



РЕШЕНИЕ

№ 169 на ЕК от 13.02.2014 (Жалба относно външна реклама на телевизионното предаване „Фронтва линия”, излъчвано по телевизия TV7)

София, 13.02.2014 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на тринадесети февруари 2014 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Василиса Младенова
Виолета Манолова
Даниела Узунова
Десислава Димова
Красимир Папазов
Кристиана Чакърва
Мария Гергова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов
Петя Стоянова

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12482 от 05.02.2014 г. относно външна реклама /билборд/ на телевизионното предаване „Фронтва линия”, излъчвано по телевизия TV7.

Жалба

На 05.02.2014 г. в НСС постъпва писмо от Димитър Дилчев - кмет на Район Студентски - Столична община, с искане на становище относно външна реклама /билборд/ на телевизионното предаване „Фронтва линия”, излъчвано по телевизия TV7. Билбордът е бил поставен на бул. „Акад. Стефан Младенов” срещу УННС в Студентски град.

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 Виолета Манолова.

С искането за становище може да се приеме, че търговската комуникация не е изработена с чувство на отговорност към потребителя, не са спазени нормите на благоприличие, не е

зачетено човешкото достойнство, съдържа дискриминация на база сексуална ориентация и zlepоставя църквата. Относими са следните текстове от Етичния кодекс:

Чл.1.1. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото.

Чл.2. Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални продукти, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура.

Чл.4.1. Търговската комуникация трябва да уважава всички аспекти на човешкото достойнство.

Чл.4.2. Търговската комуникация и не трябва да съдържа, подбужда или толерира никаква форма на обида или дискриминация, включително такава на базата на раса, национална принадлежност, религия, социална или политическа принадлежност, пол, възраст, увреждания или сексуална ориентация, без изброяването да е изчерпателно.

Чл.11. Търговската комуникация не трябва да zlepоставя, дори когато не посочва изрично, никое лице или група лица, фирма, организация, производствена или търговска дейност, професия или продукт, нито да се опитва да предизвиква обществено презрение или подигравки спрямо тях.

Процедура

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

На 05.02.2014 г. е открита процедура, регистрирана под № 201. На 05.02.2014 г. е поискано становище от ответната страна, което не е представено.

Становище на ответната страна

Не е представено становище от ответната страна.

Решение

Етичната комисия намира жалбата за **основателна** по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, в частност нарушени са чл.1.1., чл. 2 и чл. 4.2 от Етичния кодекс.

Етичната комисия обсъди искането на Жени Павлова за самоотвод по съответната преписка. След проведена дискусия и с оглед заявеното желание на члена на комисията да не участва в обсъждането на преписката, Комисията реши, че основанията за отвод са налице и прие същия.

Мотиви

Билбордът е бил поставен в Студентски град и е престоял там един ден. На 05.02.т.г. е бил свален. В-к „24 часа” цитира М. Карбовски: "Направих си обществен експеримент. Искях

да изкажа мнението си и да видя дали то ще повлияе на обществото, защото става въпрос за сериозен църковен проблем. Но ми нарушиха свободата на словото и ме дискриминираха, като махнаха билборда. Значи мога да изказвам мнението си по телевизията, но на улицата не. Не съм най-подходящият за тази битка, но търся отнякъде упование и пример. Затова ме вълнува какво става в църквата ни”.

Въпреки, че рекламната комуникация не е актуална, практиката на Етичната комисия изисква произнасяне по жалбата с решение.

Рекламното съобщение има следното съдържание:

«Предаването и екипът на Карбовски призовават:

*Вън п*д*растите от църквата!*

Фронтowa линия

www.martinkarbovski.com „

Комуникацията рекламира личния сайт на Мартин Карбовски и предаването Фронтowa линия, излъчвано по ТВ7.

По смисъла на Етичния кодекс «реклама» е всяка форма на маркетингова комуникация във връзка с търговия, занаят или професия, извършвана чрез медиите, обикновено срещу заплащане или друга насрещна престация, която има за цел да насърчи реализацията на стоки или услуги, включително недвижими имоти, права и задължения.

За Етичната комисия няма съмнение, че характерът на цялото послание е търговско и има за цел да популяризира предаването „Фронтowa линия”, да привлече нови зрители и да повиши рейтинга на предаването и на телевизията в часовия пояс на излъчването. Поради тази причина рекламната комуникация попада в обхвата на Етичния кодекс, а жалбата срещу нея е допустима.

