



## РЕШЕНИЕ

**№ 62 на ЕК от 29.04.2011 (Жалба относно външна реклама на СЪКСЕС 03 ЕООД – Andrews Fashion Studio)**

*София, 29.04.2011 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 29 април две хиляди и единадесета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Василиса Младенова  
Виолета Манолова  
Емилия Клайн  
Жанет Захариева  
Маргарита Чутуркова  
Мелания Рашева  
Мехти Меликов  
Нина Владимирова  
Павел Иванов  
Румяна Карлова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по Жалба № 161 от 9.04.2011 г. и Жалба № 162 от 11.04.2011 г. относно външна реклама на СЪКСЕС 03 ЕООД – Andrews Fashion Studio.

### **Жалба**

На 9 април 2011 г. в НСС постъпва жалба от С.Г. от гр. София, относно външна реклама на СЪКСЕС 03 ЕООД – Andrews Fashion Studio, определена като обида към жените и неподходяща за деца.

Като доказателство жалбоподателят е представил снимка на рекламата и се е позовал на следните текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

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. 4.8. Търговската комуникация не трябва да съдържа порнографски сцени или да съдържа, толерира или подбужда сексуално насилие.

На 11 април 2011 г. в НСС постъпва аналогична жалба от С. В. от гр. София относно външна реклама на СЪКСЕС 03 ЕООД – Andrews Fashion Studio, определена като неподходяща за деца.

Жалбоподателят не е представил доказателства, но се е позовал на следните текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

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. 4.9. 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**

Жалбата от С. Г. и жалбата от С. В. относно външна реклама на СЪКСЕС 03 ЕООД – Andrews Fashion Studio са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 11 април 2011 е открита процедура, регистрирана под № 87. На същата дата е поискано становище от ответната страна – СЪКСЕС 03 ЕООД – Andrews Fashion Studio, което постъпва в НСС на 18 април 2011 г..

## **Становище на ответната страна**

В становището се казва, че дружеството остро възразява срещу твърденията, изложени в посочената с открита процедура за разглеждане пред Етичната Комисия на НСС, подадена срещу рекламната визия на Andrews Fashion Studio за сезон пролет/лято 2011г. Тези твърдения нямат нищо общо с действителното положение и изобщо не могат да бъдат отнесени към рекламната визия на Andrews Fashion Studio за сезон пролет/лято 2011г. Рекламата/визията използвани от Andrews Fashion Studio за сезона представлява изключително красиво и с добър вкус поднесено изображение (снимка) на видимо красиви и с елегантно излъчване мъж и жена, спокойно седящи в купето на автомобил. В рекламата има известна доза лек, изключително елегантно поднесен еротичен нюанс, като обаче няма никаква, дори най-малка доза пошлост или порнография.

Красотата, елегантността, добрият вкус и съвсем елегантното, леко еротично излъчване на рекламната визия на Andrews Fashion Studio са неоспорими, като това е не само мнение на дружеството, но и мнението на голям брой интелектуалци, общественици, юристи и адвокати, професионалисти в рекламата и модата и др. представители на обществени и професионални групи.

Тази рекламна визия не само не е обида за добрия вкус (който за съжаление доста е отстъпил територия пред пошлостта и порнографията в рамките на нашата страна), а напротив – красотата и елегантността, с която е изпратено рекламното послание, спомага за утвърждаването на именно такъв добър вкус промотирайки с възхищение красотата и елегантността. Тази рекламна визия по никакъв начин не нарушава добрите нрави!

По никакъв начин и при никакви обстоятелства тази рекламна визия не може да бъде определена като вулгарна или отблъскваща според общоприетите морални норми в Република България – напротив, тя покрива много по-високи критерии на морални норми, добър вкус и елегантност от ширещия се повсеместно в нашата страна упадък на морала и добрия вкус.

В тази рекламна визия няма порнографски елементи – има съвсем лек еротизъм, поднесен дозирано, елегантно и в подтекст – всички елементи са внимателно нюансирани, не предизвикват, не изобразяват и не налагат изкривени пошли или порнографски послания. Със съжаление трябва да се отбележи, че порнографията ни залива и поради тази причина в обществото напоследък трудно се прави разлика между дозирана и елегантна еротика и откровена груба порнография, между изкуство и пошлост, между любов и секс. По никакъв начин тази рекламна визия не подбужда към сексуално насилие и не толерира такова – такова твърдение би било напълно абсурдно!

