

**Készült az ORTT
Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézete
megbízásából**



**Elemzés a médiaszabályozó hatóságok munkájáról,
valamint a nemzetközi audiovizuális szabályozás irányairól
2008. augusztus**

Készítette:

Dr. Nyakas Levente

**Elemzés a médiaszabályozó hatóságok munkájáról, valamint
a nemzetközi audiovizuális szabályozás irányairól
(2008. augusztus)**

készítette:

Dr. Nyakas Levente

A kiskorúak védelme

1. A kiskorúak védelme a televíziós műsorokban – az ausztrál szabályozás felülvizsgálata

Az Ausztrál Kommunikációs és Média Hatóság (ACMA) 2008. augusztus 27-én közzétette a Gyermeknek szóló televízióműsorok 2008-ra vonatkozó szabálytervezetét¹ (CTS) azzal a céllal, hogy az iparág kommentálhassa azt. „Az ACMA szabálytervezete a témában adott kutatási megbízást, a kapott adatok áttekintését és elemzését, részletes gazdasági modellek összeállítását és a nyilvánosság részéről érkezett észrevételek mérlegelését követően született” – mondta el Chris Chapman, az ACMA elnöke.

„A szabálytervezetet úgy alakítottuk ki, hogy biztosítsuk: az ausztrál gyermekek továbbra is nézhessék az ingyenesen fogható televíziós műsorokat, ugyanakkor védve legyenek a számukra ártalmas tartalmakkal szemben. Ez egy különösen fontos, és elsőbbséget élvező téma, éppen ezért minél nagyobb számban várjuk az érintettek észrevételeit”.

Ausztrália egyedülállónak számít a tekintetben, hogy kötelező jelleggel ír elő gyermekműsorok bemutatására vonatkozó kvótákat az ingyenesen fogható televíziós csatornákon. A jelenlegi szabályok egy sor, a gyermekeknek szóló reklámokra vonatkozó korlátozást is tartalmaznak, amelybe beletartozik hirdetések műsorra tűzésének teljes tilalma az iskolás kor előtti gyermekeknek szóló műsorokban ('P' műsorok).

Az ausztrál kommunikációs hatóság igen elkötelezett a kiskorúak védelmének területén, erre láthatunk példát a múlt havi elemzésünkben, amelyben azt mutattuk be, hogy hogyan váltak az audiovizuális szabályozás részévé az információs társadalmi szolgáltatások és a mobiltelefonon nyújtott szolgáltatások e területen. Akkor láthatuk, hogy a szabályozó társszabályozási formát választott. Most arra láthatunk példát, hogy a hagyományos, nem előfizetéses televíziózás területén milyen elgondolások mentén, milyen változtatásokra tesz javaslatot. Megjegyezzük, hogy jelen elemzésünkben alább szintén foglalkozunk a mobiltelefonon nyújtott tartalomszolgáltatásokkal, csak éppen egy európai példán keresztül, ahol is a brit önszabályozás eddigi tapasztalatait mutatjuk be.

Az ACMA a CTS **felülvizsgálatával** a televíziós szabályok hatékonyságának és fontosságának folytonosságát kívánja biztosítani. Ez nem példanélküli, sőt, egyre inkább alapvető követelménnyé válik a szabályok periodikus felülvizsgálata az audiovizuális szabályozás területén, hiszen igen gyorsan változó területről van szó. Történetileg az mondható el, hogy a CTS-t először az Ausztrál Műsorsugárzási Hivatal² állította össze 1990-ben, majd azokat utoljára az ausztrál Műsorsugárzási Hatóság³ módosította 2005-ben. Az

¹ Children's Television Standards 2008

² Australian Broadcasting Tribunal

³ Australian Broadcasting Authority

ACMA jelenlegi felülvizsgálata kitért arra is többek között, hogy vajon a jelenlegi CTS megfelel-e annak célkitűzésnek, amely magas minőségű ingyenesen fogható gyermekműsor sugárzását várja el a kereskedelmi televízióktól.

