



**RADA
PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ
VYSÍLÁNÍ**

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Škrétova 44/6, 120 00 Praha 2

Tel.: + 420 274 813 830 / Fax: + 420 274 810 885

www.rrtv.cz

JEDN. IDENT.: RRTV-4734667
VÁŠ DOPIS ZN.:
NAŠE Č. J.: RRTV/3903/2015-RUD
SP. ZN.: 2015/566/RUD/ČES
ZASEDÁNÍ RADY: 19-2015/ poř.č. 15

VYŘIZUJE: Analytický odbor

DATUM, MÍSTO: 20.10.2015, Praha

ČESKÁ TELEVIZE
Na hřebenech II 1132/4
14700 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 § 5 písm. f) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, v platném znění (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.), podle ustanovení § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/20001 Sb. a dle § 67 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, vydala dne 20. října 2015

rozhodnutí:

Rada ukládá provozovateli ČESKÁ TELEVIZE, IČ 00027383, sídlem Kavčí hory, Praha 4, PSČ 140 70,

pokutu dle § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb. ve výši 350 000 Kč

pro porušení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil tím, že v pořadu Hokejové poledne, odvysílaném dne 7. května 2015 v čase 12:00 hodin na programu ČT sport, jehož součástí byly i komentátorské vstupy z improvizovaného studia z tzv. fanzóny Galerie Harfa, pojal jeho začátek jako „scénku“ spočívající v prvotní absenci moderátora ve studiu, který vzápětí vychází ze stanu McDonald's a nese podnos s občerstvením (hamburger/sendvič a hranolky). Poté, co prochází kolem stěny s logem McDonald's, se dostává do studia a pokládá podnos s občerstvením na stůl před sebou. V čase 12:01:47 hodin nabízí komentátor jeden hranolek kolegyni tak, že jí jej vkládá přímo před obličej, čímž jí přiměje k tomu, aby moderování přerušila a zareagovala. Ačkoli není explicitně verbálně vyjádřeno, o jakou konkrétní značku rychlého občerstvení se jedná, je tato skutečnost dostatečně vykreslena prostřednictvím bohaté obrazové složky obsahující opakované záběry na loga McDonald's. Umístěný produkt byl ústředním tématem úvodu pořadu. Byla na něj zaměřena pozornost i během komentování, přestože tematicky s pořadem nikterak nesouvisel (ve studiích se zpravidla vůbec potraviny nekonzumují, nedošlo tedy k tomu, že by byl běžně užívaný produkt pouze nahrazen konkrétní značkou), čímž došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu. Předimenzované záběry „produktu“, které ve spojení se „scénkou“ s nabízením hranolku, respektive slovním komentářem („Přeji vám příjemné poledne, dobrý den, a měl ho přát i Pavel Richter, ale někde se nám asi zdržel. Před námi je dvouhodinové vysílání, předpokládám, že šel nějakým způsobem zřejmě na malou svačinku...“; „...už Pavla vidím, je to tak. Včera na Václavském náměstí nás trochu vydráždily ty příjemné pachy, které jsme tam měli“. „Pavle, to ti teda pěkně děkuji. Už vysíláme, ale snad to ještě stihneš do studia.“; „Hezký dobrý den, a kdo právě jí, jako budu jíst já za chvíli, tak přeju dobrou chuť.“) působí nad rámec děje.

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 2015566.

Účastníkovi řízení se ukládá povinnost nahradit náklady řízení paušální částkou 1000 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 2015566. Náhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

I.

a) Zahájení správního řízení:

Česká televize je provozovatelem televizního vysílání programu ČT1, ČT2, ČT24, ČT sport, ČT :D a ČT art na základě zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů.

Na základě pravidelného monitoringu vysílání obchodních sdělení Rada zjistila, že dne 7. května 2015 v čase od 12:00 hodin byl na programu ČT sport odvysílán pořad Hokejové poledne.

Popis situace:

Jedná se o živé vysílání, což je evidentní již na základně popisku pod logem programu v levé horní části obrazovky. Záběr budovy Galerie Harfa.

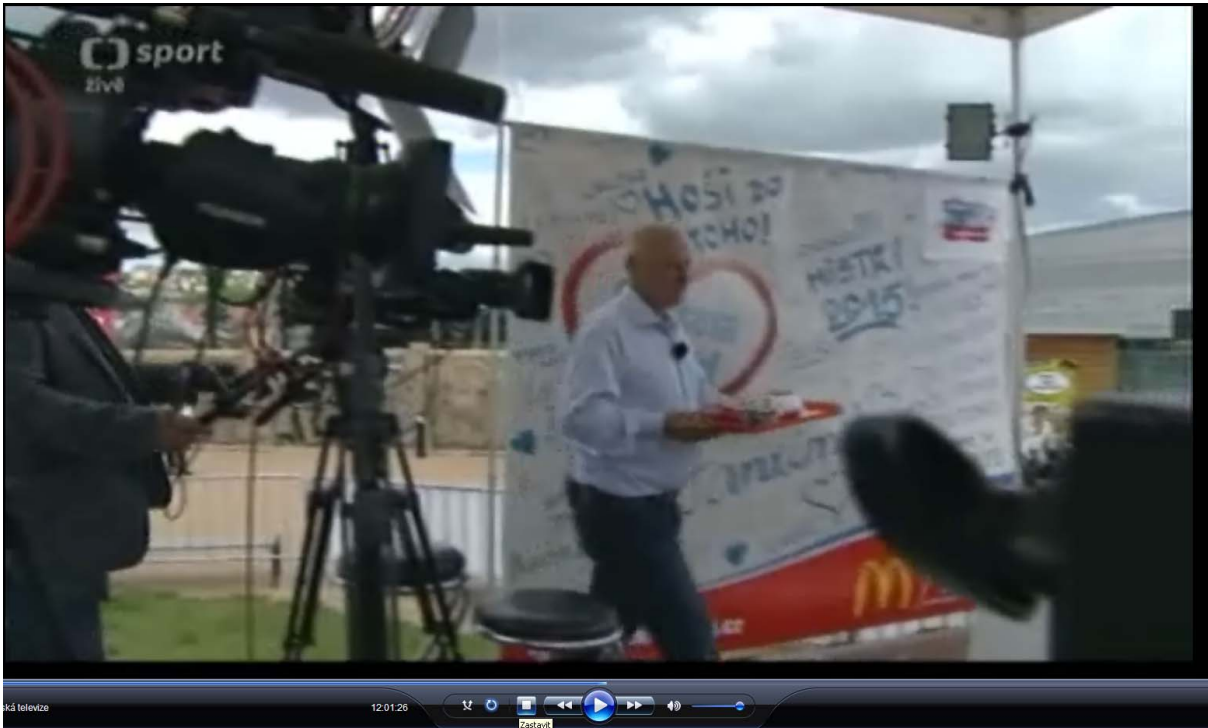
Posléze je pohled zaměřen na O2 Arénu, kde se na jejím šedém „plášti“ v pravém dolním rohu obrazovky zobrazuje, poněkud nezřetelný, piktogram PP (viz níže).



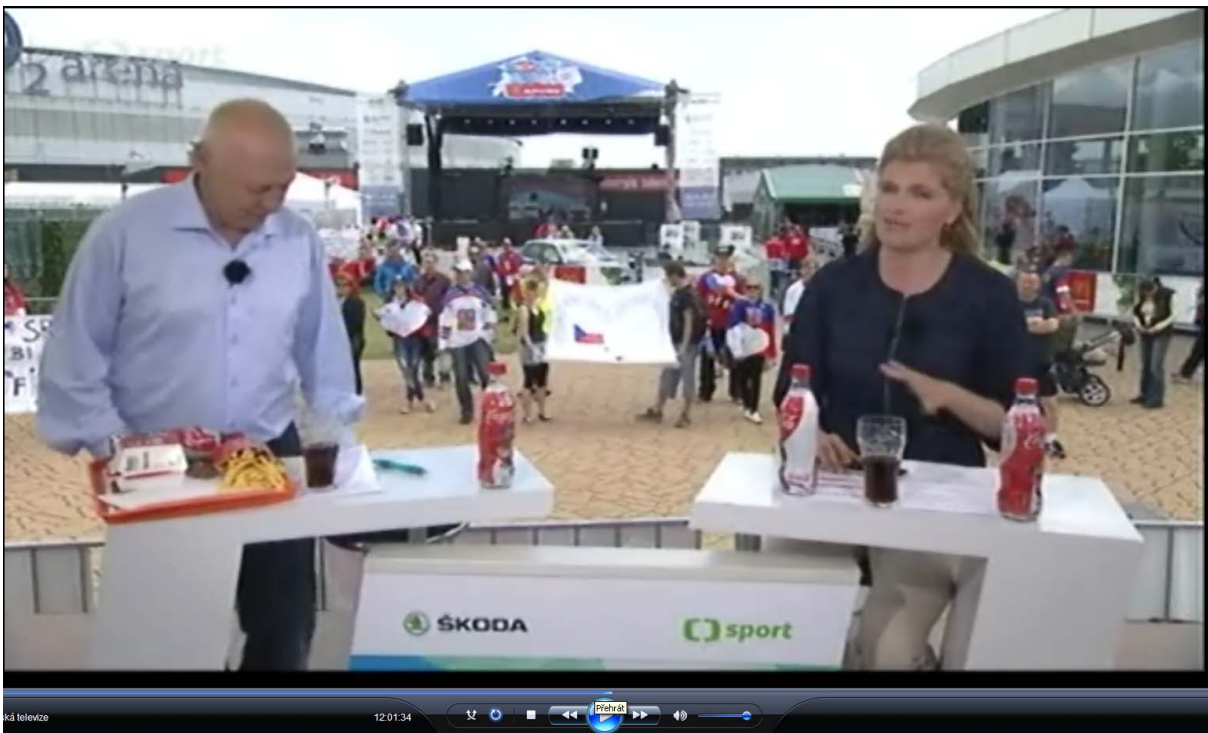
Následuje pohled na improvizované studio s moderátorkou, která pořad uvádí. Druhé moderátorské místo je prázdné.

Moderátorka: „Přeji vám příjemné poledne, dobrý den, a měl ho přát i Pavel Richter, ale někde se nám asi zdržel. Před námi je dvouhodinové vysílání, předpokládám, že šel nějakým způsobem zřejmě na malou svačinku...“. Mezitím se objevuje záběr na moderátora, který vychází ze stanu rychlého občerstvení, v ústech má přitom jednu z hranolek a s podnosem s hamburgerem/sendvičem a hranolky prochází kolem stěny stanu s výrazným logem „McDonald’s“ směrem ke studiu. Moderátorka: „...a už Pavla vidím, je to tak. Včera na Václavském náměstí nás trochu vydráždily ty příjemné pachy, které jsme tam měli“. Mezitím přichází moderátor přímo ke studiu. Moderátorka: „Pavle, to ti teda pěkně děkuji. Už vysíláme, ale snad to ještě stihneš do studia. Každopádně dnes, byť to možná podle moderátorů takhle vidět není, se zaměříme na mládí, na budoucnost, na naději, takže jsme zaměřili dnešní vysílání na děti...“.





Následně moderátorka pokračuje v představení dnešního programu a hostů, avšak mezitím bere kolega moderátor do ruky hranolek a vkládá je moderátorce před ústa. Ta se odvrací a gestem ruky odmítá se slovy: „*Ne děkuji, nechci. Já tady, na rozdíl od tebe, potřebuji pracovat.*“. Kolega je tímto svým „žertovným kouskem“ evidentně pobaven, vrací hranolek zpět na podnos a moderátorka pokračuje v komentáři k následnému programu.







V čase 12:03:09 začíná časoběrný záběr na stavbu tzv. fanzóny Galerie Harfa, jejíž dominantní součástí je rovněž i stan s nápisem „McDonald’s“.



Po návratu do studia se taktéž ujímá slova i druhý moderátor, před nímž je stále umístěn podnos s občerstvením v nezměněné podobě.



Moderátorka jej vybídne k pozdravu a okrajově zmíní, že jeho dnešní příchod byl také „trochu živý“. Moderátor na to reaguje: „Hezký dobrý den, a kdo právě jí, jako budu jíst já za chvíli, tak přeju dobrou chuť“, přičemž krátce ukáže směrem k občerstvení před sebou. Poté se opět usmívá a jeho kolegyně se dále věnuje dalším možnostem, které jsou pro přítomné připraveny v prostředí fanzóny. Po několika vstupech se v čase 12:09:30 hodin kamery „vrací“ zpět do studia, kde již předmětné občerstvení na pultu není (lze tedy odvodit možnou demonstraci skutečnosti, že jej moderátor v průběhu vstupů z jiných prostředí fanzóny zkonsumoval - mimo záběr.).



Posléze již pořad probíhá standardně. V čase 13:44:56 hodin se na obrazovce při loučení moderátorů v pravém dolním rohu objevuje, tentokrát již dobře viditelné a čitelné, oznámení: „POŘAD OBSAHOVAL PRODUCT PLACEMENT“ a piktogram PP.



Rozbor:

Dle § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., se umístěním produktu rozumí jakákoliv podoba začlenění výrobku, služby, ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže, nebo zmínky o výrobku a službě do pořadu za úplaty nebo obdobnou protihodnotu.

Dle § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., pořady obsahující umístění produktu nesmějí nepatřičně zdůrazňovat umístěný produkt.

Pořad Hokejové poledne, který byl odvysílán ve čtvrtek 7. května 2015 od 12:00 hodin na programu ČT sport, utvářel jeden z doprovodných programů Mistrovství světa v hokeji. Využita byla bezprostřední blízkost O2 Arény, v níž se odehrávala část MS. Pořad předchází odpolednímu utkání mezi Českou republikou a Francií, který jako takový začínal přibližně v čase 16:15 hodin, a to právě na půdě O2 Arény.

Mezi dominanty připravované fanzóny bezesporu patřil taktéž stan McDonald's, ve kterém bylo přítomným nabízeno rychlé občerstvení.

