

Ügyiratszám: MN/10056-11/2013.
Ügyintéző: **személyes adat**
Tárgy: a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó törvényi rendelkezés megsértése

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának

1044/2013. (VI.19.) számú

HATÁROZATA

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa (a továbbiakban: **Médiatanács**) a dr. Kusnyér-Gedey Krisztina ügyvéd (1145 Budapest, Róna u. 174.) által képviselt **MTM-SBS Televízió Zrt.-vel** (TV2, 1145 Budapest, Róna u. 174.; a továbbiakban: **Médiaszolgáltató**) szemben hivatalból lefolytatott eljárásában megállapította, hogy a Médiaszolgáltató TV2 csatornáján 2013. február 17-én 03:43:45 órától sugárzott „Kalandjárt” című műsorszámmal megsértette a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó törvényi rendelkezést, amely miatt a Médiaszolgáltatót

300.000 ,-Ft, azaz háromszázezer forint bírság megfizetésére kötelezi.

A Médiaszolgáltató a bírságot 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 bírság igényét közigazgatási úton érvényesíti.

A Médiatanács megállapította továbbá, hogy a Médiaszolgáltató ugyanezen műsorszámával nem sértette meg a termékmegjelenítés alkalmazására vonatkozó azon törvényi rendelkezéseket, mely szerint a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételére, illetve nem adhatnak a műsor tartalmából egyébként nem következő, indokolatlan hangsúlyt a megjelenített terméknek.

E határozat ellen fellebbezésnek nincs helye. A határozat felülvizsgálata a határozat közlésétől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, a Médiatanácsához 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 a beérkezést követő naptól számított 30 napon belül tárgyalás tartása nélkül bírálja el, a keresetlevélben tárgyalás tartása kérhető.

Indokolás

A Médiatanács a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: **Mttv.**) 167. § (1) bekezdésében foglalt általános hatósági felügyelet keretében, hivatalból vizsgálta a Médiaszolgáltató TV2 médiaszolgáltatásának 2012. februári műsorfolyamát, és az alábbiakat tapasztalta.

A „*Kalandjárat*” című műorszám a Médiaszolgáltató utazási magazinja, műsorvezetője Kandász Andrea. A műsor jellegzetessége, hogy adásonként különböző helyszínekre kalauzolja el a nézőket.

2013. február 17.

Kezdés: 03:43:45 óra

03:46:05 órakor „*a műorszám termék megjelenítést tartalmaz*” felirat jelent meg.

A felvezető képkockákon a nézők Kandász Andrea műsorvezetőt láthatták, aki röviden ismertette az aktuális műorszám tartalmát: „*Energia-vadászat Hévízen, mézkaland, retrobrínga a Dél-Dunántúlon*”.

03:46:38 órakor ismételten feltűnt „*a műorszám termék megjelenítést tartalmaz*” felirat.

A műsorvezető elmondta, hogy „*Héliosz a mindenható napisten a görög mitológiában, hévízi fellegvárában a test, a szellem és a lélek harmóniájában gyógyítanak. Odamegyünk most*”. 03:46:45 órától a Hunguest Hotel Helios épülete és környezete volt látható.



Majd a szállodán belül forgott a kamera, a nézők különböző kezelésekkal ismerkedhettek meg, amelyeknek a műsorvezető, Kandász Andrea volt az alanya. A riportertől megtudhatta a néző, hogy „*(...) a szálloda alternatív kezelőjében Csaba a pálcájával végez energetikai állapotfelmérést*”.



03:47:45 óráig a közönség az állapotfelmérésről hallhatta beszélni Németh-Szamosi Csaba radiesztétát, majd azt is megtudhatták, hogy „(...) a csakrákon keresztül közlekedik ki és be az energia a testünkből, ha rosszul áramlik, akkor kezdődnek a betegségek”. A következő kezelés az energiatöltés volt, amit Husz Attila bioenergetikus a kertben mutatott be.

Közben a riporter kommentálta a tapasztaltakat: „(...) bizsergést érzek ott, ahol Attila tartja a kezét”. A bioenergetikus elmondta, hogy „föltöltöttünk, mint egy akkumulátort”. A riporter folytatta: „Ha a beteg nyitott az eljárásra, akkor sokkal gyorsabban gyógyul. Attila a könnyökömből állapítja meg, hogy vállproblémáim vannak.” 03:48:57 órától a következő állomás a hangfürdő volt, ahol Lévai Borbála hangterapeuta „vette kezelésbe” a riportert.



A narrációból kiderült, hogy „a rezgés harmonizálja, méregteleníti a szervezetet, jobban beindul az emésztés”.



Ezután a terapeuta egy speciális eszközt, a kalimbát mutatta be: „Egy olyan rezonanciát tudunk létrehozni, amivel a kedves páciens el tudja engedni az oda bezárt fájdalom energiáit.”



