



**NMHH**

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság  
Médiatanács

Ügyiratszám: MN/17501-9/2019.

Ügyintéző: **személyes adat**

Telefonszám: **Személyes adat**

E-mail: **személyes adat**

Tárgy: a termékmegjelenítésre és a támogatásra vonatkozó törvényi rendelkezések megsértése

## A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának

1123/2019. (IX. 10.) számú

### HATÁROZATA

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa (a továbbiakban: Médiatanács) a Magyar RTL Televízió Zrt.-vel (1222 Budapest, Nagytétényi út 29., a továbbiakban: Médiaszolgáltató) szemben hivatalból lefolytatott eljárásában megállapította, hogy a Médiaszolgáltató az RTL Klub csatornáján 2019. április 6-án 11:25:07-től, április 13-án 11:38:52-től, április 20-án 12:09:35-től és április 27-én 11:53:46-tól sugárzott „Az igazi nő” című műsorszámok közzétételekor megsértette a termékmegjelenítésre vonatkozó azon törvényi rendelkezést, amely szerint a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételére, ezért a Médiaszolgáltatót

**800 000 Ft, azaz nyolcszázezer forint bírsággal sújtja.**

Megállapította továbbá a Médiatanács, hogy a Médiaszolgáltató az RTL Klub csatornáján 2019. április 6-án 11:25:07-től, április 13-án 11:38:52-től, április 20-án 12:09:35-től és április 27-én 11:53:46-tól sugárzott „Az igazi nő” című műsorszámok közzétételekor megsértette a termékmegjelenítésre vonatkozó azon törvényi rendelkezést, amely szerint a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok nem adhatnak a műsor tartalmából egyébként nem következő, indokolatlan hangsúlyt a megjelenített terméknek, ezért a Médiaszolgáltatót

**375 000 Ft, azaz háromszázhetvenötezer forint bírsággal sújtja.**

Megállapította továbbá a Médiatanács, hogy a Médiaszolgáltató az RTL Klub csatornáján 2019. április 6-án 11:25:07-től, április 13-án 11:38:52-től, április 20-án 12:09:35-től sugárzott „Az igazi nő” című műsorszámok közzétételekor megsértette a támogatásra vonatkozó azon törvényi rendelkezést, amely szerint támogatott médiatartalom nem ösztönözhet, és nem hívhat fel a támogató termékének beszerzésére vagy szolgáltatásának igénybevételére, ezért a Médiaszolgáltatót

**275 000 Ft, azaz kettőszázhetvenötezer forint bírsággal sújtja.**

A Médiaszolgáltató a bírságot e határozat közlését követő hét napon belül köteles megfizetni a Médiatanács Magyar Államkincstárnál vezetett 10032000-00295141-00000024. számú

pénzforgalmi számlájára. A bírságfizetési kötelezettség késedelmes teljesítése esetén a Médiaszolgáltató késedelmi pótlékot köteles fizetni, melynek mértéke minden naptári nap után a késedelem, illetve az esedékesség előtti igénybevétel (felszámítás) időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének háromszázhatvanötöd része. Az önkéntes teljesítés elmaradása esetén a Médiatanács a Médiaszolgáltatóval/Médiatartalom-szolgáltatóval szembeni bírságigényét az adóhatóság útján érvényesíti.

E határozat ellen fellebbezésnek nincs helye. A véglegessé vált döntés ellen annak közlésétől számított harminc napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz (a továbbiakban: Bíróság) címzett, de a Médiatanácshoz - a személyesen eljáró ügyfél esetében választása szerint elektronikus vagy postai úton, a jogi képviselő által kizárólag elektronikus - benyújtott keresetlevéllel közigazgatási per indítható. A keresetlevél benyújtásának e határozat végrehajtására halasztó hatálya nincs, a halasztó hatály elrendelése a Bíróságtól azonnali jogvédelem iránti kérelem keretében kérhető. Tárgyalás tartása a felek bármelyikének kérelmére a Bíróságtól kérhető. A keresetet a Bíróság harminc napon belül bírálja el.

## INDOKOLÁS

A Médiatanács a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: **Mttv.**) 167. § (1) bekezdése alapján hivatalból vizsgálta a kereskedelmi közleményekre vonatkozó szabályok érvényesülését a Médiaszolgáltató által üzemeltetett RTL Klub csatornán 2019. áprilisban sugárzott saját gyártású műsorszámokban.

A hatósági ellenőrzés során a 2019. április 6-án 11:25:07-től, április 13-án 11:38:52-től, április 20-án 12:09:35-től és április 27-én 11:53:46-tól sugárzott „Az igazi nő” című műsorszámokkal kapcsolatban felmerült az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjainak, illetve a 2019. április 6-án 11:25:07-től, április 13-án 11:38:52-től és április 20-án 12:09:35-től sugárzott „Az igazi nő” című műsorszámokkal kapcsolatban a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: **Smtv.**) 20. § (9) bekezdésének megsértése is.

A Médiatanács az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: **Ákr.**) 104. § (1) bekezdése alapján az Mttv. 182. § bg) és c) pontja szerinti hatáskörében 2019. július 23-án hivatalból közigazgatási hatósági eljárást indított a Médiaszolgáltatóval szemben. A Médiatanács az Ákr. 104. § (3) bekezdése alapján az 1006/2019. (VII. 23.) számú, MN/17501-4/2019. ügyiratszámú végzésével értesítette a Médiaszolgáltatót az eljárás megindításáról és a hatósági ellenőrzés megállapításairól, valamint az Ákr. 5. § (1) bekezdése szerinti nyilatkozattételi jogosultságáról és az Ákr. 33. §-a szerinti iratbetekintési lehetőségéről.

Az Mttv. 144. § (1) bekezdése értelmében a Médiatanács az Mttv.-ben foglalt eltérésekkel a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: **Ket.**) szerint jár el.

Az Ákr. 143. § (3) bekezdés b) pontja szerint, ahol a jogszabály a Ket. szabályait említi, ott azon az Ákr. szabályait kell érteni.

A Médiaszolgáltató a postai térítvény szerint az eljárás megindításáról értesítő végzést 2019. július 29-én átvette, nyilatkozata elektronikusán 2019. augusztus 9-én, postai úton 2019. augusztus 10-én érkezett a hatósághoz.

**Üzleti titok**

A Médiaszolgáltató összefoglalta a műsorszámok főbb jellemzőit.

Előadta, hogy az elsősorban nőknek szóló heti magazinműsor témája az egészséges és környezettudatos életmód. A műsor a gasztronómián kívül kozmetikai újdonságokkal, hagyományos és alternatív gyógyászati eljárásokkal és párkapcsolati kérdésekkel is foglalkozik.

