

## ТЕЛЕВИЗИЯТА И ГРАФИЧНА СИСТЕМА ЗА ЗАЩИТА НА ДЕТСКАТА АУДИТОРИЯ. ПРЕГЛЕД НА ФРЕНСКИЯ МОДЕЛ

Все още българските телевизионни оператори, създаващи и разпространяващи свои програми не използват еднотипно определена системата от пиктограми относно възрастовите ограничения за аудиторията пред малкия екран. Повечето европейски страни са въвели знаковите обозначения, които макар различаващи се с някои малки особености в различните страни, имат еднакво послание към аудиторията и еднакъв смисъл.

Френското законодателство съдържа няколко текста, които са база за въвеждането на “младежката сигнатура” в телевизионната дейност. Съгласно член 1 на френския закон за радиото и телевизията от 30.09.1986 г. аудиовизуалните комуникации са свободни. Дефинирани са принципите, на които се базира тази свобода. Един от тях е зачитането на човешкото достойнство. Член 15, променен през август 2000 г., гарантира правомощието на Френския Висш аудиовизуален съвет да следи за спазването за защитата на децата и младежта и зачитане на човешкото достойнство от радио- и телевизионните оператори. Развитието на тези принципи продължава в Наказателния кодекс в чл. L 227-24, който криминализира деянията на производство и разпространение чрез каквото и да е средство на съобщение, съдържащо жестокост или порнография. Декретът от 27.03.1992 г. на Висшия аудиовизуален съвет определя правилата относно рекламата и спонсорството. В рекламата трябва да отсъстват всякакви сцени на жестокост и да не вреди на подрастващото поколение. На основание закона от 17.07.1998 г. министъра на вътрешните работи във Франция може да санкционира притежанието, продажбата и рекламата на видеокасети и видеоигри, вредни за младежта. Правилата на работа в FRANCE 2 и FRANCE 3 определят, че публичните оператори трябва да се въздържат от разпространението на програми, съдържащи жестокост, насилие и порнография и вредящи на физическото, умствено и морално развитие на младите.

**Исторически преглед за това как във Франция** стартира процеса по гарантиране интересите на младата публика В Директивата на Висшия аудиовизуален съвет от 05.05.1989 г. се прави опит да се дефинира часовия пояс на т. нар. “семейни предавания” – операторите трябва да се въздържат от представяне на предавания, кинематографични и аудиовизуални произведения съдържащи насилие, жестокост и еротика между 6.00 и 22.30 часа, както и преди 20.30 анонсите за подобни предавания не следва да съдържат сцени, които могат да повлияят на детската и младежката чувствителност. Становището на Съвета е изпратено на всички оператори на 29.06.1989 г. Между 1989 и 1991 г. се констатира, че голяма част от доставчиците нарушават правилата определени от Висшия аудиовизуален съвет, като мотивират нарушенията

си с желанието да разпространяват филми, забранени за деца до 12 годишна възраст преди 22.00 часа. Тези обстоятелства са причина Съвета да вземе императивно решение на 25.03.1991 г. относно поставения казус. Той предоставя на управителите на съответния телевизионен канал да се ангажират с взимане на решение за излъчване на подобни филми и предавания, след като внимателно се преценят дали предствянето им няма да повлияе отрицателно върху детската психика. По време на училищните ваканции и вторник вечер (защото във Франция децата не учат в сряда), Съвета изисква операторите да съобразят програмата си с по-широката детска аудитория в тези дни.

Как се появява т. нар. **“сигнатура за младежта”**: През 1996 г. по инициатива на Висшия аудиовизуален съвет на екрана на националните големи ефирни телевизии (FRANCE 2, FRANCE 3, TF1, RFO, CANAL+ и М6) се появяват за първи път малки цветни пиктограми. Сигнатурата е хармонизирана през м. август 1998 г. с тази, използвана от CANAL +, за да се гарантира по-добро възприемане от публиката. Днес тя е задължителен елемент от информираността на зрителите относно рисковете за засягане чувствителността на подрастващите. Тя е възприета от всички оператори, разпространяващи програмите си в кодиран или не кодиран вид, независимо от способа на разпространение – по кабелен път, чрез сателит или радиочестотен спектър-ефир. Сигнатурата, създадена във Франция е възприета от Белгия. Полша и Гърция имат свои модификации на база френската сигнатура и практика.

