

**Национален съвет за саморегулация  
Етична комисия**

---

**РЕШЕНИЕ**

**№ 23 на ЕК от 3.12.2010 (Жалба относно АнтиСПИН кампанията  
„Презерватирай се” на Министерство на здравеопазването и Програма за  
превенция и контрол на ХИВ/СПИН към МЗ)  
София, 3.12. 2010 година**

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 5 август две хиляди и десета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Василиса Младенова  
Виолета Манолова  
Емилия Клайн  
Жанет Захариева  
Маргарита Чутуркова  
Мелания Рашева  
Нина Владимирова  
Павел Иванова  
Румяна Карлова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по Жалба № 70 от 1.12.2010 г. от Д.И. и Жалба № 71 от 1.12.2010 г. от Националния съвет за саморегулация относно АнтиСпин кампанията „Презерватирай се” на Министерство на здравеопазването и Програма за превенция и контрол на ХИВ/СПИН към МЗ.

**Жалба**

На 1 декември в НСС постъпва и жалба от Д. И., регистрирана под № 70, относно АнтиСПИН кампанията „Презерватирай се” на Министерство на здравеопазването и Програма за превенция и контрол на ХИВ/СПИН към МЗ. В изложението си жалбоподателят казва, че е възмутен от езика на АнтиСПИН кампанията по повод деня на борбата със СПИН и счита, че е премината границата на благоприличие, още повече като се отчете и фактът, че рекламата достига и до деца.

Като доказателство жалбоподателят е представил уебадрес на клипа и не се е позовал на текстове от Етичния кодекс. Жалбата може да бъде отнесена към следните текстове:

Чл.2. Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура.

Чл.4.9.Търговската комуникация не трябва да показва прекалена еротика и да промотира прекалена податливост на сексуалността чрез изобразяване на насърчаване и готовност за секс, разголване на човешкото тяло по неподходящ начин и не трябва да представя продукта като средство за отстраняване на сексуални бариери. Човешкото тяло може да се показва само при зачитане на правата на личността и човешкото достойнство.

Чл.17.5. Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.

На 1 декември 2010 г. в НСС постъпва жалба от името на НСС с вносител Гриша Камбуров, председател на Етичната комисия, регистрирана под номер 71, относно видеоклип, свързан с АнтиСПИН кампания по повод 1 декември, световен ден за борба срещу СПИН, и разпространяван в Интернет. В жалбата се казва, че Министерство на здравеопазването стартира традиционната вече национална АНТИСПИН кампания с доста пошъл рекламен видеоклип. Мотото на кампанията е „Презерватирай се” с основна цел превенция и подобряване на качеството на живот на хората с ХИВ. В кратко 30-секундно видео анимиран "вирус" обяснява на непросветените, че "влиза през парадния ни вход, през задния ни двор или евентуално през свирката". Клипът е насочен предимно към младите хора и цели да популяризира безрисковото сексуално поведение, употребата на презервативи, както и толерантното отношение към хората, живеещи с ХИВ/СПИН. За съжаление използването на вулгарен и неблагоприличен език не допринася за реализирането на иначе благородната цел, неподходящ е за деца, вреди на психическото, моралното и физическото здраве на децата и подрастващите и е в разрез с общоприетите морални норми в българското общество. Рекламата е определена като неподходяща за деца.

Като доказателство жалбоподателят е представил видеоклипа и се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс:

Чл.2. Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура.

Чл.4.9.Търговската комуникация не трябва да показва прекалена еротика и да промотира прекалена податливост на сексуалността чрез изобразяване на насърчаване и готовност за секс, разголване на човешкото тяло по неподходящ начин и не трябва да представя продукта като средство за отстраняване на сексуални бариери. Човешкото тяло може да се показва само при зачитане на правата на личността и човешкото достойнство.

Чл.17.5. Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.

## **Процедура**

Жалбата, подадена от Д.И., и жалбата, подадена от Национален съвет за саморегулация относно кампанията „Презерватирай се” на Министерство на здравеопазването и Програма за превенция и контрол на ХИВ/СПИН към МЗ са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 1.12.2010 г. е открита процедура за разглеждане на жалбите, регистрирана под № 45. На същата дата е поискано становище от ответната страна, Министерство на здравеопазването и Програма за превенция и контрол на ХИВ/СПИН към Министерство на здравеопазването. Становище не е представено.

### **Решение**

Етичната комисия намира жалбата на Д.И. и жалбата на Национален съвет за саморегулация относно АнтиСПИН кампанията „Презерватирай се” на Министерство на здравеопазването и Програма за превенция и контрол на ХИВ/СПИН към МЗ за основателни по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

### **Мотиви**

Етичната комисия счита, че има нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. Нарушени са Чл.1.1. „Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото”.

Чл.1.5. „Никоя комуникация не трябва да нарушава общественото доверие в рекламата и маркетинга.”

Чл.2. „Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура”.

Клипът с мото "Презерватирай си" е насочен приоритетно към младите хора и целта му е да популяризира безрисковото сексуално поведение, употребата на презервативи, както и толерантното отношение към хората, живеещи с ХИВ/СПИН. За съжаление използването на неподходяща лексика и жаргонен език са недопустими за кампания, чиято тема са животът, смъртта, щастието и нещастieto на много хора. Липсата на каквито и да е информационни, естетически и професионални качества подкопава доверието в добрата кауза и в рекламните агенции. Избраният подход преминава границата на благоприличието и не отчита факта, че достига и до деца. Посланията в рекламния видеоклип са цинични и отблъскващи. Използването на жаргон, освен че нарушава добрите нрави, накърнява човешкото достойнство, но и принизява аудиторията, за която е предназначено посланието. Фактът, че дадена търговска комуникация може да е приемлива за отделни хора, сам по себе си не е достатъчно основание за буквалната образност в клипа, която отправя послание, звучащо не като предупреждение, опит

за убеждение или просветляване, а като оскърбление към чувствата, ума, вкуса и приличието дори на най-уморения от бездруго агресивната среда гражданин. Клипът унищожи собствения си предмет и обезмисли неговата иначе благородна цел. В обществото се заговори не за СПИН и предпазването от болестта, а за безотговорното отношение на възложителите и на изпълнителите на клипа, позволили си по скандален и уж провокативен начин да привлекат вниманието към този тежък проблем.

Съгласно чл.17.4. от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България решението с мотивите следва да се изпрати на заинтересованите страни.

Срокът за изпълнение на решението на Етичната комисия е 5 работни дни от датата на получаване на решението, освен ако в самото решение не е постановено друго. В посочения срок в Националния съвет за саморегулация следва да се представят доказателства за изпълнение на решението на Етичната комисия.

Етичната комисия препоръчва на Министерството на здравеопазването и на Програма за превенция и контрол на ХИВ/СПИН търговската комуникация да бъде приведена в съответствие с нормите на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България в определения срок, а при невъзможност за това, да спрат излъчването ѝ. Ако препоръката не бъде изпълнена, Националният съвет за саморегулация ще се възползва от правомощията, които Законът за радио и телевизия му е определил.

Решението да се изпрати за сведение на Комисията за пост-мониторинг.

Решението подлежи на обжалване при реда и условията на чл.18.1 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

**ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:**



**(Гриша Камбуров)**

