

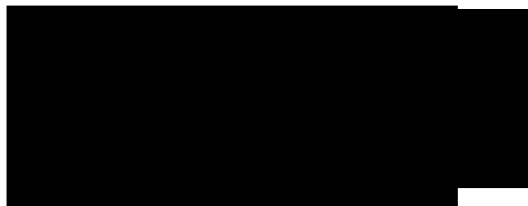


Jedn. identifikátor 302595-RRTV

Váš dopis zn. -  
Naše č. j. RRTV/5106/2019-  
had  
Sp. zn. RRTV/2018/659/had  
Zasedání Rady 7-2019/poř. č. 26

Vyřizuje: AO

Datum, místo 10. 4. 2019, Praha



## NAPOMENUTÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen "Rada"), jakožto ústřední správní úřad, v rámci své kompetence dané § 7 písm. a) a dle § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění platných předpisů, účinného v době odvysílání obchodního sdělení (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), a ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen zákon č. 250/2016 Sb.), v platném znění, vydala dne 9. dubna 2019 následující rozhodnutí: Obviněný zadavatel reklamy, Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III, 195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566, se uznává vinným v souladu s § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb. pro porušení povinnosti stanovené § 2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., zadáním reklamy/teleshoppingu Linka lásky vysílaného dne 7. února 2018 v čase od 12.15 hodin na program KINO BARRANDOV, který je v rozporu s dobrými mravy, neboť nepatřičně srovnává získávání finančních prostředků z pracovní činnosti a potenciální výhru v interaktivním teleshoppingu, současně moderátorka opakovaně zesměšňovala diváky, kteří se rozhodnou jít do práce místo toho, aby zavolali na speciálně zpoplatněnou linku (90 Kč/min, resp. 2 €/min), a vyvolávala dojem, že je získání výhry snadné a lepší než chodit do práce. Mj. uvedla: „11 tisíc korun za správnou odpověď hned je vašich. Pojdte si je vydělat, to je přece lepší než být v práci. 11 tisíc korun, tak šup. Honem!“ či „Nebo pro vás je lepší práce, vydělávat penízky v práci? Tady si můžete vydělat během jednoho telefonátu 4800 korun. Tak pojdte do toho, využijte toho!“ Zesměšňování práce za účelem obživy není příklad hodný následování, zejména když si uvědomíme, že pravděpodobnost výhry v podobné soutěži není vysoká. Slova moderátorky mohou ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost.

Rada dle ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., rozhodla uložit pachateli Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III, 195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566 za spáchání uvedeného přestupku trest ve formě napomenutí, kterým se pachatel výslovně upozorňuje na důsledky svého protiprávního jednání, které mu hrozí v případě opakování výše uvedeného protiprávního jednání, a to peněžité trest. Pachateli je možné v budoucnu uložit pokutu ve výši 2 000 000 Kč.

V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada účastníku řízení povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíckorun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2018659, úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

## Odůvodnění:

Rada rozhodla zahájit se zadavatelem obchodního sdělení, společností Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III, 195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566, (dále „obviněný“), řízení o přestupku z moci úřední pro možné porušení § 2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., kterého se mohl dopustit zadáním reklamy, respektive teleshoppingu Linka lásky vysílaného dne 7. února 2018 v čase od 12.15 hodin na program KINO BARRANDOV, který může být v rozporu s dobrými mravy, neboť nepatřičně srovnává získávání finančních prostředků z pracovní činnosti a potenciální výhru v interaktivním teleshoppingu.

Moderátorka opakovaně zesměšňovala diváky, kteří se rozhodnou jít do práce místo toho, aby zavolali na speciálně zpoplatněnou linku (90 Kč/min, resp. 2 €/min), a vyvolávala dojem, že je získání výhry snadné a lepší než chodit do práce. Mj. uvedla: „11 tisíc korun za správnou odpověď hned je vašich. Pojďte si je vydělat, to je přece lepší než být v práci. 11 tisíc korun, tak šup. Honem!“ či „*Nebo pro vás je lepší práce, vydělávat peníze v práci? Tady si můžete vydělat během jednoho telefonátu 4800 korun. Tak pojdte do toho, využijte toho!*“ Zesměšňování práce za účelem obživy není příklad hodný následování, zejména když si uvědomíme, že pravděpodobnost výhry v podobné soutěži není vysoká. Slova moderátorky mohou ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost.

