

## ДОКЛАД

### **относно извършено наблюдение върху търговски съобщения с участие на деца или насочени към деца и търговски съобщения в рамките на програми, предназначени за детска аудитория, проведено през м. октомври 2012 г.**

Съгласно чл. 33 от Закона за радиото и телевизията, Съветът за електронни медии осъществява надзор върху дейността на доставчиците на медийни услуги за спазване на изискванията относно търговските съобщения и предаванията, насочени към деца.

Проведеното наблюдение имаше за цел да установи доколко се спазват правата и интересите на децата в програмите на доставчиците на медийни услуги и как тяхното участие в предавания и търговски съобщения проектира върху физическото, психическото, нравственото и умственото им развитие.

В периода на наблюдението бе констатирана изразена тенденция детето да се явява предпочитан персонаж в търговските съобщения, независимо от естеството и предназначението на рекламирания продукт или услуга, без непременно търговското съобщение да е насочено към детската аудитория. Често пъти детето е главен герой, който носи рекламното послание – нпр. практика, застъпена в рекламите на банковите и финансовите услуги. Детският образ и присъствието му в сюжетите и посланията на търговските съобщения създава положителни внушения за просперитет, светло бъдеще, приятна и комфортна атмосфера. Често пъти детето се явява статист, ангажиран в рекламирания продукт или услуга, като в не малко случаи присъства без пряко отношение към рекламното послание.

Данните от наблюдението показват, че все още не се реализира пълноценно разпоредбата на чл. 76, ал.1. Нейното значение за здравето на българското дете, проектиращо в изисквания към търговските съобщения за храни и напитки, съдържащи хранителни съставки и вещества с хранителен или физиологичен ефект, по-специално съдържащи мазнини, трансмастни киселини, сол/натрий и захар, чийто прекомерен прием в хранителния режим не е препоръчителен, мотивираха СЕМ да инициира Кръгла маса във връзка с тази констатация. Регулаторът счита, че обсъждането на тематиката за защита на децата от неблагоприятно съдържание, с акцент върху представянето на вредни храни и напитки, освен, че ще отговори на обществения интерес за закрила на децата, ще допринесе и за насочване на общественото внимание към здравето на малките потребители на стоки и услуги. Кръглата маса следва да се превърне в широк форум с представители на доставчици на медийни услуги и техни организации, Българската агенция за безопасност на храните, Министерството на здравеопазването - Дирекция “Обществено здраве”, Комисия за защита на потребителите, Националният съвет за саморегулация, фондация “Национален съвет за журналистическа етика”, Комисията за етика в електронните медии и всички заинтересовани лица.

Като част от правомощията на СЕМ да съблюдава и гарантира интересите на потребителите, особено що се отнася до децата, обект на наблюдението бяха и търговските съобщения, включени в телевизионни програми, предназначени за детска аудитория, както и специализираните програми, създавани извън юрисдикцията на РБългария. Целта на този аспект на надзора бе да се установи търговски съобщения на какви продукти и услуги достигат до детската аудитория. Съветът със задоволство констатира, че при извършения фокусиран

мониторинг върху рекламите, предоставяни в тези програми, няма установени нарушения на разпоредбите на ЗРТ.

Наблюдението отчете непълно припокриване на разпоредбите на ЗРТ и на Критериите, разработени в съответствие с чл. 32, ал.5 на ЗРТ, относно участието на деца в търговски съобщения. Член 17 и 17а използват единствено понятието „предавания”, които формално и по същество, не са търговски съобщения. В този смисъл, Съветът намира за удачно в рамките на съвместната регулация на процеса за защита на децата да препрати своите констатации относно участието на деца, в реклами за банкови продукти и услуги до Националния съвет за саморегулация с оглед предвидената "специална отговорност" към децата в Етичния кодекс на българските медии.

Данните от наблюдението са основание за извода, че вече съществуват работещи механизми за ефективна координация и взаимодействие между специализирания орган за закрила на детето, независимия медиен регулатор и доставчиците на медийни услуги. Законовите разпоредби относно децата и самосезирането на Съвета по извършване на наблюдение относно тяхното реално прилагане в дейността на доставчиците са в защита на значим обществен интерес, кореспондират с измеренията на степента на обществена опасност и дългосрочния неблагоприятен ефект от нарушения, свързани с произволна и незаконна намеса в личния живот на децата. Съветът намира, че по своя характер неговите действия представляват необходими превантивни и последващи мерки за постигане на по-висока защита на правата на децата и техните интереси.

В тази връзка, приетите Критерии - в съответствие с изискването на чл. 32, ал.5 и сключеното на 24.10.2012 г. Споразумение между СЕМ, ДАЗД и доставчиците на медийни услуги, съгласно чл. 32, ал.6 от ЗРТ, са важна и стабилна база за последващи действия в подкрепа на висока обществена отговорност и работещ механизъм на саморегулация в сферата на медийните услуги, както и предпоставка за координирани действия между двете компетентни институции. Независимо, че в Етичния кодекс на българските медии е включена "специална отговорност" към децата, предвидените правомощия на СЕМ и ДАЗД са допълнителни гаранции за постигането на положителни устойчиви резултати. Участието на Съвета в този процес чрез разработената система от критерии и въвеждането им в практиката е положителна предпоставка за превенция с цел осигуряването на ефективност и взаимна обвързаност в прилагането на правни норми (чл. 17, ал. 2, чл. 17а, чл. 32, ал. 5 и ал. 6, чл. 75, ал.9, чл.76, ал.1 и чл. 86, ал.3 от ЗРТ). Те са и допълнителна гаранция за постигане на консенсус при гарантирането на "най-добрия интерес на детето", спазването правата на децата и ограничаването на възможни неблагоприятни въздействия върху тяхното физическо, психическо, нравствено и интелектуално развитие.

Воден от идеята, че трябва да гарантира спазване на правата и интересите на децата като най-уязвима част на обществото, чрез своите последователни действия, Съветът се надява да осигури превенция от възможното неблагоприятно въздействие на медийната среда върху тази аудитория - не само в качеството им на потребители на медийни услуги, но и като участници в медийно съдържание.