

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának 811/2020. (IX. 1.) számú határozata

Ügyiratszám: MN/11884-9/2020.

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 eljárásában megállapította, hogy a Médiaszolgáltató az RTL Klub állandó megnevezésű médiaszolgáltatásán 2020. március 7-én 10:52:06-tól és március 14-én 11:58:15-től sugárzott „Életmódkalauz” című műsorszám (a továbbiakban: **Műsorszám**) közzététele során összesen két 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 2 200 000 Ft, azaz kettőmillió-kettőszázezer 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 elektronikus – 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 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 médiaszolgáltatásán 2020. március 7-én 10:52:06-tól és március 14-én 11:58:15-től sugárzott Műsorszámot, amelynek során felmerült a támogatott médiatartalomra vonatkozó törvényi tilalom megsértése.

2020. március 7. (10:52:06-11:27:01 óra között):

A Műsorszám kezdetekor és a végén szerepelt a termékmegjelenítésre figyelmeztető felirat. A Műsorszámot a következő cégek támogatták: *www.immunrendszer.hu*, *Hipp Kft.*, *Biohair Kft.*, *Mediwel Kft.*, *Burger King* és *Rebel Whopper*, *Beko*, *Budapest Plasztikai Intézet*, *Életmódi Magazin* és *Magenta*.

1) Dr. Rose Budapest Plasztikai Intézet (10:52:45 és 10:56:25 óra közötti szegmens)



11:26:40-kor a fent látható támogatói üzenettel párhuzamosan a következők voltak hallhatók:

„Műsorunkat támogatta...a Budapest Plasztikai Intézet, a plasztika és esztétika szakértője.”

10:52:45-kor a stúdióban Dombóvári Vanda műsorvezető ekképpen vezette fel a riportot: *„(...) Nem lehetünk mindannyian olyan szerencsések, hogy a babánk születése után akár két-három hónappal visszanyerjük leánykori karcsúságunkat (...). Azonban van egy remek program, a mommy-makeover (...). Hogy ez mit is takar, ennek jártunk utána!”*

A felvezető képsorokon egy visszatérő páciens, Sági Alexandra volt látható, amint a *Dr. Rose Budapest Plasztikai Intézet* recepcióján bejelentkezik. Elhangzott, hogy két kisgyermeke van, és „(...) szeretné visszakapni szülés előtti alakját. Sajnos van, amin nem tud változtatni, ezért úgy döntött, segítséget kér. Az első műtéten már túl van, most konzultációra érkezik”.



Alexandra elmondta: „Kombinált mellplasztikai műtétet végeztem rajtam a doktor úr, amivel maximálisan meg vagyok elégedve, bármikor újra kés alá feküdnék! Amit tervezek is, az egy hasplasztikai műtét a közeljövőben.”



A következőkben Dr. Molnár Béla Ákos, a *Dr. Rose Budapest Plasztikai Intézet* plasztikai sebésze volt látható és hallható: „Az első konzultációra megérkezve azt kell eldöntenünk, hogy melyik az a testterület, -tájék, amely leginkább zavarja a kismamákat. Főképp a mell, ez vezet elsősorban (...). Az egyszerű mellfelvarrástól kezdve, az egyszerűen csak az implantátum behelyezéséig vagy ezek kombinációja. (...) A has nem lesz már a tükör előtt egyenes, hiszen a hasfal izomzata kitágul (...), ilyenkor hasplasztikában gondolkodunk. De ez nem csak a hagyományos bőr, felesleges zsírszövet eltávolítása, hanem magának a hasfali izomstruktúrának az újbóli egyesítése, ez rekonstrukciós műtét.”

Az elmondottak alatt osztott képernyőn mutatták, amint az orvos Alexandrát vizsgálta.



Ezeknek a műtéteknek az időtartama 2-3 órás beavatkozás és mindenképpen altatásban kell végezni. Egy éjszakát kíván meg az Intézetben az obszerváció, utána hazaengedjük a pácienseinket. Egy hét múlva kontroll, és meghatározott időpontokban kontrollálnunk kell. Ezek a pácienseink örömmel jönnek vissza és egy sikeres műtét után látni is rajtuk, (...) újra vissza tudták helyezni magukat a terhesség előtti életvitelükbe és akár társadalmi pozíciójukba is."

2) Burger King és Rebel Whopper (11:02:55 és 11:07:22 óra közötti szegmens)



11:26:35-kor a fent látható támogatói üzenettel párhuzamosan a következők voltak hallhatók:

„Műsorunkat támogatta... a Burger King és a Rebel Whopper.”

A 11:02:55-kor kezdődött műsorszegmenst a két műsorvezető, Somogyi Zoltán és Dombóvári Vanda párbeszéde nyitotta: *„Egyre többet halljuk, például a környezetvédelem jegyében is, hogy ha kevesebb húst fogyasztanánk, azzal a bolygó ökoszisztémájának valamilyen formájában jót tennénk.”*

„Én teszek is ezért, de azért álszent sem szeretnék lenni! Azért megkívánom néhanapján a húst. Elhívtam Zolit egy különleges tesztre (...). bizonyítandó, hogy léteznek most már egyre izgalmasabb, különlegesebb alternatívák.”

A következő képkockákon Makkay Jánost, a *Burger King* marketing igazgatóját és Dombóvári Vandát mutatták a gyorsétterem vendégrezésében.



Az igazgató elmondta, hogy „egy vaktesztet fogunk csinálni. Két hamburgert fogunk megkóstoltatni veled. Mind a kettő tűzön grillezett lesz, az egyikben a hagyományosan grillezett hús lesz, míg a másikban 100% növényi alapú pogácsa (...). Ízre, színre, textúrára szinte nincs különbség köztük”.



Az elmondottak alatt Somogyi Zoltán volt látható a *Burger King* bejáratánál, illetve az étteremben, amint csatlakozott műsorvezető társához és Makkay Jánoshoz. A beszélgetés a továbbiakban az egyik asztalnál folytatódott.

Dombóvári Vanda: „János, Zoli mindig nagyon résen van (...)! De most teszteljük (...)! Kóstolj bele mindkettőbe!” Az elhangzottakkal egyidőben mutatták, amint Somogyi Zoltán elé tolta a két hamburgert tartalmazó tálcát. A hamburgerek csomagolásán jól olvasható volt a *Rebel Whopper* felirat.



A műsorvezető először az egyik, majd a másik hamburgert kóstolta meg.

Makkay János: „Látsz különbséget köztük, látványra?”

Somogyi Zoltán: „Nem, ugyanaz!”

Makkay János: „Ugyanazt a két hamburgert eszed?”

Somogyi Zoltán: „Igen!”

Az igazgató mosolyogva összenézett a másik műsorvezetővel, majd így folytatta: „Az egyik egy új rebellis hamburger, míg a másik a hagyományos tűzön grillezett (...). Meg tudod mondani, hogy melyik a hagyományos?”

Somogyi Zoltán véletlenszerűen rábökött az egyik hamburgerre, majd így szólt: „De akkor most mondjátok el, hogy mi a különbség!”

Dombóvári Vanda rámutatott az egyikre: „Ez, kérlek szépen, nulla százalék húst tartalmaz (...).”

Makkay János: „Ebben egy tűzön grillezett, de 100 százalékban növényi alapú pogácsa található (...). Fenntartható termelésből származó búzát, szóját, fűszernövényeket, hagymát és olajat tartalmaz (...). Az a nagyon érdekes, hogy bár 100 százalékban növényeket tartalmaz, ez nem a vegetáriánusoknak szól elsősorban, hanem mi úgy hívjuk, ez egy ilyen műszó, flexitáriánusok. Tulajdonképpen azokat az embereket jelöli, akik rugalmasan szeretnek váltogatni a hústartalmú és a húsmentes étkezés között (...). Nyilván nagyon sokféle szempont vezérelte őket, a fenntarthatóság, (...) az állatvédelem, van, aki pusztán szeretne egészségesebben étkezni (...).”

3) Beko (11:17:12 és 11:21:12 óra közötti szegmens)



11:26:37-kor a fent látható támogatói üzenettel párhuzamosan a következők voltak hallhatók:

„Műsorunkat támogatta...a Beco, az FC Barcelona fő partnere.”

11:17:12-kor a két műsorvezető ekképpen vezette fel a stúdióban a következő bejátszást:
 „Bevallom, a hamburgereknek, mint láthatod, nem nagyon tudok ellenállni. És hogy mindezt ledolgozzam, sokat járok futballozni a kisfiammal. Nagy Barca rajongó vagyok (...)!”

„Értem, hova akarsz kilyukadni! Ugyanis a barcások egyik kedvenc ételét készítettem el azért, hogy megint csak teszteljek valamit, jelesül az indukciós főzőlapokat, amelyekről egyre többet hallani az utóbbi években.”

A következő képsorokon Somogyi Zoltánt és Vidra Pétert, a Rózsakert Étterem séfjét mutatták egy konyhában, amint paellát készítettek. Vidra Péteren egy *Beko* feliratú kötény volt, a szekrény/tűzhely oldalán pedig a *Beko* felirat és az FC Barcelona logója látszódott.



A műsorvezető a séf felé fordult: „Sokan aggódnak, hogyha egy indukciós lapot tesznek a konyhájukba, akkor le kell cserélni az egész edénykészletet.”

Vidra Péter: „Ez tévhit! A legrégebbi lábost nagymamámtól hoztam el mostanra. Gyerekkoromban ebben tejberizst főzött nekem, és működik ezzel az indukcióssal, mert fém, mágnesezhető.”

A főzés közben többször ráközelített a kamera a főzőlap márkajelzésére.



