Cyfyngiadau hysbysebu

Hysbyseb Marmite

Pwynt dysgu: Gall cynulleidfaoedd ymateb i destunau mewn ffyrdd gwahanol. Nid ydyn nhw bob amser yn derbyn yr ystyr bwriadol. Yn hytrach, maen nhw'n gallu ymateb i'r gwrthwyneb. Gall ymatebion ddibynnu ar oedran, profiadau, rhyw, credoau a gwerthoedd pobl.

- Gwelir arolygwyr mewn iwnifform yn mynd i gartrefi ac yn codi cywilydd ar deuluoedd
- Mae'r perchenogion wedi esgeuluso jariau o Marmite, sydd yna'n cael eu hachub gan ffug arolygwyr *RSPCA* a'u rhoi mewn cartrefi newydd
- Mae ymgyrchwyr lles anifeiliaid yn gwrthwynebu'r hysbyseb, gan ddweud ei fod yn ddi-chwaeth.

Gan NEWYDDIADURWR DAILY MAIL

CYHOEDDWYD: 22:58, 21 Awst 2013 | DIWEDDARWYD: 09:43, 22 Awst 2013

Darlledwyd yr hysbyseb ar ffurf rhaglen ddogfen ffug am y tro cyntaf yn gynharach y mis hwn. Mae'n cynnwys grŵp lles yn achub jariau o Marmite sydd wedi cael eu hesgeuluso. Derbyniwyd 504 o gwynion gan wylwyr a oedd yn dweud ei fod yn bychanu gwaith asiantaethau lles plant ac anifeiliaid.

Hysbyseb Marmite

Mae'r gwneuthurwr yn masnachu ar y slogan marchnata Love It, Hate It'

Yn sgil y cwynion, fe wnaeth perchennog Marmite, Unilever, roi £18,000 i'r *RSPCA*.
Ond dywedodd yr **Awdurdod Safonau Hysbysebu**: '*Byddai'r rhan fwyaf o wylwyr yn gweld yr hysbyseb fel jôc. Ni wnaethon nhw fychanu materion yn ymwneud â cham-drin na difrïo gwaith gwasanaethau gwarchod plant ac anifeiliaid*'.

Mae'n ymddangos bod un dyn yn cael ei adael yn llefain ar ei stepen drws, ac mae wynebau rhai plant wedi cael eu cuddio fel nad oes modd eu hadnabod – fel sy'n digwydd gyda rhaglenni dogfen go iawn. Y cysyniad yw bod y perchenogion hyn wedi esgeuluso jariau o Marmite, sy'n cael eu hachub gan y ffug arolygwyr *RSPCA* cyn i'r jariau gael eu hailgartrefu.
Mae'n ymddangos bod y gwneuthurwr, sy'n masnachu ar y slogan marchnata 'Love It, Hate It, Just Don't Forget It', wedi gwneud camsyniad ynglŷn ag ymateb gwylwyr.

Ar ôl darlledu'r hysbyseb yn ystod egwyl Coronation Street ar ITV nos Lun, cafodd dudalennau Facebook a YouTube y brand eu llenwi â chwynion beirniadol. Dyma enghraifft o un gŵyn oddi ar Facebook: '*Mae eich hysbyseb newydd yn ofnadwy o ddi-chwaeth. Nid yw creulondeb tuag at anifeiliaid yn fater i chwerthin am ei ben, ac rydw i'n credu ei bod yn ofnadwy eich bod chi'n gwneud jôc o bwnc o'r fath ac yn ei ddefnyddio mewn ymgyrch farchnata i gynyddu gwerthiant.*'

'*Byddai pobl yn fwy parod i brynu Marmite pe baech chi'n rhoi canran fechan o werthiant pob jar i'r RSPCA i ddangos nad oeddech chi'n bwriadu amharchu'r gwaith caled maen nhw'n ei wneud.*'