Az ausztrál szabályozásban is tetten érhető az a **kettősség**, melyet a Gyermek jogairól szóló New Yorkban, 1989. november 20-án kelt egyezmény⁴ (NYE) is rögzít: a kiskorúak védelme mellett a megfelelő tartalmakhoz való hozzáférés jogát. Az NYE ugyanis a gyermekek tájékozódáshoz (17. cikk) való jogához kapcsolatosan ismeri el egyrészt a tömegtájékoztatási eszközök jelentőségét, másrészt ebből következően az egyezményben részes államok kötelezettségeként fogalmazza meg, hogy biztosítsák a gyermekek részére az olyan anyagokat és tájékoztatást, amelyek szociális, szellemi és erkölcsi jóléte előmozdítását, valamint fizikai és szellemi egészségét szolgálják. Utóbbi rendelkezés egyrészt magában foglalja a kifejezetten gyermekeknek szánt anyagokhoz való hozzáférést, másrészt „a gyermek jólétére ártalmas információk és anyagok” elleni védelem biztosítását (17. cikk e) pont), melyben pedig a káros tartalmakkal szembeni védelem biztosításának állami kötelezettségére ismerhetünk. Az ausztrál szabályozás így a gyermekműsorok sugárzására, s a megfelelő védelmi biztosítékokra vonatkozik az ingyenesen fogható kereskedelmi televíziók által a gyermekműsorok sugárzására kijelölt műsorsávokban.

Az említett **pozitív állami kötelezettséget** az ausztrál szabályozás úgy oldja meg, hogy valamennyi kereskedelmi televíziós engedély birtokosának 260 órányi gyermek- (C) és 130 órányi iskoláskor előtti gyerekeknek szóló **műsort** (P) kell sugározniuk évente. A C jelzésű anyagok felének (130 óra) első ízben sugárzott ausztrál tartalomnak, míg valamennyi P jelű anyagnak ausztrálnak kell lennie. Az ausztrál tartalomra vonatkozó szabályokkal összefüggésben a CTS előírja a minimálisan sugárzendő ausztrál drámaműsorok óraszámát is a C jelű anyagokra vonatkozó kvótán belül. Az engedélybirtokosoknak legalább 96 órányi első ízben sugárzott ausztrál C drámaműsort kell sugározniuk egy három éves időszak során, évente minimum 25 órányi anyaggal. A szabályok továbbá előírják az ausztrál drámaműsorok évente legalább 8 órányi ismétlését is. Ezekből a kvótaszabályokból nem csak az derül ki, hogy életkor szerint differenciáltan kell megfelelő műsorokat közzétenni a kereskedelmi televízióknak, hanem egyben támogatni kell az ausztrál filmipart is megrendeléseiken keresztül. Mint arra korábban felhívtuk többször is a figyelmet, az ausztrál audiovizuális szabályozás számtalan európai jegyet mutat, mint ahogy ebben az esetben is így van, elég a közösségi szabályozás protekcionista kvótaszabályaira gondolnunk.

Visszatérve a felülvizgálatra, a felülvizsgálat több célú volt. Általános cél, hogy a jelenlegi szabályokat áttekintésével javaslatokat fogalmazzon meg az ACMA azok **hatékonyságára** és **alkalmasságára** vonatkozóan, beleértve azt is, hogy a mostani szabályok mennyiben érik el céljukat. Az ACMA-nak mérlegelnie, hogy a jelenlegi kvótaszintek (beleértve az ausztrál drámaműsorok **kvóta**it is), időszávok és a P és C típusú műsorok sugárzásának ideje hatékonyak és megfelelőek maradnak-e a gyermekek mostani médiaszokásait figyelembe véve is. A kiskorúak védelmén belül továbbá a **reklámok** tartalmára, időzítésére és mennyiségére vonatkozó jelenlegi korlátozások helyénvalóságát, valamint azok hatékonyságát is vizsgálnia kellett a hatóságnak.

Az áttekintés részét képezte egy átfogó kutatás is, amely magában foglalta a rendelkezésre álló irodalom áttekintését, gazdasági modellek elemzését, valamint az iparággal és a társadalom egyes tagjaival folytatott konzultációkat is. A felülvizsgálat alapját képező öt

⁴ Ausztrália 1990. augusztus 22-én írta alá.

