



Jedn. identifikátor 327282-RRTV

Naše č. j. RRTV/4319/2020-kus

Sp. zn. RRTV/2019/512/kus

Zasedání Rady 5/2020

Vyřizuje: Analytický odbor

Datum, místo 11. března 2020, Praha



ROZHODNUTÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada), jakožto ústřední správní úřad v rámci své kompetence dané ustanovením § 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.), dle ustanovení § 60 odst. 1 písm. l) a dle § 60 odst. 7 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., rozhodla v řízení o přestupku vedeném podle zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich, dne 10. března 2020 takto:

- I. Obviněná společnost, provozovatel televizního vysílání, Barrandov Televizní Studio a.s., IČ 41693311, sídlem Kříženeckého nám. 322, Praha 5, PSČ 152 00, se uznává vinnou ze spáchání přestupku dle ustanovení § 48 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustila odvysíláním teleshoppingu Klenot TV dne 28. dubna 2019 od 11:21 hodin na program KINO BARRANDOV, v jehož průběhu moderátorka opakovaně tvrdila, že nabízené výrobky, kterými byly šperky se vsazenými kameny, respektive že tyto vsazené kameny mohou odstranit různé zdravotní potíže, přičemž nabídku konkrétních výrobků podpořila formulacemi: „smaragd (...) léčí samozřejmě i tělo i duch, ducha“ (čas 11:41:31-11:41:41 hodin); „Turmalíny jsou nejpozitivnějšími, nejléčivějšími kameny. (...) působí to, prosím vás, na všechny snad orgány.“ (čas 12:09:44-12:10:05 hodin); „Ametysty mají velmi rychlé, silné účinky (...) je to kámen léčivý“ (čas 12:15:24-12:15:50 hodin); „Je to dokonce přírodní sedativum, právě ametystík, a je to kámen, vlastně, který, vlastně celkově, celkově vlastně pomáhá. Má silnou léčivou moc“ (čas 12:19:15-12:19:34 hodin); „Topaz je kámen (...) léčení.“ (čas 12:31:50-12:31:55 hodin). Těmito tvrzeními moderátorka implikovala, že kameny v nabízených špercích mohou různé zdravotní potíže odstranit, resp. vyléčit. Nebezpečí těchto tvrzení lze spatřovat v tom, že příslušné zdravotní problémy mohou být vyvolány závažnějšími onemocněními a signalizovat je, a divák pod vlivem citovaných tvrzení může zanedbat řádnou péči o své zdraví. Nikde v tomto teleshoppingu se neobjevila informace, že by diváci měli varovným symptomům svého těla věnovat náležitou pozornost a že základem pro stanovení diagnózy je vyšetření specialistou, který zvolí vhodnou léčbu. Údajné léčivé účinky kamenů ve špercích byly opakovaně zdůrazňovány, resp. byly prezentovány jako významný důvod k nákupu šperku. Takový postup může spotřebitele přimět učinit rozhodnutí (nákup produktu), které by za běžných okolností neučinili. Důsledkem takového jednání může být ohrožení zdraví spotřebitelů, kteří tak mohou zanedbat řádnou péči o svůj zdravotní stav.
- II. Za přestupek se pachatel v souladu s ustanovením § 60 odst. 1 písm. l), ustanovením § 60 odst. 7 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. a ustanovením § 35 písm. b) a § 46 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., ukládá pokuta ve výši 250 000,- Kč. Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet 3754-19223001/0710, variabilní symbol 2019512.
- III. V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb., ukládá Rada obviněnému povinnost uhradit paušální částku

nákladů řízení ve výši 1 000 Kč. Úhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí na účet č. 3711- 19223001/0710, variabilní symbol 2019512.

Odůvodnění:

Rada v rámci standardního systematického monitoringu obsahu kontinuálních úseků vysílání různých programů z hlediska zákona a licence provedla monitoring obsahu vysílání programu KINO BARRANDOV provozovatele Barrandov Televizní Studio a.s. ze dne 28. dubna 2019 v časovém úseku od 10:00 do 24:00 hodin.

Na základě provedeného monitoringu bylo zjištěno, že dne 28. dubna 2019 byl v časovém úseku 11:21:19-13:16:20 hodin (délka 1:55:01 hodin) na programu KINO BARRANDOV odvysílán **souvislý teleshoppingový blok Klenot TV**, věnovaný přímé nabídce drobných šperků a bižuterie – zejména prstenů, přívěsků, náhrdelníků, náramků, náušnic apod. Blok uváděla moderátorka stálým monologem k divákům.

Nabízeným zbožím byly vesměs šperky s drahými kameny či polodrahokamy. Moderátorka při prezentaci šperků často hovořila o schopnostech kamenů ve šperku a uvedla mimo jiné následující tvrzení:

(11:32:44-11:33:03): „*Máme zde opravdu kámen, který chrání před různými i psychickými útoky a kámen, který by mohl uvolňovat různé psychické bloky, které v rámci života samozřejmě přišly.*“

(11:41:25-11:41:41): „*Mimořádně podporuje dosažení vzájemného porozumění, právě smaragd, a podporuje spolupráci, dokonce i ve skupinách. Otevírají, pomáhají a **léčí samozřejmě i tělo i duch, ducha.***“

(12:08:18-12:08:23): „*Nádherné, člověku prospěšné, tělu, duchu...*“

(12:09:44-12:10:05): „***Turmalíny jsou nejpozitivnějšími, nejléčivějšími kameny. Mají elektromagnetické náboje, které se ohřívají díky právě lidskému tělu, které, které samostatně, které samotné vlastně toto vlastně vytváří, a působí to, prosím vás, na všechny snad orgány.***“

(12:15:44-12:16:00): „*Je to kámen odvahy, kámen lásky, **je to kámen léčivý.** Prý vlastně bojuje proti typům různým závislostem všeho druhu. Je to kámen, který zabraňuje opilostem dokonce prý...*“