Miközben a séf az ételt készítette, a műsorvezető véletlenül a főzőlap egy másik részéhez ért és meglepődve tapasztalta, hogy nem égette meg a kezét, amit így kommentált: *„Akkor ez biztonságos, mondjuk kisgyerekes családoknál (...).”*

Vidra Péter: *„Igen, igen, igen...!”*

Műsorvezető: *„Ez ilyen formán akkor energiatakarékos is, mert azonnal meleg, rögtön főzöl vele?”*

Vidra Péter: *„Igen, csak a hasznos területet melegíti.”*

Majd összehasonlították az indukciós tűzhely tulajdonságait a hagyományos gáztűzhellyel és a kerámialapos tűzhellyel.

Vidra Péter: *„Gyorsabban melegít, hisz nincs eláramló hő (mint a gáztűzhelynél). Sokkal gyorsabb (mint a kerámialapos), csak azt a felületet melegíti, ahol az edény van, és amikor elveszed, nem forró a lap (...).”*

Időközben elkészült az étel, a séf megkérte a műsorvezetőt, takarítsa le a lapot.

Műsorvezető: *„Na, most kiderül, hogy tényleg olyan könnyen megy-e, mert erre elvileg nem ég rá semmi (...). Döbbenet, a konyha kész!”*



2020. március 14. (11:58:15-12:23:21 óra között):

A Műsorszám kezdetekor és a végén szerepelt a termékmegjelenítésre figyelmeztető felirat.

A Műsorszámot a következő cégek támogatták: www.immunrendszer.hu, Biohair Kft., FL Perfect., collagenbeautyandfit.hu, La-Pacho Teázó és Kávézó, Életmódi Magazin és Magenta.



12:22:56-kor a fent látható támogatói üzenettel párhuzamosan a következők voltak hallhatók:

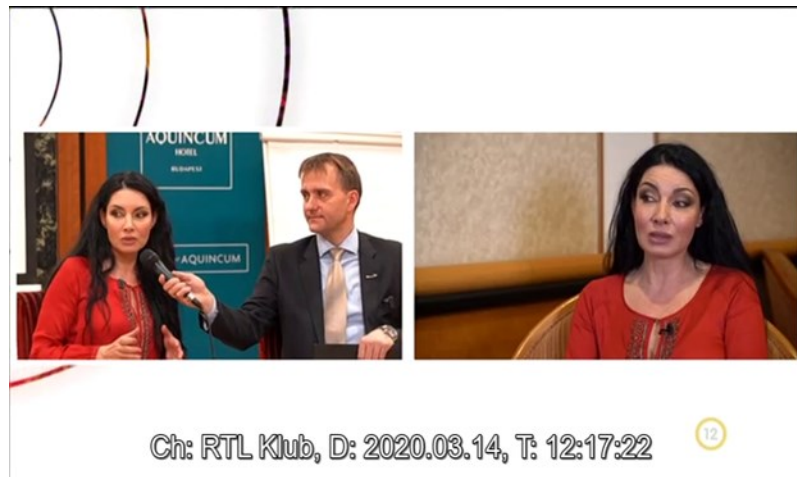
„Műsorunkat támogatta a collagenbeutyandfit.hu”

Az elemzett műsorsegment 11:58:15-kor Dombóvári Vanda és Somogyi Zoltán műsorvezetők párbeszéde nyitotta: *„(...) Testünk egyik legfontosabb fehérjéjéről van szó, ami az idő előre haladtával elkezd fogyatkozni, ezért repedezhet be a körmünk, a hajunk és kezd el öregedni a bőrünk.”*

„Bizony! De van megoldás erre, méghozzá Gregor Bernadett osztja majd meg velünk szépségmegőrző titkait. Tehát van remény, jöhet a kollagén!”

A felvezető képsorokon egy előadótermet mutattak és megtudhatták a nézők, hogy *„a kollagének számos jótékony hatását ismerhettük meg az elmúlt évtizedek során. Egyre több kozmetikum, vitamin vagy éppen táplálék-kiegészítő fő összetevője”*.





A továbbiakban a *Biocom* cég termékbemutatója volt látható (háttérben a *Reg-enor* méregtelenítő képe, a helyszínen a *Collagen Beauty and Fit* étrend-kiegészítő doboza volt látható), a felszólalók között volt Galambos Lajos és Gregor Bernadett is.



Majd Jakab István, a *Collagen Beauty and Fit* termékfejlesztője elmondta: „A kollagén az igazából a testünknek a páncéltökéje (...), ha ez nincs a szervezetben, egyszerűen összerogynánk. Nem lennének csontjaink, ízületeink (...). Korábban rengeteg kollagént fogyasztottunk (...), de mára egyszerűen kimaradt az étrendünkől.”

Miközben a bemutatóról mutattak képeket, a riporter elmondta: *„Ahogy haladunk a korrall, szervezetünk kollagéntermelése csökken. Ezért nem árt, ha olyan ételeket is fogyasztunk, amikben megtalálható ez a fehérje. A kollagénszintünk szervezetben való fenntartását kívülről, célzottan is érdemes megtámogatnunk.”*

Jakab István elmondta, hogy *„(...) a külső-belső kozmetikumok arról szólnak, hogy az arcodra tehetsz bármit, de a tested belül el van savasodva, mindenféle toxinokat őrzöl (...), a szépség nem tud megvalósulni (...). Kívül-belül a természetes anyagokat kell preferálni, mert hiába eszek egy zöldséget, amit esetleg kemikáliával kezeltek, annak a toxinjai a zsírszövetemben tárolódnak, ezért oda kell figyelni a lúgosító étrendre (...). Bármilyen csodálatos étrendet követünk, nem tudjuk a feszséget, a fittséget visszaszerezni, ha ezektől nem szabadulunk meg.”*

A riporter így folytatta: *„Ebben pedig nagy segítség lehet, ha kollagén tartalmú étrend-kiegészítőket vetünk be, amik más hasznos anyagokat, például nyomelemeket is tartalmaznak. Gregor Bernadett színésznő szintén a természetesség híve.”*

Az elhangzottak alatt ismét a bemutatóról mutattak felvételeket, a kihelyezett termékeket közelről is megmutatta a kamera, rajtuk jól olvasható volt a felirat az alábbiak szerint:



Gregor Bernadett elmondta: *„(...) Fontosnak tartom, hogy ne csak kívülről, hanem belülről is tápláljam a bőrömet, a bőröm feszségét, a bőröm egészségét.”*

A riporter hozzáfűzte: *„Berni számára kifejezetten fontos a hitelesség. Ezért csak olyan kozmetikumokat, étrend-kiegészítőket használ, amikben valóban bízik.”*

A színésznő így folytatta: *„Nekem az nagyon fontos dolog, hogy én először megtapasztaljam, hogy mi az, amire én azt mondom, hogy ez igen, ez jó! Ezt megkaptam, teszteltem, mind azt a részét, amit a belsőbe, a szervezetbe kell bevinni, mind az arcápoló készítményeket, és miután használtam, akkor mondtam igent erre a dologra (...). A teszt során azt tapasztaltam, hogy ez nekem nagyon jó és nagyon bevált.”*

A szegmenst a riporter a következő szavakkal zárta: *„A kollagén tehát nem csak megfiatalít, de közrejátszik az egészséges emésztésben és az izomzat teljesítőképességében is, vagyis az egész testünket kívül-belül karbantartja.”*

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. július 14-én - hivatalból - közigazgatási hatósági eljárást indított a Médiaszolgáltatóval szemben. A Médiatanács az Ákr. 104. § (3) bekezdése alapján a 685/2020. (VII.14.) számú, MN/11884-5/2020. 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 közzétételétől számított 10 napon belül terjessze elő az üggyel 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. július 20-án vette át elektronikusan, nyilatkozata 2020. július 29-én érkezett a Hatósághoz

A Médiaszolgáltató előadta, hogy a Műsorszám gyártása kapcsán **üzleti titok** állt szerződéses kapcsolatban, ennek megfelelően a gyártó cég jogosult bizonyos keretek között kereskedelmi közlemények (támogatás, termék megjelenítés) elhelyezésére, illetőleg nyereményjátékok bonyolítására a Műsorszámmal kapcsolatban.

A Médiaszolgáltató a gyártót megkereste a Végzésben foglaltakra tekintettel. A cég ugyan nem bocsátotta rendelkezésére a szerződést, de tájékoztatása szerint a Műsorszámhoz kapcsolódóan támogatóként szerepelt a Dr. Rose Budapest Plasztikai Intézet, a Burger King és Rebel Whopper, a Beko és a collagenbeautyandfit.hu.

A Médiaszolgáltató rögzítette továbbá, hogy a Műsorszám időszakos heti életmód-magazin, három alappillére a divat, a stílus és az egészség. A tematikus műsor rendszeresen foglalkozik a környezettudatos életmóddal, valamint az egészségmegőrzés különböző területével, a hagyományos és alternatív gyógymódokkal, szépsészeti - esztétikai megoldásokkal, technikai újdonságokkal, kozmetikai kezelésekkel, étkezési és életvezetési tanácsokkal stb., mindemellett bemutatja a legújabb trendeket, újításokat és fejlesztéseket a testi-, lelki egészség megeremelését szolgáló eljárások és módszerek szerteágazó világából is.

A két műsorvezető, Dombovári Vanda és Somogyi Zoltán egymást kérdezve, kiegészítve konferálják fel az egyes rovatokat, amelyekben közérdeklődésre számot tartó kérdéseket járnak körbe. Így történt ez a 2020. március 7-ei és 14-ei adásban is, amelyeknek témái voltak többek között a szobatisztaságra szoktatás, a mommy-makeover, a nagyipari takarítás, a melanóma, az ízteszt, a 18 kg-os fogyás, a relaxálás, továbbá része volt a műsorszámnak Endrei Judittal egy beszélgetés arról mivel tölti a mindennapjait, valamint egy tea-szertartás is bemutatásra került.

