



I

2022. II. féléves monitoring

Gyermekek ártalmas helyzetben történő ábrázolásának vizsgálata

2022.01.20.





1. Összefoglalás

Az Önszabályozó Reklám Testület az NMHH-val kötött közigazgatási szerződés alapján átfogó monitoring vizsgálatot végzett a gyermekek ártalmas magatartásra ösztönzésének témájában. A vizsgálatba a 2022. augusztus 29. és szeptember 4. között megjelent valamennyi televíziós reklámot bevontuk. A 2015-ben e témában végzett vizsgálatunkhoz hasonlóan, most sem emeltünk ki egy-egy érzékenyebbnek tűnő termék kategóriát, hiszen a tanulságok éppen abból adódhatnak, hogy valamennyi termék reklámjában figyelni kell a gyermekekkel kapcsolatos élethelyzetek ábrázolására, illetve tartózkodni kell az olyan helyzetek bemutatásától, melyek ártalmas magatartásra ösztönzésnek minősülhetnek.

Az ártalmas magatartásra ösztönzés meghatározásánál figyelembe vettük, hogy egy adott történet/helyzet bemutatása a kereskedelmi közlemény üzenete szempontjából honnantól minősül egészségre, biztonságra, környezetre ártalmas magatartásra való ösztönzésnek, hiszen pusztán egy helyzet bemutatása nem biztos, hogy egyben ösztönzésnek is minősül. Az adott helyzet feloldható pl. megfelelő szülői reakcióval, vagy a helyes magatartást pártoló lezárással. Ezen kívül természetesen a kiválasztást indokolta, hogy az ártalmas magatartásra ösztönzés kérdésével mind az Mttv. mind a Magatartási Kódex kiemelten és részletesen foglalkozik. A reklámokra vonatkozó szabályozás betartása, betartatása pedig társszabályozó szervezetként az Önszabályozó Reklám Testület számára is lényeges feladat.

A monitoring most is két lépésben történt. Elsőként az ÖRT monitoringért felelős szakértője végzett előszűrést (712 reklámot vizsgált), majd a kérdéses reklámokról a Bizottság döntött. Második lépésben a kérdéses reklámok vizsgálatához külső szakértőt kértünk fel dr. Fábián László gyerekpszichológus, középiskolai tanár személyében.

Valamennyi reklámot a Magatartási Kódex III. fejezetének 6.§ előírásai alapján vizsgáltuk. A 712 reklámból 14 darabban volt kérdéses jelenet, és ebből ártalmas magatartásra ösztönzés szempontjából 8 reklám volt aggályos, amelyeket önszabályozás keretében vizsgálunk meg. Különösen súlyos normasértést egyetlen reklám esetében sem állapítottunk meg, így nem indítottunk hivatalos eljárást.





2. Bevezetés

Az átfogó vizsgálat tárgya a Kantar Media által 2022. augusztus 29. és szeptember 4. között rögzített valamennyi televízióreklám volt. A vizsgálatot indokolta a gyermekek védelmének kiemelt jelentősége, ezért a szabályok betartásának ellenőrzése bizonyos időközönként szükséges. A vizsgálat során a Magatartási Kódex III. fejezetének 6.§-át vettük figyelembe.

2.1. A monitoring eljárási rendje a közigazgatási szerződés alapján

Az NMHH és ÖRT között kötött közigazgatási szerződés 2.2. b) pontjában rögzített feladat („a rögzített személyi kör 2.1. és 3. pontban megjelölt felhatalmazás keretébe tartozó tevékenységére, magatartására irányuló átfogó ellenőrzését, a Szakmai Szervezet által önállóan meghatározott tárgykörökben és ütemezés szerint;”), valamint a 2022. évre vonatkozó munkaterv alapján a támogatói gyermekek ártalmas/veszélyes helyzetben történő megjelenését vizsgáltuk. A vizsgálat eljárási rendjét a Szerződés VI. fejezete fogalmazta meg.

„A hivatalból induló eljárásra vonatkozó különös rendelkezések.”

27. §

(1) Amennyiben a Szakmai Szervezet a meghatározott tárgykörökben és ütemezés szerinti átfogó ellenőrzés eredménye alapján valamely, a társzabályozási eljárása hatálya alá tartozó médiatartalom-szolgáltató esetében normasértést valószínűsít, hivatalból társszabályozási eljárást indíthat. Ebben az esetben az eljárás megindításáról a Szakmai Szervezet elnöksége határoz.

