

A MÉDIAHATÓSÁG TÁRSADALMI HASZNÁRÓL

Avagy „Nem ígérhetek mást, csak vért, verejtéket és könnyeket.”

Mádl András

madl.andras@nmhh.hu

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2018.2.3

Absztrakt

A tanulmány a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH), pontosabban azon belül a Műsorfelügyelő és -elemző Főosztály (MFEF) tevékenységével foglalkozik. Célja, hogy bemutassa a magyar média piac fontosabb jellemzőit és a szabályozó hatóság ellenőrző rendszerét. Leírja az alkalmazott módszereket és sorra veszi az MFEF feladatkörébe tartozó fontosabb területeket úgy mint: a fiatakorúak védelme, a hír- és magazinműsorok rendszeres elemzése, a társadalmi sokszínűség érvényesülése, a halláskárosultak hozzáférése a műsorokhoz, az európai gyártású műsorok aránya, a reklám, a szponzorálás és a termékmegjelenítés szabályai betartásának ellenőrzése stb. A tanulmány betekintést kínál a munka nagyságrendjébe, ismereti az esetek és az elemzett műsorórák mennyiségét éves bázis alapján.

Kulcsszavak

NMHH, média piac, szabályozás, MFEF, monitorozás, műsorelemzés, hatékonyság

ON THE SOCIAL BENEFITS OF THE NATIONAL MEDIA AND COMMUNICATION AUTHORITY

András Mádl

Abstract

The paper deals with the work of the Hungarian Media and Communication Authority (HMCA), more precisely the monitoring activities of the Monitoring and Media Analysis Department (MMAD). The purpose of this study is to introduce the main characteristics of the Hungarian media market and the supervising regime of the regulatory authority. The paper describes the applied methodologies and lists the main fields of interest of the Department, to mention just a few: protection of minors, the regular analysis of news and current affairs programs, social pluralism, accessibility of television shows for people with hearing difficulties, European production quotas, supervising advertising, sponsoring, product placement regulations, etc. The paper also gives a brief insight into the volume of the work, mentions the number of cases and programs hours analysed on a yearly basis.

Keywords

HMCA, media market, regulations, MMAD, monitoring, analysis of programs, efficiency

A MÉDIAHATÓSÁG TÁRSADALMI HASZNÁRÓL

**Avagy „Nem ígérhetek mást, csak vért,
verejtéket és könnyeket.”**

Mádl András

Nincs könnyű helyzetben, aki egy tudományos társaság előtt kívánja bemutatni a médiahatóság munkáját, különös tekintettel a médiatartalmak szabályozására, megítélésére. A címben szereplő ismert churchill-i idézet – a figyelemfelkeltés szándéka mellett – részben a hatósági munka nehézségeire, részben pedig a tömegmédiák által közzétett, sokszor véres és trágár tartalmakra utal.

A médiahatóság tevékenységének középpontjában álló környezet megismerése miatt feltétlenül be kell mutatnunk néhány fontos adatot, információt. Napjainkban közel 600 televízió és rádió szórakoztatja, tájékoztatja az elektronikus médiapiacra a befogadókat. Közülük 157 rádió (hét országos közszolgálati, egy országos kereskedelmi, 22 körzeti, 108 helyi és 20 ún. kisközösségi), 437 pedig televízió (hét országos közszolgálati, 14 országos kereskedelmi, 23 körzeti, 37 helyi és 356 vezetékes). A médiaszolgáltatók valamivel több, mint negyede (163) közszolgálati vagy közösségi státuszt tölt be, melyekre más törvényi előírások vonatkoznak, mint kereskedelmi társaikra. A hazai tartalom előállítók összesített műsorideje megközelíti az évi 4,5 millió órát. Ha mindehhez hozzátesszük, hogy egy átlagos magyar naponta 265 percet tölt a televíziókészülék előtt, s ezt kiegészíti napi közel kétórányi rádióhallgatással (ami másképpen fogalmazva azt jelenti, hogy szabad idejének mintegy kétharmadát televízió-nézéssel és/vagy rádióhallgatással tölti), nyilvánvalóvá válik, hogy a mindennapi életünkre jelentős hatással vannak a műsorokban bemutatott tartalmak. Mindebből következik, hogy a média által közvetített tartalom sok kritikát, ellenérzést, esetleg felháborodást vált ki az emberekből. Sokan a reklámok sokaságát vagy hangerejét kifogásolják, mások a műsorok politikai elfogultságát, megint mások pedig a filmkínálat durvaságát, vagy éppen a hazai könnyűzenei művek mennyiségét. Ezen okkal vagy ok nélkül bírált hatalmas műsorkínálat felügyelete, ellenőrzése a médiahatóság egyik feladata. A hazai televíziós piac kapcsán meg kell említenünk, hogy a mintegy száz, magyar nyelven sugárzó és többé-kevésbé az ország egész területén fogható televízió közel negyven százaléka nem magyar joghatóság alá tartozik, vagyis működésüket nem a magyar törvények alapján végzik, s így a médiahatóságnak igen korlátozottak a lehetőségei. (E körbe tartoznak például az RTL Klub és a TV2 „leánycsatornái”, az HBO, Viasat mutációi.) Ez a „kivülállóság” a kétezres évek eleje óta ismert, s oka több tényezőre vezethető vissza, mint például a magas nyilvántartásba vételi díjra, a korábbi médiatörvény környező országoknál szigorúbb előírásaira, a következetes tartalomkontrollra, a rossz gazdasági környezetre, vagy a nemzetközi médiakonzernek üzleti filozófiájára. Az azonban nagy biztonsággal állítható, hogy egy tipikus magyar tévénező nem a szerint tesz

