

**Európai Gazdasági és Szociális Bizottság vélemény – Tárgy: „Az Európai Bizottság javaslata a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 89/552/EGK tanácsi irányelvet módosító európai parlamenti és tanácsi irányelvre”**

COM(2005) 646 final – 2005/0260 (COD)

(2006/C 318/33)

2006. február 7-én a Tanács úgy határozott, hogy az Európai Közösséget létrehozó szerződés 47. cikkének (2) bekezdése és 55. cikke alapján kikéri az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleményét a fenti tárgyban.

A bizottsági munka előkészítésével megbízott „Közlekedés, energia, infrastruktúra és információs társadalom” szekció véleményét 2006. július 18-án elfogadta. (Előadó: Bernardo HERNÁNDEZ BATALER.)

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság 2006. szeptember 13–14-én tartott 429. plenáris ülésen (a 2006. szeptember 14-i ülésnapon) 53 szavazattal 7 ellenében, 10 tartózkodás mellett elfogadta az alábbi véleményt.

## 1. Bevezetés

1.1 2005. december 13-án az Európai Bizottság javaslatot terjesztett elő a „Határok nélküli televíziózásról” szóló közösségi irányelv frissítésére, amelynek első, 1989. évi változatát <sup>(1)</sup> 1997-ben módosították <sup>(2)</sup>. A szolgáltatási tevékenységhez való hozzáféréssel és annak folytatásával kapcsolatban a szolgáltatásokról szóló általános rendelkezésekkel <sup>(3)</sup> történő kollízió esetén ennek az irányelvnek a rendelkezései az irányadóak.

1.2 E módosításnak – amely a rendelkezés betartásának ellenőrzésére és értékelésére szolgáló eljárásokra vonatkozik – az a kinyilvánított célja, hogy összhangba hozza az irányelvet a technológiai konvergenciával kapcsolatos új helyzettel, amelyben az audiovizuális anyagok és szolgáltatások messze túllépnek a televíziós műsorszórás hagyományos keretein, és új szabályozási szükségleteket hoznak létre mind az egységes piac akadálytalan működésének, az erős, kreatív európai ágazat létének, mind a polgárok jogainak biztosítása érdekében. Az audiovizuális média tartalmára vonatkozó közösségi szabályok korszerűsítése az i2010-es stratégiának is része, amely a növekedést és a foglalkoztatottságot serkentő információs társadalom kialakítását célozza <sup>(4)</sup>.

1.2.1 Az irányelv módosítására irányuló javaslat, amely alkalmazási köreként eredetileg az audiovizuális szolgáltatások összességét nevezte meg, a liverpooli ülést <sup>(5)</sup> követően leszűkítette ezt a területet az úgynevezett „audiovizuális médiaszolgáltatókra”, eltérő szabályozási szinteket alkalmazva a lineáris és a

nemlineáris szolgáltatások esetében. Az irányelv így kiterjedne a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatására vonatkozó bizonyos jogi, szabályozási és adminisztratív rendelkezések összehangolására, és „Határok nélküli televíziózás” irányelv helyett „Audiovizuális médiaszolgáltatás” irányelvnek neveznék.

1.2.2 Az irányelv továbbra sem terjedne ki a magántermészetű üzenetekre, újságok vagy folyóiratok elektronikus változataira, az elsősorban nem audiovizuális anyagok terjesztését célzó honlapokra és a rádiós műsorszolgáltatásra.

1.3 A javasolt módosítás két szempontból is kapcsolódna a „Jobb jogalkotás” címmel 2003-ban elfogadott intézményközi megállapodáshoz: egyrészt egyszerűsítene, rugalmasabbá tenné és mérsékelné az európai audiovizuális szolgáltatók szabályozási kötelezettségeit, másrészt ösztönözné az ágazat ön- és társszabályozását. A javaslat lényegre törőbb szabályozási keret kialakítására is törekszik, és – miután az irányelv beépül a tagországok jogrendjébe – megerősítene a származási ország elvét is.

## 2. Az Európai Bizottság javaslata

2.1 Ahogy már említettük, az Európai Bizottság az irányelv hatókörét az audiovizuális médiaszolgáltatás <sup>(6)</sup> – amelyen hangos vagy néma mozgóképeknek tájékoztatás, nevelés és szórakoztatás céljából a közönséghez úgynevezett elektronikus hálózatok <sup>(7)</sup> segítségével történő eljuttatását értjük – valamennyi fajtájára kiterjesztené.

<sup>(1)</sup> 89/552/EGK irányelv – HL L 298., 1989.10.17., 23.o.

<sup>(2)</sup> 97/36/EK irányelv – HL L 202., 1997.7.30., 60.o.

<sup>(3)</sup> COM(2006) 160 final.

<sup>(4)</sup> lásd IP/05/643.

<sup>(5)</sup> Az Európai Bizottság által szervezett Liverpooli Audiovizuális Konferencia a Határok nélküli televíziózás irányelvről.

<sup>(6)</sup> E szolgáltatások meghatározását lásd a Szerződés 49. és 50. cikkében.

<sup>(7)</sup> E hálózatok meghatározását lásd az Európai Parlament és a Tanács 2002. március 7-i, az elektronikus kommunikációs hálózatokra és szolgáltatásokra vonatkozó közös szabályozási keretről szóló 2002/21/EK keretirányelvnek 2(a) cikkében. HL L 108., 2002.4.24., 33. o.

