



BESZÁMOLÓ A TÁRSSZABÁLYOZÁSSAL  
KAPCSOLATOS TEVÉKENYSÉGRŐL  
2020. JANUÁR 1. - 2020. JÚNIUS 30.

<b>1. <u>AZ MLE 2020 ELSŐ FÉLÉVBEN ELVÉGZETT, ÉS A MÁSODIK FÉLÉVRE KITÚZÖTT FELADATAI .....</u></b>	<b>3</b>
<b>2. <u>A SZAKÉRTŐI BIZOTTSÁGOK FELADATAI, ÖSSZETÉTELE, BIZOTTSÁGI TAGOK BEMUTATÁSA ....</u></b>	<b>10</b>
<b>1. SZÁMÚ MELLÉKLET: JAVASLAT ÁTFOGÓ ÁGAZATI VIZSGÁLATOKRA .....</b>	<b>12</b>
<b>2. SZÁMÚ MELLÉKLET: AZ MLE MAGATARTÁSI KÓDEXE HATÁLYA ALÁ TARTOZÓ MÉDIATARTALOM SZOLGÁLTATÓK LISTÁJA.....</b>	<b>22</b>
<b>3. SZÁMÚ MELLÉKLET: AZ MLE MAGATARTÁSI KÓDEXE HATÁLYA ALÁ TARTOZÓ KIADVÁNYOK LISTÁJA.....</b>	<b>24</b>

# 1. Az MLE 2020 első félévben elvégzett, és a második félévre kitűzött feladatai

A 2020 első félévet is a korábbi évekre jellemző stabil társszabályozási rendszer és infrastruktúra jellemezte.

## 1.1. NMHH megkeresések, panaszos ügyek

A Magyar Lapkiadók Egyesületéhez a beszámoló elkészítéséig a 2020-as évben összesen két társszabályozási ügyben érkezett panasz.

Irodánk rendszeresen felvilágosítást ad magánszemélyek, médiavállalkozások és szervezetek részéről főképpen telefonon érkező, társszabályozással kapcsolatos kérdésekre, megkeresésekre. Szintén feladatunk a társszabályozás intézményének megismertetése a célcsoportokkal, illetve az ezzel kapcsolatos edukáció, melyet minden adandó alkalommal figyelembe veszünk, és kiemelünk.

### 1.1.1. Anonim Kérelmező 1 vs. [www.borsonline.hu](http://www.borsonline.hu) internetes sajtótermék, Blikk nyomtatott sajtótermék

A Magyar Lapkiadók Egyesülete, mint társszabályozó szervezet felé, az NMHH Médiatanácsa panaszt továbbított, a [www.borsonline.hu](http://www.borsonline.hu) megnevezésű internetes sajtótermékben 2019. november 12. napján megjelent, „Vérfürdő Tárnokon – Gyógyszerváltás után ült a skizofrén” című és a Blikk nyomtatott sajtótermékben szintén aznap megjelent, fenti tematikát megjelenítő médiatartalmakkal kapcsolatban. Kérelmező beadványa alapján a cikkek „utálatot és félelmet keltenek az olvasókban az ilyen betegségben küzdő emberekkel szemben”.

A bejelentés nyomán az eljárás megindítása előtt elvégeztük a bejelentés társ/önszabályozási eljárás kereteit biztosító Magatartási Kódex (letölthető a [www.mle.org.hu](http://www.mle.org.hu) társszabályozás menüpont alatt) szerinti előzetes vizsgálatát, melynek során a következőket állapítottuk meg:

- *Az eljárás megindítása 24. § (1): A kérelmező a kifogásolt médiatartalommal kapcsolatban a Szakmai Szervezet eljárása előtt **köteles megkeresni a tartalmat közzétevő médiatartalom-szolgáltatót.** A kérelmet a média tartalom megjelenésétől számított 30. napon belül, illetve folyamatos közzététel esetén az első megjelenéstől számított 30 napon belül lehet benyújtani a médiatartalom-szolgáltatóhoz. **Amennyiben a jogsértés a kérelmezőnek később jutott tudomására, vagy a kérelem előterjesztésében akadályoztatva volt, vagy a 24. § (6) és (7) bekezdésében szabályozott módon áttételre került sor, úgy a 30 napos határidő a tudomásszerzéssel, az akadály megszűnésével, illetve az áttételről szóló értesítés kézhezvételével veszi kezdetét.***

Kértük a bejelentő válaszát, vagy nyilatkozatát, arról, hogy megkereste-e a tartalmat közzétevő médiatartalom-szolgáltatót és hogy érdemi választ a megkeresésre nem kapott. A hiánypótlás keretében kértük, hogy levelünk kézhezvételét követő 8 napon belül csatolja ezen iratokat.

- **Az eljárási díj megfizetésének hiánya:** A Magatartási Kódex 19. §-a szerint a társszabályozási eljárás akkor indítható meg:

(1) A Bizottság 16. § szerinti társszabályozási eljárása díjköteles. Az eljárás díja megegyezik az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény mindenkor hatályos rendelkezései értelmében az első fokú közigazgatási eljárás megindításakor fizetendő általános tételű eljárási illeték összegével.

(2) Az eljárási díjat a kérelmező köteles az eljárás megindítása előtt befizetni a Szakmai Szervezet Bankszámlájára. A befizetés megtörténtét igazoló dokumentumot a kérelmező a kérelemhez köteles mellékelni. A díjfizetés igazolása hiányában a Szakmai Szervezet Titkársága a kérelmezőt megfelelő határidő tűzésével hiánypótlásra hívja fel. Amennyiben a kérelmező az eljárási díjat a hiánypótlásban meghatározott határidőn belül sem fizeti meg, a Szakmai Szervezet Titkársága további vizsgálat nélkül a 25. § (3) bekezdésében foglaltak alapján elutasítja a kérelmet.”

- **A személyes adatok kezeléséhez való hozzájárulás hiánya**

- a Magatartási Kódex 19. § (3) bekezdése szerint „A Kérelmező a kérelem benyújtásához mellékelt nyilatkozattal hozzájárul ahhoz, hogy a Szakmai Szervezet az eljárásban kért, illetve az eljárás indításához megkövetelt személyi adatait kezelje, tárolja, feldolgozza a Szakmai Szervezet Mttv. szerinti társszabályozói tevékenysége és a jelen eljárási szabályok szerint szükséges mértékben, valamint ahhoz is, hogy az Mttv. által előírt adatszolgáltatási kötelezettsége körében ezeket az adatokat a Médiatanácsnak (vagy a Hivatalnak) továbbítsa.” Mindemelllett a Magatartási Kódex 25. § (6) bekezdése szerint „Amennyiben az eljárás során kiderül, hogy a Kérelmező kiléte kétséges, a Szakmai Szervezet jogosult felszólítani a Kérelmezőt, hogy személyazonosságát igazolja. Amennyiben a Kérelmező személyazonosságát nem igazolja, a Szakmai Szervezet jogosult az eljárást minden további vizsgálat és indokolás nélkül megszüntetni.”

A bejelentésekhez a személyes adatok kezeléséhez hozzájáruló nyilatkozat nem került csatolásra, a Médiatanács a bejelentéseket pedig kifejezetten azzal a tájékoztatással továbbította a Szakmai Szervezet részére, hogy „a bejelentő a Médiatanács felhívására nem tett személyes adatai átadásához és az önszabályozó szervezet általi kezeléséhez történő hozzájáruló nyilatkozatot, és kérte a bejelentés anonim módon történő továbbítását, ezért a Médiatanács a bejelentést a bejelentő személyes adatainak megjelölése nélkül megküldi a Magyar Lapkiadók Egyesületének.”.

Mivel kérelmező nem tett eleget a hiánypótlási felhívásban foglaltaknak, a Szakmai Szervezet az ügyet érdemi intézkedés nélkül lezárta. **A hiánypótlásra 30 napos jogvesztő határidő állt a kérelmező rendelkezésére, mely határidő eredménytelenül telt el.**

### 1.1.2. Anonim Kérelmező 2 vs. Magyar Nemzet Online internetes sajtótermék

A Magyar Lapkiadók Egyesülete, mint társszabályozó szervezet felé, az NMHH Médiatanácsa panaszt továbbított, a Magyar Nemzet Online sajtótermékben 2020. április 21-én megjelent, „A Szabó Tímea nevű organizmus tudományos jellemzése” című írással kapcsolatban.

Kérelmében előadta, hogy a Médiatartalom, álláspontja szerint

- „súlyosan sértő és dehumanizáló tartalmú”,
- a „kullancs”, „organizmus”, „ő csak mérgezni akar”, „nagyon is létező háttérhatalom biológiai fegyvere” fordulatok becsületsértőek, valamint
- a cikk az emberi méltóság sérelmét is felveti.

