

О внесении изменений в совместный приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 9 ноября 2018 года № 473 и Министра национальной экономики Республики Казахстан от 15 ноября 2018 года № 69 "Об утверждении критериев оценки степени риска и проверочного листа за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации"

Совместный приказ Министра информации и общественного развития Республики Казахстан от 30 ноября 2022 года № 529 и Министра национальной экономики Республики Казахстан от 1 декабря 2022 года № 112. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 2 декабря 2022 года № 30929.

ПРИКАЗЫВАЕМ:

1. Внести в совместный приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 9 ноября 2018 года № 473 и Министра национальной экономики Республики Казахстан от 15 ноября 2018 года № 69 "Об утверждении критериев оценки степени риска и проверочного листа за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 17787) следующие изменения:

преамбулу изложить в следующей редакции:

"В соответствии с пунктами 5 и 6 статьи 141 и пунктом 1 статьи 143 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан **ПРИКАЗЫВАЕМ:**";

пункт 1 изложить в следующей редакции:

"1. Утвердить:

1) критерии оценки степени риска за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации (далее – Критерии), согласно приложению 1 к настоящему совместному приказу;

2) проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации (далее – проверочный лист) в отношении периодических печатных изданий, согласно приложению 2 к настоящему совместному приказу;

3) проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации в отношении информационных агентств, сетевых изданий, и интернет - ресурсов, согласно приложению 3 к настоящему совместному приказу.";

приложения 1, 2, и 3 утвержденные указанным совместным приказом, изложить в новой редакции согласно приложениям 1, 2, и 3 к настоящему совместному приказу.

2. Комитету информации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан в установленном законодательством Республики Казахстан порядке обеспечить:

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

2) размещение настоящего совместного приказа на официальном интернет - ресурсе Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан;

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

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

4. Настоящий совместный приказ вводится в действие с 1 января 2023 года.

Министр национальной экономики Республики Казахстан _____ А. Куантыров	министр информации и общественного развития Республики Казахстан _____ Д. Қыдырәлі
---	---

"СОГЛАСОВАН"

Комитет по правовой статистике
и специальным учетам
Генеральной прокуратуры
Республики Казахстан

Приложение 1
к совместному приказу
Министра национальной экономики
Республики Казахстан
от 1 декабря 2022 года № 112 и
министра информации и
общественного развития
Республики Казахстан
от 30 ноября 2022 года № 529

Приложение 1
к совместному приказу Министра
информации и коммуникаций
Республики Казахстан
от 9 ноября 2018 года № 473 и
Министра национальной экономики
Республики Казахстан
от 15 ноября 2018 года № 69

Критерии оценки степени риска за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации

Глава 1. Общие положения

1. Настоящие Критерии оценки степени риска за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации (далее – Критерии) разработаны в соответствии с пунктами 5 и 6 статьи 141, пунктом 1 статьи 143 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан (далее – Кодекс), утвержденным приказом исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 31 июля 2018 года № 3 "Об утверждении формы проверочного листа" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов под № 17371) и Правилами формирования регулируемыми государственными органами системы оценки и управления рисками, утвержденными приказом исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 22 июня 2022 года № 48 (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов под № 28577).

2. В настоящих Критериях используются следующие понятия:

1) субъекты (объекты) контроля в области средств массовой информации – периодические печатные издания, информационные агентства и сетевые издания, интернет-ресурсы;

2) незначительное нарушение – нарушения требований, установленных нормативными правовыми актами в области средств массовой информации, несоблюдение которых не создают предпосылки для возникновения угрозы жизни и здоровью населения, но выполнение, которых является обязательным для субъектов (объектов) контроля при осуществлении своей деятельности, наличие одной подтвержденной жалобы либо обращения;

3) значительное нарушение – нарушение требований, установленных нормативными правовыми актами в области средств массовой информации, создающие предпосылки для возникновения угрозы жизни и здоровья человека, законным интересам физических и юридических лиц, государства, а также наличие двух подтвержденных жалоб либо обращений в отношении субъекта (объекта) контроля;

4) грубое нарушение – нарушение требований, установленных нормативными правовыми актами в области средств массовой информации, связанные с несоблюдением запрещающей нормы законодательства Республики Казахстан (запрещается, не допускается, не разрешается), а также нарушение требований, которые влечет за собой угрозу жизни и здоровью человека, законным интересам физических и юридических лиц, государства, наличие трех и более подтвержденных жалоб либо обращений в отношении субъекта (объекта) контроля;

5) риск – вероятность причинения вреда в результате деятельности субъекта (объекта) контроля жизни или здоровью человека, законным интересам физических и юридических лиц, имущественным интересам государства с учетом степени тяжести его последствий;