különbséget egy műsor megítélésében, hogy hazai vagy éppen külföldi joghatóságú csatornát követett figyelemmel.

A médiatartalmak kontrollja egy, a Médiateanács által elfogadott menetrend és módszer szerint történik, amit a hatóság nyilvánosságra is hoz. Az ellenőrzés során figyelembe vesszük, hogy egy televízió vagy rádió milyen státusszal rendelkezik (kereskedelmi vagy közössiégi), mekkora a lefedettsége, a korábbi tapasztalatok alapján mennyire normakövető a működése. Minél nagyobb vételkörzettel, minél nagyobb befogadói táborral rendelkezik egy televízió vagy rádió, annál gyakrabban kerül vizsgálataink fókuszába. Ez azt jelenti, hogy míg egy országos hatósugarú műsorszolgáltató két-három naponta számíthat ellenőrzésre, egy körzeti besorolású pedig havonta, addig egy helyi vételkörzetű csatorna évente általában csupán egyszer. A hatósági felügyelet során szempont, hogy minden médiaszolgáltató legalább egyszer ellenőrzésre kerüljön az adott év során. A kontroll részeként a törvényi előírások és a szerződéses vállalások (frekvenciát használó csatornák) betartását, megsértését vizsgáljuk. Az, hogy melyik csatorna kerül vizsgálat alá, egy sorsolóprogram választja ki, minden emberi beavatkozást mellőzve, s a kisorsolt időszak mindig már adásba került programkínálatot érint, vagyis utólag, már adásba került műsorokat ellenőrzünk. Ezen vizsgálatokat egészítik ki a bejelentések vizsgálatai (elsősorban nézői panaszok eredményeként); a korhatár-besorolás terén az előzetes klasszifikáció, amit a médiaszolgáltatók kérhetnek; az Európai Unió felé kötelező adatszolgáltatások és többféle adatbázis építése részben a nyilvánosság tájékoztatása (pl. hírműsorok főbb tartalmi jellemzői), részben a hatóság munkájának megkönnyítése érdekében (reklámok, támogatások stb. gyűjtése). A műsorkontroll alapját az a médiatár jelenti, amely valamivel több, mint kétszáz televízió és rádió teljes műsorfolyamát rögzíti és archiválja.

A következőkben a főbb tevékenységi feladatainkat vesszük sorba.

Kiskorúak védelme

Az ellenőrzések hat fő típusba sorolhatók:

1. az állampolgári bejelentések alapján elrendelt vizsgálatok,
2. a nem megfelelő korhatár-besorolással rendelkező filmalkotások és előzetesek szűrése,
3. a célvizsgálatok,
4. a gyermekbarát műsorszámok,
5. az előzetes klasszifikáció,
6. a külföldi joghatóság alá tartozó televíziók által közvetített tartalmakkal kapcsolatos ellenőrzések.

