



11. sz. melléklet

A társadalmi célú kommunikáció feltételrendszere

Érvényes: 2015. január 1-től

Azok a lehetőleg 30 másodpercnél nem hosszabb szpotok sorolhatók ide, amelyek szigorúan tényszerű, értékítéletet nem tartalmazó, a társadalom jelentős részét érintő közérdekű tájékoztatást tartalmaznak, és nem merítik ki a gazdasági reklám fogalmát.

(Tehát nem lehetnek pl. eladásösztönzők, vagy csupán olyan üzenetet tartalmazók, amelyek a gazdasági élet egyik szereplőjéről kialakult közképet kívánják kedvezően befolyásolni, nem szerepelhetnek benne konkrét árucikkek, márkanévek, szolgáltatók, gyártók, forgalmazók és szponzorok, a kereskedelmi haszon érdekében szervezett kiállítások, vásárok vagy „kulturális” rendezvények.)

Legelőször a hirdetésben forrásként megnevezett közhasznú szervezetnek (pl. alapítványnak) hivatalos levélben kell megkeresnie a MTVA-t. Kérjük, pontosan adják meg az azonosításhoz szükséges adatokat, valamint a közzététel indokát.

Célszerű, ha ekkor röviden vázolják az alapítvány tevékenységét és ismertetik a kérdéses kampány lényegét (pl. mely az a hazai közönség meghatározó részének érdekében vágó közérdekű cél, amelyet az üzenet középpontjába kívánnak helyezni)

Egy anyag besorolása a közérdekű kommunikáció egyikébe (pl. KK, TCR) egyedi mérlegelés alapján, a sugárzandó szpot (szövegének, tervezett tartalmának) ismeretében történik.

Ezért a végleges döntéshez elengedhetetlen a kész szpot (rádiós megjelenés esetén a szövegtervezet) benyújtása.

Felhívjuk szíves figyelmüket a közzététel néhány – számunkra előírt – alapfeltételére:

- A kedvezményes (közhasznú) kommunikációban bármilyen gazdasági érdek megjelenítése tilos, mert az már kimerítené a reklám fogalmát. Így nem elegendő garancia az, hogy a megjelenő társaság közhasznú, a besorolásnál mindenkor a teljes szpotot kell figyelembe venni.
- Az üzenet egésze mozgósítson egy sokakat érintő közérdekű cél támogatására, befogadóját ne vásárlásra, hanem életvitelének megváltoztatására ösztönözze (pl.: egészség, gondoskodás, tolerancia, kultúra, környezetvédelem, közlekedés).
- Kulturális esemény kizárólag akkor propagálható, ha arra bárki díjmentesen beléphet és ezt a tényt a sugárzásra benyújtott szpot is tartalmazza. Ebben a formában egyéb járulékos információ nem jelenhet meg, csupán - gazdasági elemet nem tartalmazó - közérdekű tájékoztatás lehetséges (pl. az internet cím – az oldal tartalmától függően – legtöbbször már kereskedelmi tartalommal tölti meg a közleményt).
- Reklámként futó kreatív anyag (vagy annak részei) nem jelentethetők meg egy időben közhasznú kommunikációként is, mint ahogy egy ilyen kampányt semmiképpen sem jegyezhet éppen az az üzleti vállalkozás, amely kereskedelmi reklámjaival pont ugyanezt a hatást kívánja elérni.
- Az anyagi támogatásra buzdító társadalmi célú reklámban kérjük, egyértelműen hangozzék el, hogy a bevételt milyen jótékony célra fordítják.



11. sz. melléklet

A társadalmi célú kommunikáció feltételrendszere

Érvényes: 2015. január 1-től

Televíziós TCR megjelenések

A mérsékelt ár miatt naponként és programonként maximum 4 közlés rendelhető, amelyből legfeljebb kettő kerülhet főműsoridőbe. (Ügynökségi jutalék nem érvényesíthető.)

Az elhelyezésre a csatorna szabad kezet kap, a sugárzási időpontok visszaigazolása mindig a tárgyhetet megelőző héten történik. *(Országosan kiírt választás vagy népszavazás politikai kampányidőszakában társadalmi célú hirdetések fogadására nincs lehetőségünk.)*

A képernyőn történő megjelentetésre akkor vállalkozhatunk, ha a törvényi szabályozásnak megfelelően elkészített, az általánosan elfogadott filmes eszközökkel *művészi*en kidolgozott adáskész szpotot bocsátanak a rendelkezésünkre.

(Tehát a szövegesen benyújtott, vagy csupán a képernyőn megjelenő feliratra, esetleg egyetlen elmosódott képre szorítózkodó filmeket nem áll módunkban sugározni.)

- Az üzenetet kibocsátó szervezet (a hirdetés forrása) a szpot végén, legalább 3 másodpercig, középen elhelyezett jól olvasható önálló *feliratban* nevezze meg magát (pl.: Készült a... megbízásából).
- A kedvezményes sugárzásokra továbbá csak akkor kerülhet sor, ha az adáskészen benyújtott **MPEG2 Full HD 50i vagy Quicktime DV Pal 16:9 anamorf vagy letterbox formátumú** szpot *mindenben megfelel a törvényi előírásoknak*.
- A *15 másodperc alatti filmek elhelyezése* az önálló főcímek miatt meglehetősen nehézkes, ezért elképzelhető, hogy az adott napi struktúra ismeretében nem tudunk vállalkozni a közzétételükre. A *30 másodpercet meghaladó filmek* elhelyezése további előzetes egyeztetést igényel.
- A Médiatörvény új szabályozása alapján minden *közérdekű közleményt, illetve a hallási fogyatékkal élő személyek számára készült társadalmi célú reklámot kötelezően magyar nyelven feliratozni kell.*

Az üzenet forrásától az azonosító adatokat tartalmazó megkeresésnek (tehát: pontos elnevezés, bejegyzett telephely, törvényes képviselő, adószám, bankszámlaszám, elérhetőségek), valamint a *megrendelésnek* az első adás előtt legalább három héttel be kell érkeznie. A *sugárzásra szánt anyag végső leadási határideje* az első sugárzást megelőző 3. munkanap.

