

2007/F5.  
Hyundai Santa Fee  
Jegyzőkönyv részlet

Az Önszabályozó Reklám Testület és a Magyar Reklámszövetség közös Reklámetikai Bizottságának  
2007. augusztus 15-én tartott üléséről

Előterjesztő:  
Fogyasztó  
az ÖRT Etikai Ad Hoc Bizottságának Eljárási Szabályzata 1.§ (2) bekezdése alapján

Téma:  
Megjelenés: közterület  
Hyundai SantaFe reklám, szlogen: "Alázatra tanít. Másokat"

Kérés: annak megállapítása, hogy a kérdéses reklám ütközik-e a Magyar Reklámetikai Kódex előírásaival?

Az Önszabályozó Reklám Testület és a Magyar Reklámszövetség közös Etikai Bizottságának állásfoglalása:

A Bizottság egyhangúlag úgy foglalt állást, hogy a tárgyalt reklám a Magyar Reklámetikai Kódex 5. Cikkely (7) bekezdését sérti.

Indokolás:

A Bizottság álláspontja szerint a reklám szövege nem elfogadható, mert erőszakos, másokat alárendelő, uralkodó vezetési stílusra utal, ilyet támogat. Álláspontja kialakításakor a Bizottság figyelembe vette, hogy az alá-fölérendeltségre, kiszolgáltatottságra utaló szöveg párosul a közterületi megjelenítésnek egy sajátos formájával, az óriásplakátnál is jelentősen nagyobb mérettel. A kifogásolt üzenetet erősíti a fotó perspektívája, amely egy alárendelt nézőpontból mutatja be a reklámozott terméket. A Bizottság álláspontja kialakításakor szem előtt tartotta azt is, hogy a közlekedésbiztonsággal kapcsolatban általában a szokásosnál is szigorúbb gyakorlatot folytat, pontosan a biztonságos, sőt udvarias, előzékeny közlekedés, mint közérdek fontosságára tekintettel. A Bizottság álláspontja szerint az etikai normasértés súlya nem indokolja határozatának közzétételét.

A fentiekre tekintettel a Bizottság felhívja a reklámozót arra, hogy reklámjának "Alázatra tanít. Másokat." szövegét haladéktalanul változtassa meg, és a megváltoztatott verziót a Bizottsághoz előzetes véleményezésre küldje meg.

Budapest, 2007. augusztus 15.

dr. Markovich Réka dr. Megyer Örs  
MRSZ Reklámetikai Bizottság Önszabályozó Reklám Testület

Melléklet

A Bizottság a határozathozatalához az alábbiakat vette figyelembe:

Kiemelések a Magyar Reklámetikai Kódexből:

3. Cikkely - Alapelvek

(1) A reklámnak jogszerűnek, tisztességesnek és igaznak kell lennie.

(2) A reklámot társadalmi felelősségérzettel kell elkészíteni.

5. Cikkely - Általános reklámtilalmak és korlátozások

(1) A reklám nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatást, amelyek sértik a társadalom általánosan elfogadott erkölcsi-etikai normáit.

(5) A reklám nem tartalmazhat népek, nemzetiségek, etnikumok, nemek, korosztályok közötti, illetve szexuális hovatartozás, vallási kötődés, vagy fogyatékossgal élőkkel kapcsolatos hátrányos megkülönböztetést, illetve nem támogathat ilyen nézeteket.

(7) A reklám nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatast, amely agresszív, erőszakos vagy törvénybe ütköző cselekedeteket, durva antiszociális magatartást ösztönöz, támogat vagy igazol.

(8) A társadalmi célú reklám kivételével a reklám nem kelthet félelmet.

(9) A reklám nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatast, amely az emberi élet, az egészség vagy a testi épség veszélyeztetését, a természetes és épített környezet és a köz- vagy magántulajdon károsítását, az állatok kínzását ösztönzi, támogatja, vagy igazolja.

2007/F4.  
Zalabaromfi  
Jegyzőkönyv részlet

Az Önszabályozó Reklám Testület és a Magyar Reklámszövetség közös Reklámetikai Bizottságának 2007. augusztus 15-én tartott üléséről

Előterjesztő:  
Fogyasztó  
az ÖRT Etikai Ad Hoc Bizottságának Eljárási Szabályzata 1.§ (2) bekezdése alapján

Téma:  
Megjelenés: közterület, sajtó (Élet és Irodalom)

A reklámon egy tangabugyit és túsarkú cipőt viselő, húsosládán ülő nő látható hátulról. A nő testére a húsboltokból ismerős felosztással egy vágócsirke egyes részei vannak rajzolva: far, hát, felsőcomb, szárny. A szöveg: Bomba csirke. Zalabaromfi. 100% hús.