### a) Vymezení skutku

V případě tohoto obchodního sdělení, které je označeno jako teleshopping, je nutno konstatovat, že se jedná o reklamu ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb., konkrétně § 1 odst. 2, dle kterého se reklamou rozumí, předvedení či jiná prezentace šířená zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky.

Pokud tedy zákon č. 40/1995 Sb. hovoří ve svých ustanoveních o reklamě, pak se tato ustanovení vztahují i na teleshopping, neboť tento typ obchodního sdělení má všechny znaky reklamy, což konstatuje i definice teleshoppingu, jímž se rozumí přímá nabídka zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do rozhlasového či televizního vysílání za úplatu nebo obdobnou protihodnotu, která vyplývá z ustanovení § 2 odst. 1 písm. r) zákona č. 231/2001 Sb. Z pohledu zákona č. 40/1995 Sb., pak je zřejmé, že na předmětné obchodní sdělení jsou aplikovatelná ustanovení a tedy i požadavky tohoto zákona.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) se na svém 10. zasedání konaném ve dnech 5. a 6. června 2018 zabývala analýzou teleshoppingových bloků vysílaných na různých televizních programech v období 7. 2. – 19. 4. 2018.

*Linka lásky* je interaktivní soutěží, v níž moderátorka postupně uvádí úkoly a vyzývá diváky, aby zavolali na telefonní číslo avizované na obrazovce, odpověděli na otázku a vyhráli finanční obnos v závislosti na tom, jak je hra těžká. Vizuální stránka studia, ve kterém poskytovatel službu natáčí, odpovídá tradiční představě o tom, jak má podobná interaktivní hra vypadat: moderátorka (ve všech záznamech žena) stojí u stolku ve studiu, jehož vzhled se mění podle aktuální hry. V některých případech je obrazovka zaplněna animacemi a moderátorka využívá prostor malého okénka vlevo (např. záznam č. 1), jindy se pohybuje ve větším prostoru spolu s tabulí, na kterou píše odpovědi diváků (např. č. 3). Kromě přepojení do studia mají diváci možnost poslouchat blíže nespecifikované poradce a horoskopy lásky.

Na obrazovce jsou celou dobu přítomna telefonní čísla do studia (pro volající z České republiky, Slovenské republiky a dále infolinka) a ceny hovoru – 90 Kč, resp. 2 € za minutu volání, dále nápis „VOLEJTE TEĎ NAŠÍ LINKU LÁSKY“, zadání právě probíhající soutěže a aktuální výše výhry. V průběhu soutěže se na obrazovce objevují i nápisy jako „TĚŽKÁ HRA“ nebo „ZAVOLEJTE TEĎ!“, různé animace (např. padající mince) apod. V dolní části běží po celou dobu tzv. kraul, který oznamuje:

*Zavolejte na 909 90 90 99! Cena hovoru je 90 Kč/min vč. DPH (Technický agregátor Advanced Telecom Services s.r.o.). Ze Slovenské republiky 0900 700 969! Cena hovoru je 2 €/min vr. DPH (Technický agregátor Slovanet, a.s.). Volající, který odpoví správně na otázku ve studiu, bude mít možnost vyhrát pouze 3x v jednom měsíci. Přesný počet výher v každém měsíci se bude evidovat u každého výherce, podle jeho jména a telefonního čísla. Vyplacené budou pouze první 3 částky v daném měsíci. Pravidla soutěže najdete na [www.rychlahra.org](http://www.rychlahra.org) a [www.calltv.com/linkalasky/](http://www.calltv.com/linkalasky/). V dnešním pořadu Linky Lásky můžete na telefonní lince mluvit s našimi poradci, poslouchat horoskopy lásky a získat spoustu peněz. Podle podmínek hry, může volající, který zavolá na linku 909 90 90 99 a je přepojen do studia a odpoví správně na otázku, získat zajímavou peněžitou výhru. Budte to právě Vy, kdo bude dnes bohatší o spoustu peněz.*

