

## Об утверждении Правил маркировки онлайн-рекламы

Приказ Министра культуры и информации Республики Казахстан от 16 февраля 2024 года № 59-НК. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 16 февраля 2024 года № 34004.

В соответствии с пунктом 2 статьи 19 Закона Республики Казахстан "Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе" ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить прилагаемые Правила маркировки онлайн-рекламы.

2. Департаменту государственной политики в области средств массовой информации Министерства культуры и информации Республики Казахстан в установленном законодательством Республики Казахстан порядке обеспечить:

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

2) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсе Министерства культуры и информации Республики Казахстан;

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

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

4. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования.

*Министр культуры и информации  
Республики Казахстан*

*А. Балаева*

"СОГЛАСОВАН"

Министерство финансов  
Республики Казахстан

"СОГЛАСОВАН"

Министерство национальной экономики  
Республики Казахстан

Утверждены приказом  
Министр культуры  
и информации  
Республики Казахстан  
от 16 февраля 2024 года  
№ 59-НК

# **Правила маркировки онлайн-рекламы**

## **Глава 1. Общие положения**

1. Настоящие Правила маркировки онлайн-рекламы (далее – Правила) разработаны в соответствии с пунктом 2 статьи 19 Закона Республики Казахстан "Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе" и определяют порядок маркировки онлайн-рекламы.

2. В настоящих Правилах используются следующие основные понятия:

1) инфлюенсер (блогер) – пользователь онлайн-платформы, публикующий информацию на онлайн-платформе, адресованную неопределенному кругу лиц, в целях предпринимательской деятельности;

2) онлайн-реклама – реклама на онлайн-платформах, производимая и (или) размещаемая, и (или) распространяемая, и (или) хранимая пользователями онлайн-платформ и (или) собственниками онлайн-платформ в виде таргетированной рекламы и (или) спонсорского контента, и (или) иной информации, предназначенная для неопределенного круга лиц;

3) онлайн-платформа – интернет-ресурс и (или) программное обеспечение, функционирующее в сети Интернет, и (или) сервис обмена мгновенными сообщениями, предназначенные для получения, производства и (или) размещения, и (или) распространения, и (или) хранения контента на онлайн-платформе пользователем онлайн-платформы посредством созданного им аккаунта, публичного сообщества, за исключением интернет-ресурса и (или) программного обеспечения, функционирующего в сети Интернет, и (или) сервиса обмена мгновенными сообщениями, предназначенных для предоставления финансовых услуг и электронной коммерции;

4) таргетированная онлайн-реклама – онлайн-реклама, предназначенная для целевых групп, определяемых на основании профайлинга, и направленная на увеличение охвата пользователей и (или) повышение ее приоритетности, в том числе с использованием рекомендательной системы онлайн-платформы.

## **Глава 2. Порядок маркировки онлайн-рекламы**

3. Маркировке подлежит онлайн-реклама, размещаемая инфлюенсерами (блогерами) на коммерческой и (или) договорной основе, в том числе если:

1) инфлюенсер (блогер) является участником либо акционером рекламодателя или рекламораспространителя;

2) инфлюенсер (блогер) получает эксклюзивные условия использования рекламируемых товаров, работ или услуг;

3) контент содержит ссылки на товары, работы или услуги с акциями и (или) со сниженной ценой, а также ссылки на интернет-ресурсы, аккаунты рекламодателя или рекламораспространителя на онлайн-платформах.

4. Маркировка осуществляется в текстовом формате с возможностью ее идентификации.

В случае распространения и (или) размещения онлайн-рекламы в звуковой или аудиовизуальной форме маркировка осуществляется перед началом онлайн-рекламы.

5. Маркировка содержит текстовое указание о том, что размещенный материал является рекламой.

Текстовое указание содержит одну из следующих формулировок:

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

6. Маркировке не подлежит:

- 1) онлайн-реклама, размещаемая на сервисе обмена мгновенными сообщениями;
- 2) реклама в теле-радиопрограммах или их фрагментах, размещенных на аккаунтах телерадиоканалов на онлайн-платформах;
- 3) социальная реклама.

7. Таргетированная онлайн-реклама, размещаемая на онлайн-платформах, маркируется самостоятельно в автоматическом режиме с использованием технических возможностей онлайн-платформы.