

2012. MÁJ 16.

ÉRKEZETT	Vj.ügszám:	Beejelentés sz.:	Panasz sz.:
Intézkedésre kijelölt szerv, egység VKK			
Iktatószám: AL/428/2012		Érkező szám: 1276	

2. sz. melléklet

SZAKMAI BESZÁMOLÓ

Ere. 2012. máj 16.

Pályázati kiírás száma: GVH VKK/2011
 Program elnevezése: diákok fogyasztóvédelme

A támogatási szerződés száma: AL/1209/2011

Kedvezményezett neve és székhelye: Diák- és Ifjúsági Újságírók Országos Egyesülete

Szakmai felelős neve: Sekoulopoulou Márta

A Program befejezésének határideje: 2012. április 15.

A beszámoló csak részeredményre vonatkozik:¹ NEM

1. Ismertesse a Program megvalósításának menetét, írja le a végrehajtás egyes lépéseit és csatolja a végrehajtás során keletkezett fontosabb dokumentumokat! Sorolja fel a Program megvalósításában közreműködőket (a Kedvezményezett részéről vagy megbízása alapján)!

Projektünk célja az volt, hogy a véleményvezér (általános és középiskolás) diákújságírók érdeklődését felkeltsük a téma iránt, fogyasztói tájékozottságukat, tudatosságukat szakmai képzéssel, illetve tanácsadással segítsük. Ezzel párhuzamosan egy mintaprojekt elindításával generáltuk a tudatos fogyasztói magatartást bemutató írások, összeállítások megjelenését a diáksajtóban, diákrádióban. A projekt során rutinos újságírók mutattak gyakorlati mintákat arra, hogy hogyan lehet a tematikát a különböző sajtóműfajok segítségével „fogyasztható módon” földolgozni.

A projektben az alábbi eszközöket használtuk:

- terepgyakorlat – Budapest, április
- szakmai képzés – Hódmezővásárhely április
- DUE Tallózó – minta projekt 2012. február, március, április
- DUE Rádió – minta projekt 2012. január, február, március, április
- virtuális tanácsadó pont – 2012. január 1.-április 15. (ezt a felületet továbbra is megtartjuk)

Szakmai képzés 1. Terepgyakorlat (április 10. Budapest)

4 hónapos komplex projektünk keretében először a diákújságírók és diákrádiósok érdeklődését keltettük föl a téma iránt, majd gyakorlati képzésben vettek részt, hogy a véleményvezérekben kialakítsuk a tudatos fogyasztói gondolkodásmódot, és eszközöket kapjanak ahhoz, hogy saját médiumaikban (a diáklapokban, iskolai diákrádiójukban) miként tudják ezekre érdekes formában ráirányítani a figyelmet. Ezekben a képzéseken olyan körülményeket alakítottunk ki, hogy a fiatalok játékos keretek között „élesben” is megtapasztalják a piaci verseny és a fogyasztói érdekképviselet működését, modellezve a valódi médiapiacra zajló szituációkat, ezáltal megismerkedve annak működésével.

A szakmai képzés keretében először terepgyakorlaton vettek részt az érdeklődők Budapesten, a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalában, ahol a szakemberek egy izgalmas előadáson mutatták be, hogy hogyan, mi alapján vizsgálják az egyes fogyasztási cikkeket és hogyan veszik észre a termékhamisítókat. A szakemberek a Nemzeti Adó- és Vámhivatal Szellemi Tulajdonok Védelmi Osztályától, PowerPointtal és hamisított tárgyakkal felszerelve érkeztek.

Az érdekes előadásból megtudtuk, hogy a termékhamisítással a fogyasztók megtevesztése, esetleges betegségek okozása mellett, iparjogi oltalmat sértenek meg a tettesek.

¹ Amennyiben a szakmai beszámoló a Program valamely fázisában született részeredmény(ek) bemutatására szolgál, a beszámolót csak az adott részeredményre vonatkozóan kell értelemszerűen kitölteni.

