

Gellén Klára

**Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló
irányelv implementációja és az
1996. évi I. törvény**

Budapest, 2009. december, 43. szám

ISSN 1788-134X
ISBN 978-963-88287-8-1

Kiadja az Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet
Budapest, 1021 Hűvösvölgyi út 95.
Felelős kiadó: Nahimi Péter igazgató
Borítóterv: Czákó Zsolt
Nyomdai munkák:
Műegyetemi Kiadó
Felelős vezető: Wintermantel Zsolt
www.kiado.bme.hu

Tartalom

Bevezetés	5
1. rész	
AZ IRÁNYELV ÉS AZ AUDIOVIZUÁLIS MÉDIASZOLGÁTATÁSOK	6
I. Az irányelv fő sajátosságai és az implementáció alapvető kérdései	6
1. Az irányelv karakterisztikus jegyei	6
1.1. Technológia-semlegesség	6
1.2. Versenyszemlélet	7
1.3. Médiapluralizmus	8
1.4. A médiaszolgáltatás, mint gazdasági és kulturális szolgáltatás	9
1.5. Új és rugalmasabb kereskedelmi kommunikáció	10
1.6. Hatékonyabb fogyasztóvédelem	10
2. Az irányelv szabályozási technikája	11
3. Az irányelv implementálásának alapkérdései	13
II. AZ AUDIOVIZUÁLIS MÉDIASZOLGÁLTATÁSOK MEGHATÁROZÁSA	18
4. A médiaszolgáltatás	18
4.1. A műsorszolgáltatás	19
4.2. A lekérhető médiaszolgáltatás	20
5. A média- és a műsorszolgáltató	20
6. A műsorszám	21
2. rész	
A MÉDIATÖRVÉNY VIZSÁLATA AZ IRÁNYELV RENDELKEZÉSEI ALAPJÁN	23
III. ÁLTALÁNOS RENDELKEZÉSEK	23
7. A törvény hatálya	23
8. Értelmező rendelkezések	24
IV. A MÉDIASZOLGÁLTATÁS ELVEI ÉS SZABÁLYAI	25
A) rész	
A médiaszolgáltatás általános alapelvei és szabályai	25
1. cím	
Alapelvek	25
2. cím	
Adatszolgáltatási kötelezettség	27
3. cím	
A kereskedelmi közlemény	27
3/A cím	
A kereskedelmi közlemények általános szabályai	29
3/B cím	
Egyes kereskedelmi közlemények	32

B) rész	
A műsorszolgáltatás elvei és szabályai.....	37
1. cím	
Kizárólagos közvetítési jog és a rövid tudósítás joga.....	37
2. Cím	
Egyes műsorszerkezeti követelmények.....	38
3. cím	
Reklámkorlátok és tilalmak a műsorszolgáltatásban.....	38
Zárszó.....	43

Bevezetés

1989-et követően, amikor a *Határok nélküli televíziózásról* szóló uniós irányelv először fektette le a televíziós sugárzásra vonatkozó közös szabályokat, Európa az audiovizuális technológiák fejlődése és a piacok konvergenciája következtében óriási változáson ment keresztül. Az információk digitalizációja, az átviteli szélesség megnövekedése és az új platformok fejlődésének eredményeként az audiovizuális tartalom nemcsak *egyőtől a sokak számára*, hanem lekérhető alapon, *egyőtől egy számára* is közvetíthetővé vált. A piac kiterjesztése következtében az Európai Közösség médiafogyasztói egyre nagyobb választékból, jobb minőségű programokból válogathatnak.

A 2007. december 19-én hatályba lépett *Audiovizuális Médiaszolgáltatásokról* szóló irányelv (Irányelv) már egy olyan korszerű szabályozást teremtett az európai audiovizuális ipar számára, amely a hagyományos (lineáris) és a lekérhető (nem lineáris) tartalmakra egyaránt kiterjed. A korábbi szabályok éles különbséget tettek a hagyományos televíziós tartalomszolgáltatások és az új technológiai fejlődéssel párhuzamosan átalakuló információs társadalmi környezet nyújtotta lehetőségekkel összefüggő szolgáltatások között. A tartalomterjesztés lehetőségeinek bővülésével kérdésként merült fel, hogy indokolt-e az átviteli technika alapján történő megkülönböztetést továbbra is fenntartani. Szakítva a korábbi megkülönböztetéssel, az Irányelv – alapvetően fogyasztói oldalról közelítve – a hozzáférés módja alapján különbözteti meg a médiaszolgáltatásokat.

Az Irányelv rendelkezéseinek átültetésére a tagállamok 2009. december 19-ig kaptak lehetőséget. A határidő közeledte ellenére a jogharmonizációban komoly lemaradás figyelhető meg Európa-szerte. Magyarország is adós még a modernizált közösségi szabályok átültetésével.

Jelenleg a területet hazánkban a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. tv. (médiatörvény) szabályozza. A törvénnyel szemben több síkon, nemcsak jogharmonizációs igény alapján fogalmazhatók meg kritikai észrevételek, jelen tanulmány azonban csak azt kívánja vizsgálat tárgyává tenni, hogy – figyelemmel az Irányelv implementálás előtt álló új rendelkezéseire – hatályos törvényünk mely pontjaiban nem felel meg az elvárásoknak, és milyen jellegű minimum-korrekcióval lehetne azokat a közösségi jognak megfeleltetni. A kérdést alapvetően jogtechnikai megközelítésben vizsgáljuk, emellett azonban – az elérendő cél alaposabb megvilágítása érdekében – egyes elméleti összefüggések és jellemzők rövid ismertetésére is sor kerül.

Szerkezetileg a tanulmány két fő részre osztható. Az első részben az Irányelv fő célkitűzéseit, alapvető vonásait, sajátos szabályozási módját, technikáit mutatjuk be. Ezt követően meghatározzuk az implementálás alapkérdéseit: mely területek szabályozását érinti az Irányelv, milyen módon látjuk megoldhatónak rendelkezései átültetését. Miután az implementálás alapvonásait az előbbiek szerint meghatároztuk, a tanulmány második részében az Irányelv támasztotta elvárások vonatkozásában külön-külön vizsgáljuk médiatörvényünk egyes rendelkezéseit.

1. rész

AZ IRÁNYELV ÉS AZ AUDIOVIZUÁLIS MÉDIASZOLGÁLTATÁSOK

I. Az irányelvek fő sajátosságai és az implementáció alapvető kérdései

1. Az irányelv karakterisztikus jegyei

Ahogy a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégiában is olvashatjuk: "Az infokommunikációs technológiai forradalom alapvetően megváltoztatta a műsorkészítés, műsorszórás és -vétel gyakorlatát...a technológiai változásokkal szorosan összefüggő konvergencia folyamatok mellett olyan egyéb médiapiaci trendek is tetten érhetőek az utóbbi években, amelyek a vonatkozó teljes közösségi joganyag újragondolását tették szükségessé".¹ Alkalmazkodva az új elvárásokhoz, az Irányelv modern és versenybarát szabályokat állított fel. Új reklámtechnikák és szabályok bevezetésével rugalmas finanszírozási rendszert alakított ki, emellett a fogyasztók védelmének magas szintű biztonságát is garantálja. A versenycentrikus médiapiac kialakításához az európai médiaszolgáltatók számára összességében minimumszabályokra épülő modern jogi környezetet teremtett.

Az Irányelv alapvető vonásainak ismerete az implementálás során meghatározó jelentőséggel bír, hiszen azoknak az új hazai szabályozásban is meg kell jelenniük és a törvény egész szellemiségét át kell hatniuk.

1.1. Technológia-semlegesség

Az új technológiai állapot, a műsorszolgáltatási paletta sokszínűsége magával hozta a tartalmak különféle platformokon való elérhetőségének, megjelenítésének lehetőségét. Ez a hihetetlenül gyors változás volt az egyik alapvető indoka és kiindulópontja a határokon átnyúló irányelv módosításának.

A különböző technikákon keresztül megjelenő médiaszolgáltatások ugyanazért a közönségért versenyeznek egymással, így azoknak a technológia módjától független, egységes szabályozására volt szükség. Az Irányelv a médiaszolgáltatások meghatározásában elmozdult a szolgáltatások technológiai alapú megfogalmazásától a médiahasználat elérése szerinti irányba.² A „platformsemleges” megközelítés alapján a médiaszolgáltatások nem az átviteli technika jellege alapján, hanem annak gazdasági és kulturális jellegére figyelemmel, a fogyasztói hozzáférés oldaláról szabályozottak. Az audiovizuális médiaszolgáltatások³ átviteli kérdése – mivel azok a 2002/21 EK irányelv 2. cikkének a) pontja értelmében vett *elektronikus hírközlő hálózaton* keresztül kerülnek a közönséghez eljuttatásra –, az

¹ Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS), a Miniszterelnöki Hivatal megbízásából készült szakértői elemzés 2007.147.

² A technológia sokszínűségét az alábbi vázlatos besorolás is jó szemlélteti.

- hagyományos TV, az internet TV, az IPTV, a web TV vagy a mobiltelefonon, illetve más mobilkészítőn elérhető televízió - a sávyújtás, a digitális TV, a 3G internetes hálózat, stb.

³ Irányelv 1. cikk a) pontja

elektronikus hírközlő hálózatok és elektronikus hírközlési szolgáltatások közös keretszabályozásáról szóló 2002. március 7-iki 2002/21/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (keretirányelv) hatálya alá tartozik.⁴

A hírközlési irányelv 1 cikk (3) bekezdése szerint: *” Ez az irányelv és a különös irányelvek nem sértik a közösségi, illetve nemzeti szinten a közösségi jognak megfelelően hozott, az általános érdekű célkitűzések elérésére irányuló intézkedéseket, különösen a tartalomszabályozással és az audiovizuális politikával kapcsolatos intézkedéseket.”* A két terület tehát szoros kapcsolódást mutatva, kölcsönösen kiegészíti egymást. A hírközlési irányelv foglalkozik az átviteli tevékenységgel, de hatálya nem terjed ki a tartalomszabályozásra és egyéb audiovizuális politikával összefüggő kérdésekre.

Nálunk a műsorterjesztés és a digitális átállás szabályairól szóló 2007. évi LXXIV. törvény és az elektronikus hírközlésről szóló 2003. évi C. törvény hatálya alá tartoznak a médiaszolgáltatások átvitelével és megjelenítésével kapcsolatos technológiai kérdések. A digitális átállásról szóló törvény az elektronikus hírközlésről szóló törvény definíciójára utal vissza: elektronikus hírközlési szolgáltatás *az Eht. 188. §-ának 13. pontjában meghatározott szolgáltatás.* Ezt a meghatározást kell olyan technikai kritériumok hozzárendelésével pontosítani, hogy a jogalkotó szándékának megfelelően minden technikai átviteli mód lefedett legyen a médiaszolgáltatások szempontjából is. Ez azonban nem a médiatörvény feladata, abban – a közösségi joghoz hasonló megoldás alkalmazásával – a médiaszolgáltatás fogalmi elemeként indokolt a *„bármely elektronikus hírközlési hálózaton keresztül”* kitétel beépítése, ezzel a jelenleginél határozottabban elhatárolva és mégis egymásra építve a két kapcsolódó területet.

A fentiekre figyelemmel a médiaszolgáltatások meghatározását és a terület szabályozásának módját is a technológia-semlegességet követve kell megfogalmazni. Az Irányelv a technológiásemlegesség kialakításával egy egységes status quo-t teremt a médiaszolgáltatások egészére nézve. Ahogy az Európai Parlament 2008. december 16-iki, *A médiaműveltségről a digitális világban* témájú állásfoglalásában kifejti: *„minden audiovizuális és nyomtatott, klasszikus és a digitális médiaágazat összemosódik egymással, és műszaki és tartalmi szempontból is a különféle médiaformák egymáshoz való közeledése megy végbe”*.⁵

A szabályozás alkalmazott eszközeinél, a szabályozás mértékénél és módjánál azonban a legfontosabb általános elvek és szabályok felállításán túl az implementálás során figyelemmel kell lenni az egyes hozzáférési módok alapvető sajátosságaira is.

1.2. Versenyszemlélet

Az új közösségi szabályozás kiindulópontja szerint minden audiovizuális médiaszolgáltatásra egységes szabályozás szükséges a következő szempontokra figyelemmel:

- versenytorzulás elkerülése;
- jogbiztonság javítása;
- belső piac megvalósításának elősegítése;
- egységes információs térség kialakulásának megkönnyítése.⁶

⁴ "elektronikus hírközlő hálózat": olyan átviteli rendszer, esetleg kapcsoló vagy útválasztó eszköz, valamint egyéb erőforrás, amely lehetővé teszi a vezetéken, rádióhullámon, optikai vagy egyéb elektromágneses úton történő jelátvitelt, beleértve a műholdas hálózatokat, a helyhez kötött (vonal- és csomagkapcsolt, beleértve az internetet) és mobil földi hálózatokat, az elektromos vezetékrendszereket, annyiban, amennyiben azokat jelek továbbítására használják, a rádióműsor- és televízióműsor-terjesztő hálózatokat, valamint a kábeltelevízió-hálózatokat, a továbbított információtipusra tekintet nélkül; az Európai Parlament és a Tanács 2002/21/EK irányelve (2002. március 7.) az elektronikus hírközlő hálózatok és elektronikus hírközlési szolgáltatások közös keretszabályozásáról 2.cikk. a)

⁵ Az Európai Parlament 2008. december 16-iki állásfoglalása A médiaműveltségről a digitális világban (2008/2129)

⁶ (7) preambulum

Láthatóan főként versenycentrikus szempontok indokolták a médiaszolgáltatások – legalább alapszintű – egységes kezelését. Az azonos közönségért versenyző, bár különböző hozzáféréssel elérhető szolgáltatások számára új üzleti modellek kialakításának lehetőségét kell biztosítani. A direktíva preambuluma szerint kifejezetten a lekérhető szolgáltatások érdekében fontos az új szabályozás, hiszen ennek hiánya akadályozná a szabad mozgást, és torzítaná a belső piaci versenyt⁷.

„A lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások jellegzetessége, hogy a televíziós szolgáltatásokhoz hasonlóak, vagyis ugyanazon közönségért versengenek, mint a televíziós műsorszolgáltatások, és a felhasználók a szolgáltatás jellegéből és a hozzáférés módjából kiindulva érthető módon elvárhatják, hogy...védelemben részesüljenek.”⁸ Az európai médiaszolgáltatások versenybeli pozíciójának erősítése és támogatása érdekében alapvető cél a piaci verseny serkentése, olyan egységes jogi környezet megteremtése, amely egyenlő és egységes versenyfeltételeket biztosít a médiaszolgáltatók számára. Ezen keretszabályokon túl viszont a tagállamokra van bízva, hogy mennyire nehezítik meg a joghatóságuk alá tartozó szolgáltatók helyzetét. A hazai szabályozás kialakítása során kettős szemléletet kell követni: olyan jogi környezetet kell teremteni, hogy egyrészt a joghatósága alá tartozó szolgáltatók – függetlenül a technikai átvitel módjától – egyenlő eséllyel vehessék fel a versenyt az azonos fogyasztói bázis megnyerése során, másrészt ne kerülhessenek hátrányba egyéb közösségi szolgáltatókkal szemben sem.

1.3. Médiapluralizmus

A tájékoztatás pluralizmusa, a vélemények és tartalmak sokszínű megjelenítése az Irányelv alapértékei között szerepel. A pluralizmusnak meg kell nyilvánulnia egy adott médiumon belül a különböző, egymással akár szemben álló vélemények bemutatásában (belső pluralizmus), de érvényesüléséhez szükséges a vélemények sokszínű megjelenését és elérhetőségét biztosító médiapiaci struktúra fenntartása is (külső médiapluralizmus).⁹

A belső pluralizmus biztosítását a médiatörvény alábbi paragrafusát garantálja:

4. § (1) A közérdeklődésre számot tartó hazai és külföldi eseményekről, vitatott kérdésekről a tájékoztatásnak sokoldalúnak, tényszerűnek, időszerűnek, tárgyilagosnak és kiegyensúlyozottnak kell lennie.

