



## РЕШЕНИЕ

№ 10 на ЕК от 25.03.2010 (Жалба относно външна реклама на списание „Пентхаус“)

*София, 25.03.2010 година*

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на двадесет и пети март две хиляди и десета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Василиса Младенова  
Владимир Михайлов  
Диляна Илиева  
Златка Петкова  
Красимир Папазов  
Маргарита Чутуркова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по жалба № 45 от 23.02.2010 г. и жалба № 47 от 06.03.2010 г.

### **Жалба**

На 23 февруари 2010 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от М. В., регистрирана под № 45 относно външна реклама на списание „Пентхаус“. Жалбоподателят е определил рекламата като „ужасно противна, изобразяваща женска вагина и не може да повярва как е разрешено да се поставят такива билбордове в центъра на София. Рекламата не само трябва да се спре, а и да се санкционира списанието“.

Не са представени доказателства и няма позоваване на текстове от Етичния кодекс.

На 06 март 2010 г. постъпва и жалбата на В. Х., регистрирана под № 47 относно външна реклама на списание „Пентхаус“. В коментара си жалбоподателят казва: „Независимо от разбирането си, че човешките свободи (в това число свободата на словото) трябва да се зачитат, не мога да скрия погнусата и възмущението си от билборда на списание "Пентхаус". То изобразява "око" според твърдението на заместник-главния му редактор Теодор Михайлов, но недвусмислено търсеното у целевата група възприятие е за вагина.

Оплакването срещу тази реклама може да попадне под няколко категории - 1) сексуално изображение, неподходящо за деца; 2) дискриминация/унижение; 3) обида. Билбордът е с

открито порнографско съдържание предвид дефиницията в българския Наказателен кодекс („Порнографски материал е неприличен, неприемлив или несъвместим с обществения морал материал, който изобразява открито сексуално поведение. За такова се приема поведение, което изразява реални или симулирани полови сношения между лица от същия или различен пол, содомия, мастурбация, сексуален садизъм или мазохизъм, или похотливо показване на половите органи на лице.“) Съгласно Чл. 159. (1) от НК "Който създава, излага, представя, излъчва, предлага, продава, дава под наем или по друг начин разпространява порнографски материал, се наказва с лишаване от свобода до една година и глоба от хиляда до три хиляди лева."

Рекламата уронва престижа на жените и принизява женския пол до сексуален обект или грубо казано парче месо и насаждането на подобно възприятие може да увреди морално развитието на непълнолетните и младежите. Този рекламен продукт е лишен от културна стойност - свежда се до натуралистично представяне на физиологичен орган, които обществото възприема или би трябвало да възприема като интимен. Публичното разпространяване на такива изображения е проява на лош вкус, граничещ с поругаване на моралните и семейните ценности.

Жалбоподателят отправя молба за незабавни действия и сваляне на билборда от всички обекти в страната.

Като доказателство е представена снимка на рекламата, но няма позоваване на текстове от Етичния кодекс.

И двете жалби могат да бъдат отнесени към следните текстове от Етичния кодекс:

Чл.2: „Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, 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. 4.2: „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”, Чл. 4.3: „Търговската комуникация трябва да съблюдава принципа на равенство между половете” и Чл. 4.9: „Търговската комуникация не трябва да показва прекалена еротика и да промотира прекалена податливост на сексуалността чрез изобразяване на насърчаване и готовност за секс, разголване на човешкото тяло по неподходящ начин и не трябва да представя продукта като средство за отстраняване на сексуални бариери. Човешкото тяло може да се показва само при зачитане на правата на личността и човешкото достойнство”.

## **Процедура**

Жалбите, подадени от М.В. и В.Х., относно външна реклама на списание „Пентхаус” са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 7 март 2010 г. е открита процедура, регистрирана под № 33. На същата дата е поискано и становище от ответната страна – Списание „Пентхаус”.

## **Становище на ответната страна**

След напомнително писмо и телефонен разговор бе отговорено, че по всяка вероятност няма да има становище и такова не бе представено.

## **Решение**

Етичната комисия намира жалбите на М.В. и В.Х. относно външна реклама на списание „Пентхаус“ за основателни по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

Етичната комисия счита, че има нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България и по-конкретно на чл.2: „Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура.”

Етичната комисия е на мнение, че рекламата съдържа визуални елементи, които могат да се определят като вулгарни и отблъскващи. Рекламата е провокативна и неблагоприлична съгласно общоприетите морални и етични норми в българското общество, внушението е ясно и е насочена към определена целева група чрез използване на предизвикателен елемент и подход. В тази връзка широкото разпространение на рекламата на публични места, в т.ч. разположени билбордове в близост и до училища, Етичната комисия счита, че границата на толерантността е премината, принизени са значими за обществото ценности, унизява се личното достойнство на жената, принизявайки я единствено до сексуален обект. Подобно възприятие сериозно вреди на моралното и психическо развитие на малолетни и непълнолетни.

Етичната комисия препоръчва на списание „Пентхаус“ рекламата да се свали и да не се разпространява повече в този вид. Етичната комисия препоръчва на списание „Пентхаус“ в бъдеще да се въздържа от подобен вид визия в рекламите си, която е в разрез с нравствени възгледи, ценности и морални норми.

Съгласно чл.17.4. 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.

Срокът за изпълнение на решението на Етичната комисия е 5 работни дни от датата на получаване на решението, освен ако в самото решение не е постановено друго. Моля в посочения срок да представите на Националния съвет по саморегулация доказателства за изпълнение на решението на Етичната комисия.

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) (Гриша Камбуров)

**ПРИЛОЖЕНИЕ:**

