

**ČESKÁ TELEVIZE**

Na Hřebenech II

14070 Praha 4 - Kavčí hory

**Sp. zn./Ident.: 2009/283/HOL/ČTV**

**Č.j.: LOJ/2864/2012**

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) v rámci své působnosti dané § 5 písm. f) a v souladu s § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.) a § 67 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu v platném znění (dále jen zákon č. 500/2004 Sb.), vydala toto

rozhodnutí:

Rada uděluje provozovateli, České televizi, IC: 00027383, se sídlem Na Hřebenech II, Praha 4, PSČ: 140 70, pokutu ve výši 150 000,- Kč, za porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. ve znění účinném v době spáchání jiného správního deliktu, neboť odvysíláním spotu s přímou nabídkou dětských lyží „ČT nabízí“ dne 8. prosince 2008 v 18:44:22 hodin na programu ČT1, který nebyl výslovně označen jako teleshopping, ani to nebylo z jeho zpracování zřetelně patrné, se provozovatel dopustil porušení povinnosti zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné.

Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet č. 3754-19223001/0710, vedený u České národní banky, variabilní symbol 2009283.

Účastníkovi řízení se ukládá povinnost nahradit náklady řízení paušální částkou 1 000,- Kč podle § 79 odst. 5 zákona č. 500/2004 Sb., a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. na účet č. 3711-19223001/0710, vedený u České národní banky, variabilní symbol 2009283. Náhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

Ve věci správního řízení pro možné porušení povinnosti vyplývající z výše uvedeného ustanovení zákona č.231/2001 Sb. byly zjištěny následující skutečnosti:

Účastník řízení, Česká televize (dále jen ČT), je provozovatelem televizního vysílání programu ČT 1, ČT 2, ČT 24 a ČT4 Sport na základě zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů.

Účastník řízení odvysílal dne 8. prosince 2008 v 18:44:22 hodin na programu ČT1 spot s přímou nabídkou dětských lyží „ČT nabízí“

### Popis spotu:

*Zvukové znělka, v obraze kluk s ofinou rozfukující květy, v levém dolním rohu nápis ČT NABÍZÍ. Následuje nabídka dětských lyží s motivy oblíbených skřítků Františka a Fanyňky z Kouzelné školky za cenu 2490 Kč + poštovné (set lyže s vázáním) anebo 1890 Kč + poštovné (lyže). V obraze se střídají záběry z pořadu Kouzelná školka doplněné v levé části o záběry na nabízené lyže, v pásu v dolní části obrazovky jsou kontaktní informace, na nichž je možno zboží objednat. Obraz je doprovázen ve zvuku komentářem. V horním levém rohu je logo programu ČT1. Po nabídce následuje obrazový předěl graficky navazující na předěl před začátkem spotu, kluk má prázdné ruce a usmívá se do kamery, v obraze není žádný text.*

Rada po shlédnutí audiovizuálního záznamu dospěla k závěru, že divák předmětný spot mohl v této podobě a s tímto začleněním do programu vnímat jinak než jako teleshopping, např. jako upoutávku.

Protože předmětný spot s nabídkou zboží nebyl označen jako teleshopping, ale byl uveden znělkou a nápisem ČT nabízí, porušil provozovatel povinnost rozeznatelnosti teleshoppingu tak, jak mu ji ukládá ustanovení § 48 odst. č písm. a) zákona č. 231/2001 Sb.

Proto se Rada, na základě výše uvedeného, rozhodla s provozovatelem, Českou televizí, zahájit správní řízení z moci úřední pro možné porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb.

Oznámení o zahájení správního řízení v předmětné věci účastník řízení obdržel dne 10. března 2009, čímž bylo zahájeno správní řízení v uvedené věci.

Účastník se vyjádřil k zahájení správního řízení (viz níže).

### První správní rozhodnutí

Rada se posouzením věci zabývala na svém 13. zasedání konaném ve dnech 28. července 2009, kde po vyjádření účastníka přijala rozhodnutí o uložení pokuty ve výši 150.000,-Kč.

