

Ügyiratszám: MN/20023-13/2012.

Ügyintéző: **személyes adat**

Email: **személyes adat**

Tárgy: a termékmegjelenítésre és a
műsorszámok támogatására vonatkozó
törvényi rendelkezések megsértése

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának

1788/2012. (X. 10.) sz.

HATÁROZATA

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa (a továbbiakban: **Médiatanács**) a **személyes adat** **MTM-SBS Televízió Zrt.**-vel (1145 Budapest, Róna u. 174., továbbiakban: **Médiaszolgáltató**) szemben hivatalból lefolytatott eljárásában megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a **TV2** állandó megnevezésű csatornáján 2012. április 16-án 17:17:26-tól, 19-én 17:16:58-tól és 23-án 17:18:30-tól sugárzott „**Update Konyha**”, április 21-én 10:25:20-tól, 25-én 06:05:08-tól, 26-án 02:37:31-től és 28-án 10:30:25-től sugárzott „**Babavilág**”, valamint április 24-én 09:28:07-től sugárzott „**Babapercek**” című műsorszámok közzétételével megsértette a termékmegjelenítésre vonatkozó azon törvényi rendelkezést, mely szerint a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételére, ezért a Médiaszolgáltatót

800 000 Ft, azaz nyolcszázezer forint bírsággal sújtja.

A Médiatanács megállapította továbbá, hogy a Médiaszolgáltató a **TV2** állandó megnevezésű csatornáján 2012. április 16-án 17:17:26-tól, 19-én 17:16:58-tól és 23-án 17:18:30-tól sugárzott „**Update Konyha**”, április 21-én 10:25:20-tól, 25-én 06:05:08-tól, 26-án 02:37:31-től és 28-án 10:30:25-től sugárzott „**Babavilág**”, valamint április 24-én 09:28:07-től sugárzott „**Babapercek**” című műsorszámok közzétételével megsértette a termékmegjelenítésre vonatkozó azon törvényi rendelkezést is, mely szerint a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok nem adhatnak a műsor tartalmából egyébként nem következő, indokolatlan hangsúlyt a megjelenített terméknek, ezért a Médiaszolgáltatót

800 000 Ft, azaz nyolcszázezer forint bírsággal sújtja.

A Médiatanács megállapította továbbá, hogy a Médiaszolgáltató a **TV2** állandó megnevezésű csatornáján 2012. április 16-án 17:17:26-tól, 19-én 17:16:58-tól és 23-án 17:18:30-tól sugárzott „**Update Konyha**”, április 21-én 10:25:20-tól és 28-án 10:30:25-től sugárzott „**Babavilág**”, valamint április 24-én 09:28:07-től sugárzott „**Babapercek**” című műsorszámok közzétételével megsértette a műsorszámok támogatására vonatkozó azon törvényi előírást, mely szerint támogatott médiatartalom nem ösztönözhet és nem hívhat fel a támogató terméknek megvásárlására vagy szolgáltatásának igénybevételére, ezért a Médiaszolgáltatót

300 000 Ft, azaz háromszázezer forint bírsággal sújtja.

A Médiaszolgáltató a bíróságot e határozat közlését követő hét napon belül köteles megfizetni a Médiatanács Magyar Államkincstár által vezetett 10032000-00295141-00000024 számú számlájára. A fizetési kötelezettség késedelmes teljesítése esetén a Médiaszolgáltató késedelmi pótlékot köteles fizetni, melynek mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Az önkéntes teljesítés elmaradása esetén a Médiatanács a Médiaszolgáltatóval szembeni bíróság igényét közigazgatási úton érvényesíti.

E határozat ellen fellebbezésnek nincs helye. A határozat felülvizsgálata a határozat közlésétől számított 30 napon belül a Fővárosi Törvényszékhez címzett, a Médiatanácshoz három példányban benyújtott keresetlevéllel kérhető. A keresetlevél benyújtásának e határozat végrehajtására halasztó hatálya nincs, a keresetlevélben a keresettel támadott határozat végrehajtásának felfüggesztése a bíróságtól kérhető. A keresetet a bíróság tárgyalás tartása nélkül 30 napon belül bírálja el, a keresetlevélben tárgyalás tartása kérhető.

I n d o k o l á s

A Médiatanács a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: **Mttv.**) 167. § (1) bekezdése szerinti hatósági ellenőrzés keretében hivatalból vizsgálta a Médiaszolgáltató által üzemeltetett TV2 elnevezésű csatorna 2012. áprilisi műsorfolyamát, különös tekintettel a kereskedelmi közleményekre vonatkozó szabályok betartására. A hatósági ellenőrzés során felmerült az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjainak, valamint a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: **Smtv.**) 20. § (9) bekezdésének megsértése a következő műsorszámokkal kapcsolatban:

Dátum	A műsorszám címe		Kezdet	Vége	Időtartama
2012.04.16.	UPDATE KONYHA		17:17:26	17:21:26	0:04:00
2012.04.19.	UPDATE KONYHA		17:16:58	17:20:58	0:04:00
2012.04.21.	BABAVILAG		10:25:20	10:49:04	0:23:45
2012.04.23.	UPDATE KONYHA		17:18:30	17:22:30	0:04:00
2012.04.24.	BABAPERCEK		9:28:07	9:33:52	0:05:46
2012.04.25.	BABAVILAG	ismétlés	6:05:08	6:28:21	0:23:14
2012.04.26.	BABAVILAG	ismétlés	2:37:31	3:00:49	0:23:19
2012.04.28.	BABAVILAG		10:30:25	10:54:10	0:23:46

A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: **Ket.**) 29. § (1) bekezdésében foglaltak alapján a Médiatanács az Mttv. 182. § b) pontjának bg) alpontjában és c) pontjában foglalt hatáskörében hivatalból 2012. július 25-én hatósági eljárást indított a Médiaszolgáltatóval szemben, továbbá az Mttv. 155. § (3) bekezdése alapján a termékmegjelenítéssel érintett termékek és a termékmegjelenítésről szóló megállapodások tekintetében nyilatkozattételre és adatszolgáltatásra kötelezte.

A Médiatanács az 1474/2012. (VII. 25.) számú, MN/20023-4/2012. ügyiratszámú végzésében a Ket. 29. § (3) bekezdés a) pontja alapján, a Ket. 29. § (5) bekezdése szerinti tartalommal értesítette a Médiaszolgáltatót, tájékoztatta a hatósági ellenőrzés megállapításairól, valamint felhívta a figyelmét arra, hogy az eljárás során a Ket. 51. § (1) bekezdése értelmében nyilatkozattételi, és a 68. § (1) bekezdése alapján iratbetekintési jog illeti meg; a nyilatkozattételre és adatszolgáltatásra a Médiatanács 8 napos határidőt biztosított a Médiaszolgáltatónak.