2.2 Ezek az audiovizuális médiaszolgáltatások lehetnek:

- lineárisak, amikor a felhasználónak alkalmazkodnia kell a szolgáltató által a szolgáltatások vagy tartalmak sugárzásához megszabott időkorlátokhoz, függetlenül a terjesztési csatornától (földi, műholdas vagy kábeltelevízió, Internet, mobiltelefon stb.)
- nemlineárisak, ahol a felhasználó dönti el, mikor veszi igénybe a szolgáltató által nyújtott szolgáltatást vagy konkrét tartalmat.

2.2.1 E megkülönböztetés értelmében a televíziós műsorszolgáltatás „olyan lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás, amelyben a médiaszolgáltató alakítja ki a műsorrendet és határozza meg, mely műsor mely időpontban kerül közvetítésre”. A műsorszolgáltató pedig „a lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás szolgáltatója”.

2.3 A hatókör kibővítésével összhangban az irányelv módosítására vonatkozó javaslat bevezeti az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció általános fogalmát, amely olyan hangos vagy néma mozgóképeket jelent, amelyek audiovizuális médiaszolgáltatást kísérnek, és céljuk áruk vagy szolgáltatások közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. A televíziós reklám az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció részének tekintendő, amikor olyan, televízióban sugárzott közleményre vonatkozik, amelyet vagy áruk, szolgáltatások értékesítése érdekében – fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében – közvetítenek, vagy önreklámozás céljából. A távértékesítésre ugyanez vonatkozik.

2.3.1 A cigaretta és egyéb dohányárak televíziós reklámjára és távértékesítésére vonatkozó tilalom az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció valamennyi formájára kiterjed. A csak vény ellenében kapható gyógyszerkészítmények reklámozására és távértékesítésére vonatkozó tilalom szintén érvényben marad, akárcsak az alkoholtartalmú italok reklámozásával kapcsolatos korlátozások, amelyek célja a mértéktelen fogyasztás ösztönzésének megelőzése és a kiskorúak védelme:

- e reklámok nem célozhatnak közvetlenül kiskorúakat, és különösen nem ábrázolhatnak ilyen italokat fogyasztó kiskorúakat;
- nem kapcsolhatják össze az alkoholfogyasztást a fizikai teljesítmény növelésével vagy a gépkocsivezetéssel;
- nem kelthetik azt a benyomást, hogy az alkoholfogyasztás hozzájárul a társadalmi vagy szexuális sikerhez;
- nem sugallhatják azt, hogy az alkoholtartalmú italok gyógyhatással rendelkeznek, hogy élénkítő, illetve nyugtató hatásuk van, vagy alkalmasak konfliktusok megoldására;
- nem bátoríthatnak mértéktelen alkoholfogyasztásra, és az absztinenciát vagy a mértékletességet nem tüntethetik fel kedvezőtlen színben;
- az italok magas alkoholtartalmát nem emelhetik ki pozitív tulajdonságként.

2.3.2 A javaslat továbbra is tiltja a burkolt reklámot, amely áruk, szolgáltatások, illetve valamely áru gyártója vagy szolgáltató szolgáltatója nevének, védjegyének vagy tevékenységének szavakban vagy képekben megfogalmazott, műsorban történő bemutatása, ha ez a bemutatás a műsorszolgáltató szándéka szerint hirdetési célokat szolgál, és természetét tekintve félrevezetheti a közönséget. Ez általában oly módon történik, hogy a reklámot nem jelölik meg mint olyat, vagy a közönség nem részesül figyelmeztetésben. A javaslat ezzel kapcsolatban leszögezi, hogy a televíziós reklámnak azonnal felismerhetőnek kell lennie, és a műsor többi részétől képi vagy hangeszközökkel kellően elkülönítve kell megjelennie.

2.3.3 A termékelhelyezésre azonban új meghatározást vezet be a javaslat: megkülönbözteti a burkolt audiovizuális kereskedelmi kommunikációtól, bár a meghatározás hasonló: a termék-elhelyezés terméket, szolgáltatást, ezek védjegyét vagy mind ezekre való utalást tartalmaz oly módon, hogy – általában fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében – audiovizuális médiaszolgáltatásban jelenik meg. A termékelhelyezés csak akkor törvényes, ha megfelel – többek között – a következő követelményeknek:

- nem bátoríthat közvetlenül áru vagy szolgáltatás megvásárlására vagy bérlésére, különösen oly módon nem, hogy az említett árukra vagy szolgáltatásokra konkrét formában népszerűsítő utalásokat tesz;
- a nézőket egyértelműen tájékoztatni kell a termék-elhelyezési megállapodás létéről, és az elhelyezést egyértelműen meg kell jelölni;
- az audiovizuális médiaszolgáltatások nem tartalmazhatnak cigarettát vagy más dohányterméket tartalmazó termék-elhelyezést, és nem tartalmazhatnak termék-elhelyezést olyan vállalkozástól, amelynek elsődleges tevékenysége cigaretta vagy egyéb dohánytermék gyártása vagy értékesítése;
- a hírműsorok és az aktuális témákkal foglalkozó műsorok, valamint a dokumentumfilmek és a gyermekeknek szánt audiovizuális médiaszolgáltatások nem tartalmazhatnak termék-elhelyezést.

2.3.4 A javaslat megtartja a szponzorálásra és ennek engedélyezésére vonatkozó feltételeket, de néhány lényegi változást vezet be, hogy a tevékenységet összhangba hozza az új alkalmazási területtel. A tudatosan nem észlelhető technikák audiovizuális kereskedelmi kommunikációban történő alkalmazása továbbra is tilos.