Pořad byl označen piktogramem PP, což předesílá, že se v případě občerstvení McDonald's jednalo o začlenění výrobku do pořadu za úplatu či jinou protihodnotu. **Dle názoru Rady se v žádném případě nemůže jednat o pasáž, která je přirozeně začleněna do vysílání, zatímco pouze obsahuje umístěný produkt, nýbrž o předem připravenou komerční záležitost se záměrem propagovat produkty jednoho z hlavních sponzorů MS, která takto působila i na diváka.**

Děj je koncipován tak, že začíná přímý přenos z improvizovaného studia na střeše obchodního domu, zatímco je přítomna pouze moderátorka, která postrádá svého kolegu a doslova netuší, kde se nachází. Posléze „hledaný“ moderátor vychází ze stanu s podnosem plným jídla, v ústech má hranolek, zatímco kolegyně komentuje tuto skutečnost tak, že si asi zašel „na malou svačinku“. Na humornosti má tomuto výjevu zřejmě přidat i skutečnost, že moderátorovi z úst vyčnívá hranolek, který posléze konzumuje cestou do studia. V průběhu moderátorka dále glosuje, že je během předchozího dne vydráždily „příjemné pachy“ z Václavského náměstí. Poté, co se moderátor usadí, podnos s občerstvením položí na stůl před sebou a dožvýkáva potravu, jeho kolegyně dále komentuje hokejové dění. Moderátor však mezitím bere hranolek a přikládá jej kolegyni přímo před obličej, což ona posléze odmítá s tím, že „alespoň ona musí pracovat“. Moderátor je touto situací evidentně velmi pobaven a hranolek pokládá v původní podobě zpět na podnos.

Přestože je každá sportovní událost, taktéž tedy i Mistrovství světa v ledním hokeji konané v České republice, zcela přirozeně a běžně spojována s mnoha sponzory, jejichž loga, značky a výrobky jsou na obrazovce během přímých přenosů jednotlivých utkání i doprovodných programů přítomna, **v tomto případě se dle Rady jednalo o nepatřičné zdůrazňování umístěného produktu.**

Ani jeden z moderátorů sice explicitně nevyjádří fakt, že se jedná o produkty „z dílny“ McDonald's, nicméně je, zejména na základě poněkud svébytného způsobu odvysílání i všeobecného povědomí, zcela zřejmé, že se jedná o výrobky právě tohoto, velmi snadno identifikovatelného, řetězce. Moderátor navíc vychází ze stanu specifického barevného a grafického znázornění, taktéž jsou označeny jednotlivé produkty umístěné na podnose, navíc nelze opomenout ani skutečnost, že prochází těsně vedle stěny exponovaného stanu, na níž je umístěno velice výrazné logo McDonald's. Zatímco je tato scénka komentována prostřednictvím neurčitého upozornění na skutečnost, že si moderátor šel zřejmě pro svačinku a že se tak stalo pravděpodobně v návaznosti na vysílání předchozího dne, v jehož rámci moderátoři zachytávali nejrůznější „pachy“, následné jednání moderátora již do vysílání explicitně zasahuje, respektive je na konkrétní produkt připoutávána pozornost diváků, a to (mimo jiné) zejména ve chvíli, kdy se moderátor rozhodne své kolegyni nabídnout ochutnávku a zároveň tím narušuje průběh právě probíhajícího živého vstupu.

Moderátorka gesty i verbálně odmítavě reaguje a věnuje tomuto gestu svého kolegy pozornost. Nezbyvá než konstatovat, že se ve zmíněném případě jedná o moderátorovo zcela nepřírozané, v této situaci evidentně „umělé“ či „hrané“, jednání, které s tématem pořadu vůbec nesouvisí. **Především pak proto, že se obvykle ve studiu potraviny vůbec nekonzumují, lze z této situace vyvodit, že propagace předmětného produktu, nejenže s hlavním tématem nikterak nesouvisí, ale je jím bezesporu výrazně rozptylována pozornost diváků, kteří pořad sledují primárně kvůli hokeji.** Pro srovnání lze uvést například přítomnost lahví Coca-Coly, které jsou běžně umístovány na stolek před moderátory, a bez ohledu na to, zda jí skutečně pijí, není na takto umístěný produkt zaměřována žádná další pozornost.

Dle Rady se tak jednalo o zcela samoučelně koncipované vysílání, jehož jediným účelem byla propagace produktu, což bylo ostatně podpořeno velmi výraznou/nápadnou vizuální prezentací značky. Hlavní pozornost byla zaměřena na produkt jako takový, čímž došlo k narušení právě probíhajícího živě vysílaného pořadu. Z pohledu diváka, očekávajícího ryze „hokejové“ informace, působila předmětná sekvence velmi neorganizovaně až chaoticky.

S ohledem na shora uvedené rozhodla Rada zahájit s provozovatelem Česká televize, IČ: 00027383, sídlem Kavčí hory, Praha 4, PSČ 14070, správní řízení z moci úřední pro možné porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se mohl dopustit tím, že v pořadu Hokejové poledne, odvysílaném dne 7. května 2015 v čase 12:00 hodin na programu ČT sport, jehož součástí byly i komentátorské vstupy z improvizovaného studia z tzv. fanzóny Galerie Harfa, pojal jeho začátek jako „scénku“ spočívající v prvotní absenci moderátora ve studiu, který vzápětí vychází ze stanu McDonald's a nese podnos s občerstvením (hamburger/sendvič a hranolky). Poté, co prochází kolem stěny s logem McDonald's, se dostává do studia a pokládá podnos s občerstvením na stolek před sebou. V čase 12:01:47 hodin nabízí komentátor jeden hranolek kolegyni tak, že jí jej vkládá přímo před obličej, čímž jí přiměje k tomu, aby moderování přerušila a zareagovala. Ačkoli není explicitně verbálně vyjádřeno, o jakou konkrétní značku rychlého občerstvení se jedná, je tato skutečnost dostatečně vykreslena prostřednictvím bohaté obrazové složky obsahující opakované záběry na loga McDonald's. Umístěný produkt byl ústředním tématem úvodu pořadu. Byla na něj zaměřena pozornost i během komentování, přestože tematicky s pořadem nikterak nesouvisel (ve studiích se zpravidla vůbec potraviny nekonzumují, nedošlo tedy k tomu, že by byl běžně užívaný produkt pouze nahrazen konkrétní značkou), čímž došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu. Předimenzované záběry „produktu“, které ve spojení se „scénkou“ s nabízením hranolky, respektive slovním komentářem („Přeji vám příjemné poledne, dobrý den, a měl ho přát i Pavel Richter, ale někde se nám asi zdržel. Před námi je dvouhodinové vysílání, předpokládám, že šel nějakým způsobem zřejmě na malou svačinku...“; „...už Pavla vidím, je to tak. Včera na Václavském náměstí nás trochu vydráždily ty příjemné pachy, které jsme tam měli“. „Pavle, to ti teda pěkně děkuji. Už vysíláme, ale snad to ještě stihneš do studia.“; „Hezký dobrý den, a kdo právě jí, jako budu jíst já za chvíli, tak přeju dobrou chuť.“) působí nad rámec děje.

Součástí Oznámení o zahájení správního řízení bylo Upozornění na porušení zákona č.j. DRD/3603/2012, které bylo provozovateli doručeno dne 26. října 2012 a v němž Rada upozornila provozovatele na porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., *kterého se dopustil tím, že dne 23. února 2012 od 19:08 hodin na programu ČT4 odvysílal pořad Studio fotbal, jehož součástí byly zápasy evropské ligy, komentované studio a poločasová přestávka fotbalového utkání Schalke 04 – FC Viktoria Plzeň se začátkem od 21:53 hodin, ve které bylo zařazeno umístění produktu kopaček Adidas miCoach. Tento umístěný produkt byl po dobu zhruba dvou minut hlavním tématem pořadu, respektive živého rozhovoru, který se týkal pouze tohoto umístěného produktu. Moderátor nejprve produkt, v prodejní síti běžně dostupné kopačky se zabudovaným čipem snímajícím údaje o pohybu, podrobně představil a popsal jeho*

funkce, následně se svým hostem vedl rozhovor o jeho přednostech. V předmětném rozhovoru byly vysloveny výroky typu "hodně zajímavá technologická novinka", "zářivé kopačky značky Adidas", apod., protagonisté rozhovoru vyslovili závěr o užitečnosti produktu zejména pro mladé hráče a trenéry, zmínili přednost v příznivější ceně oproti drahým sporttesterům. Výjimečnost a kvalita kopaček byly rovněž zdůrazněny spojením této obuvi s profesionálními hráči, kteří v nich také hrají, konkrétně pak s Lionelem Messim, který je aktuálně považován za nejlepšího hráče světa, a Markem Bakošem, který byl označen za hráče, na kterého tým Plzně spoléhá, tedy za jednu z hlavních hvězd týmu. Umístěný produkt byl rovněž zabrán přibližně desetivteřinovým detailním záběrem vystavených bot. Takovéto zpracování umístění produktu nelze hodnotit za přirozené začlenění výrobku coby přirozené součásti prostředí (scény), neboť umístěný produkt byl ústředním prvkem a tématem daného rozhovoru, který byl pouze o tomto umístěném produktu a o jeho podrobném představení a zdůraznění jeho předností, čímž došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu.

Oznámení o zahájení správního řízení bylo provozovateli doručeno dne 1. července 2015 a tímto dnem bylo dle ustanovení § 46 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb. zahájeno správní řízení ve věci.

Účastník řízení byl písemně poučen o svých právech a byla mu stanovena lhůta 30 dní pro vyjádření ve věci.

Současně Rada požádala provozovatele, aby součástí jeho vyjádření ve věci byly obchodní smlouvy, na jejichž základě došlo k umístění produktu McDonald's v rámci pořadu Hokejové poledne odvysílaného dne 7. května 2015 od 12:00 hodin na programu ČT1.

b) Další postup v rámci správního řízení:

Rada dopisem ze dne 25. června 2015 požádala Asociaci televizních organizací (ATO) o poskytnutí dat, a to ratingu v % a tisících a sharu CS 15+ pro časový úsek vysílání programu ČT sport ze dne 7. května 2015 od 12:00 do 13:00 hodin.

Dne 14. července 2015 bylo Radě doručeno sdělení ATO, že nebyl udělen souhlas ze strany provozovatele k poskytnutí požadovaných dat, a žádné konkrétní údaje o sledovanosti daného úseku vysílání tedy Rada nezískala.

Dne 21. července 2015 nahlížel zástupce účastníka řízení do správního spisu a byly mu poskytnuty následující materiály:

- 1x kopie obsahu spisu
- 1x kopie materiálu sp.zn. 2015/483/HLI/ČES – Zasedání 11/2015, bod 35 – Analýza výskytu obchodních sdělení na programu ČT sport během Mistrovství světa v hokeji 2015
- 1x kopie Žádosti o sdělení údajů o sledovanosti adresované Asociaci televizních organizací (č.j. RRTV/2380/2015-RUD/
- 1x kopie Vyjádření k žádosti o sdělení údajů o sledovanosti (č.j. RRTV/6165/2015-P)

Rada na svém 14. zasedání konaném dne 4. srpna 2015 provedla důkaz zhlédnutím záznamu vysílání pořadu Hokejové poledne odvysílaného dne 7. května 2015 od 12:00 hodin na programu ČT sport, respektive zhlédnutím záznamu vysílání tohoto pořadu v čase od 12:00 do 12:04 hodin.

Provádění důkazu se zúčastnil zástupce účastníka řízení a jeho průběh shledal bez jakýchkoli námitek.

Dokazování prokázalo skutečnosti, která Rada uvedla v odůvodnění zahájení správního řízení, tj. že úvod pořadu Hokejové poledne, odvysílaném dne 7. května 2015 v čase 12:00 hodin na programu ČT sport, jehož součástí byly i komentátorské vstupy z improvizovaného studia z tzv. fanzóny Galerie Harfa, pojal účastník řízení jeho začátek jako „scénku“ spočívající v prvotní absenci moderátora ve studiu, který vzápětí vychází ze stanu McDonald's a nese podnos s občerstvením (hamburger/sendvič a hranolky). Poté, co prochází kolem stěny s logem McDonald's, se dostává do studia a pokládá podnos s občerstvením na stolek před sebou. V čase 12:01:47 hodin nabízí komentátor jeden hranolek kolegyni tak, že jí jej vkládá přímo před obličej, čímž jí přiměje k tomu, aby moderování přerušila a zareagovala. Ačkoli není explicitně verbálně vyjádřeno, o jakou konkrétní značku rychlého občerstvení se jedná, je tato skutečnost dostatečně vykreslena prostřednictvím bohaté obrazové složky obsahující opakované záběry na loga McDonald's. Umístěný produkt byl ústředním tématem úvodu pořadu. Byla na něj zaměřena pozornost i během komentování, přestože tematicky s pořadem nikterak nesouvisel (ve studiích se zpravidla vůbec potraviny nekonzumují, nedošlo tedy k tomu, že by byl běžně užívaný produkt pouze nahrazen konkrétní značkou), čímž došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu. Předimenzované záběry „produktu“, které ve spojení se „scénkou“ s nabízením hranolku, respektive slovním komentářem („Přeji vám příjemné poledne, dobrý den, a měl ho přát i Pavel Richter, ale někde se nám asi zdržel. Před námi je dvouhodinové vysílání, předpokládám, že šel nějakým způsobem zřejmě na malou svačinku...“; „...už Pavla vidím, je to tak. Včera na Václavském náměstí nás trochu vydráždily ty příjemné pachy, které jsme tam měli“. „Pavle, to ti teda pěkně děkuji. Už vysíláme, ale snad to ještě stihneš do studia.“; „Hezký dobrý den, a kdo právě jí, jako budu jíst já za chvíli, tak přeju dobrou chuť.“) působí nad rámec děje.

c) Vyjádření účastníka řízení:

Dne 28. července 2015 bylo Radě doručeno vyjádření účastníka řízení, kde uvedl následující:

- účastník řízení upozorňuje na skutečnost, že Rada při své úvaze o tom, že se v daném případě jednalo o nepatřičné zdůrazňování umístěného produktu, vycházela pouze ze své domněnky, která byla v oznámení o zahájení správního řízení vyjádřena na straně 9, kde je uvedeno, že *pořad byl označen piktogramem PP, což předesílá, že se v případě občerstvení McDonald's jednalo o začlenění výrobku do pořadu za úplaty či jinou protihodnotu*. Rada tak dle účastníka řízení rezignovala na svou povinnost správního orgánu rozhodujícího o právech a povinnostech nepodřízených subjektů, při které je nezbytné zjistit všechny rozhodné okolnosti a dovozovat závěry na základě prokázaných a podložených skutečností, nikoli pak na základě pouhých domněnek.
- účastník řízení uvádí, že v návaznosti na ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb. a ustanovení § 2 odst. 2 písm. b) téhož zákona, lze dovodit, že pokud není jednoznačně prokázáno, že v daném pořadu něco figurovalo jako umístěný produkt, nelze vytýkat, že se jednalo o umístěný produkt nepatřičně zdůrazněný
- jak z odůvodnění oznámení o zahájení správního řízení vyplývá, Rada provedla úvahu, při které ji skutečnost, že byl předmětný pořad označen piktogramem PP, postačuje k závěru o tom, že občerstvení McDonald's, které se v daném pořadu objevilo, bylo umístěným produktem, a to dokonce umístěným produktem nepatřičně zdůrazněným. Česká televize však k tomuto namítá, že je povinností Rady nejprve prokázat, že se v případě občerstvení McDonald's jednalo skutečně o umístěný produkt, než začne hodnotit soulad se zněním zákona č. 231/2001 Sb. Podle České televize však k takovému prokázání nepostačuje pouze to, že byl pořad opatřen piktogramem PP. Daný piktogram totiž v podobných případech prokazuje pouze to, že pořad obsahuje umístění produktu, nedokazuje však, co tímto umístěným produktem je, respektive že v tomto konkrétním případě to bylo občerstvení McDonald's. Sama Rada v odůvodnění oznámení o zahájení správního řízení poukazuje na skutečnost, že v daném pořadu byly na stolku před moderátory

přítomny lahve Coca-Coly (aniž by na ně bylo upozorňováno). Předmětný pořad tedy mohl obsahovat takovýto umístěný produkt, pročež byl označen piktogramem PP. Rada tedy nemůže z daného piktogramu automaticky dovodit, že občerstvení McDonald's bylo umístěným produktem, a hodnotit tedy splnění zákonných podmínek umístění produktu.