2017-ben 24 bejelentés érkezett a hatósághoz, melyből mindössze kettő kapcsán indult eljárás. A nem megfelelő korhatári besorolással rendelkező filmalkotások szűrése azon alapul, hogy az 1982 óta Magyarországon bemutatott mozifilmek klasszifikációját kiegészítjük a releváns nemzetközi adatbázisokkal (FSK, MPAA, BBFC), s amennyiben szignifikáns eltérést észlelünk a televíziók jegyzőkönyveiben foglalt korhatár-besorolástól, tartalomelemzésnek vetjük alá az alkotást. E módszer segítségével tavaly mindössze egy filmalkotás akadt fenn a rostán, s hasonlóan pozitív tapasztalatokra tehetünk szert mind a gyermekbarát-célvizsgálatok, mind a gyermekbarát műsorok ellenőrzése során. A Médiateanács 21 műsorszámmal kapcsolatban hozott előzetes klasszifikációra vonatkozó döntést. A médiatörvény elvárása szerint a médiaszolgáltató a műsorát közlő sajtótermékben, illetve a médiaszolgáltató internetes honlapján, képújságjában és teletextjében szereplő tájékoztatásban valamennyi műsorszám korhatári minősítését jól látható módon fel kell tüntetni. 2017-ben négy esetben hozott elmarasztaló határozatot a hatóság. Sajátos esetet képez – mint korábban már említettük – a külföldi joghatóság alá tartozó médiaszolgáltatók által közvetített tartalmakkal kapcsolatos

bejelentések, ellenőrzések kezelése. E szolgáltatók (kizárólag televíziók) tevékenységét az Mttv. – egy szűk, speciális kivételtől eltekintve – nem szabályozza, illetve ezeket a szolgáltatókat a Klasszifikációs ajánlás nem orientálja. A külföldön bejegyzett, ám magyar nyelven és Magyarországon sugárzó televíziókkal kapcsolatosan – speciális feltételek érvényesülése mellett – van lehetősége eljárni a hatóságnak. Az ilyen tartalmú beadványokat a Médiatanács a külföldi szabályozó hatóságokkal megkötött együttműködési megállapodások alapján továbbítja a joghatósággal rendelkező társhatóság felé.

A kiegyensúlyozott tájékoztatás követelménye

A médiatörvény előírása szerint a tájékoztatás kiegyensúlyozottságát a műsorszámok jellegétől függően az egyes műsorszámokon belül, vagy a rendszeresen jelentkező műsorszámok sorozatában kell biztosítani. A kiegyensúlyozottság kérdését a hatóság kizárólag kérelemre vizsgálhatja, a fő szempont a hiányolt vélemény megítélése (releváns volt-e, érdemben eltért-e a megjelent véleményektől, rendelkezésre állt-e a szolgáltató számára a hiányolt vélemény). Az elmúlt esztendőben első fokon 74 esetben járt el kiegyensúlyozottsági kérelemmel kapcsolatos ügyekben a hatóság. Ezen hatósági ügyeket kiegészíti az a vizsgálatsorozat, melynek keretében a hivatal folyamatos tartalomelemzésnek veti alá a legfontosabb politikai hír- és magazinműsorokat. Az analízisek során megszámloljuk a híradókban és egyéb politikai tájékoztató műsorokban az egyes politikai pártokat képviselő szereplők különféle módon történő megjelenéseinek gyakoriságát (szereplő verbális említéseinek számát, vizuális megjelenéseinek előfordulását, hosszát, a saját hangon történő felbukkanások gyakoriságát, illetve időtartamát, a vizuális megjelenítés mikéntjét stb.) és az esetszámokból nyert statisztikával jellemezzük a vizsgált műsorokat. Az objektivitást az biztosítja, hogy olyan elemek megjelenéseit vesszük számba, amelyek azonosítása nem szubjektív megítélésen, hanem egyszerű, előzetes definíciók alapján, automatikusan történik. 2017-ben 11 hírműsort dolgoztunk fel. Ez közel kétezer műsoróra (66 ezer híregység) és 115 ezer hazai szereplő regisztrálását és elemzését jelentette. Ezt egészítette ki a hat vizsgálat alá vont politikai magazinműsor (1136 óra, 7200 műsoregység). Az elemzésekből nyert adatokat a hivatal havi gyakorisággal közzéteszi a honlapján.

