

СЕМ ПРИЗОВА:

БЕЗ РЕКЛАМИ ЗА ДИАРИЯ И ЗАПЕК НА ВЕЧЕРЯ

Регулаторът затрупан от гневни писма на зрители

Телевизиите да ограничат излъчването на реклами за продукти срещу диария или запек по време на вечеря. За това призовават от Съвета за електронни медии (СЕМ). Регулаторът бил затрупан от гневни писма и жалби на зрители, които остро възразяват срещу медийното планиране на рекламните, в които се представят физиологични дейности.

Фон

Обикновено точно когато българинът сяде на масата след дългия работен ден, рекламните блокове на телевизиите бълват „решения“ на проблемите с гъбичките на краката и хемороидите му. За разнообразие като фон между основното ястие и –десерта често се прокрадват и реклами за препарати срещу газове или за „подобряване на чревната флора“. Популяризирането на дадена марка дамски превръзки, препарат за стимулиране на ерекцията или пък най-бърз и лесен начин да убием всички бактерии в тоалетната и я направим по-ароматна са направо класика.

Реакция

След постъпването на стотици оплаквания в СЕМ решили да проведат обсъждане на психологическото въздействие върху аудиторията на телевизионни реклами на продукти, предназначени за решаването на въпросните физиологични и хигиенни проблеми. Така стигнали до извода, че рекламният бранш няма полза, ако посланията им създават дискомфорт и се разминават със стереотипите и очакванията на аудиторията. Според тях потребителите на телевизионно съдържание се нуждаят от допълнителна защита. Регулаторът обаче не може да наложи забрана на такива реклами, тъй като това противоречи на Закона за радиото и телевизията. Това може да стане само по пътя на саморегулацията, посочват от СЕМ.

Да не забравите звука!

СЕМ призова телевизиите да ограничат излъчването на реклами за продукти срещу диария или запек по време на вечеря (виж стр. 8).

Яжте спокойно, българи, сега докато гледате синия екран, вече няма да ви тормозят клипове за лекуване на пърхот, диария и менструални неразположения или плюене на кръв в мивката. Досега горкият зрител трябваше да вечеря в компанията на дамски превръзки, лекове за гъбички, хемороиди и запек или просто да изключи телевизора. Вярно е, че силната реклама е тази, която се запомня. Но производителите на гореизброените продукти май тълкуват тази максима твърде буквално. Затова е хубаво, че регулаторният орган най-сетне си свърши работата и заяви, че няма да търпи повече рекламни издевателства. Дано да има промяна наистина. Защото година мина, откакто беше сключено споразумението за намаляване силата на звука на рекламните. Заслушайте се довечера – още гърмят по-силно от водещия на новините.

Така че браво на СЕМ за запек и диарията. Но членовете на съвета освен да приемат правила нека не забравят и да контролират за спазването им.