

# 2016. I. féléves monitoring

---

Pornográfia és indokolatlan erőszak sajtó reklámokban

2016.07.25.



ÖNSZABÁLYOZÓ REKLÁM TESTÜLET

## 1. Vezetői összefoglaló

---

Az Önszabályozó Reklám Testület az NMHH-val kötött közigazgatási szerződés alapján monitoring vizsgálatot végzett a pornográfiát vagy indokolatlan, szélsőséges erőszakot tartalmazó, 2016. április 1. és 16. közötti időszakban megjelent valamennyi sajtóreklám esetében.

A vizsgálat tárgyának kiválasztását a gyerekvédelem indokolta, továbbá, hogy a kiskorúak szellemi, lelki, erkölcsi vagy fizikai fejlődésének károsításával mind az Mttv. mind a Magatartási Kódex kiemelten és részletesen foglalkozik. A reklámokra vonatkozó szabályozás betartása, betartatása pedig társszabályozó szervezetként az Önszabályozó Reklám Testület számára is lényeges feladat.

A reklámok tartalmi vizsgálatát a Magatartási Kódex III. fejezet 3.§-ának (6) bekezdése alapján végeztük, amely a kiskorúak fejlődését károsító, pornográfiát és indokolatlan erőszakot tartalmazó kereskedelmi közleményekről rendelkezik.

### 1.sz. táblázat

A 2016. április 1. és 16. között megjelent, a vizsgálat tárgyát képező reklámok\*

	sajtóreklám
Összes variáció	1532
Ebből kérdéses	7

\*A Kantar Media adatbázisa alapján

A Bizottság mind a hét kérdéses reklámot aggály nélkül elfogadhatónak találta.

## 2. Bevezetés

---

### 2.1. A monitoring eljárási rendje a közigazgatási szerződés alapján

Az NMHH és ÖRT között kötött közigazgatási szerződés 2.2. b) pontjában rögzített feladat („a rögzített személyi kör 2.1. és 3. pontban megjelölt felhatalmazás keretébe tartozó tevékenységére, magatartására irányuló átfogó ellenőrzését, a Szakmai Szervezet által önállóan meghatározott tárgykörökben és ütemezés szerint;”) valamint a 2015. évre vonatkozó, a szerződésben rögzített monitoring feladat alapján az ártalmas magatartásra ösztönzés lehetséges eseteit vizsgáltuk. A vizsgálat eljárási rendjét a Szerződés VI. fejezete fogalmazta meg.

„A hivatalból induló eljárásra vonatkozó különös rendelkezések.

27. § (1) Amennyiben a Szakmai Szervezet a meghatározott tárgykörökben és ütemezés szerinti átfogó ellenőrzés eredménye alapján valamely, a társzabályozási eljárása hatálya alá tartozó médiatartalom-szolgáltató esetében normasértést valószínűsít, hivatalból társzabályozási eljárást indíthat. Ebben az esetben az eljárás megindításáról a Szakmai Szervezet elnöksége határoz.

(2) A hivatalból induló eljárásra a Kódex eljárási szabályai alkalmazandóak, az alábbi eltérésekkel:

- a) az eljárási határidők a Szakmai Szervezet elnökségének az eljárás megindításáról szóló határozata meghozatalát követő naptári napon indulnak;
- b) a Bizottság tagjai a 17. § szerint kerülnek kijelölésre a Szakmai Szervezet szakértői listájáról;
- c) az eljárás során a 22. §-ban rögzített rendelkezések nem alkalmazandóak.

(3) A Bizottság határozatát a Szakmai Szervezet megküldi az eljárás alá vont, illetve az eljárással érintett médiatartalom-szolgáltató, valamint a Médiateanács részére.

(4) A határozattal szemben az érintett médiatartalom-szolgáltató a Kódexben foglaltak szerint jogorvoslattal élhet.”

