

ETIKAI AJÁNLÁSOK ÉS IRÁNYELVEK A SZOLGÁLTATÓ INFORMÁCIÓS SZOLGÁLTATÁSAIHOZ

1 Előszó

A Szolgáltató számos olyan szolgáltatást nyújt Előfizetőinek, melyek igénybevételével az ügyfél létrehozhatja saját információs rendszerét, így maga is információ szolgáltatóvá válik. A Szolgáltató, mint szolgáltató, felelős az infrastruktúráján bármely formában továbbított, illetve ott megjelenő információk minőségéért, ezért szükségesnek tartja az általa megkövetelt alapvető etikai normákat és követelményeket a jelen Ajánlások és irányelvekben rögzíteni. Az Ajánlások és irányelvek megszegése figyelmeztetést, ill. a szolgáltatásból történő kizárást vonhat maga után.

1.1 Bevezetés

1.1.1 Ezen Ajánlások és irányelvek a Szolgáltató hálózatán keresztül nyújtott bármely információ közvetítésére alkalmas szolgáltatásra (például: fax, adat) vonatkoznak. Az irányelvekben ezekre a szolgáltatásokra mint információs szolgáltatásokra hivatkozunk.

1.1.2 Az irányelvek célja az információs szolgáltatások olyan módon történő szabályozása, hogy az mind a fogyasztók, mind a szolgáltatók javára váljon. Ezen cél érdekében az Ajánlások és irányelvek vázolják azokat a minimális szabályokat, melyeket minden, a Szolgáltató hálózatán működő információ szolgáltatónak be kell tartania.

1.2 Meghatározások

1.2.1 Ezen irányelvek céljára az információs szolgáltatásokat úgy határozza meg, mint a nagyközönség számára elérhető olyan szolgáltatásokat, ahol a hálózatüzemeltető lehetőséget biztosít az információt szolgáltató egyénnek vagy szervezetnek a szolgáltató hálózatán történő megjelenésre.

1.2.2 Az Ajánlások és irányelvekben használt „vállalat” szó magában foglalja az üzleti vállalkozás minden formáját, míg az „igazgató” szó az önálló kereskedőt, tulajdonost vagy társat.

1.2.3 Azon vállalatokat, illetve egyéneket, akiknek szerződésük van információs szolgáltatások nyújtására a Magyar Telekom Nyrt-vel, mint hálózatüzemeltetővel, szolgáltatást nyújtóknak, röviden szolgáltatóknak nevezzük.

1.2.4 Az irányelvek karbantartásáért és értelmezéséért a Szolgáltató felel.

1.3 Az irányelvek hatálya

A Szolgáltató szerepe az információs szolgáltatások felügyelete és ezen Ajánlások és irányelvek feltételeinek fenntartása. Ez magában foglalja az alábbi feladatok végrehajtását:

- a) az információs szolgáltatások etikai irányelveit felállítani, és azokat folyamatosan felülvizsgálni,
- b) ezen Ajánlások és irányelvek módosítását megelőzően a szakmai területtel és más érdekelt felekkel konzultálni,
- c) az információs szolgáltatásokkal szemben benyújtott különleges panaszt kivizsgálni, és javaslatot tenni egyezsége törekvő intézkedésekre olyan kérdésekben, ahol az Ajánlások és irányelvek nem adnak útmutatást.

1.4 A szolgáltatók és a hálózatüzemeltető jogállása

1.4.1 A szolgáltatók és a hálózatüzemeltető jogi személynek tekintendők.

1.4.2 A szolgáltatók és hálózatüzemeltető tudomásul veszik, hogy néhány szolgáltatás különleges figyelmet igényel és további ellenőrzések alá vonható. Ezeknek a szolgáltatásoknak koránt sem teljes listája a következő: vetéldők, sorsjátékok, fiataalkorúaknak szóló szolgáltatások, adománygyűjtés, értékesítés, ösztönzés, találkaszervezés, szex, illetve egyéb politikai, vallási vagy erkölcsi természetű szolgáltatások.

1.4.3 A hálózatüzemeltető és a szolgáltatók között létrejövő szerződésben a hálózatüzemeltető tájékoztatni köteles az információs szolgáltatásokat nyújtani kívánó ügyfeleit azokról a kétoldali szerződésben foglalt szabályokról, amelyek az információs szolgáltatások ellenőrzésére hivatottak.