A Médiaszolgáltató szerint fontos eleme a Műsorszámnak, hogy ne csak a problémára irányítsa a néző figyelmét, hanem a tudomány által felkínált megoldási lehetőségeket is bemutassa. Teszi mindezt tudományos igényességgel, megszólaltatva az adott témában kellő jártassággal rendelkező szakembert. Ekként a kifogásolt adásokban is megszólalt többek között gyermekpszichológus, bőrgyógyász-kozmetológus, plasztikai sebész, díjnyertes mestercukrász és séf is.

A Médiaszolgáltató nyilatkozatának részletes ismertetését az alábbi pontok tartalmazzák.

I.

1.)

A Médiaszolgáltató előadta, hogy a 2020. március 7-ei Műsorszám elsőként kifogásolt szegmense az angolszász szakirodalomban *mommy-makeover* néven jelölt szülés utáni alakkorrekcióról szólt. Köztudomású tény, hogy a terhesség, illetve a szoptatás különféle nyomokat hagy a női testen. Bár egyénenként eltérő, de általánosságban elmondható, hogy a mell mirigyállománya csökken, a bőr

megereszkedik, míg a terhesség során a növekvő méh, és a belső nyomás hatására a hasizmok elgyengülnek, a has bőre kinyúlik, és striák jelennek meg rajta. Képmutatás lenne azt állítani, hogy a nők többsége nem szeretné, ha melle vagy hasa a szülés előtti állapotba állhatna vissza. Ma már az orvostudomány mindezt korigálni tudja, a plasztikai sebészet utóbbi évtizedes fejlődése egyre több választ talált erre a kérdésre.

Amint az a Dr. Molnár Béla Ákos szakorvossal való beszélgetés során is elhangzott, a szülés és szoptatás után a nőnek az egész teste megváltozik, ami nem jár minden esetben pozitív lelki változásokkal. A tünetegyüttes önértékelési problémákat eredményezhet, ami komoly kihatással lehet a fiatal anyuka egész további életére, szerepvállalásaira, munka-erejére és teherbíró képességére.

A szülés utáni alakkorrekció azonban nem csak esztétikai probléma. A szétnyílt hasizom mentén sérv alakulhat ki a fokozott terhelés miatt; több feladat hárul így a hátizmokra, ennek következménye lehet hátfájás, súlyos esetben gerincsérv is; vizelettartási problémák alakulhatnak ki, mivel a medencefenék izomzata a mély hasizom együttműködésével dolgozik a méhsüllyedés és az inkontinencia problémák elkerüléséért; és akár emésztési problémák is adódhatnak, mivel az izom munkáját a kötőszöveteknek kell átvenniük.

A Médiaszolgáltató rögzítette, hogy a Dr. Rose Budapesti Plasztikai Intézet a Műsorszámon belül, mint termékmegjelenítés jelent meg.

Dombovári Vanda, mint gyakorló anyuka a szegmens felvezetőjében pár szóval jellemezte a kérdéskört és használta a mommy-makeover fogalmat, amit aztán egy konkrét eset kapcsán, Sági Alexandrával járt körbe a riport. Látható volt, ahogyan a páciens bemegy egy 5. emeleti rendelőbe. A Médiaszolgáltató megjegyezte, hogy sem a szegmensben, sem a támogatói megjelenésben nincsen semmi arra utaló információ, hogy a rendelő hol található, mely ingatlan 5. emeletén, így ez a pusztán tény semmilyen jelentőséggel nem bír, hiszen a fővárosban közel 17.000 db olyan épület található, ahol van legalább 5 szint.

Sági Alexandra, mint laikus saját szempontjait mondta el, megszólalásában tapasztalatáról és terveiről beszélt. A hús-vér riportalany értelemyszerűen nem az orvosi szaknyelvet használta, két műtét között bizakodással tekintett a jövőbe. Hozzáállása inkább követendő, mintsem elítélendő, hiszen köztudomású tény, hogy az orvosi beavatkozások sikere nagyobb részben a páciens hozzáállásán, felgyógyulni akarásán múlik és nem kizárólag az orvostudomány műtéti technikáin, beavatkozási körülményein.

Ezt követően a Dr. Rose Budapesti Plasztikai Intézet plasztikai sebésze, mint a kérdés avatott szakértője mondta el a szülés utáni alakkorrekció mibenlétét, ismertette a műtéti protokollt. Tette mindezt az általánosság szintjén, hiszen minden, így a tervezett operáció is konzultációval kezdődött és a beavatkozás utáni obszervációval, más szóval orvosi megfigyeléssel végződik. A kontroll, mely először heti, majd később havi, illetve éves, szintén nem mondható egyedinek. A szülés utáni alakkorrekció problémakörének részben esztétikai, részben egészségügyi vetülete van, és a Médiaszolgáltató nem gondolja, hogy akárcsak egyik is túlmutatna az ismeretterjesztés keretén.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint ahogyan sem a képeken, úgy a megszólalásokban vagy narrációkban sem történt ösztönzés vagy felhívás szolgáltatás igénybevételére, pusztán semleges, a tünetegyütteshez tartozó közérdekű információk hangzottak el. Véleménye szerint érthetetlen, hogy mi, illetve mely részlete a beszélgetésnek eredményezhette az Smtv. 20.§ (9) bekezdésének megsértését, különös tekintettel arra, hogy hasonló bemutatások és megszólalások a tematikus műsorszámokban teljes mértékben elfogadottak és mind a közszolgálati, mind a kereskedelmi médiaszolgáltatásokban naponta fordulnak elő.

2.)

A Médiaszolgáltató a másodikként kifogásolt szegmens kapcsán előadta, hogy annak felvezetőjében műsorvezetők a húsfogyasztásról és annak a környezetre gyakorolt hatásáról beszélgettek. Ennek keretében hívta ki Dombóváry Vanda Somogyi Zoltánt egy *íz-tesztre*.

Rögzítette továbbá, hogy szakértők szerint egyre több előállító veszi fel kínálatába az állati eredetű húsok kiváltására szolgáló, növényi fehérjéből előállított, innovatív alternatív készítményeket. Pár év múlva valós versenytársa lehet ez a hagyományos húsféléknek, várhatóan óriási kereslet lehet a növényi alapú műhús iránt, ami egyidejűleg óriási vitát is generál. Az élelmiszeripari szereplők, növénytermesztők és állattartók szerint a fejlődő növényifehérje-felhasználás ugyanakkor az emberi fogyasztás mellett a takarmányozásban is nagy szerepet játszhatna idehaza, és várhatóan kereslet is lesz rá. Ma már több üzletlánc kínál, több étterem, bisztró használ alapanyagként olyan 100% növényi alapú húspogácsákat, amik megszólalásig hasonlítanak a valódi húshoz. A fenntartható termelésből származó búzát, szóját, hagymát, olajat és fűszernövényeket tartalmazó készítmény ízvilága, színe, textúrája tudományosan igazoltan is összetévesztésig hasonlít a valódi húshoz. Mindennek próbált meg a szegmens is utána menni, a maga vicces, tréfás módján.

A Médiaszolgáltató előadta, hogy a Burger King és a Rebel Whopper a Műsorszámom belül, mint termék megjelenítés jelent meg.

Rögzítette továbbá, hogy a műsorvezetők szándéka ezen innováció játékos bemutatása volt, az igazi és a mű összehasonlítása, amire egy hazai gyorsétteremben került sor. A Burger King marketing igazgatója avatta be a nézőket a vakteszt játékszabályába.

Ezt követően látható volt, amint Somogyi Zoltán megérkezett a gyorsétterembe és leült mit sem sejtve Dombóváry Vandával szemben. A Médiaszolgáltató rögzítette, hogy míg a Burger King felirat a portálon jól kivehető, addig a tálcán már semmi nem utalt a helyszínre vagy a termékre. Mindösszesen egy tálca volt látható két hamburgerrel, egy kis sültkrumplival és egy üdítővel.

Álláspontja szerint nem felel meg a valóságnak, hogy a hamburgerek csomagolásán jól olvasható volt a Rebel Whopper felirat. A két hamburger teljes egészében be volt csomagolva papírba, azaz nem a gyorséttermekben megszokott dobozban került az asztalra, így objektíve is kizárt, hogy a felirat felismerhető, beazonosítható lett volna. A Médiaszolgáltató szerint a Végzés 6. oldalán szereplő képen is pusztán elmosódott betűk látszódtak, jól olvashatóságról nincsen szó.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint ha még kivehető is lett volna a Rebel Whopper, az sem eredményezhetné a törvénysértést, hiszen a vakteszt lényege éppen az, hogy mást rejt a csomagolás, mint azt, első ránézésre a tesztelő gondolná. Márpedig hamburgerezőben az emberek általában hamburgert esznek, így a tálcán lévő ételismiszer semmilyen körülmények között nem ösztönözött, és nem hívott fel a támogató termékének beszerzésére vagy szolgáltatásának igénybevételére. A szereplők közötti beszélgetés, így az íz-teszt kísérlete csak és kizárólag a két alapanyag különbözőségéről és/vagy hasonlóságáról szólt.

Hivatkozott továbbá arra a gyakorlatra, miszerint az íz-teszt, vagyis, amikor íz alapján próbálnak egyes termékeket összehasonlítani a szakértők, nem példa nélküli a hazai audio-vizuális piacon. Példaként említette a Hír TV Panaszkönyv című műsorszámát, amiben pl. sajtokat, kolbászokat, csokimikulást, parizert stb. értékel és rangsorol általában adásonként 2-2 hozzáértő blogger, gasztronómiai szakíró. A néző természetesen mindvégig ismeri az áruk márkáját, származási helyét, az a műsoron belül többször említésre és bemutatásra kerül, a résztvevők pedig vak-tesztjük végén szembesülnek a konkrét termékekkel. Ebben a műsortípusban fontos, ha nem az egyik leglényegesebb és a fogyasztók tájékoztatását szolgáló információ, hogy pl. az adott kolbászt a produkció hol, milyen körülmények között szerezte be. Így kerülhetnek asztalra saját márkás

termékek, amikről végképp nem állítható, hogy pl. Lidl-es prémium grillkolbászt az Aldi-ban vették volna. A műsor, oldalán így is népszerűsíti a produkciót: *Számtalan ízesítést és márkát találhatunk belőlük a boltok polcain, mi most meglepetjük, hogy melyiket érdemes megvenni.*

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint ha az egyik országos vételkörzetű, lineáris médiaszolgáltatás esetében az ilyen jellegű bemutatások, összehasonlítások, tesztelések elfogadhatók, úgy semmi nem indokolja, hogy egy másik országos vételkörzetű, lineáris médiaszolgáltatás számára ugyanez már tiltott és büntetést von maga után.