A 20%-os bűncselekményarány vizsgálata

A hír- és magazinműsorok vizsgálatához kapcsolódik a törvény azon előírása, miszerint a jelentős befolyásoló erővel rendelkező médiaszolgáltatók (napjainkban az RTL Klub és a TV2) híradásaiban nem haladhatja meg a 20 százalékot a demokratikus közvélemény tájékoztatását nem szolgáló bűnügyi tematikájú hírek, tudósítások aránya éves átlagban (kivételt jelentenek a hivatalos személyek által vagy ellen elkövetett bűncselekmények, a terrorcselekmények, az etnikai alapú bűnesetek és a szociális indíttatású bűncselekmények). Az adatokat havi gyakorisággal mind az érintett csatornák, mind a média iránt érdeklődő nagyközönség tudomására hozzuk. Tény, hogy a közönség figyelméért folytatott versenyben az érdemi tájékoztatás a partvonalra szorult. Noha egyes elméletek a hírműsorok szerkesztési elveként a hírértéket tüntetik fel, a műsorszervezők napjainkban leginkább abból a szempontból mérlegelnek, hogy műsoraik megfelelnek-e az elvárt nézettségnek. Így elvárható, hogy a híradások a bűnözés világából is csak az olyan típusú hírekre összpontosítsanak, amelyek közvetlenül vagy közvetett módon kapcsolódnak a közülethez. Általános tapasztalat, hogy egy-egy bűnügyet feltáró hír átlagos hossza meghaladja két percet, s a különböző bűncselekménytípusok közül az erőszakosabb eseteket részesítik előnyben a híradók, így például a gyilkosságok akár ezerszeresen felnagyítva jelennek meg a hivatalos rendőrségi statisztikákhoz mérten.

A társadalmi sokszínűség reprezentációja a hír- és magazinműsorokban

A médiának fontos szerepe lehet abban, hogy a befogadók mennyire vannak tisztában egy társadalom sokszínűségével, valamint mennyiben válnak fogékonyra az egyes társadalmi csoportok problémái iránt. A hazai médiaszolgáltatók közvetve befolyásolhatják a magyarországi társadalmi szolidaritás és ezzel összefüggésben a társadalmi kohézió alakulását. A fentiek értelmében a Hatóság 2010 óta vizsgálja, hogy a különböző társadalmi, gazdasági, etnikai csoportok, a határon túli magyarok, a bevándorlók, a vallási kötődéssel rendelkezők, a fogyatékkal élők miként tűnnek fel a legfontosabb hírműsorokban. A vizsgálati minta kialakítását a francia Legfelsőbb Audiovizuális Tanács (CSA) tanulmánya alapján alakította ki a hivatal. 17 műsort dolgozunk fel tartalomelemzés segítségével, így téve mérhetővé, hogy miként tárják a közönség elé a különböző társadalmi csoportokat. Az adatok megmutatják, hogy mely médiumok/műsorok mely társadalmi csoportok bemutatására fordítanak nagyobb figyelmet, illetve milyen módon, milyen kontextusban mutatják be e csoportok tagjait. Az elemzés választ ad továbbá olyan alapvető kérdésekre, hogy a csoportok felbukkanása miként reprezentálja azok társadalomban elfoglalt helyét, megmutatja-e őket, vagy „láthatatlanok” maradnak, bemutatásuk sokoldalú-e, és tükrözi-e az egyes csoportokon belüli sokféleséget, vagy előfordulásaik témájának többsége alapján sztereotipizált, homogenizált-e a róluk közvetített kép. Az elmúlt évek eredményei alapján kijelenthető, hogy a társadalom munkaerőpiaci szempontból inaktív csoportok között a fiatalok (gyerekek, tanulók) jelentek meg a legtöbbször, de mellettük jelentős médiareprezentációval rendelkeztek a nyugdíjasok is. A munkanélküliek megjelenése minimálisnak mondható, náluk valamivel magasabb arány tapasztalható a hajléktalanokat illetően. A nemzetiségi szereplők között a romák és a határon túli magyarok a leggyakoribb aktorok, de említésre méltó megjelenéshez jutottak a migránsok és a gazdasági célból Magyarországon élők, jóval kevesebbet szerepeltek viszont a hazai nemzetiségek képviselői. A fogyatékkal élők médiabeli megjelenése minden műsортípusnál minimális volt, összességében 0,3 százalék, ami gyakorlatilag azt jelenti, hogy a fogyatékkal élők a magyar médiafogyasztó számára „láthatatlanok” maradtak. A hazai egyházak közül a történelmi egyházak tűntek fel leggyakrabban a híradásokban. A nemek megjelenési aránya tekintetében hosszú évek óta változatlan eredményeket mutatunk ki, ezek szerint a tudósítások közel négyötödében férfi szereplők fordulnak elő.