(12:19:02-12:21:24): „*On jakoby bránit by měl nositele před psychickými útoky a jejich vlastně, neboť jejich energii by měl tedy proměňovat v lásku. **Je to dokonce přírodní sedativum, právě ametystík, a je to kámen, vlastně, který, vlastně celkově, celkově vlastně pomáhá. Má silnou léčivou moc, očistnou moc, podporuje rovněž spirituální vědomí na všech souvislostech, tradičně se nosil jako prostředek třeba zabraňující všem závislostem, a, a pokud se užívá, na vyšší úrovni osobnosti, otevírá ametyst bránu prý až do jiné reality. Mimořádně blahodárný pro mysl, kterou dokáže podle potřeby uklidnit a povzbudit, třeba kupříkladu pokud rádi medituujete, odvrací vaše myšlenky od všeho světského a hlavně k takovému uklidňujícímu a hlubšímu poznání, umí prý zmírňovat obavy, umožňovat zlepšení soustředění a udržovat vše pod kontrolou, čemu se právě věnujete, napomáhá přijímání nových myšlenek, je to kámen velmi příznivý na schopnosti rozhodování, podporuje proměnu záměru ve skutečnost, po duševní stránce, a uklidňuje a sjednocuje. Napomáhá přenosu my-, třeba, opravdu, těch nejlepších myšlenek. Je to kámen, který prý i zlepšuje paměť a motivaci, a rovněž pomáhá zapamatovat si právě třeba i kupříkladu sny. A abyste jim právě správně porozuměli, protože se nám někdy ukazují, na co bysme se, si měli dát pozor, zaměřit se, no a pochopit nějaké věci. Je to kámen, když se opakují, kámen soustředění a potlačovat by měl smutek, a třeba i lítost. Pomáhá vyrovnávat se s různými třeba prožitými i ztrátami.***“

(12:31:52-12:32:17): „***Topaz je kámen ochrany, kámen jasu, peněz, léčení.** Já, je to kámen, který pro- bojuje proti všem [drobná porucha] negativitě, **mírní strach, vztek a deprese.** Zabraňovat by měl náměs-, náměsíčnost třeba kupříkladu. Přinášet by měl nebo mohl právě i radost a hojnost. Uklidňuje, dobíjí, motivuje, přináší pravdu a odpuštění.*“

V rámci shora uvedených citací se vyskytují skutková tvrzení o léčivosti drahých kamenů či polodrahokamů. Při nabídce výrobků s drahými kameny a polodrahokamy v rámci teleshoppingu Klenot TV moderátorka opakovaně podporovala nabídku skutkovými tvrzeními o léčivých schopnostech kamenů v nabízených špercích. Takový postup může spotřebitele přimět učinit rozhodnutí (nákup zboží), které by za běžných

okolností neučinili. Důsledkem může navíc být i případné ohrožení zdraví spotřebitelů, kteří mohou na základě daných informací zanedbat péči o své zdraví. To hrozí především u zranitelných skupin spotřebitelů, především starších osob a nemocných, jejichž přítomnost mezi diváky celoplošně šířeného programu je nutně předpokládat.

Dle § 48 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb. provozovatelé vysílání nesmějí zařazovat do vysílání „obchodní sdělení, která podporují chování ohrožující zdraví nebo bezpečnost nebo chování, které hrubě ohrožuje ochranu životního prostředí“ – v daném případě tedy obchodní sdělení, která podporují chování ohrožující zdraví.

Dle § 60 odst. 1 písm. l) se provozovatel vysílání dopustí přestupku tím, že nedodrží povinnosti stanovené pro obchodní sdělení a skrytá obchodní sdělení.

Dle § 60 odst. 7 písm. a) lze za přestupek podle odst. 1 uložit pokutu od 5000 Kč do 2 500 000 Kč.

Rada na základě výše uvedeného dospěla k názoru, že odvysíláním předmětného teleshoppingu mohlo dojít k porušení ustanovení § 48 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb.

S ohledem na shora uvedené skutečnosti se Rada na svém 11. zasedání konaném ve dnech 25. a 26. června 2019 rozhodla zahájit s provozovatelem vysílání Barrandov Televizní Studio a.s., IČ: 41693311, sídlem Kříženeckého nám. 322, 15200 Praha 5, (dále „obviněný“), řízení o přestupku z moci úřední pro možné porušení § 48 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se mohl dopustit odvysíláním teleshoppingu Klenot TV dne 28. dubna 2019 od 11:21 hodin na programu KINO BARRANDOV, v jehož průběhu moderátorka opakovaně tvrdila, že nabízené výrobky, kterými byly šperky se vsazenými kameny, respektive že tyto vsazené kameny mohou odstranit různé zdravotní potíže, přičemž nabídku konkrétních výrobků podpořila formulacemi: „smaragd (...) léčí samozřejmě i tělo i duch, ducha“ (čas 11:41:31-11:41:41 hodin); „Turmalíny jsou nejpozitivnějšími, nejléčivějšími kameny. (...) působí to, prosím vás, na všechny snad orgány.“ (čas 12:09:44-12:10:05 hodin); „Ametysty mají velmi rychlé, silné účinky (...) je to kámen léčivý“ (čas 12:15:24-12:15:50 hodin); „Je to dokonce přírodní sedativum, právě ametystík, a je to kámen, vlastně, který, vlastně celkově, celkově vlastně pomáhá. Má silnou léčivou moc“ (čas 12:19:15-12:19:34 hodin); „Topaz je kámen (...) léčení.“ (čas 12:31:50-12:31:55 hodin). Těmito tvrzeními moderátorka implikovala, že kameny v nabízených špercích mohou různé zdravotní potíže odstranit, resp. vyléčit. Nebezpečí těchto tvrzení lze spatřovat v tom, že příslušné zdravotní problémy mohou být vyvolány závažnějšími onemocněními a signalizovat je, a divák pod vlivem citovaných tvrzení může zanedbat řádnou péči o své zdraví. Nikde v tomto teleshoppingu se neobjevila informace, že by diváci měli varovným symptomům svého těla věnovat náležitou pozornost a že základem pro stanovení diagnózy je vyšetření specialistou, který zvolí vhodnou léčbu. Údajné léčivé účinky kamenů ve špercích byly opakovaně zdůrazňovány, resp. byly prezentovány jako významný důvod k nákupu šperku. Takový postup může spotřebitele přimět učinit rozhodnutí (nákup produktu), které by za běžných okolností neučinili. Důsledkem takového jednání může být ohrožení zdraví spotřebitelů, kteří tak mohou zanedbat řádnou péči o svůj zdravotní stav.