3.)

A Médiaszolgáltató a 2020. március 7-i adásból utolsóként kifogásolt szegmens kapcsán előadta, hogy abban Vidra Péter séf a leghíresebb spanyol ételt, a paellát készítette el. A Médiaszolgáltató rögzítette, hogy a Végzés kifogás tárgyává teszi, hogy a szakácson egy *Beko* feliratú kötény volt, valamint a tűzhely oldalán a *Beko* felirat és az FC Barcelona logója látszódott. Megjegyezte, hogy míg a kötényről tartalmaz a Végzés képet, addig a szekrényről, vagy tűzhelyről nem, így az véleménye szerint nem is lehet jelen eljárás tárgya. Álláspontja szerint azért sem tartalmazhat a határozat képet a tűzhelyről, mert a Végzéssel ellentétben a szekrényen feliratok nem beazonosíthatóak. Utalt a szponzorált riportalany fogalmára, véleménye szerint itt is ez történt, vagyis a Műsorszámában megjelenő személyt támogató más vállalkozás, illetve ezek árújának, szolgáltatásának megnevezése, jelzése, logója az összeállításon belül megjelent.

A Médiaszolgáltató rögzítette, hogy a *Beko* a Műsorszámában, mint termék megjelenítés szerepelt.

Előadta továbbá, hogy a műsorvezető a receptúrán kívül az ételkészítésről, így többek között általánosságban az indukciós főzőlapról kérdezte a szakembert. A Médiaszolgáltató szerint annak ellenére, hogy ma már sokat hallani az indukciós tűzhely használatáról, fizikai működését mégsem ismerjük kellőképpen, márpedig ez is hozzátartozik már a mindennapjainkhoz.

A Médiaszolgáltató nyilatkozatában részletesen ismertette az indukciós tűzhely működését és előnyeit. A Médiaszolgáltató szerint ebből is következően jól érzékelhető, hogy mennyire fontos érteni és tudatosan használni a tudományos eredményeket, amivel energiát, költséget tudunk megtakarítani, környezetünket tudjuk óvni. Álláspontja szerint a kifogásolt szegmensben is a séf kitért a fém mágnesezhetőségére, és egyúttal hasznos ötletet is adott, amikor a nagy őrési lábosát is használta a korszerű tűzhelyen. A beszélgetés során a baleset-mentesség is szóba került, ami a kisgyereket nevelő szülők számára bír kiemelt jelentőséggel.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint az ételkészítés során feltűnő főzőlap az életszerűség keretein nem lépett túl, általánosan elfogadott a főzős műsorokban a használt konyhai eszközök életszerű feltűnése, használat során való mutatása. Véleménye szerint akár csak a mikrot nem lehet úgy kinyitni, hogy ne látszódjon rajta a márkajelzés, úgy a tűzhely ki- vagy bekapcsolását sem lehet a kezelőfelület mutatása nélkül szemléltetni. Kifogásolt esetben sem történt más, vagy több mint, amit bármely főzős műsor során láthat a néző.

A Médiaszolgáltató vitatta továbbá, hogy miért aggályos a Médiatanács számára az indukciós- és a gáztűzhely összehasonlítás. Véleménye szerint a technológiai újdonságot, az újítás mibenlétét mindig valamely már ismert technológia vonatkozásában lehet csak értelmezni. Így például egy szabadalmi leírásnak egyik sarkalatos pontja annak bemutatása, hogy mivel, mennyivel tud többet az új, a régihez képest, miben jelent előrelépést az újabb megoldás. Tehát az összehasonlítás, mint érvelési technika a jobb megértést szolgálja, érthetővé teszi az újdonság lényegét. Álláspontja szerint a szereplők pusztán általánosság szintjén, a közérthetőség keretein belül beszélgettek.

Rögzítette, hogy indukciós tűzhelyet ma már számtalan gyártó kínál a piacon, a Beko márka semmilyen kizárólagossággal, specifikummal nem bír, így a Médiaszolgáltató szerint a Műsorszámom belüli feltűnése nem ösztönözött, nem hívott fel a támogató termékének beszerzésére.

II.

A Médiaszolgáltató a 2020. március 14-ei Műsorszám kifogásolt szegmense kapcsán előadta, hogy az a kollagén emberi szervezetben betöltött szerepéről szólt. A forgatás helyszíne a Hotel Aquincum-ban tartott előadás volt. A szálloda megnevezése a Gregor Bernadett színművésszel folytatott pódium-beszélgetés alatt is feltűnt, a Végzésben kifogásolt egyik képen.

Rögzítette továbbá, hogy az egyik megszólaló, Jakab István részletesen körülírta a kollagén szerepét szervezetünkben, úgy fogalmazott, az testünk páncéltölkéje, ami – mint általában minden testalkotó elem – az idő előre haladtával folyamatosan fogyatkozik, csökken. Megváltozott életvitelünkkel is egyre kevesebb kollagén kerül szervezetünkbe az elfogyasztott étellel, ami hosszútávon súlyos egészségromlást idéz elő. Mindez csak részben függ össze a tudatosan összeállított étrenddel, hiszen a mai élelmiszerek tápértéke, így kollagénszintje is lényegesen alacsonyabb akár az 50 évvel ezelőttnél, ezért is van különös jelentősége, hogy ezen összefüggésre felhívják a nézők figyelmét.

A szegmens alatt kettő alkalommal is közzétett információs tábla összefoglalta a fontosabb tudnivalókat, így pl. felsorolta a kollagén jótékony hatásait.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint mind a megszólaló, mind a narrátor az általánosság szintjén beszélt a jelenségről, a képeken az előadóterem, a hallgatóság, valamint az előadók voltak láthatóak. Az összeállításban megszólalt Gregor Bernadett is. A színésznő a külső, belső harmóniáról, a test külső-belső karbantartásáról beszélt. Tekintettel arra, hogy itt nem kifejezetten a Médiaszolgáltatónak adott interjúról, hanem egy nyilvános eseményről volt szó, a Médiaszolgáltató szerint így a helyszín kialakítására, a pódium elrendezésére a produkciónak ráhatása nem volt, az előadók természetes közegükben, előadásuk közben, a nézők előtt kerültek rögzítésre.

A Médiaszolgáltató szerint minden alapot nélkülöz a Végzés azon megállapítása, hogy a szegmensben a Biocom cég termékbemutatója volt látható, erre sem a bevezetőben, sem a narrációban nem történt utalás.

Előadta továbbá, hogy a Műsorszám támogatója, amint azt a Végzés helyesen tartalmazza, a *collagenbeautyandfit.hu* volt, márpedig a honlapcím semmilyen formában nem jelent meg a Műsorszámom belüli. Sem a Reg-Nor, sem a Biocom, sem a Collagen Capsule nem minősíthető ilyenek, márpedig ezen képi megjelenéseket kifogásolta a Végzés.

III.

A Médiaszolgáltató ismételt rögzítette, hogy a Műsorszám tematikus műsor. Erről a termék megjelenítés szabályainak alkalmazásáról szóló médiatanácsai ajánlás (a továbbiakban: **Ajánlás**) is tartalmaz iránymutatást. E szerint „*a Médiatörvény kereskedelmi közleményekre és a műsorszámok támogatásra vonatkozó rendelkezései alapján nem zárható ki a termék megjelenítés és a műsorszám támogatójának feltűntetése egyazon műsorszám kapcsán, amennyiben az nem eredményezi a szerkesztői függetlenség csorbitását. Az olyan tematikus műsorszámok esetében, mint például az autós-műsorok, a műsorszám tartalmához illeszkedően megjelenített, bemutatott termékek közzététele nem minősül termék megjelenítésnek, amennyiben az adott áru vagy szolgáltatás a műsorszám tartalmához mért dramaturgiailag indokolt mértékben jelenik meg*”.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint egy életmód magazinban támogatandó szerkesztési elv, hogy a testi és lelki egészség megőrzésének fontosságán, a korszerű technika tudatos alkalmazásán

túl a sarlatánságtól, valamint szakszerűtlenségtől való távolságtartás is hangsúlyos legyen. A Műsorszám dramaturgiájába illeszkedett, hogy megfelelő keretek között szóba került a szülés utáni alakkorrekció, a növényi alapú húspogácsa, vagy a kollagén szerepe akként, hogy az nem csorbította a szerkesztői függetlenséget és az a Műsorszám tartalmához mérten dramaturgiailag indokolt mértékben került bemutatásra.

A Médiaszolgáltató meggyőződése, ha a fentieknél általánosabban zajlana egy-egy kommunikáció, akkor a nézők számára kevésbé lenne követhető, illetve érthető az adott műsorrész, és csorbulna a tematika. Véleménye szerint a témák előadása és mindeközben a technikai újdonságok megjelenítése nem volt túldimenzionált, teljesen arányos volt minden kifogásolt részletében, és az esetlegesen elhangzott információk sem billentették ki a műsor által követni kívánt egyensúlyt a szigorúan szűk értelemben vett tartalom szakmai, tudományos és közszolgálati keretei közül, azok dramaturgiailag indokolt mértékben jelentek meg.

