

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának 615/2020. (VI.30.) számú határozata

Ügyiratszám: MN/2392-8/2020.

Ügyintéző: **személyes adat**

Telefonszám: **személyes adat**

E-mail: **személyes adat**

Tárgy: a műsorszámok támogatására vonatkozó törvényi rendelkezés megsértése

Határozat

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: **Hatóság**) Médiatanácsa (a továbbiakban: **Médiatanács**) a **személyes adat** által képviselt M-RTL Zrt.-vel (székhely: 1222 Budapest, Nagytétényi út 29., a továbbiakban: **Médiaszolgáltató**) szemben hivatalból lefolytatott közigazgatási hatósági eljárásban megállapította, hogy a Médiaszolgáltató az RTL Klub állandó megnevezésű csatornán 2019. december 21-én 12:19:09 és 12:53:55 óra között sugárzott „Édesítő” című műsorszám közzétételekor egy alkalommal megsértette azon törvényi rendelkezést, amely szerint a támogatott médiatartalom nem ösztönözhet, és nem hívhat fel a támogató termékének beszerzésére vagy szolgáltatásának igénybevételére, ezért a Médiaszolgáltatót **1.100.000 Ft, azaz egymillió-egyszázezer forint bírsággal sújtja.**

A Médiatanács egyúttal **megtiltja a jogsértő magatartás tanúsítását.**

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 5 százalékponttal növelt mértékének háromszázhatvanötöd része. Az önkéntes teljesítés elmaradása esetén a Médiatanács a Médiaszolgáltatóval szembeni bírságigényét az adóhatóság útján érvényesíti.

A véglegessé vált döntés ellen annak közlésétől számított harminc napon belül a Fővárosi Törvényszékhez (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 a

közigazgatási cselekmény hatályosulására nincs halasztó hatálya, az azonnali jogvédelem a Bíróságtól kérhető. Tárgyalás tartása a Bíróságtól kérhető. A keresetet a Bíróság harminc napon belül bírálja el.

Az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: **E-ügyintézési tv.**) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz. A Bíróság egyszerűsített perben, a tárgyaláson kívüli elbírálás szabályai szerint jár el.

Indokolás

A Kérelmező a Médiatanácshoz 2020. január 7-én, postai úton benyújtott beadványában (a továbbiakban: **kérelem**) a Médiaszolgáltató Kossuth Rádió adóján a 2020. január 5-én 6 órai kezdettel sugárzott „*Vasárnapi Újság*” című műsorszámom belül 7 órától közzétett „*Krónika*” című műsorszámomban 07:02:51-07:03:26 óra között közreadott híradást kifogásolta.

A Médiatanács a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: **Mttv.**) 167. § (1) bekezdése szerinti hatósági ellenőrzés keretében vizsgálta a Médiaszolgáltató RTL Klub állandó megnevezésű médiaszolgáltatásában 2019. december 21-én 12:19:09 és 12:53:55 óra között sugárzott „*Édesítő*” című műsorszámot, amelynek során felmerült a támogatott médiatartalomra vonatkozó törvényi tilalom megsértése.

A Médiatanács megállapította, hogy a fenti műsorszám támogatói a Gledita, a Codecool és a FL Perfect voltak. A műsorszám kezdetekor és a végén a termékmegjelenítésre figyelmeztető felirat szerepelt.

A képernyőn 12:19:09 órakor „*az „Édesítő” támogatója az FL Perfect Kft., az ipari takarítás szakértője*” narráció volt hallható az alábbi állókép megjelenésével egyidejűleg:



A 12:25:13 és 12:28:33 óra között sugárzott műsorsegmenst a műsorvezető, Molnár Andi az FL Perfect Kft. irodájának ajtaja előtt konferálta fel: *”A takarítás sokszor nyűg lehet számunkra, főleg, hogy ha nagy, és nehezen elérhető területekről van szó. De szerencsére ma már profikra is bízhatjuk ezt a feladatot! Erről kérdezem Lacit.”*



A műsorvezetőt Szondi László, a cég ügyvezetője fogadta.

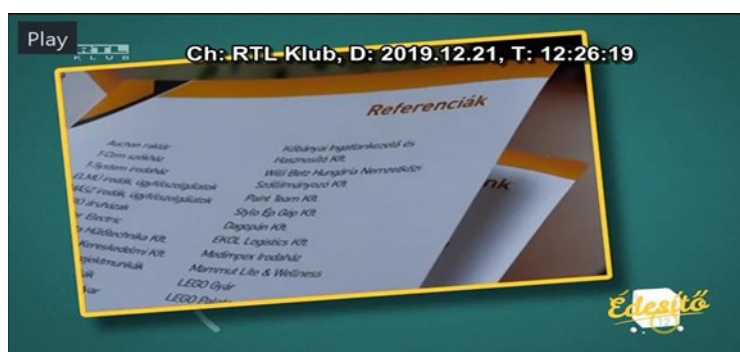


A műsorvezető kérdésére, miszerint *„Mit tanácsolnál azoknak, akik nagyobb területeket szeretnének takarítani?”*, Szondi László elmondta, hogy *„Célszerű olyan ipari takarítócéget választaniuk, amelyik rendelkezik megfelelő tapasztalattal, szakképzettséggel, eszközparkkal, állománnyal, akik mernek is bevállalni ipari jellegű takarítást.”*

A műsorvezető érdeklődésére az ügyvezető kifejtette, hogy mit jelent az ipari takarítás: *„Nagyobb alapterületű létesítményekben, mint például áruházak, szállodák, irodaházak, gyártócsarnokok, illetve ipari jellegű ingatlanok takarítását jelenti, amibe sokszor beletartozik a hó- és síkosítás-mentesítés, illetve kertészeti feladatok ellátása, vagy akár a kültéri homlokzat-takarítás alpin technikát bevonva.”*

Az elhangzottak alatt az FL Perfect Kft. reklám-anyaga (katalógusa) került bemutatásra:





A munkaerőhiánnyal kapcsolatban az ügyvezetőtől az alábbiakat tudhatták meg a nézők: „Az én tapasztalatom az, hogy azok a cégek, akik megfelelő ütemben tudnak váltani a piac változásával, és ki tudják elégíteni a munkavállalók igényeit, illetve tudnak biztosítani megfelelő hátteret, azok át tudják hidalni a munkaerőhiány okozta problémákat.”