Vyjádření obviněného

Obviněný zareagoval dopisem doručeným pod č. j. RRTV/9985/2019-vra a uvedl následující:

Účastník řízení se měl dle názoru správního orgánu dopustit jednání v rozporu s § 48 odst. 1 písm. b) ZRTV odvysíláním teleshoppingu „Klenot TV“ na programu Kino Barrandov dne 28. 4. 2019 od 11:21 („Pořad“). Podle sdělení správního orgánu moderátorka opakovaně tvrdila, že nabízené výrobky, kterými byly šperky se vsazenými kameny, respektive že tyto vsazené kameny mohou odstranit různé zdravotní potíže, přičemž nabídku konkrétních výrobků podpořila formulacemi „smaragd (...) léčí samozřejmě i tělo i duch, ducha“; „Turmalíny jsou nejpozitivnějšími, nejléčivějšími kameny. (...) působí to, prosím vás, na všechny snad orgány.“; „Ametysty mají velmi rychlé, silné účinky (...) je to kámen léčivý“; „Je to dokonce přírodní sedativum, právě ametystík, a je to kámen, vlastně, který, vlastně celkově, celkově vlastně pomáhá. Má silnou léčivou moc“ „Topaz je kámen (...) léčení.“. Podle správního orgánu těmito tvrzeními moderátorka implikovala, že kameny v nabízených špercích mohou různé zdravotní potíže odstranit, resp. vyléčit.

Nebezpečí těchto tvrzení lze spatřovat v tom, že příslušné zdravotní problémy mohou být vyvolány závažnějšími onemocněními a signalizovat je, a divák pod vlivem citovaných tvrzení může zanedbat řádnou péči o své zdraví.

Správní orgán účastníkovi řízení poskytl lhůtu třiceti dnů ode dne doručení Oznámení k podání písemného vyjádření ve věci, vyjádření k možnosti vzdání se účasti na dokazování a vzdání se vyjádření k podkladům. V návaznosti na výzvu ze strany správního orgánu se účastník řízení tímto vyjadřuje k možnosti vzdání se práva účasti na dokazování a vzdání se práva vyjádřit se k podkladům tak, že si tato práva ponechává.

Účastník řízení si není vědom toho, že by se dopustil jednání v rozporu s § 48 odst. 1 písm. b) ZRTV, tedy že by obsah Pořadu týkající se kamenů jakkoli podporoval chování ohrožující zdraví, a se závěry správního orgánu se neztotožňuje a odmítá je. Účastník řízení zejména zdůrazňuje, že Pořad je souvislým teleshoppingovým blokem, ve kterém je divákům cíleně představováno zboží ke koupi, včetně kamenů, a po celou dobu Pořadu je zřejmé, že jeho cílem je popsat divákovi produkt a nabídnout jej ke koupi, a to vše v rámci povolené reklamy a za využití standardních marketingových nástrojů a obvyklého reklamního přehánění. Svým zacílením a jasným způsobem prezentace jednotlivých produktů, včetně kamenů, nemá Pořad za úkol kohokoli léčit, diagnostikovat někomu zdravotní stav či dokonce radit nebo nabádat, aby nenavštěvoval lékaře či jinak zanedbal lékařskou péči; je zřejmé, že nic z toho ve vztahu ke kamenům v Pořadu nikdy nezaznělo, ani to z Pořadu nevyplývá a ani tak nemohlo dojít k ohrožení zdraví spotřebitelů či vyvolat nebezpečí ohrožení zdraví. Cílem pořadu je představit divákům ve formátu teleshoppingu jednotlivé produkty, včetně kamenů, popsat jejich fungování a hlavní vlastnosti, to vše v mezích platných právních předpisů. Zároveň žádný právní předpis ani nestanoví povinnost, že by v rámci teleshoppingu či reklamy na alternativní způsoby léčby mělo být uvedeno, že základem jakékoliv léčby by měl tvořit standardní lékařský postup (jak uvádí správní orgán, „(n)ikde v tomto teleshoppingu se neobjevila informace, že by diváci měli varovným symptomům svého těla věnovat náležitou pozornost a že základem pro stanovení diagnózy je vyšetření specialistou, který zvolí vhodnou léčbu.“).

Pořad dle názoru účastníka řízení nevykazuje rozpor s platnými právními předpisy, zejména ZRTV a předpisy upravujícími regulaci reklamy.

ZPŮSOB PREZENTACE KAMENŮ A FUNKCE TEleshoppingu

Již dlouhodobě jsou diváci denně a ve velkém rozsahu konfrontováni s teleshoppingem a reklamou ve všech možných podobách, a na všech možných úrovních, ať již v televizi, rádiu, na internetu nebo v tištěných médiích. Spotřebitelé jsou tak v toto ohledu na prezentaci produktů a celkovou kulturu oslovování zákazníků zvyklí a mají v této oblasti každodenní zkušenosti.

Jak z dokumentu nazvaného „Právní rozbor teleshoppingu“ vydaného správním orgánem vyplývá, „*Jednoznačně můžeme říct, že přímá nabídka vždy zahrnuje konkrétní produkt, za jakou cenu ho lze pořídit a kontaktní údaj, kde je možné inzerovaný produkt objednat. Na rozdíl od reklamy, je v teleshoppingu vždy uváděn a prezentován produkt, který si divák během vysílání prohlíží, dozvídá se o jeho fungování, jak je možné ho využít, následně kde je možné ho získat a za jakou cenu. [...] Teleshopping je cílenou nabídkou na konkrétní skupinu obyvatel, k tomu je uzpůsoben a podle toho využívá marketingové metody. Snaží se oslovit své příjemce přímo, nabídka je směřována tak, aby diváka přesvědčila, že právě on a právě teď daný produkt potřebuje. Využívá oslovení, předkládá problém a následně jeho řešení, vyzývá příjemce ke snadnému a výhodnému nákupu, který vyřeší vše a bez námahy.*“ V tomto ohledu není sporu, že všechny definované znaky jsou naplněny a moderátorka Pořadu využívá všechny předpokládané atributy k tomu, aby v mezích zákona, na základě pravdivých informací a za využití standardních marketingových metod kameny prezentovala a vyvolala u spotřebitele zájem o koupi; zároveň je v každém daném okamžiku zřejmé, že se jedná o teleshopping, resp. přímou nabídku konkrétního produktu s cílem vyvolat u spotřebitele zájem o koupi a spotřebitel si tak musí být vědom povahy Pořadu a k nabídce kamenů s tímto předpokladem i přistupovat.

Správní orgán se v rámci Oznámení uchyluje ke zcela spekulativním závěrům, že důsledkem prezentace kamenů „[...] může být ohrožení zdraví spotřebitelů, kteří mohou na základě daných informací zanedbat péči o své zdraví, resp. mohou standardní léčbu nahradit léčbou prostřednictvím produktů nabízených v teleshoppingu. To hrozí především u zranitelných skupin spotřebitelů, především starších osob a

nemocných ...“ aniž by toto ohrožení jakkoli podložil nebo blíže vysvětlil. V tomto ohledu je toto tvrzení zcela nepřezkoumatelné a vyjadřuje pouhou domněnku správního orgánu. Dovolujeme si upozornit, že Pořad nemá za úkol někoho léčit, diagnostikovat někomu zdravotní stav či někoho nabádat, aby nechodil k lékaři či se zdržel lékařské péče; tato tvrzení či jakékoli obdobné nabádání v Pořadu v souvislosti s kameny ani jednou nezazněly, přičemž závěry správního orgánu jsou čistě spekulativní a nejsou podloženy žádnými relevantními důkazy. Žádný právní předpis pak ani nestanoví povinnost, že by v rámci teleshoppingu či reklamy na alternativní způsoby léčby mělo být uvedeno, že základ jakékoliv léčby by měl tvořit standardní lékařský postup.

Analogicky by pak dle názoru účastníka řízení muselo být přistupováno k prezentaci léků, v rámci které se běžně neupozorňuje, že když si spotřebitel vezme lék, nemusí být vyléčen, nebo dokonce nenabádá, aby i po aplikaci léku chodil nadále k lékaři a nezanedbal lékařskou péči.

Účastník řízení je toho názoru, že v případě nabízení léků by muselo být posuzování dokonce přísnější, neboť obecně platí větší důvěra v užívání medikamentů než využívání alternativních (doplňkových) metod léčby. Ani ty nejlepší farmaceutické firmy a jejich léčiva nikomu rovněž nezaručí, že právě jejich lék jim může pomoci, byť toto tvrdí v reklamě a příbalových informacích. Ba naopak, spousta léků má vedlejší účinky, které mohou řadě uživatelů uškodit. Medicína není exaktní věda a nikdo nemůže říci, co a právě který lék či jaká metoda může komu pomoci; o to více je tento závěr obecně platný a známý ve vztahu k alternativním léčebným metodám.

Dále bychom mohli pochybovat o závěru správního orgánu prezentovaného bez zjevného důkazu, že důsledkem Pořadů *„může být ohrožení zdraví spotřebitelů, kteří mohou na základě daných informací zanedbat péči o své zdraví, resp. mohou standardní léčbu nahradit léčbou prostřednictvím produktů nabízených v teleshoppingu“*. Účastník řízení zastává opačný názor a postoj. V naprosté většině u diváků, kteří trpí zdravotními problémy, jsou tito zajisté o svém stavu informováni lékařem a ví, nebo jsou dokonce poučeni, o primárním využití standardní lékařské péče; zároveň je však nutno dodat, že dotčené osoby se více orientují v léčebných metodách, jsou informovaní o procedurách a mohou lépe posoudit, do jaké míry lze věřit léčebným účinkům kamenů. Přirozeně se pak divák může vedle toho snažit využít i jiné metody léčby. Pro někoho tak nákup kamenů může být minimálně psychickou vzpruhou a pomoci mu v léčbě, následkem čehož může dojít ke zlepšení jeho zdravotního stavu. Jak uznává i klasická medicína a je obecně známo, psychika je pro zdraví člověka velmi důležitá a může pomoci s léčbou zdravotních problémů.

V odůvodnění Oznamení není uvedeno, že by snad existovala osoba, která by se na základě nákupu kamenů přestala starat o svůj zdravotní stav, anebo by se její zdravotní stav v důsledku použití kamenů dokonce zhoršil. Účastník řízení trvá na tom, že neexistuje ani jedna osoba, kterou by Pořad, resp. nabídka ke koupi kamenů, mohl ohrozit na zdraví.

Pokud jde o spotřebitelskou základnu, nabídka kamenů míří na širokou spotřebitelskou veřejnost všech věkových kategorií trpící i běžnými civilizačními chorobami (stres, napětí, bolesti hlavy aj.).

Na závěr si dovolíme odkaz na ustanovení § 4 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění, který stanoví, že *každá svéprávná osoba má rozum průměrného člověka i užívat jej s běžnou péčí a opatrností a že to každý od ní může v právním styku důvodně očekávat*. Člověk s průměrným rozumem naprosto jasně chápe, že kámen může být pouze podpůrnou léčbou a nikoliv plnohodnotnou náhradou lékařské péče. Lidé tedy naprosto chápou podstatu alternativních metod, jejich smysl a význam, a berou tyto jako další možné podpůrné léčby. Je nezpochybnitelné a naprosto přirozené, že v zájmu každého z nás je hlídat si svoje vlastní zdraví, chodit ke svému lékaři, na kterého máme dokonce v podobě práva na lékařskou péči nárok, stejně jako je v rámci uplatňování svých ústavních svobod na každém z nás, zda využije nějakou jinou podpůrnou alternativní léčbu či nikoliv. Odkaz na civilně právní úpravu dáváme jenom jako příklad a jako jedno z možných vodítek, neboť jsme si vědomi toho, že nemůže být přímo aplikovatelná na správní předpisy.

OBVYKLÉ REKLAMNÍ PŘEHÁNĚNÍ

Správním orgánem citované formulace, které se spolu s podobnými slogany prolínají celým Pořadem, jsou dle názoru účastníka řízení standardním a povoleným prostředkem reklamní komunikace ve vztahu k adresátům, na něž cílí. Z odborné literatury a judikatury pak vyplývá, že v reklamě je obecně určitá míra nadsazování povolena, resp. že je s reklamou neoddelitelně spojena. Běžně se tak setkáváme s reklamními slogany, které užívají stupňovaná přídavná jména a superlativy, nadsázku atp. Obecně má teorie i rozhodovací soudní praxe za to, že se tak děje v rámci obvyklého reklamního přehánění a že tedy toto jednání není způsobilé přivodit újmu, přičemž se vychází z toho, že základem je subjektivní a neověřitelná informace. Spotřebitel pak nesmí nabývat dojmu, že jde o informaci seriózní a fakticky podloženou, což v rámci předmětné části Pořadu nikdy nezaznělo a v rámci alternativních léčebných metod ani nemůže být nikdy naplněno. K tomu např. i historické rozhodnutí Nejvyššího soudu ČR.

