



Jedn. identifikátor 658388-RRTV

Naše č. j. RRTV/11394/2024-beh

Sp. zn. RRTV/2024/452/beh

Zasedání Rady 14-2024/poř. č. 24

Vyřizuje: Analytický odbor

Datum, místo 24. září 2024, Praha

TV Nova s.r.o.
Kříženeckého nám. 1078/5
152 00 Praha 5

ROZHODNUTÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) coby ústřední správní úřad v rámci své působnosti dané ustanovením § 5 odst. 1 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.), dle § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb., v platném znění, v řízení o přestupku vedeném podle zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen zákon č. 250/2016 Sb.), rozhodla takto:

- I. Obviněný provozovatel televizního vysílání TV Nova s.r.o., IČ 45800456, sídlem Kříženeckého náměstí 1078/5a, Praha 5, PSČ 15200, se uznává vinným ze spáchání přestupku dle ustanovení § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil porušením ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., a to odvysíláním pořadu Ordinace v růžové zahradě 2 (epizoda Marodi se nesmějou) dne 17. 1. 2024 od 15:15 hodin na programu Nova Lady, ve kterém došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu sušáku na prádlo Pegasus značky Leifheit, a to jak slovním představením jeho vlastností, tak vizuální prezentací. Produkt byl vyzdvihnut v rozhovoru muže a ženy, ve kterém muž produkt prezentoval jako řešení problému se sušením prádla, který má celoroční využití, přičemž žena po zhlédnutí webových stránek s produktem reagovala na pozitivní hodnocení produktu mužem kladně slovy „jo tohle, jo to je dobrý, to je dobrej nápad.“ Muž následně dodal, že lze na něm sušit oblečení až ze dvou praček najednou, a že daný produkt pro jistotu hned objednal, s čímž žena souhlasila. Vizuální prezentace produktu spočívala v krátkých, ale detailních záběrech na notebooku muže, na kterém byly zobrazeny produkty v rámci webové stránky značky.
- II. V souladu s ustanovením § 43 odst. 2 zákona č. 250/2016 Sb., se od uložení správního trestu upouští, neboť vzhledem k závažnosti přestupku, okolnostem jeho spáchání a osobě pachatele lze důvodně očekávat, že již samotné projednání věci před správním orgánem postačí k jeho nápravě.

Odůvodnění:

a) zahájení řízení o přestupku:

TV Nova s.r.o., je provozovatelem celoplošného zemského digitálního televizního vysílání programu Nova Lady šířeného prostřednictvím vysílačů (licence ze dne 10. srpna 2021, sp.zn. RRTV/2021/627/kus) a rovněž šířeného prostřednictvím zvláštních přenosových systémů (licence ze dne 10. srpna 2021, sp.zn. RRTV/2021/628/kus).

Rada zjistila, že provozovatel odvysílal dne 17. ledna 2024 v čase od 15:15 hodin na programu Nova Lady pořad Ordinace v růžové zahradě 2, epizodu s názvem Marodi se nesmějou.

Pořad byl na svém začátku, konci i po přerušení reklamou označen symbolem PP, tedy jako pořad obsahující umístění produktu. Tímto umístěným produktem byl v předmětné epizodě sušák na prádlo Pegasus značky Leifheit.

Prezentace produktu proběhla v čase záznamu od 00:34:08 do 00:35:16 hodin. Sekvence začíná detailním záběrem notebooku, na kterém si muž (herec Vlastimil Zavřel) prohlíží produkty značky Leifheit na internetových stránkách značky. Následně se záběr přesouvá na dívku s chlapcem, kteří si povídají se ženou (herečka Zlata Adamovská), která sedí u stolu vedle muže. Trojice postav řeší, kdy se vrátí z nemocnice matka dětí. Následně žena osloví muže, na co se dívá v notebooku.

Žena: „Co to tam pořád hledáte Jindřichu?“

Následně je změněn záběr opět na obrazovku notebooku, na kterém muž přepne stránku značky Leifheit a vzápětí je zabírán muž.