- dle účastníka sama Rada v oznámení připomíná, že daný pořad byl živě vysílán z improvizovaného studia v areálu tzv. fanzóny Galerie Harfa, jejíž dominantní součástí je i stan daného občerstvení. Předmětná fanzóna byla přitom oficiální fanzónou českého národního týmu (CZECH CHILL OUT ZONE BY McDonald's). Rada tedy nemůže automaticky dovozovat vztah mezi provozovatelem daného občerstvení a Českou televizí, když je nezbytné vzít zároveň v úvahu, že dané občerstvení se v dané lokalitě nacházelo nehledě na probíhající vysílání České televize. Toto je přitom skutečnost, kterou Rada při své úvaze nikterak nezohlednila, byť je její povinností zjistit všechny okolnosti dané věci, a to i ty ve prospěch toho, o jehož právech a zejména povinnostech je rozhodováno.
- Rada dle účastníka nikterak neprokázala, že by se v případě občerstvení McDonald's, které se v daném pořadu objevilo, jednalo o umístění produktu. Rada tyto závěry pouze uvádí, a to ve stavu nouze o důkazy, kterými by tyto své domněnky podložila. Zároveň se pak tento stav důkazní nouze snaží prolomit žádostí o to, aby jí Česká televize sama poskytla obchodní smlouvy, na jejichž základě došlo k umístění produktu McDonald's do vysílání (pomine-li Česká televize zjevnou nesprávnost v písemném vyhotovení, kdy daný pořad nebyl vysílán na programu ČT1, ale ČT sport), považuje za vhodné upozornit na skutečnost, že i zde Rada neodůvodněně automaticky předjímá, že zde existuje smluvní vztah o umístění produktu. Česká televize je však toho názoru, že ve stavu důkazu nouze nemůže rozhodující správní orgán konstatovat takovéto jednoznačné soudy a přenášet svoji povinnost zjistit stav věci, o němž nejsou důvodné pochybnosti, na jiné subjekty, zejména pak ne na účastníka řízení. Proto Česká televize s odvoláním se na princip zákazu sebeobviňování či sebeusvědčování, který je nedílnou součástí materiálního pojetí právního státu, sděluje Radě, že ji neposkytne žádná smluvní ujednání sjednaná mezi Českou televizí a jejím smluvními partnery v souvislosti s předmětným pořadem.
- účastník řízení dále uvádí, že i pokud by se Radě podařilo prokázat, že se v daném případě zobrazení občerstvení McDonald's jednalo o problematiku umístění produktu v televizním vysílání, nelze dle jeho názoru dospět k závěru, že se jednalo o samoučelně koncipované vysílání, jehož jediným účelem byla propagace produktu, což bylo ostatně podpořeno velmi výraznou/nápadnou vizuální prezentací značky, jak uvedla Rada v oznámení. Stejně tak nelze souhlasit, že by hlavní pozornost byla zaměřena na produkt jako takový, čímž došlo k narušení právě probíhajícího živě vysílaného pořadu.
- Rada vytýká České televizi, že se jednalo o předem připravenou komerční záležitost s určitým záměrem působit na diváka propagačně, což je však následně zpochybněno samotným odůvodněním oznámení, ve kterém Rada uvádí, že se moderátor rozhodne své kolegyni nabídnout ochutnávku a tím narušuje průběh právě probíhajícího živého vstupu a že z pohledu diváka působila předmětná sekvence velmi neorganizovaně až chaoticky. Česká televize k takto Radou nastavené argumentaci namítá jednoznačný rozpor a nesrozumitelnost, neboť není zřejmé, jak může být určitá sekvence živého přenosu předem připravenou komerční záležitostí a zároveň chaotickou až neorganizovanou pasáží do značné míry ovlivněnou rozhodnutím jednoho z vystupujících moderátorů, který tím narušuje přirozený průběh pořadu (moderátorka v dané chvíli zcela v souladu se scénářem pořadu představovala program a hosty a zjevně netušila, co v danou chvíli její moderátorský partner učiní). Stejně tak není České televizi zřejmé, jak může něco na diváka působit propagačně a zároveň neorganizovaně až chaoticky. V této souvislosti doplňuje Česká televize, že žádná z osob vystupujících v předmětném pořadu nepřijala žádné protiplnění za prezentaci občerstvení McDonald's.
- Rada dle účastníka uvádí, že se v daném případě nejednalo o přirozenou pasáž, kde by se pouze vyskytoval nějaký produkt, ale o nepatřičné zdůrazňování produktu, které má mimo jiné podobu

výrazné a nápadné vizuální prezentace této značky. Dle tvrzení Rady byl produkt ústředním tématem úvodu pořadu a byla na něj zaměřena i pozornost během komentování. Takového závěry se však zdají jako nekorespondující s vyjádřeným tvrzením Rady, která v oznámení o zahájení správného řízení také uvedla, že se pořad odehrál v improvizovaném studiu v prostředí tzv. fanzóny, jejíž součástí byl také stan McDonald's, ve kterém bylo přítomným nabízeno rychlé občerstvení, a že komentář obsahoval neurčité upozorňování na skutečnost, že si šel moderátor pro svačinku v návaznosti na vysílání předchozího dne. Stejně tak Rada uvedla, že během pořadu nebylo nikterak explicitně verbálně vyjádřeno, o jakou značku se jedná. K tomuto Česká namítá, že z předmětného pořadu i ze samotného oznámení je zřejmé, že občerstvení McDonald's tvořilo zcela přirozenou součást daného prostředí. Stan s tímto občerstvením se nacházel v lokalitě, ve které bylo toho dne vysíláno mobilní a živě vysílané studio pořadu Hokejové poledne. Předmětný stan tak nebyl v dané fanzóně kvůli předmětnému pořadu, ani aby se stal nějakým ústředním prvkem vysílání, ale aby návštěvníci dané fanzóny mohli běžně a denně využívat jeho služeb. Předmětné rychlé občerstvení a jeho služby tak byly naopak zcela přirozenou kulisou daného prostředí, ze kterého byl předmětný pořad živě vysílán. Sama Rada přitom uvedla, že stan patřil mezi dominanty dané fanzóny a že v něm přítomní mohli využít nabídky rychlého občerstvení. Dle názoru České televize tak není nepřirozeným stavem, pokud mezi přítomné osoby v dané lokalitě patří televizní moderátor a i on využije nabízených služeb, zejména pak v době okolo poledne, která je běžně spojena s konzumací potravin. To, že na to pak musí reagovat moderátorova kolegyně je pak zcela přirozené, zejména právě v živém vysílání. Komentování ze strany moderátorky přenosu pak rozhodně nebylo nějakým nepřiměřeným zdůrazňováním čehokoli. Moderátorka zcela v souladu s popisem své práce pozdravila v úvodu diváky, a zrekapitulovala, že je dané studio mobilní a odkud všude již bylo vysíláno (s připomenutím, že předchozího dne to bylo z Václavského náměstí). Pak teprve začala reagovat na situaci, že její partner chybí a že to je zřejmě v souvislosti s poledním vysíláním a s obdobím konzumace potravin v kombinaci s nadcházejícím dlouhým vysíláním (stopáž dvou hodin). Načež opět, nikoli tedy uměle a nepřirozeně, vzpomenu na vysílání z Václavského náměstí.

- slovní spojení „příjemné pachy“ pak Česká televize nepovažuje za snahu rychlé občerstvení jakkoli vyzdvihnout, ale za okamžitý projev moderátorky, kdy samotná kombinace slov „příjemné“ a „pachy“ spolu s rozpačitým projevem moderátorky jednoznačně dokazují, že se nejednalo o předem připravený text s jakýmkoli účelem. Sama Rada uvedla k tomuto, že se jednalo o neurčité upozorňování v komentáři. České televizi tak není zřejmé, z jakého důvodu se použitá rétorika a argumentace Rady o „neurčitém upozorňování“ změnila ve zdánlivě účelový závěr o „ústředním tématu úvodu pořadu, na které byla zaměřena pozornost v moderování“. Stejně tak nelze souhlasit s tvrzením, že by projev moderátora, který se tedy konečně dostavil na své stanoviště a konečně zdraví diváky („Hezký dobrý den, a kdo právě jí, jako budu jíst já za chvíli, tak přeju dobrou chuť“), byl nad rámec děje. Česká televize opět připomíná, že se daný pořad vysílal v době, kdy je zcela běžné, že dochází ke konzumaci pokrmů a kdy různí aktéři různých předtočených pořadů, natož pak těch vysílaných živě, přejí divákům dobrou chuť. Dle názoru České televize nelze tento spontánní projev moderátora považovat za cokoli, co by mělo jít k provozovateli k tíži.
- účastník namítá, že pokud je Radou vyčítáno, že šel moderátor podél stanu opatřeného logy daného rychlého občerstvení, souvisí to s tím, že se pohyboval v přirozeném prostředí dané fanzóny. Ze záběrů je přitom zřejmé, že šel přímou a nejbližší cestou ke svému moderátorskému stanovišti. S Radou tak nelze souhlasit, že by se jednalo o opakované záběry na logo McDonald's či o předimenzované záběry na produkt. V daném pořadu nebyl ani jeden detailní záběr na logo či potraviny nabízené společností McDonald's. Ani jeden záběr se nevěnoval přímo zobrazení výrobků či služeb dané společnosti. Ty byly vždy pouze přirozeným prostředím, v němž se daný pořad vysílaný živě z konkrétní lokality s konkrétním vybavením vysílal a v němž se moderátoři pořadu pohybovali.

- k Radou vytýkané situaci, kdy se jeden z moderátorů sám, živelně a neplánovaně rozhodl pozlobit svoji kolegyni nabídkou hranolku, čímž narušil přirozený průběh pořadu (moderátorka v danou chvíli zcela v souladu se scénářem pořadu představovala program a hosty a zjevně netušila, co v danou chvíli její moderátorský partner učiní), účastník řízení dodává, že takovéto situace jsou v živém vysílání možné, zejména pak, jde-li o pořady, které nejsou příliš vážného charakteru a které divákům nabízejí mimo jiné i nějaké ty vtipné momenty, často vycházející z vzájemného poštuchování mezi moderátory a jinými účinkujícími postavami. Hokejové poledne bylo právě takovýmto pořadem, který měl v odlehčené formě a náladě poskytovat divákům informace ze zákulisí pořádání hokejového mistrovství světa. Česká televize navrhuje Radě jako důkaz zhlédnutí všech dílů pořadu Hokejové poledne vysílané v souvislosti s konáním hokejového mistrovství světa v České republice v roce 2015 a veškeré upoutávky na tento pořad. Na základě tohoto důkazu bude zřejmé, že celý pořad byl koncipován a moderátory uchopen jako nevážený a odlehčený projekt, v němž se vyskytují také humorné situace. V tomto duchu se nesla i předmětná scénka s hranolkem, což je ostatně zřejmé z emocí a reakcí samotných moderátorů, kdy striktní profesionálka a sportovní komentátorka se snaží zachovat obličej, zatímco její kolega „hokejový expert“, se jí snaží rozptýlit, aby zdánlivě upjaté moderování narušil. Jednalo se o čistě spontánní akci v rámci celkového pojetí daného pořadu, projektu.
- účastník uvádí, že zhlédnutím daného pořadu jako celku (tedy všech epizod Hokejového poledne) se Rada seznámí se skutečným formátem daného pořadu, který rozhodně neměl informovat pouze o hokeji ve smyslu zpravodajských informací o probíhajících zápasech, výsledcích a zapojených hráčích. Předmětný pořad přinášel informace ze zákulisí mistrovství světa jako takového. Samozřejmě byly poskytovány informace o organizaci mistrovství, o fanzónách, o aktivitách pro fanoušky apod. Pořad nebyl vážného sportovně-zpravodajského charakteru, kdy by diváci očekávali pouze ryze „hokejové“ informace. Pořad byl naopak koncipován tak, aby byl divákům a fanouškům co nejlíže a poskytoval jim co nejpestřejší zábavu. S tím ostatně souvisí i to, že se pořad vysílal živě nejen ze studia, ale také právě z lokalit, kde se veřejnost a fanoušci shlukovali a zdržovali. Sama moderátorka v úvodu Hokejového studia, který v jinak pečlivém popisu obsahu úvodních chvil tohoto pořadu provedeného Radou v daném oznámení z neznámých důvodů chybí, byť je bezesporu významný, sděluje: „Ozýváme se po šesté z prostředí mistrovství světa v ledním hokeji, ale potřetí odjinud než ze studia v hokejové hale. Hokejové poledne se totiž rozhodlo vyjít ven za vámi fanoušky. Rozhodli jsme se tak proto, že to je milejší, i vy jste bezprostřednější, no a proto po hráčském hotelu a po fanzóně na Václavském náměstí jsme tentokrát ve fanzóně na Galerii Harfa.“ Předmětný pořad tak usiloval o bezprostřednost a komunikaci a kontakt nejen s hokejovými aktéry, ale také s diváky a fanoušky, kterým tak nezprostředkoval pouze nějaké statistiky apod., ale celou veselou a zábavnou atmosféru dané události, kterou bylo několikadenní hokejové mistrovství. Veselá a vtipná situace, která nastala mezi moderátory, kdy jeden z nich nedorazil k moderování, protože se odběhl občerstvit, a následně rozptýloval svou kolegyni od jejího standardního moderování, tak nemohla diváky rušit či obtěžovat, když se Hokejové poledne neslo v podobném nevážném a uvolněném duchu. Navíc tato situace byla vzhledem k celkové dvouhodinové pasáži daného pořadu zcela zanedbatelnou a jen těžko ji lze hodnotit jako nějaké výrazné obtěžování či vyrušování diváků a jako nějaké nepatřičné počínání.
- Česká televize namítá, že pokud Rada hovoří o problematice umístění produktu, měla by si uvědomit, že tento institut je právě založen na tom, že se ve vysílání objeví divákům již víceméně známé „rekvizity“ z běžného života, v běžném životě naprosto běžné a přirozené výrobky a služby. Nelze tedy argumentovat tím, že obecné povědomí veřejnosti o tom, jak vypadá barevná prezentace, produkty a další prvky spojené s občerstvením McDonald's, vede k tomu, že je divák zasažen něčím nepřirozeným, nepatřičným a obtěžujícím. Rozhodně pak nelze argumentovat tím, že byť provozovatel explicitně nijak občerstvení McDonald's nezdůraznil a nevyjádřil, to bylo z hlediska ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb. nahrazeno tím, že diváci stejně věděli, co je v pořadu zaznamenáno. Skutečnost, že Česká televize a její moderátoři nijak