Jak již bylo výše podrobně popsáno, primární účel reklamy a teleshoppingu je snaha upoutat zákazníka, což se děje prostřednictvím určité míry přehánění. Z judikatury např. vyplývá, že *hranice mezi klamavou reklamou a přeháněním je v tomto případě nejčastěji určena hlediskem tzv. průměrného spotřebitele, který by měl být schopen rozeznat, že se v daném případě jedná o pouhé přehánění, nikoli o fakt. K „přehánění“ se řadí rovněž tzv. superlativní reklama, jejímž znakem je užití přívlastků „nej“ („nejovocnější limonáda“, „nejčerstvější pečivo“ apod.), avšak opět je třeba, aby bylo průměrnému spotřebiteli jasné, že se v daném případě jedná o přehánění.“ Dalo by se uzavřít, že v reklamě již téměř každý průměrný spotřebitel očekává určité reklamní přehánění a nadsázku, jimž neuvěří.*

Nabídka kamenů ke koupi nemohla být způsobilá u průměrně inteligentního spotřebitele vyvolat klamnou představu. Na závěr si dovoluujeme poukázat na názor uznávaného odborníka na problematiku reklamy a soutěžního práva, a sice: *„V každém případě reklamu nelze od nadsázky a od určité míry přehánění oprostit. Nelze očekávat, že reklama bude dokonale střizlivým vědeckým, nezaújatým svědectvím o podnicích, výrobcích a službách. Jestliže bychom něco takového chtěli, byli bychom na nejlepší cestě, jak ze života odstranit reklamu se všemi jejími pozitivními účinky.“*

Účastník řízení má za to, že závěry správního orgánu nejsou podloženy relevantními argumenty, důkazy a tvrzené skutečnosti tak nejsou založeny na dostatečně zjištěném skutkovém stavu; v tomto ohledu se správní orgán snaží vytržením několika vět z celého kontextu Pořadu konstruovat a dedukovat závěry o tom, že by snad nabízením kamenů mělo dojít k podpoře chování ohrožující zdraví.

Závěrem shrnujeme, že účelem Pořadu bylo v souladu s definicí teleshoppingu oslovit širokou skupinu spotřebitelů, kteří mají zájem a hledají doplňkové alternativní způsoby životního stylu. V tomto ohledu byly kameny nabízeny v rámci Pořadu, který byl souvislým teleshoppingovým blokem, v němž byly divákům cíleně představovány produkty ke koupi; není pochyb o tom, že po celou dobu Pořadu je zřejmé, že jde o teleshopping a jeho cílem je popsat divákovi produkt a nabídnout jej ke koupi. Účastník řízení trvá na tom, že kameny byly nabízeny v mezích ZRTV a rámci povolené reklamy a za využití standardních marketingových nástrojů a obvyklého reklamního přehánění a nemohl jakkoli podporovat chování ohrožující zdraví.

Pořad ani jakákoli jeho část nemá za úkol kohokoli léčit, diagnostikovat někomu zdravotní stav či snad někomu radit, aby nenavštěvoval lékaře či jinak zanedbával lékařskou péči, na kterou má každý občan České republiky právo; je zřejmé, že nic z toho ve vztahu ke kamenům v Pořadu nikdy nezaznělo, ani to z Pořadu nevyplývá.

Žádný právní předpis nestanoví povinnost, aby v rámci teleshoppingu či reklamy na alternativní způsoby léčby mělo být uvedeno, že základ jakékoliv léčby by měl tvořit standardní lékařský postup. Skutečnost, že kameny mohou mít v souladu s alternativními metodami léčivé účinky, nemůže být a priori důvodem pro to, aby nemohly být prezentovány jako každý jiný produkt, včetně např. léčiv či homeopatik běžně prezentovaných na většině programů.

V rámci prezentace kamenů moderátorka používala standardní a povolené prostředky reklamní komunikace ve vztahu k adresátům, na něž cílí, přičemž, jak vyplývá z odborné literatury a judikatury, určitá míra nadsazování a reklamního přehánění je povolena.

S ohledem na uvedené skutečnosti je účastník řízení přesvědčen o tom, že jeho jednání nepředstavuje porušení § 48 odst. 1 písm. b) ZRTV.

S ohledem na výše uvedené skutečnosti účastník řízení žádá, aby správní orgán rozhodl tak, že zahájené správní řízení se zastavuje.

Další postup v řízení o přestupku

Rada na svém 1. zasedání konaném dne 14. ledna 2020 provedla důkaz zhlédnutím záznamu teleshoppingu Klenot TV, odvysílaného dne 28. dubna 2019 od 11:21 hodin na programu KINO BARRANDOV.

Dne 31. ledna 2020 bylo obviněnému doručeno oznámení o doplnění spisu a ukončení dokazování a byla mu stanovena lhůta k závěrečnému vyjádření a případnému doplnění podkladů 15 dní ode dne doručení předmětné výzvy. Obviněný ve stanovené lhůtě dále nezareagoval.

Rada se projednáním samotné věci zabývala na svém 5. zasedání konaném ve dnech 10. a 11. března 2020 a dospěla k následujícím závěrům:

Obviněný uvádí, že předmětný pořad je souvislým teleshoppingovým blokem, ve kterém je divákům cíleně představováno zboží ke koupi a po celou dobu pořadu je zřejmé, že jeho cílem je popsat divákovi produkt a nabídnout jej ke koupi, a to vše v rámci povolené reklamy a za využití standardních marketingových nástrojů a obvyklého reklamního přehánění. V pořadu však ze strany moderátorky opakovaně zazněla skutková tvrzení, jež v divácích mohly vyvolat dojem, že nabízené šperky disponují léčivými schopnostmi, což rozhodně nelze považovat za standardní marketingový nástroj v rámci povolené reklamy. Určitá míra reklamního přehánění je v obdobných obchodních sděleních přirozená, avšak v daném případě nešlo o pouhé vyzdvihování skutečných kvalit výrobku, ale o uvádění skutkových tvrzení, jež mohla u diváků podporovat chování ohrožující zdraví, spočívající v zanedbání řádné lékařské péče.

Obviněný argumentuje tím, že v pořadu nezazněla jakákoliv diagnostika zdravotního stavu, ani výzva k tomu, aby diváci nenavštěvovali lékaře. Rada netvrdí, že by moderátorka explicitně nabádala diváky, aby nechodili k lékaři, avšak k zanedbání lékařské péče mohla implicitně vést již samotná tvrzení o léčivých účincích šperků, která mohla významně ovlivnit rozhodnutí diváků trpících zdravotními problémy, resp. mohla u nich vzbudit dojem, že díky nabízeným šperkům budou z těchto problémů vyléčeni, nebo dojde alespoň ke zmírnění příznaků těchto onemocnění. Rada tedy trvá na závěru, že předmětný pořad podporoval chování ohrožující zdraví.

