

**Termékmegjelenítésre vonatkozó előírás sérelme az RTL Klub csatornán közzétett  
Való Világ 5. című műsorszám 2012. február 19-i adásában**

**A 972/2012. (V. 23.) számú médiatanácsi határozat kivonata**

**A tényállás**

A műsorszám „Párbaj” elnevezésű szegmensét megelőző műsorvezetői felvezetésben (20:05:27 órákor) az alábbiak hangzottak el:

„(...) *mielőtt azonban belevágnánk, és érkeznének a villalakók (...) megmutatjuk, hogy mi történt tegnap ... például a nyeremény egy részét kipróbálhatták a villalakók, az autóról van szó, és egyéb más is történt még, és mutatom, mi minden lesz a mai adásban.*”

20:05:41-20:05:59 (18 mp)

A műsorzegmensben egy Chevrolet autót mutattak, a következő képen a villalakókat, amint az autóban ülve beszélgettek.

20:14:08-20:14:21 (13 mp)

Balázs: „(...) *Megpróbáltuk a végén a nyereményt is közelebb hozni a villalakókhoz, ezért tegnap kipróbálhatták a nyeremény autót, beülhettek, tényleg, mint egy kis család. Elindulhattak egyet autókázni, sőt azt a modellt is kipróbálhatták, amit a végén szeretnének majd elvinni. Na nézzük, hogy telt a tegnap délelőtt?*”

20:14:22-20:14:36 (0:00:14 mp)

A szereplőknek VV Vera levelet olvasott fel: „*Kedves villalakók! Ma lehetőséget kaptok arra, hogy megismerjétek a főnyeremény egyik részét, ugyanis kipróbálhatjátok a nyeremény autót. Jó vezetést!*”

20:15:12-20:24:12 (9 perc)

A villa udvarán három Chevrolet „várta” a szereplőket, aki egymás szavába vágva, kissé megilletődve lelkendeztek („...*milyen szép*” ... „*én hozzá sem merek érn*”).

Fecó: „*Amikor így nézegettem az autókat, nézegettem az ajtót, a kormányt, hogy szervó, meg elektromos ablakok ... annyira extrás, hogy az valami eszméletlen.*”

Végül két csapatra oszlott a társaság, és elindultak az autós kirándulásra (Velencére), mely alatt az autók folyamatosan láthatók voltak.

A következő percekben felváltva „*kapcsolták*” a két autót, ahol a jelenlévők elmondták a véleményüket.

Vera: „*(...) Huhh ebbe’ van lóerő ebbe a kisautóba, az tuti ... ez legalább 90 Wattos ... érzed, hogy húz?*”

Sehi: „*Aha, nnnagyon jó.*”

Vera: „*Egy kis vaddisznó ez a kisautó.*”

Fecó: „*Milyen érdekes, egyszer megnyomod, és lemegy teljesen az ablak.*”

Sehi: „*Te melyiket választanád, ha lenne lehetőség?*”

Vera: „*Én a Cruze-t, feketébe, vagy ezt. (...) Én egyébként szeretek úgy gyorsabban közlekedni (...) és ezzel a kisautóval úgy pikk-pakk úgy kielőzől, mész, nem kell totójázn*, fürge kis autó. (...) *A kupé formákat jobban szeretem, és a Cruze is ilyen... hu ... feketébe’ de szép!*”

Fecó: „*Ez a kék cabrio olyan lányos, ugye?*”

Csaba: „*Hát ez olyan kis városi (...) ez meg azért egy kicsit komolyabb verda.*”

Fecó: „*(...) hát ha lehetne, én a nagyobbat választanám a gyerekek miatt.*”

A gyorsuló autót mutatják, majd:

Vera: „Jó?”

Sehi: „Nagyon jó! Huh, de szép hangja van!”

Vera: „Lehet, ebbe kétezres motor van. Áááá, itt okoskodok, hogy 1.4-es (...) micsoda hangja van!”

Fecó: „Ebbe biztos ott van oldalt a tempomat is, kell lennie benne tempomatnak is!”

20:20:14-kor a hölgyek is átültek a fiúk autójába, és együtt folytatták az útjukat.

A kirándulásnak 20:20:55-kor lett vége, majd a jelenet a villában folytatódott:

Vera: „Amikor visszaértünk a villába, akkor ilyen kisebb makettek vártak minket, hogy kiválasszuk azt az autót, ami a nyertesé lehet.”

