



РЕШЕНИЕ

№ 165 на ЕК от 16.01.2014 (Жалба относно търговска комуникация в опаковка на маса за гладене “НЕГО”)

София, 16.01.2014 година

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

Председател: Румяна Карлова

Членове: Василиса Младенова
Виолета Манолова
Даниела Узунова
Десислава Димова
Жени Павлова
Калина Петрова
Кристиана Чакърлова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов
Петя Стоянова

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12475 от 31.12.2013 г. относно търговска комуникация в опаковка на маса за гладене “НЕГО”.

Жалба

На 31.12.2013 г. в НСС постъпва жалба от М.Б. относно търговска комуникация в опаковка на маса за гладене “НЕГО”.

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 Василиса Младенова.

Жалбоподателят счита, че рекламата върху опаковката на масата за гладене нарушава чл. 1.1, чл. 1.2, чл. 2, чл. 4.1 и чл. 4.9 от Етичния кодекс. Според него „търговската комуникация върху продукта е вулгарна и в разрез с добрите норми и благоприличието в нашата страна. Избраното изображение не е свързано по никакъв начин с функциите и същността на продукта”, а “промотира сексуална податливост” посредством еротика и прекалено “разголване на човешкото тяло по неподходящ начин.” Сексуалното послание е абсолютно изкуствено прикачено към подобен предмет от бита и представя жената/домакинята/майката като

разкрепостена и готова за секс, което е драстично неуважение към човешкото достойнство и стереотипизиране по един изключително негативен начин.” Жалбоподателят смята, че процесният материал е обида за обществото ни като общество на цивилизована и модерна държава.

Процедура

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

На 03.01.2014 г. е открита процедура, регистрирана под № 196. На 03.01.2014 г. е поискано становище от ответната страна – „НЕГО” ООД, което е постъпило в НСС на 08.01.2014 г.

Становище на ответната страна

Становището няма подател, не е подписано и в този смисъл не може да се счита, че е изготвено от лице, упълномощено да представлява ответната страна. Въпреки това, и доколкото най-вероятно става въпрос за технически пропуск от страна на ответното дружество приведени доводите от становището ще бъдат взети предвид и обсъдени в настоящото решение.

Според становището „завеждането на подобна жалба е неправилно.“ Ответната страна счита, че „с поставянето на жената на етикета, по никакъв начин не се "промотира сексуална податливост". Жената на снимката не е гола, за да се приеме, че това е еротика или каквото и да е сексуално послание.“ В становището се допълва, „все пак живеем в 21 век и не мислим, че подобни неща могат да бъдат тълкувани като "разголване на човешкото тяло по неподходящ начин“.

Ответната страна не намира като основателно и твърдението, че снимката "представя жената/домакинята/майката като разкрепостена и готова за секс".

Дъската за гладене не се ползва само от жени/домакини/майки.

Снимката, поставена на етикета «има само художествена стойност, за да предаде по-завършен и красив вид на изделието», се казва още в становището.

Решение

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

Мотиви

Според жалбоподателя търговската комуникация е в нарушение на следните текстове от Етичния кодекс:

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

Чл.1.2. Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.

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.4.9. 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.

Върху процесния материал, представляващ опаковка на масата за гладене има изобразена жена с къса пола и токчета, но без блуза или каквато и да било горна дреха или сутиен. Жената е прикрила бюста си с ръце, при което ресунката по-скоро загатва за «разголване», без същото да е изобразено по «неподходящ» начин, надхвърлящ приетите норми на благоприличие.. Жената е снимана в поза, сякаш е била изненадана от внезапно човешко присъствие, и свенливо се прикрива, застанала в непосредствена близост до дъската за гладене.

Ситуацията, изобразена върху опаковката на масата за гладене, по-скоро се възприема като обичайна сцена, свързана с ежедневието: приготвяйки се за излизане, жената установява, че блузата, която смята да облече, е намачкана, и полуоблечена се приготвя да я глади. Когато човек се намира в пределите на собствения си дом, често си позволява да се разхожда „неглиже“ или не напълно облечен. Нещо повече, подобен разголен вид нерядко е следствие на това, че човек решава да „приглади“ дреха, която вече е облякъл и е установил, че не е напълно в изряден вид. В този смисъл, не може да се твърди, че изображението върху материала върху опаковката на масата за гладене, “не е свързано по никакъв начин с функциите и същността на продукта” и че “сексуалното послание е абсолютно изкуствено прикачено към подобен предмет от бита”. Напротив, в определени ситуации съществуването на пряка причинно-следствена връзка между разголения вид на жената и дъската за гладене е възможен и естествен, и отразява функционалната връзка с рекламирания предмет.

Към твърдението на жалбоподателя, че “представя жената, домакинята, майката като разкрепостена и готова за секс” следва да се добави, че не всяко разголване е прелюдия към сексуални намерения. В обхвата на собствения дом е напълно допустимо временно разхождане в необлечено състояние, поне по време на процеса на обличане, който при някои жени може да отнеме и повече време, без това да е в “разрез с добрите норми и благоприличието в нашата страна.” В този смисъл, заключението, че се „показва прекалена еротика”, и че се “промотира прекалена податливост на сексуалността чрез изобразяване на насърчаване и готовност за секс, разголване на човешкото тяло по неподходящ начин” в конкретния случай би се явило твърде пресилено.

Във връзка с гореизложеното, Етичната комисия счита, че не е налице нарушение на Етичния кодекс, тъй като проблемът в процесния материал е по-скоро естетически, отколкото етичен. Начинът, по който се тълкува рекламната визия, както и посланието, са въпрос на лично възприятие. 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.

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:

