



NEYTENDASTOFA

Auglýsingar og börn. Hvenær er of langt gengið?

Lagaheimildir Neytendastofu

Í 3.–5. mgr. 8. gr. laga um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins, nr. 57/2005, segir:

„Auglýsingar skulu miðast við að börn sjái þær og heyri og mega þær á engan hátt misbjóða þeim.

Í auglýsingum verður að sýna sérstaka varkárni vegna trúgirni barna og unglunga og áhrifa á þau.

Komi börn fram í auglýsingum skal þess gætt að sýna hvorki né lýsa hættulegu atferli eða atvikum er leitt geti til þess að þau eða önnur börn komist í hættu eða geri það sem óheimilt er.“

Í 2. mgr. 16. gr. laganna segir:

„Neytendastofa getur gripið til aðgerða gegn athöfnum sem brjóta í bága við ákvæði kafla þessa. Aðgerðir Neytendastofu geta falið í sér bann, fyrirmæli eða heimild með ákveðnu skilyrði.“

Þá getur Neytendastofa lagt á fyrirtæki stjórnvaldssektir sé ekki farið að framangreindu sbr. 22. gr.:

„Neytendastofa getur lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn:

- a. ...*
- b. stjórnvaldsreglum og ákvörðunum Neytendastofu sem stemma eiga stigu við ólögætum viðskiptaháttum, sbr. 16. gr.,*
- c. ...*
- d. ...*

Sektir skv. 1. mgr. geta numið allt að 10 millj. kr.“

Neytendastofa getur jafnframt lagt dagsektir á skv. 23. gr. laganna:

„Ef ekki er farið að ákvörðun sem tekin hefur verið samkvæmt þessum lögum getur Neytendastofa ákveðið að sá eða þeir sem ákvörðunin beinist gegn greiði dagsektir þar til farið verður að henni. Ákvörðun um dagsektir skal tilkynnt bréflega á sannanlegan hátt þeim sem hún beinist að.“

Í sameiginlegum stefnumarkandi reglum um sjónvarpsauglýsingar frá 1992 er einnig að finna ákvæði um börn og auglýsingar.

Öllum ákvörðunum Neytendastofu um auglýsingar má skjóta til áfrýjunarnefndar neytendamála og að fengnum þeim úrskurði má bera málið undir dómstóla.



Frá 1. júlí 2005 hefur Neytendastofa eftirlit með framangreindum ákvæðum en fram til þess tíma var það Samkeppnisstofnun.

Í flestum tilvikum fara fyrirtæki að fyrstu tilmælum Neytendastofu um að breyta auglýsingu eða hætta birtingu og í þeim tilvikum kemur ekki til frekari málsmeðferðar.

Eftirfarandi eru dæmi um auglýsingar þar sem nauðsynlegt hefur þótt að banna birtingu:

[Ákvörðun samkeppnisráðs nr. 15/2005, Auglýsingar Umferðarstofu](#)

Umboðsmaður barna kvartaði yfir þremur auglýsingum Umferðarstofu. Fyrsta auglýsingin sýnir lítið barn hlaupa fram af svölum háhýsis meðan faðir þess lítur undan. Í annarri sést karlmaður hlaupa niður stiga með lítið barn í fanginu og rekst á konu sem fellur við. Þriðja auglýsingin sýnir karlmann sveifla barni í hringi og missa það úr höndunum. Samkeppnisráð bannaði birtingu auglýsinganna þar sem þær misbuðu börnum og lýstu hættulegu atferli. Þá voru börnin, að tilefnislausu, sýnd við hættulegar aðstæður.

[Ákvörðun Samkeppnisstofnunar nr. 1/2002, Auglýsing Allianz – Íslands hf.](#)

Auglýsingin sýnir lítið barn leika sér að blómavasa við opinn glugga. Barnið og vasinn falla út um gluggann. Barnið sést falla brosandí áður en það er loks gripið af fullorðnum manni. Samkeppnisstofnun bannaði birtingu auglýsingarinnar þar sem atburðarrásin lýsti hættulegu atferli sem gat leitt til þess að börn kæmist í hættu.

[Ákvörðun samkeppnisráðs nr. 33/1998, Auglýsing Heklu hf. „Með allt á hreinu“](#)

Auglýsing sýnir lítið barn sitja ofan á þvottavél og teygja sig niður að tökkum vélarinnar eða að hundi sem situr fyrir framan vélina. Samkeppnisráð bannaði birtingu auglýsingarinnar þar sem auglýsingin lýsti hættulegu atferli og barn var ekki eðlilegur þáttur í umhverfi þvottavélar né gat barnið átt að sýna notkun vélarinnar.

[Ákvörðun samkeppnisráðs nr. 38/1998, Auglýsing útvarpsstöðvarinnar X-ins FM97,7](#)

Forvarna- og fræðsludeild Lögreglunnar í Reykjavík benti á auglýsingu á flettiskilti frá útvarpsstöðinni X-inu sem sýndi ungan mann halda á hundi og beindi hann byssu að höfði hundsins. Texti auglýsingarinnar var: „*Stilltu á X-ið eða ég skýt hundinn þinn*“. Auglýsingin þótti sýna gróft ofbeldi gagnvart gæludýri og misbyði þannig börnum. Þá gæti auglýsingin haft áhrif á trúgírni barna og unglunga og haft neikvæð áhrif á þau. X-inu var gert að fjarlægja auglýsinguna að viðlögðum dagsektum.

Lagt fram á málþingi Heimilis og skóla, talsmanns neytenda og umboðsmanns barna Börn og auglýsingar – er vilji til að setja frekari mörk við markaðssókn sem beinist að börnum? 1. mars 2006

Neytendastofa, Anna Birna Halldórsdóttir