

О внесении изменений и дополнений 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 и.о. Министра культуры и информации Республики Казахстан от 6 ноября 2024 года № 524-НҚ и Заместителя Премьер-Министра - Министра национальной экономики Республики Казахстан от 8 ноября 2024 года № 100. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 12 ноября 2024 года № 35360

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 № 17787) следующие изменения и дополнения:

заголовок изложить в следующей редакции:

"Об утверждении критериев оценки степени риска и проверочного листа за соблюдением законодательства Республики Казахстан о масс-медиа";

пункт 1 изложить в следующей редакции:

"1. Утвердить:

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

2) проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о масс-медиа (далее – проверочный лист) в отношении периодических печатных изданий, интернет – изданий, и интернет – ресурсов, согласно приложению 2 к настоящему совместному приказу;

3) проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о масс-медиа в отношении теле-, радиокompаний, согласно приложению 3 к настоящему совместному приказу;

4) проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о масс-медиа в отношении операторов телерадиовещания, согласно приложению 4 к настоящему совместному приказу;

5) проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о масс-медиа в отношении распространителей индивидуальных спутниковых и эфирных приемных устройств, согласно приложению 5 к настоящему совместному приказу;

6) проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан о масс-медиа в отношении операторов телерадиовещания, согласно приложению 6 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;

дополнить приложениями 4, 5 и 6 согласно приложениям 4, 5 и 6 к настоящему совместному приказу.

2. Комитету информации Министерства культуры и информации 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 культуры и информации Республики Казахстан;

3) в течение десяти рабочих дней после государственной регистрации настоящего совместного 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 совместного приказа возложить на курирующего вице-министра культуры и информации Республики Казахстан.

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

*Заместитель Премьер-Министра
– Министр национальной экономики
Республики Казахстан*

_____ *Н. Байбазаров*

*исполняющий обязанности
Министра культуры и информации
Республики Казахстан*

_____ *К. Искаков*

"СОГЛАСОВАН"

Комитет по правовой статистике
и специальным учетам
Генеральной прокуратуры
Республики Казахстан

Приложение 1
к совместному приказу
Заместитель Премьер-Министра
– Министр национальной экономики
Республики Казахстан
от 8 ноября 2024 года № 100
и исполняющий обязанности
Министра культуры и информации
Республики Казахстан
от 6 ноября 2024 года
№ 524-НК

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 масс-медиа

Глава 1. Общие положения

1. Настоящие Критерии оценки степени риска за соблюдением законодательства Республики Казахстан о масс-медиа (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 № 17371) и Правилами формирования регулируемыми государственными органами системы оценки и управления рисками, утвержденных 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) балл – количественная мера исчисления риска;
- 2) незначительное нарушение – нарушения требований, установленных нормативными правовыми актами в области масс-медиа, 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;

3) нормализация данных – статистическая процедура, предусматривающая приведение значений, измеренных в различных шкалах, к условно общей шкале;

4) значительное нарушение – нарушение требований, установленных нормативными правовыми актами в области масс-медиа, создающие предпосылки для возникновения угрозы жизни и здоровья человека, законным интересам физических и юридических лиц, государства;

5) субъекты (объекты) контроля в области масс-медиа – периодические печатные издания, интернет-издания, интернет - ресурсы, теле-, радиокomпании, операторы телерадиовещания, и распространители индивидуальных спутниковых и эфирных приемных устройств;

6) грубое нарушение – нарушение требований, установленных нормативными правовыми актами в области масс-медиа, 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;

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

8) критерии оценки степени риска – совокупность количественных и качественных показателей, связанных с непосредственной деятельностью субъекта контроля, особенностями отраслевого развития и факторами, влияющими на это развитие, позволяющих отнести субъекты (объекты) контроля к различным степеням риска;

9) 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 масс-медиа и не зависящие непосредственно от отдельного субъекта (объекта) контроля;

10) 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;

11) 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 и (или) проверок на соответствие требованиям 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 и (или) проверок на соответствие требованиям;

12) проверочный лист – перечень обязательных требований, предъявляемых к деятельности субъектов (объектов) контроля, несоблюдение которых влечет за собой угрозу жизни и здоровью человека, законным интересам физических и юридических лиц, государства;

13) выборочная совокупность (выборка) – перечень оцениваемых субъектов (объектов), относимых к однородной группе субъектов (объектов) контроля в конкретной сфере государственного контроля, в соответствии с пунктом 2 статьи 143 Кодекса.

3. Управление рисками при осуществлении профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля и (или) проверки на соответствие требованиям формируется посредством определения объективных и субъективных критериев, которые осуществляются поэтапно (Мультикритериальный анализ решений).

На первом этапе по объективным критериям субъекты (объекты) контроля распределяются к одной из следующих степеней 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 проверка на соответствие требованиям, 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 проверка на соответствие требованиям, профилактический контроль без посещения субъекта (объекта) контроля и внеплановая проверка.

На втором этапе по субъективным критериям относят субъекты (объекты) контроля к одной из следующих степеней риска:

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

По показателям степени риска по субъективным критериям 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.

4. Критерии оценки степени риска для проведения проверки на соответствие требованиям и 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 масс - медиа;

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 масс-медиа 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 масс-медиа.

По объективным критериям к высокой степени риска относятся собственники периодических печатных изданий, теле-, радиокompании, к средней степени риска относятся собственники интернет-изданий, операторы телерадиовещания, к низкой степени риска относятся собственники интернет – ресурсов и распространители индивидуальных спутниковых и эфирных приемных устройств.

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 масс-медиа.

Для оценки степени рисков по субъективным критериям для проведения профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля используется следующий источник информации:

1) результаты предыдущих внеплановых проверок и профилактического контроля с посещением субъектов (объектов) контроля.

Для оценки степени рисков по субъективным критериям для проведения проверки на соответствие требованиям используется следующий источник информации:

1) результаты предыдущих проверок в отношении операторов телерадиовещания.

10. На основании имеющихся источников информации, уполномоченный орган в области масс-медиа формирует субъективные критерии, подлежащие оценке.

Анализ и оценка субъективных критериев позволяет сконцентрировать проведение проверки на соответствие требованиям и 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 и (или) проверки на соответствие требованиям, не допускается включение их при формировании 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 требования, предъявляемые к деятельности субъектов (объектов) контроля 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 масс-медиа с учетом специфики сферы в области масс - медиа.