1.5 Működési eljárások

1.5.1 A hálózatüzemeltető és a szolgáltató közötti szerződés meghatározza a szolgáltatóhoz rendelt hozzáférési jogokat (jelige, jelszó, felhasználói név, kódszám, stb.) és az általa használható hálózati paramétereket, valamint azokat a szolgáltatási kategóriákat, amelyek további felügyeletet igényelnek (ld. 1.4.2).

1.5.2 Minden szolgáltató felelős annak biztosításáért, hogy az általa nyújtott valamennyi szolgáltatás tartalma és hirdetési módja teljesítse a hálózatüzemeltetővel aláírt szerződésben foglalt feltételeket.

2 Tartalmi előírások

2.1 Az összes információs szolgáltatásra

2.1.1 A szolgáltatóknak meg kell tenniük minden indokolt óvintézkedést annak érdekében, hogy megfeleljenek a mindenkor érvényes jogrendszer követelményeinek és teljesítsék a szerzői jogvédelem követelményeit szolgáltatásaik tartalmát illetően.

2.1.2 A szolgáltató köteles információs szolgáltatásában megadni ügyfélkapcsolati címét, telefon- vagy telefaxszámát úgy, hogy a szolgáltatást igénybe vevők könnyen azonosíthatóak.

2.1.3 Az olyan szolgáltatásoknál, aminek során személyes adatokat, köztük neveket és címeket gyűjtenek, szolgáltató köteles az adatgyűjtés célját egyértelműen közölni. A szolgáltatásnak azt is egyértelműen meg kell jelölnie, hogy ki az adatfelhasználó (ha az nem azonos a szolgáltatóval), és azt, hogy a személyes adatok milyen egyéb célra kerülhetnek még felhasználásra. Az adat alanyának lehetőséget kell biztosítani az adatok visszavételére is.

2.1.4 Minden információs szolgáltatásnak tekintettel kell lennie a társadalmi értékekre és az emberi méltóságra és nem lehetnek olyan természetűek, amelyek:

- a) bárkit törvényellenes cselekvésre bátorítanak vagy bűjtatnak fel;
- b) súlyos vagy széleskörű ellenállást váltanak ki;
- c) pontatlanságuk, kétértelműségük, túlzó mivoltuk, hanyagságuk, vagy bármi más miatt félrevezetőek;
- d) faji, vallási vagy politikai ellentéteket szítanak vagy hirdetnek;
- e) bármi olyan szokásban vagy cselekvésben való részvételre bátorít, vagy buzdít fel, amely valaki egészségére vagy biztonságára nézve valószínűleg hátrányos;
- f) szexuális, erőszakos vagy trágár tartalmuk révén megbotránkozást keltenek.

2.1.5 A információs szolgáltatások

- a) nem adhatnak hamis vagy elavult információkat,
- b) a megszerzésükhöz szükséges időtartam indokolatlanul nem nyújtható el, ill. nem késleltethető.

2.2 Szakmai információs szolgáltatások

2.2.1 Az olyan szolgáltatások, amelyek szakértő tudása és ítélete alapján készült szakmai tanácsadást nyújtanak, mint pl. az orvosi és pénzügyi tanácsok, a szolgáltató már bejelentkezéskor köteles tisztázni az információ eredetét és a megfelelő jártasságot.

2.2.2 Amennyiben valamely információs szolgáltatás orvosi tanácsadást tartalmaz, a szolgáltató köteles felhívni a felhasználó figyelmét arra, hogy a szerepeltetett tájékoztatás alapján addig ne cselekedjen, amíg megfelelő szakértelemmel rendelkező szakorvossal nem konzultált.

3 Hirdetés

3.1 Áttekintés és meghatározások

3.1.1 Jelen Ajánlások és irányelvekben szereplő „hirdetés” és „reklám” szavak a hirdetés minden formáját magukban foglalják.

3.1.2 Fogyasztón minden olyan személy értendő, akiről feltételezhető, hogy az adott hirdetést látja, hallja vagy egyéb formában értesül róla.

3.1.3 Az Irányelvek ezen részében szolgáltatásra vagy termékre vonatkozó hivatkozás mindazt jelenti, ami hirdetés tárgyát képezheti.

3.1.4 Az Ajánlások és irányelvek ezen része az olyan információs szolgáltatásokra is vonatkozik, amelyek maguk is termékeket vagy szolgáltatásokat reklámoznak.

3.1.5 Az Ajánlások és irányelvek ezen részének feltételei a hirdetés és a reklámozás mindazon formáira vonatkoznak, amelyek szándéka közvetve vagy közvetlenül az információs szolgáltatások használatára való ösztönzés.

