

Vállalás tett az ipar a sokoldalú emberábrázolásért a reklámokban

Azonnali közlésre!

A Kódexen túlmutató vállalást tett az ÖRT égisze alatt mintegy harminc tagvállalat és két szakmai szervezet az emberi méltóság reklámokban való érvényesülése érdekében. Az aláírók elkötelezték az iránt, hogy a reklámokban történő felelősségteljes és sokoldalú emberábrázolással hozzájáruljanak a pozitív kulturális változáshoz.

Fontos és előremutató vállalást tettek a reklámpiac szereplői, amely szerint a jövőben még nagyobb figyelmet szentelnek a sokoldalú emberábrázolásnak a fogyasztó emberi méltósága és önbecsülése érdekében. A vállalás már önmagában egy fontos „kategória” az önszabályozás területén. Nem a mindenkire érvényes Kódexről, és nem az ÖRT által kiadott ajánlásról van szó, hanem a cégek által megfogalmazott elkötelezettségről, amely mellett a saját maguk által megfogalmazott alapelveken vagy belső iránymutatásokon túl egy nyilvános fórumon tettek hitet.

Nagyon hiszünk a Best Practice erejében. Tudjuk, hogy a reklám csupán egy a fogyasztót érő társadalmi hatások közül, hiszen a közbeszéd, oktatás, média, család és a baráti kör mellett a reklám is hat arra, hogy mit tart szépnek és a környezetünk elfogadható elemének a reklám. Természetes, hogy a reklám szép embereket akar mutatni, már csak az a kérdés, hogy kit tekintünk szépnek, és a szépség tartalommal való feltöltéséért vállalunk aktív felelősséget ezzel a közös vállalással - fogalmazott Gerendi Zsolt az ÖRT főtitkára.

Nagy utat tettünk meg, az elfogadás sokat változott. Ma már nemcsak a húszéveseké a világ a reklámban, szerencsére ma már nem szégyen az sem, ha szemüveges, ha fogszabályozója van, vagy éppen balkezes valaki. (vö. a balfék, balkézről született kifejezésekkel.) Az emberi test ábrázolása, a kor, bőrszín, bőrhibák, bármely fogyatékoság, vagy éppen a nemi szerepekhez kapcsolódó szakmák, a viselkedés (pl. férfias dolog-e babakocsit tolni) ábrázolása sokat változott az elmúlt években a reklámban, és a további változásokért is tenni akarunk – jelentette ki Fazekas Ildikó igazgató az ünnepélyes aláírás alkalmával.

Büszke vagyok arra, hogy közel harminc cég és két szakmai szervezet csatlakozott ehhez a rendkívül pozitív kezdeményezéshez. Meggyőződésem, hogy a reklámpiac szereplői által már megkezdett folyamat ezzel a közös vállalással új lendületet kap – hangsúlyozta Molnár Kálmán az ÖRT elnöke.