

JEDN. IDENT.: RRTV-4651431
VÁŠ DOPIS ZN.:
NAŠE Č. J.: RRTV/3209/2015-RUD
SP. ZN.: 2015/231/RUD/CET
ZASEDÁNÍ RADY: 15-2015/ poř.č. 18
VYŘIZUJE: Analytický odbor
DATUM, MÍSTO: 25.8.2015, Praha

CET 21 spol.s r.o.
Kříženeckého náměstí 1078/5
15200 Praha
Česká republika

ROZHODNUTÍ O ULOŽENÍ POKUTY

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) coby ústřední správní úřad, v rámci své působnosti dané ustanovením § 5 písm. f) a v souladu s ustanovením § 60 odst. 3 písm. d) 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 ukládá provozovateli CET 21 spol. s r.o., se sídlem Kříženeckého nám. 1078/5, Praha 5, PSČ: 152 00, dle § 60 odst. 3 písm. d) zákona č. 231/2001 Sb.,

pokutu ve výši 50 000,-Kč

za porušení ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., ve spojení s ustanovením § 32 odst. 5 zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním reklamy BLESK magazin tv (firemní značka), Kámasútra podle 50 odstínů (produktová značka), dne 19. února 2015 v 19:26:01 hodin na programu NOVA. Reklama, obsahující záběry na fotografie dvojic souložících v různých sexuálních polohách s komentářem „Pozor! Už zítra v Blesk magazínu! Zdarma speciální příloha Blesku! Sex podle Padesáti odstínů šedi druhý díl! Dopřejte si přival rozkoše a vášně! Inspirujte se erotickým hitem a dopřejte si sex jako v bestselleru!“, mohla ohrozit zejména psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých, a to především tím, že mohla u nezralých dětských diváků vzbudit předčasný zájem o lidskou sexualitu a mohla je navést k zakoupení Blesk magazínu s uvedeným, pro děti zcela nevhodným, obsahem.

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 2015231.

Účastníkovi řízení se ukládá povinnost nahradit náklady řízení paušální částkou 1 000 Kč podle § 79 odst. 5 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, a § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb. na účet č. 3711-19223001/0710, vedený u České národní banky, variabilní symbol 2015231. Náhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

Zahájení správního řízení:

CET 21 spol. s r. o., je provozovatelem televizního vysílání programu Nova na základě licence č. 001/93 udělené rozhodnutím Rady č. j. R – 060/93 (televizní vysílání prostřednictvím pozemních vysílačů) a na základě licence spis. zn. 2008/1354/zem/CET udělené rozhodnutím Rady č.j. zem/7962/2008 (televizní vysílání prostřednictvím družice).

Provozovatel CET 21 spol. s r. o. nesplňuje podmínku poskytnutí technického opatření, které by dětem omezovalo přístup k vysílání programu NOVA, proto je tento provozovatel povinen nezařazovat mezi 06:00 a 22:00 hodinou na tomto programu pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých.

Na základě diváckých stížností Rada zjistila, že dne 19. února 2015 od 19:26:01 hodin byla na programu NOVA odvysílána reklama BLESK magazin tv (firemní značka), Kámasútra podle 50 odstínů (produktová značka).

Popis reklamy:

Verbální složka:

Mužský hlas mimo obraz freneticky pronáší: „Pozor! Už zítra v Blesk magazínu! Zdarma speciální příloha Blesku! Sex podle Padesáti odstínů šedi druhý díl! Dopřejte si přívál rozkoše a vášně! Inspirujte se erotickým hitem a dopřejte si sex jako v bestselleru! A navíc v Nedělním Blesku: nejžhavější ukázky z knihy Padesát odstínů šedi! Už Zítra v Blesk magazínu! Zdarma!“

Obrazová složka:

Z temné oblohy udeří do červeného hranolu blesk a hranol začne rotovat – na jedné stěně se objeví nápis „BLESK“. Po dalším otočení hranolu je na další stěně vidět nápis „Erotický hit“ Z levé strany se do popředí záběru přesune titulní strana tiskoviny s nápisem „Sex podle Padesáti odstínů šedi, což z pravé strany doplňuje výrazný titulek „ZDARMA“. Podkladovou fotografií obálky přitom tvoří fotografie milostného objetí polonahého páru:



Tiskovina zmizí a červený hranol se opět pootočí – na další stěně hranolu je nápis „Inspirujte se!“ Z pravé strany se do popředí záběru přisunou tři vnitřní strany tiskoviny vedle sebe – na každé straně je jedna až dvě fotografie muže a ženy při sexu, jsou nahí, ale citlivé partie jsou zakryty hvězdičkami, takže není vidět oblast genitálií a bradavek ženy. V tiskovině jsou čitelné nadpisy s názvy sexuálních poloh – „Náhly přívál vášně“, „V sedle Christianovy vášně“, „Tajemná tvář otrokyně“. Záběr není statický, tiskovina se stále pomalu posunuje od jedné strany ke druhé, záběr trvá přibližně tři sekundy.





Tiskovina opět zmizí a na červeném kvádru se po dalším pootočení objeví nápis „Padesát odstínů šedi!“ Z levé strany se do popředí záběru přisunou jiné tři vnitřní strany tiskoviny vedle sebe s jinými fotografiemi muže a ženy při sexu ve stejném pojetí jako před chvílí. V tiskovině jsou čitelné nadpisy „V kůži Christiana dobyvatele“, „Odstín společného těla“ a „Kouzlo zadních vrátek“. Délka zobrazení je opět přibližně tři sekundy.



Tiskovina zmizí tentokrát i s červeným hranolem v pozadí a v obraze se objeví společně jednak opět titulní strana stejné tiskoviny jako na začátku spotu, tentokrát ještě přeložené noviny Blesk s viditelným titulem

„BLESK“ a titulky „POZOR! UŽ ZÍTRA V BLESKU!“ a „KÁMASÚTRA INSPIROVANÁ HITEM“, třetím objektem v záběru je rámeček s nápisem „ZÍTRA V BLESK MAGAZÍNU!“V závěru se na obrazovce objevuje logo „Blesk“ a znovu titulek „UŽ ZÍTRA V BLESKU“.

Rozbor:

Podle ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. je provozovatel vysílání povinen nezařazovat v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých; tato povinnost se na provozovatele vysílání nevztahuje, je-li vysílání koncovému uživateli dostupné na základě písemné smlouvy uzavřené s osobou starší 18 let a je k němu poskytnuto technické opatření, které této osobě umožňuje omezit přístup k vysílání dětem a mladistvým.