A kifogásolt szegmensek célja az egészséges táplálkozás, ezen belül a tartósítószeres és ízfokozók nélküli, illetve gluténmentes készítmények népszerűsítése volt. E műsorrészekben a műsorvezető és ismert vendége elkészített egy ételt, miközben főzési szokásaikról és az előnyben részesített alapanyagokról beszélgettek.

A Médiaszolgáltató úgy vélte, egy ilyen beszélgetés során természetes, hogy konkrétumok is elhangozzanak, hiszen így lesznek érthetőek a partnerek gondolatai. Hozzátette, hogy a résztvevők mindenki számára könnyen követhető, kedvcsináló műsort szerettek volna bemutatni, ezért kerülték a konyhai szakkifejezések használatát, de *„még ilyen közegben is szükséges lehet egy-egy hozzávaló kapcsán a sajátosságokra, illetve fontosabb paraméterekre, előnyökre kitérni, hogy valóban érthetőek legyenek a vendégek által preferált, bemutatásra szánt ételek elkészítésének főbb szempontjai.”* Álláspontja szerint életszerű továbbá, hogy az egészséges táplálkozás köré épülő műsorban a szereplők ennek megfelelően választanak alapanyagokat. Ha a szereplők csak általánosságban beszélgettek volna, a nézők számára az ételkészítés kevésbé lett volna követhető, és csorbult volna a tematika is.

A Médiaszolgáltató megítélése szerint a termékek megjelenítése a tartalomhoz mérten arányos volt. Kiemelte, hogy a kötetlen beszélgetés *„igazi életszerű közeg”*, egy ilyen szituációban gazdasági célú üzenet, termékekre épülő direkt kommunikáció nem jelenik meg, az sokkal inkább a tematikus magazinok riporter-riportalan beszélgetéseinek jellemzője.

A Médiatanács termék megjelenítésre vonatkozó megállapításaival kapcsolatban kifejtette a Médiaszolgáltató, hogy az adásokban szándékos és egyértelmű vásárlásra buzdítás nem történt, és a termékek árát, elérhetőségét, reklámszlogenjét sem közölték.

Álláspontja szerint a kifogásolt közlések a tematikus műsorszám tartalmához teljességgel illeszkedtek, és az ilyen áruk esetében a jellemzők megemlítése is része lehet a jogszerű termék megjelenítésnek. Hasonló műsorelemek más tematikus magazinokban is rendszeresen előfordulnak. A termék megjelenítés lényegéhez tartozik ugyanis, hogy az adott terméket a funkciójának megfelelő közegben mutassa be a műsor.

A tárgyalt esetekben a főzés bemutatására épülő cselekménysorban, életszerűen jelentek meg a termékek, illetve látszódtak a márkajelzések, mind az alapanyagok kiválasztása, mind felhasználásuk során. A Médiaszolgáltató értelmezése szerint nem kifogásolható, hogy a megjelölt információk esetlegesen népszerűsítették az adott termékeket, mert a termék megjelenítés kereskedelmi közlemény voltából eredően ez teljesen természetes, csak a vásárlásra való közvetlen felhívástól és az indokolatlan hangsúlytól kell tartózkodni. *„Jelen esetben azonban a nevesített termékek mutatása, az átlagostól eltérő, annál esetlegesen többet nyújtó jellemzőinek a puszta említése, anélkül, hogy maga a márkanév kiemelésre, vagy említésre került volna, az adott műsorszám kontextusában nem valósított meg áru megvásárlására, illetve szolgáltatás igénybevitelére irányuló közvetlen felhívást.”*

Hozzátette a Médiaszolgáltató, hogy a műfajba tartozó műsorszámok esetében életszerű a termékek jellemzőiről beszélni, azokat bemutatni, illetve a szöveget képpel kísélni, úgy, hogy a műsor nem is a terméktulajdonságokat kívánta hangsúlyozni, hanem az egészséges alapanyagok felhasználásával egy céltudatos fogyasztói magatartást szándékozott

szorgalmazni. Ezek tehát általános jellegű figyelemfelhívások voltak, a tudatos fogyasztóknak nyújtott információknak tekinthetők.

Összességében a bemutatás nem lépte túl a megengedett kereteket, a műsor pedig társadalmilag hasznos célt szolgált. A vásárlás velejárója, hogy amikor levesszük a terméket a polcról, tanulmányozzuk a címkéjét, illetve tudatos módon keresünk az egyedi igényeinknek megfelelő termékeket. Ugyanígy része az ételkészítésnek a munkaasztalon elhelyezett alapanyag. Ezek képi megjelenítése ugyancsak arányos és életszerű volt. A bemutatás megfelelt a hazai és nemzetközi standardoknak, az egyes témák informatív céllal és megfelelő tárgyilagossággal, a szerkesztői függetlenséget megőrizve kerültek feldolgozásra.

A Médiaszolgáltató a fentebb kifejtettek alapján vitatta a támogatásra vonatkozó szabály megsértését is. Előadta, hogy sem a közölt információk, sem a bemutatott képek nem voltak hangsúlyosak. A konzervek közötti választást az aktuális recept indokolta. A márka nevét szóban sem említették.

A Médiaszolgáltató hangsúlyozta továbbá, hogy álláspontja szerint az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) és c) pontjai, valamint az Smtv. 20. § (9) bekezdés megsértésének együttes megállapítására nincs jogi lehetőség, mert ebben az esetben a Médiatanács ugyanazt a tartalmi kifogást, tartalmi jegyeket értékelné kétszeresen. Felhívta a figyelmet arra is, hogy a támogatási szabály esetében a jogszabály a vásárlásra ösztönzést, illetve felhívást tiltja, míg a termékmegjelenítésre vonatkozó szabály szerint a vásárlásra való közvetlen felhívás tilos, azaz a termékmegjelenítés esetében a jogalkotó „*többet enged*”, és mivel a tonhalkonzervek termékmegjelenítés céljából szerepeltek a műsorszámokban, a megjelenítést kifejezetten e szabályok mentén kell vizsgálni.

A Médiaszolgáltató elsődlegesen azt kérte, hogy a Médiatanács állapítsa meg, nem követett el jogsértést a vizsgált műsorszámok sugárzásakor, másodlagosan pedig, abban az esetben, ha a Médiatanács mégis jogsértést állapítana meg, jogkövető magatartására tekintettel a súlyosabb szankció mellőzését kérte.

