

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

***Утративший силу***

Пприказ 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 1к приказу Министраинформации и общественного развитияРеспублики Казахстанот 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.

|  |  |
| --- | --- |
|   | Приложение 2к приказу Министраинформации и общественного развитияРеспублики Казахстанот 29 апреля 2019 года № 84 |

 **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 ноля 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 раздельно;

      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 ≤1,38% от 360 минут эфира. С учетом данной погрешности фиксация нарушения производится в случаях, когда объем теле-, радиопрограмм на казахском языке составляет ≤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:



      где:

      Tkz - продолжительность теле-, радиопрограмм на казахском языке в минутах;

      Tfl - продолжительность теле-, радиопрограмм на других языках в минутах;

      Тkz% - 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 истечении 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 ноля 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 ноля 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:



      где:

      TAkz - продолжительность рекламы на казахском языке в минутах;

      TAfl - продолжительность рекламы на других языках в минутах;

      TAkz% - 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 ноля 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 призводства 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 призводства.

      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, вкупе 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:



      где:

      Ntvrkz - количество телепрограмм отечественного производства за неделю;

      Ntvr – общее количество телепрограмм за неделю;

      Ntvrkz% - объем телепрограмм отечественного производства.

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



      где:

      Ntvrkz – количество радиопрограм отечественного производства за неделю;

      N mkz - количество самостоятельных музыкальных произведений отечественного производства за неделю;

      Ntvr - общий объем радиопрограмм за неделю;

      Nm - общий объем самостоятельных музыкальных произведений за неделю;

      Ntvrkz% - 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:



      где:

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

      Ttvr - общий объем вещания теле-, радиопрограмм за неделю в минутах;

      Тrtfl % - 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:



      где:

      TaD - реклама в сутках в минутах;

      TbgD - общий объем вещания в сутках;

      ТaD% - 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:



      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:



      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:



      где:

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

      Ssc - площадь экрана;

      Si% - площадь дополнительной информации.

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



      где:

      Sacm - площадь рекламы способом бегущей строки;

      Ssc - площадь экрана;

      Sacm% - 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 ежесуточно 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