

Об утверждении Правил проведения мониторинга средств массовой информации , распространяемых на территории Республики Казахстан, и методики его расчета

Утративший силу

Приказ Министра информации и общественного развития Республики Казахстан от 29 апреля 2019 года № 84. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 2 мая 2019 года № 18617. Утратил силу приказом Министра культуры и информации РК от 10.09.2024 № 416-НҚ.

Сноска. Утратил силу приказом Министра культуры и информации РК от 10.09.2024 № 416-НҚ (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

Настоящий приказ подлежит официальному опубликованию и вводится в действие с 11 апреля 2019 года.

В соответствии с подпунктом 13-2) статьи 4-3 Закона Республики Казахстан " О средствах массовой информации", **ПРИКАЗЫВАЮ:**

Сноска. Преамбула – в редакции приказа Министра информации и общественного развития РК от 05.10.2022 № 419 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

1. Утвердить:

1) Правила проведения мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан, согласно приложению 1 к настоящему приказу;

2) Методику расчета мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан, согласно приложению 2 к настоящему приказу.

2. Признать утратившими силу:

1) приказ исполняющего обязанности Министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 26 января 2016 года № 73 "Об утверждении Правил проведения мониторинга средств массовой информации" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов под № 13132 , опубликован 24 февраля 2016 года в информационно-правовой системе "Әділет ");

2) приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 27 июня 2016 года № 13 "О внесении изменений в приказ исполняющего

обязанности Министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 26 января 2016 года № 73 "Об утверждении Правил проведения мониторинга средств массовой информации" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов под № 13989, опубликован 26 июля 2016 года в информационно-правовой системе "Әділет").

3. Департаменту государственной политики в области средств массовой информации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан в установленном законодательством порядке обеспечить:

1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;

2) в течение десяти календарных дней со дня государственной регистрации настоящего приказа направление его в Республиканское государственное предприятие на праве хозяйственного ведения "Республиканский центр правовой информации" для официального опубликования и включения в Эталонный контрольный банк нормативных правовых актов Республики Казахстан;

3) размещение настоящего приказа на официальном интернет-ресурсе Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан после его опубликования;

4) в течение десяти рабочих дней после государственной регистрации настоящего приказа представление в Юридический департамент Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан сведений об исполнении мероприятий, предусмотренных подпунктами 1), 2) и 3) настоящего пункта.

4. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на курирующего вице-министра информации и общественного развития Республики Казахстан.

5. Настоящий приказ подлежит официальному опубликованию и вводится в действие с 11 апреля 2019 года.

*Министр информации и
общественного развития
Республики Казахстан*

Д. Абаев

"СОГЛАСОВАН"
Министерство национальной экономики
Республики Казахстан

Приложение 1
к приказу Министра
информации и общественного развития
Республики Казахстан
от 29 апреля 2019 года
№ 84

Правила проведения мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан

Глава 1. Общие положения

1. Настоящие Правила разработаны в соответствии с подпунктом 13-2) статьи 4-3 Закона Республики Казахстан "О средствах массовой информации" (далее – Закон) и определяют порядок проведения мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан.

Сноска. Пункт 1 – в редакции приказа Министра информации и общественного развития РК от 05.10.2022 № 419 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

2. В настоящих Правилах используются следующие понятия:

1) средство массовой информации – периодическое печатное издание, теле-, радиоканал, кинодокументалистика, аудиовизуальная запись и иная форма периодического или непрерывного публичного распространения массовой информации, включая интернет-ресурсы;

2) мониторинг средств массовой информации – процесс сбора и анализа продукции средств массовой информации на предмет соблюдения законодательства Республики Казахстан;

3) продукция средства массовой информации – тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания или аудиовизуальной программы, отдельный выпуск радио-, теле-, кинохроникальной программы, информация, размещенная на интернет-ресурсе;

4) сетевое издание – интернет-ресурс, прошедший процедуру постановки на учет в уполномоченном органе, информационно-коммуникационная инфраструктура которого размещена на территории Республики Казахстан;

5) интернет-ресурс – электронный информационный ресурс, отображаемый в текстовом, графическом, аудиовизуальном или ином виде, размещаемый на аппаратно-программном комплексе, имеющий уникальный сетевой адрес и (или) доменное имя и функционирующий в Интернете;

6) периодическое печатное издание – газета, журнал, альманах, бюллетень, приложения к ним, имеющие постоянное название, текущий номер и выпускаемые не реже одного раза в три месяца;

7) теле-, радиоканал – средство массовой информации, представляющее собой совокупность теле-, радиопрограмм и аудиовизуальных произведений, сюжетов и материалов, сформированных в соответствии с сеткой вещания для последующей трансляции и/или ретрансляции.