**A Médiatanács a rendelkezésre álló adatok, különösen a hatósági ellenőrzés, a műsorszámok megtekintése és a Médiaszolgáltató nyilatkozata alapján az alábbi tényállást állapította meg, és azt az alábbiak szerint értékelte.**

A vizsgált adások szerkesztésének, elemeinek közös jellemzői:

A műsorszámok a Médiaszolgáltató tájékoztatása szerint termékmegjelenítést tartalmaztak (az erről szóló figyelmeztetés a vonatkozó szabályoknak megfelelően szerepelt az adásokban).

A műsorszám elején és végén feltüntetett támogatói megnevezések szerint az adásokat az EVA ízesített tonhalak, az Auchan és a Toyota szponzorálta.

A műsorszámok vissza-visszatérő rovata az összességében 9-10 perces, de öt részletben sugárzott főzés volt. Ezt a rovatot tagolták a külső helyszíneken felvett, kozmetikáról, divatról, fogyókúráról, párkapcsolati problémákról folytatott beszélgetések.

Termékek csak a gasztronómiai műsorrészben jelentek meg: EVA tonhalak, Vegeta ételízesítő, Vegeta leveskocka, Lagris rizs és Podravka ajvár volt látható a képernyőn. A műsorvezető és vendége Vegeta feliratú kötenyt viselt.

## **1. Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértése**

Az Mttv. 203. § 68. pontja szerint:

*„Termékmegjelenítés: olyan kereskedelmi közlemény, amely terméket, szolgáltatást, ezek védjegyét vagy ezekre való utalást tartalmaz oly módon, hogy az - fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében - egy műsorszámban vagy felhasználó által létrehozott videóban jelenik meg.”*

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontja értelmében:

*„A termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámoknak meg kell felelniük az alábbi követelményeknek:*

*(...)*

*b) nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételére.”*

### 1.1 A rendelkezés értelmezése

A Médiatanács a vásárlásra való direkt felszólítás mellett azokat a közléseket is közvetlen felhívásnak tekinti, amelyek a klasszikus reklámokra jellemző módon segítik elő adott termék/szolgáltatás értékesítését, azaz például elérhetőség, ár, előnyök, egyedi tulajdonságok megjelölésével népszerűsítik a megjelenített terméket.

A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a 20.K. 29991/2013/7. számú ítéletében – a termékmegjelenítés szabályainak megsértését megállapító médiahatósági döntés felülvizsgálata során – megerősítette, hogy a terméktulajdonságok közlése olyan többletinformációnak tekinthető, amely alkalmas a termék direkt népszerűsítésére.

A 24.K.33.803/2013/4. számú ítéletében kimondta a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság, hogy ha a műsorszám sok információt és tulajdonságot közöl a termékmegjelenítés tárgyáról, az a reklám fogalmába tartozó árubemutatásként értékelhető.

A Fővárosi Törvényszék a 3.Kf.650.033/2014/4. számú ítéletében kifejtette: *„A termékmegjelenítés és a reklám is a kereskedelmi közlemény egy-egy formája, a kettőjük közötti határvonal különösen a népszerűsítés módjában, formájában, mértékében ragadható meg. A termékmegjelenítés reklámhatású nem lehet, azaz nem tartalmazhat a termékkel kapcsolatos üzleti magatartásra való felhívást, nem mozdíthatja elő a vásárlási, igénybevételi szándékot. A jogsértés megítélése során mindig a műsorszám egészéből, az elhangzott állításokból, illetve azok szövegkörnyezetéből kell kiindulni (...). Azt kell értékelni, hogy a nézők mint potenciális fogyasztók kaptak-e semleges információ látszatát keltve ténylegesen reklámtartalmú információt.”*

### 1.2 A vizsgált műsorszámok értékelése

A Médiatanács megállapította, hogy valamennyi vizsgált adásban direkt rekláminformációk hangzottak el, elsősorban a közös ételkészítést megelőző bevásárlások során, a Vegeta fűszerekkel kapcsolatban. A Vegeta ételízesítőket kiemelten, közeli képeken mutatta a kamera, a szereplők pedig rendszerint elmondták, hogy azokat a kiváló minőségük (például adalékanyag-mentesség, csak természetes összetevők) miatt választják. A Vegeta termékekkel kapcsolatos dicsérő jelzők helyenként a főzés során is elhangzottak.

Az **április 6-ai adásban** a szereplők tonhalkrémet készítettek; 11:28-tól a műsorvezető bevásárlását mutatta a kamera: *„Akkor kell nekem ételízesítő. Jó. Az ételízesítő bármikor jól jöhet! Gluténmentes”*.

Eközben közeli képeken volt látható, hogy a szereplő a Vegeta natúr fűszerkeveréket vette le a polcról.



A meghívott partner is Vegeta ételízesítőt vásárolt 12:28:14-től. Vásárlását a következő információkkal egészítette ki: „Mondjuk a salátába, zöldségkeverék, ez jó lesz! Nincs benne tartósítószer, nagyon egészséges, finom, tisztán tartja a fogakat.” Majd a polcok között haladva egy Vegeta natúr erőleves kockát vett le a következő szavakkal: „Olívaolajjal erőleves kocka. Ez az, ami nekünk kell! Mesterséges színezék és aromák nélkül, na, még nátrium-glutamátot sem tartalmaz!”

A terméket mindkét esetben közeli képen láthatta a közönség, azaz a nézők számára az adásból egyértelműen kiderült, hogy mely termékekre vonatkoznak az információk.



**Az április 13-án sugárzott műsorzámban** a szereplők ismét tonhalas ételt készítettek, amihez többféle Vegeta ételízesítőt használtak.

A meghívott partner a minőségi alapanyagokról ejtett szót, amikor a műsorvezető 11:41:45-től így folytatta a beszélgetést: „Igen, egyébként jó, hogy mondod, mert a minőség kiválasztása az tényleg fontos. Én ragaszkodnék ahhoz, hogy gluténmentest válasszunk és olyat, amiben nincs ízfokozó és tartósítószer, jó?” A vendég válasza: „Mindenképpen, ne legyen benne semmilyen adalékanyag! Ez a legjobb talán!” A beszélgetés közben közeli képen mutatta a kamera a Vegeta natúr ételízesítőt.



Tovább haladva Vegeta aranybarna fűszerkeveréket választottak sült csirkéhez, a következő kommentár kíséretében: „(...) még ami kell, a csirkéhez fűszerkeverék (...) ha már mondtad az előbb az ízfokozó menteset, akkor maradjunk annál, és szerintem ez az aranybarna sült csirke, ez lesz a legjobb hozzá. Maradjunk ugyanúgy az adalékmentes dolgoknál!”