Podle ustanovení § 32 odst. 5 zákona č. 231/2001 Sb. povinnosti stanovené v odstavci 1 ve vztahu k pořadům je provozovatel povinen plnit rovněž ve vztahu ke všem dalším částem vysílání, nestanoví-li zákon jinak.

Problém z hlediska zákona představuje obchodní sdělení jako celek - střídající se fotografie nahého páru při sexu ve spojení s komentářem „Pozor! Už zítra v Blesk magazínu! Zdarma speciální příloha Blesku! Sex podle Padesáti odstínů šedi druhý díl! Dopřejte si přívale rozkoše a vášně! Inspirujte se erotickým hitem a dopřejte si sex jako v bestselleru!“ Přestože citlivé partie těla souložících párů jsou překryty hvězdičkami (v případě prsou ženy velmi minimalistickými), nic to nemění na faktu, že divák sleduje fotografie souložících dvojic v různých polohách. Fotografie mají erotický charakter a mohou tak vzbudit u dětských diváků předčasný zájem o sexualitu. Navíc komentář směřuje ke vzbuzení zájmu o zakoupení Blesk magazínu, který obsahuje dané snímky, což ještě umocňují titulky „ZDARMA“. Reklama tak může inspirovat děti k zakoupení této tiskoviny, jejíž vliv na dětský, zejména morální, vývoj může být ještě více ohrožující.

Obsah takového obchodního sdělení je jednoznačně nevhodný pro děti. V tomto kontextu je třeba připomenout, že zákon o vysílání z důvodu ochrany dětských diváků zakazuje vysílat mezi 6. a 22. hodinou reklamy a teleshopping týkající se erotických služeb a erotických výrobků. V daném případě je nutné samozřejmě konstatovat, že reklama nepropaguje erotickou službu ani erotický výrobek, nýbrž Blesk magazín, ale dětský divák by měl být i v takovém případě před ohrožujícím obsahem ochráněn. Tuto ochranu poskytuje ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona o vysílání ve spojení s ustanovením § 32 odst. 5 zákona o vysílání, tzn. že povinnosti stanovené v odstavci 1 ve vztahu k pořadům je provozovatel vysílání povinen plnit rovněž ve vztahu ke všem dalším částem vysílání, nestanoví-li zákon jinak. Takovou další částí vysílání je pochopitelně i vysílaná reklama.

Zařazením předmětné reklamy do vysílání v čase mezi 6. a 22. hodinou mohl provozovatel ohrozit zejména psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých. U nezralých dětských diváků mohlo dojít k předčasnému probuzení zájmu o sexuální oblast, což mohlo mít za následek narušení přirozeného, zdravého psychosexuálního vývoje dětí.

Pokud Rada dle § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. zjistí, že provozovatel vysílání porušuje povinnosti stanovené tímto zákonem nebo podmínky udělené licence, upozorní jej na porušení tohoto zákona a stanoví mu lhůtu k nápravě, která musí být v souladu s ustanovením § 59 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb. přiměřená charakteru porušené povinnosti. Pokud by účastník řízení uvedenou povinnost nadále neplnil, bude Rada, v případě dalšího zjištění stejného porušení zákona o vysílání po stanovené lhůtě k nápravě, oprávněna ve správním řízení uložit sankci v souladu s příslušným ustanovením zákona č. 231/2001 Sb.

Provozovatel byl již v minulosti Radou upozorněn na typově shodné porušení ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. ve spojení s ustanovením § 32 odst. 5 zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním reklamy propagující Blesk magazín, obsahující příručku 12 poloh pro nejlepší orgasmus, dne 20. února 2014 v 19:26 hod. na programu NOVA. Reklama, obsahující záběry na fotografie dvojic souložících v různých sexuálních polohách s komentářem „Pozor! Už zítra v Blesk magazínu. Unikátní příručka 12 poloh pro lepší orgasmus. Pikantní sexuální techniky pro lenochy i náročné milovníky. Zažijte nepoznané potěšení. Prověřené polohy pro ženy i muže.“, může ohrozit zejména psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých, a to především tím, že může u nezralých dětských diváků vzbudit předčasný zájem o lidskou sexualitu a může je navést k zakoupení Blesk magazínu s uvedeným, pro děti zcela nevhodným, obsahem

S ohledem na shora uvedené rozhodla Rada na svém 5. zasedání konaném dne 3. března 2015 zahájit s provozovatelem CET 21 spol. s r.o., IČ: 45800456, se sídlem Kříženeckého nám. 1078/5, 152 00 Praha 5, správní řízení z moci úřední pro možné porušení ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., ve spojení s § 32 odst. 5 zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním reklamy BLESK magazín tv (firemní značka), Kámasútra podle 50 odstínů (produktová značka), dne 19. února 2015 v 19:26:01 hodin na programu NOVA. Reklama, obsahující záběry na fotografie dvojic souložících v různých sexuálních polohách s komentářem „Pozor! Už zítra v Blesk magazínu! Zdarma speciální příloha Blesku! Sex podle Padesáti odstínů šedi druhý díl! Dopřejte si přívál rozkoše a vášně! Inspirujte se erotickým hitem a dopřejte si sex jako v bestselleru!“, může ohrozit zejména psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých, a to především tím, že může u nezralých dětských diváků vzbudit předčasný zájem o lidskou sexualitu a může je navést k zakoupení Blesk magazínu s uvedeným, pro děti zcela nevhodným, obsahem.

Oznámení o zahájení správního řízení bylo provozovateli doručeno dne 23. března 2015 a tímto dnem bylo zahájeno správní řízení ve věci.

Rada stanovila účastníku řízení lhůtu 30 dní pro písemné vyjádření.