A beszélgetés alatt a cég honlapja került bemutatásra:



A műsorvezető további kérdésére, miszerint „*Mi alapján érdemes szakembert választani szerinted?*”, az ügyvezető a következőket fejtette ki: „*Ha ipari takarításról beszélünk, akkor már egy fontos szűrő lehet az, hogy az ajánlatot tevő cég, az ragaszkodik-e a helyszíni bejáráshoz, vagy csak láthatatlanban próbál ajánlatot adni. A helyszíni bejárás nyilván plusz időt és energiát von maga után, de ahhoz, hogy egy komoly árajánlat tudjon készülni, ahhoz ez elengedhetetlen. Érdemes ezen kívül áttekinteni a referencialistát, és bízni abban, ha nagyobb, komoly cégnél minőségi szolgáltatást tudott biztosítani, akkor mi sem fogunk csalódni. Érdemes informálódni a géppark, illetve tisztítószernek a listájáról, bár egy komoly ajánlat ezeket az információkat részletesen tartalmazni fogja.*”

A műsorvezető utolsó kérdésére, mely szerint „*Hol érhető el egy ilyen jellegű szolgáltatás?*”, Szondi László elmondta, hogy „*Az ipari takarítás, mint szolgáltatás, országosan elérhető. A budapesti bázissal rendelkező cégeknek sem okoz gondot az ország minden megyéjében ellátni ezt a fajta szolgáltatást, hiszen kihelyezett szakemberek, területi- és csoportvezetők segítségével gördülékenyen tudja biztosítani a szolgáltatást.*”

A Médiatanács az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: **Ákr.**) 104. § (1) bekezdése alapján az Mttv. 182. § c) pontja szerinti hatáskörében 2020. május 12-én - hivatalból - közigazgatási hatósági eljárást indított a Médiaszolgáltatóval szemben. A Médiatanács az Ákr. 104. § (3) bekezdése alapján a 454/2020. (V.12.) számú, MN/2392-4/2020. ügyiratszámú végzésével (a továbbiakban: **Végzés**) 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, valamint kötelezte, hogy a Végzés közlésétől számított 10 napon belül terjessze elő az ügygel kapcsolatos nyilatkozatát.

Az Mttv. 144. § (1) bekezdése szerint a Médiatanács a hatósági ügyekben az Mttv.-ben foglalt eltérésekkel és kiegészítésekkel az Ákr. szerint jár el.

A Médiaszolgáltató a közigazgatási hatósági eljárás megindításáról értesítő végzést (a továbbiakban: **Végzés**) 2020. május 18-án vette át, nyilatkozata 2020. május 28-án érkezett a Hatósághoz.

A Médiaszolgáltató nyilatkozatában előadta, hogy a műsorszám gyártására **személyes adat** kötött szerződést, ennek megfelelően a gyártó cég állapodhatott meg az „Édesítő” című műsorszám vonatkozásában a támogatásról, illetve a termékmegjelenítésről. Megkeresésére a fentiekben ismertetett cég ugyan nem bocsátott rendelkezésére szerződést, azonban arról tájékoztatta a Médiaszolgáltatót, hogy a FL Perfect Kft.-t támogatóként, illetve termékmegjelenítésként szerepeltette.

A magazinműsor kapcsán előadta, hogy annak alappillére az egészséges és környezettudatos életmód, mely rendszeresen foglalkozik a minket körülvevő természetes és épített környezettel, az életünket megkönnyítő innovatív ötletekkel és megoldásokkal, valamint a szabadidő hasznos és értékes eltöltésével. A műsorszám kiemelt figyelmet fordít Magyarország gazdasági fejlődésének bemutatására is, ennek keretében prosperáló cégeket és projekteket visz közel a nézőkhöz, és teret szentel az ígéretes magyar innovációk, eljárások, tehetséges magyar fejlesztők bemutatásának is. A műsorszám másik célja, hogy elkalauzolja a nézőt a világ olyan tájaira, ahová kevesen jutnak el. Az „Édesítő” jellemzője a természetesség és az életszerűség.

A Médiaszolgáltató idézte a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: **Smtv.**) 20. § (9) bekezdésében és az Mttv. 31. § (1) bekezdésében foglaltakat.

Ezt követően kifejtette, hogy az epizód témája a takarítás volt, különös tekintettel a nagyobb területek tisztítására, amelynek jelentősége egy kialakuló világjárvány kezdetén hangsúlyos szerepet kap.

Előadta továbbá, hogy a műsorvezető és Szondi László, mint a témában jártas szakember között lezajlott beszélgetés több szempontra is felhívta a figyelmet, így a takarítás szezonális jellegére, a felhasznált anyagok minőségére, a munkaerő-gazdálkodás kérdésére, a vegyszerek környezetre gyakorolt hatására, a helyszíni bejárás fontosságára, valamint a géppark megfelelőségére.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint a műsorszegmensben általános információk hangzottak el, azok többletinformációval nem rendelkeztek. A képsorokon szükségszerűen takarítógépek kerültek megjelenítésre. A katalógus fedőlapján kizárólag az elhangzott munkafázisok voltak láthatóak illusztráció céljából, amelyek valamennyi, hasonló profilú takarítócég szolgáltatásaival esnek egybe.

A Végzésben kifogásolt rendezett irodabelső, és a maszkos munkaruhában végzett fertőtlenítés folyamatának megjelenítésével kapcsolatban akként nyilatkozott, hogy azok az illusztráción túl nem eredményezhették a támogató szolgáltatásának igénybevételére történő ösztönzést vagy felhívást, tekintettel arra, hogy a takarítás és a fertőtlenítés valamennyi, hasonló profilú cég szolgáltatásaiként is megjelenhetnek.