### Soudní řízení před Městským soudem v Praze

Rozhodnutí bylo napadeno správní žalobou u Městského soudu v Praze, v jejímž rámci bylo napadeno i podobné správní rozhodnutí.

Při nařízeném ústním jednání dne 26. března 2010 zamítl Městský soud v Praze obě předmětné žaloby.

Důvody zamítnutí:

- námitku ohledně neurčitosti výroků rozhodnutí posoudil MS jako nedůvodnou
- MS má za prokázané z obsahu správního spisu, že Rada rozhodovala na základě podkladů připravených úřadem Rady, přičemž se s obsahem spotu seznámila jeho zhlédnutím, byť o tom ve spise není založen jednoznačný záznam.

- MS se na základě rozboru termínů „reklamy“ a „teleshopping“ ztotožnil s názorem Rady.
- MS rovněž dal za pravdu Radě, co se týče jejího názoru, že se nejedná o sebepropagaci žalobkyně
- Soud se také ztotožnil se závěrem žalované ohledně porušení uvedené povinnosti zajistit, aby teleshopping byl rozeznatelný a zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělený od ostatních částí programu.

Účastník zamítavý rozsudek Městského soudu v Praze napadl kasační stížností.

#### Soudní řízení před Nejvyšším správním soudem

Dne 2. 7. 2012 byl Radě doručen rozsudek Nejvyššího správního soudu, kterým byl zrušen rozsudek Městského soudu v Praze č.j. 5 Ca 190/2009 - 29 ze dne 26. března 2010, kterým byly zamítnuty žaloby proti rozhodnutí Rady ze dne 28. července 2009 sp. zn. 2009/282/HOL/ČTV, č.j. Loj/5388/09 a proti rozhodnutí Rady ze dne 28. července 2009 sp.zn. 2009/283/HOL/ČTV, č.j. Loj/5387/09, kterými byly České televizi uloženy pokuty ve výši 2x 150 000,- Kč pro porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. spočívající v odvysílání spotů s přímou nabídkou dětského prostírání dne 3. prosince 2008 v 18:41 hodin na programu ČT 1 a s přímou nabídkou dětských lyží dne 8. prosince 2008 v 18:44 hodin na programu ČT 1, které nebyly výslovně označeny jako teleshopping a ani to nebylo z jejich zpracování zřetelně patrné, a zároveň Nejvyšší správní soud tato správní rozhodnutí zrušil.

Odůvodnění:

- neexistence protokolu o provedení důkazu

Účastník byl proto v rámci písemného přípisu pozván na provedení důkazu a v rámci stejného písemného přípisu mu byl zrekapitulován obsah správního spisu.

#### Druhé správní rozhodnutí

Popis spotu:

*Zvukové znělka, v obraze kluk s ofinou rozfukující květy, v levém dolním rohu nápis ČT NABÍZÍ. Následuje nabídka dětských lyží s motivy oblíbených skřítků Františka a Fanyinky z Kouzelné školky za cenu 2490 Kč + poštovné (set lyže s vázáním) anebo 1890 Kč + poštovné (lyže). V obraze se střídají záběry z pořadu Kouzelná školka doplněné v levé části o záběry na nabízené lyže, v pásu v dolní části obrazovky jsou kontaktní informace, na nichž je možno zboží objednat. Obraz je doprovázen ve zvuku komentářem. V horním levém rohu je logo programu ČT1. Po nabídce následuje obrazový předěl graficky navazující na předěl před začátkem spotu, kluk má prázdné ruce a usmívá se do kamery, v obraze není žádný text.*

Rada po shlédnutí audiovizuálního záznamu dospěla k závěru, že **divák předmětný spot mohl v této podobě a s tímto začleněním do programu vnímat jinak než jako teleshopping, např. jako upoutávku.**

**Protože předmětný spot s nabídkou zboží nebyl označen jako teleshopping, ale byl uveden znělkou a nápisem ČT nabízí,** porušil provozovatel povinnost rozeznatelnosti teleshoppingu tak, jak mu ji v době spáchání správního deliktu ukládalo ustanovení § 48 odst. č písm. a) zákona č. 231/2001 Sb.

