

A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN!

A Fővárosi Ítéltábla a Lehner Ügyvédi Iroda (..... ügyintéző: dr. Lehner Katalin ügyvéd) által képviselt felperesnek a jogtanácsos által képviselt **Országos Rádió és Televízió Testület** (1088 Budapest, Reviczky u. 5.) alperes ellen műsorszolgáltatási ügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indult perében a Fővárosi Bíróság 2007. évi szeptember hó 25. napján kelt számú ítélete ellen az alperes által 4. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott napon - tárgyaláson kívül - meghozta a következő

Ítéletet:

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét megváltoztatja és a felperes keresetét elutasítja.

Kötelezi a felperest, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 50.000 (azaz ötvenezer) forint együttes első- és másodfokú perköltséget.

A kereseti és a fellebbezési illetéket az állam viseli.

Ez ellen az ítélet ellen további fellebbezésnek nincs helye.

I n d o k o l á s

Az alperes hatósági ellenőrzés keretében a 2007. május 9. napján kelt számú határozata I. és III. pontjaiban megállapította, hogy a felperes című műsorszám szegmensében azáltal, hogy autóversenyző vendéggel közvetített interjú alatt több alkalommal Nissan logóval ellátott sapkákat helyezett a kép előterébe, a

Rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény (a továbbiakban: Rttv.) 10.§-ának (5) bekezdésében foglaltak megsértésével járó burkolt, illetve tudatosan nem észlelhető reklámot közölt, míg a-én közreadott című nem támogatható műsorszám végén a logója mellett megjelent felírat „köszönjük a szakmai segítségét” az Rttv. 25.§-ának megsértésével járó támogatást vett igénybe, ezért az Rttv. 112.§-ának (1) bekezdés a) pontja értelmében felhívta a felperest a sérelmezett magatartás megszüntetésére.

A felperes keresetében a jogsértést vitatva az alperesi határozat hatályon kívül helyezését kérte. Álláspontja szerint az alperesi határozatban állítottakkal ellentétben egy versenyző személyes tapasztalatain keresztül a Dakar Rali eseményről való tájékoztatás került előtérbe, míg az elhelyezett sapkák „a Dakar Nissan” logóval voltak ellátva, nem a Nissan-hoz, hanem hirdetési szándék nélkül a Dakarhoz kapcsolódik, nem eredményezhette a nézők félrevezetését. A támogatás tartalmi eleme hiányzik, ugyanis a pénzbeli támogatást nem neki nyújtották. Az egyes fogalom-meghatározások sorát jogértelmezéssel tárgítani tovább nem lehet, ahogyan ezt több bírósági határozat kimondta.

Az alperes érdemi nyilatkozatában, a határozatában kifejtett álláspontját fenntartotta.

Az elsőfokú bíróság osztotta a felperesi álláspontot és megállapította, hogy a felperes jogsértést nem követett el, ezért a keresettel támadott az alperesi határozat I. és III. pontjait hatályon kívül helyezte. Az ítélet indokolása szerint közismert tény, hogy autóversenyző a Dakar Team tagja volt. Az autóverseny, közelebbről a Dakar Rali vonatkozásában köztudomású, hogy különböző márkák versenyeznek egymással, extrém körülmények között. Maga a verseny is olyan, amely speciális felkészültséget, illetve a versenyen résztvevő járművek vonatkozásában az átlagostól jóval eltérő műszaki - szakmai kialakítást követel meg. A műsorszámból kitűnik, hogy a felperes állításával egyezően a műsor valóban kizárólag magára az autóversenyre és versenyzőnek az autóversenyen szerzett személyes versenyzői tapasztalataira koncentrált. Ehhez képest a Dakar szóval együtt megjelenő Nissan logó az elsőfokú bíróság álláspontja szerint még csak burkoltan sem ösztönözheték vásárlásra a márka termékeinek beszerzésére irányuló magatartásra a műsorszámot megtekintőket, figyelemmel arra, hogy egyrészt a műsor még csak közvetve sem foglalkozott a Nissan-nal mint autómárkával, másrészt egy autótérkép beszerzése általában nem pillanatnyi vásárlói emóciók mentén alakul ki, hanem azt hosszas számítás és átgondolás előzi meg. A verseny extremitása miatt a Nissan, amelynek logó hordozója valóban megjelent, a műsorral való összefüggésében kifejezetten az extrém sivatagi körülményekre megépített autóként jelent meg, vagyis nem egy olyan átlagos termékként, amelyet a mindennapi életben a közutakon kellene és lehetne használni, és azt e célra a műsor nézőinek megvásárolni. Köztudomású tény, hogy egy ilyen verseny támogatók és szponzorok nélkül nem jöhet létre, a néző számára logók megjelenése egy ilyen típusú műsorszámban magától érthető és kizárólag mindvégig háttérben maradó információ, éppen azért, mert annak megjelentését a

