



РЕШЕНИЕ

№ 78 на ЕК от 08.12.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на Муколизин, продукт на „Актавис” ЕАД)
София, 08.12. 2011 година

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

Председател: Гриша Камбуров

Членове: Василиса Младенова
Виолета Манолова
Деница Сачева
Емилиян Арнаудов
Емилия Клайн
Жанет Захариева
Мария Гергова
Мелания Рашева
Мехти Меликов
Румяна Карлова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Деница Сачева преписка, образувана по Жалба № 196 от 25.11.2011 г., относно телевизионна реклама на Муколизин, продукт на „Актавис” ЕАД.

Жалба

На 25 ноември 2011 г. в НСС постъпва жалба от А. М. от гр. София, регистрирана под № 196, относно телевизионна реклама на Муколизин, продукт на „Актавис” ЕАД. определена като липса на социална отговорност. В жалбата се казва, че рекламата е в нарушение на Етичния кодекс. В рекламата се използва популярна мелодия на детската песен "Високи сини планини", която се счита от жалбоподателя за част от културното наследство на България и част от ценностите на поколения българи. Популярната мелодия е в комбинация с текст, като интерпретацията на песента се изпълнява от хор от деца, а в ролята на ръководител е жена, наименована г-жа Муколизин. Използването на мелодията е в нарушение на моралните и етични норми. Рекламното съобщение, макар и с хуманна цел, е търговско и уврежда уважението към популярната песен”, се казва още в жалбата. Според жалбоподателя то създава грешна представа у децата, които са основни потребители на продукта Муколизин и навежда на грешни асоциации. „Едно рекламно съобщение не бива да противоречи на морални ценности, както и да става на базата на емоционално въздействие върху патриотични или национални символи”.

Жалбоподателят не е представил доказателства, но се позовава на следния текст от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България (Етичен кодекс):

„Чл.4.11. Използването на природни, исторически, научни или културни ценности в търговската комуникация ще става по начин, който няма да уврежда уважението към тях”.

Процедура

Жалбата от А. М. относно телевизионна реклама на Муколизин е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 25 ноември 2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 104. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Актавис” ЕАД, което постъпва в НСС на 6 декември 2011 г.

Становище на ответната страна

Ответната страна е предоставила в Етичната комисия копие от неподписан отговор на въпроси, които жалбоподателят е отправил към ПР директора на компанията. Същите могат да бъдат прочетени по-долу. По тази причина следва да се приеме, че по преписката не е постъпило становище от ответната страна, което Етичната комисия счита за неуважение към нея. Въпреки това, с оглед пълнотата на решението, същото следва да бъде обсъдено в него и само за целите на решението по-долу това становище ще бъде наричано „становище на ответната страна”.

Обща информация за рекламата:

Компания: *Актавис ЕАД*

Рекламна агенция: *All Channels Communication, София*

Продукт: *Муколизин (сироп за влажна кашлица)*

Работно заглавие на кампанията: *“Муколизин. За чисти бели дробове на Вашето дете!”*

Материал: *Телевизионен клип – 42 сек.*

Медийни канали: *Телевизия*

Телевизионни канали: *bTV, bTV Comedy, bTV Cinema, bTV Action, Nova TV, Diema+, Kino Nova, Diema Family*

Старт на кампанията: *12 ноември 2011 г.*

Отговор на въпроси, които жалбоподателят е отправил към ПР директора на компанията:

1. Уредени ли са авторските права на притежателя на правата върху музиката на песента „Високи сини планини” и имали категорично писмено доказателство, че правата върху мелодията са преотстъпени за целите на рекламата?

Авторските права върху музиката на песента „Родина“ са уредени с притежателя на правата – дъщерята на композитора Георги Спасов, като е подписан договор за преотстъпване на правата с цел използването на музиката в конкретния рекламен формат.

2. Противоречи ли рекламното съобщение на етичните правила, разписани от Сдружение "Национален съвет за саморегулация"?

За реализацията на рекламата на лекарствения продукт „Муколизин” е използвана музиката към песента „Родина” с композитор Георги Спасов при условия, описани подробно в отговора на въпрос №1 от настоящото становище.

Песента „Родина” е изключително популярна в Република България както като текст, така и като музика (заедно и поотделно). Но въпреки това и въпреки безспорния авторитет на авторите ѝ (текст Младен Исаев, музика Георги Спасов) и без да омаловажаваме нейните качества, тя не се категоризира като „природна, историческа, научна или културна ценност”, които именно са обект на етичните правила на сдружението.

Сам по себе си текстът на песента „Родина” е самостоятелно творческо произведение - стихотворение на поета Младен Исаев, което се изучава в часовете по литература и често се рецитира без съпътстваща го музика или друг музикален фон. За създаването на аудио-визуалното произведение, рекламиращо лекарствения продукт „Муколизин”, заради огромната ѝ популярност и безспорните ѝ качества, е използвана само мелодията, композирана от Георги Спасов към песента „Родина”. Върху мелодията е адаптиран и наложен авторски текст (цитиран от Вас в подадения сигнал), който се асоциира с лекарствения продукт „Муколизин”.