A képi megvalósítás körében pedig hivatkozott arra, hogy a Végzésben kifogás tárgyává tett képek semmilyen körülmények között nem haladták meg egy tematikus műsorszámotól elvárt informatív jelleget. Legtöbb esetben semlegesek voltak, pusztán az atmoszféra illusztrálására szolgáltak, különös tekintettel arra, hogy az Ajánlás szerint a tematikus műsorszámok esetében a műsorszám tartalmához illeszkedően megjelenített, bemutatott termékek közzététele nem minősülhet törvénysértőnek, amennyiben az adott áru vagy szolgáltatás a műsorszám tartalmához mérten dramaturgiailag indokolt mértékben jelenik meg.

A Médiaszolgáltató véleménye szerint a támogatók vonatkozásában nem hangzott el, olyan tény, adat vagy vélemény, ami a termékek beszerzésére, vagy szolgáltatások igénybevételére ösztönzött vagy erre hívott volna fel. Nem jelent meg a termékekre, szolgáltatásokra épülve semmilyen direkt kommunikáció.

Rögzítette továbbá, hogy az összeállításokban szereplők közötti beszélgetéssel, a közölt információkkal a Műsorszám nem lépett át azon a kereten, amelyet hasonló típusú műsoraikban egyéb hazai csatornák is megjelenítenek, amelyekre az Ajánlás is tartalmaz utalást, és a nemzetközi standardoknak is megfelelt a feldolgozás módja, a bemutatás részletessége. A Médiaszolgáltató hangsúlyozta, hogy a műsorokban az egyes témák szerepeltetése mindig informatív céllal, és megfelelő tárgyilagossággal történik és történt mindez a kifogásolt esetekben is, megőrizve a szerkesztői függetlenséget.

A fent előadottak alapján a Médiaszolgáltató álláspontja szerint az Smtv. 20. § (9) bekezdésben foglaltak sérelme nem valósult meg, hiszen a Műsorszámon belül a támogatók konkrétan nem jelentek meg, az általánosság szintjén mozgó beszélgetések nem eredményezhettek sem ösztönzést, sem felhívást.

Véleménye szerint a kifogásolt tematikus Műsorszámok mindenben megfeleltek az Smtv. szabályainak és az Ajánlásában foglaltaknak. Teljesen életszerű és alapinformáció egy szolgáltató magazinban az emberek életminőségét pozitívan befolyásoló témákról, megoldásokról, technikai vívmányokról beszámolni, illetőleg televízióról lévén szó a szöveget képekkel kísélni, az elmondottakat vizuálisan is megjeleníteni, illusztrálni.

A Médiaszolgáltató az előbbieken részletesen kifejtett indokok alapján kérte a Médiatanácsot, hogy a szegmensek kapcsán indított közigazgatási hatósági eljárásban hozzon érdemi döntést, és állapítsa meg, hogy a Médiaszolgáltató törvénysértést nem követett el.

Feltéve, de nem elfogadva azt, hogy a hatósági eljárás a fentiek ellenére mégis jogsértést tár fel, úgy bármilyen súlyosabb szankció, így különösen a bírság alkalmazásának mellőzését kérte a részletezett okokra, körülményekre és arra különös tekintettel, hogy működését jogkövető magatartás

jellemzi, továbbá a kifogásolt cselekmény egyszeri és csekély súlyú volt, valamint ismételtség nem állapítható meg.

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

Az Smtv. 20. § (9) bekezdés értelmében:

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

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 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/szolgáltatására, a termék/szolgáltatás és a támogató közötti közvetlen kapcsolat a műsorszámból a közönség számára egyértelműen kiderül, és a bemutatás vásárlásra ösztönző hatással bír.

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

A Médiaszolgáltató RTL Klub állandó megnevezésű mediaszolgáltatásán közzétett Műsorszám 2020. március 7-én 10:52:06-tól sugárzott adását - többek között - a Dr. Rose Plasztikai Intézet, a Burger King és a Rebel Whopper, valamint a Beko, a 2020. március 14-én 11:58:15-től sugárzott részét pedig - többek között - a Biocom (collagenbeautyandfit.hu) támogatta. Ezt a Médiaszolgáltató is megerősítette nyilatkozatában, hiszen azt rögzítette, hogy a gyártó cég tájékoztatása szerint az előbbieket támogatóként szerepeltek a Műsorszámokban. Emellett a Médiaszolgáltató az egyes szegmensek ismertetése során azt is jelezte, hogy a Műsorszámokban termékmegjelenítést is alkalmazott.

A Médiatanács - a fenti szempontok figyelembe vételével - a Műsorszám 2020. március 7-én közzétett, vizsgált szegmensei kapcsán az alábbiakat állapította meg:

1. Dr. Rose Budapest Plasztikai Intézet (10:52:45 és 10:56:25 óra közötti szegmens)

A 10:52:45-től sugárzott összeállítás témája a szülés utáni plasztikai, rekonstrukciós műtétek voltak. A Médiatanács álláspontja szerint a támogató és a szolgáltatása közötti közvetlen kapcsolat a Műsorszámból egyértelműen kiderülhetett, hiszen a Budapest Plasztikai Intézet 11:26:40-kor közzétett támogatói üzenete a következőképp szólt: *„Műsorunkat támogatta...a Budapest Plasztikai Intézet, a plasztika és esztétika szakértője”,* az összeállítás helyszíne pedig a Műsorszámot támogató cég klinikája, a Dr. Rose Budapest Plasztikai Intézet volt.

A vizsgált szegmensben a nézők egyértelműen beazonosíthatták a helyszínt, hiszen a 10:53:05-kor közzétett vágóképen teljes képernyőn mutatták a támogató nevét is tartalmazó, *„Dr. Rose 5. emelet”* feliratot, mely előtt a páciens elsétált, majd 10:53:07-kor bement egy ajtón, melyen szintén a *„Dr. Rose”* felirat volt látható. Az ezt követő képsoron a hölgy egy recepciók pulthoz érkezett meg. A

leírtakból következően nem helytálló a Médiaszolgáltató nyilatkozatában rögzített azon megállapítás, hogy mindössze az volt látható, ahogyan a páciens bement „egy 5. emeleti rendelőbe”.

A plasztikai sebészeten készült riportban dr. Molnár Béla Ákos, a Dr. Rose Budapest Plasztikai Intézet plasztikai sebésze - mely információk 10:53:42-kor voltak olvashatóak a képernyőn - a Műsorszámot támogató Intézet szülés utáni alakkorrekciós (*mommy-makeover*) programjáról, annak menetéről és pozitív hatásairól beszélt.

Az elhangzottak alatt látható volt, amint a szegmens elején is feltűnt páciens egy hölgy bekísérte egy helyiségbe, ahol aztán a nyilatkozó orvos megvizsgálta.

A Médiatanács álláspontja szerint a páciens és a plasztikai sebész alábbiakban idézett kijelentései is bizonyítják, hogy a riport - a Médiaszolgáltató állításaival ellentétben - nem általánosságban szólt a szülés utáni alakkorrekció mibenlétéről, a műtéti protokollról, hanem konkrétan a támogató szolgáltatásait volt hivatott bemutatni (10:53:22 -10:53:34 és 10:55:42 - 10:56:20).

- *„Kombinált mellplasztikai műtétet végezett rajtam a doktor úr, amivel maximálisan meg vagyok elégedve, bármikor újra kés alá feküdnék! Amit tervezek is, az egy hasplasztikai műtét a közeljövőben.”*
- *„Egy éjszakát kíván meg az Intézetben az obszerváció, utána hazaengedjük a pácienseinket.”*
- *„Egy hét múlva kontroll, és meghatározott időpontokban kontrollálnunk kell.”*
- *„Ezek a pácienseink örömmel jönnek vissza...”*

A fentiekből következően nem helytálló a Médiaszolgáltató azon megállapítása sem, hogy sem képből, sem a megszólalásokban nem történt ösztönzés vagy felhívás szolgáltatás igénybevételére, pusztán semleges, a tünetegyütteshez tartozó közérdekű információk hangzottak el. A Médiatanács álláspontja szerint a szegmens a bemutatott képsorokkal és az abban elhangzott információkkal felhívta a nézők figyelmét a támogató szolgáltatásaira és azok igénybevételére ösztönözhetette őket.

A Médiatanács - a Médiaszolgáltató a témával kapcsolatban részletesen rögzített megállapításaival (nyilatkozat 2. oldal 2-4. bekezdés) és azon megjegyzésével kapcsolatban, miszerint hasonló bemutatások és megszólalások a tematikus műsorszámokban elfogadottak és mind a közszolgálati, mind a kereskedelmi médiaszolgáltatásokban naponta fordulnak elő - megjegyzi, hogy nem a téma szerepeltetése, hanem annak feldolgozása sérti az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezést. Önmagában a kérdéskör fontossága nem szolgálhat jogszerű alapul egy gazdasági vállalkozás kereskedelmi célzatú bemutatására.

A Médiatanács a fentiek kapcsán hivatkozik a Fővárosi Törvényszék 105.K.700.474/2019/19. számú ítéletében kifejtettekre, mely - a Médiatanács tárgyi ügyben kifejtett álláspontját megerősítve - rögzítette, hogy az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezés *„azt hivatott szolgálni, hogy a műsorszámok ne a támogató megjelenése, gazdasági érdekeinek előmozdítása érdekében, ne a terméke népszerűsítése céljából készüljenek, hanem vállalkozások azért támogassanak médiaszolgáltatókat, hogy értékes médiatartalmak szülessenek és jussanak el a közönséghez”*.

2. Burger King és Rebel Whopper (11:02:55 és 11:07:22 óra közötti szegmens)

A Médiatanács megállapította, hogy a 11:02:55-től sugárzott összeállítás a támogató húsmentes hamburgerét mutatta be. A támogató és terméke közötti közvetlen kapcsolat a Műsorszámból egyértelműen kiderülhetett, hiszen a 11:26:35-kor közzétett szponzor üzenet a támogató neve mellett tartalmazta az összeállításban megjelenített termékét is: *„Műsorunkat támogatta...a Burger King és a*

Rebel Whopper”. Az elhangzottakkal egyidőben a képernyőn egy hamburger, a Burger King logója és zöld-fehér betűkkel a Rebel Whopper felirat volt olvasható. A 11:02:55-től sugárzott összeállítás helyszíne pedig a Műsorszámot támogató cég egyik gyorsétterme volt.