В информативното съдържание на рекламата са посочени сайтът на Карбовски и наименованието на рекламираното предаване „Фронтowa линия“. Освен информация, търговската комуникация съдържа *призив, отправен от предаването и екипът на Карбовски с текст «Вън п*д*растите от църквата!»* По този начин аудиторията прави пряка връзка между изразения призив и телевизионното предаване.

Именно призивната част е повод за подаване на жалбата.

На Етичната комисия е известен интересът и вниманието, което предаването «Фронтowa линия» отделя на вътрешния живот/кухнята/ на църквата. Личното разследване на журналиста и неговото собствено отношение към темата за хомосексуализма в Българската православна църква са намирали недвусмислен израз в репортажите, интервютата и коментарите, които се правят по тази тема в предаването Фронтowa линия. Съдържанието и формата на предаванията, които излъчва една комерсиална телевизия, се определят от нейната политика и са извън компетентността на Етичната комисия.

Поради характера си на търговска комуникация, рекламата следва да бъде разглеждана отделно и независимо от водените от журналиста политики в предаването.

Очевидно е, че призивът « *Вън п*д*растите от църквата!* » не може да изгони никого от църквата. Този въпрос е изцяло в компетентността на Българската православна църква. Това, което призивът цели, е да породи настроение, нагласа. Търсената нагласа се заиграва с популярното в българското общество отхвърляне и липса на толерантност, които обхващат и хомофобията; като създава чувство на общност на «тези, които искат за изхвърлят п*д*растите от българската църква», комуникацията приобщава същата тази аудитория към предаването «Фронтowa линия».

Нарушение на чл.1.1. от ЕК: «Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото.»

Отговорността към обществото включва уважение към неговия, на обществото, интегритет и ценности. Базисна обществена ценност е толерантността и способността ни да живеем заедно в общност, която признава и приема различията помежду ни, общност, която интегрира и помага, създава и подкрепя. В този контекст призивът за отхвърляне на една специфична група хора влиза в противоречие с основния принцип на Етичния кодекс.

Безспорно е също така, че уважението към църквата и православната религия също са част от отговорността към обществото. Доколкото обаче в момента е актуален един твърде специфичен за църквата проблем, изразяващ се в конкретно, изолирано поведение на отделни нейни представители, а изразеният върху билборда призив има обобщаващ характер, Етичната комисия намира, че в този смисъл той е неетичен и некоректен.

Нарушение на чл.2. от ЕК : «Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални продукти, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура.»

Според Тълковния речник на българския език думата «п*д*раст» е синоним на хомосексуален. В ежедневиия език думата се употребява в пряко и в непряко значение; и в двете значения думата носи обидна конотация, не винаги свързана със сексуалната ориентация на лицето, към което е насочена и често е израз на гневно отхвърляне и на желание за нанасяне на обида.

В търговската комуникация думата е използвана в прякото ѝ значение на хомосексуален/хомосексуални. Въпреки това изразът «вън п*д*растите от църквата» може да се определи като вулгарен и отблъскващ според общоприетите морални норми, поради общото му негативно смислово съдържание и преднамерена грубост. Още повече, че избраният комуникационен канал – външна реклама, достъпът до която е неограничен, не предполага използването на подобна обидна стилистика. Употребата на такива думи в рекламната индустрия е неприемливо и противоречи на общоприетите морални норми в страната.

Всеки е свободен да изразява и отстоява личната си позиция, но това трябва да става по подходящ начин, съответстващ на мястото, времето и контекста на ситуацията, в която го прави. В този смисъл Етичната комисия смята, че следва да се прави разлика между изразните

средства и похватите, използвани в самото телевизионно предаване, което част от зрителската аудитория сама е избрала да гледа, и тези използвани във външната реклама, чието присъствие по необходимост се „натрапва“ на всички, които минават в близост до нея.

Нарушение на чл. 4.2.от ЕК.- «Търговската комуникация не трябва да съдържа, подбужда или толерира никаква форма на обида или дискриминация, включително такава на базата на раса, национална принадлежност, религия, социална или политическа принадлежност, пол, възраст, увреждания или сексуална ориентация, без изброяването да е изчерпателно.»

Призивът «*Вън п*д*растите от църквата!*» осъществява фактическия състав на чл.4.2. Той съдържа и подбужда към дискриминация чрез действието «отхвърляне» и квалификацията «п*д*растите», и двете на база сексуална ориентация.

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:

ПРЕДАВНЕТО И ЕКИПЪТ НА КАРБОВСКИ ПРИЗОВАВАТ:

**ВЪН П*Д*РАСТИТЕ
ОТ ЦЪРКВАТА!**

**ФРОНТОВА
ЛИНИЯ***



WWW.MARTINKARBOWSKI.COM