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 и значимости показателей субъективных критериев, в соответствии с порядком расчета показателя

степени риска по субъективным критериям, определенным в главе 4 настоящих Критериев, рассчитывается показатель степени риска по субъективным критериям по шкале от 0 до 100 баллов.

13. Система оценки и управления рисками ведется с использованием информационных систем, относящих субъекты (объекты) контроля к конкретным степеням риска и формирующих 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 и (или) проверка на соответствие требованиям, не должен превышать пяти процентов от общего количества таких субъектов контроля в определенной сфере государственного контроля.

Степени нарушений требований к субъектам в области масс-медиа в отношении деятельности собственников периодических печатных изданий, интернет-изданий, интернет – ресурсов, теле-, радиокompаний, операторов телерадиовещания и распространителей индивидуальных спутниковых и эфирных приемных устройств, приведены в приложениях 1, 2, 3, и 4 к настоящим Критериям.

Степени нарушения требований к субъектам в области масс-медиа, для проведения проверки на соответствие требованиям деятельности операторов телерадиовещания, приведены в приложении 5 к настоящим Критериям.

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 масс-медиа 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 или проведения проверок на соответствие требованиям.

15. В целях освобождения от профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля и проведения проверки на соответствие требованиям, 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.

При этом освобождение от профилактического контроля с посещением субъекта (объекта) контроля и (или) проведения проверки на соответствие требованиям регулируемыми государственными органами, а также государственными органами осуществляется в части требований, данные по которым получены указанными в смягчающих индикаторах способами.

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

16. Для отнесения субъекта контроля к степени риска применяется следующий порядок расчета показателя степени риска.

Расчет показателя степени риска по субъективным критериям (R) осуществляется в автоматизированном режиме путем суммирования показателя степени риска по нарушениям по результатам предыдущих проверок и профилактического контроля с посещением субъектов (объектов) контроля (SP) и показателя степени риска по субъективным критериям (SC), с последующей нормализацией значений, данных в диапазон от 0 до 100 баллов.

$$R_{\text{пром}} = SP + SC, \text{ где}$$

$R_{\text{пром}}$ – промежуточный показатель степени риска по субъективным критериям,

SP – показатель степени риска по нарушениям,

SC – показатель степени риска по субъективным критериям, определенным в соответствии с пунктом 12 настоящих Критериев.

Расчет производится по каждому субъекту (объекту) контроля однородной группы субъектов (объектов) контроля каждой сферы государственного контроля. При этом перечень оцениваемых субъектов (объектов) контроля, относимых к однородной группе субъектов (объектов) контроля одной сферы государственного контроля, образует выборочную совокупность (выборку) для последующей нормализации данных

17. По данным, полученным по результатам предыдущих проверок и профилактического контроля с посещением субъектов (объектов) контроля, формируется показатель степени риска по нарушениям, оцениваемый в баллах от 0 до 100.

При выявлении одного грубого нарушения по любому из источников информации, указанных в пункте 9 настоящих Критериев, субъекту контроля приравнивается показатель степени риска 100 баллов и в отношении него проводится профилактический контроль с посещением субъекта (объекта) контроля.

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

При определении показателя значительных нарушений применяется коэффициент 0,7.

Данный показатель рассчитывается по следующей формуле:

$$SP_3 = (SP_2 \times 100 / SP_1) \times 0,7, \text{ где:}$$

SP_3 – показатель значительных нарушений;

SP_1 – требуемое количество значительных нарушений;

SP_2 – количество выявленных значительных нарушений;

При определении показателя незначительных нарушений применяется коэффициент 0,3.

Данный показатель рассчитывается по следующей формуле:

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

SP_H – показатель незначительных нарушений;

SP_1 – требуемое количество незначительных нарушений;

SP_2 – количество выявленных незначительных нарушений;

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

$SP = SP_3 + SP_H$, где:

SP – показатель степени риска по нарушениям;

SP_3 – показатель значительных нарушений;

SP_H – показатель незначительных нарушений.

Полученное значение показателя степени риска по нарушениям включается в расчет показателя степени риска по субъективным критериям.

18. Расчет показателя степени риска по субъективным критериям, определенным в соответствии с пунктом 12 настоящих Критериев, производится по шкале от 0 до 100 баллов и осуществляется по следующей формуле:

x_i – показатель субъективного критерия,

$$SC = \sum_{i=1}^n x_i * w_i, \text{ где}$$

w_i – удельный вес показателя субъективного критерия x_i ,

n – количество показателей.

Полученное значение показателя степени риска по субъективным критериям, определенным в соответствии с пунктом 12 настоящих Критериев, включается в расчет показателя степени риска по субъективным критериям.

19. Рассчитанные по субъектам (объектам) значения по показателю R нормализуются в диапазон от 0 до 100 баллов. Нормализация данных осуществляется по каждой выборочной совокупности (выборке) с использованием следующей формулы:

$$R = \frac{R_{\text{пром}} - R_{\text{min}}}{R_{\text{max}} - R_{\text{min}}}$$

R – показатель степени риска (итоговый) по субъективным критериям отдельного субъекта (объекта) контроля,

R_{\max} – максимально возможное значение по шкале степени риска по субъективным критериям по субъектам (объектам), входящим в одну выборочную совокупность (выборку) (верхняя граница шкалы),

R_{\min} – минимально возможное значение по шкале степени риска по субъективным критериям по субъектам (объектам), входящим в одну выборочную совокупность (выборку) (нижняя граница шкалы),

$R_{\text{пром}}$ – промежуточный показатель степени риска по субъективным критериям, рассчитанный в соответствии с пунктом 16 настоящих Критериев.

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

21. 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.

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

23. Для сфер деятельности субъектов (объектов) контроля, отнесенных к высокой степени риска, кратность проведения проверки на соответствие требованиям определяется критериями оценки степени риска, но не чаще одного раза в год.

Для сфер деятельности субъектов (объектов) контроля, отнесенных к средней степени риска, кратность проведения проверок на соответствие требованиям определяется критериями оценки степени риска, но не чаще одного раза в два года.

Для сфер деятельности субъектов (объектов) контроля, отнесенных к низкой степени риска, кратность проведения проверок на соответствие требованиям определяется критериями оценки степени риска, но не чаще одного раза в три года.

