

СЕМ апелира: Ограничете рекламите срещу гъбички и хемороиди по време на вечеря

Съветът за електронни медии (СЕМ) апелира да бъдат ограничени по време на вечеря натуралистичните реклами, в които се представят физиологични дейности.

СЕМ е обсъдил психологическото въздействие върху хората на телевизионни реклами на продукти, предназначени за физиологични и хигиенни проблеми. Сред тях са 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 излъчването на тези реклами във времето, когато българското семейство традиционно вечеря.

Според СЕМ едва ли е от полза за рекламния бранш, ако посланията им създават дискомфорт и се разминават със стереотипите и очакванията на хората. „В този смисъл потребителите на телевизионно съдържание се нуждаят от допълнителна защита, но тя 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", посочват от СЕМ. Миналата година стана ясно, че 45% от българите смятат, че не може да се вярва на рекламата и виждат поредния начин да бъдат измамени. Въпреки това те не искат да бъде забранена.

„Хората съзнават, че рекламите ги лъжат, но това им харесва", коментира тогава председателят на СЕМ Георги Лозанов. Данните от проучването показаха още, че всеки втори българин смята, че рекламите ни карат да купуваме неща, от които нямаме нужда.

Едновременно с това 38% от анкетиранияте смятат, че рекламите подценяват тяхната интелигентност.