A médiatörvény e passzusához kapcsolódóan az Alkotmánybíróság 1/2007. (I.18) határozatának indokolása a média szabályozása szempontjából igen fontos megállapítást fogalmaz meg:

„A tájékoztatási monopóliumok a műsorszolgáltatási technológia rohamos fejlődését követően elsősorban a ’véleménymonopóliumok’ kialakulásának veszélyét jelentik, ezért legitim célként fogadja el az Alkotmánybíróság a véleménypluralizmus fenntartását. E cél érdekében korlátozza a kiegyensúlyozottság követelménye a műsorszolgáltató szerkesztői szabadságát.”¹⁰ A belső pluralizmus fenntartása érdekében történő beavatkozás megfelelő szabályozási eszközök útján alátámasztott: az „Alkotmánybíróság tágabb állami beavatkozási lehetőséget enged az elektronikus média – elsősorban a televízió és a rádió és vélhetően hamarosan az internet – egyes szólásszabadságot érintő szabályozásába, mint általában a

⁷ (2) preambulumban

⁸ (17) preambulumban

⁹ NAMS. 41.

¹⁰ 1/2007. (I. 18.) AB határozat

szólásszabadság korlátozását célzó egyéb törvényi tényállások, törvénymódosítási kezdeményezések esetén”¹¹

A külső pluralizmusra nézve az Alkotmánybíróság határozatában a következőket olvashatjuk: „A külső pluralizmus a rádió- és televízió programok teljes kínálatát figyelembe véve, a sokszereplős piac létrejöttével megvalósult. Ez a sokszínű műsorkínálat azonban önmagában nem teszi szükségtelemmé a kiegyensúlyozottsági követelmény (belső pluralizmus) előírását.”

Az új technológiai megjelenési módok elterjedése, valamint a piaci versenyt támogató és platform-semleges szabályozás további teret enged a heterogén, sokszereplős piac számára. Az Alkotmánybíróság fenti álláspontjával tényként állapította meg a külső pluralizmus kialakulását az elektronikus műsorszolgáltatás területén, melynek fenntartását és fejlődését – figyelemmel immár a frekvenciaszűkösség problémájának megoldódására – továbbra is biztosítani kell. Fontos elvárás, hogy a belső pluralizmus minden médiaszolgáltatás, így az új piaci szereplők esetében is érvényesüljön. Ez a törvény 4.§(1) bekezdésének az összes médiaszolgáltatóra történő kiterjesztésével megvalósítható. Célszerű továbbá a médiatörvény preambulumban a médiapluralizmusra, mint a törvény által védendő és elősegítendő alapvető értékre hivatkozni. Emellett pedig, mivel a „tagállamok által megválasztott eszközöknek hozzá kell járulniuk a médiapluralizmus előmozdításához”¹², olyan szabályozási eszközöket és módokat kell találnunk, melyek megfelelnek a preambulumban megfogalmazottaknak.

1.4. A médiaszolgáltatás, mint gazdasági és kulturális szolgáltatás

Az Irányelv – az első preambulumban megfogalmazottak szerint – alapvető céljai között említi a kulturális és nyelvi sokszínűség tiszteletben tartását. „Az audiovizuális médiaszolgáltatások ugyanúgy kulturális, mint gazdasági szolgáltatások.”¹³ Ezzel összefüggésben a parlamenti témafelelős, Ruth Hieronymi kifejtette, hogy „az audiovizuális médiaszolgáltatások kulturális és gazdasági dimenzióját a jövőben is biztosítani kell, akárcsak a véleményszabadságot és a média sokszínűségét, valamint az új üzleti modellek kifejlesztésének lehetőségét”. Az Irányelv tehát egyaránt fontos kritériumként kezeli a médiaszolgáltatások gazdasági és kulturális jellegét.¹⁴ Jellemük ily módon való meghatározását és külön szabályozását indokolja, hogy a társadalom, a demokrácia, a kultúra és oktatás területén egyre növekszik a médiumok jelentősége, „különösen azáltal, hogy biztosítják a tájékozódás szabadságát, a vélemények sokszínűségét és a médiapluralizmust.”¹⁵

A hazai törvényi szabályozásba is célszerű a médiaszolgáltatás normatív kritériumaként beépíteni a gazdasági és kulturális szolgáltatás jellegét.

Ebben fejeződik ki ugyanis az a kettősség, amely szerint, ha a médiaszolgáltatás problémakörét alapvetően gazdasági, piaci szemlélettel közelítjük meg, akkor a túlzott beavatkozás, a merev szabályozás indokolatlan, sőt kerülendő, ellenben, ha mint kulturális, és a társadalomra befolyásoló hatással bíró területre tekintünk, a részletesebb szabályozás és ezáltal a beavatkozás meghatározott mértéke mégis alátámasztást nyer.

¹¹ Nagy Krisztina-Timár János: Az internet jogi környezete. Élet és Irodalom. 2008. LII. évf. 8. szám

¹² (65) preambulumban

¹³ (3) preambulumban

¹⁴ Ehhez ld. Részletesen Nyakas Levente: A magyar médiaszabályozás lehetőségei az európai audiovizuális politika fényében. MédiaKutató. 2008/2.

¹⁵ (3) preambulumban. Továbbá a (8) preambulumban-bekezdés e kérdésben kifejti, hogy az irányelv tiszteletben tartja a kulturális kifejezések sokszínűségének védelméről és előmozdításáról szóló UNESCO egyezményt.

1.5. Új és rugalmasabb kereskedelmi kommunikáció

Az Irányelv kimunkálásának, kibocsátásának egyik legfontosabb mozgatórugója a reklámszabályok megújításának – több vetületben jelentkező – szükségessége volt. Az új technológiák, platformok használata ugyanis lehetővé teszi a fogyasztó számára a reklámok elkerülését, ami a médiapiaci szereplőkre nézve komoly gazdasági következményekkel járhat.

Éppen ezért az Irányelv egy új, modern, fogyasztóbarát reklámjogi rendszert vázolt fel, mellyel egyben megerősített gazdasági alapot is teremt az audiovizuális ipar számára. Olyan új hirdetési formák kapnak létjogosultságot, mint az osztott reklám, a virtuális vagy az interaktív reklám; az Irányelv világos keretszabályokat állít fel a termékelhelyezés kapcsán; új forrásokat nyit meg az európai audiovizuális szolgáltatóknak és előállítóknak, segíti fellendíteni az európai kreatív gazdaságot; továbbá információkkal történő ellátás révén biztosítja a nézők megfelelő védettségét. Összességében az új előírások az enyhébb és rugalmasabb szabályozás felé mutatnak.

A változtatás sarokkövei:

- a kereskedelmi közlemény fogalmának kialakításával egységes szabályozás megalkotása az összes médiaszolgáltatói területre;
- a támogatás felújítása, reklámbarátta tétele;
- a termékelhelyezés bevezethetősége;
- a televíziós reklámszabályok lágyítása.

A kereskedelmi közlemény bevezetésével a korábbiaknál határozottabban tetten érhető a kereskedelmi, üzleti jelleg. A kereskedelmi közleményt külön nevesítve audiovizuális médiaszolgáltatásnak tekintik, függetlenül attól, hogy az általánosan megfogalmazott, normatív feltételeknek megfelel-e.

Az implementálás szempontjából médiatörvényünk is ezen a területen szorul a legjelentősebb módosításra. Feladata a kereskedelmi közlemény új kategóriájának bevezetése, továbbá minden médiaszolgáltatóra vonatkozó általános szabályok kialakítása, a régi televíziós szabályok közül a támogatás kiemelése és – felújítva – az általános szabályok közé illesztése, a televíziós szabályok egyedi szabályozásának lágyítása. Megfontolandó kérdés a rádiós műsorszolgáltatások esetén a reklámok kezelése. A szerző tisztában van vele, hogy a rádiós műsorszolgáltatást illetően több olyan törekvés is megfogalmazódott már, amelyek a rádió egyedi sajátosságaira tekintettel, akár a törvény keretein belül, akár külön jogszabályban a terület különös szabályozását szorgalmazták. Ugyanakkor – ahogy az a korábbiakban már megfogalmazást nyert – jelen tanulmány célja a törvénynek az Irányelv implementálása szempontjából történő vizsgálata, így nem lehet célunk a rádióknak a jelenlegi struktúrából való kiemelése és új szabályok kialakítása. A rádió nem tartozik az Irányelv hatálya alá, míg a törvény a hatálya alá vonja. Így értelemszerűen a rádióra is megfelelő módon vonatkoztatni kell a törvény általános szabályai közé beépítendő, kereskedelmi közleményre vonatkozó rendelkezéseket és a jelenlegi szabályozás szerint a televíziós műsorszolgáltatásra vonatkozó további egyedi szabályokat.

1.6. Hatékonyabb fogyasztóvédelem

A médiaszolgáltatások körének kibővülése a fogyasztó választási lehetőségének kiszélesedését vonta maga után. A fogyasztói érdekek fokozottabb védelme megjelenik az új médiaszabályokon keresztül. Ebbe az irányba mutat pl. a szerkesztői felelősség beépítése, ehhez kapcsolódóan a szolgáltatói beazonosíthatóság, a kereskedelmi közlemények alkalmazása során elvárt fogyasztói tájékoztatási kötelezettség. Az Irányelv egyensúlyra törekszik a fogyasztók túlzásoktól való megóvása és a médiavállalatok árbevételre való

ösztönzése között. Megfelelő egyensúlyt kíván teremteni a fogyasztók védelme és a piaci versenyzőként megjelenő, anyagi források előteremtését célzó médiavállalatok érdekvédelme között. (Megoldásként pl. a televíziós reklámot óránként 12 percre korlátozza, szemben a reklámkerülés érdekében alkalmazott új reklámelhelyezések beépítésével.)

A fogyasztóvédelem biztosítását kívánja garantálni az Irányelv azáltal is, hogy a lekérhető szolgáltatások esetében is alkalmazandóak a kereskedelmi közleményre vonatkozó minőségi hirdetési szabályok. Ráadásul a lekérhető szolgáltatások tekintetében – az általános, minden szolgáltatóra alkalmazandó elvárásokon túl – ez az egyik terület, ahol fontosnak érzi a megfelelő iránymutatást, konkrétan a kiskorúak védelme érdekében.

A fogyasztók kiemelt védelme az Irányelvben két szinten jelenik meg: egyfelől az Irányelvet átható általános, minden médiafogyasztóra alkalmazandó rendelkezéseken keresztül, másfelől egyes védett csoportok, mint közérdekű célként megjelölt kör védelme során (pl. kiskorúak különös védelme, hátrányos helyzetűek hozzáférési lehetőségének elősegítése). E szempontokat a médiatörvénynek ugyanígy szem előtt kell tartania mind az általános, mind az egyedi rendelkezések megfogalmazása során.

A fogyasztók védelmi kérdéséhez szorosan kapcsolódik a média-tudatosság (*media literacy*) kialakítása.¹⁶ A társadalom egyes tagjainak a médiával szemben felkészült, ismeretekkel rendelkező, az információkat helyükön kezelő és értelmező látásmódjának kialakítása mindkét oldalnak érdeke. Következésképp a fogyasztók védelmének biztosításában – mintegy preventív jelleggel – a tudatosság kialakítása és fejlesztése kiemelt és alapvető célnak tekinthető. Ez a terület az Irányelv által egyébként szorgalmazott önszabályozás keretein belül hatékony fejlődésnek indulhat. Az Európai Parlament 2008. december 16-iki *A médiaműveltségről a digitális világban* című állásfoglalásában a jövőbeni feladatok között az önszabályozás keretében megvalósuló magatartási kódexek megalkotását is szorgalmazta.

2. Az irányelv szabályozási technikája

Az Irányelvnek a szabályozás területén követett stratégiai céljai: olyan átfogó szabályok kialakítása, melyek minden audiovizuális médiaszolgáltatást lefednek, csökkentik a szabályozó bürokráciát és előmozdítják az ön- és társszabályozást; a médiahirdetésekre olyan modernizált szabályok megteremtése, amelyek könnyebbé teszik az audiovizuális tartalmak finanszírozását, összekapcsolva mindezt a fogyasztók védelmével és a tartalmak sérthetlenségének biztosításával.

Az Irányelv legfontosabb sajátossága, hogy *valamennyi audiovizuális médiaszolgáltatásra* kiterjesztette hatályát. Szabályozása bizonyos összehangolt, egységes minimumszabályok alkalmazása mellett differenciált, mivel a lekérhető és a televíziós műsorszolgáltatásokra további különös szabályokat is ad.¹⁷ Közös minimumszabályaival egyaránt lefedi a hagyományos és a lekérhető szolgáltatásokat, de az audiovizuális médiaszolgáltatások két különböző kategóriájaként kezeli őket.

A televíziós sugárzás lineáris szolgáltatás, amely a programok meghatározott műsorrend szerinti, egyidejű megtekintését teszi lehetővé a felhasználók számára. E passzív médiafogyasztás körében az Irányelv korszerűsítette a televíziós hirdetésekre vonatkozó szabályokat.

¹⁶ „A médiatudatosság olyan készségeket, ismereteket és értelmezési képességeket jelent, amelyek alapján a fogyasztók hatékonyan és biztonságosan tudják használni a médiát.”(37) preambulum-bekezdés

¹⁷ (11) preambulum

A lekérhető szolgáltatások lehetővé teszik, hogy a kiválasztott műsort az adott személy az általa meghatározott időpontban tekintse meg. Az aktív médiafogyasztásra az Irányelv csak olyan szabályokat állít fel, amelyek a közérdek védelme szempontjából feltétlenül szükségesek. Ezek a kiskorúak védelmére, a kulturális sokszínűsége, a fogyasztók védelmére és a gyűlöletkeltés megakadályozására irányuló előírások. Az Irányelv – figyelemmel a választási lehetőség növekedésére és a felhasználói kontrollra – kevésbé szabályozza a lekérhető szolgáltatásokat.

További tárgyi sajátosság, hogy az Irányelv csak az *audiovizuális* médiaszolgáltatásokat szabályozza. „Audiovizuális kifejezés a hangos vagy néma mozgóképre utal, így a némafilmeket is magában foglalja, de nem terjed ki a hangátviteli vagy rádiós szolgáltatásokra”¹⁸ Ezzel szemben médiatörvényünk rendelkezései a rádióra is alkalmazandóak, éppen ezért, a törvényben az audiovizuális kitétel nélkül, csak a „médiaszolgáltatás” fogalmát kell meghatározni.

A médiatörvény hatálya a televíziós és rádiós műsorszolgáltatásra terjed ki. A digitális átállási törvény egyes módosításai alapján szabályai elmozdulást mutatnak a technológiasemleges szabályozás felé, ugyanakkor mindenképp szükséges a hatályát kiterjeszteni a médiaszolgáltatások teljes körére. Szabályozásukra szintén egy differenciált, s nem egy egységes, homogén szabályozási mód alkalmazása javasolható. Az egységes alapszabályok felállításával kifejezésre kell juttatni a terület platformsemleges megközelítését, míg az egyéb egyedi sajátosságokra figyelemmel lehetséges a többszintű szabályozás felállítása. Ez többféle megoldással is kivitelezhető.¹⁹ Véleményünk szerint a legegyszerűbb szabályozási mód azokat a *minimumszabályokat* egységesen lefektetni, melyekre nézve a hagyományos és a lekérhető szolgáltatások nem térnek el egymástól, majd további – a most meglévőhöz hasonló, de a közösségi joggal harmonizált – különös szabályokat lefektetni a hagyományos műsorszolgáltatásra nézve. Külön a lekérhető szolgáltatásra vonatkozó szabályok rögzítése úgy véljük nem indokolt, hiszen ez az a terület, ahol eleve rögzíti az Irányelv, hogy figyelemmel sajátosságaira a hagyományos médiaszolgáltatásnál enyhébb szabályozása indokolt. Az Irányelv csak fogyasztói szempontból, illetve az európai művek támogatása szempontjából ad külön rendelkezéseket.

Az Irányelv piaciorientált szemléletű, a médiaszolgáltatások versenyét élenkítő keretszabálynak tekinthető. A preambulum megfogalmazása szerint célja legalább alapvető szintű, összehangolt szabályok alkalmazása.²⁰ Ezzel továbbra is követi a 89/552/EGK irányelv alapszándékát, az egységes minimumszabályok fenntartását. Ezen túlmenően biztosítja a tagállamok számára a *szigorúbb és részletesebb szabályok* kialakításának lehetőségét, feltéve, ha az alkalmazott szabályok megfelelnek a közösségi jognak.²¹ Véleményünk szerint éppen a hátrányos versenypozíció elkerülése érdekében az Irányelv rendelkezéseinél szigorúbb megoldásokat alkalmazni nem indokolt, és piaci szempontból nem is célravezető. Azonos vagy éppen kedvezőbb versenypozíció kialakítására kell törekedni a hazai médiaszolgáltatók számára mind a tagállamokon belüli, mind a közösségen kívüli médiaszolgáltatókhoz képest. Éppen ezért egyes területeken a szabályok részletezése elfogadható, de szigorításuk semmiképp sem indokolt.