Muž: „Řešení našeho problému.“

Během dialogu se vždy mění záběr podle toho, která osoba mluví.

Žena: „Jakýho problému?“

Muž: „Vnitřní sušák. Místo těch šňůr, co sem Vám tady chtěl natáhnout. Teďka budete moct přepírat dětičkám prádlo třeba třikrát denně a vždycky to včas uschne, i když venku bude takováhle čína jako je tam dneska. A v létě na tom můžete sušit venku a nic se tomu nestane.“

Následně žena vstává a dívá se do notebooku spolu s mužem.

Žena: „Jo? Ukažte.“

Muž: „Aha.“

Žena: „Jo tohle, jo to je dobrý, to je dobrej nápad.“

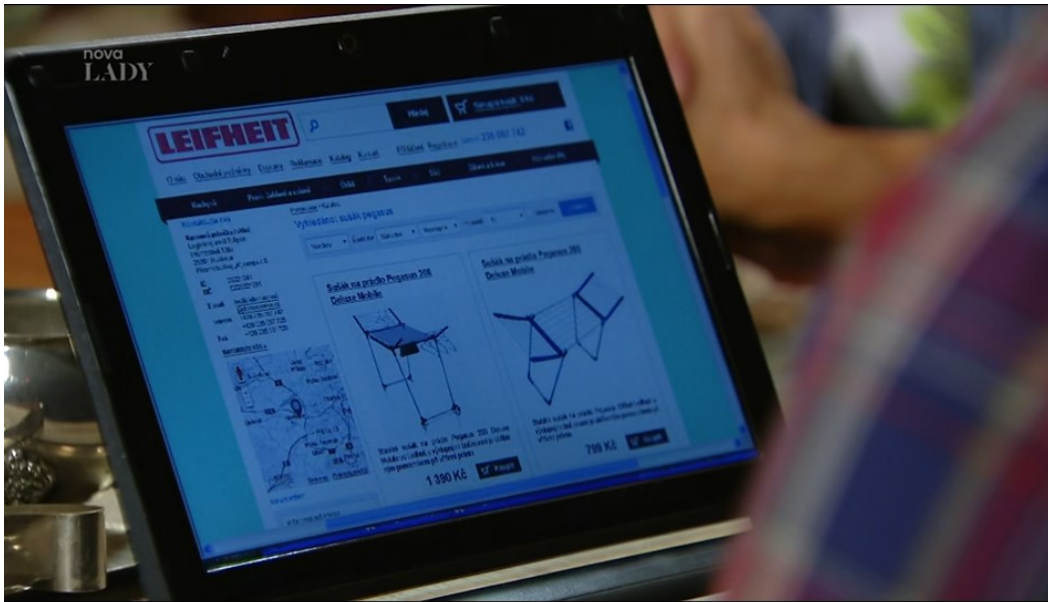
Následně se žena vrací na svoje původní místo a kamera míří opět na muže, následuje krátký prostřih na monitor notebooku s produkty značky Leifheit a zpět na muže.

Muž: „Vejdou se na to i dvě pračky najednou. Pro jistotu jsem to hned objednal.“

Záběr na ženu.

Změna záběru na ženu, která hledí na děti.

Žena: „Jo, to je fajn. Děti, běžte si nahoru udělat úkoly, jo? Já vás za chvíli přijdu zkontrolovat.“





Daný produkt (respektive jeho vyobrazení na internetových stránkách značky produktu) byl vizuálně zobrazen v krátkých detailních záběrech na notebooku. Produkt byl zároveň zmíněn v rozhovoru muže se ženou.

Dle ustanovení § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., se umístěním produktu rozumí jakákoli 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 ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., pořady obsahující umístění produktu nesmějí nepatříčně zdůrazňovat umístěný produkt.

