



 **Predpisi, ki so jih
sprejele članice
EGTE**

Predpisi, ki so jih sprejele članice EGTE

(Predpisi v kurzivnem tisku so prevzeti iz Direktive Televizija brez meja.)

Čas trajanja

Če trajajo oddaje manj kot 30 minut, se jih ne sme prekinjati z oglasi.

Zavajanje

Televizijski oglasi ne smejo neposredno spodbujati mladoletnikov, naj kupijo izdelek ali storitev, če pri tem izkoriščajo njihovo neizkušenost in zaupljivost.

Lažne oglase je treba prepovedati.

Če obstaja verjetnost, da bodo (otroci) oglase zamešali s programom, je treba zraven dopisati "oglas" ali jih drugače jasno označiti.

Oglasi za igrače, igre in druge izdelke, ki so zanimivi za otroke, ne smejo zavajati glede njihove zmogljivosti in kakovosti; upoštevati je treba, da otroci ne znajo zrelo presojati in nimajo dovolj izkušenj.

Oglasi nikakor ne smejo vzbujati – recimo s pretirano rabo domišljjskega ozadja ali posebnih učinkov – nezmernih pričakovanj o delovanju igrač in iger. Vedno je treba jasno pokazati, ali se igrača premika sama ali jo je treba premikati ročno.

Prava velikost izdelka mora biti zlahka določljiva, najbolje tako, da ga pokažemo skupaj z znanim predmetom.

Kadar gre za izdelek, ki je del serije, je treba to jasno povedati, tako kot tudi to, kako dobiti vso serijo.

Vraževernost

Oglasi ne bi smeli igrati na vraževerje.

Neposredno nagovarjanje

Oglasi za izdelke, namenjene otrokom, ne smejo neposredno nagovarjati otrok recimo z besedami: "kupite", "dobili boste", "doživeli boste" itd.

Oglasi otrok ne smejo neposredno nagovarjati k nakupu ali uporabi.

Spoštovanje staršev

Televizijski oglas ne sme izkoriščati zaupanja mladoletnikov v starše, učitelje ali druge ljudi.

Televizijski oglas ne sme neposredno spodbujati mladoletnikov k temu, naj prepričujejo starše k nakupu oglaševanega izdelka ali storitve.

Oglasi ne smejo spodkopavati avtoritete, odgovornosti, presojanja ali okusa staršev; upoštevati morajo veljavne družbene vrednote.

Oglasi in promocije, v katerih so ciljna skupina otroci, le-teh ne bi smeli dejavno spodbujati k nadlegovanju staršev in drugih.

Poziv k zvestobi

Noben oglas ne sme namigovati, da otrok ne bo mogel uspešno opraviti neke naloge ali da ni dovolj pripaden, če ne bo kupil neke storitve ali izdelka oz. če k temu ne bo spodbujal drugih.

Manjvrednost

Noben oglas ne sme v otroku vzbuditi prepričanja, da bo v primerjavi z drugim otrokom manjvreden oz. da ga bodo zaničevali ali se mu posmehovali, če nima ali ne uporablja oglaševanega izdelka ali storitve.

Neposreden odziv

Noben oglas ne sme otroka vabiti k nakupu izdelka po pošti ali telefonu.

Varnost

Televizijski oglasi ne smejo spodbujati vedenja, ki bi lahko ogrozilo varnost ali zdravje.

Televizijski oglasi ne smejo nepremišljeno prikazovati mladoletnikov v nevarnih situacijah.

Otroci se v oglasih ne smejo nagibati skozi okna, nevarno plezati ali lesti skozi jaške oz. se neodgovorno igrati v vodi ali blizu nje.

Oglasi ne smejo prikazovati otrok, ki uporabljajo vžigalice, plin, bencin, parafin, mehanske ali električne naprave, ki bi lahko povzročile opekline, električne šoke ali druge poškodbe.

Oglasi ne smejo prikazovati majhnih otrok, ki plezajo na police ali se stegujejo k predmetom na mizi, ki je višja od njih.

Prav tako morajo biti v oglasih zdravila, razkužila in jedke ali strupene snovi vedno zunaj dosega otrok, razen če so pod strogim nadzorom staršev. Nikakor pa ne smejo prikazovati otrok pri uporabi teh snovi.

Oglasi ne smejo prikazovati slabega vedenja kot nekaj, kar je vredno posnemanja ali odobravanja.

Oglasi ne smejo spodbujati otrok k vstopanju v neznane prostore ali pogovoru z neznanci (recimo za zbiranje kupončkov, ovitkov, oznak itd.).

Igrače – pištrole

Prepovedano je oglaševanje igrač, ki z videzom posnemajo prave pištrole ali spodbujajo k nasilju, rasizmu ali sovraštvu do tujcev.

