

SZAKMAI BESZÁMOLÓ

Pályázati eljárás száma: VKK/4/2008
Program neve: Bevásárlókosár
A támogatási szerződés száma: AL0593/2008/002

Kedvezményezett neve: Diák-és Ifjúsági Újságírók Országos Egyesülete
Szakmai felelős neve: Sekoulopoulou Márta
A Program befejezésének határideje: 2008. XII.31.

A beszámoló csak részeredményre vonatkozik:¹

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)!

A projekt indításának célja az volt, hogy tájékoztató sorozatunkkal a diákújságírók és diákrádiósok bevonásával, illetve szakemberek segítségével fejlesszük a korosztály fogyasztói és versenykultúráját, növeljük tájékozottságukat fogyasztói jogaik és versennyel kapcsolatos jogi háttér tekintetében. Ezt a DUE Tallózó tematikus rovatával, a DUE Rádió tematikus műsorával és egy szakmai képzéssel értük el.

A projektben az alábbi médiaeszközöket használtuk:

- írott média: DUE Tallózó 2008. szeptember-december
- hangzó média: DUE Rádió 2008. szeptember-december
- szeminárium – előadás, személyes kontaktus 2008. október

DUE Tallózó:

A DUE Tallózóban egy 4 részes rovatot indítunk 2008. szeptembertől „**Bevásárlókosár**” címen. A rovatban a fogyasztói érdekvédelem hazai rendszerével, a különböző érdekvédelmi szervezetekkel, a fogyasztóvédelmi törvény lehetőségeivel és az öntudatos fogyasztói magatartás megváltozásával foglalkoztunk.

Szeptember:

Szeptemberben a repülőársaságok hangzatos ajánlataival foglalkoztunk, akik nem a valós teljes árat hirdetik a közönség számára. A repterek illetékeit és adóit is az utasokkal fizettetik meg. **Kovácsffy Krisztina** a GVH vizsgálója hívta fel a diákok figyelmét, hogy mire figyeljenek a fapados járatok repülőjegyeinek vásárlásakor. Tanácsot adtunk arról is, hogy ha sérelem ér bárkit, akkor hova fordulhat panasszal. Részt vettek a DUE szakemberei a Magyar Fogyasztó 18- Konferencián, ahol a korosztály fogyasztói szokásaival ismerkedhettünk meg. Erről is beszámoltunk szeptemberi rovatunkban.

Október

Októberi rovatunkban a mobilcégeket vettük górcső alá és a hűségnyilatkozatokkal kapcsolatban felmerülő problémákat jártuk körbe. Sokan nem tudják, hogy mit vállalnak, ezért fontos, hogy a vásárlás előtt tájékozódjanak a fiatalok a kínált termékről és a szerződési feltételekről. **Basa Andrea** a GVH vizsgálója mondta el jó tanácsait az olvasók számára.

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

November

Novemberben a nagy élelmiszer áruházak akcióival foglalkoztunk. Hajlamosak vagyunk azt gondolni, hogy az akciós termékekkel jól akarnak nekünk, vásárlóknak. Pedig ez nem így van. Az akciók azért vannak, mert vagy rengeteg az adott árú és valahogy túl kell adni rajta vagy hamarosan lejár a szavatossági határideje. A probléma boncolgatásában **Torjákné Amberger Teréz** volt a segítségünkre, aki tanácsot adott, hogy hogyan legyünk tudatos vásárlók.

December- Január (összevont lapszám)

Dupla lapszámunk „Bevásárlókosár” rovatában a hitelekről és az ezeket népszerűsítő félrevezető reklámokról beszéltünk. Hogy mi a valóság a jól csengő csábítások mögött, azt elmondta **Felföldi Izabella** a GVH munkatársa. Három hitelfajtát mutattunk be, amiket leggyakrabban használnak az emberek és összeszedtük, hogy mire kell figyelni ezek igénybevételénél.

Ezzel a résszel ért véget 4 részes rovatunk.

DUE Rádió

A **DUE Rádióban** szintén szeptembertől indítottuk el a “Bevásárlókosár” című információs magazinműsort. A műsor anyaga párhuzamosan haladt a DUE Tallózó rovatával. A magazinműsor célja az volt, hogy befolyásoljuk a fogyasztói gondolkodást, a kereskedelmi morált. Tájékoztatni szerettük volna a mai fiatalokat a fogyasztóvédelmet érintő jogi lehetőségekről, hogy ne legyenek kiszolgáltatva a kereskedelem útvesztőinek.