Rádiós TCR megjelenések

A mérsékelt ár miatt a rádiós szpot naponként és programonként a rendelkezésre álló szabad kapacitás függvényében kerülhet főműsoridőbe. (Ügynökségi jutalék nem érvényesíthető.) Az elhelyezés kategórián belül történik, ha van szabad hely konkrét időpontok is rendelhetők. A sugárzási időpontok visszaigazolása a megrendelés beérkezését követően történik.

A Rádióban történő megjelentetésre akkor vállalkozhatunk, ha a törvényi szabályozásnak megfelelően elkészített, az általánosan elfogadott hangos eszközökkel készült *adáskész szpotot* bocsátanak a rendelkezésünkre, tehát a gyenge minőségű hanganyagokat nem áll módunkban sugározni. Külön megállapodás alapján rádiós szpotok készíttetésére van lehetőség.

- Az üzenetet kibocsátó szervezet (a hirdetés forrása) a szpot végén, jól hallhatóan nevezze meg magát (pl.: Készült a... megbízásából).
- A kedvezményes sugárzásokra továbbá csak akkor kerülhet sor, ha az adáskészen benyújtott **mp3 formátumú** szpot *mindenben megfelel a törvényi előírásoknak* és a technikai elvárásoknak.

Az üzenet forrásától az azonosító adatokat tartalmazó megkeresésnek (tehát: pontos elnevezés, bejegyzett telephely, törvényes képviselő, adószám, bankszámlaszám, elérhetőségek), valamint a *megrendelésnek* az első adás előtt legalább egy héttel be kell érkeznie. A *sugárzásra szánt hanganyag végső leadási határideje* az első sugárzást megelőző 2 munkanap.



11. sz. melléklet

A társadalmi célú kommunikáció feltételrendszere

Érvényes: 2015. január 1-től

M2

Az M2 csatorna profilja 2012. december 22-től megváltozott. Ennek értelmében a társadalmi célú reklámok elhelyezése korlátozott a csatornán, csak este 19:50 után lehetséges.

„A gyermekek és a kiskorúak védelme

9. § (1) A lineáris médiaszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltató – a hírműsor, a politikai tájékoztató műsor, a sportműsor, a műsor-előzetes, valamint a reklám, a politikai reklám, a televíziós vásárlás, a társadalmi célú reklám és a közérdekű közlemény kivételével – valamennyi, általa közzétenni kívánt műsorszámot a közzétételt megelőzően a (2)–(7) bekezdés szerinti kategóriák valamelyikébe sorolja.

(2) Azt a műsorszámot, amely korhatárra tekintet nélkül megtekinthető vagy meghallgatható, az I. kategóriába kell sorolni.

(3) Azt a műsorszámot, amely hat éven aluli nézőben félelmet kelthet, illetve amelyet koránál fogva nem érthet meg vagy félre érthet, a II. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: hat éven aluliak számára nem ajánlott.

(4) Azt a műsorszámot, amely tizenkét éven aluli nézőben félelmet kelthet, illetve amelyet koránál fogva nem érthet meg vagy félreérthet, a III. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenkét éven aluliak számára nem ajánlott.

(5) Azt a műsorszámot, amely alkalmas a tizenhat éven aluliak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azáltal, hogy közvetlen módon utal erőszakra, illetve szexualitásra, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus, a IV. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenhat éven aluliak számára nem ajánlott.

(6) Azt a műsorszámot, amely alkalmas a kiskorúak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azáltal, hogy meghatározó eleme az erőszak, illetve a szexualitás közvetlen, naturális ábrázolása, az V. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenkilenc éven aluliak számára nem ajánlott.

(7) Azt a műsorszámot, amely alkalmas a kiskorúak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének súlyos károsítására, különösen azáltal, hogy pornográfiát vagy szélsőséges, illetve indokolatlan erőszakot tartalmaz, a VI. kategóriába kell sorolni.

(8) A (2)–(7) bekezdés szerinti minősítésnél irányadó részletes szempontokra, az egyes műsorszámok közzététele előtt és közben alkalmazható jelzésekre, illetve a minősítés közlésének módjára vonatkozó jogalkalmazási gyakorlatának fő elvi szempontjait – amennyiben a kiskorúak védelmével kapcsolatos közérdek vagy a kiskorúak védelmének egységes érvényesülése ezt indokolja – a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa (a továbbiakban: Médiatanács) ajánlásban teszi közzé.

(9) A médiaszolgáltató kérelmére – igazgatási szolgáltatási díj megfizetése ellenében, a műsorszám átadásától számított tizenöt napon belül – a Médiatanács a műsorszám kategóriába sorolásáról hatósági határozatot hoz.

(10) Nem minősül az (1)–(7) bekezdés megsértésének, ha a médiaszolgáltató a műsorszámot magasabb kategóriába sorolja, mint ahogyan az a (2)–(6) bekezdésben meghatározottak szerint szükséges lenne.”

(Médiatörvény / Második rész, I. fejezet, 9.§)