2.4 A jelenlegi irányelvvel megegyezően a tagállamok jogaival és kötelességeivel kapcsolatban a javaslat kimondja, hogy a tagállamoknak:

- biztosítaniuk kell a más tagállamokból származó audiovizuális médiaszolgáltatások vételének szabadságát;

- jogrendszerük keretei között megfelelő eszközökkel biztosítaniuk kell, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók ténylegesen megfeleljenek ezen irányelv rendelkezéseinek;
  - továbbra is jogukban áll előírni, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók az ezen irányelv hatálya alá tartozó területeken részletesebb vagy szigorúbb szabályoknak feleljenek meg;
  - gondoskodhatnak arról, hogy a közönség hozzáférhessen a nagy közérdeklődésre számot tartó eseményekhez, és megakadályozhatják, hogy ezeket kizárólag a joghatóságuk alá tartozó műsorszolgáltatók közvetítsék;
  - gondoskodniuk kell arról, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók filmszínházban történő bemutatásra szánt filmalkotást ne közvetítsenek a jogosulttal létrejött megállapodásban kikötött időszakon kívül;
  - gondoskodniuk kell róla (amikor csak lehet és bizonyos esetekben fokozatosan), hogy a műsorszolgáltatók műsoridejük nagyobbik részét európai vagy azzal kapcsolatos alkotások számára tartsák fenn, ennek az időnek a 10 %-át (vagy műsorköltségvetésük 10 %-át) pedig a műsorszolgáltatóktól független alkotók európai művei számára, megfelelő műsoridőarányt biztosítva az új alkotásoknak. Ebbe az időbe nem számítanak bele bizonyos tartalmak, például a hírek, a sportesemények, játékok, a reklám, a teletext-szolgáltatások és a távértékesítés.
- 2.4.1 A tagállamok – hogy megakadályozzák az irányelv bizonyos rendelkezéseinek megsértését – továbbra is hozhatnak intézkedéseket egy másik tagállamban letelepedett médiaszolgáltatóval szemben, amely tevékenysége teljes egészét vagy java részét az előbbi tagállam területe felé irányítja, ha az tagállam, amelyben a médiaszolgáltató letelepedett – erre irányuló kérés ellenére – nem hozza meg az intézkedéseket, és ha az Európai Bizottság jóváhagyását adja az intézkedésre.
- 2.4.2 Ugyanakkor fenntartják az irányelvben előírt, az európai és nemzeti audiovizuális alkotásokra és a független audiovizuális alkotásokra vonatkozó kvótákat, amelyeket a hatásértékelési jelentések szerint az utóbbi években kielégítő szinten betartottak.
- 2.4.3 A javaslat a következő rendelkezéseket vezetné be a tagállamokkal kapcsolatban:
- gondoskodniuk kell arról, hogy a más tagállamokban letelepedett műsorszolgáltatók rövid híradás céljából – melynek során megjelölik ennek forrását – ne akadályoztassanak meg az adott tagállam joghatósága alá tartozó műsorszolgáltató által közvetített, nagy közérdeklődésre számot tartó eseményekhez való hozzáférésben;
  - gondoskodniuk kell arról, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók egyszerűen, közvetlenül és folyamatosan hozzáférhető formában rendelkezésre bocsássák az audiovizuális médiaszolgáltató nevét, postacímét és elektronikus postacímét, valamint az illetékes szabályozó hatóság megjelölését;
  - gondoskodniuk kell arról, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók az erre alkalmas eszközökkel és körben elősegítsék az európai alkotások előállítását és az ilyen alkotásokhoz való hozzáférést;
  - gondoskodniuk kell arról, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók filmszínházban történő bemutatásra szánt filmalkotást ne közvetítsenek a jogosulttal létrejött megállapodásban kikötött időszakon kívül;
  - az a kérés fogalmazódik meg velük szemben, hogy az irányelv által összehangolt területeken ösztönözzék a társszabályozást annak érdekében, hogy az irányelv hatékonyan betartatható legyen, és a legfontosabb érdekeltek elfogadják.
- 2.5 Az audiovizuális médiaszolgáltatók által sugárzott értékek szabályozásának tekintetében a javaslat újrafogalmazza a jelenlegi irányelv rendelkezéseit.
- 2.5.1 A javaslat szerint tehát ezek a szolgáltatások:
- nem veszélyeztethetik súlyosan a kiskorúak testi, szellemi és erkölcsi fejlődését;
  - nem tartalmazhatnak nemi, faji vagy etnikai származáson, valláson vagy meggyőződésen, fogyatékonyságon, koron vagy szexuális irányultságon alapuló, gyűlöletkeltő elemeket.
- A javaslat továbbra is egyértelműen tiltaná az olyan műsorok sugárzását, amelyekben pornográf vagy öncélú erőszakot tartalmazó jelenetek szerepelnek. A kiskorúak testi, szellemi vagy erkölcsi fejlődését esetleg veszélyeztető műsorok esetében technikai kódolásra, speciális sugárzási időre vagy a műsorok osztályozására vonatkozó intézkedéseket kell hozni annak biztosítása érdekében, hogy az adás területén tartózkodó kiskorúak ne lássák és hallják ezeket a műsorokat.
- 2.5.2 Az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció:
- nem tartalmazhat faji, nemi vagy nemzetiségi hovatartozáson alapuló megkülönböztetést;
  - nem sérthet vallásos vagy politikai meggyőződést;
  - nem bátoríthat egészségi vagy biztonsági szempontból ártalmas magatartásra;
  - nem bátoríthat környezetvédelmi szempontból káros magatartásra;

– nem okozhat a kiskorúakat érintő erkölcsi vagy testi károsodást. Ennek megfelelően közvetlenül nem buzdíthat kiskorúakat termék vagy szolgáltatás megvásárlására tapasztalatlan-ságuk vagy hiszékenyséjük kihasználásával, közvetlenül nem bátoríthat kiskorúakat arra, hogy rávegyék szüleiket vagy másokat a reklámozott termék vagy szolgáltatás megvásárlására, nem használhatja ki a kiskorúak szüleik, tanáraik és más személyek iránt érzett különleges bizalmát; és indokolatlanul nem ábrázolhat kiskorút veszélyes helyzetben.