A szabályozás az *arányosság elvét* követve csak olyan minimális harmonizációt javasol, amely biztosítja az audiovizuális médiaszolgáltatások belső piaci szabad mozgását. A végrehajtást illetően a társ- és önszabályozásra hagyatkozik, mivel a jogalkotás és más alternatív szabályozási módszer alkalmazása körében a *társ- és önszabályozást* tekinti a lehető

¹⁸ (22) preambulum

¹⁹ Ld. Polyák Gábor: Az audiovizuális médiaszolgáltatások meghatározása és szabályozási terhei. Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet. AKTI füzetek 17. sz. Budapest. 2007. 34-40.

²⁰ (7) preambulum

²¹ Irányelv 3. cikk (1) bekezdés

legjobb megoldásnak.²² Külön kihangsúlyozza a független nemzeti médiaszabályozók fontosságát a demokrácia és a médiapluralizmus tekintetében. A tagállamoknak ezek együttes alkalmazását kell ösztönözniük, és a társszabályozás jogszabályi és hatósági feltételeit meg kell teremteniük. A tagállamok „a jogrendszerük által lehetővé tett mértékben ösztönzik a nemzeti szintű társ-és /vagy önszabályozási rendszereket. E rendszereket úgy kell kialakítani, hogy azokat a legfontosabb érdekeltké széles körben elfogadják az érintett tagállamokban, és biztosítsák a szabályok tényleges betartását”²³ Az Irányelv az általa összehangolt területeken kívánja érvényesítését biztosítani. Különösen a közérdekű célok védelme érdekében lát hatékony eszközt a módszerben, alapvetően a fogyasztóvédelem, a kiskorúak védelme és a kultúrpolitikai szabályok terén. A közérdekű célok megvalósítása optimális, ha az intézkedéseket a szabályozók aktív támogatásával hozzák meg.

A társszabályozás fontosságának, szerepének deklarálásaként az Irányelv igen figyelemreméltó megállapítást tesz: „az önszabályozás csak kiegészítő módszer lehet ezen irányelv egyes rendelkezéseinek végrehajtását illetően, *nem helyettesítheti a nemzeti jogalkotó kötelezettségét.*”²⁴

A hazai médiaszabályozásból hiányzik az ön- és a társszabályozás. Az implementálás során legalább a törvény preambuluma indokolt lenne felvenni, hogy a „*törvény támogatja az önszabályozást.*” (Megfontolandó: az Irányelv által a preambulumban megfogalmazott önszabályozás fogalmának beépítése az értelmező rendelkezések közé.)

3. Az irányelv implementálásának alapkérdései

1. Az audiovizuális szférára vonatkozó új, rugalmasabb és liberálisabb közösségi szabályok a nemzeti, így a hazai jogalkotás számára is különös kihívást jelentenek. A tagállamok a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatásokra, médiaszolgáltatókra a közösségi jog elveivel összhangban álló, szigorúbb és részletesebb szabályokat alkalmazhatnak.

Cél az Irányelv piacorientált, versenycentrikus, a médiapluralizmust támogató iránymutatásainak átvezetése. Bár az Irányelv lehetővé teszi, mind az európai, mind a hazai műsorok védelme, a hazai médiaszereplők és egyéb piaci érdekeltségek (pl. reklámozók) versenyképessége érdekében – ahogy már a korábbiakban is utaltunk rá – mégsem célszerű rendelkezéseinél *szigorúbb* megoldásokat alkalmazni. Jelenleg is komoly problémát jelent a médiaszolgáltatók „elvándorlása”: kedvezőbb médiaszabályozást alkalmazó ország fennhatósága alá kerülni a joghatósági szabályok kijátszásával. Éppen ezért törekedni kell olyan liberális szabályok kialakítására, melyek vonzóvá teszik a hazai médiaszabályozást. Ennek kapcsán figyelemmel kell lenni a médiapiac szereplőire, a fogyasztói szokásokra és a piac serkentésének lehetőségeire.

Az Irányelv elvárásainál *részletesebb* szabályok kialakítása során a *tűlszabályozás* jelenthet komoly veszélyt. Az egyes technológiák, platformok sajátosságainak szem előtt tartásával egyedi, speciális rendelkezések adhatók, óvakodni kell azonban azok tűlszabályozásától. A lineáris tartalmaknak továbbra is biztosítani kell a versenyben maradás lehetőségét, a lekérhető szolgáltatásokhoz képest azokat hátrányosan lemerevíteni nem érdemes. A lekérhető szolgáltatásoknál maga a hozzáférés jellege indokolja, hogy kerüljük a túlzott részletezést, mivel a fogyasztói szokások, a választási szabadsággal együtt járó sajátosságok

²² (36) preambulumban

²³ Irányelv 3. cikk (7) bekezdés

²⁴ „Az önszabályozás olyan önkéntes kezdeményezési típus, amely lehetővé teszi a gazdasági szereplők, a szociális partnerek, a nem kormányzati szervezetek vagy a szövetségek számára, hogy saját maguk számára fogadjanak el közös iránymutatásokat.”(36) preambulumban

azt feleslegessé teszik. Egyebekben biztosítani kell a szféra szabad kifejlődését, szimpatikussá tételét.

Különösen a reklámszabályok átvétele során kell figyelemmel lenni a túlszabályozásra és esetleg a túlságosan szigorú rendelkezések veszélyére. Az új reklámtechnikák elterjedése támogatandó, ezt a magyar szabályozás sem hagyhatja figyelmen kívül.

Mivel a hatályos médiatörvény túlszabályozása jelenleg is hátráltatja a médiapiacot, szemléletének alapjaiban kell megváltoznia ahhoz, hogy egy piacorientált, rugalmas törvénnyé váljon. A társ- és önszabályozásban rejlő lehetőségek kihasználásával stabil és egyértelmű keretszabályokat kell alkotni nemzeti szinten is.

2. Az Irányelv szabályai egyes területeket nem érintenek, mivel ezek egyértelműen tagállami kompetenciába tartoznak. Az egyik ilyen terület a *közszolgálati médiaszolgáltatás* kérdése. Az Irányelv alapvetően a kereskedelmi média szabályozására koncentrál, ugyanakkor hatálya kiterjed a gazdasági tevékenység minden formájára, ezen belül a közszolgálati vállalkozásokra is.²⁵ Ugyanakkor a médiapluralizmus és a sokszínűség hangsúlyozásával, főként a technikai fejlődés lehetőségének kiaknázása terén, kijelöli e területek irányvonalát is.²⁶ Az Irányelv minimumszabályait értelemszerűen ki kell terjeszteni a közszolgálati médiaszolgáltatókra is.

A másik terület, ahol az Irányelv nem avatkozik a tagállami jogalkotásba, a *piacra lépés kérdése*. Kifejezetten rögzíti, hogy nem kell új engedélyezési és közigazgatási jogosító rendszereket kialakítani egyik médiaszolgáltatással kapcsolatban sem.²⁷ Ebből kifolyólag az új keretek között a korábbi intézményrendszer megfelelő alkalmazkodással betöltheti pozícionális helyzetét, illetve nem kell új eljárási szabályokat előírni a piacra lépés tekintetében.

Nem képezi az Irányelv tárgyát a *társadalmi célú reklámok* szabályozása sem. Nem tartozik hatálya alá az ingyenes közérdekű közlemény és a jótékonyági felhívás.²⁸ Ebből következőleg, ha ellenszolgáltatás fejében teszik közzé, akkor már kereskedelmi közleménynek minősül és alkalmazandók rá az Irányelv minőségi és mennyiségi szabályai.

Sorolhatnánk tovább az Irányelv által nem szabályozott területeket, viszont mivel azok módosítási igénye nem implementációs természetű, a továbbiakban ezekre nem kívánunk kitérni.

3. Az Irányelv által szabályozott területek között különbséget tehetünk aszerint, hogy azok normatív vagy nem normatív szabályozás alá esnek. A normatív rendelkezések implementálása törvényben kötelező, a nem normatív csak ösztönző, ajánlás jellegű, így annak implementálása törvényben nem kötelező. „Amennyiben a jogalkotó úgy dönt, hogy ezeken a területeken is beavatkozik, akkor döntést kell hoznia arról, hogy normatív szabályokat alkot, vagy enyhébb beavatkozási eszközöket, így pl. az ön- és társszabályozás eszközeire, illetve hatósági piacfelügyeleti eszközöket vesz igénybe.”²⁹

A) Normatív szabályok

Az Irányelv csak néhány kiemelt terület vonatkozásában ad direkt jellegű, normatív szabályozást. Ezek közül *valamennyi* médiaszolgáltatóra irányadó előírásokat ad a következő kérdésekben:

²⁵ (16) preambulumban

²⁶ (9) preambulumban

²⁷ (15) preambulumban

²⁸ (26) preambulumban

²⁹ Simon Éva: A lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások szabályozása. Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet. Budapest. AKTI Füzetek 33. 18. és ld. ugyanitt: táblázat.

- a joghatóság kérdésének szabályai;
- az audiovizuális médiaszolgáltatások meghatározása, ehhez kapcsolódó további új definíciók;
- adatszolgáltatási kötelezettség;
- kereskedelmi közlemény, támogatás, termékelhelyezés;
- egyes alapvető kérdések rögzítése (pl. gyűlöletbeszéd elleni fellépés).

A televíziós műsorszolgáltatásokra vonatkozó normatív szabályozás területei:

- kizárólagos közvetítés és rövid híradáshoz való jog
- televíziós reklámra vonatkozó rugalmasabb szabályok.

A normatív jellegű, új médiaüzleti modell kialakítását célzó, rugalmas eszközök beépítése a tagállamok jogrendszerébe minimumelvárásként fogalmazódik meg, vagyis implementációs követelményként a hazai törvényi szabályozásba mindenképpen beillesztésre szorulnak. Ezeket a későbbiekben a médiatörvény rendelkezéseivel összevetve részletezzük.

B) Nem normatív szabályok

Az Irányelv – anélkül, hogy annak szabályozási szintjét meghatározná – *valamennyi* médiaszolgáltatás esetében elvárja a tagállamok szerepvállalását az alábbiakban felsorolt területeken:

- Minden médiaszolgáltatóra vonatkozó alapvető, de nem normatív elvárás a látási és hallási fogyatékkal élők hozzáféréseinek támogatása: *„A tagállamoknak ösztönözniük kell a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatókat annak biztosítására, hogy szolgáltatásaikat fokozatosan tegyék hozzáférhetővé a látási vagy hallási fogyatékkal élők számára”*. A hozzáférhetővé tétel módjára vonatkozóan a 64-es preambulum megemlíti például a jelbeszédet, a feliratozást, a hangos kísérszóveg alkalmazását. A tagállamra van bízva, hogy milyen szabályozási eszközök alkalmazásával ösztönzik a szolgáltatókat, és hogyan feleltetik meg azokat a fokozatosság követelményének.
- Az Irányelv felhívja a tagállamok figyelmét a médiatudatosság kialakításának és fejlesztésének kérdésére.
- Igen nagy fontosságot tulajdonít az ön- és társszabályozás szem előtt tartásának.

A *lekérhető szolgáltatások* esetében, mivel a terület még alakulóban van, sajátosságai még nem egyértelműek és kiforrottak, az Irányelv tartózkodik ugyan a normatív elvárások megfogalmazásától, néhány kérdést mégis a figyelem fókuszába helyez.

- Az egyik olyan terület, amelyet jelentőségénél fogva a *lekérhető szolgáltatások* vonatkozásában is külön kiemel: a kiskorúakra súlyosan ártalmas tartalmak hozzáférhetősége. *„A tagállamok meghozzák a megfelelő intézkedéseket annak biztosítására, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók által nyújtott olyan **lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások**, amelyek súlyosan károsíthatják a kiskorúak fizikai, értelmi vagy erkölcsi fejlődését, csak oly módon legyenek elérhetőek, amely által biztosított, hogy a kiskorúak rendes körülmények között nem láthatják vagy hallhatják az ilyen **lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatásokat**.”*³⁰

³⁰ Irányelv 3h. cikk

- Ugyan a tagállamra van bízva, hogy milyen intézkedésekkel éri el a célt, de tekintettel a műsorszolgáltatások esetén alkalmazott egyedi kiskorúvédelmi szabályokra, indokolt lenne a hazai szabályozásban az összes médiaszolgáltatásra vonatkozóan legalább az általános alapelvek között a kiskorúak védelmének alaptételét deklarálni. Ebben kifejezésre kellene juttatni minden médiaszolgáltatóra nézve a jogellenes tartalmak általános tilalmát, azzal, hogy – a szolgáltató jellegének függvényében – törekedni kell arra, hogy ezekhez a tartalmakhoz kiskorú ne férhessen hozzá. A nem jogellenes tartalmak esetén pedig, szükséges annak kimondása, hogy a médiaszolgáltatás jellegétől függően tájékoztatni kell a fogyasztókat a műsor kategóriájáról.
- Az Irányelv megköveteli, hogy a tagállamok támogassák az európai alkotásokat, nemcsak a hagyományos televíziós sugárzásban, hanem a lekérhető szolgáltatásokban is.
- *„A tagállamok biztosítják, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók által nyújtott lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások, amennyiben lehetséges, az erre alkalmas eszközökkel támogassák európai alkotások előállítását és az ilyen alkotásokhoz való hozzáférést. E támogatás formái közé tartozhat többek között, hogy a szolgáltatások pénzügyi hozzájárulást nyújtanak az európai alkotások előállításához és jogainak megszerzéséhez, vagy ahhoz, hogy az európai alkotások a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatás műsorkínálatában nagyobb arányban és/vagy hangsúlyosabb helyen szerepeljenek.”*³¹
- Például a médiaszolgáltatóknak a pénzbeli forrásuk meghatározott százalékát az európai médiatermékekbe kell fektetniük, az európai műveket a katalógusaikban is meg kell jelentetniük, és kiemelkedően kell prezentálniuk. Ezek az intézkedések előmozdítják a kulturális sokszínűséget azáltal, hogy erősítik az európai ipar gazdasági alapját, és az európai művek forgalmazására ösztönöznek.

4. A szabályozással érintett, az implementálás kapcsán relevanciával bíró területek alapvetően a médiatörvény „I. Általános rendelkezések” és „II. Műsorszolgáltatás elvei és szabályai” című fejezeteiben szerepelnek.

[A médiatörvény további szabályait az Irányelv korábbiakban felsorolt alapértékeire figyelemmel egy minimum megfeleltetési követelmény szem előtt tartásával célszerű korrektúrázni (pl. médiaszolgáltató és műsorszolgáltató közötti következetes különbségtétel, stb.).]

5. Ha az Irányelv kötelező normáinak beépítése mellett a médiatörvény jelenlegi szerkezeti felépítésén csupán minimális módosításra törekszünk, akkor az alábbi rendszerezési módot egy lehetséges megoldásnak találjuk.

³¹ Irányelv 3i. cikk (1) bekezdése

III. FEJEZET

Általános rendelkezések

A törvény hatálya
Értelmező rendelkezések

IV. FEJEZET

A médiaszolgáltatás elvei és szabályai

A) rész

A médiaszolgáltatás általános alapelvei és szabályai

1. cím
Alapelvek
2. cím
Adatszolgáltatási kötelezettség
3. cím
A kereskedelmi közlemény
3/A. cím
A kereskedelmi közlemény általános szabályai
Általános korlátok és tilalmak
Speciális korlátok, tilalmak
3/B. cím
Egyes kereskedelmi közlemények
Támogatás
Termékmegjelenítés
4. cím
Társadalmi célú reklám és politikai hirdetés

B) rész

A műsorszolgáltatás elvei és szabályai

1. cím
Kizárólagos jog és rövid tudósítás joga
 2. cím
Egyes műsorszervezési követelmények
 3. cím
Reklámkorlátok és tilalmak a műsorszolgáltatásban
 4. cím
A kiskorúak védelme
- (E kérdésben a televíziós műsorszolgáltatásra vonatkozó szabályokat az Irányelv nem érintette)

(C) rész

A közszolgálati médiaszolgáltatás elvei és szabályai

(Ezt követően a törvény eredeti rendszere változatlan)

II. Az Audiovizuális médiaszolgáltatások meghatározása

4. Médiaszolgáltatás

Egy azonos alapokon nyugvó európai audiovizuális politika alapvető feltétele az audiovizuális médiaszolgáltatások egységes fogalmi alapról kiinduló szabályozása.