Vyjádření účastníka řízení:

Dne 23. dubna 2015 bylo Radě doručeno vyjádření účastníka řízení, kde uvedl následující:

- účastník řízení se neztotožňuje s hodnocením Rady ohledně možného vlivu předmětné reklamy na dětského diváka, Rada se dle účastníka dostatečně nelyžovala s tím, jakým konkrétním způsobem by mohl být ohrožen psychický a mravní vývoj mladistvého diváka
- dle účastníka řízení vyplývá z dikce ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., že se zde jedná o tři různé a samostatné kategorie (fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých), kdy každá z nich slouží k ochraně určité specifické části týkající se zdravého vývoje dětí a mladistvých. Je proto evidentní, že pokud Rada dojde k závěru, že mladiství diváci mohli být ohroženi ve svém psychickém a mravním vývoji, musí nezbytně obě tyto kategorie posoudit samostatně a odděleně. Rada v Upozornění na porušení zákona, na něž v Oznámení o zahájení správního řízení odkazuje, pouze konstatuje, že odvysílaná reklama mohla ohrozit jak psychický, tak mravní vývoj mladistvých, kdy obě tyto kategorie používá společně. V Upozornění tak zcela absentuje podřazení skutkového stavu pod konkrétní porušení právního předpisu, tj. ohrožení psychického a mravního vývoje.
- dle účastníka řízení je zejména problematika psychického vývoje mladistvých odbornou otázkou, která musí být posouzena výlučně odborníkem z oboru dětské psychiatrie, a nejde o otázku, která může být paušálně hodnocena správním orgánem. K jednotlivým fotografiím, které Rada v Upozornění popisuje, pak účastník řízení uvádí, že citlivé partie jsou na fotografiích ve všech

případech zakryty obdélníky. S ohledem na charakter a délku jednotlivých záběrů, je tedy účastník řízení přesvědčen, že k ohrožení psychického ani mravního vývoje mladistvých v případě posuzovaných v Upozornění nedošlo. Předmětné Upozornění tedy nelze dle účastníka považovat za relevantní ve smyslu ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb.

- účastník řízení uvádí, že Blesk magazín je velice populárním bulvárním deníkem, který je běžně dostupný nejen v novinových stáncích, ale také v nejrůznějších prodejnách s potravinami, supermarketech, apod., a jeho prodej není nijak podmíněn dosažením určité věkové hranice. Jedná se tedy o periodikum, které je zcela běžně dostupné i čtenářům v dětském věku a je také obecně známo, že články či fotografie s obdobnou tematikou se v tomto magazínu vyskytují poměrně pravidelně. Pokud takový dětský divák zahlédne předmětný magazín v prodeji a může si jej bez problému zakoupit, nelze bez dalšího dospět k závěru, že právě odvysílání předmětné reklamy jej k zakoupení magazínu navede a tím ohrozí jeho psychický nebo mravní vývoj.
- dle účastníka řízení by měla být rovněž zohledněna délka zobrazených scén, kdy záběry jednotlivých fotografií se na televizní obrazovce vyskytnou pouze po velice krátkou dobu. Jednotlivé titulky k článkům jsou pouze naznačeny, tzn. že s ohledem na délku trvání záběru není televizní divák vůbec schopen postřehnout všechny titulky a vyobrazené fotografie. Nadto je obsah bulvárního magazínu běžně dostupný i na internetovém severu a obdobné fotografie se sexuální tematikou si může každé dítě bez větších potíží vyhledat samo na internetu. Dle účastníka řízení se Rada vůbec nevypořádala se skutečností, že daná reklama pouze informuje diváka o běžně dostupném produktu, který si může kterýkoli divák jakékoli věkové kategorie obstarat bez větších obtíží.
- dle účastníka tvrzení Rady, dle kterého může odvysílání reklamy vzbudit u dětských diváků předčasný zájem o lidskou sexualitu, je ryze subjektivní a ničím nepodložené. Obdobně jako je tomu u Upozornění, nespadá posouzení otázky ani v tomto případě do správního uvážení Rady a mělo by být provedeno specializovaným odborníkem v oboru dětské psychiatrie. Účastník řízení proto navrhuje, aby byl ve správním řízení proveden důkaz znaleckým posudkem soudního znalce z oboru zdravotnictví, odvětví psychiatrie, jakožto odborníka specializovaného na předmětnou problematiku, tedy možnost případného vlivu scén na předčasný zájem o lidskou sexualitu u dětí a s tím související ohrožení jejich psychického a mravního vývoje. Pakliže Rada žádosti nevyhoví, účastník přistoupí k zadání vypracování příslušného znaleckého posudku sám.
- účastník je tedy toho názoru, že Rada hodnotí odvysílanou reklamu poměrně jednostranně a subjektivně. Vzhledem k tomu, že mladiství diváci se se sexuální tematikou setkávají naprosto běžně, nelze bez dalšího konstatovat, že právě erotické záběry vyobrazené v reklamě jsou schopny je ohrozit v jejich psychickém či mravním vývoji. Pokud by došlo k porušení těchto obou kategorií, měly být nepochybně hodnoceny jak v Upozornění, tak i v Oznamení samostatně s uvedením, které konkrétní hodnoty mohly být v rámci dané kategorie vývoje mladistvých ohroženy.

Další postup v rámci správního řízení:

Rada dopisem ze dne 1. června 2015 (účastníku řízení doručen dne 3. června 2015) sdělila účastníku řízení, že v návaznosti na jeho vyjádření ze dne 21. dubna 2015 sděluje, že navrhovaný důkaz znaleckým posudkem soudního znalce z oboru zdravotnictví, odvětví psychiatrie, nepovažuje v daném správním řízení za nezbytný. Rada předmětné správní řízení zahájila z toho důvodu, že odvysílaná reklama mohla způsobit ohrožení psychického a mravního vývoje dětí a mladistvých. Psychický a zejména pak mravní vývoj dětí a mladistvých z hlediska ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., není znalec z oboru psychiatrie oprávněn posoudit. Hodnocení reklamy dle ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. je zcela v kompetenci Rady jakožto odborného kolegiálního orgánu působícího v oblasti regulace televizního vysílání. Rada jako odborný orgán hodnotí dopad audiovizuálního obsahu na diváky,

zejména pak na diváky ve zvlášť chráněné skupině dětí a mladistvých. Závěr o tom, zda je reklama schopna ohrozit psychický či mravní vývoj dětí a mladistvých, je zcela v kompetenci Rady, nikoli znalce.

Rada na svém 11. zasedání konaném dne 16. června 2015 provedla důkaz zhlédnutím audiovizuálního záznamu reklamy BLESK magazin tv, Kámasútra podle 50 odstínů, jež byla odvysílána dne 19. února 2015 v 19:26:01 hodin na programu NOVA. Provedené dokazování potvrdilo skutečnosti, jež Rada uvedla v Oznámení o zahájení správního řízení.

Dne 19. června 2015 bylo účastníku řízení doručeno Oznámení o doplnění spisu a ukončení dokazování a byla mu stanovena lhůta pro písemné vyjádření. Účastník se ve věci již dále nevyjádřil.