03:50:18 órától a medence volt látható, a riporter szavai szerint „Lelki feltöltődés után fitness a testnek!” A medencében egy fiatal ember (feltehetően egy vendég) speciális eszközökkel gyakorlatokat végzett. A műsorvezető elmondta, hogy „az aqua nordic walking egyedi mozgásforma”. Vargáné Borsi Hajnalka sportanímátortól pedig a néző megtudhatta, hogy „kimondottan jó az ízületeknek, tehát alsóvégtagi problémák és műtétek után használják tulajdonképpen az aqua jogging módszert, míg a testtartás javításában, az egyensúlyozás szempontjából pedig a nordic walkingnak a lényege ötvöződik”. A továbbiakban a gyakorlatot végző fiatal emberrel váltott néhány szót a műsorvezető.

03:51:04 órától a Hunguest Hotel Helios igazgatónöje, Joós Adél osztotta meg a nézőkkel a hotel ars poeticáját: „Semmi másról nem szól, mint egy lelki méregtelenítésről, egy önismeretről, egy életmódváltásról adott esetben. Megpróbálunk mindenkinek egyénre szabottan egy-egy ilyen program keretében egy olyan lehetőséget vagy egy továbblépést biztosítani, ami az életében egy előmozdulás (...)”



Az igazgatónővel folytatott beszélgetés alatt a hotelről voltak láthatók képek.



03:51:28 órától a kamera a hotel éttermébe kalauzolta el a nézőket.



A narráció tudatta a nézőkkel, hogy „az étteremben kiderült, hogy az egészséges is lehet finom. Uraim, aggodalomra semmi ok, itt Hévízen kiderült, hogy a sertécsülök pékné módra is lehet nagyon egészséges! Az ikonok jelzik, mi is van belül”. Az igazgatónő tájékoztatása szerint: „Gluténmentes, tejmentes és egyéb allergénmentes verziókban is gyártjuk ezeket az ételeket.”



Mayer Tibor séf elmondta, hogy „ha tejfehérje allergiásoknak főzünk például, azt az ételt el tudjuk készíteni ugyanolyan alapanyagokkal, például állati tejszínt vagy állati fehérjét tudjuk növényivel helyettesíteni”.



Majd a műsorvezető a léböjtkúráról ejtett néhány szót: „A turmix a gyümölcs húst is tartalmazza, a lé viszont csak a levét. A léböjtnél ez utóbbit használják, hiszen a szilárd étel rágása elindítaná az emésztési folyamatot.”



03:52:30 órakor Paucsá Lívia selfness-vezető folytatta: „(...) tehermentesíti (...) a nyálmirigyeknek a működését is.”



A riportból megtudhatta a néző, hogy „a négy-öt napos holisztikus léböjt a lelket is méregteleníti”. 03:53:00 órakor az igazgatónő szavaival folytatódott az összeállítás: „A megoldás mindig önmagunkban van, de az embereknek nem mindig megy az, hogy saját magukban megtalálják a megoldást a betegségeikre, (...) nem másokat okolni, hanem magunkban megtalálni a feloldást, és mi, ennek a feloldáshoz, ennek az útkeresésnek szeretnénk lehetőséget biztosítani.” A riport alatt a szobákról mutattak képeket.



Kandász Andrea ezután a következő kezelést vezette fel az alábbi szavakkal: „A testi és lelki méregtelenítés után ugyanis jöhet a szépségápolás.” A képeken apró halak voltak láthatók, amelyekről a következő információkat közölte a hotel egyik dolgozója: „(...) táplálékkeresés

gyanánt elkezdik a bajszukkal reszelni a bőrdet, (...) kellemes érzés és ledörzsölik az emberekről az elhasznált hámsejteket.”



A narrációból az is kiderült, hogy „a halak így táplálkoznak. Enzimjeik viszont gyógyítják az ember pikkelysömörét, ekcémáját vagy egyszerűen pedikűrözik a lábát. Állítólag három kezelés után olyan lenne a lábam, mint a baba popsija”. Végül a Bach virágterápiát mutatták be: „Csaba kártyákat rak, ezek a Bach virágterápia segédeszközei, te pedig kihúzod, amelyik negatív vagy pozitív érzelmet vált ki belőled. (...) a kihúzott virágok essenciája harmonizálja a rezgéseidet. Bach, vagyis egy homeopata orvos találmánya ez a terápia”.



Németh-Szamosi Csaba terapeuta még hozzátette: „A rezgés ugyanúgy hat a szervekre és ugyanúgy hat az aurákra, a csakrákra is (...)” A narrációból kiderült, hogy „hat csepp naponta harmonizál”.

03:55:12 órakor a műsorvezető egy gyümölcskoktéllal koccintva zárta le a műsorszegmenst.

A műsorszám további részében még négy helyszínen járt a forgatócsoport.