A Végzésben foglalt azon állítással kapcsolatban, miszerint a beszélgetés alatt a cég honlapja került bemutatásra, a Médiaszolgáltató hivatkozott arra, hogy a Végzés 5. oldalán mindössze egy nyitott laptop és egy őszi falevelekkel teli ereszcsonna volt látható, amely objektíve kizárja az ösztönzés vagy felhívás megvalósulását.

A Médiaszolgáltató nyilatkozata szerint az FL Perfect Kft. megjelenése termékmegjelenítés keretében történt, ezért a médiatartalmat az Mttv. 31. §-a alapján lehet és kell vizsgálni. Ez alapján a közzétettek nem hívtak fel közvetlenül szolgáltatás igénybevételére, és nem adtak indokolatlan hangsúlyt a megjelenített termékeknek.

Televíziós műfajról lévén szó, az elhangzottakat képekkel kísérfni, vizuálisan is megjeleníteni, illusztrálni kell, ezért a műsorszegmens szükségképpen jelenített meg takarítóeszközöket és takarítandó tereket, hiszen a riport témája a nagyobb területek takarítása volt. A termék megjelenítés kapcsán csupán a műsorszám témájához kapcsolódó bemutatásokra került sor, amely indokoltan és életszerűen igazodott a műsorszegmens témájához.

A Médiaszolgáltató értelmezése szerint az Smtv. 20. § (9) bekezdése vonatkozásában kizárólag az kifogásolható, ha műsorszámban explicit utalás történik az ahhoz kapcsolódóan megnevezett támogató vállalkozás termékére, szolgáltatására, és ennek révén a médiatartalom a termék megvásárlására vagy a szolgáltatás igénybevételére ösztönöz.

Véleménye szerint a beszélgetés és a támogató vége főcímben való megjelenése közötti, több mint 6 perc időintervallum objektíve sem eredményezhet közvetlen kapcsolatot, egyértelmű összefüggést, különös tekintettel arra, hogy a műsorszám harmadik témaként megjelenő műsorszegmenst két, témáját tekintve teljesen eltérő összeállítás előzte meg. Ekként nem csak az időtényező, hanem a témaválasztás is objektíve kizárja az összekapcsolás kialakulását.

A támogatói megjelenítésben a cég logója mindössze a műsorszám főcíme előtt egy fehér díszlet-elemben jelent meg. A műsorszám, 6 perccel később pedig termék megjelenítésként a cégnév került megjelenítésre a szakértő névzertjében és az iroda ajtaján, valamint egy alkalommal teljes egészében, négy alkalommal pedig részben tűnt fel az FL Perfect márkajelzés.

A nyilatkozatban foglaltak szerint egy alkalommal sem hangzott el olyan információ, amely a nézőket a támogató cég szolgáltatásai felé irányította volna, ugyanis az a hasonló profilú cégek működéséről nyújtott tájékoztatást. A műsorszegmens nem közölt preferenciákat, nem mutatott be olyan szolgáltatásokat, amelyeket csak az FL Perfect Kft. tud nyújtani. Ehhez kapcsolódóan megjegyezte, hogy a referenciákat felsoroló képen a támogató semmilyen formában nem jelent meg.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint a műsorszám, nem történt utalás arra, hogy a megjelenített termék/szolgáltatás a támogatóhoz kapcsolódik, valamint a támogatói üzenetben sem hívták fel a nézők figyelmét a későbbi termék megjelenítésre. A támogatói üzenet véleménye szerint objektív tényközlés volt, a termék megjelenítés pedig tárgyilagos megjelenítése volt a márkának. A szolgáltatás igénybevételére történő felszólítás nem hangzott el, ilyet a Végzés sem tartalmaz.

A Médiaszolgáltató hivatkozott továbbá a Médiatanács Ajánlására¹, amely szerint a médiaigazgatásra vonatkozó szabályok a kereskedelmi közleményekre és a műsorszámok támogatásra vonatkozó rendelkezései alapján nem zárható ki a termék megjelenítés és a műsorszám támogatójának feltüntetése egyazon műsorszám kapcsán, amennyiben az nem eredményezi a szerkesztői függetlenség csorbítását. A támogatás és a termék megjelenítés közötti különbségtétel döntő szempontja az, hogy termék megjelenítés esetén a termékre való utalás beépül a műsorszám, ezzel szemben a támogatóra való utalást meg lehet jeleníteni a műsorszám közben, de ez nem képezi a cselekmény részét.

Mind a törvényi rendelkezésből, valamint az Ajánlásban szereplő jogalkalmazói körülírásból egyértelműen következik, hogy a két jogintézmény együttes alkalmazása ugyanazon termék vonatkozásában nem kizárt. A Médiaszolgáltató véleménye szerint a médiahatóság nem teremthet olyan joggyakorlatot, amely elméleti síkon engedi, megvalósítása kapcsán pedig kizárja a támogatás

¹ A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának ajánlása a termék megjelenítés szabályainak alkalmazásáról

és a termék megjelenítés azonos műsorszámhoz történő kapcsolódását, együttes szereplésük szűk értelmezése álláspontja szerint jogbizonytalanságot teremt.

A műsorszám megtekintése alapján egyértelmű, hogy a termék megjelenítést tartalmazó műsorszám tartalma nem került befolyásolásra, a médiaszolgáltató szerkesztői függetlensége csorbát nem szenvedett, a szerkesztői tartalom nem torzult.

A fent előadott részletes indokok alapján tehát a Médiaszolgáltató álláspontja az, hogy az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglaltak sérelme nem valósult meg, hiszen a műsorszám témájához kapcsolódóan a támogató szolgáltatása termék megjelenítésként életszerű módon a beszélgetés illusztrációjaként került bemutatásra. A támogatott médiatartalom nem ösztönzött, és nem hívott fel a támogató termékének a megvásárlására.

