

СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

ПРОТОКОЛ

№ 51

от редовно заседание, състояло се на 03.12. 2013 г.

ПРИСЪСТВАЛИ: Анна Хаджиева, Анюта Асенова, Георги Лозанов – председател, Иво Атанасов, Мария Стоянова

Начало на заседанието 11:00 часа, водено от Георги Лозанов – председател, старши специалист – Магдалена Сергиева

ДНЕВЕН РЕД:

1. Среща с представители на Изпълнителната агенция по лекарствата.
2. Доклади на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» относно:
а) изпълнението на разпоредбите на чл. 13, 16 и 17 от Директивата за аудио-визуални медийни услуги и чл. 19 (2-4) и 19а на Закона за радиото и телевизията (ЗРТ) – европейски произведения в програмите на доставчиците на линейни и нелинейни медийни услуги;

б) списък на събития на изкуството, културата и спорта с общонационално и международно значение през 2014 г., утвърден от Управителния съвет на Българската национална телевизия (БНТ), по смисъла на чл. 90, ал. 4 на ЗРТ;

в) характера на услугата, включваща съобщения и информация за продукти и промоции, видеоклипове и др., разпространявана в търговски обекти;

г) административно-наказателни производства АУАН № № НД-01-112, НД-01-119, НД-01-120 и НД-01-122/2013 г.

Вносител: Ант. Лозенска.

Докладват: М. Матева, Ст. Белов, Ем. Станева, Д. Кирковска, Д. Петрова.

3. Доклад на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» във връзка със заявление от БНТ за заличаване на регистрация за създаване на тв програма «БНТ 2».

Вносител: Ант. Лозенска.

Докладва: Ем. Станева.

4. Писмо от Общото събрание на пълномощниците в БНТ.

5. Процедура за определяне председател и състав на Експертна комисия за провеждане на конкурс, обявен с Решение на СЕМ №: 134/04.06.2012 г.

6. Доклади на Дирекция «Обща администрация» относно осигуряване информационно-технологично обслужване, технически средства и услуги от външни организации и фирми, необходими за дейността на СЕМ:

а) проекто-документация за обявяване на обществена поръчка по Глава осма “а” от Закона за обществените поръчки;

б) доклад на комисията, назначена със заповед № РД-13-68 от 25.11.2013 г. на председателя на СЕМ.

Разни.

ПО ТОЧКА ПЪРВА: Среща с представители на Изпълнителната агенция по лекарствата (ИАЛ).

Присъстват от ИАЛ: доц. Кирил Ненов – изпълнителен директор, Златина Георгиева – заместник директор, Светлин Спиrow – юрист.

Михти Меликов – Изпълнителен директор на АБРО

Георги Лозанов: Добър ден! Срещата е във връзка с наша покана и конкретна тема, а именно рекламите на ваксини, които породиха много сериозен обществена реакция, заради това, че звучат заблуждаващо. Ние действаме с Вас в т.нар. обвързана компетентност по редица възникващи проблеми. Този казус е важен, тъй като показва къде всъщност е центърът на проблемите, които в обвързана компетентност трябва да решаваме. Ние както в случая се изправяме пред реклама, по отношение на която има претенции, рекламираното лекарствено средство няма ефективност, която му се приписва. Ние не сме компетентни и за това стоим в една несигурна институционална позиция. Аз си давам сметка, че да се произнесе категорична оценка доколко едно лекарство отговаря наистина на качествата, които се рекламират, също вероятно е трудно. Същото е и с ваксините, на пръв поглед няма сериозен проблем, но след това възникват много реакции на граждани, които се чувстват подведени. Ще дам думата на г-жа Лозенска да представи нашата позиция и решенията на НСС, за които сме уведомявани относно тази реклама и които са стигнали до извода, че тя е заблуждаваща, за да може след това да чуем и Вашата позиция. Дали от Ваша гледна точка може да се даде такава оценка и след това да се опитаме да извадим от този конкретен казус един принципен модел, така че да можем да опазим аудиторията от реклами, които създават илюзии за нещо, което накрая всъщност няма този ефект. Като в същото време не забравяме, че част от риториката на рекламите е да създава илюзии. Те са новите „утопически“ проекти, в които нещата са представени по-добре, отколкото е в действителност, това е тяхната стратегия. Но когато става дума за лекарства и за здраве не може да си позволим да правим жанрови компромиси, независимо, че рекламата носи тези характеристики. Сега ще дам думата на г-жа Лозенска и после на г-жа Хаджиева, защото тя от името на Съвета наблюдаваше и постави този въпрос.”

Антоанета Лозенска: „На кратко ще изложа фактите, които са основание за днешната среща. На 21 октомври бяхме сезирани с протестна нота, както и Вие, както и Националният съвет за саморегулация. Тази протестна нота се изразява във възмущението на граждани за ваксините „Ротарикс”, „Церварикс” и „Синфлорикс”. По отношение на „Ротарикс” се сочи, че има решение на НСС, сега рекламата се излъчва в променен вариант, не както до сега - „95% от децата под 3 г. се заразяват с ротавирус”, а текстът е променен - „голяма част от децата под 3г. се заразява с ротавирус”. Според лицата подписали протестната нота се насажда тревога, че детето може да бъде отделено от родителите, че може да бъде прието в болница. Използва се според тях инстинктивното чувство в хората. На база на това писмо има и отворено писмо от НСС. На 28 ноември Етична комисия на НСС излиза с две решения. Първото е по отношение на новата реклама на ваксина „Ротарикс”, която се излъчва с детайл различен от предишната. Етичната комисия счита, че рекламният клип съдържа нарушения на Националните етични правила, като нарушава т. 4.4 -