Приложение 1
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о масс-медиа

Степени нарушения требований к субъектам в области масс-медиа в отношении деятельности собственников периодических печатных изданий, интернет-изданий, интернет-ресурсов

| № п/п | Требования | Степень нарушений |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1. | Выпуск периодического печатного издания без установленных выходных данных (названия периодического печатного издания; о собственнике периодического печатного издания; фамилию и инициалы главного редактора (редактора); номер и дату свидетельства о постановке на учет или переучете и наименование выдавшего его органа; периодичность издания; порядковый номер и дату выхода в свет периодического печатного издания; тираж данного выпуска; наименование типографии, ее адрес и адрес редакции), а равно с неясными либо заведомо ложными выходными данными | грубая |
| 2. | Распространение рекламы в периодических печатных изданиях на языке, не закрепленном в свидетельстве о постановке на учет масс-медиа | значительная |
| 3. | Распространение периодического печатного издания, интернет-издания без переучета в случаях смены собственника или изменения его наименования, а также названия, языка издания либо материалов и сообщений, территории распространения, основной тематической направленности и периодичности выпуска | грубая |
| 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 |
| | Реклама табака и табачных изделий, в том числе некурибельных табачных изделий, изделий с нагреваемым табаком, | |

| | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 6. | табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления (вейпов) и жидкостей для них, продукции, имитирующей табачные изделия | грубая |
| 7. | Реклама электронного казино и интернет-казино | грубая |
| 8. | Размещение в масс-медиа 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 масс-медиа персональных и биометрических данных лица, включая информацию об его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, о несовершеннолетнем, 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 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, размещаемую пользователями на интернет - ресурсе, содержащих сведения, запрещенные законами Республики Казахстан (пропаганда или агитация культа жестокости и насилия, социального, расового, национального, религиозного, | |

12.

сословного и родового превосходства, разглашение сведений, составляющих государственные секреты или иную охраняемую законом тайну, распространение информации, пропагандирующей самоубийство, раскрывающей технические приемы и тактику антитеррористических операций в период их проведения, пропаганда наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, взрывчатых веществ и взрывных устройств, 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 демонстраций, об авторском праве и смежных правах в Интернете)

грубая

Распространение недобросовестной и недостоверной рекламы, за исключением антиконкурентных действий (бездействия)

| | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 13. | государственных, местных исполнительных органов, организаций, наделенных государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, недобросовестной конкуренции | грубая |
| 14. | Распространение неэтичной и скрытой рекламы | грубая |
| 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 | грубая |
| 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 достижение благотворительных и иных общественно полезных целей | значительная |
| | Визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, за исключением социальной | |

| | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 17. | 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 |
| 18. | 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 |
| 19. | Распространение 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 помощью мультипликации (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 | грубая |

| | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 20. | Не предоставление электронных форм обязательных бесплатных экземпляров периодических печатных изданий | грубая |
| 21. | Наличие у иностранцев и иностранных юридических лиц, лиц без гражданства права прямо и (или) косвенно владеть, пользоваться, распоряжаться и (или) управлять более 20 процентами акций (долей участия в уставном капитале, паев) юридического лица – собственника средства массовой информации в Республике Казахстан или юридического лица, осуществляющего деятельность в этой области | грубая |
| 22. | Распространение и (или) размещение информации, пропагандирующей самоубийство, информации о способах и призывах к совершению самоубийства. | грубая |
| 23. | Розничная продажа продукции эротического характера в нестационарных помещениях, в незапечатанных прозрачных упаковках, в помещениях и на территориях организаций образования, здравоохранения, детских учреждений, культовых зданий (сооружений), лицам, не достигшим восемнадцатилетнего возраста | грубая |
| 24. | Н а х о ж д е н и е информационно-коммуникационной инфраструктуры собственника интернет - издания за пределами Республики Казахстан | грубая |

Приложение 2
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о масс - медиа

Степени нарушения требований к субъектам в области масс-медиа в отношении деятельности теле-, радиокompаний

| № п/п | Требования | Степень нарушений |
|-------|------------|-------------------|
| | | |

| | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1. | <p>Количество отечественных телепрограмм, за исключением рекламы, в еженедельном объеме телерадиовещания отечественных телеканалов:</p> <p>1) с 1 января 2025 года – менее пятидесяти пяти процентов;</p> <p>2) с 1 января 2027 года – менее шестидесяти процентов</p> | грубая |
| 2. | <p>Количество музыкальных произведений казахстанских авторов либо исполнителей и отечественных радиопрограмм, за исключением рекламы, в еженедельном объеме радиовещания отечественных радиоканалов:</p> <p>1) с 1 января 2025 года – менее пятидесяти пяти процентов;</p> <p>2) с 1 января 2027 года – менее шестидесяти процентов</p> | значительная |
| 3. | <p>Размер дополнительной информации, носящей характер коммерческой рекламы, превышающей двадцать пять процентов площади кадра и нарушающей текстовый или информационный материал в телепрограммах</p> | грубая |
| 4. | <p>Распространение рекламы на теле-, радиоканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, превышающей двадцать процентов от общего объема вещания в сутки, за исключением бегущей строки, социальной рекламы, информации о собственной продукции теле-, радиоканалов (анонсов), не содержащей рекламы третьих лиц, объявления о мероприятиях, подготовленных и проводимых теле-, радиоканалом, а также рекламы, размещаемой в месте события, транслируемого в прямом эфире или записи повтора прямого эфира</p> | незначительная |
| | <p>Распространение рекламы в виде наложений, в том числе способом бегущей строки, более семи с половиной процентов площади</p> | |

| | | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 5. | кадра и нарушающей текстовый или информационный материал в телепрограммах | незначительная |
| 6. | Выход в эфир теле-, радиоканалов без объявления своего наименования, а при непрерывном вещании менее четырех раз в сутки | грубая |
| 7. | Еженедельный объем отечественных теле-, радиопрограмм, вещающих на территории Республики Казахстан на государственном языке по времени: 1) с 1 января 2025 года – менее пятидесяти пяти процентов от общего объема теле-, радиопрограмм; 2) с 1 января 2027 года – менее шестидесяти процентов от общего объема теле-, радиопрограмм | значительная |
| 8. | Объем теле-, радиопрограмм на государственном языке в интервалах времени продолжительностью шесть часов каждый, исчисляемый с нуля часов местного времени: 1) с 1 января 2025 года – менее пятидесяти пяти процентов от общего объема теле-, радиопрограмм; 2) с 1 января 2027 года – менее шестидесяти процентов от общего объема теле-, радиопрограмм. | грубая |
| 9. | Объем рекламы на теле-, радиоканалах на казахском языке в интервалах времени через каждые шесть часов, исчисляемых с нуля часов местного времени, менее суммарного объема рекламы, распространяемой на других языках | грубая |
| 10. | Пропуск собственником теле-, радиоканала срока распространения теле-, радиопрограмм в течение шести месяцев со дня получения свидетельства о постановке на учет | значительная |
| | Несоблюдение требования по обеспечению не менее одной телепрограммы новостного | |

| | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 11. | характера в период с шестнадцати до двадцати двух часов местного времени сурдопереводом или переводом в виде субтитров | грубая |
| 12. | Необеспечение обязательных сообщений, размещаемых на телеканалах, сурдопереводом или переводом в виде субтитров | значительная |
| 13. | Ретрансляция в еженедельном объеме отечественными теле-, радиоканалами теле-, радиопрограмм иностранных теле-, радиоканалов, превышающем десять процентов от общего объема теле-, радиопрограмм | грубая |
| 14. | Размещение в масс-медиа информации о вакансиях для приема на работу, содержащую требования дискриминационного характера в сфере труда | грубая |
| 15. | Распространение посредством телерадиовещания с 6.00 часов до 22.00 часов по местному времени информационной продукции, содержащей информацию, запрещенную для детей: побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к суициду; провоцирующая детей на антиобщественные и противоправные действия; содержащая специальный сексуально-эротический характер; содержащая описание и (или) изображение сексуального насилия; содержащая ненормативную лексику; распространение которой среди детей запрещено, отнесенную к возрастной категории "с 18 лет" | грубая |
| 16. | Размещение рекламы о деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды | грубая |
| | Реклама табака и табачных изделий, в том числе некурительных табачных изделий, изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной | |

| | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 17. | смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления (вейпов) и жидкостей для них, продукции, имитирующей табачные изделия | грубая |
| 18. | Реклама этилового спирта и алкогольной продукции, имитирующей алкогольные напитки | грубая |
| 19. | Реклама электронного казино и интернет-казино | грубая |
| 20. | Распространение в масс-медиа персональных и биометрических данных лица, включая информацию о его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, о несовершеннолетнем, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия) и о несовершеннолетних, подозреваемых и (или) обвиняемых в совершении административных и (или) уголовных правонарушений | грубая |
| 21. | Прерывание рекламой, в том числе способом бегущей строки, трансляции официальных сообщений, выступлений кандидатов в Президенты Республики Казахстан и в депутаты представительных органов, образовательных и религиозных телепрограмм, а также демонстрацию детских телепрограмм, за исключением рекламы, предназначенной для детей и подростков | грубая |
| 22. | Распространение рекламы на теле-, радиоканалах в дни национального траура | грубая |
| 23. | Распространение посредством телерадиовещания информационной продукции без указания знака возрастной категории или без сообщения возрастной категории в начале теле-, радиопрограммы, а также при каждом возобновлении после ее прерывания | грубая |
| | | |

| | | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 24. | <p>Распространение рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан в период с двадцати двух часов вечера до шести часов утра местного времени на отечественных теле-, радиоканалах (за исключением детских и религиозных) во время трансляции и (или) ретрансляции не сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления вина менее чем на десяти процентах рекламной площади (пространства); не сопровождается двумя социальными рекламами по популяризации здорового образа жизни; на радиоканалах по окончании трансляции рекламы не сопровождается сообщением, предупреждающим о вреде чрезмерного потребления вина</p> | значительная |
| 25. | <p>Распространение 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 помощью мультипликации (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> | грубая |
| 26. | <p>Распространение рекламы соответствующего товара (работ, услуг), а также самого рекламодателя, подлежащего лицензированию, без указания номера лицензии и наименования</p> | значительная |

| | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| | органа, выдавшего лицензию, кроме рекламы на радио | |
| 27. | Распространение недобросовестной и недостоверной рекламы, за исключением случаев антиконкурентных действий (бездействия) государственных, местных исполнительных органов, организаций, наделенных государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, недобросовестной конкуренции | грубая |
| 28. | Распространение незтичной и скрытой рекламы | грубая |
| 29. | 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 | грубая |
| 30. | Распространение рекламы в общем объеме вещания рекламы в сутки общей продолжительностью в период времени с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени в течение часа времени вещания более двадцати процентов | значительная |
| 31. | Распространение ежедневного объема социальной рекламы, размещаемой на безвозмездной основе на обязательных теле-, радиоканалах, менее десяти выходов в интервале времени продолжительностью восемнадцать часов, исчисляемом с шести часов утра местного времени, с обязательными двумя выходами в интервале времени | незначительная |

| | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| | продолжительностью шесть часов, исчисляемом с восемнадцати часов местного времени | |
| 32. | Распространение социальной рекламы неравномерно в течение всего ежедневного ее выхода в эфир на территории Республики Казахстан на казахском языке, а по усмотрению рекламодателя также на русском и (или) на других языках | незначительная |
| 33. | 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 |
| 34. | Распространение социальной рекламы в радиопрограммах с упоминанием о спонсорах продолжительностью более трех секунд о каждом, социальной рекламы в телепрограммах при кино- и видеообслуживании более трех секунд о каждом, и такому упоминанию отведено более чем семь процентов площади кадра, а в социальной рекламе, распространяемой другими способами, – более чем пять процентов рекламной площади (пространства) | незначительная |
| 35. | Превышение звука при трансляции рекламы громче звука транслируемой программы | значительная |
| | 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 | |

| | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 36. | 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 или иных общественно полезных целей | значительная |
| 37. | Соблюдение требования теле-, радиоканалами о сохранении записи собственных теле-, радиопрограмм, вышедших в эфир в течение шести месяцев, а также фиксирования их в регистрационном журнале своей эфирной работы и хранения его менее одного года с момента последней записи в нем | грубая |
| 38. | Соблюдение требования по обеспечению качества подачи теле-, радиоканалами теле-, радиопрограмм | грубая |
| 39. | Соблюдение требования теле-, радиоккомпаниями и операторами телерадиовещания независимо от их форм собственности в оповещении населения об угрозе жизни, здоровью людей и порядке действий в сложившейся обстановке при чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера, а также в интересах обороны, национальной безопасности и охраны правопорядка | грубая |
| 40. | Распространение теле-, радиоканала без переучета в случаях смены собственника либо и з м е н е н и я организационно-правовой формы, наименования, а также названия теле-, радиоканала | грубая |
| 41. | Распространение и (или) размещение информации, пропагандирующей самоубийство, информации о способах и призывах к совершению самоубийства | грубая |