Ysgrifennodd rhywun arall y canlynol: '*Beth ar wyneb y ddaear roeddech chi'n ei feddwl?! Cwbl ddi-chwaeth.*'

Ychwanegodd person arall: '*Hysbyseb gwarthus! Mae'r awgrymiadau'n ofnadwy, a chywilydd ar Michael Buerk am gymryd rhan! Rwy'n gobeithio y byddwch chi'n rhoi'r gorau i'w ddarlledu ar unwaith!!!!*'

Hysbyseb Marmite

Fodd bynnag, cafwyd llawer o sylwadau cadarnhaol hefyd, gan gefnogwyr a oedd wedi mwynhau'r hiwmor, ac yn amddiffyn yr hyn roedden nhw'n ei honni oedd yn neges ddoniol.

Ar eu gwefan cynnigiodd **Marmite** ymddiheuriad i'r siopwyr hynny a gafodd eu tramgwyddo, gan ddweud: '*Mae'n ddrwg gennym ni eich bod chi'n teimlo felly.' Ychwanegodd y gwneuthurwr, sy'n masnachu ar y slogan marchnata 'Love It, Hate It': 'Mae'r plot yn canolbwyntio ar fyd dychmygol lle mae timau o bobl yn benderfynol o achub jariau nad ydyn nhw'n cael eu defnyddio, a'u rhoi i bobl sy'n bwyta Marmite. Yr unig anifail sy'n ymddangos yw anifail anwes i deulu sy'n meddwl y byd ohono. Rydym ni wedi gweithio'n galed iawn i greu hysbyseb, ac roeddem ni'n gobeithio y byddai pobl yn ei wylio yn y ffordd ysgafn a fwriadwyd.*'

Dywedodd ***RSPCA*** ei fod yn deall pryderon rhai gwylwyr.
Dywedodd llefarydd: '*Rydym ni'n deall bod cyfeillion anifeiliaid yn bryderus ar ein rhan – mae pobl naill ai'n caru'r hysbyseb neu'n ei gasáu. Rydym ni'n bwriadu siarad â gwneuthurwyr Marmite ynglŷn â sut gallwn ni weithio gyda'n gilydd dros les anifeiliaid.*'

Dywedodd **cynrychiolydd Unilever**, sy'n gwneud Marmite: '*Nid ydym ni byth yn bwriadu achosi tramgwydd. Dyma'r tro cyntaf i Marmite fod ar y teledu ers dwy flynedd, ac rydym ni wedi gwneud pob ymdrech i sicrhau bod yr hysbyseb hwn yn diddanu unrhyw un sy'n ei wylio. Sgoriodd yn uchel iawn trwy gydol ein proses brofi drwyadl, a gyda brandio clir o'r cychwyn cyntaf, yn ogystal ag ymdeimlad digrif, rydym ni'n credu ein bod ni wedi creu hysbyseb Marmite digamsyniol – bydd pobl naill ai'n ei garu neu'n ei gasáu, ond yn bendant, ni fydd neb yn ei anghofio. Rydym ni'n gobeithio y bydd pawb yn gwylio ac yn mwynhau'r hysbyseb hwn yn y ffordd ysgafn a fwriadwyd.*'

Hysbyseb Marmite

Darllenwch y wybodaeth yn y daflen i'w llwytho i lawr am hysbyseb teledu Marmite sydd ar ffurf rhaglen ddogfen ffug.

Cynhaliwch ddadl am yr hysbyseb gyda thasg chwarae rôl.

Rolau:

- Ymgyrchydd hawliau anifeiliaid
- Crëwr yr hysbyseb
- Cynrychiolydd *RSPCA*
- Cynrychiolydd Unilever
- Cefnogwyr brand Marmite
- Beirniad ASA

Beth yw eich safbwynt chi? A yw'r hysbyseb yn peri tramgwydd ac yn anghyfrifol? Neu a yw'n amlwg yn jôc?

Ysgrifennwch eich ymateb personol chi.