explicitně nevyjádřili, že se jedná o produkty občerstvení McDonald's a že si to diváci naopak museli sami dovodit, respektive v pořadu bylo zobrazeno pouze to, co je v běžném životě zcela přirozené, nemůže být České televizi kladeno k tíži, ba právě naopak. Pokud se Rada snaží danou věc hodnotit z hlediska umístění produktu, musí si sama uvědomit, co je podstatou umístění produktu, co je v institutu umístění produktu obsaženo a co je naopak nad jeho rámec. To souvisí s postavením Rady jakožto regulátora specifického prostředí, kdy je při regulaci nezbytné vycházet z odborných znalostí.

- účastník řízení nesouhlasí s odkazem Rady na předchozí upozornění na porušení zákona, neboť toto upozornění se týkalo pořadu, který byl výplní přestávky živého přenosu fotbalového utkání, tedy pořadu tematicky dosti určeného, a nikoli pořadu, který v samostatném formátu zprostředkovává divákům atmosféru a zákulisní dění nějaké rozsáhlé sportovní události. Předmětné upozornění navíc zprostředkovává provozovateli pouze tu informaci, že se rozhovor nesmí přímo týkat umístěného produktu s tím, že není přípustné, aby aktéři rozhovoru o daném produktu přímo hovořili a zmiňovali jeho přednosti, výhody a prvky jeho užitečnosti a aby kvalita umístěného produktu byla zdůrazněna jeho spojením s konkrétní slavnou osobností. V případě pořadu Hokejové odpoledne ani jeden ze zmíněných prvků nebyl, natož jejich kombinace. Aktéři pořadu o občerstvení nehovořili, nezmínili jeho výhody, přednosti, kvality, nezmínil žádnou veřejnou osobu, která by toto občerstvení běžně konzumovala. Předmětný pořad neobsahoval žádný detailní záběr na logo, či dokonce produkt občerstvení McDonald's.
- Česká televize znovu zdůrazňuje, že navrhuje provedení důkazu zhlédnutím celého pořadu Hokejové poledne odvysílaného dne 7. května 2015 od 12:00 hodin, nikoli pouze jeho fragmentu. Zhlédnutí celého pořadu je nezbytné pro vytvoření si představy o povaze daného pořadu, pro zjištění poměru stopáže Radou popisované situace k celkové stopáži daného pořadu a pro zjištění, že moderátoři nehovořili o Václavském náměstí cíleně a z důvodu zmíněného občerstvení (moderátoři v pořadu několikrát zmínili předchozí vysílání z Václavského náměstí jako doklad toho, že je pořad vysílán nejen ze studia, ale také živě z rozličných míst spojených s hokejovými fanoušky).

Dne 18. září 2015 bylo účastníku řízení doručeno Oznámení o doplnění spisu a ukončení dokazování a byla mu stanovena lhůta 20 dnů pro písemné vyjádření.

Dne 22. září 2015 nahlížel zástupce účastníka řízení do spisu a byla mu pořízena kopie materiálu sp.zn. 2015/566/RUD/ČES, ze zasedání 14/2015 – bod 3.

Doplnění vyjádření účastníka řízení:

Dne 7. října 2015 bylo Radě doručeno vyjádření účastníka řízení, kde uvedl následující:

- účastník řízení nejprve uvedl, že trvá na svém vyjádření ze dne 27. července 2015 a že trvá na provedení navržených důkazů
- účastník řízení dále uvádí, že předmětné řízení trpí zásadní vadou, kdy Rada jakožto kolegiální správní orgán rezignovala na svoji rozhodovací úlohu ve věci. Úřad Rady je sice výkonným orgánem Rady, ale rozhodování o zahájení správního řízení, procesní rozhodování mající vliv na vedení a průběh správního řízení, správní uvážení a finální rozhodování náleží do kompetencí pouze Rady. Nikoli Úřadu Rady, ale pouze Radě náleží kompetence vyhodnotit a rozhodnout o tom, jaké důkazy je nezbytné ve věci správního řízení provést, kdy bude ukončeno dokazování a kdy bude věc připravena k finálnímu rozhodnutí. V případě předmětného správního řízení však tyto kompetence převzal Úřad. Oznámení o doplnění spisu bylo sepsáno Úřadem Rady dne 17. září 2015, podepsáno předsedou Rady, který jedná jménem Rady a dal tak tomuto oznámení charakter výstupu Rady, bylo až dne 18. září 2015. Tento postup by za normálních okolností nebyl ničím

neobvyklým či rozporuplným, neboť pomocný aparát sepisuje písemné vyhotovení výstupu rozhodujícího orgánu běžně před jeho finálním podpisem. Vždy se tomu však děje až v reakci na rozhodnutí kompetentního orgánu. Nyní tomu tak nebylo a Úřad nezávisle na rozhodování Rady rozhodl prostřednictvím svých zaměstnanců o dalším postupu Rady, respektive jejího předsedu, s ním seznámil až následně. To má dle účastníka řízení dokazovat článek ze dne 17. září 2015 zveřejněný na webu HlidaciPes.org, ve kterém se vyjádřil konkrétní zástupce z vedoucích pozic Úřadu Rady, a to ve smyslu, že již proběhlo dokazování, Česká televize bude mít ještě lhůtu pro vyjádření. Očekáváme, že by věc měla být uzavřena zhruba do měsíce. Zástupce Úřadu Rady tak nejpozději dne 17. září 2015 měl jasno a za rozhodnutí, že dokazování je ukončeno, žádné jiné důkazy se provádět v dané věci nebudou a ani se o tomto nebude uvažovat a také kdy se bude o věci s největší pravděpodobností rozhodovat, ať se již Česká televize vyjádří jakkoli a navrhne jakékoli důkazy.

- zástupce Úřadu Rady tak nepochybně předjímal úvahu a rozhodování Rady, neboť ta se před tímto jeho prohlášením nikterak neseznámila s vyjádřením České televize v dané věci a s důkazy, které navrhovala, neboť toto vyjádření nebylo součástí žádného materiálu, který byl v této věci Radě, případně jeho předsedovi, předložen přede dnem 17. září 2015. Spis neobsahuje ani žádný záznam o tom, že by se Rada, případně její předseda před tímto datem zabývala úvahou související s problematikou dokazování v dané věci. Rada tedy přede dnem 17. září 2015 nemohla provést úvahu o tom, v jakém rozsahu považuje dokazování za dostatečné, respektive jaké důkazy bude ještě nezbytné provést, a nemohla tedy učinit rozhodování, že dokazování již proběhlo a věc je připravena k rozhodnutí. Zástupce Úřadu tak neprezentoval závěry a rozhodnutí Rady, nevycházel z procesního postupu a rozhodování Rady, ale z úvahy a rozhodnutí vlastního, které mu nepřísluší.
- dle účastníka řízení tak Úřad učinil jemu nenáležící úvahu a rozhodnutí, které má nezanedbatelný vliv na průběh správního řízení, výstup tohoto zveřejnil a až následně kvapně sepsal formální oznámení o doplnění spisu a ukončení dokazování, s nímž až dne 18. září 2015 seznámil Radu, respektive pouze jejího předsedu, čímž se pokusil legitimizovat své dosavadní kroky, které však byly zcela mimo kompetenci Úřadu Rady. Takový postup vnímá Česká televize jako v rozporu se zákonnou úpravou, neboť o jejích právech zjevně nerozhodoval kompetentní orgán, ale pouze pomocný aparát, který není obdařen žádnou takovouto pravomocí a který svou úvahu a svá rozhodnutí vydával v médiích za úvahu a rozhodnutí Rady.
- účastník řízení přikládá předmětný článek a navrhuje jej jako důkaz
- účastník řízení má za to, že řízení trpí několika vadami a že se neopírá o dostatečné podklady, a proto navrhuje správní řízení zastavit

II.

Samotným projednáním věci se Rada zabývala na svém 19. zasedání konaném dne 20. října 2015 a dospěla k následujícím závěrům:

Rada v žádném případě nesouhlasí s námitkou účastníka řízení, že při své úvaze o tom, že se v daném případě jednalo o nepatřičné zdůraznění umístěného produktu, vycházela pouze ze své domněnky či že rezignovala na svoji povinnost zjistit všechny rozhodné okolnosti a dovozovat závěry na základě prokázaných a podložených skutečností. Rada, právě jakožto odborný kolegiální orgán s pravomocí v oblasti regulace televizního a rozhlasového vysílání, vycházela při hodnocení daného pořadu z následujících skutečností, na základě nichž poté dospěla k závěru, že pořad obsahoval umístěný produkt McDonald's:

Dle § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., se umístěním produktu rozumí jakákoliv podoba začlenění výrobku, služby, ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže, nebo zmínky o výrobku a službě do pořadu za úplaty nebo obdobnou protihodnotu.

Dle § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., pořady obsahující umístění produktu nesmějí nepatřičně zdůrazňovat umístěný produkt.

Dle § 53a odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., pořady obsahující umístění produktu musejí být na začátku, na konci a v případě přerušení reklamou nebo teleshoppingovými šoty rovněž po tomto přerušení zřetelně označeny jako pořady obsahující umístění produktu, aby diváci nemohli být žádným způsobem uvedeni v omyl o povaze těchto pořadů.

Pořad Hokejové poledne odvysílaný dne 7. května 2015 od 12:00 hodin na programu ČT sport byl na svém začátku označen piktogramem PP, tedy byl označen jako pořad, který obsahuje obchodní sdělení – umístění produktu. Jelikož sám provozovatel pořad takto označil, lze velmi jednoduchou logickou úvahou dovodit, že pokud má provozovatel dle § 53a odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb. povinnost označit pořady obsahující umístění produktu, pak, pokud je takto označí, má Rada za to, že pořad umístění produktu skutečně obsahuje. Je nutno si uvědomit, že příslušné označení pořadu slouží nejen k ochraně televizních diváků (aby ti byli řádně informováni o skutečnosti, že budou po dobu sledování pořadu vystaveni působení obchodního sdělení), ale rovněž tak je to informací pro regulátora. Je tomu tak i v případě ostatních druhů obchodních sdělení; když například provozovatel označí část svého vysílání jako reklamu, pak Rada vychází z presumpce, že se skutečně o reklamu jednalo. Není možný výklad takový, jaký se snaží nastínit účastník řízení, tj. že sice označí pořad jako obsahující umístění produktu, ale že vlastně pořad ve skutečnosti žádný umístěný produkt neobsahuje, či obsahovat nemusí. Tímto způsobem by byla fakticky znemožněna jakákoliv regulace obchodních sdělení či reklamních limitů (Rada by například zahájila s provozovatelem správní řízení pro překročení reklamního limitu, provozovatel by argumentoval tím, že sice úsek vysílání jako reklamu označil, respektive oddělil, ale vlastně to žádná reklama nebyla a k porušení reklamních limitů tudíž nedošlo.) Rada tedy zcela legitimně vychází z toho, že pokud provozovatel označí pořad jako pořad obsahující umístění produktu, pak pořad umístění produktu skutečně obsahuje a Rada v tomto případě nemusí samotnou existenci obchodního sdělení prokazovat. Takovýmto jednáním by docházelo ke zcela úmyslnému obcházení zákona, což je nepřipustné. K uvedenému ještě podotýkáme, že provozovatel nejen že označil pořad piktogramem PP, ale nad rámec ještě uvedl na konci pořadu text „POŘAD OBSAHOVAL PRODUCT PLACEMENT“.