(2) A hivatalból induló eljárásra a Kódex eljárási szabályai alkalmazandók, az alábbi eltérésekkel:

- a) az eljárási határidők a Szakmai Szervezet elnökségének az eljárás megindításáról szóló határozata meghozatalát követő naptári napon indulnak;
- b) a Bizottság tagjai a 17. § szerint kerülnek kijelölésre a Szakmai Szervezet szakértői listájáról;
- c) az eljárás során a 22. §-ban rögzített rendelkezések nem alkalmazandók.

(3) A Bizottság határozatát a Szakmai Szervezet megküldi az eljárás alá vont, illetve az eljárással érintett médiatartalom-szolgáltató, valamint a Médiatanács részére.

(4) A határozattal szemben az érintett médiatartalom-szolgáltató a Kódexben foglaltak szerint jogorvoslattal élhet.”

2.2 A monitoring vizsgálat szempontjai a Magatartási Kódex alapján

III. Fejezet - Egyes tényállások

6.§

A médiatartalomban közzétett kereskedelmi közlemény nem ösztönözhet az egészségre, a biztonságra és a környezetre ártalmas magatartásra. Ennek megítélése szempontjából nem a termék jellege, használhatósága, hanem a kereskedelmi közlemény üzenete az irányadó.





3. A vizsgálat módszertana

a. A vizsgált időszak

A vizsgálatot a 2022. augusztus 29. és szeptember 4. között közzétett valamennyi televíziós reklámot figyelembe véve végeztük el.

b. A vizsgált reklámok

A Kantar Média AdexNet szolgáltatása az alábbi csoportosítást, illetve tartalmak leválogatását teszi lehetővé:

- a) Sajtótermékek
- b) Lekérhető audiovizuális médiatartalom

Az Önszabályozó Reklám Testület – figyelembe véve a MEME álláspontját is - az alábbi szempontokat vettek figyelembe a lekérhető audiovizuális médiatartalmak területére vonatkozóan:

- on-demand lekérés televíziós megtekintésre (IPTV)
- pszeudo on-demand lekérés televíziós megtekintésre (időeltolósos tévézés)
- internetes tartalomfogyasztás a tévécsatorna internetes felületén

Tekintettel arra, hogy amennyiben a fogyasztó reklámmal találkozik e felületeken, az a lineáris szolgáltatás keretben közzétett tartalommal azonos, így döntésünk szerint a lineáris szolgáltatás során közzétett reklámokat vettük alapul, és ezeket vizsgáltuk.





4. A vizsgálat szempontjai

A médiatartalomban közzétett kereskedelmi közlemény nem ösztönözhet az egészségre, a biztonságra és a környezetre ártalmas magatartásra. Ennek megítélése szempontjából nem a termék jellege, használhatósága, hanem a kereskedelmi közlemény üzenete az irányadó. A szabály három terület köré csoportosítja a tilalmat, ezért mi is e három téma köré gyűjtöttük a figyelembeveendő szempontokat, azzal, hogy a felsoroltakon felül kiemelten vizsgálendő az, aminek megjelenítése egyértelműen jogszabályba ütközik (pl. dohányzás, cigaretta, 18 éven aluliak alkoholfogyasztása).

4.1. Egészségre ártalmas magatartásra ösztönzés vizsgálatának szempontjai:

- Alkoholos befolyásoltág bemutatása
- Túlzott fogyasztás bemutatása (pl. bármely élelmiszer, alkohol, stb.)
- Élénekítő ital gyermekek által való fogyasztása (pl. kávé, energiatital)
- Evés ritmusának bemutatása (ne habzsoljon)
- Étellel a szájban ne fussanak, ugráljanak, sportoljanak
- Napozás megfelelő bemutatása (pl. kalap, fényvédő)
- Szoláriumban gyermek ne jelenjen meg
- Evés közben ne mobilozzanak, tabletezzenek a szereplők
- Engedetlenség következtében bekövetkező ártalmas magatartás