3. Мониторинг средств массовой информации осуществляется с использованием информационной системы "Автоматизированный мониторинг национального информационного пространства".

Глава 2. Порядок проведения мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан

4. Мониторинг средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан, проводится уполномоченным органом в области средств массовой информации и телерадиовещания (далее – уполномоченный орган) с целью выявления и фиксирования нарушений норм законодательства Республики Казахстан.

5. Объектом мониторинга выступают:

- 1) теле-, радиоканалы;
- 2) периодические печатные издания;
- 3) интернет-ресурсы и сетевые издания;
- 4) кинодокументалистика;
- 5) аудиовизуальная запись.

6. Проведение мониторинга средств массовой информации включает в себя следующие этапы:

1) просмотр (прослушивание) продукции средства массовой информации, выявление, фиксация и сбор нарушений;

2) правовой анализ и обобщение информации о нарушениях в средствах массовой информации;

3) дополнительный анализ выявленных фактов нарушений законодательства, проводимый уполномоченным органом.

7. По результатам мониторинга указываются следующие сведения:

1) основные данные об адресате:

для периодических печатных изданий – наименование собственника средства массовой информации, юридический адрес, официальный адрес электронной почты;

для теле-, радиоканалов – наименование собственника средства массовой информации, юридический адрес, официальный адрес электронной почты;

для сетевых изданий, информационных агентств и интернет-ресурсов – наименование собственника сетевого издания, информационного агентства, интернет-ресурса, юридический адрес, IP-адрес интернет-ресурса, при наличии – официальный адрес электронной почты. В случае невозможности установления сведений о собственнике интернет-ресурса уполномоченным органом направляется уведомление в адрес хостинг-провайдера, на сервере которого он размещен.

2) описательно-мотивировочная часть:

результаты анализа и сбора информации.

3) приложение (доказательные материалы):

для периодических печатных изданий – сканированная копия фрагмента издания из результатов анализа;

для теле-, радиоканалов – запись на электронном носителе, экранные снимки материала из результатов анализа;

для сетевых изданий, информационных агентств и интернет-ресурсов – экранные снимки, запись на электронном носителе в зависимости от способа распространения информации.

8. Для проведения мониторинга по техническому и методическому обеспечению мониторинга средств массовой информации уполномоченный орган в соответствии с бюджетным законодательством, на основании договора привлекает организацию, выполняющую работы по техническому и методическому обеспечению мониторинга (далее – организация).

9. Уполномоченный орган с помощью методической и технической поддержки, в том числе получением сведений от организации, производит фиксацию и сбор нарушений законодательства Республики Казахстан, выявленных в процессе мониторинга продукции средств массовой информации, а также по уведомлениям государственных органов, по обращениям физических и юридических лиц, запросам должностных лиц, направленных в уполномоченный орган.

10. По результатам проведенного мониторинга средств массовой информации путем просмотра (прослушивание), фиксации и сбора нарушений средств массовой информации уполномоченный орган принимает меры в рамках проведения профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля в соответствии со статьей 4-5 Закона.

11. При квалификации нарушения законодательства Республики Казахстан, влекущего уголовную ответственность, уполномоченный орган направляет в государственный орган, к компетенции которого относится рассмотрение дел по данному виду нарушения, материалы с выявленным нарушением.

12. Уполномоченный орган по итогам года не позднее 30 числа первого месяца следующего года размещает на своем интернет-ресурсе итоговую информацию о проведенном мониторинге средств массовой информации.