Az Irányelv 1. cikk 2. a) pontja alapján audiovizuális médiaszolgáltatás:

„a Szerződés 49. és 50. cikkének értelmében vett olyan szolgáltatás, amelyért egy médiaszolgáltató szerkesztői felelősséget visel, és amelynek elsődleges célja műsorszámoknak tájékoztatás, szórakoztatás vagy nevelés céljából a közönséghez történő eljuttatása a 2002/21/EK irányelv 2. cikkének a) pontja értelmében vett elektronikus hírközlő hálózaton keresztül.

(Az ilyen audiovizuális médiaszolgáltatás vagy az ezen cikk e) pontjában meghatározott televíziós műsorszolgáltatás, vagy az ezen cikk g) pontjában meghatározott lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatás, és/vagy audiovizuális kereskedelmi közlemény;)

Az Irányelv normatív meghatározása a klasszikus televíziós tevékenységnél szélesebb, a fejlett technika, az új audiovizuális termékekkel megjelenő médiaszolgáltatások egészét fel kívánja ölelni.

Az audiovizuális médiaszolgáltatás fő jellemzőit a megadott fogalmi meghatározás és az Irányelv preambulumban megfogalmazottak alapján az alábbiak szerint foglalhatjuk össze:

- *kulturális és gazdasági szolgáltatás,*
- *tömegkommunikációs szolgáltatás,*
- *a közvélemény széles rétegeinek szánt szolgáltatás,*
- *egy médiaszolgáltató szerkesztői felelősséget visel érte,*
- *elektronikus hírközlő hálózaton keresztül eljuttatott szolgáltatás,*
- *egyértelmű befolyásoló erővel hat,*
- *elsődleges célja műsorszámok eljuttatása,*
- *tájékoztatást, szórakoztatást vagy nevelést célzó szolgáltatás.³²*

A fenti fogalom-meghatározás mellett az Irányelv mindenképp audiovizuális médiaszolgáltatásnak tekinti:

- *a televíziós műsorszolgáltatást,*
- *a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatást,*
- *az audiovizuális kereskedelmi közleményt.*

(Egyebekben a 16-18 preambulumban nevesítve felsorolja az Irányelv, mely területek nem tartoznak a hatálya alá.)³³

³² Az audiovizuális médiaszolgáltatás részletes elemzését ld. Polyák. AKTI-füzetek 17.

³³ Irányelv (16) preambulumbekzdése szerint nem szabályozza az olyan tevékenységeket, melyek alapvetően *nem gazdasági jellegűek*, és nem állnak versenyben a televíziós műsorszolgáltatással: ezek pl. magánlevelezés, magáncélú

1. A médiatörvény jelenleg a médiaszolgáltatás fogalmi meghatározását nem tartalmazza. A későbbi bizonytalanságok elkerülése érdekében különösen kiemelt szempont a médiaszolgáltatás helyes definiálása. A technológiai fejlődésre figyelemmel nem lehet taxatív felsorolást, illetve zárt fogalmi meghatározást adni. Olyan normatív feltételek meghatározása szükséges, melyekkel a jogalkotó nyitva hagyja a lehetőséget az újabb technikai átviteli módokon megjelenő szolgáltatások számára is. A fenti jellemzők egységes fogalomba rendezése indokolt.

2. A törvény tárgyi hatálya a műsorszolgáltatási tevékenységre terjed ki. Ezt értelemszerűen ki kell terjeszteni a médiaszolgáltatásokra, utalva a szélesebb szabályozási körre. S ahogy az Irányelv a továbbiakban a fogyasztói hozzáférési mód oldaláról differenciálva kiválasztja a **televíziós műsorszolgáltatást és a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatást, ugyanúgy célszerű a törvényben is mindkettőt fogalmilag pontosan meghatározni.**

4.1. A műsorszolgáltatás

Az Irányelv szerint televíziós műsorszolgáltatásnak minősül jelenleg az analóg televízió, digitális televízió, élő streaming, webtelevízió, igény szerint lekérhető videó.³⁴

Az Irányelv a „televíziós műsorszolgáltatás” fogalmat alkalmazza, viszont tekintettel törvényünk rádióra is kiterjedő tárgyi hatályára a törvényben továbbra is elegendő a „műsorszolgáltatás” fogalmának meghatározása. Ez a megnevezés gyakorlatilag a hagyományos, vagyis lineáris televíziós és rádiós műsorszolgáltatást fedné le (természetesen függetlenül az analóg vagy digitális átviteltől).

Irányelv 1. cikk. e):

*„televíziós műsorszolgáltatás (azaz lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás): A médiaszolgáltató által nyújtott, műsorszámok **műsorrend alapján történő egyidejű megtekintését lehetővé tévő audiovizuális médiaszolgáltatás;**”*

Láthatóan a fogyasztói hozzáférés elemét hangsúlyozva az egyidejűség, továbbá az előre meghatározott műsorrend az alapvető megkülönböztető elemek.

Médiatörvény 1§. 30.:

*„**Műsorszolgáltatás:** A nyilvánosság számára vételre szánt rádió-, illetve televízióműsornak a műsorszolgáltató általi előállítása, elektronikus jelek formájában történő megjelenítése.”*

A hatályos fogalom – bár a digitális átállásról szóló törvény módosítása eredményeként a technológiasemlegesség elvárásának megfelel –, nincs összhangban az Irányelvvvel.

A „nyilvánosság számára” kitétel elhagyható, miután a médiaszolgáltatás általános fogalmába beépítésre kerül, hogy célja a „közönséghez való eljuttatás”. Az „elektronikus jelek

weboldal fenntartása, magánszemélyek által saját maguk által készített tartalmak hozzáférhetővé tétele, terjesztése azonos érdeklődési körű közösségeken belüli megosztása és csere céljából.

Az Irányelv (18) preambulumbekzdése szerint nem minősülnek audiovizuális médiaszolgáltatásnak azon szolgáltatások sem, melyek elsődleges célja nem a műsorszolgáltatás, illetve a szerencsejátékok, online játékok, keresőprogramok az olyan weboldalak fenntartása, amelyek csupán kiegészítésképpen tartalmaznak audiovizuális elemeket, mint például grafikus animációkat, rövid reklámbejátszást, termékkel vagy nem audiovizuális szolgáltatással kapcsolatos tájékoztatást, továbbá a hírlap, folyóirat, elektronikus változatai sem.

³⁴ (20) preambulumb

formájában történő megjelenítés” nem tartalmazza a fogyasztó részéről történő hozzáférés lehetőségét. Ez a fogyasztó számára így nem minősül elérhető szolgáltatásnak, pedig az „eljuttatás” a médiaszolgáltatás normatív eleme. Így a műsorszolgáltató által előállított műsort valamilyen átviteli formában, „műsorszórással” megtekinthetővé (és hallhatóvá) kell tenni.³⁵ Emellett a műsor-előállítás helyett inkább – az Irányelvvel összhangban – a műsorszámok műsorrend alapján történő szolgáltatására kellene helyezni a hangsúlyt, valamint arra, hogy a médiaszolgáltató lehetővé teszi ezek egyidejű megtekintését.

4.2 A lekérhető médiaszolgáltatás

Ez a fogalom teljesen új a médiatörvény hatályos rendelkezéseihez mérten, mivel a technológiai fejlődéssel párhuzamosan kialakult terület, amelyet mint sajátos médiaszolgáltatást el kell választani a hagyományos műsorszolgáltatástól. A televíziós műsorszolgáltatástól két lényeges ponton tér el:

- a felhasználó számára rendelkezésre álló választási és befolyásolási lehetőségekben,
- a társadalomra gyakorolt hatásában.³⁶

E két különbségre tekintettel az Irányelv erre a szolgáltatási körre vonatkozóan kevésbé szigorú szabályok felállítását is elegendőnek tartja, azzal a megkötéssel, hogy az alapvető szabályoknak ezen szolgáltatásoknak is meg kell felelniük.³⁷

Irányelv 1 cikk. g):

„lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatás (azaz nem lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás): Olyan médiaszolgáltató által nyújtott audiovizuális médiaszolgáltatás, amelyben a médiaszolgáltató által összeállított műsorkínálat alapján a felhasználó egyéni kérés alapján, az általa kiválasztott időpontban tekintheti meg a műsorszámokat.”

5. A média- és a műsorszolgáltató

Az Irányelv „médiaszolgáltató” fogalma már egyértelműen a szerkesztői felelősség oldaláról határolja be a tevékenység alanyát. Aki ezt a felelősséget viseli, az tekinthető médiaszolgáltatónak:

Irányelv 1. cikk d) pontja:

„Az a természetes vagy jogi személy, aki vagy amely szerkesztői felelősséget visel az audiovizuális médiaszolgáltatás audiovizuális tartalmának megválasztásáért, és meghatározza annak elrendezését;”

Ehhez képest a „műsorszolgáltató” fogalmi meghatározása teljesen leegyszerűsödött:

Irányelv 1. cikk f) pontja:

„Televíziós műsorszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltató.”

³⁵ Ld. részletesen Polyák, 25.

³⁶ C-89/04.

³⁷ (42) preambulium

Jelenleg médiatörvényünk meghatározása csak a „műsorszolgáltató” részletes fogalmát tartalmazza:

Médiatörvény 1§ 31.:

„ Az a természetes személy, jogi személy vagy jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság, aki (amely) műsorszámok sorozatát megszerkeszti, dönt arról, hogy a műsorban mely műsorszámok szerepeljenek, és a műsort a nyilvánosság felé továbbítja, vagy más vállalkozással továbbítja.”

A törvénybe a médiaszolgáltató új fogalmát szükségszerűen be kell építeni azzal, hogy a műsorszolgáltató meghatározását az Irányelvből transzportált fenti, egyszerűsített fogalom fedje le.

6. A műsorszám

A műsorszám fogalma dinamikusan értelmezendő. „A technológia-semleges értelmezés további következménye, hogy ez a televíziós műsorszolgáltatás legfontosabb elemévé a műsorszámot teszi.”³⁸

Az irányelv 1.cikk b) pontja:

„műsorszám: hangos vagy néma mozgóképek sorozata, amely egy médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot, és amelynek formája és tartalma a televíziós műsorszolgáltatásával összehasonlítható.”

Médiatörvény.1.§ 28. :

„műsorszám: hang vagy kép, illetve ezek összekapcsolódó – zárt egységet alkotó, vagy önálló részekből zárt egységbe szerkesztett – együttese, amelyet az együttes egészét egyedileg megjelölő főcím, szükség szerint további megkülönböztető jelzés, illetőleg a befejeződést jelző közlés határol.”

Összevetve a két fogalmat, a médiatörvény meghatározásába a „*médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot*” kritérium beépítése mellett az alapelemek változatlanul meghagyhatóak. Az Irányelvben található „*televíziós műsorszolgáltatással összehasonlítható*” nem megfogható fogalmi kritérium.

Javaslat

1.

A médiatörvény *tárgyi hatályát* kiszélesíteni az alkalmazott átviteli technikától függetlenül a médiaszolgáltatások egészére. Ennek megfelelően az új cím „a médiaszolgáltatásokról”.

2. A **médiaszolgáltatás** fogalmának meghatározása az értelmező rendelkezésekben:

Médiaszolgáltatás:

Olyan gazdasági és kulturális tömegkommunikációs szolgáltatás, amelyért egy médiaszolgáltató szerkesztői felelősséget visel, és amelynek elsődleges célja

³⁸ Polyák,7.

műsorszámoknak tájékoztatás, szórakoztatás vagy nevelés céljából a közönséghez történő eljuttatása bármely elektronikus hírközlési hálózaton keresztül.

A fogalomhoz kapcsolódóan az Irányelv „**szerkesztői felelősség**” - meghatározásának³⁹ beépítése az értelmező rendelkezésekbe az alábbiak szerint:

„A műsorszámok kiválasztása és összeállítása – műsorszolgáltatás esetében a műsorszámok időbeli összeállítása, lekérhető médiaszolgáltatások esetében pedig, a műsorkinlátat összeállítása – során megvalósuló tényleges ellenőrzés.”

3. **A „műsorszolgáltatás” fogalmának módosítása:**
*A műsorszolgáltató által nyújtott, **rádió illetve televízió** műsorszámok műsorrend alapján történő egyidejű megtekintését, illetve **meghallgatását** lehetővé tevő médiaszolgáltatás;*
4. **A „lekérhető médiaszolgáltatás” fogalmának bevezetése:**
Olyan médiaszolgáltatás, amelyben a médiaszolgáltató által összeállított műsorkinlátat alapján a felhasználó egyéni kérés alapján, az általa kiválasztott időpontban tekintheti meg a műsorszámokat;
5. **A „műsorszám” fogalmának módosítása:**
Hang vagy kép, illetve ezek összekapcsolódó – a médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkinlátatban önálló egységet alkotó egysége vagy önálló részekből zárt egységbe szerkesztett – együttese, amelyet az együttes egészét egyedileg megjelölő főcím, szükség szerint további megkülönböztető jelzés, illetőleg a befejeződést jelző közlés határol.

(kapcsolódóan ehhez „Műsor”: műsorszámok megszerkesztett és a közönség számára eljuttatott sorozata.)
6. **A „médiaszolgáltató” fogalmának beépítése:**
Az a természetes vagy jogi személy, aki (amely) szerkesztői felelősséget visel az médiaszolgáltatás tartalmának megválasztásáért és elrendezéséért.
7. **„műsorszolgáltató” módosított fogalma:**
Műsorszolgáltatást nyújtó médiaszolgáltató

³⁹ Irányelv 1. cikk c) pontja

2. rész

A MÉDIATÖRVÉNY VIZSGÁLATA AZ IRÁNYELV RENDELKEZÉSEI ALAPJÁN

III. Általános rendelkezések

7. A törvény hatálya

Az Irányelv továbbra is követi a *származási ország elvét*, kiterjesztve azt a hagyományos televíziós szolgáltatások mellett a lekérhető szolgáltatásokra is. Ez az alapelv 1989 óta az európai televíziós ipar sarokköve. Ez alapján egy adott médiaszolgáltatónak mindig kizárólag egy tagállam jogrendszerének kell megfelelnie. Azt, hogy mely tagállam joghatósága alá tartozik, alapvetően a letelepedésre vonatkozó szabályok határozzák meg. A médiaszolgáltatók szabad választási lehetőségét a *letelepedés szabadságának elve* garantálja. Azt azonban nem lehet egy tagállam joghatóságának kijátszásával gyakorolni. Ennek elkerülésére a letelepedés az alábbi meghatározó szempontokkal határolható be:

- a médiaszolgáltató *központi ügyvezetésének helye*,
- szerkesztői döntések meghozatalának helye,
- ahol a tevékenységben közreműködő munkaerő jelentős része működik,
- kivételes: ahol elsőként kezdte meg tevékenységét.

Az Irányelv joghatóságra vonatkozó elvárásait az egyes tagállamoknak nemzetközi kötelezettségvállalásuk alapján saját törvényük hatályrendelkezéseinek meghatározásakor is figyelembe kell venni. A médiatörvény területi hatályának megállapítása során jelenleg a fentiek mellett a székhely meghatározását alkalmazza. A központi ügyvezetés helye fogalmilag a székhelynek feleltethető meg, mégis célszerű lenne az Irányelvben használt kifejezés beépítése. Ez ugyanis lehetővé teszi, hogy egy – esetlegesen a joghatóság elkerülése érdekében megjelölt – székhely kiválasztása esetén vizsgálható legyen az adminisztratív tényen túl a ténylegesen végzett ügyvezetési tevékenység is. Így nem egy objektív adat, hanem a tényleges ügyvezetés kapcsán kialakult gyakorlat lehetne az irányadó. A médiatörvény rendelkezései közé, azokat kifejezetten magyar hatályszabályként levétítve, érdemes átvenni az Irányelv 2. cikkében található joghatósági szabályokat.

Az Irányelv 2. cikk (1) bekezdése értelmében minden tagállam biztosítja, hogy a joghatósága alá tartozó médiaszolgáltatók által közvetített valamennyi audiovizuális médiaszolgáltatás megfeleljen az adott tagállamban a nagyközönségnek szánt audiovizuális médiaszolgáltatásokra alkalmazandó jogrendszer szabályainak. Így valamennyi médiaszolgáltatóra egységesen alkalmazni kell a joghatósággal rendelkező ország rendelkezéseit, azok alól kivétel nem képezhető.