4.2. Biztonsággal kapcsolatban felmerülő szempontok:

- Sebesség (autó, motor, hajó, quad, stb.) bemutatásának módja (száguldozás, driftelés nem jelenjen meg)
- Biztonsági öv használata
- Közlekedési járműben megfelelő számú személy üljön
- Alkoholfogyasztás esetén ne vezessen a szereplő semmilyen járművet
- Gyalogos a zebrán menjen át
- Gyerek egyedül ne menjen át az úttesten
- Biciklizés bemutatása lehetőleg bukósisakban (helyzettől függő)
- Konyhában a gyermek felnőtt társaságában tartózkodjon
- Kresz szabályainak betartása
- Gyógyszer, tisztítószer, bármilyen vegyszer tárolásának bemutatása biztonságos helyen
- Vezetés közben a sofőr ne egyen, igyon, ne mobilozzon
- Elektromos berendezés használatának megfelelő bemutatása (ne vizes tevékenység végzése közben)
- Kés, olló, vágóeszköz, szerszám használata közben gyermek egyedül ne jelenjen meg
- Tisztítószer alkalmazása a használati útmutatásnak megfelelően, ill. használat közben az ablak legyen nyitva (ha van)
- Úton való futás esetén a szereplő ne hallgasson zenét
- Zebrán való áthaladás közben ne mobilozzon, olvasson
- Gyermekeket, állatot egy percre se hagyjanak az autóban (pl. tankolás idejére sem)

4.3. Környezetre ártalmas magatartásra ösztönzés megítélésénél szempont:

- Szemetelést ne mutasson
- Graffitizés, tagelés, mint elfogadott magatartás ne jelenjen meg
- Gyermekek a falakat ne firkálják össze
- Bosszú miatti károsítás ne jelenjen meg (autó összekarcolása, ablak betörése, bárminek a tönkretétele)
- Természetben való autózás, motorozás, quadozás csak úton, a környezetet nem károsítva jelenjen meg
- Károsanyag környezetbe való juttatását ne mutassa be (pl. gyógyszer, olaj, tisztítószer, kozmetikum wc-be való öntése, elégetése)





- Energiatakarékossgal ellentétes tevékenység bemutatása (lámpa lekapcsolásának elmaradása a szoba elhagyása után)
- Tűzrakás szabályaival ellentétes tevékenység bemutatása
- Állatok ürülékét ne hagyják maguk után
- Motor feleslege járatása, bőgetése ne jelenjen meg.



5. A vizsgálat eredménye

Ebben a fejezetben azokat a reklámokat, ill. értékelésünk szempontjait és eredményét mutatjuk be, amelyeket - a legkisebb aggály esetén - az előszűrés a biztonság értékelésére átadott.

Biztonság szempontjából kérdéses reklámok:

5.1. Acitval Kid reklámfilm -aggályos, önszabályozás keretében vizsgálandó



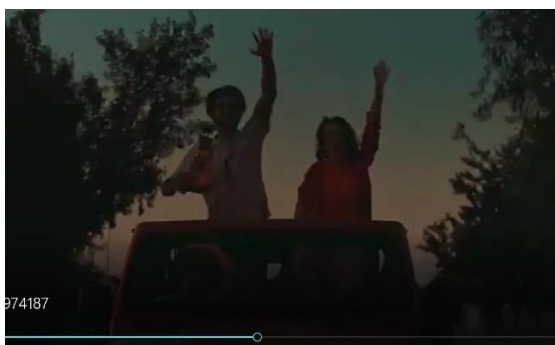
A Béres Acitval kid reklámfilm családot autózás közben bemutató jelenetében a vezető mellett ülő anyuka nincs bekötve a forgalomban résztvevő autóban, a család többi tagja mind megfelelően használja a biztonsági övet. Mivel a reklámban bemutatott jelenet a biztonságos közlekedés szempontjából aggályos, ezért önszabályozás keretében eljárást indítunk és felszólítjuk a reklámozót a film módosítására.

5.2. Apetister – elfogadható



A reklámfilmben a kislány fent ül a pult tetején, amely önmagában veszélyes magatartást mutatna be. Mivel a szülő közvetlenül a gyermek mellett áll, és így a szülői kontrol megvalósul a reklám elfogadható.

5.3. Chio – aggályos, önszabályozás keretében vizsgálandó



A Chio reklámfilm egyik jelenete forgalomban közlekedő autót - benne fiatalokat - mutat be. A fiatal szereplők egy nyitott tetejű dzsipben állnak, miközben az autó halad. A bemutatott jelenet közlekedés

szempontjából nem biztonságos, aggályos, ezért önszabályozás keretében a reklámozót a reklám módosítására szólítjuk fel.

5.4. Lurpak vaj - elfogadható



A Lurpak termék reklámfilmjének nyitó jelenetében apuka főz a konyhában, miközben a gyerekek a lábánál fogva próbálják elhúzni a főzőlaptól. A bemutatott élethelyzet játékos, nem veszélyes, egy családi jelenet látható, ahol apuka mindent megtesz, hogy távol tartsa a gyerekeket a forró ételtől, ezért a reklám elfogadható.

5.5. Magnesol - aggályos, önszabályozás keretében vizsgálendő



A reklámfilmben gyerekek párnacsatáznak a kanapén, a párnák szét is szakadnak, tollak szállnak a levegőben. Anyuka mindeközben a gyerektől távolabb főz, látja őket, jelen van, de a helyzetet mégsem oldja fel erre utaló magatartást nem mutat, ezért a reklám aggályos, és önszabályozás keretében vizsgálendő.

5.6. Terrán – elfogadható



A reklámfilm családi ház udvarát bemutató jelenetében különböző korú lányok a medence partján játszanak, egyensúlyoznak amely önmagában veszélyes magatartásnak is tekinthető. Mivel az anyukájuk végig ott van velük - közvetlenül mellettük - és szülői felügyelet mellett láthatóak a gyerekek, ezért a reklám elfogadható.

5.7. Toffifee - elfogadható



A reklámfilmben a család szereplői kerülnek bemutatásra köztük gyerekkorú szereplők is, egy játék keretében az apuka bekötött szemmel darts nyíllal dobálja falon lévő világtérképet melynek célja a következő úti céljuk megtalálása. A gyerekek közelében végzett veszélyes felnőtt tevékenység is aggályos lehet, azonban a reklám adott jelenetében családfő a szobában egyedül van, és a fallal szemben áll, ezért nem veszélyeztet senkit, a reklám pedig elfogadható.

5.8. TUC - aggályos, önszabályozás keretében vizsgálándó



A reklámfilm egyik a felnőtt általi főzést bemutató jelentében a felnőtt szereplő által használt serpenyő a főzési tevékenység közben lángol. Egy másik jelenetben egy fiatal lány veszélyes mutatványként pedig egyensúlyozik a fotel karfáján. A bemutatott „bulis” helyzetek a kiskamaszok számára vonzó veszélyes helyzetek lehetnek, melyek aggályosak ezért önszabályozás keretében javasoljuk a reklám módosítását.

Egészség szempontjából kérdéses reklámok:

5.9. Shauma – aggályos, önszabályozás keretében vizsgálándó



Közös családi otthoni fürdőzés bemutatása történik a reklámban, ahova apuka nedves, habos padlón csúszva érkezik meg a fürdőszobába, ahol a gyerekek tartózkodnak. A jelenet vicces, jó hangulatú, emberi méltóságot nem sértő, de mégis aggályos a nedves padlón csúszásnak köszönhető sérülés veszélye miatt, ezért önszabályozás keretében a reklám módosítására hívjuk fel a reklámozót.

5.10. Vénusz étolaj – elfogadható



A reklámfilm egy jelenetében fiatalok a forró bográcsból kóstolják meg az ételt. Főzés közben egy elfogadott gyakorlat mégis a tűz közelsége az étel magas hőmérséklete miatt az ilyen tevékenység bemutatása aggályos lehet. Mivel a szerepelők fiatal felnőttek, és óvatosan, az ételt „megfújva” kóstolják meg a fakanálról, ezért a reklám elfogadható.

Környezetre ártalmas magatartás szempontjából kérdéses reklámok

5.11. Győri Édes – elfogadható



A film egyik jelenetében az aratás előtt álló búzamezőben szaladnak a gyerekek, szívet rajzolva ezzel. A bemutatott magatartás nem veszélyes, a gyerekek szempontjából nem aggályos.

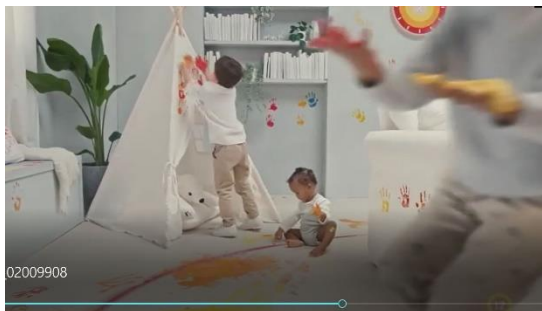
5.12. Mömax – aggályos, önszabályozás keretében vizsgálandó



A reklám jelenetei egy áruház belső terében játszódnak, ahol a fiatalok az ágyakon ugrálva párnacsatáznak. Bár reklám képi megjelenítése, üzenete az otthon érzetét sugallják, a bolti berendezések rongálásának

bemutatása ebben az esetben sem fogadható el. A jelenet bemutatása miatt a reklám aggályos, ezért önszabályozás keretében a reklám tovább vizsgálendő.

5.13. Nurofen – aggályos, önszabályozás keretében vizsgálendő



A mindent összefestékező gyerekek, és a közben elhangzó szöveg: „Te csak hagyd a gyerekedet játszani!” szöveg az épített környezet szempontjából aggályos ártalmas magatartást mutat be és a szülő kontrol – amely feloldaná ezt a helyzetet - sem jelenik meg a reklámban, ezért önszabályozás keretében a reklám módosítására hívjuk fel a reklámozót.