Sem a közölt információk, sem a bemutatott képek nem voltak hangsúlyosak, a megszólaló szakértő általánosságban beszélt és sosem nevezte meg a támogató márkáját. A műsor szegmensben a szolgáltatás igénybevételére történő ösztönzés vagy felhívás nem hangzott el, a műsor csupán információval látta el a nézőket.

Véleménye szerint a kifogásolt műsorszám mindenben megfelelt az Mttv. és az Smtv. szabályainak, valamint a Médiatanács vonatkozó Ajánlásában foglaltaknak. Életszerű mindennapi információkról általánosságban említést tenni, illetőleg televízióról lévén szó, a szöveget képekkel kísélni, az elmondottakat vizuálisan is megjeleníteni, illusztrálni. Azonban hangsúlyozandó, hogy márkanév a beszélgetés során jellemzően említésre nem került a műsorszámokban, a támogató márkajelzése mindösszesen vágóképként - néhány másodpercre - jelent meg egy-egy alkalommal, nem elnyújtva, illetve túlzott hangsúlyt nélkülözve.

A fentiekben részletesen kifejtett indokok alapján kérte a Médiatanácstól, hogy az érintett műsorszám kapcsán indított közigazgatási hatósági eljárásban hozzon érdemi döntést, és állapítsa meg, hogy a Médiaszolgáltató törvénysértést nem követett el.

Amennyiben a hatósági eljárás a fentiek ellenére mégis jogsértést tár fel a műsorszámmal kapcsolatban, úgy kérte, hogy a Médiatanács tekintszen el bármilyen súlyosabb szankció, így különösen a bírság alkalmazásától a részletezett okokra, körülményekre és arra különös tekintettel, hogy a Médiaszolgáltató működését jogkövető magatartás jellemzi.

A Médiatanács a rendelkezésre álló adatok, különösen a vizsgálati jelentés megállapításai, a műsorszám megtekintése és a Médiaszolgáltató nyilatkozata alapján az alábbi tényállást állapította meg, és azt az alábbiak szerint értékelte:

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.”

A rendelkezés a támogató (vagy az általa megjelölt személy) terméke/szolgáltatása megvásárlására/igénybevételére történő 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 legfőképpen azért, mert társadalmi, kulturális igényt elégítenek ki.

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

vásárlásra ösztönző hatással bír. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a 20.K.29991/2013/7. számú ítéletében hangsúlyozta, hogy az ösztönző hatás kiváltásához elegendő a figyelemfelkeltés ténye, amit a bemutatás terjedelme és intenzitása kiválthat.

Az Smtv. 20. § (9) bekezdés érvényesülésének vizsgálata során a Médiatanácsnak azt kellett mérlegelnie, hogy a támogatott médiatartalom ösztönözte vagy felhívta-e a közönséget a támogató szolgáltatásainak igénybevételére.

A fenti műsorszegmensben a támogató cég képviselője egyértelműen beazonosítható módon a cég szolgáltatásait mutatta be, felhívta a figyelmet azok pozitív tulajdonságaira és ösztönözte azok igénybevételére. A műsorrészben a nézők valójában a műsorvezető közreműködésével egy reklámriportot láthattak. A Médiatanács ezért megállapította, hogy az összeállítás a jogalkotó által tilalmazott magatartást tartalmazta, miszerint a médiaszolgáltatásban közzétett, támogatott médiatartalom nem ösztönözhet a támogató vagy az általa meghatározott harmadik személy termékének beszerzésére, szolgáltatások igénybevételére.

A Médiaszolgáltató azon nyilatkozatában foglaltakkal kapcsolatban, mely szerint a műsorvezető és Szondi László, mint a témában jártas szakember között lezajlott beszélgetés több szempontra is felhívta a figyelmet, a Médiatanács előjáróban rögzíti, hogy a műsorszegmensben nem egy, a témában jártas szakember, hanem a támogató FL Perfect Kft. ügyvezetője szerepelt, valamint a takarítással kapcsolatos szempontok ismertetése körében a támogató cég által nyújtott szolgáltatások kerültek bemutatásra. A cégnév, az ügyvezető, valamint a cég katalógusának és honlapjának megjelenése közben az ipari takarítással foglalkozó cégek közötti választás szempontjai („*Célszerű olyan ipari takarítócéget választaniuk, amelyik rendelkezik megfelelő tapasztalattal, szakképzettséggel, eszközparkkal, állománnyal*”, „*áruházak, szállodák, irodaházak, gyártócsarnokok, illetve ipari jellegű ingatlanok takarítását jelenti, amibe sokszor beletartozik a hó- és síkosításmentesítés, illetve kertészeti feladatok ellátása, vagy akár a kültéri homlokzat-takarítás alpin technikát bevonva*”, „*már egy fontos szűrő lehet az, hogy az ajánlatot tevő cég, az ragaszkodik-e a helyszíni bejáráshoz, vagy csak látatlanban próbál ajánlatot adni. A helyszíni bejárás nyilván plusz időt és energiát von maga után, de ahhoz, hogy egy komoly árajánlat tudjon készülni, ahhoz ez elengedhetetlen*”), valamint a cég szolgáltatásainak elérhetősége („*Az ipari takarítás, mint szolgáltatás, országosan elérhető*”) kerültek előtérbe.

A médiaszolgáltatói nyilatkozat szerint a nagyobb területek tisztítása egy világméretű kezdetén különösen hangsúlyos szerepet kap. A Médiatanács e körben megjegyzi, hogy az érintett műsorszám 2019. december 21-én került sugárzásra, továbbá, hogy ezen hivatkozás sem szolgálhat jogszerű alapul egy gazdasági vállalkozás kereskedelmi célzatú, reklámértékű bemutatására.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint a műsorszegmensben általános információk hangzottak el, a képsorokon szükségszerűen takarítógépek kerültek megjelenítésre.