A Médiaszolgáltató az eljárás megindításáról értesítő végzést a visszaérkezett tértivevény tanúsága szerint 2012. július 31-én vette át. Megfelelően igazolt képviselője, **személyes adat** 2012. augusztus 9-én érkezett beadványában kérte, hogy a Médiatanács az 1474/2012. (VII. 25.) számú végzésben foglalt nyilatkozattételre, illetve a termékmegjelenítés alkalmazását igazoló dokumentumok benyújtására biztosított 8 napos határidőt az eredeti határidő lejártától számított további 15 nappal hosszabbítsa meg. Kérelmének indoklására előadta, hogy az eljárással érintett műsorokat két különböző külső gyártó cég készíti, akik szeretnének az ügyben nyilatkozni, valamint a termékmegjelenítésre vonatkozó szerződéseket is ők tudják rendelkezésre bocsátani, azonban a nyári szabadságolások miatt az illetékes személyekkel történő egyeztetés hosszabb időt vesz igénybe.

A Médiaszolgáltató, határidő-hosszabbítás iránti kérelmét fenntartva, az ügy érdemére vonatkozóan – elöljáróban – az alábbiakat adta elő.

Az „*Update Konyha*” című műsorszámmal kapcsolatban hangsúlyozta, hogy az egészséges életmódról, ezen belül az egészséges táplálkozásról szól, a vizsgált adások ennek keretében hívták fel a figyelmet a cukorbetegségekre és annak megelőzésére. A Médiaszolgáltató kiemelte, hogy a műsorszámok általánosságban – támogatóhoz vagy megjelenített termékhez nem kapcsolhatóan – foglalkoztak a cukorbetegséggel és megelőzésével, illetve a vércukorszint-mérés fontosságával. A Médiaszolgáltató úgy vélte, a termék megjelenítése és bemutatása azért volt szerkesztőileg indokolt, mert sok ember fél a vércukorszint-méréstől, mivel az ujjbegy megszúrásával történik. Ezt az ellenérzést kísérelte meg leküzdeni a műsorszám. A Médiaszolgáltató hivatkozott a Médiatanácsnak a termékmegjelenítés tárgyában kibocsátott állásfoglalására, mely szerint nem minősül az áru megvásárlására vonatkozó közvetlen felhívásnak, ha a termék bemutatására a műsorszám témájához kapcsolódóan, tájékoztató, oktatási, kulturális, kritikai vagy fogyasztóvédelmi céllal kerül sor. A Médiaszolgáltató továbbá hangsúlyozta, hogy a műsorszámokban nem szerepelt sem a termék kereskedelmi elérhetősége, ára, sem egyéb, vásárlást elősegítő információ, és a konkrét termék tulajdonságainak ismertetése sem.

A „*Babavilág*” és „*Babapercek*” című műsorszámokkal kapcsolatban a Médiaszolgáltató általánosságban szögezte le, hogy közszolgálati feladatokat ellátó, hiánypótló programok, melyek egészségügyi információkat szolgáltatnak gyermekét váró és nevelő anyáknak. A közölt információk elsődlegesen általánosak és tájékoztató jellegűek, azonban az egészségügyi problémák természeténél fogva bizonyos terápiák, eszközök vagy termékek bemutatása elengedhetetlen.

A *csecsemőkori hasfájásról* szóló műsorrészben kétszer jelent meg termék, az Infacol szuszpenzió. A Médiaszolgáltató álláspontja szerint az első megjelenés alkalmával még gondos figyelem mellett sem volt felismerhető a termék márkaneve, azaz a készítmény márkája mindössze egy alkalommal, 2 másodpercre jelent meg a 25 perc időtartamú műsorszámban. A Médiaszolgáltató hangsúlyozta, hogy a termék „szakszerű” használat során jelent meg – a védőnő felrázta és a csecsemő szájába adta –, ez pedig általános tudnivaló, nem a konkrét termék tulajdonsága. A Médiaszolgáltató összefoglalóan előadta, hogy a műsorrész megoldást ajánlott a csecsemőkori hasfájásra, melynek során az érintett adásokban kellékként, az adott terápia illusztrációjaként szerepelt egy termék olyan szituációban, mely életszerű, és a szuszpenzió típusú termékek alkalmazása során közismert. Mindezekre tekintettel a termékmegjelenítés nem volt szerkesztőileg indokolatlan és nem tartalmazott közvetlen vásárlásra való felhívást sem.

A Médiaszolgáltató a *Milumil gyermekitalról* szóló műsorrésszel kapcsolatban is hangsúlyozta, hogy abban egy sokakat érintő egészségügyi kérdéssel foglalkozott, melynek során általános információkat közölt a tejalapú, de allergéneket nem tartalmazó, a gyermekek egészséges fejlődéséhez szükséges italokról. A műsorszám elhangzott információk tehát nem egy adott terméket jellemeztek, hanem valamennyi, tehéntej

kiváltására alkalmas készítményre vonatkoztak. A műsorszámban megszólalt gyógyszerész ennek megfelelően általánosságban definiálta az összetevőket, egy lehetséges terápiáról beszélt, ami nem kapcsolódott konkrét termékhez. A Médiaszolgáltató úgy vélte, a tejtital kóstolását bemutató rész is indokolt volt szerkesztőileg, illeszkedett a jellemzően kisgyermeket mindennapi élethelyzetekben bemutató műsorszám tematikájához. A Médiaszolgáltató álláspontja szerint ebben a részben a termékről közeli kép nem is látható, a neve, márkája nem olvasható.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint a 2012. április 21-én és 28-án sugárzott „Babavilág” és április 24-én közölt „Babapercek” elején és végén közzétett támogatói üzenetek szintén nem ösztönöztek vásárlásra és nem valósítottak meg más törvénysértést sem.

A Médiatanács, helyt adva a Médiaszolgáltató határidő-hosszabbítási kérelmének, a nyilatkozattételre és adatszolgáltatásra az 1474/2012. (VII. 25.) számú végzésében előírt 8 napos határidőt az MN/20023-9/2012. iktatószámú, 1492/2012. (VIII. 15.) számú végzésében a kézhezvételtől számított 15 nappal meghosszabbította.

A Médiaszolgáltató a 2012. augusztus 23-án érkezett, a korábbi nyilatkozatát kiegészítő nyilatkozatában az alábbiakról tájékoztatta a Médiatanácsot:

A 2012. április 16-án, 19-én és 23-án sugárzott „Update Konyha” című műsorszámokban részben a Roche Accu-Check Active Kit. vércukorszintmérő készülék, illetve ujjbegyszűrő toll szerepeltetése miatt tájékoztatta a nézőket a termék megjelenítéséről. A Médiaszolgáltató az erről szóló megállapodást is csatolta, melynek értelmében az „Update Konyha” című műsorszám 2012. január 1. és december 31. között sugárzott műsoraiban a műsorszám gyártója, a Norbi Update International Kereskedelmi Kft. – meghatározott díj ellenében – megjeleníti a Roche (Magyarország) Gyógyszer- és Vegyianyagkereskedelmi Kft. vércukormérő készülékét és ujjbegyszűrő eszközét. A megállapodás 4. pontja a megjelenítés módjának (dramaturgiájának) pontos leírását is tartalmazza: a műsorvezető – a vércukormérés fontosságának és előnyeinek a bemutatása mellett – a termékkel megméri a saját vércukorszintjét, és a bemutató közben a termék megjelenik a képernyőn.