A nézők ebben az esetben is közelről láthatták a kiválasztott terméket, a következő módon:



**Április 20-án** ugyancsak Vegeta fűszereket használtak a szereplők az étel elkészítéséhez, és azokat a következő módon mutatták be: gyorsított felvételeken volt látható a bevásárlás, azonban amikor a műsorvezető és vendége a Vegeta fűszerekhez értek, normál sebességűre váltott a kép, majd közelről mutatták a fűszereket, és elhangzottak az összetevőkre vonatkozó információk.

A műsor rész 12:12:14-től volt látható: „Kell egyszer ételízesítő, de olyat válasszunk, amiben nincsen ízfokozó, meg hozzáadott mindenféle tartósítószer (...).” A meghívott vendég helyeselt, majd hozzátette: „Így van, sok E betű nem kell valóban!” Ezt követően a műsorvezető levette a polcra a Vegeta fűszerkeveréket: „Nézd, mázlink volt! Van itt csirkefűszer! (...) nyugodj meg, hogy ha a kalóriák miatt aggódsz, vagy a tartósítószer miatt, ebben sincs!”



Az **április 27-én** sugárzott műsorban is elhangzott a Vegeta natúr fűszerkeverékről, hogy csak természetes összetevőket tartalmaz. A műsor vendége a természetes táplálékok fontosságáról beszélt: *„Ugye, azt mondtam neked, hogy olajat sem használunk, a növényi táplálkozásban fontos, hogy finomított külső forrásba ne vigyünk be olajokat, hanem fedezzük mindezt természetes alapanyagból.”* Az elhangzottak alatt a műsorvezető Vegeta fűszerrel ízesítette a főzővizet. A termék tasakját eközben 6 másodpercen keresztül (12:11:50-54 és 12:11:58-12:00) közeli képen mutatta a kamera, majd a műsorvezető a vendégéhez fordult: *„De természetes alapút raktam bele!”*



A termék megjelenítés a kereskedelmi közlemény egy fajtája. A Médiaszolgáltató nyilatkozatával egyezően a termék megjelenítés célja, hogy az adott termék vagy szolgáltatás megjelenjen a műsorszámban, és ezzel ismertté váljon a nézők előtt. A műsor tehát úgy népszerűsíti az adott terméket, hogy használja azt. A termék megjelenítés akkor jogszerű, ha a termék, illetve a szolgáltatás dramaturgiai illeszkedik a műsorszámba, annak része, szervesen kapcsolódik a tartalmához. Fontos kritérium továbbá, hogy bár a termék megjelenítés is a népszerűsítés eszköze, közvetlenül nem hívhat fel vásárlásra vagy szolgáltatás igénybevételére. A közvetlen népszerűsítés a reklámok eleme.

A Fővárosi Törvényszék fentebb, a jogszabályhely értelmezésénél idézett 3.Kf.650.033/2014/4. számú ítélete szerint a jogsértés megítélése során az elhangzott állításokat összességében, a képi- és hanghatásokkal együttesen kell vizsgálni.

A Médiatanács rekláminformációnak tekintette a fentebb szó szerint idézett közléseket, a különböző Vegeta termékekkel (leveskocka, fűszerkeverékek) kapcsolatban elhangzottakat. A bevásárlás során olyan sok információt, terméktulajdonságot (pl. összetevők, előnyök) közöltek a szereplők, ami már reklámszerű árubemutatóként volt értékelhető.



A Médiaszolgáltató úgy nyilatkozott, hogy e konkrétumok az érthetőség és a téma (egészséges konyha), az üzenet átadása érdekében elengedhetetlenek voltak, ugyanakkor az egyes termékek megjelenítése nem volt „*túldimenzionált*”.

Ezzel szemben megállapította a Médiatanács, hogy az alapinformációhoz, az ételkészítéshez képest kifejezetten eltúlzottak voltak a terméktulajdonságokat, így egyes termékek összetevőinek (például ízfokozómentes, tartósítószer-mentes, gluténmentes) részletes felsorolását tartalmazó beszélgetések. Egy átlagos televíziónéző számára is egyértelművé válhatott, hogy a bevásárlás és a főzés közbeni kötetlennek szánt beszélgetés során olyan információk hangzottak el, amelyek valódi célja a képeken erőteljesen kiemelt termékek értékesítésének előmozdítása (direkt reklámozása) volt.

A Médiaszolgáltató utalt a Médiatanács termék megjelenítés szabályait értelmező ajánlására (a továbbiakban: Ajánlás), amely szerint tematikus műsorszámok esetében a műsorszám tartalmához illeszkedően megjelenített, bemutatott termékek megengedett termék megjelenítésnek minősülnek.

Ezzel kapcsolatban hangsúlyozza a Médiatanács, hogy az Ajánlás a tematikus műsorszámok közül kifejezetten kiemeli az autóműsorokat. E körben tehát olyan műsorszámokról van szó, amelyek több gyártó, forgalmazó, szolgáltató ugyanazon termékét (pl.: autókat, pénzüpiaci szolgáltatásokat stb.) mutatják be, illetve hasonlítják össze. Ilyen adásokban e műfaj jellegéből adódóan elhangozhatnak terméktulajdonságok. Egy szolgáltató magazinműsor gasztronómiai része nem indokolja egy élelmiszer-termékcsalád több termékének részletes bemutatását.

A Médiatanács megállapította, hogy a Vegeta fűszerek vonatkozásában elhangzott rekláminformációkkal a Médiaszolgáltató valamennyi vizsgált adás közzétételekor – összesen négy alkalommal – megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontját.

## **2. Az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjának megsértése**

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontja értelmében:

*„A termék megjelenítést tartalmazó műsorszámoknak meg kell felelniük az alábbi követelményeknek:*

*(...)*

*c) nem adhatnak a műsor tartalmából egyébként nem következő, indokolatlan hangsúlyt a megjelenített terméknek.”*

### **2.1 A rendelkezés értelmezése**

A termék megjelenítést tartalmazó műsorszámokban a termékek nem a szerkesztett tartalomtól elkülönítve jelennek meg, hanem beépülnek a műsorszámba (a produkció a terméket a közönség számára is jól észlelhető módon használja), azonban – az idézett rendelkezés alapján – a termék/védjegy megjelenítése nem lehet a műsor tartalmából nem következően, indokolatlanul hangsúlyos.

A termék indokolatlanul hangsúlyos megjelenítésének megállapítása során a műsorszám tartalmát, jellegét kell vizsgálni. Indokolatlanul hangsúlyos a termék megjelenítés abban az esetben, ha az áru/szolgáltatás/védjegy vagy ezekre való utalás dramaturgiailag nem a cselekménysorba illeszkedően jelenik meg. A Médiatanács e körben azt mérlegeli, hogy a műsorszám alapinformációjához, témájához képest szerkesztőileg indokolt módon és mértékben szerepelt-e a termék/szolgáltatás/védjegy a programban.