6) система оценки и управления рисками – процесс принятия управленческих решений, направленных на снижение вероятности наступления неблагоприятных факторов путем распределения субъектов (объектов) контроля по степеням риска для последующего осуществления профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля с целью минимально возможной степени ограничения свободы предпринимательства, обеспечивая при этом допустимый уровень риска в соответствующих сферах деятельности, а также направленных на изменение уровня риска для конкретного субъекта (объекта) контроля и (или) освобождения такого субъекта (объекта) контроля от профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля;

7) объективные критерии оценки степени риска (далее – объективные критерии) – критерии оценки степени риска, используемые для отбора субъектов (объектов) контроля в зависимости от степени риска за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации;

8) субъективные критерии оценки степени риска (далее – субъективные критерии) – критерии оценки степени риска, используемые для отбора субъектов (объектов) контроля в зависимости от результатов деятельности конкретного субъекта (объекта) контроля;

9) проверочный лист – перечень требований, включающий в себя требования, предъявляемые к деятельности субъектов (объектов) контроля, несоблюдение которых влечет за собой угрозу жизни и здоровью человека, законным интересам физических и юридических лиц, государства.

3. Уполномоченный орган в области средств массовой информации для целей управления рисками при осуществлении профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля относит субъекты (объекты) контроля к одной из следующих степеням риска (далее – степени риска):

- 1) высокий риск;
- 2) средний риск;
- 3) низкий риск.

Для сфер деятельности субъектов (объектов) контроля, отнесенных к высокой и средней степени риска, проводится профилактический контроль с посещением субъекта (объекта) контроля, профилактический контроль без посещения субъекта (объекта) контроля и внеплановая проверка.

Для сфер деятельности субъектов (объектов) контроля, отнесенных к низкой степени риска, проводится профилактический контроль без посещения субъекта (объекта) контроля и внеплановая проверка.

4. Критерии оценки степени риска для проведения профилактического контроля субъектов (объектов) контроля формируются посредством определения объективных и субъективных критериев.

Глава 2. Объективные критерии

5. Определение объективных критериев осуществляется посредством определения риска.

6. Определение риска государственного контроля осуществляется с учетом одного из следующих критериев:

1) уровня опасности (сложности) объекта;

2) масштабов тяжести возможных негативных последствий в области средств массовой информации;

3) возможности наступления неблагоприятного происшествия для жизни или здоровья человека, законных интересов физических и юридических лиц, государства.

После проведения анализа всех возможных рисков субъекты (объекты) контроля распределяются по трем степеням риска (высокая, средняя и низкая).

7. Определение риска за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации осуществляется в зависимости от вероятности причинения вреда в результате деятельности субъекта (объекта) контроля жизни или здоровью человека, законным интересам физических и юридических лиц, имущественным интересам государства деятельностью субъектов (объектов) контроля, связанную с не обеспечением конституционных гарантий прав на свободное получение информации и распространение ее любыми, не запрещенными законами, способами, свободы слова и творчества, информационной безопасности личности, общества и государства при использовании услуг средств массовой информации.

По объективным критериям к высокой степени риска относятся собственники периодических печатных изданий, к средней степени риска относятся собственники информационных агентств, сетевых изданий, к низкой степени риска относятся собственники интернет - ресурсов.

Глава 3. Субъективные критерии

8. Определение субъективных критериев осуществляется с применением следующих этапов:

1) формирование базы данных и сбор информации;

2) анализ информации и оценка рисков.

9. Формирование базы данных и сбор информации необходимы для выявления субъектов (объектов) контроля, нарушающих законодательство Республики Казахстан в области средств массовой информации.

Для оценки степени рисков по субъективным критериям используются следующие источники информации:

1) результаты профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля (итоговые документы, выданные по итогам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля (рекомендации);

2) наличие и количество подтвержденных жалоб и обращений на субъекты (объекта) контроля, поступивших от физических или юридических лиц, государственных органов;

3) результаты мониторинга отчетности и сведений, представляемых субъектом (объектом) контроля, в том числе посредством автоматизированных информационных систем;

4) результаты предыдущих внеплановых проверок и профилактического контроля с посещением субъектов (объектов) контроля;

5) результаты анализа сведений, представляемых уполномоченными органами и организациями.

10. На основании имеющихся источников информации, уполномоченный орган в области средств массовой информации формирует субъективные критерии, подлежащие оценке.

Анализ и оценка субъективных критериев позволяет сконцентрировать профилактический контроль субъекта (объекта) контроля в отношении субъекта (объекта) контроля с наибольшим потенциальным риском.

При этом при анализе и оценке не применяются данные субъективных критериев, ранее учтенные и использованные в отношении конкретного субъекта (объекта) контроля либо данные, по которым истек срок исковой давности в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

В отношении субъектов контроля, устранивших в полном объеме выданные нарушения по итогам проведенного предыдущего профилактического контроля с посещением, не допускается включение их при формировании графиков и списков на очередной период государственного контроля.