A bejelentés nyomán az eljárás megindítása előtt elvégeztük a bejelentés társ/önszabályozási eljárás kereteit biztosító Magatartási Kódex (letölthető a [www.mle.org.hu](http://www.mle.org.hu) társszabályozás menüpont alatt) szerinti előzetes vizsgálatát, melynek során a következőket állapítottuk meg:

- *Az eljárás megindítása 24. § (1): A kérelmező a kifogasolt médiatartalommal kapcsolatban a Szakmai Szervezet eljárása előtt **köteles megkeresni a tartalmat közzétevő médiatartalom-szolgáltatót.** A kérelmet a média tartalom megjelenésétől számított 30. napon belül, illetve folyamatos közzététel esetén az első megjelenéstől számított 30 napon belül lehet benyújtani a médiatartalom-szolgáltatóhoz. **Amennyiben a jogsértés a kérelmezőnek később jutott tudomására, vagy a kérelem előterjesztésében akadályoztatva volt, vagy a 24. § (6) és (7) bekezdésében szabályozott módon áttételre került sor, úgy a 30 napos határidő a tudomásszerzéssel, az akadály megszűnésével, illetve az áttételről szóló értesítés kézhezvételével veszi kezdetét.***

Kértük a bejelentő válaszát, vagy nyilatkozatát, arról, hogy megkereste-e a tartalmat közzétevő médiatartalom-szolgáltatót és hogy érdemi választ a megkeresésre nem kapott. A hiánypótlás keretében kértük, hogy levelünk kézhezvételét követő 8 napon belül csatolja ezen iratokat.

- **Az eljárási díj megfizetésének hiánya:** *A Magatartási Kódex 19. §-a szerint a társszabályozási eljárás akkor indítható meg:*

*(1) A Bizottság 16. § szerinti társszabályozási eljárása díjköteles. Az eljárás díja megegyezik az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény mindenkor hatályos rendelkezései értelmében az első fokú közigazgatási eljárás megindításakor fizetendő általános tételű eljárási illeték összegével.*

*(2) Az eljárási díjat a kérelmező köteles az eljárás megindítása előtt befizetni a Szakmai Szervezet Bankszámlájára. A befizetés megtörténtét igazoló dokumentumot a kérelmező a kérelemhez köteles mellékelni. A díjfizetés igazolása hiányában a Szakmai Szervezet Titkársága a kérelmezőt megfelelő határidő tűzésével hiánypótlásra hívja fel. Amennyiben a kérelmező az eljárási díjat a hiánypótlásban meghatározott határidőn belül sem fizeti meg, a Szakmai Szervezet Titkársága további vizsgálat nélkül a 25. § (3) bekezdésében foglaltak alapján elutasítja a kérelmet.”*

Kérelmező a hiánypótlásban foglaltakat maradéktalanul teljesítette.

Az eljáró bizottság rögzítette, hogy a Kérelmező beadványa – a tartalom szerinti elbírálás elvére figyelemmel - a szólásszabadság korlátaiként megjelenő tényállások közül az alábbi hármat veti fel:

- Becsületsértés;
- Gyűlöletkeltés;
- Emberi méltóság sérelme.

**Határozata meghozatalakor a Bizottság arra az álláspontra helyezkedett, hogy mivel a sérelmezett cikk nem társadalmi csoporttal szemben gyűlöletkeltésre irányul, így tényállásszerűen nem ütközik a Magatartási Kódex vagy az Smtv. alkalmazandó rendelkezéseibe. A Bizottság megállapította hatásköre hiányát az emberi méltóság sérelmének megítélése és a becsületsértés vonatkozásában. Fentiekre tekintettel a Bizottságnak – összhangban a Magatartási Kódex 28. § 1-es bekezdésének a) pontjával – a kérelmet el kellett utasítania.**

A határozat teljes terjedelmében az alábbi [linken](#) érhető el.

## 1.2. Jogi, szakmai munka, ágazati projektek

### Öngyilkosságról való beszámolók és erőszakos tartalmak feldolgozása a médiában - szakmai kerekasztalbeszélgetés

A workshop szervezésének előzménye, hogy a Média- és hírközlési biztos megkereste szervezetünket, mivel 2019. második félévében többször jelentek meg tudósítások tragikus, több esetben médiaszereplőt érintő halálesetről. A cikkekben, illetőleg azok környezetében különböző kereskedelmi közlemények, reklámok tűntek fel. A Biztos véleménye szerint speciális jogszabályi rendelkezés hiányában az önszabályozás feladata a megfelelő gyakorlat kialakítása. A magatartási kódexek többek között az alábbi elveket rögzítik: „Érvényesíteni kell a kegyelet szempontjait, tekintettel kell lenni a gyászolók érzékenységére.” „Különös figyelmet kell fordítani a balesetek, katasztrófák és bűncselekmények áldozatainak személyiségi és kegyeleti jogainak érvényesítésére.” „A reklám nem sértheti az emberi méltóságot valamint a kegyeleti érzést, továbbá a már nem élő személyeket megillető történelmi vagy kulturális megbecsülést.”

A hivatkozott tartalmak sok esetben az öngyilkosságot érintették.

A biztos még 2012 márciusában ajánlásokat fogalmazott meg az öngyilkosságokról szóló tudósításokhoz, köztük az alábbiakat: A média nem sértheti a kegyeleti jogokat. Egy öngyilkosságról csak akkor tudósítson a média, ha az elkerülhetetlen. Különös óvatosság szükséges közszereplő vagy celeb öngyilkossága esetében. Tájékoztatást kell nyújtani, hogy a veszélyeztetettek hol kaphatnak segítséget, egy logószerű, kisebb keretes anyagban figyelmeztetést kell közzétenni. A tájékoztatásnak tartalmaznia kell a következő felhívást: *„Ha ön is úgy érzi, segítségre lenne szüksége, hívja a krízishelyzetben lévőknek rendszeresített, ingyenesen hívható 116-123, vagy 06 80 820 111 telefonszámot!*

A biztos hivatal az utóbbi időszak médiatudósításainak áttekintése után megállapította, hogy azok nagy része nem volt összhangban az ajánlásokkal, nem tartalmazta a figyelemfelhívást. A magatartási kódexek vonatkozó előírásai nem érvényesülnek. A tudósítások mellett a reklámok elhelyezése, azok tartalma etikai sokszor vitatható.

A biztos fentiekre hivatkozva személyes egyeztetést folytatott a Magyar Lapkiadók Egyesületének elnökével, egy jó gyakorlatot célzó szakmai kezdeményezés előmozdítása céljából.

Az így létrejött kerekasztal beszélgetés célja az volt, hogy a szakma legérintettebb szereplői áttekinthessék és szakmai szempontból kielemezzék a felvetett problémákat.

**Az Öngyilkosságról való beszámolók és erőszakos tartalmak feldolgozása a médiában** című szakmai kerekasztalbeszélgetésen brand safety szempontokról, továbbá etikai és üzleti megfontolásokról esett szó.

A beszélgetés többek között az alábbi kérdésekről zajlott:

- A márkák számára mennyire fontos, hogy milyen környezetben jelenik meg a hirdetésük?
- Melyik a fontosabb: az elérés nagysága vagy a biztonságos környezet?
- Az online médián kívüli világban jelenthet-e problémát a márkabiztonság a hirdetőknél, vagy ez kifejezetten online-specifikus kérdés?

- Mit lehet tenni akkor, ha egy tragikus, de nagy érdeklődésre számot tartó esemény tartósan „átveszi az uralmat” a hírek felett?
- Tényleg az a társadalom érdeke, hogy az ilyen ügyekről korlátozott módon tudósítson a média?
- Hol van ebben a határ, ki mondja meg, hogy mit jelent az, hogy etikus?

**A kerekasztalbeszélgetés résztvevői:**

Ómolnár Miklós, Mediaworks, bulvár portfólió igazgató  
Gedei Norbert, Blikk, főszerkesztő  
Pálfalvi Márta, Heineken, vállalati kapcsolati igazgató  
Fekete Zoltán, Márkaszövetség, főtítkár

**Moderátor:** Szigeti Péter Lapigazgató/Head of Strategy and Business [24.hu](http://24.hu), Vezess

**Javaslat a társszabályozás 10 éves intézményrendszerének értékelésére**

A Magyar Lapkiadók Egyesülete 2011. júliusában kötötte meg a közigazgatási szerződést a médiaigazgatási feladatok ellátásával kapcsolatosan. A médiaszabályozás területén, illetve a törvényben foglaltak alkalmazásában, betartásában fontos szerepet látnak el a médiaszolgáltatókat, a sajtótermékek kiadóit, a közvetítő szolgáltatókat, valamint a műsorterjesztőket tömörítő önszabályozó testületek és az ön- és társszabályozó eljárások.

Az elmúlt tíz év során többször is módosításra került a szerződés mellékletét képező Magatartási Kódex is. Az egy évtized során felhalmozódott kollektív iparági tudás és tapasztalat kihasználása érdekében javasoljuk, hogy az érintett felek szervezzenek egy közös konferenciát vagy workshopot, melynek keretében tapasztalatcserét folytathatunk és előremutató javaslatokat tehetünk, így javítva az ön- és társszabályozás eredményességét, és növelve az iparági támogatottságát, illetve a fogyasztói bizalmat.