A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a 24.K.33.803/2013/4. számú ítéletében döntő jelentőségűnek ítélte a termék indokolatlanul hangsúlyos bemutatásának megállapításakor, ha a kamera több alkalommal, indokolatlanul ráközelít az adásban szereplő termékekre. Ugyancsak indokolatlanul hangsúlyosnak ítélte a bíróság, hogy amikor a kamera a konyhapulthoz közelített, először voltak láthatók a termékek, és csak ezt követően maga az étel, ami az összeállítás témája lett volna.

## 2.2 A vizsgált műsorszámok értékelése

A Médiatanács a Médiaszolgáltató nyilatkozatával egyezően állapította meg, hogy a termékek indokoltan, a tematikához illeszkedően szerepeltek a műsorban. Ezt a Médiatanács az eljárás megindításáról értesítő végzésben sem vitatta.

A fűszerek, konzervek főzőműsorban való szereplése indokolt, azonban a vizsgált esetekben a megjelenített termékek akkor is láthatóak voltak, sokszor közeli képeken, amikor azokra dramaturgiai szempontból nem volt szükség. A Médiaszolgáltató nyilatkozatával ellentétben a vizuális megjelenítés meghaladta az életszerűség mértékét.

A bevásárlást például gyorsított képeken, de a Vegeta, vagy más Podravka termék (Lagris rizs, Ajvár) kosárba helyezését normál sebességű, közeli képen mutatták a műsorkészítők.

A 2019. április 13-ai, 20-ai és 27-ei adásokban a következők szerepeltek:



A bevásárlás és a főzés között minden adásban néhány másodpercig csak a konyhapultron kirakatszerűen elrendezett, főzéshez kiválasztott termékeket pásztázta a kamera.



A termékek a főzés során úgy voltak elhelyezve, hogy amikor szemből mutatta a kamera a konyhapultot, csak a termékek látszódtak, a főzés folyamata nem.

Egyes termékek a főzés során is közeli képeken voltak láthatók.

A szereplők Vegeta feliratos kötényt viseltek, így a márkajelzés, többször közeli képen, szinte folyamatosan jelen volt az adásokban.



Összességében a termékek, márkajelzések elhelyezése és láttatása, amint az adások ismertetéséből is kitűnik, nem volt életszerű, illetve dramaturgiai indokolt.

Nem vitatottan a műsorszámok egyik témája egy egészséges étel elkészítése volt, azonban az ehhez felhasznált egyes alapanyagokat indokolatlan módon helyezte előtérbe a Médiaszolgáltató. A bevásárlásnál – a fenti képek tanúsága szerint – a szóban forgó termékekre ráközelített a kamera, illetve a főzés előtti kirakat-bemutató is azt a célt szolgálta, hogy a termékek szinte folyamatosan képernyőn legyenek, újra és újra bemutatásra kerüljenek. A Podravka termékeinek megjelenítése rendkívül gyakori volt, az összes epizódot végigkísérte.

A Médiatanács mindezek alapján megállapította, hogy a termékek a műsorszámok tartalmából nem következő, indokolatlan hangsúllyal szerepeltek a rovatban; a közzététellel a Médiaszolgáltató megsértette – összesen négy alkalommal – az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontját.

### 3. Az Smtv. 20. § (9) bekezdésének megsértése

Az Smtv. 20. § (9) bekezdése szerint:

*„A médiaszolgáltatásban közzétett támogatott médiatartalom nem ösztönözhet, és nem hívhat fel a támogató vagy az általa meghatározott harmadik személy termékének beszerzésére vagy szolgáltatásának igénybevételére, illetőleg az attól való tartózkodásra.”*

### 3.1 A rendelkezés értelmezése

A rendelkezés a támogató (vagy az általa megjelölt személy) terméke/szolgáltatása megvásárlására/igénybevételére ösztönzést vagy az arra való felhívást tiltja a támogatott műsorszámokban. A szabály tágabb értelemben a szerkesztői függetlenséget védi, valamint – a közönség oldaláról – azt biztosítja, hogy a műsorszámok ne marketingcélből, a támogató megjelenése érdekében készüljenek, hanem elsősorban azért, mert társadalmi, kulturális igényt elégítenek ki.

A bírói értelmezés szerint az Smtv. 20. § (9) bekezdésének megsértése akkor állapítható meg, ha a műsorszámokban direkt utalás történik a támogató termékére, a termék és a támogató közötti közvetlen kapcsolat a műsorszámból a közönség számára egyértelműen kiderül, és a bemutatás vásárlásra ösztönöző hatással bír.

A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 20.K.29991/2013/7. számú ítélete szerint sérti az Smtv. 20. § (9) bekezdését, ha a műsorszámokban a támogató terméke folyamatosan képernyőn van, újból és újból megjelenik, végigkíséri az adást. A bíróság hangsúlyozta, hogy az ösztönző hatás kiváltásához elegendő a figyelemfelkeltés, ami az adott termék gyakori, hangsúlyos bemutatásával önmagában megvalósul.

### 3.2 A vizsgált műsorszámok értékelése

A műsorszámok egyik támogatója az EVA ízesített tonhalkonzerv termékcsalád volt. A Médiatanács megállapította, hogy a 2019. április 6-án, 13-án és 20-án sugárzott adásokban a termékcsalád olyan gyakran és hangsúlyosan volt jelen, hogy az vásárlásra ösztönözhetette a fogyasztókat.

A hangsúlyos képi megjelenítésen túl a műsorszámok szereplői szóban is felhívták a figyelmet a tonhalkonzervekre, például arra, hogy hányféle ízesítésben kapható.

Az április 6-ai adásban a műsorvezető – a konzervek között válogatva – ismertette a választékot 11:28:33-kor: „Igen, citromos, paradicsomos, füstölt. Hú, ez jó lesz!” Közeli képen mutatta a kamera, ahogyan a műsorvezető a termékért nyúlt.



A műsorvezető később, 11:38:00-11:39:20 óra között ismét hangsúlyozta, hogy a támogató terméke füstölt ízesítésben is kapható: „Képzeld el, ezt a tonhalkrémét most füstölt tonhalból készítem! Jó lesz? Szereted?” A vendége megkérdezte: „Egyébként hogy szoktad készíteni?” A műsorvezető elmondta, hogy „egyébként nem füstöltből, csak most annyira kívántam ezt a kis füstös ízt, hogy úgy gondoltam, kipróbálom.” A kóstolásnál a dicsérő szavakra a műsorvezető még megjegyezte, hogy azért lett ilyen finom a tonhalkrém, mert füstölt.

