



NEMZETI MÉDIA- ÉS
HÍRKÖZLÉSI HATÓSÁG
M É D I A T A N Á C S

2012. évi piacfelügyeleti, általános hatósági felügyeleti és ellenőrzési terv

Budapest, 2011. december 1.

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS.....	3
PIACFELÜGYELETI TERV	4
A JELENTŐS BEFOLYÁSOLÓ ERŐVEL RENDELKEZŐ MÉDIASZOLGÁLTATÓK BŰNÜGYI TEMATIKÁJÚ BESZÁMOLÓINAK REGISZTRÁCIÓJA A HÍRMŰSOROKBAN	4
A GYERMEKEK ÉS KISKORÚAK VÉDELME: A KORHATÁR BESOROLÁS ELLENŐRZÉSE	6
A GYERMEKEK ÉS KISKORÚAK VÉDELMÉRE ALKALMAZOTT HATÉKONY MŰSZAKI MEGOLDÁS MEGLÉTÉNEK ELLENŐRZÉSE	7
A FÜGGETLEN MŰSORKÉSZÍTŐVEL KÉSZÍTETETT, ILLETVE BESZERZETT MŰVEKRE VONATKOZÓ ELŐÍRÁSOK BETARTÁSÁVAL KAPCSOLATOS VIZSGÁLAT	8
A TELEVÍZIÓS SOROZATOK KORHATÁRI PROBLÉMÁINAK ELEMZÉSE	8
A BETELEFONÁLÓS MŰSORSZÁMOK VIZSGÁLATA	9
ÁLTALÁNOS HATÓSÁGI FELÜGYELET.....	9
AZ ORSZÁGOS MÉDIASZOLGÁLTATÓK RENDSZERES FIGYELÉSE	9
A KÖRZETI ÉS AZON ORSZÁGOS VÉTELKÖRZETŰ MÉDIASZOLGÁLTATÓK FIGYELÉSE, AMELYEK AZ ORSZÁGOS MINTÁBAN NEM KERÜLNEK VIZSGÁLATRA.....	10
A HELYI (FREKVENCIÁS ÉS VEZETÉKES) MÉDIASZOLGÁLTATÓK FIGYELÉSE	10
A KÖZÖSSÉGI MÉDIUMOK FIGYELÉSE.....	10
A REKLÁMHANGERŐSSÉG MÉRÉSE.....	12
AZ AGB NIELSEN ÉS A RADIOMONITOR ADATBÁZISÁN ALAPULÓ VIZSGÁLATOK.....	13
AZ MTTV. ÁLTAL ELŐÍRT NORMÁK, EURÓPAI GYÁRTÁSI KVÓTÁK ÉS KORHATÁR-BESOROLÁSOK VIZSGÁLATA	13
AZ ORSZÁGOS SUGÁRZÁSÚ KERESKEDELMI TELEVÍZIÓK ÉS RÁDIÓK SZERZŐDÉSES VÁLLALÁSAINAK ELLENŐRZÉSE.....	13
KERESKEDELMI KÖZZETÉSEK KÖZZÉTÉTELE, (KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A MÉDIASZOLGÁLTATÁSBAN MEGJELENŐ TÁMOGATÁS ÉS A MŰSORSZÁMBAN KÖZZÉTETT TERMÉKMEGJELENÍTÉS VIZSGÁLATÁRA	14
REKLÁMOK	15
ELLENŐRZÉS	16
VALÓVILÁG ÉS ÖSSZEESKÜVŐK „BAROMÉTER”	16
KÁROS ÉLELMISZEREK REKLÁMJAI A GYERMEKSÁVBAN	17
A HÍRMŰSOROK KVANTITATÍV TARTALOM-ELEMZÉSE	19
A POLITIKAI MAGAZINMŰSOROK KVANTITATÍV TARTALOM-ELEMZÉSE	20
HETI ADATSZOLGÁLTATÁS	20
A PIACVEZETŐ TELEVÍZIÓK MŰSORKÍNÁLATI PROFILJÁNAK VIZSGÁLATA.....	20
A KLASSZIFIKÁCIÓS AJÁNLÁS HATÁSÁNAK FELTÉRKÉPEZÉSE ÉS AZ MTTV. PIKTOGRAMOKKAL KAPCSOLATOS ELŐÍRÁSAINAK ELLENŐRZÉSE	21

Bevezetés

A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (**Mttv.**) 168. § (1) bekezdése értelmében a Médiatanács – hatáskörének terjedelmében – a médiapiac zavartalan, eredményes, sokszínű működésének, műsorterjesztést és a médiaszolgáltatást végzők, sajtóterméket kiadók, a nézők, hallgatók, olvasók, előfizetők és felhasználók érdekei védelme, valamint a nemzeti kultúra és a vélemények sokszínűségének megőrzése érdekében, a tisztességes és hatékony piaci verseny fenntartásának elősegítése, a piaci folyamatok megismerése és a médiapolitikai szempontok, illetve az e törvényben meghatározott egyéb célok átfogó értékelése, elemzése és hatósági felügyelete céljából piacfelügyeleti tevékenységet végez.

A Médiatanács piacfelügyeleti tevékenysége keretében a piaci szabályozó, értékelő, elemző tevékenysége körében a médiapiac valamely szegmensét átfogóan, valamennyi szolgáltató tevékenységére kiterjedően, folyamatos figyelés és elemzés útján vizsgálja és értékeli. A piacfelügyelet során az eljárás célja elsődlegesen a piaci folyamatok vizsgálata, és ennek keretében annak feltárása, hogy a vizsgált piacon a szolgáltatók magatartása jogszerű-e, tapasztalhatók-e a hatékony piaci versenyt, a médiapluralizmus fenntartását, fejlődését akadályozó zavarok, valamint a Médiatanács azt is vizsgálja, hogy szükséges-e a jogi szabályozás hatékonyságának növelése érdekében állami (pl. jogszabály-módosítási) beavatkozás vagy annak koncepcionális, stratégiai módosítása.