„Търговската комуникация не трябва да възползва чувството на страх, нещастие или страдание без основателна причина”. Второто решение на Етичната комисия на НСС е по отношение ваксината „Синфлорикс” според решението на Комисията се нарушава т. 5 – „Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение”. По отношение ваксината „Церварикс”, решението което е налично и е влязло в сила от месец юни 2013г., във връзка с двата рекламни клипа с участието на г-жа Силвия Лулчева и г-н Юлиан Вергов, Комисията счита, че са нарушени няколко текста на Етичните правила – „Търговската комуникация трябва да бъде изработена по такъв начин, че да не злоупотребява с доверието на потребителите и тяхната липса на опит и познания.”; „Търговската комуникация не трябва да се възползва от чувството на страх или от нещастieto и страданието без основателни причини” и последният текст е да не бъде въвеждан зрителят в заблуждение. Последното решение е влязло в сила. Инспекторите на СЕМ констатираат, че се излъчва рекламата в непроменен вид с г-н Юлиан Вергов.”

Георги Лозанов: „Аз ще допълня, че на базата на тези решения медиите, които излъчват рекламите, трябва да престанат, в противен случай СЕМ ги санкционира. За да предприемем ние действия обаче, е нужно да имаме убеденост. Те стъпват върху това, че рекламите нямат право, съгласно етичните изисквания и стандарти да се възползват от чувството на тревожност, но само ако няма основание за такава чувство. Това значи рискът срещу, който е създадена ваксината, действително да създава напразно чувство на тревожност. Това е нещо което изисква компетентност, т.е. на мен ми се иска да имаме възможност в нашите междуинституционални отношения да можем да получаваме такъв тип информация и за това - от ваша гледна точка, за да може да се осланяме на вашата позиция. Това е валидно за всички лекарства, които се рекламират. Бих искал да поговорим принципно, дали можем да направим една защита на аудиторията на базата на предварително относително обективна оценка на ефекта от лекарствата и проблемите, които решават или не решават. На пазара в България, а и не само, когато има проблем, първо започват да се борят с медийните образи и често не стигат до самия проблем. Ние нямаме компетенцията да решим проблема с ваксините и за това започваме да водим разговор извън зоната на нашата компетентност, който вашето присъствие ще прекрати вярвам.”

Анна Хаджиева: „Аз искам едно допълнение да направя към това което г-н Лозанов спомена. Хората започват да взимат своите решения, с какво да се лекуват от медиите и много често считат парафармацевтичните продукти за лекарства. Имаме много дълъг преглед на това, че в рекламни клипове често хранителни добавки са представени за възможност за лечение на различни заболявания. По тази тема пак много инцидентно работихме с вас, а е редно да очертаем по широк кръг принципни разграничения.”

Светлин Спиров: „Да изчистим проблемите един, по един, защото темата с хранителните добавки е огромна и може би е за друг разговор или просто да започнем с ваксините. Много ни е трудна задачата на всички очевидно, защото аз считам, че не толкова трудно е да се определи качеството на лекарствата защото не го определяме ние, то е определено, колкото другият проблем, субективният - до колкото така поднесена тази реклама внушава страх, в каква степен, къде е точно границата. Безспорно това е проблем пред обществото. За мен е безспорно

качеството за всяка една от тези ваксини и няма нищо преувеличено в тях. Но дали това е начинът и къде е границата на страх, това е много субективно нещо и всеки човек е много индивидуално как ще го приеме. Да изчистим въпроса с качеството. Тези ваксини са регистрирани от Европейската комисия, стана въпрос за доверие към българска институция. Нося писмо-отговора, които не сте получили за „Ротарикс” и „Синфорикс”. На кратко сме описали, че „Ротарикс” е ваксина предназначена за ваксинация на лица от 6 до 24 седмици, за профилактика на гастроентерит причинен от ротавирусна инфекция. Ваксината е разрешена в Република България и всички държави членки на ЕС, с централизирана процедура с разрешение на Европейската комисия от 21.02.2006г. Разполагаме и е разпратено до всички държави, не само страни членки на ЕС, становище на Световната здравна организация, което е приложено и с което се препоръчва ваксинацията с ротавирусната ваксина да бъде включена в имунизационните календари на всичките страни. Същото е положението със „Синфлорикс” да не го препрочитам, като различното е, че Комитетът за лекарствени продукти за хуманна медицина към Европейската агенция по лекарствата последния месец е одобрила и разширяване на индикациите на ваксината „Синфлорикс”.”

Георги Лозанов: „Т.е., вие казвате, че рекламите няма негативно влияние.”

Златина Георгиева: „Не! Казва, че са достатъчно качествени, че да няма притеснения. От там нататък начинът по който рекламата въздейства върху психиката на населението ние не бихме могли да кажем.”

Анна Хаджиева: „Нямате ли притеснения, че начинът по който е поднесена рекламата говори, че много по-широк спектър от заболявания биха били предотвратени отколкото е възможно?”

