

A reklámokban is figyeljünk a környezetre! – útmutatót készített az ÖRT

Azonnali közlésre!

Az önszabályozás keretében nagy gondot fordít a szakma a megelőzésre, amelyet részletes útmutatók elkészítésével is segít az Önszabályozó Reklám Testület. Most a környezetre ártalmas magatartás elkerülése érdekében fogalmazta meg ajánlásait az ÖRT, amely nem a termékeket kategorizálja, hanem a reklámok tartalmáról szól.

A jogszabály a környezetre ártalmas magatartás ösztönzését tiltja, azonban azzal kapcsolatban nem létezett iránymutatás, hogy egy bemutatott magatartás mikortól minősül ilyennek. Dr. Bándi Gyula „zöld ombudsmannal”, az alapvető jogok biztosának helyettesével, a jövő nemzedékek érdekeinek védelmét ellátó biztoshelyettessel és munkatársaival való konzultáció jelentette a kiindulási alapot az útmutató kialakításához.

Nagy segítséget jelentett a „zöld ombudsmannal” és munkatársaival kialakított párbeszéd, amely alapján először egy monitoring szempontrendszerét alakítottunk ki, majd a vizsgálat tanulságai alapján készült el az útmutató – fogalmazott Megyer Örs, az ÖRT elnöke.

Az útmutató minden márka reklámja számára fontos és hasznos. Nem a termékeket kategorizáltuk, hanem a reklám tartalmára fókuszáltunk, hiszen bármely termék reklámjában előfordulhat a környezet szempontjából meggondolatlan magatartás, amely a reklám jellegéből adódóan alapvetően pozitív hangulatú reklámban pozitív, elfogadó vagy éppen megerősítő képet sugallhat – fogalmaz Fazekas Ildikó ÖRT főtitkár.

Megnyugtató, hogy a vizsgált közel 400 reklámban környezetvédelem szempontjából nem volt drámai hiba. A reklámokban látott egy-egy – nem megfelelő, ráadásul nem is a termékhez, hanem csupán a reklám ötlethez kapcsolódó - mozzanat azonban azt bizonyította, hogy a tudatosság növelésének helye van. Ezért is örültünk az Önszabályozó Reklám Testülettel való együttműködésnek és az elkészült útmutatónak – fogalmazott Dr. Bándi Gyula.

Egy-egy aprónak tűnő mozdulat, a termékhez egyáltalán nem kapcsolható viselkedés, (pl. szívószál, műanyagpohár használata, a termék pocskéolása) a reklámokban azt mutatta, hogy van még mire figyelni. Az ÖRT filozófiájához a megelőzés hozzátartozik, így meggyőződésünk, hogy kellő odafigyeléssel a környezet szempontjából is megfelelő reklámok készülhetnek. A tudatossághoz az útmutató minden bizonnyal hozzájárul a reklám készítőit – tette hozzá Fazekas Ildikó főtitkár.