Методика расчета мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан

Глава 1. Общие положения

1. Настоящая Методика расчета мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан (далее – Методика) разработана в соответствии с подпунктом 13-2) статьи 4-3 Закона Республики Казахстан "О средствах массовой информации" (далее – Закон) и определяет подходы расчета мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан, а также расчеты объемов вещания теле-, радиопрограмм на казахском языке, равномерного распределения рекламы на казахском языке на теле-, радиоканалах, объемов теле-, радиопрограмм и музыкальных произведений отечественного производства, объемов ретрансляции теле-, радиопрограмм иностранных теле-, радиоканалов, объемов реклам на теле-, радиоканалах в сутках, общего объема продолжительности рекламы в период времени с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени в течение часа времени вещания на теле-, радиоканалах, объемов телеторговли на телеканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера.

Сноска. Пункт 1 – в редакции приказа Министра информации и общественного развития РК от 05.10.2022 № 419 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

2. В настоящей Методике используются следующие понятия:

1) информационно-аналитическая телепрограмма – телепрограмма, содержащая систематизированную информацию и анализ, произошедших событий за определенный промежуток времени, представляющих общественно значимый интерес для зрительских аудитории;

2) социальная реклама – информация, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей некоммерческого характера, а также обеспечение интересов государства;

3) средство массовой информации – периодическое печатное издание, теле-, радиоканал, кинодокументалистика, аудиовизуальная запись и иная форма периодического или непрерывного публичного распространения массовой информации, включая интернет-ресурсы;

4) мониторинг средств массовой информации – процесс сбора и анализа продукции средств массовой информации на предмет соблюдения законодательства Республики Казахстан;

5) продукция средства массовой информации – тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания или аудиовизуальной программы, отдельный выпуск радио-, теле-, кинохроникальной программы, информация, размещенная на интернет-ресурсе;

6) новостная телепрограмма – телепрограмма, содержащая новости об общественно-значимых событиях;

7) реклама – информация, распространяемая и размещаемая в любой форме с помощью любых средств, предназначенная для неопределенного круга лиц и призванная формировать или поддерживать интерес к физическому или юридическому лицу, товарам, товарным знакам, работам, услугам и способствовать их реализации;

8) знак возрастной категории – графическое и (или) текстовое обозначение возрастной категории;

9) бегущая строка – способ распространения рекламы, размещаемой на объектах наружной (визуальной) рекламы или передающейся по телеканалам, в кино- и видеообслуживании, который характеризуется последовательным чередованием (передвижением) сочетаний букв, цифр, знаков, составляющих в совокупности определенную информацию;

10) дополнительная информация – буквенная, цифровая, графическая информация, транслируемая одновременно с основной телепрограммой с использованием одной частоты и (или) эфирного времени, содержание которой не связано с содержанием основной телепрограммы, передаваемой в составе телерадиовещательного сигнала;

11) отечественные теле-, радиопрограммы – теле-, радиопрограммы, созданные теле-, радиокомпаниями или физическими и юридическими лицами, зарегистрированными на территории Республики Казахстан и осуществляющими свою деятельность на территории Республики Казахстан и за ее пределами;

12) ретрансляция – прием и одновременное либо в записи, распространение теле-, радиопрограмм, теле-, радиоканалов с использованием технических средств телекоммуникаций и в сетях телекоммуникаций;

13) телеторговля – публичное предложение на телеканале с целью реализации товаров или оказания услуг;

14) трансляция – первичное распространение сигнала теле-, радиоканалов с использованием технических средств телекоммуникаций и в сетях телекоммуникаций;

15) теле-, радиопрограмма – содержательно завершенная часть теле-, радиоканала, которая имеет соответствующее наименование, объем вещания и может быть использована независимо от других частей теле-, радиоканала;

16) теле-, радиоканал – средство массовой информации, представляющее собой совокупность теле-, радиопрограмм и аудиовизуальных произведений, сюжетов и материалов, сформированных в соответствии с сеткой вещания для последующей трансляции и/или ретрансляции;

17) собственная информация теле-, радиоканала (анонс) – информация о собственной продукции теле-, радиоканала (анонс), не содержащая рекламы третьих лиц;

18) сетка вещания – перечень, последовательность, наименование, время выхода в эфир теле-, радиопрограмм, отображающие основные направления программной концепции вещания на конкретный период;

19) выход в эфир – трансляция теле-, радиопрограмм, аудиовизуальной записи с использованием аналоговых и цифровых электромагнитных систем.