Приложение 3
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о масс - медиа

**Степени нарушения требований к субъектам в области масс-медиа в отношении
деятельности операторов телерадиовещания**

| № п/п | Требования | Степень нарушений |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1. | Несоблюдение требования по распространению операторами кабельного телерадиовещания трансляции и (или) ретрансляции обязательных теле-, радиоканалов | грубая |
| 2. | Использование радиоэлектронных средств приема и передачи сигнала телерадиовещания, создающих помехи иным радиопередающим и (или) радиоприемным средствам связи и несоответствующих заявленным техническим параметрам | грубая |
| 3. | Распространение рекламы при ретрансляции операторами телерадиовещания иностранных теле-, радиоканалов на территории Республики Казахстан, за исключением: 1) социальной рекламы; 2) рекламы, размещаемой в месте события, транслируемого в прямом эфире или записи повтора прямого эфира; 3) рекламы, распространяемой иностранными теле-, радиоканалами, специализирующимися исключительно на сообщениях и материалах рекламного характера | грубая |
| 4. | Распространение операторами телерадиовещания иностранных теле-, радиоканалов, не поставленных на учет в уполномоченном органе | грубая |
| 5. | Соблюдение требования по наличию письменного согласия собственников здания и (или) зданий по организации системы | значительная |

| | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| | коллективного приема, не предусматривающей коммерческой цели | |
| 6. | Соблюдение требования по наличию заключенного договора на распространение теле-, радиоканалов свободного доступа между оператором телерадиовещания и теле-, радиокompанией | значительная |
| 7. | Соблюдение требования по недопущению использования для распространения теле-, радиоканалов технических средств телерадиовещания, не прошедших процедуры подтверждения соответствия | грубая |
| 8. | Соблюдение требования теле-, радиокompаниями и операторами телерадиовещания независимо от их форм собственности в оповещении населения об угрозе жизни, здоровью людей и порядке действий в сложившейся обстановке при чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера, а также в интересах обороны, национальной безопасности и охраны правопорядка | грубая |
| 9. | Соблюдение требования по недопущению ретрансляции теле-, радиоканала, теле-, радиопрограммы без договора, заключенного между оператором телерадиовещания и теле-, радиокompанией или филиалом (представительством) иностранного юридического лица | грубая |

Приложение 4
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о масс - медиа

Степени нарушения требований к субъектам в области масс-медиа в отношении деятельности распространителей индивидуальных спутниковых и эфирных приемных устройств

| № п/п | Требования | Степень нарушений |
|-------|------------|-------------------|
| | | |

| | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1. | Распространение карт условного доступа к услугам операторов телерадиовещания и оборудования, предназначенного для индивидуального приема теле-, радиосигнала операторов телерадиовещания, без лицензии в сфере телерадиовещания и не обладающих собственными спутниковыми системами вещания на территории Республики Казахстан | грубая |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|

Приложение 5
к Критериям оценки степени
риска за соблюдением
законодательства
Республики Казахстан
о масс - медиа

Степени нарушения требований к субъектам в области масс-медиа, для проведения проверки на соответствие требованиям деятельности операторов телерадиовещания

| № п/п | Требования | Степень нарушений |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1. | Наличие не менее одной трети от общего числа инженерно-технических специалистов, имеющих профильное высшее, техническое или профессиональное образование в сфере телекоммуникаций и практический опыт по специальности не менее одного года | незначительная |
| 2. | Наличие технических возможностей для организации оповещения населения в случае чрезвычайных ситуаций (схема организации оповещения населения в случае чрезвычайных ситуаций) | значительная |
| 3. | Наличие предварительных договоров на ретрансляцию теле-, радиоканалов с теле-, радиоккомпаниями-правообладателями (для многопрограммного вещания) | незначительная |
| 4. | Наличие помещения и площади для размещения и эксплуатации технических средств, | значительная |

| | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| | административно-управленческого персонала, обслуживания населения | |
| 5. | Наличие средств измерений и испытательного оборудования для проведения контрольно-измерительных и испытательных работ | незначительная |
| 6. | Распространение теле-, радиоканалов посредством аналогового эфирного телерадиовещания при наличии разрешения на использование полос частот, радиочастот (радиочастотных каналов) и лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | значительная |
| 7. | Распространение теле-, радиоканалов операторами телерадиовещания посредством цифрового эфирного телерадиовещания при наличии разрешения на использование полос частот, радиочастот (радиочастотных каналов) и лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | значительная |
| 8. | Распространение теле-, радиоканалов операторами телерадиовещания посредством спутникового телерадиовещания при наличии разрешения на использование полос частот, радиочастот (радиочастотных каналов) и лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | значительная |
| 9. | Распространение теле-, радиоканалов операторами телерадиовещания посредством кабельного и эфирно-кабельного телерадиовещания без лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | значительная |
| | Распространение теле-, радиоканалов операторами | |

| | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 10. | телерадиовещания эфирно-кабельного телерадиовещания при наличии разрешения на использование полос частот, радиочастот (радиочастотных каналов) | значительная |
| 11. | Организация системы коллективного приема теле-, радиоканалов, преследующей коммерческие цели без наличия лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | значительная |
| 12. | Распространение теле-, радиоканалов в сетях телекоммуникаций без лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | значительная |

Приложение 2
 к совместному приказу
 Заместитель Премьер-Министра
 – Министр национальной экономики
 Республики Казахстан
 от 8 ноября 2024 года № 100
 и исполняющий обязанности
 Министра культуры
 и информации
 Республики Казахстан
 от 6 ноября 2024 года № 524-НК
 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 масс-медиа**

**в соответствии со статьей 138 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан
в отношении периодических печатных изданий, интернет-изданий,
и интернет- ресурсов**

наименование однородной группы субъектов (объектов) контроля

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 | 3 | 4 |
| 1. | Выпуск периодического печатного издания без установленных выходных данных (названия периодического печатного издания; о собственнике периодического печатного издания; фамилию и инициалы главного редактора (редактора); номер и дату свидетельства о постановке на учет или переучете и наименование выдавшего его органа; периодичность издания; порядковый номер и дату выхода в свет периодического печатного издания; тираж данного выпуска; наименование типографии, ее адрес и адрес редакции), а равно с неясными либо заведомо ложными выходными данными | | |
| | Распространение рекламы в периодических печатных изданиях на | | |

| | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 2. | языке, не закреплённом в свидетельстве о постановке на учёт масс-медиа | | |
| 3. | Распространение периодического печатного издания, интернет-издания без переучёта в случаях смены собственника или изменения его наименования, а также названия, языка издания либо материалов и сообщений, территории распространения, основной тематической направленности и периодичности выпуска | | |
| 4. | Распространение несовершеннолетним информационной продукции, содержащей информацию, запрещённую 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 некурильных табачных изделий, изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления (вейпов) и жидкостей для них, продукции, имитирующей табачные изделия | | |
| 7. | Реклама электронного казино и интернет-казино | | |
| | | | |

| | | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 8. | Размещение в масс-медиа информации о вакансиях для приема на работу, содержащую требования дискриминационного характера в сфере труда | | |
| 9. | Реклама о деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды | | |
| 10. | Распространение в масс-медиа персональных и биометрических данных лица, включая информацию об его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, о несовершеннолетнем, 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 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, | | |

12.