A szakemberek a terepgyakorlat végén tanácsokkal látták el a diákokat, hogy mire figyeljenek a vásárláskor, hogy még véletlenül se vegyenek termékutánzatot.

Szakmai képzés 2. – Hódmezővásárhely április 13-15.

A terepgyakorlat után Magyarország második legnagyobb területű településén, Hódmezővásárhelyen rendezte meg a DUE Médiahálózat regionális médiahétfőjét, melynek keretében zajlott le a fogyasztóvédelmi képzés is.

A fogyasztók védelmével, ezen belül is a fiatalok vásárláskor előforduló problémáival egy szervezet sem foglalkozik és semmilyen tájékoztatást nem is biztosít, ami felvilágosítaná őket fogyasztói jogaikról és lehetőségeikről. Ezért volt szükség erre a személyes kontaktuson alapuló szakmai képzésre. A Vásárhelyi DUE napok számos programot tartogatott a résztvevőknek, de nagy érdeklődés övezte a fogyasztóvédelmi tréning programjait is, amelyek versenyjogi és versenypolitikai minielőadásokból, fogyasztóvédelmi minielőadásokból és gyakorlatokból (pl. piaclátogatás), újságírói és riporter tréningből, és gyakorlatokból állt össze.

DUE Tallózó „Bevásárlókosár” tematikus melléklet (2012. február, március, április)

Projektünk másik eleme a DUE Tallózóban indított „Bevásárlókosár” tematikus sorozat volt, amely a fiatalok széles körében a fogyasztóvédelmi és versenyszabályokkal kapcsolatos tájékozottságukat növelte egy mintaprojekt bemutatásával.

A rovatban többek között a fogyasztói érdekvédelem hazai rendszerével, a különböző érdekvédelmi szervezetekkel, a fogyasztóvédelmi törvény lehetőségeivel és az öntudatos fogyasztói magatartás kultúrájával foglalkoztunk. Megvizsgáltuk a média és a fogyasztóvédelem érdekeinek szerepét, illetve a diákok saját tapasztalataik, élményeik bemutatásával tájékoztatták társaikat, és segítették abban, hogy a fiatalok szemléletmódjában minél jobban megalapozódjon a tudatos fogyasztói gondolkodásmód. Rovatunkban tájékoztatást adtunk aktuális fogyasztóvédelmi témákról, ismertettük a fogyasztók jogait és lehetőségeit, és bemutattuk a fogyasztóvédelemmel foglalkozó szervek, klubok munkáját. Sorozatunk tematikájának fontos eleme volt, hogy gyakorlati példákkal illusztráltuk, hogy mit tehet a fogyasztó jogai védelmében, mikre kell fokozottan odafigyelnie, és mi a konkrét teendője, ha visszásságot tapasztal.

FEBRUÁR

A februári lapszámban az élelmiszer áruházak trükkjeit mutattuk be, hogy hogyan csábítják el a vásárlókat a különböző akciókkal és az áruk elhelyezésével. A nagyáruházak trükkösen vannak berendezve, ki van találva, hogy melyik terméket hova kell helyezni, hogy egy kifliért végig kell menni az egész áruházon és biztos, hogy beteszél mást is a kosárba.

A rovatban tanácsokkal láttuk el a diákokat, hogy hogyan kerülhetik el a csábítást, pl. tervezzenek előre és legyenek határozottak. Nagyon fontos tanács még, hogy nézzük meg, hogy kinél vásárolunk és mit. Legyünk környezettudatosak is, és ha elégedetlenek vagyunk, akkor forduljunk a Fogyasztóvédelmi Hatósághoz.

MÁRCIUS

Márciusi lapszámunkban az internetes vásárlás legfontosabb szabályaira hívtuk fel az olvasók figyelmét. A rovatban felhívtuk a diákok figyelmét a netes vásárlás pénzügyi problémáira is. Sokszor többet vonnak le a számláról, vagy esetleg a banki adatokkal visszaélnak. A fiatalok körében kedvelt a vaterázós vásárlás, ami szintén sok veszélyt rejt, hiszen nem cégtől, hanem magánszemélytől vásárolnak. Itt nincsen garancia.