Ve vytýkaném obchodním sdělení moderátorka několikrát přirovnává možnost výhry v soutěži k výdělků, který lidé získávají za odvedenou práci: „4500 korun. No není to hezká představa? A ta může být reálná. Nepůjdete potom už do práce. Do neděle volno, no úžasný, co říkáte?“ (00:21:44 hod)

„Nebo pro vás je lepší práce, vydělávat penízky v práci? Tady si můžete vydělat během jednoho telefonátu 4800 korun. Tak pojdte do toho, využijte toho!“ Poté s úsměškem dodala: „No asi se těšíte do práce...“ (00:22:33 hod)

„Kdo bude ten šťastný? Kdo si udělá volno až do neděle a už nepůjde do práce?“ (00:28:56 hod)  
„11 tisíc korun za správnou odpověď hned je vašich. Pojdte si je vydělat, to je přece lepší než být v práci. 11 tisíc korun, tak šup. Honem!“ přičemž se v pozadí ozval zvukový efekt připomínající skandování diváků. (01:28:40 hod)

„No tak asi, vy radši chodíte do práce. Vám se v práci moc líbí... Vy si tady můžete vydělat 11 tisíc korun a tuto šanci nevyužijete? Jak je toto možný?“ (01:31:25 hod)  
Neustálé používání slovesa „vydělat“ v souvislosti s vítězstvím v soutěži považujeme za značně problematické. Moderátorka přirovnávala zavolání na speciálně zpoplatněnou službu k zaměstnání, dokonce explicitně uváděla, že se jedná o rychlejší a „lepší“ způsob získání peněz. Diváci mohli nabýt dojem, že se jedná o snadnou výhru a do studia zavolat i z toho důvodu, aby popřeli posměšná slova moderátorky o tom, že „radši chodí do práce“.

Na tvrzení, která měla za úkol motivovat diváky k zavolání, tzv. je „vyhecovat“, vyprovokovat, lze nazvat nanejvýš diskutabilními. Jedná se o argumenty, jež napadají samotnou lidskou potřebu seberealizace a aktivity. Zvláště z perspektivy fungování celé společnosti je lze považovat za vysoce nemorální. Představa hry jako legitimního způsobu „vydělávání“ peněz a zesměšňování práce za účelem obživy není příklad hodný následování, zejména když si uvědomíme, že pravděpodobnost výhry v podobné soutěži není vysoká.

Z výše zmíněných důvodů Rada rozhodla o zahájení řízení pro možné porušení § 2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., podle něhož reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí obsahovat jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní cítění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost,

snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu. Reklama nesmí napadat politické přesvědčení.

Pojem dobré mravy je tzv. neurčitým právním pojmem. Jak je uvedeno v rozsudku Nejvyššího správního soudu vydaném ve věci sp. zn. 2 As 11/2003, „... neurčité právní pojmy zahrnují jevy nebo skutečnosti, které nelze s úspěchem zcela přesně právně definovat. Jejich obsah a rozsah se může měnit, často bývá podmíněn časem a místem aplikace normy. Zákodárce tak vytváří správnímu orgánu prostor, aby posoudil, zda konkrétní případ patří do rozsahu neurčitého pojmu či nikoli. Mnohdy mu dává vodítko tím, že se snaží uvést co nejvíce charakteristických znaků věci nebo jevů, které má neurčitý právní pojem zahrnovat.“

Rada byla toho názoru, že by obchodní sdělení mohlo být v rozporu s dobrými mravy, tedy s § 2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. Důvodem je rétorika použitá v analyzovaném teleshoppingovém bloku, podle níž je lepší a jednodušší zúčastnit se nabízené soutěže než pracovat za účelem výtěžku.

### **Průběh řízení o přestupku:**

Řízení bylo zahájeno dne 26. 7. 2018 pod sp. zn. RRTV/2018/659/had. Rada provedla dne 7. listopadu 2018 důkaz ohledáním (zhlédnutím záznamu) dle § 54 správního řádu. Ukončení dokazování bylo provedeno prostřednictvím usnesení č. j. RRTV/2169/2019-had vypraveného dne 13. 2. 2019.