2.6 A javasolt irányelv-módosítás csökkenti a reklámokkal összefüggő műsormegszakításokra vonatkozó jogi követelmények számát, egyszerűsíti és lazítja az alkalmazási kritériumok jelentős részét.

2.6.1 Az elkülönülő reklám- és távértékesítési bejátszások kivételes jellege – eltekintve a sportműsoroktól – gyakorlatilag változatlan megfogalmazással megmarad. A műsorok közötti reklámszünet preferálása szintén megmarad, bár a műsor reklámcélú megszakítása is lehetséges, feltéve, hogy ez nem sérti a műsor egységét vagy a jogosultak jogait.

2.6.2 A megengedett reklámszünetekre, a reklámszünetek közti időtartamra és a műsorok jellegének alapján meghatározott kivételekre vonatkozó számos kritérium helyébe egy általános szabály lépett, amelynek értelmében a televízió céljára készült filmek, a filmszínházban történő bemutatásra szánt filmalkotások, a gyermekműsorok és a hírműsorok közvetítése reklámmal és/vagy távértékesítéssel minden egyes 35 perc hosszúságú időszakban legfeljebb egyszer szakítható meg. A vallási szertartások reklámmal való megszakítása tilos marad.

2.6.3 A reklám különböző formáira fordított sugárzási idővel kapcsolatban a javaslat csak azt az általános kritériumot tartja meg, hogy a klasszikus reklámra, távértékesítésre és a reklám más, rövid formáira fordított időtartam részaránya óránként nem haladhatja meg a 20 %-ot, és ebben a számításban továbbra sem veszi figyelembe a műsorszolgáltató által saját műsorairól vagy a közvetlenül ezekből a műsorokból származó termékekről tett bejelentéseket és a szponzorálásra (amely most a termékelhelyezésre is kiterjed) vonatkozó bejelentéseket.

### 3. Általános megjegyzések

3.1 Az EGSZB szükségesnek tartja a jelenlegi, a határok nélküli televíziózásról szóló irányelv módosítására irányuló kezdeményezést, amelynek az a célja, hogy az irányelvet hozzáigazítsa a technológiai konvergenciával kapcsolatos új helyzethez, valamint az új reklámjeljárásokhoz. Továbbá elismeri, hogy alkalmazhatóbb és eredményesebb jogszabályra van szükség, amely fejlődését megerősítve és felgyorsítva elősegíti az audiovizuális médiaszolgáltatások egységes piacon folytatott kereskedelmét. Úgy ítéli azonban meg, hogy a módosítás mind a technológiai és gazdasági fejlődés követelményeinek, mind az emberi méltóság és a személyes integritás védelmével kapcsolatos szempontoknak meg kell hogy feleljen.

3.2 Amiatt is sajnálatát fejezi ki, hogy az Európai Bizottság nem élt a lehetőséggel, és nem tett kísérletet a jelenlegi irányelvben található bizonyos hiányosságok és kétértelműségek kiiktatására, amelyek nehezen értelmezhetővé és alkalmazhatóvá tették az irányelvet, és jogbizonytalansághoz vezettek mind az irányelv, mind pedig azon jogszabályok végrehajtásában, amelyek révén az beépül a tagállamok jogrendjébe.

3.2.1 Erre egy példa az, hogy az irányelv nem definiálja a reklám általa szabályozott formáit, köztük az ott tárgyalt törvénytelen gyakorlatokat sem. Bár erre a kérdésre a részletes megjegyzésekben bővebben kitérünk, példaként érdemes itt is megemlíteni, hogy a (44) preambulumbekkezdésben a televíziós promóciós műsorok nem számítanak bele a reklámra fordított műsoridőbe, e reklámozási forma jellemzőit és a rá vonatkozó korlátozásokat azonban a dokumentumban sehol nem határozzák meg.

Az EGSZB úgy ítéli meg, hogy az említett kivételt semmi sem indokolja, és hogy a televíziós promóciós műsoroknak mindenképpen bele kellene számítaniuk a reklámra fordított műsoridőbe. Máskülönben csak a reklámokat büntetnék, a kereskedelmi kommunikációt pedig más csatornákra terelnék át, miáltal fennmaradna vagy még tovább növekedne a hirdetések össz-mennyisége.

3.2.2 Nem szabad megfedkezni arról sem, hogy az egyre alapvetőbb szabályozás és a származási ország elve megerősítésének együttes hatása nemhogy nem erősíti a tagállamok jogszabály-harmonizációját, hanem jelentős jogszabályi különbségekhez vezethet ezen a területen, különösen a reklámozás és a kiskorúak védelme területén, ami megnehezíti az egységes piac fejlesztését, illetve jelentősen csökkenti a fogyasztóvédelem szintjét.