Miután a piacfelügyeleti eljárások teljes részpiacok átfogó vizsgálatára irányulnak, ezért ún. sokügyfeles eljárások, amelynek következtében a Hatóság az egyedi jogsértések megállapításán túl a jogsértéseket egymásra tekintettel is értékelheti, összehasonlíthatja, azokból általános jogalkalmazási, médiapiaci következtetéseket vonhat le.

Garanciális szempontból fontos, hogy a Médiatanács piacfelügyeleti eljárásait előzetes terv alapján folytatja: a Médiatanács a piacfelügyeleti tevékenysége keretében az előző év piacfelügyeleti tapasztalatainak figyelembevételével éves **piacfelügyeleti tervet** készít a tárgyévet megelőző év december 1-jéig, és azt tizenöt napon belül az

internetes honlapján közzéteszi. A Médiatanács emellett a piacfelügyeleti terven kívül is folytathat hivatalból piacfelügyeleti tevékenységet¹.

A piacfelügyeleti eljárás céljaként és eredményeként a Médiatanács hatósági döntésében értékeli az eljárás tárgyát képező szolgáltatásokkal, tevékenységekkel összefüggő jogérvényesülést. Ennek keretében megállapítja a jogsértések megtörténtét, azokat egyenként és összességükben, egymásra tekintettel is értékeli, valamint meghatározza a jogkövetkezményeket. A Médiatanács piacfelügyeleti döntésében jogsértés hiányában szükség szerint kötelezettségeket állapíthat meg és azok teljesítésének feltételeit is meghatározhatja. A Médiatanács döntésében meghatározza a jogsértések megelőzésével, az önkéntes jogérvényesülés előmozdításával, a piaci folyamatok zavartalan működésével kapcsolatos állami beavatkozás irányait, módszerét, fejlesztésének, esetleges átalakításának szempontjait, médiapolitikai következtetéseit.

Jelen „[piacfelügyeleti, általános hatósági felügyeleti és ellenőrzési terv](#)” első részében ismerteti a Médiatanács – az Mttv. 168. §-a szerinti – piacfelügyeleti tervét, majd ezt követően a Médiatanács által – az Mttv. 167. § alapján – folytatott általános hatósági felügyelet, illetve ellenőrzés keretében célzatosan vizsgálni kívánt területeket, és a vizsgálattal érintett alanyi kört. Jelen dokumentum ugyanakkor nem tartalmazza a Médiatanács hatósági hatáskörébe tartozó, ún. bejelentések (és kérelmek) alapján hivatalból indított, de előre értelemszerűen nem tervezhető ellenőrzések körét.

Piacfelügyeleti terv

A jelentős befolyásoló erővel rendelkező médiaszolgáltatók bűnügyi tematikájú beszámolóinak regisztrációja a hírműsorokban

A nézők és hallgatók kegyeiért folytatott küzdelemben a kereskedelmi médiaszolgáltatók szerkesztői gyakran jelenítik meg az azonnali hatást kiváltó eseményeket. A hírműsorokban tapasztalt, bulvár sajtóstílus irányába ható folyamat a programok tájékoztatási funkcióját erodálja. A hírműsoroknak a közélet

¹ Mttv. 168. § (8) bekezdés

történéseinek bemutatása kell, hogy a legfőbb feladata legyen, és nem elsősorban a nézői igények kielégítése. Így elvárható, hogy a hírműsorok – ha már szükségszerű – a bűnözés világából is az olyan típusú hírekre összpontosítsanak, amelyek közvetlen vagy közvetett módon kapcsolódnak a közülethez. A törvényalkotó a fenti jelenségekkel szemben kívánt fellépni, amikor a jelentős befolyásoló erővel bíró (a továbbiakban: JBE) médiaszolgáltatók esetében korlátozásokat vezetett be ezen a területen.

Az Mttv. 38. § (1) bekezdése a lineáris audiovizuális JBE médiaszolgáltatóval szemben a következő elvárást fogalmazza meg:

„A más médiaszolgáltatótól átvett, illetve a demokratikus közvélemény tájékoztatását nem szolgáló bűnügyi tematikájú híranyag vagy tudósítás a hírműsorszám időtartamának húsz százalékánál éves átlagban nem lehet hosszabb terjedelmű.”

A hírműsorok folyamatos figyelése lehetőséget teremt arra, hogy a fentiekben idézett norma teljesülését a Médiatanács nyomon kövesse.

A Btk.² fogalmait figyelembe véve jelentősen leszűkíthető azon bűncselekmények köre, melyek jelen ellenőrzés szempontjából meghatározóak. A Médiatanács az alábbi bűncselekményeket nem veszi figyelembe a 20 %-os limit meghatározásánál:

1.) A hivatalos személy, a közfeladatot ellátó személy és a külföldi hivatalos személy által vagy ellen elkövetett bűntettek bemutatása a demokratikus közvélemény tájékoztatását szolgálja. Ezen személyek tevékenységét a közvélemény részéről kiemelt érdeklődés övezi, az ellenük vagy általuk elkövetett bűncselekmények a demokráciába, és ezzel szoros összefüggésben a közrendbe vetett hitet áshatják alá.

2.) A külföldi vagy hazai vonatkozású terrorcselekmények, etnikai alapú bűncselekmények, mivel ezek szinte kizárólag politikai vagy ideológiai indíttatásúak.

3.) A szociális indíttatású bűncselekmények egyes fajtái pl. uzsora, lakásmaffia által fenyegetéssel, kényszerítéssel vagy megfélemlítéssel kötött

² a Büntető Törvénykönyvről szóló 1978. évi IV. törvény

szerződések, mivel ezek a társadalmon belül meglévő feszültségekre hívják fel a figyelmet.

Más bűncselekmények – értelemszerűen – beleszámíthatók a 20 százalékos szabály alá tartozó bűnügyi híryanagba. A vizsgálat a következő műsorszámokra terjed ki: MTV1 esti Híradó, Duna TV Híradó, Déli Krónika, Tények (TV2), RTL Klub Híradó, Class FM Hírek és Neo FM Hírek.

