



РЕШЕНИЕ

№ 249 на ЕК от 2 февруари 2017 (Жалба относно телевизионна реклама на Poker Stars)

София, 02.02.2017 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на втори февруари 2017 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Анна Горанова
Виолета Манолова
Жени Павлова
Ивайло Бурков
Калина Жулева
Калина Петрова
Красимир Папазов
Кристияна Чакърлова
Маша Гавраилова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12640 от 05.01.2017 г.. относно телевизионна реклама на Poker Stars.

Жалба

На 05.01.2017 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Съвета за електронни медии с искане на становище относно телевизионна реклама на Poker Stars във връзка с постъпил сигнал на гражданин в съвета.

Предмет на жалбата е телевизионна реклама на Poker Stars с участието на футболиста Кристиано Роналдо. Като основен мотив на жалбата се посочва злоупотреба със страх/насилие.

Според жалбоподателя рекламата е агресивна и плашеща детската аудитория, тъй като се излъчва по всяко време на деня. В мотивите се посочва, че предизвиква истерия от страх в децата, тъй като лицето на Роналдо се изменя, устата му се трансформира в паст на звяр. Жалбоподателят определя рекламата като „отвратителна“. Излъчваната реклама е неподходяща за малолетни и непълнолетни лица, поради което е в нарушение на Етичния кодекс.

Жалбоподателят не е посочил конкретно нарушени текстове от Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

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 Кристиана Чакърва.

Процедура

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

На 09.01.2017 г. е открита процедура, регистрирана под № 287. На 09.01.2017 г. е поискано становище от ответната страна – Poker Stars.

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

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация **не е в нарушение** на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Като основание на жалбата се посочва „злоупотреба със страх и насилие“, но не се посочват конкретни текстове от Етичния кодекс.

Твърдените нарушения биха могли да бъдат отнесени към следните текстове на Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

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

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.

4.4. Търговската комуникация не трябва да се възползва от чувството на страх, или от нещастие или страдание, без основателна причина.

17.5. Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.

Рекламният клип се отнася до игра на Poker Stars, в който главен герой е популярният футболист Кристиано Роналдо. Посланието гласи „Нови турнири Beat the clock от Poker Stars. Цялото вълнение на покера, събрано само в 5 минути, а ако оцелеете през тези 5 минути, ще бъдете един от победителите.“ По време на клипа има предупредителен текст, че в игрите на PokerStars.bg могат да участват само лица, навършили 18 години. В рекламния клип лицето на главния герой Роналдо се изменя спрямо посланието – първоначално в главата на героя се появява часовников механизъм, отброяващ секундите, в следващия кадър лицето му се вкаменява и разчупва на отделни късове, след което се превръща в глава на тигър. Следва кадър на виртуална игра, а клипът завършва с усмихнато изражение на главния герой. Не се наблюдават кадри на агресия или насилие. Чрез различни художествени превъплъщения,

главният герой отразява напрегнатите аспекти от играта, а именно че само за 5 минути трябва да се преживее цялото вълнение от играта. В кадрите няма агресивни дейности или насърчаване към агресия.

Етичната комисия не смята, че така описаният рекламен клип е изготвен без отговорност към потребителя, тъй като на екрана се появява предупредителен текст за възрастово ограничение на потребителите на играта. Надписът се задържа около 15 секунди, изписан е с достатъчно едър и ясен шрифт, което позволява да бъде лесно разчетен и възприет от аудиторията. Кадрите не подтикват към безотговорно отношение. Различните метаморфози на героя са каменно лице или глава на хищник, представени по начин, който не нарушава добрите нрави или моралните норми.

В жалбата се твърди, че рекламният клип предизвиква истерия от страх в децата. Следва да се отбележи, че страхът е комплекс от негативни чувства, емоции и характерни поведенчески реакции, които се активират от обект, тълкуван като заплашителен. Възприятието на такъв обект е различен при всеки индивид. Страховете се формират на базата на предишен опит или са плод на фантазията. При всички случаи, страхът е субективно усещане и е провокиран от различни обекти при всеки индивид. ЕК счита, че процесната реклама не се възползва от чувството на страх, или от нещастие или страдание, както и не би могла да предизвика психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи. Превъплъщенията на главния герой следва да се тълкуват в цялостния им контекст като от значение е фактът, че както в началото, така и в края на клипа лицето на главния герой е нормално и усмихнато, което разсейва съмненията за страх от това, че му се случва нещо лошо. Подобни възприятия впрочем могат да възникват единствено при най-малките деца, към които клипът определено не е насочен.

Етичната комисия, на основание чл. 4.10 от Етичния кодекс счита, че субективните възприятия на отделен индивид, не са достатъчно основание за отказ от търговска комуникация за дадения продукт.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия е на мнение, че процесната реклама не е в нарушение на Етичния кодекс.

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

ПРИЛОЖЕНИЯ:

<https://youtu.be/osDjgVKNcFw>