Светлин Спиров: „Всеки един текст от тази реклама съответства на това, което е одобрено в кратката характеристика. Друг е въпроса, ние действаме в сферата на обвързана компетентност значи истина е, че с по-дребен шрифт в рекламата е уточнено, че действа на два и на точно кой щамове, пък титулните са с по-едри букви, но го има като информация, изискването е да го има.”

Анюта Асенова: „За ваксината „Церварикс” няма такава информация, че действа само на определени щамове, не действа върху всички.”

Светлин Спиров: „Не знам за коя реклама говорите, че го няма, това което беше сложено към талоните за профилактични прегледи въобще не е разрешавано и те вече са санкционирани за това нещо. Но понеже не се излъчва по телевизията не го коментираме.”

Мария Стоянова: „Имам следния проблем, като член на Съвета за електронни медии: гарантирана ли е сигурността на хората, които биха се впечатлили от тази реклама? Вие сте убедени в това. Аз имам своите притеснения и ще ви кажа защо. Вие по-добре от мен знаете, че в Брюксел едно от най-активните лобита, едно от най-силните лобита, едно от най-могъщите лобита, едно от най-финансово обезпечените лобита е именно фармацевтичното лоби. Към това, че Европейската комисия е казала своята тежка дума по въпроса, си позволявам да имам своите резерви именно поради този факт. Що се отнася конкретно до „Церварикс“, си позволявам да погледна малко по-далеч, в световен мащаб. Една държава, като Япония е забранила този продукт на своята територия. Разбира се, ние сме в Европа и се придържаме към разпоредбите, които важат на нашия континент. Другото, което ме кара да се

замисля, още повече е, че тези средства за имунизирани са разпространяват едва от 7 години. Това е един много малък период, за да се прецени тяхната ефективност. Вие по-добре сте запознати от мен, че са необходими поне 15 години, за да може да се проследи действието на въпросните ваксини. Също така, вие по-добре от мен знаете, че имунизациите вкарват в организма определени вируси. До каква степен това е безвредно? В други европейски държави има случаи, в които сега 40-годишни жени заболяват от папиломен вирус, въпреки извършените имунизации преди т.е. сигурност на 100% няма. И сега конкретно - какъв е нашият проблем? Тези реклами са изключително агресивни. Това, че се използват популярни личности, които показват своите деца, за които ние предполагахме, че са били имунизирани по същия начин, по който агират, би могло да подтикне други родители, които гледат тази реклама да си кажат: „И аз ще взема мерки за своето дете, защото не го обичам по-малко от известния актьор, който е имунизирал дъщеря си.“ В момента ние се съмняваме, че ваксинирането действително води до нещо добро, до защита. Вие самите знаете и признавате, че няма такава 100% защита и за това се безпокоим. Още повече, че няма друга европейска държава, в която толкова агресивно да се рекламират тези средства за имунизация. Бихме ли могли тогава ние да бъдем по-строги към разпространяването на тези реклами? Нямаме ли основание за това?”

Златина Георгиева: „Вие сте абсолютно права и всичко, което изброихте, като мотивация. Защо реагират? Аз също съм гражданин и също бих реагирала по този начин действително. Това, което ние възприехме мнение, което бихте искали, чисто експертно, по листовка, по документация дали това, което излиза на екрана отговаря на документацията която ние получаваме. Истината е, че всички клинични тествания, които са извършени на тези вещества и като съставка и т.н. не са правени в България. Те са правени в някакви референтни държави, по закон задължително в референтни държави. Как се правени точно? Аз нямам съмнения, че вероятно са спазени всички европейски директиви, но това е процес, който ние няма как да проследим. При нас пристигат вече в един завършен вид. Няма как да оспорваме начинът по който се правени, няма как да се съмняваме в това което излиза черно на бяло, като документацията от Европейската агенция по лекарствата и въобще всичките сертифицирани. Тук стигаме до един чисто емоционален, един чисто етичен проблем в самото общество. Бихме искали да подпомогнем максимално едно такова решение, защото вие отговаряте за здравето на обществото, на емоционалното здраве, защото погледнато реално телевизията безспорно е една много голяма власт. Начинът по който тя влияе на хората, отдавна книгите и вестниците са загубили тази ниша. Това с което ние можем да подпомогне е да дадем експертно мнение. Това, което се вижда и го имаме по листовките, по документацията от там нататък не знам до къде бихме могли, чисто като експертност и като възможностите, които ни дава закона като контролиращ орган, защото ние сме национален регулатор и това е така.”

Георги Лозанов: „Търсят ли от вас предварително становище във връзка с рекламите?”

Светлин Спиров: „Предварителен диалог нямаме, те подават заявление и се обсъжда на Експертен съвет.”

Георги Лозанов: „Все пак Вие казвате - да или не?”

Светлин Спиров: „Все пак без документ няма как да го излъчи медията, без номерата на това разрешение. В процедурата по разрешаване правим срещи и разговаряме. Уверявам Ви те са много агресивни действително тези компании.”

Георги Лозанов: „Как получават това разрешение? Гледате рекламата и след това Експертният съвет взема решение?”

Светлин Спиров: „Да. Има представители на Лекарски съюз, на Фармацевтичен съюз, на Фармацевтични факултети, проф. Кръстева участва в нашия Експертен съвет.”

Анна Хаджиева: „А защо не поканите за участие в Експертния съвет и представител на Националния съвет по саморегулация, ако нормативно позволява да се разшири този съвет?”

Светлин Спиров: „Не го решаваме ние. В закона за лекарствата пише кои представители включва.”

