



НАЦИОНАЛНА МРЕЖА ЗА ДЕЦАТА

ДО

КОМИСИЯТА ЗА МЕДИИ И КУЛТУРА КЪМ НАРОДНОТО
СЪБРАНИЕ

ДЪРЖАВНАТА АГЕНЦИЯ ЗА ЗАКРИЛА НА ДЕТЕТО

ДЪРЖАВНА КОМИСИЯ ПО ХАЗАРТА

МИНИСТЕРСТВО НА ФИНАНСИТЕ

МИНИСТЕРСТВОТО НА МЛАДЕЖТА И СПОРТА

СЪВЕТА ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

БЪЛГАРСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ ПО ХУДОЖЕСТВЕНА
ГИМНАСТИКА

Отворен сигнал

за създаване на риск от насърчаване на деца и млади хора към хазартни игри от рекламен клип „Билет Шоколад от Национална лотария – 7777.bg”

Уважаеми госпожи и господи,

От няколко седмици в българските телевизии се излъчва рекламен клип с участието на деца и млади хора, които са определяни като гордост на нацията, които създават асоциации между своя пример и покупката на лотарийни билети. Ние от Национална мрежа за децата, като обединение на 150 организации в България считаме това за грубо нарушение на етичните и законови норми, които защитават децата и младите хора от заплахи за тяхното развитие и злоупотреба.

На първо място, по отношение на етичните норми, бихме искали всички да си дадем равносметка какво е отправеното послание към младите хора и към децата. Клипът откровено насърчава деца и млади хора да играят хазартни игри, търкайки билети с примамливото заглавие „Шоколад“ използвайки влиянието на примера на момичетата от Националния отбор по художествена гимнастика. Дори и да приемем, че всички участници в клипа фактически имат навършени 18 години, то впечатлението, което се създава, е за участието на деца и млади хора, които са възприемани за пример от други деца, които ги гледат. От друга страна, именно



НАЦИОНАЛНА МРЕЖА ЗА ДЕЦАТА

тези млади хора, които полагат неимоверни усилия в спортната зала и в училище, са подтикнати да участват в реклама с цел печалба от хазарт, която е недостойна и неуважителна към техния труд и усилия. Подчертаваме, че в Националните етични правила за реклама и търговска комуникация (Етичен кодекс), приети от Националния съвет за саморегулация, общовалиден за всички участници в рекламната индустрия, включително рекламоделите и медиите, ясно се посочва, че търговската комуникация на хазартните игри:

- Няма да подбужда непълнолетните да участват в хазартни игри или да показва непълнолетни лица да участват в хазартни игри. Няма да се използват образи или твърдения, които са привлекателни за децата.
- Няма да се показват в медии, чието съдържание е преобладаващо адресирано към деца.
- Няма да се показват върху спортни екипи на младежки състави или в рекламни или спонсорски кампании, които са директно насочени към деца.
- Няма да използват в рекламата и търговската комуникация деца или лица, които изглеждат непълнолетни.

От гледна точка на закона, тази реклама е в разрез с поне четири законови и подзаконови нормативни акта. На първо място, чл. 75 от **Закона за електронните медии**, категорично посочва, че търговските съобщения не трябва да създават опасност за физическа или морална вреда на децата; да убеждават пряко децата да закупят или да вземат под наем продукт или услуга, използвайки тяхната неопитност или доверчивост; да насърчават децата пряко да убедят родителите си или други лица да закупят рекламираните стоки или услуги; да злоупотребяват със специалното доверие, което децата имат в своите родители, учители или други лица. Също така, **Критериите за оценка на съдържание, което е неблагоприятно или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата** изрично посочват недопустимост на участието на дете в реклама на хазартни игри или представянето на хазартни игри по начин, подвеждащ детската аудитория. Рекламата противоречи на чл. 10 от **Закона за хазарта**, където се посочва: *„Забранява се пряката реклама на хазартни игри, включително рекламата на такива игри, насочена към малолетни и непълнолетни лица, както и изпращането на непотърсени електронни съобщения на неограничен брой лица, в които се съдържа информация за хазартна игра.“* Също така, чл. 8, ал. 9 от **Закона за закрила на детето** изрично е посочва, че *„Родителите, настойниците, попечителите или другите лица, които полагат грижи за дете, са длъжни да не допускат участието на деца в предавания по смисъла на Закона за радиото и телевизията, които са неблагоприятни или създават опасност от увреждане на тяхното физическо, психическо, нравствено и/или социално развитие.“*