ÁPRILIS

Az áprilisi rovatunkban a vásárlás és a környezetvédelem közötti összefüggésekre hívtuk fel az olvasók figyelmét.

A rovatból kiderült, hogy a nők figyelnek jobban a környezetre vásárlás közben is, mert egészséges és környezetbarát termékeket vesznek. A férfiak a tartós fogyasztási cikkek vásárlásánál megfontoltabbak. Andacs Noémi, a Tudatos Vásárlók Egyesületének munkatársa elmondta, hogy a környezetbarát termékek vásárlása egyre nagyobb népszerűségnek örvend hazánkban is.

A rovatban felhívtuk a figyelmet arra is, hogy vásárláskor figyeljünk a pénztárcánkra is, illetve mindenképpen tervezni kell előre. Tanácsként a szakember javasolta a tudatos vásárló 12 pontját, amelynek segítségével felelős döntést lehet hozni vásárláskor.

DUE RÁDIÓ – „Bevásárló kosár” mintaműsor

A DUE Rádióban 2012. januártól indítottuk el a „Bevásárlókosár” című információs magazinműsort. A műsor anyaga párhuzamosan haladt a DUE Tallózó rovatával. A magazinműsor célja az volt, hogy irányítsuk a fogyasztói gondolkodást, a kereskedelmi morált. Tájékoztatni szerettük volna a mai fiatalokat a fogyasztóvédelmet érintő jogi lehetőségekről, hogy ne legyenek kiszolgáltatva a kereskedelem útvesztőinek. A műsorok készítésénél fontos feladatnak tekintettük a tudatos fogyasztói döntéshozatalt és az európai versenykultúrának az új nemzedék körében való terjesztését és erősítését.

Sorozatunk másik célja az volt, hogy megfelelő tájékoztatással hitelessé tegyük mondanivalónkat. A műsorban érdekes információk, interjúk hangzottak el fogyasztóvédelmi szakemberekkel. Az újság tematikájához igazodva készültek a riportok a DUE Rádióban is. Hetente két alkalommal hallgatták meg a diákok a tematikus programot.

JANUÁR

A januári mintaműsorban Baranovszky György, a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetségének elnöke segített abban, hogy mire kell odafigyelni a bolti vagy online vásárlásnál és mit tegyünk, ha hibás terméket vásároltunk. A műsorból kiderült az is, hogy mely árucikkkel van gondjuk a fogyasztóknak. Megtudhattuk azt is a szakembertől, hogy áru visszavitele esetén mire kell odafigyelni, milyen kötelezettségei vannak a kereskedőnek.

A jó tanácsok között szerepelt az is, hogy a vásárolt áru nyugtáját őrizzük meg, mert ezzel tudjuk bizonyítani a vásárlást, ha esetleg békéltető testülethez kell fordulni.

FEBRUÁR

A februári műsorban Haraszi Anikó a Tudatos Vásárlók Egyesületének tagja mesélt arról, hogy miért érdemes átgondolni vásárlás előtt, hogy mire van szükségünk, hogy megnézzük egy termék címkéjét vagy hogy milyen összetevőből áll egy élelmiszer.

A szakember tanácsot adott abban is, hogy hogyan legyünk tudatos vásárlók, hogyan vigyázzunk a pénztárcánkra és hogyan kerüljük el az áruházak trükkjeit. Megismertük a tudatos vásárló 12 pontját is, amivel könnyebb hozzáfogni a gondolkodásunk átformálásához. A rádióhallgatók tanácsot kaptak arról is, hogy hogyan védhetjük a környezetünket és mit kell tenni ahhoz.

MÁRCIUS

A márciusi műsorban is Haraszi Anikó volt a vendégünk, aki a netes vásárlással kapcsolatban adott hasznos tanácsokat. Elmondta ennek a fiatalok körében nagyon kedvelt vásárlási formának az előnyeit és hátrányait is.