Анна Хаджиева: „Кой избира, кои ще са участниците?”

Светлин Спиров: „Самите организации определят участниците си.”

Анна Хаджиева: „Коя организация? Защото този човек може да е от Националния съвет по саморегулация и тогава ще бъде много по ефективна или пък представител на АБРО, тогава и медията е вътре.”

Светлин Спиров: „Тя отдавна е член. Не си спомням как е дошло предложението.”

Георги Лозанов: „В този смисъл, целият този последващ дебат по отношение на вашето компетентно произнасяне става безпредметен сякаш, защото Вие вече първоначално сте се произнесли по компетентност.”

Светлин Спиров: „Не съвсем. Не мисля така, защото действително Закона за лекарствата е един специален закон спрямо материята, но това съвсем не изключва тези хипотези които не са уредени в специалния закон да бъдат предмет и коментар на друго по общо законодателство. Но Етичната комисия нивото е друго и няма как да има задължителен характер по общия закон.”

Георги Лозанов: „Решенията на Етичната комисия имат задължителен характер и могат да спрат реклама.”

Светлин Спиров: „Да. Няма да възразим срещу това.”

Георги Лозанов: „Тук има представители на АБРО, на които ще дам думата да изложат и тяхната гледна точка.”

Доц. Кирил Ненов: „Ако позволите преди това искам да кажа нещо. Аз съм лекар. Заместничката ми г-жа Златина Георгиева е юрист, а г-н Светлин Спиров е директор на една от дирекциите, но в същото време отговаря за рекламата в агенцията. Един въпрос, който започнахме искам като лекар да засега - за разтревожеността. От една среда трябва да намерим баланса между това да разтревожим зрителите и от друга да ги успокоим. Разтревожеността трябва да я има, защото така или иначе знаете масовостта на т.нар. грипни епидемии. С въвеждане на ваксините наистина процентът на заболяемостта намалява. Така че трябва да ги разтревожим хората и трябва да си направят ваксини. Друг е въпросът, че ние ги насочваме като най-вероятния щам които ще бъде, но често мага да бъдат и два щамата които се обсъждат.”

Георги Лозанов: „Има ли статистика за противогрипните ваксини с колко процента са намалели заболяемостта?”

Светлин Спиров: „Има, но тя не е при нас. Не може с точно да се каже.”

Мария Стоянова: „Не отдавна целият свят купуваше ваксини против „свински грип” и много държави се презапасиха с тях, а след това запасите им събираха паяжини по складовете. Тогава за онези ваксини се говореше като за панацея и едва ли не, ако не си поставиш такава ваксина, умираш на следващата секунда.”

Доц. Кирил Ненов: „Да не прекалим с тази разтревоженост и да плашим хората.”

Мария Стоянова: „Не знам дали точната дума е разтревоженост, просто загриженост за това дали не пресилват и по този начин не се ли обслужват други интереси, които в никакъв случай не са толкова благородни, колкото изглеждат на пръв поглед?”

Доц. Кирил Ненов: „В началото казахте, че са големи икономически интереси, големи фирми, всичко идва и от Европа, както казахте. Но безспорен е фактът, че след прилагане на ваксината, дори половината от това, което се очаква да стане е пак по-голям процент заболяемост, което води болнични, и други икономически последици. Трябва според мен да разтревожим хората и да си направят тази ваксина още ноември месец. От друга страна обаче да не прекаляваме, че ако не си направят, едва ли не е животоспасяващо. Вие преди малко казахте 40 години за ваксините, но има нещо друго, много от тях дори след 5-та година се изследва тиртър и ако е спаднал под необходимото се прави реваксинация. При различните хора е различно.”

Мария Стоянова: „И тук се връщаме на темата за рекламата, от която това не става ясно и ето с това имам проблем.”

Доц. Кирил Ненов: „Тези ваксини са къси – ежезимни, да ги наречем, ноември се правят и действат няколко месеца.”

Златина Георгиева: „А възможно ли е Вие, може би да разработите някакви правила. В момента нахвърлям идеи, обща рамка, да разработите някакви правила, които да касаят конкретно рекламните за лекарствата. Какво да съдържат, какво да не съдържат.”

Георги Лозанов: „Не в никакъв случай, не можем да дадем предписания предварително.”

Светлин Спиrow: „Може би имаме непълнота тука в срещата.”

Златина Георгиева: „Говорим за специфичен продукт, то не е просто реклама. Това е специфичен продукт, който се рекламира и който каса общественото здраве.”

Светлин Спиrow: „Това е единството изключение в закона – лекарствен продукт, по лекарско предписание да може да се рекламира пред населението. От тук идва конфликта. За това няма конфликт на другите, защото се получава една несъвместимост.”

Георги Лозанов: „Защо се е получило това изключение?”

Мария Стоянова: „Ключовата дума е фармацевтичното лоби.”