## 2.2. A monitoring vizsgálat a Magatartási Kódex alapján

III. Fejezet: Egyes tényállások - A gyermekek és kiskorúak védelme

### 3.§

Sajtótermékben megjelenő azon kereskedelmi közlemény, amely súlyosan károsíthatja a kiskorúak szellemi, lelki, erkölcsi vagy fizikai fejlődését különösen azáltal, hogy pornográfiát vagy szélsőséges, illetve indokolatlan erőszakot tartalmaz, csak oly módon tehető a nyilvánosság tagjai számára elérhetővé, amely – valamely műszaki vagy egyéb megoldás alkalmazásával – biztosítja, hogy kiskorúak nem férhetnek hozzá. Ha ilyen megoldás alkalmazása nem lehetséges, akkor a kereskedelmi közlemény csak a kiskorúak lehetséges veszélyeztetéséről szóló tájékoztatást tartalmazó figyelmeztető jelzéssel tehető közzé.

### 3. A vizsgálat módszertana

---

#### 3.1. A monitoring menete

A monitoring két fázisból állt:

1. A felállított szempontrendszer alapján előszűrtük a reklámokat, amelynek során a 1532 reklámból az erőszakra, agresszivitásra történő bármely képet vagy szöveget tartalmazó reklámot nem találtunk. Pornográfiára vonatkozóan pedig „ágyat”, szexualitást mutató vagy arra utaló, illetve pucérságot mutató valamennyi reklámot - 7 reklámot - a legkisebb lehetséges problémáról szóló bizottsági döntés érdekében kiválasztottunk.
2. A második fázisban a kérdésesnek vélteket (7 db) egy szakmai bizottság véleményezte.

#### 3.2. A vizsgált időszak

A vizsgálatra egy két hetes periódust jelöltünk ki – 2016. április 1-16. –, amely időszak valamennyi megjelent sajtó (napilap és folyóirat) reklámját megvizsgáltuk. A vizsgálatot nem szűkítettük - például termékkategóriák vizsgálatára -, hiszen nemcsak adott termékkategóriák reklámjaiban jelenhetnek meg indokolatlanul erőszakos vagy pornográf képek.

#### 3.3. A vizsgált reklámok

A reklámokat a Kantar Média AdexNet szolgáltatása révén gyűjtöttük össze. A szolgáltatás az adott időszakban megjelenő valamennyi (új, és a korábban közzétett, de az adott időszakban ismételt) reklámhoz való hozzáférést biztosít.

A 1. sz. melléklet mutatja, hogy mely médiumok kínálatát vizsgáltuk.

### 3.4. A vizsgálat szempontjai

Sajtótermékben megjelenő azon kereskedelmi közlemény, amely súlyosan károsíthatja a kiskorúak szellemi, lelki, erkölcsi vagy fizikai fejlődését különösen azáltal, hogy pornográfiát vagy szélsőséges, illetve indokolatlan erőszakot tartalmaz, csak oly módon tehető a nyilvánosság tagjai számára elérhetővé, amely – valamely műszaki vagy egyéb megoldás alkalmazásával – biztosítja, hogy kiskorúak nem férhetnek hozzá. Ha ilyen megoldás alkalmazása nem lehetséges, akkor a kereskedelmi közlemény csak a kiskorúak lehetséges veszélyeztetéséről szóló tájékoztatást tartalmazó figyelmeztető jelzéssel tehető közzé.

#### 3.4.1. Erőszak

Annak megítélésekor, hogy a kereskedelmi közlemény indokolatlan erőszakot tartalmaz-e két fő szempontot vettünk figyelembe:

- az erőszak megjelenítésének módja (van-e erőszak, illetve milyen részletességgel kerül ábrázolásra),
- öncélú-e, azaz indokolatlan-e, kapcsolódik-e egyáltalán a tartalomhoz (ok nélkül, csak a figyelemfelkeltésért van jelen az erőszak).

Továbbá kérdés, hogy az akár indokolt erőszak megjelenítés honnantól szélsőséges, és káros a gyermekek fejlődésére. Itt kiemelendő az ábrázolás módja és részletessége, pl. szadizmus, pusztán a mások szenvedése által érzett öröm megjelenítése, mikor már nem is a félelemkeltés a cél, hanem a más fájdalmában, szenvedésében való élvezetkeresés és kielégülés.