Fecó: „Szerettem volna vezetni ... de nagyon jó volt elöl és hátul ülni, és nagyon-nagyon jó huzatja' volt ennek az Aveno-nak.”

Attila: „Nem a Cruze volt jobbik?”

Fecó: „A Cruze az inkább ilyen családisabb. Én azt mondom, hogy inkább azt az Orlandot választanám, olyan családi autó, jó nagy...”

Attila: „De a fogyasztás, meg a súlyadó...”

Fecó: „Nekem volt kisautóm, és az volt a baj, hogy nem tudtam beletenni a babakocsit...”

Én azért választom ezt a Chevrolet Orlando-t mert' a család miatt, a gyerekek miatt, hátul nagyon nagy pakoló rész van benne, belefér bármilyen babakocsi ... vásárolni lehet vele, az egy tipikus családi autó. Én az Orlando-t mondom.”

Vera: „Én a Cruze-t választom, az ötajtós Cruze-ra szavazok.”

Csaba: „Kipróbáltuk az Aveno-t is, a négyajtós Cruze-t, meg ezt az Orlando-t is, mind közül az ötajtós Cruze tetszett a legjobban ... én is azt választom.”

Attila: „Én is az öt ajtós Cruze-t mondanám, az öt ajtó miatt, mert egyébként nem értek hozzá, csak a négynél jobb az öt.”

Sehi: „Nekem az Orlando tetszik a legjobban, de akkor most ráhagyatkozok a népnek a döntésére, és akkor én is az ötajtós Cruze-t mondom (...) ... és tök jó volt vezetni.”

Fecó: „Akkor kihirdetem: Sevi' az ötajtós Cruze – a nép döntése alapján – fekete színbe!”

20:25:02-20:25:44

Balázs: „(...) ha szavaznak, akkor nyerhetnek is, nézzék meg, hogy mit!”

A nyereményeket bemutató szpot következett: „A szavazók között kisorsolt alábbi nyereményeket a KÖKI Terminál Bevásárló- és Szabadidő Központ és partnerei biztosítják.

A játék végén gazdára talál a RENO Kft. jóvoltából egy ötvenezer forintos cipővásárlási utalvány, egy hathónapos fitness-bérlet az MF Megafitness jóvoltából, továbbá 250 ezer forint készpénz. A rendszeres szavazóink között két főnyereményt sorsolunk ki: az egyik nyertesünk az Aqva Electromax jóvoltából egy komplett házimozsi rendszert nyerhet, a másik szerencsés nyertesünk a Chevrolet Magyarország jóvoltából a Chevrolet városi kisautójának, egy Spark-nak lesz boldog tulajdonosa.”

21:11:29-21:12:13

Balázs: „(...) azért most megmutatom, hogy miről is szól ez a játék, hogy miért harcoltok? Nézzétek meg!

A Való Világ nyertese a KÖKI Terminál Bevásárló- és Szabadidő Központ és partnerei jóvoltából egy éven keresztül havi egymillió forinttal lesz gazdagabb, ezen felül tulajdonosa lesz egy vadonatúj, 50 négyzetméteres lakásnak a zuglói Happyland lakóparkban a beruházó Hermina Bau társasházak felajánlásában, valamint elutazhat partnerével a Mercator Holiday Utazási Iroda szervezésében egy tíznapos floridai utazásra, melyet egy bahama-szigeti luxuspihenés koronáz meg, ráadásul négy és félmillió forint értékben választhat a Chevrolet modelljei közül, akár egy Cruze-t!”

„A tét tehát óriási, de mint mindig, most is egy maradhat, egy, akinek örökre megváltozik az élete.” (a szpot az adás végén ismét lejátszásra került.)

### **A Médiatanács döntése**

A Médiatanács megállapította, hogy a médiaszolgáltató megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt rendelkezést, ezért az Mttv. 186. § (1) bekezdése alapján felhívta, hogy a közléstől számítva haladéktalanul tegyen eleget a jogszerű magatartás követelményének, és tartózkodjék a jövőbeni jogsértésektől.

A Médiatanács megállapította továbbá, hogy a médiaszolgáltató megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt rendelkezést, ezért az Mttv. 187. § (2) bekezdés és a (3) bekezdés ba) pontja alapján 500.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte.