néző szinte természetesnek véve, nem arra összpontosít, hanem, magának a műsorszámnak a lényegi tartamára. E lényegi tartalom az adott esetben a versenyt illette, míg a termék burkolt népszerűsítése egyáltalán nem volt megállapítható.

A című műsorszámmal kapcsolatos jogsértés vonatkozásában, az elsőfokú bíróság a keresetben foglaltaktól eltérő indokolással kifejtette, hogy a szakmai segítség nem anyagi- vagyoni jellegű hozzájárulásként jelenik meg a nézők tudatában az Rttv. 2.§-ának 44. pontja értelmében és a műsorszám végén megjelent feliratban a segítség szó nem a támogatás szinonimája, ezért közömbösnek látta külön annak megítélését, hogy a szakmai segítséget ki kapta. Megjegyezte azonban, hogy a műsor gyártója által megszerzett anyagi természeti előny alkalmas arra, hogy „átáramoljon” műsorszolgáltatóra is, hiszen a műsorszolgáltató akár mérsékeltebb áron is a műsorszámhoz juthat.

Az elsőfokú bíróság ítélete elleni fellebbezésében az alperes az ítélet megváltoztatását és a jogsértés megállapítása mellett a felperes keresetének elutasítását kérte. Álláspontja szerint a perbeli műsorszám létrejöttéhez, amely egy egyszerű riport, az egyik versenyzővel - nem kellett a Nissan cég támogatása. Tehát azon bírói megállapítás, amely szerint köztudomású, hogy a Dakar Ralihoz támogatók kellene, és ezért természetes a Nissan logó megjelenése, nem helytálló a perbeli eset kapcsán. A műsorszámban magáról a versenyről volt szó, és valóban nem magáról az autótípusról, de a burkolt reklám megállapításához az sem feltétel, hogy magáról a termékről essen szó. Sőt pontosan az a lényege, s a burkolt reklámnál, hogy egy „semleges” alapinformációhoz képest egy mellékinformáció hangsúlyosan jelenik meg. A perbeli esetben is ez történt: A riport alatt végig folyamatosan láthatók voltak, indokolatlan mértékben, a kamera beállítás folytán a Nissan reklámtermékek. A Nissan cég nem csak extrém sportokhoz való autótermékeket készít, hanem városi közlekedésre alkalmas személygépkocsikat, melyek átlagos terméknek tekinthetők. Egy márka megjelenése különösen, ha köztudomású, hogy egy rangos eseményt támogat, mindenképpen reklám jelleggel bír. Nem kell feltétlenül vásárlásra ösztönöznie, hanem elegendő pusztán valamilyen üzleti magatartásra sarkallni a tájékoztatásnak. A támogatással megvalósított jogsértéssel kapcsolatosan az alperes álláspontja szerint a műsorszolgáltatónak a perbeli eset kapcsán bizonyítania kellett volna azt, hogy a szakmai segítségnyújtás nem jelentett valóban egyben gazdasági természetű hozzájárulást is, ráadásul - felperes állítása szerint - a műsorszám külső gyártásban készült, ami önmagában nem mentesíti felperest a felelősség alól a kialakult bírói gyakorlat szerint. Az elsőfokú ítélet elfogadása azt jelentené, hogy a műsorszolgáltatók támogatás intézményét különböző feliratokkal megfogalmazva jelenítenék meg.

A felperes a fellebbezési ellenkérelmében osztotta az elsőfokú ítéletben kifejtett álláspontot, ezért az ítélet helybenhagyását kérte.

Az alperes fellebbezése alapos.

Az elsőfokú bíróság a helyesen megállapított tényállásból helytelen jogi következtetést vont le, és helyezte hatályon kívül az alperesi határozat keresettel támadott rendelkezéseit, okfejtésével a másodfokú bíróság nem értett egyet.

A másodfokú bíróság mindenekelőtt kiemeli az Rttv. 2.§-ának a 4. pontjában meghatározott burkolt reklám fogalmát, mely szerint burkolt reklám az a műsorszám vagy műsorszámon belüli tájékoztatás, amely semleges információ látszatát keltve ösztönöz áru vásárlására, vagy szolgáltatás igénybevételére, vagy bármely más üzleti magatartásra.

