

TV 2/DANMARK A/S
Teglholm Allé 16
2450 København SV
Att.: Reklamejura

København den 3. september 2007

Klage over tv-reklame for Canal Digital sendt på TV 2

Nanna Gersov har ved mail af 16. april 2007 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Canal Digital sendt på TV 2.

Nanna Gersov anfører følgende kommentarer i sin klage:

"I en tv-reklame, hvor Canal Digital nævnes til sidst, spørges "Hvad er det, som er ti meter langt og lugter af tis?" Svaret, som gives, er respektløst imod ældre. Den form for "humor" bør ikke have nogen plads i en reklame. Det er ondt og det bør stoppes."

Beskrivelse

TV 2/Danmark A/S har med sit høringsbrev af 23. maj 2007 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med den påklagede tv-reklame for Canal Digital.

Reklamen indledes med oplysningen om, at seerne med et abonnement hos Canal Digital kan se de bedste TV kanaler, heriblandt TV 2|ZULU. Herefter vises en række klip fra sketchshowet "Tak for i aften - med Øgendahl og Klan" som illustration af programudbudet på TV 2|ZULU.

De konkrete klip omhandler en række karakterer fra showet, herunder en havbiolog, der kaster op ved synet af fisk, samt en overenergiske rejseleder. Den påklagede sekvens viser en karikeret udseende mandlig karakter fra serien, der fortæller en vittighed, hvor han stiller spørgsmålet:

"Hvad er det, der er ti meter langt og lugter af tis?"

Han giver selv svaret, som er:

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

radrad@mediesekretariatet.dk
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank
Reg.nr. 8109
Konto nr. 1002 295

"Kædedans på et plejehjem".

Hørings svar

TV 2/Danmark A/S v/Chef for reklamejura Marianne Pittelkow er i hørings svar af 23. maj 2007 fremkommet med følgende kommentarer til Nanna Gersovs klage:

" ...

Vi har set reklamen som en humoristisk illustration af den type humor- og satireprogrammer, som TV 2|ZULU er kendt for.

Vi har i vurderingen af reklamen lagt vægt på, at der efter Nævnets praksis er tradition for at tillade en bred margin for anvendelse af humor og satire i TV-reklamer, selvom der eksisterer en risiko for at støde visse seere af reklamen.

Marginen for anvendelsen af humor, eller andre virkemidler der for nogle kan forekomme stødende eller chokerende, må efter vores opfattelse være særlig bred i de situationer, hvor reklamen promoverer eksempelvis en biograffilm, et TV-program eller et teaterstykke.

Dette skyldes, at reklamen i sådanne tilfælde alene gengiver uddrag af et kunstnerisk værk, der i sin natur ofte kan være provokerende eller stødende.

Det må medgives klager, at den konkrete vittighed i reklamen, isoleret set, må betegnes som lavkomisk og grov. Det humoristiske ligger da også mere i fremstillingen af den særlige persontype, der fortæller vittigheden.

Det er således vores opfattelse, at de fleste seere vil kunne nikke genkendende til karikaturen af en tåbelig mandsperson, der fortæller umådeligt upassende vittigheder, samt at de er i stand til at afkode, at sketchen primært udstiller denne persontypes totale mangel på situationsfornemmelse.

Det er på den baggrund vores vurdering, at reklamens ligger inden for grænserne for humor i TV-reklamer, og at reklamen ikke strider mod Reklamebekendtgørelsens §§ 8, stk. 1 & 10, stk. 2.

Der vedlægges en udtalelse fra annoncøren samt en CD-rom med reklamen.

"...

Canal Digital v/ Reklamechef Annegrete Rise Thomsen er i brev af 7. maj 2007 fremkommet med følgende udtalelse til klagen:

"Det pågældende tv-spot omhandler tv-udbud fra Canal Digital eksemplificeret ved et klip fra TV 2 Zulu. Spottet er lavet således, at TV 2 Zulu selv har valgt det viste klip fra kanalen, som derefter er puttet ind i en "Canal Digital ramme" (intro og outro i spottet).

Vi har godkendt dette klip, da vi mener at det viser meget præcist, hvad TV 2 Zulu står for; og TV 2 Zulu henvender sig jo primært til en yngre målgruppe og har sin egen særlige form for humor, som TV 2 Zulu gerne vil vise i klippet.

Vi, Canal Digital, mener, at klippet meget karakteristisk viser, hvad kanalen udbyder af programmer og har derfor ikke overvejet IKKE at gøre brug af det. Vi har således ikke haft til hensigt at støde nogen i den danske befolkning og beklager mange gange, hvis det har været tilfældet.

...".