Сноска. Пункт 2 с изменением, внесенным приказом и.о. Министра информации и общественного развития РК от 05.08.2019 № 263 (вводится в действие после дня его первого официального опубликования).

Глава 2. Подходы расчета мониторинга средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Казахстан

3. В настоящей Методике предусмотрены следующие виды расчета:

- 1) объема вещания теле-, радиопрограмм на казахском языке;
- 2) равномерного распределения рекламы на казахском языке на теле-, радиоканалах;
- 3) объема теле-, радиопрограмм и музыкальных произведений отечественного производства;
- 4) объема ретрансляции теле-, радиопрограмм иностранных теле-, радиоканалов;
- 5) объема рекламы на теле-, радиоканалах в сутках;
- 6) объема общей продолжительности рекламы в период с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени в течение часа времени вещания на теле-, радиоканалах;
- 7) объема телеторговли на телеканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера;
- 8) площади дополнительной информации, носящей характер коммерческой рекламы, рекламы в виде наложения и бегущей строки от площади экрана на телеканалах.

4. Просмотр (прослушивание) записей теле-, радиоканалов производится специалистами на персональных аппаратно-программных комплексах с

возможностью воспроизведения видео и звука с использованием информационной системы "Автоматизированный мониторинг национального информационного пространства".

Запись эфира теле-, радиоканалов осуществляется в формате, передаваемом операторами телерадиовещания.

5. При проведении мониторинга продукции теле-, радиоканалов фиксируются следующие элементы:

- 1) теле-, радиопрограмма;
- 2) реклама;
- 3) эфирные вставки (исполнение Государственного Гимна, объявление теле-, радиоканалом своего наименования, собственная информация теле-, радиоканала (анонс);
- 4) социальная реклама;
- 5) технические перерывы;
- 6) дополнительная информация;
- 7) музыкальные произведения;
- 8) телеторговля.

6. Для обеспечения полноты проведения мониторинга теле-, радиоканалов фиксируются следующие параметры:

- 1) в отношении теле – радиопрограмм - продолжительность, количество, язык, страна-производитель, наличие знака возрастной категории, ретрансляции;
- 2) в отношении рекламы – продолжительность, язык, наличие нарушений Закона и Закона "О рекламе";
- 3) в отношении социальной рекламы – язык, количество выходов;
- 4) в отношении дополнительной информации – площадь наложения;
- 5) в отношении музыкальных произведений – количество, страна-производитель;
- 6) в отношении телеторговли – продолжительность, язык.

Технические перерывы не учитываются в общем объеме суточного эфира теле-, радиоканалов.

Параграф 1. Методика расчета объема вещания теле-, радиопрограмм на казахском языке

7. Расчет объема вещания теле-, радиопрограмм на казахском языке включает два направления:

- 1) еженедельный объем вещания теле-, радиопрограмм на казахском языке;
- 2) объем теле-, радиопрограмм на казахском языке в интервалах времени продолжительностью шесть часов каждый, исчисляемый с нуля часов местного времени.

8. При мониторинге теле-, радиоканалов на предмет соблюдения требований к языковому балансу учитываются следующие критерии:

1) объем теле-, радиопрограмм на казахском языке включает теле-, радиопрограммы, во время трансляции (ретрансляции) которых звучит казахский язык. Объем теле-, радиопрограмм на другом языке (русский, английский и другие) составляют теле-, радиопрограммы со звуковым сопровождением на языках, отличных от казахского;

2) многоязычные теле-, радиопрограммы – если во время трансляции теле-, радиопрограммы звучит речь на двух и более языках, время вещания теле-, радиопрограммы на казахском и других языках фиксируется отдельно;

3) теле-, радиопрограммы без речевого сопровождения – объем теле-, радиопрограмм, сопровождение которых не содержит речь на каком-либо языке, и информации, связанной с его основным содержанием, не учитывается в мониторинге на предмет соблюдения требований законодательства, установленных пунктом 1 и пунктом 2 статьи 10 Закона Республики Казахстан "О телерадиовещании" (далее – Закон "О телерадиовещании");

