KULTUR STYRELSEN

TV 2|DANMARK A/S
Teglholm Allé 16
2450 København SV

Att.: TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

22. januar 2014

Sagsnr. 2013-020435

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
Direkte tlf.: 33 73 33 51

Klage over tv-reklame for KiMs A/S vist på TV 2

African Empowerment Center v. Roger Mathisen har ved e-mail af 6. november 2013 klaget til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for KiMs A/S vist på TV 2 senest den 24. oktober omkring kl. 14.

Klager anfører, at det sidste speak i tv-reklamen er diskriminerende mod mennesker af afrikansk oprindelse, eftersom speaket "snager af nere" af seerne opfattes som "smager af neger".

Klager er af den opfattelse, at budskabet "smager af neger" håner og diskriminerer en minoritet og bidrager til at skævvride tolerancen og fastholde samfundet i en institutionel racisme.

Endelig anfører klager, at KiMs-koncernen har valgt at gennemføre kampagnen velvidende, at tv-reklamen refererer til en nedsættende term, da reklamefilmen har været testet i fokusgrupper forud for kampagnens afvikling. Disse fokusgrupper har angiveligt informeret KiMs A/S på forhånd om de negative konnotationer, som hovedpersonens talefejl medfører.

Beskrivelse
TV 2 DANMARK A/S har som bilag til høringssvar af 21. november 2013 vedlagt en optagelse af den påklagede reklamefilm. Reklamen varer ca. 39 sekunder.

Reklamen indledes med en kort sekvens, hvor den fiktive direktør Jørgen står foran KiMs' fabrik og præsenterer virksomhedens nøddeekspert:

"Michael her, han er min nøddeekspert, og han kan fortælle jer alt om nødder. Men hør nu godt efter, for han har lige fået fjernet sine »nandler«*".*

Herefter begynder nøddeeksperten at berette om KiMs' produktion af peanuts:

"Nit navn er Nichael Nadsen. Her på Kins er råvaren alfa og onega. Derfor får vi alle vores peanuts fra Anerika, hvor de får nasser af sol, inden de er nodne. Hos Kins rister vi den og snager den til med et gran salt… Nen: Der er også en nulighed for andre krydderier. Ja, lige ned undtagelse af kardenonne. Dét har vi prøvet, ikke Nargit? Det snager ikke godt."

Nøddeeksperten står i næste klip inde på fabrikken foran en masse peanuts og fortsætter:

"Så er det tid til en snagsprøve. Av av, de er stadig varne! Nnnh…".

Reklamen afsluttes ved, at en pose med KiMs peanuts vises i højre side af skærmen med et idyllisk landskab i baggrunden. I venstre side står med store, hvide bogstaver: "Smager af mere". Dette billede ledsages af det afsluttende speak:

"Kins peanuts. Snager af nere".

Høringssvar

TV 2 DANMARK A/S
TV 2 DANMARK A/S har i høringssvar af 21. november 2013 oplyst, at stationen opfatter reklamen som en humoristisk promovering af KiMs peanuts med udgangspunkt i et indarbejdet reklameunivers, hvor den fiktive direktør, Jørgen præsenterer seerne for forskellige produkter. Reklameuniverset har eksisteret i en lang årrække og har altid taget afsæt i Jørgens særlige personlighed og forholdsvis larmende og anmassende humor.

TV 2 DANMARK A/S anfører, at stationen ikke på noget tidspunkt har opfattet det afsluttende speak som "smager af neger".

Der er efter TV 2 DANMARK A/S' opfattelse intet i hverken reklamens billedside eller øvrige speak, der giver grundlag for at antage, at det har været hensigten, at seerne skulle opfatte "snager af nere" som andet end KiMs' slogan fremsagt med en talefejl.

På den baggrund er det TV 2 DANMARK A/S' opfattelse, at reklamen for KiMs ikke indeholder udsagn, der kan siges at stride mod hensynet til den sociale ansvarsfølelse, skade respekten for den menneskelige værdighed eller fremme forskelsbehandling.

Endelig bemærker TV 2 DANMARK A/S, at klagen findes at være baseret på den grundlæggende præmis, at ordet "neger" i almindelig dansk sprogbrug er nedsættende og ringeagtende.

Det er der efter TV 2 DANMARK A/S' opfattelse imidlertid ikke holdepunkt for i hverken retspraksis, praksis fra Forbrugerombudsmanden eller i de forskellige opslagsværker over det danske sprog.

Samlet set finder TV 2 DANMARK A/S ikke, at reklamen for KiMs indeholder betegnelsen "neger" – hverken i direkte eller indirekte form. Herudover er TV 2 DANMARK A/S af den opfattelse, at en anvendelse af betegnelsen "neger" ikke i sig selv kan anses som krænkende eller diskriminerende i strid med reklamebekendtgørelsen.