A Médiaszolgáltató kérte, hogy a Médiatanács tekintse nyilatkozata részének a Norbi Update International Kereskedelmi Kft. műsorszámokkal kapcsolatos állásfoglalását is. Az állásfoglalás kifejtette, hogy a vércukorszintmérő készülék szerepeltetése a termék megjelenítés szabályainak megfelelő volt, a műsorvezető nem hívta fel a nézőket a készülék megvásárlására, továbbá sem a termék, sem a gyártó neve nem hangzott el, csupán a termék doboza jelent meg, illetve a termék nem kapott indokolatlan hangsúlyt a műsorszámban. A műsorvezető semmilyen módon nem hívta fel a termékekre a figyelmet, a kamera az asztalt nem nagyította ki, nem közelített rá, nem szerepelt egész képernyős megjelenítése sem. A kép hangsúlyos részében – a műsorvezető kezében – az ujjbegyszűrő toll, valamint a vércukorszintmérő készülék márkája nem volt olvasható. A 2012. április 16-án és 19-én sugárzott adásokban a műsorvezető kezében lévő, „360 fok View rendszer” bemutatására használt napló a termék/gyártó azonosítására alkalmas jelzést nem tartalmazott. A fentiek értelmében a termék megjelenítés megfelelt a törvényi előírásoknak. A Médiaszolgáltató kiemelte, hogy a műsorszámok az Smtv. 20. § (9) bekezdését sem sértették.

A Médiaszolgáltató továbbá nyilatkozott, hogy a 2012. április 21-én (ismétlések április 25-én és 26-án), illetve 28-án sugárzott „Babavilág”, valamint április 24-én sugárzott „Babapercek” című műsorszámokban többek között az alábbi termékek szerepeltetése miatt tájékoztatta a nézőket a termék megjelenítéséről:

2012. április 21. (Babavilág)

- a Ceumed Kft. Infacol nevű terméke

A csatolt megállapodás értelmében **üzleti titok**.

- a Numil Kft. Milupa Milumil tejpép terméke

A termékmegjelenítésről és támogatásról szóló szerződés értelmében **üzleti titok**.

2012. április 24. (Babapercek)

A Médiaszolgáltató nyilatkozata szerint a „Babapercek” című műsorszámban ugyanazon termékek megjelenítés miatt alkalmazta a termékmegjelenítésről szóló tájékoztatást, mint 2012. április 21-ei „Babavilág” műsorszámban.

2012. április 28. (Babavilág)

A Numil Kft. Milupa Milumil tejpép terméke jelent meg a műsorszámban termékmegjelenítés formájában a fentebb részletezett szerződés alapján.

A Médiatanács a rendelkezésre álló adatok, különösen a vizsgálati jelentés, a műsorszám megtekintése és a Médiaszolgáltató nyilatkozatai alapján az alábbi tényállást állapította meg, és azt az alábbiak szerint értékelte.

Az Mttv. 203. § 68. pontja értelmében a termékmegjelenítés: *„a kereskedelmi közlemény bármely olyan formája, amely terméket, szolgáltatást, ezek védjegyét vagy ezekre való utalást tartalmaz oly módon, hogy az – fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében – egy műsorszámban jelenik meg”.*

A Médiaszolgáltató nyilatkozata és a műsorszámok elemzése alapján a Médiatanács megállapította, hogy a fentebb listázott műsorszámokban termékmegjelenítés keretében, arról szóló megállapodás alapján jelent meg a *Roche Accu-Check Active Kit*. vércukorszintmérő készülék és ujjbegyszűrő toll (Update Konyha), az *Infacol* szuszpenzió (Babavilág és Babapercek), illetve a *Milupa Milumil tejital* (Babavilág).

1. Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértése

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontja értelmében *„a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételére”.*

A termékmegjelenítés a klasszikus reklámoktól alapvetően abban különbözik, hogy a reklámüzenet nem a szerkesztett műsortól elkülönítve, reklámblokkban, a reklámjelleg feltüntetése mellett jelenik meg, hanem úgy, hogy a népszerűsíteni kívánt termék beépül a műsorszámba; a produkció – a közönség számára is észlelhető módon – használja a terméket, ezáltal népszerűsíti.

A termékmegjelenítés jellegéből következik, hogy kereskedelmi magatartásra való felhívásnak csakis a puszta említést vagy vizuális megjelenítést meghaladó közlések minősülhetnek. A jogalkotó szándéka szerint ezen közlések közül is csak azok sértik a fentebb idézett törvényhelyet, amelyek *közvetlenül*, direkt módon hívnak fel a megjelenített termék megvásárlására, vagy szolgáltatás igénybevételére. A Médiatanács álláspontja szerint ez nem jelenti azt, hogy kizárólag nyílt, direkt felhívással valósítható meg a törvényhely megsértése. A Médiatanács a direkt felhíváson kívül közvetlen vásárlásra való felhívásnak tekinti azokat az eseteket is, amikor a műsorszámban a termékmegjelenítés tárgyát képező áru vagy szolgáltatás vonatkozásában olyan információk jelennek meg, melyek a klasszikus reklámokra jellemző módon segítik elő adott termék/szolgáltatás értékesítését, promotálják azokat. Ilyen információknak minősül többek között a kereskedelmi elérhetőség és ár közzététele, vagy a termék/szolgáltatás előnyeinek, tulajdonságainak ismertetése.

UPDATE KONYHA (április 16., 19. és 23.)

Az „Update Konyha” vizsgált adásainak második része abból állt, hogy a műsorvezető bemutatta a műsorszámban megjelenített terméket és használatát (április 23.) vagy a termékhez tartozó tesztfüzetet és annak kitöltési módját (április 16. és 19.).

A 2012. április 16-ai adásból a közönség megtudhatta, hogy a készülékhez tartozik egy tesztfüzet, melynek kitöltésével megrajzolható a vércukor-görbe, és útmutatót adott a táblázat kitöltéséhez. Az alábbiak hangzottak el: *„Szeretném nektek megmutatni a 360 fok View Átfogó Vércukorszint-értékelő Rendszert. A lényege annyi, hogy **kapsz egy ilyen füzetecskét a vércukormérő készülékhez.** És tulajdonképpen meg kell mérni éhgyomorral és étkezés után másfél-két óra múltával a vércukorszintet. Minden értéket be kell ide írni, ide a táblázatba, és utána itt ki vannak jelölve a részek, aminek megfelel, oda teszünk egy X-et. A végén össze tudjuk ezeket kötni, és megkapjuk a vércukor görbénket. Ezt azért nagyon fontos, mert amikor elmegyünk negyedévenként vizsgálatra, akkor az orvos tudni fogja, hogy milyen hatékony terápiát írjon föl. Tehát nem fognak a gyógyszeradagban mellé lőni. Ez nagyon fontos egészséges embernek is.”*

A 2012. április 19-ei adásban a műsorvezető a *„fogj meg egy ilyen naplót, egy vércukormérő készüléket”* fordulatot használta, miközben a tesztfüzet kitöltésének lépéseit magyarázta. A *„szoktam csinálni otthon, nekem, meg a családnak, barátoknak 360 fok View vércukorgörbét”* fordulattal a rendszernek és a hozzá tartozó eszközöknek a műsorvezető személyes referenciát biztosított.

