

Azonosító	A bejelentés tartalmi kivonata	Státusz	Vizsgálat eredménye
1337297	<p>Bejelentő megírta, hogy álláspontja szerint az UNICEF Magyar Bizottság Alapítvány egy százalékos adománygyűjtő kampányfilmjei alkalmasak a gyermekek erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására. Bejelentő szerint a reklámfilmnek apa és férfiellenes üzenete van.</p>	lezárt	<p>Válaszaikban az eljáró szervek, a Budapest Főváros Kormányhivatala és a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság az alábbiak szerint tájékoztattott.</p> <p>A Budapest Főváros Kormányhivatalának tájékoztatása szerint Alapítványt érintő ügyek kivizsgálásában nem jogosult eljárni.</p> <p>A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság tájékoztatása szerint A Youtube-on és az UNICEF honlapján elhelyezett tartalmak nem tartoznak a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: Mttv.) és a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: Smtv.) hatálya alá. Az RTL Klub csatornán sugárzott társadalmi célú reklám tekintetében megállapította, hogy a kampány három kisfilmet tartalmazott, amelyek közül egy kapott nyilvánosságot a televíziók programján, rövidített változatban. A filmet társadalmi célú reklámként (adó 1%) a Hatóság joghatósága alá tartozó médiaszolgáltatók közül egyedül az M-RTL Televízió Zrt. sugározta az RTL Klub csatornán, minden alkalommal a 23 óra és hajnali 5 óra közötti műsorsávban.</p> <p>A beadványában elkülöníthető négy kifogás - (1) a sajtószabadság gyakorlása nem sértheti a közérkölcset (2) az emberi méltóság tiszteletét előíró szabály, (3) a megalázó, kiszolgáltatott helyzetben lévő személyek öncélú és sérelmes bemutatásának tilalma (4) gyermekvédelmi szabályok érvényesülése - csak az RTL Klubon közölt hirdetések tekintetében vizsgálható.</p> <p>(1) Az Smtv. 4. § (3) bekezdése deklaratív jellegű, felügyeletére vonatkozó hatáskör az Mttv. 182-184. §-ában nem található, ezért a szabály alapján hatósági eljárás nem indítható.</p> <p>(2) A téma nem megfelelő tárgyalása kifejezetten bántó, sértő volt az apákra nézve, azonban a jogsértés mércéjét nem érte el. Az Alkotmánybíróság gyakorlatából ismert tétel, hogy a szólás védelme nem tagadható meg azon az alapon, hogy az sérti mások érzékenységét, nézeteit, vagy azt egyesek bántónak, megalázónak érezhetik. Az Alaptörvény a szólást érték- és igazságtartalmára tekintet nélkül védi. Mindebből következik, hogy van egy tartalmi tűrésküszöb, ameddig fel sem merülhet az emberi méltóság tiszteletben tartását előíró rendelkezés megsértése. Az UNICEF megrendítő kampányfilmje nem lépte át azt a tartalmi tűrésküszöböt, amely korlátozást, azaz hatósági beavatkozást indokolna.</p> <p>(3) A Médiatanács megállapította, hogy megalázó, kiszolgáltatott helyzetben lévő személyek a panasztartalommal kapcsolatban nem jelentek meg. A rendelkezés megsértése a főszereplő kislány részvételével kapcsolatban sem merült fel. Egyértelműen kiderült ugyanis a hirdetésből, hogy ő nem egy riportalany, hanem egy szereplő, és a hirdetésben nem volt olyan mozzanat, amely őt, mint kiskorú szereplőt emberi méltóságában sértette volna.</p> <p>(4) A vizsgált hirdetésben a kiskorúak személyiségfejlődését súlyosan károsító tartalmak nem szerepeltek. A vizsgálat megállapította, hogy a társadalmi célú reklám tartalmának megfelelő korhatári kategória az Mttv. 9. § (5) bekezdése szerinti IV. kategória. A 16 év feletti korosztály már kellő médiatapasztalattal rendelkezik, a médiában megjelenő műfajokat felismeri, számukra már nem jelentenek feldolgozhatatlan problémát a „családon belüli konfliktusok” sem. A fentiek alapján a Hatóság bejelentése alapján nem indított eljárást.</p>