

СЕМ се загрижи за психиката на зрителя по време на вечеря

Съветът за електронни медии напомни за съществуването си със загрижен апел против натуралистичните реклами, които телевизиите сервират на зрителя по време на вечеря. Надзорниците са обсъдили психологическото въздействие върху аудиторията на телевизионни реклами на продукти, предназначени за решаването на физиологични и хигиенни проблеми като дамски превръзки, почистващи препарати, лекарствени средства срещу гъбички, цистит, простатит, пърхот, диария, хемороиди и др.

Повод за обсъждането са множеството писма, сигнали и жалби от зрители, които възразяват остро срещу подобни реклами във време, в което българското семейство традиционно се храни. В прессъобщението обаче не е посочено за какъв брой оплаквания става въпрос. Според регулатора въздържането от реклами за физиологични дейности по време на вечеря е добре и за бранша, защото едва ли имат полза, ако аудиторията се чувства дискомфортно. Защитата на потребителите на телевизионно съдържание не подлежи на регулация, защото такава не е предвидена в Закона за радиото и телевизията. Това може да стане само по пътя на саморегулацията, посочват от СЕМ.