### 3.4.2. Pornográfia

A definíció<sup>1</sup> alapján két részből tevődik össze a pornográfia:

- a.) maga a nemiség, a szexuális cselekmények nyílt ábrázolása
- b.) a szexuális ingerkeltés.

A Kúria korábbi iránymutatása alapján azonban mindig mérlegelés alapján lehet megítélni, hogy az erotika honnantól minősül pornográfiának, és honnantól alkalmas a kiskorúak fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására.

A vizsgálati szempontok kialakításához az NMHH korhatár-besorolásnál irányadó klasszifikációs ajánlását vettük figyelembe<sup>2</sup>:

*„A pornográf alkotásokban az emberi test egy technikai eszközként jelenik meg, amely kizárólag a maximális kényeztetésre szolgál. A néző olyan részleteknek lehet a szemtanúja, amelyet a valóságban nem észlelhet, s ez a vizuális kínálat közvetlenül az ösztönöket veszi célba. A serdülők szexuális szocializációja azonban még lezáratlan és labilis, ellenben életkori sajátosság, hogy a fiúknál fokozottan jelentkeznek a szexuális kényeztetések, valamint mindkét nem részéről az intenzív érdeklődés a szexualitás iránt. A pornográf ábrázolások ennél a korosztálynál olyan hatást fejtenek ki, mint az első tapasztalatok, melyek azonban rendkívül megtévesztőek. Az a téves képzet alakulhat ki bennük, hogy a való életben is így működnek a társas és nemi kapcsolatok, emiatt a jövőbeli kapcsolatkezdeményezésük és személyiségük alakulása is veszélybe kerülhet. Bár a képek által stimulált izgalmi állapot kezdetben kellemes élmény, tartós ismétlés után azonban beáll a megszokás ebben a fiatalkorban is. Az izgalmi potenciál eltűnését megakadályozandó, újabb és újabb ingerre van szükség, illetve kereslet, s így az erotikus anyagok iránti érdeklődés egyre szokatlanabb módokat irányába bővül. Ebből adódóan a*

<sup>1</sup> A Büntető Törvénykönyvről szóló 2012. évi C. törvény 204.§ (7)

a) pornográf felvétel: az olyan videó-, film- vagy fényképfelvétel, illetve más módon előállított képfelvétel, amely a nemiséget súlyosan szeméremszérvő nyíltsággal, célzatosan a nemi vágy felkeltésére irányuló módon ábrázolja,

<sup>2</sup> [http://mediatorveny.hu/dokumentum/16/klasszifikacios\\_ajanlas.pdf](http://mediatorveny.hu/dokumentum/16/klasszifikacios_ajanlas.pdf)

*pornográfia korai fogyasztása a fiatalok nemi fejlődését kedvezőtlen irányba terelheti. A túlnyomórészt vagy kizárólagosan a néző szexuális izgatására irányuló pornográf művek sajátja, hogy kizárt a szexualitás emberi vagy érzelmi aspektusainak ábrázolása, ezzel szemben az emberi méltóságot sértő szexuális erkölcsi hozzáállást sugallnak. Ha valamely ábrázolásról, amely a szexualitást az emberi méltóság és érzelmek degradálásával jeleníti meg, nem lehet eldönteni, hogy a pornográfia körébe tartozik-e, akkor a döntő tényező elsődlegesen az lehet, gyermekek egészséges pszichoszexuális fejlődését veszélyeztető elemek fellelhetők-e, úgy mint:*

- a fizikai szexualitás a személyes kapcsolatoktól izoláltan jelenik meg, azaz a szexualitás ábrázolása minden hihető érzelmi kapcsolati összefüggést nélkülöz,*
- a szexuális élvezetet abszolutizálja, vagyis a szexualitás úgy ábrázolódik, mint kizárólagos megnyilvánulása az életről alkotott felfogásnak,*
- az emberi ábrázolásmód egy bármikor kicserélhető szexuális tárgy szintjére redukálódik, amely csupán a szexuális vágy kielégítésére szolgál és egy puszta inger-válasz lényként kerül bemutatásra.*