Jak vyplývá z výše uvedeného popisu, v daném pořadu mohlo dojít k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu sušáku na prádlo Pegasus značky Leifheit, a to jak slovním představením jeho vlastností, tak vizuální prezentací. Produkt byl vyzdvihnut v rozhovoru muže a ženy, ve kterém muž produkt prezentoval jako řešení problému se sušením prádla, který má celoroční využití, přičemž žena po zhlédnutí webových stránek s produktem reagovala na pozitivní hodnocení produktu mužem kladně slovy „*jo tohle, jo to je dobrý, to je dobrej nápad.*“ Muž následně dodal, že lze na něm sušit oblečení až ze dvou praček najednou, a že daný produkt pro jistotu hned objednal, s čímž žena souhlasila. Vizuální prezentace produktu spočívala v krátkých, ale detailních záběrech na notebooku muže, na kterém byly zobrazeny produkty v rámci webové stránky značky.

Rada tak dospěla k závěru, že odvysíláním předmětného pořadu se provozovatel mohl dopustit porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb.

S ohledem na uvedené rozhodla Rada na svém 4. zasedání konaném dne 12. března 2024 zahájit s provozovatelem řízení o přestupku. Současně stanovila provozovateli lhůtu 30 dní pro písemné vyjádření.

Oznámení o zahájení řízení o přestupku bylo provozovateli doručeno dne 8. dubna 2024 a tímto dnem bylo zahájeno řízení v předmětné věci.

b) vyjádření obviněného:

Dne 7. května 2024 bylo Radě doručeno vyjádření obviněného, kde úvodem připomněl samotný cíl institutu umístění produktu, kterým je umožnit provozovatelům získat dodatečné finanční prostředky na tvorbu kvalitnějších pořadů, za dodržení limitů stanovených zákonem o vysílání. Tyto limity mají primárně za cíl chránit diváka jako spotřebitele, tedy aby zejména věděl, že produkt je v pořadu umístěn a že jeho spotřebitelské chování může být sledováním pořadu ovlivněno. Na rozdíl od reklamy, jejímž cílem je ovlivnit diváka a jeho spotřebitelské chování přímo, u umístění produktu zůstává divák primárně divákem a smyslem pořadu jako takového není přímé ovlivnění jeho spotřebitelského chování, ale spíše jen zvýšení povědomí o produktu či službě. Zákon o vysílání takovou nepřímou propagaci výslovně předpokládá a umožňuje.

Obviněný dále připomíná, že jedním z definičních znaků umístění produktu je, že k jeho začlenění dojde za úplaty nebo obdobnou protihodnotu. V posuzovaném případě se jedná o pořad vyrobený v roce 2014, kdy úplata byla vázána pouze na premiérové odvysílání pořadu. Odvysílání ze dne 17. ledna 2024 je však již několikátou reprízou, za kterou provozovatel žádnou úplatu neobdržel. Pokud by přesto Rada dospěla k závěru, že se v daném případě i přes absenci prvku úplatnosti o umístění produktu jedná, provozovatel je přesvědčen, že jeho začlenění do pořadu proběhlo v souladu s právní úpravou.

Provozovatel poukazuje na to, že ze strany aktérů nejsou nijak hodnoceny vlastnosti výrobku či vyzdvihovány jeho kvality. Celá scéna se dramaturgicky týká toho, jakým způsobem budou aktéři řešit sušení prádla, aniž by jakkoli komentovali přímo daný výrobek či se vyjadřovali k jeho

vlastnostem. To, že sušák na prádlo umožňuje sušit prádlo i za špatného počasí a lze jej využít vevnitř i venku, je dáno obecně produktem jako takovým, nejedná se o žádnou výjimečnou vlastnost sušáku na prádlo Leifheit. Obdobně ani to, že se na sušák vejdu až dvě pračky najednou, nepoukazuje na výjimečné vlastnosti produktu. Divák tak není nikterak ovlivněn k pořízení jednoho konkrétního produktu.