11. В зависимости от возможного риска и значимости проблемы, единичности или системности нарушения, анализа принятых ранее решений по каждому источнику информации определяются субъективные критерии, которые в соответствии с критериями оценки степени риска регулирующего государственного органа соответствуют степени нарушения – грубое, значительное и незначительное.

При этом определение грубых, значительных и незначительных нарушений устанавливаются в критериях оценки степени риска уполномоченного органа в области средств массовой информации с учетом специфики сферы в области средств массовой информации.

При формировании субъективных критериев степень нарушения (грубое, значительное, незначительное) присваивается в соответствии с установленными определениями грубых, значительных, незначительных нарушений.

12. Исходя из приоритетности применяемых источников информации в соответствии с порядком расчета общего показателя степени риска по субъективным критериям в соответствии с главой 4 настоящих Критериев рассчитывается общий показатель степени риска по субъективным критериям по шкале от 0 до 100.

По показателям степени риска субъект (объект) контроля относится:

1) к высокой степени риска – при показателе степени риска от 71 до 100 включительно;

2) к средней степени риска – при показателе степени риска от 31 до 70 включительно;

3) к низкой степени риска – при показателе степени риска от 0 до 30 включительно.

13. Система оценки и управления рисками ведется с использованием информационных систем, относящих субъекты (объекты) контроля к конкретным степеням риска и формирующих графики или списки проведения контрольных мероприятий.

При отсутствии информационной системы оценки и управления рисками минимально допустимый порог количества субъектов (объектов) контроля, в отношении которых осуществляются профилактический контроль с посещением субъекта (объекта) контроля, не должен превышать пяти процентов от общего количества таких субъектов контроля в определенной сфере государственного контроля.

14. Субъекты (объекты) контроля переводятся с применением информационной системы с высокой степени риска в среднюю степень риска или со средней степени риска в низкую степень риска в области средств массовой информации в случаях:

1) если в законах Республики Казахстан и критериях оценки степени риска регулирующих государственных органов определены случаи освобождения от профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля;

15. В целях освобождения от профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля, регулируемыми государственными органами, а также государственными органами учитываются смягчающие индикаторы.

К смягчающим индикаторам относится:

1) наличие аудио и (или) видео фиксации, с передачей данных в онлайн-режиме.

Глава 4. Порядок расчета общего показателя степени риска по субъективным критериям

16. Для отнесения субъекта контроля к степени риска в соответствии с пунктом 12 настоящих Критериев применяется следующий порядок расчета показателя степени риска.

При выявлении одного грубого нарушения субъекту контроля приравнивается показатель степени риска 100 и в отношении него проводится профилактический контроль с посещением субъекта (объекта) контроля.

При не выявлении грубых нарушений определения показателя степени риска рассчитывается суммарным показателем по нарушениям значительной и незначительной степени.

При определении показателя значительных нарушений применяется коэффициент 0,7 и данный показатель рассчитывается по следующей формуле:

$$SP_3 = (SP_2 \times 100 / SP_1) \times 0,7,$$

где:

SP₃ – показатель значительных нарушений;

SP₁ – требуемое количество значительных нарушений;

SP₂ – количество выявленных значительных нарушений;

При определении показателя незначительных нарушений применяется коэффициент 0,3 и данный показатель рассчитывается по следующей формуле:

$$SP_H = (SP_2 \times 100 / SP_1) \times 0,3,$$

где:

SP_H – показатель незначительных нарушений;

SP₁ – требуемое количество незначительных нарушений;

SP₂ – количество выявленных незначительных нарушений;

Общий показатель степени риска (SP) рассчитывается по шкале от 0 до 100 и определяется путем суммирования показателей значительных и незначительных нарушений по следующей формуле:

$$SP = SP_3 + SP_H,$$

где:

SP – общий показатель степени риска;

SP₃ – показатель значительных нарушений;

SP_H – показатель незначительных нарушений.

Глава 5. Заключительные положения

17. Кратность проведения профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) отнесенных к высокой и средней степеням риска, не может быть чаще двух раз в год.

18. Профилактический контроль с посещением субъекта (объекта) контроля проводится на основании полугодовых списков профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля, формируемых в соответствии с пунктом 4 статьи 144-2 Кодекса.

19. Списки профилактического контроля с посещением субъектов (объектов) контроля составляются с учетом приоритетности субъекта (объекта) контроля с наибольшим показателем степени риска по субъективным критериям.