*Általában lényeges szempont, hogy a fent megnevezett jellemzőket nemcsak az egyes jelenetek tartalmazzák, hanem a mű tendenciózusan pornográfnek tekinthető, mivel üzenete abban áll, hogy az elszemélytelenített szexualitást kívánatosnak és normálisnak állítja be, és egy torz emberképet terjeszt. Következésképpen nagy valószínűséggel pornográfnek mondhatók azok az alkotások, amelyekben a különböző szexjelenetek összefüggés nélkül követik egymást, vagy ha minimális szinten megragadható is egy történeti szál, az csupán arra szolgál, hogy a szereplők részére, akik között egyébként semmilyen személyes kapcsolat nem fedezhető fel, a nemi aktus lefolytatásához alkalmat teremtsen. Ez különösen érvényes, ha minél gyakrabban váltakoznak a partnerek, minél több résztvevője van a szexuális cselekménynek. Amennyiben az alkotásban a fizikai kielégülésen kívül más motiváció is hihetően megjelenik, legyen az szerelem, barátság vagy akár a csalódás, a bosszú, vélhetően nem pornográf. További mutatóként értékelhető, ha a mű teljes hosszának túlnyomó részét szexjelenetek képezik, az egyes szexuális cselekmények részletezően ábrázolódnak, továbbá lassítottan vagy a valós időtartamnak megfelelően*



mutatják be az eseményeket. Az ilyen produktumokra jellemző, hogy a képkivágás előterében túlnyomórészt a szereplők alsóteste jelenik meg, illetve a beállításokban ezek közeli képen, durván kihangsúlyozott módon ábrázolódnak. A nemi szervekre való fókuszálás önmagában még nem jelenti azt, hogy a mű pornográf, ellenben ezen állítás fordítva is igaz: azáltal, hogy a genitáliákat nem felnagyítottan vagy túlhangsúlyozottan mutatja, még nem zárja ki a pornográfiát (pl. soft pornó). Végül a nyelvezet is orientálón hathat a minősítés során, az obszcén, trágár kifejezések, a szexuális élvezetre utaló hanghatások, mint sóhajok és nyögések magas aránya a szexjelenetekben, az egyéb pornográfiára utaló elemek mellett, megerősíthetik a VI. kategóriába sorolást.

Nem pornográfok azonban azok az alkotások, ahol a meztelenség, a szexuális tevékenységek naturalisztikus ábrázolása valamilyen művészi élmény felkeltése érdekében történik vagy az emberi test szépségét mutatja be, esetleg tudományos, oktató vagy felvilágosító céllal bír. Ez esetben az ábrázolás még akkor sem pornográf, ha egyébként megjeleníti a nemi szerveket és szexuális cselekményt is ábrázol. Ehhez azonban elengedhetetlen, hogy ne elsődlegesen a szexuális izgalom kiváltása legyen a cselekmény célja, melynek megítéléséhez a megjelenés környezete (pl. felvilágosító website, oktatási segédanyag, kanonizált műalkotás része) segíthet hozzá. Bizonyos esetekben egyetlen explicit szexjelenet is feltételezheti a kiskorúakra gyakorolt súlyosan ártalmas hatást. A valóságshow-k kifejezetten felkeltik a fiatal korosztály figyelmét, ellenben a műfaj lényegéből fakadóan torzított valóságképet közvetítenek, ezért a bemutatható nyílt szexuális tartalom tekintetében szigorúbb feltételek betartása várható el tőlük. A Legfelsőbb Bíróság álláspontja szerint a többi szereplő előtt és jelenlétében, a televízió nagy nyilvánossága előtt folytatott nemi aktus olyan mértékben sérti a jó ízlést, illetve az erkölcsöt, hogy a kiskorúak erkölcsi fejlődésének súlyosan kedvezőtlen befolyásolására alkalmas. Komolyan veszélyeztetheti a fentiekben túlmenően a serdülők egészséges pszichoszexuális fejlődését, ha a szexualitás ábrázolása kapcsán a mű azt az érzetet kelti, hogy pártolja a fizikai és egyéb erőszakot a szexuális érdekek keresztülviteléhez, esetleg a nemi erőszakot az áldozat szempontjából élvezetesnek tünteti fel, vagy a médiatartalom egészét tekintve valamelyik nemet lealacsonyító módon kezeli, emberi méltóságában sérti. Súlyosan ártalmas hatást azonban nemcsak az erőszak és a