A gyermekek és kiskorúak védelme: a korhatár besorolás ellenőrzése

A kiskorúak védelmét szolgáló törvényi rendelkezésekkel³ kapcsolatos hatósági ellenőrzés metodikája az elmúlt évek folyamán időről-időre változott annak érdekében, hogy a törvénytörő műsorszámokat nagyobb hatékonysággal lehessen kiszűrni a programkínálatból. A korábbi rendszeres figyelés által feltárt törvénytörések számának csökkenése miatt az állandó havi periodicitású figyelés 2009-ben megszűnt, és helyét átvették a bizonyos műsortípusokhoz köthető célvizsgálatok (pl. a talk-show-k vagy valóságshow-k), a helytelen korhatár-besorolással rendelkező filmalkotások szűrése, a két országos kereskedelmi televízió egy-egy hétvégi gyermekcsatornájának rendszeres, negyedévente történő ellenőrzése, továbbá az ugyancsak ide sorolható bejelentésre indult eljárások. Ezek a vizsgálatok azonban nem képesek teljes egészében lefedni azokat a lineáris médiaszolgáltatásokat, melyeknél fennáll a korhatár-besorolás törvényi kötelezettsége. Ezen körülmény, valamint a Médiatanács 2011 nyarán közzétett új klasszifikációs ajánlása indokolja, hogy 2012-ben a kiskorúak védelmével kapcsolatos rendelkezések betartásának egy, a jelenleginél átfogóbb értékelésére kerüljön sor. A vizsgálatba az országos vételkörzetű televíziós csatornák, valamint a többségében klasszifikáció-köteles műsorszámokat közlétező körzeti televíziók egy teljes hétköznapija, valamint egy teljes hétvégi napja (műsorkezdéstől, műsorzárásig) kerül bevonásra.

³ az Mttv. 9-11. §-ai

A gyermekek és kiskorúak védelmére alkalmazott hatékony műszaki megoldás meglétének ellenőrzése

A törvényi szabályozás⁴ a kiskorúak védelme érdekében előírja, hogy azt a műsorszámot, amely alkalmas a kiskorúak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének súlyos károsítására, különösen azáltal, hogy pornográfiát vagy szélsőséges, illetve indokolatlan erőszakot tartalmaz (VI. kategória), csak abban az esetben lehet közzé tenni, ha ún. **gyermekzárral** biztosítható, hogy az adott műsorszámhoz kiskorú ne férhessen hozzá. A védelem akkor valósul meg, ha a médiaszolgáltatás titkosított formában tartalmazza a műsorszámot, és a titkosítás feloldásához olyan kódra van szükség, amelyet a médiaszolgáltató vagy a műsorterjesztő csak tizennyolcadik életévét betöltött előfizető számára tett hozzáférhetővé, vagy amely valamely más hatékony műszaki megoldást alkalmaz annak érdekében, hogy a műsorszám kizárólag tizennyolc éven felüli nézők vagy hallgatók számára legyen elérhető.

A kiskorúak védelme érdekében a Médiatanács ellenőrzi, hogy az analóg műsorterjesztés esetében az elektronikus hírközlési szolgáltatók a műsorszámok továbbítása során alkalmaznak-e hatékony műszaki megoldást; amennyiben nem, megvalósul-e a VI. kategóriába sorolt műsorszámok közzétételének törvényi tilalma⁵. Ellenőrzi a Médiatanács azt is, hogy a digitális műsorterjesztéssel⁶ továbbított lineáris és lekérhető médiaszolgáltatások esetében, az elektronikus hírközlési szolgáltatás igénybe vételéhez szükséges set-top-box-ok a Médiatanács ajánlásában meghatározott feltételeket teljesítik-e, és alkalmasak-e a kiskorúak védelmének biztosítására.

⁴ Mttv. 9. § (7) bekezdés és 10. § (6) bekezdés

⁵ Mttv. 10. § (1) bekezdés e) pontja

⁶ DVB-C: digitális kábeltelevíziós műsorterjesztés, DVB-T: digitális földfelszíni műsorterjesztés, IPTV

A független műsorkészítővel készített, illetve beszerzett művekre vonatkozó előírások betartásával kapcsolatos vizsgálat

Az európai és a hazai filmek, illetve műsorok védelmében a törvény kvótakötelezettséget állapít meg a médiaszolgáltatók részére, melynek teljesítéséről éves szinten kell beszámolniuk. Ezen műsorszerkezeti követelmények között szerepel a független műsorkészítővel készített, vagy független műsorkészítőtől öt évnél nem régebben készült műként beszerzett európai, illetve hazai alkotások aránya. A vizsgálat célja annak feltárása, hogy a bevallási kötelezettség alá eső médiaszolgáltatók által független gyártóként minősített vállalkozások mennyiben felelnek meg a törvény meghatározásának. Az ide vonatkozó rendelkezésekkel összhangban a vizsgálat az országos és körzeti televíziós médiaszolgáltatásokra vonatkozik, kivéve azon adókat, melyek a törvényben meghatározott szempontok alapján mentességet élveznek. Az egy hónapot átfogó vizsgálatról a szolgáltatók adatszolgáltatási fegyelmének és a szolgáltatott adatok megbízhatóságának javulása várható.