3.1.6 A szolgáltatók mindig felelősek annak biztosításáért, hogy a szolgáltatásaikra vonatkozó hirdetések megfeleljenek a hálózatüzemeltetővel kötött szerződésük feltételeinek.

3.1.7 Ezeket a feltételeket a rádióban, televízióban, telefonon, telefaxon, vagy más kommunikációs eszközzel továbbított hirdetéseknel az alkalmazott technológiának megfelelően és ésszerű mértékben kell betartani.

3.1.8 A szolgáltatóknak mindent meg kell tenniük annak érdekében, hogy hirdetéseik és az információs szolgáltatások igénybe vételére ösztönző reklámok semmiképpen se jussanak el azokhoz, akik számára az illető szolgáltatások esetleg nem ajánlottak.

3.2 Tájékoztatás a díjakról

3.2.1 A szolgáltatónak gondoskodni kell arról, hogy valamennyi hirdetett információs szolgáltatás igénybevételi díja minden hirdetésben és reklámban világosan és egyértelműen megjelenjen.

3.2.2 Azért, hogy a fogyasztó a szolgáltatások árát könnyen megbecsülhesse, az árról szóló információt úgy kell megjeleníteni, hogy az világos legyen és ne igényeljen közeli, részletekbe menő vizsgáldást.

3.3 Tartalmi vonatkozások

3.3.1 A hirdetéseknek teljesíteniük kell a vonatkozó reklámelőírásokat.

3.3.2 A hirdetések nem tartalmazhatnak semmi olyat, ami súlyos vagy széleskörű ellenállást váltanak ki.

3.3.3 A hirdetéseket minden esetben úgy kell megtervezni és megjelentetni, hogy abból a szemlélő számára közeli tanulmányozás nélkül is világosan látható legyen, hogy az hirdetés.

3.3.4 A szolgáltató azonosítására szolgáló ügyfélkapcsolati címet, telefon- vagy telefax számot a hirdetésben világosan fel kell tüntetni.

3.3.5 A szakmai tanácsadó szolgáltatásokkal kapcsolatos hirdetésnek világosan jeleznie kell a tanácsadó szolgáltatásban résztvevő személy(ek), vagy szervezet(ek) szakmai végzettségét és szakmai jártasságát.

4 Eljárások

4.1 Az információs szolgáltatásokkal kapcsolatos reklamációkat a panasztevő lakóhelye szerinti illetékes szervek eljárásai szerint kezelik.

4.2 A panasztevőnek elegendő információt kell ahhoz nyújtani, hogy annak alapján a kifogásolt szolgáltatás vagy hirdetés azonosítható legyen.

4.3 Azok a panaszok, melyek nem a hálózatüzemeltető illetékessége alá tartoznak, lehetőség szerint azon megfelelő testület vagy szervezet elé kerülnek, amelyek hatálya alá a panasztevő által azonosított téma tartozik.

4.4 Minden panasztevő anonimitását tisztelni kell, ha csak megfelelő határozat ezzel ellentétesen nem rendelkezik.

4.5 Amennyiben a panasztevő számára a meghozott intézkedések nem kielégítőek, jogában áll az ügyet magasabb fórumok elé vinni felülvizsgálás és állásfoglalás céljából.

PÉLDÁK AZ EGYES SZOLGÁLTATÁS-KATEGÓRIÁKNÁL HASZNÁLHATÓ SZERZŐDÉSES FELTÉTELEKRE

A. Fiatalkorúaknak szóló szolgáltatások

A.1 Ezen rész szempontjából:

- a) fiatalkorúnak számít az, aki 18 éven aluli;
- b) fiatalkorúaknak szóló szolgáltatásoknak minősülnek a teljesen vagy részben 18 éven aluliaknak tervezett, vagy szánt szolgáltatások;
- c) fiatalkorúaknak szóló kiadványnak minősülnek azok, amelyek esetén az olvasóközönség jelentős része 18 éven aluli, vagy azok, amelyek a kiadó szándéka szerint olyan megjelenésűek, mint amit teljesen vagy részben 18 éven aluliaknak szántak;
- d) bármilyen szolgáltatás, ami fiatalkorúaknak szóló kiadványokban jelenik meg, feltételezhetően fiatalkorúaknak szóló szolgáltatás.