5.14. 7Days – aggályos, önszabályozás keretében vizsgálendő



Az élelmiszeráruház területén, fizetés előtt eszik meg a fiatalok a terméket. A reklámból egyértelműen kiderül, hogy a biztonsági szolgálat tudomást szerez az eseményről, követi és figyeli a fiatal szereplőket, de mégsem lép közbe. A fiatalok a film végén látható jelenetben a termék kifizetésére mutatnak hajlandóságot így a termék eltulajdonítására nem buzdít a reklám. A bemutatott fizetési előtti fogyasztás jelene több üzlet szabályzatával is ütközik, ezért aggályos, és önszabályozás keretében a reklám módosítási javasolt.



5. Összegzés

A 2022. évi második féléves monitoring vizsgálat témája a gyermekek ártalmas magatartásra ösztönzésének bemutatása volt. Az elemzésbe a 2022. augusztus 29. és szeptember 4. között megjelent valamennyi televíziós reklámot bevontuk. Nem emeltünk ki egy-egy érzékenyebbnek tűnő termékkategóriát, hiszen a tanulságok éppen abból adódhatnak, hogy valamennyi termék reklámjában figyelni kell a gyermekekkel kapcsolatos élethelyzetek ábrázolására, illetve tartózkodni kell az olyan helyzetek bemutatásától, melyek ártalmas magatartásra ösztönzésnek minősülhetnek.

A 712 reklámból 14 (1.9%) darabban volt kérdéses jelenet, és ebből ártalmas magatartásra ösztönzés szempontjából 8 (1.1%) reklám volt aggályos, amelyeket önszabályozás keretében vizsgálunk meg.

Három fő területet azonosítottunk az aggályos reklámok esetében melyek a közlekedés, az otthoni viselkedés ezen belül is a konyhai, valamint a fürdőszobai magatartásformák nem megfelelő bemutatása. A harmadik téma pedig az áruházak belső terében bemutatott viselkedési formák – rongálás és a fizetés előtt fogyasztás - voltak.

Különösen súlyos normasértést egyetlen reklám esetében sem állapítottunk meg, így nem indítottunk hivatalos eljárást

A tapasztalatok azt mutatják, hogy az aggályos eseteknél nem súlyos normasértésekről van szó, így döntésünk értelemben a kifogásolt - aggályos - reklámok esetében önszabályozás keretében indítunk vizsgálatot és vesszük fel a kapcsolatot az érintett reklámozókkal. A megjelenésekről és a vonatkozó indoklásunkról azonban mind a reklámozót, mind a közvélekedő médiumot tájékoztatjuk, és felhívjuk a figyelmüket az aggályosnak tartott támogató szpot elemeinek módosítására.

A konkrét megjelenések vizsgálatának eredménye és a problémás, kérdéses területek megismerése egyértelmű visszajelzést adott arra vonatkozóan, hogy a témára vonatkozó útmutatónk és képzési gyakorlatunk (tréningjeink) megismertetése a reklámozók körében kiemelten fontos. A monitoring vizsgálat eredményének az érintettekkel egy dedikált workshop keretében való megosztása mellett továbbra is folytatjuk azt a gyakorlatot mely a témát is magába foglaló etikai tréninget megtartását szorgalmazza, akár minden a reklámozási folyamatban érintett szereplő számára.

Az Önszabályozó Reklám Testület ezért a szakma széleskörű edukációja érdekében az említett, a szakmát segítő útmutató népszerűsítését és a szakma edukációját a munkatervébe továbbra is kiemelt területként kezeli.





Mellékletek

1. sz.m.: vizsgált csatornák

AMC
AXN
CARTOON NETWORK
COMEDY CENTRAL
COOL TV
DISCOVERY CHANNEL
DISNEY CHANNEL
DUNA TV
FEM3
FILM CAFÉ
FILM+
FILM4
GALAXY4
HISTORY
IZAURA TV
M1
M4 SPORT
MINIMAX
MOZI+
NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL
NATIONAL GEOGRAPHIC WILD
NICKELODEON
PARAMOUNT CHANNEL
PRIME
RTL 2
RTL GOLD
RTL SPIKE
RTL+
RTL-KLUB
SLÁGER TV
SOROZAT+
SPEKTRUM
SPEKTRUM HOME
SPORT1
SUPER TV2
TV PAPRIKA
TV2
TV4
VIASAT3
VIASAT6

