

TV 2 Reklame
Baunegårdsvej 73
2900 Hellerup

TvDanmark 2
v/advokat Jan Christiansen
Banegårdspladsen 1, 8
1570 København V

Jan Majlergaard
Varbergvej 69, 1
6100 Haderslev

København den 5. januar 2003

Klage over reklame for Telmore

I mail af 2. september 2003 har Max Majlergaard fremsendt klage over 3 reklamer for Telmore. Klageren har anført, at han i stigende grad føler sig stødt over reklamernes sprogbrug.

De tre reklame-spots – ”Jan og Jannie”, ”Jan og rockeren” og ”Jan og nørden” – udgør en serie, der følger den samme struktur: Jan Elhøj, der bl.a. er kendt for det satiriske og provokerende ungdomsprogram ”Banjos Likørstue”, der sendes på DR, optræder i reklamerne dels som sig selv og dels som henholdsvis en kvinde (Jans kæreste Jannie), en rocker og en nørd.

Reklamespottet ”Jan og Jannie” er udsendt på TV 2, medens spottene ”Jan og rockeren” og ”Jan og nørden” er udsendt på TvDanmark 2.

I brev af 23. september 2003 påpeger TV 2 Reklame i forhold til spottet ”Jan og Jannie”, at det eneste bandeord, der optræder i reklamen, er ordet ”sgu”, der anvendes én gang. Stationen har oplyst, at man har opfattet reklamen som henvendt til unge mennesker, og som anvendende de unges sprog vendinger, som passer til målgruppen. Reklamens valg af ord afspejler således målgruppens sprog.

TV 2 Reklame har lagt vægt på, at der i Jan og Jannie ikke gøres overdreven brug af bande- og ukvemsord, samt at ordet ”sgu” alene benyttes som led i en humoristisk og ungdommelig tone, der således skaber det rette miljø.

Da reklamen henvender sig til yngre mennesker i deres eget sprog, samt er præget af en humoristisk tone, er det TV 2 Reklames vurdering, at reklamens sprogbrug

MEDIESEKRETARIATET

VOGNMAGERGADE 10, 1.
1120 KØBENHAVN K
TELEFON 33 18 68 68
FAX 33 18 68 69
rtv@mediesekretariat.dk
www.mediesekretariat.dk

CVR nr. 11 88 46 52

ikke strider mod kravet om at reklamer skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1.

Annoncøren har i brev af 19. september 2003 oplyst, at spottene er produceret under inspiration af andre komiske dialoger på tv, fx de britiske Smith & Jones, og at man har bestræbt sig på at benytte almindeligt dansk sprog og almindelig omgangstone. Det har på ingen måde været hensigten at anvende ord eller vendinger, der kan virke stødende eller have dårlig indflydelse på børn og unge.

TvDanmark 2 oplyser i brev af 10. oktober 2003 om reklamespottene ”Jan og rockeren” og ”Jan og nørden”, at reklamens sprogbrug, der nok er provokerende, afspejler helt almindeligt sprogbrug hos en stor gruppe personer. Annoncøren har valgt dette sprogbrug med henblik på at komme i kontakt med denne gruppe personer, ligesom effekten af sprogbruget forstærker det budskab, der er reklamernes formål. Efter TvDanmark 2's opfattelse er der ikke sket en overtrædelse af bestemmelserne i reklamebekendtgørelsen, idet reklamespottene ikke kan anses for at være usømmelige. Reklamerne har et humoristisk præg, især pga. de stærkt karikerede samtalepartnere som Jan Elhøj sidder overfor i de tre spots.

Radio- og tv-nævnet har behandlet klagen på sit møde den 9. december 2003, og har truffet følgende afgørelse:

Ifølge § 8, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsering i radio og fjernsyn skal reklamer være lovlige, sømmelige og udformet med behørig social ansvarsfølelse. En reklame, hvori der anvendes meget uhøvisk sprog vil kunne anses for mindre sømmelig og ikke udformet med behørig social ansvarsfølelse. Det er derfor afgørende om reklamernes sprogbrug indebærer en overtrædelse af § 8, stk. 1.

For så vidt angår spottene ”Jan og Jannie” og ”Jan og Rockeren” er Radio- og tv-nævnet af den opfattelse, at sprogbruget ikke strider mod kravet om, at reklamer skal være sømmelige og udarbejdet med behørig social ansvarsfølelse, idet reklamerne kun anvender det trods alt forholdsvis harmløse og konventionelle bandeord ”sgu” henholdsvis en og to gange.

I den forbindelse har Radio- og tv-nævnet lagt vægt på, at reklamerne er humoristiske – nærmest platte – i deres form. Spottene er generelt præget af et dårligt og lidt karikeret sprog, hvor bandeordene er en naturlig del. Bandeordene eksponeres ikke på overdreven vis, f.eks. med mange gentagelser, men understøtter figurerens direkte og ”unge” facon. Sammenholdt med det faktum, at det almindeligvis ikke (længere) anses for særligt problematisk at sige: "sgu", især når dette sker uden

vrede og nærmest venskabeligt, hvilket der er tale om i spottene, betyder at der ikke er tale om et sprogbrug i strid med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1.

I spottet ”Jan og nørden” er anvendelsen af bandeord hyppigere. Ud over ordet ”sgu”, der anvendes 2 gange, optræder bandeordene ”pis” og ”for helvede”, hvilket giver reklamen en mere aggressiv tone end de to foregående spots. Det sprog, som reklamen anvender adskiller sig ikke voldsomt fra, hvad man ellers må acceptere i tv, men det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at spottet ligger på grænsen af, hvad der kan betegnes som sømmeligt i henhold til reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1. Nævnet har dog valgt i sin afgørelse at lægge vægt på, at der er tale om en form for parodi på en ungdomsudsendelse, herunder også udsendelsens sprogbrug. Hertil kommer, at de bandeord, der anvendes i spottet i relation til det afbildede miljø forekommer forholdsvis ”almindelige”.

Radio- og tv-nævnet finder herefter, at ingen af de tre reklamer for Telmore overtræder reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1.

Et medlem af Radio- og tv-nævnet finder dog, at der er tale om en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1. Efter medlemmets opfattelse er det anvendte sprog – i særdeleshed i spottet ”Jan og nørden” – uacceptabelt. Medlemmet understreger, at selvom der i forskellige tv-udsendelser, interviews, film, dramatik etc. er mange eksempler på et sprogbrug, der i lige så høj grad er præget af sprogets værste gloser, må der for tv-spots vedkommende lægges vægt på, at disse – i modsætning til andre udsendelser – er underlagt en skrapere lovgivning, der konkret påpeger, at indholdet skal være sømmeligt. Dette gælder også selvom der er tale om et tilstræbt morsomt tv-spot. Sømmelighedens grænser er ikke bestemt af laveste fællesnævner.

H. H. Brydensholt
fg. formand

/ Jette Fievé
nævnssekretær