A Médiatanács e körben rögzíti, hogy a műsorszegmens valóban az ipari takarítással kapcsolatban adott tájékoztatást, és bár az összeállításban a cég neve konkrétan nem hangzott el, az FL Perfect Kft. egyértelműen beazonosítható volt. A fentieket támasztja alá az, hogy a műsorszegmens az ügyvezető irodahelyiségében készült, az ügyvezető névintertje tartalmazta a cég és az ügyvezető nevét (Szondi László, FL Perfect) valamint a cég katalógusa és honlapja - a cégnév képeken történő megjelenítésével - beazonosítható módon a későbbiekben ismertetett időpontokban bemutatásra került.

A Médiaszolgáltató hivatkozott arra, hogy a támogatói megjelenítésben a cég logója mindössze a műsorszám főcíme előtt egy fehér díszlet-elemben jelent meg. A Médiatanács e körben hangsúlyozza,

hogy a támogatói üzenetben a logó megjelenésén kívül „*az „Édesítő” támogatója az FL Perfect Kft., az ipari takarítás szakértője*” narráció is hallható volt.

A Médiatanács a márkajelzés megjelenítése kapcsán rögzíti, hogy a Médiaszolgáltató által hivatkozott képek (nyitott laptop és az őszi falevelekkel teli ereszcsonna) mindössze kiragadott képernyőfelvételek, a Médiatanács sem önmagában egy-egy képre alapozza az ösztönző hatás megvalósulását. A Médiatanács rámutat arra, hogy a jelen határozatban szereplő képkockák egy 17 másodperces képsor (12:27:05-12:27:22) elemei voltak, melynek során a műsorvezető és riportalánya beazonosíthatóan a cég honlapját (hiszen a támogató neve többször olvasható volt) tanulmányozták egy laptopon.

A Médiatanács megállapította, hogy a műsorszegmensben a takarítószolgáltatásokat (ipari takarítás) bemutató képsorok összességükben, a támogató cég szolgáltatásainak pozitívumait kiemelő narrációval együttesen voltak alkalmasak arra, hogy a támogató cég a nézők számára kétséget kizáró módon azonosítható legyen és a szolgáltatásainak igénybevételére ösztönözzön.

A Médiaszolgáltató nyilatkozatának azon részével szemben, mely szerint az ipari takarítás folyamatának megjelenítése az illusztráción túl nem eredményezhette a támogató szolgáltatásának igénybevételére történő ösztönzést vagy felhívást, a Médiatanács megállapította, hogy a riport célja az volt, hogy részletes információt nyújtson a cég szolgáltatásairól, felhívja a figyelmet azok pozitív tulajdonságaira és ösztönözzön az igénybevételükre.

A műsorszámban a Médiaszolgáltató álláspontjától eltérően nem csak általános információk hangzottak el, hanem a támogató cég szolgáltatásai kerültek bemutatásra a következők szerint:

A műsorvezető az FL Perfect Kft. irodájának ajtaja előtt, az ajtón a cégnévre mutatva (12:25:20) vezette fel a műsorszegmenst: *„A takarítás sokszor nyűg lehet számunkra, főleg, hogy ha nagy, és nehezen elérhető területekről van szó. De szerencsére ma már profikra is bízhatjuk ezt a feladatot! Erről kérdezem Lacit.”*

A támogató cég ügyvezetőjének neve és a cégnév megjelenése (12:25:29) alatt a műsorvezető azon kérdésére, miszerint *„Mit tanácsolnál azoknak, akik nagyobb területeket szeretnének takarítani?”*, az ügyvezető részéről a következők hangzottak el: *„Célszerű olyan ipari takarítócéget választaniuk, amelyik rendelkezik megfelelő tapasztalattal, szakképzettséggel, eszközparkkal, állománnyal, akik mernek is bevállalni ipari jellegű takarítást.”* Közvetlenül az elhangzottakat követően a képernyőn közeli képen feltűnt egy termékkatalógus, rajta a támogató cég nevével (12:25:54-12:25:57).

A *„Mit jelent pontosan, hogy ipari takarítás?”* műsorvezetői kérdést követően pedig elhangzott, hogy *„Nagyobb alapterületű létesítményekben, mint például áruházak, szállodák, irodaházak, gyártócsarnokok, illetve ipari jellegű ingatlanok takarítását jelent”* és eközben a műsorszegmensben hosszasan (12:25:57-12:26:12) azt mutatták, ahogy a műsorvezető és a riportalánya egy irodában az asztalnál ülve a cég honlapját nézegetik, melynek során közlőről, a képernyő majdnem teljes terjedelmében két irodakarítás feliratú és takarítógépeket bemutató, a támogató honlapjáról készített képernyőfelvételt is közzétettek, eközben a támogató logója a képernyő bal felső sarkában mindvégig olvasható volt.

A *„Mi alapján érdemes szakembert választani szerinted?”* kérdésre pedig többek között elhangzott, hogy *„Érdemes áttekinteni a referencialistát, és bízni abban, ha nagyobb komoly cégnél minőségi szolgáltatást tudott biztosítani, akkor mi sem fogunk csalódni”*. Az elhangzottakat nem sokkal megelőzően (12:26:51-12:27:01) a támogató prospektusának referenciáit felsorakoztató oldalát mutatták, ahol ugyan két másodpercig (12:26:18-19), de kiolvasható volt néhány cég neve (pl. Lego, Coca-Cola, Ekol, Medimpex).

Miközben a cég honlapja került bemutatásra (12:27:07-12:27:23), az ügyvezető a következőket fejtette ki: *„Ha ipari takarításról beszélünk, akkor már egy fontos szűrő lehet az, hogy az ajánlatot tevő cég, az ragaszkodik-e a helyszíni bejáráshoz, vagy csak látatlanban próbál ajánlatot adni. A helyszíni bejárás nyilván plusz időt és energiát von maga után, de ahhoz, hogy egy komoly árajánlat tudjon készülni, ahhoz ez elengedhetetlen.”*

A műsorvezető utolsó kérdésére, mely szerint *„Hol érhető el egy ilyen jellegű szolgáltatás?”*, Szondi László elmondta, hogy *„Az ipari takarítás, mint szolgáltatás, országosan elérhető”*.