Komoly kapcsolat van a letelepedés szabadsága és a tagállamok számára biztosított szigorúbb és részletesebb szabályok kidolgozására vonatkozó lehetőség között. A szolgáltatók oda telepednek, ahol ezek a tagállami rendelkezések rájuk nézve kedvezőbbek, vagyis a médiapiac érdekeit kedvezőbben szolgálják. A tagállamok versenyben állhatnak egymással abban, hogy a médiaipart, mint gazdasági szektort hogyan tudják gazdaságukba integrálni.

Célszerű olyan rendelkezéseket kialakítani, amelyek vonzóvá teszik az adott tagállamot a médiaszolgáltatók számára, mivel azok az adott ország médiapiaci iparágát, a médiapluralizmus erősödését, sokszínűségét fejlesztik.

„A tagállamok biztosítják a más tagállamokból származó audiovizuális médiaszolgáltatások vételének szabadságát, és nem korlátozzák a területükön azok továbbközvetítését olyan okokból, amelyek az ezen irányelv által összehangolt területekre vonatkoznak.”⁴⁰

A médiaszolgáltatások szabad áramlásának elve, vagyis a médiaszolgáltatások vételének és továbbközvetítésének szabadsága tekintetében az Irányelv – különválasztva a szabályokat a televíziós és lekérhető szolgáltatásokat – továbbra is fenntartja a korlátozhatóság lehetőségét. Először a legjobb igyekezet szerint párbeszédet kell lefolytatni az országoknak, és a problémák megoldására kell törekedniük. Amennyiben ez nem lehetséges, akkor formális útra terelődik az ügy, és a Bizottságnak kell megítélnie, hogy a sértett állam által megkívánt intézkedés megfelel-e az uniós jognak, illetve megengedett-e.⁴¹

Az Irányelv a szigorúbb közérdekű szabályokat alkotó tagállamok esetén a rendelkezések kijátszására törekvő műsorszolgáltatókkal szemben hatékony fellépést enged, ha

- egy tagállam gyakorolta...a részletesebb vagy szigorúbb általános közérdekű szabályok elfogadására vonatkozó jogát,
- egy másik tagállam joghatósága alá tartozó műsorszolgáltató szolgáltatását teljes egészében vagy legnagyobb részben az érintett ország területére irányítja.⁴²

Amennyiben a kijátszás ténye a fentiek alapján egy szolgáltató részéről megállapítható, egy lépcsőzetes eljárási módra van lehetőség, melynek legvégén meghatározott, szigorú eljárási kritériumok betartása mellett az érintett tagállam intézkedéseket hozhat.⁴³

A tagállamok implementációs tevékenysége során az utóbbi derogációs és korlátozó intézkedések további kifejtése, részletezése indokolt.

Javaslat

- Az Irányelv joghatósági szabályainak a hatálysabályok közé integrálása,
- Az Irányelv szabályozási mintája alapján a tárgyi hatály megjelölése helyett az anyai hatály alkalmazása.
- A joghatóság megkerülésére és a vételi és továbbítási szabadság korlátozására vonatkozó szabályok kidolgozása.

8. Értelmező rendelkezések

(Értelemszerűen a korábbiakban és a későbbiekben javaslatként megfogalmazott új és módosított fogalmak beépítése.)

⁴⁰ Irányelv 2a cikk (1) bekezdés

⁴¹ Ld. még ehhez Nyakas, 9.

⁴² 3.cikk (1)- (2) Annak alátámasztására, hogy a szolgáltatást a médiaszolgáltató legnagyobb részben az ő területére irányítja az alábbi mutatók állnak rendelkezésére: reklámbevételek forrása, szolgáltatás nyelve, közönséget célzó műsorok, kereskedelmi közlemények. (33) preambulumbekkezdés

⁴³ Irányelv 3a cikk

IV. A médiaszolgáltatás elvei és szabályai

A) rész

A médiaszolgáltatás általános alapelvei és szabályai

1. cím

Alapelvek

Az Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv helyettesítve a régi Határok nélküli televíziózásról szóló irányelvet, fenntartja a létező televíziós szabályok alapelveit, és azokat az új audiovizuális környezethez és szolgáltatásokhoz igazítja. Megerősíti azon általános célokat, amelyek 1989 óta az európai audiovizuális irányvonal középpontjában állnak. Ezek az elvárások: a tagállamok védjék a kiskorúakat, támogassák az európai alkotásokat, tiltsák a vallási vagy faji gyűlöletkeltést. Az új rendelkezések védik az információhoz való jogot, és növelik a fogyatékosok számára a hozzáférés lehetőségét. A bizottság 2003. december 15-ei közleménye⁴⁴ alapján megfogalmazott **közérdekű területeknek** az alapelvek kialakításakor különös prioritást kell élvezniük.⁴⁵ Ezeket eltérő mértékben és különböző módszerrel ugyan, de minden médiaszolgáltatásnak védenie és támogatnia kell.

A hazai szabályozásban az alapvető érdekeknek a törvény preambulumban és többnyire a médiaszabályozás alapvető szintjein kell kifejezést nyerniük. Ahogy az Irányelv is valamennyi médiaszolgáltatásra egységes alapvető szabályozást alkalmaz, úgy a magyar szabályozásnak is követnie kell ezen egységesítési törekvést. Ahhoz, hogy a hatályos szabályozás a jogharmonizációs minimum követelményeknek megfeleljen, elegendő a médiaszolgáltatások alapvető elveinek, általános szabályainak rögzítése. A különböző hozzáférési módok egyedi sajátosságaira tekintettel a közös szabályok lefektetése mellett értelemszerűen szükséges a differenciált szabályozás kialakítása is. Így a jelenlegi szabályokhoz mérten (pl. a reklámozás terén) a rugalmasabb műsorszolgáltatási szabályokat a televíziós műsorszolgáltatás rendelkezései közé külön beépítve, alapvető szinten kell kezelni.

Az Irányelv minden médiaszolgáltatóra vonatkozó elvárásként rögzíti az alábbiakat:

- *A tagállamok megfelelő eszközökkel biztosítják, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók által nyújtott audiovizuális médiaszolgáltatások ne tartalmazzanak fajon, nemen, vallási vagy nemzetiségi hovatartozáson alapuló **gyűlöletkeltést**. (3b. cikk)*
- *A tagállamoknak ösztönözniük kell a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatókat annak biztosítására, hogy szolgáltatásaikat fokozatosan tegyék hozzáférhetővé a **látási vagy hallási fogyatékkal élők** számára. (3c. cikk)*
- *A tagállamok biztosítják, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók filmszínházban történő bemutatásra szánt **filmalkotást** ne közvetítsenek a jogosulttal létrejött megállapodásban kikötött időszakon kívül. (3d. cikk)*

⁴⁴ A Bizottság közleménye a Tanácsnak, az Európai Parlamentnek, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának az európai audiovizuális politika szabályozásának jövőjéről, 2003. december 15.

⁴⁵(8) preambulumbekzdés. Közérdekű területek: kulturális sokszínűség, tájékozódáshoz való jog, médiapluralizmus, kiskorúak védelme, fogyasztók védelme, médiatudatosság.

A médiatörvény alapjogi rendszere – alapvetően az emberi méltóság védelmét szem előtt tartva – az alkotmányra és nemzetközi alapdokumentumokra tekintettel alakította ki alapjogi rendszerét. Az elvek három érték köré rendeződnek:

- alkotmányos rend tiszteletben tartása,
- emberi jogok megsértésétől történő tartózkodás,
- kirekesztés, gyűlöletkeltés tiltása.⁴⁶

Jelenleg ugyan az alapelvek a rádiós és televíziós műsorszolgáltatásra vonatkoznak, ezeket azonban minden médiaszolgáltató köteles tiszteletben tartani.

Láthatóan az Irányelv a gyűlöletkeltés tilalmának elvét minden médiaszolgáltató elé követelményként állítja. E rendelkezésnek a médiatörvény jelenlegi szabálya tartalmilag és jogi környezetét tekintve megfelel, így annak módosítására nincs szükség. Hatályát illetően azonban a további alapjogokkal együtt – még ha azokra nézve nincs is implementációs elvárás – a műsorszolgáltatók helyett az összes médiaszolgáltatóra célszerű kiterjeszteni.

A látási vagy hallási fogyatékkal élők segítésére vonatkozó elvárás inkább ajánló jellegű, implementálási kötelezettséget nem ró a törvénykezőkre, mégis, mivel december 19-ig az ösztönzés érdekében is lépünk szükséges, elgondolkodtató lehetőség annak esetleg alaptételként történő rögzítése.(Ld. korábban.)

A filmalkotásokra vonatkozóan a hatályos törvényben foglalt rendelkezés megfelel az Irányelv elvárásának, ezen a téren implementálási teendő nincs.

Javaslat

1. A médiatörvény alapelvi rendelkezései összességében megfelelnek az Irányelvnek. Szabályozástechnikailag az eddig a műsorszolgáltatásra vonatkoztatott általános alapelveket a médiaszolgáltatások teljes körére kell alkalmazni, a lekérhető és a lineáris szolgáltatásokra egyaránt.
2. A tárgyi hatály kiterjesztése a műsorszolgáltatás és a médiaszolgáltatás, műsorszolgáltató és médiaszolgáltató fogalmak adekvát cseréjével megvalósítható. A 3. § (1)-(3), 4. §(2)-(3), 4/A.§: a „műsorszolgáltatás” helyett „médiaszolgáltatás”, „műsorszolgáltató” helyett „médiaszolgáltató” alkalmazása.
3. A 3.§(1) bekezdésben a szerkesztői felelősség beépítése, illetve a lekérhető szolgáltatások tekintetében a műsorkínálat tartalmának meghatározása indokolt.
*A Magyar Köztársaságban a **médiaszolgáltatás** – e törvény keretei között – szabadon gyakorolható, az információk és a vélemények médiaszolgáltatások útján szabadon továbbíthatók, a nyilvános vételre szánt magyarországi és külföldi műsorok szabadon vehetők. A médiaszolgáltató – a törvény keretei között – önállóan határozza meg a műsorszolgáltatás illetve a **műsorkínálat tartalmát**, és azért **szerkesztői felelősséggel tartozik.***

⁴⁶ Ld. részletesen Bogdán Tibor: Az 1996. évi I. törvény elvi és jogtechnikai elemzése. Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet. Budapest. akti.hu.Tanulmányok.17.

(Ehhez a „műsorkínálat” fogalmát érdemes az Értelmező rendelkezésekben megfogalmazni.)

4. Esetleg felmerülhet itt – a korábbiakban megfogalmazottak szerint – egy, a kiskorúak védelmére vonatkozó alaptételnek minden médiaszolgáltatóra egységes megfogalmazása. (Műsorszolgáltatásra vonatkozólag a jelenlegi szabályok továbbra is megmaradnak, a későbbi, műsorszolgáltatásra vonatkozó fejezetbe építve.)

2. cím

Adatszolgáltatási kötelezettség

„A tagállamok biztosítják, hogy a joghatóságuk alá tartozó audiovizuális médiaszolgáltatók egyszerűen, közvetlenül és folyamatosan hozzáférhetővé teszik a szolgáltatás igénybe vevői számára legalább:

- a) *a médiaszolgáltató nevét;*
- b) *a médiaszolgáltató letelepedési helyének postai címét;*
- c) *a médiaszolgáltatóra vonatkozó részletes adatokat – beleértve a médiaszolgáltató elektronikus postacímét vagy honlapjának címét –, amelyek révén gyorsan létesíthető vele közvetlen és tényleges kapcsolat;*
- d) *adott esetben a hatáskörrel rendelkező szabályozó vagy felügyeleti szervek megjelölését.*⁴⁷

A médiaszolgáltatások meghatározó normatív eleme a médiaszolgáltató szerkesztői felelőssége. Az Irányelv átlátható kötelezettségeket állít fel a szolgáltatásnyújtók számára, amikor kiemeli, hogy azok felelősek cselekedeteikért. Ahhoz, hogy a felhasználók konkrét esetben el tudják dönteni, hogy valójában ki a tartalomért felelős személy, kötelező elvárásként kezeli az Irányelv a szerkesztői felelősség felvállalásához kapcsolódó beazonosíthatóságot. Ez arra kötelezi a szolgáltatásnyújtókat, hogy a szerkesztői döntéshozók számontartása érdekében adatot szolgáltatassanak magukról. Ezeket az információkat könnyen és közvetlenül elérhetővé kell tenni a fogyasztó számára. Az Irányelv a közzététel mikéntjének szabályozását a tagállamok hatáskörébe utalja.⁴⁸

A szolgáltatói tájékoztatás részletes meghatározása mellett az Irányelv rendelkezéseit át kell venni.

3. cím

A kereskedelmi közlemény

Az audiovizuális médiaszolgáltatás a televíziós műsorszolgáltatás és a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatás mellett magában foglalja az audiovizuális kereskedelmi közleményt is. Az Irányelv audiovizuális kereskedelmi közleményekre vonatkozó rendelkezéseinek betartása valamennyi médiaszolgáltatót terhelő kötelezettség. Az audiovizuális kereskedelmi közlemény tág kategóriának tekintendő. A televíziós reklám, a televíziós vásárlás mellett beletartozik a támogatás és a termék megjelenítés is:

*„ Audiovizuális hangos vagy néma képek, amelyek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. Az ilyen képek fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében, vagy önreklámozás céljából kísérnek egy műsorszámot, vagy szerepelnek abban.”*⁴⁹

⁴⁷ Irányelv 3a. cikk

⁴⁸ (43) preambulium

⁴⁹ Irányelv 1. cikk. h) pontja

Mint ahogy az Irányelv által szabályozott egyéb kérdésekben, úgy az audiovizuális kereskedelmi közlemény szabályozása kapcsán is alapvető technika a minimumszabályok alkalmazása. A szabályozást a terület érdekkiegyensúlyozott szemléletére törekvés jellemzi. Kerüli a túlszabályozást, inkább a szabadabb, az egyes jogalanyok sajátos érdekeit szem előtt tartó, versenyszemléletű keretszabályozás felé mutat. Egy prosperáló médiaszolgáltató szempontjából különösen kiemelt érdek a kereskedelmi közlemények kommunikálásának, kiegyensúlyozott közzétételének biztosítása szolgáltatásuk tartalmának, a tevékenység függetlenségének sérelme nélkül. A reklámszabályok átvétele és az azt követő részletezés során különösen fontos, hogy ne essen a nemzeti jogalkotás a túlszabályozás hibájába. A lehetséges források indokolatlan korlátok közé szorításával ugyanis a médiaszolgáltatás számára a finanszírozás válna nehézkessé, szemben az esetlegesen lazább keretek között funkcionáló külföldi vállalkozásokkal.

Az audiovizuális kereskedelmi közlemény fogalmi elemei

Az Irányelvben megfogalmazott audiovizuális kereskedelmi kommunikáció definíciójából a következő tényállási elemek emelhetők ki:

1. *gazdasági tevékenységet folytató személy*
2. *önmaga, terméke vagy szolgáltatása*
3. *közvetlen vagy közvetett népszerűsítését szolgáló*
4. *audiovizuális hangos vagy néma kép*
5. *fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás fejében (illetve önreklámozás céljából)*
6. *amely a műsorszámot kíséri, vagy benne helyezkedik el.*

A kereskedelmi kommunikáció *alanya* kizárólag *gazdasági tevékenységet folytató* személy lehet. Ez a szűkítés egyértelműen kifejezi, hogy a kommunikáció minden esetben az alany gazdasági szerepével, tevékenységével összefüggésben valósul meg. A gazdasági cél a reklám egyik alapvető sajátossága a fogyasztó befolyásolása, a fogyasztásra ösztönzés mellett. A gazdasági tevékenységet végző jogalany egyaránt lehet *természetes és jogi személy*, és kifejezetten idesorolt az önreklámozást folytató médiaszolgáltató is.

Az audiovizuális kereskedelmi közlemény különös prioritású tényállási eleme a *viszsterhesség*. A közlemény megjelenítése csak pénz vagy más vagyoni értékkel bíró szolgáltatás fejében történhet. A reklám közzétevője szempontjából egyértelmű kifejezést nyer a kereskedelmi közlemény üzleti funkciója. Ennek megfelelően – ahogy az Irányelv azt a preambulumban rögzíti⁵⁰ – az ingyenesen sugárzott közérdekű közlemény és jótékonyági felhívás nem minősül audiovizuális kereskedelmi közleménynek.