tanulmány igen alapos előkészítést feltételez, a tanulmányok egyrészt médiaszociológiai, másrészt gazdasági jellegűek voltak. Így az egyik az ausztrál családok médiafogyasztására⁵ koncentrált, a kutatás a média és kommunikáció gyermekekre gyakorolt hatása mellett, a rendelkezésre álló irodalmat is áttekintette. Egy tanulmány vizsgálta a reklámok gyermekekre gyakorolt hatását.⁶ A független irodalmi áttekintés egy sor kérdést vizsgált, így többek között a gyermekeknek szóló televíziós reklámok, illetve a gyermekek étel- és ital preferenciái közötti összefüggést is. Egy további, az ACMA által megrendelt kvalitatív kutatás⁷ a gyermekeknek szóló ausztrál készítésű műsorok finanszírozási struktúráját helyezte a középpontba. A kutatás során a gyártókat, a finanszírozási testületek képviselőit és a hálózatok vezetőit kérdezték meg arról, mik a gyermekeknek szóló televízióműsorok legfontosabb kérdései. E mellett az ACMA maga is végzett két kutatást, az egyik esetben 2001-es, 2005-ös és 2006-os nézettségi adatokat elemzett,⁸ melyben a gyermekek televíziónézési szokásaiba nyújtott betekintést (mikor és milyen típusú műsorokat néznek). Az ACMA másik alapozó kutatása⁹ egy gazdasági modellezésen keresztül vizsgálja meg az étel- és italreklámok különböző korlátozásának várható hatását. Az ACMA 2007 júniusában kezdte meg a szabályok felülvizsgálatát, az új szabályzat várhatóan 2009 elejére készül el a kutatások eredményeképpen.

Az ACMA a jelenlegi (ld. fent) kvóták fenntartását javasolja, hogy biztosítva legyen a magas minőséget képviselő gyermekműsorok sugárzása az ingyenesen fogható televíziós csatornákon. A szabálytervezet ugyanakkor nagyobb **rugalmasságot** javasol a műsorszolgáltatók számára arra, hogy műsorblokkokon keresztül ún. nézettségi „célokot” (*viewing destinations*) hozzanak létre a gyermekműsorok esetében. Ez lehetőséget adna a kereskedelmi engedélybirtokosainak arra, hogy valamennyi 'C' jelű műsort egy minimum 60 perces periódus alatt adjanak le, legalább heti két napon keresztül.

Ami a reklámokat illeti, az ACMA a gyermekeknek szóló **reklámokra** vonatkozó egyes rendelkezések megszigorítását javasolja. A javaslatok tovább korlátoznák a sorozat-szereplők, népszerű személyek és hírességek termékek népszerűsítése céljából való szerepeltetését a 'C' és 'P' jelű műsorsávok előtt, alatt és után. Az ACMA tisztázná továbbá a prémium-ajánlatokra vonatkozó szabályokat is – ilyenek pl. az ételek és italok megvásárlása esetén kínált játékok. Az egyik javaslat azt a piaci gyakorlatot próbálja korlátozni, hogy olyan valódi vagy fikciós személyeket, akik iránt a gyermekek bizalmat táplálnak, használjanak fel termékek népszerűsítésében, mivel ez visszaélés bizalmukkal. Ezt a tényt támasztották alá az ACMA kutatásának eredményei, amelyek szerint a hirdetésekben bemutatott, gyermekműsorokból **ismert szereplők nagy hatással vannak a gyermekekre**, így a gyermekműsorok számára kijelölt műsorsávokra vonatkozó további szigorítások indokoltak. A másik esetben is előfordulhat ilyen gyakorlat, hiszen legtöbbször ismert fikciós alakot kapcsolnak a forgalmazók gyorséttermi ételekhez, de ettől függetlenül is az ajándék ténye magában vonzó egy gyermek számára. Az ACMA ebben a tekintetben osztotta a nyilvánosság véleményét, hogy a jelenlegi, prémium-ajánlatokra vonatkozó előírások igen kétértelműek és nem biztosítják megfelelőképpen azt, hogy a gyermekeket ne befolyásolják a szükségesnél jobban a hirdetésekben szereplő prémium-ajánlatok. Az ACMA ezért mérlegeli, hogy helyénvaló lenne-e tovább szigorítani a rendelkezéseket a vonatkozó követelmények tisztázásán keresztül.

⁵ Media and Communications in Australian Families 2007

⁶ Television Advertising to Children

⁷ Children's Television Production Project

⁸ Children's Viewing Patterns on Commercial, Free-to-air and Subscription Television

⁹ Economic Impact of Restrictions on Television Food and Beverage Advertising Directed at Children

