

A Médiatanács 1087/2013. (VI. 26.) számú végzésének kivonata

Tényállás

A Tények című műsorszám 2013. március 16-i adásának egyik szegmensében az alábbi hír jelent meg:

Műsorvezető: *„Bemutatták a Samsung legújabb okostelefonját, a Galaxy S4-et. A cég most kivételesen Amerikában tartotta a hivatalos sajtótájékoztatót, New Yorkból Várkonyi Andrea küldött tudósítást.”*

Várkonyi Andrea: *„Helyi idő szerint este hét órakor leplezte le a Samsung a legújabb okostelefonját itt New Yorkban. Az esemény két helyszínen zajlott. Az egyik az innen nem messze lévő Radio City Hallban, ahova a Samsung meghívottjai érkeztek és a sajtó képviselői a világ minden tájáról, a másik itt a Times Square-en, ahol az érdeklődők az óriás kivetítőkön láthatták a Radio City Hallban zajló eseményeket. Ez egyébként azért is volt egy rendhagyó esemény New Yorkban, mert a Samsung eddig mindig Koreában, illetve külön Európában vezette be új termékeit, ezúttal azonban nyíltan egy vizsgát akartak intézni a legnagyobb konkurensükkal, az Apple-lel szemben azzal, hogy most New Yorkban mutatták be az új készüléküket. Az, hogy ez milyen sikert hoz, azt a következő hónapokban az eladásokból a cégek megtudják. A Tényeket Várkonyi Andrea tudósította New Yorkból.”*

A beszámoló alatt a telefonról, illetve az eseményről készült képek voltak láthatók.

A Médiatanács döntése

A Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a vizsgált összeállítás vonatkozásában – az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezés vélelmezett megsértése tárgyában – megindított eljárás során jogsértést nem tárt fel, ezért a Ket. 31. § (1) bek. j) pontja alapján az eljárást megszüntette.

A Médiatanács döntésének indokolása

A burkolt kereskedelmi közlemény fogalmának második fordulata alapján azt kell vizsgálni, hogy a műsorrész a kereskedelmi közlemény céljait szolgálta-e úgy, hogy közben a Médiaszolgáltató a közönség számára ezt nem jelezte, azaz a közlemény közzététele megtévesztette a közönséget.

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.

A hírműsorszám vizsgált szegmensében a Médiaszolgáltató arról adott tájékoztatást, hogy a Samsung New Yorkban bemutatta új „okostelefonját”. A mindennapi használati cikknek tekinthető mobiltelefonkészülékek, azok fejlődése, innovációja, egy, várhatóan sokak érdeklődésére számot tartó új készülék bemutatása a közönség számára hírértékkel bír, amelyről a beszámoló egy hírműsorszámban megengedett. Ettől függetlenül is, a médiaszabályozás és a médiahatósági jogalkalmazás keretei között annak meghatározása, hogy egy adott hírműsorszámban mely események kerüljenek bemutatásra, nem lehetséges, mindössze a kiegyensúlyozott tájékoztatás kötelezettsége szabhat annak határt, de utóbbi rendelkezés jelen esetben nem alkalmazható. Az eljárásban vizsgált kérdés tehát nem az, hogy lehetséges-e hírt adni egy új termék, vagy szolgáltatás bemutatójáról, hanem az, hogy a bemutatás hordoz-e olyan tartalmat, amely alapján annak „közzététele természetét tekintve megtéveszti a közönséget”. A „megtévesztés” tartalma itt nem azonos a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény 3. § h) pontjában szereplő „megtévesztő reklám”-fogalomban meghatározott tartalommal („minden olyan reklám, amely bármilyen módon - beleértve a megjelenítését is - megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti”), hanem annál szűkebb. Az Smtv. és az Mttv. „burkolt kereskedelmi közlemény” fogalma, illetve annak tilalma arra irányul, hogy az adott

médiatartalom kereskedelmi jellege felől tegyen közzé a médiaszolgáltató valós információt, azaz a közönség képes legyen annak felmérésére, hogy az adott tartalom kereskedelmi közlemény-e avagy sem. Hírműsorszámokon belül, annak egyik szegmensként kereskedelmi közlemény nem tehető közzé, tehát ha a jelen eljárásban vizsgált médiatartalom hordoz kereskedelmi jelleget, akkor a jogsértés megtörténte megállapítható.