Kérés: annak megállapítása, hogy a kérdéses reklám ütközik-e a Magyar Reklámetikai Kódex előírásaival?

Az Önszabályozó Reklám Testület és a Magyar Reklámszövetség közös Etikai Bizottságának állásfoglalása:

A Bizottság egyhangúlag úgy foglalt állást, hogy a tárgyalt reklám a Magyar Reklámetikai Kódex 3. Cikkely (5) bekezdését valamint az 5. Cikkely (1) és (10) bekezdését sérti.

Indokolás:

A reklámmal kapcsolatban a Bizottsághoz számos fogyasztói panasz érkezett, amelyek tartalma közös, általában kifogásolják, hogy a reklám "a női testet tárgyként, eladó-megvehető húsként kezeli", "az emberi testet az evésre szánt hússal" hozza összefüggésbe, sérti az általános jóízlést, az emberi méltóságot, a nők és férfiak egyenlőségét, összekapcsolja a nőt és a "csirke", "tyúk" állatot.

A Bizottsághoz a reklámot készítő ügynökség és a reklámozó egyaránt eljuttatta álláspontját. Álláspontjuk szerint a reklámjuk elfogadható, annak nem volt célja a megbotránkoztatás, csak az emberek érdeklődésének felkeltése, közvetlen környezetükben a reklámmal kapcsolatban felháborodást, panaszt nem észleltek, mindent elkövettek annak érdekében, hogy ne sértsenek meg senkit. A képen a hölgy bugyit visel, illetve női mell nem jelenik meg.

A Bizottság álláspontja szerint ízléstelen és az emberi méltóságot is sérti a reklám üzenete, amely egyértelműen azonosítja az evésre szánt húst az emberi testtel. A reklámfotón szereplő női alak hátán a rajzolatok és a feliratok a hentesnél alkalmazott ábrákra emlékeztetnek, azokat utánozzák, egyértelműen utalva a fogyasztásra szánt hússra, annak kimérésére.

Az élelmiszertermék reklámja az élelmiszert, mint árut, a képen keresztül, összefüggésbe hozza a megjelenített személlyel, mint áruval. Ez az összekapcsolás sérti az emberi méltóságot. Az emberi testnek, illetve annak részeinek áruként megjelenítése semmilyen formában nem elfogadható. Adott esetben ezt az összefüggést sem a reklám képi világa, sem szövege semmilyen módon nem oldja, nincs benne olyan humoros, vicces, könnyed elem, amely a jelentést árnyalná, esetleg elfogadhatóvá tenné.

A Bizottság álláspontja szerint a fenti aggályok változatlanul érvényesek a reklámra, akár közterületen, akár sajtótermékben, akár más médian jelenik az meg. Az aggályok olyan súlyúak, hogy semmilyen közzétételi formában nem lehet elfogadható a reklám.

A Bizottság álláspontja szerint a reklám nem elfogadható a Kódex 3. Cikkely (5) bekezdése alapján sem. A fenti aggályokhoz hasonlóan a Bizottság itt is kizárólag a reklám kreatív elemeit kifogásolja. Felelős, jól felkészült reklámszakember ízléstelen, a kívánt fogyasztói üzenet továbbítására alkalmatlan és egyébként elfogadhatatlan kreatív ötletének megvalósítása a reklámszakma egészének hírnevét sérti, és ezen az alapon önmagában kifogásolható.

A Bizottság úgy döntött, hogy a fentiekre tekintettel határozatát nyilvánosságra hozza, honlapján közzéteszi, tagjainak megküldi. Egyúttal felhívja a reklámozót és a készítő ügynökséget, hogy a reklámot haladéktalanul szüntesse meg.

A Bizottság értesíti a reklámozót és az ügynökséget arról, hogy a Bizottsághoz az eljárásban eljuttatott írásbeli álláspontjukat kívánságukra a honlapján közzéteszi. E tekintetben a Bizottság felhívja a reklámozót és az ügynökséget, hogy nyilatkozzon, hogy kívánja-e a már eljuttatott álláspontja közzétételét.

A Bizottság a fentiekén túl, az etikai normasértés súlyára tekintettel úgy döntött, hogy jelen határozatának megküldésével közvetlenül felhívja a médiákat a reklám haladéktalan visszavonására, illetve arra, hogy a közlésétől tartózkodjanak.

Budapest, 2007. augusztus 15.

dr. Markovich Réka dr. Megyer Örs  
MRSZ Reklámetikai Bizottság Önszabályozó Reklám Testület