Felhívta a diákok figyelmét arra, hogy netes vásárlásnál is van lehetőség visszaküldeni, becserélni a hibás árut, hiszen az EU teljes területén érvényes az erre vonatkozó jogszabály. Fontosnak tartja a szakember, hogy el kell olvasni a netes vásárlások szerződéseit.

Haraszi Anikó beszélt arról is, hogy magánszemélytől történő vásárlásnál nem tudunk panaszt tenni a fogyasztóvédelmi felügyelősen és a garanciális jogok sem érvényesek.

ÁPRILIS

Utolsó műsorunkban Andacs Noémi, a TVE munkatársa és az Ökokörök adott jó tanácsokat a hallgatóknak, hogy hogyan lehetünk zöldebbek és mit kell tenni a fenntartható és gazdaságos fogyasztásért. Erre vonatkozólag hallhattunk tippeket, hogy hogyan csökkenthetjük fogyasztásainkat. Megtudtuk, hogy mik az Ökokörök és milyen kisebb lemondásokkal tehetünk a környezetünkért.

Virtuális tanácsadó pont – www.due.hu

A DUE Médiahálózat, a diákújságíró egyesület több mint másfél évtizede van jelen az interneten a www.due.hu címen. A DUE Online Magyarország ifjúsági médiaportálja, mely a média iránt érdeklődő fiatalok és a véleményvezér diákújságírók, diákrádiósok legfontosabb virtuális találkozóhelye.

A fogyasztóvédelmi projektünk fontos eleme volt a virtuális tanácsadó pontunk, ahol folyamatosan feltehették kérdéseiket a diákok és érthető, számukra könnyen emészthető formában kaptak választ. Ezt a virtuális tanácsadási lehetőséget egy nyitott online képzési lehetőségnek tekintettük, hiszen az ehhez kapcsolódóan feltett kérdésekből és itt megadott válaszokból is sok információt tudtak szerezni a fogyasztóvédelmi kérdésekkel kapcsolatban.

A teljes projektünk fontos része, hogy minden eleme folyamatosan online is követhető. A DUE Tallózóban és DUE Rádióban indított információs sorozatunk online változata is elérhető az érdeklődők számára. A téma online megjelenése egy visszacsatolási lehetőséget biztosít a célcsoporttól és a téma iránt érdeklődőktől.

A projekt szakmai programjain részt vettek a témában már nagy gyakorlattal rendelkező DUE munkatársai, a DUE Tallózó és a DUE Rádió szerkesztői. Célunk az volt, hogy a már jól ismert szakember segítők részvételével tartott képzéseken egyrészt fölkeltsük a diákok érdeklődését, növeljük affinitásukat a téma iránt, másrészt olyan ismeretekkel vértesszük föl őket, melyekkel hatékonyabban tudják majd segíteni a fogyasztóvédelemmel tág értelemben foglalkozó ifjúsági média-megjelenések létrejöttét. Így például a DUE Tallózó és a DUE Rádió tematikájában, továbbá számos diáklapban hosszabb távon is számíthatunk a téma rendszeres, különböző aspektusokból történő szakszerű bemutatására.

2. Részletesen ismertesse és értékelje a Program eredményeit!

- szakmailag / tudományos szempontból
- a pályázati célkitűzésekkel összefüggésben
- újszerűség bemutatása
- a továbbfejlesztés lehetőségei (pl. Program kiterjesztése, további kutatás, módosítás szükségessége)
- az eredmények hasznosításának lehetőségei

Komplex projektünk hosszú távú eredménye, hogy a fiatalok tájékozottságát, tudatosságát növeltük, hogy a felnövő újságíró generációban kialakult a versenykultúra és a fogyasztóvédelem területén jártas szakújságíró csoport, mely a „nagy médiában” is szakszerűen tud majd a tematikával foglalkozni.

Az európai és a hazai fogyasztóvédelem figyelmének középpontjában áll a fiatal korosztály. Az új ismeretek iránt projektünk célcsoportja, a 12-20 évesek a legfogékonyabbak. Ugyanakkor talán nekik volt a legkevesebb az ismeretanyaguk a fogyasztói jogokról.

