

Закон о рекламе

Отдел развития языков и координационной работы - проведение работы по расширению функций государственного языка во всех сферах жизни общества; руководство организацией курсов по изучению государственного языка; разработка региональной программы функционирования и развития языков и обеспечение её реализации; оказание консультативной помощи по поэтапному переходу к ведению делопроизводства на государственном языке, оформлению визуальной информации и наружной рекламы; организация работы по созданию условий для изучения и развития языков народа Казахстана. Осуществление иных полномочий в соответствии с законодательством. Для выполнения возложенных на него задач и функций Управление в пределах своей компетенции имеет право: осуществлять контроль за соблюдением норм законодательства о языках; давать рекомендации об устранении нарушений требований законодательства о языках; вносить предложения в соответствующие органы о применении мер дисциплинарного взыскания к должностным лицам, виновным в нарушении законодательства о языках; по итогам проведенных проверок исполнения законодательства о языках вносить вопрос на открытые слушания под председательством курирующего заместителя акима города; запрашивать от руководителей учреждений и организаций, независимо от форм собственности, информацию, документы по исполнению законодательства Республики Казахстан о языках, Государственной программы функционирования и развития языков; осуществлять иные функции, определяемые законодательством о языках.

Отдел ономастической работы и анализа - работа с поступившими заявлениями по вопросам наименования и переименования улиц, других структурных элементов города, наименования объектов социальной сферы и по их итогам подготовка материалов для заседаний городской комиссии по ономастике; организация рейдов по проверке текстовизуальной информации и наружной рекламы; по их итогам подготовка материалов для совещаний, писем в соответствующие органы; организация работы по упорядочению системы наименований улиц, площадей, прочих структурных элементов города Астаны, а также присвоения номеров зданиям и сооружениям на территориях города Астаны; организация работы по паспортизации объектов наружной рекламы и визуальной информации; организация работы по составлению картотеки улиц города; по систематизации данных архивных материалов по вопросам наименования и переименования улиц, других структурных элементов города, наименования объектов социальной сферы (образования, культуры, здравоохранения и т.д); организация и ведение служебного делопроизводства; ведение протоколов совещаний; подготовка ответов на поступающую корреспонденцию; учет и контроль по исполнению заданий и поручений.

Административный отдел - проведение единой государственной политики в области развития языков, обеспечение выполнения Закона Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан», Государственной программы функционирования и развития языков на 2001-2010 годы; осуществление правовой деятельности Управления по развитию языков: участие в разработке концептуальных документов, подготовка и экспертиза проектов актов решений, распоряжений акима по вопросам,

входящим в компетенцию Отдела; обеспечение администрирования местных бюджетных программ по вопросам языковой политики, отнесенных к компетенции Управления; организует и проводит работу по финансово-хозяйственной деятельности Управления; осуществление государственных закупок товаров, работ и услуг; вносит предложения по распределению средств местного бюджета, выделяемых на целевые программы и проекты, обеспечивает их целевое использование; обеспечение своевременного составления и представления финансово-экономической отчетности; осуществлять контроль за расходованием финансовых средств; осуществление контроля за соблюдением законодательства о языках территориальными подразделениями центральных исполнительных органов ; ведение документации по кадрам.

Статья 6. Общие требования к рекламе

1. Реклама независимо от формы или используемого средства распространения, размещения должна быть достоверной, распознаваемой без специальных знаний или применения специальных средств непосредственно в момент ее представления.
2. Реклама на территории Республики Казахстан, включая рекламу на телевидении, радио и наружную (визуальную), распространяется на государственном и русском языках, а при необходимости и на других языках. Перевод содержания рекламы с одного языка на другой не должен искажать ее основной смысл.
При этом реклама на государственном языке на телевидении и радио должна распространяться равномерно в течение всего ежедневного ее выхода в эфир.
3. Зарегистрированные в установленном порядке товарные знаки и логотипы могут приводиться на языке оригинала и (или) на другом языке.
4. Не допускается реклама товаров (работ, услуг), запрещенных к производству и реализации в соответствии с законодательством Республики Казахстан.
Если деятельность, осуществляемая рекламодателем, подлежит лицензированию, то при рекламе соответствующего товара (работ, услуг), а также при рекламе самого рекламодателя необходимо указывать номер лицензии и наименование органа, выдавшего лицензию, кроме рекламы на радио.
5. Запрещается реклама не зарегистрированных в соответствии с законодательством Республики Казахстан религиозных организаций и духовных учебных заведений.
6. Реклама не должна использоваться для пропаганды или агитации насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан, подрыва безопасности государства, разжигания социальной, расовой, национальной, религиозной, сословной и родовой розни, культа жестокости и насилия, порнографии, а также распространения сведений, составляющих государственные секреты Республики Казахстан и иные охраняемые законом тайны.
7. Реклама не должна возбуждать панику в обществе, побуждать граждан к агрессии, а также к иному противоправному действию (бездействию).

8. Ограничения на рекламу устанавливаются настоящим Законом и другими законодательными актами Республики Казахстан.