**Жанровете**, които подлежат на сигнализация са: филми, сериали, телевизионни филми, анимации, документални произведения и те са класирани в **5 категории** според жестокост, еротика и други фактори, които могат да навредят на младежката аудитория. Първата категория е тази на филмите, предназначени за кината. Сигнализацията за телевизия не изключва приложението на Декрета относно класификацията на кинематографичните творби във Франция. Механизмът на работа по определяне на класификацията е много прост: Комисията по класификация, която функционира под ръководството на Министъра на културата и комуникациите и има представители на Висшия аудиовизуален съвет във Франция, представя становище относно филмите, които излизат по кината и аносите за тях. На база това становище министъра на културата издава виза, която може да бъде придружена със забрана за лица до 12г., 16г. и 18г. Сходно е уреден въпроса и в България - чл.37, ал.4 от Закона за филмовата индустрия. Но това е друг тип сигнализация. Каналите от своя страна трябва задължително да информират зрителите за тези възрастови ограничения при представяне на рекламни анонси и при излъчване на самия филм. Мнението на Комисията по класификация на филмите не е приложимо относно телевизионното разпространение на произведението във Франция. Съветът препоръчва операторите да преценяват условията за представяне на конкретен филм, но е препоръчително изискванията относно телевизията да са завишени в

сравнение с кината. В този смисъл макар Националната комисия за категоризация на филми да определя категория на филма, доставчиците трябва сами да категоризират филмите по години при телевизионното разпространение, а ако желаят може да ползват зададената категоризация на даден филм, ако има такава.

**Критериите**, които трябва да се възприемат преди взимане на решение за класифициране на предаване или програма са няколко: характер и брой на сцените, съдържащи жестокост; задължителния им характер по отношение на сценария; сценарно използване на жестокостта за разрешаване на конфликти; използване на сцените, използвания план, реализма на представяне, звуковите ефекти и възприятието им; използване на “трудни” теми като дрога, самоубийство, жестокост към деца, инцес (кръвосмешение); представяне на сексуални актове; представяне на деградирани жени; психологията на персонажите; характера на героите, техните действия, отношението им към жестокостта; участието на деца в сцени, съдържащи жестокост и насилие и т.н. Приложението на тези критерии трябва да става за всеки отделен епизод или серия. Разбира се, не е възможно да се изготви пълен списък на критериите.

Всеки оператор създава Комитет за класифициране на предаванията. Това би било прекрасна практика ако се проведе и в България. Той може да се състои от работещи в предприятието на оператора или от външни експерти, дори зрители. Единствен обаче отговорен за класифицирането на предаванията е операторът. Комитетът на М6 напр. се състои от майки между 25 и 40 годишна възраст и е към “Дирекция Програми”. Комитетът на FRANCE 2 се състои от представители на програмните дирекции – фантастика, младежка, документалистика и представители на дирекции правна, програмна и комуникации. **Сигнатурата на CANAL +** е уредена дори в Устава. За предавания от първа категория (за всички) пиктограмата стои поне 3 секунди преди разпространението. За категории две, три, четири и пет зрителят се предупреждава преди разпространението на предаването за неговата класификация чрез пиктограма и писмен анонс с 8 секундна продължителност. За предавания от категория 3 и 4 пиктограмата остава на екрана през цялото време на излъчването. Пиктограмата за трета категория предавания, представяни късно, вечер не е задължителна.

**Сигнатурата за младежта** е въведена по настояване на Висшия аудиовизуален съвет през 2000 г. , като през 2005 г. (на 07 юни) е приета препоръка в окончателен вид до доставчиците на телевизионни услуги относно сигнатурата за младежката аудитория и класификацията на програмите. Програми като Euronews, LCI с *информационен характер* или със *спортен тематичен* профил като Eurosport, Info Sporte и т.н. са освободени от използване на сигнатурата. *Детските канали*, които разпространяват изцяло детски програми (FOX KIDS) не могат да предлагат произведения освен от първа класификация. Затова и те са освободени от сигнализация чрез пиктограми, но все пак трябва да

предупреждават ако филмите за по-големи деца са непрепоръчителни за по-малките. Използването в *Музикалните канали* на пиктограми също не е много уместно, но се препоръчва клипове които може да навредят на младите да се представят след 22.00 часа. Ако се предлагат предавания в които клиповете са групирани по еротично съдържание или жестокост, трябва да има обозначения. Филмовите канали имат специфичен абонамент и възможност за родителски контрол – въвеждане на код от родителите.