04:10:08 órakor „a műsorszám termék megjelenítést tartalmaz” felirat jelent meg.

04:10:20 órakor a műsorvezető elkészönt a nézőktől.

A hatósági ellenőrzés megállapításai alapján felmerült az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjaiban foglalt rendelkezések megsértése.

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. § bg) pontjában foglalt hatáskörében hivatalból 2013. április 17-én hatósági eljárást indított a Médiaszolgáltatóval szemben, melyről 678/2013. (IV.17.) számú, MN/10056-4/2013. ügyiratszámú végzésében a Ket. 29. § (3) bekezdés a) pontja alapján, a Ket. 29. § (5) bekezdés szerinti tartalommal értesítette a Médiaszolgáltatót, tájékoztatta a hatósági ellenőrzés megállapításairól, továbbá az Mttv. 155. § (3) bekezdés a) pontja alapján nyilatkozattételre és adatszolgáltatásra kötelezte arra vonatkozóan, hogy a TV2 csatornán 2013. február 17-én

sugárzott „Kalandjárat” című műsorszám Hunguest Hotel Helios szolgáltatásait bemutató összeállításában termékmegjelenítést alkalmazott-e, azaz fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében jelenítette meg a termékeket/szolgáltatásokat, amennyiben igen, úgy a megfelelő dokumentumok csatolását kérte. Mindezeket túl felhívta a figyelmét arra, hogy az eljárás során a Ket. 51. § (1) bekezdése alapján nyilatkozattételi és a Ket. 68. § (1) bekezdése alapján iratbetekintési jog illeti meg.

A Médiaszolgáltató - megfelelően igazolt képviselője, dr. Kusnyér-Gedey Krisztina ügyvéd útján - 2013. május 7-én érkezett nyilatkozatában előadta, hogy a tárgybeli összeállítást nem fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében sugározta. Ebből adódóan, mivel a műsorszám nem tartalmazott termékmegjelenítést, az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjaiban foglaltakat az összeállítás nem sérthette meg, hiszen a szóban forgó törvényhelyek a termékmegjelenítéssel kapcsolatban fogalmazznak meg tiltásokat, előírásokat.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint a műsorrészlet és a műsorszám egésze a vonatkozó jogszabályi előírásoknak megfelelt, amikor tájékoztatta a nézőket egy Magyarországon újdonságnak számító egészségügyi-jóléti programról, az ún. „selfnessről”.

A „selfness” egy modern szemléletmód, amely a test, a lélek és a szellem összhangjának megteremtésére, valamint az egészséges énkép kialakítására törekszik. Ennek egyes részmozzanatait, összetevőit mutatta be a műsorrészlet abból a célból, hogy a nézőket megismertesse a „selfness” mibenlétével, és népszerűsítse a gondolatot, miszerint a test épségének megőrzése mellett gondot kell fordítanunk a lélek és a szellem egészségének elérésére is. A műsorrészlet célja tehát az emberek egészséggel kapcsolatos tudatosságának növelése, egészséges életmódra nevelése volt. Az összeállítás semmilyen módon nem szolgálta a „selfness” bemutatásán keresztül a helyszíni szolgáltató szálloda szolgáltatásainak népszerűsítését, hiszen az ábrázoltakhoz hasonló szolgáltatásokat számos egyéb helyszínen és szolgáltatónál is igénybe lehet venni, a műsorban ábrázoltakhoz hasonló módon. A Médiaszolgáltató szerint a bemutatás tehát magát a „selfness”-t ismertette, és nem a számos egyéb mellett ilyen szolgáltatásokat is nyújtó szállodát népszerűsítette. A Médiaszolgáltató felhívta továbbá a Médiatanács figyelmét arra, hogy a műsorrészletben a „selfness” összetevőinek ismertetésekor a környezet saját ismertetőjegyei nem kerültek ábrázolásra, egy átlagos néző számára nem is feltétlenül derült ki, hogy hol került sor a műsor felvételére. A szálloda tulajdonságait nem csak, hogy nem hangsúlyozta, de nem is ismertette az összeállítás, így a Médiaszolgáltató álláspontja szerint jogsértés a tárgybeli összeállítással kapcsolatban nem valósulhatott meg.

A Médiaszolgáltató előadta továbbá, hogy a „Kalandjárat” című - a Médiatanács és jogelődje, az Országos Rádió és Televízió Testület által egyszer sem szankcionált - műsor fontos missziós szerepet lát el az audiovizuális médiaszolgáltatásban, illetve a lakosság körében végzett ismeretterjesztés terén, hiszen egy évtizede, a Magyar Állam, illetve a Magyar Turizmus Zrt. célkitűzéseinek megfelelően igyekezik a nézőkhöz eljuttatni Magyarország turisztikai látványosságait, illetve az elérhető idegenforgalmi, kirándulási célpontokat. Fontos, és az állam által elismert küldetése a műsornak a hungarikumok, a magyarországi nevezetességek, a múltbéli gyökerekkel rendelkező, valamint a modern turisztikai különlegességek és azokban rejlő lehetőségek bemutatása, illetve a fentiekkel kapcsolatos ismeretterjesztés. A tárgybeli összeállítás pontosan illeszkedett ebbe a missziós szerepbe, amikor a „selfness” magyarországi megjelenéséről, annak mibenlétéről tájékoztatta a nézőket.

