

**Termékmegjelenítésre vonatkozó előírás sérelme a Magyar ATV csatornán közzétett
Laci bácsi konyhája című műsorszám 2011. október 4-i adásában**

A 513/2012. (III. 14.) számú médiatanácsi határozat kivonata

A tényállás

A Magyar ATV csatornán 2011. október 4-én 11:28:50 órakor sugárzott *Laci bácsi konyhája* című műsorszám *Borajánló* című rovatában 11:45:56 órakor a műsorvezető által elkészített fogáshoz a Juhász Pincészet Egri Bikavérét ajánlotta Juhász Ádám, a pincészet borásza, Laci bácsi felkérésére („*Kedves Ádikám, a pincészetek remek borát ajánljad a nézőknek!*”). Elhangzottak a bor készítésének fontosabb állomásai, a bor jellemzői, íze, illata is a kóstolás után. Közben több vágóképen feltűntek a pincészet által forgalmazott borospalackok. A műsorszámot követően 11:49:17 órakor a következő támogatói üzenet került közreadásra: „*Koccintsunk együtt az önök egészségére a Juhász testvérek boraival!*”.

A Médiatanács döntése

A Médiatanács megállapította, hogy a médiaszolgáltató az említett műsorszámmal megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt rendelkezést, ezért az Mttv. 186. § (1) bekezdés alapján felhívta a médiaszolgáltatót, hogy a közléstől számítva haladéktalanul tegyen eleget a jogszerű magatartás követelményének és tartózkodjon a jövőbeli jogsértésektől.

A határozat indokolása

A Médiatanács a termékmegjelenítés szabályainak alkalmazásáról szóló ajánlása szerint a termékmegjelenítés közzétételének, és ezzel együtt a megjelenítés ellenében kapott ellenszolgáltatásnak – az Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv és az Mttv. definícióit, illetve az alkalmazásra vonatkozó részletszabályait figyelembe véve – az alábbi formái léteznek: 1. Termékmegjelenítés (pénz-) fizetés ellenében történő közzététele. 2. Termékmegjelenítés a fizetésen kívüli más „hasonló ellenszolgáltatás” fejében történő közzététele.

Ezen belül a „hasonló ellenszolgáltatás” két formája különíthető el:

2.1 A hasonló ellenszolgáltatás mértéke meghaladja a műsorszámban megjelenített áru vagy szolgáltatás ingyenes rendelkezésre bocsátását (a termékmegjelenítő „természetben” ad ellenértéket a megjelenésért, akár valamely terméke vagy szolgáltatása, akár más a megállapodás tárgya, de mindenképpen mást, illetve többet „ad”, mint pusztán egy, a műsorszámban megjelenített áru vagy szolgáltatás),

2.2 A hasonló ellenszolgáltatás kizárólag a műsorszámban megjelenítendő termék átadását – akár tulajdonba adását, akár használatba adását – jelenti.

A fenti elkülönítés nem zárja ki, hogy az 1. eset és a 2.1 eset együttesen valósuljon meg, tehát amikor a termékmegjelenítő természetben is szolgáltat, és fizetést is eszközöl a médiaszolgáltatóval kötött megállapodása alapján.

A 30. § (2) bekezdés a) pontjában felsorolt műsorszám-típusok esetében a termékmegjelenítés bármilyen ellenérték fejében történő közzététele megengedett, vagyis az 1., 2.1 és 2.2 pontban szereplő eset is megvalósulhat. A termékmegjelenítés definíciója

szerint az fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás fejében történhet, és a fenti mindhárom eset e két kör valamelyikébe tartozik.

A termék megjelenítés tehát akkor szabályos, ha a médiaszolgáltató igazolja, hogy a terméket a megrendelővel fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás fejében kötött megállapodás alapján jelenítette meg a műsorszámban. A jogszabálysértő magatartás szempontjából irreleváns, hogy nem a médiaszolgáltató, hanem esetleg a műsorkészítő kötött termék megjelenítésre vonatkozó megállapodást, ahhoz hogy a termék megjelenítés a törvény előírásainak megfelelően történő alkalmazásának jogszerűsége megítélésre kerüljön, a Juhász Pincészet termékének a megrendelővel fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében kötött megállapodás alapján történt megjelenítése igazolást kellett, hogy nyerjen. A médiaszolgáltató az ezt igazoló dokumentumot utólag benyújtotta. A megrendelő és a partnere között 2011. szeptember 20-án jött létre egy kereskedelmi közlemény – a „Laci bácsi konyhája” című műsorszámban – fizetés ellenében történő közzétételére vonatkozó megállapodás.

