

2020. március 24.

ÚTMUTATÓ

REKLÁMOK AZ
EGÉSZSÉGÜGYI
VESZÉLYHELYZET ESETÉN



ÖNSZABÁLYOZÓ
REKLÁM TESTÜLET

REKLÁM. TISZTÁN



REKLÁMOK AZ EGÉSZSÉGÜGYI VESZÉLYHELYZET ESETÉN

A koronavírusnak köszönhetően kialakult egészségügyi veszélyhelyzet mindannyiunk számára egy eddig nem tapasztalt helyzet. Magunk és a környezetünk védelmében nagyon fontos, hogy megfelelő, követendő példát mutassunk a társadalom számára a reklámokon keresztül is.

A legfontosabb szempontok figyelembevételével az ÖRT az alábbi pontokban fogalmazza meg a járványügyi veszélyhelyzetre vonatkozó etikai iránymutatásait a reklámozók, reklámkészítők, valamint a reklámközvetítők számára.

- A járványügyi veszélyhelyzetre tekintettel minden reklámozónak felelősen kell eljárnia és szem előtt tartania, hogy a fogyasztók félelmének, szorongásának kihasználása - akár figyelemfelkeltés céljából - nem lehet etikus.
- Egyetlen reklám sem használhatja ki a fogyasztó félelmét azáltal, hogy megtéveszti őket a reklámozott termék használhatóságával, tulajdonságával kapcsolatban. Különösen igaz ez olyan termékekre, amelyekről a fogyasztó alappal vagy alaptalanul azt vélheti, hogy támogatják az egészségét, immunrendszerét. Ilyenek elsősorban az élelmiszerek, étrend-kiegészítők, orvostechnikai eszközök, védőfelszerelések.
- Kerülendő a járvánnyal, kórral, vírusokkal, azok hatásaival, ellenhatásaival történő kommunikációs elemek használata még abszurd, vicces formában is.
- Ugyancsak nem etikus a felelőtlen magatartás - indokolatlan testi kontaktus és szükségtelen tömegjelenetek - bemutatása. Minden reklámban a távolságtartó érintkezés, a "maradj otthon" viselkedés támogatása lehet csak elfogadható.
- A gúnyos, a kialakult járványügyi helyzetet elbagatellizáló, felelőtlen magatartást támogató elemek nem elfogadhatók.
- Az indokolatlan, túlzó félelemkeltés, pánik, a tényleges veszélyek eltúlzott bemutatása ugyancsak etikátlan lehet, különösen az idős vagy egyébként kiszolgáltatott fogyasztókat célzó reklámozás során.
- Törekedni kell arra, hogy a reklámok fogyasztói üzenete legyen összhangban a rendkívüli törvényi intézkedések vonatkozó rendelkezéseivel, elkerülve ezáltal a fogyasztó elbizonytalanítását, megtévesztését.

A fenti ajánlások figyelembevétele a már említett, fogyasztók számára is rendkívül érzékeny, és sokunk számára eddig nem tapasztalt élethelyzet mellett a térben beszűkült tevékenységek által is generált magasabb médiafogyasztás miatt is indokolt.