Az előadottakra tekintettel a Médiaszolgáltató az eljárás megszüntetését kérte, figyelemmel arra a körülményre, hogy a tárgybeli riport nem tartalmazott termékmegjelenítést, illetve a vonatkozó jogszabályi rendelkezéseknek minden szempontból megfelelt.

Másodlagosan arra kérte a Médiatanácsot, hogy az eljárás folytatásaként - amennyiben a tárgybeli riport valamelyik másik Mttv.-beli rendelkezést sért - annak érdekében, hogy érdemben gyakorolhassa a nyilatkozattételi jogát, tájékoztassa a Médiaszolgáltatót arról, hogy az összeállítás mennyiben, mely elemében minősül jogsértőnek, illetve az Mttv. melyik szabályának megsértése merült fel a műsorral vagy annak egyes részeivel összefüggésben.

A nyilatkozat tükrében a kifogásolt műsorszám a termékmegjelenítésre vonatkozó szabályok alapján nem volt vizsgálható, ugyanakkor felmerült a burkolt kereskedelmi közlemény

közzétételének tilalmára vonatkozó rendelkezés megsértésének lehetősége. Ezért a Médiatek MN/10056-6/2013. ügyiratszámú végzésében az Mttv. 149. § (2) bekezdése alapján hivatalból kiterjesztette a Médiaszolgáltatóval szemben az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjainak megsértése tárgyában hivatalból megindított hatósági eljárást a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: **Smtv.**) 20. § (3) bekezdésének megsértése vonatkozásában.

A Médiaszolgáltató - megfelelően igazolt képviselője útján - 2013. május 23-án érkezett nyilatkozatában az Mttv. burkolt kereskedelmi közlemény és a kereskedelmi közlemény fogalmaira hivatkozva rögzítette, hogy a burkolt reklámozás megállapításához két feltétel elengedhetetlen: kereskedelmi közleményről legyen szó, ami természetét tekintve megtéveszti a nézőket.

A Médiaszolgáltató szerint kereskedelmi közleményről akkor beszélhetünk, ha a médiatartalom célja egy konkrétan meghatározott személy árujának (szolgáltatásának stb.) népszerűsítése. Álláspontja szerint jelen esetben a nyilatkozat alapjául szolgáló végzés sem nevezte meg, ki lenne az a konkrét személy, akinek a szolgáltatásait a riport népszerűsítette volna. Ahogyan azt korábbi nyilatkozatában is előadta, az összeállítás egy egészségmegőrző programot, az ún. „selfness”-t kívánta bemutatni a nézőknek, amely program az ország számos szolgáltatójánál elérhető. A Médiaszolgáltató szerint az összeállítás semmiképp nem tekinthető a műsor helyszínénél szolgáló szálloda burkolt reklámozásának, hiszen a szálloda a „selfnessen” kívül számos egyéb, a nézők számára vonzóbb szolgáltatást is nyújt, amelyek még érintőlegesen sem kerültek említésre a műsorrészletben. Az összeállítás nézői számára nem is feltétlenül derült ki, hogy melyik szállodában készült a műsorrészlet, hiszen a helyszínt a műsorvezető csak egyszer, a riport kezdetét megelőzően említette meg. A riport kizárólagos célja a „selfness”, mint modern szemléletmód bemutatása volt, amely azonban nem egy konkrétan meghatározott személy szolgáltatása (hiszen a helyszín egyáltalán nem hangsúlyosan került megnevezésre, ami által egy átlagos néző nem tudja összefüggésbe hozni a tárgybeli szállodát a „selfness” programmal), így az összeállítás nem felel meg a kereskedelmi közlemény definíciójának, tehát burkolt reklámozást sem valósíthatott meg.

A Médiaszolgáltató előadta továbbá, hogy a médiatartalom akkor tudja természetét tekintve megtéveszteni a nézőket, ha az kereskedelmi közlemény, ám szerkesztett tartalomként kerül közzétételre. Mivel a Médiaszolgáltató szerint jelen esetben a médiatartalom nem felel meg a kereskedelmi közlemény definíciójának, ezen kritérium megvalósulása nem is vizsgálható.

A Médiaszolgáltató az eljárás során korábban tett nyilatkozatát fenntartotta, illetve megismételte az abban foglaltakat.