A nézők jelen esetben is egyértelműen beazonosíthatták a helyszínt, hiszen az összeállítás elején feltűnt a gyorsétterem homlokzata, rajta a Burger King felirattal (11:03:51-kor mutatták ahogy Somogyi Zoltán műsorvezető belép az étterembe), továbbá 11:03:27-kor a képernyőn a riportalany neve alatt a következők szerepeltek: marketing igazgató, Burger King. Ezen tényeket a Médiaszolgáltató is megerősítette nyilatkozatában.

Nem helytálló ugyanakkor a Médiaszolgáltató azon állítása, hogy *„míg a Burger King felirat a portálon jól kivehető, addig a tálcán már semmi nem utal a helyszínre vagy a termékre. Véleménye szerint mindösszesen egy tálcá volt látható két hamburgerrel, egy kis sült krumplival és egy üdítővel”*. A Médiatanács megállapította, hogy a riport alatt többször jól olvashatóan látszódott a tálcán, a poháron vagy a csomagoláson a támogató cég (Burger King: 11:04:01, 11:04:17, 11:04:25, 11:04:51, 11:05:00, 11:06:51, 11:07:03) és termékének a neve is (Rebel Whopper: 11:04:01, 11:04:16).

A Médiaszolgáltató nyilatkozatában kifejtette, hogy nem felel meg a valóságnak, hogy a hamburgerek csomagolásán jól olvasható volt a Rebel Whopper felirat. Ennek kapcsán arra hivatkozott, hogy a két hamburger papírba volt csomagolva, nem a gyorséttermekben megszokott dobozban került az asztalra, így objektíve kizárt, hogy a felirat felismerhető, beazonosítható lett volna. Továbbá rögzítette, hogy a Végzésben szereplő képen is elmosódott betűk látszanak.

A Médiatanács az előbbieket kapcsán megjegyzi, az, hogy a hamburger a Médiaszolgáltató által *„megszokottnak”* nevezett dobozban vagy papírban volt, irreleváns, ha egyébként a felirat jól olvasható, azaz a termék beazonosítható.

A Médiatanács rögzíti továbbá, hogy a Végzésben mindössze egy kicsinyített képernyőfelvétel szerepelt, a felvétel megtekintése alapján azonban több alkalommal is egyértelműen, a képernyő kimerevítése nélkül is jól olvasható volt a szendvics csomagolásán egyrészt a támogatói üzenetben is feltűnt, fehér-zöld betűkkel a Rebel Whopper (a papírcsomagoláson), másrészt a Burger King felirat is: 11:04:01-kor Dombóváry Vanda műsorvezető Somogyi Zoltán elé tolt egy tálcát, rajta a Rebel Whopper feliratú, papírba csomagolt szendvicsekkel. A kamera közvetlen közletről mutatta a tálcát, melyen a támogató és a termékének a neve is jól olvasható volt. Ezen túl a kamera azt is közletről mutatta, ahogy a műsorvezető kicsomagolta a hamburgert, ennek során a felirat szintén jól olvasható volt (11:04:16). 11:05:00-kor pedig Dombóváry Vanda kezeire rá is közelített a kamera, melynek során szintén jól látszott a csomagolás hátoldalán a Burger King felirat.

A Médiatanács a termék gyakori és hangsúlyos megjelenítésével kapcsolatban 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 műsorszámokban a támogató terméke folyamatosan képernyőn van, újból és újból megjelenik, végigkíséri az adást.

Tekintettel arra, hogy a fent rögzítettekben egyértelműen megállapítható, hogy az összeállítás konkrétan a támogató céget, illetve annak nemrég bevezetett húsmentes hamburgerét népszerűsítette, a Médiaszolgáltató azon megjegyzése, miszerint még ha kivehető is lett volna Rebel Whopper felirat, az sem eredményezhetné a törvénysértést, hiszen a vakteszt lényege éppen az, hogy mást rejt a csomagolás, mint azt első ránézésre a tesztelő gondolná, nem bír jelentőséggel. Emellett megjegyzi a Médiatanács, hogy mind a két hamburger azonos csomagolásban volt, és közülük legalább az egyik minden bizonnyal a támogató húsmentes hamburgere volt.

A Médiaszolgáltató hivatkozott nyilatkozatában egy másik médiaszolgáltató (Hír TV Zrt. Panaszkönyv) műsorszámára, amelyben különböző termékeket értékelnek és rangsorolnak, és a néző

„mindvégig ismeri az áru márkáját, származási helyét, az a műsoron belül többször említésre és bemutatásra kerül, a résztvevők pedig vak-tesztjük végén szembesülnek a konkrét termékekkel”. Álláspontja szerint, ha az egyik országos vételkörzetű, lineáris médiaszolgáltatás esetében az ilyen jellegű bemutatások, összehasonlítások elfogadhatók, semmi nem indokolja, hogy egy másik országos vételkörzetű médiaszolgáltatás számára ugyanez már tiltott.

A Médiatanács elöljáróban hangsúlyozza, hogy jelen eljárás tárgya az Smv. 20. § (9) bekezdésében foglalt, a támogatott médiatartalomra vonatkozó rendelkezés megsértése, nem pedig a termék megjelenítésre vonatkozó törvényi rendelkezések érvényesülésének vizsgálata, továbbá rögzíti, hogy a Médiatanács hatósági eljárásában nem más műsorszámokhoz viszonyít pusztán azon az alapon, hogy abban is szerepelnek termékek, hanem a konkrét műsorszám részletes tartalmi vizsgálata alapján ellenőrzi az adott törvényi rendelkezés érvényesülését.

Megjegyzi a Médiatanács, hogy a hivatkozott műsorszám (Panaszkönyv) fogyasztói ügyekkel foglalkozó műsorszám, és az előbbieken túl - a Médiaszolgáltató nyilatkozatában foglalt érvelésre reagálva - a Médiatanács rámutat a vizsgált szegmens kapcsán a nyilatkozatban fellelhető ellentmondásra, mely szerint a Médiaszolgáltató érvelésének első része szerint a támogató terméke nem felismerhető, ennek ellenére később arra hivatkozik, hogy a termék beazonosítható bemutatása nem is törvénysértő.

A Médiatanács a fentiek kapcsán utal továbbá az Mttv. 30. § (3) bekezdés e) pontjában foglaltakra is, mely szerint nem tehető közzé termék megjelenítés fogyasztói ügyekkel foglalkozó műsorszámokban.

Fogyasztói ügyekkel foglalkozó műsorszámoknak tekinthetők azok a műsorszámok, amelyek információkkal segítik a nézőket és hallgatókat a fogyasztói döntéseik meghozatalában, illetve a fogyasztói jogaik érvényesítésében. Lényegi eleme a fogyasztói bizalomra épülő tanácsadás, így a szerepeltetett áruk/szolgáltatások kizárólag valósan (objektív módon) tájékoztató, edukációs, kritikai vagy fogyasztóvédelmi céllal kerülhetnek bemutatásra.

Márpedig a Médiaszolgáltató nyilatkozatában maga is rögzítette, hogy az összeállításban a termék megjelenítés eszközével élt. A Műsorszámot pedig nyilatkozatában magazinműsornak minősítette (azaz annak jellegére tekintettel egyébként sem azonosítható oktatási, kritikai vagy fogyasztóvédelmi célzat), továbbá megállapítható, hogy a vizsgált összeállítás - a példaként felhozott műsorszámmal ellentétben - mindössze egy gazdasági vállalkozás termékét mutatta be, így a Médiaszolgáltató fenti hivatkozása tárgyi ügy kapcsán irreleváns.

A kifejtettek alapján a Médiatanács megállapította, hogy a Burger King egyik gyorséttermében készült összeállítás a támogatót és húsmentes hamburgerét, a Rebel Whoppert népszerűsítette, annak megvásárlására ösztönzött.

3. Beko (11:17:12 és 11:21:12 óra közötti szegmens)

A Műsorszámokban 11:26:37-kor közzétett támogatói üzenetet és a 11:17:12-kor közzétett összeállítást összevetve megállapítható, hogy a támogató és a terméke közötti közvetlen kapcsolat a nézők számára a Műsorszámból egyértelműen kiderülhetett, a támogatói üzenet ugyanis a következőképp szól: „*Műsorunkat támogatta... a Beco, az FC Barcelona fő partnere.*”, mindeközben a képernyőn megjelent a Beko és a focicsapat logója is. A 11:17:12-kor kezdődött összeállítás felvezetőjében a műsorvezetők utaltak a támogatói üzenetben említett spanyol focicsapatra, az összeállításban pedig több alkalommal feltűnt a támogató (a szakács kötélynél, a konyhaszekrény oldalán és az indukciós főzőlapon) és az FC Barcelona logója (a konyhaszekrény/tűzhely oldalán) is. Mindebből következően a támogató terméke is egyértelműen beazonosítható volt.

A Médiaszolgáltató hivatkozott arra, hogy a szekrényről/tűzhelyről nem tartalmazott képet a Végzés, így az nem is lehet az eljárás tárgya, emellett vitatta a feliratok beazonosíthatóságát is. A Médiatanács az előbbi érvelést nem fogadta el, hiszen eljárását a Végzésben konkrétan (dátum és időtartam szerint is) megjelölt szegmensek vonatkozásában indította meg, így annak nyilvánvalóan része a Médiaszolgáltató által hiányolt kép(ek) is. A Médiatanács rögzíti továbbá, hogy a Végzés összefoglalta a szegmens tartalmát, azt több képpel illusztrálta, és tartalmazta azt is, hogy a szekrény/tűzhely oldalán a Beko felirat és az FC Barcelona logója látszódott, mellyel kapcsolatban a Médiatanács kiemeli, hogy az a támogatói üzenettel megegyező formátumban tűnt fel számos esetben, több alkalommal csak rövid időre, időnként azonban hosszabban látszódott (11:17:37-40, 11:17:55, 11:18:05, 11:18:33-38, 11:18:41-45, 11:18:48, 11:18:59 -11:19:01).