A.2 Fiatalkorúaknak szóló szolgáltatások nem tartalmazhatnak:

- a) olyan szokásokra való utalást, melyet az általánosan elfogadott etikai normák alapján jóérzésű szülő nem kívánna, hogy gyermeke ilyen módon ismerjen meg;
- b) olyan beszédet, melyet jóérzésű szülő nem kívánna, hogy gyermeke halljon.

A.3 Minden olyan fiatalkorúaknak szóló szolgáltatást, melynek igénybe vétele tovább tart 10 percnél, egy rövid közleménnyel kell bevezetni, amely világosan kiemeli, hogy a szolgáltatás csak felelős személy beleegyezésével használható.

A.4 A fiatalkorúaknak szóló szolgáltatás nem bátoríthat az információs szolgáltatás túlzott igénybevételére.

A.5 Fiatalkorúak felé nem alkalmazható vásárlásra ösztönző közvetlen csábítás vagy buzdítás, hacsak a kínált termék vagy szolgáltatás nem olyan, ami valószínűleg érdeklődési körükbe tartozik és joggal feltételezhető, hogy megengedhetik maguknak.

B. Nyereményjátékok

B.1 A legtöbb nyereményjátékot törvények, rendeletek szabályozzák. Az ilyen jellegű szolgáltatás indítása előtt a szolgáltatónak különösen ajánlott szakmai, jogi tanácsadást igénybe venni.

B.2 A hirdetéseknek minden olyan információt tartalmazniuk kell, amelyek valószínűsíthetően befolyásolják a részvételre vonatkozó döntést.

B.3 Kerülni kell az indokolatlanul bonyolult játékszabályokat, különösen a fiatalkorúaknak vagy fiataloknak szóló szolgáltatások esetében.

B.4 A hirdetésekben világosan meg kell adni az alábbiakat:

- a) a részvételi határidőt;

- b) a résztvevők vagy nyeremények számának bármiféle korlátozását;
- c) a nyeremények leírását;
- d) bármilyen életkorhoz, földrajzi fekvéshez vagy más alkalmassághoz kötött korlátozást;
- e) a nyereményjáték formáját és költségeit.

B.5 A potenciális résztvevőknek az eddigieken kívül még az alábbi információkat is könnyen elérhetővé kell tenni:

- a) a nyertesek hogyan és mikor kapnak értesítést;
- b) hogyan lehet az eredményeket megtudni;
- c) a nevezések értékelésének feltételei;
- d) vajon az elérhető nyeremények készpénzben is kifizethetők-e;
- e) a lebonyolítást követően tervezett publikációk részletei;
- f) a résztvevők hogyan juthatnak a nyereményjátékkal kapcsolatos egyéb szabályokhoz.

B.6 Az alacsony részvételi arány, vagy az elégtelen minőségű nevezések nem jelentenek kellő alapot a nyereményjáték idejének meghosszabbítására vagy a nyeremények visszatartására.

B.7 Amennyiben a nyereményjátékot széles körben hirdetik meg, gondoskodni kell arról, hogy a nevezési lapok és a szükséges árucikkek (például a vásárlás tényének igazolása) széles körben rendelkezésre álljanak.

B.8 Amennyiben a nyereményjátékban a sorsolás bármilyen formában előfordul, az egyes nevezések esélyegyenlőségét biztosítani kell.

C. Eladási hirdetések

C.1 Minden eladási hirdetésnek igazodnia kell az üzleti életben általánosságban megkívánt tisztességes piaci verseny alapelveihez. A hirdetés sem céljában, sem megjelenési módjában nem sértheti a közérdekeket. A hirdetés feltételeinek és megjelenési módjának minden érintett számára azonosnak kell lennie.

C.2 Minden eladási hirdetésnek méltányosan és tisztességesen kell bánnia a fogyasztóval, és ennek láthatónak is kell lennie. Az eladási hirdetéseket úgy kell tervezni és irányítani, hogy ne okozzanak csalódottságot.

C.3 A hirdetés megjelenése legyen világos és őszinte és ne vezesse félre azokat, akik valószínűleg látni fogják.

C.4 Minden olyan tényezőt, ami valószínűsíthetően befolyásolja a fogyasztó döntését abban, hogy részt vegyen a hirdetési kampányban, világossá és érthetővé kell tenni, mielőtt a fogyasztó elkötelezné magát olyan vásárlás mellett, amely a kampányban való részvételtől függ.

C.5 A hirdetéseket pontosan és hatékonyan kell irányítani, hogy ne nyújtsanak jogos alapot a fogyasztók panaszainak.