### **A határozat indokolása**

A médiaszolgáltató a műorszám elején, a reklámokat követően és a műorszám végén arról tájékoztatta a nézőket, hogy a műorszám termékmegjelenítést tartalmazott. A Médiatanács a műorszámában látottak, illetve elhangzottak miatt az Mttv. 31. § (1) bekezdésének b) és c) pontjában foglalt rendelkezés megsértését állapította meg az alábbiak okán.

#### *1, Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértése – közvetlen felhívás tilalma*

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

Az 1151/2011. (IX. 1.) számú határozattal elfogadott, a termékmegjelenítés szabályainak alkalmazásáról szóló ajánlás szerint közvetlen felhívásnak minősül a termékmegjelenítés tárgyát képező árura vagy szolgáltatásra vonatkozó szándékos és egyértelmű - verbális vagy vizuális -, vásárlásra, népszerűsítésre, igénybevételre buzdító felszólítás, így különösen az alábbi információk műorszámában történő közlése:

- a termék/szolgáltatás kereskedelmi elérhetőségének, árának közzététele,
- a termék/szolgáltatás tulajdonságainak, előnyeinek ismertetése,
- a termékkel/szolgáltatással kapcsolatos szlogen megjelenése,
- a termék/szolgáltatás reklámfilmjéből származó állítások említése.

Az előbbi példák alapján közvetlen felhívás tehát a puszta megjelenítést meghaladó, azon túlmutató közlés.

A médiaszolgáltató a „Való Világ 5” című műorszámában a Chevrolet különböző autóinak bemutatására összesen 9 perc 45 másodpercnyi percnyi műsoridőt fordított.

A korábbiakban leírt jelenetek fókuszában a Chevrolet, illetve személyautói álltak vizuális és verbális értelemben egyaránt. Nem helytálló a médiaszolgáltató azon érvelése, hogy a termék márkája is alig látszódott, és az egyes típusok az összevetések alkalmával sem indokolatlan mértékben hangzottak el. A képeken számtalan szögből, kívül és belül, a márkalogóval együtt voltak láthatók az autók, a villalások többször megemlítették az egyes típusok nevét.

A tesztvezetés és az autók villabeli értékelése alkalmat kínált arra, hogy „civilék” hétköznapi nyelven fejtsék ki mindazon terméktulajdonságokat, amelyek a nézők érdeklődését is felkelthették az autójátszások iránt.

A Chevrolet modelljeinek részletes bemutatása meghaladta a nyeremények puszta megjelenítését. A játékosok a kipróbált autókról szóló megnyilvánulásai alkalmasak voltak a

nézői figyelem felkeltésére, a személygépkocsik népszerűsítésére. A megjelenített termékek a közönség számára egyértelműen beazonosíthatók voltak.

A médiaszolgáltató nyilatkozatában előadta, hogy a próbaútról összeállított részek, valamint a villában tartott értékelés a játékosok őszinte, irányításmentes párbeszédeit tartalmazta, továbbá rögzítette, hogy „*azáltal, hogy az autós kirándulás közelebb hozta hozzájuk a való életet, maguk is felszabadultabbak lettek*”. A Médiatanács ezzel kapcsolatban megállapította, hogy a játékosok „*felszabadultsága*”, miután a médiaszolgáltató egy előre megszerkesztett tartalmat tett közzé, nem szolgálhat indokul a Chevrolet autóinak a termék megjelenítés szabályain túlterjeszkedő, a pusztán megjelenítésen túlmutató bemutatására.

