



РЕШЕНИЕ

№ 174 на ЕК от 24.04.2014 (Жалба относно телевизионна реклама на сайта Bazar.bg)

София, 24.04.2014 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на двадесет и четвърти април 2014 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Виолета Манолова
Десислава Димова
Елена Караколева
Жени Павлова
Калина Петрова
Красимир Папазов
Кристиана Чакърова
Мария Гергова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12495 от 17.03.2014 г. относно телевизионна реклама на сайта Bazar.bg.

Жалба

На 17.03.2014 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от М.М. от гр. Самоков относно телевизионна реклама на сайта Bazar.bg.

На основание чл.12.4 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Председателят на Етичната комисия (ЕК) е определил за докладчик по преписката Калина Петрова.

Жалбата е срещу рекламната кампания на bazar.bg, в която “жена се опитва да продаде мъжа си онлайн”. Господин Мясищев изразява възмущението си към тази търговска операция, както и към последващ таглайн в реклама, а именно “не може да продадете мъжа си в bazar.bg, но може да продадете всичко останало”. Жалбоподателят задава риторичен въпрос “Какво означава всичко останало? Наркотици, човешки органи, деца, оръжия за масово поразяване, крадени стоки?” Търговската комуникация е определена като дискриминационна и унижителна.

В жалбата не се посочва конкретен член от Етичния кодекс, който рекламата на bazar.bg нарушава.

Процедура

Жалбата е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 17.03.2014 г. е открита процедура, регистрирана под № 206. На 17.03.2014 г. и 25.03.2014 г. е поискано становище от ответната страна - bazar.bg

Становище на ответната страна

Няма постъпило становище.

Решение

Етичната комисия намира жалбата за **неоснователна** по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Сайтът bazar.bg е “сайт за малки обяви” по дефиниция в Общите условия/Правила за публикуване на обяви. Точка 11 в Правилата за публикуване гласи: “Забранено е предлагането на стоки и услуги, неотговарящи на действащото законодателство”. Точка 12 в същия Правилник гласи: “Забранено е публикуването на лъжлива и/или подвеждаща информация, и снимки.” В точка 16 собственикът на bazar.bg твърди, че “не гарантира публикуването на една обява, ако тя не отговаря на правилата за публикуване, дори когато заплати за VIP статуса ѝ чрез sms”, без това да означава, че категорично би отказал нейното публикуване. Според точка 22 “цялата отговорност за верността и актуалността на публикуваните обяви и реклами е на лицето, което ги публикува”.

Етичната комисия намира жалбата относно “опита за продажба на съпруг онлайн” за неоснователна по същество, защото според сценария на самата реклама подобна продажба в действителност не се осъществява, нещо повече - рекламният текст експлицитно гласи “не можете да продадете мъжа си онлайн”.

Етичната комисия намира претенцията на жалбоподателя към таглайна “Не можете да продадете мъжа си в bazar.bg, но можете да продадете всичко останало” за неоснователна, защото т. 11 от Правилата за публикуване на обяви в сайта bazar.bg забранява потребителите му да предлагат стоки и услуги, неотговарящи на действащото законодателство, по подразбиране наркотици, човешки органи, оръжия за масово поразяване, крадени стоки. В този смисъл създадената пародийна ситуация е фикционална и карнавална и съответно не приканва към продажба на забранени субстанции или трафикиране на хора.

В анализа си Етичната комисия разгледа по-обстойно финалната сцена, която представя сключване на фиктивната сделка за продажба на съпруг чрез вдигане на пръст от страна “купувача” и поклясане на глава от страна на “продавача”. Жестът би могъл да се асоциира с мъжка ерекция, благодарение на която мъжът става особено ценна и желана “стока”. Сцената би могла да бъде счетена в нарушение на Чл. 4.2. от Етичния кодекс, заради своята хипотеза, че основното достойнство на един мъж или ценността му като обект на притежание е основно за жените. При тълкуването на този член обаче Етичната комисия отчита, че границата между

естетиката и еротиката е в голяма степен субективна., Независимо от това би трябвало да се държи сметка за общоприетите морални ценности в обществото, обичайно възприетите норми на търпимост и добрите практики. Етичната комисия обръща внимание, че се отнася изключително критично към самоцелното използване на еротика в търговската комуникация. Съображението, което в случая води до извод за липса на нарушение, е най-вече свързано с това, че сексуалните стереотипи битуваци в българската рекламна практика са най-често свързани с жените и представянето им като обект на сексуални желания и фантазии, което принизява техния образ. Същият стандарт принципно следва да се прилага и спрямо мъжете, но доколкото подобни сюжети все още не са наложени като „стереотип“ и липсва трайна тенденция мъжкия образ да се използва в сексуален и принизен контекст, то очакванията са, че конкретната реклама ще се възприеме в масовия случай по-скоро от хумористичната ѝ и пародийна страна, а не като форма на обида към мъжа.

При преценката си за липса на нарушение на Етичния кодекс Етичната комисия се е основавала на чл.4.10 „Фактът, че дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, по принцип не е достатъчна причина за отказ въобще от търговска комуникация за дадения продукт”.

Независимо от факта, че в конкретния случай не е установено нарушение на Етичния кодекс, Етичната комисия препоръчва в бъдеще рекламодателят да се въздържа от подобен вид визия и внушения в търговските комуникации и да подхожда изключително внимателно в случаи, в които съществуват намеци за сексуална, расова, възрастова или каквато и да е било дискриминация, чрез която би могло да се стигне до противопоставяне на различни групи с цел реализиране на продажба или рекламиране на стока за продажба. Етичната комисия обръща внимание, че Препоръките относно използването на сексуални стереотипи в рекламата и търговската комуникация са еднакво приложими спрямо двата пола и следва да бъдат спазвани стриктно и отговорно от рекламодателите и рекламните агенции.

Етичната комисия отправя принципна препоръка към всички рекламодатели и рекламни агенции да се възползват активно от възможността за *Copy Advice*, доколкото основната цел на НСС не е санкционна, а превантивна и е насочена не само към своевременно и ефективно отстраняване от пазара на всякакви форми на нарушения, но и към недопускане на такива.

Съгласно чл.17.5. от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, решението с мотивите следва да се изпрати на заинтересованите страни.

Решението подлежи на обжалване при реда и условията на чл.18.1 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:

(п) Румяна Карлова

ПРИЛОЖЕНИЕ:

<http://youtu.be/8WvElvvXY1M>