### **Vyjádření účastníka**

V průběhu řízení o přestupku bylo dne 15. 8. 2018 doručeno vyjádření účastníka k předmětu řízení, přičemž odmítl zodpovědnost s odůvodněním, že není zadavatelem obchodního sdělení, které zakoupil od jiné společnosti.

i. Předně uvádíme, že my nejsme tvůrci předmětného teleshoppingového pořadu. Tento pořad jsme koupili od společnosti Kindy Management Lt. Tato společnost pro nás pořad vyrábí. Tato společnost má od nás jednoznačné pokyny k tomu, aby veškeré vyráběné pořady byly v souladu s platnou legislativou ČR. Pokud bychom tedy přistoupili na to, že by snad daný pořad nebyl v pořádku, což však s ohledem na níže uvedenou argumentaci zcela popíráme, tak naše odpovědnost není dána, neboť zpracovatel by v takovém případě nedodržel při zpracování reklamy naše pokyny a v důsledku tohoto mohlo dojít k porušení zákona. Naše společnost tedy nenese za obsah a výrobu daného pořadu jakoukoliv odpovědnost. Přes výše uvedené však trváme na tom, že předmětný pořad není v rozporu se zákonem.

ii. Závěry, které RRTV učinila po zhlédnutí daného pořadu, nejsou správné. Zdůrazňujeme, že nedošlo k žádnému porušení zákona a vyklad RRTV je zcela zjevně nepatřičný. Předně sdělujeme, že nelze předpokládat, že by kdokoliv, kdo sleduje tento pořad, přestal chodit do práce a koncentroval se pouze na vidinu získání výhry. U těchto soutěží je taková možnost naprosto vyloučená. Každý, kdo se rozhodne tohoto pořadu zúčastnit, tak je jednoznačně motivován vidinou „jednoduché“ peněžitě výhry. To je smysl každé hry, ve které lze vydělat peníze. To samé platí pro sportku, pro sázení na fotbalové zápasy, některé vědomostní soutěže, spotřebitelské soutěže, apod. Výklad rady by vedl k závěru, že by se všechno toto mělo zakázat, protože tyto hry jsou nemravné a vítězové přestávají chodit do práce. Rovněž ani nevidíme nic nemravného na tom, že pokud by soutěžící vyhrál, tak si může vzít volno v práci. Když by soutěžící vyhrál, tak mu přeci nikdo nemůže vyčítat to, že si vezme dobrovolně volno v práci. Je to běžná reakce na

výhru a názor RRTV nepochopitelný. Proč by mělo být něco takového pro vítěze nebo společnost škodlivé?

iii. Rovněž nám RRTV nemůže v žádném případě klást za vinu to, že se diváky snažíme motivovat účastnit v soutěži. Jsme obchodní společností, která podniká a děláme to mimo jiné proto, abychom vydělali peníze. To je asi motivací všech podnikatelů - vydělávat peníze. Pokud by totiž do pořadu nikdo nevolal, tak peníze nevyděláme. K motivaci právě slouží moderátorka, která však rozhodně nemotivuje občany jakkoliv nemravně a vše probíhá v souladu platnými zákony. V neposlední řadě se krátce vyjadřujeme ke tvrzení RRTV, že jsme nesprávně použili v soutěži slovo vydělávat. Proti tomuto se zásadně ohrazujeme. Sloveso „vydělat“ se běžně používá v soutěžních pořadech. Jak vyplývá se slovníku spisovné češtiny, sloveso vydělat se nepoužívá pouze pro získání peněz pracovní činností, ale lze jej užít i v jiných souvislostech (opatřit si na úhradu něčeho, vyzískat na něčem peníze,...). Přeci tím, že člověk vyhraje v soutěži peníze, tak přeci výhrou peníze vydělá - zvýší se mu příjem (výdělek). Takto to i standardně chápou všichni běžní lidé.