Субъективные критерии по информационному источнику "результаты профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля (итоговые документы, выданные по итогам профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля (рекомендации)"

№ п/п	Критерии	Степень нарушений
1.	Выпуск периодического печатного издания, распространение сообщений и материалов информационного агентства или сетевого издания без установленных выходных данных, а равно с неясными либо заведомо ложными выходными данными	незначительная
2.	Распространение рекламы в периодических печатных изданиях на языке, не закрепленном в свидетельстве о постановке на учет средства массовой информации	значительная
3.	Производство, изготовление, тиражирование и (или) распространение продукции средства массовой информации, сообщений и материалов информационного агентства и сетевого издания без переучета в случаях смены собственника либо его организационно-правовой формы, наименования, а также названия средства массовой информации, изменения языка издания либо вещания, территории распространения, основной тематической направленности, периодичности выпуска	значительная
4.	Распространение несовершеннолетним информационной продукции, содержащей информацию, запрещенную для детей, за исключением информационной продукции, распространяемой посредством сети Интернет	грубая

5.	Реклама этилового спирта и алкогольной продукции, продукции, имитирующей алкогольные напитки	грубая
6.	Реклама табака и табачных изделий, в том числе изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления и жидкостей для них	грубая
7.	Реклама электронного казино и интернет-казино	грубая
8.	Размещение информации о вакансиях для приема на работу, содержащую требования дискриминационного характера в сфере труда	грубая
9.	Реклама о деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды	грубая
10.	Распространение в средствах массовой информации или сетях телекоммуникаций персональных и биометрических данных лица, включая информацию об его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, о ребенке, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия) и о несовершеннолетних, подозреваемых и (или) обвиняемых в совершении административных и (или) уголовных правонарушений	грубая
11.	Распространение продукции средства массовой информации, сообщений и материалов информационного агентства и сетевого издания без постановки на учет либо после вынесения решения о приостановлении, прекращении их выпуска (выхода в эфир) или признании свидетельства о постановке на учет утратившим силу	грубая
	Размещение в средствах массовой информации писем читателей, включая информацию,	

12.

размещаемую пользователями на интернет - ресурсе, содержащих сведения, запрещенные законами Республики Казахстан (пропаганда или агитация культа жестокости и насилия, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, разглашение сведений, составляющих государственные секреты или иную охраняемую законом тайну, распространение информации, пропагандирующей суицид, раскрывающей технические приемы и тактику антитеррористических операций в период их проведения, пропаганда наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, распространение теле-, радиопрограмм, теле-, радиоканалов, а также демонстрация киноvideопродукции порнографического и специального сексуально-эротического характера, использование средства массовой информации в целях нарушения условий проведения предвыборной агитации, осуществления иностранцами, лицами без гражданства, иностранными юридическими лицами и международными организациями деятельности, препятствующей и (или) способствующей выдвижению и избранию кандидатов, политических партий, выдвинувших партийный список, достижению определенного результата на выборах, проведения агитации в период ее запрещения, принуждения к участию или отказу от участия в забастовке, нарушения законодательства Республики Казахстан о порядке организации и проведения мирных собраний, митингов, шествий, пикетов и

грубая

	демонстраций, об авторском праве и смежных правах в Интернете)	
13.	Распространение недобросовестной и недостоверной рекламы, за исключением антиконкурентных действий (бездействия) государственных, местных исполнительных органов, организаций, наделенных государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, недобросовестной конкуренции	значительная
14.	Распространение незтичной и скрытой рекламы	значительная
15.	Использование рекламы для пропаганды или агитации насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан, подрыва безопасности государства, войны, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, культа жестокости и насилия, порнографии, а также распространения сведений, составляющих государственные секреты Республики Казахстан и иные охраняемые законом тайны	значительная
16.	Распространение социальной рекламы с упоминанием о средствах индивидуализации, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания о государственных органах, органах местного самоуправления, спонсорах, физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи, а также упоминания в социальной рекламе о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на	значительная

	достижение благотворительных и иных общественно полезных целей	
17.	Распространение периодических печатных изданий по подписке с указанием тематической направленности издания	незначительная
18.	Визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, за исключением социальной рекламы и рекламы товаров (работ, услуг) для несовершеннолетних, а также товаров (работ, услуг), которые не повлекут за собой вредного воздействия на физическое, психическое здоровье и нравственность несовершеннолетних	значительная
19.	Распространение рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан в периодических печатных изданиях (за исключением детских и религиозных) на первой и последней полосах газет; на страницах и обложках журналов, альманахов, бюллетеней, приложений к ним; без сопровождения социальной рекламы по популяризации здорового образа жизни, объем рекламной площади (пространства) которой равен объему рекламной площади (пространства) рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан	значительная
	Распространение в периодических печатных изданиях рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан: содержащей рекламу вина; связанной с трудовой деятельностью и управлением транспортным средством; с участием несовершеннолетних, в том числе выполненную с	

20.	<p>помощью мультипликации (грубая анимации); адресованной несовершеннолетним; утверждающей, что вино имеет лечебные свойства, поощряющей его неумеренное употребление, осуждающей воздержание от употребления вина; утверждающей, что употребление вина способствует укреплению взаимоотношений</p>	
-----	---	--