4) фиксируется продолжительность ретранслируемых отечественным теле-, радиоканалом иностранных теле-, радиопрограмм без учета рекламного времени, технического перерыва и эфирных вставок;

5) перевод телепрограмм в виде субтитров при распространении на телеканалах не учитывается в общем объеме телепрограмм на казахском языке;

6) реклама, эфирные вставки (исполнение Государственного Гимна, объявление теле-, радиоканалом своего наименования, собственная информация теле-, радиоканала (анонс), социальная реклама, дополнительная информация не включаются в общий объем теле-, радиопрограмм на казахском языке;

7) при переходе от одной теле-, радиопрограммы к другой фиксируется язык теле-, радиопрограммы, на которую осуществляется переход.

Время в перерыве между речью относится ко времени языка, звучавшего последним.

Музыкальные произведения, распространяемые в качестве самостоятельного эфирного события и распространяемые в радиопрограммах на радиоканалах или телепрограммах на телеканалах, специализирующихся на сообщениях и материалах музыкального характера, не учитываются в мониторинге на предмет соблюдения требований законодательства, установленных пунктом 2 статьи 10 Закона "О телерадиовещании".

В случае использования телеканалом многоканальной передачи с основным звуковым сопровождением на казахском языке, мониторинг данного телеканала

со звуковыми дорожками на других языках на предмет соблюдения требований законодательства, установленных пунктом 2 статьи 10 Закона "О телерадиовещании" не осуществляется.

Сноска. Пункт 8 - в редакции приказа Министра информации и общественного развития РК от 10.11.2020 № 365 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня их первого официального опубликования); с изменением, внесенным приказом Министра информации и общественного развития РК от 05.10.2022 № 419 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

9. Размер допустимой погрешности составляет $\leq 1,38\%$ от 360 минут эфира. С учетом данной погрешности фиксация нарушения производится в случаях, когда объем теле-, радиопрограмм на казахском языке составляет $\leq 48,6\%$. Этот же подход применяется при расчетах языкового баланса в недельном объеме.

10. В случае, если эфир не занимает целые шесть часов, то требования к языковому балансу распространяются на время вещания.

В случае, когда в интервале времени выявлены технические сбои, подсчет объема теле-, радиопрограмм на казахском языке в данном интервале не осуществляется.

Объем теле-, радиопрограмм на казахском языке рассчитывается по следующей формуле:

$$\frac{T_{kz}}{T_{kz} + T_{fl}} * 100\% = Tkz\%,$$

где:

T_{kz} - продолжительность теле-, радиопрограмм на казахском языке в минутах ;

T_{fl} - продолжительность теле-, радиопрограмм на других языках в минутах;

$Tkz\%$ - объем теле-, радиопрограмм на казахском языке.

Параграф 2. Методика расчета равномерного распределения рекламы на казахском языке на теле-, радиоканалах

11. При проведении мониторинга теле-, радиоканалов на предмет соблюдения требований Закона Республики Казахстан "О рекламе" (далее – Закон "О рекламе") социальные рекламные ролики, бегущая строка, собственная информация теле-, радиоканала (анонс) не учитываются при подсчете объема рекламы.

Сноска. Пункт 11 – в редакции приказа Министра информации и общественного развития РК от 05.10.2022 № 419 (вводится в действие по

истечения десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

12. При расчете равномерного распределения рекламы на казахском языке на теле-, радиоканалах используются следующие критерии:

1) объем рекламы на казахском языке на теле-, радиоканалах включает рекламу, во время трансляции которой звучит казахский язык;

2) расчет равномерного распространения рекламы на казахском языке заключается в анализе равномерного соотношения общего хронометража рекламного времени на казахском языке относительно суммарного хронометража рекламного времени на других языках в каждом интервале времени продолжительностью шесть часов каждый, исчисляемый с нуля часов местного времени. При этом в каждом интервале времени продолжительностью шесть часов суммарный хронометраж рекламного времени может не совпадать с другими интервалами, что не является нарушением нормы о равномерном распределении рекламы на казахском языке. В целях анализа выполнения данной нормы каждый шестичасовой интервал рассматривается как самостоятельный временной интервал.