Както е записано в самия Етичен кодекс фактът, че дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, по принцип не е достатъчна причина да се счете, че тя нарушава Етичния кодекс.

Явно в случая се касае именно за това – рекламната визия на Andrews Fashion Studio, по отношение на която е подадена жалбата, явно е неприемлива за отделни хора – тя обаче по никакъв начин не нарушава нито добрите нрави нито Етичния кодекс, като при това отговаря на най-високи изисквания и критерии за добър вкус и елегантност.

## **Решение**

Етичната комисия намира жалбите от С.Г. и С.В. относно външна реклама на СЪКСЕС 03 ЕООД – Andrews Fashion Studio за неоснователни по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

Етичната комисия счита, че няма нарушение на посочените от жалбоподателите текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, както и на други текстове от Етичния кодекс.

Рекламата не може да бъде окачествена като пошла или порнографска. Тя има висока художествена стойност и не може да се възприеме като вулгарна или отблъскваща или като подтикваща към сексуално насилие. Чувството за отговорност към обществото е проявено и то в доста голяма степен, предвид естетиката на изображението. двете фигури на снимката излъчват изящество, красота и елегантност. Показаните форми не са чужди на т.нар. нови рекламни похвати, но тук са леко загатнати, без да се натрапват и без да имат отрицателно влияние върху децата и подрастващите. Видимо дамата е спокойна и уверена, което говори, че тя самата е предпочела този вид облекло, точно по този начин. Няма дискриминация на пола, защото това е предпочетено от самата нея. Визията е елегантна, красива и поднесена с вкус, показва малади хора, чието изражение излъчва самоувереност, а не унижение, каквото може да предизвика нежеланото разголване на един човек.

Предвид спецификата на модната индустрия и по-специално на възприятията при рекламирането на облекло, следва да се има предвид, че целта на дизайнерските кройки е да подчертаят красотата на тялото или да скрият неговите дефекти. Може да се допусне, че чрез показване на определена част от женското или от мъжкото тяло се внушава постигането на „перфектната красота”. Разбира се, рекламираният продукт не налага непременно използването на разголена женска гръд, но визията е елегантна и не е неблагоприлична като послание.

Провокативният стил на част от рекламните съобщения днес, особено когато се поднася с усет, не опорочава социализацията на младите, в т.ч. възпитаването на вкус и ценности. Не е сериозно да се предположи, че която и да било жена би била лично засегната, а нейното достойнство – унижено, когато погледне оголената част от тялото на момичето от рекламата. Ако приемем, че чуждото разголено тяло кара жената да се чувства недобре, то съвремението би я принудило да прекара живота си в отчаяние, обградена от голотата, която често е обичаен избор на младите момичета, модна плажна тенденция, инициатива по промотиране на превенцията срещу рака на гърдата и много други. Ако може да се допусне, че обличането е част от „личния избор” и „свободата на изразяването”, което, в частност, може да представлява и носене на дрехата на голо, рекламното внушение говори за достъпни и приемливи за съответния индивид лични възприятия.

Независимо, че няма нарушение на Етичния кодекс и независимо от естетическата стойност на рекламата, може да се спори дали същата е подходяща и удачна форма на реклама, предназначена за публично излагане пред неограничена аудитория. Актовата фотография цели преди всичко да разкрие красотата на голото тяло и на тази философия се базират редица специализирани издания с изключително високо качество и световно признание като например Playboy и Maxim. Почти всички снимки, помествани в тях са произведения на фотографското изкуство, но те имат определена цел и аудитория, в много държави се продават при специален режим и не се използват за рекламни цели. Модната фотография особено в Европа има дългогодишна традиция на разголване на горната част на женските тела както се прави с мъжките без това да предизвиква скандал. Докато подобни фотографии са неприемливи в американските модни издания, професионалистите в Европа отдавна са си завоювали правото на подобно представяне именно на модните колекции на дрехи. Възхвалявано от векове разголеното женско тяло е общоприето в изкуството, но целта на рекламата е друга – да продава. В рекламата не става въпрос за обида на добрия вкус, а за посланието, което едно дете недвусмислено получава от нея.

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. В посочения срок в Националния съвет за саморегулация следва да се представят доказателства за изпълнение на решението на Етичната комисия.

Независимо от факта, че търговската комуникация не нарушава Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Етичната комисия препоръчва на СЪКСЕС 03 ЕООД – Andrews Fashion Studio в бъдеще да се въздържа от подобен вид визия в рекламните си съобщения.

Решението да се изпрати за сведение на Комисията за пост-мониторинг.

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:**