Приложение 2
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о средствах массовой
информации

Субъективные критерии по информационному источнику "наличие подтвержденных жалоб и обращений на субъекты (объекты) контроля, поступивших от физических или юридических лиц, государственных органов"

№ п/п	Критерии	Степень нарушений
1.	Наличие одной подтвержденной жалобы либо обращения на субъекты (объекты) контроля, поступивших от физических или юридических лиц, государственных органов	незначительная
2.	Наличие двух подтвержденных жалоб либо обращений на субъекты (объекты) контроля, поступивших от физических или юридических лиц, государственных органов	значительная
3.	Наличие трех и более подтвержденных жалоб либо обращений подтвержденных жалоб и обращений на субъекты (объекты) контроля, поступивших от физических или юридических лиц, государственных органов	грубая

Приложение 3
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о средствах массовой
информации

Субъективные критерии по информационному источнику "результаты мониторинга отчетности и сведений, представляемых субъектом контроля, в том числе посредством автоматизированных информационных систем"

№ п/п	Критерии	Степень нарушений
1.	Не предоставление электронно-цифровых форм обязательных бесплатных экземпляров периодических печатных изданий	незначительная

Приложение 4
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о средствах массовой
информации

Субъективные критерии по информационному источнику "результаты предыдущих внеплановых проверок и профилактического контроля с посещением субъектов (объектов) контроля"

№ п/п	Критерии	Степень нарушений
1.	Выпуск периодического печатного издания, распространение сообщений и материалов информационного агентства или сетевого издания без установленных выходных данных, а равно с неясными либо заведомо ложными выходными данными	незначительная
2.	Распространение рекламы в периодических печатных изданиях на языке, не закрепленном в свидетельстве о постановке на учет средства массовой информации	значительная
3.	Производство, изготовление, тиражирование и (или) распространение продукции средства массовой информации, сообщений и материалов информационного агентства и сетевого издания без переучета в случаях смены собственника либо его организационно-правовой формы, наименования, а также названия средства массовой информации, изменения языка издания либо вещания,	значительная

	территории распространения, основной тематической направленности, периодичности выпуска	
4.	Распространение несовершеннолетним информационной продукции, содержащей информацию, запрещенную для детей, за исключением информационной продукции, распространяемой посредством сети Интернет	грубая
5.	Реклама этилового спирта и алкогольной продукции, продукции, имитирующей алкогольные напитки	грубая
6.	Реклама табака и табачных изделий, в том числе изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления и жидкостей для них	грубая
7.	Реклама электронного казино и интернет-казино	грубая
8.	Размещение информации о вакансиях для приема на работу, содержащую требования дискриминационного характера в сфере труда	грубая
9.	Реклама о деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды	грубая
10.	Распространение в средствах массовой информации или сетях телекоммуникаций персональных и биометрических данных лица, включая информацию об его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, о ребенке, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия) и о несовершеннолетних, подозреваемых и (или) обвиняемых в совершении административных и (или) уголовных правонарушений	грубая
	Распространение продукции средства массовой информации,	

11.	сообщений и материалов информационного агентства и сетевого издания без постановки на учет либо после вынесения решения о приостановлении, прекращении их выпуска (выхода в эфир) или признании свидетельства о постановке на учет утратившим силу	грубая
12.	Размещение в средствах массовой информации писем читателей, включая информацию, размещаемую пользователями на интернет - ресурсе, содержащих сведения, запрещенные законами Республики Казахстан (пропаганда или агитация культа жестокости и насилия, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, разглашение сведений, составляющих государственные секреты или иную охраняемую законом тайну, распространение информации, пропагандирующей суицид, раскрывающей технические приемы и тактику антитеррористических операций в период их проведения, пропаганда наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, распространение теле-, радиопрограмм, теле-, радиоканалов, а также демонстрация киноvideопродукции порнографического и специального сексуально-эротического характера, использование средства массовой информации в целях нарушения условий проведения предвыборной агитации, осуществления иностранцами, лицами без гражданства, иностранными юридическими лицами и международными организациями деятельности, препятствующей и (или) способствующей выдвижению и избранию кандидатов,	грубая

	<p>политических партий, выдвинувших партийный список, достижению определенного результата на выборах, проведения агитации в период ее запрещения, принуждения к участию или отказу от участия в забастовке, нарушения законодательства Республики Казахстан о порядке организации и проведения мирных собраний, митингов, шествий, пикетов и демонстраций, об авторском праве и смежных правах в Интернете)</p>	
13.	<p>Распространение недобросовестной и недостоверной рекламы, за исключением антиконкурентных действий (бездействия) государственных, местных исполнительных органов, организаций, наделенных государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, недобросовестной конкуренции</p>	<p>значительная</p>
14.	<p>Распространение неэтичной и скрытой рекламы</p>	<p>значительная</p>
15.	<p>Использование рекламы для пропаганды или агитации насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан, подрыва безопасности государства, войны, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, культа жестокости и насилия, порнографии, а также распространения сведений, составляющих государственные секреты Республики Казахстан и иные охраняемые законом тайны</p>	<p>значительная</p>
	<p>Распространение социальной рекламы с упоминанием о средствах индивидуализации, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания о государственных органах, органах местного самоуправления, спонсорах, физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной</p>	