A televíziós sorozatok korhatári problémáinak elemzése

A legnézettebb médiaszolgáltatások műsorkínálatában kitüntetett szerep jut a televíziós sorozatoknak, vizsgálatukra eddig azonban csak elvétve került sor. A programok számos problematikus jellemzővel rendelkeznek. A szóban forgó műsorszámok gyakorta nem megfelelő korhatári besorolással, ugyanakkor a tartalomhoz illő műsorsávban kerülnek sugárzásra. A médiaszolgáltatók, mivel a IV. kategóriába sorolt programjaikat csak 21 óra után népszerűsíthetik, gyakran jogsértően alacsonyabb korhatári kategóriába sorolják a várhatóan jelentős közönséget vonzó szériáikat. A jelenlegi gyakorlat szerint a sorozatokat kizárólag epizódonként lehet klasszifikálni, így nincs lehetőség egyetlen rész alapján ítélni a programszerkesztési gyakorlat felett. A fenti anomáliák feltérképezését szolgálja az elsősorban más tagállamban letelepedett médiaszolgáltatókat érintő, 30 napot

átfogó vizsgálat. Az elemzés választ adna a fentiekben taglalt kérdésekre, továbbá hozzájárulna a zsánerhez kötődő törvénysértések visszaszorításához.

A betelefonálás műsorszámok vizsgálata

A Telemédia Kft. által népszerűvé tett televíziós játékok és jósműsorok a nézők hiszékenységét, kíváncsiságát próbálják kiaknázni, a programok vizsgálata során számos esetben kimutatható volt a befogadók megtévesztésének szándéka. A Médiatanács elemezni kívánja a betelefonálás műsorok közzétételének gyakorlatát a nagyobb audiovizuális médiaszolgáltatóknál, és ugyancsak górcső alá kerülnek az ún. jósműsorok (amelyeket szintén televíziós vásárlásnak minősített a médiahatóság), hogy közreadásukkor kellő körültekintéssel és részletességgel kerülnek-e ismertetésre a szolgáltatás igénybevételére vonatkozó információk, illetve tartalmuk megfelel-e a kereskedelmi közleményekre vonatkozó követelményeknek.

Általános hatósági felügyelet

Az országos médiaszolgáltatók rendszeres figyelése

Az Mttv. liberalizálta a kereskedelmi üzenetek közzétételével kapcsolatos rendelkezéseket, így az elmúlt évek leggyakoribb törvénysértéseinek – pl. szponzorációs szabályok megsértése – száma, köszönhetően a hatékony hatósági jogalkalmazásnak is, jelentősen csökkent. A Médiatanács általános hatósági felügyelet és ellenőrzés keretében az országos (közszolgálati: MTV1, M2, Duna TV, Kossuth és Petőfi rádió, kereskedelmi: RTL Klub, TV2, Class FM és Neo FM) médiaszolgáltatók közül véletlenszerű sorsolással, naponta egy médiaszolgáltató kiválasztásával három műsorórát (a legnézettebb/leghallgatottabb időszávból kettő órát, továbbá egy véletlenszerűen kiválasztott órát) érintő analízissel vizsgálja a médiaszolgáltatókat a médiatörvény rendelkezéseinek érvényesülése szempontjából.

A körzeti és azon országos vételkörzetű mediaszolgáltatók figyelése, amelyek az országos mintában nem kerülnek vizsgálatra

A Médiatanács a médiatörvény előírásainak betartását e területen is mintavétel alapján kívánja ellenőrizni, ami esetenként két műsoróra (a legnézettebb/hallgatottabb időszávból egy, valamint véletlenszerűen kiválasztott további egy óra) figyelését jelenti. A mintavétel előnye, hogy a csoportba tartozó kb. 40 médium minden hónapban kontrollálásra kerülhet.

A helyi (frekvenciás és vezetékes) mediaszolgáltatók figyelése

A Médiatanács az elmúlt években feltárt törvénysértések alapján indokoltnak tartja az évente kezdeményezett revízió fenntartását, melynek keretében az ellenőrzés egy műsorórát veszi górcső alá. A kontroll ezen a területen is sorsoláson alapszik. A mintaválasztás igazodik a mediaszolgáltató hálózatos működéséhez, vagyis az érintett médiumok „saját műsorideje” kerül a vizsgálati mintába. (A csoportba jelenleg 147 frekvenciás és 362 vezetékes mediaszolgáltató tartozik.)

A közösségi médiumok figyelése

Az Mttv. 66. §-a foglalkozik a közösségi mediaszolgáltatás rendszerével. A Médiatanács az év első felében kiterjedt vizsgálatokat folytat le azoknál a médiumoknál, amelyek e státusszal rendelkeznek.

Az Mttv. a közműsor-szolgáltatói, illetve a nem nyereségérdekelte fogalmakkal szakítva, bevezette a közösségi mediaszolgáltatás intézményét. Az Mttv. 66. § (1) bekezdése szerinti lineáris közösségi mediaszolgáltatás:

„a) egy meghatározott társadalmi, nemzeti és etnikai kisebbség, kulturális vagy vallási közösség, csoport, vagy

b) egy adott településen, régióban vagy vételkörzetben élők tájékoztatására, kulturális műsorszámok elérésére irányuló különleges igényeit szolgálja ki, vagy

c) műsoridejének túlnyomó részében a közszolgálati médiaszolgáltatás 83. §-ban meghatározott céljait szolgáló műsorszámok kerülnek közzétételre.”

A lineáris közösségi médiaszolgáltatás az Mttv. 66. § (4) bekezdés g) pontja alapján köteles heti műsoridejének több mint kétharmadában az Mttv. 83. §-ban foglalt közszolgálati célokat szolgáló műsorszámokat szolgáltatni.

Az Mttv. 66. § (4) bekezdés f) pontja értelmében a lineáris közösségi médiaszolgáltatás legalább hetente négyórányi műsoridőben az adott naptári évben általa készített, szerkesztett és első ízben bemutatott (nem ismételt) műsorszámot tesz közzé.

Az audiovizuális közösségi médiaszolgáltatás az Mttv. 20. § (1) bekezdés a) pontja alapján köteles évi teljes műsoridejének több mint felét európai művek, több mint harmadát magyar művek bemutatására fordítani.

Az Mttv. 66. § (4) bekezdés h) pontja értelmében a rádiós médiaszolgáltatás a zenei műsorszámok bemutatására szánt heti műsoridejének legalább 50 százalékát magyar zenei műsorszámok bemutatására fordítja.