Szeptember:

A DUE Tallózó rovatának témájához igazodva a repülőjegy vásárlással kapcsolatos problémákról beszélgettünk **Kovácsffy Krisztinával**. Azt szerettük volna megtudni, hogy mi van a megtévesztő plakátok mögött és hogyan tudják ezt ellenőrizni a megfelelő hatóságok.

Október

A magazinműsorban is a mobilvásárlással és a tudatos körültekintő árú választással foglalkoztunk. **Basa Andrea** adott tanácsot a diákoknak, hogy mire kell figyelni a szerződések vagy hűségnyilatkozatok aláírásánál.

November

Novemberi magazinműsorunkban a termelői blokáddal és a kistermelők harcával foglalkoztunk, akik a kereskedőkkel versenyeztek/versenyeznek. A probléma elmagyarázásban **Amberger Teréz** segített a DUE Rádió hallgatóinak. A szakember elmagyarázta a nagyáruházak marketingfogásait, aminek sok vásárló bedől. Fontos lenne, hogy gazdaságosan tudjon egymás mellett megfélni a termelő, a fogyasztó és a nagyáruházak is.

December

A karácsony közeledtével vásároljuk a legtöbb műszaki cikket és ajándékot. Ha nincs elég pénze valakinek, akkor felvesz valami hitelt, aminek sok buktatója lehet. Erről beszélt magazinműsorunkban **Felföldi Izabella** a GVH munkatársa, aki felhívta a rádió hallgatók figyelmét, hogy mire kell figyelni ilyen esetben. Elmagyarázta a különböző hitelfajtákat is, és hogy melyikkel milyen kötelezettségei lesznek az igénylőnek. Ezzel zártuk a DUE Rádió „Bevásárlókosár” című magazinműsor sorozatát.

Szakmai előadás a fogyasztóvédelemről – interaktív megjelenés a Diák-médiafesztiválon

Szakmai programot a 4 hónapos projekt időtartama alatt 1 alkalommal szerveztünk meg október 17-én a Diák-médiafesztiválon.. 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 szakmai előadásra.

A szakmai előadás témája a DUE Tallózóban és DUE Rádióban futó „Bevásárlókosár” rovatának anyagaira épült gyakorlati tanácsok formájában.

A Diák-médiafesztivált nyolcadik alkalommal rendeztük, melynek fő célja az volt, hogy a fiatalok ne csak a csillogó külsőségeket vegyék észre a média világából, hanem értsék és tudatosan használják az életüket egyre inkább meghatározó, befolyásoló médiát.

Célcsoportunk a fiatalok körében véleményformálónak számító diákrádiósok és diákújságírók voltak, akiknek eleve affinitásuk van a téma iránt. A kiemelt szakmai programra meghívást kaptak az országszerte megjelenő diáklapok és az egyesület Országos Iskolarádió Hálózatával együttműködő sulirádiók szerkesztősegeinek tagjai, továbbá azok a pedagógusok, akik évről-évre segítik az újságírást, illetve rádiózást iskolai szinten és keretek között gyakorló fiatalokat.

A rendezvény fő célcsoportja az a több ezer fiatal volt, akik a diáksajtóban tevékenykednek, de a Diák-médiafesztivál minden érdeklődő számára nyitott volt, hiszen a téma nem csak azokat érdekelte, akik már kicsit benne élnek a média világában, hanem az egész korosztályt. Az ország különböző részeiből érkezők 300-an voltak .

A Diák-médiafesztivál egyik programeleme a fogyasztóvédelem, versenykultúra program volt, melyre meghívtuk **Mihálovics Andrást** a GVH sajtóreferensét, hogy tartson szakmai képzést a fiatal újságírójelölteknek. . Ezen a programon már olyan diákújságírók, diákrádiósok vettek részt, akik már megkapták azt a tudásanyagot a fogyasztói jogokról, amit továbbadtak saját diáklapjaikon keresztül társaiknak, ezzel is formálva szemléletüket. Ez a szakmai előadás is hozzájárult a tudatos fogyasztói magatartás kialakításához, a versenykultúra szellemének erősítéséhez.. Tanácsokat és ötleteket kaptak a fiatalok az ügyeskedő boltok ellen, illetve hogy hova forduljanak panaszaikkal. A fogyasztóvédelmi témával kapcsolatban lehetőség nyílt a személyes eszmeecserére a diákszerkesztők között.