16.	<p>ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи, а также упоминания в социальной рекламе о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей</p>	значительная
17.	<p>Распространение периодических печатных изданий по подписке с указанием тематической направленности издания</p>	незначительная
18.	<p>Визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, за исключением социальной рекламы и рекламы товаров (работ, услуг) для несовершеннолетних, а также товаров (работ, услуг), которые не повлекут за собой вредного воздействия на физическое, психическое здоровье и нравственность несовершеннолетних</p>	значительная
19.	<p>Распространение рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан в периодических печатных изданиях (за исключением детских и религиозных) на первой и последней полосах газет; на страницах и обложках журналов, альманахов, бюллетеней, приложений к ним; без сопровождения социальной рекламы по популяризации здорового образа жизни, объем рекламной площади (пространства) которой равен объему рекламной площади (пространства) рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан</p>	значительная

20.	<p>Распространение в периодических печатных изданиях рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан:</p> <p>содержащей рекламу вина;</p> <p>связанной с трудовой деятельностью и управлением транспортным средством;</p> <p>с участием несовершеннолетних, в том числе выполненную с помощью мультипликации (анимации);</p> <p>адресованной несовершеннолетним;</p> <p>утверждающей, что вино имеет лечебные свойства, поощряющей его неумеренное употребление, осуждающей воздержание от употребления вина;</p> <p>утверждающей, что употребление вина способствует укреплению взаимоотношений</p>	грубая
-----	---	--------

Приложение 5
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о средствах массовой
информации

Субъективные критерии по информационному источнику "результаты анализа сведений, представляемых уполномоченными органами и организациями"

№ п/п	Критерии	Степень нарушений
1.	<p>Н а х о ж д е н и е информационно-коммуникационной инфраструктуры собственника сетевого издания за пределами Республики Казахстан</p>	грубая
2.	<p>Наличие у иностранных физических и юридических лиц, лиц без гражданства более 20 процентов акций (долей, паев) юридического лица - собственника средства массовой информации в Республике Казахстан или осуществляющего деятельность в этой сфере</p>	грубая

Приложение 2
к совместному приказу

Министра национальной экономики
Республики Казахстан
от 1 декабря 2022 года № 112 и
министр информации и
общественного развития
Республики Казахстан
от 30 ноября 2022 года № 529
Приложение 2
к совместному приказу Министра
информации и коммуникаций
Республики Казахстан
от 9 ноября 2018 года № 473 и
Министра национальной экономики
Республики Казахстан
от 15 ноября 2018 года № 69

Проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации в отношении периодических печатных изданий

Государственный орган, назначивший проверку / профилактический контроль с посещением субъекта (объекта) контроля

Акт о назначении проверки/профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля

№, дата Наименование субъекта (объекта) контроля _____

(Индивидуальный идентификационный номер), бизнес-идентификационный номер субъекта (объекта) контроля _____

Адрес места нахождения _____

№ п/п	Перечень требований	Соответствует требованиям	Не соответствует требованиям

1	2	5	6
1.	Выпуск периодического печатного издания, распространение сообщений и материалов информационного агентства или сетевого издания без установленных выходных данных, а равно с неясными либо заведомо ложными выходными данными		
2.	Распространение рекламы в периодических печатных изданиях на языке, не закрепленном в свидетельстве о постановке на учет средства массовой информации		
3.	Производство, изготовление, тиражирование и (или) распространение продукции средства массовой информации, сообщений и материалов информационного агентства и сетевого издания без переучета в случаях смены собственника либо его организационно-правовой формы, наименования, а также названия средства массовой информации, изменения языка издания либо вещания, территории распространения, основной тематической направленности, периодичности выпуска		
4.	Распространение несовершеннолетним информационной продукции, содержащей информацию, запрещенную для детей, за исключением информационной продукции,		

	распространяемой посредством сети Интернет		
5.	Реклама этилового спирта и алкогольной продукции, продукции, имитирующей алкогольные напитки		
6.	Реклама табака и табачных изделий, в том числе изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления и жидкостей для них		
7.	Реклама электронного казино и интернет-казино		
8.	Размещение информации о вакансиях для приема на работу, содержащую требования дискриминационного характера в сфере труда		
9.	Реклама о деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды		
10.	Распространение в средствах массовой информации или сетях телекоммуникаций персональных и биометрических данных лица, включая информацию об его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, о ребенке, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия) и о несовершеннолетних, подозреваемых и (или) обвиняемых в совершении административных и (или)		