A Médiatanács megállapította továbbá, hogy az összeállítás jelentős részében a műsorvezető a közzétett vágóképeken a támogató prospektusát tartotta a kezében vagy lapozgatta azt (12:25:54-12:25:57, 12:26:16-12:26:19 és 12:26:51-12:27:01), illetve a kamera indokolatlanul rá is közelített (12:26:59) vagy pedig az ügyvezetővel a támogató cég honlapját tekintették át (12:25:57-12:26:12 és 12:27:07-12:27:23). A Médiatanács álláspontja szerint az alkalmazott szerkesztési elv ráirányította a figyelmet a támogató által nyújtott szolgáltatásra, a nézők egyértelműen összekapcsolhatták az elhangzottakat az egyidőben vagy rögtön azt követően bemutatott képsorokkal.

Az előbbieken alapján tehát nem helytállóak a Médiaszolgáltató azon megállapításai, hogy az elhangzottak az általánosság szintjén mozogtak, a bevágott képek mindösszesen a munkafolyamatok általános szemléltetését szolgálták, többlet-információval nem rendelkeztek, valamint az sem, hogy a prospektus fedőlapján csak az elhangzott egyes munkafázisok látszódtak illusztrálás céljából. Mindebből következően nem megalapozott a Médiaszolgáltató azon kijelentése sem, hogy *„a beszélgetés szerkesztettsége, a téma megközelítése ugyanakkor teljességgel nélkülözte azt a fajta feldolgozási módot, amit a törvény egyértelműen korlátoz”*.

A Médiatanács álláspontja szerint az FL Perfect Kft. nem pusztán a műsorszám támogatója volt, hanem szerves részét képezte a szerkesztett tartalomnak, a látottak és hallottak - egymást erősítve - túlmutatottak a támogatói üzenet célján, hiszen a közreadott információk ösztönözheték a nézőket a bemutatott cég szolgáltatásainak igénybevételére.

A Médiatanács egyetért a nyilatkozatban foglalt azon médiaszolgáltatói kijelentéssel, amely szerint a támogatói üzenet objektív tényközlés volt, ugyanakkor az abban szereplő *„az ipari takarítás szakértője”* kifejezés alkalmas volt arra, hogy a támogató és a szolgáltatása közötti kapcsolat a nézők számára egyértelműen kiderüljön, hiszen maga a szegmens is az ipari takarításról szólt (*„Mit jelent pontosan, hogy ipari takarítás?”*, *„Nagyobb alapterületű létesítményekben, mint például áruházak, szállodák, irodaházak, gyártócsarnokok, illetve ipari jellegű ingatlanok takarítását jelenti”*). Nem helytálló tehát a Médiaszolgáltató azon állítása, miszerint a műsorszámban nem történt utalás arra, hogy a megjelenített szolgáltatás a támogatóhoz kapcsolódik, valamint, hogy a támogatói üzenetben nem hívták fel a nézők figyelmét a későbbi termék megjelenítésre. A Médiatanács e körben megjegyzi, hogy a támogatói üzenetben közzétettek önmagukban a jelen jogsértés megállapítása vonatkozásában nem bírnak jelentőséggel.

A Médiatanács egyetért a Médiaszolgáltató azon álláspontjával, miszerint a műsor-segmens nem mutatott be olyan szolgáltatásokat, amelyeket csak az FL Perfect Kft. tud nyújtani, azonban a fentiekben ismertetettek alapján az kifejezetten az érintett cég szolgáltatásait ismertette.

A Médiaszolgáltatónak a beszélgetés és a támogatói üzenet időpontja között eltelt időtartammal kapcsolatos álláspontjával szemben a Médiatanács rögzíti, hogy a nézők számára a fent ismertetettek alapján nyilvánvaló lehetett a szolgáltatások és a támogató közötti összefüggés az érintett médiatartalom és támogatói üzenet között eltelt időtartam ellenére is, valamint, hogy a másik két téma szerepeltetése az összefüggés szempontjából irreleváns.

Az FL Perfect Kft. termék megjelenítésként történő szerepeltetése és a médiatartalomnak az Mttv. 31. §-a alapján történő vizsgálata körében a Médianács a nyilatkozatban foglaltakkal megegyezően rögzíti, hogy a kereskedelmi közlemény e két fajtájának – a támogatásnak és a termék megjelenítésnek – együttes alkalmazása ugyanazon műsorszám és ugyanazon termék/szolgáltatás vonatkozásában nem kizárt, azonban ebben az esetben a kereskedelmi közlemény mindkét fajtájára vonatkozó szabályokat - egymástól függetlenül - alkalmazni kell.

Ezt az értelmezést erősíti 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 termék megjelenítésre, illetve a támogatásra vonatkozó szabályok együttes alkalmazása”,* valamint a 20.K.29991/2013/7. számú ítélete, miszerint: *„a termék megjelenítésre és a támogatásra vonatkozó szabályok megsértésének egyidejű megállapítását a hatályos törvényi rendelkezések nem zárják ki.”*

Ez a nyilatkozatban foglaltakkal szemben azt jelenti, hogy a Médianács mindkét szabály érvényesülését vizsgálhatja, ugyanakkor az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt támogatói szabály megsértése mellett kizárólag akkor állapítható meg az Mttv. 31. § (1) bekezdésének b) pontjában foglaltak megsértése, amennyiben a termék megjelenítéssel és a támogatással érintett termék/szolgáltatás nem azonos.

A kifejtettek alapján tárgyi ügyben a Médianács kizárólag az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezés érvényesülését vizsgálta, a műsorszegmens ugyanis a támogató szolgáltatásait mutatta be.