A 2012. április 23-ai műsorban a vércukorszint-mérés folyamatát követhették figyelemmel a nézők. A műsorvezető a készülék használata közben a következőket mondta: *„Kiveszek egy tesztcsíkot, nagyon egyszerűen beledugom a készüléknek ide, az aljába. Kéri a vércseppet. **Szinte bármilyen fájdalom nélkül, nem is éreztem semmit.** Kiveszem a tesztcsíkot, ide, a közepére helyezem a pici vércseppet, és most rakom vissza a készülékbe. (...) **Több hétig, több alkalommal vissza tudjuk nézni, hogy mik az eredmények,** ugyanis ne csak előtte, utána is mérj!”*

A Médiatanács közvetlen vásárlásra való felhívásnak tekintette az idézett esetekben a készülék működésének bemutatását, tulajdonságainak ismertetését a 2012. április 23-ai adásban. A *„nagyon egyszerűen”, „szinte bármilyen fájdalom nélkül”, „több hétig, több alkalommal vissza tudjuk nézni”* fordulatok – a Médiaszolgáltató nyilatkozatával ellentétben – az Accu-Check Active Kit. vércukorszintmérő-készülék előnyös tulajdonságaira utaltak. A közönség vásárlásra való felhívását valósították meg továbbá a vércukor-görbe előállítására vonatkozó, lényegében a készülék egyik tartozékát bemutató, a 2012. április 16-ai és 19-ei adásban elhangzott instrukciókat. Mindhárom adással kapcsolatban megállapítható, hogy a műsorvezető dicsérő hangon szólt a bemutatott termékről, és a közönséget annak rendszeres használatára buzdította; „termékbemutatót” tartott, melynek során csak az árat és a kereskedelmi elérhetőséget nem említette meg.

A Médiaszolgáltató úgy nyilatkozott, hogy a készülék neve el sem hangzott, a bemutató konkrét termékhez nem volt köthető. A Médiatanács ezzel szemben megállapította, hogy a készülék vizuális megjelenítése folyamatos volt. A közönség számára tehát verbális említés nélkül is egyértelmű volt, hogy mely termékre vonatkoznak a fenti információk. A műsorrészek teljes időtartama alatt (kivéve azt az egy-egy másodpercet, amikor a kamera egészen közelről magát a készüléket vagy a táblázatot mutatta) a műsorvezető melletti asztalon látható volt az ismertetett termékek csomagolása, és tisztán kivehetőek voltak az azon olvasható feliratok (a készülék neve, márkája).

A Médiatanács megállapította, hogy a termék megjelenítése nem csupán messze meghaladta az említés vagy megjelenés szintjét, hanem az idézett információkkal a

Médiaszolgáltató a termék promotálását is megvalósította, azaz közvetlenül vásárlásra, igénybevitelre hívta fel a közönséget, és ezzel megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontját.

BABAVILÁG (április 21., 25. és 26.) és BABAPERCEK (április 24.)

A vizsgált műsorszámok egy-egy szegmense a csecsemőkori hasfájásról szólt. A műsorrész változatlan formában szerepelt mind a négy adásban. (Ahol a jelen határozat időpontot jelöl, azt az április 21-ei adás timekódja alapján teszi.)

A műsorrész elején a narrátor és egy édesanya (Bea) ismertették a hasfájásra utaló tüneteket és a panaszt kiváltó okokat, ezt követően megérkezett a védőnő (Réka), majd a következő narráció, illetve párbeszéd zajlott le, 10:36:54-től:

Narrátor: *„Kende csecsemőkori kólikáját úgy kezeli Bea, Réka segítségével, hogy az **véletlenül se ártson a kicsi szervezetének.**”* (Képen közben a védőnő volt látható, amint a dobozából kiveszi, majd felrázza az Infacol szuszpenziót. Az Infacol dobozára ráközelített a kamera, így az átlagos televíziónéző számára is tisztán kivehető volt, hogy mely termékről mondja el a narrátor, illetve a védőnő az alábbiakat.)

Narrátor: *„Ha pedig újra arra a bizonyos hasfájós sírásra kerül a sor, már **készíti is a hatékony megoldást.**”*

Védőnő: (miközben a kisbaba szájába cseppenti a gyógyszert) *„**Hú, és ezt te szereted!**”, majd így folytatja: **„úgy fog hatni, hogy a pocakjában lévő buborékokat a sok apró pici buborékot fogja összeolvasztani, egy nagy buborékká, és akkor majd segít neki, hogy ez vagy büfivel, vagy majd a szelekkel távozzon.”***

Anyuka: *„Körülbelül olyan két-három hetes kora óta használjuk, de most már azért múltóban van.”*

Védőnő: *„Az **a hatóanyag, amit leggyakrabban használunk a simeticone, az nem hat a babákra, tehát nem szívódik föl az emésztőrendszerből, csak az emésztőrendszerben lévő buborékokra hat.** A felületi feszültséget csökkenti, és így a sok apró, kis habszerű buborékot összeolvasztja.”* (Ezen ismertető alatt osztott képernyőn megismételték a korábban látható jelenetet: doboz kinyitása, a szuszpenzió felnyitása és a csecsemő számára a gyógyszer adagolása.)

Narrátor: *„...sírás után a kis pocakban lassan helyreáll a rend, elmúlik a fájdalom, így a kisfiú nyugodtan hajthatja álomra fejét.”*

A Médiatanács megállapította, hogy a téma kifejtése során a Médiaszolgáltató olyan információ-együttest közölt a műsorszámban jól felismerhető termékről, amely kimeríti a közvetlen vásárlásra való felhívást. A szegmensben elhangzó, fentebb szó szerint idézett és kiemelt állítások – *véletlenül sem árt a picinek, hatékony megoldás, a gyerekek szeretik az ízét, hatásmechanizmus ismertetése, pár hetes kortól adható, hatóanyag nevének és előnyeinek ismertetése* – a megjelenített termék pozitív tulajdonságait, előnyeit foglalták össze, a szakértő (védőnő) szerepeltetése pedig referenciát jelentett a terméknek.

Nem helytálló a Médiaszolgáltató megállapítása, miszerint az első megjelenés alkalmával még gondos figyelem mellett sem volt észlelhető a termék neve. A fenti termékismertető elején a közönség először azt láthatta, ahogyan a védőnő kiveszi a szuszpenziót a dobozából, majd egy vágás következett, és az ezt követő kép már egészen közelről mutatta a dobozt, így a közönség számára félreérthetetlen volt, hogy mely termékre vonatkoznak a fentebb idézett szuperlatívuszok („véletlenül sem árt a kicsinek”, „hatékony megoldás”, „finom”).



A Médiatanács a fentiek értelmében nem fogadta el a Médiaszolgáltató alapvető érvét sem, miszerint az elhangzott információk termékhez nem voltak köthetők, csupán egy sokakat érintő egészségügyi problémára javasoltak megoldást általánosságban.

A készítmény neve valóban nem hangzott el, de a verbális és vizuális megjelenítés egyenértékű ebben az esetben. A Médiaszolgáltató nem hivatkozhat általános tájékoztatásra pusztán azon az alapon, hogy nem mondta be az ismertetett termék nevét, melyet azonban többször és közeli képen is megjelenített.

A fentiek alapján a Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a megjelenítéssel megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontját.