При хоровото изпълнение на авторския текст не са използвани аудио или визуални ефекти, които да предполагат или провокират асоциации за неуважително отношение, както към песента „Родина”, така и към нейните отделни компоненти. Дори напротив, както е посочено и в самия сигнал, изпълнението на авторския текст представлява хорово изпълнение с ръководител. Вярваме, че това още повече засилва цялостното приятно и позитивно звучене на рекламния клип. За това допринася и фактът, че в него не са използвани негативни внушения и конотации, сатира и гротеска или какъвто и да било осмиващ елемент.

Изложеното твърдение в подадения от Вас сигнал, че „реklamното съобщение създава грешна представа у децата, които са основни потребители на продукта „Муколизин”, и навежда на грешни асоциации” е неразбираемо за нас, тъй като хората, с които този клип цели да комуникира директно не са децата. Реципиенти са техните родители, които биха могли да направят информирания избор, който този клип им дава, за действието и вкуса на продукта.

С оглед на гореизложеното считаме, че използването на музиката към песента „Родина” по никакъв начин не противоречи на етичните правила, разписани от Сдружение „Национален съвет за саморегулация” чрез приетите от Общото събрание на Сдружението „Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България”.

3. Какви мерки е предприела рекламната агенция и собственика на рекламата „Актавис” ЕАД при защита на правата на децата, които участват в рекламното съобщение? Видимо от рекламата, децата нямат навършени 14 години. Спазени ли са изискванията на чл. 11а от Закона за закрила на детето (ЗЗД), както и следван ли е най-добрият интерес на детето, регламентиран в чл. 3, ал. 3. От ЗЗД?

С родителите на децата, участвали в заснемането на рекламния клип са подписани договори съгласно действащото законодателство на Република България. При заснемането са спазени всички действащи законови разпоредби и е следван най-добрият интерес на децата, съгласно договора ни с продуцентската къща, реализирала заснемането на клипа.

4. Информирани ли са децата, участници в рекламата, за рекламния продукт, неговата цел, въздействие, както и за правото им на отказ от видеозаснемане. Ако да – по какъв начин?

Децата, участващи в рекламата са информирани за рекламния продукт, неговата цел, въздействие, както и правото им на отказ от видеозаснемане, посредством подписаните договори с лице техен попечител, родител и/или настойник. Договорите са подписани от пълнолетни лица, в качеството им на законови представители на децата, участващи във видеото.

5. Използването на мелодията от песента „Високи сини планини” противоречи ли на българското законодателство?

Съобразно всичко гореизложено дружеството счита, че разпространяваната реклама на лекарствения продукт „Муколизин”, както и използването на музиката от песента „Родина” с композитор Георги Спасов, категорично не противоречи на каквито и да било етични, морални и законови норми на рекламната практика.

Решение

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

Мотиви

Етичната комисия счита, че търговската комуникация е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Етичната комисия е на мнение, че е нарушен Чл. 1.1. „Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото”.

Песента „Родина” или популярна още като „Високи сини планини” е по едноименния стих на поета Младен Исаев, а музиката ѝ е написана от композитора Георги Спасов през 1947 г. Тъй като музиката е написана след текста, тя представлява отделно произведение. При рекламата на Актавис е използвана само музиката.

Въпреки че е популярна и обичана вече 64 години, песента не може да се квалифицира като културна ценност. Това би било много разширително тълкуване, тогава всяка класическа музика би била нечия културна ценност и не би трябвало да се използва в реклами, а се използват. Освен това хипотезата за „културна ценност“ не би могла да се приложи спрямо някой, който има авторски права и може да ги (про)даде; това би ограничило имуществени права, а Етичният кодекс няма такива правомощия.

Същевременно следва да се отбележи, че песента е популярна в своята цялост като музика и текст. Тя е почитана от поколения българи и е създадена, за да развива и укрепва националното самосъзнание. Употребата ѝ за агресивна търговска комуникация среща обществено недоволство, което става ясно и от разгорялата се във Фейсбук дискусия в профила на жалбоподателя.

Социалната отговорност е понятие, което отразява качествата на отношения между организация и общество. Социалната отговорност представлява съвкупност от нагласи, решения и действия на организацията, които са ориентирани към обществото. В този смисъл социалната отговорност на търговската комуникация на едно дружество следва да отразява и социалните нагласи и възприятия на обществото, което в случая не е така.

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.

Етичната комисия **препоръчва** на „Актавис” ЕАД да спре разпространението на търговската комуникация.

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.

Решението с мотивите да се изпрати на Съвета за електронни медии.

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:

<http://youtu.be/FdC-Jauwi40>

ТАГОВЕ:

Актавис” ЕАД, Муколизин, лекарство, чл.1.1, 4.11