**Приложението на сигнатурата за младежта** се следи изключително стриктно от Висшия аудиовизуален съвет във Франция. На края на всяка година се изготвя отчет по приложението ѝ. Сигнатурата трябва да се афишира долу на екрана в дясно.

### “Сигнатура за младежта”:

**Категория I** – допустимо за всякаква аудитория – няма знак или някои оператори използват зелена точка.



**Категория II** - не се препоръчва за деца под 10 г.



**Категория III** – не се препоръчва за деца под 12 г. и забрана относно кината за деца до 12 г. Характерно за тази категория е, че системно се повтарят психическо и физическо насилие и жестокост.



**Категория IV** – не се препоръчва за деца под 16 г. и забрана относно кината за деца под 16 г. Произведението съдържа еротика или голяма жестокост.



**Категория V** – не се препоръчва за лица под 18 г. и забрана относно кината за лица под 18 г. Тази пиктограма се използва при произведения със сцени с порнографско съдържание и много голям процент присъствие на жестокост и насилие, което може да доведе до накърняване на физическото, морално и психическо развитие на децата под 18 г.

Пиктограмата за категорията филм или предаване при представяне на рекламните съобщения за тях трябва да присъства през цялото време на рекламата. Въведени са и понятия за допълване на абстрактния характер на пиктограмите – “Желателен родителски контрол” и “Задължителен родителски контрол”.

### **Категория II:**

**1. пиктограма:** Ако предаването има продължителност по малка или равна на 30 минути, пиктограмата трябва да присъства поне 5 минути на екрана от началото на предаването или филма. При по-голяма продължителност от 30 минути и едно или няколко рекламни прекъсвания, пиктограмата трябва да присъства на екрана 5 минути от началото и една минута след всяко прекъсване за реклама. Ако предаването е по дълго от 30 минути и няма рекламни прекъсвания, пиктограмата присъства на екрана в два варианта (по избор) – 5 минути от началото и една секунда на минута след първите 15 минути или минимум 12 минути от началото.

**2. понятие:** Надписът “непрепоръчително за деца под 10 г.” трябва да се изписва в един от двата варианта (по избор) – долу на екрана, като бланк минимум 1 минута от началото или на пълен екран преди започване на предаването, минимум 12 секунди.

### **Категория III:**

**1. пиктограма:** тя стои през цялото време на екрана

**2. понятие:** “непрепоръчително за деца под 12 г.” стои на бланк минимум 1 минута от началото или на пълен екран 12 секунди преди представяне на предаването или филма.

### **Категория IV:**

**1. пиктограма:** тя стои през цялото време на екрана.

**2. понятие:** “непрепоръчително за деца под 16 г.” стои на бланк минимум 1 минута от началото или на пълен екран 12 секунди преди представяне на предаването или филма.

### **Категория V:**

**1. пиктограма:** тя стои през цялото време на екрана.

**2. понятие:** “непрепоръчително за лица под 18 г.” стои на бланк минимум 1 минута от началото или на пълен екран 12 секунди преди представяне на предаването или филма.

Контролът и санкционирането на произведение, разпространено по радиото или телевизията съставлява част от свободата на комуникация. Разбира се диалогът с операторите остава най-полезния и ефективен начин за унифициране на практиката. Принципът на защита на децата и младежта важи както за телевизията, така и за радиото.

Правилата за **часово разпределение в програмната схема** относно “сигнатурата за младежта” и програми, разпространявани в некодирани вид са прости и часово дефинирани. Предаванията **от втора категория** ( в които някои сцени **са** забранени за деца до 10 г. могат да се разпространяват през деня и са оставени да се програмират по преценка на доставчика, но не бива да са предназначени за програми, посветени само за децата. Тези от **трета категория** (в които има сцени, забранени за деца до 12 г. поради наличие на системно повтарящи се сцени на насилие в сценария) по платените канали не могат да се разпространяват в сряда преди 20.30, като по тези канали рекламите за тези програми не бива да се поместват до предавания за деца. Относно достъпните програми без родителски контрол, не могат да се разпространяват преди 22.00 часа и могат само по изключение след 20.30 но не и във вторник (в сряда във Франция децата не учат), петък и събота, както и през време на училищните ваканции и празници. Висшият аудиовизуален съвет препоръчва да не се разпространяват повече от 4 филма, забранени за деца до 12 г. преди 22.00 на година. Предавания от **категория четири** (съдържащи еротика или голяма жестокост, които рискуват да повлияят негативно на детската аудитория под 16 г.) не могат да се разпространяват преди 20.30 по тв програми с филмов профил и платени програми и по заявка и не могат да се представят по всички други достъпни свободно програми преди 22.30 часа. Рекламите за тях не могат да се излъчват преди 20.30 часа и в рекламните анонси не бива да се съдържат сцени, които могат да засегнат младежката чувствителност. Изборът на тези филми трябва да е съобразен с мотивите на Комисията по класификация преди предоставяне на виза от министъра на културата и възприемането ѝ от младежката аудитория. Съветът препоръчва информационните съобщения за дадено предаване в програмите да не се излъчват преди 20.30 ако съдържат насилие и еротика. По принцип некодирани програми не използват зелената точка, която обозначава предавания за предавания от категория едно (допустими за всякаква аудитория). Относно програми от категория 5 се прилага Препоръка 2004-7 от 15.12.2004 г., която ще бъде разгледана с темата относно порнографията.