3.3 Bár a szándék az, hogy világosan megkülönböztessék a módosított irányelv hatálya alá tartozó audiovizuális médiaszolgáltatásokat és az elektronikus hírközlési szabályozás általános hatálya alatt maradó többi audiovizuális szolgáltatást, megjósolható, hogy az egyre inkább elkülöníthetetlen szöveges, hangos és képi tartalmakkal bíró vegyes formátumok fejlődésével egyre nehezebb lesz meghatározni az irányelv alkalmazási körének határait.

3.4 Az EGSZB megítélése szerint a módosított irányelvnek legalább meg kellene tartania – sőt, ha lehet, ki kellene bővítenie – azokat a garanciákat, amelyek védik ezekben az audiovizuális szolgáltatásoknak a nézőit, különösen a kiskorúakat. Ahogy már rámutattunk, arról sem szabad megfedkezni, hogy az egységes audiovizuális piac célkitűzései mellett az irányelvnek elő kell segítenie egy sor, a sokféleséggel, az identitással, a polgárok személyes fejlődésével, a módosítási javaslat preambulumbekkezdésében is megemlített emberi méltósággal, valamint a tájékoztatáshoz való joggal és a véleménynyilvánítás szabadságával kapcsolatos társadalmi és kulturális értéket, amelyek mind szerepelnek az Európai Unió alapjogi chartájában<sup>(8)</sup>. Továbbá az Európai Bíróság esetjoga<sup>(9)</sup> a televízió működését általános gazdasági érdekű szolgáltatásnak minősíti.

<sup>(8)</sup> HL C 364., 2000.12.18.

<sup>(9)</sup> A C-15/73. sz. ügyben 1974. április 30-án hozott ítélet, EBHT, 203. oldaltól. Az Elsőfokú Bíróság a T-69/89. sz. ügyben 1991. július 10-én hozott ítélete, EBHT, II 525. o. Az Elsőfokú Bíróság a T-112/99. sz. ügyben 2001. szeptember 18-án hozott ítélete, EBHT, II-2549. oldaltól.

3.5 Az irányelv módosítására irányuló javaslatnak emellett az EGSZB megítélése szerint tovább kellene lépnie, és konkrét intézkedéseket kellene javasolnia többek között a hírközlési médiumok pluralizmusa és koncentrációja kérdéseiben. Az európai alkotások támogatását illetően az EGSZB elvárna, hogy az Európai Bizottság határozottabban lépjen fel a tagállamokkal szemben, és ne tegye lehetővé, hogy a szabályozást csak „az erre alkalmas körben” alkalmazzák, illetve hogy az európai és független alkotásokra vonatkozó kritériumokat fokozatosan terjesszék ki a nemlineáris szolgáltatásokra is.

3.6 A módosítási javaslatban említett válaszadási jogot illetően az Európai Bizottság nem vette figyelembe az EGSZB álláspontját<sup>(10)</sup> azzal kapcsolatban, hogy a „helyesbítés jogáról” is rendelkezni kellene – ugyanilyen hatállyal és feltételekkel – az olyan hamis, helytelen vagy pontatlan tartalom elleni küzdelem érdekében, amelyek emberi jogokat sérthetnek.

3.7 Az EGSZB megítélése szerint az irányelv módosítására irányuló javaslatnak szükségessé vagy kötelezővé kellene tennie, hogy az összes tagállam rendelkezzen szabályozási hatóságokkal, amelyek munkájukat nem csupán részrehajlás nélkül és átláthatóan végzik, hanem – létrehozásuk, kialakításuk és feladataik ellátása tekintetében – a kormányoktól függetlenül is. Úgy véljük, a jövőben mérlegelni kell egy európai ügynökség, intézmény vagy más hasonló, szupranacionális testület felállítását.

#### 4. Részletes megjegyzések

4.1 Az EGSZB úgy véli, hogy az „audiovizuális kereskedelmi kommunikációnak” az Európai Bizottság által javasolt meghatározása túlságosan korlátozó jellegű, és szolgálja az „audiovizuális médiaszolgáltatás” meghatározását. Logikusnak tűnik, hogy ezeket „hangos vagy néma mozgóképként” határozzák meg, miáltal a mozgókép ezen audiovizuális médiaszolgáltatások elengedhetetlen összetevőjévé válik, és az internetes sajtóra vagy a rádiós műsorszolgáltatásra nem terjed ki az irányelv hatóköre. Az alkalmazási kör meghatározása után azonban az audiovizuális médiaszolgáltatásokhoz kötődő audiovizuális kereskedelmi kommunikációkban alkalmazhatnak állóképeket (például logók vagy reklámplakátok), illetve magukban megjelenő hangokat (például egy márkára történő szóbeli utalás vagy egy reklámdallam). Ezért helyesebb volna, ha az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció fogalmát a következőképpen határoznák meg: „olyan képek és/vagy hangok, amelyek audiovizuális médiaszolgáltatást kísérnek, és céljuk gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személyek áruinak, szolgáltatásainak, illetve imázsának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése”.

4.2 A javaslat megtartja a jelenlegi kritériumot, amely a televíziós reklámot olyan közleménynek tekintti, amelyet fizetés ellenében közvetítenek. Megítélésünk szerint nem a pénzbeli ellenszolgáltatásnak, hanem a termékek és szolgáltatások népszerűsítésére irányuló szándéknak kellene a meghatározó kritériumnak lennie, ami összhangban lenne más uniós meghatározásokkal, így szerepel például a megtévesztő reklámtevékenységről szóló irányelvben is. Így nem kerülhetnének adásba

olyan termékekre vonatkozó reklámok, amelyeknek televíziós reklámozását betiltották, sem illegális reklámok, amelyek jelenleg leadhatók, hacsak nem bizonyítható a pénzbeli ellenszolgáltatás, vagyis hogy televíziós reklámról van szó. A távértékesítés meghatározásában szereplő pénzbeli ellenszolgáltatásra ugyanez vonatkozik.