A Médiaszolgáltató álláspontja, miszerint az érintett jogszabályhelyeket együttesen, egymáshoz képest kell értelmezni, azért sem helytálló, mert az Smtv. 20. § (9) bekezdés megsértésének nem lehet eltérő mércéje a termék megjelenítést tartalmazó, illetve a kereskedelmi közlemény e formáját nem alkalmazó műsorszámokban. A szabály érvényesülésének vizsgálatakor a Médianács azt mérlegelte – az esetleges termék megjelenítéstől függetlenül –, hogy a támogató (vagy az általa meghatározott harmadik személy) terméke/szolgáltatása tekintetében megvalósult-e vásárlásra/igénybevételre ösztönzés, felhívás.

Az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt támogatói szabály kapcsán hangsúlyozza, hogy a jogalkotó által tilalmazott magatartás nem a direkt felhívás, hanem az ösztönzés és felhívás. A Médianács álláspontja szerint a vásárlásra ösztönző hatás kiváltásához a figyelemkeltés is elegendő, amely jelen esetekben a támogató márkajelzéssel ellátott termékeinek szinte folyamatos – többször közeli képeken történt – megjelenítésével megvalósult (honlap, katalógus, felirat). A Médiaszolgáltató nyilatkozatával ellentétben a Médianács nem a termékek pusztán vizuális megjelenítését, hanem hangsúlyos megjelenítését ítélte vásárlásra ösztönző hatás kiváltásához elegendő figyelemfelhívásnak.

A nyilatkozatban foglaltak alapján az elhangzottakat vizuálisan is meg kell jeleníteni, ezért a műsorszegmens szükségképpen jelenített meg takarítóeszközöket és takarítandó tereket. A termék megjelenítés kapcsán csupán indokolt és életszerű bemutatásokra került sor.

A Médianács e vonatkozásban egyrészt rögzíti, hogy eljárása során kizárólag azt vizsgálhatja, hogy az adott műsorszám megfelel-e az Mttv.-ben és Smtv.-ben foglaltaknak, nem lehet tekintettel a Médiaszolgáltató által felhozott egyéb szempontokra, többek között arra, hogy a műsorszegmens a takarítással kapcsolatban fontos információk hangzottak el, az elhangzottakat vizuálisan meg kell jeleníteni, valamint arra, hogy a támogató cég neve nem hangzott el. A Médiaszolgáltatónak is a hivatkozott törvényi rendelkezésre figyelemmel kell műsorát szerkesztenie. Másrészt jelen esetben az

a tény, hogy a támogató szolgáltatásai kerültek bemutatásra, a fentiekben ismertetettek szerint a nézők számára egyértelművé vált. Ez a fajta, a cégnév, az ügyvezető, valamint a honlap és a katalógus megjelenésével történő bemutatás túlmutatott azon a szándékon, hogy a Médiaszolgáltató az elmondottakat „*illusztrálta*”, az szükségtelen és indokolatlan volt.

A Médiaszolgáltató véleménye szerint a közölt információk és a bemutatott képek nem voltak hangsúlyosak, a márkanév mindösszesen vágóképként - néhány másodpercre - jelent meg egy-egy alkalommal, nem elnyújtva, illetve túlzott hangsúlyt nélkülözve.

A Médiatanács álláspontja ezzel szemben az, hogy a vágóképek hossza - ahogyan az a fentiekben is kifejtésre került – nem önmagában alapozza meg a jogsértést, tekintettel arra, hogy a támogató cég a fentiekben leírtak szerint egyértelműen beazonosítható volt.

A nyilatkozatban foglaltakkal kapcsolatban, amelyek szerint a műsorszegmensben a szolgáltatás igénybevételére történő ösztönzés vagy felhívás nem hangzott el, a műsor csupán információval látta el a nézőket, a Médiatanács megállapította, hogy a szolgáltatások előzőekben ismertetett bemutatása alkalmas lehetett arra, hogy felkeltsék a nézők figyelmét a támogató cég szolgáltatásai iránt. A Médiatanács ezzel kapcsolatban rögzíti, hogy az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértésének a szolgáltatások igénybevételére történő, kifejezett felhívás nem feltétele.

Erre utal a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 3.K.31017/2013/8. számú ítélete is, mely szerint „*a figyelem felkeltése, bizonyos tulajdonságokra való (...) figyelemfelhívás egyértelműen számos gazdasági folyamat (ti. pl. adásvétel) szükségszerű előzménye (...)*”.

A fentiekből következően nem helytálló tehát azon Médiaszolgáltatói érvelés, miszerint a Végzés sem tartalmazott olyan elemet, amely az ösztönzést vagy felhívást támasztaná alá. A verbális bemutatás mellett figyelemfelkeltő hatással bírt a vizuális megjelenítés is, hiszen a beszélgetés alatt a cégnév és a márkajelzés sokszor feltűntetésre került, arra a kamera időnként rá is közelített.

E körben a Médiatanács utal a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 20.K.29991/2013/7. számú ítéletében foglaltakra, mely szerint sérti az Smtv. 20. § (9) bekezdését, ha a műsorszámban a támogató terméke folyamatosan képernyőn van, újból és újból megjelenik, végigkíséri az adást.

A kifejtettek alapján a Médiaszolgáltató a műsorszám közzétételével egy alkalommal megsértette az Smtv. 20. § (9) bekezdését.

A Médiatanács a jogsértés miatt alkalmazandó jogkövetkezmény fajtájának és mértékének meghatározása során az alábbi szempontokat vette figyelembe:

Az Mttv. 186. § (1) bekezdésében szabályozott felhívás jogkövetkezmény abban az esetben alkalmazható, ha a jogsértés csekély súlyú és ismételtség nem állapítható meg.