Vyjádření účastníka řízení:

Rada obdržela vyjádření účastníka řízení dne 25. března 2009. ČT v něm uvádí:

- ČT nerozporuje odvysílání výše popsaného spotu v rámci „ČT nabízí“ dne 3. 12. 2008 v 18:41:21 hodin na programu ČT1 rovněž tak ani skutečnost, že nebyl označen jako teleshopping. ČT dále shodně s Radou konstatuje, že spot byl uveden znělkou a nápisem „ČT nabízí“.
- Dle názoru ČT však zákon ve smyslu ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) porušen nebyl.
- jestliže Rada na základě svého rozboru uvádí, že spot nebyl označen jako teleshopping a nebylo to zřetelně patrné ani z jeho zpracování, pak toto konstatování svědčí o skutečnosti, že ČT spot záměrně zařadila do vysílání jako veřejné oznámení z a účelem vlastní propagace provozovatele vysílání.
- ČT konstatuje, že pod tímto záměrně odlišným označením „ ČT nabízí“ uvádí nikoli teleshopping, ale oznámení provozovatele televizního vysílání, která jsou učiněna ve spojení s vlastními pořady. V tomto případě s večerníčky, jestliže se v obraze střídají krátké záběry na postavičky z večerníčků, doplněné záběry na prezentované zboží, které je od těchto pořadů odvozeno.
- Dle § 2 odst. 1 písm. n) zákona č. 231/2001 Sb., může provozovatel televizního vysílání zařazovat do vysílání veřejná oznámení za účelem vlastní propagace provozovatele určené mimo jiné k podpoře prodeje a nákupu výrobků nebo služeb tím, že dle ustanovení § 50 odst. 6 zákona č. 231/2001 Sb., oznámení učiněná ve spojení s vlastními pořady, zbožím a službami přímo odvozenými od těchto programů (pořadů) se nezapočítávají do časového omezení reklamy a teleshoppingu. ČT má za to, že prokazatelně postupovala v souladu se zákonem a že označením „ČT nabízí“ dala právě existenci tohoto zvláštního statusu dostatečně najevo, neboť se v tomto případě nejedná o teleshopping ve smyslu § 2 odst. 1 písm. r) zákona č. 231/2001 Sb.
- Vzhledem k výše uvedenému je ČT přesvědčena, že nemohlo dojít k porušení povinnosti provozovatele televizního vysílání dle ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. a proto navrhuje, aby správní řízení ve věci vedené pod spis. zn.: 2009/283/HOL/ČTV bylo zastaveno

Správní úvaha Rady:

Rada zvážila argumentaci účastníka a učinila tyto závěry:

- 1 ) provedla důkaz obrazově-zvukovým záznamem na svém 15. zasedání konaném ve dnech 21. a 22. srpna 2012

- 2) Rada má za to, že předmětný „nabídkový spot“ je nutno podřadit pod pojem teleshopping a **v žádném případě se nejedná o vlastní propagaci provozovatele televizního vysílání.**
- 3) Nabídka sice má návaznost na obsah programu provozovatele (k jeho pořadům), avšak **samotný provozovatel, jako právnická osoba není výrobcem produktů, které tento „nabídkový spot“ prezentuje. „Odvození od pořadů provozovatele“ spočívá pouze ve využití pohádkových motivů z pořadů provozovatele, ovšem nabízené zboží prodává další osoba.**
- 4) Rada nenamítá, že by snad nebyl tento teleshopping oddělen od ostatního vysílání, avšak **toto oddělení nezaručuje zároveň zákonem požadovanou rozeznatelnost. Divák nemusí rozeznat, že po titulku „ČT nabízí“ bude následovat komerční vysílání, resp. teleshopping, z něhož profituje další osoba (mimo ČT).**
- 5) Divák může být zmaten a považovat daný spot za self promotion, jako ho prezentuje samotná ČT. **Rada má za to, že k jednoznačné rozeznatelnosti by pravděpodobně divák dospěl jedině označením spotu názvem „teleshopping“.**

#### Správní uvážení Rady:

Rada po provedení důkazu promítnutím záznamu předmětného obchodního sdělení dospěla k následujícímu názoru: Rada má za to, že odvysílání nabídkového spotu nedošlo k sebepropagaci, ale k nabídce zboží, kterého výrobcem není Česká televize.