Április 13-án is az EVA tonhalkonzervek közül választottak a szereplők a főzéshez. A műsorvezető ezúttal is felhívta a figyelmet a választásra 11:42:30-kor: „*És akkor a tonhal a következő (...) Akkor biztos nem a citromos?*” Dávid, a vendége: „*Nem, a citromos az nem illik ide!*” Műsorvezető: „*Jó, jó! De biztos nem füstölt?*” Dávid, immár mosolyogva kérte a műsorvezetőt: „*Megy az idő! A paradicsomost, légy szíves! Három lehetőség van (...)*”.

A bevásárlóközpont polcain sorakozó EVA konzerveket közeli képen láthatták a nézők, valamint a főzés előkészítése során is közeli képek kerültek adásba a szóban forgó termékekről.



Az április 20-ai adásban citromos tonhalat választottak a salátához 12:13:09-kor; ekkor is több közeli képet mutattak az EVA tonhalkonzervekről a bevásárló és a főzős műsor részben is.



A Médiatanács – a Médiaszolgáltató nyilatkozatával ellentétben – megállapította, hogy a közölt információk és a bemutatott képek is hangsúlyosak voltak, a bemutatás meghaladta a dramaturgiai indokolt mértéket.

A Médiaszolgáltató kiemelte a nyilatkozatában, hogy a támogatóként is megnevezett termék neve, márkája az adásokban nem hangzott el.

Ezzel kapcsolatban a Médiatanács megállapította, hogy az áruházi polcokon és a munkaasztalon megjelenített termékek – mivel azokról számos alkalommal közeli képet mutatott a kamera – a közönség számára egyértelműen azonosíthatók voltak, függetlenül attól, hogy a márka, illetve a termék neve szóban nem hangzott el.

A műsorszámok a támogatóként megnevezett termék felhasználása köré épültek, e termékek az adások folyamán igen gyakran megjelentek a képernyőn. A márkanev megemlítése nélkül is egyértelműen meg lehetett állapítani, hogy mely termék/termékinlátat bemutatása volt a cél.

A műsorszámok a támogató termékének megvásárlására ösztönözhatték a nézőket, hiszen az ösztönző hatás kiváltásához – a bírói gyakorlat által is megerősített értelmezés szerint – a figyelemfelkeltés is elegendő.

A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi bíróság 3.K.31017/2013/8. számú ítélete szerint: *„A figyelem felkeltése, bizonyos tulajdonságokra való (...) figyelemfelhívás egyértelműen számos gazdasági folyamat (ti. pl. adásvétel) szükségszerű előzménye (...)”*

A Médiatanács megállapította, hogy vásárlásra ösztönző hatású lehetett a vizsgált esetekben a bemutatás terjedelme és intenzitása, valamint az is, hogy a vizuális megjelenítésen túl a műsorszámok olyan plusz információkat is közvetítettek a támogató termékével kapcsolatban (pl. választék), amelyek egyértelműen fokozhatták az áru iránti érdeklődést.

A Médiaszolgáltató szerint az EVA tonhalak ábrázolását nem a támogatással összefüggésben kell vizsgálni, mert ezek a termékek termékmegjelenítés céljából szerepeltek a műsorszámokban.

Ahogy a Médiatanács fentebb megállapította, a Médiaszolgáltató támogatóként tüntette fel a termékcsaládot, ezt a nyilatkozatának egy másik részében maga is elismerte. A támogatott médiatartalommal való támogatói megjelenés határait rögzítő szabály nem a direkt felhívást, hanem az ösztönzést és felhívást tiltja, és jelen esetben – a tonhalkonzervek megjelenése tekintetében – ezt a szabályt kellett alkalmazni. E termékekkel kapcsolatban közvetlen felhívás, direkt rekláminformáció nem hangzott el, de a bemutatás vásárlásra ösztönzést megvalósított.

A Médiaszolgáltató értelmezése szerint a termékmegjelenítés és a támogatás szabályainak megsértése nem állapítható meg ugyanazon megjelenítés/műsorszám vonatkozásában, mert az a kétszeres értékelés tilalmába ütközne.

A Médiatanács álláspontja szerint a hatályos törvényi rendelkezések értelmében nem kizárt a kereskedelmi közlemény e két fajtájának – a termékmegjelenítésnek és a támogatásnak – együttes alkalmazása ugyanazon műsorszám vonatkozásában, ekkor azonban mind a termékmegjelenítés, mind a támogatás szabályait – egymástól függetlenül – alkalmazni kell.

Ezt az értelmezést erősítette meg a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 3.K.31017/2013/8. számú ítélete, amely szerint: *„... az adott műsorszám sugárzása során az összes vonatkozó jogszabályi rendelkezésnek eleget kell tenni, vagyis jogszerűen*

*lehetséges és szükséges a kereskedelmi termékmegjelenítésre, illetve a támogatásra vonatkozó szabályok együttes alkalmazása”.*

A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 20.K.29991/2013/7. számú ítélete ugyancsak kimondta: *„... a termékmegjelenítésre és a támogatásra vonatkozó szabályok megsértésének egyidejű megállapítását a hatályos törvényi rendelkezések nem zárják ki.”*

A Médiatanács hangsúlyozza, hogy nem ugyanazzal a termékkel kapcsolatban állapította meg az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának, valamint az Smtv. 20. § (9) bekezdésének megsértését, így nem valósított meg kétszeres értékelést. Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértése körében a különböző Vegeta fűszerek megjelenítését, illetve a megjelenítést kísérő információkat ítélte jogsértőnek, míg az Smtv. 20. § (9) bekezdés megsértését az EVA tonhalkonzervek vásárlásra ösztönző szerepeltetése miatt állapította meg.

A Médiatanács álláspontja szerint ugyanis – egyazon műsorszám esetében – az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt támogatói szabály mellett kizárólag akkor vizsgálható az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának érvényesülése is, ha a támogatással és a termékmegjelenítéssel érintett áru/szolgáltatás nem azonos.

Az Smtv. 20. § (9) bekezdés érvényesülésének vizsgálatakor a Médiatanács azt mérlegeli – az esetleges termékmegjelenítéstől függetlenül –, hogy a támogató (vagy az általa meghatározott harmadik személy) terméke/szolgáltatása – jelen esetben a tonhal-konzervek – tekintetében megvalósult-e vásárlásra/igénybevételre ösztönzés, felhívás.