A reklámozás terén belül külön problémacsoportot képeznek a különleges érzelmi reakciókat kiváltó **étel- és italreklámok**, illetve ezeknek a gyermekek **elhízására** gyakorolt potenciális hatása, és annak vizsgálata. Jelen szakaszban azonban az ACMA nem javasolja általános korlátozások bevezetését a gyermekeknek szóló étel-, italreklámok esetében. Ez a problémakör Európában is mind közösségi, mind pedig tagállami szinten igen nagy vihart kavart, mint erről korábbi elemzéseinkben is beszéltünk. Az ausztrál hatóság lényegében arra a következtetésre jutott, mint brit kollégáik. Az ACMA elnöke, Chris Chapman ezzel kapcsolatban a következőképpen fogalmazott „Az ACMA nem egy egészségügyi tanácsadással foglalkozó testület. Éppen ezért annak meghatározására, hogy vajon az étel- és italreklámok teljes betiltása hatással lenne-e a gyermekkori elhízásra, és ha igen, milyen lenne ez a hatás [...] A gyermekkori elhízás nagyon összetett kérdés, és a vizsgálat úgy találta, hogy nincs elegendő összefüggés az ilyen típusú reklámok teljes tilalma és az elhízás szintjének mérséklődése között.” Chapman nagyon pontosan fogalmazott, amikor azzal érvelt, hogy „[] a kutatás bebizonyította, hogy van összefüggés az étel- és italreklámok, és a gyermekek preferenciái és választása között. A kutatás továbbá összefüggést mutat a televíziózás (tehát nem kifejezetten a televíziós reklámok) és a gyermekkori elhízás között. Ugyanakkor a jelenlegi kutatási eredmények nem mutatnak egyértelmű ok-okozati összefüggést e tényezők bármelyike és az elhízás között – valójában csupán halvány összefüggés fedezhető fel.”

A kutatásból a szabályozásra vonatkozóan levont konzekvencia így az lett, hogy kétségbe vonta a szabályozást (reklámtilalmak felállítását) mint az azzal elérendő célhoz (gyermekkori elhízás csökkentése) megfelelő eszközt. Chapman kifejtette: „az ételek és italok reklámozásának korlátozása (különösen úgy, hogy nem áll rendelkezésre olyan eszköz, amely kimutatná ezek közül a magas zsír-, só-, vagy cukortartalmú termékeket¹⁰) nagyon durva szabályozói beavatkozásnak minősülne, amelynek jelentős költséghatása lenne a televíziós szektorra, ugyanakkor előnyei bizonytalanok lennének a társadalom számára. Az ilyen jellegű korlátozások továbbá gátolnák az egészséges ételek és italok reklámozását is.” Mindemellett az ACMA nem zárta ki, hogy fontolóra vegye álláspontjának felülvizsgálatát, amennyiben bizonyítottan szorosabb összefüggés lesz kimutatható a hirdetések és az elhízás között, illetve ha bizonyítható lesz, hogy az ilyen jellegű termékek reklámozásának korlátozása előnyökkel jár, valamint ha sikeresen bevezetik Ausztráliában az ételazonosítási szabályokat. Ha a párhuzamokat nézzük, akkor azt láthatjuk az EU-ban, hogy az új AMSZ irányelv rendelkezés 3e. cikk (2) bekezdése reagált a problémára, de úgy, hogy inkább az önszabályozás felé tereli a kérdés megoldását, mintsem kötelező szabályozást írjon elő a tagállamoknak. Nagy-Britanniában egy hosszú (2004-2007) elemző folyamatot követően kerülhetett csak a HFSS termékek bemutatása szabályozásra.¹¹

„Az iparágnak fel kellene ismernie, hogy jelentős aggályok merülnek fel ezzel kapcsolatosan a társadalom résztvevőiben, és ennek tudatában foglalkozna a témával anélkül, hogy további szabályozást kellene bevezetni e téren” – tette hozzá Chapman.

¹⁰ HFSS: magas zsír, só és cukortartalmú ételek és italok (foods and drinks that are high in fat, salt or sugar).

¹¹ Elemzés (2004. július-augusztus) 15-16.o., Elemzés (2006. március), végső döntés 2007. február 22.

Television Advertising of Food and Drink Products to Children, Final statement

2. A kiskorúak védelme a mobiltelefonon nyújtott szolgáltatásokkal szemben – a brit önszabályozói kódex felülvizsgálata

Az Ofcom 2008. augusztus 11-én ajánlásokat tett közzé a Mobil Szélessávú Csoport (Mobile Broadband Group – MBG) számára, hogy az mérlegelje azokat, amikor felülvizsgálja az Egyesült Királyság új típusú mobiltartalmak önszabályozására vonatkozó gyakorlati kódexét¹² (Kódex). A Kódexet az MBG 2004-ben tette közzé annak érdekében, hogy a mobiltelefonokon korlátozza a felnőtt-tartalmakhoz való hozzáférést minden olyan felhasználó számára, aki nem tudja igazolni, hogy elmúlt 18 éves. A Kódex a közvetlenül a mobilszolgáltató által biztosított tartalmakra, egy harmadik fél által biztosított kereskedelmi tartalomra, illetve az interneten hozzáférhető tartalomra vonatkozik. Az iparág azóta nagy összegű befektetéseket fordított az említett kezdeményezésre.