Светлин Спиrow: „Това изключение е записано в закона и аз не мога да Ви дам отговор. Но за всяко едно нещо за да се появи, за да започне да разглеждаме тази преписка, ние искаме становище от Министерство на здравеопазването, което се дава от Главния здравен санитарен инспектор. И въз основа на това нещо ние допускаме разглеждането на този тип реклама, отиваме към спазването на това изключение. И всичко това от тук идва разминаването започва да се говори на една много високо професионална тема, с професионална терминология за пред населението, то не може да се сведе до нивото на населението. Не може и да се спази изискванията точно на наредбата, защото в противен случай, ако се спазват изискванията ще пише

прочетете листовката, обаче то е по лекарско предписание и не трябва да се чете листовката и за това се казва: „консултирайте се с вашия лекар”. Факт е обаче, че това лекарство няма как да бъде закупено, без да бъде предписано от лекар, тази ваксина и няма как да бъде приложено без лекарска намеса. Така че до някаква степен и то никак малка, като цяло има сериозна защита. Тук големият проблем е когато една реклама е предназначена за медицински специалисти, законово е допуснато и за масова консумация. Тези данни на специалиста му действат по един начин, а на обикновения човек по друг начин. Той в него може и страх да породи.”

Георги Лозанов: „Предлагам да чуем и позицията на АБРО, защото в крайна сметка това опира до и тяхното поведение – на медиите.”

Мехти Меликов: „В двойно качество мога да говоря. От една страна като представител на медиите, от друга страна като представител на органа по саморегулация - като член на Етичната комисия на НСС и още по-повече, като докладчик по „Церварикс”. Така че съм напълно наясно с проблема и мисля, че започна да се очертава и на тази среща. Той е следният, според мен: Терапевтичната стойност и значенията на ваксината не са предмет на спор изобщо. Колегите сами казаха, че нито СЕМ може да прецени каква е терапевтичната стойност, кои случай лекува, кои не, нито НСС съответно Етичната комисия, която има специфичен дизайн и набор от специалисти, може да даде някаква подобна оценка. Ние не се и стараем. Това, че е издадено разрешение и не говоря за разрешението за реклама, а за решението на фармацевтичния производител - да внася, да произвежда и т.н. Според разрешението за употреба абсолютно е очевидно, че това средства отговаря на приетите медицински стандарти. В случая с България не се съмнявам, че те са високи, достатъчно. Проблемът е друг, проблемът е в дребният шрифт, но е изпълнено изискването да го има, това е симптома в случая.”

Георги Лозанов: „Това, че е дадено разрешение, не значи, че рекламата сама по себе си е обективна.”

Светлин Спиров: „Освен разрешението за употреба и самите текстовете, като реклама се одобряват.”

Мехти Меликов: „Органът по саморегулация не се интересува от това, въпреки че ни се навира в лицето, че едва ли не компетентен държавен орган е разрешил, кои сте вие? Имаме много подробни правила как да действаме в този случай. Въпросът е в друго. Въпросът е в това, че когато се съобщава на публиката по отношение на здравната стойност и качеството на тези продукти се съобщава по начин, по които се заблуждава относно обхвата, относно обхвата на засегнатите, вида на заплахата, статистика, ще дам конкретни примери с „Ротарикс”, първата ваксина се цитира 95%. В етичните правила има изискване – при цитиране на такава статистиката да може да се докаже. Статистиката беше предоставена, ставаше въпрос за Африка, изобщо не ставаше въпрос за Европа, още по малко за България. Проблемът с ваксината „Церварикс” беше по различен, папилома вируса в много от шамовете не е онкогенен. Да не говорим, че самата ваксина не посрещаше всички онкогени типове. За нас беше много важно това, че тестовете и редовната профилактика е най-добрият начин да се предпазим, а не тази ваксина и да се премине към неизвестно каква сигурност и гаранция от фармацевтичния производител. За нас е важно посланията които се отправят към крайния потребител да не го заблуждават, защото крайният потребител е във висока степен да бъде заблуден.”

Георги Лозанов: „Проблемът е кой решава, че това е заблуждаващо, защото ако пише 95%, още тук трябва да се произнесе компетентно не Националният съвет по саморегулация - дали са 95% или 65%, а да се произнесе компетентен орган.”

Мехти Меликов: „Ние разгледахме и сме обсъждали с колегите теста за допустимост, които е по закон. Той е доста ограничен. В чл. 246, ал. 2 – „Рекламата на лекарствен продукт трябва да насочва само към правилната му употреба, като представя обективно терапевтичните показания на лекарствения продукт, без да преувеличава възможностите за лечение, профилактика или диагностика с лекарствения продукт.”

Анна Хаджиева: „Той на практика изпълнява този състав, то преувеличава възможностите за лечение.”

Мехти Меликов: „Ние смятаме, че по някакъв начин тестът за допустимост би следвало да обхване и това, но разбираме, ако ИАЛ пропуска да оцени това във връзка с дизайна на експертите групи, които също са построени там, саморегулацията не участва. По-скоро можем да помисли още в този първи момент на „storyboard”, въпреки че той не е реклама. Като се изработи рекламата, тя може да е доста по различна като внушение.”

Георги Лозанов: „Може но не като вербално внушение.”

Мехти Меликов: „Не вербално, някой неща няма и да ги усетим – шрифта на скрола, бързината с която ще изтече и т.н.”

Георги Лозанов: „Но 95% е вербално внушение.”

Мехти Меликов: „Не е проблем терапевтичната стойност, а това как тя бива представена и за това НСС във висша степен, във възможност да прецени това, въпреки че не сме медицински експерти, защото ние не преценяваме, има ли терапевтична стойност и каква е. Ние не я подлагаме под съмнение. Обаче когато тя се преувеличи, а това става с доказване с конкретни факти можем да се произнесем в тази посока.”