C.6 Az eladási hirdetéseknek tekintettel kell lenniük a fogyasztók magánéletére és úgy kell őket tervezni és irányítani, hogy ne okozzanak kellemetlenséget a fogyasztónak.

C.7 Ahol a hirdetés természete megkövetelheti, hogy a résztvevők részt vegyenek az eladással kapcsolatos vagy attól független további hirdetésben, a fogyasztókat erről még azt megelőzően fel kell világosítani, mielőtt a részvétel mellett döntenének. A résztvevők kifejezett beleegyezése szükséges ahhoz, hogy a nevüket és címüket a hirdetésben felhasználhassák.

C.8 A hirdetés feltételeinek a fogyasztók számára teljesnek, világosnak és jól láthatónak kell lenniük. Különösen olyan esetekben, amikor valamely korlátozás kizárhatna bizonyos fogyasztókat, vagy olyan elvárásokat követelnek meg tőlük, melyek befolyásolhatják a kampányban való részvételre vonatkozó döntésüket, ezen korlátozásokat és követelményeket a vásárlást megelőzően jól láthatóvá kell tenni a fogyasztók számára.

C.9 Pontatlanság, kétértelműség, hiányosság vagy bármi más miatt a fogyasztókat

a hirdetés természetével, vagy a hirdetett termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatban félrevezető tényező nem jelenhet meg a hirdetésben. Minden hirdetésben világosan kell megadni a következőket:

- a) a részvételi előírásokat;
- b) a részvétel összes költségeit és a részvételi feltételeket;
- c) a hirdető teljes nevét és üzleti címét;
- d) a részvételi határidőt;
- e) bármilyen földrajzi fekvéshez vagy más alkalmassághoz kötött korlátozást.

C.10 Az olyan esetekben, amikor a felkínált hirdetési termékek mennyisége vagy száma véges vagy korlátozott, erről a fogyasztókat a kampányban való részvételt megelőzően fel kell világosítani. A hirdetés nem növelheti túlzott mértékben a sikeres nevezések esélyét.

C.11 Amennyiben a várakozáson felüli igények nem teszik lehetővé, hogy a hirdető a fogyasztókat az ígért árukkal kiszolgálja, az ilyen előre nem látható eseményekre olyan terveket kell készíteni, melyek biztosítják, hogy a fogyasztókat valamilyen alternatív módon, az eredetivel azonos vagy nagyobb értékben (akár készpénzzel vagy hasonlóval) lássák el.

D. Táveladás

D.1 Ebben a részben a táveladás egy fogyasztói kör megrendeléseinek információs szolgáltatáson keresztüli felvételét jelenti.

D.2 Minden táveladási szolgáltatást úgy kell megjeleníteni, hogy abból a kereskedelmi szándék világos legyen. Minden olyan tényezőt, ami a fogyasztót vásárlási döntésében valószínűleg befolyásolja, világossá és érthetővé kell tenni, mielőtt a fogyasztó elkötelezné magát a vásárlás mellett.

D.3 Minden táveladási tevékenységnek igazodnia kell az üzleti életben általánosságban megkívánt tisztességes piaci verseny alapelveihez. A táveladás nem sértheti a közérdekeket. Minden ilyen szolgáltatásnak méltányosan és tisztességesen kell bánnia a fogyasztókkal, és ennek láthatónak is kell lennie.

D.4 A fogyasztót a kapcsolat elején emlékeztetni kell a szolgáltatás költségeire.

D.5 A fogyasztót késlekedés nélkül tájékoztatni kell a következőkről:

- a) a szállító kilétéről;
- b) a termék vagy szolgáltatás részleteiről;
- c) a szállítási költségről, ha ilyen van;
- d) a fizetésről, a szállítási garanciaszerződésről és a visszafizetés lehetőségeiről;
- e) az ajánlat érvényességi idejéről.

D.6 A fogyasztókat nem szabad olyan irányba vezetni, hogy a szolgáltatások minőségét vagy kívánatosságát túlbecsüljék. Különös gonddal kell eljárni akkor, amikor a címzettnak nincs lehetősége az árut a szállítás előtt megvizsgálnia.

D.7 A szállítónak biztosítania kell, hogy minden szerződést és a szerződésre, valamint a fogyasztó visszamondási jogára vonatkozó információt az idevonatkozó és hatályos jogi előírásoknak megfelelően a fogyasztó azonnal írásban megkapjon.