В обобщение: Програми от V-та категория не могат да се разпространяват свободно. Относно специализираните програми в тази категория т.нар. „канал за възрастни”, достъпът за тях е заключен. Потребителят трябва да въведе четирицифрен код, за да получи достъп, които се генерира директно от декодера. Този тип програми и рекламите за тях не могат да се излъчват между 5 сутринта и 24 часа. За включването на такава програма в пакета на абоната трябва неговото изрично и информирано съгласие. Свободно приемане на тези програми няма. То е подчинено на принципа на т.нар „двойно резе” – от доставчика се предоставя код за приемане, който се въвежда от потребителя и съответно контрол чрез заключен достъп от родителя през телевизора. Тези програми не са забранени във Франция, но достъпа до тях е ограничен.

Има и забранени програми - Забраняват се програми, които засягат човешкото достойнство, които съдържат сексуални перверзии и екстремно насилие. Забранява се участие на малолетни и непълнолетни в сексуални сцени, сцени с насилие.

**ТРИ КАЗУСА ОТНОСНО ЗАЩИТАТА НА ДЕЦАТА:  
представяне на деца с болести с цел набиране на средства; рекламни SMS-и с цел да се надникне в бъдещето и използването на анимационни образи в търговските съобщения**

Три основни медийни практики все по-често достигат до телевизионната аудитория: представяне на деца с тежки болести с цел набиране на средства; рекламни SMS-и с цел да се надникне в бъдещето (възникване на нова любов или същество, което си бил в предишен живот) и използването на анимационни образи в рекламите. Тези практики съвсем не са безобидни от гледна точка на защитата на малолетните и непълнолетните.

1. Във връзка с все по-срещаната практика в медиите да се представят деца с тежки съдби, нуждаещи се от лечение и деца, живеещи в тежка семейна среда, с цел оказване на помощ и съдействие на тези деца, в много страни се стигна до извода, че такива репортажи могат да нанесат сериозни психологически травми на децата - зрители, както и на децата - участници. Затова Френският Висш аудиовизуален съвет изготви и прие документ, регулиращ подобни хипотези.:

**Делиберализация от 17.04.2007 г. на Френския Висш аудиовизуален съвет относно участието на деца в телевизионните предавания**

Френският Висш аудиовизуален съвет, съобразно разпоредбите на Френския закон от 1986 г. за радио- и телевизионната дейност има правомощието и едновременно с това задължението да следи за спазване на принципа за защита малолетните и непълнолетните при осъществяването на телевизионната дейност, в това число и когато те са не само зрители, но и преки участници в предаванията. Това важи особено когато децата имат отредена „роля” в телевизионни игри и реалити формати, документални филми, репортажи.

Препоръчително е участието на малолетни и непълнолетни в телевизионни предавания, да става само когато това участие е изключително необходимо. В тази връзка обаче, Съветът намира, че често пъти предаванията, в които се показват деца в лоша светлина и в беда, не могат да бъдат ясно дефинирани – развлекателен или информационен характер имат. Съгласието на родителите, което се изразява мълчаливо

чрез допускане на детското участие в предаването, не следва да освобождава телевизионните оператори от отговорност като излъчваща организация относно третирането и представянето на кадрите с децата.

Именно затова доставчиците на медийно съдържание следва да гарантират човешкото достойнство на детето и да опазят ненакърнена неговата чувствителност, като медицинските, юридическите и психологичските подробности, използвани, за да се опише и квалифицира трудното положение, в което се намира детето - участник (болест, насилие, семейни проблеми) не бива да способстват за идентификацията на личността на детето.

