

Об утверждении Правил формирования и размещения социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах

Приказ Министра информации и общественного развития Республики Казахстан от 14 мая 2019 года № 108. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 15 мая 2019 года № 18680.

В соответствии с подпунктом 1) пункта 2 статьи 17-1 Закона Республики Казахстан "О рекламе" **ПРИКАЗЫВАЮ:**

Сноска. Преамбула - в редакции приказа Министра культуры и информации РК от 19.07.2024 № 324-НК (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

1. Утвердить прилагаемые Правила формирования и размещения социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах.

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

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

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

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

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

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

4. Настоящий приказ вводится в действие после дня его первого официального опубликования.

Министр
информации и общественного развития
Республики Казахстан

Д. Абаев

"СОГЛАСОВАН"

Министерство национальной экономики
Республики Казахстан

Утверждены
приказом Министра
информации и общественного
развития Республики Казахстан
от 14 мая 2019 года
№ 108

Правила формирования и размещения социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах

Глава 1. Общие положения

1. Настоящие Правила формирования и размещения социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах (далее – Правила) разработаны в соответствии с подпунктом 1) пункта 2 статьи 17-1 Закона Республики Казахстан "О рекламе" и определяют порядок формирования и размещения социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах.

Сноска. Пункт 1 - в редакции приказа Министра культуры и информации РК от 19.07.2024 № 324-НК (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

2. В настоящих Правилах используются следующие понятия:

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

2) правообладатель – физические или юридические лица, получившие исключительное право на использование произведения и (или) объекта смежных прав по договору или иному основанию, предусмотренному Законом Республики Казахстан от 10 июня 1996 года "Об авторском праве и смежных правах";

3) обязательный теле-, радиоканал – теле-, радиоканал, входящий в соответствующий перечень, утвержденный уполномоченным органом, обязательный для распространения посредством многоканального вещания на всей территории Республики Казахстан, за исключением сетей цифрового эфирного телерадиовещания и телерадиовещания в сетях телекоммуникаций;

4) заявитель – правообладатель либо иное лицо, действующее от имени правообладателя на основании доверенности, оформленной в соответствии с Гражданским кодексом Республики Казахстан, которое имеет право на подачу заявки на размещение социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах;

5) комиссия по вопросам развития телерадиовещания (далее – Комиссия) – консультативно-совещательный орган по вопросам развития телерадиовещания, созданный при государственном органе, осуществляющем государственное регулирование в области масс-медиа;

6) уполномоченный орган в области масс-медиа (далее – уполномоченный орган) – центральный исполнительный орган, осуществляющий государственное регулирование в области масс-медиа.

Сноска. Пункт 2 с изменениями, внесенными приказами Министра информации и общественного развития РК от 22.08.2019 № 294 (вводится в действие после дня его первого официального опубликования); от 19.07.2024 № 324-НҚ (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

Глава 2. Порядок формирования и размещения социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах

3. Социальная реклама на обязательных теле-, радиоканалах формируется на основании следующих критериев:

1) соответствие техническим параметрам, выставляемым к ролику социальной рекламы, установленным в приложении 1 к настоящим Правилам;

2) соответствие требованиям, установленным законодательством Республики Казахстан в области рекламы, масс-медиа и благотворительности.

Сноска. Пункт 3 с изменением, внесенным приказом Министра культуры и информации РК от 19.07.2024 № 324-НҚ (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

4. Для размещения социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах заявители представляют в уполномоченный орган следующие документы:

1) заявка на размещение социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах согласно приложению 2 к настоящим Правилам;

2) ролик социальной рекламы на казахском и русском языках, на внешнем электронном носителе, обеспечивающем неизменность качества ролика при его передаче на другие носители;

3) документ, подтверждающий исключительное право на использование произведения и (или) объекта смежных прав;

4) согласие правообладателя в случае подачи заявки лицом, действующем на основании доверенности.

Сноска. Пункт 4 в редакции приказа Министра информации и общественного развития РК от 22.08.2019 № 294 (вводится в действие после дня его первого официального опубликования).

5. Уполномоченный орган рассматривает представленные заявки и прилагаемые документы на соответствие требованиям, установленным законодательством Республики Казахстан в области рекламы, масс-медиа и благотворительности и настоящими Правилами, и уведомляет о соответствии либо не соответствии заявки в срок не более пятнадцать календарных дней со дня подачи заявки заявителем.