iv. Ustanovení zák. č. 40/1995 Sb., které jsme měli dle RRTV porušit, v sobě zahrnuje neurčitý pojem - dobré mravy. Dobré mravy jsou takové mravy, které respektují všechny společenské, kulturní a mravních normy, jež v historickém vývoji osvědčují jistou neměnnost, vystihují podstatné historické tendence, jsou sdíleny rozhodující částí společnosti a mají povahu norem základních. Reklama tedy nesmí obsahovat zejména jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní cítění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu. V reklamách není možno užívat témata jako smrt, bolest, homosexualita, sex apod. Pokud zákon mluví o prvcích ohrožujících mravnost nepřijatelným způsobem, má na mysli především mravnost v obecnějším významu tohoto slova. Zřejmě půjde o takové způsoby jednání, na jejichž odsudku se shodne naprosto převažující většina společnosti (např. reklama využívající prvky „tvrdé pornografie“). Reklama, která z hlediska představ o mravnosti vyvolá různá možná hodnocení, by neměla být postihována jako reklama, jež ohrožuje mravnost obecně nepřijatelným způsobem. Příkladem obecně nepřijatelné reklamy může být např. nevhodné použití náboženského nebo biblického motivu. To však neznamená, že každé využívání takového motivu v reklamě by mělo být nepřipustné. Představy o mravnosti mohou být navíc velmi odlišné v jednotlivých zemích i mezi jednotlivými skupinami občanů. Existují rovněž reklamy, které nejsou v rozporu s dobrými mravy, ale mohou být označeny za „reklamy proti dobrému vkusu“. Reklama proti dobrému vkusu není reklamou protiprávní a z tohoto důvodu není právně relevantně sankcionována, ale je sankcionována pouze např. veřejným míněním. Jak uvádí i NSS ve svém rozhodnutí, čj. 5 As 32/2007 - 83, ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy dopadá především na mravnost v obecnějším významu tohoto slova. V takovém případě půjde tedy o takové způsoby jednání, na jejichž odsouzení se shodne naprosto převažující většina společnosti. Vzhledem k tomu, jak jsou výherní typy pořadu u nás rozšířené a oblíbené, nedomníváme se, že by naše společnost účast v soutěži a případnou výhru brala jako nemravnou. Většina lidí neodmítne účast v soutěži a možnost rychlé výhry jenom proto, že by výhra byla nemravná a on si raději dané peníze „vydělá“ v práci.

v. V zákoně č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník, je v § 4 napsáno, že každá svéprávná osoba má rozum průměrného člověka i schopnost užívat jej s běžnou péčí a opatrností a že to každý od ní může v právním styku důvodně očekávat. Důvodová zpráva k tomuto ustanovení říká, že toto ustanovení slouží k ochraně třetích osob. Člověk s průměrným rozumem naprosto jasně chápe, že rozhodně účast v soutěžním pořadu a případná výhra (která navíc není nijak závratná), takového člověka nijak nezabezpečí a tedy není jakýkoliv důvod přestat chodit do práce. Je přeci v zájmu každého z nás vydělávat peníze prací a jako přílepkou každý z nás může zkoušet účastnit se soutěžních pořadů, ve kterých může vyhrát peníze. Odkaz na civilně právní

úpravu dáváme jenom jako příklad a jako případné vodítko, když nemůže být přímo aplikovatelná na správní předpisy.

vi. Máme jednoznačně za to, že se i ve správním řízení použije zásada in dubio pro reo - viz. rozhodnutí NSS, č.j. 7 As 115/2012-25: „V přestupkovém právu se uplatňují stejné zásady jako v trestním právu, zejména zásada presumpce nevinny, zásada in dubio pro reo, zásada postihu za zaviněné jednání (nikoli jen za způsobení škodlivého následku). Z toho vyplývá, že pouze v případě, bylo-li prokázáno, že byly naplněny všechny znaky skutkové podstaty přestupku, může správní orgán uložit za jeho spáchání sankci (srov. např. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 24. 5. 2006, č. j. 2 As 46/2005 - 55, www.nssoud.cz). V řízení o přestupku se proto nelze spokojit s tím, že skutečnost, že obviněný se dopustil přestupku, je pravděpodobná, nebo dokonce nejpravděpodobnější verzí skutkového stavu. Není-li mimo jakoukoliv pochybnost prokázáno, že byly naplněny všechny znaky skutkové podstaty přestupku, nemůže být učiněn závěr, že byl spáchán přestupek (zásada in dubio pro reo). Jak již zdůraznil Nejvyšší správní soud v rozsudku ze dne 22. 1. 2009, č. j. 1 As 96/2008 - 115 publ. pod č. 1856/2009 Sb. NSS a na www.nssoud.cz „ v přestupkovém řízení správní orgán rozhoduje o vině přestupce a o trestu za přestupek; zkoumá se tu tedy oprávněnost trestního obvinění v širším slova smyslu, jak je chápe čl. 6 odst. 1 Úmluvy o ochraně lidských práv a základních svobod (publikována pod č. 209/1992 Sb.; dále jen „ Úmluva“). Jak judikatura opakovaně dovodila, platí pro správní trestání obdobné principy jako pro trestání soudní.“ Je zcela evidentní, že v našem řízení není mimo jakoukoliv pochybnost prokázáno, že jsme se deliktu dopustili. Je nemožné prokázat, že bychom odvysíláním daného pořadu mohli ohrožovat mravnost společnosti a to právě s ohledem na výše uvedenou argumentaci. III. Na závěr uvádíme, že v případě, že uvedené řízení nebude s ohledem na naši argumentaci zastaveno, tak se nevzdáváme účasti na dokazování a rovněž se nevzdáváme práva na vyjádření se k podkladům.