Az Mttv. 187. § (4) bekezdésének első mondata értelmében ismételtségnek az tekintendő, „*ha a jogsértő a végleges hatósági határozatban megállapított jogsértő magatartást ugyanazon jogalapon és jogszabályhely tekintetében, ugyanazon tárgykörben, háromszázhatvanöt napon belül ismételtlen megvalósítja, ide nem értve a csekély súlyú törvénysértéseket.*”

A Médiatanács jelen határozat meghozataláig az alábbi esetekben állapította az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben:

Határozat száma	Jogsértés időpontja	Jogkövetkezmény
1007/2013. (VI. 12.)	2013. január 3.	Mttv. 186. § (1)

Határozat száma	Jogsértés időpontja	Jogkövetkezmény
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)
1123/2019. (IX.10.)	2019. április 6., 13. és 20.	Mttv. 187. § (3) – 275.000 Ft (3 alkalom)
1218/2019. (X.15.)	2019. május 18.	Mttv. 187. § (3) – 100.000 Ft (1 alkalom)
1286/2019. (XI.12.)	2019. augusztus 8.	Mttv. 187. § (3) – 100.000 Ft (1 alkalom)
82/2020. (II.4.)	2019. szeptember 14.	Mttv. 187. § (3) – 215.000 Ft (1 alkalom)
173/2020. (III.3.)	2019. október 24.	Mttv. 187. § (3) – 500.000 Ft (1 alkalom)
224/2020. (III.17.)	2019. december 1.	Mttv. 187. § (3) – 750.000 Ft (1 alkalom)

A fentiek alapján a jogsértés ismételtsége fennáll, tekintettel arra, hogy a jelenlegi jogsértést megelőző háromszázhatvanöt napon belül a Médiatanács hétszer is megállapította az Smtv. 20. § (9) bekezdésének [1007/2019. (VII. 23.), 1123/2019. (IX. 10.), 1218/2019. (X.15.), 1286/2019 (XI.12.), 82/2020. (II.4.), 173/2020. (III.3.) és a 224/2020. (III.17.) számú határozatok] megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben.

Az Smtv. 20. § (9) bekezdésének tizenkettedik alkalommal történt megsértése a fogyasztói érdekekre tekintettel nem tekinthető csekély súlyú jogsértésnek.

A fentiek alapján a Médiaszolgáltató nyilatkozatában foglaltakkal szemben rögzíti a Médiatanács, hogy a Médiaszolgáltató működését nem jellemzi jogkövető magatartás.

A jogsértés miatti jogkövetkezmény alkalmazásának alapját az Mttv. 185. § (2) és 187. § (2) bekezdései, valamint a (3) bekezdésének 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 piaca 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 1159/2019. (IX. 24.) számú döntésével az Mttv. 70. § (6) bekezdése szerint megállapította, hogy a Médiaszolgáltató jelentős befolyásoló erejű (JBE) médiaszolgáltatói minősége nem változott.

A jelen eljárásban kiszabható bírság maximális összege a Médiaszolgáltatóval szemben az Mttv. 187. § (3) bekezdése ba) pontja értelmében kétszázmillió forint.

A Médiatanács a bírság mértékének megállapítása során a legutóbbi, 224/2020. (III.17.) számú határozatában megállapított összeget vette alapul, amelyben az Smtv. 20. § (9) bekezdésének egy alkalommal történt megsértése miatt 750.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót.

A Médiatanács a fentiekre tekintettel, valamint figyelemmel arra, hogy az ismételtség megállapításához a háromszázhatvanöt napon belül egy alkalommal elkövetett jogsértés is elegendő, azonban a Médiaszolgáltató a tárgyi ügyben ezen időszak alatt nyolcadik alkalommal sértette meg az Smtv. 20. § (9) bekezdését, valamint arra is, hogy a Médiaszolgáltató a jelenlegi jogsértést (időpontja: 2019. december 21.) már elkövette, amikor a korábbi, 2019. december 1-jei esettel kapcsolatban a közigazgatási hatósági eljárás indításáról tudomást szerzett (a hatósági eljárás megindításáról szóló, 84/2020. (II. 4.) számú végzést 2020. február 10-én vette át), a 224/2020. (III.17.) számú határozatban kiszabott 750.000 Ft összeget a fokozatosság és az arányosság elve alapján 350.000 Ft-tal emelte, amelynek alapján 1.100.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót.

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

A Médiatanács – a hatályos szabályozási környezettel összhangban és a kialakított szankcióalkalmazási gyakorlatának megfelelően – az Mttv. 187. § (3) bekezdésében foglalt jogkövetkezmények közül a bírság alkalmazása mellett döntött, mivel a kérdéses jogsértés vonatkozásában e közjogi eszközt ítélte a legalkalmasabbnak arra, hogy a Médiaszolgáltatót visszatartsa a jövőbeni jogsértések elkövetésétől. A Médiatanács úgy ítélte meg, hogy az egyedi ügyben, az ügy sajátosságai mentén végrehajtott mérlegelés alapján megállapított, a jogsértéssel arányos bírság kellő visszatartó erővel rendelkezik a további jogsértések tekintetében.

A fentiek alapján a Médiatanács az Smtv. 20. § (9) bekezdésének egy alkalommal történt megsértése miatt a kiszabható bírságmaximum (kétszázmillió forint) 0,55 %-ának megfelelő mértékű bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót.

A bírság kiszabása mellett a Médiatanács az Mttv. 186. § (3) bekezdésében foglaltak alkalmazása mellett döntött, és a rendelkező részben foglaltak szerint megtiltotta a jogsértő magatartás tanúsítását.

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 5 százalékponttal növelt mértékének háromszázhatvanötöd része.

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

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 (5) bekezdései, a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: **Kp.**) és a polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény (a továbbiakban **Pp.**) és az E-ügyintézési tv. rendelkezései irányadóak.

A keresetlevél benyújtásának szabályait a Kp. 12. § (1) bekezdése, a 13. § (3) bekezdésének aa) pontja, a 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.

Budapest, 2020. június 30.

A Médiatanács nevében
Dr. Karas Monika
elnök

Kapják:

1. személyes adat