A „The Children’s Charities’ Coalition for Internet Safety” (CHIS) nevű szervezet és a Belügyminisztérium független felülvizsgálatra irányuló kérésére reagálva az Ofcom megállapította, hogy a Kódex összességében hatékonyan korlátozza a fiatalok hozzáférést a számukra káros tartalmakhoz és jó példa az iparági önszabályozásra.

Az Ofcom ezenkívül ajánlásokat¹³ (Felülvizsgálati dokumentum) is megfogalmazott az MBG számára, amelyeket az a felülvizsgálat során vehet figyelembe.

Mobilkészülékeken nyújtott szolgáltatások mint speciális problémák

A kiskorúak védelmének területén a kialakuló új kommunikációs környezetben külön problémaként jelentkeztek a mobiltelefonon nyújtott szolgáltatások. A mobilkészüléken nyújtott szolgáltatásoknak az eltérő megítélése alapvetően az eszköz sajátosságaiból fakad, illetve abból a tényből, hogy ez a kommunikációs eszköz az egyik legelterjedtebb a gyermekek és fiatalok körében. Németországban például 2005-ben a 12-19 évesek csoportján belül 92%, míg 6-13 éves korcsoporton belül 47% rendelkezett saját mobiltelefonnal. Az adatot az Európai Bizottságnak a mobilszolgáltatásokkal kapcsolatban a gyermekek biztonságát vizsgáló 2006-os konzultációs dokumentuma¹⁴ (Mobil dokumentum) idézi egy német felmérésből.

A Mobil dokumentum az eszköz legdöntőbb sajátosságaként annak személyes/magán természetét emeli ki. Kétségtelen, hogy a mobil használata jelentős mértékben eltér más kommunikációs eszközökétől, így például a televíziótól vagy a számítógéptől. Személyessége – összevetve az említett eszközökkel – talán leginkább a mobilitásából fakad, hiszen mindig tulajdonosával van, annak nem kell osztoznia másokkal használatán, személyre szabható eszköz és bárhol lehetővé teszi a kommunikációt, szemben a helyhez kötött eszközökkel. A kiskorúak védelme szempontjából ez a sajátosság, azaz a mobil-eszköz személyes jellege

¹² UK Code of practice for the self-regulation of new forms of content on mobiles, 19th January 2004

¹³ UK code of practice for the self-regulation of new forms of content on mobiles – Review Document, 11 August 2008

¹⁴ Consultation Paper - Child safety and Mobile phone services, European Commission, 2006, forrás: http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/public_consultation/public_consultation_mob/index_en.htm

okozza a legnagyobb problémát, hiszen éppen - véleményünk szerint - a kiskorúak védelmén belül legfontosabbnak tartott és egyben „leggyengébb láncszem”-nek tekinthető szülői/nevelői felügyelet esik ki a háromszintű védelmi rendszerből (állam, iparág, felügyeletet gyakorló személy), mely valamelyest adott a televízió vagy az otthoni vagy éppen iskolai személyi számítógép esetében.

Ezt az aggodalmat tények is alátámasztják. A Mobil dokumentum egy 7-15 évesek körében készített finn felmérés adatait hozza példaként, mely szerint a finn gyermekek 20%-a állította azt, hogy szüleikkel sohasem beszélnek mobiltelefon-használatukról, míg 30%-uk válaszolta azt, hogy szüleik egyáltalán nem ismerik mobiltelefonálási szokásaikat, vagy legalábbis nem biztosak afelől, hogy szüleiknek egyáltalán van-e ismeretük e tekintetben. A szülői felügyelet hiányának kockázatát tovább növelik a kártyás (*pre-pay phone*) szolgáltatások, melyek igen nagy százalékát teszik ki a mobiltelefonos piacnak. Mivel a kártyás megoldásoknál előre fizetett szolgáltatást jelentenek, ezért a szülő számára még számlázási adat sem áll rendelkezésére, hogy egyáltalán valamilyen információja legyen gyermeke fogyasztási szokásairól. Mindehhez járul egy további tényező is, mely jelentősen növeli az illegális és ártalmas tartalmakkal való találkozás kockázatát. Nevezetesen, hogy a mobiltelefon mára multimédiás eszközzé, sőt az eszközök szintjén végbement konvergencia archetípusává vált. A gyermekek és fiatalok így nemcsak a hagyományos mobilszolgáltatásokat (telefonálás, SMS-küldés), hanem valamennyi más kommunikációs eszközökről ismert szolgáltatást is igénybe tudnak venni egy helyen, természetesen kifejezetten erre az eszközre optimalizált formájában. Gondolunk itt az e-mail és MMS küldésre, a chatelésre, az internetes letöltésre, a kisképméretű mobiltelevíziózásra (DVB-H), a zene- és rádióhallgatásra, a fényképezésre, videojátékokra. Az egy készülékbe integrált szolgáltatások tárháza megsokszorozza a különböző veszélyes tartalmakhoz való hozzáférés típusát és esélyét.