Česká televize jako provozovatel ze zákona č. 483/1991 Sb., zákona o České televizi, poskytuje tzv. veřejnou službu v oblasti vysílání, a tedy její sebepropagace by měla vycházet z této definice.

Veřejná služba v oblasti vysílání je určena § 2 a 3 výše zmíněného zákona, z kterého vyplývá, že Česká televize poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území české republiky (dále jen „veřejná služba v oblasti televizního vysílání“).

#### Hlavními úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání jsou zejména:

poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů, přispívání k právnímu vědomí obyvatel České republiky vytváření a šíření programů a poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel se zřetelem na svobodu jejich náboženské víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby tyto programy a pořady odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit zájmné porozumění a toleranci a podporovat soudržnost pluralitní společnost, rozvíjení kulturní identity obyvatel České republiky včetně příslušníků národnostních nebo etnických menšin, výroba a vysílání zejména zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, dramatických, sportovních, zábavných a vzdělávacích pořadů a pořadů pro děti a mládež.

Česká televize naplňuje veřejnou službu v oblasti televizního vysílání zejména tím, že

provozuje analogové televizní vysílání dvou televizních programů prostřednictvím zemských vysílacích rádiových zařízení, popřípadě jiných technických prostředků tak,

aby v součtu území pokrytého signálem zemského analogového nebo zemského digitálního televizního vysílání a území pokrytého signály souběžného zemského analogového a zemského digitálního televizního vysílání byla pro obyvatele České republiky zajištěna možnost příjmu těchto televizních programů v rozsahu podle odstavce 3 zákona o České televizi

provozuje zemské digitální televizní vysílání televizních programů uvedených v písmenu výše a dalších alespoň dvou televizních programů zahrnutých v souhrnném datovém toku složeném z dílčích datových toků náležejících televizním a rozhlasovým programům, multimediálnímu obsahu a doplňkovým službám veřejné služby v oblasti televizního a rozhlasového vysílání, upravených pro společné šíření prostřednictvím zemské sítě vysílacích rádiových zařízení s plánovaným pokrytím alespoň 95 % obyvatel České republiky počítaných podle údajů vyplývajících z posledního sčítání lidu (dále jen "multiplex veřejné služby"),

jako provozovatel multiplexu veřejné služby sestavuje společně s Českým rozhlasem souhrnný datový tok a odpovídá za jeho správu a jeho předání k šíření zemskou sítí vysílacích rádiových zařízení,

zřizuje síť vlastních zpravodajů,

v oblasti zpravodajských a publicistických pořadů zajišťuje regionální vysílání prostřednictvím televizních studií České televize (dále jen "televizní studia") pro území jejich působnosti. Regionální vysílání každého televizního studia musí vyváženě obsahovat příspěvky z celého území jeho působnosti,

vytváří archivní fondy, udržuje je a podílí se na jejich využívání jako součásti národního kulturního bohatství,

podporuje českou filmovou tvorbu a kulturní projekty,

vysílá díla domácí a zahraniční tvorby,

poskytuje alespoň na jednom vysílaném programu 24hodinovou programovou službu, včetně aktuálního zpravodajství,

poskytuje teletextové služby,

opatřuje alespoň 70 % vysílaných pořadů skrytými nebo otevřenými titulky a alespoň 2 % vysílaných pořadů vyrábí v českém znakovém jazyce nebo opatřuje simultánním tlumočením do českého znakového jazyka pro osoby se sluchovým postižením a dále alespoň 10 % vysílaných pořadů zpřístupňuje pro osoby se zrakovým postižením,

vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích technologií a služeb,

poskytuje audiovizuální mediální služby na vyžádání,

poskytuje veřejnosti informace a obsah podle § 2 odst. 1 prostřednictvím internetových stránek a aplikací České televize.