A hallássérültek számára akadálymentesített műsorok ellenőrzése

A médiatörvény elvárásaként fogalmazza meg, hogy a közszolgálati és a JBE audiovizuális médiaszolgáltatóknak minden közérdekű közleményt, politikai reklámot, hírműsorszámot, valamint a politikai tájékoztató és a fogyatékos személyekről szóló műsorszámot kötelesek a hallássérültek befogadását megkönnyítő segédlettel ellátni, továbbá feliratot vagy jelnyelvi tolmácsot kell biztosítaniuk a filmalkotásokhoz, a játékokhoz és a közszolgálati célokot szolgáló programokhoz. A médiaszolgáltatóknak 2015-től minden fent említett műsort akadálymentesítve kell közzé tenniük. A feliratoknak a beszéddel szinkronban kell megjeleníteniük, és pontosan kell visszaadniuk az elhangzottak értelmét. A Hatóság kilenc televízió műsorát kontrollálja mintavétel alapján. Az elmúlt esztendőben az ellenőrzött napokon sugárzott műsorszámok 83,1 százalékát látták el felirattal vagy jelnyelvi tolmáccsal a televíziók. Hallássérültek számára is befogadható műsorszámokat leghosszabb időtartamban a közszolgálati csatornák biztosítják évek óta, míg a két kereskedelmi televízió mérsékeltebb óraszámban sugárzott feliratozott programokat.

A reklám, a televíziós vásárlás és a műsorelőzetes, valamint az azok közzétételét jelző figyelemfelhívás átlagos hangerejére vonatkozó rendelkezés vizsgálata

A műsorfolyamban a hangerő drasztikus változásai a nézők és hallgatók számára zavaróak lehetnek. A „hangerőháború” oka és lényege, hogy a manipulált hanganyag a felületes megfigyelő számára, illetve zajos körülmények között hallgatva jobban szól, ezért a műsorok előállítói célzottan így szerkesztik meg adásaikat. Valójában azonban ez a folyamat a hangminőséget és a hallgatói élményt is rombolja, ráadásul az extrém mértékű dinamikai kompresszió már a figyelemfelkeltés kifejezett vagy ki nem mondott elvárását sem teljesíti, éppen ellenkezőleg: következtében a hang érdektelen, „lapos” lesz (az első „sokk” után a néző, hallgató korrigál, a készüléket lehalkítja, utána viszont már egyáltalán nem figyel oda). A „hangerőugrások” mérésének alapja az a saját fejlesztésű alkalmazás, amely virtuális hangosságmérő eszközökkel három óra leforgása alatt képes egy egész napos műsorfolyamot feldolgozni. Az elmúlt években komoly erőfeszítéseket tettek a médiaszolgáltatók annak érdekében, hogy megszüntessék a „hangerő ugrásokat”. A legtöbb szabálysértést a körzeti vételkörzetű televíziók követték el az elmúlt időszakban.

A magyar zene aránya a rádiós médiaszolgáltatók műsorában

Összhangban az uniós szabályozással, a magyar nyelv és kultúra védelmét szolgáló törvényi előírás értelmében csak a magyar nyelvű, illetve a hazai nemzetiségek nyelvén készült művek tartozhatnak a nemzeti kvótába. Ez a kritérium azonban nem vonatkozik az instrumentális művekre. A jogszabály a magyar zenei művek bemutatásával kapcsolatban mennyiségi kvótát állít fel az éves műsoridő bázisán, és ennek teljesítése – a helyi médiaszolgáltatások kivételével – a lineáris rádiós szolgáltatókra ró kötelezettséget. Az elvárt arány a zenére fordított műsoridő 35 százaléka, míg a közszolgálati és a közösségi adók esetében 50 százalék. További követelmény, hogy a magyar zenei művekből álló repertoárnak éves átlagban legalább a 25 százaléka öt évnél nem régebben nyilvánosságra került zenei műből vagy öt évnél nem régebben készült hangfelvételtől kell, hogy álljon – mindezen szabályoknak az 5–24 óra közötti műsorsávban is teljesülniük kell. Adataink szerint a legtöbb elmaradást az ún. kis-közösségi rádiók halmozták fel az elmúlt években.

