

REKLAMA VERSUS PRAVDA

POHYB PO HRANĚ OSTŘÍ - SNAHA LÁKAT \Rightarrow KLAMAT
DOBŘE ZBOŽÍ SE CHVÁLÍ SAMO?
HON ZA ZNAČKAMI

RADA PRO REKLAMU - PŘEDSEDA RADEK PODKORNÝ (PRAVO, 28.12.04, V ROZHOVORU S JIŘÍM VAURDNĚM)

■ JAK VLASTNĚ RADA, KTERÁ URČUJE, KTERÁ REKLAMA JE DOBRÁ, MRAVNĚ, ETICKÁ A KTERÁ NIKDY FUNKUJE?

● DESET LET, BĚHEM KTERÝCH RADA PRO REKLAMU FUNKUJE, JE PŘÍKLADEM EFEKTIVNÍHO FUNKOVÁNÍ NESTÁTNÍHO SUBJEKTU ---

■ JAKÉ JSOU VLASTNĚ ZÁKLADNÍ PÍLÍŘE ETIKY REKLAMY?

● REKLAMA NEMUSÍ BÝT PRAVDIVÁ, NESMÍ ALE KLAMAT.

■ TO JE TRDCHU NESMYSLNÉ? JAK TO VYPADÁ V PRAXI?

● MOHU NAPŘÍKLAD ŘÍCI, ŽE PO NAŠICH BONBONECH SE BUDETE VZNAŠET. NENÍ TO PRAVDA, ALE SPOTŘEBITEL VÍ, ŽE JE TO URČITĚ OBRAZNÉ VYJÁDRĚNÍ, NEČEKÁ, ŽE BUDE SKUTEČNĚ LÉTAT. SPOTŘEBITEL VIDÍ, ŽE REKLAMA NENÍ PRAVDIVÁ, ALE NEKLAME. POKUD ŘEKNU, ŽE PO BONBONECH ZMODRAJÍ DĚTI, COŽ BĚŽNÝ SPOTŘEBITEL NEMŮŽE POUZNAT A OVĚŘIT SI, TAK REKLAMA KLAME ---