A konferenciával kapcsolatos disszeminációs tevékenység elősegítheti az ön- és társszabályozó normák széleskörű elterjedését és ismertté tételét, valamint a fogyasztók érdekében történő alkalmazását.



### 1.3. Gyermekvédelmi Internet-kerekasztal

A kerekasztal 2014. március 12-én tartotta alakuló ülését, megbízatása három évre szólt. A „második ciklus” 2017. március 28-án vette kezdetét. Koltay András Médiatanács-tagot Bene Emese, az NMHH szabályozáskoordinációs osztályvezetője váltotta elnökként, a 21 tagú testületből 12-en folytatják munkájukat, köztük a **Magyar Lapkiadók Egyesülete által delegált tag, dr. Szilágyi Zsuzsanna.**

A kiskorúak védelmével foglalkozó szakmai és civil szervezetek, továbbá a médiatartalom-szolgáltatók, az elektronikus kereskedelmi szolgáltatók és az elektronikus hírközlési szolgáltatók szakmai érdekképviselői és önszabályozó szervezetei 2020. március 13-ig tehetnek javaslatot a Gyermekvédelmi Internet-kerekasztal tagjaira.

A húsz tag közül nyolc tagra a kiskorúak védelmével foglalkozó, országos működési területű, legalább három éve működő szakmai és civil szervezetek, további nyolc tagjára a médiatartalom-szolgáltatók, az elektronikus kereskedelmi szolgáltatók és az elektronikus hírközlési szolgáltatók országos működési területű, legalább három éve működő szakmai érdekképviselői és önszabályozó szervezetei tehetnek javaslatot. A Hatóság elnöke a javasolt személyek közül nevezi ki a Kerekasztal tizenhat tagját, szintén három évre.

A kerekasztal tagjainak mandátuma 2020. márciusában lejárt, **élve a 2013. évi CCXLV. törvénnyel létrehozott Gyermekvédelmi Internet-kerekasztal (Kerekasztal) tagjaira vonatkozó jelölési jogával, a Magyar Lapkiadók Egyesülete dr. Szilágyi Zsuzsanna ügyvédet, infokommunikációs szakjogászt, a SZTNH Szerzői Jogi Szakértői Testületének tagját javasolja**, és kérte Elnök Asszonyt a jelölt személyének támogatására.

## 2. A szakértői bizottságok feladatai, összetétele, bizottsági tagok bemutatása

A Bizottság tagjainak kijelölése az MLE Közgyűlése által elfogadott, a tagok általi jelöltekből álló szakértői listáról történik az MLE Elnöksége által. Egy-egy bizottság három tagból áll, akként, hogy a tagok birtokában kell legyenek az adott témában a megfelelő szakértelemnek, és a Bizottság legalább egy tagja jogi végzettséggel kell rendelkezzen. Jogi szakértőnk a bizottságok jogász tagjaival együtt elkészítette a szakértői bizottság ügyrendjét, melyet az MLE Elnöksége fogadott el, majd a jóváhagyást követően valamennyi bizottsági tag megkapott.

2020 első félévében az MLE Elnökség határozata alapján az alábbi bizottságok működtek:

Nyomtatott sajtótermékekre vonatkozó Bizottságok		
1	Dr. Réti László	elnök
	Nyéki Zsolt	
	Somodi Géza	
2	Dr. Bacsek György	elnök
	Bujdos Attila	
	Gedei Norbert	
3	Dr. Nehéz-Posony Márton †	elnök
	Deák Bálint	
	Botka Tamás	
Internetes sajtótermékekre vonatkozó Bizottságok		
1	dr. Polyák Gábor	elnök
	Somodi Géza	
	Pauska Zsolt	
2	dr. Pintér Andrea	elnök
	Bonifert Gábor	
	Nyéki Zsolt	
3	Dr. Fay Margit	elnök
	dr. Ober Gergely	
	Deák Bálint	

Lekérhető médiaszolgáltatásokra vonatkozó Bizottságok		
1	Dr. Fay Margit	elnök
	Gedei Norbert	
	dr. Pintér Andrea	
2	dr. Ober Gergely	elnök
	Somodi Géza	
	Bujdos Attila	
3	dr. Pintér Andrea	elnök
	Botka Tamás	
	Bonifert Gábor	

A vészhelyzetre való tekintettel az MLE nem tartott tavasszal közgyűlést, így a bizottsági tagok frissítése is ősze várható.

## 1. számú melléklet: Javaslat átfogó ágazati vizsgálatokra

A Magyar Lapkiadók Egyesülete (MLE) Nemzeti Média- és Hírközlési Hatósággal kötött szerződésének 2.2. pontja szerint a társszabályozás keretében átfogó ágazati vizsgálatot folytat le, az alábbiak szerint:

“A rögzített személyi kör 2.1. és 3. pontban megjelölt felhatalmazás keretébe tartozó tevékenységére, magatartására irányuló átfogó ellenőrzését, a Szakmai Szervezet által önállóan meghatározott tárgykörökben és ütemezés szerint;”

A rögzített személyi kör:

- kifejezett nyilatkozattal a Magatartási Kódex hatálya alá tartozó médiatartalom szolgáltatók.

Tárgykör:

- az Smtv. 14. § (2) bekezdésének, a 16. §-ának, 17. §-ának, 19. § (3) és (4a) bekezdésének felügyelete a nyomtatott és az internetes sajtótermékek esetében;
- az Smtv. 20. § (1)-(3) bekezdéseinek felügyelete a nyomtatott és az internetes sajtótermékek esetében;
- az Smtv. 14. §-ának, 16. §-ának, 17. §-ának, 19. § (2) és (4a) bekezdésének felügyelete a lekérhető médiaszolgáltatások esetében;
- az Mttv. 10.§ (7)-nak felügyelete a lekérhető médiaszolgáltatások internetes honlapja tekintetében;
- az Mttv. 11. §-ának felügyelete a lekérhető médiaszolgáltatások tekintetében;
- e Kódex I. Rész IV. Fejezetében szereplő tényállásokkal kapcsolatos normasértés esetén
- az Smtv. 20. § (1)-(3) bekezdéseinek felügyelete a nyomtatott és az internetes sajtótermékek tekintetében;
  - kereskedelmi közlemények elkülönítése a szerkesztett tartalmaktól
  - burkolt kereskedelmi közlemények tilalma
  - kereskedelmi közlemények könnyű felismerhetősége

Fenti irányelvek és tárgykörök minden általunk javasolt vizsgálati témában adottak.

---

## 1. SZÁMÚ JAVASLAT: KÖZÖS FELLÉPÉS AZ ÁLHÍREK ELLEN

---

Fentiek értelmében az MLE az alábbi tematika alapos vizsgálatát javasolja:

Az elmúlt időszakban egyre inkább szembesülünk azzal, hogy az álhírek mennyire elterjedtek a médiában, a közösségi oldalakon és milyen nagy problémát, zavarodottságot okoznak. A Frankfurter Allgemeine Zeitung 2016-ot a hamis információk évének minősítette. Egy sor teljesen hamis információ jelent meg az interneten, a közösségi oldalakon. Az álhírek gyakran a szakmán kívül álló, magukat újságírónak mondó személyektől erednek, akik profilokat hoznak létre, adott esetben meglevő termékekhez hasonló, megtévesztő cégnevekkel, és vagy saját történeteket gyártanak, vagy átvesznek hasonló külföldi oldalaktól tartalmakat, valamint még sok egyéb módon hintik tele az online felületeket az ostoba és káros tartalmakkal. A Buzzfeed és az Ipsos 2016 decemberi, nagy mintán készült felméréseinek eredményeiből ugyanis kiderült, azok között, akik számára a Facebook az elsődleges hírforrás 83 százalék azoknak az aránya, akik elhitték az álhíreket.

A magyar médiacégek és szervezeteik emiatt fontos feladatként jelölték meg az álhírek kiszorítását a print- és online megjelenésekből.

A probléma nemzetközi méretű, minden ország igyekszik a károkat beazonosítani és megoldást találni az álhírek terjedésének megállítására.

Konkrét példával és számokkal állt elő nemrégiben a Norvég Médiahatóság is. Norvégiában, januárban és februárban ugrásszerűen megugrott az álhírek megjelenése, különösen a nemzetközi hírekhez kapcsolódóan. Ezért a Norvég Médiahatóság egy kutatást indított 2017. áprilisában az álhírekre való olvasói attitűdök felmérésére. Ennek a kutatásnak az eredménye szerint az 1000 megkérdezett 15 %-a akkor is megosztotta a hírt, ha tudta, vagy vélelmezte, hogy az hamis. 55 % pedig minimum hetente olvasott olyan tartalmat, amelyet hamisnak tartott. Csak 26 % volt az, aki úgy gondolta, hogy a saját felelőssége is az álhírek azonosítása. E szomorú eredmények láttán a Norvég Médiahatóság augusztusban teszttel próbálta felmérni, hogy a közösségi médiában az emberek mennyire képesek az álhíreket beazonosítani.