Az Mttv. 20. § (1) bekezdése értelmében a médiaszolgáltató

a) lineáris audiovizuális médiaszolgáltatása évi teljes műsoridejének több mint felét európai művek, több mint harmadát magyar művek bemutatására köteles fordítani,

b) lineáris audiovizuális médiaszolgáltatása évi teljes műsoridejének legalább tíz százalékát olyan európai mű, legalább nyolc százalékát pedig olyan magyar mű bemutatására köteles fordítani, amelyeket tőle független műsorkészítővel készített, vagy független műsorkészítőtől öt évnél nem régebben készült műként szerzett be.

Az Mttv. 21. § (2) bekezdése alapján a lineáris rádiós médiaszolgáltatásban közzétett magyar zenei műsorszámok legalább huszonöt százalékát öt évnél nem régebben nyilvánosságra került zenei művek vagy öt évnél nem régebben készült hangfelvételek bemutatására köteles fordítani.

Az Mttv. 182. § l) pontja szerint a Médiatanács hatósági hatásköreiben [...] „gyakorolja a médiaszolgáltatás közösségi médiaszolgáltatássá nyilvánításával összefüggő hatásköröket, felügyeli működésüket [...]”. A közösségi

médiaszolgáltatók ellenőrzésének rendjéről az Mttv. 66. § (6) bekezdése a következőkben rendelkezik: „(...) az (5) bekezdés alapján történő elismerést követően a Médiatanács legalább kétévente - új szolgáltatás esetében az első év után is - részletes, legalább hét műsornapra kiterjedő - vizsgálat során eljárásában hivatalból vizsgálja a médiaszolgáltató működését (...)”.

Az analízisekhez a kiindulási alapot a médiaszolgáltatók rendszeres adatszolgáltatása jelenti. Az önbevalláson alapuló rendszer lényege, hogy folyamatosan nyomon követhető, hogy a médiaszolgáltató a különböző kvótákat időarányosan teljesítette-e, vagy adós maradt-e azzal. Az adatbázisból kinyert adatokból megállapítható, hogy melyek azok a médiapiaci szereplők, akik sorozatosan nem tudnak megfelelni a státusszal járó követelményeknek, és így kellő időben fel lehet lépni a normaszegő magatartással szemben.

A reklámhangerősség mérése

Az Mttv. 33. § (4) bekezdése kimondja: „A lineáris médiaszolgáltatásban közzétett reklám, televíziós vásárlás és a műsorelőzetes, valamint a reklám és a televíziós vásárlás és a műsorelőzetes közzétételét akusztikus módon jelző figyelemfelhívás átlagos vagy a néző és hallgató által érzékelt hangereje nem lehet nagyobb, mint a környező műsorszámoké.” A hatályos törvényben rögzített kívánalom régóta foglalkoztatja a közvéleményt, mivel a reklámok hangdinamikájának manipulálása megszokott eszköz, amely gyakorta zavarja a befogadókat, mivel a hangosság érzetének változásai kellemetlenek lehetnek bizonyos befogadási szituációkban..

A mérést végző - Humanoid névre keresztelt - alkalmazás virtuális hangosságmérő műszerekkel pásztázza a kijelölt médiaszolgáltatók teljes műsorfolyamát, a mért eredményeket Excel fájlokba gyűjti, a megadott paramétereket túlszárnyaló szegmensek esetében a táblázatokban megjelöli az adott műsorrészeket, időpontokat. A program együttműködik az AGB Nielsen Médiakutató Kft. adatbázisával, így az adott „ugrásokról” teljes bizonyossággal megállapítható, hogy azok reklámblokkokhoz, kereskedelmi üzenetekhez, műsorelőzetesekhez kapcsolhatóak-e. A program által készített adattáblák feltöltésre kerülnek egy webes alkalmazásba, amelynek segítségével

megjeleníthetők a befogadókat zavaró dinamikai változások, illetve azon esetek, amelyek kereskedelmi üzenetekhez kötődnek. Az adott napon belül vizsgált időszak tetszőlegesen változtatható a felhasználó által, illetve lehetőség nyílik az inkriminált felvételek megtekintésére és meghallgatására is.

Az AGB Nielsen és a RadioMonitor adatbázisán alapuló vizsgálatok

Az AGB Nielsen Médiakutató Kft. által mért televíziók, illetve a RadioMonitor Kft. által regisztrált rádiók műsoraiból több terület ellenőrzése valósul meg (reklámidő-túllépés, film-megszakítás, televíziós vásárlás és vásárlási műsorablakok hossza, közérdekű közlemények időtartama az országos vételkörzetű médiaszolgáltatóknál, a hírműsorok és általános tájékoztató műsorszámok időtartama a JBE médiaszolgáltatóknál, illetve a hallási fogyatékkal élők számára hozzáférhető műsorszámok a közszolgálati és a JBE médiumoknál). A televíziókra vonatkozó vizsgálat jelenleg az MTV1, M2, TV2, RTL Klub, Duna TV, Filmmúzeum, Magyar ATV, Sport1, Sport2, Story TV, Spektrum TV, Paprika TV, Deko TV és a Hálózatos TV csatornákra terjed ki. A RadioMonitor 44 rádió műsorfolyamát rögzíti és dolgozza fel.

Az Mttv. által előírt normák, európai gyártási kvóták és korhatár-besorolások vizsgálata

A felmérés az országos/regionális televíziók jegyzőkönyvein alapul. A vizsgálat két legfontosabb területe az EU-kvóták teljesítésének ellenőrzése és a korhatár-besorolások regisztrálása. Az összesítés eredményei havi, illetve éves bontásban kerülnek feldolgozásra, valamint a Médiatanács az eredményeket a honlapon folyamatosan publikálja.