Статья 7. Виды ненадлежащей рекламы

1. Недобросовестной является реклама, которая:

- 1) содержит сравнение рекламируемых товаров (работ, услуг) с товарами (работами, услугами) других физических или юридических лиц, а также высказывания, образы, порочащие их честь, достоинство и деловую репутацию;
- 2) вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемой продукции посредством копирования фирменного наименования, товарного знака, фирменной упаковки, внешнего оформления товара, формул, изображений и другого коммерческого обозначения, используемых в рекламе другой продукции, либо посредством злоупотребления их доверием;
- 3) содержит указания или утверждения, использование которых при осуществлении предпринимательской деятельности может ввести в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товара (работ, услуг);
- 4) дискредитирует, унижает или высмеивает физические или юридические лица, не пользующиеся рекламируемыми товарами (работами, услугами).

2. Недостоверной является реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении:

- 1) таких характеристик продукции, как природа, состав, способ и дата изготовления, назначение, потребительские свойства, условия использования, наличие сертификата соответствия, сертификационных знаков и знаков соответствия государственным стандартам, количество, происхождение;
- 2) наличия продукции на рынке, возможности ее приобретения в определенном месте;
- 3) стоимости (цены) продукции и дополнительных условий оплаты на момент распространения и размещения рекламы;
- 4) доставки, обмена, возврата, ремонта и обслуживания продукции;
- 5) гарантийных обязательств, сроков службы, сроков годности;
- 6) предполагаемых результатов применения;
- 7) исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, продукции, выполняемых работ или услуг;
- 8) прав на использование государственных символов (герба, флага, гимна), а также символов международных организаций;
- 9) официального признания, получения медалей, призов, дипломов и иных наград;
- 10) предоставления информации о способах приобретения полной серии продукции, если она является частью серии;
- 11) результатов исследований и испытаний, научных терминов, цитат из технических, научных и иных публикаций;

- 12) утверждений о товарах (работах, услугах), осуществляемой предпринимательской деятельности, дискредитирующих физическое или юридическое лицо, промышленную или торговую деятельность других лиц;
- 13) статистических данных, которые не должны представляться в виде, преувеличивающем их обоснованность;
- 14) статуса или уровня компетентности производителя, продавца товаров (работ, услуг) или лиц, их рекламирующих.

3. Неэтичной является реклама, которая:

- 1) содержит текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, языка, профессии, социального положения, возраста, пола, религиозных, политических и иных убеждений физических лиц;
- 2) порочит объекты искусства, культуры, памятники истории, являющиеся национальным или мировым достоянием;
- 3) порочит государственные символы, национальную валюту Республики Казахстан или иностранную валюту, религиозные символы.

4. Заведомо ложной является реклама, с помощью которой рекламодаделец (рекламопроизводитель, рекламораспространитель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы.

5. Скрытой является реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, инстинкты в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции, а также в иной продукции, в том числе путем использования специальных видеовставок, двойной звукозаписи и иными способами.

6. Ненадлежащая реклама запрещается.

Статья 11. Наружная (визуальная) реклама

1. Размещение наружной (визуальной) рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования и населенных пунктах осуществляется в виде плакатов, стендов, световых табло, билбордов, транспарантов, афиш и иных объектов стационарного размещения рекламы в порядке, предусмотренном пунктами 2-7 настоящей статьи.

Наружная (визуальная) реклама не должна снижать транспортно-эксплуатационные качества дороги, нарушать требования безопасности движения транспортных средств и охраны окружающей среды, иметь сходство с дорожными знаками и указателями, ухудшать их видимость или эффективность восприятия, ослеплять пользователей дороги.

Для целей настоящей статьи под размещением наружной (визуальной) рекламы понимается доведение рекламной информации до сведения потребителей рекламы с помощью объектов стационарного размещения рекламы, которые характеризуются отсутствием пространственного перемещения.

2. Размещение объекта наружной (визуальной) рекламы допускается при наличии:

1) документа, выдаваемого уполномоченным органом по вопросам автомобильных дорог на определенный срок в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан, - при размещении объекта рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования;

2) разрешения, выдаваемого в соответствии с правилами о порядке и условиях размещения наружной (визуальной) рекламы в населенных пунктах, разрабатываемыми местными исполнительными органами на основе типовых правил, утвержденных Правительством Республики Казахстан.

3. За размещение наружной (визуальной) рекламы взимается плата в порядке и размерах, установленных налоговым законодательством Республики Казахстан.

4. Уполномоченные органы, определенные пунктом 2 настоящей статьи, обязаны представлять в органы налоговой службы сведения о выданных разрешительных документах в порядке, установленном налоговым законодательством Республики Казахстан.

5. Запрещается размещение наружной (визуальной) рекламы на территории памятников истории и культуры, культовых объектов, а также на особоохраняемых природных территориях.

6. Уполномоченный орган обязан в течение десяти дней после получения заявления выдать разрешение на размещение объектов наружной (визуальной) рекламы либо письменный ответ с обоснованным отказом.

7. Размещение наружной (визуальной) рекламы осуществляется на основе договора с собственниками объектов размещения наружной (визуальной) рекламы или с лицами, обладающими иными вещными правами на объекты размещения наружной (визуальной) рекламы, если законами или договором не предусмотрено иное. Установление фиксированных государственных цен (тарифов) на услуги по размещению наружной (визуальной) рекламы на объектах частной собственности запрещается.