A kockázatok mértékéről és természetéről a Mobil dokumentum több európai felmérésből hoz példákat. Így rámutatott arra, hogy 8-16 éves korcsoportban 10 brit gyermekből 6 nyilatkozott úgy, hogy kéretlenül találkozott pornográf tartalommal. Spam formájában kéretlen pornográf tartalmaknak mobil eszközökön való megjelenésének esélye jelenleg kicsi a magas üzenetküldési költségek miatt, ugyanakkor a dokumentum figyelmeztet, hogy reális veszélyé válik a jövőben, mivel a mobil számlázási rendszert a mobil cégek átalakítják a sáv szélesség bővítéséhez igazítva. A kockázatok között kiemeltnek tekinti a kiskorúak pedofilokkal való kapcsolatteremtését, mivel a mobil chates szolgáltatások igen népszerűek a fiatalok körében, és kiszolgáltató a gyermek a szülői felügyelet hiányában. A Mobil dokumentum ezzel a veszéllyel kapcsolatban külön felhívja a figyelmet egy Japánban lejátszódott folyamatra. Ott a fiatalok többsége mobilon (azaz nem vezetékös hálózaton) keresztül kapcsolódik az internethez, és emellett igen jellemző az ún. randi oldalak (*dating sites*) robbanásszerű elterjedése, melyeket a leggyakrabban fiatal korosztályok használnak. Az oldalak használatából eredő veszélyeket, így az idegenekkel való találkozásban rejlő kockázatokat, ugyanakkor nem megfelelően mérik fel a kiskorúak.

A mobilon keresztül hozzáférhető tartalmakkal kapcsolatban az egyes szereplők **beavatkozási lehetősége**, felelősségének mértéke a szolgáltatás nyújtásának módjától függ. A mobilszolgáltatók és a velük szerződésben álló harmadik felek által generált kereskedelmi tartalmak esetében a mobilhálózat üzemeltetői vannak abban a helyzetben, hogy a kiskorúak hozzáféréseinek szülői felügyeletéhez megfelelő technikai segítséget nyújtsanak. Ebben az esetben a hálózatüzemeltetők saját tartalmaik tekintetében maguk dolgozhatnak ki minősítési rendszert, illetve ugyanezt megkövetelhetik más szolgáltatást nyújtóktól. A klasszifikációs rendszerek alkalmazása ugyanakkor már a szülők felelőssége. A mobilszolgáltatók rámutattak

arra, hogy a kereskedelmi tartalmak tekintetében a szülőnek két fő ellenőrzési lehetőségük van: milyen jellegű mobilszeköztt vásárolnak, illetve milyen mértékű fogyasztást engedélyeznek gyermekeiknek. Előbbi, azaz a fiatal felhasználók részére fejlesztett speciális mobiltelefon igazán nem működőképes a tinédzserek esetében, mivel ez a korosztály a felnőttekkel azonos készüléket szeretne. A Mobil dokumentum szerint így a fiatalabbak esetében lehet ez hatásos védekezési mód, ebből viszont az is következik, hogy ilyen esetben a célcsoportot pontosan meg kell határozni. Spanyolországban például egy speciális, 8-13 éves gyermekeket célzó mobilcsomagot dobtak a piacra, mely a nevezett korcsoport számára vonzó szolgáltatásokat (divatos készülék, oktató jellegű játékok, hívó fél fizet, helymeghatározáson alapuló szolgáltatások) tartalmaz, emellett megakadályozza a felnőtt tartalmakhoz való hozzáférést. A kártyás szolgáltatások esetében az ipar jelezte, hogy nehezebb az ellenőrzés, mint az előfizetői szerződéses megoldásnál, noha a drága felnőtt tartalmakhoz való hozzáférés kockázatát a kártyás szolgáltatás is csökkenti. Másik esetkör képez, amikor a mobilszolgáltató **internet** szolgáltatást (internet-hozzáférés) nyújtóként vesszük számításba. A hagyományos internetszolgáltatókkal összehasonlítva a mobil szolgáltatók a technikai tartalomszűrést (*filtering*) könnyebben és sokkal hatékonyabban tudják megvalósítani a hálózatra kapcsolódó mobiltelefon személyes jellege miatt, szemben a több személy által használt személyi számítógéppel, így alkalmazható az „opt in” módszer, mely a felhasználó előzetes engedélyéhez köti az adott tartalomhoz való hozzáférést. Az illegális tartalmak esetében ugyanúgy kötelesek eljárni, mint bármely más az általános szabályok szerint. A **felhasználó által generált** tartalmakat (*peer-to-peer*) a mobilhálózat-üzemeltetők nem tudják felügyelni, ezen a téren az oktatást és a tudatosság növelését látja a Mobil dokumentum a megfelelő megoldásnak.