2017. novemberében publikálták a „Trust in News” kutatást, amely rávilágít arra, hogy az álhír-jelenség megerősítette a mainstream hírmédia iránti bizalmat, miközben rontotta a közösségi média források megítélését.

A kutatás rávilágít, hogy a mainstream hírmédia megítélése alig változott, míg a közösségimédia-platformok és a kizárólag online létező hírmédiumok reputációja jelentősen romlott a közelmúlt politikai választásai nyomán felszínre került “fake news” narratíva hatására.

A világ négy országában (Brazília, Franciaország, Egyesült Királyság, USA) összesen 8 ezer embert kérdeztek meg a politikai és választási hírekkel kapcsolatos attitűdjéről.

A kutatás főbb megállapításai:

1. A mainstream hírmédia “fake news”-ként történő megbélyegzése egyértelműen kudarcot vallott. A hagyományos, nyomtatott és sugárzott média reputációja sokkal ellenállóbbnak bizonyult – elsősorban az általuk nyújtott tartalmak mélysége miatt –, mint a közösségimédia-platformoké, és a kizárólag online létező híroldalaké.
2. A közönség egyre szélesebb körben informálódik, és összetettebb a viszonya és elvárásai a hírjellegű tartalmakkal szemben.

3. A közvélemény változatlanul hisz abban, hogy az újságírói munka kulcsfontosságú a demokratikus értékek megőrzése szempontjából, de sokkal szkeptikusabbá vált. Az USA-ban és Brazíliában például a lakosság kiugróan nagy százaléka gondolja azt, hogy a legutóbbi választások eredményeit nagyban befolyásolta a "fake news"-jelenség.

Amint az a Trend Micro [közzétett jóslatai](#) szerint is várható volt, a kiberpropaganda 2017-ben tehát nagy teret hódított. A kormányok ennek következtében már felismerték, hogy az álhírek ellen aktívan fel kell venni a harcot: olyan szolgáltatásokat indítanak el, amelyek lerántják a leplet a hamis hírekről, emellett új szabályozások bevezetését, valamint a félrevezető információkat közlő oldalak büntetését is tervezik. Az új szabályozások a közösségi hálózati szolgáltatásokat is céloznák. A lépések között szerepel a botok és gyanús fiókok felfüggesztése, még több munkaerő alkalmazása a jelentések feldolgozásához, illetve olyan funkciók hozzáadása, amelyekkel a felhasználók jelenthetik a hamis fiókokat. Végső soron azonban minden a képzett felhasználókon múlik: "Az álhírek terjedése akkor fékezhető meg, ha az olvasók megtanulják felismerni azokat.

Németországban hónapokig tartó viták után a német szövetségi parlament elfogadta a közösségi portálokon megjelenő jogsértő gyűlölködés és álhírterjesztés visszaszorításáról szóló törvényt. A törvény nem hoz létre új jogokat, a felhasználók jelenlegi jogainak erősebb védelmét szolgálja, ezt jelzi a címe is: Törvény a jogérvényesítés javításáról a közösségi portálokon, bár jogvédő aktivistáktól politikusokig széles körben bírálják Németországban a közösségi portálokon megjelenő jogsértő gyűlölködés és álhírterjesztés visszaszorításáról szóló törvényt.

**Szeretnénk, ha az NMHH partner lenne abban az együttműködésben, amelyet a szakma tervez kialakítani az álhírek elleni küzdelemre.** Megoldásként a norvég ötletet alapul véve olyan közös kezdeményezés megalakítására gondoltunk, amelynek feladata az álhírek kiszűrése a különböző megjelenésekből. A csapat tagjai vizsgálnák a média, a közösségi média, nyilvános megszólalások tényszerűségét, valamint az olvasóktól érkező bejelentéseknek is utána járnának. A feladathoz kapcsolódó kiemelt témakörökről szakmai egyeztetésen döntenénk.

---

## 2. SZÁMÚ JAVASLAT: A TANULMÁNY TÉMÁJA – AZ ÚJ ADATVÉDELMI RENDELET HATÁSA A MÉDIAVÁLLALATOKRA

---

Fentiek értelmében az MLE az alábbi tematika alapos vizsgálatát javasolja:

### Az új adatvédelmi rendelet hatása a médiavállalatokra

Az Európai Parlament megszavazta az új adatvédelmi szabályokat. Ezek célja, hogy az internethasználóknak sokkal nagyobb befolyást biztosítson saját adataik felett, másrészt a digitális korszaknak megfelelő magas szintű és egységes Unió adatvédelem jöjjön létre. A változtatások egyúttal minimumkövetelményeket határoznak meg a rendőrségi és bírósági célú adatfelhasználás területén.

Az EP döntésével **lezárult az Unió adatvédelmi reform több mint négy éve elkezdett időszaka**. Az új csomag 1995-ös, az internet korai korszakában született rendelkezéseket helyettesít olyanokkal, amelyek az okos telefonok, közösségi média, internetes bankolás korszakában kínálnak nagyobb befolyást az internethasználóknak saját adataik felett.

Új rendelkezések:

- a személyes adatok **törléséhez** való jog
- az érintettek **világos és egyértelmű hozzájárulása** kell a személyes adatok feldolgozása kapcsán
- az **adathordozáshoz** való jog
- az adatvédelmi **incidensről** való értesülés joga
- a **közérthető adatvédelmi magyarázathoz** való jog
- erősebb kényszerítő eszközök – közigazgatási bírság, amely a vállalkozások esetében **az előző pénzügyi év teljes éves világszintű forgalmának 4 %-át** teheti ki.

Az adatvédelmi csomag része a rendőrségi és bírósági célú adattovábbításra vonatkozó irányelv is. Az irányelv az EU-n belüli adattovábbításra vonatkozik és minimumkövetelményeket határoz meg a rendőrségi és bírósági célú tagállami adatfelhasználás területén. Az új szabályok célja az, hogy megvédjék az egyént – legyen szó áldozatról, tanúról vagy elkövetőről – azáltal, hogy **világos jogokat és kereteket határoznak meg az adatok bűnmegelőzési, nyomozási, felderítési, bíróság elé állítási és büntetési célú továbbítása** kapcsán, egyúttal pedig megkönnyítik a hatékony **együttműködést** a bűnüldöző szervek között.

**Az ágazati vizsgálat célja, hogy egy a mindennapokban használható útmutatást adjon a kiadóvállalatok szakemberei számára.**

---

### 3. SZÁMÚ JAVASLAT: A VIZSGÁLAT TÉMÁJA – INTERNETES ZAKLATÁS

---

Fentiek értelmében az MLE az alábbi tematika alapos vizsgálatát javasolja:

#### Internetes zaklatás

Internetes zaklatásról (cyber bullying) szóló tudósítások megjelentetése a médiában, a szülők, pedagógusok figyelmének a felkeltése. Az elmúlt időszakban Magyarországon is megindult az útkeresés annak érdekében, hogy a sértetteket megvédjük a névtelen, arctalan zaklatástól. A médiában is számos kampány folyt, figyelemfelhívó cikkek, tanulmányok sora jelent meg, szakemberek számos konferencián vitatták meg a megelőzés, illetve a védekezés lehetséges eszközeit.

A kutatás egyik központi témája annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy meg lehet-e egyáltalán előzni az internetes zaklatást, van-e hatékony a védekezés ellene, és ha igen melyek ezek - a média rendelkezésére álló – eszközök?

A kutatási másik iránya arra a kérdésre igyekszik választ adni, hogy mennyiben ültethető át a más országokban alkalmazott megelőzési módszerek, létezik-e egyáltalán az internetes zaklatás ellen ún. best practice?

---

#### I. A vizsgálatról bővebben

---

##### 1.) A zaklatás különböző módjai, a zaklatás során előforduló módszerek:

A megfélemlítés és zaklatás jelensége nem új keletű, sok felnőtt még most is fel tudja idézni, hogyan piszkálták osztálytársai gyermekkorában. Míg a "hagyományos" megfélemlítés és piszkálás alatt a játszótéren és az iskolában elszenvedett szóbeli és fizikai bántalmazást értjük, köszönhetően az internetnek és az ehhez használt eszközöknek, a zaklatás nem áll meg az iskolaudvarban, hiszen mára mindez tovább folytatódik az online felületeken is.