A Médiatek a rendelkezésre álló adatok, különösen a Médiaszolgáltató nyilatkozata és a hatósági ellenőrzés megállapításai alapján az alábbi tényállást állapította meg, és azt az alábbiak szerint értékelte:

A vizsgált szegmens a hévízi Hunguest Hotel Helios szállodában játszódott, a műsorvezető a korábbiakban részletezettek szerint a szálloda szolgáltatásait mutatta be a nézőknek nyolc ott dolgozó személy segítségével. A Médiaszolgáltató az összeállításban olyan információkat közölt, amelyek alkalmasak voltak a bemutatott szálloda népszerűsítésére, szolgáltatásai igénybevételére ösztönzésre.

A Médiatek eljárását - mivel a műsorszámban a termékmegjelenítésről tájékoztató figyelemfelhívás jelent meg - az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjainak megsértése tárgyában indította meg. Miután a Médiaszolgáltató az eljárás során azt nyilatkozta, hogy a vizsgált riportban nem alkalmazott termékmegjelenítést, a Médiatek a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó rendelkezés mentén vizsgálta meg a műsorszámot.

Az Smtv. 20. § (3) bekezdése értelmében „a burkolt kereskedelmi közlemény médiatartalomban történő közzététele tilos”.

Az Mttv. 203. § 20. pontja értelmében a „kereskedelmi közlemény: olyan médiatartalom, amelynek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. Az ilyen tartalmak fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében, vagy önreklámozás céljából kísérik a médiatartalmakat, vagy szerepelnek abban”.

Az Mttv. 203. § 4. pontja ekként határozza meg a burkolt kereskedelmi közlemény fogalmát: „olyan kereskedelmi közlemény, amelynek közzététele természetét tekintve megtéveszti a közönséget. Burkolt reklámnak minősülhet a kereskedelmi közlemény céljait szolgáló közlemény abban az esetben is, ha nem ellenszolgáltatás fejében került közzétételre.”

Az Mttv. 203. § 59. pontja határozza meg a reklám fogalmát: „olyan – műsorszámnak minősülő – közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog – ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket -, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul.”

Az Mttv. 203. § 4. pontja szerinti fogalom-meghatározásból következően burkolt reklámnak minősülhet a kereskedelmi közlemény céljait szolgáló közlemény abban az esetben is, ha nem ellenszolgáltatás fejében került közzétételre.

A Médiaszolgáltató nyilatkozatában azt rögzítette, hogy kereskedelmi közleményről akkor beszélhetünk, ha a médiatartalom célja egy konkrétan meghatározott személy árujának (szolgáltatásának stb.) népszerűsítése. Álláspontja szerint a hatósági eljárás megindításáról értesítő végzés sem nevezte meg, ki lenne az a konkrét személy, akinek a szolgáltatásait a riport népszerűsítette.

A Médiaszolgáltató iménti okfejtése téves. A Médiatanács ezzel kapcsolatban rögzíti, hogy a kereskedelmi közlemény definíciójából egyrészt nem következik, hogy konkrétan - mindamellett a Médiaszolgáltató nem jelölte meg, hogy pontosan mit ért ez alatt - meg kell határozni azt a személyt, akinek az áruját/szolgáltatását népszerűsítik, másrészt a fogalom a természetes személyen kívül a jogi személyeket, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaságokat is rögzíti, harmadrészt mind a hatósági eljárás megindításáról értesítő, mind a kiterjesztő végzés tartalmazta, hogy a Hunguest Hotel Helios szolgáltatásait bemutató összeállítással kapcsolatban merült fel törvénysértés, az MN/10056-6/2013. számú végzés pedig egyértelműen rögzítette, hogy a kifogásolt összeállításban a Hunguest Hotel Helios szálloda kereskedelmi üzenete volt tetten érhető. A szálloda megnevezésével az ismertített szolgáltatások helyszíne egyértelműen beazonosíthatóvá vált a nézők számára is.

A Hévízen forgatott riportfilm az előbb megnevezett szálloda kínálta lehetőségeket mutatta be, ahol „a test, a szellem és a lélek harmóniájában gyógyítanak”. Az összeállításban elhangzott részletes információk (kezelések aprólékos bemutatása, menete, hatása és eredménye stb.) célja az lehetett, hogy felhívja a figyelmet a hévízi Hunguest Hotel Helios szolgáltatásaira, tevékenységére, bizalmat ébresszen iránta, ezáltal növelje annak vendégforgalmát.