3) временные интервалы, в которых реклама не размещается, не фиксируются ;

4) в случае, когда в интервале времени продолжительностью шесть часов каждый, исчисляемый с нуля часов местного времени выявлены технические сбои, подсчет объема рекламы в данном интервале не осуществляется.

13. При проведении мониторинга продукции телеканалов на предмет соблюдения требований Закона "О рекламе" учитываются следующие рекламные объявления:

1) полностью озвученные или сопровождаемые текстом на казахском языке;

2) содержащие титры и/или музыкальные произведения с текстом на иностранных языках, но озвученные на казахском языке;

3) в которых озвучены оригинальные наименования торговых знаков (марок, брендов) и/или наименования юридических лиц, и/или наименования товаров на иностранных языках, но сопровождаемых текстовым объявлением на казахском языке;

4) не содержащие звукового текстового сопровождения, но имеющие титры на казахском языке.

14. Для расчета объема равномерного распределения рекламы на казахском языке используется следующая формула:

$$\frac{TA_{kz}}{TA_{kz} + TA_{fl}} * 100\% = TA_{kz}\%,$$

где:

TA_{kz} - продолжительность рекламы на казахском языке в минутах;

TA_{fl} - продолжительность рекламы на других языках в минутах;

TA_{kz}% - объем рекламы на казахском языке.

15. В связи с технологией учета и записи эфира теле-, радиоканала размер допустимой погрешности составляет 3 минуты эфира в каждом интервале времени продолжительностью шесть часов каждый, исчисляемый с нуля часов местного времени. С учетом данной погрешности фиксация нарушения производится в случаях, когда соотношение объема рекламы на теле-, радиоканалах на казахском и русском языках составляет >3 минут.

При наличии технической возможности обеспечить непрерывную запись эфира теле-, радиоканала с использованием информационной системы "Автоматизированный мониторинг национального информационного пространства" погрешность при фиксации нарушения >3 минут не учитывается.

Параграф 3. Методика расчета объема теле-, радиопрограмм и музыкальных произведений отечественного производства

16. Объектом мониторинга на предмет соблюдения требований законодательства Республики Казахстан к объему теле-, радиопрограмм отечественного производства являются теле-, радиопрограммы, созданные теле-, радиокомпаниями или физическими и юридическими лицами, зарегистрированными на территории Республики Казахстан и осуществляющими свою деятельность на территории Республики Казахстан и за ее пределами.

17. Страна-производитель теле-, радиопрограммы определяется на основе сопровождающей информации и информации из открытых источников, в том числе, в сети Интернет.

18. К теле-, радиопрограммам отечественного производства относятся:

1) теле-, радиопрограммы, произведенные совместно теле-, радиокомпаниями или физическими и юридическими лицами, зарегистрированными на территории Республики Казахстан с зарубежными компаниями;

2) теле-, радиопрограммы, созданные по заказу отечественных теле-, радиоканалов (равно за счет их средств), с передачей последним авторских прав;

3) теле-, радиопрограммы, созданные отечественными теле-, радиоканалами, физическими и юридическими лицами, зарегистрированными в Республике Казахстан по франшизе;

4) теле-, радиопрограммы с участием казахстанских комментаторов и дикторов.

19. Музыкальные произведения, распространяемые в качестве самостоятельного эфирного события на телеканалах, а также музыкальные произведения в рамках одной телепрограммы не учитываются при подсчете объема отечественного производства.

20. Музыкальные произведения, распространяемые в рамках одной радиопрограммы, не учитываются в качестве самостоятельного эфирного события и не засчитываются в количество радиопрограмм отечественного производства в недельном объеме радиовещания. В случае, когда музыкальные произведения транслируются самостоятельно и не в рамках какой-либо радиопрограммы, они засчитываются в количество радиопрограмм музыкальных произведений в качестве самостоятельных эфирных событий отечественного производства.

