

Jan Leo Plet
Nærum Hovedgade 99A, 2. th.
2850 Nærum

Advokat Jan Christiansen
Banegårdspladsen 1, 8
1570 København V

København den 23. april 2003

Klage over reklame for radiostationen The Voice på TvDanmark 2

Radio- og tv-nævnet har på sit møde den 23. april 2003 truffet afgørelse i klage over tv-reklame for radiostationen The Voice. Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse er reklamens formidling af vold som pressionsmiddel i strid med kravet om, at reklamer skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2. Radio- og tv-nævnet finder tillige, at reklamen på utilbørlig vis spiller på frygt og derfor også er i strid med reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 1, 2. led. Radio- og tv-nævnet finder imidlertid ikke, at reklamen kan antages at tilskynde til vold, uansvarlig eller farlig adfærd, hvorfor reklamen ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 1, 1. led eller § 10, stk. 3.

Nedenfor følger Nævnets afgørelse i sin helhed:

5. marts 2003 indgav Leo Plet politianmeldelse af radiostationen The Voice for overtrædelse af gældende lov vedrørende reklamer. Radio- og tv-nævnet modtog i den forbindelse en kopi af anmeldelsen. Med e-mail af 5. marts 2003 modtog Radio- og tv-nævnet klage fra Nils Freitag over samme reklameindslag. Indslaget har været sendt på TvDanmark 2.

Begge klagere gør gældende, at det er en uhørt provokation, at en radiostation føler det rimeligt og berettiget at promovere denne form for overgreb. Ifølge klagerne bør vold og trusler om vold – selv i reklamens indirekte verden – ikke anvendes i markedsføringsøjemed. Klagerne peger endvidere på, at reklamen gengiver en situation, der kan sidestilles med et voldeligt overfald eller røveri, som mange chauffører frygter dagligt og som har været en realitet for et antal chauffører. Endelig promovere reklamen et synspunkt, hvorefter det er i orden at true en chauffør til at få sin vilje gennemført.

MEDIE- OG
TILSKUDSRADIO- OG TV-
NÆVNET

NYBROGADE 10
1203 KØBENHAVN K
TELEFON 33 92 30 40
FAX 33 14 64 28
rtv@mediesekretariat.dk
www.mediesekretariat.dk

Advokat Jan Christiansen har på vegne af TvDanmark 2 og annoncøren Nordisk Radioreklame A/S med brev af 19. marts 2003 oplyst, at hverken TvDanmark 2 eller annoncøren er af den opfattelse, at reklameindslaget er i strid med bekendtgørelsen om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Reklameindslaget tilskynder på ingen måde voldshandlinger og indeholder heller ikke voldshandlinger i strid med bekendtgørelsen. TvDanmark 2 og annoncøren mener, at reklameindslagets idé er klar for enhver og, at det benytter samme grundkoncept som en række andre reklameindslag, der viser forskellige handlinger, der teoretisk set ville kunne give anledning til skader, såfremt seerne måtte udføre disse. I den forbindelse henvises til en række reklameindslag, der har kørt i den seneste tid, som viser ældre personer, der begår vold mod yngre, og hvor voldshandlingen direkte vises i indslaget.

Ifølge reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, skal reklamer være udformet med behørig social ansvarsfølelse. Bekendtgørelsens § 10, stk. 1, fastslår, at reklamer ikke må tilskynde til voldshandlinger, at de ikke må indeholde indslag med drab, vold eller mishandling, og at de ikke på utilbørlig vis må spille på overtro og frygt. Endelig fremgår det af § 10, stk. 3, at reklamer ikke må tilskynde til adfærd i strid med sikkerheden i hjemmet, på arbejdspladsen eller i trafikken eller til farlig, uansvarlig, sundhedsskadelig eller miljøskadelig adfærd i øvrigt.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at anvendelse af vold som virkemiddel i en reklame ikke pr. automatik er i strid med de beskrevne bestemmelser. I vurderingen af om vold som virkemiddel i en reklame er i strid med de citerede bestemmelser indgår en vurdering af sammenhængen mellem produkt og handling, den målgruppe, som reklamen henvender sig til, samt tonen i reklamen som helhed.

TvDanmark 2 og Nordisk Radioreklame fremhæver, at reklamen anvender samme grundkoncept, som en række andre reklamer, der viser forskellige handlinger, der teoretisk set ville kunne give anledning til skader, såfremt seeren måtte udføre disse. Der henvises i den forbindelse særligt til en række aktuelle reklamer, der viser ældre mennesker, som begår vold mod yngre mennesker.