A Médiatanács vizsgálatának fókuszában azon kérdés állt, hogy az önmagában kereskedelmi jelleggel nem rendelkező médiatartalomhoz (vagyis az új termék bemutatását kísérő esemény körülményeiről való beszámolóhoz) képest jelent-e meg a médiatartalomban olyan többletinformáció, amely kereskedelmi jellegű, és így – egy hírműsorszám részeként bemutatva – alkalmas lehetett a közönség megtévesztésére.

A hírműsorszámokban közzétett beszámoló elsősorban az új termék bemutatójáról, mint széles körben érdeklődésre számot tartó eseményről szólt, a helyszínen jelen lévő tudósító is annak körülményeiről beszélt, magáról a készülékről pedig nem hangzott el semmilyen olyan információ, amely arra irányult volna, hogy a – közönséget megtévesztve – a rendezvényen bemutatásra került terméket népszerűsítse. Közvetlenül a készülékkel kapcsolatos „információnak” mindössze a készüléknek a beszámoló alatt közzétett képi bemutatása tekinthető. Ennek során a nézők azonban semmiféle olyan konkrét információval (akár a termék előnyös tulajdonságai, annak elérhetősége vagy ára révén) nem szembesültek, amelynek célja a termék közvetett vagy közvetlen népszerűsítése lett volna. Tekintettel arra, hogy egy ehhez hasonló termék bemutatója közérdekű információnak tekinthető (figyelemmel a potenciálisan érdeklődő felhasználók jelentős számára, valamint a gazdasági hírekben szintén gyakran említett éles rivalizálásra a mobiltelefon gyártó cégek között is), így, bár a bemutatójáról szóló tájékoztatás értelemszerűen növeli a termék ismertségét, mégsem tekinthető „jellegénél fogva megtévesztő” médiatartalomnak. A vizsgált médiatartalom alapján a közönség egyértelműen képes lehetett a tartalom megfelelő értékelésére, jellegének értelmezésére. Mindazonáltal ez nem jelenti azt, hogy más olyan esetekben, ahol a hírműsorszámokban ehhez hasonló, gazdasági érdekeket is szolgáló tartalmak jelennek meg, a tájékoztatás megfelelő határai ne lennének túlléphetők; azaz, az egyértelműen reklámjellegű információknak nincsen helye a hírműsorszámokban.

A Médiatanács álláspontja szerint a hírről szóban elhangzott tájékoztatás alatt megjelent vizuális elemek tehát nem voltak alkalmasak arra, hogy megtéveszték a közönséget, ugyanis semmilyen reklámértékű információt nem hordoztak magukban. Ebből következően a burkolt kereskedelmi közlemény közzététele nem állapítható meg.

A Médiatanács meg kívánja jegyezni, hogy egyetért a Médiaszolgáltató azon álláspontjával, miszerint a műsorszám szegmens a termék bemutatójával foglalkozott, és nem fókuszált magára a termékre. Ezt erősíti meg az is, hogy a helyszíni tudósító semmilyen információt nem tett közzé magáról a készülékről. A telefonnal kapcsolatos képsorok bemutatása a Médiatanács szerint nem tekinthető indokolatlannak, az ugyanis közvetlenül az eseményhez kapcsolódott, és megjelenítésének módja nem lépte át a jogszerűség kereteit.

A Médiatanács álláspontja szerint tehát önmagában az, hogy a Médiaszolgáltató egy új, széles körű érdeklődésre számot tartó termék bemutatásával kapcsolatos eseményről anélkül nyújt tájékoztatást, hogy magáról a termékről reklámértékkel bíró információt mutatna be, nem hordoz magában „megtévesztő”-jelleget. A médiaszolgáltatóknak ugyanakkor különös körültekintéssel kell eljárnia gazdasági élet szereplőivel kapcsolatos hírek közzétételekor, annak érdekében, hogy az objektív, tárgyilagos tájékoztatás az érintett termék, szolgáltatás népszerűsítésére (azaz vásárlásra, igénybevételre ösztönző hatás kiváltására) ne legyen – a közönséget megtévesztő módon, hírnek álcázva – alkalmas.