

ФАС выявила нарушение Закона о рекламе в эфире телеканала CGTN

10 августа 2020, 12:15

Громкость звука логотипа телеканала превысила уровень громкости звука межрекламного фрагмента на 4,8 дБ при допустимых 1,5 дБ

Комиссия ФАС России признала действия ООО «СПБТВ МЕДИА» нарушающими требования Закона о рекламе[1].

Для проведения измерения соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой телепередачи сотрудники ФАС России произвели запись эфира телеканала CGTN[2].

Согласно Методике измерений, утвержденной приказом ФАС России, значение громкости звука блока рекламы или анонсов не должно превышать значение громкости звука дорекламного либо пострекламного фрагмента более чем на 1,5 дБ.

Однако при анализе записанного эфира телеканала CGTN превышение уровня громкости звука логотипа над уровнем громкости звука межрекламного фрагмента составило 4,8 дБ.

По факту признания действий ООО «СПБТВ МЕДИА» нарушающими требования Закона о рекламе Комиссия ведомства выдала компании предписание о прекращении таких действий. Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении[3].

«Стоит отметить, что в рамках рассмотрения дела технические службы ООО «СПБТВ МЕДИА» выявили недочеты алгоритма регулировки уровня громкости в исходящем сигнале телеканала, и представитель компании признал нарушение. По его словам, в настоящий момент соответствующие изменения внесены в программный комплекс телеканала. Тем не менее, за уже совершенное нарушение закона компания должна понести ответственность», – пояснила заместитель начальника управления – начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Екатерина Петрук.

Справка:

Измерение уровня громкости фрагментов записи производилось с помощью средства измерения Комплекс программно-аппаратный «АСК-громкость» (свидетельство об утверждении типа средств измерений RU.E.36.002.A № 58895, свидетельство о поверке № 3/340-0758-20 действительно до «11» мая 2021 года).

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 логотип телепрограммы.

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.

Запись фрагмента эфира телепрограммы для измерения соотношения уровней громкости звука рекламы или анонсов и прерываемой ими телепрограммы была осуществлена «25» июня 2020 года в период с 13 часов 44 минут по 14 часов 21 минуту сотрудником ФАС России в здании центрального аппарата ФАС России в г. Москва.

Источник записи: цифровое кабельное/IPTV-вещание.

[1] части 12 статьи 14

[2] Измерение производилось с помощью средства «Комплекс программно-аппаратный «АСК-громкость»

[3] предусмотренном частью 14.3 КоАП РФ