Светлин Спиров: „Колегата е абсолютно прав, но нали правим разликата за терапевтичната ефективност и коментара с процентите. Обикновено много рафинирано заобикалят правилата. Заболеваемостта няма нищо общо с терапевтичната ефективност. Ние се произнасяме за характеристиките и за това, което касае лекарствения продукт. Те дават здравни статистики.”

Мехти Меликов: „Казусът най-добре насочва. Ако Юлиан Вергов каже ваксинирах дъщеря си за да не я изгубя, това е казусът. Според НСС не е задължително, той да изгуби дъщеря си.”

Светлин Спиров: „Нито една статистката не може да каже.”

Мехти Меликов: „За нас тази реклама в този смисъл е заблуждаваща.”

Мария Стоянова: „А ние и не разбираме, той действително ли е ваксинирал дъщеря си? Актьорът от екрана казва: „Ваксинирах дъщеря си”. И зрителите го приемат за чиста монета.”

Мехти Меликов: „Ние сме наясно, че в една реклама особено телевизионна, тя е скъпа и не може да бъде продължителна. Не може да се каже всичко по въпроса. Няма как. Но в този случай ние предлагаме да се направи баланс, така че страшните неща, които се кажат да може да се балансират с правдива информация по отношение на тези страшни съобщения. Трябва да има баланс в съобщението, така че

потребителят по-скоро да бъде насочен да се запознае допълнително, от колкото да бъде уплашен.”

Златина Георгиева: „Тези реклами не са прецизирани конкретно към някоя прослойка на обществото, което няма да ги вземе за 100% истина, а са адресирани към прекалено широк кръг от хора и аз съм убедена, че една средностатистическа майка дори и да не е домакиня, средно ниво би го възприела като истина.”

Мехти Меликов: „Проблемът се очерта, но и закона, и в разпоредбата имат много строги изисквания в посока заблуждаване на аудиторията. Ако ИАЛ преценява, че сама не може да гарантира това и няма необходимият експертен потенциал или разбира се, не може да прилага Етичния кодекс, той се прилага в рамките на саморегулацията, би могло да се иницира промяна. Да се търси съдействие от органа по саморегулация дори в предварителните оценки, въпреки че на „storyboard” далеч не всичко може да се види. Наличието или липсата на внушение е част от теста за допустимост, който ИАЛ трябва да прилага, и той е в наредбата също. Не трябва да внушава, че здравето може да бъде подобро, чрез прилагане на лекарствени продукти. Да не се внушава, че неупотребата на лекарствени продукти може да увреди здравето т.е. има внушението е част от теста за допустимост не само терапевтичната стойност, но и специфичните, апелите, специфичните ситуации, които са описани в рекламата в крайна сметка трябва да бъдат преценявани.”

Светлин Спиров: „Внушението на една реклама, че ще подобри здравето, Вие какво разбирате под това? Ако го тълкуваме буквално, няма да има нито една реклама на лекарствен продукт, защото лекарствата категорично са за лекуване на дадено заболяване. Тук идеята е малко по-различна когато е писана наредбата. Конкретно заболяване е едно, здравето е друго по-широко понятие.”

Анна Хаджиева: „В рекламата се казва, че ваксината предпазва и ако тя предпазва абсолютно значи заблуждава”

Светлин Спиров: „Тя не предпазва абсолютно и аз не знам къде има такова твърдение.”

Мария Стоянова: „Казва се 95%?”

Светлин Спиров: „Какви са тези 95%, не е точно така.”

Мехти Меликов: „В този смисъл може ли да разбирате, че ИАЛ признава и приема ролята на саморегулацията.”

Златина Георгиева: „На практика това, което един специалист по рекламата гледайки една реклама, ако щете и т.нар. скрити кадри и качеството на внушение, което излиза от екрана, реално един специалист от ИАЛ няма как да го прецени. Просто ние разглеждаме нещата от друг ъгъл. Чисто регулаторно в по-тесни рамки. Т.е. опитваме се да бъдем полезни до там до където нашите правомощия свършват. Чисто експертно ние сме юристи, фармацевти, лекари и т.н., но този психологически момент на въздействие на рекламата, за който всъщност е пирона на проблема, ни няма да поеме отговорност за подвеждане, за начинът по който въздейства на хората и т.н.”

Георги Лозанов: „Аз мисля, че вече се очерта проблема, стоим на тези три нива – по допустимост сте Вие, после НСС на базата Етичния кодекс и правилата и чак след това СЕМ, за санкциониране на медията, ако тя не спази изискването да свалят рекламите. Няма как да се промени пропорцията на отговорностите. Ако вие в

началото можете да упражните малко повече влияние за тази граница между разтревожаване и успокоение, за което говорите ще е полза за целия процес.”

Доц. Кирил Ненов: Според мен дори с 25% да се намали заболяемостта, сякаш го подценявате това нещо, пак е някакъв успех, иначе пък нито един процент, ако не се направи.”

Мария Стоянова: „Ама няма доказателства.”

Доц. Кирил Ненов: „Ясно е, че в рекламата където пише 95% не е вярно, вероятно е 50, 60%.”

Мария Стоянова: „В момента няма изследвания, които да доказват това. Този въпрос е спорен не само в нашата страна и на тази маса, той е спорен в цяла Европа. Спорна е изобщо ефективността на тези ваксини.”

Светлин Спиров: „От регулаторна гледна точка не е спорен. Разбирате ли, че каквото и да си говорим за международната конспирация, за лобитата в международната комисия, аз не мога да твърдя, че е въпрос на корупция дадено разрешение на Европейската комисия. Аз го приемам като факт.”