4.2.1 Ha a javasolt kritérium megmarad, az irányelvnek lehetővé kellene tennie, hogy a tagállamok felhatalmazzák a bíróságokat (polgári vagy közigazgatási eljárás esetén) arra, hogy – a 84/850/EGK irányelvnek megfelelően – a műsorszolgáltatókat felszólítsák annak bizonyítására, hogy az audiovizuális kommunikációért nem részesültek pénzbeli ellenszolgáltatásban. Ellenkező esetben a kommunikációt kereskedelmi jellegűnek kellene tekinteni.

4.3 Az irányelvjavaslat egészen hasonlóan határozza meg a burkolt reklámot, mint a jelenlegi változat. Úgy véljük azonban, hogy a „burkolt” szó meghatározásának az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció összességére kellene vonatkoznia, nem csak a televíziós reklámra, mivel a rendelkezés egyértelműen a burkolt audiovizuális kereskedelmi kommunikációt tiltja.

4.3.1 Megítélésünk szerint továbbá a burkolt audiovizuális kereskedelmi kommunikáció fogalmát a javaslatához képest ki kellene terjeszteni, azaz:

- áruk és szolgáltatások nem csupán szavakban vagy képekben, hanem hangok általi (például egy bizonyos márkához vagy termékhez kapcsolódó reklámdallam) bemutatását vagy a rájuk történő utalást is magában kellene foglalnia;
- e bemutatás vagy utalás tartalmával kapcsolatban a fogalomnak nem csak a szolgáltató nevét, tevékenységeit vagy a márkát kellene magában foglalnia, hanem az áruk vagy szolgáltatások más megkülönböztető jegyeit is, ha ezek egyértelműen márkához kapcsolódnak (például egy bizonyos típusú csomagolás vagy egy jelszó, még ha a márkát nem említik is meg).

4.3.2 Az irányelvnek ezenkívül világosan ki kellene mondania, hogy ha a termékkelhelyezés eleget tesz az irányelv erre vonatkozó feltételeinek, akkor nem minősül burkolt audiovizuális kereskedelmi kommunikációnak.

4.4 Az EGSZB örömmel fogadja, hogy az irányelv módosítására irányuló javaslat a termékkelhelyezésre is kitér. Jóllehet elméletben jelenleg a termékkelhelyezés burkolt reklámnak, így tiltott tevékenységnek minősülhet, a gyakorlatban általában nem is tekintik televíziós reklámnak, ezért kívül maradt a jogszabályok alkalmazási körén. Megítélésünk szerint azonban a termékkelhelyezés meghatározásának e módszer megkülönböztető jegyeiként világosan utalnia kellene a műsorszolgáltató reklámra irányuló szándékára, valamint arra, hogy e bejátszás időtartama alatt (azaz vele egyidejűleg) képi vagy hangos eszközökkel nem figyelmezteti a közönséget a megjelenítés reklámjellegére, ahogy ez más esetekben, például egy termék állandó reklámjánál történik.

<sup>(10)</sup> HL C 221., 2005.9.8., 17. o. Előadó: Jorge Pegado Liz.

4.4.1 Hasonlóképpen ki kellene kötni, hogy az egyéb hirdetési formákra vonatkozó rendelkezésekkel összhangban a termékelhelyezés sem befolyásolhatja a műsorrendet olyan mértékben, hogy ártson függetlenségének és integritásának, és ki kellene terjeszteni az idevonatkozó korlátozásokat, megtiltva ezáltal az elhelyezést nemcsak tiltott reklám, kiskorúaknak szánt tartalmak és hírműsorok esetében, hanem gyógyszerek és – mint alább szó lesz róla – alkoholtartalmú italok hirdetése esetében is.

4.5 A javaslat – a jelenlegi irányelvvel összhangban – tiltaná a tudatosan nem észlelhető technikák audiovizuális kereskedelmi kommunikációban történő alkalmazását. A szövegben azonban sehhol sem szerepel e technikák meghatározása. Megítélésünk szerint ezt a fogalmat egyértelműen ki kellene fejteni, mint olyan képi vagy hangyi ingerek alkalmazását, amelyeket az érzékszervi észlelés határmezsgyéjén sugároznak, és tudatosan nem észlelhetők.

4.6 Az irányelv módosítására irányuló javaslat szerint az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció során a termékek népszerűsítése közvetlen vagy közvetett lehet. Bizonyos esetekben, például a cigarettánál és az egyéb dohánytermékekénél, a közvetett kereskedelmi kommunikáció is tilos. A szöveg azonban nem határozza meg az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció e formáját. Úgy véljük, hogy ezt a fogalmat tisztázni kellene, és azokra az esetekre kellene vonatkoztatni, ahol – még ha a termékeket közvetlenül nem mutatják is be, vagy nem utalnak rájuk – ismertetésre kerülnek olyan termékek vagy társaságok márkái, jelképei és más megkülönböztető jegyei, amelyek legfontosabb vagy ismert tevékenységei magukba foglalják e termékek előállítását vagy értékesítését.