A projektünk átfogó eredményeképp a fiatalok széles rétegei ismerkedtek meg a fogyasztói jogok érvényesítésének fontosságával, az állampolgárok, a fogyasztók érdekérvényesítési lehetőségeivel. A fiatalok saját nyelvén, könnyen érthető, „fogyasztható” formában kapja meg a célcsoport a tudásanyagot, gyakorlati példákkal, életszerű helyzetek bemutatásával. Így könnyebben és praktikusabban tudják az érintettek hasznosítani későbbi életükben fogyasztói ismereteiket, jogukat. Lehetőséget biztosítottunk arra is, hogy a témával kapcsolatban feltehetnék kérdéseiket vagy egy-egy probléma megoldásához tanácsot kérhettek. Ezzel a felnövekvő nemzedék jóval nagyobb fogyasztói

tudatosságra tett szert. A projekt részben orvosolta azt a hiányosságot, hogy a középiskolai oktatásban viszonylag kevés figyelem jut a fogyasztóvédelemre. A hatékony ismeretterjesztő projektünk hatására felkészültebbek lesznek, és jogaikkal sokkal inkább tisztában lévő fogyasztókká válnak az ifjú korosztály tagjai, akiknek így jelentősen csökken a kiszolgáltatottságuk a fogyasztói társadalomban. A tudatos fiatal fogyasztók széles rétegei magatartásukkal képesek lesznek hosszú távon befolyásolni, reményeink szerint javítani a kereskedelmi morált is.

Mivel már több éve foglalkozunk kommunikációs csatornáinkon a fogyasztóvédelem kérdésével, biztos, hogy beépül a fiatalok tudatába a téma fontossága.

Projektünk erőssége volt, hogy, hogy gyakorlati példákkal illusztráltuk, hogy mit tehet a fogyasztó jogai védelmében, mikre kell fokozottan odafigyelnie, és mi a konkrét teendője, ha visszásságot tapasztal.

A teljes projekt eredménye:

Szakmai képzés

A terepgyakorlaton 15 résztvevő, a régiós képzésen pedig 40 fő.

Összesen 55 fő fogyasztóvédelmi témában jól tájékozott diákújságíró, diákrádióst jelent.

Megszaporodnak ennek hatására a szakszerű diákcikkek és műsorok az iskolai orgánumban.

DUE Tallózó:

3 lapszám, benne lapszámonként a „Bevásárlókosár” 1/1 oldalas rovat jelent meg 30 000 példányban.

Ez több mint 500 iskolába jutott el, és közel 350 ezer olvasót ért el.

DUE Rádió:

4 db kb. 8 perces rádióműsor hangzott el a fogyasztóvédelemről

Ez 300 iskolába jutott el, ahol több, mint 200 ezer középiskolás hallotta az adásokat heti rendszerességgel (ismétlésekkel együtt)

Virtuális tanácsadó pont

Több száz tudatos fogyasztó tájékozottságát növeltük

Szélesebb körben szereztek gyakorlati tapasztalatokat

Hasznosíthatóság

Összességében a célcsoportból a 12-20 éves korosztályból közel 500 ezer fiatal került valamilyen módon kontaktusba, számára célzott módon feldolgozott formában a fogyasztóvédelem, a tudatos fogyasztói magatartás tematikájával.

Projektünk teljes sikeres megvalósítása után hosszú távon is számíthatunk rá, hogy a fogyasztóvédelemmel és tudatos fogyasztói magatartással tágabb értelemben is foglalkozó írások, műsorok rendre megjelennek a diákújságokban, diákrádiókban. A DUE Tallózó ma is a diákújságok szerkesztőségeinek katalizátora. Benne megjeleni szakmai siker, presztízs az ifjú újságírók számára, hiszen a magazin a legjobb diákírást mutatja be a széles közönségnek.