Správní uvážení Rady:

Samotným projednáním věci se Rada zabývala na svém 15. zasedání konaném dne 25. srpna 2015 a po zvážení všech podkladů pro rozhodnutí dospěla k následujícím závěrům:

Podle ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. je provozovatel vysílání povinen nezařazovat v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých; tato povinnost se na provozovatele vysílání nevztahuje, je-li vysílání koncovému uživateli dostupné na základě písemné smlouvy uzavřené s osobou starší 18 let a je k němu poskytnuto technické opatření, které této osobě umožňuje omezit přístup k vysílání dětem a mladistvým.

Podle ustanovení § 32 odst. 5 zákona č. 231/2001 Sb. povinnosti stanovené v odstavci 1 ve vztahu k pořadům je provozovatel povinen plnit rovněž ve vztahu ke všem dalším částem vysílání, nestanoví-li zákon jinak.

Účastník řízení namítá, že se Rada dostatečně nevypořádala s tím, jakým konkrétním způsobem by mohl být ohrožen psychický a mravní vývoj mladistvého diváka. Rada s námitkou nesouhlasí, neboť v samotném usnesení o zahájení správního řízení a rovněž tak v odůvodnění Oznámení o zahájení správního řízení zcela jasně, s odkazem na ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., uvedla, že v předmětné reklamě byli vyobrazeni nazí, souložící lidé, že všechny zobrazené fotografie mají erotický charakter a mohou tak vzbudit o dětských diváků předčasný zájem o sexualitu. Reklama může inspirovat děti k zakoupení tiskoviny, jejíž vliv na dětský, zejména morální vývoj, může být ještě více ohrožující. Obsah reklamy mohl u nezralých dětských diváků vzbudit předčasný zájem o sexualitu, což mohlo mít za následek narušení přirozeného, zdravého, psychosexuálního vývoje dětí. Právě z tohoto důvodu zakazuje zákon vysílat mezi 6. a 22. hodinou reklamy a teleshopping týkající se erotických služeb a erotických výrobků. To, že reklama měla ryze erotický, sexuální motiv, je zcela zřejmé z jejího především vizuálního obsahu (což potvrdilo provedené dokazování).

Rada nesouhlasí s účastníkem řízení, že v předchozím Upozornění na porušení zákona pouze konstatuje, že odvysílaná reklama mohla ohrozit jak psychický, tak mravní vývoj mladistvých, kdy obě tyto kategorie používá společně, či že v upozornění zcela absentuje podřazení skutkového stavu pod konkrétní porušení právního předpisu, tj. ohrožení psychického a mravního vývoje. Rada se naopak v Upozornění poměrně detailně zabývala tím, jakým způsobem hodnotí jednotlivé složky ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., tedy pojmy fyzický, psychický a rovněž tak mravní vývoj dětí a mladistvých, a tyto pojmy také každý jednotlivě a konkrétně definovala. Po vymezení těchto do jisté míry neurčitých právních pojmů pak dospěla k závěru, že předmětná reklama může ohrozit především psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých (příčemž pojmy „dětí“ a „mladiství“ rovněž tak pro účely daného porušení zákona přesně

definovala). Není tak možno souhlasit s tím, že Rada by kategorie mravní a psychický vývoj používala společně, že by mezi nimi nerozlišovala, neboť Rada právě naopak obě tyto kategorie jednoznačně a odděleně vymezila a v žádném případě je neodůvodněně nesměšila.

Dle účastníka řízení je zejména problematika psychického vývoje mladistvých odbornou otázkou, která musí být posouzena výlučně odborníkem z oboru dětské psychiatrie, a nejde o otázku, která může být paušálně hodnocena správním orgánem. K této námitce je Rada nucena uvést, že je již poměrně konstantně judikováno, že hodnocení reklamy dle ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. je zcela v kompetenci Rady jakožto odborného kolegiálního orgánu působícího v oblasti regulace televizního vysílání. Rada jako odborný orgán hodnotí dopad audiovizuálního obsahu na diváky, zejména pak na diváky ve zvlášť chráněné skupině dětí a mladistvých. Závěr o tom, zda je reklama schopna ohrozit psychický či mravní vývoj dětí a mladistvých, je zcela v kompetenci Rady, nikoli znalce.

Viz například rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 14. 9. 2011, čj. 6 As 31/2011 – 108 „*podle konstantní rozhodovací praxe českých soudů (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 26. 2. 2007, č. j. 8 As 62/2005-66; rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 23. 3. 2005, č. j. 6 As 16/2004-90; usnesení Ústavního soudu ze dne 27. 10. 2005, sp. zn. II. ÚS 396/05, dostupné na <http://nalus.usoud.cz/Search/Search.aspx>) je to právě žalovaná, která jako správní orgán specializovaný na dodržování zákona o provozování vysílání je schopna na základě samostatného, racionálního a logického zvážení posoudit, zda určité jednání v potencionální rovině ohrožuje fyzický, psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých či nikoli, ledaže se jedná o hraniční, skutkově složitý případ. Nejvyšší správní soud v tomto směru souhlasí s názorem žalované i Městského soudu v Praze v tom směru, že zákon o provozování vysílání stanoví pro provozovatele v celém časovém rozmezí od 6. hod. do 22. hod. povinnost neohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých, neboť zákonodárce považoval za vysoce pravděpodobné, že děti a mladiství v tomto časovém úseku sledují televizi.*

K jednotlivým fotografiím, které Rada v Upozornění popisuje, pak účastník řízení uvádí, že citlivé partie jsou na fotografiích ve všech případech zakryty obdélníky. Tuto skutečnost Rada nikterak nerozporuje, nicméně to nic nemění na tom, že v reklamě jsou zobrazeny souložící muži a ženy, což nepatrné obdélníčky překrývající intimní partie nemohou nikterak zakrýt. Dle Rady je tak předmětné Upozornění zcela relevantní ve smyslu ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb.