) уголовных правонарушений		
11.	Распространение продукции средства массовой информации, сообщений и материалов информационного агентства и сетевого издания без постановления на учет либо после вынесения решения о приостановлении, прекращении их выпуска (выхода в эфир) или признании свидетельства о постановке на учет утратившим силу		
	Размещение в средствах массовой информации писем читателей, включая информацию, размещаемую пользователями на интернет-ресурсе, содержащих сведения, запрещенные законами Республики Казахстан (пропаганда или агитация культа жестокости и насилия, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, разглашение сведений, составляющих государственные секреты или иную охраняемую законом тайну, распространение информации, пропагандирующей суицид, раскрывающей технические приемы и тактику антитеррористических операций в период их проведения, пропаганда наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, распространение теле-, радиопрограмм, теле-,		

12.	<p>радиоканалов, а также демонстрация киноvideопродукции порнографического и специального сексуально-эротического характера, использование средства массовой информации в целях нарушения условий проведения предвыборной агитации, осуществления иностранцами, лицами без гражданства, иностранными юридическими лицами и международными организациями деятельности, препятствующей и (или) способствующей выдвижению и избранию кандидатов, политических партий, выдвинувших партийный список, достижению определенного результата на выборах, проведения агитации в период ее запрещения, принуждения к участию или отказу от участия в забастовке, нарушения законодательства Республики Казахстан о порядке организации и проведения мирных собраний, митингов, шествий, пикетов и демонстраций, об авторском праве и смежных правах в Интернете)</p>		
13.	<p>Распространение недобросовестной и недостоверной рекламы, за исключением антиконкурентных действий (бездействия) государственных, местных исполнительных органов, организаций, наделенных</p>		

	государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, недобросовестной конкуренции		
14.	Распространение неэтичной и скрытой рекламы		
15.	Использование рекламы для пропаганды или агитации насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан, подрыва безопасности государства, войны, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, культа жестокости и насилия, порнографии, а также распространения сведений, составляющих государственные секреты Республики Казахстан и иные охраняемые законом тайны		
16.	Распространение социальной рекламы с упоминанием о средствах индивидуализации, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания о государственных органах, органах местного самоуправления, спонсорах, физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи, а также упоминания в социальной рекламе о социально		

	<p>ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей</p>		
17.	<p>Распространение периодических печатных изданий по подписке с указанием тематической направленности издания</p>		
18.	<p>Визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, за исключением социальной рекламы и рекламы товаров (работ, услуг) для несовершеннолетних, а также товаров (работ, услуг), которые не повлекут за собой вредного воздействия на физическое, психическое здоровье и нравственность несовершеннолетних</p>		
19.	<p>Распространение рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан в периодических печатных изданиях (за исключением детских и религиозных) на первой и последней полосах газет; на страницах и обложках журналов, альманахов, бюллетеней, приложений к ним; без сопровождения социальной рекламы по</p>		

	<p>популяризации здорового образа жизни, объем рекламной площади (пространства) которой равен объему рекламной площади (пространства) рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан</p>		
20.	<p>Распространение в периодических печатных изданиях рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан:</p> <p>содержащей рекламу вина;</p> <p>связанной с трудовой деятельностью и управлением транспортным средством;</p> <p>с участием несовершеннолетних, в том числе выполненную с помощью мультипликации (анимации);</p> <p>адресованной несовершеннолетним;</p> <p>утверждающей, что вино имеет лечебные свойства, поощряющей его неумеренное употребление, осуждающей воздержание от употребления вина;</p> <p>утверждающей, что употребление вина способствует укреплению взаимоотношений</p>		
21.	<p>Не предоставление электронно-цифровых форм обязательных бесплатных экземпляров периодических печатных изданий</p>		

22.	Наличие у иностранных физических и юридических лиц, лиц без гражданства более 20 процентов акций (долей, паев) юридического лица - собственника средства массовой информации в Республике Казахстан или осуществляющего деятельность в этой сфере		
-----	---	--	--

Должностное (ые) лицо (а) _____

—

ДОЛЖНОСТЬ ПОДПИСЬ

отчество (при его наличии)

Руководитель субъекта (объекта) контроля _____

—

ДОЛЖНОСТЬ ПОДПИСЬ

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Приложение 3
к совместному приказу
Министра национальной экономики
Республики Казахстан
от 1 декабря 2022 года № 112 и
министр информации и
общественного развития
Республики Казахстан
от 30 ноября 2022 года № 529

Приложение 3
к совместному приказу Министра
информации и коммуникаций
Республики Казахстан
от 9 ноября 2018 года № 473 и
Министра национальной экономики
Республики Казахстан
от 15 ноября 2018 года № 69

Проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации в отношении информационных агентств, сетевых изданий, и интернет – ресурсов