Сноска. Пункт 5 - в редакции приказа Министра культуры и информации РК от 19.07.2024 № 324-НҚ (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

6. В случае соответствия заявки требованиям, предусмотренным законодательством Республики Казахстан в области рекламы, масс-медиа и благотворительности и настоящими Правилами, а также представления полного пакета документов, социальная реклама выносится на рассмотрение Комиссии, созданной в соответствии со статьей 47 Закона Республики Казахстан "О масс-медиа" (далее – Закон), заседания которой проводятся не менее, чем один раз в полугодии или по мере необходимости.

Сноска. Пункт 6 - в редакции приказа Министра культуры и информации РК от 19.07.2024 № 324-НҚ (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

7. Заявки на размещение социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах подаются не позднее, чем за пятнадцать календарных дней до даты заседания Комиссии.

8. Объявление о проведении заседания Комиссии публикуется на официальном интернет-ресурсе уполномоченного органа не менее чем за месяц до дня его проведения с указанием срока окончания приема заявок и даты заседания.

9. Рассмотрение Комиссией заявок, поступивших после истечения срока приема заявок, указанного в объявлении, переносится на следующее заседание Комиссии.

10. Заявки, не соответствующие критериям, установленным настоящими Правилами, приводятся в соответствие и повторно направляются в уполномоченный орган для рассмотрения на следующем заседании Комиссии.

11. На заседание Комиссии приглашаются заявитель или его уполномоченные представители.

12. Социальная реклама подлежит размещению на обязательных теле-, радиоканалах, если за нее проголосовало большинство присутствующих членов Комиссии. В случае равенства голосов, голос председателя Комиссии является решающим.

13. Секретарем Комиссии оформляется протокол заседания Комиссии, который включает рекомендации и предложения по размещению роликов социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах.

Сноска. Пункт 13 - в редакции приказа Министра культуры и информации РК от 19.07.2024 № 324-НК (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

14. Протокол заседания Комиссии подлежит размещению на интернет-ресурсе уполномоченного органа.

Приложение 1
к Правилам формирования и
размещения социальной
рекламы на обязательных
теле-, радиоканалах

Технические параметры, выставляемые к ролику социальной рекламы

1. Видео представляется в кодированном формате DVCPRO HD (Digital Video Cassette Professional High Definition) или XDCAM HD (формат записи высокого разрешения для профессиональной, безленточной цифровой видеозаписи) 50 Мбит/сек, profile 4:2:2, 25 кадров в секунду, с размером кадра стандарта HD1080 50i (1920x1080 пикселей), тип развертки – interlaced, порядок построения полей – верхнее поле первое (top field first), соотношение кадра 16:9. Videofilecontainer: MXF (Material eXchange Format), MOV (медиаконтейнер для мультимедийного программного обеспечения).

2. Аудио сопровождение соответствует следующим техническим требованиям:
динамический диапазон, не менее 40 децибел;
частотный диапазон, не менее 20 Герц – 20000 Герц;
коэффициент нелинейных искажений, не более 1 %;
стереофоническое звуковое сопровождение;
отсутствие акустической реверберации ("Эхо") сигнала при студийной записи;
присутствие 100% разборчивости речи;
отсутствие на записи посторонних звуков, шума, помех;
уровень звука:
максимум - 12 децибел;
интершум - 42 децибел.

3. Хронометраж одного ролика социальной рекламы составляет не менее 30 (тридцать) секунд.

4. Видеоматериал для размещения на обязательных теле-, радиоканалах передается через протокол передачи информации FTP (File Transfer Protocol) либо на жестких дисках HDD (Hard Disk Drive) или иных цифровых носителях.

Приложение 2
к Правилам формирования и
размещения социальной
рекламы на обязательных
теле-, радиоканалах

Сноска. Текст в правом верхнем углу - в редакции приказа Министра культуры и информации РК от 19.07.2024 № 324-НҚ (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

Заявка на размещение социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах

Общие сведения:

1. Фамилия, имя, отчество (при его наличии)/ наименование заявителя:

2. Местонахождение:

3. Номера телефонов, факсов заявителя:

4. Тематическая направленность:

5. Период трансляции социальной рекламы на обязательных теле-, радиоканалах (_____ полугодие 20__ года):

6. Наименование юридического лица/ фамилия, имя, отчество (при его наличии) физического лица, являющегося правообладателем:

Данной заявкой гарантируем соблюдение законодательства об авторском праве и смежных правах в отношении правообладателя/ей.

Подпись руководителя /
индивидуального предпринимателя /
руководителя государственного органа, либо лица исполняющего его обязанности
Место для печати (при наличии) "___" _____ 20__ год