BABAVILÁG (április 28.)

A műsorszám „Babakonyha” című szegmensében – 10:34:29 és 10:37:10 között – a csecsemőknek ajánlott tejitalokról volt szó.

A narrátor az összeállításban bemutatott kisbabáról a következőket mondta: *„Két évesen azt eszi, amit a szülei, a tejtermékek azonban nem szerepelnek az étrendjében. (...) A kicsik szervezetének azonban szüksége van a fehérjére és ásványi anyagokra, de nem feltétlenül a tehéntejre.”*

Gyógyszerész: *„A tehéntej, az még a felnőtteknek is megterhelő.”* (Ez a mondat egy gyógyszerésztárban hangzott el, ahol a gyógyszerész háta mögött, környezetében a **Milumil Junior** Gyermekital dobozai láthatók.)

Narrátor: *„A gyermekorvosok és gyógyszerészek legfrissebb ajánlásai szerint **a tehéntejet érdemes mellőzni a gyermekek étrendjéből egészen hároméves korig. Viszont van más megoldás helyette.**”*

Gyógyszerész: *„**Erre vannak kitalálva a tejitalok, amelyek tejalapúak** (ismét látni a dobozokat a gyógyszerész háta mögött és kezében) **és sok mindent tartalmaznak, ami kell a babának. Vitaminokat, megfelelő fehérjét, viszont nincs benne a tejnek az allergizáló komponensei, ezért ezt nyugodt szívvel tudjuk ajánlani minden egy és három év közötti babának.**”*

Narrátor: *„**A tejalapú italokat a gyerekek szervezete könnyebben le tudja bontani, mint a tehéntejet és vitamintartalmuknál fogva előnyösebbek.**”*

Gyógyszerész: *„**Ezek úgy vannak kitalálva, ezek a tejalapú italok, hogy fél literben van meg az az ásványi anyag és vitamin mennyiség, amennyi egy ennyi idős gyermeknek szükséges.**”*

Narrátor: „*Peti most fog először tejtalt kóstolni. Mariann segít kibontani a dobozt (tisztán látható a Milumil doboza), hogy ezután Petivel együtt készíthessék el a tejtalt. A kisiú kiméri az adagot, anya tölti a vizet, kevés kavargatás, majd nagyokat kortyol. Még a bajusza is tejes lesz, úgy néz ki, ízlik. No, Mariann vajon megfogadja a gyógyszerész javaslatát?*”

Anyuka: „**Szerintem igen, mert ebben végül is nincs igazán tej, tehát ilyen módosított, és szereti. Akkor miért ne?**”

A Médiatanács megállapította, hogy a fentebb kiemelt információkból a Milumil gyerekital előnyös tulajdonságait, összetevőit ismertető termékbemutató állt össze, a szegmens utolsó része pedig a reklámfilmek dramaturgiáját követte: didaktikus volt, és nem hagyott más következtetést a közönség számára, mint hogy a megjelenített termék a megfelelő megoldás a tejpótlásra a csecsemők és kisgyermek számára, érdemes megvásárolni. A szegmensben elhangzott információk, továbbá az utolsó rész – melyben a kisiú kipróbálta a tejtalt, ízlett neki, majd a narrátor kérdésére az anyuka megerősítette, hogy a jövőben ezt a terméket fogják használni – közvetlen vásárlásra felhívást valósítottak meg.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint a szó szerint idézett információk általánosságban szóltak a tejtalokról. A Médiatanács ezzel ellentétben megállapította, hogy a terméket ismertető jelenetet olyan gyógyszertárban vették fel, ahol a gyógyszerész mögötti polcokon kizárólag Milumil gyermekitalok voltak láthatók, továbbá az „erre vannak kitalálva a tejtalok” fordulat elhangzásakor egészen közlelről mutatta a kamera a gyógyszerész keze alatt lévő dobozt. A gyógyszertár berendezésével kapcsolatban egyértelműen megállapítható, hogy életszerűtlen, és ennek alapján megcáfolható a Médiaszolgáltató kijelentése is, miszerint az elhangzott ismertető nem köthető a megjelenített termékhez.

A műsorszám elemzése során az is megállapítást nyert, hogy az utolsó részben – a Médiaszolgáltató nyilatkozatával ellentétben – kétszer is olvashatóan látható volt a doboz felirata (10:36:35-kor és 10:36:41-től), illetve ezt megelőzően 10:36:11-kor is azt láthatták a nézők, amint egy anyuka felbontja a Milumilt, hogy tejtalt adjon a gyermekének.



A fentiek alapján a Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a megjelenítéssel megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontját.

A Médiaszolgáltató valamennyi műsorszám esetében utalt a Médiatanács termékmegjelenítésről szóló ajánlására (a továbbiakban: Ajánlás), melynek 1.6.2 pontja szerint nem minősül az áru megvásárlására vonatkozó közvetlen felhívásnak a termékmegjelenítés tárgyát képező terméknek vagy szolgáltatásnak a műsorszám témájához kapcsolódó tájékoztató, oktatási, kulturális, kritikai, fogyasztóvédelmi célzattal történő bemutatása. A Médiaszolgáltató hangsúlyozta, hogy a termékek bemutatása

tájékoztató, egészségre nevelő cézzal történt, erre tekintettel egyik esetben sem valósított meg törvénytét.

A jogforrásnak nem minősülő Ajánlást a Médiatanács a médiaszolgáltatókkal közösen, a piaci szereplők szakmai álláspontját meghallgatva és figyelembe véve alakította ki, azzal a céllal, hogy segítse a keretszabályok értelmezését és az egységes jogalkalmazást. Ennek során a Médiatanács figyelembe vette az aktuális műsorkínálatot, és az Ajánlás idézett pontjában rögzítette, hogy nem tekinti promóciós jellegű megjelenítésnek azokat az eseteket, amikor a műsor jellegéből, témájából adódóan kerül sor egy-egy termék részletesebb bemutatására (például: kulturális ajánló műsorok, fogyasztóvédelmi műsor stb.)

A fenti műsorszámok tartalmi elemzése során egyértelműen megállapítható, hogy nem következett a műsorszámok jellegéből egy-egy termék fentiek szerinti, részletes, ám kizárólag az előnyös tulajdonságokat említő bemutatása. A bemutatások nem tájékoztató, sokkal inkább reklámjellegűek voltak. A Médiatanács álláspontja szerint a Médiaszolgáltató öncélúan értelmezi a közösen kialakított szabályokat, amikor valamennyi „szórakoztatva informáló”, és kétségtelenül hasznos ismereteket átadó műsorát a fenti kategóriába sorolja. Ezen értelmezés szerint bármilyen gyógyhatású készítmény, otthon használható orvosi eszköz stb. reklámjellegű bemutatása „tájékoztató jellegűnek” minősülhetne.

2. Az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjának megsértése

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontja értelmében „a termék megjelenítést tartalmazó műsorszámok nem adhatnak a műsor tartalmából egyébként nem következő, indokolatlan hangsúlyt a megjelenített terméknek”.