A Médiaszolgáltató azon állításával kapcsolatban, miszerint a Beko feliratú kötény azért szerepelt az összeállításban, mert a szakács szponzorált riportalany volt, a Médiatanács rögzíti, hogy a Műsorszámokban közzétett támogatói üzenet és a Médiaszolgáltató nyilatkozatában rögzített, a műsorgyártó cég tájékoztatása szerint a Beko a Műsorszámot támogatta, azaz nem vagy nem kizárólag a riportalanyt. A Médiatanács emellett utal az Mttv. 26. § (7) bekezdésében foglaltakra, melyekként rendelkezik, hogy *„amennyiben az audiovizuális médiaszolgáltató valamely műsorszámában megjelenő személyt vagy vállalkozást támogató más személy vagy vállalkozás, illetve ezek árújának, szolgáltatásának megnevezése, jelzése, logója a műsorszámokban - az (5) bekezdés esetét kivéve - megjelenik, a médiaszolgáltatások, illetve a műsorszámok támogatására vonatkozó szabályokat kell alkalmazni, ide nem értve a támogató megnevezésének kötelezettségét”*.

A Médiatanács nem ért egyet a Médiaszolgáltató azon állításával, miszerint az ételkészítés során feltűnt főzőlap az életszerűség keretein nem lépett túl. A Médiatanács megállapította, hogy a támogató valamilyen formában (kötény, főzőlap, konyhaszekrény/tűzhely oldala) a szegmens során mindvégig jelen volt, a főzőlap márkajelzésének - a szegmens 4 perces időtartamához képest - többszöri, közeli képeken (11:18:01, 11:18:09, 11:18:32, 11:19:10, 11:20:10, 11:20:47, 11:20:57, 11:21:00) szerepeltetése pedig indokolatlan volt.

A Médiatanács álláspontja szerint a támogató nevének szinte folyamatos képernyőn tartása azt sugallhatta a nézők számára, hogy az összeállítás a Beko termékét ismertette. Ezáltal az indukciós főzőlapról elhangzott terméktulajdonságok (pl. biztonságos, energiatakarékos, gyorsabban melegít, nem ég rá az étel) a támogató termékét vonzóvá teheték a nézők számára és annak megvásárlására ösztönözhatték őket.

A Médiatanács a fentiek kapcsán utal a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 20.K.29991/2013/7. számú ítéletében foglaltakra, mely hangsúlyozta, hogy az ösztönző hatás kiváltásához elegendő a figyelemfelkeltés ténye, amit jelen esetben a bemutatás terjedelme és intenzitása kiváltott. A bíróság a hivatkozott ítéletében rögzítette, hogy a támogató termékei a műsorszámok folyamán mindvégig jelen voltak, a termékek és a támogató közötti közvetlen kapcsolat a műsorszámokból a nézők számára egyértelműen kiderült.

A Médiatanács hivatkozik továbbá a Fővárosi Törvényszék 105.K.700.474/2019/19. számú ítéletében foglaltakra, mely rögzítette, hogy *„e jogszabályi rendelkezés célja az, hogy a támogatott műsorszám a támogató megnevezésén túl ne tartalmazzon olyan információkat, amelyek a fogyasztók magatartását befolyásolják, azaz reklámértékkel bírnak. (...)a kialakult bírói gyakorlat szerint az, ha a műsorszámokban a támogató terméke folyamatosan, illetve hangsúlyosan megjelenik, direkt utalás történik a támogató termékére, illetve a termék és a támogató közötti közvetlen kapcsolat a közönség számára egyértelműen kiderül, azzal megvalósul az Smtv. 20. § (9) bekezdése szerinti ösztönző hatás”*.

A Médiatanács a Médiaszolgáltató azon észrevételével kapcsolatban - miszerint érthetetlen számára, hogy miért aggályos az indukciós- és a gáztűzhely összehasonlítása - megjegyzi, hogy a Végzés ezzel kapcsolatban mindössze - a szegmens tartalmát összefoglalva -ténymegállapítást tartalmazott, abból egyéb, a Médiaszolgáltató által vélt következtetést nem vont le.

II.

A Médiatanács a Műsorszám 2020. március 14-én 12:14:10-től közzétett szegmense kapcsán (Biocom, Collagenbeauty and fit) az alábbiakat állapította meg:

A Médiatanács álláspontja szerint az összeállítás a Biocom termékbemutatója volt. A támogató (Biocom) és termékei közötti közvetlen kapcsolat a Műsorszámból egyértelműen kiderülhetett, továbbá a támogató terméke a Műsorszámban beazonosítható volt, a következők szerint.

A hivatkozott napon 11:58:08-kor és 12:22:56-kor közzétett támogatói üzenetben elhangzott, hogy „*műsorunkat támogatta...a collagenbeautyandfit.hu*”, a képernyőn pedig olvasható volt a Collagen Beauty&Fit felirat és a collagenbeautyandfit.hu honlapcím, továbbá megjelent a Biocom négy különböző terméke, a Biocom4you és a termékek elnevezését is tartalmazó felirattal. A 12:14:10-től kezdődött összeállításban pedig számos alkalommal feltűnt a Biocom feliratot tartalmazó reklámtábla, valamint közeli képeken a Biocom két terméke is (Collagen Plus, Collagen Capsule), illetve az egyik riportalany, Jakab István termékfejlesztő neve alatt kiírták a képernyőre a támogatói üzenetben is megjelent Collagen Beauty and Fit elnevezést.

A Médiatanács a Médiaszolgáltató azon megjegyzésével kapcsolatban, miszerint a Végzés helyesen tartalmazza, hogy a Műsorszám támogatója a collagenbeautyandfit.hu volt, továbbá a honlapcím semmilyen formában nem jelent meg a Műsorszámon belül, a következőket rögzíti:

Az Mttv. 203. § 63. pontja rögzíti a támogatás fogalmát: „olyan hozzájárulás, amelyet valamely vállalkozás nyújt valamely médiaszolgáltató, médiaszolgáltatás, videómegosztóplatform-szolgáltatás, felhasználó által létrehozott videó vagy műsorszám finanszírozására azzal a céllal, hogy népszerűsítse nevét, védjegyét, arculatát, tevékenységét vagy termékeit.”

Az Mttv. 26. § (2) bekezdése szerint a támogató megnevezése történhet a támogató vagy az általa megjelölt más vállalkozás neve, védjegye és egyéb, a támogatóra vagy az általa megjelölt más vállalkozásra utaló jelzés, termékére, tevékenységére vagy szolgáltatására való utalás vagy ezek megkülönböztető jele, logója közzétételével, illetve feltüntetésével.

A Médiatanács az Mttv. fentiekben idézett rendelkezéseire figyelemmel megállapította, hogy a Műsorszám támogatója a Biocom (mint vállalkozás) volt. A támogatói üzenetben a Collagen Beauty and Fit, mint a támogató terméke jelent meg. A képernyőn ezen kívül feltüntetésre került a támogató internetes elérhetősége („collagenbeautyandfit.hu”) is, ahol a Collagen Beauty and Fit termékek beszerezhetőek.

A Médiatanács nem vitatja, hogy a termékfejlesztő és a narrátor általánosan beszélt a kollagén szerepéről az összeállításban, ugyanakkor a Médiaszolgáltató által alkalmazott szerkesztési mód nem engedett másra következtetni, minthogy a szegmens a támogatót és a támogatói üzenetben megjelent termékét népszerűsítette, az alábbiak szerint:

- 12:14:35-kor a narrátor elmondta, hogy „*a kollagének számos jótékony hatását ismerhettük meg az elmúlt évtizedek során. Egyre több kozmetikum, vitamin vagy éppen táplálék-kiegészítő fő összetevője*”, majd rögtön ezt követően 12:14:47-kor a kamera közvetlen közélről mutatta a támogató termékeit Biocom4you Collagen Plus és Collagen Capsule felirattal.

- 12:16:28-kor a termékfejlesztő elmondta, hogy *„bármilyen csodálatos étrendet követünk, nem tudjuk a feszességet, a fittséget visszaszerezni, ha ezektől nem szabadulunk meg”*, majd a narrátor 12:16:36-kor úgy folytatta, hogy *„ebben pedig nagy segítség lehet, ha kollagén tartalmú étrend-kiegészítőket vetünk be, amik más hasznos anyagokat, például nyomelemeket is tartalmaznak”*. A narrátor által elmondottakkal egyidőben pedig ismét közelről mutatták az előzőleg már feltűnt termékeket (12:16:40).
- A szegmens alatt többször feltűnt egy-egy reklámtábla is, melyen a Biocom felirat olvasható volt (12:15:18 - 25, 12:15:39 - 43, 12:16:15 - 20, 12:16:32 - 35, 12:16:44 - 46, 12:18:54 - 56)

Gregor Bernadett színésznővel készített riportból pedig kiderült, hogy a termékbemutatón szereplő termékeket használja. Elhangzott, hogy *„csak olyan kozmetikumokat, étrend-kiegészítőket használ, amikben valóban bízik”*. A színésznő elmondta, hogy számára nagyon fontos, hogy először megtapasztalja, hogy mi az, ami jó, majd így folytatta: *„Ezt megkaptam, teszteltem, mind azt a részét, amit a belsőbe, a szervezetbe kell bevinni, mind az arcápoló készítményeket, és miután használtam, akkor mondtam igent erre a dologra (...). A teszt során azt tapasztaltam, hogy ez nekem nagyon jó és nagyon bevált.”*

A Médiatanács álláspontja szerint a nézők egyértelműen összekapcsolhatták az elhangzottakat a bemutatott képsorokkal, azaz a támogató termékeivel.

