

# ФАС подготовила проект Методики по измерению громкости рекламы в теле-, радиопрограммах

13 января 2015, 11:35

*С 25 мая 2015 года вступит в силу редакция части 12 статьи 14 и части 11 статьи 15 ФЗ «О рекламе», в соответствии с которыми ФАС России должна определить методику измерения соотношения уровня громкости звука рекламы в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах для обеспечения соответствия уровня громкости звука рекламы и уровня громкости прерываемой ею теле-, радиопрограммы.*

Федеральный закон «О рекламе» содержит норму, устанавливающую требование о том, что при трансляции рекламы уровень громкости ее звука не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой рекламой телепрограммы или телепередачи, радиопрограммы или радиопередачи.

Однако сейчас законодательство не содержит критериев соотношения уровня громкости звука рекламы и уровня громкости передачи.

С проблемой более громкого звучания рекламы, чем теле-, радиопередача, в которой она размещается, сталкиваются в разных странах мира, при этом на данный момент единый подход к решению данной проблемы не выработан. Сложность решения данной проблемы, в первую очередь, обусловлена тем, что различие между уровнями громкости рекламы и теле-, радио, воспринимаемое потребителями и вызывающее их раздражение, носит субъективный характер.

Ряд подходов к регулированию громкости рекламы и теле-, радиопередач отражен в актах Международного союза электросвязи, специализированном учреждении Организации Объединенных Наций: в Рекомендации ITU-R BS.1770-1 «Алгоритмы измерения громкости звуковых программ и истинного пикового уровня звукового сигнала» и в Рекомендации ITU-R BS.1771 «Требования к приборам, измеряющим громкость и истинный пиковый уровень». Вместе с тем, данные документы не в полной мере позволяют решить вопрос регулирования громкости рекламы с тем, чтобы исключить или существенно минимизировать раздражение зрителей телепрограмм и слушателей радиопрограмм от повышенной громкости звука рекламы.

Напоминаем, что с 25 мая 2015 года вступит в силу редакция части 12 статьи 14 и части 11 статьи 15 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которыми ФАС России должна определить методику измерения соотношения уровня громкости звука рекламы в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, для целей обеспечения соответствия уровня громкости звука рекламы и уровня громкости прерываемой ею теле-, радиопрограммы.

Проект Методики, подготовленной ФАС России в целях реализации этой нормы, предлагает измерение громкости дорекламного и пострекламного фрагментов прерываемой рекламой программы, а также громкости рекламы; в случае если значение громкости рекламы превышает более чем на 1,5 LU значение громкости дорекламного либо пострекламного фрагмента прерываемой программы, то такая реклама признается превышающей средний уровень громкости звука прерываемой рекламой телепрограммы

или телепередачи либо радиопрограммы или радиопередачи, что является основанием для применения антимонопольным органом мер воздействия, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Методика разработана на основе рекомендаций Международного телекоммуникационного союза ITU-R BS. 1770, рекомендаций European Broadcasting Union (Европейский вещательный союз) EBU R 128, направленных на решение проблемы субъективного восприятия уровня громкости рекламы в теле-, радиопередачах.

**Проект Методики размещен на портале <http://regulation.gov.ru/project/21942.html> для целей проведения оценки регулирующего воздействия.**