

Телекомпания «НТВ» нарушила Закон о рекламе

12 октября 2020, 10:00

В эфире телеканала разница в громкости рекламы, анонсов и телепередач была выше допустимой

Комиссия ФАС России признала АО «Телекомпания НТВ» нарушившим требования Закона о рекламе [1]

В августе 2020 года сотрудники ФАС России записали фрагмент эфира телеканала «НТВ».

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

При анализе записанного эфира были выявлены факты превышения допустимого уровня громкости звука.

По итогам рассмотрения материалов Комиссия ФАС России признала «Телекомпанию НТВ» нарушившей требования Закона о рекламе к громкости звука рекламы.

По факту нарушения «Телекомпании НТВ» как рекламораспространителю Комиссия ведомства выдала предписание о прекращении таких действий.

[1] части 12 статьи 14

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).