Az országos sugárzású kereskedelmi televíziók és rádiók szerződéses vállalásainak ellenőrzése

A két országos frekvenciás kereskedelmi televízió és rádió szerződéses vállalásainak ellenőrzése önbevallás alapján történik, mivel az elmúlt évek

tapasztalatai bebizonyították, hogy a műsorszolgáltatók – kevés kivételtől eltekintve – eleget tesznek a szerződésükben előírt követelményeknek. Az országos kereskedelmi televíziók (TV2, RTL KLUB) egy-egy heti médiaszolgáltatása minden hónapban elemzésre kerül.

Kereskedelmi közlemények közzététele, (különös tekintettel a médiaszolgáltatásban megjelenő támogatás és a műsorszámban közzétett termék megjelenítés vizsgálatára

A Magyarországon működő (országos, körzeti és helyi) médiaszolgáltatók rendszeres ellenőrzésének fókuszában a kereskedelmi közlemények kontrollja áll [Mttv. 23. § - 36. § (6)]. A kereskedelmi közlemények közé tartozik többek között a támogatás és a termék megjelenítés. Az ellenőrzés mintavétel alapján történik, és a sorsolással kiválasztott napon közzétett médiatartalomról néhány órát vesz górcső alá.

Az Mttv. megújította a támogatásra vonatkozó szabályrendszert, hiszen a műsorszámok mellett már a médiaszolgáltatások támogatása is lehetséges, lehetővé tette továbbá azt is, hogy 2011 januárja óta a közszolgálati/közösségi médiumok is széles körben vehessék igénybe szponzorok segítségét. A szponzorációs tilalom audiovizuális médiaszolgáltatások esetén csupán a televíziós hírműsorszámra és politikai tájékoztató, valamint a nemzeti ünnepek hivatalos eseményeiről tudósító műsorszámra vonatkozik [Mttv. 26. § (1) – 29. §].

Az új médiatörvény a kereskedelmi kommunikáció szabályozása terén nagymértékű liberalizációt hajtott végre. A liberalizáció egyrészt a régi kereskedelmi kommunikációs formákra vonatkozó szabályozáson enyhített, másrészt teret engedett az elektronikus médiaszolgáltatások piacán újnak számító kereskedelmi kommunikációs formák megjelenésének. Az új hirdetési formák közül kiemelkedik a termék megjelenítés bevezetése. A termék megjelenítésen a kereskedelmi közlemény bármely olyan formája értendő, amely terméket, szolgáltatást, ezek védjegyét vagy ezekre való utalást tartalmaz oly módon, hogy az – fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében – egy műsorszámban jelenik meg. Az Mttv.

szabályozásában az egyes műsorszámokban megjelenő termékmegjelenítésre jellemzően, főszabály szerint fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás fejében kerül sor. Az Mttv. 30. § (1) – 31. § (4) bekezdése szerinti előírások mellett a fogalom megfelelő értelmezése érdekében (az uniós irányelv és a médiatörvény szabályai alapján) a Médiatanács közzétette a termékmegjelenítés szabályainak alkalmazásáról szóló ajánlást, amely vezérfonalul szolgálhat az új eszköz alkalmazásakor.

Reklámok

A médiatörvény egyik vívmánya, hogy megengedi a virtuális és az osztott képernyős reklámok közzétételét.

A reklámokkal kapcsolatos normák folyamatos ellenőrzése, melyek egy része hivatali hatáskörbe tartozik, az AGB Nielsen Médiakutató és a RadioMonitor adattárai alapján történik.

Az AGB Nielsen Médiakutató Kft. által létrehozott rendszer – amellet, hogy stratégiai marketing információkat nyújt a televíziók kereskedelmi gyakorlatáról – alkalmas a káros reklámtartalmak kiszűrésére is. Az adatbázis segítségével az MTV1, M2, Duna TV, TV2, RTL Klub, Filmmúzeum, Hálózat TV, Life Network TV, Magyar ATV, Ozone Network TV, Paprika TV, Spektrum TV, Spektrum Home TV, Sport1, Sport2, Story4 TV és Story5 TV tevékenysége követhető figyelemmel.

A RadioMonitor web alapú digitális hangfelismerő technológiáját a rádiók által sugárzott verbális elemek, zeneszámok és egyéb – 15 mp-nél hosszabb – audiojelek felismeréséhez alkalmazzák. Ez a technológia – az AGB által kifejlesztett szolgáltatáshoz hasonlóan – lehetőséget teremt a monitorozott rádióállomások műsorstruktúrájáról szóló információk – így a reklámok – megjelenítésére.

A reklámok tartalmával kapcsolatban a médiatörvény mellett a médiaalkotmány⁷ is meghatároz számos korlátot és követelményt, mint az emberi méltóság védelmét és a diszkrimináció tilalmát, a reklámok nem sérthetnek vallási vagy világnézeti meggyőződést, valamint nem ösztönözhetnek az egészségre, a

^{7 7} a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (Smtv.)

biztonságra és a környezetre ártalmas magatartásra. A jogszabályba ütköző tartalmak ugyancsak az említett adatbázisok segítségével kerülnek kiszűrésre.

[Mttv. 23. §, 24. § (1)-(2) bekezdés h) pontja és az Smtv. 20. § (1)-(7) bekezdései]

A jogforrás önálló fejezetben foglalja össze a politikai reklám, közérdekű közlemény és – az új fogalomként megjelenő - társadalmi célú reklám tartalmára és közzétételére vonatkozó feltételrendszert [Mttv. 32. § (1) – (9) bekezdései]. A felsorolt médiatartalmak – részben a fent ismertetett adatbázisok segítségével – havonta kerülnek ellenőrzés alá.

