



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 271 на ЕК от 26.07.2018 г. (Жалба относно телевизионна реклама „25 години ЕВРОФУТБОЛ“)

София, 26 юли 2018 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 26.07.2018 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Анна Горанова
Василиса Иванова
Виолета Манолова
Ева Петрова
Екатерина Димитрова
Елена Караколева
Жени Павлова
Калина Жулева
Красимир Папазов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12682 от 10.07.2018 г. относно телевизионна реклама „25 години ЕВРОФУТБОЛ“.

Жалба

На 10.07.2018 г. в Националния съвет за саморегулация искане от Съвета за електронни медии с молба за становище относно телевизионна реклама „25 години ЕВРОФУТБОЛ“. Жалбоподателят сигнализира за нарушение по т. 4,1 и 4,2 от Етичния кодекс, а именно, че се нарушава и уронва престижа на религиите в България чрез показване на възрастен човек имитиращ Господ, които се радва на футболни успехи.

На основание чл.12.4 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Председателят на Етичната комисия (ЕК) е определил за докладчик по преписката Екатерина Димитрова.

Процедура

Жалбата е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 10.07.2018 г. е открита процедура, регистрирана под № 311. На 10.07.2018 г. е поискано становище от ответната страна – „Еврофутбол“ ООД, постъпва в НСС на 12.7.2018 г..

Становище на ответната страна

Становището е подписано от управителите на „Еврофутбол“ ООД Руди Вачкова и Н.Арсенопулос. В него са заявява, че в рекламния клип не участват лица под 18-годишна възраст, не е насочен към тази аудитория и е ясно обозначена като допустима за лица над 18 г. Преди излъчването в ефир рекламата е съгласувана с Националния съвет за саморегулация и не е открито нарушение на Етичния кодекс.

Целта на рекламата е да мизуализира ползата от спорта като колективно занимание и като средство за психическо и физическо здраве.

Конкретният фрагмент от рекламата представлява пресъздаване на един от най-епичните моменти и успехи на българския национален отбор по футбол, а именно вкараният гол в последните минути на мача България – Франция, с който България се класира за участие в световното първенство в САЩ през 1994 г. Точно тогава коментаторът на мача произнася фразата „Господ е българин“, която се превърна в култова за цяло поколение и стана символ на българския успех. Визуалното пресъздаване на фразата по никакъв начин не съдържа каквито и да е религиозни или дискриминационни послания, а по-скоро връща приятния спомен от най-големите футболни успехи на България.

Според ответната страна в рекламата са спазени всички изисквания на българското законодателство и на Етичния кодекс и в този смисъл жалбата е неоснователна и следва да бъде оставена без уважение.

Решение

Етичната комисия намира жалбата за **неоснователна** по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Според жалбоподателя рекламният клип е в нарушение на следните текстове от Етичния кодекс:

4.1. Търговската комуникация трябва да уважава всички аспекти на човешкото достойнство.

4.2. Търговската комуникация не трябва да съдържа, подбужда или толерира никаква форма на обида или дискриминация, включително такава на базата на раса, национална принадлежност, религия, социална или политическа принадлежност, пол, възраст, увреждания или сексуална ориентация, без изброяването да е изчерпателно.

Клипът представя футболен мач, показан чрез различни герои и персонажи. Започва с перефразиране на емблематичната реплика „Да бъда или да не бъда“, звучаща „да отбележа или да не отбележа“. Изрича я мъж, облечен според модата на 18 век и изиграващ я като Хамлет от едноименната пиеса на Шекспир, докато държи футболна топка и се прицелва за гол. Клипът продължава с гласа на коментатора Николай Колев- Мичмана с емблематичните реплики „Каква поредна футболна драма“.

Във вторият кадър се вижда мъж в бял костюм, седнал на пейка, който се изправя и е изцапан от неизсъхналата боя под формата на ленти /като спортен екип/.

Клипът продължава със строителни работници, които преместват една каменна стена, докато техният „бригадир“ се прицелва за удар, а ВО продължава с футболните коментари.

Следващият кадър е поводът за жалбата и той показва как камерата се „вдига над облаците“, където Господ, който гледа мача по ТВ скача и вика от радост заради реализирания гол.

След това се вижда Сизиф, който с двама помагачи, носи големият камък. И те се радват на невероятния гол. Камерата се изтегля и този „запечатан“ момент от митологията се превръща в картина, окачена на стена.

Клипът завършва с пакшот със супер „25 години ЕВРОФУТБОЛ“ и ВО на техният слоган „ЕВРОФУТБОЛ, повече от игра!“

След запознаване с жалбата и аргументите на ответника, както и всички факти около момента в клипа, който е предизвикал недоволството на жалбоподателя, Етичната комисия счита, че не може да се разглежда репликата „Господ е българин“, отделена от визуалното показване на „Господ“ Като се има предвид, че това е реплика, с която се асоциира един от най- големите ни футболни успехи и е станала емблематична и популярна /влязла е в ежедневната лексика/, не може да се твърди, че тя уронва престижа на християнската или която и да е религия. В този контекст, свързвайки визуалното пресъздаване на репликата, не може да се твърди, че представянето на „Господ“ подбужда или толерира каквато и да е форма на религиозна обида или дискриминация, както и не уронва, който и да е аспект от човешкото достойнство.

Не на последно място, дружеството е поискало от Националния съвет за саморегулация предварителен преглед на рекламния клип преди неговото излъчване и съветът не е намерил нищо осъдително в неговото аудио-визуално съдържание:

При преценката си за липса на нарушение на Етичния кодекс Етичната комисия се е основавала на чл.4.10 „Фактът, че дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, по принцип не е достатъчна причина за отказ въобще от търговска комуникация за дадения продукт“.

Етичната комисия отправя принципна препоръка към всички рекламодатели и рекламни агенции да се възползват активно от възможността за *Copy Advice*, доколкото основната цел на НСС не е санкционна, а превантивна и е насочена не само към своевременно и ефективно отстраняване от пазара на всякакви форми на нарушения, но и към недопускане на такива.

Съгласно чл.17.5. 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.

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:

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping letters and lines, positioned below the text of the chairperson.

(п) Румяна Карлова

ПРИЛОЖЕНИЕ:

<https://youtu.be/YAhXZTByIVQ>