V této souvislosti je nutno také významně upozornit na skutečnost, že dne 7. října 2014 bylo účastníku řízení doručeno Upozornění na porušení zákona sp.zn. 2014/393/RUD/ČES, č.j. 8626/2014, kdy Rada provozovatele ČESKÁ TELEVIZE upozornila na porušení na porušení ustanovení § 53a odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním pořadu "S ČT Sport na vrchol" dne 16. února 2014 od 22:23:13 hodin na programu ČT2, neboť pořad byl na svém konci označen jako pořad obsahující umístění produktu, aniž by jakýkoli umístěný produkt ve skutečnosti obsahoval, a divák tak mohl být uveden v omyl o povaze tohoto pořadu. Rada v předmětném upozornění zcela jasně deklarovala, že ustanovení § 53a odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb. je třeba vykládat extenzivněji, než pouze v tom smyslu, že zahrnuje povinnost pořady obsahující umístění produktu jako takové označovat. Protože předmětné ustanovení obsahuje povinnost vztahující se právě a jedině na pořady obsahující umístění produktu, je třeba dovodit, že pořady, které umístění produktu neobsahují, nelze jako takové označovat. Provozovatel v daném případě tedy neoznačil příslušným symbolem pořad obsahující umístění produktu, ale pořad, který žádný umístěný produkt neobsahoval. Takové jednání není v souladu s ustanovením § 53a odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., neboť v takovém případě by provozovatel mohl jakýkoli pořad označit symboly „PP“, aniž by k tomu měl zákonný důvod. Nepřehlédnutelným důsledkem takového jednání by bylo uvádění diváka

v omyl, neboť ten by byl přesvědčen na základě příslušného pictogramu, že sleduje pořad obsahující umístění produktu, aniž by tomu tak ve skutečnosti bylo.

Na základě shora citovaného Upozornění na porušení zákona tak Rada velmi jasně účastníka řízení upozornila, že není možné pořady označovat pictogramem PP (tedy jako pořady obsahující umístění produktu) jaksi „preventivně“, aniž by jakékoli umístění produktu ve skutečnosti obsahovaly. Pokud by takovéto preventivní označování bylo připuštěno, pak by zcela ztratilo svůj varovný smysl, divák by ztratil svou přirozenou ostražitost při konzumaci mediálního obsahu, který má ovlivnit jeho spotřebitelské chování. Pokud tedy provozovatel označí pořad dle ustanovení § 53a odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb. jako pořad obsahující umístění produktu, pak Rada zcela legitimně vychází z toho, že pořad dané obchodní sdělení opravdu obsahuje.

Rada nesouhlasí s tvrzením účastníka řízení, že ji skutečnost, že byl předmětný pořad označen pictogramem PP, postačuje k závěru o tom, že občerstvení McDonald bylo umístěným produktem. Rada v odůvodnění Oznámení o zahájení správního řízení na téměř devíti stránkách textu účastníku řízení ozřejmila, na základě jakých skutečností dospěla k závěru, že oním umístěným produktem bylo právě občerstvení McDonald's:

Za prvé je nutno si uvědomit, že Rada vystupuje z pozice odborného správního úřadu, jemuž byly zákonem svěřeny pravomoci v oblasti (mimo jiné) regulace obsahu televizního vysílání. S ohledem na odbornost Rady v oblasti televizního vysílání, potažmo médií celkově, marketingové komunikace apod., na jejíž činnosti se podílí kvalifikovaní zaměstnanci Úřadu Rady, vzdělaní v oboru médií, je zcela zřejmé, že Rada už jen ze své podstaty zhodnotila předmětnou část vysílání metodami mediální analýzy za využití teoreticko-vědních východisek mediálních studií a marketingové komunikace, s využitím dosavadních zkušeností z předchozí správní praxe, rovněž tak jako ze znalosti aktuální judikatury v této oblasti.

Rada na základě analýzy audiovizuálního obsahu daného úseku vysílání vyhodnotila, že oním umístěným produktem bylo právě občerstvení McDonald's, a to s ohledem na to, že tento produkt byl v podstatě jediným a ústředním tématem předmětné části vysílání, bylo na něj upozorňováno nejen nepřímo verbálně, ale především pak velice hojně v rámci obrazové složky (opakované záběry na logo McDonald's – velká



loga na boxech před stanem s tímto občerstvením, obrovské logo McDonald's, které lemovalo cestu moderátora podél stanu, stavba stanu s výrazným logem při retrospektivních zrychlených záběrech, atd.) Je nutno mít na paměti, že umístění produktu je obchodním sdělením; jeho cílem je propagace výrobků či služeb a musí být tedy ve vysílání určitým způsobem jasně rozpoznatelné. Proto si lze asi těžko představit, že by umístěným produktem v případě daného úseku vysílání bylo cokoli jiného, než právě občerstvení McDonald's, jež bylo ústředním prvkem celé scénky. Rada tak zcela správně vyhodnotila, že umístěným produktem bylo právě občerstvení McDonald's, a to bez ohledu na to, že účastník řízení se na výzvu Rady odmítl vyjádřit k existenci smluvního ujednání mezi touto společností a provozovatelem Česká televize.

Účastník řízení se snaží Radě podsouvat, že oním umístěným produktem mohla být třeba Coca-Cola, případně cokoli jiného. K tomuto lze pouze odkázat na to, co již bylo výše uvedeno, neboť Rada je na základě vyhodnocení obsahu daného úseku vysílání zcela přesvědčena o tom, že oním umístěným produktem bylo právě a jen občerstvení McDonald's. Nehledě na to, že je všeobecně známým faktem, že produkty společnosti McDonald's a produkty společnosti Coca-Cola jsou na základě existujících smluvních ujednání nerozlučně spjaty a jejich „propagace“ jde tedy ruku v ruce.

V souvislosti se shora uvedeným Rada také upozorňuje na fakt, že ačkoli se účastník řízení v úvodu svého vyjádření snaží nepochybnou existenci tohoto obchodního sdělení zastít, pak dále v kontextu svého vyjádření ji v podstatě přiznává, respektive přiznává, že se zde objevil stánek prodejny McDonald's, produkty tohoto občerstvení, loga, apod. Fakt, že v daném případě figuroval umístěný produkt McDonald's, tedy považuje Rada za bezpochybně prokázaný.

Rada nikterak nerozporuje, že daný pořad byl živě vysílán z improvizovaného studia v areálu tzv. fanzóny Galerie Harfa, jejíž součástí byl i stan daného občerstvení McDonald's. To ovšem a priori neznámá a nevylučuje, že by toto občerstvení nemohlo být v daném případě současně i umístěným produktem, tj. obchodním sdělením. Jak bylo patrné z provedeného dokazování zhlédnutím záznamu předmětného úseku vysílání, v dané fanzóně bylo více stánků různých společností, ovšem žádný z nich, vyjma stánku společnosti McDonald's, nebyl v daném úseku vysílání vůbec kamerou zabírán, natož aby se okolo něj „točilo“ veškeré dění. Účastník řízení se snaží navodit dojem, že záběry na loga a produkty značky McDonald's se v daném pořadu objevily čistě náhodou, bez jakéhokoli úmyslu. Tuto argumentaci však nelze přijmout. Obecně by bylo možno tolerovat, pokud by se v takovém případě (kdy stánek společnosti McDonald's byl součástí celé fanzóny) objevily záběry pouze náhodné, pořízené čistě z důvodu dejme tomu ilustrativního, například při zabírání celého komplexu fanzóny apod. V žádném případě však nelze za takovéto záběry přijmout detailní a ryze úmyslné zabírání loga McDonald's, a to z ptáčích perspektiv při stavění komplexu fanzóny, dále při snímání moderátora vycházejícího ze stánku McDonald's a nesoucího si právě nakoupené jídlo (zde byly velmi detailní záběry na boxy před vchodem, na celou část podélné stěny, kde všude byla loga a nápisy McDonald's), a v neposlední řadě i při slovním komentování celé „občerstvovací scény“, kdy bylo upozorňováno na to, že moderátor si zašel koupit oběd a de facto přímý přenos z jeho následné konzumace. Celá tato scénka v žádném případě nepůsobila vůbec tak nevinným a přirozeným dojmem, jak se snaží navodit účastník řízení.

Stěžejním důkazem svědčícím pro fakt, že v daném případě byl oním umístěným produktem právě McDonald's je tak naprosto prokazatelný dramaturgicko-režijní záměr daného úseku vysílání. Je totiž třeba zdůraznit, že je prakticky vyloučeno, aby se do televizního vysílání cokoli dostalo „náhodou“. Kamera snímající spolumoderátora, který si nese ták s jídlem, na něj zcela evidentně čekala před stánkem McDonald's, aby tuto pasáž (jeho cestu s občerstvením od stánku až k moderátorskému stanovišti) mohla divákům zprostředkovat. Záměrnost dané scény je tak zcela evidentní.

Bylo by chybou se domnívat, že jediným důkazem o existenci umístění produktu je obchodní smlouva. Neméně výmluvným důkazem je totiž interpretace mediálního obsahu ze strany recipienta. Inkriminovaný mediální obsah lze interpretovat pouze jediným možným způsobem, a to sice jako záměrnou prezentaci produktu a značky McDonald's, s jediným cílem ovlivnění spotřebitelského chování recipienta, resp. zákazníka.

Účastník řízení namítá vnitřní rozpornost odůvodnění, když na jedné straně Rada uvádí, že se jednalo o předem připravenou komerční záležitost s určitým záměrem působit na diváka propagačně, což je však dle účastníka řízení následně zpochybněno tvrzením Rady, že se moderátor rozhodne své kolegyni nabídnout ochutnávku a zároveň tím narušuje průběh právě probíhajícího živého vstupu a že z pohledu diváka působila předmětná sekvence velmi neorganizovaně až chaoticky. Radě však není zřejmé, v čem shledává účastník řízení namítaný rozpor a nesrozumitelnost, neboť je toho názoru, že celá scénka byla předem připravená s cílem na diváka působit propagačně, avšak výsledná prezentace umístěného produktu působila **na diváka, tj. z pohledu diváka** (toto je velmi důležité zdůraznit) chaoticky a neorganizovaně. Jinými slovy, předmětná scénka byla pochopitelně provozovatelem vysílání připravena předem, s cílem upozornit na umístěný produkt McDonald's, ovšem samotný výsledek dopadl velice nešťastně, neboť tato prezentace působila navenek naprosto nepřirozeně, chaoticky, neorganizovaně. Divákovi muselo být na první pohled zřejmé, že právě sleduje naprosto nepovedenou, nepřirozenou snahu o propagaci produktové

značky McDonald's. Scénka z pohledu toho, že byla odvysílána v rámci hokejového studia, jež předcházelo vysílání hokejového zápasu, kdy diváci byli již v očekávání zápasu, či minimálně v očekávání jakýchkoli informací s hokejem souvisejících, působila zcela nepřírozně a z hlediska tématu pořadu nepatříčně. Zároveň zde pak došlo k nepatříčnému, nezákonnému působení umístěného produktu McDonald's na televizní diváky. Na danou chvíli, kdy probíhalo vysílání předemtného úseku pořadu, byli diváci zcela oproštěni od jakékoli hokejové tematiky a byli nuceni sledovat cestu moderátora pro občerstvení značky McDonald's a jeho následnou konzumaci. Proto Rada trvá na svém závěru, že scénka působila na diváka neorganizovaně a chaoticky (z pohledu toho, že sledovali hokejové studio předcházející hokejovému zápasu a obsahem scénky byli zmateni, neboť působila s ohledem na téma pořadu zcela nepřírozně a nepatříčně), a zároveň propagačně (z hlediska působení obchodního sdělení, kdy byli diváci nuceni po celou dobu dané scénky sledovat propagaci společnosti McDonald's).

Rada v dané souvislosti upozorňuje na skutečnost, že ustanovení § 53a odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb. slouží primárně k ochraně televizního diváka, jehož ochranu má v tomto smyslu právě Rada zajišťovat, Porušením povinnosti dané tímto ustanovením dochází k obtěžování diváků, kteří se na daný pořad dívají pro zcela jiné prvky než umístění produktu (pořad měl být zaměřen pouze na hokej) a k ovlivňování chování diváků, kteří jsou tímto výrazně upozorňováni na určité produkty, kteří jsou zcela nepřipustně zahlceni marketingovou komunikací. Umístění produktu jako takové má probíhat formou nepřehnané prezentace daného produktu, kdy tento produkt jako přirozená součást zabíraného prostředí má pouze vejít ve známost diváků, a to přirozenou cestou tím, že jej diváci spatří. Na umístěný produkt rozhodně nemůže být speciálně upozorňováno, ať již slovně či obrazovými prostředky. Tím je již s divákem určitým způsobem manipulováno, když je mu daný produkt podsouván, čímž může být divák zároveň výrazně obtěžován.

Fakt, že žádná z osob vystupujících v předemtném pořadu nepřijala žádné protiplnění za prezentaci občerstvení McDonald's, není v daném případě relevantní.

Rada nikterak nerozporuje, že stánek občerstvení McDonald's byl součástí dané fanzóny a že se nacházel v lokalitě, ve které bylo toho dne vysíláno živé studio pořadu Hokejové poledne. Rada taktéž může souhlasit i s tvrzením, že tento stan byl do areálu umístěn především z toho důvodu, aby mohli přítomní fanoušci využívat nabídky rychlého občerstvení. To ovšem a priori neznamená a nevylučuje, že by toto občerstvení nemohlo být v daném případě současně i umístěným produktem, tj. obchodním sdělením. Jak již Rada uvedla, obecně by bylo možno tolerovat, pokud by se v takovém případě (kdy stánek společnosti McDonald's byl tedy nepochybně součástí celé fanzóny) objevily záběry pouze náhodné, pořízené čistě z důvodu dejme tomu ilustrativního, například při zabírání celého komplexu fanzóny apod. V žádném případě však nelze za takové záběry přijmout detailní a ryze úmyslné zabírání loga McDonald's, a to z ptáčích perspektivy při stavění komplexu, dále při snímání moderátora vycházejícího ze stánku McDonald's a nesoucího si právě nakoupené jídlo (zde byly velmi detailní záběry na boxy před vchodem, na celou část podélné stěny, kde všude byla loga a nápisy McDonald's), a v neposlední řadě i při slovním komentování celé „občerstvovací scénky“, kdy bylo upozorňováno na to, že moderátor si zašel koupit oběd a de facto přímý přenos z jeho následné konzumace. Celá tato scénka v žádném případě nepůsobila tak nevinným a přirozeným dojmem, jak se snaží navodit účastník řízení.