A hétköznapi nyelven megfogalmazott terméktulajdonságok (pl. „*Amikor így nézegettem az autókat, nézegettem az ajtót, a kormányt, hogy szervó, meg elektromos ablakok ... annyira extrás, hogy az valami eszméletlen.*” ; „*(...) Huuh ebbe' van lóerő ebbe a kisautóba, az tuti ... ... érzed, hogy húz?*”; *Egy kis vaddisznó ez a kisautó.*” ; „*Milyen érdekes, egyszer megnyomod, és lemegy teljesen az ablak.*”; „*ezzel a kisautóval úgy pikk-pakk úgy kielőzől, mész, nem kell totójáznai, fürge kis autó.*”; „*Lehet, ebbe kétezres motor van. Áááá, itt okoskodok, hogy 1.4-es (...) micsoda hangja van!*”; „*Ebbe biztos ott van oldalt a tempomat is, kell lennie benne tempomatnak is!*” ; *A Cruze az inkább ilyen családiasabb. Én azt mondom, hogy inkább azt az Orlandót választanám, olyan családi autó, jó nagy...*”; *Én azért választom ezt a Chevrolet Orlando-t mert' a család miatt, a gyerekek miatt, hátul nagyon nagy pakoló rész van benne, belefér bármilyen babakocsi ... vásárolni lehet vele, az egy tipikus családi autó.*;) a nézők figyelmét a Chevrolet autókra irányították. Az összeállítás az előbbieken alapján egyértelműen a Chevrolet autóinak népszerűsítését célozta, és alkalmas volt arra, hogy a bemutatott termékek megvásárlására ösztönözze a közönséget.

Tekintettel arra, hogy a médiaszolgáltató a vizsgált műsorszámban a termék megjelenítést a törvényi előírással ellentétesen tette közzé, a Médiatanács megállapította az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjában foglaltak médiaszolgáltató általi megsértését.

## *2, Az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjának megsértése – indokolatlan hangsúly tilalma*

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

Indokolatlanul hangsúlyos a termék műsorszámban történő közzététele különösen abban az esetben, ha az áru vagy szolgáltatás, vagy a reá történő utalás, illetve ezek védjegye dramaturgiaiailag nem a cselekménysorba illeszkedően jelenik meg a műsorszámban.

Az indokolatlan mértékű hangsúly megítélését különösen a megjelenítés gyakorisága, illetve a megjelenítésnek a műsorszám hosszához, jellegéhez viszonyított volumene befolyásolja.

A műsor a Chevrolet autóiról szóló közel 10 perces műsorrész sugárzásával, az autók gyakori, kívülről-belülről történő, erőteljes vizuális és verbális bemutatásával indokolatlan hangsúlyt adott a megjelenített terméknek.

Miután a játékosok kipróbálták az autókat, visszatérve a villába az a feladat várta őket, hogy kiválasszák a Chevrolet termékei közül azt, amelyik a győztes nyereményének részét képezi majd. A villa nappalijában táblák voltak felállítva, melyeken az autókról készült képek és a választható színek voltak elhelyezve. A játékosoknak tehát egy olyan feladatot kellett megoldaniuk, amely által még hosszabb ideig és erőteljesebben jelenhetett meg az előzőleg a szereplők által már kipróbált termék.

A nyertes autó kiválasztása a tesztvezetés után egy újabb alkalmat kínált arra, hogy az autómárka típusait ismét be lehessen mutatni, azaz a megjelenített terméket továbbra is képernyőn lehessen tartani.

A villába érkezés utáni műsorrész ezért a termékre való utalásnak olyan ismétlése volt, amely azt a benyomást keltette, hogy maga a termék megjelenítés „irányítja” a szerkesztett tartalmat, azaz a Chevrolet autók effajta bemutatása nem volt szerkesztőileg indokolt. A médiaszolgáltató indokolatlan hangsúlyt adott a megjelenített terméknek, az összeállítás egyértelműen a Chevrolet autók márkáinak bemutatására épült.

A fentiek alapján a Médiatanács megállapította, hogy a médiaszolgáltató megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjában foglaltakat is.

Tekintettel arra, hogy a Médiatanács az Mttv. hatályba lépése óta egyetlen alkalommal sem állapította meg az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértését a médiaszolgáltatóval szemben, az Mttv. 186. § (1) bekezdésben rögzített jogkövetkezményt alkalmazta.

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt rendelkezés megsértését a Médiatanács 2011. január 1-jét követően egy alkalommal állapította meg, és az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerinti felhívás jogkövetkezményét alkalmazta a médiaszolgáltatóval szemben. Figyelemmel a jogsértés súlyra, a műsorszám nézettségére, továbbá arra, hogy a kifogásolt műsorrész majdnem 10 perc időtartamú volt, és – a korábbiakban részletesen leírtak alapján – egyértelműen reklámcélokat szolgált, a Médiatanács 500.000 Ft összegű bírságot szabott ki a médiaszolgáltatóval szemben.