Ellenőrzés

ValóVilág és Összeesküvők„barométer”

A „barométer” elsődleges célja, hogy a hatósági vizsgálatokon túlmutató módszerekkel megragadja, valamint szemléltesse a műsorokban megjelenő aggályos tartalmak változásait. A programokban előforduló káros motívumok kvantitatív módszerekkel kerülnek elemzésre, lehetőséget adva az időbeli változások kimutatására is. Az adatszolgáltatás 2011 szeptemberétől követi a ValóVilág 5. és az Összeesküvők szériáinak műsorait. Az adatközlés lezárása az utolsó műsor sugárzását követően történik. A Médiatanács a folyamatos adatfelvétel eredményeit heti periodicitással, diagramok útján hozza nyilvánosságra. Az adások az előző szériák tapasztalataiból kiindulva a szexualitás, a szexuális kontextusban megjelenő meztelenség, a trágár kifejezések gyakorisága, valamint negatív magatartásmintaként a dohányzás és az alkoholfogyasztás bemutatása mentén kerülnek tanulmányozásra. A vizsgálatban használt elemzési egység a káros viselkedésmintákat közvetítő jelenet. A jelenetek annyiszor kerülnek felvételre, ahány alkalommal azokat a műsorszerkesztő az összefoglalóban megjeleníti. A heti bontásban közzétett adatok a napi jelenetszámok (előfordulások) átlagolásával alakulnak ki. A problémás tartalmak közül egyedül a trágársággal kapcsolatban létezik eltérő módszertan, mivel a durva, trágár kifejezések gyakorisága könnyen számszerűsíthető: ebben az esetben nem a jelenetek, hanem

a szavak előfordulása képezi az elemzési egységet. A szexualitás és a meztelenség megjelenése a szoros korrelációjukra tekintettel összevonásra került, így a két tartalom egy kategóriában ábrázolt. A szexualitás megjelenése során annak vizuális és verbális szinten történő reprezentációja is figyelembe vételre kerül, így a szexualitásra vagy szexuális tevékenységre vonatkozó szóbeli utalások is megjelennek a regisztrált jelenetszámokban. A korábbi tapasztalatok is alátámasztják, hogy a valóságshow-k jellegzetes velejárói a durva, trágár kifejezések, amelyek nem minden esetben kerülnek elnémitásra. Ezért jelen szériákban különös figyelem irányul a káromkodások regisztrációjára, illetve azok osztályozására. A trágár kifejezések besorolása az érvényben lévő korhatár-kategóriák kritériumrendszere alapján történik. Fokozottan aggályos tartalomnak tekinthető a villalakók részéről folyamatosan tapasztalható gyakori alkoholfogyasztás és dohányzás, valamint a termékek „reklámértékű” megjelenése. A kategóriát érintően azok a jelenetek kerülnek felvételre, amelyek egyértelműen bemutatnak dohányzást vagy alkoholfogyasztást.

Káros élelmiszerek reklámjai a gyermeksvában

A kutatás célja többek között arra irányul, hogy nyomon kövesse a gyerekeket célzó élelmiszermarketing természetét és kiterjedtségét, különös tekintettel az egészségtelen, magas zsír-, só-, illetve cukortartalmú élelmiszerekre. Az elhízás járványszerű terjedése az egyik legkomolyabb népegészségügyi probléma az Egészségügyi Világszervezet Európai Régiójában. A probléma súlyára utal, hogy az Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv, az AMSZ direktíva⁸ rendelkezése szerint [9.cikk (2)] a tagállamoknak és a Bizottságnak ösztönözniük kell a médiaszolgáltatókat arra, hogy magatartási kódexeket dolgozzanak ki olyan gyermekprogramokat kísérő vagy azokban foglalt kereskedelmi kommunikációra (reklám, támogatás vagy egyéb marketing) vonatkozóan, amely olyan táplálkozási vagy élettani hatással bíró tápanyagokat és egyéb anyagokat tartalmaznak,

⁸ az Európai Parlament és Tanács 2010. március 10-i 2010/13/EU Irányelve a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv)

különösen zsírt, transz-zsírsavakat, sót/nátriumot és cukrokat, amelyeknek túlzott mértékű bevitele a teljes étrendben nem ajánlott. Legkésőbb 2011. végén várható az AMSZ Irányelv értékelése, amelyben az „egészségtelen” élelmiszerek gyermekek számára történő reklámozásával kapcsolatos önkéntes megközelítés eredményessége is mérlegelésre kerül. Amennyiben a felülvizsgálat során kiderül, hogy önszabályozás révén nem biztosíthatnak a gyermekeknek kellő védelmet, úgy e téren feltételezhetően szigorúbb szabályozás érvényesülése várható. Az élelmiszerreklámok vizsgálatából egyértelműen megállapítást nyert, hogy a hazai televíziózásban is megfigyelhető az a trend, mely szerint a gyermekműsorok környezetében reklámozott élelmiszerek túlnyomó többsége, 74 százaléka egészségtelen, illetve tartós fogyasztásra nem ajánlott. A hirdetések többségében alkalmazott marketingtechnikák nemigen tanúskodtak az iparág önkorlátozási szándékáról, sőt számos esetben kifejezetten manipulatívak, agresszívek voltak. Többnyire úgy mutatták be a magas cukor-, zsír- és sótartalmú termékeket, mint az egészséges, fitt életmódhoz tartozó ételeket és italokat, amelyeket gyakran kell fogyasztani. A kiskorúak egészséges táplálkozásának megvalósításához kulcsfontosságú a felvilágosító munka, a kiegyensúlyozott étkezés jelentőségének terjesztése. Mivel a gyermekeknek még nincs kialakult ízlésük, táplálkozási szokásaik pedig még jól formálhatóak, az őket célzó tájékoztatás fontos, sőt elengedhetetlen. A kommunikáció azonban akkor lehet eredményes, ha a kívánt céllal ellentétes befolyások, hamis információk, amelyek a táplálkozási szokásokat kedvezőtlen irányba terelik, nem érik el őket. Az élelmiszergyártók Magyarországon is a leggyakoribb televíziós hirdetőknél számítanak, és hatalmas összeget fordítanak termékeik reklámozására. Ezért különösen fontos időről-időre kellő figyelmet szentelni annak a kérdésnek, hogy a helyes táplálkozási szokások elsajátítását milyen mértékben akadályozhatják esetleg a televíziós reklámok. Az egészségtelen termékek promóciói a reklámszpot-adatbázis segítségével könnyen kiszűrhetők, így a gyermekek ilyen jellegű hirdetéseknek való kitettsége rendszeresen mérhetővé, és a korábbi adatokkal összevethetővé válik.