A Médiatanács megállapította, hogy ilyen hatás kiváltására a megjelenítés alkalmas volt.

A Médiatanács mindezek alapján megállapította, hogy a 2019. április 6-án, 13-án és 20-án sugárzott Az igazi nő című műsorszámok közzétételkor a Médiaszolgáltató megsértette – három alkalommal – az Smtv. 20. § (9) bekezdését.

### **A Médiatanács a jogsértések miatt alkalmazott jogkövetkezmény megállapítása során az alábbiakat vette figyelembe:**

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) bekezdése szerint (első mondat):

*„Az (1)-(3) bekezdés alkalmazásában ismételtségnek tekintendő, ha a jogsértő a jogerős hatósági határozatban megállapított jogsértő magatartást ugyanazon jogalapon és jogszabályhely tekintetében, ugyanazon tárgykörben, háromszázhatvanöt napon belül ismételten megvalósítja, ide nem értve a csekély súlyú törvénysértéseket.”*

A Médiatanács jelen határozat meghozataláig a következő határozataiban állapította meg a Médiaszolgáltatóval szemben az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértését:



Határozat száma	Jogsértés időpontja	Jogkövetkezmény
972/2012. (V. 23.)	2012. február 19.	Mttv. 186. § (1)
507/2016. (V. 3)	2015. december 12.	Mttv. 187. § (3) – 50 000 Ft (1 alkalom)
1036/2016. (VIII. 30.)	2016. április 7. és 8.	Mttv. 187. § (3) – 150 000 Ft (2 alkalom)
28/2017. (I. 10.)	2016. május 5., 6. és 12., 13.	Mttv. 187. § (3) – 400 000 Ft (4 alkalom)
103/2018.(II. 6.)	2017. október 21.	Mttv. 187. § (3) – 100 000 Ft (1 alkalom)
1380/2018. (XII. 18.)	2018. szeptember 7.	Mttv. 187. § (3) – 150 000 Ft (1 alkalom)

A Médiatanács jelen határozat meghozataláig a következő határozataiban állapította meg a Médiaszolgáltatóval szemben az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjának megsértését:

Határozat száma	Jogsértés időpontja	Jogkövetkezmény
1043/2011. (VII. 19.)	2011. március 11.	Mttv. 186. § (1)
972/2012. (V. 23.)	2012. február 19.	Mttv. 187. § (3) – 500 000 Ft (1 alkalom)
1036/2016. (VIII. 30.)	2016. április 28., 29.	Mttv. 187. § (3) – 100 000 Ft (2 alkalom)
501/2017. (V.16.)	2016. december 4., 7.	Mttv. 187. § (3) – 150 000 Ft (2 alkalom)
1030/2017. (IX. 25.)	2017 április 22., 27.	Mttv. 187. § (3) – 200 000 Ft (2 alkalom)
1380/2018. (XII. 18.)	2018. szeptember 7.	Mttv. 187. § (3) – 50 000 Ft (1 alkalom)
1007/2019. (VII. 23.)	2019. április 7.	Mttv. 187. § (3) – 75 000 Ft (1 alkalom)

A Médiatanács jelen határozat meghozataláig a következő határozataiban állapította meg a Médiaszolgáltatóval szemben az Smtv. 20. § (9) bekezdésének megsértését:

Határozat száma	Jogsértés időpontja	Jogkövetkezmény
1007/2013. (VI. 12.)	2013. január 3.	Mttv. 186. § (1)
28/2017. (I. 10.)	2016. május 5., 6.	Mttv. 186. § (1)
1030/2017. (IX. 25.)	2017. május 13. és 17.	Mttv. 187. § (3) – 200 000 Ft (4 alkalom)
291/2019. (III. 5.)	2018. november 4.	Mttv. 187. § (3) – 50 000 Ft (1 alkalom)
1007/2019. (VII. 23.)	2019. április 7.	Mttv. 187. § (3) – 75 000 Ft (1 alkalom)

A Médiatanács megállapította, hogy az Mttv. 187. § (4) bekezdése szerinti ismételtség mindhárom jogsértés esetében fennáll: az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontja esetében az 1380/2018. (XII. 18.) számú határozatra (2018. szeptember 7-ei jogsértés), az Mttv. 31. § (1)

bekezdés c) pontja és az Smtv. 20. § (9) bekezdése esetében pedig – a 2019. április 6-ai jogsértés kivételével – az 1007/2019. (VII. 23.) számú határozatra (2019. április 7-ei jogsértés) tekintettel.

A 2019. április 6-ai jogsértés esetében az 1007/2019. (VII. 23.) számú határozat nem vehető figyelembe az ismételtség megállapításánál, mert az annak alapjául szolgáló jogsértés az április 6-ai jogsértést (egy nappal) követően történt, azonban az ismételtség e jogsértés tekintetében az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontja esetében az 1380/2018. (XII. 18.), illetve – az Smtv. 20. § (9) bekezdése esetében – a 291/2019. (III. 5.) számú határozatok alapján is megállapítható.

A Médiatanács gyakorlatában az érintett törvényhelyek megsértése a fogyasztói érdekekre tekintettel nem tekinthető csekély súlyúnak. A Médiatanács továbbá azért sem tekinthette csekély súlyúnak a jogsértéseket, mert a Médiaszolgáltató az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontját hetedik alkalommal négy esetben, az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontját nyolcadik alkalommal ugyancsak négy esetben, az Smtv. 20. § (9) bekezdését hatodik alkalommal három esetben sértette meg.

Erre tekintettel az Mttv. 186. § (1) bekezdésében meghatározott felhívás jogkövetkezménye nem volt alkalmazható.

A jogsértések miatti jogkövetkezmény alkalmazásának alapját az Mttv. 185. § (2) bekezdése, a 187. § (2) bekezdése és a (3) bekezdés b) pontja jelenti.

*„185. § (2) A jogkövetkezmény alkalmazása során a Médiatanács és a Hivatal az egyenlő elbánás elvét követve a fokozatosság és az arányosság elvére tekintettel jár el; a jogsértés súlyához, illetve ismétlődéséhez igazodóan alkalmazza a fokozatosság elvét, valamint az eset összes körülményéhez és a jogkövetkezmény által elérni kívánt célhoz képest arányos jogkövetkezményt alkalmaz.*

(...)

*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 érdeksérelemet szenvedett és veszélyeztetett személyek számára, illetve a jogsértéssel okozott kárra, személyiségi jogsérelemre 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,*

*bb) a ba) pont alá nem tartozó médiaszolgáltató jogsértése esetén a bírság összege ötvenmillió forintig terjedhet.”*

A Médiatanács az 1038/2018. (IX. 18.) számú döntésével az Mttv. 70. § (6) bekezdése szerint megállapította, hogy a Médiaszolgáltató jelentős befolyásoló erejű (JBE) médiaszolgáltatói minősége nem változott.