Az audiovizuális kereskedelmi közlemény tárgya valamely személy, a terméke vagy szolgáltatásának *népszerűsítése*. A népszerűsítés tág kategória, melybe beletartozik az indirekt módon megvalósuló termék megjelenítésen túl a kifejezetten direkt jellegű, közvetlen vételre ajánlás is (pl. *teleshopping*). Módját tekintve megvalósulhat közvetlen, ezáltal egyértelműen a népszerűsítés tárgyára koncentrálna, illetve közvetett módon, valamely műsor tartalmába beépülve, indirekt jelleggel.

Az Irányelv egyik legfontosabb változtatása a kereskedelmi *közlemény elhelyezését* érinti. Az eddig térben és időben történő elkülönítést hangsúlyozó elvvel szemben az elhelyezés szabadabb lehetőségét biztosító rendelkezés került beépítésre. A kereskedelmi kommunikáció így nem csupán kísérik a műsorszámot, hanem abban elhelyezést is nyerhet.

⁵⁰ (26) preambulumban

Amennyiben a kereskedelmi kommunikáció a fenti feltételeknek megfelel, további elvárás a *könnyű felismerhetőség*, hiszen a burkolt audiovizuális kereskedelmi közlemény közzététele tilos. (A felismerhetőség az elkülönítés elvében szegmentáltan a televíziós reklámra és vásárlásra további speciális értelmezést kap.) Általános tilalomnak tekinthető továbbá az az előírás, miszerint az audiovizuális kereskedelmi közlemény nem alkalmazhat tudatosan nem észlelhető technikákat sem.⁵¹

Javaslat

- A kereskedelmi közlemény fogalmának beépítése az értelmező rendelkezések közé. (Utalva gazdasági reklám jellegére, figyelemmel a gazdasági reklámtevékenységről szóló törvény által alkalmazott meghatározásokra.)

Egy lehetséges fogalom:

„Olyan médiaszolgáltatás, melynek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy árujának, szolgáltatásának vagy arculatának ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából közvetlen vagy közvetett népszerűsítése, különösen a reklám, a televíziós vásárlás, a támogatás és a termékelhelyezés.

- A médiatörvény hagyományosan a televíziós reklámra vonatkozóan ad rendelkezéseket. Az implementálás differenciált szabályozást kíván külön a médiaszolgáltatásokban megjelenő *kereskedelmi közlemények* teljes körére és külön a műsorszolgáltatásban megjelenő *reklámra*.

3/A cím

A kereskedelmi közlemények általános szabályai

Általános korlátok és tilalmak

A) Az Irányelv 3e. cikke olyan alapvető elvárásokat rögzít az audiovizuális kereskedelmi közleményekre vonatkozóan, amelyek az alkotmányos rend tiszteletben tartásának, az emberi jogok védelmének garantálása mellett az egészség, biztonság védelmére és a környezetvédelemre figyelemmel kerültek megfogalmazásra. Ezeket az alapvető, minden médiaszolgáltató esetében elvárt követelményeket érdemes az implementálás során tételesen rögzíteni. Az Irányelv alapján az audiovizuális kereskedelmi közlemény

- *nem sértheti az emberi méltóságot;*
- *nem tartalmazhat, illetve támogathat a nemet, fajt vagy etnikai származáson, nemzetiségen, valláson vagy meggyőződésen, fogyatékonyságon, életkoron vagy szexuális irányultságon alapuló megkülönböztetést;*
- *nem bántóíthat egészségre vagy biztonságra ártalmas magatartásra;*
- *nem bántóíthat a környezetvédelem szempontjából nagymértékben káros magatartásra,⁵²*

A reklámokkal szemben megfogalmazott korábbi elvárások a kereskedelmi közlemény tag kategóriájával szemben értelemszerűen szintén megfogalmazást nyerne:

⁵¹ Irányelv 3e.cikk a) - b) pontjai

⁵² Irányelv 3e cikk (1) bekezdése c) pontja

- az audiovizuális kereskedelmi közleménynek, mint olyanoknak, könnyen felismerhetőnek kell lennie,
- tilos a burkolt audiovizuális kereskedelmi közlemény;
- az audiovizuális kereskedelmi közlemény nem alkalmazhat tudatosan nem észlelhető technikákat;⁵³

A médiatörvényben a fenti elvárások közül a reklámok (reklám az Irányelv televíziós reklámjának feleltethető meg) tekintetében már megfogalmazást nyertek a következők:

A 10. §(5) szerint *burkolt, illetve tudatosan nem észlelhető reklám nem közölhető*. Illetőleg ugyanezen paragrafus (8) bekezdése szerint *a reklám nem ösztönözhet az egészségre, a biztonságra és a környezetre ártalmas magatartásra*.

Az Irányelv általános korlátait és tilalmait egy az egyben beépíthetőnek találjuk azzal, hogy a hazai szövegezésből értelemszerűen e tételek kiemelhetőek, mivel a műsorszolgáltatásnál azok megismétlésére már nincs szükség.

B) Az Irányelv fenti általános elvárásai mellett a kiskorúak védelmével kapcsolatos követelményeket immáron mind a lekérhető, mind a televíziós szolgáltatással szemben megfogalmazza. Általános tételként és elvárásként az audiovizuális kereskedelmi közlemény *nem okozhatja kiskorú fizikai vagy erkölcsi romlását*.⁵⁴

Továbbá

- *nem buzdíthat kiskorúakat termék vagy szolgáltatás megvásárlására vagy bérbevételére tapasztalatlanságuk vagy hiszékenységük kihasználásával,*
- *közvetlenül nem bátoríthat kiskorúakat arra, hogy rábeszéljék szüleiket vagy másokat a reklámozott termék vagy szolgáltatás megvásárlására, nem használhatja ki a kiskorúak szüleik, tanáraik és más személyek iránti különleges bizalmát, és indokolatlanul nem ábrázolhat kiskorút veszélyes helyzetekben.*

Ezen elvárások a médiatörvény kiskorúakra vonatkozó reklámszabályaiban többnyire rögzítésre kerültek már.

A médiatörvény 14. §

(1) A reklám nem szólíthat fel közvetlen formában kiskorúakat, hogy szüleiket vagy más felnőtteket játékok, illetve más áru vagy szolgáltatás vásárlására vagy igénybevételére ösztönözzék.

(2) A reklám a játék tényleges természetét és lehetőségeit illetően nem lehet félrevezető.

(3) A reklám nem mutathat be kiskorút erőszakos helyzetben, és nem buzdíthat erőszakra.

(4) A reklám nem építhet a kiskorúaknak a szüleik, tanáraik vagy más személyek iránti bizalmára, továbbá a kiskorúak tapasztalatlanságára és hiszékenységére.

(5) Televíziós vásárlás nem szólíthatja fel a kiskorúakat áruk beszerzésére (vásárlására, bérletére) vagy szolgáltatások igénybevételére.

Ha összevetjük a két szabályozást, a reklámszabályaink közül a kiemelt részek megfelelnek az Irányelv szövegezésének. Ezeket kiemelve a műsorszolgáltatás

⁵³ Irányelv 3e cikk (1) bekezdés a) - b) pontja

⁵⁴ Irányelv.3e cikk (1) bekezdés g) pontja

reklámszabályai köréből a kereskedelmi közlemények *Általános korlátok és tilalmak* c. alcímébe kell áthelyezni, s ezzel az Irányelv általános elvárásának megfelellhetünk.

Speciális korlátok, tilalmak

Az Irányelv egyes tárgyak reklámozására nézve a kereskedelmi közlemények teljes körére tilalmakat és korlátokat állít fel:

3e.cikk.

- d) *tilos a **cigaretttára** és más dohánytermékekre vonatkozó audiovizuális kereskedelmi közlemény minden formája;*
- e) *az **alkoholtartalmú italokra** vonatkozó audiovizuális kereskedelmi közlemény nem célozhat kifejezetten kiskorúakat, és nem bátoríthat az ilyen italok mértéktelen fogyasztására;*
- f) *tilos az olyan **gyógyászati termékek**, illetve gyógykezelések audiovizuális kereskedelmi közleménye, amelyek csak vényre kaphatók abban a tagállamban, amelynek joghatósága alá a médiaszolgáltató tartozik;*

A médiatörvény reklámszabályai szerint:

13. §

*(1) **Nem szabad közzétenni dohányárut, fegyvert, lőszert, robbanóanyagot, kizárólag orvosi rendelvényre igénybe vehető gyógyszert, továbbá gyógyászati eljárást népszerűsítő, ismertető reklámot.***

(2) Az alkoholtartalmú italok reklámja

- a) ***nem szólhat kiskorúakhoz, és nem ábrázolhat alkoholt fogyasztó kiskorút,***
- b) ***nem ösztönözhet túlzott alkoholfogyasztásra, és nem ábrázolhatja a túlzott alkoholfogyasztást pozitív, az alkoholfogyasztástól való tartózkodást negatív megvilágításban,***
- c) ***nem kelthet olyan benyomást, hogy az alacsony alkoholtartalmú italok fogyasztása esetén a túlzott alkoholfogyasztás elkerülhető, illetve, hogy a magas alkoholtartalom az ital pozitív tulajdonsága,***
- d) ***nem állíthatja, hogy az alkoholtartalmú italok fogyasztásának serkentő, nyugtató vagy bármilyen jótékony egészségügyi hatása van, illetve, hogy az alkoholtartalmú italok a személyes problémák megoldásának egyik eszközét jelentik,***
- e) ***nem tehető közzé főműsoridőben, az alacsony alkoholtartalmú ital kivételével,***
- f) ***nem tehető közzé kiskorúak számára készült műsorszámot közvetlenül megelőzően, illetve közvetlenül azt követően,***
- g) ***kiemelkedő fizikai teljesítményt vagy járművezetést nem mutathat be alkoholtartalmú italok fogyasztásának hatásaként,***
- h) ***nem kelthet olyan benyomást, hogy az alkoholtartalmú italok fogyasztása hozzájárul a társadalmi vagy szexuális sikerekhez.***

Az általános tilalmak és korlátozások meghatározásához hasonlóan, mintegy kettős kiterjesztéssel élve, a műsorszolgáltatásban megjelenő reklámszabályokból kiemelt szövegrészeket a médiaszolgáltatásokban megjelenő minden kereskedelmi közlemény elé tilalomként és korlátként kell állítani.

Javaslat

Az Irányelv korlátai és tilalmi átültetésre kerülhetnek a hazai szabályozásnak a kereskedelmi közlemények általános és speciális korlátokkal és tilalmakkal foglalkozó alcímeibe azzal, hogy értelemszerűen e tételek általánossá tétele miatt a médiatörvénynek a műsorszolgáltatásban megjelenő, reklámra vonatkozó jelenlegi és továbbra is fenntartott szabályai közül törölni kell ezen általánossá tett elvárásokat.

(Ugyan nem implementálási kötelezettségből eredően, de a jelenlegi hazai szabályozásból indokolt lenne még további korlát és tilalom általánossá tétele is a kereskedelmi közlemények egészére nézve.)

3/B cím

Egyes kereskedelmi közlemények

A direktíva az általánosan meghatározott fogalom mellett külön nevesíti azokat a kommunikációs formákat, melyeket mindenképp audiovizuális kereskedelmi közleménynek tekint. Ennek megfelelően kereskedelmi kommunikáció többek között a támogatás, termékelhelyezés, televíziós reklám és a televíziós vásárlás.⁵⁵

Támogatás

Tekintettel az digitális platform reklámkerülést magában rejtő veszélyeire, némely jelenleg is alkalmazott reklámozási mód kiemeltebb szerephez jut, amennyiben a megváltozott technikai környezetben, rugalmasabb szabályok beépítésével a reklámozók érdekeit hatékonyabban tudják biztosítani. A támogatás, mint egy eddig is létező, de megújult reklámozási eszköz, a műsorszámok támogatásában rejlő megjelenési lehetőségeket kihasználva új utakat nyithat a reklámozás terén. Médiatörvényünk jelenleg is tartalmaz a támogatásra vonatkozó rendelkezéseket reklámszabályai körében. Úgy véljük, hogy implementálási céllal a támogatásnak az *Egyes kereskedelmi közlemények* új címében való kiemelt tárgyalása, és a meglévő szabályok minimum-módosítása szükséges.

Az Irányelv meghatározása alapján támogatásnak az olyan *hozzájárulás* minősül,

„...melyet audiovizuális médiaszolgáltatás nyújtásával vagy audiovizuális alkotások készítésével nem foglalkozó köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy nyújt audiovizuális médiaszolgáltatások vagy műsorszámok finanszírozására azzal a céllal, hogy népszerűsítse nevét, védjegyét, arculatát, tevékenységét vagy termékeit;”⁵⁶

A) Alanya

Támogató a közsféra alanya (állami, önkormányzati szervezet) és magánvállalkozás lehet. Az Irányelv konkrét tevékenységek szereplőit kizárja a lehetséges támogatói körből. Nem lehet szponzor az audiovizuális médiaszolgáltatással vagy ilyen alkotások készítésével,⁵⁷ illetőleg elsődleges tevékenységként cigaretta vagy egyéb dohánytermék gyártásával vagy értékesítésével foglalkozó vállalkozás.⁵⁸ Ellenben a gyógyszerkészítmények gyártásával, értékesítésével és a gyógykezeléssel foglalkozó vállalkozás által támogatott audiovizuális

⁵⁵ Nem taxatív jellegű a felsorolás, az Irányelv lehetőséget biztosít egyéb kereskedelmi kommunikációk besorolására is.

⁵⁶ Irányelv 1. cikk. k) pontja

⁵⁷ Kérdés, hogy akkor ők miként, milyen formában jelenhetnek meg egy olyan esemény támogatása kapcsán, amely műsorszámként is bemutatásra kerül. Jelen esetre alternatív megoldási lehetőségek keresése merülhet fel.

⁵⁸ Irányelv 3f.cikk (2) bekezdés

médiaszolgáltatások vagy műsorszámok népszerűsíthetik a vállalkozás nevét vagy arculatát, de nem népszerűsíthetnek olyan konkrét gyógyszerkészítményeket vagy gyógykezeléseket, melyek abban a tagállamban, amelynek joghatósága alá a médiaszolgáltató tartozik, csak vény ellenében hozzáférhetők.⁵⁹

B) *Nem támogatható műsorszámok*

Bizonyos műsorok függetlenségét az Irányelv egyértelmű, szigorú, negatív szabály beépítésével kívánja garantálni. Így az alanyi korlát mellett tárgyi korlátként egyes műsorszámok sem támogathatóak. Ezek a *hírek és az aktuális témákról szóló műsorszámok*. E tiltástól a tagállamok nem tekinthetnek el.⁶⁰

C) *A támogatott műsor követelményei*

A támogatható műsorszolgáltatással, illetve műsorszámmal szemben az Irányelv további követelményeket támaszt. Ezek a korlátok egyfelől a támogatótól való függetlenségét, szabadságot kívánják garantálni, másfelől a népszerűsítés diszkrét, közvetett jellegét hivatottak biztosítani:

- A műsorok tartalma és műsorrendje semmilyen körülmények között nem befolyásolható oly módon, hogy ez hatással legyen a médiaszolgáltató felelősségére és szerkesztői függetlenségére;
- Nem bátoríthatnak közvetlenül – különösen különleges vásárlásösztönző utalások révén – áru vagy szolgáltatás megvásárlására vagy bérlésére.⁶¹

D) *A tájékoztatás követelményei*

Az Irányelv rugalmas, liberális szabályrendszerét a fogyasztóvédelmi szempontok különös hangsúllyal kísérik végig. Ezek egyik aspektusaként a médiaszolgáltatóval szemben előírt szigorú tájékoztatási kötelezettséggel találkozunk: a műsorszámok támogatásáról a nézőket egyértelműen *tájékoztatni* kell. A tájékoztatás *módjára és helyére* az Irányelv alternatív lehetőségeket biztosítva keretszabályokat rögzít. A médiaszolgáltatónak a támogató *neve mellett a logóját és/vagy egyéb, a támogatóra utaló jelzést* kell feltüntetnie (például a támogató egy vagy több termékére, szolgáltatására való utalással, esetleg ezek megkülönböztető jelének felmutatásával).⁶² Ennek megfelelően kötelező a támogató nevének feltüntetése, s mellette vagy a logót vagy hasonló jelzést kell megjeleníteni vagy akár mindkettőt együttesen. A tagállamok jogalkotói választhatnak az előbbi lehetőségek közül, és ezt akár jogszabállyal is előírhatják a médiaszolgáltatóknak, de liberálisabb megoldás lehet az Irányelv szövegezésének átvétele, ezáltal a médiaszolgáltatóra bízva a választás lehetőségét.

