

Телеканал Nickelodeon превысил допустимый уровень громкости анонсов

18 марта 2019, 12:53

Разница между громкостью анонсов и прерываемой ими передачи составила от 1,7 дБ до 2,1дБ при допустимых 1,5 дБ

14 марта 2019 г. Комиссия ФАС России признала ООО «МТВ Нетворкс Ник Восток» нарушившим требования к громкости звука рекламы, анонсов, сообщений о рекламе[1].

12 сентября 2018 года[2] специалисты ведомства сделали запись эфирного цифрового вещания телеканала «Nickelodeon» и измерили соотношение уровня громкости анонсов, сообщений о рекламе и рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой телепередачи.

Измерение показало превышение громкости звука анонсов по отношению к громкости звука межрекламных фрагментов в ряде случаев от 1,7 дБ до 2,1дБ при допустимых 1,5 дБ.

ФАС России предписала ООО «МТВ Нетворкс Ник Восток» как рекламодателю устранить нарушения закона.

Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении.

Справка:

Согласно части 12 статьи 14 Закона о рекламе при трансляции рекламы уровень громкости её звука, а также уровень громкости звука сообщения о последующей трансляции рекламы не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой рекламой телепрограммы или телепередачи. При этом, в соответствии с частью 16 статьи 14 Закона о рекламе требования части 12 статьи 14 данного закона распространяются также на информацию о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу (анонсы), а также на сообщения о рекламе.

Согласно пункту 7 Методики соотношения уровня громкости звука рекламы и передачи, значение громкости звука блока рекламы или анонсов не должно превышать значение громкости звука дорекламного либо пострекламного фрагмента более чем на 1,5 дБ.

Методика измерений соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы, утверждена Приказом ФАС России от 22.05.2015 № 374/15 (зарегистрирован Минюстом России 17.07.2015 рег. № 38079).

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 14 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ за нарушение части 12 статьи 14 ФЗ «О

рекламе» предусмотрен административный штраф в размере от 100 до 500 тысяч рублей.

[1] установленные частью 12 статьи 14 Закона о рекламе

[2] в период с 10 часов 36 минут по 11 часов 36 минут