Государственный орган, назначивший проверку/профилактический контроль с посещением субъекта (объекта) контроля

Акт о назначении проверки/профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля

№, дата

Наименование субъекта (объекта) контроля _____

(Индивидуальный идентификационный номер), бизнес-идентификационный номер субъекта (объекта) контроля _____

Адрес места нахождения _____

№ п/п	Перечень требований	Соответствует требованиям	Не соответствует требованиям
1	2	5	6
1.	Выпуск периодического печатного издания, распространение сообщений и материалов информационного агентства или сетевого издания без установленных выходных данных, а		

	равно с неясными либо заведомо ложными выходными данными		
2.	Производство, изготовление, тиражирование и (или) распространение продукции средства массовой информации, сообщений и материалов информационного агентства и сетевого издания без переучета в случаях смены собственника либо его организационно-правовой формы, наименования, а также названия средства массовой информации, изменения языка издания либо вещания, территории распространения, основной тематической направленности, периодичности выпуска		
3.	Реклама этилового спирта и алкогольной продукции, продукции, имитирующей алкогольные напитки		
4.	Реклама табака и табачных изделий, в том числе изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления и жидкостей для них		
5.	Реклама электронного казино и интернет-казино		
6.	Размещение информации о вакансиях для приема на работу, содержащую требования дискриминационного характера в сфере труда		
7.	Реклама о деятельности финансовой (

	инвестиционной) пирамиды		
8.	Распространение в средствах массовой информации или сетях телекоммуникаций персональных и биометрических данных лица, включая информацию об его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, о ребенке, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия) и о несовершеннолетних, подозреваемых и (или) обвиняемых в совершении административных и (или) уголовных правонарушений		
9.	Распространение продукции средства массовой информации, сообщений и материалов информационного агентства и сетевого издания без постановки на учет либо после вынесения решения о приостановлении, прекращении их выпуска (выхода в эфир) или признании свидетельства о постановке на учет утратившим силу		
	Размещение в средствах массовой информации писем читателей, включая информацию, размещаемую пользователями на интернет-ресурсе, содержащих сведения, запрещенные законами Республики Казахстан (пропаганда или агитация культа жестокости и		

10.

насилия, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, разглашение сведений, составляющих государственные секреты или иную охраняемую законом тайну, распространение информации, пропагандирующей суицид, раскрывающей технические приемы и тактику антитеррористических операций в период их проведения, пропаганда наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, распространение теле-, радиопрограмм, теле-, радиоканалов, а также демонстрация киноvideопродукции порнографического и специального сексуально-эротического характера, использование средства массовой информации в целях нарушения условий проведения предвыборной агитации, осуществления иностранцами, лицами без гражданства, иностранными юридическими лицами и международными организациями деятельности, препятствующей и (или) способствующей выдвижению и избранию кандидатов, политических партий, выдвинувших партийный список, достижению определенного результата на выборах,

	<p>проведения агитации в период ее запрещения, принуждения к участию или отказу от участия в забастовке, нарушения законодательства Республики Казахстан о порядке организации и проведения мирных собраний, митингов, шествий, пикетов и демонстраций, об авторском праве и смежных правах в Интернете)</p>		
11.	<p>Распространение недобросовестной и недостоверной рекламы, за исключением антиконкурентных действий (бездействия) государственных, местных исполнительных органов, организаций, наделенных государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, недобросовестной конкуренции</p>		
12.	<p>Распространение неэтичной и скрытой рекламы</p>		
13.	<p>Использование рекламы для пропаганды или агитации насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан, подрыва безопасности государства, войны, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, культа жестокости и насилия, порнографии, а также распространения сведений, составляющих государственные секреты</p>		

	Республики Казахстан и иные охраняемые законом тайны		
14.	Распространение социальной рекламы с упоминанием о средствах индивидуализации, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания о государственных органах , органах местного самоуправления, спонсорах, физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи, а также упоминания в социальной рекламе о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей		
15.	Визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, за исключением социальной рекламы и рекламы товаров (работ, услуг) для несовершеннолетних, а также товаров (работ, услуг), которые не повлекут за собой вредного воздействия на физическое, психическое здоровье и		

	нравственность несовершеннолетних		
16.	Наличие у иностранных физических и юридических лиц, лиц без гражданства более 20 процентов акций (долей, паев) юридического лица - собственника средства массовой информации в Республике Казахстан или осуществляющего деятельность в этой сфере		
17.	Нахождение информационно-коммуникационной инфраструктуры собственника сетевого издания за пределами Республики Казахстан		

Должностное (ые) лицо (а) _____

ДОЛЖНОСТЬ ПОДПИСЬ

отчество (при его наличии)

Руководитель субъекта (объекта) контроля _____

ДОЛЖНОСТЬ ПОДПИСЬ

фамилия, имя, отчество (при его наличии)