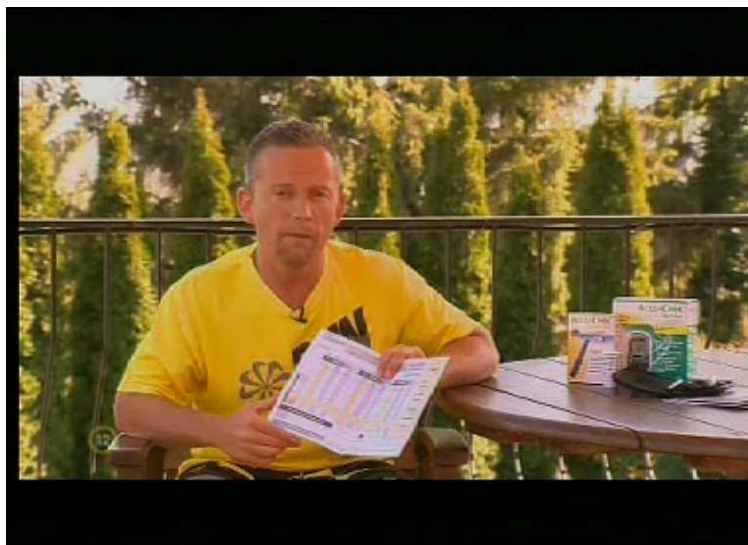
A termék indokolatlanul hangsúlyos megjelenítésének megállapításakor a Médiatanács a műsorszám tartalmát, jellegét vizsgálja; azt mérlegeli, hogy a műsorszám alapinformációjához, témájához képest szerkesztőileg indokolt módon és mértékben szerepelt-e a termék vagy szolgáltatás a programban.

UPDATE KONYHA (április 16., 19. és 23.)

A műsorszámokról a Médiatanács megállapította, hogy azok – a címükből is következtethetően – főzőműsorok voltak: az adásokban ennek megfelelően egy-egy „update” étel alapanyagait és elkészítésének módját mutatta be a szakács a műsorvezető közreműködésével.

A műsorszámok második része azonban már egy másik helyszínen játszódott – nagyjából 50 másodpercben –, és a vércukorszint-mérésről szólt. Ez utóbbi részben a közönség a műsorvezető melletti asztalon folyamatosan láthatta az Accu-Check Active Kit. vércukorszintmérő készüléket (kibontva), illetve dobozát és tartozékait. A szegmens tartalmi vizsgálata során a Médiatanács megállapította, hogy a műsorrészek a készülék használatának, illetve a vércukorszint-értékelő táblázat kitöltésének bemutatása köré épültek, az elkészített – csökkentett szénhidrát-tartalmú, egészséges, update – étel elfogyasztása és a vércukorszintemelkedés kapcsolatáról nem esett szó. A műsorszámok második része „termékbemutató” volt, melyben a műsorszám alapinformációjához, tartalmához képest indokolatlan hangsúllyal szerepelt a megjelenített termék.

A Médiatanács nem fogadta el a Médiaszolgáltató azon érvelését, mely szerint a műsorszám általánosságban, a megjelenített termékhez nem kapcsolhatóan foglalkozott a cukorbetegséggel, hiszen a támogatói megnevezésekkel együtt négy perces adások ötödében kizárólag a megjelenített termékről (és annak tartozékairól) volt szó úgy, hogy a Médiaszolgáltató közben magát a terméket is – egy asztalra helyezve – folyamatosan képernyőn tartotta.



Mindez a nézőben azt a benyomást kelthette, hogy a műsorszám – a termék megjelenítés jellegével, céljával ellentétben – nem beépítette, használta a terméket, hogy a megjelenítéssel egyben népszerűsítse is, hanem éppen fordítva, a műsorrész a termék megjelenítése, előtérbe helyezése érdekében jött létre. A Médiatanács megállapította, hogy a szerkesztői tartalom, a műsorszám logikus menete a terméknek a műsorrész teljes időtartama alatt történő képernyőn tartását és részletekbe menő bemutatását nem igazolta, ami egyértelmű bizonyítéka annak, hogy a termék a műsorszám tartalmából nem következően, indokolatlanul hangsúlyosan jelent meg.

Ezt bizonyítja továbbá a Médiaszolgáltató által megküldött megállapodás, mely **üzleti titok**.

A fentiek alapján a Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a megjelenítéssel megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontját.

BABAVILÁG (április 21., 25. és 26.) és BABAPERCEK (április 24.)

A műsorszámok egy-egy szegmense a csecsemőkori hasfájást kezelő Infacol szuszpenzió megjelenítése köré épült.

Az április 21-ei sugárzás timekódja szerint 10:37:28 és 10:37:37 között a műsorrész tartalmához képest indokolatlanul hangsúlyosan jelent meg az elhelyezett termék, az Infacol szuszpenzió. A jelzett időintervallumban a Médiaszolgáltató osztott képernyőn megismételte a műsorrész azon elemét, amelyben a védőnő a közeli képen mutatott Infacol dobozát kinyitja, kiveszi a szuszpenziót és a csecsemő szájába adja a gyógyszert. Eközben a védőnő az osztott képernyő egy másik ablakában ismertette a hatóanyagot, és azt, hogyan fejti ki hatását a gyógyszer.

A Médiatanács megállapította, hogy az osztott képernyős megjelenítés szerkesztőileg indokolatlan volt, ugyanakkor azáltal, hogy közeli képen ismét megmutatta a terméket és az adagolásának módját is, kimondottan előtérbe helyezte, hangsúlyozta az Infacol szuszpenziót. A Médiatanács megállapította továbbá, hogy a Médiaszolgáltató nyilatkozatával ellentétben a termék vizuálisan nem két másodpercre jelent meg a műsorszámban, hanem két alkalommal – 10:36:54-től és 10:37:29-től – három-három másodpercig volt látható. A Médiatanács a második, osztott képernyős megjelenítést ítélte a műsor tartalmából nem következő, indokolatlanul hangsúlyos megjelenítésnek.

A Médiaszolgáltató szerint a megjelenítés teljes mértékben életszerű volt. A Médiatanács ezzel kapcsolatban hangsúlyozza, hogy a szituáció – egy csecsemő a hasfájását enyhítő gyógyszert kap – valóban életszerű, azonban a termék nevének fentiek szerinti súlykolása túlmutatott a termékmegjelenítés célján, ennél fogva a jogszerű termékmegjelenítés keretein, azaz sértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontját.

BABAVILÁG (április 28.)

A műsorszám „Babakonyha” című szegmense (10:34:29 és 10:37:10 között) a Milumil gyermektápszer bemutatása köré épült.

A termék indokolatlanul hangsúlyos bemutatását a Médiatanács elsősorban a 10:35:32 és 12:36:28 között látható, gyógyszerárban felvett rész alapján állapította meg. A gyógyszerári polcokon kizárólag a Milumil gyermektápszer dobozait láthatta a közönség, valamint az ismertetőt tartó gyógyszerész keze alatt is egy ugyanilyen doboz volt látható, amit a Médiatanács a műsorszám tartalmából, az alapinformációból nem következő, indokolatlanul hangsúlyos megjelenítésként értékelt. A Médiatanács megállapította továbbá, hogy az ital összetevőinek részletes ismertetését, előnyös tulajdonságainak bemutatását követő „kóstoló” rész is szerkesztőileg indokolatlanul helyezte előtérbe a terméket; a jelenet célja feltehetően a termék további képernyőn tartása, hangsúlyozása volt.