Így a fiatal kiléphet iskolája, szűk környezete hatóköréből. A fogyasztóvédelmi témának a DUE Tallózóban és a DUE Rádióban való hangsúlyos, 4 hónapon át tartó megjelenése és a virtuális tanácsadó rovat fókuszálta a diáksajtósok figyelmét a fogyasztóvédelem fontosságára. Így a téma tovább él, megjelenése továbbra is gyakoribb marad a helyi orgánumban. A szakmai képzések rávilágítottak, hogy hogyan lehet a fogyasztóvédelem témáját érdekesen, „fogyaszthatóan” tálni a legkritikusabb közönség, a fiatalok felé. A fiatalok olyan szakismeretekkel gazdagodtak, melyet később is gyümölcsöztetni tudnak. Ennek hosszú távú eredményeként színvonalasabb ifjúsági média-megjelenések születtek és fognak születni majd a témában. A DUE Tallózó bemutatja a projekt

lezárása után is a legszínvonalasabb – fogyasztóvédelemmel foglalkozó – diákmunkákat is. Ezzel a visszacsatolással garantált, hogy a project hatása hosszú távon továbbgyűrűzik.

3. Sorolja fel, és mellékelten csatolja a Programmal (annak eredményeivel) összefüggésben született tanulmányokat, kiadványokat, publikációkat, előadásokat, stb.! A Program végrehajtása mennyiben segítette a Programban résztvevők tudományos előmenetelét?

Azok az újságírók, szerkesztők, akik részt vettek a „Bevásárlókosár” című projekt teljes munkájában, mindenképpen növelték szakmai sikereiket, járatosabbak lettek a fogyasztóvédelmi témában, szakszerűen tudnak más sajtó orgánumokba is anyagokat készíteni a témával kapcsolatban. A projektben való részvételükkel bővítették szakmai portfóliójukat.

DUE Tallózó: február, március, április „Bevásárlókosár” mintarovat

DUE Rádió: január, február, március, április „Bevásárlókosár” mintaműsorok

DUE Online: www.due.hu

Képzésekről: fotók és jelenléti ívek

4. Mutassa be, a Program megvalósítása mennyiben felel meg az eredeti szakmai tervnek (ütemezés, eredmények, esetleges eltérések indokai, különös tekintettel a támogatási szerződés módosítása nélkül végrehajtottakra)!

A projekt a tervezett szakmai programnak megfelelően valósult meg, mint ütemezésben, mint eredményeiben.

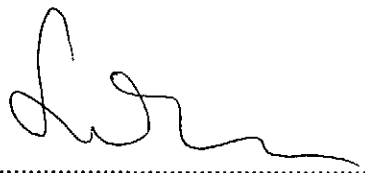
Programunk közvetlenül 500 ezer fiatalra hatott, de közvetetten több százezer diák gondolkodását befolyásolta. A DUE Tallózóban megjelenő témákat a diákújságírók tovább vitték és viszik majd saját lapjaikba és még hosszú ideig „ébred” tartják ezzel a problémákat. A fogyasztói érdekvédelem hazai rendszerének megismerése fontos információ volt a mai fiatalok részére, mert felnőtt korukra már tisztában lesznek jogaikkal és lehetőségeikkel.

A program megvalósításával elértük azt a célt, hogy erősítettük a fogyasztói tudatot és segítettük az öntudatos fogyasztói magatartás kialakulását. Ezt a hiányt oktatással és tájékoztatással tudtuk segíteni. Mi a társadalom egy szegmensét, de a szemléletváltáshoz talán legfontosabb réteget a fiatalokat céloztuk meg.


Projektünk teljesen illeszkedett a program célkitűzéseibe, hiszen kapcsolatunk az iskolákkal folyamatos volt a program ideje alatt is, az információk biztosan eljutottak a diákokhoz és pedagógusokhoz is. Biztosak vagyunk benne, hogy 4 hónapos projektünkkel ismét aktív részesei tudunk lenni a VKK célkitűzéseinek.

5. Amennyiben rendelkezésre áll, csatolja a Program résztvevői / célcsoportja által készített értékelést!

Kelt: Budapest, 2012. május 14.



Szakmai felelős aláírása


Kedvezményezett (közvetlen
cégszerű) aláírása