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 på sit møde den 29. august 2007 behandlet sagen og skal udtale:

Nanna Gersov har ved mail af 16. april 2007 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Canal Digital sendt på TV 2/DANMARK. Reklamen indeholder klip fra sketchshowet "Tak for i aften - med Øgendahl og Klan" som illustration af programudbudet på TV 2|ZULU.

Nanna Gersov anfører bl.a. følgende i sin klage:

"...

Svaret, som gives, er respektløst imod ældre. Den form for "humor" bør ikke have nogen plads i en reklame. Det er ondt og det bør stoppes."

Den påklagede vittighed i reklamen lyder som følgende:

Spørgsmål:

"Hvad er det, der er ti meter langt og lugter af tis?"

Svar:

"Kædedans på et plejehjem".

I henhold til § 8, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn skal reklame i radio og fjernsyn, som al anden reklame, være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Endvidere må reklamer ifølge § 10, stk. 2, ikke være diskriminerende med hensyn til bl.a. alder.

TV 2/DANMARK A/S har ved sin vurdering af reklamen bl.a. lagt vægt på, at,

"der efter Nævnets praksis er tradition for at tillade en bred margin for anvendelse af humor og satire i TV-reklamer, selvom der eksisterer en risiko for at støde visse seere af reklamen.

Marginen for anvendelsen af humor, eller andre virkemidler der for nogle kan forekomme stødende eller chokerende, må efter vores opfattelse være særlig bred i de situationer, hvor reklamen promoverer eksempelvis en biograffilm, et TV-program eller et teaterstykke.

Dette skyldes, at reklamen i sådanne tilfælde alene gengiver uddrag af et kunstnerisk værk, der i sin natur ofte kan være provokerende eller stødende."

Endvidere finder TV 2/DANMARK A/S, at den konkrete vittighed i reklamen, isoleret set, må betegnes som lavkomisk og grov, men at det humoristiske i højere grad ligger i fremstillingen af den særlige persontype, der fortæller vittigheden, og at det er den persontype, der udstilles.

Det er derfor TV 2/DANMARK A/S' vurdering, at reklamen ligger inden for grænserne for humor i tv-reklamer, og at reklamen ikke strider mod reklamebekendtgørelsens §§ 8, stk. 1, og 10, stk. 2.

Der er i henhold til Nævnets praksis præcedens for at tillade en bred margin for anvendelse af humor og satire i tv-reklamer.

Det er imidlertid tillige Nævnets opfattelse, at der ikke bør tillades en særlig bredere margin for reklamer for spillefilm, tv-programmer mv. Uanset at reklamer for sådanne lovligt skal kunne vise klip, som er karakteristiske for filmen eller programmet, må annoncørerne sørge for at udvælge klip, som er i overensstemmelse med loven.

Det konkrete program "*Tak for i aften - med Øgendahl og Klan*" er et sketchshow, hvilket klippene i reklamen repræsenterer.

Spørgsmålet er, hvorvidt klippet med vittigheden ligger inden for grænserne for, hvad der tillades i tv-reklamer, bl.a. under hensyntagen til reklamens anvendelse af humor. I den forbindelse skal Nævnet bemærke, at der gælder mere restriktive regler for indholdet af reklamer end for programindhold.

Der er altså forskel på om klippet var blevet vist på TV 2/Zulu som en egenreklame for programmet, idet der så ville der være tale om programindhold, som ikke er omfattet af reklamebekendtgørelsens bestemmelser eller om klippet, som i den konkrete sag, er vist i en reklame for Canal Digital, hvor reklamebekendtgørelsens bestemmelser finder anvendelse.

Nævnet er enig med TV 2/DANMARK A/S i, at den påklagede vittighed, isoleret set, må betegnes som lavkomisk og grov. Det er endvidere Nævnets opfattelse, at vittigheden er nedværdigende og diskriminerende over for ældre. Uanset det forhold at vittigheden fremføres af en karikeret persontype samt indgår i et sketchshow og derfor er ment humoristisk, finder Nævnet, at vittigheden går over grænsen af det tilladelige. Nævnet finder endvidere, at Canal Digital uproblematisk kunne have valgt et mindre grænseoverskridende klip til at repræsentere programudbudet på TV 2/Zulu.

På baggrund heraf finder Nævnet, at reklamen er diskriminerende med hensyn til alder i strid med reklamebekendtgørelsens § 10, stk. 2. Endvide-

re finder sekretariatet, at reklamen ikke er udformet med behørig social ansvarsfølelse i strid med § 8, stk. 1.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for Canal Digital sendt på TV 2 er i strid med § 8, stk. 1, og 10, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen.

Christian Scherfig
formand

/Christina Sigvardt
Nævnsssekretær