A Kódex és felülvizsgálata

Nagy-Britanniában az iparág által kiadott, és a mostani felülvizsgálat tárgyát képező önszabályozó magatartási **Kódex** 2004 eleje óta van hatályban, és Nagy-Britannia valamennyi meghatározó mobilszolgáltatója támogatja azt. A Kódex a következő rendszert követi. A tartalomszolgáltatók – a mobilhálózat-üzemeltetőkkel kötött szerződés részeként – a kereskedelmi tartalmak minősítésére kötelezettséget vállalnak. Természetesen amennyiben a mobilszolgáltató tartalomszolgáltató is egyben, akkor rá is vonatkozik ez. A minősítés célja, hogy a felnőtt (18 éven felüli) tartalmakhoz a hozzáférést a kiskorúak számára megakadályozza. A rendszer egyik eleme a mobilhálózat-üzemeltetők által kijelölt független klasszifikációs testület¹⁵ (Klasszifikációs Testület), illetve az általa létrehozott minősítési keretszabályzat (Framework), amely alapján a szolgáltatók a tartalmakat be tudják sorolni, valamint ez a testület kezeli a nem megfelelő besorolásból eredő panaszokat, illetve rendezi ezeket a vitákat. A rendszer másik fontos eleme az életkor-azonosító rendszer, mely alapján megadható, avagy nem a felnőttként minősített tartalomhoz való hozzáférés. A mobilszolgáltatók által kifejlesztett rendszer fontos eleme a sárga és piros lapok rendszere, mely a fokozatos szankcióalkalmazást segíti elő. Az utóbbi rendszer lényege, hogy amennyiben a szerződéses partner első alkalommal a Kódexnek nem megfelelő tartalmat szolgáltat, akkor sárgalapos figyelmeztetést kap, és minden ezt követő sérelem esetén piros lapot, folyamatosan ismétlődő sérelem pedig a jövőbeni üzleti tevékenység megszüntetését vonja maga után, ami gyakorlatilag a brit mobilpiacból való kizárással ér fel. Ez a röviden felvázolt rendszer nem vonatkozik az interneten és wapon elérhető olyan tartalmakra, mely tartalmakhoz a mobilszolgáltató csupán a kapcsolódást biztosítja, azaz csupán technikai szolgáltatást végez.

¹⁵ Ez a Independent Mobile Classification Body (IMCB)

A Kódex **felülvizsgálata** alapvetően annak gyakorlati alkalmazásából származó tapasztalatok feltárására irányult. Ennek során jutott az Ofcom arra a megállapításra, hogy a Kódex nem kívánja meg a mobilüzemeltetők cégeitől, hogy **rögzítsék** azon számos ügyféli panaszt, melyek a káros tartalmak miatt érkeznek. Ennek a szabályozási hiánynak egyenes következménye, hogy nem lehet pontos képet kapni annak volumenéről, hogy a kiskorúak valójában hányszor találkoznak felnőtt tartalommal. Tulajdonképpen ennek oka, hogy a mobilszolgáltatók panaszkezelési rendszerén belül nincsenek elkülönítve a felnőtt tartalmakkal kapcsolatos panaszok, így nem is követhető ezen panaszok kezelése és esetleges megoldásuk sem. Mindemellett a Felülvizsgálati dokumentum megjegyzi, hogy a mobilhasználat személyhez tapadó mivoltából következik, hogy a kiskorúak nem szívesen fordulnak sem a felettük felügyeletet gyakorló személyhez, sem pedig a mobilcéghez felnőtt tartalommal való találkozáskor, így az értékeléskor helyén kell kezelni a mobilszolgáltatókhoz ilyen címen beérkező ilyen tárgyú panaszok számát.