Účastník řízení uvádí, že Blesk magazín je velice populárním bulvárním deníkem, který je běžně dostupný nejen v novinových stáncích, ale také v nejrůznějších prodejnách s potravinami, supermarketech, apod., a jeho prodej není nijak podmíněn dosažením určité věkové hranice. Jedná se tedy o periodikum, které je zcela běžně dostupné i čtenářům v dětském věku a je také obecně známo, že články či fotografie s obdobnou tematikou se v tomto magazínu vyskytují poměrně pravidelně. Takový způsob argumentace však Rada nepovažuje za správný. Odpovědnost provozovatele za obsah televizního vysílání je odpovědností objektivní a provozovatel se v žádném případě nemůže zprostit své odpovědnosti odkazem na to, že daný magazín je k dostání na mnoha místech a že si ho mohou zakoupit i dětská čtenářka. Za prvé, pakliže je magazín s takovou přílohou běžně prodáván i dětem, pak to automaticky ovšem neznamená, že je to v pořádku. Zde však kompetence Rady nesahají, Rada hodnotí v tomto případě pouze obsah předmětné reklamy, nikoli to, kolika dětem se reálně Blesk magazín s přílohou dostal do ruky. Za druhé, pakliže je takový magazín volně, bez omezení spočívajícím v minimální věkové hranici prodáván, pak je zde však o mnoho větší korektiv, spočívající v nutnosti překonání několika „překážek“ v cestě za zakoupením takového časopisu. Jednak se dítě musí vůbec dostat do nějaké prodejny, kde je magazín v prodeji, dále musí mít na jeho zakoupení peníze a v neposlední řadě zde může dojít i ke konfrontaci s prodavačkou, která nemusí prodej časopisu malému dítěti s ohledem na pro něj zjevně nevhodnou přílohu umožnit. Naopak pro zhlédnutí předmětné reklamy v televizním vysílání, v čase 19:26:01 hodin, kdy i malé děti naprosto běžně televizi sledují, navíc na nejsledovanějším českém televizním programu,

nemusejí děti udělat vůbec nic a ke zhlédnutí jejího obsahu mohou přijít dočista jako „slepí k houslím“. Nicméně, tuto úvahu zde Rada uvádí spíše nad rámec předmětu správního řízení, neboť jak již bylo výše řečeno, provozovatel odpovídá za obsah jím provozovaného televizního programu a je naprosto nepřijatelné, aby se odpovědnosti zprostil odkazem na to, že daný časopis je údajně zcela běžně prodáván i dětem.

Dle účastníka řízení by měla být rovněž zohledněna délka zobrazených scén, kdy záběry jednotlivých fotografií se na televizní obrazovce vyskytnou pouze po velice krátkou dobu. Jednotlivé titulky k článkům jsou pouze naznačeny, tzn. že s ohledem na délku trvání záběru není televizní divák vůbec schopen postřehnout všechny titulky a vyobrazené fotografie. Rada nikterak nepochybuje, že délka v reklamě vyobrazených scén byla vzata v potaz při hodnocení daného správního deliktu, respektive při hodnocení kritérií rozhodných pro výši uložené pokuty. Rada však nemůže souhlasit s tím, že divák není vůbec s to postřehnout všechny titulky a vyobrazené fotografie. Naopak, jak potvrdilo provedené dokazování, jednotlivé fotografie i s titulky jsou vždy vyobrazeny po dobu dostatečně dlouhou na to, aby byl (dětský) divák schopen si je jednotlivě prohlédnout a přečíst, a pochopitelně i na to, aby velice dobře rozpoznal, že se jedná o souložící páry v různých polohách.

Nadto účastník řízení uvádí, že je obsah bulvárního magazínu běžně dostupný i na internetovém serveru a obdobné fotografie se sexuální tematikou si může každé dítě bez větších potíží vyhledat samo na internetu. Zde se jedná o obdobnou námitku, jakou účastník uvedl v souvislosti s běžným prodejem daného magazínu. Účastník řízení jakožto provozovatel televizního vysílání se nemůže zprostit odpovědnosti za jeho obsah odkazem na to, že obsah deníku a jiné fotografie se sexuální tematikou jsou dostupné na internetu. Taková argumentace je ve vztahu k porušení ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. zcela lichá.

Dle účastníka řízení se Rada vůbec nevypořádala se skutečností, že daná reklama pouze informuje diváka o běžně dostupném produktu, který si může kterýkoli divák jakékoli věkové kategorie obstarat bez větších obtíží. Rada příliš nerozumí tomu, co chtěl účastník řízení touto námitkou říci. Nelze vyvíjet úvahy tím směrem, že pokud obchodní sdělení informuje o produktu, který je běžně dostupný, pak je tím pádem jeho odvysílání automaticky zcela v pořádku a v souladu se zákonem. Pokud by tomu tak bylo, pak by byla prakticky zbytečná celá regulace provedená zákonem č. 40/1995 Sb. a rovněž tak mnohými ustanoveními zákona č. 231/2001 Sb. I pokud reklama nabízí produkt, který je běžně dostupný, může být zároveň zakázanou reklamou klamavou, srovnávací, může porušovat podmínky stanovené pro obsah reklamy na alkohol, na léčiva, kojeneckou výživu, apod., zkrátka může zároveň mnoha různorodými způsoby porušovat zákon. Reklama, ač nabízí produkt běžně dostupný, musí splňovat určité zákonné náležitosti, respektive její obsah nesmí porušovat kogentní normy dané zákonem o vysílání či zákonem o reklamě.

Dle účastníka tvrzení Rady, dle kterého může odvysílání reklamy vzbudit u dětských diváků předčasný zájem o lidskou sexualitu, je ryze subjektivní a ničím nepodložené. Obdobně jako je tomu u Upozornění, nespadá dle účastníka posouzení otázky ani v tomto případě do správního uvážení Rady a mělo by být provedeno specializovaným odborníkem v oboru dětské psychiatrie. Účastník řízení proto navrhuje, aby byl ve správním řízení proveden důkaz znaleckým posudkem soudního znalce z oboru zdravotnictví, odvětví psychiatrie, jakožto odborníka specializovaného na předmětnou problematiku, tedy možnost případného vlivu scén na předčasný zájem o lidskou sexualitu u dětí a s tím související ohrožení jejich psychického a mravního vývoje. Jak již Rada uvedla v souvislosti s obsahem předchozího Upozornění na porušení zákona, hodnocení reklamy dle ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. je zcela v kompetenci Rady jakožto odborného kolegiálního orgánu působícího v oblasti regulace televizního vysílání. Rada jako odborný orgán hodnotí dopad audiovizuálního obsahu na diváky, zejména pak na diváky ve zvlášť chráněné skupině dětí a mladistvých. Závěr o tom, zda je reklama schopna ohrozit psychický či mravní vývoj dětí a mladistvých, je zcela v kompetenci Rady, nikoli znalce.