A Kaspersky Lab és a B2B International kutatása alapján kiderül, hogy a szülők közel negyede érzi úgy (22%), hogy nem tudja figyelemmel kísérni gyermeke online tevékenységét, és közel a fele (48%) aggódik amiatt, hogy gyermeke kiberzaklatással szembesülhet. Köszönhetően az online közösségi oldalak (pl. Facebook, Instagram, Twitter) feltarthatatlanul növekvő népszerűségének, életünk online és offline részei egyre inkább összefonódnak. Ebből következik, hogy mára a zaklatás nem fejeződik be a játszótér vagy az iskola elhagyásával.

Csakúgy, mint a gyermekek önvédelemre való tanítása, az sem kevésbé elhanyagolható, hogy megtanítsuk nekik a technológia felelősségteljes használatát. David Emm, a Kaspersky Lab biztonsági kutatója szerint: "a gyermekek empatikus érzékét fejleszteni kell az internetes kommunikáció során csakúgy, mint az életben. Ez pedig csökkentheti annak a valószínűségét, hogy részt vegyenek számítógépes bűnözésben vagy internetes zaklatásban. Továbbá az is fontos, hogy már a korai éveikben megértsék, néhány online tevékenység is lehetséges veszélyforrást jelenthet".

Bár az internetes zaklatás nem jár fizikai erőszakkal, kutatások bizonyítják, hogy az online zaklatás még intenzívebb, mint a hagyományos megfélemlítés, az alábbi okok miatt:

- **Anonim.** Mivel az internetes zaklatás arctalan maradhat az anonim internetes környezetben, így nehezebb megállapítani és bebizonyítani, végső soron ki is a felelős. Ez azt is jelenti, hogy a zaklatók



kevésbé hozhatók összefüggésbe az okozott sérülésekkel és a következményekkel, amiket maguk után vonnak.

- **Nehéz a menekülés.** A legtöbb ember ma már rendelkezik internet hozzáféréssel, és az összes megalázó online felületen lévő információ elméletileg bármikor, bárki számára elérhető.
- **Állandó elérhetőség.** Egyre nehezebb elmenekülni a támadások elől, mert az áldozatok számítógépeken és okos telefonokon keresztül mindig és mindenhol elérhetőek.

A probléma nagy része manapság az, hogy a szülők csak ritkán vannak tudatában a gyermekeiket érintő internetes zaklatásoknak, mivel az esetek többségében a gyerekek nem is beszélnek róla. Minél többet tudunk meg a zaklatásról, annak okairól és lehetséges módjairól a mai társadalomban, annál inkább képesek leszünk megakadályozni ezeket.

## 2.) A netes zaklatás hatásai nagyon is valóságosak

A jelenség sokféle formában elképzelhető, és a tanárok és szülők egy része nem is mindig érti pontosan, mi ezzel a gond - hiszen ami az interneten történik, az nem a valóságban történik, azt csak figyelmen kívül kell hagyni, ki kell kapcsolni a gépet, ki kell menni focizni a friss levegőre és kész. Sajnos azonban az online zaklatás káros hatásai nagyon is valóságosak: szorongást, depressziót, önbántalmazó viselkedést okozhat és ritka, de súlyos esetekben még öngyilkossághoz is vezethet.

Jó lett volna azt hinni, hogy mindez csupán Amerikában "divat", és Magyarországra ez nem fog begyűrűzni, a mi gyermekeinket ez nem fogja érinteni. Az amerikai felmérések valóban ijesztő számokat [mutatnak](#): a gyerekek közel 43 százalékát zaklatták már online, vagyis minden harmadik gyerek biztosan áldozatul esett már hasonlóknak.

A diákok 70 százaléka volt már szemtanúja internetes zaklatásnak, és bár a megkérdezett gyerekek 68 százaléka szerint a cyberbullying komoly probléma, a szemtanúk 90 százaléka mégsem csinált ellene semmit. A lányok zaklatása gyakoribb, ők a fiúkhoz képest kétszer akkora eséllyel válnak áldozattá, és ami a legijesztőbb: az áldozatok körében az öngyilkossági kockázat 2-9-szeresére nő.

Az elmúlt években azonban már Magyarországon is megjelent a zaklatásnak ez a formája. A felmérések szerint a 10 éves gyerekek 97 százaléka naponta használja az internetet ma Magyarországon, ők a korukból fakadóan fel sem fogják, egy-egy intimebb kérdés mire irányul. A nagyobbak 99 százaléka pedig naponta több órán át használja a közösségi oldalakat.

A Vodafone felkérésére a YouGov által elvégzett európai felmérés szerint, a kamaszok közel egyötöde (18%) esett már áldozatul internetes zaklatásnak, és 41%-uk depressziósnak és tehetetlennek érezte magát miatta. 26%-uk érezte úgy, hogy magára hagyták, 18%-uk fejében pedig még öngyilkos gondolatok is megfordultak, 43 %-uk pedig úgy érzi, hogy ez nagyobb problémát jelent a fiatalok számára, mint a kábítószerrel való visszaélés. (forrás: Vodafone Magyarország)

## 3.) Kik zaklatnak kiket, és főleg mit lehet tenni ellene?

Az online bántalmazás témakörébe különféle [dolgok tartoznak](#). Ilyenek:

- a bántó üzenetek Facebook-on, gyűlölködő tweetek
- bántó, lekicsinylő vagy fenyegetést tartalmazó kommentek blogokon vagy képmegosztó oldalakon,
- kompromittáló fotók nyilvánosságra hozása másokról vagy az ezzel való fenyegetődés,
- pletykák vagy intim részletek, titkok terjesztése, kibeszélése,
- esetleg dedikált gyűlöletoldal létrehozása valaki ellen.

- Ide tartozik emellett a személyazonosság ellopása, ami nem csak a hitelkártya-adatainkat jelenti, hanem például azt is, ha valaki elfelejti lezárni a gépét vagy feltöri a jelszavát, és utána mások az ő nevében küldözgetnek üzeneteket (mondjuk trágár e-maileket a szerelmének vagy az iskolaigazgatójának).

Az online, több szereplős játékok is alkalmat adnak visszaélésekre. A cyberbullying első ránézésre tipikusan kamasz problémának tűnik, ugyanakkor fontos tudni, hogy a tapasztalatok szerint sajnos az sem ritka, hogy felnőttek zaklatnak gyerekeket az interneten keresztül.

#### 4.) Arc és együttérzés nélkül

A [felmérések](#) szerint az online zaklatás már hazánkban is gyakoribb a klasszikus, offline iskolai bántalmazásnál. Az interneten ráadásul gyakran olyanok is bántalmazóvá válnak, akik a valóságban nem lennének azok. Ennek több oka is van: amikor bántanánk valakit, gyakran megsajnáljuk és empátiát, együttérzést érzünk iránta, ha látjuk, hogy rosszul esik neki, szenved vagy sír. Személyes találkozó során részben ezért is nehezebb kegyetlenkedni.

Ezzel szemben, ha a neten szemétségeket írok valakiről vagy valakinek, akkor nem látom a reakcióit. Így a bántalmazó félben sokkal kisebb eséllyel és később támad fel az áldozat iránti empátia (ha egyáltalán), vagyis sokkal kíméletlenebb tud lenni, mint személyesen.

A netes zaklatást természetesen megkönnyíti az anonimitás is, vagyis az, hogy nevünk és arcunk elhallgatásával, álnéven vagy hamis adatokkal is jelen lehetünk a világhálón. Így értelemszerűen kisebb eséllyel szembesülhet büntetéssel a bántalmazó, mint ha személyesen zaklatna valakit. A felmérések szerint az online bántalmazottaknak nagyjából a felének fogalma sincs zaklatója kilétéről.

Azt nagyon fontos elmondani, hogy az internetes zaklatásnál az áldozat hiába vált osztályközösséget, iskolát, költözik más városba, a zaklatás folyamatosan követi.

#### 5.) Tipikus szerepek

Bár a cyberbullying sokban különbözik a "valódi" bántalmazástól, az elkövető és az áldozat tipikus személyiségjegyei hasonlítanak az offline szereplőkére. Vagyis az áldozatok tipikus esetben alacsony önbizalommal és kevés barátal rendelkező, félénk, szorongó kamaszok.

Gyakrabban válnak áldozattá azok, akik sok információt osztanak meg magukról a neten, sokat csetelnek. A heteroszexuális fiúkhoz képest több zaklatás éri a lányokat és a homoszexuálisokat.

A zaklató, bántalmazó többnyire agresszív, szabályszegő, esetükben gyakoribbak a viselkedészavarok, a depressziós tünetek, illetve az alkohol- vagy droghasználat is. Jellemzően népszerű, társasági emberek, ugyanakkor családi hátterük gyakran rendezetlen, esetleg otthonukban épp őket bántalmazzák.

Ugyanakkor nagyon fontos észben tartanunk, hogy ez csupán a statisztika - vagyis nem jelenti azt, hogy ha egy kamasz a való világban társasági ember, vannak barátai és sok az önbizalma, vagy éppen viszonylag kevés időt tölt a gép előtt, akkor majd biztosan nem fogják zaklatni. Ugyanúgy, ahogy az offline bántalmazós esetekben, így itt is bárki válhat áldozattá.