A rendezvény másik programeleme a márkahű fiatalokról szólt, akiknek a vásárlói szokásait mutatta be és elemezte a résztvevőknek **Iglódi Csaba** a Magyar Fogyasztó Platform elnöke. . A Médiafesztivál célcsoportja az itt szerzett tapasztalatokat és információkat a későbbiek folyamán, tanulmányaikban és munkájukban is hasznosítani fogják. A diákok a hallott előadások után jobban magukénak érezték a fogyasztóvédelem kérdésének fontosságát.

A projekt megvalósulásában az alábbi szerkesztők és szakemberek vettek részt:

- Zala Orsolya újságíró

- Nagy M.Zsolt

-Kopjás Fanni

- Korpa Melinda

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

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 nekik talán a legkevesebb az ismeretanyaguk a fogyasztói jogokról. Ezért is indítottuk el ismeretterjesztő projektünket.

Átfogó eredményeképpen 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 kapta meg a célcsoport a tudásanyagot, gyakorlati példákkal, életszerű helyzetek bemutatásával. Így könnyebben és praktikusabban tudták az érintettek hasznosítani fogyasztói ismereteiket, jogaikat. Ezzel a felnövekvő nemzedék jóval nagyobb fogyasztói tudatosságra tett szert. A project részben orvosolta azt a hiányosságot, hogy a középiskolai oktatásban viszonylag kevés figyelem jut a fogyasztóvédelemre. A hatékony ismeretterjesztő projektünk eredményeképpen felkészültebbek lettek, és jogaikkal sokkal

inkább tisztában lévő fogyasztókká váltak az ifjú korosztály tagjai, akiknek így jelentősen csökkent a kiszolgáltatottságuk a fogyasztói társadalomban. Projektünk 4 hónapos futamideje után már most folyamatosan foglalkoznak a diákok saját iskolai médiumaikkban a tudatosabb fogyasztói magatartással, ami mindenképpen javítani fogja a kereskedelmi morált.

Projectünk további eredménye volt, hogy a fiatalok körében véleményformálónak számító diákrádiósok és diákújságírók tájékozottabbak és felkészültebbek lettek a fogyasztóvédelmi kérdésekben. Így írásaikban, műsoraikban szakszerűbben tájékoztattak a témáról orgánumaikon keresztül. A project szakmai előadásán részt vettek a DUE munkatársai is, a DUE Tallózó és a DUE Rádió szerkesztői, valamint az aktív tanárok. Célunk az volt, hogy a szakember segítők részvételével megtartott előadáson egyrészt fölkeltsük érdeklődésüket, növeljük affinitásukat a téma iránt, másrészt olyan ismeretekkel vétezzük föl őket, melyekkel hatékonyabban tudják segíteni a fogyasztóvédelemmel tág értelemben foglalkozó ifjúsági média-megjelenések létrejöttét. Ezzel elértük, hogy a DUE Tallózó és a DUE Rádió tematikájában, továbbá számos diáklapban hosszabb távon is foglalkoznak, különböző aspektusból a fogyasztóvédelmi témával.

Közvetlen eredmények voltak:

DUE Tallózó:

4 lapszám, benne lapszámonként a „Bevásárlókosár” rovat

Ez több, mint 500 iskolába jutott el, és közel 450 ezer olvasót ért el egy-egy alkalommal

DUE Rádió:

4 db kb. 7-10 perces rádióműsor a fogyasztóvédelemről

Ez 370 iskolába jutott el, ahol több, mint 200 ezer középiskolás hallgató hallgatta az adásokat heti rendszerességgel (ismétlésekkel együtt)

Szakmai előadás

Közel 300 aktív résztvevő volt az előadáson

Megszaporodó diákcikkek lettek a diáklapokban, műsorelemek a diákrádiókban

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

Projectünk 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 szerkesztősegeinek katalizátora. Benne megjelenni szakmai siker, presztízs az ifjú újságírók számára, hiszen a magazin a legjobb diákíráásokat mutatja be a széles közönségnek. A fogyasztóvédelmi témának a DUE Tallózóban és a DUE Rádióban való hangsúlyos, 4 hónapon át tartó megjelenése fókuszálta a diáksajtósok figyelmét a fogyasztóvédelem fontosságára.

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, szélesebb tájékozódást szereztek a fogyasztóvédelmi témában, szakszerűen tudnak más sajtó orgánumokba is anyagokat készíteni a témával kapcsolatban. A projektben való részvételükkel bővítették szakmai portfóliójukat.