Az alperesi Testületnek a 247/1997. (X.30.) számú határozata szerint semleges információ látszatának minősül olyan közlés, akár képben, akár hangban, akár írásban, mely a szerzője, illetőleg közreadója gazdasági, személyes vagy csoportérdeket jelenít meg az objektivitás érzését keltő eszközökkel. Burkolt reklámnak minősül az adott műsorszámban vagy műsorfolyam egészében az alapinformáció lényeges tartalmához képest indokolatlan módon és mértékben megjelenő gazdasági elem. A burkolt reklám lehet szándékos és gondatlan.

Az alperes vizsgálata kiterjedt a jogszabályban definiált burkolt reklám fogalmi elemeire, és az érintett műsorszám vonatkozásában helytállóan állapította meg, hogy megvalósult azáltal, hogy a sporteseményről való tájékoztatás mellett, az előtérbe helyezett sapkákon a Nissan márkanév felirattal többlet elem is megjelent. A határozatban érintett műsorszámban a Dakar Rali sportesemény mellett, objektivitás érzését keltő eszközzel (sapkákkal) csak ez a márka név került bemutatásra semleges információ látszatát keltve, ezért az alperes határozatában helytállóan minősítette a népszerűsítést célzó, gazdasági elemet burkolt reklámnak.

Az Rttv. 10.§-ának (5) bekezdése szerint burkolt, illetve tudatosan nem észlelhető reklám nem közölhető. A burkolt reklám közzétételével a felperes az Rttv. 10.§-ának (5) bekezdésében foglalt tilalmat megszegte, megállapításával az alperes jogszabályt nem sértett.

A című műsorszámmal kapcsolatban a felperes nem vitatta a perben az alperesi határozat azon megállapítását, hogy a műsorszám nem tartozik a támogatható műsorszámok köréhez, hanem azt vitatta, hogy támogatásban ő részesült volna. Az elsőfokú bíróság túlterjeszkedett a kereseti kérelmen azáltal, hogy a szakmai támogatás tartalmát elemezte. Ezzel összefüggésben kifejtett álláspontja a jogszabályban előírtakon túl mutatott, ugyanis az Rttv. 2.§-ának 44. pontja értelmében támogatás: valamely - reklámnak nem minősülő - műsorszám elkészítéséhez, nyilvános közzétételéhez a műsorszolgáltatónak nyújtott pénzbeli vagy más gazdasági természetű hozzájárulás annak érdekében, hogy a támogató vagy általa meghatározott harmadik személy nevét, védjegyét, megkülönböztető jelzését, a róla alkotott képet népszerűsítse.

A szakmai támogatást biztosító cég nevének feltüntetése is megvalósítja az Rttv. 2.§ 44. pontjában meghatározott támogatás fogalmi ismérveit, amellet, hogy gazdasági természetű hozzájárulás - melyet a felperes harmadik személyre utalással elismert- azt a célt szolgálja, hogy a cég neve ismertté, népszerűvé váljon. Az értelmező rendelkezéshez hasonló megoldást alkalmaz az Rttv. 25.§-a a támogatható műsorok körének meghatározásával, amelyek taxatív felsorolása ugyancsak nem bővíthető, nem terjeszthető ki külső közreműködőkre vagy gyártókra, a felelősség a műsorszolgáltatót terheli. Ezért helyesen járt el az alperes, amikor a jogsértést a felperes rovására megállapította.

Mindezek alapján a Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét az 1952. évi III. törvény (Pp.) 253.§-ának (2) bekezdése alkalmazásával megváltoztatta és a felperes keresetét elutasította.

Az alperes első- és másodfokú eljárásban felmerült költségének a megfizetésére a Fővárosi Ítéltábla a Pp. 78.§-ának (1) bekezdése alapján kötelezte a felperest, míg a le nem rótt kereseti és fellebbezési illetéket a felperes személyes illetékmentessége folytán a 6/1986. (VI.26.) IM. rendelet 14.§-a alapján az állam viseli.

Budapest, 2008. évi április hó 10. napján

Dr. Rothermel Erika s.k. a tanács elnöke, **Dr. Losonczy Erzsébet** s.k. előadó bíró,
Huszárné dr. Oláh Éva s.k. bíró

A kiadmány hitelül:
írnok