Ugyancsak további vizsgálatot igényel, hogy azokban az országokban, ahol már létezik valamilyen szintű - a gyermekeknek szánt élelmiszerreklámokkal kapcsolatos - szabályozás, miként kerültek ezek megvalósításra és a tapasztalatok szerint milyen hatékonysággal bírnak. A hazai Reklámetikai Kódex 2009-ben ugyan aktualizálásra került, és számos új szabályt vezetett be a gyerekeknek szóló reklámok és az élelmiszerhirdetések tartalmának szigorítására, a termékek összetevői alapján azonban nem differenciál. Feltehetően ez a gyakorlat a jövőben sem fog változni, mivel az Önszabályozó Reklámtestület álláspontja szerint egy termék összetevőiről nem az etikai kódex hivatott dönteni, azokról a megfelelő szakembereknek kell útmutatást adniuk⁹. Mint ahogy nincs általános egyetértés az „egészségtelen” étel vagy a „magas zsír-, cukor- vagy sótartalmú étel” definícióját illetően, az élelmiszerek közötti differenciálásnak sincsen egységesen elfogadott módszere. Az élelmiszertípusok közötti megkülönböztetés többféle módon történhet, például nemzeti táplálkozási ajánlások segítségével, a kritériumokat meghatározhatják tudományos testületek, alapulhat bizonyos élelmiszerkategóriák korlátozásán, esetleg történhet tápanyagprofil modellek segítségével, mint amilyen a brit pontozásos rendszer, melyet az OFCOM használ annak eldöntéséhez, hogy mely élelmiszerek reklámjai célozhatnak gyermekeket a tévében. Megfontolásra érdemes a már meglévő szabályozások eredményességének ismeretében, szakértők bevonásával az élelmiszeripari termékek besorolására egy olyan kategóriarendszert kialakítani, amely megfelelően segítheti annak eldöntését, hogy mely élelmiszerek reklámozhatók – a gyermekeket megcélözva – a tévében.

A hírműsorok kvantitatív tartalom-elemzése

A hírműsorok (MTV1 esti Híradó, Duna TV Híradó, 180 perc, Déli Krónika, Esti Krónika, Tények, RTL Klub Híradó, Class FM hírek, Neo FM hírek, ATV Híradó, Hír TV Híradó, Echo TV Híradó) kvantitatív tartalomelemzéséről hetente rövid táblázatos összefoglaló készül, amelyet havi összefoglaló, illetve éves szöveges elemzés egészít ki. A hírműsor-elemzés részeként 2012-ben feltárásra kerül, hogy a

⁹ Lásd: Az ÖRT reagálása a transz-zsírok csökkentésére történő felhívására.

<http://www.mnsza.hu/elhizas/transz_zsirok_felhivas.php>

híradásokban hányszor és miként mutattak be öngyilkosságot vagy öngyilkossági kísérletet, melyek gyakran sértenek érzékenységet

A politikai magazinműsorok kvantitatív tartalom- elemzése

A politikai magazinműsorokról (Ma reggel, Este, Közbeszéd, Hattól nyolcig, Mokka, Rájátszás, Parlamenti ütköző, Egyenes beszéd) évente készül kvantitatív tartalom-
elemzés.

Heti adatszolgáltatás

A heti gyakoriságú adatszolgáltatásban a legfontosabb hírműsorok esetében (MTV1 Esti Híradó, Duna TV Híradó, RTL Klub Híradó, TV2 Tények, ATV Híradó, Híradó 21, Déli Krónika) a parlamenti képviselők médiahasználata mellett a kormánytagok és a politikai pártkötődéssel rendelkező közéleti szereplők eredményeit is megjelenítődnek (összes és élőszóbeli szereplés, nyilatkozatoknak szentelt műsoridő). A miniszterelnök és a pártelnökök médiaszereplései külön diagramon kerülnek ábrázolásra. Az adatok három idegen (angol, német és francia) nyelven is közzétételre kerülnek.

A piacvezető televíziók műsorkínálati profiljának vizsgálata

Az év bizonyos időszakában az országos televíziós csatornák a médiahatóság számára megküldött jegyzőkönyveiben szereplő teljes műsoranyaga regisztrálásra kerül műsorkezdéstől műsorzárásig. A vizsgálat arra irányul, hogy - a korábbi tapasztalatokkal összevetve -, miként változott a műsorszolgáltatók műsorideje, műsorkínálata, az ismétlések aránya, mely közönségréteghez szólnak a produkciók, miként alakul a műsorok gyártási helye, kimutatható-e különbség a közszolgálati és kereskedelmi médiumok műsorkínálatában stb.

A Klasszifikációs ajánlás hatásának feltérképezése és az Mttv. piktogramokkal kapcsolatos előírásainak ellenőrzése

A Médiatanács az Mttv. 9. § (8) bekezdése alapján a kiskorúak védelmében alkalmazott korhatár-besorolásnál irányadó részletes szempontokra, az egyes műsorszámok közzététele előtt és közben alkalmazható jelzésekre, illetve a minősítés közlésének módjára vonatkozó jogalkalmazási gyakorlatának fő elvi szempontjait 2011. július 21-én ajánlásban tette közzé. A vonatkozó vizsgálat célja feltérképezni, hogy a médiaszolgáltatók mennyiben vették át a piktogramokkal összefüggésben a médiahatóság által javasolt megjelenítési módszereket (pl. televíziók honlapjain, teletexten, internetes műsorújságban), alkalmazzák-e a gyermekbarát piktogramot, végül, eleget tesznek-e a korhatári kategóriák különböző sajtótermékekben történő megjelenítésével kapcsolatos szabályoknak. Az ellenőrzések eredményei negyedéves rendszerességgel kerülnek közzétételre.

Budapest, 2011. december 1.