## 6.) Komolyan kell venni!

A bántalmazás, zaklatás depressziós tüneteket, szorongást és öngyilkossági gondolatokat okoz. Ez ugyanúgy igaz az offline és az online verzióra is. A legsúlyosabb tüneteket értelemszerűen azok a fiatalok mutatják, akiket online és offline is zaklatnak, de a "csak" interneten történő bántalmazást is nagyon komolyan kell venni. Bár a szülő számára esetleg nehezen érthető, miért annyira fontos, hogy ki mit ír a Facebook-ra, az online székálás jobban fáj, mint hinnénk.

A kutatások szerint a szorongás, félelem, düh és frusztráció következtében az áldozatoknál depresszió, öngyilkossági gondolatok és önbántalmazó viselkedés alakulhat ki (az önbántalmazás a belső feszültség oldásával átmeneti megnyugvást okozhat - ide tartozik például a csukló bőrének megvagdósása vagy cigarettacsikk bőrön elnyomása stb.). Az utóbbi időben néhány évente a médiában is találkozhatunk [olyan esetekkel](#), amikor a cyberbullying áldozata öngyilkosságot kísérelt meg vagy követett el.

## 7.) Tétlenül nézzük!

Sajnos az áldozatok ritkán kérnek segítséget a környezetüktől. Ennek néha az az oka, hogy szégyellik a történeteket, máskor az, hogy úgy érzik, mások nem értenék meg a problémájukat. A szülők mai generációja még offline töltötte a kamaszkorát, és valóban nehéz időnként együtt érezni egy olyan problémával, amivel mi magunk sohasem szembesültünk. Ezért sok szülő, de gyakran a tanárok, az iskola és a rendőrség is viszonylag könnyedén veszi a dolgot, és elintézik azzal, hogy "mit törődsz vele". Hát nem? Netezzen kevesebbet a gyerekek és kész.

Vagy amitől a fiatalok a legjobban rettegenek, hogy a szülők elzárják őket az internet használatától, az online léttől, ami számukra egyenlő a „megsemmisüléssel”, ezért inkább nem is próbálnak segítséget kérni.

A kortárs szemlélők, vagyis maguk a kamaszok is nagyon ritkán tesznek valamit a zaklatás ellen, ha a szemtanú szerepébe kerülnek - például látják, hogy valaki Facebookon trágár, igazságtalan pletykákat terjeszt egy ismerősükről, vagy a nevében posztolgat. Ennek részben ugyanaz az oka, ami a bántalmazást is elősegíti, vagyis az, hogy nem látják az áldozat szenvedését, így kevésbé tudnak együtt érezni vele. További oka, hogy gyakran nem tudják, kihez lehetne fordulni - utcai verekedés során még csak eszébe jut az embernek, hogy a rendőrt kell hívni, de kit kell hívni, ha valakit a neten bántanak?

Emellett a közbelépés ellen hat az úgynevezett [szemlélődő-effektus](#), vagyis az a pszichológiai jelenség, hogy ha egyedül látok egy balesetet, akkor jó eséllyel odamegyek segíteni, de ha százan látjuk, akkor senki sem megy oda: mindenki a másiktól várja, valaki majd úgyis segít. A netes zaklatások egy része az internet teljes közönsége előtt történik, és ez felerősíti az előbbi, "valaki más majd segít"- hatást, aminek gyakran az a vége, hogy senki nem tesz semmit.

## 8.) A média (nyomtatott és online sajtó) szerepe a szülők edukációjában, a tényleges és potenciális áldozatoknak szóló segítségnyújtás módjait bemutató kampányokban.

---

#### 4. SZÁMÚ JAVASLAT: A VIZSGÁLAT TÉMÁJA – SZEMÉLYISÉGI JOGOK, KÉPMÁSSAL VALÓ VISSZAÉLÉS ÉS A KÖZÖSSÉGI OLDALAK

---

A Személyiségi jogok, képmással való visszaélés az új Polgári Törvénykönyv személyiségi jogi szabályai tükrében: szabadon felhasználhatóak-e a média számára a nyilvános közösségi oldalakon található felvételek?

Továbbra is gondot okoz a sajtó mindennapi munkájában, hogy miközben a közösségi média mára már az első számú hírforrássá vált, teljesen esetleges az ott fellelhető képek és információk használatának megítélése. (Pl.: Bruce Willis gyermekének Budapesten készült Twitter-fotója, amely a nemzetközi sajtóban komoly összeget ért volna, teljesen ingyenesen hozzáférhető volt, míg más esetekben szankciók fenyegetik a médiumokat.)

A Facebookon és hasonló közösségi oldalakon felbukkanó fotók, audiovizuális tartalmak használata egy sor etikai és jogi kérdést vet fel, és amennyiben egy átfogó vizsgálat a legfontosabb és leginkább releváns szempontból (pl. az érintettek védelme felől közelítve a témát) megvizsgálná a kérdést, egy sor általános irányelv születhetne.

A közösségi oldalakat leggyakrabban az áldozatok és az elkövetők feltérképezésére használja a sajtó, általában – persze, nem mindig - betartva a személyiségi jogok védelmének szabályait, de gyakran előfordul, hogy egy érintett, vagy hozzátartozó által jóváhagyott fotóról a megjelenéskor derül ki, hogy jogtulajdonosa van, vagy létezik olyan személy, aki nem járult volna hozzá a közléshez. Az általános irányelvek segíthetnék a sajtót mindennapi munkájában és az ilyen esetek megelőzésében.

A közhiedelemmel ellentétben a fotót készítő (a szerzői jog jogosultja) nem veszíti el a jogait a felvételei felett, ha feltölti őket a Facebookra. Ezt a FB felhasználási szerződése le is írja. Megosztani lehet? Bizonyos feltételekkel igen, de ezt a fotó feltöltője szabályozza az adatvédelmi beállításaiiban. Ha engedélyezi a megosztást, akkor meg lehet osztani, de letölteni és felhasználni se a Facebookon, se az internet egyéb oldalain nem lehet.

A kutatás arra irányul (anonim módon), illetve arra kívánja felhívni a figyelmet, hogy a médiában megjelenő felvételek jogtisztasága az elmúlt évek során hogyan alakult. Változott-e pozitív irányban az a fent említett és súlyosan jogsértő magatartás, miszerint az internetre feltöltött felvételek szabadon felhasználhatóak, jobb esetben a forrás megjelölésével?

Észrevehető-e és ha igen, milyen változást generált az új Polgári Törvénykönyvnek az a rendelkezése, miszerint 2014. március 15-e óta már a felvétele elkészítéséhez is hozzájárulás szükséges, nemcsak a nyilvánosságra hozatalhoz?

---

##### I. A vizsgálatról bővebben

---

A vizsgálat végére átfogó képet kívánunk kapni egyrészt arról, hogy mennyire ismert a probléma a közösségi oldalak látogatói, felhasználók, valamint a sajtóban dolgozók körében.

Másrészt célunk az is, hogy a kiválasztott médiumok példáján keresztül képet kapjunk arról, hogy a kiadók mennyiben készültek fel e probléma megjelenésére és kezelésére.

További célként fogalmazzuk meg, hogy az eddigi esettanulmányok tapasztalatait összegezzük, és hozzáférhetővé tegyük, és ezáltal segítsük a sajtóban dolgozókat még időben felismerni a közléssel járó esetleges veszélyeket, és elkerülni azokat.

Fontos ezen túl a trendek azonosítása, a közös gondolkodás elindítása, a szemléletformálás.

Mindezek eléréséhez a vizsgálat célcsoportját a szerkesztőségek és kiadók munkatársai – újságírók, jogászok, marketingesek -, és a közösségi oldalak felhasználói, az azokra feltöltők alkotják.

Vizsgálatunk két irányban készül. Tapasztalataink szerint ugyanis a társadalom és a szakma ebben a tekintetben rosszul informált, véleménye esetleges és ellentmondásos.

Egyrészt megvizsgáljuk tehát, hogy a közösségi oldalakat használók, és az azokra különféle anyagokat feltöltők találkoztak-e már a problémával, elgondolkodtak-e a saját kötelezettségeiken és mások felelősségén, mi a véleményük a sajtó által eddig alkalmazott megoldásokról (esettanulmányok tapasztalatai).

Másrészt, vizsgálatunk kiterjedne a sajtóban dolgozóknak a kérdéshez, problémához való viszonyulására. Összegezni kívánjuk kérdéseiket, problémafelvetéseiket. A megoldási lehetőségek bemutatása révén a közösségi sajtót és internetet e célra kiemelten használó fiatalok kiszolgáltatottságának csökkentésében nyújthat a vizsgálat segítséget.

Szándékunk szerint vizsgáljuk még a jogi szabályzást, az abban történt változásokat, kiemelni és hozzáférhetővé tennénk az érvényes előírásokat.