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 самоубийство, раскрывающей технические приемы и тактику антитеррористических операций в период их проведения, пропаганда наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, взрывчатых веществ и взрывных устройств, 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

| | | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | <p>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 государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, недобросовестной конкуренции</p> | | |
| 14. | <p>Распространение неэтичной и скрытой рекламы</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</p> | | |

| | | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | и родового превосходства, культура 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 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 | | |
| | Визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних в рекламе, за исключением социальной рекламы и рекламы товаров (работ, услуг) для | | |

| | | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 17. | <p>несовершеннолетних, а также товаров (работ, услуг), которые не повлекут за собой вредного воздействия на физическое, психическое здоровье и нравственность несовершеннолетних</p> | | |
| 18. | <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> | | |
| | <p>Распространение 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 помощью</p> | | |

| | | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 19. | <p>мультипликации (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> | | |
| 20. | <p>Не предоставление электронных форм обязательных бесплатных экземпляров периодических печатных изданий</p> | | |
| 21. | <p>Наличие у иностранцев и иностранных юридических лиц, лиц без гражданства права прямо и (или) косвенно владеть, пользоваться, распоряжаться и (или) управлять более 20 процентами акций (долей участия в уставном капитале, паев) юридического лица – собственника средства массовой информации в Республике Казахстан или юридического лица, осуществляющего деятельность в этой области</p> | | |
| 22. | <p>Распространение и (или) размещение информации, пропагандирующей самоубийство, информации о способах и призывах к совершению самоубийства.</p> | | |
| | <p>Розничная продажа продукции эротического характера в нестационарных</p> | | |

| | | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 23 | помещениях, в незапечатанных прозрачных упаковках, в помещениях и на территориях организаций образования, здравоохранения, детских учреждений, культовых зданий (сооружений), лицам, не достигшим восемнадцатилетнего возраста | | |
| 24 | Нахождение информационно-коммуникационной инфраструктуры собственника интернет - издания за пределами Республики Казахстан | | |

Должностное (ые) лицо (а) _____

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Руководитель субъекта контроля _____

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Приложение 3
к совместному приказу
Заместитель Премьер-Министра
– Министр национальной экономики
Республики Казахстан
от 8 ноября 2024 года № 100
и исполняющий обязанности
Министра культуры
и информации
Республики Казахстан
от 6 ноября 2024 года № 524-НК

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 масс-медиа**

**в соответствии со статьей 138 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан
в отношении теле-, радиокompаний**

наименование однородной группы субъектов (объектов) контроля

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 | 3 | 4 |
| 1. | Количество отечественных телепрограмм, за исключением рекламы, в еженедельном объеме телерадиовещания отечественных телеканалов: 1) с 1 января 2025 года – менее пятидесяти пяти процентов; 2) с 1 января 2027 года – менее шестидесяти процентов | | |
| | Количество музыкальных произведений казахстанских авторов либо исполнителей и отечественных радиопрограмм, за исключением рекламы, в | | |

| | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 2. | <p>еженедельном объеме радиовещания отечественных радиоканалов:</p> <p>1) с 1 января 2025 года – менее пятидесяти пяти процентов;</p> <p>2) с 1 января 2027 года – менее шестидесяти процентов</p> | | |
| 3. | <p>Размер дополнительной информации, носящей характер коммерческой рекламы, превышающей двадцать пять процентов площади кадра и нарушающей текстовый или информационный материал в телепрограммах</p> | | |
| 4. | <p>Распространение рекламы на теле-, радиоканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, превышающей двадцать процентов от общего объема вещания в сутки, за исключением бегущей строки, социальной рекламы, информации о собственной продукции теле-, радиоканалов (анонсов), не содержащей рекламы третьих лиц, объявления о мероприятиях, подготовленных и проводимых теле-, радиоканалом, а также рекламы, размещаемой в месте события, транслируемого в прямом эфире или записи повтора прямого эфира</p> | | |
| 5. | <p>Распространение рекламы в виде наложений, в том числе способом бегущей строки, более семи с половиной процентов площади кадра и нарушающей</p> | | |

| | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | <p>текстовый или информационный материал в телепрограммах</p> | | |
| 6. | <p>Выход в эфир теле-, радиоканалов без объявления своего наименования, а при непрерывном вещании менее четырех раз в сутки</p> | | |
| 7. | <p>Еженедельный объем отечественных теле-, радиопрограмм, вещающих на территории Республики Казахстан на государственном языке по времени:</p> <p>1) с 1 января 2025 года – менее пятидесяти пяти процентов от общего объема теле-, радиопрограмм;</p> <p>2) с 1 января 2027 года – менее шестидесяти процентов от общего объема теле-, радиопрограмм</p> | | |
| 8. | <p>Объем теле-, радиопрограмм на государственном языке в интервалах времени продолжительностью шесть часов каждый, исчисляемый с нуля часов местного времени:</p> <p>1) с 1 января 2025 года – менее пятидесяти пяти процентов от общего объема теле-, радиопрограмм;</p> <p>2) с 1 января 2027 года – менее шестидесяти процентов от общего объема теле-, радиопрограмм.</p> | | |
| 9. | <p>Объем рекламы на теле-, радиоканалах на казахском языке в интервалах времени через каждые шесть часов, исчисляемых с нуля часов местного</p> | | |

| | | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | времени, менее суммарного объема рекламы, распространяемой на других языках | | |
| 10. | Пропуск собственником теле-, радиоканала срока распространения теле-, радиопрограмм в течение шести месяцев со дня получения свидетельства о постановке на учет | | |
| 11. | Несоблюдение требования по обеспечению не менее одной телепрограммы новостного характера в период с шестнадцати до двадцати двух часов местного времени сурдопереводом или переводом в виде субтитров | | |
| 12. | Необеспечение обязательных сообщений, размещаемых на телеканалах, сурдопереводом или переводом в виде субтитров | | |
| 13. | Ретрансляция в еженедельном объеме отечественными теле-, радиоканалами теле-, радиопрограмм иностранных теле-, радиоканалов, превышающем десять процентов от общего объема теле-, радиопрограмм | | |
| 14. | Размещение в масс-медиа информации о вакансиях для приема на работу, содержащую требования дискриминационного характера в сфере труда | | |
| | Распространение посредством телерадиовещания с 6.00 часов до 22.00 часов по местному времени | | |

| | | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 15. | <p>информационной продукции, содержащей информацию, запрещенную для детей: побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к суициду;</p> <p>провоцирующая детей на антиобщественные и противоправные действия; содержащая специальный сексуально-эротический характер;</p> <p>содержащая описание и (или) изображение сексуального насилия;</p> <p>содержащая ненормативную лексику; распространение которой среди детей запрещено, отнесенную к возрастной категории "с 18 лет"</p> | | |
| 16. | Размещение рекламы о деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды | | |
| 17. | Реклама табака и табачных изделий, в том числе некурительных табачных изделий, изделий с нагреваемым табаком, табака для кальяна, кальянной смеси, систем для нагрева табака, электронных систем потребления (вейпов) и жидкостей для них, продукции, имитирующей табачные изделия | | |
| 18. | Реклама этилового спирта и алкогольной продукции, продукции, имитирующей алкогольные напитки | | |
| 19. | Реклама электронного казино и интернет-казино | | |
| | | | |

| | | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 20. | <p>Распространение в масс-медиа персональных и биометрических данных лица, включая информацию о его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, о несовершеннолетнем, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия) и о несовершеннолетних, подозреваемых и (или) обвиняемых в совершении административных и (или) уголовных правонарушений</p> | | |
| 21. | <p>Прерывание рекламой, в том числе способом бегущей строки, трансляции официальных сообщений, выступлений кандидатов в Президенты Республики Казахстан и в депутаты представительных органов, образовательных и религиозных телепрограмм, а также демонстрацию детских телепрограмм, за исключением рекламы, предназначенной для детей и подростков</p> | | |
| 22. | <p>Распространение рекламы на теле-, радиоканалах в дни национального траура</p> | | |
| 23. | <p>Распространение посредством телерадиовещания информационной продукции без указания знака возрастной категории или без сообщения возрастной</p> | | |

| | | | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | <p>категории в начале теле-, радиопрограммы, а также при каждом возобновлении после ее прерывания</p> | | |
| 24. | <p>Распространение рекламы товарного знака и (или) наименования вина, произведенного на территории Республики Казахстан в период с двадцати двух часов вечера до шести часов утра местного времени на отечественных теле-, радиоканалах (за исключением детских и религиозных) во время трансляции и (или) ретрансляции не сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления вина менее чем на десяти процентах рекламной площади (пространства); не сопровождается двумя социальными рекламами по популяризации здорового образа жизни; на радиоканалах по окончании трансляции рекламы не сопровождается сообщением, предупреждающим о вреде чрезмерного потребления вина</p> | | |
| | <p>Распространение 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</p> | | |

| | | | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 25. | <p>том числе выполненную с помощью мультипликации (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> | | |
| 26. | <p>Распространение рекламы соответствующего товара (работ, услуг), а также самого рекламодателя, подлежащего лицензированию, без указания номера лицензии и наименования органа, выдавшего лицензию, кроме рекламы на радио</p> | | |
| 27. | <p>Распространение недобросовестной и недостоверной рекламы, за исключением случаев антиконкурентных действий (бездействия) государственных, местных исполнительных органов, организаций, наделенных государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, недобросовестной конкуренции</p> | | |
| 28. | <p>Распространение неэтичной и скрытой рекламы</p> | | |
| | <p>Использование рекламы для пропаганды или агитации насильственного</p> | | |

| | | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 29. | <p>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> | | |
| 30. | <p>Распространение рекламы в общем объеме вещания рекламы в сутки о б щ е й продолжительностью в период времени с восемнадцати до двадцати трех часов местного времени в течение часа времени вещания более двадцати процентов</p> | | |
| 31. | <p>Распространение ежедневного объема социальной рекламы, размещаемой на безвозмездной основе на обязательных теле-, радиоканалах, менее десяти выходов в интервале времени продолжительностью восемнадцать часов, исчисляемом с шести часов утра местного времени, с обязательными двумя выходами в интервале в р е м е н и продолжительностью шесть часов, исчисляемом с восемнадцати часов местного времени</p> | | |

| | | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 32. | Распространение социальной рекламы неравномерно в течение всего ежедневного ее выхода в эфир на территории Республики Казахстан на казахском языке, а по усмотрению рекламодателя также на русском и (или) на других языках | | |
| 33. | 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 | | |
| 34. | Распространение социальной рекламы в радиопрограммах с упоминанием о спонсорах продолжительностью более трех секунд о каждом, социальной рекламы в телепрограммах при кино- и видеообслуживании более трех секунд о каждом, и такому упоминанию отведено более чем семь процентов площади кадра, а в социальной рекламе, распространяемой другими способами, – более чем пять процентов рекламной площади (пространства) | | |
| 35. | Превышение звука при трансляции рекламы громче звука | | |

| | | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | транслируемой программы | | |
| 36. | <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 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 или иных общественно полезных целей</p> | | |
| 37. | <p>Соблюдение требования теле-, радиоканалами о сохранении записи собственных теле-, радиопрограмм, вышедших в эфир в течение шести месяцев, а также фиксирования их в регистрационном журнале своей эфирной работы и хранения его менее одного года с момента последней записи в нем</p> | | |

| | | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 38. | Соблюдение требования по обеспечению качества подачи теле-, радиоканалами теле-, радиопрограмм | | |
| 39. | Соблюдение требования теле-, радиоккомпаниями и операторами телерадиовещания независимо от их форм собственности в оповещении населения об угрозе жизни, здоровью людей и порядке действий в сложившейся обстановке при чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера, а также в интересах обороны, национальной безопасности и охраны правопорядка | | |
| 40. | Распространение теле-, радиоканала без переучета в случаях смены собственника либо изменения организационно-правовой формы, наименования, а также названия теле-, радиоканала | | |
| 41. | Распространение и (или) размещение информации, пропагандирующей самоубийство, информации о способах и призывах к совершению самоубийства | | |

Должностное (ые) лицо (а) _____

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Руководитель субъекта (объекта) контроля