21. При проведении мониторинга теле-, радиоканалов на предмет соблюдения требований законодательства Республики Казахстан к объему теле-, радиопрограмм отечественного производства учитывается следующее:

1) каждый выпуск теле-, радиопрограммы и ее дальнейший повтор в эфире считается отдельной теле-, радиопрограммой в недельном объеме телерадиовещания;

2) отдельные части выпуска теле-, радиопрограммы, прерванные на рекламу или иную теле-, радиопрограмму, вкуче считаются одной теле-, радиопрограммой;

3) иностранные теле-, радиопрограммы, переведенные на казахском и иные языки отечественными телекомпаниями, не относятся к теле-, радиопрограммам отечественного производства;

4) реклама, эфирные вставки (исполнение Государственного Гимна, объявление теле-, радиоканалом своего наименования, собственная информация теле-, радиоканала (анонс), социальная реклама не включаются в общий объем теле-, радиопрограмм отечественного производства.

22. Объем телепрограмм отечественного производства на телеканалах определяется по следующей формуле:

$$\frac{N_{tvrkz}}{N_{tvr}} * 100\% = N_{tvrkz}\%,$$

где:

N_{tvrkz} - количество телепрограмм отечественного производства за неделю;

N_{tvr} – общее количество телепрограмм за неделю;

$N_{tvrkz}\%$ - объем телепрограмм отечественного производства.

23. Объем радиопрограмм и музыкальных произведений отечественного производства определяется по следующей формуле:

$$\frac{N_{tvrkz} + N_{mkz}}{N_{tvr} + N_m} * 100\% = N_{tvrkz}\%,$$

где:

N_{tvrkz} – количество радиопрограмм отечественного производства за неделю;

N_{mkz} - количество самостоятельных музыкальных произведений отечественного производства за неделю;

N_{tvr} - общий объем радиопрограмм за неделю;

N_m - общий объем самостоятельных музыкальных произведений за неделю;

$N_{tvrkz}\%$ - объем радиопрограмм и музыкальных произведений отечественного производства.

Параграф 4. Методика расчета объема ретрансляции теле-, радиопрограмм иностранных теле-, радиоканалов

24. При расчете объема ретрансляции теле-, радиопрограмм иностранных теле-, радиоканалов фиксируется продолжительность ретранслируемых теле-, радиопрограмм без учета рекламного времени, технического перерыва и эфирных вставок теле-, радиоканала и используется следующая формула:

$$\frac{Trtfl}{T_{tvr}} * 100\% = Trtfl\% ,$$

где:

$Trtfl$ - ретрансляция теле-, радиопрограмм иностранных теле-, радиоканалов в минутах;

T_{tvr} - общий объем вещания теле-, радиопрограмм за неделю в минутах;

$Trtfl\%$ - объем ретрансляции.

Параграф 5. Методика расчета объема рекламы на теле-, радиоканалах в сутках

25. Расчет объема рекламы на теле-, радиоканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера в сутках, за исключением бегущей строки, социальной рекламы, информации о собственной продукции теле-, радиоканалов (анонсы), не содержащей рекламы третьих лиц, объявления о мероприятиях, подготовленных и проводимых теле-, радиоканалом, а также рекламы, размещаемой в месте события, в случае трансляции в прямом эфире или записи повтора, осуществляется при использовании следующей формулы:

$$\frac{TaD}{TbgD} * 100\% = TaD\%,$$

где:

TaD - реклама в сутках в минутах;

TbgD - общий объем вещания в сутках;

TaD% - объем рекламы в сутках.

Параграф 6. Методика расчета объема общей продолжительности рекламы в период времени с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени в течение часа времени вещания на теле-, радиоканалах

26. Объем продолжительности рекламы каждого часа в период с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени определяется по следующей формуле:

$$\frac{TaDp}{TaD} * 100\% = TaDp\%,$$

где:

TaDp - объем продолжительности рекламы каждого часа в период с 18.00 до 23.00 часов;

TaD - общий объем вещания в течение часа в период с 18.00 до 23.00 часов;

TaDp % - объем продолжительности рекламы каждого часа в период с 18.00 до 23.00 часов от общего объема вещания в течении часа.

В случае, когда в интервале времени выявлены технические сбои, подсчет объема продолжительности рекламы каждого часа в период с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени не осуществляется.

Параграф 7. Методика расчета объема телеторговли на телеканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера

27. Расчет объема телеторговли на телеканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, осуществляется при использовании следующей формулы:

$$\frac{Tcomg}{VaDinD} * 100\% = PTcomg\%,$$

где:

Tcomg – телеторговля в минутах;

VaDinD – общий объем вещания рекламы и телеторговли в сутках;

PTcomg% – объем телеторговли в сутках.