A vizsgálat alapot szolgáltat ahhoz, hogy a jövőben elősegítse:

- az orientációt minden fél részére
- jogtiszta anyagok megjelentetését
- javaslatok, ajánlások kidolgozását.

#### **Vizsgálandó témakörök:**

- Tisztában vannak-e a fotókat, videókat, egyéb más anyagokat feltöltők a kötelezettségeikkel és lehetőségeikkel?
- A szerkesztőségi/kiadói munkatársak: tisztában vannak-e azzal, hogy milyen szerzői jogi problémákkal találkozhatnak?
- A kiadók és az érintett közösségi oldalak Általános Szerződési Feltételei, valamint a külső információk, anyagok felhasználására vonatkozó egyedi szerződésai mennyiben térnek ki e probléma még a közlés előtti, lehető legteljesebb kiküszöbölésére.
- Az új PTK tükrében a jogi változások vizsgálata, a vonatkozó előírások kigyűjtése.
- MTI fotók felhasználásával kapcsolatos tisztázandó kérdések.
- A vizsgált médiumoknál történt esettanulmányoknak, azoknak a példáknak a kiemelése, melyek a témát általános szinten jellemzik, és az ezekből levonható tanulságok

#### **Kutatási célcsoport**

- internetes oldalakra feltöltők, közösségi oldalak felhasználói, látogatói
- szerkesztőségi/kiadói munkatársak – újságírók, szerkesztők, marketingesek, jogászok

## **2. számú melléklet: Az MLE magatartási kódexe hatálya alá tartozó médiatartalom szolgáltatók listája**

1. Artamondó Kft.
2. Blikk Kft.
3. Business Publishing Services Kft.
4. Central Média csoport Zrt.
5. Dékán Stúdió Kft.
6. Galenus Gyógyszerészeti Lap- és Könyvkiadó Kft.
7. Grabowski Kiadó Kft.
8. Heiling Média Kiadó és Szolgáltató Kft.
9. HVG Kiadói Zrt.
10. Magyar Mezőgazdaság
11. Magyararancs.hu Lapkiadó Kft.
12. Maraton Lapcsoport
13. Marquard Média
14. Média Connection Kft.
15. Mediaworks Hungary Zrt.
16. XXI. század Média Kft.
17. Professional Publishing Hungary Kft.
18. Ringier Axel Springer Magyarország Kft.
19. Telegráf Kiadó Kft.
20. TermészetBÚVÁR Alapítvány Kiadó
21. Ursa et Ursus Kiadó Kft.

### **3. számú melléklet: Az MLE magatartási kódexe hatálya alá tartozó kiadványok listája**



1. 100 leggazdagabb időszak kiadvány
2. 168 Óra közéleti hetilap
3. 24 Óra
4. A Földgömb magazin
5. A Földgömb online
6. A mi erdőnk
7. Adó Különszám
8. Állattenyésztés
9. Atrium
10. Autó Bazár
11. Auto Bild
12. Autó Motor
13. Autó Magazin
14. Bács Irányár
15. Balaton
16. Bautrend
17. Bébik, kicsik és nagyok
18. Befektetés Plusz
19. Békés Megyei Hírlap
20. Best magazin
21. Blikk
22. Blikk és kiadványai
23. Blikk Extra
24. Blikk Nők
25. Blikk Nők Egészség
26. Blikk Nők Konyha
27. Blikk Nők otthon és Kert
28. Blikk Nők Romantika
29. Blikk Nyári Extra
30. Blikk TV Magazin
31. Book Of Lists
32. Bor és Piac szaklap
33. Bor Plusz
34. Borászati Füzetek
35. Bors napilap
36. Bravo
37. Brief
38. Budapest Bank MOST!
39. Budapest Business Journal
40. Business IT Plusz
41. Cégaútó Különszám
42. Contemporary Art
43. Cosmopolitan
44. Csók és könny
45. Current Opinion in Hematology
46. Déli Apró
47. Délmagyarország
48. Délmagyarország Breki Magazin
49. Délmagyarország Gasztromagazin
50. Délmagyarország Heti TV magazin
51. Délmagyarország Programpont
52. Délmagyarország Rejtvénymagazin

53. Délmagyarországi Cégregiszter
54. Délvilág
55. Depresszió Mozaik
56. Diabetológiai Magazin
57. digitalismagyardemokrata
58. Diploma Különszám
59. Dísznövény Kereskedelem
60. Dunaújvárosi Hírlap
61. Egészség Plusz
62. Elektronet magazin
63. Elektronet online
64. Élelmiszer nyomtatott és digitális
65. ELLE
66. Erdőgazdaság és Faipar
67. Észak Magyarország és alkalmi mellékletei
68. Eszes
69. Eszesmester
70. European Journal of Gastroenterology&Hepatology
71. Fanny
72. Fanny Horoszkóp
73. Fanny Konyha
74. Fanny Konyha Plusz
75. Fanny Rejtvény
76. Fanny Relax
77. Fanny Skandi
78. Fashion Issue
79. Fehérvári 7 Nap
80. Fejér Megyei 7 Nap
81. Fejér Megyei Hírlap
82. Fesztiválkatalógus
83. Fine Restaurant in Budapest
84. Fülebagoly Olasz Módra
85. Fülebagoly Plusz Egy Poén
86. Fülebagoly Sudoku
87. Fülebagoly Sudoku Expressz
88. Futár
89. GEO Magazin
90. Glamour, Glamour (Beach) különszám
91. Grabowski.hu
92. Gyártástrend Fluidtech
93. Gyártástrend MCAD
94. Gyártástrend Meditech
95. Gyártástrend nyomtatott és digitális
96. Gyártástrend Process
97. Gyermekévek
98. Gyermekgyógyászati Továbbképző Szemle
99. Gyógyír Magazin
100. Gyógymódi
101. Gyógyszerészettörténet
102. Gyógyszerészi Hírlap
103. Gyógyszertári Practicum Novum
104. Győrpress

105. Hajdú-Bihari Napló és alkalmi mellékletei
106. Haszon Agrár magazin
107. Haszon magazin
108. Haszon Nőknek magazin
109. Haszongépbazár
110. Hematológiai Mozaik
111. Hemofília Mozaik
112. Heti TV Újság
113. Heves Megyei Hírlap
114. Hinta Lista
115. HOT!
116. HOT! Plasztika
117. HOT! Sztárkvíz
118. Hotelújság
119. HR Plusz
120. HVG
121. HVG Extra
122. HVG Extra Pszichológia
123. HVG Karrier Plusz
124. HVG különszám
125. Ingatlan Plusz
126. Irányár
127. Irányár Bónusz
128. IT Plusz
129. Ízek és érzések recept- és gasztro-életmód magazin
130. Jó vicc!
131. Journal of Clinical Oncology
132. Kapé
133. Kardiológiai Lapszemle
134. Kelet Magyarország és alkalmi mellékletei
135. Képes Sport
136. Képes TV Műsor
137. Kertbarát Magazin
138. Kertészet és Szőlészet
139. Kertgazdaság
140. Kerti Kalendárium
141. Kétheti RTV Műsormagazin
142. Kisalföld
143. Kisalföld Breki Magazin
144. Kisalföld Cégregiszter
145. Kisalföld Építész
146. Kisalföld Gasztromagazin
147. Kisalföld Heti TV Magazin
148. Kisalföld rejtvénymagazin
149. Kiskegyed Gyöngy
150. Kiskegyed Horoszkóp
151. Kiskegyed Konyhája
152. Kiskegyed Konyhája Extra
153. Kiskegyed Otthona
154. Kiskegyed rejtvény
155. Kiskegyekd Fitt
156. Kiskegyed

157. Kismama
158. Kistermelők Lapja
159. Konyha & Fürdő
160. Könyvhét
161. Kópé
162. Kópé Évszakok
163. Kreatív nyomtatott és digitális
164. Lajtapress
165. Lakáskultúra
166. Lakáskultúra Házak-Kertek
167. LifeStyle Plusz
168. Luxury Budapest
169. Luxury Ingatlan
170. Luxus-Utazás
171. Magyar Állatorvosok Lapja
172. Magyar Bazár Álmos
173. Magyar Bazár Huba
174. Magyar Bazár Koppány
175. Magyar Demokrata Hetilap
176. Magyar Mezőgazdaság
177. Magyar Narancs
178. Magyar Onkológia
179. Mai Piac
180. Manager Magazin
181. Marie Claire
182. Maxima
183. Médiapiac.com szaklap és portál
184. Medical Tribune print és online
185. Meglepetés
186. Méhészet
187. Mindennapi Pszichológia magazin
188. Mindmegette Recepttár
189. MMG-piac
190. Műértő
191. Nagy Kreatív Könyv
192. Nagykanizsai Maraton
193. Napló
194. Nathional Geographic Kids
195. National Geographic
196. Nemzeti Sport
197. Nemzeti Sport Extra
198. Nemzeti Sport Magazin
199. Népszava napilap
200. Nőgyógyászati és Szülészeti Továbbképző Szemle
201. Nők Lapja
202. Nők Lapja Egészség
203. Nők Lapja Évszakok
204. Nők Lapja Ezotéria
205. Nők Lapja Konyha
206. Nők Lapja Psziché
207. Öko Plusz
208. Oktatás Plusz