KiMs A/S
KiMs A/S fremkommer i høringsskrivelse af 19. november 2013 med følgende bemærkninger til klagen:

KiMs finder hverken, at filmen er racistisk eller diskriminerende, da afmeldingen i filmen ikke bruges til at beskrive en person af afrikansk oprindelse, men blot er ét af flere løsrevne eksempler på Nichael Nadsens talefejl, der skaber nogle vrøvleord.

Endvidere står det afsluttende speak i reklamen også skrevet med ord i skærmbilledet, så seerne ikke bør være i tvivl om, at vrøvleordene "snager" betyder "smager" og "nere" betyder "mere".

KiMs oplyser, at virksomheden ikke ønsker at gøre folk kede af det. Produkterne fra KiMs og reklamefilmene skulle gerne gøre folk glade. Derfor har KiMs valgt at ændre speaket sidst i reklamefilmen, så budskabet ikke kan misforstås.

Endelig kan KiMs klart afkræfte, at reklamen har været testet i fokusgrupper forud for kampagnens afvikling. Klagers oplysninger er således ikke korrekte.

Radio- og tv-nævnets vurdering
Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 1188 af 23. september 2013 som ændret ved lov nr. 1626 af 26. december 2013, på sit møde den 21. januar 2014 behandlet sagen og skal udtale:

I henhold til § 9, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen) må reklamer i radio og fjernsyn ikke skade respekten for den menneskelige værdighed eller indeholde eller fremme nogen forskelsbehandling på baggrund af race eller etnisk oprindelse.

Endvidere foreskriver § 7, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, at en reklame skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Reklamen foregår i KiMs' reklameunivers på en fabrik, hvor en ansat nøddeekspert fortæller seerne om peanuts. Bortset fra det sidste speak indeholder reklamen hverken udsagn eller billeder, der kan opfattes diskriminerende eller i øvrigt egnet til at henlede seernes opmærksomhed mod mennesker af afrikansk oprindelse.

I reklamens sidste speak udtales "snager af nere" i stedet for KiMs' normale slogan "smager af mere". Skærmbilledet har et idyllisk landskab i baggrunden. I højre side vises en pose peanuts og i venstre side teksten "smager af mere" med hvide bogstaver. Der er således intet visuelt i skærmbilledet, der giver seerne en association til ordet "neger".

Ordene "nere" og "neger" har et fonetisk sammenfald, da de lyder ens. Da det derfor kan tænkes, at nogle seere vil høre og opfatte ordet som "neger", er spørgsmålet, om denne del af reklamens speak er i strid med § 9, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen, der foreskriver, at reklamer ikke må skade respekten for den menneskelige værdighed eller indeholde eller fremme nogen forskelsbehandling på baggrund af race eller etnisk oprindelse.

Radio- og tv-nævnet har til brug for vurderingen indhentet en udtalelse fra Dansk Sprognævn. Heraf fremgår, at man så vidt muligt bør anvende betegnelsen "sort" i de tilfælde, hvor det er relevant at oplyse en persons hudfarve, eftersom "neger" kan opfattes som et stødende og nedsættende ord. Der er dog efter Dansk Sprognævns skøn stadig mange sprogbrugere, især ældre, der opfatter ordet "neger" som en neutral folkeslagsbetegnelse på linje med fx "indianer".

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at ordet i sig selv er tilstrækkeligt til at statuere, at reklamen har et diskriminerende eller nedsættende indhold.

Klager anfører, at sidste speak kan opfattes og afkodes som "smager af neger". Hvad angår dette udsagn, er det ikke nævnets opfattelse, at indholdet giver nogen mening. På denne baggrund finder nævnet ikke, at der er grundlag for at fastslå, at udsagnet er diskriminerende eller nedsættende.

Efter en samlet vurdering finder Radio- og tv-nævnet ikke, at reklamen har et indhold, der er i strid med § 9, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen.

Det kan herefter overvejes, om reklamen er sømmelig og udformet med behørig social ansvarsfølelse, jf. § 7, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Det er nævnets faste praksis, at reklamer skal være af meget grov karakter for at overtræde grænsen til det usømmelige, eller for at føre til, at reklamen ikke kan anses som udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at reklamen overskrider denne grænse.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE:

Reklamen for KiMs peanuts vist på TV 2 den 24. oktober 2013 omkring kl. 14.00 er ikke udformet i strid med § 9, stk. 2, og § 7, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Mads Bryde Andersen
Formand

/Louise Nygaard Andersen
Nævnssekretær

Kopi sendt til:
African Empowerment Center v. Roger Matthisen
Dansk Sprognævn til orientering