### **Správní uvážení Rady:**

#### **Ke skutkovým tvrzením účastníka předkládá Rada následující vyjádření:**

Ad i)

Z uvedeného tvrzení nikterak nevyplývá, že by účastník nenaplnil dikci zadavatele reklamy ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb. Tím, že zadal zpracování předmětného obchodního sdělení, nedochází k liberaci zodpovědnosti za obsah obchodního sdělení.

Ad ii) a iii)

Účastník sděluje, že nelze předpokládat, že by kdokoliv, kdo sleduje tento pořad, přestal chodit do práce a koncentroval se pouze na vidinu získání výhry. S tímto argumentem by bylo možno souhlasit, pokud by gamblerství nebylo jedním ze zásadních nebezpečí spojených se závislostmi. Motivace ke snadné výhře může vyvolat zcela nečekané chování a impulsy.

Samozřejmě nelze očekávat, že někdo opustí své zaměstnání, tento argument je ryze demagogický a zavádějící. Podstatné je, že jedinec vynaloží určitou (nemalou) částku za telefonní hovor, aby „zkusil“ své štěstí, přičemž lákání na snadnost výhry je zcela v rozporu se stávajícím pojetím regulace obchodních sdělení na hazardní hry.

Tvrdí-li obviněný, že obdobným případem je i Sportka, sázení, či vědomostní soutěže, pak nelze souhlasit. Pro oblast reklamy na hazardní hry platí poměrně přísná regulace obsažená v § 5j zákona o regulaci reklamy, například mimo jiné povinnost, že reklama podněcující k účasti na hazardní hře nesmí obsahovat sdělení, z něhož lze nabyt dojmu, že účast na hazardní hře může být zdrojem finančních prostředků obdobným získávání příjmů ze závislé, samostatné nebo jiné obdobné činnosti.

Ad iv)

Předmětem vytýkaného jednání, není, jak tvrdí obviněný, „*klást za vinu to, že se diváky snažíme motivovat účastnit v soutěži.*“ Předmětem vytýkaného skutku je přirovnání možnosti výhry v soutěži k výdělku, přičemž dochází k poměrně pejorativnímu vyjadřování k „chození do práce“.

„Nebo pro vás je lepší práce, vydělávat peníze v práci? Tady si můžete vydělat během jednoho telefonátu 4800 korun. Tak pojdte do toho, využijte toho!“ Poté s úsměškem moderátorka dodává: „No asi se těšíte do práce...“ (00:22:33 hod)

Pojďte si je vydělat, to je přece lepší než být v práci. 11 tisíc korun, tak šup. Honem!“ přičemž se v pozadí ozval zvukový efekt připomínající skandování diváků. (01:28:40 hod)

„No tak asi, vy radši chodíte do práce. Vám se v práci moc líbí... Vy si tady můžete vydělat 11 tisíc korun a tuto šanci nevyužijete? Jak je toto možný?“ (01:31:25 hod)

Na tvrzení, která měla za úkol motivovat diváky k zavolání, tzv. je „vyhecovat“, vyprovokovat, lze nazvat nanejvýš diskutabilními. Jedná se o argumenty, jež napadají samotnou lidskou potřebu seberealizace a aktivity. Zvláště z perspektivy fungování celé společnosti je lze považovat za vysoce nemorální. Představa hry jako legitimního způsobu „vydělávání“ peněz a zesměšňování práce za účelem obživy není příklad hodný následování, zejména když si uvědomíme, že pravděpodobnost výhry v podobné soutěži není vysoká.