Jak je z výše uvedeného patrné, **nelze označit za veřejnou službu prodej zboží s logem, resp. s ochranným vzorem pořadu České televize. Česká televize není ani výrobcem produktu (a tudíž neprovádí sebepropagaci) a tedy prezentací možnosti nákupu tohoto produktu (dětských lyží) umožňuje prodej skutečnému výrobcí. Toto je zřejmé mimo jiné z faktu, že v obchodním sdělení zaznívá, že výrobek lze zakoupit i v běžné obchodní síti.**

Sebepropagace obecně by se z logiky věci měla odvíjet od činnosti společnosti v případě České televize pak z obsahu veřejné služby. Česká televize není výrobcem dětských lyží s motivy oblíbených postav skřítků Františka a Fanyanky z Kouzelné školky.

Propagaci výrobků jiné firmy nelze považovat za sebepropagaci.

**Rada zdůrazňuje, že provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby reklama teleshopping byly rozeznatelné a u provozovatele rozhlasového vysílání zřetelně zvukově, u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělené od ostatních částí programu.**

Teleshoppingem je dle § 2 odst. 1 písm. r) zákona č. 231/2001 Sb. „přímá nabídka zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do rozhlasového či televizního vysílání za úplatu či jinou protihodnotu“.

Přestože zákon č. 231/2001 Sb., nestanoví, jakým způsobem má být teleshopping od ostatního vysílání oddělen, § 48 odst. 4 písm. a), ve znění účinném v době spáchání správního deliktu, jasně říká, že teleshopping má být rozeznatelný a zřetelně zvukově či zvukově-obrazově oddělený.

Rada po zhlédnutí předmětného záznamu dospěla k závěru, že předmětné obchodní sdělení nebylo z pohledu diváka řádně rozeznatelné jakožto teleshopping. Dle názoru Rady divák nebude po „čt nabízí“ očekávat teleshopping, v případě, kdy účastník řízení užívá pro teleshopping jiné označení. Divák tak bude zmaten, v následku tedy nebude toliko ostražitý před nadměrným zásahem obchodního sdělení.

Rada má tedy za prokázané, že by účastník řízení porušil ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. ve znění účinném v době spáchání jiného správního deliktu, neboť odvysíláním spotu s přímou nabídkou dětských lyží „ČT nabízí“ dne 8. prosince 2008 v 18:44:22 hodin na programu ČT1, **který nebyl výslovně označen jako teleshopping, ani to nebylo z jeho zpracování zřetelně patrné**, se provozovatel dopustil porušení povinnosti zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné.

Novelizace zákona č. 231/2001 Sb.

§ 48 odst. 4 písm. a) bylo novelizováno a Rada se proto také zabývala, zda není novější znění § 49 odst. 1 písm. a) pro účastníka řízení příznivější, což by ospravedlňovalo jeho užití. Dospěla však k závěru, že došlo pouze k přečíslování paragrafovaného znění úpravy oddělenosti a

rozeznatelnosti obchodních sdělení a byl rozšířen způsob jakým je toho možné dosáhnout. Rada se domnívá, že správní řízení může být nadále vedeno pro možné porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., protože novelizací nedošlo k zásadním pozitivním změnám, které by měly například za následek zrušení předmětné zákonné povinnosti.

§ 50 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. v novelizovaném znění dále explicitně zakazuje zařazování teleshoppingů do vysílání provozovatele televizního vysílání ze zákona. Rada se zabývala otázkou, zda nezanikla trestnost jiného správního deliktu, či zda došlo k příznivější změně v kvalifikaci skutku pro účastníka řízení. Dle § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb. pokud provozovatel nedodrží povinnosti stanovené pro obchodní sdělení a skrytá obchodní sdělení, Rada uloží pokutu ve výši od 5000 Kč do 2 500 000 Kč. Rada se tedy domnívá, že vzhledem k sankčnímu paragrafovanému znění nedošlo vůči účastníkovi řízení k příznivějšímu vývoji. Dále by bylo dle názoru Rady pro účastníka řízení poškozující, pakliže by bylo správní řízení překvalifikováno a účastník stíhán pro delikt, který v době jeho spáchání ještě nebyl jako delikt kvalifikován. Rada se tedy nadále rozhodla o vedení správního řízení pro porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. účinného v době spáchání jiného správního deliktu.