Účastník řízení tvrdí, že je přece naprosto přirozené, pokud se moderátor rozhodne využít nabízených služeb rychlého občerstvení, když byla zrovna doba oběda. Ano, je skutečně přirozené, pokud i moderátoři různých televizních pořadů obědvají, tento fakt si Rada nedovoluje rozporovat. Co však rozhodně přirozené není, pokud tak činí v přímém přenosu v televizním vysílání, kdy kamera sleduje cestu moderátora nesoucího si s blaženým úsměvem občerstvení ze stánku McDonald's, kdy je obklopen boxy s logem McDonald's, po jeho pravici mu cestu lemuje obrovský nápis prakticky přes celou obrazovku McDonald's, aby poté usedl za moderátorský pultík, a namísto očekávané debaty o hokeji započne dané občerstvení

konzumovat (a k jeho konzumaci se snaží přimět i jeho moderátorskou kolegyni). Rovněž tak Rada nepovažuje za zcela přirozené, pokud si moderátor postavil táč s nakoupenými potravinami na pultík před sebe a informoval diváky, že se chystá obědvat. Takové chování nejen že není v televizních pořadech běžné či přirozené, ale lze obecně vnímat jako vysoce neprofesionální, pokud by moderátoři během komentování například sportovních událostí konzumovali jakékoli potraviny. Rada tak v žádném případě nemůže souhlasit s názorem účastníka řízení, že je naprosto normální a běžné, pokud moderátoři televizních pořadů v jejich průběhu konzumují jídlo z rychlého občerstvení, a diváci jejich počínání sledují.

Rada souhlasí s tím, že moderátorka v úvodu pořadu pozdravila diváky a zrekapitulovala, že je dané studio mobilní a zmínila, odkud již bylo vysíláno. Po této úvodní zdravici však začala velmi neuměle hrát překvapení, že místo vedle ní je prázdné, tj. místo, kde měl sedět její kolega, moderátor Pavel Richter, zeje prázdnotou. Vzápětí uvedla, že se Pavel Richter zašel asi někam občerstvit, přičemž kamera již v době pronášení této věty snímala usmívajícího se moderátora, kterak vychází ze stánku občerstvení McDonald's. Rozhodně tedy nelze říci, že by moderátorka, potažmo kameramani museli řešit nenadálou situaci, kdy se někam ztratil moderátor. Naopak, všem bylo známo, že Pavel Richter sehraje hlavní roli ve scéně propagující produkt McDonald's. Moderátorka uvedla scénku tím, že se zřejmě šel, s vidinou nadcházejícího dvouhodinového vysílání, někam občerstvit, a kamera již při tom snímala moderátora vycházejícího z daného stánku. Pakliže by všichni byli skutečně, doopravdy překvapeni tím, že se Pavel Richter někam zatoulal, rozhodně by nebyla kamera, čistě náhodou, před stánkem McDonald's, z něhož další náhodnou shodou okolností onen moderátor právě vycházel. Rada tedy skutečně trvá na svém posouzení, že se zde nejednalo o žádnou přirozenou souhru náhod, kterou by musel účastník řízení operativně řešit, ale o předem připravenou scénku.

Co se týká slovního spojení „příjemné pachy“, jež moderátorka užila, Rada nemůže souhlasit s účastníkem řízení, že toto dokládá fakt, že se nemohlo jednat o předem připravený text s jakýmkoli účelem. Radě není známo, proč by moderátorka nemohla užít slovní spojení příjemné pachy, když to de facto znamená vůně, a proč by to mělo svědčit o připravenosti, či nepřipravenosti scénky. Slovo pachy je naprosto běžným slovem spisovné češtiny, a jeho užití ve své podstatě nnesvědčí úplně o ničem.

Účastník řízení namítá, že moderátor šel podél stanu opatřeného logy daného rychlého občerstvení pouze proto, že šel přímou a nejbližší cestou ke svému moderátorskému stanovišti. I s tímto je Rada nucena nesouhlasit. Provozovatel Česká televize je nepochybně velkým profesionálem ve svém oboru a je zcela nepochybné, že je v jeho moci nastavit televizní kamery tak, aby se právě nechtěnému zobrazování log vyhnul. To ostatně dokládá jeho každodenní praxe. Kamera šla zcela jistě nastavit tak, aby se vyhnula snímání onoho obrovského loga po moderátorově pravici, jež doprovázelo celou jeho cestu podél stanu. Rada má tedy za to, že toto logo bylo snímáno právě naopak zcela úmyslně. V této souvislosti je Rada nucena oponovat i tvrzení, že v daném pořadu nebyl ani jeden detailní záběr na logo společnosti. Dokazování zhlédnutím předmětného záznamu vysílání, rovněž tak jako původní analýza, prokázaly pravý opak, viz např.:



V tomto záběru tvořila loga společnosti McDonald's více než cca 70% celého záběru a tato ukázka v podstatě ve vztahu k dané námitce hovoří za vše.

Účastník řízení dále argumentuje tím, že Hokejové poledne bylo pořadem, který měl v odlehčené formě a náladě poskytovat divákům informace ze zákulisí pořádání hokejového mistrovství světa a v této souvislosti navrhuje důkaz zhlédnutím všech ostatních dílů pořadu Hokejové poledne a dále upoutávek na jeho vysílání. Z provedeného důkazu by mělo dle účastníka vyplynout, že se jedná o nevážený a odlehčený projekt, v němž se vyskytují humorné situace vyplývající ze vzájemného pošťuchování a naschválů daných moderátorů. V souvislosti s danou námitkou je třeba si nejprve skutečně uvědomit, že pořad Hokejové poledne měl být dle oficiálního textu dostupného na stránkách samotného účastníka řízení „pohledem do zákulisí hokejového šampionátu“, které vždy předcházelo vysílání samotných zápasů v rámci hokejového mistrovství světa. Pořad se tedy týkal hokeje, to je nepochybné. Měl přinášet informace a zajímavosti ze zákulisí hokejového šampionátu, tedy o hráčích, trenérech, fanoušcích atd. Ačkoli se tedy provozovatel nyní snažit vzbudit dojem, že daný pořad byl jakousi estrádou, v níž vystupovali moderátoři se svými vtipy, scénkami či vzájemným pošťuchováním, je třeba trvat na faktu, že se jednalo o pořad ryze hokejově zaměřený, od něhož diváci očekávali informace primárně hokejové. Rada nikterak nepochybnuje, že i takový pořad jako je Hokejové poledne může být proložen vtipnou poznámkou či jakýmsi škádlením moderátorů, ovšem to provozovatele v žádném případě nezbavuje odpovědnosti za nepatřičně zdůrazněné umístění produktu. Nelze se domnívat, že i když byl pořad veden v odlehčenějším duchu, tak že ve něm mohly podle libosti objevit takové scénky, jaká byla právě ta s občerstvením McDonald's, tedy právě ta, která způsobila rozpor se zákonem. Rada je toho názoru, že charakter pořadu, ať je již jakýkoli, nemůže mít rozhodující vliv na to, jakým způsobem Rada bude posuzovat to které umístění produktu. Neznamená, že pokud se jednalo o pořad jaksi méně serióznější než třeba klasické zpravodajství, tak že pak Rada bude o to tolerantnější k tak flagrantnímu porušení zákona, k jakému zde došlo.

Rada v žádném případě nepovažuje za relevantní provedení navrhovaného důkazu zhlédnutím všech pořadů Hokejové poledne, a to právě s ohledem na výše uvedené, a dále s ohledem na to, že Radě je pochopitelně charakter pořadu velice dobře znám (viz původní analýza sp.zn. 2015/483/HLI/ČES, s níž se účastník řízení v rámci nahlížení do spisu seznámil a jejíž kopie mu byla pořízena). Rada tedy navrhovaný důkaz neprovedla, neboť zhlédnutí záznamu všech pořadů Hokejové poledne by v dané věci nepřineslo žádné nové skutečnosti důležité pro vydání samotného rozhodnutí ve věci. Rada je s charakterem pořadu velmi dobře obeznámena a i pokud by přijala argumentaci, že se jednalo o pořad

v nevážném, odlehčeném duchu, tak toto v žádném případě neopravňuje provozovatele, aby do něj zařazoval nepatřičně zdůrazněné umístění produktu.

Rada v odůvodnění oznámení o zahájení správního řízení skutečně uvedla, že ani jeden z moderátorů sice explicitně nevyjádřil fakt, že se jedná o produkty z dílny McDonald's, nicméně je, zejména na základě poněkud svébytného způsobu odvysílání i všeobecného povědomí, zcela zřejmé, že se jedná o výrobky právě tohoto, velmi snadno identifikovatelného řetězce. Tím však v žádném případě nechtěla říci, že obecné povědomí veřejnosti o tom, jak vypadá barevná prezentace, produkty a další prvky spojené s občerstvením McDonald's vede k tomu, že je divák zasažen něčím nepřírozeným, nepatřičným a obtěžujícím. Tím chtěla Rada pouze poznamenat, že ačkoli nebyl produkt McDonald's přímo jmenován, pak i tak divákům bylo naprosto zřejmé, o jakou společnost se jedná, s ohledem na její signifikantní logo a firemní barvy. Jinými slovy, ačkoli nebyl produkt zmíněn verbálně, pak i tak bylo zcela jasné, o jaký produkt se jedná. K tomuto Rada poznamenává, že umístění produktu do pořadu nemusí probíhat pouze verbálně, ale rovněž tak vizuálně, jak tomu bylo i v daném případě. Rada tak chtěla pouze demonstrovat, že prezentace produktu McDonald's probíhala v pořadu především vizuálně, a nikoli explicitně verbálně. Účastníku řízení tak v žádném případě není kladeno k tíži, že produkt přímo verbálně nezmínil, jak se mylně domnívá.

Nelze rovněž souhlasit s názorem, že se v rámci obchodního sdělení – umístění produktu, objevují již divákům známé výrobky či služby. Předmětem umístění produktu může být i výrobek zcela nový a široké veřejnosti neznámý. Nemusí jím být ani naprosto běžné ani přirozené výrobky či služby, může jím být třeba úplná novinka, nějaký neznámý prostředek, přístroj apod. Nelze tedy generalizovat, že předmětem umístění produktu jsou vždy jen „rekvizity“ běžného života, věci běžné.

K poznámce účastníka řízení, že si Rada musí uvědomit, co je podstatou umístění produktu, co je v tomto institutu obsaženo a co je naopak nad jeho rámec, lze uvést pouze toliko, že Rada si je s ohledem na své postavení a na svou správní praxi naprosto přesně vědoma, co je podstatou umístění produktu a tím, co uvedla výše, se snaží toto poselství předat i účastníku řízení.

Rada je přesvědčena, že účastník řízení v minulosti obdržel přílehlavé předchozí upozornění na porušení zákona v souladu s ustanovením § 59 zákona č. 231/2001 Sb. Součástí Oznámení o zahájení správního řízení bylo Upozornění na porušení zákona č.j. DRD/3603/2012, které bylo provozovateli doručeno dne 26. října 2012 a v němž Rada upozornila provozovatele na porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., *kterého se dopustil tím, že dne 23. února 2012 od 19:08 hodin na programu ČT4 odvysílal pořad Studio fotbal, jehož součástí byly zápasy evropské ligy, komentované studio a poločasová přestávka fotbalového utkání Schalke 04 – FC Viktoria Plzeň se začátkem od 21:53 hodin, ve které bylo zařazeno umístění produktu kopaček Adidas miCoach. Tento umístěný produkt byl po dobu zhruba dvou minut hlavním tématem pořadu, respektive živého rozhovoru, který se týkal pouze tohoto umístěného produktu. Moderátor nejprve produkt, v prodejní síti běžně dostupné kopačky se zabudovaným čipem snímajícím údaje o pohybu, podrobně představil a popsal jeho funkce, následně se svým hostem vedl rozhovor o jeho přednostech. V předmětném rozhovoru byly vysloveny výroky typu "hodně zajímavá technologická novinka", "záživé kopačky značky Adidas", apod., protagonisté rozhovoru vyslovili závěr o užitečnosti produktu zejména pro mladé hráče a trenéry, zmínili přednost v příznivější ceně oproti drahým sporttesterům. Výjimečnost a kvalita kopaček byly rovněž zdůrazněny spojením této obuvi s profesionálními hráči, kteří v nich také hrají, konkrétně pak s Lionelem Messim, který je aktuálně považován za nejlepšího hráče světa, a Markem Bakošem, který byl označen za hráče, na kterého tým Plzně spoléhá, tedy za jednu z hlavních hvězd týmu. Umístěný produkt byl rovněž zabrán přibližně desetivteřinovým detailním záběrem vystavených bot. Takovéto zpracování umístění produktu nelze hodnotit za přirozené začlenění výrobku coby přirozené součásti prostředí (scény), neboť umístěný produkt byl ústředním prvkem a tématem daného rozhovoru, který byl pouze o tomto umístěném produktu*

a o jeho podrobném představení a zdůraznění jeho předností, čímž došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu.

V případě předchozího upozornění a nyní projednávaného případu spatřuje Rada následující typově shodné skutkové a právní okolnosti:

- v obou případech byl provozovatel upozorněn na porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., tedy se dopustil nepatřičného zdůraznění umístění produktu
- v obou případech došlo k porušení tohoto ustanovení na programu ČT sport (program se dříve jmenoval ČT4, což na podstatě věci absolutně nic nemění)
- v obou případech se jednalo o živé vysílání
- v obou případech se jednalo o pořad rozhovorového typu, tj. probíhal zde rozhovor mezi moderátory či moderátora s jinou osobou
- v obou případech se jednalo o pořad, který byl vysílán v rámci vysílání přenosu ze sportovního utkání (v případě předchozího upozornění to bylo Fotbalové studio, v případě nyní projednávaného pořadu se jedná o hokejové studio (Hokejové poledne), tedy pořady typově naprosto shodné). Fakt, že v jednom případě došlo k vysílání pořadu v poločase utkání, a v jednom případě před zahájením samotného sportovního utkání, je v dané věci irrelevantní. Oba pořady zprostředkovávaly zákulisní informace o probíhajících zápasech, o výsledcích, hráčích atd.
- v obou případech byl nepatřičně umístěný produkt po určitý úsek vysílání hlavním tématem pořadu, respektive živého rozhovoru, který se týkal pouze tohoto umístěného produktu
- v obou případech byl produkt do pořadu začleněn naprosto nepřírozně

Účastník řízení argumentuje tím, že předchozí upozornění mu zprostředkovalo informaci, že se rozhovor nesmí přímo týkat umístěného produktu, nesmí být zmiňovány jeho přednosti, výhody a prvky užitečnosti a aby kvalita umístěného produktu byla zdůrazněna jeho spojením s konkrétní slavnou osobností, a že nyní projednávaný případ žádné tyto rysy nemá. Předně Rada upozorňuje, že účastník řízení si z předchozího upozornění účelově vybral pasáže, jež se mu argumentačně hodily, a opomněl, že mu v tomto upozornění bylo vytýkáno rovněž to, že tento umístěný produkt byl po dobu zhruba dvou minut hlavním tématem pořadu, respektive živého rozhovoru, který se týkal pouze tohoto umístěného produktu. To znamená stejné jednání, jaké je mu vytýkáno nyní. Rada hrubě nesouhlasí s tím, že pořad neobsahoval detailní záběr na logo či na produkt občerstvení McDonald's. Rada již několikrát výše uvedla, že v pořadu bylo několik velmi významných záběrů na logo této společnosti (kdy v jeden okamžik tvořil nápis McDonald's převážnou část celého záběru), rovněž tak bylo velmi dobře patrné občerstvení na tácu na stolku před moderátorem.

