

Příloha 2

Pracovní list: Kodex reklamy – zkrácená verze

KAPITOLA 1

3. Základní požadavky na reklamu

3.1 Reklama nesmí navádět k porušování právních předpisů nebo budit dojem, že s jejich porušováním souhlasí.

3.2 Reklama musí být slušná, čestná a pravdivá. Musí být vytvářena s vědomím odpovědnosti vůči spotřebiteli i společnosti.

3.3 Reklama musí respektovat zásady čestného soutěžení konkurentů.

3.4 Žádná reklama nesmí v zásadě ohrožovat dobré jméno reklamy jako takové, či snižovat důvěru v reklamu jako službu spotřebitelům.

KAPITOLA 2

1. Slušnost reklamy

1.1 Reklama nesmí obsahovat tvrzení a vizuální prezentace, které by porušovaly hrubým způsobem normy slušnosti a mravnosti obecně přijímané těmi, u nichž je pravděpodobné, že je reklama zasáhne. Zejména prezentace lidského těla musí být uskutečňována s plným zvážením jejího dopadu na všechny typy čtenářů a diváků.

1.2 Reklama nesmí obsahovat zejména prvky snižující lidskou důstojnost.

2. Čestnost reklamy

2.1 Reklama nesmí být koncipována tak, aby zneužívala důvěru spotřebitele nebo využívala nedostatku jeho zkušeností, znalostí či jeho důvěřivosti.

3. Pravdivost reklamy

3.1 Reklama nesmí šířit klamavé údaje o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech. Klamavým údajem je i údaj sám o sobě pravdivý, jestliže vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl učiněn, může uvést v omyl.

3.2 Reklama nesmí na základě klamavých údajů sjednávat vlastnímu či cizímu podniku prospěch na úkor jiného.

4. Společenská odpovědnost reklamy

4.1 Reklama nesmí bez oprávněného důvodu využívat motiv strachu.

4.2 Reklama nesmí zneužívat předsudků a pověr.

4.3 Reklama nesmí obsahovat nic, co by mohlo vést k násilným aktům nebo je podporovat.

4.4 Reklama nesmí obsahovat nic, co by hrubým a nepochybným způsobem uráželo národnostní, rasové nebo náboženské cítění spotřebitelů.

Zdroj: www.rpr.cz [cit. 2004-12-16]