

## A Médiatanács 1128/2013. (VII. 3.) számú határozatának kivonata

### A tényállás

A médiaszolgáltató TV2 csatornáján 2013. január 4-én sugárzott „Mokka” című műsorszám egyik szegmensének témája a következő volt: *Újra akcióba lendül Lakatos Márk és csapata.*

A műsorszám egyik vendége Banelli Éva, a SolenneMed Esztétikai Központ vezetője volt. A téma a TV2 „Én is szép vagyok” című átalakító műsorszámához kapcsolódott, amelynek házigazdája Lakatos Márk stylist.

A képernyőn 09:13:16 órakor megjelent „A műsorszám termékmegjelenítést tartalmaz” felirat. A műsorvezető, Joshi Bharat a következő szavakkal konferálta fel a témát: *„Anita, sok hölgytársához hasonlóan, Lakatos Márk és csapata segítségét kérte, hogy műtét nélkül újjászülethessen. Bőrét ugyanis megviselte a hirtelen és nagy súlyvesztés. Anita-nak Banelli Éva, a SolenneMed Esztétikai Központ vezetője segített a probléma megoldásában.”*

A műsorvezető kérdésére a központ vezetője elmondta, hogy Anita esetében *„komplex probléma volt, egy különleges kezeléssel segítettünk neki a hasát rendbe hozni.”* A kérdésre válaszolva Banelli Éva kitért ennek a kezelésnek az ismertetésére: *„Ezt VelaShape kezelésnek hívják, különleges alakformáló rendszer, bátran elmondhatom, hogy jelenleg a világ leghatékonyabb alakformáló rendszere.”* Miközben folytatódott a stúdióbeszélgetés, 09:14:41-09:15:52 óra között a vágóképeken egy hölgy (vélelmezhetően az említett Anita) kezelését láthatták a nézők.

A látottakat Banelli Éva kommentálta: *„(...) négy különböző technológiát egyesít egyetlen egy berendezésben, ezért mindennél hatékonyabban bontja a zsíresejteket, illetve egyszerre feszesíti is a bőrt, halványítja a striákat, (...) műtét nélkül.”* Az esztétikai központ vezetője elmondta továbbá, hogy a kezelés eredménye a páciens további életmódjától is függ. 09:15:50 órakor Joshi Bharat kérdésére, miszerint kellemetlen-e ez a kezelés, Banelli Éva a következőket válaszolta: *„(...) egyáltalán nem. (...) kellemes, meleg, masszírozó érzés van közben, sokan relaxációs célból is eljönnek hozzánk. (...) pihenés, egyben formálódás, méregtelenítés is.”* A műsorvezető kérdésére elmondta, hogy a kezelés időtartama függ a kezelendő terület nagyságától is, *„(...) általában negyvenöt perc és másfél óra között van egy kezelés.”* 09:16:46 órakor a műsorvezető megkérdezte: *„(...) mennyire változtatja meg az eltorzult alakot ez a kezelés?”* Banelli Éva válaszában kifejtette: *„Ennek a kezelésnek pont ez a lényege, hogy a problémát megszüntesse, (...) Anita esetében a haskötény szinte teljes egészében eltűnt, a striák pedig egyáltalán nem látszódtak a kezelés végére. Anita-nak egyébként tíz kezelése volt”.* A műsorvezető kérdésére a nézők megtudhatták, hogy terhesség, szoptatás ideje alatt, daganatos megbetegedés esetén illetve 18 év alattiak nem vehetik igénybe ezt a kezelést. 09:17:56 órakor Joshi Bharat műsorvezető megköszönte a beszélgetést.

### A Médiatanács döntése

A médiaszolgáltató a TV2 csatornáján 2013. január 4-én sugárzott „Mokka” című műsorszámmal egy alkalommal megsértette a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó törvényi rendelkezést, amely miatt a médiaszolgáltatót 250.000 Ft összegű bírság megfizetésére kötelezte.

### A Médiatanács döntésének indokolása

A műsorszám kifogásolt szegmensében elhangzottak olyan tartalommal bírtak, amelyek felhívták a figyelmet a SolenneMed Esztétikai Központ egy szolgáltatására, annak igénybevételére, mégpedig oly módon, hogy reklámértékű információt hordoztak.

A stúdióbeszélgetés apropója a médiaszolgáltató egy másik műsorában szereplő „Anitán” végrehajtott alakformáló kezelés volt. A beszélgetés fókuszában azonban a SolenneMed Esztétikai Központ tevékenysége állt, amelynek részletes bemutatását a műsorvezető kérdései is elősegítették. (09.13.48 „Hogyan lehet ezen segíteni?”, 09.14.22 „Mi ez a kezelés?”, 09.15.04 „Műtét nélkül, ugye?”, 09.15.09 „Ez a végeredmény, ami

*létrejön a kezelés után, ez mennyire tartós?”, 09.15.48 „Akivel csinálják ezt a kezelést, kellemetlen számára ez a kezelés?”, 09.16.18 „Meddig tart egy ilyen kezelés?”, 09.16.46 „Mennyire változtatja meg az eltorzult alakot ez a kezelés?”, 09.17.25 „Kik vehetnek igénybe, és kik nem vehetnek igénybe... egy ilyen kezelést?”) A műsorszegmensben elhangzott részletes információk (a kezelés időtartama, menete, hatása és eredménye stb.) célja az lehetett, hogy felhívja a figyelmet az esztétikai központ tevékenységére, bizalmat ébresszen iránta („a világ leghatékonyabb alakformáló rendszere”, „négy különböző technológiát egyesít egyetlen egy berendezésben”), ezáltal növelje annak vendégforgalmát. A médiaszolgáltató az összeállításban olyan információkat közölt, amelyek alkalmasak voltak a bemutatott vállalkozás nevének, tevékenységének, arculatának és árujának, valamint a hozzá kapcsolódó szolgáltatásnak a népszerűsítésére.*