Не на последно място, участието на Националния отбор по художествена гимнастика в рекламен клип, който цели придобиването на печалба от собствениците на частно хазартно дружество „Национална лотария“ поставя сериозни въпроси и от гледна точка на публичния



НАЦИОНАЛНА МРЕЖА ЗА ДЕЦАТА

образ на отбора и Българската федерация по художествена гимнастика, която декларира като своя цел развитието на художествената гимнастика, запазването на нейния национален престиж и увеличаване на социалната значимост на този спорт. БФХГ е организацията с четвъртия по големина бюджет, получаван от Министерството на младежта и спорта. От тази гледна точка, считаме за недопустимо използването на името, имиджа и лицата на федерацията с цел насърчване на деца и млади хора за участие в хазартни игри с крайна цел – финансова печалба от частни лица.

Уважаеми госпожи и господи,

В този контекст, настояваме Националният съвет по саморегулация да излезе със становище по случая, както и призоваваме Съвета за електронни медии да съдейства за спиране на излъчването на търговското съобщение.

Настояваме Министерството на младежта и спорта да излезе с категорична позиция по отношение на настоящата реклама в контекста на **Закона за младежта**, където в член 2 от закона се посочва, че „Държавната политика за младежта е целенасочена и последователна дейност на държавата, общините, младежките организации и обществото, която има за цел създаване на благоприятни условия за пълноценно личностно развитие на младежите и участието им в обществения и икономическия живот“. Бихме се радвали в позицията да намерим и отговор на въпроса как конкретно държавната политика към младежта, като целенасочена и последователна дейност създава благоприятни условия за пълноценно личностно развитие на младежите в България в контекста на излъчваната реклама.

Настояваме Държавната агенция за закрила на детето да използва своите правомощия и да установи възрастта на участниците в търговското съобщение, както и да провери дали са изпълнени разпоредбите на Закона за закрила на детето.

Призоваваме Народните представители от Комисията за медии и култура да инициират дебат и последващи промени в Закона за хазарта, които драстично да ограничат вредното влияние на децата и младите хора. Разчитаме основният регулатор на хазарта в България в лицето на Министъра на финансите да заеме позиция по поставената тема.

Уважаема госпожо Раева,

В качеството Ви на председател на Българската федерация по художествена гимнастика бихме искали да Ви попитаме кое Ви накара да се съгласите за включване на гимнастичките от Националния отбор по художествена гимнастика в рекламен клип, който насърчава опити за лесна печалба и хазартна пристрастеност на деца и млади хора? Вие сте единственият носител на права що се отнася до реклама на художествена гимнастика – насърчването към хазартни игри ли е асоциацията, която бихте искали да има с този спорт? Вашият Устав предвижда изключване на членове на БФХГ при грубо уронване на престижа и авторитета на Федерацията. Какво се предвижда при подобни действия от страна на Председателя на Управителния съвет?



НАЦИОНАЛНА МРЕЖА ЗА ДЕЦАТА

Силно се надяваме съвместните усилия на държавните институции и гражданското общество да доведат до едно ясно поставяне на границата на недопустимото по отношение на насърчаването на деца за участие в хазартни игри. Вярваме, че наличието на законови и етични норми е смислено само ако те се прилагат на практика и не позволяват ситуации, в които печалбата на частни лица стои над рисковете за развитието на децата и младите хора у нас.

Национална мрежа за децата