Például: „Föltöltöttünk, mint egy akkumulátort.” (energiefeltöltés); „A rezgés harmonizálja, méregteleníti a szervezetet, jobban beindul az emésztés.”, „Egy olyan rezonanciát tudunk létrehozni, amivel a kedves páciens el tudja engedni az oda bezárt fájdalom energiáit.” (hangfürdő); „Kimondottan jó az ízületeknek, tehát alsóvégtagi problémák és műtétek után használják tulajdonképpen az aqua jogging módszert, míg a testtartás javításában, az egyensúlyozás szempontjából pedig a nordic walkingnak a lényege ötvöződik”. (aqua jogging és aqua nordic walking); „Semmi másról nem szól, mint egy lelki méregtelenítésről, egy önismeretről, egy életmódváltásról adott esetben. Megpróbálunk mindenkinek egyénre szabottan egy-egy ilyen program keretében egy olyan lehetőséget vagy egy továbblépést biztosítani, ami az életében egy előmozdulás (...)”; „Az étteremben kiderül, hogy az egészséges is lehet finom. Uraim,

aggodalomra semmi ok, itt Hévízen kiderült, hogy a sertécsülök pékén módra is lehet nagyon egészséges!”, „Gluténmentes, tejmentes és egyéb allergénmentes verziókban is gyártjuk ezeket az ételeket.”, „Tejfehérje-allergiásoknak főzünk például. Azt az ételt ugyanúgy el tudjuk készíteni ugyanolyan alapanyagokkal...” (étterem); „Tehermentesíti ... a nyálmirigyek működését is.”, „ A négy-öt napos holisztikus léböjt a lelket is méregteleníti.” (léböjt); „Gyógyítják az ember pikkelysömörét, ekcémáját vagy egyszerűen pedikűrözik a lábát”, „...mikromasszázs csinálnak, és akkor élénkítik úgymond a vérkeringést, másrésztől elrendezik az embernek a bőrét”, „Állítólag három kezelés után már olyan lenne a lábam, mint a baba popsija.” (doktorhalak); „A rezgés ugyanúgy hat a szervekre és ugyanúgy hat az aurákra...hat csepp naponta harmonizál.” (Bach virágterápia).

A Médiaszolgáltató az összeállításban olyan információkat közölt, amelyek alkalmasak voltak a bemutatott szálloda népszerűsítésére, szolgáltatásai igénybevételére ösztönzésre.

A burkolt kereskedelmi közlemény kereskedelmi üzenetet hordoz anélkül, hogy ezen jellegét nyíltan vállalná. Megtévesztő lehet a kereskedelmi közlemény, amely olyan kontextusban kerül bemutatásra, amelyben a közönség annak valódi természetét képtelen felismerni. Jelen esetben a szegmens megtévesztő volta abban nyilvánult meg, hogy a kifogásolt kereskedelmi közleményt úgy integrálta műsorába a Médiaszolgáltató, hogy nem jelezte annak reklámjellegét.

A Médiaszolgáltató szerint az összeállítás semmiképp nem tekinthető a műsor helyszínéül szolgáló szálloda burkolt reklámozásának, hiszen a „selfnessen” kívül számos egyéb, a nézők számára vonzóbb szolgáltatást is nyújt, amelyek még érintőlegesen sem kerültek említésre a műsorrészletben. A Médiatanács ennek kapcsán rögzíti, hogy egy szálloda burkolt reklámozásához nem szükséges szolgáltatásainak teljes körű bemutatása, reklámtartalmat akár egyetlen kijelentés is hordozhat. Jelen esetben azonban a Hunguest Hotel Helios szolgáltatásaival kapcsolatban számos információ hangzott el, az összeállítás során a szállodában, illetve annak kertjében több kezelést ismertettek, illetve bemutatták a hotel étterme kínálta lehetőségeket is (energetikai állapotfelmérés, energiafeltöltés bioenergetikus segítségével, hangfürdő, aqua jogging és aqua nordic walking, a szálloda éttermének bemutatása, léböjt, doktorhalak, Bach virágterápia).

Nem helytálló a Médiaszolgáltató azon állítása sem, hogy „az összeállítás nézői számára nem is feltétlenül derül ki, hogy melyik szállodában készült a műsorrészlet, hiszen a helyszínt a műsorvezető csak egyszer, a riport kezdetét megelőzően említi meg”, a következők miatt:

A műsorvezető az összeállítás elején és végén szóban többször körülírta a helyszínt, utalt továbbá arra, hogy a kezelések hol folynak:

A műsorvezető a riportot a következőkkel vezette be: „Energiavadászat Hévízen” (03:46:11)

„Helios a mindent látó napisten a görög mitológiában, hévízi fellegvárában a test, a szellem és a lélek harmóniájában gyógyítanak. Odamegyünk most”. (03:46:35)

„Frissen indul a reggel a napisten „selfness” birodalmában...Míg itt a labdát szorítjuk, odabent a szálloda alternatív kezelőjében Csaba pálcával végez energetikai állapotfelmérést.” (03:46:49, 03:46:49-től 03:46:55-ig a képernyőn a Hévíz felirat jelent meg).

„...aztán Attila, az energiapumpa következik a hotel kertjében.” (03:47:53)

„...én viszont mielőtt kiteríteném az összes lapomat kedves nézőm, ráhúzok egy gyümölcslére Helios hévízi birodalmában.” (03:55:05)

A fentiekben túl a riport alatt hét esetben megjelent a képernyőn a szálloda dolgozóinak neve alatt, a beosztásuk mellett a „Hunguest Hotel Helios Hévíz” felirat (03:47:21; 03:47:53, 03:49:04, 03:50:33, 03:51:04, 03:51:57, 03:52:29), továbbá a kezeléseket bemutató dolgozók mind a szállodalánc nevét tartalmazó pólóban voltak.

A fentiek alapján megállapítható, hogy az összeállításban számtalanszor utaltak arra, hogy mely szálloda szolgáltatásait mutatják be. Amennyiben a „selfness” szolgáltatások általános bemutatása lett volna a cél, nem pedig a szolgáltatásokon keresztül a szálloda népszerűsítése, úgy nem lett volna szükséges a fentiek szerint hangsúlyozni a riport helyszínét, különösen, hogy a Médiaszolgáltató nem alkalmazott termék megjelenítést a műsorszámban. A fenti bemutatással a Médiaszolgáltató egyértelművé tette, sőt kifejezetten kiemelte a nézők számára, hogy a bemutatott lehetőségek hol érhetők el. Nem helytálló tehát a Médiaszolgáltató azon megjegyzése sem, hogy az összeállítás semmilyen módon nem szolgálta a „selfness” bemutatásán keresztül a helyszíni szolgáltató szálloda szolgáltatásainak népszerűsítését.

A Médiatanács megjegyzi továbbá, hogy a Médiaszolgáltató azon megállapítása, miszerint „a környezet saját ismertetőjegyei nem kerültek ábrázolásra”, sem helytálló. A riport elején mutatták a szálloda főbejáratát, illetve az összeállítás során a kezelések helyszínein túl vágóképeket mutattak a szálloda környezetéről, a medencékről, az étteremről, illetve a hotel igazgatónője a szálloda egyik szobájában is nyilatkozott, mely alatt a helyiségről készült felvételek voltak láthatók. A szálloda nevének többszöri megjelenítése, a képernyőn megjelent Hévíz felirat, illetve a szóban előadottak egyértelművé tették, hogy a hévízi Hunguest Hotel Helios szállodáról készült képeket tették közzé.

A bírói gyakorlat szerint az „ösztönző” hatás kiváltásához elegendő a figyelemfelkeltés ténye, hiszen ez tekinthető a vásárlást megelőző releváns mozzanathoz, továbbá az az információközlés minősül burkolt reklámnak, amely anélkül kelt vásárlási, szolgáltatás igénybevételi késztetést, hogy ezt a szándékát nyíltan vállalná.

A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 3.K.28480/2013/2. számú ítélete is rögzítette, hogy „az üzleti, gazdasági folyamatoknak a legtöbb esetben szükségszerű előzménye a figyelem, az érdeklődés felkeltése. Az esetleges későbbi konkrét gazdasági aktus (pl. szolgáltatás igénybevétele, szerződéskötés) általában szervesen kapcsolódik ehhez a mozzanathoz, így együttesen és összefüggésében értékelendő a kereskedelmi, illetve a gazdasági tevékenységgel.”

A kifejtettek alapján a Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a műsorszámba ágyazva a kereskedelmi közlemény, ezen belül a reklám céljait szolgáló információt tett közzé úgy, hogy a népszerűsítési szándékot nyíltan nem vállalta, a közzététel tekintetében megtévesztette a közönséget, hiszen a nézők nem a szerkesztett tartalomtól elkülönített reklám útján találkoztak a kifogásolt tartalommal.

Az összeállításban megjelenő, reklámértékkel bíró információk alkalmasak voltak a hévízi Hunguest Hotel Helios szálloda iránti figyelem felkeltésre, szolgáltatásai igénybevételére ösztönzésre, ezért a Médiaszolgáltató megsértette az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezést.

A Médiatanács a jogsértés miatt alkalmazandó jogkövetkezmény fajtájának és mértékének meghatározása során az alábbi szempontokat vette figyelembe.

A Médiatanács az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben 2011. január 1-jét követően jelen döntés meghozatalát megelőzően nyolc határozatában állapította meg.

A Médiatanács a 384/2012. (II.22.) és 415/2012. (II.29.) számú határozataiban az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerinti felhívás jogkövetkezményt alkalmazta a Médiaszolgáltatóval szemben. A 851/2012. (V.9.) számú határozatában 50.000,-Ft, az 1347/2012. (VII.18.) számú határozatában 100.000,-Ft, az 1554/2012. (VIII.29.) számú határozatában 200.000,-Ft, az 1796/2012. (X.10.) számú határozatában 200.000,-Ft bírság, a 672/2013. (IV.17.) számú határozatában 200.000,-Ft, a 763/2013. (IV.30.) számú határozatában pedig 250.000,-Ft bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót.