A műsorszám kifogásolt szegmensében elhangzottak gazdasági elemet hordoztak, amelyek a nézők figyelmét a cég és a hozzá kapcsolódó szolgáltatás felé irányítva üzleti lépés kiváltására és szolgáltatás igénybevételére ösztönözhetette őket. Ezt erősíti meg a médiaszolgáltató azon magatartása is, amely egy korábbi műsor részeként már ismertetett céget és szolgáltatást annak ismételt bemutatása céljából egy másik műsorba („Mokka”) is beszerkesztett. A médiaszolgáltató a tárgybeli műsorszámban tehát külön szegmenst szánt a SolenneMed Esztétikai Központ egy szolgáltatásának reklámértékű információkkal történő bemutatására. A kifogásolt szegmens egésze egy konkrét cég beazonosítható, egyedi szolgáltatásának olyan mértékű bemutatására irányult, amely annak igénybevételét segíthette elő.

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 Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 3.K.28480/2013/2. számú ítélete 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 Médiatanács nem értett egyet a médiaszolgáltató azon érvelésével, amely szerint az interjúban az eljárás csupán bemutatási céllal került ismertetésre, mint hírértékkel bíró újdonság az esztétikai piacon. Ahogy a fentiekben már kifejtésre került, a SolenneMed Esztétikai Központ-hoz kapcsolódó szolgáltatás nem általános értelemben, a megemlítés szintjén merült fel a műsorszám kifogásolt szegmensében folytatott beszélgetés során, hanem a szolgáltatás részletekbe menő, annak számos előnyének aprólékos bemutatására szolgált a riport, amely egyértelműen a cég és a szolgáltatás népszerűsítését célozta meg a figyelemfelkeltés ezen módszerével.

A Médiatanács nem értett egyet a médiaszolgáltató azon érvelésével sem, amely a riport előben történt sugárzására és a riportalany laikus voltára irányult. A műsorszámban elhangzottakért kizárólag a médiaszolgáltató tartozik felelősséggel, a közigazgatási hatósági eljárás során a felelősségét nem háríthatja át a riportalanyra. Erre utal az Mttv. 3. §-a is, amely alapján a médiaszolgáltatók szabadon határozzák meg a médiaszolgáltatásuk tartalmát és felelősséggel tartoznak a törvényben foglaltak betartásáért. Az Mttv. hivatkozott rendelkezése alapján a törvény hatálya a médiaszolgáltatókra terjed ki, a Hatóság az Mttv.-ben foglaltak megsértése miatt a médiaszolgáltatókkal szemben jár el. Az Mttv. 3. §-a értelmében a médiaszolgáltató felelőssége objektív, e felelőssége körében vétkessége nem értékelhető. A törvénysértés szempontból tehát irreleváns, hogy kinek a szájából hangzottak el az azt megalapozó mondatok, ahogy az előben történt sugárzás sem menti fel a médiaszolgáltatót a felelősség alól, tekintettel arra, hogy a műsorszámban feldogozott témákat a médiaszolgáltató előzetesen szerkesztette adásba, tehát tisztában kellett lennie azzal, hogy egy konkrét cég beazonosítható szolgáltatásának bemutatására fordított szegmensben törvénysértő tartalom is megjelenhet, főképp, ha egy szegmens kifejezetten egy külön szolgáltatás, jelen esetben egy kezelés előnyeit, azaz időtartamát, menetét, hatását és eredményét ismerteti.

Burkolt kereskedelmi közleménynek az Mttv. 203. § 4. pontja alapján olyan kereskedelmi közlemény tekintendő, amelynek közzététele természetét tekintve megteveszti a közönséget. Megtevesztő az a

kereskedelmi közlemény, amely olyan szöveggörnyezetben, egyéb kontextusban kerül bemutatásra, amelyben a közönség annak valódi természetét képtelen felismerni, azaz kereskedelmi üzenetet hordoz anélkül, hogy ezen jellegét nyíltan vállalná.

A műsorszámban elhangzottak burkolt reklámnak, azaz burkolt kereskedelmi közleménynek minősültek, mivel a kereskedelmi közlemény céljait szolgáló tartalommal a nézők nem az annak megfelelő megjelölés (reklám) útján találkoztak, ezzel a médiaszolgáltató megsértette az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt előírást.

A Médiatanács az alkalmazott szankció megállapítása során tekintettel volt arra, hogy jelen határozat meghozataláig kilenc határozatban állapította meg a médiaszolgáltató esetében az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértését. A Médiatanács az első két esetben az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerinti felhívás jogkövetkezményt, alkalmazta a médiaszolgáltatóval szemben, míg azt követően bírság megfizetésére kötelezte a médiaszolgáltatót (sorrendben: 50.000 Ft, 100.000 Ft, 200.000 Ft, 200.000 Ft, 250.000 Ft, 300.000 Ft).

A Médiatanács bírság összegének meghatározásakor figyelembe vette, hogy két korábbi határozatában megállapított jogsértést a médiaszolgáltató később követett el, mint a tárgybeli jogsértést, ezért 250.000 Ft összegű bírságot szabott ki a médiaszolgáltatóval szemben.