

### **СЕМ “подгони” дамските превръзки**

Минимум реклами на продукти за физиологични и хигиенни проблеми в прайм тайма – това поиска Съветът за електронни медии на последното си редовно заседание. Плюенето на кръв при проблемни венци, оцветените в синьо дамски превръзки, мазилата за хемороиди и хапчетата за цистит са само част от спотовете, които отвращават българина. „В интервала между 19 и 21 ч. и зрителят сяда на маса пред телевизора и натуралистичните внушения на рекламите за лекарства за диария, пърхут или гъбички го стресират”, казва шефът на медийния регулатор доц. Георги Лозанов (на снимката). В СЕМ ежедневно пристигат купища жалби срещу медийното планиране на клипчетата във време, в което българското семейство традиционно се храни.

„СЕМ отчита важната роля на рекламния бранш за медиите, но прие, че едва ли е и в негова полза, ако рекламните послания създават дискомфорт и се разминават със стереотипите и очакванията на аудиторията. В този смисъл потребителите на телевизионно съдържание се нуждаят от допълнителна защита. Тя обаче не може да дойде по пътя на регулацията, тъй като не е предвидена в Закона за радиото и телевизията, а само по пътя на саморегулацията”, се казва в становището на регулатора.