Sidstnævnte indslag er et led i en informationskampagne fra Kriminalpræventivt Råd, der har til formål, at øge trygheden blandt ældre ved på en tydelig humoristisk og karikeret vis at lege med nogle fordomme som målgruppen har. Indslaget har således ikke et kommercielt budskab, men søger derimod at sætte fokus på ældres angst for voldelige overfald - en angst, der ikke står i forhold til den reelle

risiko, med det formål at højne livskvaliteten hos denne befolkningsgruppe. Vold er selve temaet for dette indslag, mens der ikke er nogen oplagt sammenhæng mellem taxaindslagets objekt – radiostationen The Voice – og anvendelsen af vold – eller trussel herom – som virkemiddel.

I forbindelse med sådanne informationskampagner må der generelt tillades en større margin for anvendelse af voldelige scener. Tilsvarende er det generelt accepteret, at der er en bredere margin i forbindelse med reklamer, der spiller på humor og ironi.

Taxaindslaget har ikke et indlysende humoristisk præg. Sceneriet med manden, der prajer en taxa på gaden, er tværtimod meget realistisk og hverdagsagtigt. Den hverdagsagtige stemning forsøges ganske vist brudt af det overraskelsesmoment, der ligger i, at pistolen fremdrages med henblik på at få skiftet radiokanal, og ikke som led i et overfald eller røveri. Et element, der givetvis skal illustrere, at The Voices lyttere er parate til at gøre hvad som helst for at høre kanalen. Herved kunne sceneriet flytte sig fra det realistiske og hverdagsagtige over i det absurd karikerede. Det, at stikke en pistol op i ansigtet på en taxachauffør, har imidlertid en så tæt associativ sammenhæng med et røverisk overfald på en taxachauffør – en situation, der ikke er usandsynlig – at det efter Radio- og tv-nævnets opfattelse ikke lykkes at trække situationen over i det karikerede og forlene den med et humoristisk præg, der kunne tage brodden af den meget alvorlige situation.

For så vidt angår spørgsmålet om, hvorvidt indslaget tilskynder til vold, farlig eller uansvarlig adfærd indebærer besvarelsen heraf en vurdering af, hvorvidt selve det, at vise en voldelig handling kan siges at indebære en tilskyndelse til at foretage handlingen. I det foreliggende tilfælde finder Nævnet dog, at hele situationens usædvanlighed giver episoden en karakter, der medfører, at reklamen ikke kan antages at tilskynde til vold, farlig eller uansvarlig adfærd.

Reklameindslaget kan imidlertid opfattes i retning af, at det at anvende vold eller trussel om vold som middel til at få egne ønsker gennemført, er acceptabelt. Det er et budskab, der efter Radio- og tv-nævnets opfattelse harmonerer dårligt med kravet om, at reklamer skal være udarbejdet med behørig social ansvarsfølelse.

Der skal formentlig meget til før en reklame kan siges at være udformet i strid med kravet om behørig social ansvarsfølelse. Den konkrete reklame bevæger sig på grænsen, og går efter Radio- og tv-nævnets opfattelse ud over den, når reklamen viser og accepterer denne form for pression.

Reklamer må ikke på utilbørlig vis spille på frygt. I den virkelige verden er taxachaufføren i en udsat situation, når han er alene i vognen med en aggressiv kunde. Hvordan taxachauffører kan beskyttes mod overfald og røverier er jævnligt tema for diskussion i medierne. Indslaget fremstiller en situation, der i meget høj grad minder om et røverisk overfald på en chauffør og spiller derved på en frygt, der ligger i baghovedet på mange taxachauffører. Indslaget kan derfor virke krænkende og angstfremkaldende overfor personer, der har været udsat for lignende handlinger. På den baggrund er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at indslaget i strid med § 10, stk. 1, 2. led på utilbørlig vis spiller på frygt.

Radio – og tv-nævnet finder herefter, at reklamen for radiostationen The Voice ikke er bør vises, idet den i strid med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, og § 10, stk. 1, 2. led, ikke er udformet med behørig social ansvarsfølelse og da den på utilbørlig vis spiller på frygt.

H.H. Brydenholt
næstformand

/Cristina Nissen
nævnssekretær