

Tervezés-Kutatás

5/a.

MÉDIASZABÁLYOZÁS

# Mi a baj ezzel?

Vodafone:  
Leg-ek hálózata



# MÉDIASZABÁLYOZÁS

## Jogi szabályozás

Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság

## Gazdasági szabályozás

Nemzeti Adó- és Vámhivatal

## Etikai normatívák

Fogyasztóvédelmi Hatóság, MRSZ Etikai Biz.

## Önszabályozás,

Önszabályozó Reklámtestület

## Belső szabályozás

Szerkesztőségek, kuratóriumok

# Médiatörvény

2011. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról

## Reklám:

...olyan – **műsorszámnak minősülő – közlés, tájékoztatás,** amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolgot ajánl,

vagy szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog **megvásárlására** ösztönöz,

- vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás **nevének,**  
**megjelölésének** népszerűsítésére, ismertségének növelésére irányul.

# Médiatörvény

2011. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról

## Nem lehet reklámmal megszakítani:

a **30** percet meg nem haladú politikai hírműsort, politikai tájékoztatást, a tizennégy év alatti kiskorúaknak szóló műsort.

Amennyiben valamely filmalkotás, hírműsor hossza a harminc percet meghaladja, az reklámmal, televíziós vásárlással harminc perces időszakonként egyszer szakítható meg.

## A reklámok óránkénti időtartama:

A televíziókban és a rádiókban egyetlen egész órától egész óráig tartó időszakban sem haladhatja meg a **12** percet.

A közszolgálati médiumokban óránként az eddiginél kettővel több, **8** perc reklám engedélyezett

## Kiskorút:

A kereskedelmi közlemények **nem** szólíthatnak fel közvetlenül vásárlásra, illetve arra, hogy másokat erre rábeszéljenek.

## Politikai reklám,

közérdekű közlemény és társadalmi célú reklám közzétételekor a közzététel megrendelőjét egyértelműen meg kell nevezni. Közérdekű közleményért ellenértéket nem lehet kérni.

# Médiatörvény

2011. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról

Termékelhelyezés: (product placement)  
(branded content)

**Lehet terméket elhelyezni** 2011 óta a televízióban levetített mozifilmekben, a tévéfilmekben és sorozatokban, a sportműsorszámokban és szórakoztató műsorokban. (A hírműsorokban, a politikai tájékoztató műsorszámokban, a nemzeti ünnepek hivatalos eseményeiről tudósító műsorszámokban és a vallási, egyházi tartalmú műsorokban viszont nem, a 14 éven aluliaknak szóló műsorokban pedig csak akkor, ha azért nem fizetnek.)

1. **Ki kell írni a képernyőre,** hogy a műsorszámban termék-megjelenítés látható,
2. A törvény szerint ez a módszer „**nem hívhatja fel** a nézőt közvetlenül áru megvásárlására, vagy szolgáltatás igénybevételére. Az így megjelenített termék nem lehet indokolatlanul hangsúlyos a képernyőn, a megjelenésének életszerűnek kell maradnia”.

# Etikai alapelvek

a Reklámetikai Kódex legfontosabb alapeveil

## **4. § Tilos közzétenni olyan reklámot, amely**

- a) személyhez fűződő jogokat, kegyeleti jogot, valamint személyes adatok védelméhez való jogokat sért,
- b) erőszakra buzdít, illetve a személyes vagy közbiztonságot, környezetet illetve természetet károsító magatartásra ösztönöz,
- c) félelemérzetet kelt.

## **5. § Tilos közzétenni olyan reklámot, amely** a gyermek- és fiatalkorúaknak szól, és

- a) fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésüket károsíthatja,gy különösen, ha a gyermek- és fiatalkorúakat veszélyes, erőszakos, továbbá a szexualitást hangsúlyozó helyzetben mutatja be.
- b) tapasztalatlanságuk vagy hiszékenységük kihasználásával közvetlen felszólítást tartalmaz arra, hogy a felnőtt korúakat áru vásárlására ösztönözzék.

A reklám nem célozhatja, hogy gyermekkorúakban olyan tudat alakuljon ki, hogy ha a reklámozott árut nem szereznék meg, akkor szégyenkezniük kellene, vagy hátrányba kerülnének.

# Etikai alapelvek

a Reklámetikai Kódex legfontosabb alapeveil

**6. § Tilos közzétenni** burkolt és tudatosan nem észlelhető reklámot.

(2) Tilos az olyan áruk reklámozása, amelyek előállítása vagy forgalmazása jogszabályba ütközik.

**7. § Tilos közzétenni olyan összehasonlító,** illetve egyéb reklámot, amely a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) alapján a tisztességtelen verseny tilalmába, illetve fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmába ütközhet.

(2) A reklámban harmadik személy által készített vizsgálat összehasonlító eredményét, adatait közzétenni vagy ezekre hivatkozni csak a vizsgálatot lefolytató személy előzetes engedélyével lehet.

(15) Az összehasonlító reklám nem lehet megtévesztő, nem vezethet a versenytárssal való összetévesztésre, vagy a versenytárs lejáratására. Az összehasonlító reklám nem becsmérelheti a versenytársat vagy annak áruját (termékét, szolgáltatását), nem sértheti tisztességtelenül a versenytárs érdekeit.



# BBC alapelvek

a sajtóban és elektronikus sajtóban megjelenő burkolt reklámtartalmakról

## “Márkázott tartalom” (natív hirdetés)

nem pr-cikknek látszó pr-cikk

A szerkesztői tartalom és a reklám között egyre inkább elmosódik a határ: ma már bármikor elbizonytalanodhat az olvasó, ha úgynevezett branded contentbe vagy advertorialba fut. A pr-osok célja a tartalomba ágyazódni, hiszen megjelölt cikket „bármelyik hülye” tud írni.

Az újságírók egymás közt **államnak** és **egyháznak** nevezik az újságírást és a hirdetést, a kettő közötti határ pedig azt jelentette, hogy az újságíróknak nem volt szabad a hirdetőik igényeinek megfelelően cikkeket írniuk.

# TÖRVÉNYEK, JOGSZABÁLYOK

# Reklám - jogi szabályozás:

## ★ “REKLÁMTÖRVÉNY”

2008. évi XLVIII. Törvény a gazdasági reklámtevékenységről.

*(Tiltja az olyan reklámokat, melyek erőszakra buzdítanak, félelemérzetet keltenek, fegyvert, lőszert, dohányárut, alkoholos italt reklámoznak) stb.*

## ★ “MÉDIATÖRVÉNY”

2011. évi CLXXXV. törvény a rádiózásról, televíziózásról.

Közszolgálati és kereskedelmi rádióra, tévére vonatkozik, (reklámblokk hossza, közvetlen reklám, termékmegjelenítés) stb. (NMHH hatásköre)

## ★ “VERSENYTÖRVÉNY”

2009. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás tilalma

*(Hírnév rontás tilalma, üzleti titok megsértésének tilalma) stb.*

## ★ FOGYASZTÓVÉDELMI TÖRVÉNY

1997. évi törvény a fogyasztóvédelemről.

*(Vásárlók jogai, megtévesztő reklám, tájékoztatási kötelezettség) stb.*

# Jogi szabályozás 2.

## ★ ETIKAI KÓDEX

Magyar Reklámetikai Kódex mód: 2009-ben.

26 szakmai szervezettel egyeztetve és EU harmonizáció. (Tilalmak, gyerekek védelme, összehasonlító reklám, megtévesztés, stb.)

## ★ SZERZŐI JOGI TÖRVÉNY

1999 évi LXXVI. tv. + módosítása)

(Szerzői, felhasználói jogok. Személyiségi jogok, védjegy jogok)

## ★ ADATVÉDELMI TÖRVÉNY

2011. évi CXII. törvényt az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról

Személyes adatok, adatvédelem, adatkezelés - különös tekintettel az internet szabályozására

## ★ REKLÁMADÓ TÖRVÉNY!

2014. évi XXXIV. törvény a reklámadóról szóló  
2014. évi XXII. törvény módosítása

Évi 500 millió bevétel, vagy havi 2,5 millió kiadás felett progr. adózás, bevallás alapján

HA

# A reklám különadó mértéke

## 1. reklámot közzétesz más részére vonatkozóan

(médiatartalom-szolgáltató, rádió, televízió, kiadó, magazin, szabadtéri reklámfelület tulajdonosok,)

Az adóalap évi 100 millió forintot meghaladó részére **5,3%** a reklámadó.

## 2. reklámot közzétesz saját célból, saját magára vonatkozóan (saját felület, saját weboldal, saját járműveken, katalógus, szórólap, blog, stb.)

ugyanaz: csak 100 millió felett adózik (5,3 %)

## 3. reklám közzétételét rendeli meg másról.

(interneten, Facebookon, Google Adwords, egyéb kiadványokban)

**havi 2,5 millió** forint feletti összegre az adó mértéke **5 %**, (kivétel: ha a közzétevő igazolja, hogy ő adózik.)

# Szakmai szabályozás

## ★ ÖNSZABÁLYOZÓ REKLÁMTESTÜLET (ÖÖRT)

Vitás esetek elbírálása és előzetes normakontroll kérése (pl. sértő reklámok, összehasonlító reklám, megtévesztő reklám, stb.)

## ★ RÉSZVÉTELI ÉS ELJÁRÁSI ÚTMUTATÓ

Ajánlott elbírálási szabályok kommunikációs témájú, főleg reklám- tenderekhez (MAKSz)  
[www.maksz.com](http://www.maksz.com)

## ★ MUOSZ ETIKAI BIZOTTSÁG

Burkolt reklámok, advertorial, natív (PR) anyagok, újságírói, szerkesztőségi részrehajlás

+ nyelvtörvény, építési-, műemlékvédelmi törvény,  
filmtörvény,

## Keress példákat a

- a.) sértő reklámokra
- b.) összehasonlító, hitelrontó reklámokra
- c.) megtévesztő, félrevezető reklámokra
- d.) a gyerekekre káros hatású reklámokra