Znělky uváděné na ČT s texty teleshopping, teleshopping muzika nebo teleshopping Nákup Extra byly jednoznačně zřetelné, avšak pro diváka bylo matoucí a dle rozhodnutí Rady liteře zákona nevyhovující označení teleshoppingu textem „ČT nabízí“.

Rada má za prokázané porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., neboť zmíněná sekvence je přímou nabídkou zboží určenou veřejnosti.

#### Naplnění § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb.

Provozovatel byl v minulosti opakovaně upozorněn na porušení předmětného zákonného ustanovení a následně mu byly uloženy sankce za typově obdobné skutky.

Podmínka § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. byla naplněna např.:

Sp.zn.: 2008/18/had/ČTV, sankce č.j.: had/3563/09 ve výši 100.000,- Kč byla uložena pro porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., neboť odvysíláním spotu s přímou nabídkou „Souboru her Večerníček dne 10. prosince 2007 v 18:35 hodin na programu ČT1, který **nebyl výslovně označen jako teleshopping, ani to nebylo z jeho zpracování zřetelně patrné, čímž mohlo dojít u diváků ke zmatení vjemu o povaze nabídky. Městský soud v Praze rozsudkem ze dne 3. prosince 2009. č.j.:10 Ca 240/2009 tuto sankci potvrdil zamítnutím žaloby provozovatele.**

sp. zn.: 2009/4/FOL/ČTV, sankce č.j.: fol/4509/09 ve výši 50.000,- Kč byla uložena pro porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se účastník řízení dopustil tím, že odvysíláním **spotu s přímou nabídkou** knihy Hajadla aneb pohádky lesního ticha dne 5. října 2008 v 13:06:40 hodin na programu ČT1 **nezajistil, aby byl teleshopping rozeznatelný. Městský soud v Praze rozsudkem ze dne 12. listopadu 2009 č.j.: 6 Ca 225/2009 tuto sankci potvrdil zamítnutím žaloby provozovatele.**



Zmíněné sankce jsou v právní moci.

Rada je vázána právním názorem soudu, a proto se věcí zabývala na svém 15. zasedání konaném ve dnech 21. a 22. srpna 2012 a po provedení důkazu promítnutím záznamu předmětných sdělení a zvážení všech nashromážděných důkazů, uložila účastníkovi řízení sankci za porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. ve znění účinném v době spáchání jiného správního deliktu, neboť odvysíláním spotu s přímou nabídkou dětských lyží „ČT nabízí“ dne 8. prosince 2008 v 18:44:22 hodin na programu ČT1, který nebyl výslovně označen jako teleshopping, ani to nebylo z jeho zpracování zřetelně patrné, se provozovatel dopustil porušení povinnosti zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné.

V souladu s § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., Rada uloží pokutu ve výši od 5.000,- Kč do 2.500.000,- Kč, pokud provozovatel nedodrží povinnosti stanovené pro vysílání reklam a teleshoppingu.

Dle § 61 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Rada při ukládání pokuty přihlíží k povaze vysílaného programu a k postavení provozovatele vysílání a provozovatele převzatého vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy.

#### Povaha vysílaného programu:

- Program ČT1 je celoplošným televizním veřejnoprávním (plnoformátovým) programem. Zákon č. 231/2001 Sb., definuje plnoformátovým program jako program obsahující pořady různého zaměření a témat, zejména pořady zpravodajské, filmové, dokumentární, hudební a vzdělávací, který není zaměřen pouze na určitou skupinu obyvatel se shodnými zájmy.

#### Postavení provozovatele na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti

- Česká televize je veřejnoprávním médiem, které své vysílání provozuje na základě zvláštního zákona. V současné době provozuje programy ČT1 a ČT2 jako tzv. plnoformátové programy; dále potom program ČT24 jako ryze zpravodajský program a program ČT4 – Sport představují sportovní kanál, zaměřený jak na přímé přenosy sportovních utkání, tak na sportovní magazíny, shrnutí, apod.
- Hlavním úkolem veřejné služby České televize je dle § 2 odst. 2 písm. c) zákona č. 483/1991 Sb., vytváření a šíření programů a poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel se zřetelem na svobodu jejich náboženské víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby tyto programy a pořady odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit vzájemné porozumění a toleranci a podporovat soudržnost pluralitní společnosti.
- Odpovědnost účastníka řízení vůči divácké veřejnosti lze na trhu televizního vysílání považovat za nejvyšší s ohledem na jeho zřízení zákonem, jeho povinnosti plnit veřejnou

službu a v neposlední řadě vzhledem ke způsobu jeho financování prostřednictvím tzv. koncesionářských poplatků.