*szexualitás szélsőséges ábrázolásmódjai idézhetnek elő, hanem ugyanolyan súllyal tehetik ezt mindazon tartalmak, amelyek ahhoz vezethetnek, hogy a kiskorúak önmaguknak ártsanak: így például dicsőítik vagy pártolják az öngyilkosságot, a módszerekre vonatkozóan konkrét instrukciókat közölnek oly módon, hogy azok megalapozottan az utánczás jelentős veszélyét hordozzák, vagy nyilvánvalóan kábítószer-fogyasztásra ösztönöznek.”*

### 3.5. A vizsgálat eredménye

Az előszűrés során 7 olyan reklámot találtunk, ahol akár a kép (ágy, pucérság), akár a szöveg a szexre utal. A 7 db előterjesztett reklámot Bizottság vizsgálta, melyek közül egyet talált kérdésesnek, de a megjelenés helyére is tekintettel azt is elfogadhatónak találta.

#### 3.5.1. Népszava – elfogadható



Az ágy, vagy az újság mögött lévő személyek ruhája, vagy ruha nélkülsége nem tekinthető pornográfának. Maga a tevékenység – újságot olvasás az ágyban – pedig végképp nem tekinthető aggályosnak.

#### 3.5.2. Potemix – elfogadható



A termék maga a potencia növeléséről szól, így az ezzel kapcsolatos szöveg nem öncélú. A szövegezés nem megy túl a termék ígéletén, megfogalmazása a fiatalkorúak számára sem túlzó, vagy zavarba ejtő. A reklámon található

fotó pedig az ágy és ölelés miatt sejteti, de nem mutatja az aktust, a jókedvű örömről túl szexuális tartalma nincs.

### 3.5.3. Cefagil – elfogadható



A reklám homeopátiás gyógyszer reklámja, amely a szexuális vágy fokozását szolgálja. A kép visszafogott, a pornográfiának még nyoma sincs. Két felöltözött felnőtt ember közeledését látjuk. A reklám szövege a termék tulajdonságát ismerteti.

### 3.5.4. Playboy fragrances – elfogadható



A reklámon egy nő és férfi képét látjuk, nő keze a férfi mellkasát karolja át, így az ölelés, és a nő vágyat kifejező tekintete ellenére sem tekinthető pornográf. A termék neve „skintouch” az érintésről szól, amelyet a kép megjelenít, de nem tekinthető pornográf.

### 3.5.5. Optic World – elfogadható



A napszemüveg reklám szövege kizárólag az üzlet elnevezését és az abban kapható márka megjelenítését tartalmazza, nemiségre utaló szót nem tartalmaz. A képen a modellen az inge mély kivágása, és alatta a melltartója látható. Kétségtelen, hogy a kép fókuszában a dekoltázs van és nem a termék, de álláspontunk szerint ez nem pornográf, a napszemüveget elsősorban nyáron viselik, amikor természetes látvány a dekoltázs és a szellős nyári viselet. „A nemi szervekre való fókuszálás önmagában még nem jelenti azt, hogy a mű pornográf,” - NMHH

### 3.5.6. Bioderma - elfogadható



A kozmetikum reklámján egy hiányos öltözetű hölgy látható. A kép beállítása révén nemi szervek nem láthatóak, a kép hangulata a fürdőszobához, a tisztálkodáshoz kapcsolódik, amely a reklámozott termék jellegével – tusfürdő – összhangban van, ezért a reklám elfogadható.