Varnost v prometu

Oglasi ne smejo prikazovati otrok, ki brezskrbno stopajo na cesto ali jo prečkajo brez nadzora.

Če otroci v oglasu prečkajo promet na cesti, jo morajo vedno prečkati na zebri.

Zdravje in higiena

Oglasi za zdravila in podobno

V teh oglasih otroci ne smejo sami jemati zdravil, vitaminov ali drugih dodatkov k prehrani.

Prehrana

Oglasi za slaščice ali prigrizki ne smejo vzbujati vtisa, da lahko ti izdelki nadomestijo uravnotežen obrok.

Alkohol

Televizijski oglasi za alkoholne pijače ne smejo biti naslovljeni posebej na mladoletnike, zlasti pa ne smejo prikazovati mladoletnikov pri uživanju teh pijač.

Oglasi ne smejo namigovati, da je uživanje alkoholnih pijač znak zrelosti oz. da je njihovo neuživanje znak nezrelosti.

Oglasov za alkoholne pijače ni dovoljeno predvajati med otroškim programom ali v oglasnem času med njimi in po njih.

Oglasi ne smejo prikazovati ljudi, ki dajejo vtis, da so kot mladoletniki uživali alkoholne pijače.

Oglasi ne smejo prikazovati mladoletniških idolov, ki imajo za svojo ciljno skupino mladino, ki pije alkohol ali nakazuje, da ga namerava piti.

Moralna vprašanja

Televizijski oglasi mladoletnikom ne smejo povzročiti moralne ali fizične škode.

Države članice morajo z ustreznimi ukrepi zagotoviti, da televizijski program televizijskih hiš, ki so v njihovi pristojnosti, ne vsebuje oddaj, ki bi lahko resno škodile telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju mladoletnikov zlasti oddaj, ki vsebujejo pornografijo ali neutemeljeno nasilje. Ta prepis mora veljati tudi za druge oddaje, ki bi lahko škodile telesnemu, duševnemu ali moralnemu razvoju mladoletnikov, razen kadar televizijske hiše z izborom časa predvajanja ali s tehničnimi ukrepi poskrbijo, da mladoletniki teh oddaj ne bodo videli ali slišali.

Države članice morajo poskrbeti za to, da oddaja ne vzbuja resnega spolnega, verskega ali narodnostnega sovraštva.

Čas predvajanja oglasov, ki bi s svojo vsebino lahko prestrašil ali vznemiril otroke, mora biti določen tako, da minimizira tveganje, da bi jih videli otroci obravnavane starostne skupine.

Oglasi ne smejo prikazovati otrok v spolno izzivalnih položajih.

Oglasi ne bi smeli z ničemer spodbujati nasilja.

Napovednikov za filme, primerne za osebe nad 15. oziroma 18. letom starosti, ni dovoljeno predvajati med otroškim programom ali pred njim oz. za po njem, vsebina pa lahko zahteva še strožje časovne omejitve.

Oglasi brez opravičljivega razloga ne bi smeli igrati na strah.

Oglasi ne bi smeli vsebovati dejanj, ki so v nasprotju s splošno sprejetimi državnimi merili ali družbenim vedenjem.

Igre na srečo

Oglasi za igre na srečo ne smejo biti naslovljeni posebej na mladoletnike.

V oglasih za igre na srečo ne smejo nastopati otroci.

Izpolnjevanje zakonov in odredb

Oglasi ne bi smeli prikazovati dejanj, ki so v nasprotju z zakonom.

Nastopanje otrok v oglasih

Otroci ne smejo določno oblikovati izjav ali dajati pomenljivih pripomb v zvezi z lastnostmi izdelka ali storitve, o kateri ne morejo imeti neposrednega znanja.

Cena

Kadar je treba dele, dodatke ali baterije, za katere bi otrok lahko utemeljeno pričakoval, da so všteti v ceno izdelka, kupiti posebej, je treba to jasno povedati.

Tekmovanje in promocija

Oglasi, ki menjajo tekmovanje, ne bi smeli napihovati vrednosti nagrad in možnosti za njihovo osvojitvev.

Pri promocijah je treba navesti, kdaj se končajo in natančno razložiti število in obliko morebitnih dodatnih dokazov o nakupih, ki so pogoj za sodelovanje.

Razlikovanje oddaj in oglasov

Televizijski oglasi morajo biti prepoznavni kot oglasi in z optičnimi in/ali optičnimi znaki jasno ločeni od drugih delov programa.

Pokrovitelj ne sme posegati v vsebino in raspored sponzoriranih otroških oddaj oz. v obveznosti in uredniško neodvisnost televizijske hiše.