Határozat száma	Jogsértés elkövetésének időpontja	Esetszám	Jogkövetkezmény
384/2012. (II.22.)	2011. november 4.	1	Mttv. 186. § (1)
415/2012. (II.29.)	2011. szeptember 13.	1	Mttv. 186. § (1)
851/2012. (V.9.)	2012. január 4.	1	50.000,-Ft
1347/2012. (VII.18.)	2012. március 24.	1	100.000,-Ft
1554/2012. (VIII.29.)	2012. május 14. és május 21.	2	200.000,-Ft
1796/2012. (X.10.)	2012. június 3., június 13. június 25., július 5., július 14., július 25.	6	200.000,-Ft
672/2013. (IV.17.)	2012. szeptember 6.	1	200.000,-Ft
763/2013. (IV.30.)	2013. január 7.	1	250.000,-Ft

Az Mttv. 186. § (1) bekezdése értelmében „amennyiben a jogsértés csekély súlyú és ismételtség nem állapítható meg, a Médiatanács, illetve a Hivatal - a jogsértés tényének megállapítása és figyelmeztetés mellett - legfeljebb harminc napos határidő tűzésével felhívhatja a jogsértőt a jogsértő magatartás megszüntetésére, a jövőbeni jogsértésektől való tartózkodásra, illetve a jogszerű magatartás tanúsítására, és meghatározhatja annak feltételeit.”

Az Mttv. 187. § (4) bekezdésében foglaltak alapján akkor valósul meg ismételt törvénysértés, amennyiben háromszázhatvanöt napon belül ugyanazon jogalapon és jogszabályhely tekintetében, ugyanazon tárgykörben elkövetett - nem csekély súlyú - törvénysértés már két jogerős hatósági határozatban megállapításra került.

A Médiatanács hat legutóbbi határozatában is bírságot szabott ki a Médiaszolgáltatóval szemben az Smtv. 20. § (3) bekezdésének megsértése miatt. Az első két esetben a jogsértés súlyára, legutóbbi négy határozatában pedig az ismételtségre tekintettel. Mivel az ismételtség jelen esetben is fennáll (hiszen a két legutóbbi törvénysértés 365 napon belül történt), az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerinti felhívás jogkövetkezmény alkalmazása kizárt.

A jogkövetkezmény alkalmazásának alapját az Mttv. 187. § (2) bekezdése és a (3) bekezdés ba) alpontja 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”

A Médiatanács a jogkövetkezmény meghatározásánál tekintettel volt a jogsértés súlyára is. A Médiaszolgáltató rendszeresen megsérti a burkolt kereskedelmi közlemény tilalmára vonatkozó törvényi rendelkezést, 2011. január 1. óta a Médiatanács jelen esetben kilencedik alkalommal állapította meg az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértését. A legutóbbi és jelen törvénysértés között kb. egy hónap telt el.

A jogsértések ismételtségén és súlyán túl az Mttv. 187. § (2) bekezdésében meghatározott további mérlegelési szempontok jelen esetben nem voltak értékelhetők.

A Médiatanács az Mttv. 187. § (3) bekezdése szerinti jogkövetkezmények közül a bírság szankciót ítélte a legalkalmasabbnak arra, hogy a Médiaszolgáltatót visszatartsa az esetleges további jogsértések elkövetésétől, és úgy ítélte meg, hogy a mérlegelés során meghatározott összegű bírság már kellő visszatartó erővel bír.

A Médiatanács a bírság kiszabásakor külön tekintettel volt arra, hogy az esetleges ismételt jogsértés esetén alkalmazandó bírságszankció megállapításánál érvényesülhessen a fokozatosság elve, azaz az ismétléssel járó növekvő progresszivitás és a szankcionálás kiszámíthatósága, előre láthatósága.

A Médiatanács a bírság mértékét a korábban kiszabott összeghez képest - az előzményekre tekintettel - növelte, azonban jelen esetben figyelembe vette azt, hogy a műorszám a hajnali órákban került sugárzásra, ezért kevés néző láthatta azt. Ezért a Médiatanács a korábbi kétszereséhez képest elegendőnek ítélte a rendelkező rész szerinti bírság kiszabását.

A Médiatanács a fentiek okán - tekintettel arra, hogy a Médiaszolgáltató a Médiatanács 1326/2011. (X.5.) számú határozata alapján JBE médiaszolgáltatónak minősül - az Mttv. 187. § (3) bekezdés ba) alpontja alapján az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértése miatt a maximálisan kiszabható bírság (kétszázmillió forint) 0,15%-ának megfelelő összegű, azaz 300.000,-Ft bírságot szabott ki a Médiaszolgáltatóval szemben.

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, 2013. június 19.

a Médiatanács nevében

dr. Vass Ágnes
soros elnöki tisztséget ellátó tag

dr. Kollarik Tamás
hitelesítő tag

Kapják:

1. személyes adat