Мария Стоянова: „Лобизмът в Европа не е престъпление. Така че не говорим даже и за корупция, но трябва да отчитаме обективните факти и да ги имаме предвид при взимането на решенията си.”

Георги Лозанов: „Аз много благодаря за тази среща. Тя беше необходима за да поговорим по теми, които всеки в институционалното си пространство решава.”

Георги Лозанов подложи дневния ред на обсъждане.

Мария Стоянова: „Имам две допълнения. Представям на вашето внимание една биография и възникнали допълнителни разходи за хотел във връзка с командировката до Лондон.”

Постъпили писма от МУЗИКАУТОР и ПРОФОН.

Доклад за ремонт на служебен автомобил.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: прие дневния ред с допълненията.

ПО ТОЧКА ВТОРА: Доклади на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» относно:

а) изпълнението на разпоредбите на чл. 13, 16 и 17 от Директивата за аудио-визуални медийни услуги и чл. 19 (2-4) и 19а на Закона за радиото и телевизията (ЗРТ) – европейски произведения в програмите на доставчиците на линейни и нелинейни медийни услуги.

Мирослава Матева представи доклада. От информацията, предоставена от доставчиците на нелинейни услуги може да се направи извод, че са отчетени високи проценти на европейска продукция, в съдържанието на каталога, както и високо потребление на такива произведения.

По отношение на доставчиците на линейни услуги, които са предоставили информация тя е обобщена в табличен вид. Справката е за периода: 1 януари 2012г. – 31 декември 2012г., Приложение 1 към доклада, съдържа данни относно: 63 телевизионни програми с национален обхват; 40 доставчици на линейни медийни услуги. 30 програми, изпълняват квотата от програмното време за европейски произведения. Квотата за независими продукции е изпълнена според данните за 34

програми. В справката са представени данни за българските произведения, като дял от общото програмно време. Съгласно регистъра на СЕМ доставчици на нелинейни услуги са общо 18, но за периода 01.01.2012г. – 31.12.2012г. услуги са предоставяли само някои от тях. Към 27.11.2013г. има доставчици, които все още не са предоставили информация и по тази причина на интернет страницата на СЕМ са публикувани искови писма до тези, които не са изпратили изисканата информация.

Мария Стоянова: „Предлагам да не санкционираме тези, които не са предоставили информация, а да ги поканим на разговор, защото очевидно срещат трудности. Нека да ги изясним в диалог.”

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: приема доклада. Възлага да бъдат изпратени повторно писма на доставчиците, които не са предоставили исканата информация.

б) списък на събития на изкуството, културата и спорта с общонационално и международно значение през 2014 г., утвърден от Управителния съвет на Българската национална телевизия (БНТ), по смисъла на чл. 90, ал. 4 на ЗРТ.

Мария Стоянова: „В списъка, който е изпратила БНТ ми направи впечатление, че Евровизия фигурира, въпреки че БНТ официално обяви оттеглянето си от конкурса. Освен това забелязах, че медията е фиксирала дата за директно излъчване на боксов мач между Пулев и Кличко на 09.03.2013г. а, до колкото знам все още няма информация, че тази среща е назначена, просто се преговаря за нея. Другото нещо което ми направи впечатление е, че БНТ ще предава Великденско послание на папа Бенедикт XVI, а той вече не е Глава на Римокатолическата църква. Папата във Ватикана е друг и са казва Франциск.”

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: списъкът да бъде изпратен за корекция и прецеизиране.

в) характера на услугата, включваща съобщения и информация за продукти и промоции, видеоклипове и др., разпространявана в търговски обекти. Услугата не изпълнява състава на дефиницията за медийна услуга по заявка, тъй като е предназначена за значителна част аудитория и не подлежи на надзор.

СЕМ прие Становището.

г) административно-наказателни производства АУАН № № НД-01-112, НД-01-119, НД-01-120 и НД-01-122/2013 г.

Доротея Петрова докладва АУАН № НД-01-112/23.10.2013г., съставил за нарушение на чл. 17, ал. 2 от ЗРТ във връзка с т. 27 от Критериите по чл. 32, ал. 5 от ЗРТ.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: възлага на председателя да издаде наказателно постановление.

Доротея Петрова докладва АУАН № НД-01-119/14.11.2013г., съставен за нарушение на чл. 125в, т. 2 във връзка с чл. 126а, ал. 5, т.2 от ЗРТ.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: възлага на председателя да издаде наказателно постановление.

Доротея Петрова докладва АУАН № НД-01- 120/14.11.2013г., съставен за нарушение на чл. 125а, ал. 1 от ЗРТ.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: възлага на председателя да издаде наказателно постановление.

Доротея Петрова докладва АУАН № НД-01-122/19.11.2013г., съставен за нарушение на чл. 125в, т. 2 във връзка с чл. 126а, ал. 5, т.2 от ЗРТ.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: възлага на председателя да издаде наказателно постановление.

ПО ТОЧКА ТРЕТА: Доклад на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» във връзка със заявление от БНТ за заличаване на регистрация за създаване на тв програма «БНТ 2».

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: на основание чл. 32, ал. 1, т. 16а и т. 16 и чл. 125к, ал.2 от ЗРТ, **заличава** регистрация на Българската национална телевизия като доставчик на аудио-визуални медийни услуги. **Заличава** програма „БНТ2” от Раздел Първи на Публичния регистър, поддържан от СЕМ.