Az **Mttv. 31. § (1) bekezdés b)** pontját legutóbb 2018. szeptember 7-én sértette meg a Médiaszolgáltató, amit a Médiatanács az 1380/2018. (XII. 18.) számú határozatában állapított meg, és – egyszeri jogsértésért – 150 000 Ft bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót. A jogsértés időpontja a jelenlegi négy esetben elkövetett jogsértés időpontját megelőző 365 napon belül történt.

A Médiatanács az ismételtségre tekintettel az 1380/2018. (XII. 18.) számú határozatában megállapított bírság összegét arányosan, 50 000 Ft-tal emelte, és az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának 2019. április 6-án, 13-án, 20-án és 27-én – összesen négy alkalommal – történt megsértése miatt jogsértésenként 200 000 Ft, összesen **800 000 Ft** bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót.

Az **Mttv. 31. § (1) bekezdés c)** pontját legutóbb 2019. április 7-én sértette meg a Médiaszolgáltató, amit a Médiatanács az 1007/2019. (VII. 23.) számú határozatában állapított meg.

Ez a határozat a 2019. április 6-ai jogsértés esetében nem vehető figyelembe előzményként a bírságösszeg megállapításakor, mert az annak alapjául szolgáló jogsértés az április 6-ai jogsértést (egy nappal) követően történt. Az április 6-ai jogsértés esetében az 1380/2018. (XII. 18.) számú határozatot vette alapul a Médiatanács a bírság összegének meghatározásakor, míg a 2019. április 13-ai, 20-ai és 27-ei jogsértések tekintetében pedig az 1007/2019. (VII. 23.) számú médiatanácsi határozatot.

A fentieket figyelembe véve a Médiatanács az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjának 2019. április 6-án történt megsértése miatt – az 1380/2018. (XII. 18.) számú határozatában kiszabott bírságösszeget (50 000 Ft) 25 000 Ft-tal emelve – 75 000 Ft, míg az április 13-án, 20-án és 27-én elkövetett jogsértés miatt az 1007/2019. (VII. 23.) számú határozatában meghatározott bírság összegét (75 000 Ft) 25 000 Ft-tal emelve esetenként (3 alkalom) 100 000 Ft, mindösszesen **375 000 Ft** bírságot szabott ki a Médiaszolgáltatóval szemben.

Az **Smtv. 20. § (9) bekezdését** legutóbb szintén 2019. április 7-én sértette meg a Médiaszolgáltató, amit a Médiatanács az 1007/2019. (VII. 23.) számú határozatában állapított meg.

Az előző pontban tárgyaltakhoz hasonlóan ez a határozat a 2019. április 6-ai jogsértés esetében nem vehető figyelembe előzményként. A bírság összegének meghatározásához e jogsértés tekintetében a 291/2019. (III. 5.) határozatot (2018. november 4-ei jogsértéssel) kellett kiindulópontnak tekinteni.

Az Smtv. 20. § (9) bekezdését három adással, a 2019. április 6-ai, 13-ai és 20-ai műsorszámok közzétételével sértette meg a Médiaszolgáltató.

A fentieket figyelembe véve a Médiatanács az Smtv. 20. § (9) bekezdésének 2019. április 6-án történt megsértése miatt – a 291/2019. (III. 5.) számú határozatában kiszabott bírságösszeget (50 000 Ft) 25 000 Ft-tal emelve – 75 000 Ft, míg az április 13-án és 20-án elkövetett jogsértés miatt az 1007/2019. (VII. 23.) számú határozatában meghatározott bírság összegét (75 000 Ft) 25 000 Ft-tal emelve esetenként (2 alkalom) 100 000 Ft, összesen **275 000 Ft** bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót.

A kiszabott bírság teljes összege 1 450 000 Ft, ami a kiszabható legmagasabb bírság (200 millió Ft) 0,725%-a.

Az Mttv. 187. § (2) bekezdésében felsorolt mérlegelési szempontok közül a Médiatanács a jogsértés súlyát és ismételtségét vette figyelembe.

Az Mttv. 187. § (2) bekezdés szerinti további mérlegelési szempontok, jelen jogsértések vonatkozásában nem voltak értékelhetők.

Az eljárás során az Ákr. 124. §-a szerinti eljárási költség nem merült fel.

A jelen határozatban kiszabott bírság az Mttv. 134. § (13) bekezdése értelmében adók módjára behajtandó köztartozásnak minősül. Az adózás rendjéről szóló 2017. évi CL. törvény (a továbbiakban: **Art.**) 206. § (1) bekezdése alapján az adó késedelmes megfizetése esetén az esedékesség napját követő naptól, mint kezdőnaptól, késedelmi pótlékot kell fizetni. Az Art. 209. § (1) bekezdésében foglaltak alapján a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a késedelem, illetve az esedékesség előtti igénybevétel (felszámítás) időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének háromszázhatvanötöd része.

A jogorvoslatról szóló tájékoztatás az Ákr. 81. § (1) bekezdésén, a közigazgatási per indításának lehetősége az Ákr. 114. § (1) bekezdésén alapul. A közigazgatási per vonatkozásában az Mttv. 163. § (1)-(3) és a 164. § (1)-(2) bekezdései, a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: **Kp.**), a polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény (a továbbiakban **Pp.**) és az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: **E-ügyintézési tv.**) rendelkezései irányadóak. Az Ákr. 143. § (3) bekezdésének c) pontjában foglaltak alapján, ahol jogszabály a hatóság döntésének bírósági felülvizsgálatát említi, azon közigazgatási pert kell érteni.

A keresetlevél benyújtásának szabályait a Kp. 28.§-a, a 29. § (1) bekezdése, a 39. §-a, a 48. § (1) bekezdésének I) pontja, a Pp. 605. § (1) és 608. § (1) bekezdései és az E-ügyintézési tv. 9. § (1) bekezdése, az azonnali jogvédelemre vonatkozó rendelkezéseket a Kp. 50. §-a, a tárgyalás tartására vonatkozó kérelemről szóló tájékoztatást a Kp. 77. § (2) bekezdése tartalmazzák. A bírság megfizetésére és behajtására az Art. szabályai irányadóak.

Budapest, 2019. szeptember 10.

A Médiatanács nevében:  
Dr. Karas Monika  
elnök

Dr. Vass Ágnes  
hitelesítő tag

Kapják:

**1. Személyes adat**