

האמנה לפרסום אחראי והוגן לבני נוער

אמנה זו היא פרי יוזמה של יו"ר הוועדה לזכויות הילד בכנסת, ח"כ ד"ר יפעת שאשא ביטון, איגוד השיווק הישראלי, איגוד הפרסום הישראלי, משרד הפרסום teenk, ונציגי ונציגות מועצת התלמידים והנוער הארצית, זאת במטרה להנחיל ולהטמיע בקרב אנשי הפרסום והשיווק בישראל נורמות של פרסום אחראי והוגן לבני הנוער.

מטרת האמנה תושג באמצעות העלאת הרגישות והמורכבות שבפרסום לבני נוער, למודעותם של העוסקים בתחום, תוך קידום ערכים של הוגנות, שקיפות, מגוון וכבוד הדדי, בכל פעילות פרסומית המיועדת לבני נוער ותוך כוונה כנה ואמתית להעצים ולחזק את הנוער בישראל.

לשם כך, אנו, אנשי פרסום, שיווק, מדיה וכל העוסקים בתקשורת שיווקית, מתחייבים לפעול ברוח הנכתב באמנה זאת, וכן לעודד אחרים לנהוג כך, בין היתר על ידי אימוץ הקווים המנחים הבאים:

אחריות בפרסום לבני נוער

- ◆ על כל פרסומת לבני נוער להיות חוקית.
- ◆ הפרסומת תבוצע ותפורסם מתוך תחושת אחריות ציבורית של המפרסמים כלפי בני הנוער.

אי הטעייה ושקיפות

- ◆ הפרסומת לא תכיל מסר אשר עלול לגרום להטעיית בני הנוער, במישרין או בעקיפין.
- ◆ הפרסומת לא תהיה דו משמעית, מטעה, או כזאת שאינה מובנת במלואה על ידי בני נוער.
- ◆ פרסומת המכוונת לקטינים לא תנצל לרעה את חוסר ניסיונם ותמימותם, ותתאים את עצמה לרמת הידע, התחכום והבגרות של הקטינים.
- ◆ תכנים מסחריים שאינם פרסומת יצוינו כתוכן שיווקי גלוי ושקוף לבני הנוער, וימנעו הטעייה וגניבת דעת.

מתן במה וגיוון

- ◆ הפרסומאים והמפרסמים המשלבים בני נוער בפרסומותיהם יפעלו כדי שבפרסומות יינתנו במה וייצוג לבני נוער ממגזרים, דתות, עדות וקהילות שונות בחברה הישראלית, כמו גם לדימויי גוף מגוונים ובתוכם יופי, צבע, משקל, וכיוצ"ב.
- ◆ הפרסומת תימנע מהצגת פגם גופני, נכות, עיוות או מום של בני נוער, באופן שיבזה בני נוער אחרים בעלי מוגבלויות.

מתן תגמול הולם

- ◆ הפרסומאים והמפרסמים יתגמלו את בני הנוער המשתתפים בפרסומות תגמול הולם וראוי בהתאם להגדרות שכר הנוער במשק.
- ◆ הפרסומאים והמפרסמים לא ינצלו לרעה את חוסר ניסיונם של בני הנוער ויוודאו כי הם מודעים לכל פרטי החוזה וסעיפיו, אשר ייכרת עמם בתום לב.

מתן במה לערכים

- ◆ הפרסומאים והמפרסמים יעשו מאמץ כדי לקדם ערכים הרלוונטיים לבני נוער, ערכי חינוך כגון ידידות, נדיבות, ישרה, צדק וכבוד לזולת.
- ◆ הפרסומאים והמפרסמים יימנעו מפרסום מסרים פוגעניים המוגדרים ככאלה העלולים לפגוע בקבוצה כזו או אחרת באוכלוסייה-מסרים שוביניסטיים, להט"בופוביים, גזעניים וכדומה, ולא תנצל לרעה סטריאוטיפים תרבותיים.
- ◆ שפת הפרסומת תהיה שפה תקינה אך היא יכולה לכלול גם את השפה המדוברת על ידי בני הנוער ושימוש בעגה, ובלבד שלא תכיל דברי נאצה וניבולי פה.
- ◆ הפרסומת לא תציג בפני בני הנוער אלימות קיצונית, פיזית או מילולית, או סבל אנושי קשה במיוחד העלולים לעודד התנהגות אנטי חברתית.
- ◆ פרסומת לא תעודד בני נוער לצריכת משקאות משכרים, עישון והימורים, ולא יהיו בה מוצרים ותכנים שאינם הולמים בני נוער.
- ◆ פרסומת לבני נוער לא תציג יחסי מין ולא תכיל רמיזות מיניות.

שינוי הרגלי צריכה

- ◆ פרסומאים ומפרסמים לא יעודדו בני נוער לצרוך צריכה מופרזת של מוצרי מזון המכילים כמויות גבוהות של סוכר, מלח או שומן.

על החתום:

יובל חלביה
יו"ר מועצת התלמידים
והנוער הארצית

יגאל בר און
איגוד הפרסום
הישראלי

עו"ד תלמה בירו
מנכ"ל איגוד השיווק
הישראלי

יפעת שאשא ביטון
חברת הכנסת

יניב ויצמן
בעלים ומנכ"ל טינק