Сноска. Пункт 27 в редакции приказа и.о. Министра информации и общественного развития РК от 05.08.2019 № 263 (вводится в действие после дня его первого официального опубликования).

Параграф 8. Методика расчета площади дополнительной информации, носящей характер коммерческой рекламы, рекламы в виде наложения и бегущей строки от площади экрана на телеканалах

28. Размер наложения рекламы, бегущей строки, дополнительной информации, носящей характер коммерческой рекламы, определяется по количеству точек наложенной графики по отношению к количеству точек общей площади экрана.

29. При проведении мониторинга теле-, радиоканалов на предмет соблюдения требований Законов Республики Казахстан "О телерадиовещании" и "О рекламе" к площади кадра учитываются следующие критерии:

1) дополнительной информацией считается любое наложение вне зависимости от степени прозрачности;

2) при одновременной демонстрации двух телепрограмм (переход от одной программы к другой) фактор дополнительной информации не учитывается.

30. Площадь кадра составляет изображение экрана с картинкой. Если сигнал телеканала вещает в формате 16:9, то площадь экранного каше (пустое черное пространство сверху и снизу изображения) не засчитывается в площадь экрана. Если экранное каше задействовано при наложении рекламы, дополнительной информации, то его площадь засчитывается в площадь экрана.

31. Если дополнительная информация, носящая характер коммерческой рекламы, или реклама используется в виде анимированного наложения, то его площадь рассчитывается по кадрам с максимальной площадью.

32. Расчет площади дополнительной информации, носящей характер коммерческой рекламы, рекламы в виде анимированного наложения от площади экрана осуществляется при использовании следующей формулы:

$$\frac{S_i}{S_{sc}} * 100\% = S_i\%,$$

где:

S_i - площадь дополнительной информации, носящий характер коммерческой рекламы, рекламы в виде анимированного наложения;

S_{sc} - площадь экрана;

$S_i\%$ - площадь дополнительной информации.

33. Формула для вычисления площади рекламы, транслируемой способом бегущей строки, от площади экрана:

$$\frac{S_{acm}}{S_{sc}} * 100\% = S_{acm}\%,$$

где:

S_{acm} - площадь рекламы способом бегущей строки;

S_{sc} - площадь экрана;

$S_{acm}\%$ - площадь рекламы в виде наложения.

Параграф 9. Методика особенности расчета мониторинга теле-, радиоканалов на предмет соблюдения требований законодательства Республики Казахстан к исполнению Государственного Гимна, защите прав лиц с инвалидностью при распространении телепрограмм

Сноска. Заголовок параграфа 9 – в редакции приказа Министра информации и общественного развития РК от 05.10.2022 № 419 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

34. При осуществлении мониторинга теле-, радиоканалов на предмет соблюдения требований, установленных подпунктом 4) пункта 1 статьи 8 Конституционного Закона Республики Казахстан "О государственных символах Республики Казахстан" нарушение фиксируется при отсутствии исполнения Государственного Гимна Республики Казахстан при выходе в эфир теле-, радиоканалов ежедневно в начале и по окончании их вещания.

В отношении теле-, радиоканалов, вещающих непрерывно, обязательным является исполнение Государственного Гимна Республики Казахстан один раз в сутки. Продолжительность исполнения Государственного Гимна Республики Казахстан не учитывается в общем объеме суточного эфира теле-, радиоканалов.

Сноска. Пункт 34– в редакции приказа Министра информации и общественного развития РК от 05.10.2022 № 419 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

35. Требование о соблюдении пункта 1 статьи 30 Закона "О телерадиовещании", распространяется на дни, когда сетка вещания телеканала

включает выход не менее одной телепрограммы новостного характера в период с шестнадцати до двадцати двух часов местного времени, за исключением информационно-аналитической телепрограммы.

Сноска. Пункт 35 в редакции приказа и.о. Министра информации и общественного развития РК от 05.08.2019 № 263 (вводится в действие после дня его первого официального опубликования).

© 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан»
Министерства юстиции Республики Казахстан