A Médiaszolgáltató nyilatkozatában kifejtette, hogy tekintettel arra, hogy *„itt nem kifejezetten a Médiaszolgáltatónak adott interjúról, hanem egy nyilvános eseményről volt szó, így a helyszín kialakítására, a pódium elrendezésére a produkciónak ráhatása nem volt, előadók természetes közegükben, előadásuk közben, a nézők előtt kerültek rögzítésre”*. A Médiatanács ennek kapcsán utal az Mttv. 3. §-ában foglaltakra, mely alapján a médiaszolgáltatók szabadon határozzák meg a médiaszolgáltatásuk tartalmát, azonban felelősséggel tartoznak a törvényben foglaltak betartásáért. Az Mttv. hivatkozott rendelkezése értelmében a Médiaszolgáltató felelősége objektív, műsorát köteles úgy szerkeszteni, hogy a vonatkozó szabályokat maradéktalanul betartsa, az általa elmondottak tehát nem mentesítik a felelősség alól.

III.

A Médiaszolgáltató nyilatkozatában hivatkozott az Ajánlásban foglaltakra. Rögzítette, hogy a Médiatörvény 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 Médiatanács 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.”*

Ugyanakkor az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt támogatói szabály megsértése mellett kizárólag akkor állapítható meg az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjában foglaltak megsértése, amennyiben a termék megjelenítéssel és a támogatással érintett termék/szolgáltatás nem azonos. A kifejtettek alapján tárgyi ügyben a Médiatanács kizárólag az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezés érvényesülését vizsgálta, hiszen a vizsgált összeállítások a támogatók szolgáltatását/termékeit mutatták be.

Az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt támogatói szabály kapcsán a jogalkotó által tilalmazott magatartás az ösztönzés és a felhívás. A Médiatanács álláspontja szerint a vásárlásra ösztönző hatás kiváltásához a figyelemkeltés is elegendő, amely jelen esetekben a támogatók termékeinek/szolgáltatásainak fentiek szerinti megjelenítésével megvalósult.

A Médiatanács az előbbiekre utal a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 3.K.31017/2013/8. számú ítéletében foglaltakra, miszerint „*a figyelem felkeltése, bizonyos tulajdonságokra való (...) figyelemfelhívás egyértelműen számos gazdasági folyamat (ti. pl. adásvétel) szükségszerű előzménye (...)*”.

A Médiatanács megjegyzi továbbá, hogy a Médiaszolgáltató tévesen rögzítette nyilatkozatában, hogy „*az olyan tematikus műsorszámok esetében, mint például az autós-műsorok, a műsorszám tartalmához illeszkedően megjelenített, bemutatott termékek közzététele nem minősül termék megjelenítésnek, amennyiben az adott áru vagy szolgáltatás a műsorszám tartalmához mérten dramaturgiailag indokolt mértékben jelenik meg*”. Az Ajánlás helyesen azt rögzíti, hogy az olyan tematikus műsorszámok esetében, mint például az autós-műsorok, a műsorszám tartalmához illeszkedően megjelenített, bemutatott termékek – a vonatkozó szabályok betartása esetén – *megengedett termék megjelenítésnek* minősülhetnek. A Médiatanács egyebekben megjegyzi, hogy jelen eljárás tárgya nem a termék megjelenítésre, hanem a támogatásra vonatkozó törvényi rendelkezés megsértése.

A Médiatanács a kifejtettek alapján megállapította, hogy az elemzett riportok célja az volt, hogy részletes információkat nyújtsanak a támogató cégek szolgáltatásairól/termékeiről, illetve felhívják a figyelmet azok pozitív tulajdonságaira és ösztönözzenek igénybevételükre. A Műsorszámokban - a Médiaszolgáltató álláspontjával ellentétben - nem csak általános információk hangzottak el, a nézők a műsorvezetők és a riportalanyok közreműködésével egy-egy reklámriportot láthattak. Ennek következtében a *Budapest Plasztikai Intézet, a Burger King és Rebel Whopper, a Beko, valamint a Biocom (collagenbeautyandfit.hu)* már nem pusztán a Műsorszám támogatói voltak, hanem – ellentétben a Médiaszolgáltató azon megjegyzésével, miszerint a Műsorszámokon belül, a támogatók konkrétan nem jelentek meg - szerves részét képezték a szerkesztett tartalomnak. A látottak és hallottak (egymást erősítve) túlmutattak a támogatói üzenet célján, hiszen a közreadott információk ösztönözhatték a nézőket a bemutatott cégek termékeinek beszerzésére/szolgáltatásainak igénybevételére.

Az előzőekben leírtakból következően a Médiatanács nem ért egyet a Médiaszolgáltató azon megállapításaival sem, miszerint a témák előadása nem volt túldimenzionált, arányos volt minden kifogásolt részletében, és az esetlegesen elhangzott információk sem billentették ki a műsor által követni kívánt egyensúlyt a szigorúan szűk értelemben vett tartalom szakmai, tudományos és közszolgálati keretei közül, azok dramaturgiailag indokolt mértékben jelentek meg, továbbá hogy az egyes témák szerepeltetése informatív céllal, és megfelelő tárgyilagossággal történt, megőrizve a szerkesztői függetlenséget.

A kifejtettek alapján a Médiaszolgáltató a 2020. március 7-én és 14-én sugárzott Műsorszám közzétételével összesen két alkalommal (4 szegmens esetében) megsértette az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezést.

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 ismételten 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 |
|----|----------------------|------------------------------|---|
| 1 | 1007/2013. (VI. 12.) | 2013. január 3. | Mttv. 186. § (1) |
| 2 | 28/2017. (I. 10.) | 2016. május 5., 6. | Mttv. 186. § (1) |
| 3 | 1030/2017. (IX. 25.) | 2017. május 13. és 17. | Mttv. 187. § (3) – 200 000 Ft (4 alkalom) |
| 4 | 291/2019. (III. 5.) | 2018. november 4. | Mttv. 187. § (3) – 50 000 Ft (1 alkalom) |
| 5 | 1007/2019. (VII.23.) | 2019. április 7. | Mttv. 187. § (3) – 75 000 Ft (1 alkalom) |
| 6 | 1123/2019. (IX.10.) | 2019. április 6., 13. és 20. | Mttv. 187. § (3) – 275 000 Ft (3 alkalom) |
| 7 | 1218/2019. (X.15.) | 2019. május 18. | Mttv. 187. § (3) – 100 000 Ft (1 alkalom) |
| 8 | 1286/2019. (XI.12.) | 2019. augusztus 8. | Mttv. 187. § (3) – 100 000 Ft (1 alkalom) |
| 9 | 82/2020. (II.4.) | 2019. szeptember 14. | Mttv. 187. § (3) – 215 000 Ft (1 alkalom) |
| 10 | 173/2020. (III.3.) | 2019. október 24. | Mttv. 187. § (3) – 500 000 Ft (1 alkalom) |
| 11 | 224/2020. (III.17.) | 2019. december 1. | Mttv. 187. § (3) – 750 000 Ft (1 alkalom) |
| 12 | 615/2020. (VI.30.) | 2019. december 21. | Mttv. 187. § (3) – 1 100 000 Ft (1 alkalom) |

A táblázatban foglaltak alapján a jogsértés ismételtsége fennáll, tekintettel arra, hogy a jelenlegi jogsértést (2020. március 7. és 14.) megelőző háromszázhatvanöt napon belül a Médiatanács nyolcszor 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.), 224/2020. (III.17.) és 615/2020. (VI.30.) számú határozatok] megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben.

Emellett az Smtv. 20. § (9) bekezdésének - tizenharmadik alkalommal, 2 műsorszám esetében 4 műsorszegmenst érintően történt - megsértése, függetlenül attól, hogy adott esetben fennáll-e a jogsértés ismételtsége, a fogyasztói érdekekre tekintettel egyébként sem tekinthető csekély súlyú jogsértésnek.

A fentiek alapján nem helytálló a Médiaszolgáltató azon állítása, hogy működését jogkövető magatartás jellemzi, továbbá a kifogásolt cselekmény egyszeri és csekély súlyú volt, valamint ismételtség nem állapítható meg.

A fentiekre tekintettel az Mttv. 186. § (1) bekezdésében meghatározott felhívás jogkövetkezmény alkalmazása kizárt.

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 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 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 224/2020. (III.17.) számú határozatban megállapított összeget (750 000 Ft/ egy eset) vette alapul, tekintettel arra, hogy a legutóbbi, 615/2020. (VI.30.) számú határozattal szemben a Médiaszolgáltató a Hatósághoz 2020. július 30-án érkezett keresetlevelében jogorvoslattal élt. Megállapítható továbbá, hogy a Médiaszolgáltató a jelenlegi jogsértéseket (időpontja: 2020. március 7. és 14.) már elkövette, amikor a korábbi, 2019. december 21-i esettel kapcsolatban a hatósági eljárás indításáról tudomást szerzett (a hatósági eljárás megindításáról szóló, 454/2020. (V. 12.) számú végzést 2020. május 18-án vette át).

A fentiekre tekintettel, valamint figyelemmel arra, hogy az ismételtség megállapításához 365 napon belül elkövetett egy jogsértés is elegendő, azonban a Médiaszolgáltató tárgyi ügyben 365 napon belül kilencedik alkalommal, összesen kettő Műsorszám (négy összeállítás) kapcsán sértette meg az

Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezést, a Médiatanács - a 224/2020. (III.17.) számú határozatban esetenként kiszabott összeget újfent 350 000 Ft-tal emelve – összesen 2 200 000 Ft (esetenként 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 kettő alkalommal történt megsértése miatt a kiszabható bírságmaximum (kétszázmillió forint) 1,1 %-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. szeptember 1.

A Médiatanács nevében
Dr. Karas Monika
elnök

Kapják:

1. személyes adat