



Országgyűlési képviselő

Iromány száma: **T/17143.**

Benyújtás dátuma: **2017-08-24 15:43**

Parlex azonosító: **17XX5UMH0001**

Címzett: **Kövér László, az Országgyűlés elnöke**

Tárgy: **Törvényjavaslat benyújtása**

Benyújtó: **Szabó Tímea (független)**

Törvényjavaslat címe: **Egyes törvényeknek az indokolatlan szexuális tartalmú hirdetések tiltásához szükséges módosításáról**

Az Alaptörvény 6. cikkének (1) bekezdése alapján „**egyek törvényeknek az indokolatlan szexuális tartalmú hirdetések tiltásához szükséges módosításáról**” címmel a mellékelt törvényjavaslatot kívánom benyújtani.

2017. évi törvény

egyes törvényeknek az indokolatlan szexuális tartalmú hirdetések tiltásához szükséges módosításáról

1. §

A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény 24. § az alábbi (3) bekezdéssel egészül ki:

„(3) Az esélyegyenlőség, az egyenlő bánásmód érdekében a közzétett kereskedelmi közlemény

- a) nem utalhat az erotikára, a szexualitás öncélú – a reklám tárgya, témája által nem indokolt – felhasználására. Az emberi testnek a jó ízlés határai között történő ábrázolása nem kifogásolható, de az ábrázolás módja nem sértheti az emberi méltóságot, a személyhez fűződő jogokat,
- b) nem tartalmazhat olyan, szexuális tartalmú állítást, amely megalázó lehet a fogyasztók számára,
- c) nem összpontosíthat a modellek testére vagy egyes testrészeire úgy, mintha azok tárgyak lennének, ha azok nem kapcsolódnak közvetlenül a reklámozott termékhez. A modellek nem jeleníthetők meg megalázó, elidegenítő vagy nemre vonatkozóan negatív módon.”

2. §

A településkép védelméről szóló 2016. évi LXXIV. törvény 4/D fejezet helyébe a következő rendelkezés lép:

„4/D. Az esélyegyenlőségre és az egyenlő bánásmódra vonatkozó különös szabályok

11/G. §

(1) A településen elhelyezett reklámhordozón elhelyezett reklám és plakát

- a) nem sértheti az emberi méltóságot,
- b) nem tartalmazhat és nem támogathat a nemet, faji vagy etnikai származáson, nemzetiségen, valláson vagy világnézeti meggyőződésen, fizikai vagy szellemi fogyatkozáson, életkoron vagy szexuális irányultságon alapuló hátrányos megkülönböztetést,
- c) közvetlenül nem szólíthat fel kiskorúakat valamely áru megvásárlására vagy bérbevételére, illetve szolgáltatás igénybevételére,
- d) közvetlenül nem szólíthat fel kiskorúakat arra, hogy rábeszéljék szüleiket vagy másokat a reklámozott áru megvásárlására vagy szolgáltatás igénybevételére,
- e) nem használhatja ki a kiskorúaknak a szüleik, tanáraik és más személyek iránti bizalmát, továbbá a kiskorúak tapasztalatlanságát és hiszékenységét,
- f) indokolatlanul nem ábrázolhat kiskorút veszélyes helyzetekben,
- g) nem fejezhet ki vallási, lelkiismereti, illetőleg világnézeti meggyőződést, kivéve a vallási tematikájú tematikus médiaszolgáltatásban közzétett kereskedelmi közleményt,
- h) nem sértheti nemzeti jelkép méltóságát, vagy vallási meggyőződést.