A megjelenítésnek a műsorszám elején, folyamán és/vagy végén kell megtörténnie. A műsorszám elején a megjelölés mindenképpen elvárás, ezen túlmenően viszont a tagállamokra van bízva, hogy mennyire szigorítják a tájékoztatás szabályait. Így választhatják azt a lehetőséget, hogy csak a műsor folyamán vagy végén tüntetik fel, de akár mindkettőt együttesen is. Ugyanakkor a fentiekhez hasonlóan az Irányelv rendelkezését átvéve a műsorszolgáltatóra is bízhatják a választást.

⁵⁹ Irányelv 3f.cikk (3) bekezdés

⁶⁰ Irányelv 3f. cikk (4) bekezdés

⁶¹ Irányelv 3f.cikk (1) bekezdés b) pontja

⁶² Irányelv 3f.cikk (1) bekezdés c) pontja

Az elhelyezés a műsorszámától függően alkalmas módon történhet, de a megjelölésnek egyértelműnek kell lennie.

A tagállamok a tájékoztatási kötelezettség enyhítéseként, s egyben egyéb érdekekre (pl. kiskorúak védelmére) tekintettel megtilthatják a támogatói logó *megjelenítését*

- a gyermekműsorok,
- a dokumentumfilmek,
- a vallási műsorok *közben*.⁶³

Kiemelendő, hogy a helyi jogszabályok csupán a logó műsorszám közben történő megjelenítését zárhatják ki. Választhat úgy is a tagállam, hogy nem ad korlátozást, és akkor marad az általános szabály erre a körre is. Ha tehát **a korlátozást** választja, az csak a logó műsorfolyamban történő megjelenítésének tiltására szorítkozhat. Az Irányelv szerint a műsor ekkor is támogatható marad, és a megjelölésnek egyebekben ugyanúgy kell szerepelnie, ahogy a fenti általános szabály rögzíti.⁶⁴

Javaslat

- **A médiatörvény jelenlegi 18. § (1)** „A műsorszám támogatóját a közzétételt közvetlenül megelőzően vagy azt követően meg kell nevezni.” szövegezését törölni kell, helyébe az Irányelv 3f.cikk,(1) bekezdés c) pontjának beépítése indokolt, miszerint

”...a nézőket (**helyette közönséget**) egyértelműen tájékoztatni kell a támogatási megállapodás létéről. A támogatott műsorszámot a támogató neve, logója és/vagy egyéb, a támogatóra utaló jelzés, például egy vagy több termékére vagy szolgáltatására való utalás vagy ezek megkülönböztető jele feltüntetésével, műsorszámától függően alkalmas módon a műsorszám elején, folyamán és/vagy végén egyértelműen meg kell jelölni.”

(Értelemszerűen ez alapján tájékoztatási szabályként egy konkrétabb megfogalmazást is alkalmazhatunk.)

- Az 18.§ (2) bekezdése az alábbiak szerint egészítendő ki:

Támogatott műsorszám nem ösztönözhet és nem hívhat fel **közvetlenül** a támogató vagy az általa meghatározott harmadik személy termékének beszerzésére (vásárlására, bérletére) vagy szolgáltatásának igénybevételére, illetőleg az attól való tartózkodásra.

- A 18.§-ban csupán a „műsorszolgáltató” szónak „médiaszolgáltató”-ra változtatása szükséges.

Termékmegjelenítés

A termékmegjelenítés az új szabályozás egyik legtöbb kérdést felvető, parázs vitákat generáló új területeként említhető. A viták kiváltó oka, hogy a „reklámsemleges” közegbe helyezett termék a közvetett reklámbefolyás megengedhetőségének kérdését feszegeti.⁶⁵

⁶³ Irányelv 3f. cikke

⁶⁴ Irányelv 3f cikk (4) bekezdés

⁶⁵ Pázmándi Kinga: Modern reklámjog. Hvgorac. Budapest. 2007. 26.

Az Irányelv igen ellentmondásosan kezeli ezt a kérdést: mindenekelőtt rögzíti, hogy a termékmegjelenítés tilos, de amennyiben a tagállam másként nem határoz, meghatározott feltételek mellett megengedett.⁶⁶ A termékelhelyezés a tengerentúlon⁶⁷ igen népszerű és hatékony kereskedelmi kommunikáció. Tekintettel a versenyhelyzetre az Európai Unió médiaszolgáltatói számára indokolt a termékelhelyezés alkalmazási lehetőségének biztosítása. Ezen túl viszont az egyes tagállamok döntik el, hogy élnek-e a felkínált lehetőséggel. Tény, hogy Európában még ki kell alakulnia az eszköz sajátos kultúrájának, fel kell ismerni hatékonyságának korlátait és lehetőségeit, s okosan kell alkalmazni, úgy, hogy az ne váljon túlzóvá, akár önmaga karikatúrájává.

Az Irányelv a termékelhelyezés alábbi definícióját adja:

„Termékmegjelenítésnek minősül az audiovizuális kereskedelmi közlemény bármely olyan formája, amely terméket, szolgáltatást, ezek védjegyét vagy ezekre való utalást tartalmaz oly módon, hogy az – fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében – egy műsorszámban jelenik meg; „⁶⁸

A) Termékmegjelenítés alkalmazási köre

Termékelhelyezés csak meghatározott műsorok esetében alkalmazható:

- filmszínházban történő bemutatásra szánt filmalkotásokban,
- az audiovizuális médiaszolgáltatások céljára készült filmekben és sorozatokban,
- sportműsorokban,
- könnyű szórakoztató műsorszámokban.

A tagállamok az Irányelv által megnevezett lehetőségeket még tovább szűkíthetik, differenciálhatják a szabályokat, s akár ún. pozitív listát is készíthetnek. Ugyanakkor a preambulumban megfogalmazottak szerint „a versenyegyenlőség biztosítása és ezáltal az európai médiaipar versenyképességének fokozása érdekében el kell fogadni a termékmegjelenítésre vonatkozó szabályokat.”⁶⁹ Úgy véljük, hogy ugyanilyen megfontolásból indokolt a hazai médiaipar védelme érdekében a termékelhelyezést támogatni, illetőleg az Irányelvhez képest további részletezéseket, szigorításokat, szűkítéseket mellőzni azzal, hogy a médiaszakma az önszabályozás keretein belül finomíthatja, csiszolhatja az alkalmazás szabályait.

A fenti műfaj szerinti meghatározás mellett általános jelleggel, bármely műsorban megengedi az Irányelv a termékelhelyezést ingyenesség esetén, „amennyiben nem kerül sor fizetésre, csupán bizonyos termékeket vagy szolgáltatásokat ingyenesen bocsátanak rendelkezésre, például produkciós kellékeket és díjakat, azért, hogy azok valamely műsorba bekerüljenek.”⁷⁰ A jelentős érték meghatározásához az Irányelv nem ad támpontokat, ennek meghatározása, kialakítása a tagállamok feladata.

⁶⁶ Irányelv 3g. cikk (1)-(2) bekezdés

⁶⁷ Érdekes módon, amíg mi éppen most közelítünk az intézmény alkalmazása felé, addig ott egyre inkább a szigorítására vonatkozó igények fogalmazódnak meg.

⁶⁸ Irányelv 1. cikk m) pontja

⁶⁹ (61) preambulumban

⁷⁰ Irányelv 3g cikk (2) bekezdés második franciabekezdés

B) A termékelhelyezés alkalmazásából kizárt műsorok

A gyermekműsorok szigorúan kizártak a termékelhelyezés köréből, mégis engedélyezett a megjelenítés a fent hivatkozott „ingyenesség” esetén. A szabály alkalmazásának egyik buktatóját pontosan a gyermekműsorokra történő alkalmazásban látjuk. Ez a leginkább megcélzott fogyasztói csoport, akiket sokkal inkább magával ragad a megjelenített termékek látványa, mint bármely jól sikerült szlogen.

C) A termékelhelyezés alól kivont tárgyak

Amennyiben egy tagállam a termékelhelyezés engedélyezése mellett dönt, akkor sem tartalmazhatnak a műsorszámok dohányterméket, cigarettát vagy más, olyan vállalkozástól származó terméket, amelynek elsődleges tevékenysége cigaretta vagy egyéb dohánytermék gyártása vagy értékesítése. Kizártak továbbá az olyan gyógyszerkészítmények, illetve gyógykezelések, amelyek csak vényre adhatóak abban a tagállamban, amelynek joghatósága alá a médiaszolgáltató tartozik.

D) Az alkalmazás korlátai

A termékelhelyezés alkalmazása, tekintettel a műsorok tartalmának, szerkezetének védelmére, csak meghatározott korlátok figyelembevételével lehetséges:

- a műsorszámok tartalma, illetve a műsorrend nem befolyásolható oly módon, hogy az hatással legyen a médiaszolgáltató felelősségére és szerkesztői függetlenségére;
- a műsorok nem bátoríthatnak közvetlenül – különösen különleges vásárlásösztönző utalások révén – áru vagy szolgáltatás megvásárlására vagy bérlésére;
- nem adhatnak indokolatlan hangsúlyt a szóban forgó termékeknek.

A termékeket megfelelő dramaturgiai ízléssel kell a műsorba beépíteni. Nemcsak a jogszabályi elvárásoknak kell ilyen módon eleget tenni, a médiaszolgáltatók és reklámozók érdekei is ezt diktálják. A termékelhelyezés a reklámkerülés egyik hatékony kivédési eszköze lehet, de nem megfelelő alkalmazás esetén akár önmaga és a műsor „ellenségévé” válhat, s nem csupán reklám-, hanem akár „műsorkerüléshez” is vezethet.

E) Tájékoztatási kötelezettség

A támogatáshoz hasonlóan termékelhelyezés alkalmazása esetén is különös hangsúllyal elvárt a fogyasztók tájékoztatása. A termék megjelenítést tartalmazó műsorszámot a nézők félrevezetésének elkerülése érdekében a műsorszám *elején és végén*, valamint amikor a reklámblokkokat követően a műsorszám *folytatódik*, a megfelelő módon meg kell jelölni.

Termék megjelenítést tartalmazó műsorszám esetében a tájékoztatás módja nincs olyan részletességgel meghatározva, mint a támogatásnál. A támogatás és a termék megjelenítés alapvetően abban különbözik egymástól, hogy utóbbi a műsor cselekményébe beépülve, annak részét képezve, míg a támogatás a műsor közben attól elkülönülten, nem a cselekmény részeként jelenik meg. Aki a terméket elhelyeztetni, az egyben támogató is többnyire, így a támogatásra vonatkozó előírások alkalmazandóak rá. Örvedetes a támogatók szempontjából az az egyébként teljesen ésszerű és indokolt lehetőség, hogy a termékek megjelenhessenek az általuk támogatott műsorokban.

A nemzeti jogalkotási folyamatban kiemelt feladat a *termékmegjelenítés* tartalommal megtöltése, s a későbbi gyakorlat során fokozatosan tisztázandó az olyan tényállási elemek tartalma, mint például az „ezekre való utalás” vagy „hasonló ellenszolgáltatás”.

Javaslat

- A termékelhelyezés esetén alapvető kérdés annak eldöntése, hogy engedélyezzük-e alkalmazását. Ha igen csak, a korlátozásokat tartalmazó minimumszabályozást érdemes beépíteni.
- A termékelhelyezés fogalmát az *Értelmező rendelkezések* közé kell integrálni.

B) rész

A műsorszolgáltatás elvei és szabályai

1. cím

Kizárólagos jog és a rövid tudósítás joga

A különböző hírek és információk határokon átnyúló, szabad áramlásának biztosításával az Irányelv hatékonyan segíti elő a médiapluralizmus érvényesülését. Kizárólagos televíziós műsorszolgáltatási jogot szerezhetnek a műsorszolgáltatók a nagy közérdeklődésre számot tartó eseményekre vonatkozóan. A kizárólagos jogosultsággal szemben a kiemelkedően fontos eseményekről rövid tudósításhoz való hozzáférés joga is biztosított, s mivel a pluralizmusnak a tájékozódás pluralizmusában is kifejezést kell nyernie, ez az emberek információhoz való jogának érvényesülését segíti elő. Ez alapján minden európai szolgáltatónak biztosítva van a kiemelkedően fontos közérdekű eseményekből ún. kivonat készítése annak érdekében, hogy rövid hírműsor készüljön belőle, még ha az eseményt kizárólagos alapon közvetíti is egy másik állam szolgáltatója. A korábbiakban a kizárólagos jog szabályozása mellett egyes államok a rövid tudósításokra is vezettek be szabályokat, míg mások nem. A harmonizáció hiánya jogbizonytalanságot okozott. Ezért az Irányelv megerősíti, hogy a szolgáltatóknak a közösségi jog szerint egyenlő jogaik vannak.

Közérdeklődésre számot tartó eseményre kizárólagos műsorszolgáltatási jogot szerző műsorszolgáltató köteles más műsorszolgáltatók jogának érvényesítése érdekében tisztességes, méltányos és megkülönböztetés-mentes feltételekkel a rövid híradás lehetőségét biztosítani. Ahhoz, hogy a többi műsorszolgáltató élni tudjon-e jogával, a kizárólagos jog jogosultjának meghatározott kötelezettségeket kell teljesítenie (pl. időben közzé kell tennie a feltételeket). Ugyanakkor a rövid tudósítás jogosultjai csak a kizárólagos jogosult tiszteletben tartása mellett gyakorolhatják jogukat.

Jelenleg a médiatörvény a 2002-es jogharmonizációs módosítás elemeit is tartalmazva nyilvános rendezvényre és a rendezvény részletének közzétételére vonatkozóan ad már szabályokat. A szabályozás alapjaiban maradhat, de az új uniós elvárásoknak megfelelően a jogokat karakteresebbé kell tenni. Nagyobb hangsúlyt kell adni a rövid tudósításhoz való jogosultságnak, amely a kizárólagos jog gyakorlásának egy, a társadalom érdekében történő korlátozását jelenti.

Javaslat

- Címben nevesíteni úgy, hogy *kizárólagos jog és rövid tudósítás joga*.
- Nagyobb hangsúlyt kell adni a rövid tudósításhoz való jogosultságnak, korlátainak pontos lefektetése mellett.
- A kizárólagos jog gyakorlására vonatkozóan meglévő szabályok oly módon történő kiegészítése szükséges, hogy a rövid híradáshoz való jog részletei is szabályozást nyerjenek. Elvárható a két jog gyakorlási feltételeinek rögzítése, a kizárólagos jog jogosultjának a rövid híradáshoz való jog gyakorlóival szembeni kötelezettségeinek előírása. (Pl. „megkülönböztetés mentesen, tisztességesen, méltányosan stb.) A másik oldalról a kizárólagos jog jogosultja védelmének garantálása. („a kizárólagos jog jogosultjának sérelme nélkül”). Az Irányelv minimumszabályainak átvétele elegendő.

2. Cím

Egyes műsorszerkezeti követelmények

E tekintetben az európai művek módosított fogalmának az Értelmező rendelkezések közé építése implementálási feladat.

3. cím

Reklámkorlátok és tilalmak a műsorszolgáltatásban

„Az új reklámtechnikák és marketingmódszerek megjelenésével a hagyományos műsorszolgáltatás keretei között megvalósuló audiovizuális kereskedelmi közleményben olyan új, hatékony lehetőségek jelentek meg, melyek a hagyományos műsorszolgáltatás számára potenciálisan kedvezőbb versenypozíciót biztosítanak a lekérhető szolgáltatásokkal folytatott versenyben.”⁷¹ Ezt a lehetőséget a hazai jogalkotásnak a versenyhelyzet harmonikus biztosítása érdekében megfelelően kell kezelnie. Mivel „a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások növelik a fogyasztók választási lehetőségeit, ezért a lekérhető szolgáltatásokban megjelenő audiovizuális kereskedelmi közleményt *indokolatlan* és műszaki szempontból értelmetlen *részletesen* szabályozni.”⁷²

A *televíziós reklám* klasszikus kereskedelmi közleménynek tekinthető. A szabályozás arányossága érdekében a hagyományos televíziós reklámozás terén az Irányelv az eddigiekhez képest jóval rugalmasabb szabályozást ad. Fogalommeghatározása alapján televíziós reklámnak tekinthető:

*„bármilyen formájú közlemény, amelyet köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából egy szakma, üzlet, foglalkozás vagy hivatás tekintetében közvetít annak érdekében, hogy fizetés ellenében előmozdítsa áruk vagy szolgáltatások értékesítését, beleértve az ingatlanokat, a jogokat és a kötelezettségeket is;”*⁷³

A kereskedelmi közlemény általánosan meghatározott népszerűsítési céljához mérten itt már kifejezetten áruk, szolgáltatások értékesítésének előmozdításával találkozunk. S ami külön hangsúlyos a fogalomban: a sokat vitatott önreklámot egyértelműen besorolja a televíziós reklám kategóriájába.

