
- "спонсорский материал";
- "на правах рекламы";
- "оплачено спонсором";
- "на правах PR".

6. Мыналар:

1) лездік хабар алмасу сервисінде орналастырылатын онлайн-жарнама;

2) телерадиоарналардың онлайн-платформалардағы аккаунттарында орналастырылған теле-радио бағдарламалардағы немесе олардың фрагменттеріндегі жарнама;

3) әлеуметтік жарнама таңбалануға жатпайды.

7. Онлайн-платформаларда орналастырылған таргеттелген онлайн-жарнама онлайн-платформаның техникалық мүмкіндіктерін пайдалана отырып, автоматты режимде дербес таңбаланады.