Pokud jde o vizuální prezentaci, tak je v pořadu vyobrazen pouze krátký záběr na monitor notebooku, ze kterého však divák zcela jistě nemůže rozeznat, o jaký konkrétní typ sušáku se jedná. Je srozuměn pouze s tím, že se jedná o produkt značky Leifheit. Provozovatel také připomíná, že jelikož byl pořad vyroben před deseti lety, portfolio výrobků Leifheit se jistě změnilo a lze předpokládat, že konkrétní modely, které se v záběru mihly, se už ani nevyrábějí.

Obviněný rovněž poukazuje na to, že pořad byl odvysílán na programu Nova Lady v čase 15:15 hodin a k případnému ovlivnění diváka by tak mohlo dojít pouze u velmi omezeného okruhu televizních diváků. Relevantní je rovněž i délka posuzované scény, tvořící naprostou menšinu z celkové délky pořadu.

Závěrem obviněný zdůrazňuje, že přistoupil k úpravě předmětného dílu a pro další reprízy pořadu již bude použita nová verze pořadu, ve které nebude tato scéna obsažena.

c) další postup v řízení o přestupku:

Rada následně požádala provozovatele o sdělení, zda souhlasí s tím, aby v rámci provádění důkazu zhlédnutím audiovizuálního záznamu byla zhlédnuta pouze ta část předmětného pořadu, kde mělo dojít k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu sušáku na prádlo Pegasus značky Leifheit, tzn. úsek od 00:34:08 do 00:35:16 hodin od začátku pořadu.

Dne 27. května 2024 byla Radě doručena odpověď provozovatele, kde uvedl, že souhlasí.

Rada na svém 10. zasedání konaném dne 9. července 2024 provedla důkaz zhlédnutím záznamu pořadu Ordinace v růžové zahradě 2 (epizoda Marodi se nesmējou) odvysílané dne 17. ledna 2024 od 15:15 hodin na programu Nova Lady, respektive té části předmětného pořadu, kde mělo dojít k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu sušáku na prádlo Pegasus značky Leifheit.

Dokazování prokázalo, že předmětná scéna se odehrála tak, jak je popsáno výše, tedy že sušák na prádlo Pegasus byl vyzdvihnut v rozhovoru muže a ženy, ve kterém muž produkt prezentoval jako řešení problému se sušením prádla, který má celoroční využití, přičemž žena po zhlédnutí webových stránek s produktem reagovala na pozitivní hodnocení produktu mužem kladně slovy „*jo tohle, jo to je dobrý, to je dobrej nápad.*“ Muž následně dodal, že lze na něm sušit oblečení až ze dvou praček najednou, a že daný produkt pro jistotu hned objednal, s čímž žena souhlasila. Vizuální prezentace produktu spočívala v krátkých, ale detailních záběrech na notebooku muže, na kterém byly zobrazeny produkty v rámci webové stránky značky.

Následně Rada odeslala obviněnému Oznámení o doplnění spisu a ukončení dokazování, v jehož rámci mu stanovila lhůtu k případnému vyjádření na 20 dní ode dne doručení Oznámení. To bylo obviněnému doručeno dne 11. července 2024 a lhůta pro vyjádření tedy uplynula dne 1. srpna 2024. Obviněný se ve věci již nevyjádřil.

d) Samotným projednáním věci se Rada zabývala na svém 14. zasedání konaném dne 24. září 2024 a po zvážení všech shromážděných podkladů pro rozhodnutí dospěla k následujícím závěrům:

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

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

V souvislosti s právní úpravou umístění produktu vydala Rada doporučení, kde provedla výklad ustanovení § 53a odst. 2 písm. a), b) a c) zákona č. 231/2001 Sb., respektive naformulovala, co mimo jiné považuje za nabádání ke koupi zboží či služby a za nepatříčné zdůrazňování produktu:

- neopodstatněné zmiňování produktu nad rámec dějového kontextu s cílem na produkt upozornit a vzbudit divákův zájem o produkt
- vyzdihování a vychvalování kvalit produktu
- nepřirozená kumulace výskytu jediného produktu
- uvedení kontaktu (adresy, www stránek, telefonního kontaktu) na prodejce produktu či poskytovatele služby
- zdůrazňování produktu obrazovými prostředky (detaily produktu bez zjevného dramaturgicko-režijního opodstatnění)

Předmětné doporučení je jednak trvale umístěno na internetových stránkách Rady, ale především s ním byli, ještě před účinností předmětných ustanovení, všichni provozovatelé vysílání seznámeni.