A termék megjelenítés a kereskedelmi közlemény egyik fajtája, és a műsorkészítő úgy döntött, hogy a megrendelővel kötött megállapodás alapján termék megjelenítés formájában teszi közzé az árut a műsorszámban. A médiaszolgáltató tehát közvetett módon fizetés ellenében – tehát a termék megjelenítés definíciójában foglaltaknak megfelelően – jelenítette meg a Juhász Pincészet borát az általa sugárzott műsorszámban.

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 megjelenítés a műsorszámban akképpen valósulhat meg, hogy a hirdető terméke, szolgáltatása vagy védjegye (vagy ezekre történő utalás) a cselekmény/műsor folyamat részeként jelenik meg, dramaturgiailag/logikailag illeszkedik a cselekménybe/műsorszámba.

Az indokolatlan hangsúly vizsgálatánál a műsorszám tartalmából kell kiindulni. Indokolatlanul hangsúlyos a megjelenítése, ha a termék/szolgáltatás/védjegy az átlagos néző számára egyértelműen azonosítható módon, azonban szükségtelenül jelenik meg, mivel a megjelenése nem következik a műsorszám felépítéséből, dramaturgiai szerkezetéből, azaz olyan többlettartalmat hordoz, amely túllépi a termék megjelenítés szabályos kereteit. Az indokolatlan mértékű hangsúly megítélését különösen a megjelenítés gyakorisága, illetve a megjelenítésnek a műsorszám hosszához, jellegéhez viszonyított volumene befolyásolja.

A műsorszám „Borajánló” elnevezésű rovatában 11:46:04-kor a műsorvezető felkérte Juhász Ádámot, aki a Juhász testvérek pincészete képviselőjeként érkezett, hogy ajánljon bort a műsorban elkészített nagyváradi báránycsülökhöz („*Kedves Ádikám, a pincészetek remek borát ajánljad a nézőknek!*”). Juhász Ádám az általuk termelt és forgalmazott egri bikavért ajánlotta, amelynek keretében a bor jellegzetességeit és az ételhez ízében és hangulatában illő képességeit részletezte. Eközben az egyik szereplő kitöltött egy pohár bort, amellyel egyidejűleg látható volt az ajánlott bor asztalra állított palackja is. A borajánlók sajátossága, hogy a sommelier (borszakértő) elmondja az ételhez ajánlott bor esetében annak jellegzetességeit, továbbá, hogy miért ajánlja fogyasztásra az adott étel kíséretjeként, és az miképpen teszi dominánssá annak ízeit.

A műsorszám ezen elemei – amikor Juhász Ádám a borról beszélt, és közben a palackból kitöltöttek egy pohár bort – nem lépték túl a termék megjelenítés szabályos kereteit, azonban ezzel egyidejűleg, a borajánló vizsgált részének kezdetekor (11:46:04–11:46:12 között) egy vágóképen a kamera egy asztalon félkör alakban egymás mellé fektetett borokat pásztázott végig. A bevágott képen az egri bikavéren kívül a Juhász Pincészet Egri Merlot-ja is egyértelműen felismerhető volt. A termék megjelenítés ezen módja – a külön vágóképen hangsúlyosan megjelenített borok – nem illeszkedett dramaturgiailag/logikailag a

cselekménybe/műsorszámba. A félkör alakban elhelyezett borok közül az Egri Bikavér és az Egri Merlot egy átlagos néző számára egyértelműen és félreérthetetlenül beazonosítható volt, a közönség a címkéjüket tisztán kivehette és olvashatta.

A termékek ily módon történő megjelenítése szükségtelen volt, és nem következett a műsorszám tartalmából, felépítéséből. A cselekménysorba illeszkedően jelent meg a termék akkor, amikor Juhász Ádám a bor jellegzetességeiről beszélt, majd a palackból (a termékből) – amely az asztalra állítva is látható volt – kitöltöttek egy pohárral. A műsorszám, illetve a borajánló folytonosságába azonban egy külön vágókép beillesztése – amely a rendezetten elhelyezett borospalackokat és azok címkéit mutatta – a termékmegjelenítés céljából dramaturgiailag indokolatlan volt, és túllépte annak kereteit.

A médiaszolgáltató a termékmegjelenítés fentebb kifejtettek szerint történt közzétételével túllépte a termékmegjelenítés törvényben meghatározott kereteit, mivel a műsor tartalmából egyébként nem következő, indokolatlan hangsúlyt adott a megjelenített terméknek.

Tekintettel a fentebb kifejtetekre, a Médiatanács megállapította, hogy a médiaszolgáltató nem a törvény előírásainak megfelelően alkalmazta a termékmegjelenítést, ezzel megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt rendelkezést.

A Médiatanács a jogkövetkezmény kiszabásánál tekintettel volt a törvénysértés esetszámára, valamint arra, hogy az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt rendelkezés megsértését a jelen határozat meghozataláig még nem állapította meg a médiaszolgáltatóval szemben.