V souvislosti s touto námitkou je třeba si uvědomit, že provozovatel televizního vysílání je profesionálem ve svém oboru, který nese objektivní odpovědnost za obsah svého vysílání. Předpokládá se, že dokonale ovládá příslušnou legislativu, stejně tak je mu i známa veškerá relevantní judikatura v dané oblasti. Musí být tedy schopen vyhodnotit či vydedukovat, že pokud ho Rada upozorní na porušení toho kterého zákonného ustanovení, kterého se dopustil určitým jednáním, tak že i další skutkově velice obdobné jednání bude Rada posuzovat obdobně. Je dle našeho názoru nemyslitelné, aby účastník řízení argumentoval tím, že sice byl v minulosti upozorněn na nepatřičné zdůraznění umístění produktu, kterého se dopustil v rámci pořadu Fotbalové studio, ale že nyní neměl ani tušení, že skutkově velmi obdobné nepatřičné zdůraznění umístění produktu bude porušením zákona i v pořadu hokejové studio (Hokejové poledne). S takovým výkladem Rada nesouhlasí, neboť oba pořady vykazovaly v podstatě shodné rysy a v komplexním vyhodnocení byla obě protizákonná jednání velmi podobná.

Účastník řízení odkazuje na judikaturu věnující se problematice předchozího upozornění (usnesení rozšířených senátů Nejvyššího správního soudu č.j. 6 As 26/2010 či 8 As 58/2012), nicméně je nutno mít na paměti, že tato judikatura byla velice významně překonána usnesením rozšířeného senátu Nejvyššího

správního soudu ze dne 14. července 2014, č.j. 8 As 85/2012. Právnímu názoru zde vyslovenému Rada zcela vyhověla a předchozího upozornění a nyní projednávaný případ jsou skutkově, respektive typově velmi obdobné.

Závěrem účastník řízení ještě navrhuje provedení důkazu zhlédnutím záznamu celého vysílání pořadu Hokejové poledne dne 7. května 2015, neboť je toho názoru, že Rada by si měla udělat představu o povaze daného pořadu, dále pro zjištění poměru stopáže dané scénky k celkové stopáži pořadu a pro zjištění, že moderátoři nehovořili o Václavském náměstí cíleně. Provedení tohoto důkazu Rada shledala nedůvodné. Jak již bylo výše velmi obsáhle uvedeno, Radě je velice dobře známa povaha daného pořadu a není tedy důvod, aby sledovala celé dvouhodinové vysílání, případně všechny díly Hokejového poledne, jež byly v průběhu Mistrovství světa odvysílány. Rovněž tak je Radě velice dobře známa stopáž dané scénky i stopáž celého pořadu Hokejové poledne, to koneckonců Rada popsala již v odůvodnění zahájení správního řízení. Rada zhlédla předmětnou část pořadu při provádění důkazu dne 4. srpna 2015 a je jí tedy velmi dobře známa stopáž scénky, za jejíž odvysílání provozovatele sankcionuje. Rovněž tak je jí známo, že celý pořad Hokejové poledne měl stopáž 2 hodiny, a nevidí tedy důvod, proč by se měla na celý pořad dívat pouze pro to, aby si ověřila, že skutečně trval 2 hodiny. O tomto faktu koneckonců není mezi Radou a účastníkem řízení sporu. Rada neshledala ani důvod pro to, aby se přesvědčovala, že v rámci celého pořadu bylo hovořeno vícekrát o Václavském náměstí. Rada totiž nikterak nezpochybňuje, že předchozí díl pořadu byl vysílán z Václavského náměstí, avšak tento fakt není z hlediska předmětného správního řízení rozhodný. Rada zmínku o Václavském náměstí hodnotila ve vztahu k umístěnému produktu, kdy moderátorka připomněla, že je na tomto místě vydráždily příjemné pachy. Další zmínky o Václavském náměstí, které v průběhu pořadu zazněly, Rada nikterak nehodnotila, neboť v nich neshledala žádnou spojitost s produktem McDonald's.

Co se týká vyjádření se k námitkám účastníka řízení, jež předložil ve svém vyjádření 5. října 2015, je dle Rady nutno konstatovat, že se jedná o takřka paranoidní, nesmyslně vykonstruovanou úvahu o tom, že ve věci nerozhodovala Rada, ale Úřad. Účastník řízení staví veškerou svou argumentaci na článku, jež byl zveřejněn dne 17. září 2015 na internetových stránkách HlidaciPes.org. Zde pracovník Úřadu Rady na přímé pověření člena Rady zodpověděl dotaz novináře, v jaké fázi se nachází předmětné správní řízení.

Za prvé je v článku zcela jasně uvedeno, že *správní řízení stále vedeme*, tedy že správní řízení stále probíhá. Úřad Rady tak v žádném případě nevyslovil závěr, že by správní řízení bylo jakkoli formálně či neformálně ukončováno, či že by rozhodoval o tom, kdy a jak ukončeno bude. Za druhé, pracovník Úřadu ve skutečnosti uvedl, že *již proběhlo dokazování zhlédnutím záznamu* (nicméně novinář poté zveřejnil kratší, upravenou verzi vyjádření, kde chybělo slovní spojení "zhlédnutím záznamu", za což ovšem pochopitelně nemohou být ani Úřad, ani Rada jakkoli odpovědny). Jednalo se o informaci naprosto pravdivou a fakticky podloženou. Rada na svém 14. zasedání konaném dne 4. srpna 2015 provedla důkaz zhlédnutím záznamu vysílání pořadu Hokejové poledne odvysílaného dne 7. května 2015 od 12:00 hodin na programu ČT sport, respektive zhlédnutím záznamu vysílání tohoto pořadu v čase od 12:00 do 12:04 hodin. Tomuto dokazování byl přítomen i zástupce účastníka řízení. Úřad Rady v žádném případě ve svém vyjádření pro daný internetový portál, ani nikde jinde a nikdy jindy neuvedl, že dokazování je ukončeno, že žádné jiné důkazy se provádět nebudou a ani se o tom nebude uvažovat, jak naprosto mylně tvrdí účastník řízení. Úřad pouze a jen uvedl, že proběhlo dokazování, což je informace naprosto pravdivá a nezávadná (nadto je nutno poznamenat, že v původním vyjádření uvedl zaměstnanec Úřadu poněkud širší informaci, tj. že proběhlo dokazování zhlédnutím záznamu, nicméně novinář poté zveřejnil kratší, upravenou verzi vyjádření). Úřad Rady tak v žádném případě nepředjímal jakékoli závěry, ani nenahrazoval rozhodování Rady. Rada prostřednictvím svého předsedy přepisem ze dne 17. září 2015 oznámila účastníku řízení, že do správního spisu byl doplněn Protokol o provedení důkazu a byla mu usnesením předsedy Rady stanovena lhůta k vyjádření, přičemž byl zároveň informován, že po uplynutí této lhůty bude Rada rozhodovat.

Co se týká poslední pasáže předmětného vyjádření pracovníka Úřadu, tj. *očekáváme, že věc by měla být uzavřena zhruba do měsíce*, zde již samotný výraz „očekáváme“ jasně naznačuje, že Úřad Rady nečiní žádná rozhodnutí ve věci samé, ale vyslovuje pouze svoji domněnku, že rozhodnutí je očekáváno, tj. že je ze strany Úřadu očekáváno, že Rada bude rozhodovat. Co se týká deklarované lhůty „zhruba do měsíce“, takové tvrzení je naprosto legitimní, neboť jednak je zde vysloveno *zhruba*, tedy Úřad nikterak nedefinuje, kdy přesně Rada přistoupí k rozhodování ve věci, a jednak lhůta jednoho měsíce vychází z dlouhodobé správní praxe Úřadu Rady, kdy je mu pochopitelně velmi dobře známo, jak dlouho průměrně trvají vedená správní řízení. To ovšem v žádném případě neznamená, že by Úřad Rady sám direktivně určoval, kdy bude Rada rozhodovat. Pokud byla zmíněna lhůta zhruba jednoho měsíce, pak se jednalo o velice obecnou, hrubou informaci vycházející pouze z předchozí dlouholeté správní praxe. To však určitě neznamená, že by se Rada nemohla v dané věci poté rozhodnout, že doplní další dokazování či že učiní jiné procesní kroky.

Rada ujišťuje účastníka řízení, že před samotným rozhodnutím ve věci se pochopitelně seznámí se všemi jeho vyjádřeními, stejně tak jako s ostatními podklady pro rozhodnutí a rovněž tak i vyhodnotí, jaké důkazy ještě případně bude nutno provést či doplnit.

Rovněž tak Rada trvá na svém závěru, že Úřad Rady žádné rozhodovací pravomoci Rady nenahrazoval, nepřijímal žádné správní úvahy, které mu nepřísluší, ani se nedopustil žádných jiných, účastníkem řízení tvrzených, pochybení. Úřad v předmětném článku pouze poskytl objektivní, nestranné informace o právě probíhajícím správním řízení, avšak rozhodně nepředjímal žádné rozhodování, jež by příslušelo Radě.

Z tohoto důvodu nepovažuje Rada za relevantní provádět navrhovaný listinný důkaz (předmětný článek z webu HlidaciPes.org), neboť Rada se s jeho obsahem seznámila a má za to, že mezi ní a účastníkem řízení není sporu o tom, co je v článku přesně uvedeno (sám účastník přesně pasáž z článku citoval). Rada je pouze toho názoru, že účastník řízení si z daného článku vyvodil mylné závěry, které z něj absolutně nevyplývají (viz vyjádření výše).

Rada tedy na základě zvážení všech podkladů pro rozhodnutí dospěla k závěru, že se účastník řízení dopustil porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., a to tím že v pořadu Hokejové poledne, odvysílaném dne 7. května 2015 v čase 12:00 hodin na programu ČT sport, jehož součástí byly i komentátorské vstupy z improvizovaného studia z tzv. fanzóny Galerie Harfa, pojal jeho začátek jako „scénku“ spočívající v prvotní absenci moderátora ve studiu, který vzápětí vychází ze stanu McDonald's a nese podnos s občerstvením (hamburger/sendvič a hranolky). Poté, co prochází kolem stěny s logem McDonald's, se dostává do studia a pokládá podnos s občerstvením na stůl před sebou. V čase 12:01:47 hodin nabízí komentátor jeden hranolek kolegyni tak, že jí jej vkládá přímo před obličej, čímž jí přiměje k tomu, aby moderování přerušila a zareagovala. Ačkoli není explicitně verbálně vyjádřeno, o jakou konkrétní značku rychlého občerstvení se jedná, je tato skutečnost dostatečně vykreslena prostřednictvím bohaté obrazové složky obsahující opakované záběry na loga McDonald's. Umístěný produkt byl ústředním tématem úvodu pořadu. Byla na něj zaměřena pozornost i během komentování, přestože tematicky s pořadem nikterak nesouvisel (ve studiích se zpravidla vůbec potraviny nekonzumují, nedošlo tedy k tomu, že by byl běžně užívaný produkt pouze nahrazen konkrétní značkou), čímž došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu. Předimenzované záběry „produktu“, které ve spojení se „scénkou“ s nabízením hranolky, respektive slovním komentářem („Přeji vám příjemné poledne, dobrý den, a měl ho přát i Pavel Richter, ale někde se nám asi zdržel. Před námi je dvouhodinové vysílání, předpokládám, že šel nějakým způsobem zřejmě na malou svačinku...“; „...už Pavla vidím, je to tak. Včera na Václavském náměstí nás trochu vydráždily ty příjemné pachy, které jsme tam měli“. „Pavle, to ti teda pěkně děkuji. Už vysíláme, ale snad to ještě stihneš do

studia.“; „Hezký dobrý den, a kdo právě jí, jako budu jíst já za chvíli, tak přeju dobrou chuť.“) působí nad rámec děje.

III.