Moderátorka mimo jiné uváděla, že turmalíny jsou „nejléčivějšími kameny“ a působí „na všechny orgány“, smaragd „léčí tělo i ducha“ či že ametysty „mají velmi rychlé, silné účinky (...) je to kámen léčivý“; „Je to dokonce přírodní sedativum (...)“. Nebezpečí přitom spočívá v tom, že zdravotní problémy mohou být vyvolány jinými závažnějšími onemocněními, přičemž diváci mohou zanedbat řádnou lékařskou péči pod dojmem, že drahé kameny pomohou vyléčit jejich zdravotní problémy. Jako velmi problematické lze rovněž považovat prohlášení moderátorky, že jeden z nabízených šperků s drahým kamenem topaz „mírní strach, vztek a deprese“. Deprese je závažná duševní porucha, psychické onemocnění, které musí být jednak nejdříve odborně diagnostikováno a poté léčeno farmakologicky, případně pomocí odborných psychotherapeutických metod a postupů. Toto onemocnění tedy rozhodně nemůže potlačit „síla“ šperku. Předmětný teleshopping Klenot TV je však způsobilý vyvolat u diváků dojem, že šperk může depresi zmírnit. Diváci trpící psychickými problémy tak mohli podcenit rizika s nimi spojená a spolehnout se na sílu kamenu a současně zanedbat péči o své zdraví a nevěnovat dostatečnou pozornost potenciálním symptomům. Důsledkem takového jednání mohlo být ohrožení zdraví diváků/spotřebitelů, kteří tak mohli zanedbat svůj, možná velice vážný, zdravotní stav.

Dle obviněného jsou diváci dlouhodobě denně a ve velkém rozsahu konfrontováni s teleshoppingem a reklamou ve všech možných podobách a jsou v tomto ohledu na prezentaci produktů a celkovou kulturu

oslovování zákazníků zvyklí a mají v této oblasti každodenní zkušenosti. Domnívá se snad obviněný, že když jsou diváci na prezentaci produktů v teleshoppingu "zvyklí", tak by měli automaticky předpokládat, že informace jim prezentované jsou nepravdivé? V daném případě je navíc situace o to závažnější, že divákům byly prezentovány informace o léčivých účincích šperků, nikoliv pouze informace o estetických a jiných obdobných kvalitách šperků.

Obviněný uvádí, že Rada jakkoliv nepodložila, že důsledkem prezentace šperků může být ohrožení zdraví spotřebitelů. Pokud není obviněnému známo, jak by prostřednictvím teleshoppingu mohlo dojít k ohrožení zdraví, pak Rada konstatuje, že se tak může stát právě shora popsaným způsobem, kdy moderátorka přesvědčuje diváky o léčivých účincích nabízených šperků a diváci si tyto šperky zakoupí, spoléhající na jejich léčivé účinky, v důsledku čehož mohou podcenit návštěvu lékaře a zanedbat tak svůj zdravotní stav. Pro vznik rizika zanedbání zdravotní péče přitom není třeba, aby v pořadu zazněla přímá výzva, aby diváci nenavštěvovali lékaře, toto rozhodnutí v nich může vyvolat sám fakt, že se na základě prezentovaných informací mohou spoléhat na léčivé účinky šperků. Dle obviněného jsou diváci, kteří trpí zdravotními problémy „v naprosté většině případů o svém zdravotním stavu informováni lékařem a ví, nebo jsou dokonce poučeni, o primárním využití standardní lékařské péče a zároveň se více orientují v léčebných metodách, jsou informováni o procedurách a mohou lépe posoudit, do jaké míry lze věřit léčebným účinkům kamenů. Pro někoho tak nákup kamenů může být minimálně psychickou vzpruhou a pomoci mu v léčbě, následkem čehož může dojít ke zlepšení jeho zdravotního stavu“. Rada nepochybně, že pro někoho může být nákup šperku psychickou vzpruhou, avšak nelze hovořit o léčení reálných onemocnění. Lze tolerovat, že šperky mohou mít, byť ve formě placebo, pozitivní vliv na psychiku člověka, nemohou však zdravotní problémy vyléčit či zmírnit a nahradit tak řádnou lékařskou péči. Rada nemůže posuzovat účinnost různých druhů léčby, avšak tato povinnost náleží obviněnému, který léčivé účinky šperků deklaroval.

Dle obviněného „skutečnost, že kameny mohou mít v souladu s alternativními metodami léčivé účinky, nemůže být a priori důvodem pro to, aby nemohly být prezentovány jako každý jiný produkt, včetně např. léčiv či homeopatik běžně prezentovaných na většině programů“. Tato argumentace je však zcela irelevantní. Homeopatická léčba, resp. homeopatika jsou v současné chvíli zařazena dle zákona č. 378/2007 Sb., o léčivech, mezi léčivé přípravky, jejichž prodej je možný bez lékařského předpisu. Reklama na homeopatické přípravky zaměřená na širokou veřejnost i odborníky podléhá stejné právní úpravě jako reklama na ostatní léčivé přípravky. Reklama na homeopatika může dle zákona č. 40/1995 Sb., deklarovat jejich léčebný účinek. Jedná se tak o zcela jinou situaci, než která je posuzována nyní v souvislosti se šperky nabízenými v teleshoppingu. Šperky, resp. drahé kameny žádným takovým léčivem nejsou, a to ani registrovaným, ani neregistrovaným. V dané souvislosti lze poukázat na právní úpravu tzv. doplňků stravy, které jsou zákonem zařazeny mezi potraviny, nikoli mezi léčiva. Reklama na tyto doplňky tedy nemůže prezentovat jejich léčivý účinek, přestože obsahují látky, které jsou pro lidský organismus přínosné a mohou pozitivně působit na zdraví člověka (různé vitamíny apod.). Je přitom zcela zřejmý rozdíl mezi doplňkem stravy, který může obsahovat širokou škálu vitamínů a dalších prospěšných látek, a pouhým šperkem s drahými kameny.