Съветът при съвместна работа с психиатри, педагози, юристи и защитни организации е направил мониторинг на голям брой предавания с участия на деца. Тяхното участие в аудиовизуални произведения и кинематографични творби се регулира от Френския кодекс на труда и според разпоредбите му се изискват предварителните съгласия на Инспекция по труда и родителите - сходна регулация като в България. Но за други участия в други телевизионни предавания няма законови разпоредби – напр. представя се 3 годишно дете с тежка форма на левкемия. Именно за това са необходими набор от мерки, които телевизионните оператори следва да въведат, за да се защити физическото, психическото и морално развитие на децата.

Всяко дете има право на изразяване и изказване на мнение. Трябва да се стимулират и окуражават телевизионни предавания, които дават думата на младите да защитят и изложат своите позиции и мнения.

Но въпреки това всяко участие на малолетен и непълнолетен в телевизионна емисия или предаване трябва да бъде предшествано задължително от получаване на родителско съгласие от двамата родители (не от единия), както и съгласието на детето. Родителите следва да бъдат уведомени за темата на предаването, заглавието му и съдържанието му в момента, в който се иска съгласието им. Освен това, родителите следва да бъдат писмено и ясно уведомени, че имат право на отказ от думите си, от казаното и изложеното.

За да не се засяга детската психика, телевизионните оператори следва да избягват всякаква драматизация и всички форми на усмиване при участието на малолетни и непълнолетни. Представянто на малолетните не трябва да вреди на тяхното бъдеще и перспективите им за личностно развитие.

Телевизионните оператори трябва да се въздържат от всякакви форми на опозоряване, когато участва в предаване малолетно или непълнолетно лице в трудна житейска ситуация, затова следва да се



използват технически методи за скриване на неговата идентификация – глас, лице, име, адрес.

Както практикуват повечето институции – болници, училища, предучилищни забавачници, които се занимават с деца, така следва и телевизионните оператори да изработят свои правила относно участието на деца в програмата. Тези принципи трябва много добре да отчитат чувствителността на децата. Също така те следва да сочат времето, подходящо за предавания с детски участия, мерките за защита на личността им и на идентификацията им, както и да се разпише необходимостта при телевизионно участие от медик – психолог. Същите правила всеки път следва да се представят на родителите при участие на детето им в телевизионната програма, които ще се подписват от тях.

2. Друга често срещана практика е ненавременното рекламиране на импулсни телефони за разговори с еротично съдържание, сайтове и други подобни продукти, предназначени за възрастни. Френският Висш аудиовизуален съвет прие следната препоръка:

**Препоръка от 04.07.2006 г. относно представянето от телевизионните оператори на кинематографични и аудиовизуални творби, видеоигри, телефонни услуги и интернет сайтове, забранени за деца**

При рекламиране или представяне на анонси или откъси от кинематографични или аудиовизуални творби или видеоигри, които са обект на сигнализация по отношение на годините, следва тази сигнализация за творбата и забраната за аудитория под определената възраст да бъде представена и на публиката – ясно и точно. Изборът на кадри следва да е съобразен с контекста на програмата, часовия пояс на разпространение, присъствието на млада публика пред екрана.

Анонси или откъси от кинематографични или аудиовизуални творби или видеоигри, забранени или непрепоръчителни до 12 години, не могат да се представят по време на детски предавания, както и 10 минути преди и след подобни предавания.

Разпространението на анонси или откъси от кинематографични или аудиовизуални творби или видеоигри, забранени или непрепоръчителни до 16 години не могат да се представят по време на детски предавания, както и 10 минути преди и след подобни предавания. Преди 22 часа следва да се отчита присъствието на детска публика и подбраните откъси не могат да навеждат на мисълта за насилие и прекалена сексуалност.

Разпространението на анонси или откъси от кинематографични или аудиовизуални творби или видеоигри, забранени или непрепоръчителни

до 18 години, не могат да съдържат жестокост и порнографски кадри. Те не могат да се представят извън програмите от пета категория т.е. програмите, предназначени само за възрастна аудитория и без свободен достъп. Рекламните съобщения и спонсорските заставки за телефонни услуги и сайтове по Интернет, предназначени за възрастни, не се разпространяват преди полунощ и могат да достигат до аудитория само до 5 часа сутринта.

### **Относно рекламните съобщения и спонсорството:**

Телевизионните оператори в своите рекламни блокове, самопромоции, спонсорски заставки и телепазара, следва да не представят сцени с насилие. Рекламата на продукт с ограничение по отношение на възрастта винаги трябва да съдържа това ограничение, като то се посочва ясно и точно.