### 3.5.7. Playboy – kérdéses, de a megjelenés helyére tekintettel elfogadható



A Playboy magazin reklámja mind képileg, mind a szövegében erotikus. A fotón a modell nemi szervei jól láthatóak, a póz (félig felhúzott láb) és a karokkal előrenyomott mell még jobban kiemeli. A szöveg pedig a „marad az izgalom” kétértelmű, a magazin tartalmára, a cikkek újdonság tartalmára, valamint az erotikára is utal. Az NMHH fent idézett korhatár besorolásra vonatkozó elveit vettük figyelembe annak eldöntéséhez, hogy a reklám pornográfnek minősíthető-e:

- „• a fizikai szexualitás a személyes kapcsolatoktól izoláltan jelenik meg, azaz a szexualitás ábrázolása minden hihető érzelmi kapcsolati összefüggést nélkülöz,
- a szexuális élvezetet abszolutizálja, vagyis a szexualitás úgy ábrázolódik, mint kizárólagos megnyilvánulása az életről alkotott felfogásnak,
- az emberi ábrázolásmód egy bármikor kicserélhető szexuális tárgy szintjére redukálódik, amely csupán a szexuális vágy kielégítésére szolgál és egy pusztán inger-válasz lényként kerül bemutatásra. „

Ezek alapján abban kellett állást foglalnunk, hogy a reklám az erotika kategóriáján belül marad, vagy azt átlépve pornográfnek minősíthető. A bizottság végül egybehangzóan arra az álláspontra jutott, hogy a reklám tartalma a reklámozott újság tartalmával és annak márkaképével (erotika) van összefüggésben, a fotón a modell ábrázolása nem tekinthető öncélúnak. Megállapította továbbá, hogy nemi aktus nem látható, és a fotó egészében a modell látható, a fókusz nem a nemi szerveken van, ezért nem tekinthető pornográfnek.

A reklám magában az újságban jelenik meg, amely kifejezetten és köztudottan felnőtt termék, így a gyermekvédelem szempontjából sem indokolt a reklámot a gyermekeket veszélyeztetőnek minősíteni.



#### 4. Összegzés

A reklámok vizsgálata pozitív eredménnyel zárult.

Az április első két hetében a sajtótermékekben közzétett valamennyi reklám vizsgálata során az 1532 reklámból csupán egyet tartottunk olyanak, amely alaposabb vizsgálatot és megfontolást igényelt. A témája jellege (Playboy magazin előfizetés), a közzététel helye (Playboy magazin) valamint a reklám tartalma alapján - a meztelenség (nincs szexuális aktus), a kép szerkesztése (a fókusz nem a nemi szerveken van) - a reklámot elfogadhatónak találtuk.

A vizsgálat alapján megállapíthatjuk, hogy reklámok oldaláról nem fenyegeti a pornográf tartalom veszélye a kiskorúakat.

## Mellékletek

### 1. sz melléklet – vizsgált sajtótermékek

168 ÓRA	SZÁMÍTÁSTECHNIKA	HETI TV MAGAZIN/LAPCOM/
24 ÓRA	COSMOPOLITAN	HETI VÁLASZ
A FÖLDGÖMB	CSALÁDI LAP	HEVES MEGYEI HÍRLAP
A KUTYA	DÉLMAGYARORSZÁG+DÉLVILÁG	HÓCIPO
A MI OTTHONUNK	DIÉTA & FITNESS	HOT!
AERO MAGAZIN	DUNAÚJVÁROSI HÍRLAP	HVG
AGRO NAPLÓ	ÉLELMISZER	HVG PSZICHOLÓGIA EXTRA TESZT
AGROFÓRUM	ELIXÍR	INSTYLE
AUDI MAGAZIN	ELLE	INTERPRESS MAGAZIN
AUTO BILD	ELSO KISLAKÁS	JAMIE MAGAZIN
AUTÓ MAGAZIN	ÉSZAK-MAGYARORSZÁG+DÉLI HÍRLAP	JOY
AUTÓ-MOTOR	ÉVA	KELET-MAGYARORSZÁG
AZ AUTÓ	FANNY	KÉPES SPORT
AZ UTAZÓ	FANNY KONYHA	KERTÉSZET ÉS SZOLÉSZET
BABA PATIKA	FEJÉR MEGYEI HÍRLAP	KERTI KALENDÁRIUM
BBC GOODFOOD	FIDELIO	KINCS
BBC HISTORY	FIGYELO	KISALFÖLD
BÉKÉS MEGYEI HÍRLAP	FORBES	KISKEGYED
BEST	FOTO VIDEO	KISKEGYED KONYHÁJA
BLIKK	FOURFOUR TWO	KISKEGYED OTTHONA
BLIKK NOK	FÜLES	KISMAMA
BLIKK NOK KONYHA	GAMESTAR	KISTERMELOK LAPJA
BLIKK NOK OTTHON & KERT	GARFIELD	KREATÍV
BLIKK TV MAGAZIN	GASZTRO MAGAZIN/LAPCOM/	LA FEMME
BORIGO	GEO	LAKÁS ÉS KERT /LAPCOM/
BORS	GLAMOUR	LAKÁSKULTÚRA
BORS EXTRA	GUSTO	LILLA /LAPCOM/
BP.BUSINESS JOURNAL	GYÓGYSZERÉSZET	LOKÁL
BRAVO	H.O.M.E.	MAGYAR HÍRLAP
BUCI MACI	HAJDÚ-BIHARI NAPLÓ	MAGYAR IDOK
BURDA	HASZON	MAGYAR KONYHA
CAMION TRUCK MAGAZIN	HASZON AGRÁR	MAGYAR MEZOGAZDASÁG
CHEF&PINCÉR	HELLOBABY!	MAGYAR NARANCS
COMPUTERWORLD	HETEK	MAGYAR NEMZET