Na základě uvedeného doporučení je tak provozovatel vysílání obeznámen s tím, že jako nepatříčné zdůraznění umístěného produktu bude Rada hodnotit mimo jiné neopodstatněné zmiňování produktu nad rámec dějového kontextu s cílem na produkt upozornit či zdůrazňování produktu obrazovými prostředky pomocí detailních záběrů. Právě k takovému jednání v nyní posuzovaném případě došlo, což vyplývá jednak z popisu scény uvedeného výše a především pak z provedeného dokazování.

Umístěný produkt sušák na prádlo Pegasus značky Leifheit byl propagován jednak slovně prostřednictvím popisu jeho vlastností, a rovněž i vizuální prezentací. Rada nemůže souhlasit s provozovatelem, že v popsané scéně nebyly nijak hodnoceny vlastnosti výrobku či vyzdihovány jeho kvality. Muž uvádí: „...*Ted'ka budete moct **přepírat dětičkám prádlo třeba třikrát denně a vždycky to včas uschne, i když venku bude takováhle čína jako je tam dneska. A v létě na tom můžete sušit venku a nic se tomu nestane.***“ Vyzdihuje kvalitu sušáku, na který se vejde velké množství prádla (tedy takové, které spolehlivě pojme tři pračky denně), stejně tak jeho odolnost vůči povětrnostním vlivům. Žena následně (při pohledu na monitor, kde jsou zcela zjevně zobrazeny internetové stránky e-shopu Leifheit) zhodnotí: „*Jo tohle, jo **to je dobrý, to je***

dobrej nápad.“ Vyzdvihuje tedy kvalitu konkrétního sušáku, který jí muž ukazuje na monitoru počítače. A konečně muž doplňuje: „**Vejdou se na to i dvě pračky najednou....**“ Opět tedy vyzdvihuje konkrétní kladnou vlastnost sušáku, na který se vejdou najednou dvě pračky.

Nelze tedy přijmout argument obviněného, že scéna se „*dramaturgicky týká toho, jakým způsobem budou aktéři řešit sušení prádla, aniž by jakkoli komentovali přímo daný výrobek se vyjadřovali k jeho vlastnostem*“. Scéna je naopak dramaturgicky vystavěna výhradně tak, aby propagovala sušák Pegasus, potažmo značku Leifheit jako takovou. V kontextu děje působí nepřirozeně, jelikož následuje ihned po rozhovoru aktérů o zdravotním stavu maminky dětí, které muž se ženou hlídají, a po ní opět následuje rozhovor týkající se domácích úkolů dětí. Žádným způsobem tedy nenavazuje na dějovou linku a ani se jí nijak netýká.

Stejně tak se nelze ztotožnit s námitkou provozovatele, že z krátkého záběru na monitor notebooku nemůže divák rozeznat, o jaký typ sušáku se jedná. Detailních záběrů na notebooku se v předmětné scéně vyskytuje několik, přičemž minimálně na jednom z nich je zcela jasně viditelný následující text: „**SUŠÁKY PEGASUS Velký výběr vnitřních sušáků pro dokonalé sušení**“. A rovněž je zde patrné logo „LEIFHEIT“.



Obviněný dále ve svém vyjádření uvádí, že pořad byl vyroben před deseti lety a konkrétní modely sušáků, které se objevily v záběru, už se dost možná nevyrábějí. To je však z hlediska naplnění skutkové podstaty nepatřičného zdůraznění umístění produktu irelevantní. Podstatné je, že divák byl nad míru přípustnou „obtěžován“ komerčním obsahem a bylo v nedovolené míře působeno na jeho spotřebitelské chování. Mimo to, jak jsme již uvedli výše, vedle konkrétního produktu sušáku Pegasus byla danou scénkou propagována i společnost LEIFHEIT jako taková. Ta je výrobcem, respektive prodejcem produktů pro domácnost. A konečně je také třeba zmínit, že sušáky Pegagus má tato společnost stále v nabídce (<https://www.leifheit-online.cz/pegasus-150-solid-slim-susak-na-pradlo-81570-p-1651>).

