

A Médiatanács 624/2013. (IV. 10.) számú határozatának kivonata

A tényállás

A Chello Central Europe Műsorszolgáltató Zrt. TV Paprika elnevezésű médiaszolgáltatásában 2012. december 31-én a 19:24:44-kor kezdődött „Lucinda Scala Quinn – Etetni bolondulásig” c. műsorszámot követően 19:52:25-kor a következő támogatói üzenet hangzott el:

„A műsort támogatta a „Küldd el a RECEPTEd!” magazin, melyben minden megjelent recept bruttó 5000 forintot ér.”

A Médiatanács döntése:

A Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a TV Paprika elnevezésű médiaszolgáltatásában 2012. december 31-én a 19:52:25-kor sugárzott támogatói üzenetben burkolt reklámnak, azaz burkolt kereskedelmi közleménynek megfelelő tartalmat tett közzé, ezzel megsértette az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezést. A törvénysértés miatt a Médiatanács az Mttv. 186. § (1) pontja alapján felhívta a Médiaszolgáltatót, hogy a határozat közlésétől számítva haladéktalanul tegyen eleget a jogszerű magatartás követelményének és tartózkodjék a jövőbeni jogsértésektől.

A Médiatanács döntésének indokolása:

A tárgyban támogatói üzenetben elhangzott, illetve megjelent kifogásolt információ („minden megjelent recept bruttó 5000 forintot ér”, illetve „minden megjelent receptért bruttó 5000 forintot fizetünk”) alkalmas volt a támogató egy terméke, szolgáltatása igénybevételének előmozdítására, tehát a támogatói üzenet túllépte a támogatás közzétételének, megjelenítésének törvényben előírt feltételeit. A kifogásolt információ a támogatói üzenetben megjeleníthető tartalomhoz képest többletinformációnak minősült, és a támogató „Küldd el a RECEPTEd!” elnevezésű termékéhez olyan előnyt társított, amely a nézőket arra buzdíthatta, hogy a magazint megvásárolják, hiszen a támogatói üzenetben megjelent tartalomhoz kapcsolódó „játékszabályokat” elsősorban az újságból ismerhették meg. A támogatói üzenet közzététele során, a képernyőn megjelent újság címlapján egyértelműen kivehető volt, hogy a magazin „csak 99 forint”, amely adat szintén reklámértékkel bírt, hiszen a termék egy olyan tulajdonságát emelte ki, amely a vásárlásnál meghatározó szempont lehet. A kedvező árra való figyelemfelhívás hatását felerősítette az is, hogy a magazin egy kezdeményezése által plusz bevételhez juthatott a közönség.

A bírói gyakorlat szerint az „ösztönző” hatás kiváltásához elegendő a figyelemfelkeltés ténye, hiszen az tekinthető a vásárlást megelőző releváns mozzanatnak, továbbá az olyan információközlés minősül burkolt reklámnak, amely anélkül kelt vásárlási, szolgáltatás igénybevételi késztetést, hogy ezt a szándékát nyíltan vállalná. A támogatói üzenet szövege a támogató egy termékéhez kapcsolódó előnyöket kínált, amely elegendő volt a közönség figyelmének a felkeltéséhez.

A Médiatanács hivatkozott a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.254/2012/8. számú ítéletére, melyben rögzítette, hogy „a törvény kifejezett rendelkezése szerint a támogatás megjelölése történhet magának a támogatónak a megnevezésével, illetve az Mttv. 26. §-ának (2) bekezdése szerinti más módon is, azonban a támogatót (jelen esetben árut) és a rá vonatkozó többletszolgáltatást együttesen nem tartalmazhatja, mert ez esetben a támogatás már burkolt kereskedelmi közleménynek tekintendő, ami az Smtv. 20. § (3) bekezdése szerinti tilalomba ütközik”.

A támogatói üzenet burkolt reklámnak, azaz burkolt kereskedelmi közleménynek megfelelő tartalmat hordozott magában, mivel az abban szereplő adat („minden megjelent recept bruttó 5000 forintot ér”, „minden megjelent receptért bruttó 5000 forintot fizetünk”, „csak 99 forint”) támogatói üzenetbe ágyazott reklámértékű információként került közzétételre, így az természetét tekintve megtévesztette a közönséget, mivel a nézők nem a tartalmának megfelelő megjelölés

(reklám) útján találkoztak a szöveggel. Ezzel a megoldással a közönség a támogatói üzenet részének tekinthette a kifogásolt információt, azaz nem tudatosult benne annak reklámértékű tartalma.

A Médiatanács a jelen határozat meghozataláig csupán egy határozatban [a 307/2013. (II. 20.) számú határozat] állapította meg a Médiaszolgáltató esetében az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértését. A törvénysértés megállapítására a 2012. december 12-én és 2013. január 23-án megindított, majd egyesített hatósági eljárások lezárásaként, a 2012. október 22-én és november 22-én sugárzott – a jelen jogsértés alapjául szolgáló támogatói üzenetekkel azonos – támogatói üzenetet érintően került sor, amely miatt a Médiatanács az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerinti jogkövetkezményt alkalmazta a Médiaszolgáltatóval szemben.

A Médiatanács jelen esetben ugyanezen jogkövetkezmény alkalmazása mellett döntött az Mttv. 187. § (4) bekezdése szerinti ismételt hiányára, valamint arra tekintettel, hogy az újabb törvénysértés abból adódhatott, hogy a jogsértő műsorszám előzetes műsorterv alapján került műsorba szerkesztésre, így a Médiaszolgáltató a 2012. december 31-én sugárzott törvénysértő műsorszám jogszerűen történő sugárzásáról nem gondoskodhatott időben, leghamarabb a 2012. december 12-én megindított hatósági eljárásról értesítő végzés kézhezvételét követően. A Médiatanács a jogkövetkezmény alkalmazása során tekintettel volt továbbá arra is, hogy a Médiaszolgáltató úgy nyilatkozott, hogy a kifogásolt támogatói üzenetet már nem sugározza a TV Paprika elnevezésű médiaszolgáltatásában.