Podmínka předchozího upozornění na porušení zákona dle ustanovení § 59 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 § 53a odst. 2 písm. c) 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, účastník řízení byl již na typově shodné porušení zákona upozorněn v rámci Upozornění na porušení zákona č.j. DRD/3603/2012, které bylo provozovateli doručeno dne 26. října 2012 a v němž Rada upozornila provozovatele na porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., *kterého se dopustil tím, že dne 23. února 2012 od 19:08 hodin na programu ČT4 odvysílal pořad Studio fotbal, jehož součástí byly zápasy evropské ligy, komentované studio a poločasová přestávka fotbalového utkání Schalke 04 – FC Viktoria Plzeň se začátkem od 21:53 hodin, ve které bylo zařazeno umístění produktu kopaček Adidas miCoach. Tento umístěný produkt byl po dobu zhruba dvou minut hlavním tématem pořadu, respektive živého rozhovoru, který se týkal pouze tohoto umístěného produktu. Moderátor nejprve produkt, v prodejní síti běžně dostupné kopačky se zabudovaným čipem snímajícím údaje o pohybu, podrobně představil a popsal jeho funkce, následně se svým hostem vedl rozhovor o jeho přednostech. V předmětném rozhovoru byly vysloveny výroky typu "hodně zajímavá technologická novinka", "zářivé kopačky značky Adidas", apod., protagonisté rozhovoru vyslovili závěr o užitečnosti produktu zejména pro mladé hráče a trenéry, zmínili přednost v příznivější ceně oproti drahým sporttesterům. Výjimečnost a kvalita kopaček byly rovněž zdůrazněny spojením této obuvi s profesionálními hráči, kteří v nich také hrají, konkrétně pak s Lionelem Messim, který je aktuálně považován za nejlepšího hráče světa, a Markem Bakošem, který byl označen za hráče, na kterého tým Plzně spoléhá, tedy za jednu z hlavních hvězd týmu. Umístěný produkt byl rovněž zabrán přibližně desetivteřinovým detailním záběrem vystavených bot. Takovéto zpracování umístění produktu nelze hodnotit za přirozené začlenění výrobku coby přirozené součásti prostředí (scény), neboť umístěný produkt byl ústředním prvkem a tématem daného rozhovoru, který byl pouze o tomto umístěném produktu a o jeho podrobném představení a zdůraznění jeho předností, čímž došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu.*

V případě předchozího upozornění a nyní projednávaného případu spatřuje Rada následující typově shodné skutkové a právní okolnosti:

- v obou případech byl provozovatel upozorněn na porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., tedy se dopustil nepatřičného zdůraznění umístění produktu
- v obou případech došlo k porušení tohoto ustanovení na programu ČT sport (program se dříve jmenoval ČT4, což na podstatě věci absolutně nic nemění)
- v obou případech se jednalo o živé vysílání
- v obou případech se jednalo o pořad rozhovorového typu, tj. probíhal zde rozhovor mezi moderátory či moderátora s jinou osobou

- v obou případech se jednalo o pořad, který byl vysílán v rámci vysílání přenosu ze sportovního utkání (v případě předchozího upozornění to bylo Fotbalové studio, v případě nyní projednávaného pořadu se jedná o hokejové studio (Hokejové poledne), tedy pořady typově naprosto shodné). Fakt, že v jednom případě došlo k vysílání pořadu v poločase utkání, a v jednom případě před zahájením samotného sportovního utkání, je v dané věci irrelevantní. Oba pořady zprostředkovávaly zákulisní informace o probíhajících zápasech, o výsledcích, hráčích atd.
- v obou případech byl nepatřičně umístěný produkt po určitý úsek vysílání hlavním tématem pořadu, respektive živého rozhovoru, který se týkal pouze tohoto umístěného produktu
- v obou případech byl produkt do pořadu začleněn naprosto nepřírozně

Rada tedy konstatovala, že podmínka pro uložení sankce dle ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. byla splněna a předchozí upozornění na porušení zákona naplňuje znaky typové shodnosti s nyní projednávaným případem tak, jak vyžaduje aktuální judikatura.

IV.

V souladu s ustanovením § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb. uloží Rada provozovateli vysílání pokutu ve výši od 5 000 Kč do 2 500 000 Kč, pokud poruší některou z povinností stanovených pro sponzorování programů nebo pořadů nebo poruší některou z povinností stanovených pro umístění produktu.

Podle ustanovení § 61 odst. 1 věty první zákona č. 231/2001 Sb. uloží Rada pokutu do jednoho roku ode dne, kdy se dozvěděla o porušení povinnosti, nejdéle však do 3 let ode dne, kdy k porušení povinnosti došlo.

Rada se o možném porušení povinnosti prokazatelně dozvěděla v okamžiku prvního seznámení se Rady (Úřadu Rady) s obsahem pořadu Hokejové poledne odvysílaného dne 7. května 2015 od 12:00 hodin na programu ČT sport, tedy dne 20. května 2015. V návaznosti na toto datum počala běžet subjektivní lhůta pro rozhodnutí Rady o pokutě.

Rada tedy dospěla k závěru, že jsou dány všechny zákonné podmínky pro uložení pokuty dle ustanovení § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb.

Rada byla omezena horní a dolní hranicí stanovenou zákonem a při stanovení výše pokuty byla vedena následujícími úvahami:

Podle 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.

Pořad byl do vysílání zařazen na programu ČT sport. Jedná se o sportovní program, který obsahuje pořady sportovního zaměření a témat. Předmětný program je tedy zaměřen na určitou skupinu obyvatel se shodnými zájmy. Lze tedy předpokládat, že sledovanost tohoto programu je obecně nižší, než je tomu například v případě plnoformátových programů, což ostatně dokazují veřejně dostupná data share na oficiálních internetových stránkách sdružení Asociace televizních organizací.

Co se týče postavení provozovatele na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti výchovy, kultury a zábavy lze konstatovat, že se jedná se o provozovatele televizního vysílání ze zákona, kterému je tímto zákonem (zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi) svěřena úloha

veřejné služby v oblasti televizního vysílání, tedy i péče o diváky v oblasti právě výchovy, kultury a zábavy. Zároveň se jedná o provozovatele celoplošného vysílání, tedy vysílání, které může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky. Na základě těchto skutečností lze dovodit, že lze v případě daného provozovatele vysílání hovořit o zvýšené odpovědnosti vůči divácké obci, neboť si musí být vědom zvláštní úlohy, která je mu svěřena přímo ze zákona, a možnosti dopadu porušení povinností souvisejících s provozováním vysílání na velké množství diváků.

S ohledem na pravděpodobný vysoký zásah divácké veřejnosti programem ČT sport, vycházející z jeho celoplošnosti, má Rada za to, že odpovědnost účastníka řízení je ve srovnání s regionálními a místními provozovateli televizního vysílání vysoká. Dále je třeba však uvážit, že při stanovení výše pokuty nelze brát v potaz rozdíl mezi veřejnoprávním a komerčním subjektem co do jejich zvýšené či snížené odpovědnosti. Rozdíl mezi veřejnoprávním a soukromoprávním subjektem v tomto hledisku je možné shledat pouze, co se týče pozitivně formulované povinnosti, které by měli plnit (co by dělat měli, nikoliv dělat nesmějí) viz rozsudek Městského soudu 5 Ca 162/2009.

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.

Porušení povinnosti dané ustanovením § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb. je nutné považovat za významný správní delikt, neboť jím dochází k obtěžování diváků, kteří se na daný pořad dívají pro zcela jiné prvky než umístění produktu (ke sledování pořadu Hokejové poledne zasedli televizní diváci v očekávání nadcházejícího přenosu z hokejového zápasu, před jehož začátkem měly zaznít informace o statistikách, o hráčích, eventuálně i o fanoušcích, vždy však informace s hokejem bezprostředně související), a k ovlivňování chování diváků, kteří jsou tímto výrazně upozorňováni na určité produkty, které tím mohou získat značnou výhodu oproti produktům na trhu konkurenčním. Samozřejmě, že určitý náskok před konkurencí je samotnou podstatou umístění produktu coby jednoho z typů obchodních sdělení podle zákona č. 231/2001 Sb., nicméně umístění produktu jako takové má probíhat formou nepřehnané prezentace daného produktu, kdy tento produkt jako přirozená součást zabíraného prostředí má pouze vejít ve známost diváků, a to přirozenou cestou tím, že jej diváci spatří. Na umístěný produkt rozhodně nemůže být speciálně upozorňováno a poukazováno. Tím je již s divákem určitým způsobem manipulováno, když je mu daný produkt podsouván, čímž může být divák zároveň výrazně obtěžován.

Pokud má být hodnocena závažnost této konkrétní věci, konkrétního nepatřičného zdůraznění produktu v podobě občerstvení McDonald's, je nutné uvést, že daná scénka, jejímž ústředním tématem byl právě umístěný produkt, probíhala v čase od 12:00 do 12:04 hodin. Trvala tedy 4 minuty, což je v porovnání s celkovým časem daného pořadu Hokejové poledne (cca dvě hodiny) krátkým časovým úsekem. Divák tak nebyl nepříznivým vlivům nepatřičně zdůrazňovaného umístění produktu vystaven po značnou dobu, což je prvkem hovořícím pro uložení pokuty o nižší hodnotě.

Co je však v dané věci okolností výrazně přitěžujících, je fakt, že zde došlo k velmi intenzivnímu a ryze úmyslnému zdůraznění umístěného produktu - detailní zabírání loga McDonald's, a to z ptáčích perspektivy při stavění komplexu fanzóny, dále při snímání moderátora vycházejícího ze stánku McDonald's a nesoucího si právě nakoupené jídlo (zde byly velmi detailní záběry na boxy před vchodem, na celou část podélné stěny, kde všude byla loga a nápisy McDonald's), a v neposlední řadě i při slovním komentování celé „občerstvovací scénky“, kdy bylo upozorňováno na to, že moderátor si zašel koupit oběd a de facto přímý přenos z jeho následné konzumace. Z celé této scénky je jednoznačně zřejmý a prokazatelný dramaturgicko-režijní záměr, aby prezentace umístěného produktu proběhla právě tak násilně a

nepatřičně, jak proběhla. Kamera snímající spolumoderátora, který si nese ták s jídlem, na něj zcela evidentně čekala před stánkem McDonald's, aby tuto pasáž (jeho cestu s občerstvením od stánku až k moderátorskému stanovišti) mohla divákům zprostředkovat. Rada tedy byla nucena při stanovení výše pokuty přičíst účastníku řízení k tíži, že takto násilná a nepatřičně zdůrazněná prezentace umístěného produktu byla jeho primárním záměrem, produkt McDonald's byl zcela úmyslně a účelově ústředním tématem celé „scénky“. Nejednalo se tedy o případ, kdy by k nepatřičnému zdůraznění produktu došlo jaksi náhle, nečekaně či nekontrolovatelně (například vlivem nedostatečné poučenosti hostů v živém vysílání apod.), naopak se jednalo o zcela úmyslnou, do detailu promyšlenou a zrežirovanou prezentaci umístěného produktu, v níž si byl každý účinkující velmi dobře vědom své role, kterou musí v dané scéně sehrát. Intenzitu působení takto nepatřičně umístěného produktu shledala Rada v této věci jako velmi vysokou.

Ohledně otázky míry zavinění je jisté, že obsah předmětného pořadu a tedy i formy zpracování umístění produktu účastník řízení mohl sám ovlivnit, neboť předmětný pořad byl vytvořen přímo pro jeho televizní vysílání (to je ostatně podmínkou pro umístění produktu dle ustanovení § 53a odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb.). Na tvorbě daného pořadu se podílely osoby provozovatelem vysílání zaměstnané a plnící tedy své povinnosti související s jejich zaměstnáním, nebo osoby k tomuto provozovateli vysílání jinak smluvně zavázané. Jak již Rada uvedla výše, násilná a nepatřičně zdůrazněná prezentace umístěného produktu byla dokonce primárním záměrem účastníka řízení, produkt McDonald's byl zcela úmyslně a účelově ústředním tématem celé „scénky“. Jednalo o do detailu promyšlenou a zrežirovanou prezentaci umístěného produktu, v níž si byl každý účinkující velmi dobře vědom své role, kterou musí v dané scéně sehrát. S ohledem na tuto skutečnost, tak byla Rada nucena hodnotit dané jednání jako úmyslné, nikoli jako pouze nedbalostní. K zavinění ve formě úmyslu navíc přispívá fakt, že účastník řízení byl již v minulosti Radou upozorněn na typově prakticky shodné porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., a musel si tedy být velmi dobře vědom, jak Rada dané jednání posuzuje a hodnotí.

Nepatřičně zdůrazněné umístění produktu bylo odvysíláno v rámci pořadu Hokejové poledne, který byl odvysílán v prvních odpoledních hodinách, u nichž obecně nelze předpokládat tak vysokou sledovanost jako například v hlavním vysílacím čase. Nicméně, v tomto konkrétním případě je třeba si uvědomit, že pořad byl odvysílán v průběhu Mistrovství světa v hokeji 2015, které se navíc odehrávalo v České republice, a všechny hokejové přenosy, potažmo pořady s nimi související, měly mimořádně vysokou sledovanost. To lze zjistit z mnoha veřejně dostupných zdrojů a koneckonců i z oficiálních stránek samotného účastníka řízení. Nadto je třeba vzít rovněž v potaz, že vysílání předmětného pořadu Hokejové poledne předcházelo hokejovému zápasu národního týmu České republiky s Francií, a sledovanost lze tedy důvodně předpokládat ještě o to vyšší (než pokud by hráli třeba týmy jiných států). Rada se pokusila v průběhu správního řízení zjistit konkrétní údaje o sledovanosti daného konkrétního dílu pořadu Hokejové poledne, nicméně Asociace televizních organizací tyto údaje neposkytla. Tyto konkrétní údaje, související s kritériem rozsahu závadného vysílání, tak nebylo možné posoudit, ať už ve prospěch, či neprospěch účastníka řízení. Dosah závadného vysílání je však z hlediska celoplošného vysílání daného programu, které může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky, nutné vnímat jako vysoký. Jak již bylo však uvedeno výše, tak co se týče rozsahu závadného vysílání, bylo hodnoceno ve prospěch účastníka řízení, že v rámci předmětného pořadu tvořilo umístění produktu krátkou část celkového času pořadu.

Umístění produktu je jedním z typů obchodních sdělení. Vždy se tedy děje za úplaty nebo obdobnou protihodnotu (ustanovení § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb.). V daném případě se však konkrétní finanční prospěch provozovatele vysílání nepodařilo získat, neboť účastník řízení Radě smlouvy, na jejichž základě k odvysílání umístěného produktu došlo, nepředložil. Jelikož se tedy konkrétní finanční prospěch nepodařilo v tomto případě zjistit, nemá toto kritérium na stanovení výše pokuty vliv.

Stanovisko věcně příslušného samoregulačního orgánu Rada neobdržela. Ani tato skutečnost tak nemá na stanovení výše pokuty vliv.

Při stanovení výše pokuty hodnotila Rada ve prospěch účastníka řízení především tu okolnost, že v rámci předemětného pořadu Hokejové poledne tvořilo umístění produktu krátkou část celkového času pořadu, tj. z celkové stopáže dvou hodin ona předemětná „scénka“ zabírala 4 minuty. Na druhé straně však byla Rada nucena hodnotit k tíži účastníka řízení, že intenzita působení nepatřičně umístěného produktu byla velmi vysoká, a tedy závažnost daného správního deliktu hodnotila jako vysokou. Rovněž tak přitěžující okolností bylo v daném případě zavinění ve formě úmyslu, nikoli pouhé nedbalosti.

Na základě shora uvedeného tak Rada rozhodla uložit účastníku řízení pokutu ve výši 350 000 Kč, tedy spíše při dolní hranici zákonného rozmezí.

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