A panaszok másik csoportja a nem megfelelően besorolt tartalmakkal kapcsolatosan érkezik egyrészt a fogyasztóktól, másrészt a tartalomszolgáltatóktól a mobilszolgáltatókhoz. A beérkezett panaszok kivizsgálására és a válaszadásra 28 napja van a szolgáltatóknak, amennyiben ezt nem, vagy nem kielégítően teszi meg, akkor lehet a panaszt továbbterjeszteni a Klasszifikációs Testülethez eljárásra és határozathozatalra. A tapasztalatok azt mutatják, hogy egyáltalán **nem érkezett** klasszifikációs panasz a fogyasztók részéről, míg a tartalomszolgáltatók részéről csak egy a Keretszabály felállítása óta (!)

A Kódex megkívánja továbbá a mobil internetes tartalmak szűrésére alkalmas eljárások alkalmazását. Az Ofcom felülvizsgálati dokumentuma megállapítja, hogy a mobilszolgáltatók meghatározó része olyan **internet-szűrő** alkalmazást használ, mely a kategorizált URL listázáson alapul.

Az Ofcom fenti megállapításaiból **következtetések** is megfogalmazódtak az eddigi gyakorlat tekintetében. Az Ofcom ajánlásainak többsége a mobilszolgáltatóknak szól. Ezek egy része a rendszer hatékony működésének **mérhetőségét** szolgálják. Így az a javaslat is, amely az internetes szűrés és a tartalmak feletti felügyelet hatékonyságának ismétlődő és független tesztelését ajánlja a szolgáltatóknak, illetve a teszt eredményeinek közzétételét a Klasszifikációs Testület honlapján. Ugyanebbe a körbe sorolható az az ajánlás, mely szabálysértésekről (sárga-/piros lapok rendszere) szóló adatokat osztaná meg a szolgáltatókkal és a Klasszifikációs Testülettel. Az ajánlások másik része az **informáltságot** célozza meg, amely alapfeltétele annak, hogy a Kódex által kialakított rendszer ténylegesen működhessen. Ilyen informáltságot szolgáló javaslat például, hogy a mobilszolgáltatóknak nagyobb erőfeszítést kell tenniük annak érdekében, hogy biztosítsák a kiskereskedőktől, az ügyfélszolgáltatóktól és a weboldalaktól kapott, a tartalmak kontrolljára vonatkozó információk érthetőek és mindenki számára hozzáférhetőek legyenek. Különösen fontos ez akkor, amikor az ilyen kontrollt biztosító eszközök véletlenül kikapcsolt állapotba kerülnek. Szintén ebbe a körbe tartozik az az Ofcom ajánlás, amely a mobilszolgáltatók weboldalán található tájékoztatások szembetűnőségét, könnyű hozzáférhetőségét és érthetőségét vizsgálná felül. Az előzőektől eltérő célból fontos az a javaslat, amely a mobilhasználók **életkor-azonosítására** irányul. A Felülvizsgálati dokumentum úgy látja, hogy erre egy megfelelő eljárást a készülékvásárláskor lehetne kialakítani. Az Ofcom ajánlásaiból az is kitűnik, hogy nem engedi, hogy a szolgáltatók elhárítsák teljes mértékben a felelősséget a felhasználó által **generált tartalmakkal** és a **közösségi oldalakkal** kapcsolatban. Így a Kódex felülvizsgálata során ezeken a területeken is meg kell vizsgálni a szolgáltatóknak a lehetséges lépéseket.

Ennek során figyelembe kell venni a brit Belügyminisztérium által kiadott közösségi oldalak és felhasználók interaktivitására alapozó szolgáltatások üzemeltetőinek szóló gyakorlati iránymutatást.¹⁶ A Klasszifikációs Testülettel szemben az Ofcom a nyilvánosság és átlátható működés biztosítása érdekében javasolja, hogy éves jelentését, valamint a testület üléseinek jegyzőkönyvét, napirendjét is tegye közzé.

¹⁶ Good practice guidance for the providers of social networking and other user interactive services
2008- 04 April 2008 forrás:
<http://police.homeoffice.gov.uk/publications/operational-policing/social-networkingguidance?view=Binary>