4.7 Az irányelv módosítására irányuló javaslat 3g(c) cikke felsorolja azokat a követelményeket, amelyeket az audiovizuális kereskedelmi kommunikációnak be kell tartania. A felsorolásban szerepelnek a jelenlegi szöveg reklámmal és távértékesítéssel kapcsolatos követelményei, de az emberi méltóságra történő utalás kimaradt. Megítélésünk szerint – tekintettel fontosságára és az emberi jogok védelméről szóló európai egyezményre, valamint az Európai Unió alapjogi chartájára – ezt a pontot meg kellene tartani.

4.8 A javaslat megtartja azt a követelményt, mely szerint a tagállamoknak gondoskodniuk kell arról, hogy a joghatóságuk alá tartozó audiovizuális médiaszolgáltatások ne valósulhassanak meg olyan formában, amely súlyosan veszélyeztetné a kiskorúak testi, szellemi vagy erkölcsi fejlődését. Szintén megtartja a műsorra tűzés idejére vonatkozó korlátozásokat; ezek továbbra is alkalmazandók azon tartalmakra, amelyek károsan hathatnak (még ha enyhe mértékben is) e fejlődésre, és átveszi a pornográfia és az öncélú erőszak széles körű tilalmát. Az irányelv 1989 óta történő betartásának értékelése révén érdemes lenne megvizsgálni e tilalom tényleges hatékonyságát, és mérlegelni, vajon a tilalom nem szüntethető-e meg oly módon, hogy a kiskorúak erőszakos vagy pornográf tartalmaktól történő védelmét a szövegben már szereplő intézkedésekkel (kódolás, speciális sugárzási idő, figyelmeztetés) oldanák meg.

4.8.1 Az EGSZB sajnálkozását fejezi ki amiatt, hogy az Európai Bizottság javaslata nem tartalmaz több, egyes tagállamokban sikeresen alkalmazott védőintézkedést, például azokat, amelyek növelik a fiatalkorúak védelmét a reklámtartalmakkal szemben vagy visszaszorítják a fogyasztókat megtévesztő reklámokkal vagy távértékesítéssel való visszaéléseket.

4.9 A módosítási javaslatban szerepel néhány nem igazán indokolt különbség az audiovizuális médiaszolgáltatásokra, valamint a hozzájuk kapcsolódó audiovizuális kereskedelmi kommunikációra vonatkozó tiltásokat illetően. Konkrétan arról van szó, hogy a médiaszolgáltatásokkal kapcsolatban „nemen, faji vagy etnikai származáson, valláson vagy meggyőződésen, fogyatékoságon, koron vagy szexuális irányultáson alapuló gyűlöletkeltés” szerepel, a kereskedelmi kommunikációval kapcsolatban pedig „fajon, nemem vagy nemzetiségi hovatartozáson alapuló megkülönböztetés”. Az emberi méltóságra pedig itt már nem is utalnak. Az audiovizuális médiaszolgáltatásokra vonatkozóan „a testi, szellemi vagy erkölcsi fejlődés súlyos veszélyeztetése” szerepel, ugyanez a kereskedelmi kommunikáció esetében a kiskorúak „erkölcsi vagy fizikai romlására” korlátozódik. E kommunikációkkal kapcsolatban nem tiltják meg az erőszakos és antiszociális viselkedésre, illetve állatkínzásra való felbujtást vagy ösztönzést. Az EGSZB úgy véli, hogy ezeket a korlátozásokat a lehető legszélesebb körben ki kellene terjeszteni mind az audiovizuális médiaszolgáltatásokra, mind pedig az audiovizuális kereskedelmi kommunikációra.

4.10 A műsorszolgáltatók által rendelkezésre bocsátandó alapvető adatokkal kapcsolatban az EGSZB megítélése szerint egyértelműen meg kell követelni – ha létezik szabályozó hatóság –, hogy legalább postai és elektronikus címüket közöljék.

4.11 Az alkoholtartalmú italokra vonatkozó audiovizuális kereskedelmi kommunikációnak korlátozott a célközönsége (nem irányulhat fiatalokra) és a tartalma (nem ösztönözhet az ilyen italok mértéktelen fogyasztására). Úgy véljük azonban, hogy az alkoholfogyasztással kapcsolatos súlyos problémák – főleg a fiatalok esetében – szigorúbb szabályozást tennének szükségessé az Európai Bizottság részéről. Ennek alapján szabályozni kellene:

- a műsorokat/tartalmat (például nemcsak a kimondottan a fiatalokat célzó műsorok, hanem a sportközvetítések esetében is);
- a lineáris szolgáltatások esetében a sugárzási időpontokat (például 22 óra előtt nem engedélyeznék az e termékekre vonatkozó audiovizuális kereskedelmi kommunikációt);
- a termékek alkoholtartalmát (például tilos lenne a 18 fokos vagy annál nagyobb alkoholtartalmú italokra vonatkozó audiovizuális kereskedelmi kommunikáció);
- az ilyen reklámok számát a televíziós reklámok esetében (például egy reklámszünetben/reklámban/műsorban tilos lenne egynél több);

– a reklám- és népszerűsítő anyagok fajtáját (tilos lenne például az alkoholtartalmú italok gyártói részéről történő termékelyezés és szponzorálás, vagy legalábbis alkalmazni kellene a sugárzási időre vonatkozó említett korlátozásokat).

4.12 Az irányelvben fel kellene hívni a nézők mint fogyasztók figyelmét a panaszok, reklamációk benyújtásának a közösségi jogban létező csatornáira. Ilyen például az eljárás kezdeményezésének lehetősége az irányelv rendelkezéseinek megsértése miatt (a 98/27/EK irányelv értelmében), amelyről – jóllehet más, ide kapcsolódó jogszabályok, így a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv megemlítik – a javaslatban nem esik szó.