Viz například rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 14. 9. 2011, čj. 6 As 31/2011 – 108 „podle konstantní rozhodovací praxe českých soudů (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 26. 2. 2007, č. j. 8 As 62/2005-66; rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 23. 3. 2005, č. j. 6 As 16/2004-90; usnesení Ústavního soudu ze dne 27. 10. 2005, sp. zn. II. ÚS 396/05, dostupné na <http://nalus.usoud.cz/Search/Search.aspx>) je to právě žalovaná, která jako správní orgán specializovaný na dodržování zákona o provozování vysílání je schopna na základě samostatného, racionálního a logického zvážení posoudit, zda určité jednání v potencionální rovině ohrožuje fyzický, psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých či nikoli, ledaže se jedná o hraniční, skutkově složitý případ. Nejvyšší správní soud v tomto směru souhlasí s názorem žalované i Městského soudu v Praze v tom směru, že zákon o provozování vysílání stanoví pro provozovatele v celém časovém rozmezí od 6. hod. do 22. hod. povinnost neohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých, neboť zákonodárce považoval za vysoce pravděpodobné, že děti a mladiství v tomto časovém úseku sledují televizi.

Rada tedy neshledala zadání znaleckého posudku, respektive provedení důkazu znaleckým posudkem v dané věci za nutné. Proto provedení takového důkazu odmítla. Účastník řízení v průběhu celého správního řízení sám žádný znalecký posudek nepředložil.

Účastník je tedy toho názoru, že Rada hodnotí odvysílanou reklamu poměrně jednostranně a subjektivně. Vzhledem k tomu, že mladiství diváci se se sexuální tematikou setkávají naprosto běžně, nelze bez dalšího konstatovat, že právě erotické záběry vyobrazené v reklamě jsou schopny je ohrozit v jejich psychickém či mravním vývoji. Pokud by došlo k porušení těchto obou kategorií, měly být nepochybně hodnoceny jak v Upozornění, tak i v Oznamení samostatně s uvedením, které konkrétní hodnoty mohly být v rámci dané kategorie vývoje mladistvých ohroženy. K této námitce Rada uvádí, že jí není zcela zřejmé, co má účastník na mysli pod pojmem „jednostranně a subjektivně“. Rada jakožto odborný kolegiální orgán dospěla na základě analýzy pořadu, na základě provedení dokazování a na základě své správní úvahy k závěru, že uvedeným jednáním se mohl provozovatel dopustit správního deliktu dle ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., a proto rozhodla o zahájení správního řízení. Jelikož Rada postupovala z moci úřední, pak se pochopitelně jednalo o jednostranné právní jednání.

Na základě vyhodnocení všech podkladů pro rozhodnutí Rada konstatuje, že účastník řízení se odvysíláním reklamy BLESK magazin tv, Kámasútra podle 50 odstínů dne 19. února 2015 od 19:26:01 hodin na programu NOVA, dopustil porušení ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb.

Dětský divák sleduje v předmětném obchodním sdělení fotografie souložících dvojic v různých polohách. Fotografie mají erotický charakter a mohou tak vzbudit u dětských diváků předčasný zájem o sexualitu. Navíc komentář směřuje ke vzbuzení zájmu o zakoupení Blesk magazínu, který obsahuje dané snímky, což ještě umocňují titulky „ZDARMA“. Reklama tak může inspirovat děti k zakoupení této tiskoviny, jejíž vliv na dětský, zejména morální, vývoj může být ještě více ohrožující.

Obsah takového obchodního sdělení je jednoznačně nevhodný pro děti. V tomto kontextu je třeba připomenout, že zákon o vysílání z důvodu ochrany dětských diváků zakazuje vysílat mezi 6. a 22. hodinou reklamy a teleshopping týkající se erotických služeb a erotických výrobků. V daném případě je nutné samozřejmě konstatovat, že reklama nepropaguje erotickou službu ani erotický výrobek, nýbrž Blesk magazin, ale dětský divák by měl být i v takovém případě před ohrožujícím obsahem ochráněn. Tuto ochranu poskytuje ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona o vysílání ve spojení s ustanovením § 32 odst. 5 zákona o vysílání, tzn. že povinnosti stanovené v odstavci 1 ve vztahu k pořadům je provozovatel vysílání povinen plnit rovněž ve vztahu ke všem dalším částem vysílání, nestanoví-li zákon jinak. Takovou další částí vysílání je pochopitelně i vysílaná reklama.

Zařazením předmětné reklamy do vysílání v čase mezi 6. a 22. hodinou tak mohl účastník řízení ohrozit zejména psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých. U nezralých dětských diváků mohlo dojít k předčasnému probuzení zájmu o sexuální oblast, což mohlo mít za následek narušení přirozeného, zdravého psychosexuálního vývoje dětí.

Podmínka předchozího upozornění na porušení zákona dle ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb.:

Dále se Rada zabývala tím, zda byla splněna podmínka pro uložení sankce dle ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb., tedy zda již byl účastník řízení v minulosti upozorněn na typově shodné porušení ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb.

Pokud Rada dle ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. zjistí, že provozovatel vysílání porušuje povinnosti stanovené tímto zákonem nebo podmínky udělené licence, upozorní jej na porušení ustanovení a stanoví mu lhůtu k nápravě, která musí být v souladu s ustanovením § 59 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb. přiměřená charakteru porušené povinnosti.

Jak již bylo uvedeno výše, provozovatel byl již v minulosti Radou upozorněn na typově shodné porušení ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. ve spojení s ustanovením § 32 odst. 5 zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním reklamy propagující Blesk magazín, obsahující příručku 12 poloh pro nejlepší orgasmus, dne 20. února 2014 v 19:26 hod. na programu NOVA. Reklama, obsahující záběry na fotografie dvojic souložících v různých sexuálních polohách s komentářem „Pozor! Už zítra v Blesk magazínu. Unikátní příručka 12 poloh pro lepší orgasmus. Pikantní sexuální techniky pro lenochy i náročné milovníky. Zažijte nepoznané potěšení. Prověřené polohy pro ženy i muže.“, může ohrozit zejména psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých, a to především tím, že může u nezralých dětských diváků vzbudit předčasný zájem o lidskou sexualitu a může je navést k zakoupení Blesk magazínu s uvedeným, pro děti zcela nevhodným, obsahem

Předmětné Upozornění bylo provozovateli doručeno dne 14. března 2014.

Rada tedy konstatovala, že podmínka pro uložení sankce dle ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. byla splněna.

Pro argumentativnost a zřetelnost své správní úvahy se dále Rada rozhodla definovat pojmy, jichž zákon č. 231/2001 Sb. ve vztahu ke správnímu řízení užívá:

V první řadě se Rada rozhodla definovat pojem děti a mladiství, přestože se na první pohled jedná o terminologii obecně známou.