3. С цел създаване на рамки и определяне правила във връзка с разпространението на анимации и разграничението им от продукти и услуги, използващи образа на тези анимации, което би могло да доведе до объркване съзнанието на младата публика и зрители, поради това, че те могат да не разграничат ясно реклама от анимационен филм, Френският Висш аудиовизуален съвет приема настоящата препоръка:

### **Препоръка от 07.06.2006 г. относно телевизионните оператори във връзка с практика за рекламиране чрез анимационни филми и герои**

#### **1. Първата хипотеза е когато анимацията е способствала да се създадат продуктите и услугите, като нейни деривати:**

Става дума за анимации с огромен успех като напр. Покемоните, Костенурките Нинджа и др., чиито персонажи са използвани, за да се създадат продукции, насочени към младата публика – училищни материали, видеодискове, играчки, игри и т.н.

За да се избегне всякакъв риск детското съзнание да се въведе в заблуждение относно съдържание на рисуваното аудиовизуално произведение и рекламното послание, рекламираните деривативни продукти трябва ясно и хронологично да бъдат отделени от произведението.

Освен това, анимацията не може да бъде прекъсвана, както предшествана и следвана от рекламни съобщения, съдържащи продукти и услуги, използващи образа на своите анимационни герои-първообрази. Тези рекламни съобщения не могат да бъдат помествани в рекламните

блокове преди и след анимационния филм като първа реклама след края му или последна преди началото му.

## **2. Втората хипотеза е създаване на анимации от съществуващи персонажи , свързвани с определени стоки и услуги:**

Става дума за промоциране на анимации заедно с търговското предлагане на стоки и услуги, като персонажите се взимат напр. направо от играчки (кукли Барби напр.и др.)

Френският закон за радио- и телевизионната дейност (както и в България), забранява скритата реклама – вербално или визуално представяне на стоки и услуги, имена, марки или дейност на производител на стоки и доставчик на услуги в програмите, когато тази презентация е направена с рекламна цел.

Освен това Съветът счита, че следва да се спазват и следните правила:

- Ако анимационният филм третира, създадени стоки и услуги и персонажи преди неговото възникване, неговата промоция не може да бъде в периода на комерсиализация и рекламна кампания на този продукт на територията на цялата държава;
- Ако анимационния филм е вече разпространен, не може да бъде прекъсван, както не може да бъде предшестван или следван от рекламно съобщение за стоките и услугите, използващи образа на героите. Период от поне 45 минути трябва да измине между разпространението на рекламното съобщение от една страна и началото, съответно края на анимацията.

3.И в България станаха изключително модерни рекламите на кратки номера, при които може да се изпрати **SMS** на кратък номер, за да се направи справка какъв си бил в предишен живот, каква ще е съдбата ти, ще срещнеш ли любовта и в чие лице и пр. Всички тези послания биха могли да допринесат за накърняване на детската психика. Получаването на нежелан отговор от дете може да предизвика проблеми в съзнанието му. Освен това се използва наивността му с цел печалба. За да се спре подобна практика, Френският Висш аудиовизуален съвет прие препоръка с мерки по казуса:

**Препоръка от 07.06.2006 г. относно рекламните съобщения във връзка с услугите SMS, които биха могли да използват липсата на опит у децата**

Френският Висш аудиовизуален съвет внимателно извършва наблюдение на рекламните блокове на телевизионните оператори и по-специално, възможността да се изпрати **SMS** на кратък номер, за да се разбере обичат ли се две лица, възможността да се предскаже бъдещето, какъв е бил човека в предишен живот и пр.

Тези съобщения изискват зрителят, който често пъти е млад, да набере номер от мобилен телефон, като в последствие получава отговор по избраната тема. Следва да е ясно, че рекламата не може да вреди морално и психически на малолетните и непълнолетните. Затова тя не трябва да бъде насочена директно към децата за закупуване на стока или услуги, като използва доверчивостта им и липсата на опит.

Освен това младата аудитория не бива да бъде излагана на такива рекламни съобщения, при които цената на импулса е увеличена, защото децата нямат нужния опит, за да преценят стойността на тези услуги.

С оглед на изложеното, **Френският Висш аудиовизуален съвет** счита, че такива съобщения с такъв характер не бива да бъдат излъчвани от телевизионните оператори.

Подбрал, превел, обобщил:

Антоанета Лозенска-Тодорова, юрист