4.13 A javaslatnak bővítenie kellene a kapcsolattartó bizottság feladatainak számát a következő területeken:

- közös szabályok megállapítása az audiovizuális médiaszolgáltatásokért felelős szabályozó testület meghatározására;
- közös szabályok megállapítása a nézők termékelyezéséről és szponzorálásról történő tájékoztatásáról;
- közös szabályok megállapítása önszabályozási és társszabályozási rendszerek kialakítására;

- közös szabályok megállapítása általános érdeklődésre számot tartó eseményekről vagy ezekről készült összefoglalókról más műsorszolgáltatók által történő sugárzására;
- közös szabályok megállapítása annak érdekében, hogy a polgárok élhessenek válaszolási és kiigazítási jogukkal.

A fogyasztók és nézők érdekeit védő szervezetek aktív szerepét el kellene ismerni mind az önszabályozásban, mind a társszabályozásban <sup>(1)</sup>.

4.14 A javaslatnak meg kellene követelnie, hogy az összes tagállam hozzon létre szabályozó hatóságokat, amelyek hatáskörrel rendelkeznek az irányelv által tárgyalt területeken, ezenkívül tagságukat és feladataik ellátását illetően függetlenek, pártatlanok és átláthatóak, az Európa Tanács 23(2000) sz. ajánlásában szereplő kritériumok szerint.

4.15 Végül célszerű lenne, ha a javaslat olyan intézkedéseket is tartalmazna, amelyek – kihasználva a technológiai konvergencia lehetőségeit – elősegítenék a fogyatékkal élők hozzáférést a digitális televíziózáshoz és ennek interaktív tartalmához.

Brüsszel, 2006. szeptember 14.

az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság  
elnöke  
Anne-Marie SIGMUND

---

<sup>(1)</sup> Az EGSZB tájékoztató jelentése a következő tárgyban: „Az együttszabályozás és az önszabályozás jelenlegi helyzete az egységes piacon”, Előadó: Bruno Veveř.

## MELLÉKLET

## az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleményéhez

A következő módosító indítványokat, amelyeknél a támogató szavazatok száma az összes leadott szavazat legalább egye-  
gyede volt, a vita során elutasították.

**4.1. pont**

A pont a következőképpen módosítandó:

„Az EGSZB úgy véli, hogy az »audiovizuális kereskedelmi kommunikációnak« az Európai Bizottság által javasolt meghatározása ~~túlságosan korlátozó jellegű nem világos, és szolgáiban követi az »audiovizuális médiaszolgáltatás« meghatározását. Logikusnak tűnik, hogy ezeket a meghatározott program szerint sugárzott televíziós adásokkal azonos jellegű szolgáltatásokként határozzák meg. »hangos vagy néma mozgóképként« határozzák meg, miáltal a mozgókép ezen audiovizuális médiaszolgáltatások elengedhetetlen összetevőjévé válik, és az internetes sajtóra vagy a rádiós műsorszolgáltatásra nem terjed ki az irányelv hatóköre. Az alkalmazási kör meghatározása után azonban az audiovizuális médiaszolgáltatásokhoz kötődő audiovizuális kereskedelmi kommunikációkban alkalmazhatnak állóképeket (például logók vagy reklámplakátok), illetve magukban megjelenő hangokat (például egy márkára történő szóbeli utalás vagy egy reklámdallam). Ezért helyesebb volna, ha az audiovizuális kereskedelmi kommunikáció fogalmát a következőképpen határoznák meg: »olyan képek és/vagy hangok, amelyek audiovizuális médiaszolgáltatást kísérik, és céljuk gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személyek áruinak, szolgáltatásainak, illetve imázsának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése.«~~

**Indokolás**

Ezen a területen nehéz meghúzni az egyértelmű határvonalakat. A 4.1. pontban javasolt meghatározások még az irányelv-tervezetben szereplőknél is tágabbak, ezért csak tovább nehezítik a problémamentes végrehajtást. A szóban forgó szolgáltatások akadálymentes fejlődése érdekében a lehető legvilágosabb, ugyanakkor a kiskorúak és az emberi méltóság védelmét szolgáló, a kereskedelmi kommunikációs formákat világosan meghatározó, a válaszolási jogot és a meghatározáshoz szükséges alapvető követelményeket biztosító definíciókra van szükség.

A szavazás eredménye:

Mellette: 32

Ellene: 40

Tartózkodott: 3

**4.2.1. pont**

Törlendő.

„Ha a javasolt kritérium megmarad, az irányelvnek lehetővé kellene tennie, hogy a tagállamok felhatalmazzák a bíróságokat (polgári vagy közigazgatási eljárás esetén) arra, hogy ~~a 84/850/EKG irányelvnek megfelelően a műsorszolgáltatókat felszólítsák annak bizonyítására, hogy az audiovizuális kommunikációért nem részesültek pénzbeli ellenszolgáltatásban. Ellenkező esetben a kommunikációt kereskedelmi jellegűnek kellene tekinteni.~~

**Indokolás**

Az a javaslat, mely szerint a bíróságok felszólíthatják a műsorszolgáltatókat annak bizonyítására, hogy az audiovizuális kommunikációért nem részesültek pénzbeli ellenszolgáltatásban, kaput nyit a könnyen kihasználható visszaélési lehetőségek előtt. Továbbá a műsorszolgáltatók számára gyakorlatilag lehetetlen bizonyítani azt, hogy nem részesültek pénzbeli ellenszolgáltatásban.

A szavazás eredménye:

Mellette: 35

Ellene: 40

Tartózkodott: 1