- (2) Az alkoholtartalmú italokra vonatkozó, médiaszolgáltatásban közzétett kereskedelmi közlemény
- a) nem célozhat kifejezetten kiskorúakat,
 - b) nem ábrázolhat alkoholt fogyasztó kiskorút,
 - c) nem ösztönözhet az ilyen italok mértéktelen fogyasztására,
 - d) nem ábrázolhatja a túlzott alkoholfogyasztást pozitív, az alkoholfogyasztástól való tartózkodást negatív megvilágításban,
 - e) kiemelkedő fizikai teljesítményt vagy járművezetést nem mutathat be alkoholtartalmú italok fogyasztásának hatásaként,
 - f) nem kelthet olyan benyomást, hogy az alkoholtartalmú italok fogyasztása hozzájárul a társadalmi vagy szexuális sikerekhez,
 - g) nem állíthatja, hogy az alkoholtartalmú italok fogyasztásának serkentő, nyugtató vagy bármilyen jótékony egészségügyi hatása van, illetve, hogy az alkoholtartalmú italok a személyes problémák megoldásának egyik eszközét jelentik,
 - h) nem kelthet olyan benyomást, hogy az alacsony alkoholtartalmú italok fogyasztása esetén a túlzott alkoholfogyasztás elkerülhető, illetve, hogy a magas alkoholtartalom az ital pozitív tulajdonsága.
- (3) Az esélyegyenlőség, az egyenlő bánásmód érdekében a közzétett kereskedelmi közlemény
- a) nem utalhat az erotikára, a szexualitás öncélú – a reklám tárgya, témája által nem indokolt – felhasználására. Az emberi testnek a jó ízlés határai között történő ábrázolása nem kifogásolható, de az ábrázolás módja nem sértheti az emberi méltóságot, a személyhez fűződő jogokat,
 - b) nem tartalmazhat olyan, szexuális tartalmú állítást, amely megalázó lehet a fogyasztók számára,
 - c) nem összpontosíthat a modellek testére vagy egyes testrészeire úgy, mintha azok tárgyak lennének, ha azok nem kapcsolódnak közvetlenül a reklámozott termékhez. A modellek nem jeleníthetők meg megalázó, elidegenítő vagy nemre vonatkozóan negatív módon.”

3. §

Ez a törvény a kihirdetését követő hónap első napján lép hatályba.

Általános indokolás

Számos országban az emberi méltóság megsértésének tekintik, ha a női testet, mint szexuális tárgyat alkalmazzák a hirdetésekben. Ez egyrészt a hirdetésben szereplő személy számára sértő és megalázó, ráadásul a termék szempontjából semmi relevanciája, hiszen kizárólag a figyelemfelkeltést szolgálja. Magyarországon nemhogy az ilyen reklámozás megengedett, de az is megtörténhet, hogy egy állami, Széchenyi hitelből támogatott online társkereső szolgálat „Túl sok a tandíj? A diákmunka nem fizet eleget?” címmel hirdethet, ezzel nyíltan prostitúcióra szólítva fel a fiatalokat. A jövőben jogszabályba ütközne az a hirdetés, amely súlyosan szexista megvilágításba helyezi a megjelenített személyt, illetve akkor, ha a reklámon szereplő személy testének megjelenítése semmilyen módon nem kapcsolódik a hirdetett termékhez. A módosító javaslat a Magyar Reklámszövetség Reklámetikai Kódexének vonatkozó részeit emeli bele a vonatkozó jogszabályokba.

Részletes indokolás

1. §

A módosítás célja, hogy a jövőben a médiatörvény egyértelműen kimondja, hogy törvényellenesnek minősülnek az olyan kereskedelmi célú közlemények, amelyek súlyosan szexista megvilágításba helyezik a megjelenített személyt, illetve akkor, ha a reklámon szereplő személy testének megjelenítése semmilyen módon nem kapcsolódik a hirdetett termékhez.

2. §

A módosítás az 1. §-hoz hasonlóan a településképző védelméről szóló törvénybe is beemelné ezeket a garanciákat, valamint tiltana minden olyan reklámhordozóra elhelyezett hirdetést mely sérti az egyenlő bánásmódot, az esélyegyenlőséget, a kiskorúak védelmét, illetve az alakoholtartalmú italok reklámozására vonatkozó szabályokat is átmenelné a médiatörvény vonatkozó részéből.

3. §

Hatálybaléptető rendelkezés.