- Právě s odkazem na koncesionářské poplatky má Rada za to, že účastník řízení je morálně odpovědný vůči divácké veřejnosti za způsob svého hospodaření, přičemž divácká veřejnost má ze stejného principu právo, aby vysílání bylo v souladu se zákonem a nebylo nezbytné finanční prostředky užívat k úhradám sankcí, k jejichž uložení zavedl účastník řízení příčinu svým nezákonným postupem.

#### Rozsah, typ a dosah závadného vysílání

- Obsah vysílání byl účastníkem řízení neurčitě označen jako „ČT nabízí“. Rada však dospěla k závěru, že se jedná o teleshopping, která nebyl pro diváka jako teleshopping rozeznatelný.
- Divák mohl být uveden v omyl o povaze vysílané části programu, přičemž mohl být v domněnku, že sleduje sebepropagaci účastníka řízení. Ve skutečnosti však divák sledoval teleshopping.
- Obchodní sdělení bylo vysíláno na programu účastníka řízení, který je definovaný jako program celoplošný, tj. s územním pokrytím dle zákona alespoň 70% obyvatel ČR. Počet diváků, jenž mohli být teoreticky takto uvedeni v omyl, je značný.

#### Závažnost věci:

- Neoznačením teleshoppingu a zavádějícím zařazením do vysílání předmětné nabídky byl divák uveden v omyl o povaze prezentace. Z pohledu ochrany zájmů spotřebitelů je nutno takové počínání považovat za závažné.
- Dané kritérium Rada považuje při určení výše pokuty za rozhodující.

#### Míra zavinění:

- Provozovatel televizního vysílání má právo vysílat programy svobodně a nezávisle. Do jejich obsahu lze zasahovat pouze na základě zákona a jeho mezí. Vedle tohoto práva má provozovatel televizního vysílání povinnost provozovat vysílání vlastním jménem, na vlastní účet a na vlastní odpovědnost a nést odpovědnost za obsah programů, zavinění je charakterizováno jako objektivní příčinný vztah mezi jednáním (činem nebo nečinností a posuzovanou újmou nebo škodou). Může jít i o příčinnost ztřežzenou nebo spolupůsobící s dalšími faktory, popřípadě jako subjektivní vztah (vůle, vědomí nebo nedbalost) osoby k předpokládaným nebo možným následkům nebo zakázanosti jejího jednání, jímž je někomu způsobena újma nebo které je protiprávní. Předmětná nabídka byla do vysílání zařazena a odvysílána účastníkem vědomě.

#### Případný finanční prospěch:

- Rada ve správním řízení otázku finančního prospěchu nehodnotila, a tedy k tomuto kritériu při stanovení výše pokuty nepřihlížela.

Vzhledem k tomu, že správní řízení vyvolal účastník řízení porušením své právní povinnosti, uložila mu Rada v souladu s ustanovením § 79 odst. 5 správního řádu a § 6 vyhlášky č. 520/2005

Sb. povinnost uhradit paušální částku nákladů správního řízení ve výši 1.000,- Kč, a to na účet č. 3711-19223001/0710, vedený u ČNB, variabilní symbol 2009283. Úhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

**Poučení:**

Proti tomuto rozhodnutí v souladu s ustanovením § 66 zákona č. 231/2001 Sb., lze podat žalobu k Městskému soudu v Praze ve lhůtě dvou měsíců od doručení písemného vyhotovení tohoto rozhodnutí. Podání žaloby má odkladný účinek.

V Praze dne: 21.8.2012

JUDr. Kateřina Kalistová  
*předsedkyně Rady  
pro rozhlasové a televizní vysílání*