



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе»

Принят Государственной Думой

24 октября 2014 года

Одобен Советом Федерации

29 октября 2014 года

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2009, № 52, ст. 6430; 2011, № 30, ст. 4566; 2014, № 30, ст. 4265, 4271) следующие изменения:

1) в статье 14:

а) часть 12 изложить в следующей редакции:

«12. При трансляции рекламы уровень громкости ее звука, а также уровень громкости звука сообщения о последующей трансляции рекламы



2 100016 10817 7

не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой рекламой телепрограммы или телепередачи. Соотношение уровня громкости звука рекламы и уровня громкости звука прерываемой ею телепрограммы или телепередачи определяется на основании методики измерения уровня громкости звука рекламы в телепрограммах и телепередачах, утвержденной федеральным антимонопольным органом и разработанной на основе рекомендаций в области нормирования звуковых сигналов в телерадиовещании, утвержденных федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере массовых коммуникаций и средств массовой информации. Выявление превышения уровня громкости звука рекламы над средним уровнем громкости звука прерываемой ею телепрограммы или телепередачи осуществляется антимонопольным органом как в ходе наблюдения за соблюдением требований к уровню громкости звука рекламы, проводимого в порядке, установленном федеральным антимонопольным органом, так и в результате проведения плановых или внеплановых проверок соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со статьей 35¹ настоящего Федерального закона.»;

б) абзац первый части 16 после слова «Требования» дополнить словами «частей 1 - 11 и 13 - 15»;

2) в статье 15:

а) часть 11 изложить в следующей редакции:

«11. При трансляции рекламы уровень громкости ее звука, а также уровень громкости звука сообщения о последующей трансляции рекламы не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой рекламой радиопрограммы или радиопередачи. Соотношение уровня громкости звука рекламы и уровня громкости звука прерываемой ею радиопрограммы или радиопередачи определяется на основании методики измерения уровня громкости звука рекламы в радиопрограммах и радиопередачах, утвержденной федеральным антимонопольным органом и разработанной на основе рекомендаций в области нормирования звуковых сигналов в телерадиовещании, утвержденных федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере массовых коммуникаций и средств массовой информации. Выявление превышения уровня громкости звука рекламы над средним уровнем громкости звука прерываемой ею радиопрограммы или радиопередачи осуществляется антимонопольным органом как в ходе наблюдения за соблюдением требований к уровню громкости звука

рекламы, проводимого в порядке, установленном федеральным антимонопольным органом, так и в результате проведения плановых или внеплановых проверок соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со статьей 35¹ настоящего Федерального закона.»;

б) абзац первый части 14 после слова «Требования» дополнить словами «частей 1 - 10, 12 и 13».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении двухсот дней после дня его официального опубликования.



Президент
Российской Федерации В.Путин

Москва, Кремль
4 ноября 2014 года
№ 338-ФЗ