Műsorkvóta kötelezettségek ellenőrzése

Törvényi elvárás, hogy a televízióknak évi teljes műsoridejük több mint felét európai művek, több mint harmadát magyar művek bemutatására kell fordítaniuk. Szintén előírás, hogy évi műsoridejük legalább 10 százalékát olyan európai mű, legalább 8 százalékát pedig olyan magyar műalkotás bemutatására kötelesek fordítani, amelyeket tőlük független műsorkészítővel készítettek vagy szereztek be. A lekérhető audiovizuális szolgáltatásoknál a művek egybeszámított időtartamának több mint negyedét európai, illetve legalább 10 százalékát magyar műveknek kell kitenniük. A közszolgálati médiumoknál ennél is szigorúbb a szabályozás, de ott az egyes szolgáltatások egybeszámítódnak médiaszolgáltatók alapján. Az elmúlt évben négy eljárás indult országos, 41 körzeti és nyolc helyi csatornával szemben.

Kereskedelmi közlemények (reklám, támogatás, termék megjelenítés) közzétételi gyakorlata

A Hatóság az ellenőrző tevékenysége során kiemelt figyelemmel kíséri a kereskedelmi üzeneteket, különösen azok tartalmi, mennyiségi és formai mutatóit. Ezért – igazodva a marketingeszközök bővüléséhez és a jogszabályi háttér változásához – 2012 elejétől folya-

matosan regisztrálja és adatbázisba rendezi a televíziókban első alkalommal publikált reklámokkal, a műsorszám-támogatással, valamint a termékmegjelenítéssel kapcsolatos információkat. Az adatbázis célja a különböző reklámtechnikák egységes szempontok szerinti rendszerezése, emellett a félévente frissülő felmérések lehetőséget biztosítanak a kereskedelmi üzenetek bemutatására vonatkozó jogszabályok betartásának hatékonyabb ellenőrzésére is. A premier reklámokat 96 elemzési szempont alapján tartalomelemzésnek vetjük alá, az így nyert adatok nemcsak a szpotok elemi jellemzőit tükrözik, hanem számos tartalmi karakterisztikára is rámutatnak (pl. a reklámozott termék származási helyére, célcsoportjára, a népszerűsített termék/szolgáltatás becsült árára és szlogenjére). Az elmúlt évben 35 televízió műsorában közzétett, több mint ötezer félé reklámszpot, közel 150 ezer támogatói szpot és 37 ezer termékmegjelenítés került az adatbázisba.

Egyéb tevékenységek

A hatósági tevékenységet színesítik azok a kihívások, melyekre reagálva a média működését egyekszünk jobban megérteni. Ide sorolhatók azok a közvélemény-kutatások, tartalomelemzések, célvizsgálatok (pl. egészségügyi műsorok áttekintése, különös tekintettel a hagyományos orvoslást elutasító nézetekre, vagy a hallássérültek befogadását megkönnyítő alkalmazások terén a szemkamerás felmérés), melyeket rendszeresen végzünk akár a kiskorúak védelme körében, akár a hírműsorok befogadói körében. Szintén munkánk része annak a médiatárnak a kezelése és fejlesztése, mely napjainkban mintegy kétszáz televíziós és rádiós csatorna közzétett műsorfolyamát rögzíti és archiválja.

Befejezésül arról, hogy tevékenységünk megítélése – mint oly sok más munka esetében – kettős. Egyrészt az évente vizsgált, elemzett megközelítőleg 25-30 ezer műsoróra soknak tűnhet, ugyanakkor a több száz műsorszolgáltató által közzétett több millió műsorórához képest mégis elenyésző. Ráadásul tevékenységünket – akárcsak a rádió és televízió műsorokat – a hallgatók, a nézők és a szakmabeliek is értékelik, kritizálják. A kritikákkal kapcsolatban felhívnám a figyelmet a neves német jogász professzor, Georg Jellinek (1851–1911) gyakran hivatkozott megállapítására, amely nemcsak a szűkebb jogi szakterületén, hanem minden bizonnyal a média vonatkozásában is helytálló: *a jog csupán az erkölcs minimuma*. Másképpen fogalmazva, ami bántja, sérti az ember ízlését, etikai felfogását, az még nem biztos, hogy jogszabályt is sért.