

От седмицата, които съзнателно прескочихме

СЕМейна загриженост

Съветът за електронни медии (СЕМ) препоръча на телевизиите да ограничат излъчването на реклами на продукти, предназначени да решават физиологични и хигиенни проблеми, в обичайните часове за хранене на семействата. Съветът обсъди темата заради много жалби от зрители срещу реклами на дамски превръзки, почистващи препарати, лекарствени средства срещу гъбички, цистит, простатит, пърхот, диария с директни и натуралистични внушения. Регулаторът напомня на рекламоделите, че едва ли е и в тяхна полза, ако рекламните послания създават дискомфорт и се разминават със стереотипите и очакванията на аудиторията.

СЕМ обаче не може да се намеси, защото подобни ограничения не са предвидени в Закона за радиото и телевизията и затова разчита на саморегулацията. "Уверени сме в общото ни желание – и с доставчиците на медийни услуги, и с Националния съвет по саморегулация - да обитаваме един по-красив и по-етичен екранен свят", е посланието на СЕМ. А може би все пак СЕМ трябваше да има и такива правомощия, тогава рекламите за български бири щяха да бъдат много по-добри и никой нямаше да иска да се саморазправя физически с копирайтърите.