Je nutno souhlasit, že pojem dobré mravy je neurčitý právní pojem. Pokud účastník namítá, že *reklama proti dobrému vkusu není reklamou protiprávní a z tohoto důvodu není právně relevantně sankcionována*, je nutno (co do obecnosti) souhlasit s uvedeným argumentem. Je však otázkou, nakolik je uvedená reklama za hranicí vkusu, či za hranicí nezákonného chování. Daný případ již nelze hodnotit pouze prizmatem vkusu.

Účastník zcela správně odkazuje na rozhodnutí NSS čj. 5 As 32/2007 - 83, přičemž cituje: „*Ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy dopadá především na mravnost v obecnějším významu tohoto slova. V takovém případě půjde tedy o takové způsoby jednání, na jejichž odsouzení se shodne naprosto převažující většina společnosti.*“ O právě takovou situaci se v daném případě jednalo. Výzva k tomu, aby výdělek získaný prací byl nahrazen „snadnou výhrou“, je možné interpretovat jako podbízění k hraní hazardní hry. Takové podbízění je jednáním, které je zcela bez pochybností v rozporu s mravností, jak ji chápe naše společnost.

Ad v)

Daný odkaz je v této věci zcela irrelevantní. Teleshopping byl v rozporu s dobrými mravy. V daném kontextu je zcela lhostejné, zda konzumentem daného problematického obchodního sdělení byl pouze průměrný spotřebitel, který chápe, že jej výhra ze soutěže finančně nezabezpečí. Podstatný je aspekt apelu, který dehonestuje práci a osoby, které práce živí, a který hodnotí účast ve hře jako akceptovatelnou alternativu k práci.

Na základě uvedeného dospěla Rada k závěru, že zadáním reklamy/teleshoppingu Linka lásky vysílaného dne 7. února 2018 v čase od 12.15 hodin na programu KINO BARRANOV, došlo k porušení povinnosti stanovené § 2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., neboť se nepatřičně srovnává získávání finančních prostředků z pracovní činnosti a potenciální výhru v interaktivním teleshoppingu, současně moderátorka opakovaně zesměšňovala diváky, kteří se rozhodnou jít do práce místo toho, aby zavolali na speciálně zpoplatněnou linku (90 Kč/min, resp. 2 €/min), a vyvolávala dojem, že je získání výhry snadné a lepší než chodit do práce. Mj. uvedla: „*11 tisíc korun za správnou odpověď hned je vašich. Pojdte si je vydělat, to je přece lepší než být v práci.*“

*11 tisíc korun, tak šup. Honem!*" či „*Nebo pro vás je lepší práce, vydělávat peníze v práci? Tady si můžete vydělat během jednoho telefonátu 4800 korun. Tak pojďte do toho, využijte toho!*" Zesměšňování práce za účelem obživy není příklad hodný následování, zejména když si uvědomíme, že pravděpodobnost výhry v podobné soutěži není vysoká. Slova moderátorky ohrožují obecně nepřijatelným způsobem mravnost

Rada na základě výše uvedeného uznala společnost Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III,195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566 vinnou pro porušení povinnosti stanovené § 2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., zadáním reklamy/teleshoppingu Linka lásky vysílaného dne 7. února 2018 v čase od 12.15 hodin na programu KINO BARRANDOV, který je v rozporu s dobrými mravy.

Rada dle ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., rozhodla uložit pachateli Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III,195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566 za spáchání uvedeného přestupku trest ve formě napomenutí, kterým se pachatel výslovně upozorňuje na důsledky svého protiprávního jednání, které mu hrozí v případě opakování výše uvedeného protiprávního jednání, a to peněžitý trest. Pachateli je možné v budoucnu uložit pokutu ve výši 2 000 000 Kč.

V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada účastníku řízení povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíckorun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2018659, úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

## **Poučení:**

Proti tomuto usnesení není dle § 66 zákona č. 231/2001 Sb. možno podat žalobu.

**Ivan Krejčí**  
předseda Rady  
pro rozhlasové a televizní vysílání  
elektronicky podepsáno