

## **Когато праймтаймът удари вентилатора**

Доживяхме! Съветът за електронни медии апелира да бъдат ограничени по време на вечеря натуралистичните реклами, в които се представят физиологични дейности!

"На своето редовно заседание на 25 март т.г. Съветът за електронни медии обсъди 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 и пр.), залагащи на директни и натуралистични внушения. Повод за обсъждането са множеството писма, сигнали и жалби от зрители, които възразяват срещу тези реклами във време, в което българското семейство традиционно се храни.

СЕМ отчита важната роля на рекламния бранш за медиите, но прие, че едва ли е в негова полза, ако тези послания създават дискомфорт 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, а само по пътя на саморегулацията.

Уверени сме в общото ни желание да обитаваме един по-красив и по-етичен екранен свят" – съобщават в сайта на СЕМ.

Ликувай, народе! Вече (може би) няма да се сипят пърхот и гъбички в чиниите ни, няма да поглеждаме крадешком дали салфетките ни не са напоени със синя течност и няма да чуваме алармата на простатата, докато вечеряме.

Разбира се, становището на СЕМ е с пожелателен характер, нещо като правилата за движение по пътищата в по-южните страни. Доколко рекламните агенции ще се съобразят и ще престанат да ни заливат с физиология, вече е отделен въпрос. Но нищо не пречи да помечтаем, нали? И понеже човек е толкова голям, колкото големи са мечтите му, бих стигнала и по-далеч – да се надявам СЕМ да въведе някакъв контрол и върху новините. Вярно, скоро не сме гледали рязане на глава в праймтайма, но гледаме един куп други неща. Лошото е, че и децата ни ги гледат. На мен например преди около месец ми се наложи да обяснявам на осемгодишния си син тънкостите на хомосексуалното общуване при монасите и игумените – заради някаква новина, която вероятно е била от първостепенна важност, понеже беше излъчена във всички телевизии. Не че ми е проблем да обясня хомосексуалността, но връзката с Бог и неговите служители надхвърля капацитета ми, а "малък си още/няма значение/кво, кво, не чух" не е отговор. Същото се отнася впрочем и за "забързва нея, забавя него".

Доколкото си спомням, навремето новините, които не бяха предназначени за детските очи и уши, се излъчваха в късните емисии. Днес обаче никой няма такива скрупнули. И ако сексът и насилието в новините все пак се сторят на някого в недостатъчни количества, можем да наваксаме с филма след тях. СЕМ, не разбирам – защо след новините се излъчват филми с препоръчителен родителски контрол за лица до 16 години? От една страна – кой до 16 години в 20,00 вече е заспал? От друга – кой над 16 години в 20,00 си е вкъщи? И в крайна сметка, как би следвало да прекарваме

семейните вечери? Лягаме си вкупом в 20,00? Гасим телевизора и играем тримата (четиримата, петимата) шах? Затваряме детето в детската (да се оправя там), ние гледаме филма? Единият родител се затваря с детето в детската и измисля креативни игри, другият гледа филма и му го разказва, после се сменят? Гледаме само научнопопулярни канали, по които въртят едни и същи, до болка изтъркани неща? Или купуваме лаптоп на детето и накрая всички сме доволни и щастливи? Куп въпроси без отговор.

Всъщност както винаги става дума за пари. И пари прим. Или прайм. Телевизиите се борят за аудитория и битката е потна и кървава, с позволени и непозволени (или поне нередни) средства. После така спечелената аудитория се предоставя на рекламодателите, които от своя страна да предложат едни също така потни и кървави продукти. Това е то праймтайм. Времето, в което всички сме заедно вкъщи и вечеряме.

Впрочем заглавието ми е неточно. Праймтаймът не удря вентилатора. Той Е вентилаторът, в който и едните, и другите мятат ли, мятат екскременти от всякакъв вид, а ние попримигваме, позабърсваме си лицата и продължаваме да вечеряме. И ако тези от рекламите са сравнително безобидни, макар и неприятни, тези от новините и филмите не са. Не и когато се отнася до деца.

Но понеже изначално вярвам в доброто, все пак се надявам рекламните агенции да послушат СЕМ, а СЕМ да послуша родителите. Докато това стане, може би е най-добре да изключваме телевизора в праймтайма. Пък и не само.