Dítětem se dle 61. 1 Úmluvy o právech dítěte (dále jen Úmluva) rozumí každá lidská bytost mladší osmnácti let, pokud podle právního řádu, jenž se na dítě vztahuje, není zletilostí dosaženo dříve.

Dle čl. 3 Úmluvy musí být zájem dítěte předním hlediskem při jakékoli činnosti týkající se dětí, ať už uskutečňované veřejnými nebo soukromými zařízeními sociální péče, soudy nebo, správními orgány nebo zákonodárnymi orgány. Čl. 17 pak upravuje důležitou funkci hromadných sdělovacích prostředků (...) a za tímto účelem státy, které jsou smluvní stranou Úmluvy, povzbuzují tvorbu odpovídajících zásad ochrany dítěte před informacemi a materiály škodlivými pro jeho blaho, majíce na mysli ustanovení čl. 13 a 18 Úmluvy.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník pak rozlišuje osoby zletilé a nezletilé. Dle ustanovení § 30 a následujícího občanského zákoníku se zletilostí nabývá dovršením osmnáctého roku. Před dosažením tohoto věku se zletilostí nabývá jen uzavřením manželství nebo přiznáním svéprávnosti. Takto nabytá zletilost se neztrácí ani zánikem manželství ani prohlášením manželství z a neplatné.

Zákon č. 218/2003 Sb., o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a soudnictví ve věcech mládeže, ve svém § 2 odst. 1 rozumí

- a) mládeží děti a mladiství,
- b) dítětem mladším patnácti let ten, kdo v době spáchání činu jinak trestného nedovršil patnáctý rok věku,
- c) mladistvým ten, kdo v době spáchání provinění dovršil patnáctý rok a nepřekročil osmnáctý rok svého věku.

Rada tedy má za to, že v souladu s její povinností dohlížet na dodržování zákonů v oblasti vysílání je také dohlížet v oblasti vysílání na zájmy a blaho dětí tak, jak vychází především z Úmluvy. Další, v právním řádu užívaný, pojem dětí a mladistvých je pak již podskupinou této definice a nepřekračuje její věkové hranice.

Rada tedy tvrdí, že § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. rozumí pod pojmem děti a mladiství všechny osoby ve věku do osmnácti let bez dalšího přesnějšího vymezení, (dále jen dítě).

Rada se dále zabývala pojmy narušení fyzického, psychického nebo mravního resp. morálního vývoje.

Rada se domnívá, že není nutné polemizovat nad obsahem slova vývoj, jakož i pojmu fyzický, nebo-li tělesný a pojmu psychický, nebo-li duševní, neboť se dle jejího názoru jedná o pojmy obecně známé.

V případě pojmu mravní resp. morální vychází Rada z mravnosti/morálky, tedy sféry lidského jednání a chování pozorovatelné z hlediska etických hodnot; mravní/morální pak chápe jako soubor pravidel morálky, jimiž se řídí jednání lidí v určité společnosti. V této souvislosti považuje Rada za vhodné zmínit také pojem dobré mravy - měřítko hodnocení konkrétních situací, odpovídajícím obecně uznávaným pravidlům slušnosti v souladu s obecnými morálními zásadami demokratické společnosti.

Rada má za to, že je její povinností dohlížet, aby konkrétním pořadem, resp. obchodním sdělením nemohl být narušen jedinečný vývoj osobnosti dítěte, a to jednotlivě nebo současně ve všech součástech jeho vývoje, tedy (buď jenom) tělesné, (a/nebo jenom) duševní, jakož (také současně nebo jenom) i v jeho normách chování.

Při rozhodování o výši pokuty se Rada řídila těmito skutečnostmi:

Dle ustanovení § 60 odst. 3 písm. d) zákona č. 231/2001 Sb. může Rada uložit pokutu ve výši od 20 000 Kč do 10 000 000 Kč, pokud provozovatel vysílání zařazuje do vysílání od 6:00 hodin do 22:00 hodin pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých.

Dle ustanovení § 61 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb., při ukládání pokuty za porušení povinnosti podle tohoto zákona Rada 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.

Podle ustanovení § 61 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb. Rada stanoví výši pokuty podle závažnosti věci, míry zavinění a s přihlédnutím k rozsahu, typu a dosahu závadného vysílání, k výši případného finančního prospěchu, a ke stanovisku věcně příslušného samoregulačního orgánu uvedeného v seznamu samoregulačních orgánů, obdrží-li toto stanovisko písemně do 10 pracovních dnů ode dne zahájení řízení o správním deliktu.

Povaha vysílaného programu:

K odvysílání předmětného obchodního sdělení došlo na programu NOVA, který je celoplošným (jeho vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky), plnoformátovým programem, který obsahuje pořady různého zaměření a témat, zejména pořady zpravodajské, filmové a zábavné, a který není zaměřen pouze na určitou skupinu obyvatel se shodnými zájmy. Divácká obec tohoto programu je tak značně široká. Program oslovuje všechny věkové kategorie diváků. (Nespecializuje se na žádný konkrétní divácký segment.)

Provozovatel je komerčním subjektem, jehož hospodářská činnost spočívá v provozování televizního vysílání. Principem komerčního televizního vysílání je snaha o maximální sledovanost. V případě společnosti CET 21 spol. s r. o. se pak jedná o dominantní subjekt. Své vysílání společnost provozuje celoplošně, tudíž její vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky. Lze tedy dovodit, že k velkému podílu možným diváků patří i zvýšená odpovědnost vůči divákům obecně, neboť porušení zákona může mít dopad na velké množství diváků.

Vzhledem ke zde popsané povaze programu NOVA, zejména vzhledem k jeho plnoformátovosti, která předpokládá i přítomnost pořadů určených dětem a mladistvým, se lze důvodně domnívat, že tento program běžně sleduje i zákonem chráněná skupina (děti a mladiství).

Postavení provozovatele vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy:

Provozovatel je komerčním subjektem, jehož hospodářská činnost spočívá v provozování televizního vysílání. Principem komerčního televizního vysílání je snaha o maximální sledovanost. Své vysílání provozuje celoplošně, tudíž jeho vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky. Lze tedy dovodit, že k velkému podílu diváků patří i zvýšená odpovědnost vůči divákům obecně, neboť porušení zákona může mít dopad na velké množství diváků.

