



Warszawa, 4 czerwca 2020 r.

Pani Aneta Dmowska

Szanowna Pani!

Rada Etyki Mediów otrzymała od Pani prośbę o interwencję w Wydawnictwie Bauer-w związku z umieszczeniem w piśmie „Tele Tydzień” (wyd.22) tekstu „Nawet 6 cm więcej po 1 dawce”.

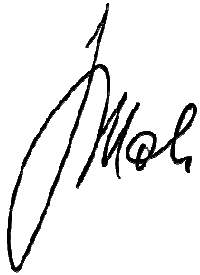
*Pisze Pani: „Nie ma żadnego ostrzeżenia na okładce, nie ma granicy wieku - po prostu między stronami wyskakuje napis o tym, że przyjemność rośnie proporcjonalnie do wielkości penisa. Moja 10 letnia córka przeczytała dziś cały artykuł i przyszła z pytaniami. Jestem oburzona, że dla pieniędzy z reklam Bauer zrobi wszystko. Czy naprawdę nie ma siły, żeby powstrzymać wpychanie na siłę dzieciom w ręce wulgaryzmów i pornografii? Czy to legalne? Czy to etyczne?”*

Artykuł oznaczony jest jako REKLAMA - i z tego powodu powinna oceniać go Komisja Etyki Reklamy. Rada Etyki Mediów zwraca jednak uwagę, że **wydawców, redakcje i dziennikarzy** obowiązuje Karta Etyki Mediów a ta w 6 Zasadzie (Pierwszeństwa dobra odbiorcy) stanowi, że **podstawowe prawa czytelników, widzów i słuchaczy są nadrzędne wobec interesów redakcji, dziennikarzy, wydawców, producentów i nadawców**. Sąsiadowanie na stronach Tele Tygodnia artykułów przeznaczonych dla bardzo młodych czytelników z sex-reklamą budzi wątpliwości ,co do charakteru magazynu.

Przed kilku laty w trosce o widzów media elektroniczne zostały zobowiązane do oznaczania dostępności filmów i programów dla poszczególnych grup wiekowych. Brak takiego obowiązku w magazynach drukowanych prowadzi do coraz częstszych incydentów, jak ten, opisany przez Panią.

Redakcja i wydawca powinni szanować prawa odbiorców - dlatego Rada Etyki Mediów uważa, że zamieszczenie tej reklamy w magazynie „Tele Tydzień” złamało zasady etyki.

W imieniu Rady Etyki Mediów

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mokrosińska', written in a cursive style.

Krystyna Mokrosińska  
Członek REM