Obviněný dále uvádí, že žádný právní předpis nestanovuje povinnost, že by v rámci teleshoppingu či reklamy na alternativní způsoby léčby mělo být uvedeno, že základ jakékoliv léčby by měl tvořit standardní lékařský postup. Uvedená povinnost skutečně není v zákoně zakotvena, avšak v tomto případě je řízení o přestupku vedeno z důvodu, že způsob prezentace šperků mohl diváky přimět k zanedbání řádné péče o svůj zdravotní stav tím, že v divácích mohl vyvolat dojem, že šperky mohou pomoci zmírnit jejich zdravotní problémy. Obviněný odkazuje na „Právní rozbor teleshoppingu“ a uvádí, že pořad splňuje veškeré definiční znaky teleshoppingu a moderátorka za využití standardních marketingových metod šperky prezentovala se snahou vyvolat u diváků zájem o koupi, přičemž diváci si této skutečnosti musí být vědomi a k nabídce s tímto předpokladem přistupovat. Dle obviněného je primární účel reklamy a teleshoppingu snaha upoutat zákazníka, což se děje prostřednictvím určité míry přehánění a v reklamě již téměř každý průměrný spotřebitel očekává určité reklamní přehánění a nadsázku, jimž neuvěří. Rada nerozporuje povahu pořadu, který je beze sporu teleshoppingem, ani skutečnost, že v rámci teleshoppingu lze předpokládat určitou míru nadsázky, resp. vyzdvihování kvalit konkrétního produktu. To, že je pořad teleshoppingem však neznamena, že nabízené produkty je možno prezentovat jakýmkoliv způsobem, což ostatně reflektuje právní úprava, která zakazuje určitá jednání spojená s obchodními sděleními, a to i právě zákaz zařazování obchodních sdělení, která podporují chování ohrožující zdraví.

Obviněný dále uvádí, že obdobným způsobem by muselo být přistupováno k prezentaci léků, v rámci které se běžně neupozorňuje, že když si spotřebitel vezme lék, nemusí být vyléčen, nebo dokonce nenabádá, aby i po aplikaci léku chodil nadále k lékaři a nezanedbal lékařskou péči. Dle obviněného by v případě nabízení léků muselo být posuzování dokonce přísnější, neboť obecně platí větší důvěra v užívání medikamentů než využívání alternativních (doplňkových) metod léčby. Tyto námitky jsou však zcela irelevantní, neboť léčiva a zdravotní služby jsou v České republice definovány zákonem, podzákonými právními normami, případně závaznými předpisy Evropské unie, a pokud je nějaký produkt na základě těchto předpisů registrován Státním úřadem pro kontrolu léčiv jako léčivo, pak se a priori předpokládá, že má léčivé účinky a není třeba prokazovat, že má 100% účinnost, kterou z logiky věci bude mít jen nepatrné procento z nich. Pokud by tedy teoreticky obviněný šířil teleshopping, kde by byly deklarovány léčivé účinky takového léčiva (léčiva ve smyslu zákona č. 378/2007 Sb., o léčivech), pak je to zcela v souladu se zákonem. Není však možné toto prohlašovat o špercích, potažmo drahých kamenech, které takovým léčivem, zdravotní službou ani zdravotním prostředkem nejsou. Navíc je třeba připomenout, že i na reklamu na samotná humánní léčiva se vztahuje velmi přísná právní úprava. Například vždy musí obsahovat výzvu k přečtení příbalové informace.

Dle obviněného Rada v oznámení o zahájení řízení o přestupku neuvádí, že by snad existovala osoba, která by se na základě nákupu kamenů přestala starat o svůj zdravotní stav, anebo by se její zdravotní stav v důsledku použití kamenů dokonce zhoršil. Není v možnostech Rady ověřit, zda, potažmo u kolika osob došlo v souvislosti s předmětným obchodním sdělením k zanedbání lékařské péče. V daném případě však zcela postačuje, že v pořadu byly šperkům přisuzovány léčivé vlastnosti, což mohlo ve svém důsledku k zanedbání lékařské péče vést.

Obviněný odkazuje na ustanovení § 4 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění, který stanoví, že *každá svéprávná osoba má rozum průměrného člověka i užívat jej s běžnou péčí a opatrností a že to každý od ní může v právním styku důvodně očekávat* a uvádí, že, že člověk s průměrným rozumem naprosto jasně chápe, že kámen může být pouze podpůrnou léčbou a nikoliv plnohodnotnou náhradou lékařské péče. Obviněný tedy na jedné straně uvádí, že každá svéprávná osoba musí vědět, že šperky mohou být pouze podpůrnou léčbou, na druhé straně v pořadu zazněly tvrzení o léčivých účincích těchto šperků. Není možné, aby takováto tvrzení v teleshoppingu zazněla a obviněný se zprostil odpovědnosti za uvedené jednání odkazem na to, že každé svéprávné osobě musí být naprosto jasné, že tato tvrzení jsou v podstatě nepravdivá.

S ohledem na shora uvedené skutečnosti Rada dospěla k závěru, že od vysíláním předmětného teleshoppingu došlo k porušení ustanovení § 48 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb.

Podmínka předchozího upozornění na porušení zákona dle ustanovení § 59 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 předmětného 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.

Provozovatel již byl ze spáchání typově shodného přestupku uznán vinným, konkrétně na 4. zasedání konaném v roce 2018 byl provozovatel upozorněn na porušení ustanovení § 48 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil od vysíláním teleshoppingu Klenot TV vysílaného dne 30. března 2017 od 11:07 hodin na programu Televize Barrandov, kde moderátorka v průběhu celého teleshoppingového bloku prohlašuje, že výrobek z kolekce „Svatá Margareta kolekce“ může vyléčit rozličné tělesné i duševní choroby, přičemž mezi jmenovanými onemocněními, která má prsten údajně vyléčit, jsou i onemocnění velmi závažná jako například problémy se srdcem, avšak nikdy není zmíněna informace, že základem jejich léčby je standardní lékařský postup. Moderátorka v souvislosti s onemocněními neustále hovoří o „léčivých účincích“ prstenu do takové míry, až diváci mohli nabýt dojmu, že jeho nošení může mít pro léčbu zásadní význam. Důsledkem takového jednání může být ohrožení zdraví spotřebitelů, kteří tak mohou zanedbat

svůj, možná velice vážný, zdravotní stav a mohou tak být ohroženi i na životě. To hrozí především u zranitelných skupin spotřebitelů, především starších osob, na které sdělení (vzhledem k nemocem, o kterých hovoří) primárně cílí. (č. j. RRTV/7947/2018-rud)

Typová shodnost předchozího upozornění a nyní projednávaného případu tak, jak ji vyžaduje stávající judikatura Nejvyššího správního soudu, je zjevná. V obou případech byly divákům prezentovány šperky (v prvním případě se jednalo o prsten, v aktuálně projednávaném případě o rozličné šperky s drahými kameny), přičemž ze strany moderátorky zazněla tvrzení ohledně léčivých účincích těchto šperků, což ve svém důsledku mohlo vést k ohrožení zdraví spotřebitelů, kteří mohli zanedbat řádnou lékařskou péči.