Pokud provozovatel zmiňuje okolnosti odvysílání předmětného obchodního sdělení (tedy velmi nízkou sledovanost daného pořadu či krátkou stopáž inkriminované scény), jedná se spíše o okolnosti, které by Rada měla vzít v potaz při rozhodování o správním trestu. Na naplnění samotné skutkové podstaty přestupku neměly vliv, neboť se nejednalo o okolnosti, které by významným způsobem měly snižovat míru společenského škodlivosti tak, aby se v daném případě nemohlo jednat o přestupek.

Obviněný se ve svém vyjádření rovněž zabývá samotným smyslem či cílem institutu umístění produktu, s kteroužto úvahou se Rada zcela ztotožňuje. To znamená, že umístění produktu umožňuje provozovatelům televizního vysílání ovlivnit prostřednictvím propagace určitého produktu či služby, zařazeného do pořadu, spotřebitelské chování diváka. Zákon pro toto ovlivnění stanoví pravidla, která mají, jak provozovatel velmi správně uvádí, primárně za cíl chránit diváka jako spotřebitele. Ten tedy musí být jednak v souladu s ustanovením § 53a odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., informován (prostřednictvím symbolu PP umístěného na začátku pořadu, na konci a po přerušení reklamou), že do pořadu je zařazeno komerční sdělení, které bude působit na jeho spotřebitelské chování. Takové působení se pak musí pohybovat v rámci, který definuje ustanovení § 53a odst. 2: *„Pořady obsahující umístění produktu musejí splňovat tyto požadavky: a) jejich obsah a doba zařazení do vysílání nesmějí být ovlivněny tak, aby tím byla dotčena redakční odpovědnost a nezávislost provozovatele televizního vysílání; b) nesmějí přímo nabádat k nákupu nebo nájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace; c) nesmějí nepatřičně zdůrazňovat umístěný produkt.“* V nyní posuzovaném případě však byly hranice dovoleného způsobu prezentace umístění produktu prolomeny.

Provozovatel argumentuje tím, že jedním z definičních znaků umístění produktu dle jeho legální definice uvedené v ustanovení § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., je úplatnost. Tedy že k začlenění umístění produktu dojde za úplatu nebo obdobnou protihodnotu. Tento znak však v daném případě nebyl naplněn, neboť úplatu obdržel provozovatel pouze při premiérovém odvysílání pořadu v roce 2014.

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

Zcela klíčové je zde slovo „začlenění“, které pomocí jazykového výkladu poměrně jednoznačně implikuje, že umístěný produkt je za úplatu do pořadu začleněn, zařazen, a to zpravidla při jeho výrobě. Zadavatel tohoto obchodního sdělení tedy uzavře s provozovatelem vysílání smlouvu o umístění produktu do konkrétního pořadu a takový umístěný produkt se stane jeho nedílnou součástí (samozřejmě pokud pomíneme případné následné stříhové úpravy apod.). Pro naplnění definičních znaků je tedy podstatné, že tento produkt byl za úplatu do pořadu jednou pro vždy „začleněn“. A není potřeba zkoumat, jakým způsobem má provozovatel se svým obchodním partnerem vyřešenu finanční otázku v případě budoucího reprízování pořadu.