A szegmens tartalmi elemzése során a Médiatanács megállapította, hogy az nem felhasználta a terméket, hanem a termék bemutatása köré épült, ami önmagában bizonyítja a szerkesztőileg nem igazolt, indokolatlanul hangsúlyos megjelenítést.

A fentiek alapján a Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a megjelenítéssel megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontját.

3. Az Smtv. 20. § (9) bekezdés megsértése

Az Smtv. 20. § (9) bekezdése szerint: „A médiaszolgáltatásban közzétett támogatott médiatartalom nem ösztönözhet, és nem hívhat fel a támogató vagy az általa meghatározott harmadik személy termékének beszerzésére vagy szolgáltatásának igénybevételére, illetőleg az attól való tartózkodásra.”

A hatályos törvényi rendelkezések értelmében nem kizárt a kereskedelmi közlemény e két fajtájának – termékmegjelenítésnek és támogatásnak – együttes alkalmazása ugyanazon műsorszám és ugyanazon termék/szolgáltatás vonatkozásában. Ebben az esetben azonban mind a termékmegjelenítésre vonatkozó, mind a támogatási szabályokat megfelelően alkalmazni kell.

A Médiaszolgáltató az „Update Konyha” című műsorszám mindhárom vizsgált adásának elején támogatóként tüntette fel az Accu-Check Active Kit. vércukorszintmérő készülék gyártóját, a Roche Magyarország Kft.-t. A támogató megnevezése a következő szöveggel történt: *„Partner a rendszeres vércukormérésben és a műsort támogatja az Accu-Check Active gyártója, a Roche Magyarország Kft.”*. Képen eközben a vércukorszintmérő készülék, az ujjbegyszűrő toll és szív alakban elhelyezett zöldségek voltak láthatók, valamint a készülék és a gyártó neve lett feltüntetve.

Az április 21-én sugárzott „Babavilág” és az április 24-én közölt „Babapercek” műsorszámok elején és végén támogatóként nevezte meg a Médiaszolgáltató a Ceumed Kft.-t a következő szöveggel: *„A Babavilág támogatója az Infacol szuszpenzió forgalmazója, a Ceumed”*. A képen az Infacol szuszpenzió jelent meg.

Az április 28-án sugárzott „Babavilág” című műsorszám elején és végén is támogatóként jelent meg a Numil Kft. és az általa gyártott gyermekital az alábbi szöveggel: *„A kisgyermek immunrendszerének támogatója a Milumil Junior gyermekital”*.

A Médiatanács a fentebb jelzett műsorszámok vonatkozásában megállapította, hogy

- a műsorszámokban explicit utalás történt a műsorszám elején és/vagy végén támogatóként megnevezett gyártó/forgalmazó cég termékére;
- a műsorszámokban megjelent termék és a támogató közötti közvetlen kapcsolat a műsorszámból a közönség számára egyértelműen kiderült;
- a műsorszám a termék megvásárlására ösztönözte a közönséget.

A műsorszámok tartalmát a Médiatanács fentebb részletesen ismertette. A Médiatanács megállapította, hogy az „ösztönző hatást”, ami a bírói értelmezés szerint a figyelemfelhívással már megvalósul, valamennyi műsorszám esetében kiváltotta a bemutatás terjedelme és intenzitása is.

Az „Update Konyha” adásaiban nagyjából 50 másodpercben esett szó a termékről és tulajdonságairól, előnyeiről, valamint a műsorszám több módon – asztalra kihelyezve, használatát elmagyarázva – mutatta be az árut. A „Babavilág” és a „Babapercek” érintett műsorszegmensei a támogató termékének részletes bemutatása, ismertetése köré épültek.

A Médiatanács mindezek miatt megállapította az Smtv. 20. § (9) bekezdés megsértését az említett hat műsorszám vonatkozásában.

A Médiatanács által feltárt jogsértések miatt alkalmazott jogkövetkezmény:

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjainak, valamint az Smtv. 20. § (9) bekezdésének megsértése miatt alkalmazandó jogkövetkezmény megállapítása során a Médiatanács az alábbi mérlegelési szempontokat vette figyelembe.

Az Mttv. 186. § (1) bekezdésében szabályozott felhívás jogkövetkezménye abban az esetben alkalmazható, ha a jogsértés csekély súlyú és ismételtsége nem állapítható meg.

Az Mttv. 187. § (4) bekezdése értelmében *„[...] ismételtségnek tekintendő, ha a jogsértő a jogerős hatósági határozatban megállapított jogsértő magatartást ugyanazon jogalapon és jogszabályhely tekintetében, ugyanazon tárgykörben, háromszázhatvanöt napon belül legalább kétszer valósítja meg, ide nem értve a csekély súlyú törvénytiséteket.”*

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjának megsértése

A Médiatanács jelen határozat meghozataláig az alábbi esetekben állapította meg az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben:

a Médiatanács határozatának száma	az Mttv. megsértett rendelkezése	a jogsértés elkövetésének időpontja	az alkalmazott jogkövetkezmény
111/2012. (I. 18.)	Mttv. 31. § (1) b)	2011. október 21.	Mttv. 186. § (1)
1541/2012. (VIII. 29.)	Mttv. 31. § (1) b)	2012. június 3.	Mttv. 187. § (3) b) (50 000 Ft)

A táblázatban szereplő határozatok nem vehetők figyelembe az ismételtség megállapításánál: a 111/2012. (I. 18.) számú határozat alapjául szolgáló jogsértés csekély súlyára tekintettel az Mttv. 186. § (1) bekezdés szerinti felhívás jogkövetkezményt alkalmazta a Médiatanács, az 1541/2012. (VIII. 29.) számú határozatban szereplő jogértést pedig a jelenleg tárgyalt jogsértéseket követően követte el a Médiaszolgáltató. A fentiekből következően az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontja tekintetében nem állapítható meg a jogsértés ismételtsége.

A Médiatanács jelen határozat meghozataláig az alábbi esetekben állapította meg az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjának megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben:

a Médiatanács határozatának száma	az Mttv. megsértett rendelkezése	a jogsértés elkövetésének időpontja	az alkalmazott jogkövetkezmény
1257/2011. (IX. 21.)	Mttv. 31. § (1) c)	2011. március 7.	Mttv. 186. § (1)
111/2012. (I. 18.)	Mttv. 31. § (1) c)	2011. október 21.	Mttv. 187. § (3) b) (50 000 Ft)
1541/2012. (VIII. 29.)	Mttv. 31. § (1) c)	2012. június 3.	Mttv. 187. § (3) b) (100 000 Ft)

Az ismételtség az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontja tekintetében sem állapítható meg. Az 1257/2011. (IX. 21.) és 1541/2012. (VIII. 29.) számú határozatok nem vehetők figyelembe az ismételtség megállapításánál: az 1257/2011. (IX. 21.) számú határozat alapjául szolgáló jogsértést a jelenleg tárgyalt jogsértéseket megelőző több mint 365 nappal korábban, az 1541/2012. (VIII. 29.) számú határozatban szereplő jogértést pedig a jelenleg tárgyalt jogsértéseket követően követte el a Médiaszolgáltató. Az Mttv. 187. § (4) bekezdés értelmében akkor valósul meg a jogsértés ismételtsége, ha az azt megelőző háromszázhatvanöt napon belül ugyanazon jogalapon és jogszabályhely tekintetében, ugyanazon tárgykörben elkövetett – nem csekély súlyú – törvénysértés már *két jogerős hatósági határozatban* megállapításra került.