DUE Tallózó: szeptember, október, november, december lapszámban a „Bevásárlókosár” rovat

DUE Rádió: szeptember, október, november, december műsorokban magazinműsorok

Szakmai előadás: Diák-médiafesztivál 300 aktív résztvevő

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

Az eredeti pályázati projekt és a megvalósult program között mindenképpen volt eltérés. Ennek oka, hogy jóval kevesebb anyagi támogatást kaptunk a pályázathoz, így kénytelenek voltunk az 5 hónapos futamidőt 4 hónapra csökkenteni, illetve 1 programelemet kivenni (Kommunikációs és Médiaszaktábor). A benyújtott módosított programtól azonban már nem tértünk el, mindent a tervezettnak megfelelően hajtottunk végre.

Tevékenység	VIII.	IX.	X.	XI.	XII..
A DUE Tallózó rovatának előkészítése: tartalom, arculat kialakítása, riportok szakmai anyagok gyűjtése	x				
A DUE Rádió magazinműsorának előkészítése: anyagok, riportalanyok összegyűjtése	x				
A DUE Tallózó első számának és a DUE Rádió első adásának megjelenése és sugárzása		X			
A Diák-médiafesztivál előkészítése, szervezése, programok összeállítása, előadók felkérése		X			
A rovat és magazinműsor következő anyagának előkészítése, interjúk, anyagok összegyűjtése		X			
A rovat és a magazinműsor második részének megjelenése			X		
A Diák-médiafesztiválon a képzés lebonyolítása			X		
A rovat és a magazinműsor harmadik részének előkészítése			X		

A rovat és a magazinműsor harmadik részének megjelenése				X	
A rovat és magazinműsor negyedik részének előkészítése				X	
A rovat és a rádióműsor negyedik részének megjelenése					X
A projekt lezárása értékelése					X

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


1. Te tudatos vásárló vagy?	igen					nem				
2. Volt már negatív vásárlási tapasztalatod?	igen					nem				
3. Mennyire találsz gyakorlatiasnak a DUE Rádió „Bevásárlókosár” című műsorát?!	5	4	3	2	1					
4. Mennyire találsz hasznosnak és informatívnak a DUE Tallózó "Bevásárlókosár" című rovatát?	5	4	3	2	1					
5. Tudtad -e már hasznosítani a DUE fogyasztóvédelmi sorozatából kapott információkat?	igen					nem				
6. Érthető és világos számodra a rovat nyelvezete?	igen					nem				
7. Értékelj a sorozatban felvetett témákat!	5	4	3	2	1					
8. Értékelj a rovat arculati elemeit!	5	4	3	2	1					
9. Mennyire találtad hasznosnak a Diák-médiafesztivál "Bevásárlókosár" című szakmai előadását?	5	4	3	2	1					
10. Szeretnél több információt kapni a fogyasztók jogairól?	igen					nem				


11. Összességében hányasra értékeled a fogyasztóvédelmi programunkat?	5	4	3	2	1
12. Tervezed -e, hogy eljössz más programunkra is a jövőben?	igen		nem		

Októberben a Diák-médiafesztivál szakmai képzésén készítettünk egy felmérést a rendezvényen résztvevő diákújságírók és diákrádiósok között a „Bevásárlókosár” rovat és magazinműsor fogadtatásáról a szakmai előadásokról. A megkérdezettek köre 200 középiskolás diák volt Budapestről és vidéki nagyvárosokból. A felmérés a fenti kérdőívben történt írásban, 12 kérdés megválaszolásával.

A válaszolók közül 152 diák tudatos vásárló és több mint 157 diáknak volt már negatív tapasztalata vásárláskor. 198 diák találta gyakorlatiasnak a DUE Rádió műsorát, illetve hasznosnak a „Bevásárlókosár” című rovatot a DUE Tallózóban. A megkérdezettek 100 százaléka számára volt érthető és világos a rovat nyelvezete. Az érdemi válaszolók közül mindenki jónak találta a témaválasztást, azért mert sok helyen gyerekként kezelve, hamis információkat kapnak a fogyasztói jogaikkal kapcsolatban a fiatalok. Ebből adódóan 200 diák egybehangzóan válaszolta, hogy hasznos volt a szakmai előadás a Diák-médiafesztiválon. Felmérésünkben az is kiderült hogy a megkérdezettek több mint a fele szeretne még több információt kapni a témával kapcsolatban és a program értékelésénél a legrosszabb jegy a 4-es volt. 185 válaszolták, hogy máskor is eljönnek a DUE legközelebbi programjára.

Kelt: Budapest, 2008. december 4.


 Sekoulopoulou Márta.....
 Szakmai felelős aláírása


 Kecskés István
 Kedvezményezett (képviselőiért
 cégszerű) aláírása