Dle § 48 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb. provozovatelé vysílání nesmějí zařazovat do vysílání „obchodní sdělení, která podporují chování ohrožující zdraví nebo bezpečnost nebo chování, které hrubě ohrožuje ochranu životního prostředí“ – v daném případě tedy obchodní sdělení, která podporují chování ohrožující zdraví.

Dle § 60 odst. 1 písm. l) se provozovatel vysílání dopustí přestupku tím, že nedodrží povinnosti stanovené pro obchodní sdělení a skrytá obchodní sdělení.

Dle § 60 odst. 7 písm. a) lze za přestupek podle odst. 1 uložit pokutu od 5000 Kč do 2 500 000 Kč.

Dle ustanovení § 37 zákona č. 250/2016 Sb., při určení druhu správního trestu a jeho výměry se přihlédne zejména

- a) k povaze a závažnosti přestupku,*
- b) k tomu, že o některém z více přestupků, které byly spáchány jedním skutkem nebo více skutky, nebylo rozhodnuto ve společném řízení,*
- c) k přitěžujícím a polehčujícím okolnostem,*
- d) u pokusu přestupku k tomu, do jaké míry se jednání pachatele přiblížilo k dokonání přestupku, jakož i k okolnostem a důvodům, pro které k jeho dokonání nedošlo,*
- e) u spolupachatelů k tomu, jakou měrou jednání každého z nich přispělo ke spáchání přestupku,*
- f) u fyzické osoby k jejím osobním poměrům a k tomu, zda a jakým způsobem byla pro totéž protiprávní jednání potrestána v jiném řízení před správním orgánem než v řízení o přestupku,*
- g) u právnické nebo podnikající fyzické osoby k povaze její činnosti,*
- h) u právního nástupce k tomu, v jakém rozsahu na něj přešly výnosy, užítky a jiné výhody ze spáchaného přestupku, a v případě více právních nástupců k tomu, zda některý z nich pokračuje v činnosti, při které byl přestupek spáchán,*
- i) u pokračujícího, trvajícího a hromadného přestupku k tomu, zda k části jednání, jímž byl přestupek spáchán, došlo za účinnosti zákona, který za přestupek stanovil správní trest mírnější než zákon, který byl účinný při dokončení tohoto jednání.*

Dle ustanovení § 38 zákona č. 250/2016 Sb., povaha a závažnost přestupku je dána zejména

- a) významem zákonem chráněného zájmu, který byl přestupkem porušen nebo ohrožen,*
- b) významem a rozsahem následku přestupku,*
- c) způsobem spáchání přestupku,*
- d) okolnostmi spáchání přestupku,*
- e) u fyzické osoby též druhem a mírou jejího zavinění, popřípadě pohnutkou, je-li tato znakem skutkové podstaty přestupku,*
- f) délkou doby, po kterou trvalo protiprávní jednání pachatele nebo po kterou trval protiprávní stav udržovaný protiprávním jednáním pachatele,*

g) počtem jednotlivých dílčích útoků, které tvoří pokračování v přestupku.

K porušení zákona došlo odvysíláním teleshoppingového bloku Klenot TV na programu KINO BARRANDOV dne 28. dubna 2019 od 11:21 hodin. Konkrétní údaje o sledovanosti programu v inkriminované době nemá Rada k dispozici, nicméně lze obecně konstatovat, že program KINO BARRANDOV, jehož provozovatelem je Barrandov Televizní Studio a.s., nedosahuje vysokých hodnot sledovanosti. Pořad byl navíc odvysílán od 11:21 hodin, tedy mimo prime-time. **Tyto skutečnosti Rada hodnotila jako spíše polehčující.**

Co se týče rozsahu protiprávního jednání obviněného, pak lze konstatovat, že k porušení zákona došlo v rámci teleshoppingového bloku, jehož stopáž byla přibližně 2 hodiny. Rozsah protiprávního jednání tedy nebyl zanedbatelný, neboť se jednalo o obchodní sdělení, jehož stopáž byla významně delší než u „standardního“ obchodního sdělení. **Tato skutečnost byla hodnocena jako mírně přitěžující.**

Co se týče povahy činnosti právnické osoby, toto kritérium obsahově zčásti pokrývá hodnocení kritéria dle ustanovení § 61 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb., tj. 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. Provozovatel je komerčním subjektem, jehož hospodářská činnost spočívá v provozování televizního vysílání. Principem komerčního televizního vysílání je snaha o maximální sledovanost a o generování zisku. Předmětný teleshopping byl zařazen do televizního vysílání v rozporu s požadavky odborné péče, neboť obviněný je provozovatelem televizního vysílání na základě Radou udělené licence, je tedy profesionálem v oboru provozování televizního vysílání, a není laikem, kterého by snad mohla neznalost příslušných právních předpisů do jisté míry omlouvat. Porušení ustanovení § 48 odst. 1 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., se tedy obviněný dopustil přímo v oboru své vlastní podnikatelské činnosti. **Tyto okolnosti je tak třeba hodnotit jako přitěžující.**

Jako závažný je třeba hodnotit význam zákonem chráněného zájmu, který mohl být přestupkem ohrožen, respektive možný škodlivý následek přestupku. V předmětných teleshoppingových blocích moderátorka prezentovala tvrzení o léčivých účincích, čímž mohla významně ovlivnit rozhodnutí diváků, trpících zdravotními problémy, resp. mohla u nich vzbudit dojem, že nabízené šperky mohou přispět k vyléčení onemocnění a podpořit tak zanedbání odborné diagnostiky a celkové podcenění potenciálně vážného zdravotního stavu, ať už se jednalo o psychické či fyzické potíže. **Závažný význam zákonem chráněného zájmu byl zhodnocen jako přitěžující okolnost.**

Závěrem je možné shrnout, že jako polehčující okolnost byla posouzena nižší sledovanost programu KINO BARRANDOV a skutečnost, že pořad nebyl odvysílán v tzv. prime-timu. Jako přitěžující byl naopak hodnocen delší časový úsek protiprávního jednání, dále skutečnost že obviněný je profesionálem v oboru provozování televizního vysílání a význam zákonem chráněného zájmu.

S ohledem na shora uvedené Rada shledala přiměřené uložit sankci ve výši 250 000 Kč.

Vzhledem k tomu, že řízení vyvolal účastník řízení porušením své právní povinnosti, uložila mu Rada v souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. povinnost uhradit paušální částku nákladů 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
elektronicky podepsáno