Koneckonců jak sám obviněný na jiném místě svého vyjádření uvádí, primárně je třeba hledět na oprávněné zájmy diváka. Ten je i v případě reprízy konzumentem komerčního sdělení a

z hlediska jeho ochrany nehraje absolutně žádnou roli, zda za toto konkrétní odvysílání provozovatel obdržel úplatu či nikoli. Pokud by byly zákonné povinnosti provozovatele týkající se umístění produktu vázány pouze na premiérová odvysílání pořadů (respektive pouze ta odvysílání, za která provozovatel obdržel úplatu), pak by vlastně ustanovení § 53a postrádalo valný smysl. Některé pořady, jako třeba i ten nyní posuzovaný, mají za sebou desítky repríz, přičemž ty by tedy dle výkladu provozovatele vlastně měly stát mimo jakákoli pravidla týkající se umístění produktu. Takový výklad jde však zcela mimo smysl a účel dané právní normy.

Nadto je podstatné zdůraznit, že posuzovaný pořad byl na svém začátku, konci i po přerušení reklamou označen symbolem PP, čímž dal provozovatel divákovi, ale také regulátorovi najevo, že zde bude přítomno umístění produktu. Pakliže provozovatel namítá, že v daném případě nešlo o umístění produktu, neboť nebyl naplněn znak úplatnosti, pak tedy není zřejmé, z jakého důvodu provozovatel označil pořad tímto piktogramem. Dle ustanovení § 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.*** Zákon tedy stanoví povinnost označovat pořady (pouze a jen takové pořady) obsahující umístění produktu. A contrario není možné, aby provozovatel označoval pořady symbolem PP pouze z opatrnosti, „pro jistotu“ či z jakéhokoli jiného důvodu, aniž by pořad reálně umístění produktu obsahoval. I tímto jednáním totiž provozovatel uvádí diváka v omyl o povaze daného segmentu vysílání.

S ohledem na uvedené tedy Rada dospěla k závěru, že provozovatel se odvysíláním předmětného pořadu dopustil porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., a došlo ke spáchání přestupku.

Provozovatel byl již v minulosti na typově shodné protiprávní jednání upozorněn a rovněž mu byla i několikrát uložena pokuta. Lze zmínit rozhodnutí Rady ze dne 21. října 2014, č.j. DRD/3832/2014, sp.zn. 2014/607/DRD/CET, jímž byla provozovateli uložena pokuta ve výši 300 000 Kč pro porušení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním pořadu Ordinace v růžové zahradě 2 dne 8. května 2014 od 20:20 hodin na programu NOVA, v němž došlo k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu Gliss kur Million Gloss. Dále lze připomenout rozhodnutí Rady ze dne 18. července 2017, č.j. RRTV/11218/2017-rud, sp.zn. 2016/1164/RUD/CET, kterým byla provozovateli uložena pokuta ve výši 500 000 Kč za porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním pořadu Ordinace v růžové zahradě 2 dne 15. listopadu 2016 od 20:20 hodin na programu Nova, neboť tento pořad nepatřičně zdůrazňoval umístěný produkt Innogy.

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 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.

Podle ustanovení § 59 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., dojde-li k nápravě ve stanovené lhůtě, Rada správní trest neuloží. Pokud by provozovatel uvedené povinnosti nesplnil, bude Rada, v

případě dalšího zjištění stejných porušení zákona o vysílání po stanovené lhůtě k nápravě, oprávněna v řízení o přestupku uložit správní trest v souladu s příslušnými ustanoveními zákona č. 231/2001 Sb.

Jelikož tedy byla v daném případě naplněna podmínka předchozího upozornění dle ustanovení § 59 zákona č. 231/2001 Sb., bylo by možné provozovateli uložit správní trest pokuty.

V daném případě však Rada přihlédla ke skutečnosti, že provozovatel na základě Oznámení o zahájení řízení o přestupku přistoupil ke stříhové úpravě předmětného dílu a pro další reprízy pořadu již bude použita nová verze pořadu, ve které nebude daná scéna obsažena.

Rada proto dospěla k závěru, že již samotné projednání věci před správním orgánem postačí k nápravě, a rozhodla proto v souladu s ustanovením § 43 odst. 2 zákona č. 250/2016 Sb., upustit od uložení správního trestu.

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.

Ing. arch. Václav Menci
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání
elektronicky podepsáno