A jogsértés súlya tekintetében a Médiatanács rögzíti, hogy a jogszerű termék megjelenítés feltételeit meghatározó törvényi rendelkezéseket a szerkesztői függetlenséghez, a szerkesztői tartalom integritásához fűződő érdek, valamint fogyasztóvédelmi érdekek is indokolják, ezért a jogsértéseket nem tekintette csekély súlyúnak. A termékeknek/szolgáltatásoknak a szerkesztői tartalomban történő promotálása, indokolatlanul hangsúlyos megjelenítése a közönségnek, mint fogyasztóknak az érdekeit sérti, egyben veszélyezteti a műsorszámok integritását és a szerkesztői függetlenségét.

A jogsértés súlyára tekintettel a Médiatanács az Mttv. 187. § (3) bekezdés ba) pontja szerinti bírság jogkövetkezmény alkalmazása mellett döntött, mert ezt ítélte a legalkalmasabbnak arra, hogy a Médiaszolgáltatót visszatartsa a jövőbeni jogsértések elkövetésétől.

A jogsértések miatti jogkövetkezmény alkalmazásának alapját az Mttv. 187. § (2) bekezdés és a (3) bekezdés b) pontja jelenti.

„187. § (2) A Médiatanács és a Hivatal a jogkövetkezményt – a jogsértés jellegétől függően – a jogsértés súlyára, a jogsértés ismételtségére, folyamatosságára, időtartamára, a jogsértéssel elért vagyoni előnyre, valamint a jogsértéssel okozott érdeksérelemre, az érdeksérelem szenvedett és veszélyeztetett személyek számára, illetve a jogsértéssel okozott kárra és a jogsértés piacra gyakorolt hatására, továbbá az egyedi ügyben értékelhető egyéb szempontokra tekintettel állapítja meg.

(3) A Médiatanács és a Hivatal – a (7) bekezdés figyelembevételével – a következő jogkövetkezmények alkalmazására jogosult:

[...]

b) bírságot szabhat ki a jogsértővel szemben az alábbi összeghatárok szerint:

ba) JBE médiaszolgáltató és a médiapiaci koncentráció korlátozására vonatkozó szabály által érintett médiaszolgáltató jogsértése esetén a bírság összege kétszázmillió forintig,

bb) a ba) pont alá nem tartozó médiaszolgáltató jogsértése esetén a bírság összege ötvenmillió forintig terjedhet.”

A Médiatanács a jogkövetkezmény fajtájának és mértékének megállapítása során az Mttv. 187. § (2) bekezdésében rögzített mérlegelési szempontok közül kizárólag a jogsértés súlyát vette figyelembe. Az Mttv. 187. § (2) bekezdésében meghatározott további mérlegelési szempontok a jelen jogsértések tekintetében nem értékelhetők.

A Médiatanács 1326/2011. (X. 5.) számú határozatában jelentős befolyásoló erejű médiaszolgáltatóként azonosította a Médiaszolgáltatót, erre tekintettel a jelen eljárásban kiszabható bírság maximális összege az Mttv. 187. § (3) bekezdése ba) alpontja értelmében kétszázmillió forint.

A Médiatanács az Mttv. 187. § (2) bekezdésében foglalt mérlegelési jogkörében, a fokozatosság és arányosság elvének figyelembe vételével, az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pont nyolc-nyolc alkalommal történt megsértése miatt törvénysértésenként (adásonként két-két törvénysértés) a kiszabható bírságmaximum 0,05%-ának megfelelő mértékű, azaz 100 000,- Ft – összesen 1 600 000,- Ft – összegű bírságot szabott ki a Médiaszolgáltatóval szemben.

A Médiatanács a bírság összegének meghatározásakor tekintettel volt arra, hogy egy esetleges újabb jogsértés esetén alkalmazandó jogkövetkezmény meghatározásánál érvényesülhessen a fokozatosság elve, azaz az ismétléssel járó növekvő progresszivitás és a szankcionálás kiszámíthatósága, előreláthatósága.

Az Smtv. 20. § (9) bekezdés megsértése

A Médiatanács az Smtv. 20. § (9) bekezdésének megsértését jelen határozat meghozataláig nem állapította meg a Médiaszolgáltatóval szemben.

A jogsértés súlya tekintetében a Médiatanács rámutat arra, hogy – tekintettel a fogyasztóvédelmi érdekekre – a támogató termékének a támogatott médiatartalomban történő promotálását (megvásárlására történő ösztönzést vagy felhívást) nem tekintette csekély súlyú jogsértésnek, ezért az Mttv. 186. § (1) bekezdés szerinti jogkövetkezmény ebben az esetben sem volt alkalmazható.

A jogsértés súlyára tekintettel a Médiatanács az Mttv. 187. § (3) bekezdés ba) pontja szerinti bírság jogkövetkezmény alkalmazása mellett döntött, mert ezt ítélte a legalkalmasabbnak arra, hogy a Médiaszolgáltatót visszatartsa a jövőbeni jogsértések elkövetésétől.

A Médiatanács a jogkövetkezmény fajtájának és mértékének megállapítása során a jogsértés súlyát vette figyelembe, az Mttv. 187. § (2) bekezdésében meghatározott további mérlegelési szempontok a jelen jogsértések tekintetében nem értékelhetők.

A Médiatanács az Mttv. 187. § (2) bekezdésében foglalt mérlegelési jogkörében, a fokozatosság és arányosság elvének figyelembe vételével, az Smtv. 20. § (9) bekezdés hat alkalommal történt megsértése miatt törvénysértésenként a kiszabható bírságmaximum 0,025%-ának megfelelő mértékű, azaz 50 000,- Ft – összesen 300 000,- Ft – összegű bírságot szabott ki a Médiaszolgáltatóval szemben.

A Médiatanács a bírság összegének meghatározásakor tekintettel volt arra, hogy egy esetleges újabb jogsértés esetén alkalmazandó jogkövetkezmény meghatározásánál érvényesülhessen a fokozatosság elve, azaz az ismétléssel járó növekvő progresszivitás és a szankcionálás kiszámíthatósága, előreláthatósága.

A hatósági eljárás során a Ket. 153. § (2) bekezdésében foglalt rendelkezés szerinti eljárási költség nem merült fel.

A jogorvoslatról szóló tájékoztatás a Ket. 72. § (1) bekezdés da) pontján, valamint az Mttv. 163. § (1) és (3) bekezdésén, valamint a 164. §-on alapul. A tárgyalás tartására vonatkozó tájékoztatás a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (Pp.) 338. § (2) bekezdésén alapul.

Budapest, 2012. október 10.

A Médiatanács nevében:

dr. Kollarik Tamás
helyettes elnök

dr. Vass Ágnes
hitelesítő tag

Kapják:

1. személyes adat