MAGYAR NOORVOSOK LAPJA	ÓTTHON	SZÍNES RTV
MANAGER MAGAZIN	ÓTTHON KERT VILÁG	TELEHOLD
MARIE CLAIRE	ÓTTHONOK ÉS KERTEK	TERMÉKMIX
MARKETING & MEDIA	ÖTLET MOZAIK	TERMÉSZETGYÓGYÁSZ MAGAZIN
MEGLEPETÉS	PATIKA MAGAZIN	TOLNAI NÉPÚJSÁG
MEGLEPETÉS KÜLÖNSZÁM	PATIKA TÜKÖR	TRADE MAGAZIN
MEN'S HEALTH	PC [ & Mac ] WORLD	TV KÉTHETES
METROPOL	PESTI EST	TV PLUSZ/RUSSMEDIA/
MEZOHÍR	PETOFI NÉPE	TVR HÉT
MINIMAX MAGAZIN	PIAC ÉS PROFIT	TVR ÚJSÁG
MOTOR REVÜ	PIRULATREND	ÚJ DUNÁNTÚLI NAPLÓ
MUÉRTO	PLAYBOY	ÚJ NÉPLAP
NAPLÓ	PRAKTIKA	ÜGYES
NATIONAL GEOGRAPHIC	PRÍMA KONYHA MAGAZIN	VAS NÉPE
NATIONAL GEOGRAPHIC KÜLÖNSZÁM	ROLLING TONS	VASÁRNAP REGGEL
NEMZETI SPORT	RTV RÉSZLETES	VASÁRNAPI BLIKK
NEMZETI SPORT KIADVÁNYOK	SÁRGA RTV	VASÁRNAPI BORS
NÉPSZABADSÁG	SHAPE	VASÁRNAPI HÍREK
NÉPSZABADSÁG MAGAZIN	SOMOGYI HÍRLAP	VIDÉK ÍZE
NÉPSZAVA	SPORT AND LIFE	VILÁGGAZDASÁG
NIMRÓD	SPORT AUTÓ	VILÁGJÁRÓ FIRST CLASS
NÓGRÁD MEGYEI HÍRLAP	SPORTFOGADÁS+	VINCE
NOK LAPJA	STAHL MAGAZIN	VITORLÁZÁS MAGAZIN
NOK LAPJA EGÉSZSÉG	STÍLUS ÉS LENDÜLET	VOLKSWAGEN MAGAZIN
NOK LAPJA ENTERIOR	STORY	VOX
NOK LAPJA KONYHA	SZABAD FÖLD	ZALAI HÍRLAP
NOK LAPJA PSZICHÉ	SZÉP HÁZAK	ZSARU
NÖVÉNYVÉDELEM	SZÉP LAK	
ORVOSTOVÁBBKÉPZO SZEMLE	SZÍNES KÉTHETES	