209. Onkológiai Mozaik
210. Orvostovábbképző Szemle print és online
211. Osteoporosis Mozaik
212. Paletta
213. Patika Magazin
214. Petőfi Népe
215. Piac és Profit
216. Poén Mester
217. Poén Őzön
218. Poén Portya
219. Poénzsák
220. Prémium
221. Prémium Autó Plusz
222. Rábaközpress
223. Reader's Digest
224. Recepció
225. Rejtvény Terefere
226. Rejtvény Terefere Évkönyv
227. Rejtvény Terefere Extra
228. RTV Tipp
229. Sárga TV
230. Sclerosis Multiplex Mozaik
231. Skandi Ász
232. Skandi Mester
233. Smartphone&Tablet
234. Somogyi Hírlap
235. Sopronpress Extra
236. Spa&Wellness Guide
237. Sport and Style
238. Story
239. Story Különszám
240. Stroke Magazin
241. Studium&Practicum
242. Sudoku Mánia
243. Szegedi Hirdető
244. Színes kéthetes
245. Színes RTV
246. Szombathelyi Maraton
247. Szombathelyi Maraton Plusz
248. Szufle
249. TÁM
250. TB Különszám
251. Tere Fere
252. TermészetBÚVÁR
253. Tina Extra
254. Tina Ínyenc
255. Tipp a fiatal újság
256. Tolnai Népújság
257. Top Info
258. Trade magazin szaklap
259. Transzplantáció Mozaik
260. Turizmus Trend nyomtatott és digitális

261. TV kéthetes
262. TV Paprika magazin
263. TV Revü
264. Tvr Újság
265. Tvr-Hét
266. Üdüljön itthon!
267. Ügyes
268. Ügyes 5 Perc
269. Ügyes Évkönyv
270. Ügyes Évszakok
271. Ügyes Skandi
272. Ügyes Sudoku
273. Ügyes Vakáció
274. Új Dunántúli Napló
275. Új Néplap
276. Utazás Plusz
277. Uticel.hu
278. Vas Megyei Cégregiszter
279. Vas Népe
280. Vasárnap Reggel
281. Vasárnapi 24 Óra
282. Vasárnapi Békés megyei Hírlap
283. Vasárnapi Blikk
284. Vasárnapi Dunántúli Napló
285. Vasárnapi Fejér Megyei Hírlap
286. Vasárnapi Heves Megyei Hírlap
287. Vasárnapi Napló (Veszprém megye)
288. Vasárnapi Petőfi Népe
289. Vasárnapi Somogyi Hírlap
290. Vasárnapi Tolnai Népújság
291. Vasárnapi Új Néplap
292. Vasárnapi Vas Népe
293. Vasárnapi Zalai Hírlap
294. Vendég & Hotel nyomtatott és digitális
295. Veszprémi 7 Nap
296. Veszprémi 7 Nap Plusz
297. Világgazdaság
298. Vital Magazin
299. Voice
300. Wellness
301. Who is Who
302. Wine in Hungary
303. Yacht Börze
304. Yacht Magazin
305. Zalai Hírlap
306. Zsaru Magazin
307. 50plusz.hu
308. A mi erdőnk online
309. adózóna.hu
310. Állattenyésztés online
311. Alpokutazas.hu
312. Árbarátok.hu

313. Autóblog.hu
314. automenedzser.hu
315. autonavigator.hu
316. autopro.hu
317. babaszoba.hu
318. bautrend.hu
319. bebikkicsikesnagyok.hu
320. blikk.hu
321. Borászati Füzetek online
322. brekimagazin.hu
323. Citromail.hu
324. Cosmopolitan.hu
325. delmagyar.hu
326. Dh-online.hu
327. Dísznövénykereskedelem online
328. ecoline.hu
329. eduline.hu
330. Egészségbolt.hu
331. Élelmiszer Online
332. Életforma.hu
333. eOldal.hu
334. F1csatorna.hu
335. Fmh.hu
336. Geographic.hu
337. Gyártástrend.hu
338. HaziPatika.com
339. hir24.hu
340. Hístart.hu
341. hírszerző.hu
342. HotDog.hu
343. <http://www.facebook.com/atriummagazin>
344. hvg.hu
345. ingatlanmenedzser.hu
346. Jobmonitor.hu
347. Kertbarát Magazin online
348. Kertészet és Szőlészet online
349. Kertgazdaság online
350. Kerti Kalendárium online
351. Kirakat.hu
352. kisalfold.hu
353. Kistermelők Lapja online
354. Kreatív Online
355. life&style.hu
356. M csatorna
357. Magyar Állatorvosok Lapja online
358. Magyar Mezőgazdaság online
359. maipiac.hu
360. MedicalOnline
361. medizona.hu
362. Méhészet online
363. MMG online Agrárhírportál
364. MMG Piac online

365. Mobilport
366. Mozi24
367. Naplo-online.hu
368. Nők Lapja Cafe
369. nyugatmagyar.hu
370. Olcsóbbat.hu
371. Piacésprofit.hu
372. Polc.hu
373. Profession.hu
374. Startapró
375. Startlap
376. StoryOnline
377. Szállás.hu
378. Takarmányozás és Állattenyésztés online
379. techline.hu
380. Technet
381. travelline.hu
382. Turizmus Online
383. Vasnepe.hu
384. Vendég Online
385. Vezess.hu
386. WellnessCafe
387. www.fotovilag.hu
388. www.168ora.hu
389. www.angolosan.hu
390. www.astronet.hu
391. www.automotor.hu
392. www.bama.hu
393. www.baon.hu
394. www.bbj.hu
395. www.beol.hu
396. www.blikk.hu
397. www.boon.hu
398. www.borespiac.hu
399. www.borsonline.hu
400. www.cityweekend.hu
401. www.demokrata.hu
402. www.designbazar.hu
403. www.fannykonyha.hu
404. www.fotovonal.hu
405. www.franciakoktel.hu
406. www.geo-magazin.hu
407. www.ger-mania.hu
408. www.glamouronline.hu
409. www.gourmann.hu
410. www.haon.hu
411. www.helyitema.hu
412. www.heol.hu
413. www.hirportal.hu
414. www.izekeserzesek.hu életmód magazin
415. www.jovicc.hu
416. www.kemma.hu



417. [www.kiskegyed.hu](http://www.kiskegyed.hu)
418. [www.kiskegyedkonyhaja.hu](http://www.kiskegyedkonyhaja.hu)
419. [www.konyv7.hu](http://www.konyv7.hu)
420. [www.lakaskultura.hu](http://www.lakaskultura.hu)
421. [www.lengyelnet.hu](http://www.lengyelnet.hu)
422. [www.magyararancs.hu](http://www.magyararancs.hu)
423. [www.mediapiac.com](http://www.mediapiac.com)
424. [www.mindmegette.hu](http://www.mindmegette.hu)
425. [www.mipszi.hu](http://www.mipszi.hu)
426. [www.mon.hu](http://www.mon.hu)
427. [www.nana.hu](http://www.nana.hu)
428. [www.neon.hu](http://www.neon.hu)
429. [www.nepszava.hu](http://www.nepszava.hu)
430. [www.ngkids.hu](http://www.ngkids.hu)
431. [www.nol.hu](http://www.nol.hu)
432. [www.nso.hu](http://www.nso.hu)
433. [www.oroszline.hu](http://www.oroszline.hu)
434. [www.patikamagazin.hu](http://www.patikamagazin.hu)
435. [www.pink.hu](http://www.pink.hu)
436. [www.pokermania.hu](http://www.pokermania.hu)
437. [www.sonline.hu](http://www.sonline.hu)
438. [www.svedasztal.com](http://www.svedasztal.com)
439. [www.szervuszausztria.hu](http://www.szervuszausztria.hu)
440. [www.szoljon.hu](http://www.szoljon.hu)
441. [www.szon.hu](http://www.szon.hu)
442. [www.teol.hu](http://www.teol.hu)
443. [www.trademagazin.hu](http://www.trademagazin.hu)
444. [www.tuttoitalia.hu](http://www.tuttoitalia.hu)
445. [www.tvmusor.hu](http://www.tvmusor.hu)
446. [www.uduljonitthon.hu](http://www.uduljonitthon.hu)
447. [www.vitalmagazin.hu](http://www.vitalmagazin.hu)
448. [www.zsaru.hu](http://www.zsaru.hu)
449. [yacht-magazin.hu](http://yacht-magazin.hu)
450. [Zalaihirlap.hu](http://Zalaihirlap.hu)
451. [zöldtér.hu](http://zöldtér.hu)