ПО ТОЧКА ЧЕТВЪРТА: Писмо от Общото събрание на пълномощниците в БНТ.

Мария Стоянова: „Аз съм притеснена от това, че се повдига въпросът за намаляване на заплатите на служителите. Няма спор, че орязването на бюджета е потресаващо, меко казано. Ако от това намаляване на бюджета обаче трябва да пострадат служителите, вместо да се направи преоценка и да се поставят нови приоритети при сегашната финансова ситуация, аз лично не бих подкрепила едно такова решение. Вчера ми се обадиха журналисти с въпроса дали действително в БНТ се готвят стачни действия. Такова нещо до сега не бях чула и се надявам да няма.”

Приложен е проект на отговор който ще бъде изпратен до БНТ и институциите описани в писмото на Общото събрание на пълномощниците

ПО ТОЧКА ПЕТА: Процедура за определяне председател и състав на Експертна комисия за провеждане на конкурс, обявен с Решение на СЕМ №: 134/04.06.2012 г.

Георги Лозанов поздрави представителите на КРС и отбеляза, че са налице всички условия за тегленето на жребий и определяне на Експертни комисии. Припомни регламента на предстоящия жребий и изложи последователността на провеждането му. След уточняване на подробностите, се пристъпи към процедурата. Емилия Станева прегледа и показа бюлетините с имената на членовете на СЕМ и доц. д-р Ирина Романска на КРС. След, като бе установена тяхната редовност, бяха пуснати в двете кутии: червена - с имената на членовете на КРС и зелена - с имената на

членовете на СЕМ. Емилия Станева изтегли бюлетините за СЕМ, а доц. д-р Ирина Романска за КРС.

За гр. Етрополе честота 90.4 MHz комисия в състав: Председател – Анна Хаджиева, член на СЕМ; Зам.-председател доц. д-р Ирина Романска – член на КРС; членове: Анюта Асенова – член на СЕМ, Георги Лозанов – председател на СЕМ; Десислава Преображенска – член на КРС; резервни членове: Иво Атанасов – член на СЕМ и д-р Веселин Божков – председател на КРС.

ПО ТОЧКА ШЕСТА: Доклади на Дирекция «Обща администрация» относно осигуряване информационно-технологично обслужване, технически средства и услуги от външни организации и фирми, необходими за дейността на СЕМ:

а) проекто-документация за обявяване на обществена поръчка по Глава осма „а” от Закона за обществените поръчки;

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: 1. Да бъде обявена обществена поръчка с предмет „Доставка на бензин А95 чрез карти за безналично плащане за 14 броя автомобили ползвани от Съвета за електронни медии” по реда на Глава осма „а” от ЗОП със събиране на оферти чрез публична покана. 2. Утвърждава приложената документация.

б) доклад на комисията, назначена със заповед № РД-13-68 от 25.11.2013 г. на председателя на СЕМ.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: Приема и утвърждава протокол от 27 и 28 ноември на 2013 г. на комисията, назначена със Заповед № РД-13-68 от 25.11.2013 г. на председателя на Съвета за електронни медии, във връзка с процедура по събиране на оферти за изработването на Интернет-страница (уеб сайт) на Съвета. Сключването на договор да бъде предложено на първия класиран – “Смарт Уеб” ООД. Възлага на Иво Атанасов – член на СЕМ, контролира процедурата и процеса по изработване на сайта на Съвета.

ПО ТОЧКА РАЗНИ:

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: във връзка с докладна записка от Генеди Стоев, да бъдат осигурени допълнителни средства за ремонт на лек автомобил Форд Фокус с рег. № СА 1271 АТ до 2010 лв. с ДДС.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: във връзка с неизползван платен годишен отпуск от Георги Лозанов – председател, на основание чл. 176 от КТ, 10 дни от платения годишен отпуск за 2013г., да бъде отложен за 2014г.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: във връзка с участието на Мария Стоянова – член на СЕМ в работна среща на ЕК на регулаторните органи за аудио-визуални медийни

услуги от държавите – членки на ЕС с домакинството на OFCOM, да бъдат отпуснати допълнителни средствата в размер на 42.08 английски лири за квартирни с което сумата възлиза общо - 242.08 английски лири, което е равно на 292.68 Евро.

Материали приложени към Протокол № 51

1. Дневен ред.
2. Докладна записка Антоанета Лозенска с вх. № НД-04-30-07-73/02.12.2013г.
3. Писмо от БНТ с вх. № РД-22-18-00-21/20.11.2013г.
4. Писмо от БНТ с вх. № РД – 22-18-00-23/28.11.2013г.
5. Доклад от Спаска Янева с изх. № РД-22-18-00-23/29.11.2013г.
6. Доклад от Златка Георгиева с изх. № АСД – 09-30-08-63/02.12.2013г.
7. Доклад от Генеди Стоев с изх. № АСД-09-30-08-58/27.11.2013г.
8. Писмо от МУЗИКАУТОР с вх. № ЛРР-13-21-00-65/02.12.2013г.
9. Писмо от ПРОФОН с вх. № НД-06 21-00-108/02.12.2013г.

ЧЛЕНОВЕ НА СЕМ:

Анна Хаджиева **Анюта Асенова**

Мария Стоянова

Георги Лозанов -
председател **Иво Атанасов**

Старши специалист:
Магдалена Сергиева