⁷¹ Irányelv (54) preambulumban

⁷² Irányelv (52) preambulumban

⁷³ Irányelv I. cikk. i) pontja

A *televíziós vásárlás* fogalma ehhez képest további elemmel bővül, hiszen ez már „olyan közvetlen ajánlat, amelyek fizetés ellenében közvetítenek a közönségnek áruk vagy szolgáltatások értékesítése céljából, beleértve az ingatlanokat, a jogokat és a kötelezettségeket is”.⁷⁴

A) Az Elkülönítési elv újraértelmezése

Az új *technológiák* alkalmazásából adódóan megnövekedett azon lehetőségek száma, melyek révén a nézők elkerülhetik a reklámokat, többé nem indokoltak a reklámbejátszások elhelyezésére vonatkozó, a nézők védelmét célzó részletes szabályok.⁷⁵

Annak érdekében, hogy a szabályozás az elérendő közérdekű célokkal arányos maradjon, az Irányelv a televíziós műsorszolgáltatás tekintetében is bizonyos fokú rugalmasságot tanúsít: az elkülönítési elvét továbbra is a televíziós reklámra és a televíziós vásárlásra alkalmazza, de az új reklámtechnikák alkalmazásának biztosítása érdekében rugalmasabb keretek között.

A klasszikus médiaszolgáltatások esetén a fogyasztó részéről a szabad választás lehetősége nem biztosított, így bizonyos mértékig szükség van – többek között fogyasztóvédelmi indokokra tekintettel – a különös szabályozásra. Mindezt úgy, hogy ne kerüljön hátrányos helyzetbe a médiaszolgáltató, a reklámozó a lekérhető szolgáltatást nyújtókkal szemben, és lehetőleg teret tudjon engedni az újabb reklámozási technikáknak is (pl. osztott képernyő, interaktív reklám). Ennek megfelelően a televíziós reklámnak és a televíziós vásárlásnak:

*„azonnal felismerhetőnek és a szerkesztői tartalomtól megkülönböztethetőnek kell lennie, és az új reklámtechnikák használatának sérelme nélkül a műsorszám többi részétől képi és/vagy hang és/vagy térbeli eszközökkel kellően elhatárolva kell megjelennie.”*⁷⁶

Szigorúbb megközelítésben az elkülönítési elve klasszikus értelemben ma már nem létezik, de fogalmazhatunk úgy is, hogy tekintettel az új technikai platformokon való megjelenésre, valamint a klasszikus televíziós reklám szabályaival szemben a reklám és médiaszektor részéről kialakult módosítási igényekre, tartalma jelentősen átalakult. Az elkülönítési elv újraértelmezésével az eddigi térben és időben történő elkülönítéshez képest a televíziós reklám három ismervét ragadhatjuk ki: *azonnal felismerhetőség, megkülönböztethetőség és kellő elhatároltság*. Az elhatárolás képi és/vagy hang és/vagy – a helyes fordítás szerint – térbeli eszközökkel történhet.⁷⁷

B) Műsorszerkezeti kérdések

a) A reklámidő mennyiségi korlátozása

Az Irányelv nem növeli a reklámra fordítható műsoridő hosszát. A televíziós reklámbejátszásokra és a televíziós vásárlási bejátszásokra vonatkozó eddigi, napi szabályozás helyett a minden műsoridőben kötelezően alkalmazandó *óránkénti 20 %-os* korlátozás kerül bevezetésre. *Nem tartoznak bele az óránként 12 perc reklámidőbe* a műsorszolgáltató által saját műsorszámairól vagy a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó termékekről (merchandising) szóló hirdetések, a támogatói közleményekre vonatkozó hirdetések és a termékmegjelenítések.

⁷⁴ Irányelv 1. cikk (1) pontja

⁷⁵ Irányelv (57) preambulum

⁷⁶ Irányelv 10. cikk (1) bekezdés

⁷⁷ Irányelv 10. cikk (1) bekezdése alapján az elhatárolás lehetséges módjai: képi eszközzel, hangeszközzel, térbeli eszközzel, képi és hangeszközökkel, képi és térbeli eszközökkel, hang- és térbeli eszközökkel, képi, hang és térbeli eszközökkel.

b) A műsorok megszakítása

A reklám nem bonthatja meg indokolatlanul a műsorszámok egységét. Főszabály szerint a tagállamok biztosítják, hogy a műsorszámba beiktatott televíziós reklám vagy televíziós vásárlás – figyelembe véve a műsorszámokban a természetes szüneteket, a műsor időtartamát és természetét – ne sértse a műsorszám egységét, valamint a jogosultak jogait. Az európai televíziózás, illetőleg a gyermekek védelme érdekében, továbbá egyes műsorkategóriák esetében (pl. vallási műsorok) a reklámot lehetőleg a műsorszámok között kell elhelyezni. Egyebekben a vallási szertartások nem szakíthatók meg televíziós reklámmal vagy televíziós vásárlással. A gyermekműsorok közvetítése reklámmal és/vagy televíziós vásárlással minden egyes, műsorrend szerinti, legalább harminc perc hosszúságú időszakban egyszer szakítható meg, feltéve, hogy a műsorszám műsorrend szerinti időtartama a harminc percet meghaladja. Végül legalább harminc perc hosszúságú időszakban egyszer szakítható meg a televíziós célra készült filmek (a fikciós és nemfikciós sorozatok, valamint a dokumentumműsorok kivételével), a filmszínházban történő bemutatásra szánt filmalkotások és a hírműsorok közvetítése.⁷⁸

Javaslat

1. A reklámfogalom módosítása az értelmező rendelkezésekben:

Olyan kereskedelmi közlemény, amely ellenérték vagy ellenszolgáltatás fejében, illetve önreklámozás céljából megnevezett vagy ábrázolt áru (beleértve az ingatlant is), szolgáltatás, jog és kötelezettség értékesítését vagy más módon történő igénybevételét, illetve a reklámozó vállalkozás vagy a műsorszolgáltató által kívánt más hatás elérését segíti elő. Reklám az önreklámozás céljára felhasznált műsoridő a 28/A. pontban meghatározott műsorelőzetes kivételével.

2. A korábbiakban a kereskedelmi közlemények általános szabályai között kifejtettük, hogy a minden kereskedelmi kommunikációt érintő egyes elvek kiemelése és általánossá tétele indokolt. Ezek a következők voltak:

- a 10. §(5) szerint *burkolt, illetve tudatosan nem észlelhető reklám nem közölhető,*
- ugyanezen paragrafus (8) bekezdése szerint *a reklám nem ösztönözhet az egészségre, a biztonságra és a környezetre ártalmas magatartásra.*

A műsorszolgáltatási reklámszabályok számozása ezt követően az alábbiak szerint alakulna:

10. §

(1) A reklám tényállításaiért – a tudatos félrevezetés kivételével – a műsorszolgáltató e törvény szerint felelősséggel nem tartozik.

(2) Lelkiismereti, illetőleg világnézeti meggyőződés reklám útján a műsorszolgáltatásban nem terjeszthető.

(3) Nemzeti ünnepek eseményeiről, vallási és egyházi szertartásokról készített műsorszámok közlését közvetlenül megelőzően és azt közvetlenül követően reklám nem közölhető.

(4) A műsorszolgáltató híreket közlő és időszerű politikai tájékoztató műsorszámokban rendszeresen szereplő belső és külső munkatársai sem képen, sem hangban nem jelenhetnek meg reklámban és politikai hirdetésben.

⁷⁸ Irányelv 11. cikk (1)-(2) bekezdés

- (5) *A reklám tényállításainak valósnak és tisztességesnek kell lenniük.*
(6) *Nem tehető közzé vallási vagy politikai meggyőződést sértő reklám.*

3. A médiatörvény a továbbiakban a választási reklámra, a közérdekű közleményre, a jótékonyági felhívásra, a politikai hirdetésre vonatkozóan ad rendelkezéseket. Mivel ezeket az Irányelv nem vonja szabályozási tárgy alá, változatlanul maradhatnak.(11.§-12.§-ok.)

4. Az első ponthoz hasonlóan, mivel a speciális reklámkorlátok köréből az implementálási kötelezettség miatt egyes tételek a kereskedelmi közlemények teljes egészére értelmezendők, azok kiemelését követően a megmaradt egyedi szabályokat itt kell továbbra is rögzíteni. A módosítás az alábbi pontokat a következők szerint érintené:

A 13. §

- (1) *Nem szabad közzétenni fegyvert, lőszert, robbanóanyagot, gyógyászati eljárást népszerűsítő, ismertető reklámot.*
(2) *Az alkoholtartalmú italok reklámját,*
a) *Nem ábrázolhat alkoholt fogyasztó kiskorút,*
b) *Nem ábrázolhatja a túlzott alkoholfogyasztást pozitív, az alkoholfogyasztástól való tartózkodást negatív megvilágításban.*

5. A **kiskorúak védelme** tekintetében is a fenti módszer kerülhetne alkalmazásra: mivel egyes tételek kiemelésre kerültek, így az alábbi megoldás maradna a műsorszolgáltatásra nézve:

14. §

- (1) *A reklám a játék tényleges természetét és lehetőségeit illetően nem lehet félrevezető.*
(2) *A reklám nem buzdíthat erőszakra.*
(3) *Televíziós vásárlás nem szólíthatja fel a kiskorúakat áruk beszerzésére (vásárlására, bérletére) vagy szolgáltatások igénybevételére.*

(A megmaradt egyedi korlátok és tilalmak többségét, ugyan nem az implementálás céljából, de indokolt lenne a kereskedelmi közlemények teljes körére kiterjeszteni.)

6. Az elkülönítés elve

Mivel az Irányelv a reklám elkülönítésére vonatkozóan új szabályokat rendel, így a 15.§ ből a reklámot ki kellene emelni a közérdekű közlemény, jótékonyági felhívás, politikai hirdetés mellől, és az új szabályokat erre külön kellene alkalmazni. (A megmaradó szabályozás az előbbieket tekintetében átgondolandó.)

A jelenlegi

15. §

- (1) *Reklámot...*
a) *e jellegének a közzétételt közvetlenül megelőző és azt követő megnevezéssel, továbbá*
b) *egyéb műsorszámoktól jól felismerhetően, optikai és akusztikus, rádió esetében akusztikus módon elkülönítve, alapvetően blokkokban kell közzétenni.*

Ehelyett a 15 §(1) bekezdést az **újraértelmezett elkülönítési elv** szerint szükséges meghatározni:

15.§ (1)

- a) *A reklámnak és a televíziós vásárlásnak azonnal felismerhetőnek és a szerkesztői tartalomtól megkülönböztethetőnek kell lennie.*
- b) *A reklámnak és a televíziós vásárlásnak a műsorszám többi részétől képi és/vagy hangszerekkel és/vagy térbeli eszközökkel kellően elhatárolva kell megjelennie.*
 - (2) *A műsorszámba beiktatott reklám vagy televíziós vásárlás – figyelembe véve a műsorszámban a természetes szüneteket, a műsor időtartamát és természetét – nem sértheti a műsorszám egységét, valamint a jogosultak jogait.*
 - (3) *Elkülönített reklám- és televíziós vásárlási bejátszások – ide nem értve a sportesemények közvetítésében megjelenőket – kivételesen alkalmazhatók.*

7. A reklámidő új szabályai

A 16.§-ba a jelenlegi napi műsoridőhöz viszonyított bejátszási idő helyett az egész órától egész óráig tartó 20 %-os, (vagyis a 12 perces) reklámidőt kell beépíteni:

16§

- (1) *A televíziós reklámbejátszások és a televíziós vásárlási bejátszások aránya egész órától egész óráig tartó időtartamon belül nem haladhatja meg a 20 %-ot.*
- (2) *Az (1) bekezdés nem alkalmazandó a műsorszolgáltató által saját műsorszámairól vagy a közvetlenül ezekből a műsorszámokból származó termékekről szóló hirdetésekre, a támogatói közleményekre vonatkozó hirdetésekre és a termékmegjelenítésre.*
- (3) *A televíziós vásárlási műsorablakok száma nem haladhatja meg a napi nyolcat. Teljes időtartamuk nem haladhatja meg a két órát.*
- (4) *A televíziós vásárlási műsorablakok e minőségét képi és hangszerek segítségével egyértelműen jelezni kell.*
- (5) *A nem nyereségérdekelte műsorszolgáltató óránként három perc reklámot sugározhat.*

8. A műsorok megszakíthatósága

A 17. §-ba a műsorok megszakíthatóságának új szabályait indokolt megfelelően beépíteni. A szabályozás az alábbiak szerint lenne megfeleltethető:

17. §

- (1) *Nem lehet reklámmal megszakítani vagy megrövidíteni azt a műsorszámot, amely*
 - b) *nemzeti ünnepek eseményeiről tudósít, vagy*
 - c) *vallási, illetve egyházi tartalmú,*
 - d) *dokumentumfilm, és gyermekműsorok közvetítés, e ha időtartama nem haladja meg a harminc percet.*
- (2) *minden egyes, műsorrend szerinti, legalább harminc perc hosszúságú időszakban egyszer szakítható meg reklámmal és/vagy televíziós vásárlással,*
 - a) *A televíziós célra készült filmek (a fikciós és nem-fikciós sorozatok valamint a dokumentumműsorok kivételével),*
 - b) *a filmszínházban történő bemutatásra szánt filmalkotások,*
 - c) *hírműsorok közvetítése.*
 - d) *A gyermekműsorok közvetítése, feltéve, hogy a műsorszám műsorrend szerinti időtartama a harminc percet meghaladja.*

Zárszó

Az új technológiák megjelenése és gyors terjedése eredményeként egy tágabb szolgáltatói platform alakult ki, amelyet mára (audiovizuális) médiaszolgáltatások elnevezéssel jelölnek. A technika fejlődésével párhuzamosan több olyan hagyományos terület is megváltozott, melyek a hazai szabályozás újragondolását is szükségessé teszik. (Pl. a közszolgáltatásig tartalmi változásai, a médiaszabályozás vetületei, a reklámkerülés problémája, új reklámtechnikák megjelenése, termékelhelyezés engedélyezésének kérdése).

Mivel a korábbi közösségi és hazai szabályozás alapjaiban vált meghaladottá, egyre határozottabban nyert kifejezést a média újraszabályozásának igénye. Ennek a közösségi jog a 2007/65EK irányelv elfogadásával tett eleget. Ugyan a közösségi médiaszabályozást már új alapokra helyezték, a hazai jogalkotás – más tagállamokhoz hasonlóan – még mindezidáig nem implementálta az új, rugalmasabb és modernebb közösségi normákat.

A tanulmány kísérletet tett azoknak a területeknek a feltérképezésére, melyeket az Irányelv átültetése során a hazai jogalkotók nem hagyhatnak figyelmen kívül. Ha az Irányelv implementálása során a minimum-módosítás igényével lépünk fel, akkor az alapvetően csak a médiatörvény első és második fejezetében található általános elveket és szabályokat érinti. A konkrét területek normatív rendelkezései – mint például a hatálysabályok, a kereskedelmi közlemény új rendelkezéseinek harmonizálása – mellett az Irányelvnek a médiaszolgáltatások egészére és a reklámszabályozásban is alkalmazott differenciált, többszintű szabályozási technikájára is figyelemmel kell lenni. Ennek érdekében az érintett fejezetek új tagolását célszerű bevezetni. A tanulmányban felvázoltunk egy lehetséges új strukturális megoldást, és az implementálással érintett kérdéseket kifejezetten indokoltan láttuk, az Irányelv normatív elvárásainak megfelelően „*de lege ferenda*” javaslatokkal is éltünk.

A médiatörvény további fejezeteit illetően direkt módon az Irányelv rendelkezései nem „avatkoznak be”, ellenben a törvény harmonikus fogalomhasználata érdekében e fejezeteknek a megváltozott és új definícióknak megfelelő átdolgozása mindenképpen javasolt.