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Приложение 4
к совместному приказу
Заместитель Премьер-Министра
– Министр национальной экономики
Республики Казахстан
от 8 ноября 2024 года № 100
и исполняющий обязанности
Министра культуры и информации
Республики Казахстан
от 6 ноября 2024 года № 524-НК

**Проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан
о масс-медиа**

–
**в соответствии со статьей 138 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан
в отношении операторов телерадиовещания**

наименование однородной группы субъектов (объектов) контроля

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 | 3 | 4 |
| 1. | Несоблюдение требования по распространению операторами кабельного телерадиовещания трансляции и (или) | | |

| | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | ретрансляции обязательных теле-, радиоканалов | | |
| 2. | Использование радиоэлектронных средств приема и передачи сигнала телерадиовещания, создающих помехи иным радиопередающим и (или) радиоприемным средствам связи и несоответствующих заявленным техническим параметрам | | |
| 3. | Распространение рекламы при ретрансляции операторами телерадиовещания иностранных теле-, радиоканалов на территории Республики Казахстан, за исключением: 1) социальной рекламы; 2) рекламы, размещаемой в месте события, транслируемого в прямом эфире или записи повтора прямого эфира; 3) рекламы, распространяемой иностранными теле-, радиоканалами, специализирующимися исключительно на сообщениях и материалах рекламного характера | | |
| 4. | Распространение операторами телерадиовещания иностранных теле-, радиоканалов, не поставленных на учет в уполномоченном органе | | |
| 5. | Соблюдение требования по наличию письменного согласия собственников здания и (или) зданий по организации системы | | |

| | | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | коллективного приема, не предусматривающей коммерческой цели | | |
| 6.. | Соблюдение требования по наличию заключенного договора на распространение теле-, радиоканалов свободного доступа между оператором телерадиовещания и теле-, радиоккомпанией | | |
| 7. | Соблюдение требования по недопущению использования для распространения теле-, радиоканалов технических средств телерадиовещания, не прошедших процедуры подтверждения соответствия | | |
| 8. | Соблюдение требования теле-, радиоккомпаниями и операторами телерадиовещания независимо от их форм собственности в оповещении населения об угрозе жизни, здоровью людей и порядке действий в сложившейся обстановке при чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера, а также в интересах обороны, национальной безопасности и охраны правопорядка | | |
| 9. | Соблюдение требования по недопущению ретрансляции теле-, радиоканала, теле-, радиопрограммы без договора, заключенного между оператором телерадиовещания и теле-, радиоккомпанией или филиалом (представительством) иностранного юридического лица | | |

Должностное (ые) лицо (а) _____

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)
Руководитель субъекта (объекта) контроля

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Приложение 5
к совместному приказу
Заместитель Премьер-Министра
– Министр национальной экономики
Республики Казахстан
от 8 ноября 2024 года № 100
и исполняющий обязанности
Министра культуры
и информации
Республики Казахстан
от 6 ноября 2024 года № 524-НК

**Проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан
о масс-медиа** _____

**в соответствии со статьей 138 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан
в отношении распространителей индивидуальных спутниковых
и эфирных приемных устройств**

наименование однородной группы субъектов (объектов) контроля

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 | 3 | 4 |
| 1. | Распространение карт условного доступа к услугам операторов телерадиовещания и оборудования, предназначенного для индивидуального приема теле-, радиосигнала операторов телерадиовещания, без лицензии в сфере телерадиовещания и не обладающих собственными спутниковыми системами вещания на территории Республики Казахстан | | |

Должностное (ые) лицо (а) _____

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Руководитель субъекта (объекта) контроля _____

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Приложение 6
к совместному приказу
Заместитель Премьер-Министра
– Министр национальной экономики
Республики Казахстан
от 8 ноября 2024 года № 100
и исполняющий обязанности
Министра культуры и информации
Республики Казахстан
от 6 ноября 2024 года № 524-НК

Проверочный лист за соблюдением законодательства Республики Казахстан

о масс-медиа _____

в соответствии со статьей 138 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан

в отношении операторов телерадиовещания

наименование однородной группы субъектов (объектов) контроля _____

Государственный орган, назначивший проверку _____

Акт о назначении проверки _____

№, 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 | 3 | 4 |
| 1 | Наличие не менее одной трети от общего числа инженерно-технических специалистов, имеющих профильное высшее, техническое или профессиональное образование в сфере телекоммуникаций и практический опыт по специальности не менее одного года | | |
| 2 | Наличие технических возможностей для организации оповещения населения в случае чрезвычайных ситуаций (схема организации оповещения населения в случае чрезвычайных ситуаций) | | |
| 3 | Н а л и ч и е предварительных договоров на ретрансляцию теле-, радиоканалов с теле-, радиокомпаниями - правообладателями (для многопрограммного вещания) | | |

| | | | |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 4 | Наличие помещения и площади для размещения и эксплуатации технических средств, административно-управленческого персонала, обслуживания населения | | |
| 5 | Наличие средств измерений и испытательного оборудования для проведения контрольно-измерительных и испытательных работ | | |
| 6 | Распространение радиоканалов посредством аналогового эфирного радиовещания при наличии разрешения на использование полос частот, радиочастот (радиочастотных каналов) и лицензии для занятия деятельностью по распространению радиоканалов | | |
| 7 | Распространение теле-, радиоканалов операторами телерадиовещания посредством цифрового эфирного телерадиовещания при наличии разрешения на использование полос частот, радиочастот (радиочастотных каналов) и лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | | |
| 8 | Распространение теле-, радиоканалов операторами телерадиовещания посредством спутникового телерадиовещания при наличии разрешения на использование полос частот, радиочастот (радиочастотных каналов) | | |

| | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| | и лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | | |
| 9 | Распространение теле-, радиоканалов операторами телерадиовещания посредством кабельного и эфирно-кабельного телерадиовещания без лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | | |
| 10 | Распространение теле-, радиоканалов операторами телерадиовещания эфирно-кабельного телерадиовещания при наличии разрешения на использование полос частот, радиочастот (радиочастотных каналов) | | |
| 11 | Организация системы коллективного приема теле-, радиоканалов, преследующей коммерческие цели без наличия лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | | |
| 12 | Распространение теле-, радиоканалов в сетях телекоммуникаций без лицензии для занятия деятельностью по распространению теле-, радиоканалов | | |

Должностное (ые) лицо (а) _____

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

Руководитель субъекта (объекта) контроля _____

должность подпись

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

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