

# Rasistisk reklame



Organisasjonen mot offentlig diskriminering mener dette er diskriminerende. Foto: Hentet fra reklamefilm til Djuice.

**Reklamefilmen for det Telenor-eide mobilselskapet, Djuice, er rasistisk og latterliggjør svarte. Det hevder Organisasjonen mot offentlig diskriminering, som vil ha slutt på fordomsfulle reklamer.**

Publisert 06.06.2006 15:18

Av:

Mari Allgot Lie

/

Rikard Martinussen

Organisasjonen mot offentlig diskriminering mener norsk reklamebransje er en versting når det gjelder diskriminering. En reklame fra Djuice føler de er støtende.

En svart mann med cap, treningsklær og masse gullsmykker kommer svømmende midt utpå en typisk norsk fjord, for å gi en fisker denne beskjeden. "Yo dog, we`re changing label".



- Misforstått, sier informasjonssjef i Telenor. Hentet fra reklamefilmen til Djuice.

## Fordommer

Reklamefilmen for Djuice som sendes på kino og TV akkurat nå er full av fordommer, mener leder i OMOD, Organisasjonen mot offentlig diskriminering, Akhenaton de Leon.

- Det virker som om vedkommende er dum, at han er en tjener, og at han er så pliktoppfyllende at han svømmer bort til båten. Han har til og med klær på, og kommer svømmende for å levere en beskjed til den hvite mannen. Det setter ikke vi pris på, sier

Akhenaton de Leon.

Akhenaton de Leon mener reklamen spiller på gamle fordommer.

- Jeg oppfatter det på mange måter som nedverdiggende, sier de Leon.

### **- Misforstått**

- Han har misforstått, sier informasjonssjef i Telenor, som eier Djuice, Scott Engebrigtsen.

- Tvert imot så fremstilles denne rap-artisten som en helt, som faktisk kommer ut å forteller sin fan at han skifter plateselskap, sier Engebrigtsen.

### **En værsting**

Men reklamen for Djuice er bare en av mange, i følge de Leon. Han mener reklamebransjen er en værsting på det å spre fordommer, og at folk med mørk hud bare slipper til på i reklamer der de skal latterliggjøres.

- Når de fremstilles i reklamer er det ofte i et negativt lys, sier de Leon.

### **- Kan bli bedre**

Det er leder for reklamebransjens interesseorganisasjon Kreativt Forum, Sol Olving helt uenig i.

- Vi kan nok bli flinkere til å bruke flere minoriteter, fordi de er en del av oss nordmenn. Men at vi bevist diskriminerer eller sprer fordommer, er jeg ikke med på at vi gjør, sier Olving.

Kulturnytt, NRK P2, 1. august 2005