CET 21 spol. s r. o. působí na mediálním trhu prostřednictvím programů a služeb, které provozuje (stav aktuální v době odvysílání inkriminované reklamy):

NOVA	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů a prostřednictvím družice – územní rozsah Česká republika.
Nova Cinema	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů a prostřednictvím družice - územní rozsah Česká republika.
Nova sport	Televizní vysílání šířené prostřednictvím kabelových systémů a družice – územní rozsah Česká republika, Slovenská republika.

fanda	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů a prostřednictvím družice
VOYO	Televizní vysílání šířené prostřednictvím zvláštních přenosových systémů (vysílání prostřednictvím dálkového přístupu – internetu).
nova.cz	Audiovizuální mediální služba na vyžádání umístěná na www.nova.cz
SMÍCHOV	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů v systému DVB – T a šířené prostřednictvím družice.
Telka	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů v systému DVB – T a šířené prostřednictvím družice.

S ohledem na zásah divácké veřejnosti programem NOVA, vycházející z jeho celoplošnosti, má Rada za to, že odpovědnost účastníka řízení je ve srovnání s regionálními a místními provozovateli televizního vysílání vysoká.

Rozsah, typ a dosah závadného vysílání:

Co se týká typu závadného vysílání, Rada konstatuje, že účastník řízení je provozovatelem vysílání programu NOVA šířeného jednak prostřednictvím pozemních vysílačů a rovněž prostřednictvím družice.

Dosah závadného vysílání je ve srovnání s provozovateli regionálního a místního televizního vysílání široký, neboť program NOVA je provozován celoplošně, tzn. že jeho vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel.

Pro případné zhodnocení kritéria rozsahu závadného vysílání Rada požádala účastníka řízení o sdělení údajů o sledovanosti programu NOVA dne 19. února 2015 od 19:00 do 20:00 hodin.

K žádosti Rady však účastník řízení ve svém vyjádření doručeném Radě dne 21. dubna 2015 uvedl, že obchodní smlouva, na základě které odebírá údaje o sledovanosti od ATO, takové poskytnutí dat třetí osobě nepovoluje.

Vzhledem k této skutečnosti nemohla Rada při hodnocení rozsahu závadného vysílání individuálně zohlednit, jaká byla v době odvysílání předmětného obchodního sdělení sledovanost, neboť sám účastník řízení jí k údajům o sledovanosti odmítl přístup. Z předchozí správní praxe je však Radě známo, že sledovanost programu NOVA se obecně pohybuje na nejvyšších příčkách, nadto se v daném případě jednalo o vysílání v období tzv. prime-time, kdy je sledovanost programu nejvyšší.

Do správního spisu byl dne 6. března 2015 založen výtisk z internetových stránek Asociace televizních organizací (ATO), z něhož vyplývá, že v období od 16. února 2015 do 22. února 2015 byla sledovanost programu NOVA 25,23% a jednalo se tak o bezkonkurenčně nejvyšší sledovanost ze všech monitorovaných programů.

Ke shora uvedeným skutečnostem pak Rada přihlédla při stanovení výše pokuty v neprospěch účastníka řízení.

Dále Rada hodnotila rozsah závadného vysílání, kdy konstatovala, že stopáž předmětného obchodního sdělení byla 20 sekund a jednalo se tedy o krátký časový úsek, kdy mohlo k ohrožení mravního a psychického vývoje dojít. Tento fakt Rada naopak hodnotila ve prospěch účastníka řízení.

Míra zavinění:

Na základě rozhodnutí Rady o udělení licence má účastník řízení sice právo provozovat televizní vysílání programu CET 21 spol. s r.o., avšak současně musí nést odpovědnost za plnění všech právních povinností, které s provozováním televizního vysílání souvisejí. Účastník řízení si musí být vědom, že nesplnění povinností stanovených zákonem č. 231/2001 Sb. má za následek uložení sankce ve výši předpokládané v § 60 odst. 3 písm. d) téhož zákona, a to, mimo jiné, i podle míry zavinění.

Jak již Rada uvedla výše, účastník řízení byl již v minulosti Radou upozorněn na typově shodné porušení ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. ve spojení s ustanovením § 32 odst. 5 zákona č. 231/2001 Sb.

Proto za dané situace, s ohledem na opětovné typově shodné protiprávní jednání účastníka řízení, je nutno usoudit na zavinění v závažnější formě nepřímého úmyslu, nikoli jen vědomé nedbalosti.

Závažnost věci:

Porušení povinnosti stanovené ustanovením § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. je nutné v daném případě považovat za významný správní delikt, neboť dětští a mladiství diváci byli po celou dobu vysílání předmětného obchodního sdělení vystaveni působení záběrů na fotografie dvojic souložících v různých sexuálních polohách, které byly navíc doprovázeny komentářem „Pozor! Už zítra v Blesk magazínu! Zdarma speciální příloha Blesku! Sex podle Padesáti odstínů šedi druhý díl! Dopřejte si přívál rozkoše a vášně! Inspirujte se erotickým hitem a dopřejte si sex jako v bestselleru!“. Předmětné obchodní sdělení mohlo ohrozit zejména psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých, a to především tím, že mohlo u nezralých dětských diváků vzbudit předčasný zájem o lidskou sexualitu a mohla je navést k zakoupení Blesk magazínu s uvedeným, pro děti zcela nevhodným, obsahem.

Jak již bylo uvedeno výše, dětští a mladiství diváci byli tomuto nezákonnému obsahu vystaveni po dobu cca 20 sekund, tedy po relativně krátký časový úsek a závažnost správního deliktu tak Rada ve svém celku hodnotí jako střední.

Finanční prospěch:

Rada neopomněla ani zákonné kritérium případného finančního prospěchu, k jeho konkrétnímu hodnocení však neměla k dispozici dostatek konkrétních podkladů a důkazů. Proto toto kritérium nemohlo výši uložené pokuty ovlivnit.

Rada tak na základě shromážděných podkladů dospěla k závěru, že provozovatel CET 21 spol. s r.o., svým jednáním porušil ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb. a uložila mu pokutu ve výši 50 000 Kč.

Při stanovení výše pokuty hodnotila Rada jako klíčové jednak kritérium závažnosti daného správního deliktu, které shledala středně závažným a rovněž vzala v potaz rozsah závadného vysílání (tj. krátký časový úsek vysílání čítající 20 sekund), a proto uložila účastníkovi řízení pokutu při dolní hranici zákonné sazby.

Náhrada nákladů řízení:

Vzhledem ke skutečnosti, že správní řízení vyvolal účastník porušením právní povinnosti, uložila mu Rada v souladu s ustanovením § 79 odst. 5 správního řádu a § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb., povinnost uhradit paušální částku nákladů správního řízení ve výši 1 000 Kč.

Poučení:

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

Ivan Krejčí
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání