



# Film a právní regulace médií, včetně audiovizuální reklamy

Ivan David

# Pojem „médiu“

- **Médiu** = z lat. „medium“, tedy *nacházející se uprostřed, prostřední, střední*.
- **Médiu** můžeme v současnosti chápat v těchto významech (dle O. Pouperové):
  - **Nosič informací.** Umožňuje, aby se informace objektivizovala, tj. stala se seznatelnou i pro třetí osoby, vyjma jejího původce.
  - **Prostředek komunikace.** Umožňuje výměnu informací = komunikační kanál.
  - **Nositel a šířitel kultury.** Umožňuje vytváření a šíření kultury. Samo je prvkem kultury.
  - **Sociální instituce.** Umožňuje naplnit určité specifické úkoly ve vztahu ke společnosti i k jednotlivcům: utváření názorů, působení na kulturní úroveň a vzdělanost, ovlivňování atmosféry ve společnosti i pocitů jednotlivců (spokojenost X nespokojenost se situací jedince ve společnosti).
  - **Ekonomická entita.** Umožňuje fungování mediálního trhu, jehož je samo součástí: Produkuje, zpracovává a distribuuje informace jako hospodářský subjekt zaměřený na zisk.

# Pojem „mediální právo“

- Souhrn právních předpisů regulujících provozování médií.
- Obdobně jako filmové právo, ani mediální právo není kodifikováno do jednoho předpisu.
- Jde především normy z oblasti práva veřejného, zejména správního – z toho důvodu má většina těchto norem kogentní charakter.
- Zahrnuje normy hmotněprávní (vlastní materiální práva a povinnosti účastníků mediálního trhu – adresátů norem) i procesněprávní (např. postup při výkonu kontroly nositelů povinností, fungování mediálních rad, licenční řízení s TV vysílateli...).
- Moderní a specializované mediální zákony se na našem území začínají objevovat po roce 1848, zejména:
  - **zák. č. 3/1863 ř.z., o tisku** – v účinnosti až do roku 1950. Vztahuje se „*netoliko k věcem tištěným lisem tiskařským, ale také k plodům literatury a umění, rozmnoženým jakýmikoli prostředky mechanickými nebo chemickými*“ (§ 4). Institut „odpovědného redaktora“.
  - **Zák. č. 4/1863 ř.z., o řízení trestním ve věcech tiskových.** Zavedení spec. tiskových soudů.

# Přehled hlavních mediálních zákonů

- Zák. č. 483/1991 Sb., o České televizi.
- Zák. č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlase.
- Zák. č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři.
- Zák. č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích.
- Zák. č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.
- Zák. č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku (tiskový zákon).
- Zák. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání (tzv. vysílací nebo též mediální zákon).
- Zák. č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti.
- Zák. č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích.
- Zák. č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích.
- Zák. č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání.
- Zák. č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizi).

# Televizní vysílání

- **Televizní (resp. rozhlasové) vysílání** je (§ 2 vysílacího zákona):
  - poskytování **pořadů** a dalších částí vysílání uspořádaných v rámci programu, včetně služeb přímo souvisejících s programem, provozovatelem vysílání **veřejnosti**
  - prostřednictvím **sítí elektronických komunikací**
  - v podobě **chráněné nebo nechráněné** podmíněným přístupem
  - za účelem **simultánního** sledování pořadů a dalších částí vysílání.
- Jde tedy pouze o sdělování pořadů veřejnosti – individuálně neurčené mase recipientů.
- Jde současně pouze o tzv. lineární audiovizuální mediální službu = divák nemůže ovlivnit začátek běhu programu ani vysílací schéma.
- Vysílání „sítí elektronických komunikací“ zahrnuje *klasické (terestriální), satelitní, kabelové* i (až od roku 2010!) *internetové* vysílání.
- Regulaci vysílacím zákonem nepodléhá „vysílání, které nemá povahu činnosti především hospodářské nebo které nesoutěží s televizním vysíláním“ (§ 2 odst. 5 vys. zák.).

- **Základní dělení provozovatelů TV vysílání (§ 3 vysílacího zákona):**
  - provozovatel vysílání ze zákona – aktuálně pouze **Česká televize**;
  - provozovatel vysílání s licenci – všichni ostatní (tzv. komerční) provozovatelé, mimo jiné **CET 21 spol. s r.o.** (TV NOVA apod.), **FTV Prima, spol. s r.o.** (TV Prima apod.), **Barrandov Televizní Studio a.s.** (TV Barrandov apod.).
- Původně v evropských státech běžný **monopol jediného vysílatele** (ze zákona). Rozsudek ESLP *Informationsverein Lentia a další proti Rakousku* (1993): porušení čl. 10 Úmluvy, neb státní monopol již není *opatřením v demokratické společnosti nezbytným*.
- Licenci uděluje Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) v tzv. **licenčním řízení**:
  - Nejpřísnější typ řízení pro účast na mediálním trhu (**X** pouhá evidence – periodický tisk, AVMS na vyžádání, registrační řízení – převzaté TV vysílání). Zákon **pouze obecně stanoví kritéria**, které RRTV bere v potaz při hodnocení uchazečů o licenci, např.: *ekonomická, organizační a technická připravenost žadatele k zajištění vysílání, transparentnost vlastnických vztahů ve společnosti žadatele, přínos programové skladby navrhované žadatelem* atd.
  - Na udělení licence tedy **není právní nárok**, je **nepřevoditelná** a lze **prodloužit jen 1x**.
  - Prostřednictvím licence stát rozhoduje nejenom o tom, **kdo smí vysílat**, ale částečně též o tom, **co bude vysílat**.

## Základní práva a povinnosti všech TV vysílatelů (§ 31 + 32 vysílacího zákona):

- Provozovatel oprávněn vysílat programy **svobodně a nezávisle**. Do jejich obsahu lze zasahovat pouze na základě zákona a v jeho mezích.
- Vysíláním musejí být poskytovány **objektivní a vyvážené informace** nezbytné pro svobodné vytváření názorů (**X** *stranickost médií* běžná před 2. sv. válkou). = Povinnost předložit divákovi všechny relevantní informace pro vytvoření vlastního názoru. (Nevylučuje tedy úplně určitou míru *přehánění, zjednodušení* či předkládání *subjektivních názorů* redakce.)
- **Názory nebo hodnotící komentáře musí být odděleny** od informací zpravodajského charakteru.
- Provozovatel povinen zajistit, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad **objektivity a vyváženosti** a zejména **nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována** žádná *politická strana nebo hnutí*, popřípadě *jejich názory* nebo *názory jednotlivých skupin veřejnosti*, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.
- **Provozovatel vysílání nese odpovědnost za obsah vysílání**, až na zákonem stanovené výjimky (odpovědnost *zadavatele reklamy* za její pravdivost, odpovědnost *politické strany* za obsah předvolebního klipu – viz *kontroverzní rozhodnutí ředitele ČT, spot Národní strany 2009*).

Provozovatel dále mimo jiné povinen:

- zajistit, aby vysílané pořady nepropagovaly válku nebo neličily krutá nebo jinak nelidská jednání takovým způsobem, který je jejich zlehčováním, omlouváním nebo schvalováním.
- zajistit, aby vysílané pořady nepodněcovaly k nenávisti z důvodu *pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, politického nebo jiného smýšlení, národního nebo sociálního původu, příslušnosti k národnostní nebo etnické menšině, majetku, rodu nebo jiného postavení.*
- nezařazovat do vysílání (v jakémkoliv čase!) pořady, které mohou vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých zejména tím, že obsahují **pornografii** (nejasná distinkce pornografie **X** erotika) a **hrubé samoučelné násilí**.
- bezdůvodně nezobrazovat osoby umírající nebo *vystavené těžkému tělesnému nebo duševnímu utrpení způsobem snižujícím lidskou důstojnost.*
- nezařazovat v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých (výjimka pro převz. vys.).
- nezařazovat do programů pořady a reklamy, které obsahují vulgarismy a nadávky, kromě uměleckých děl, v nichž je to z hlediska líčeného kontextu nutné; taková díla je však možné vysílat pouze v době od 22.00 hodin do 06.00 hodin druhého dne.
- nezařazovat do programů pořady, které mohou utvrzovat stereotypní předsudky týkající se *etnických, náboženských nebo rasových menšin.*

## **Právo na odpověď** (§ 35 vysílacího zákona)

- Právo žádat odpověď, pokud ve vysílání bylo uveřejněno sdělení obsahující **skutkové tvrzení**, které se dotýká *cti, důstojnosti nebo soukromí určité fyzické osoby* anebo *jména nebo dobré pověsti určité právnické osoby*.
- Sama odpověď se musí omezit pouze na uvedení skutkového tvrzení na pravou míru.

## **Právo na dodatečné sdělení** (§ 36 vysílacího zákona)

- Právo FO i PO žádat zveřejnění informace o konečném výsledku trestního nebo správního řízení týkajícího se této osoby, o němž bylo referováno v TV vysílání.

### Společná pravidla pro právo na odpověď + dodatečné sdělení

- Po smrti právo připadne *manželovi a dětem* (není-li dětí, pak *rodičům*).
- **Žádost o uveřejnění** odpovědi/dodatečného sdělení musí být písemná a musí být doručena provozovateli vysílání do 30 dní od uveřejnění sdělení/skončení řízení.
- Součástí žádosti musí být přesný návrh znění odpovědi/dodatečného sdělení.
- Provozovatel povinen do 8 dnů od doručení žádosti na vlastní náklady zveřejnit ve *stejném pořadu, ve stejně hodnotném vysílacím čase, ve stejně hodnotné formě*.
- Nezveřejní-li ve lhůtě, možno podat do 15 dnů poté **žalobu**.

## Ochrana zdroje a obsahu informací (§ 41 vysílacího zákona)

- Kdokoliv se podílel na získávání nebo zpracování informací pro uveřejnění v TV vysílání, má právo soudu či jinému státnímu nebo správnímu orgánu **odepřít poskytnout informaci** o obsahu a původu těchto informací + *předložit nebo vydat odpovídající věc.*
- **Výjimky** stanovené trestním zákoníkem (povinnost *nenadržovat* pachateli trestného činu + povinnost *oznámit* a *překazit* některé trestné činy + některé *procesní výjimky*).

## Podpora evropské tvorby ve vysílání (§§ 42 - 47 vysílacího zákona)

- **Evropské dílo** = dílo pocházející z EU + některá další díla za zvláštních podmínek.
- Provozovatel povinen na každém svém kanále vyhradit nadpoloviční podíl celkového vysílacího času pro evropská díla. (Nezapočítává se však čas pro *zpravodajství, sport, soutěže, teletext, reklamu a teleshopping.*)
- Min. **10 % celkového vys. času** musí být vyhrazeno pro **nezávislou** evr. tvorbu = považováno za splněné i tehdy, pokud provozovatel min. **10 % programového rozpočtu** vynakládá na výrobu nebo nákup takových nezávislých evropských děl.
- Min. **10 % ze všech evropských děl** musí být vyrobena nezávislými výrobci a současně nebýt starší než 5 let.

## **Zvláštní povinnosti České televize (vysílací zákon + zákon o ČT), mimo jiné:**

- Povinnost sestavovat programovou skladbu tak, aby ve svém vysílání poskytovala vyváženou nabídku pro všechny obyvatele se zřetelem na jejich věk, *pohlaví, barvu pleti, víru, náboženství, politické či jiné smýšlení, národnostní, etnický nebo sociální původ a příslušnost k menšině.*
- Programy a pořady musejí odrážet rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit vzájemné porozumění a toleranci a podporovat soudržnost pluralitní společnosti.
- Povinnost přispívat k právnímu vědomí obyvatel České republiky.
- Povinnost rozvíjet kulturní identitu obyvatel České republiky včetně příslušníků národnostních nebo etnických menšin.
- Povinnost vytvářet archivní fondy, udržovat je a podílet se na jejich využívání jako součásti národního kulturního bohatství.
- Povinnost podporovat českou filmovou tvorbu a kulturní projekty.

## Hlavní zdroj financování těchto činností ČT – **televizní poplatky** (zák. č. 348/2005 Sb.):

- V podstatě zvláštní druh daně z majetku: Platí za jakékoliv *zařízení technicky způsobilé k individuálně volitelné reprodukci (terestriálního, kabelového nebo satelitního) vysílání* – výjimka pro mobily.
- Naproti tomu poplatky pro OSA/Intergram: Pouze za skutečné užívání *děll/výkonů/záznamů*.

## Dozorové orgány v oblasti TV vysílání:

- **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání („Velká rada“)** – vysílací zákon:
  - RRTV má **13 členů**, kteří jsou jmenováni předsedou vlády na návrh Poslanecké sněmovny. Nesmějí být funkcionáři politických stran a hnutí ani vystupovat v jejich prospěch.
  - Uděluje **licence** pro původní TV vysílání + provádí **registrace** převzatého TV vysílání + vede **evidenci** provozovatelů AVMS na vyžádání.
  - Dohlíží na dodržování právních předpisů regulujících TV vysílání (včetně TV reklamy) i podmínek v rozhodnutích o udělení **licence** + o **registraci**. Při nedodržení udílí sankce.
- **Rada České televize („Malá rada“)** – zákon o ČT:
  - RČT má **15 členů**, kteří jsou přímo voleni Poslaneckou sněmovnou, a to tak, *aby v ní byly zastoupeny významné regionální, politické, sociální a kulturní názorové proudy*. Návrhy kandidátů mohou předkládat odpovídající kulturní, regionální, sociální apod. organizace a sdružení.
  - Jmenuje a odvolává gen. ředitele ČT + na jeho návrh **ředitele televizních studií**.
  - Dohlíží na plnění úkolů veřejné služby v oblasti TV vysílání dle *zákona o ČT a Kodexu ČT*.
  - Schvaluje rozpočet ČT (včetně prostředků na podporu filmové tvorby a výroby).

# AVD na internetu - obecně

## Zák. č. 480/2004 Sb. , o některých službách informační společnosti

- Základní pravidla pro všechny **služby informační společnosti**: „*jakákoliv služba poskytovaná elektronickými prostředky na individuální žádost uživatele podanou elektronickými prostředky, poskytovaná zpravidla za úplatu*“.
- **Elektronickými prostředky** jsou mimo jiné všechny *sítě elektronických komunikací*, (zejména Internet), *elektronická komunikační zařízení* a *elektronická pošta (e-mail)*.
- Mimo jiné stanovuje specifickou odpovědnost poskytovatele služby, jež spočívá v ukládání informací (včetně audiovizuálních) poskytnutých uživatelem (např. *ulozto.cz, uschovna.cz, internetová diskusní fóra, Facebook a další elektronické sociální sítě* apod.). Takový poskytovatel **odpovídá** za obsah informací uložených na žádost uživatele **jen**
  - a) mohl-li vzhledem k předmětu své činnosti a okolnostem a povaze případu vědět, že *obsah ukládaných informací* nebo *jednání uživatele* jsou protiprávní, **nebo**
  - b) dozvěděl-li se prokazatelně o protiprávní povaze obsahu *ukládaných informací* nebo o protiprávním jednání uživatele a neprodleně neučinil veškeré kroky, které lze po něm požadovat, k odstranění nebo znepřístupnění takovýchto informací.

- Poskytovatel **odpovídá vždy** za obsah uložených informací v případě, že vykonává přímo nebo nepřímo rozhodující vliv na činnost uživatele.
- Poskytovatelé naopak **zásadně nejsou povinni**:
  - a) dohlížet na obsah jimi ukládaných informací **ani**
  - b) aktivně vyhledávat skutečnosti a okolnosti poukazující na protiprávní obsah informace.

# Video on Demand

## Zák. č. 132/2010 Sb. , o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání

- **AVMSNV je:**
  - služba informační společnosti,
  - za kterou má redakční odpovědnost poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání,
  - jejímž hlavním cílem je poskytování pořadů („*pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku*“ v katalogu pořadů) veřejnosti za účelem informování, zábavy či vzdělávání, **a**
  - která umožňuje sledování pořadů v okamžiku zvoleném uživatelem a na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání.
  
- **AVMSNV není:**
  - služba, která nemá povahu činnosti především hospodářské / nesoutěží s TV vysíláním,
  - služba, která není určena k příjmu veřejností, ani
  - služba, jejímž hlavním účelem není poskytování pořadů.

## Povinnosti provozovatelů AVMSNV – mimo jiné:

- doručit RRTV nejpozději do 30 dnů od vzniku živn. oprávnění **oznámení** pro účely evidence; v oznámení mimo jiné uvede název a den zahájení poskytování AVMSNV,
- zajistit, aby AVMSNV **neobsahovala sdělení** záměrně zpracované tak, aby mělo vliv na podvědomí fyzické osoby, aniž by jej tato osoba vědomě vnímala, a aby **nepodněcovala k nenávisti** z důvodu *pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, politického nebo jiného smýšlení, národního nebo sociálního původu, příslušnosti k národnostní nebo etnické menšině, majetku, rodu nebo jiného postavení*;
- zajistit, aby AVMSNV, jejíž obsah může vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých zejména tím, že obsahuje **pornografii a hrubé samoučelné násilí**, byla dostupná pouze tak, aby děti a mladiství neměli běžně možnost obsah této audiovizuální mediální služby na vyžádání vidět nebo slyšet,
- vyhradit pro **evropská díla** alespoň **10 %** z celkového počtu pořadů nabízených v katalogu pořadů své služby za sledované období (nezapočítávají se zpravodajské pořady, záznamy sportovních událostí a soutěžní pořady); tuto povinnost splní i tehdy, pokud alespoň 1 % z celkových výnosů vynaloží na tvorbu evropských děl či kupování licencí k nim pro AVMSNV.

# Regulace reklamy - obecně

## **Zák. č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy**

- Obecná pravidla pro **všechny druhy reklamy** ve všech typech „**komunikačních médií**“  
= „*prostředky umožňující přenášení reklamy, zejména periodický tisk a neperiodické publikace, rozhlasové a televizní vysílání, audiovizuální mediální služby na vyžádání, audiovizuální produkce, počítačové sítě, nosiče audiovizuálních děl, plakáty a letáky*“.
- **Reklama:**
  - oznámení, předvedení či jiná prezentace
  - šířené zejména komunikačními médii, a
  - 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.*
- **Zadavatel reklamy** = FO/PO, která objednala u jiné FO/PO reklamu.
- **Zpracovatel reklamy** = FO/PO, která *pro sebe nebo pro jinou* FO/PO zpracovala reklamu.
- **Šířitel reklamy** = FO/PO, která reklamu veřejně šíří.

- **Odpovědnost za reklamu** (§ 6b ZoRR):
  - **Zpracovatel** odpovídá za obsah reklamy v plném rozsahu, byla-li zpracována pro jeho vlastní potřebu. Pokud byla reklama zpracována pro potřeby jiné právnické nebo fyzické osoby, odpovídají za její soulad se zákonem *zpracovatel a zadavatel společně a nerozdílně*.
  - **Šířitel** odpovídá za způsob šíření reklamy. Šířitel je *povinen oznámit osobě, která prokáže oprávněný zájem, kdo je zadavatelem a zpracovatelem reklamy*.
  - **Zadavatel** se zproští odpovědnosti za obsah šířené reklamy, který je v rozporu se zákonem, prokáže-li, že *zpracovatel nedodržel při jejím zpracování jeho pokyny*, a v důsledku toho je obsah této reklamy v rozporu se zákonem. Zpracovatel se nemůže zprostit odpovědnosti za obsah šířené reklamy *poukazem na její zadání zadavatelem*, ledaže by se jednalo o údaje, jejichž pravdivost není schopen posoudit ani s vynaložením veškerého úsilí.
- Na dodržování zákona dohlíží několik různých subjektů – dohled nad všemi druhy reklamy šířenými v televizním vysílání svěřen RRTV.

## Obecně jsou zakázány, mimo jiné, tyto druhy reklamy (§ 2 ZoRR):

- Reklama na zboží, služby nebo jiné výkony či hodnoty, jejichž prodej, poskytování nebo šíření je v rozporu s právními předpisy.
- Reklama, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního právního předpisu; za takovou reklamu se nepovažuje umístění produktu v audiovizuálním díle nebo jiném zvukově obrazovém záznamu, splňuje-li podmínky stanovené jiným právním předpisem.
- Reklama v rozporu s dobrými mravy; reklama **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*.
- Reklama podporující chování poškozující zdraví nebo ohrožující bezpečnost osob nebo majetku, jakož i jednání poškozující zájmy na ochranu životního prostředí.

## Reklama nesmí, pokud jde o **osoby mladší 18 let** (§ 2c ZoRR):

- podporovat chování ohrožující jejich zdraví, psychický nebo morální vývoj,
- využívat jejich zvláštní důvěry vůči rodičům nebo zákonným zástupcům nebo jiným osobám,
- nevhodným způsobem je ukazovat v nebezpečných situacích.

## Specifická omezení některých druhů reklam (§ 2 ZoRR), např.:

- **Reklama na tabákové výrobky** (§ 3 ZoRR). Dnes již velice omezená – mimo jiné zcela zakázaná v televizním vysílání.
- **Reklama na alkoholické nápoje** (§ 4 ZoRR). Mimo jiné nesmí nabádat k nestřídmému užívání alkoholických nápojů anebo záporně či ironicky hodnotit abstinenci nebo zdrženlivost, být zaměřena na osoby mladší 18 let, spojovat spotřebu alkoholu se zvýšenými výkony nebo být užitá v souvislosti s řízením vozidla, vytvářet dojem, že spotřeba alkoholu přispívá ke společenskému nebo sexuálnímu úspěchu, atd.
- **Reklama na pohřební služby apod.** (6a ZoRR) mimo jiné nesmí být šířena v areálu zdravotního zařízení a zařízení sociálních služeb, nebo v souvislosti s informováním o smrti.

## Samoregulace v oblasti reklamy: **Kodex reklamy** vydávaný **Radou pro reklamu**

- Přísnější regulace oproti ZoRR. Např. specifický zákaz *popírat či znevažovat tradice, zvyky a symboly, které jsou v České republice obvyklé (Ježíšek, mikulášské a velikonoční zvyky apod.)* nebo zákaz *tvrdit nebo naznačovat, že alkoholický nápoj je konzumován příslušníky náboženské skupiny, která svým členům zakazuje požívání alkoholu*.
- Možnost každého dávat stížnosti k **Arbitrážní komisi RPR**: Obecně respektovaná.

## **Soukromoprávní reg. reklamy právem proti nekalé soutěži** (§ 2976 a násl. ObčZ)

Mimo jiné zakázána:

- **Klamavá reklama** (§ 2977 ObčZ). Reklama, která „klame nebo je způsobilá klamat podáním nebo jakýmkoli jiným způsobem osoby, jimž je určena nebo k nimž dospěje, a tím i zřejmě způsobilá ovlivnit hospodářské chování takových osob“.
- **Nedovolená srovnávací reklama** (§ 2980 ObčZ). Mimo jiné požadavek srovnávat objektivně jednu nebo více *podstatných, důležitých, ověřitelných a příznačných* vlastností zboží nebo služeb + nezlehčovat soutěžitele, jeho *postavení, jeho činnost* nebo její výsledky nebo jejich *označení* ani z nich nekalým způsobem netěžít.

# Regulace reklamy – TV vysílání

## **Speciální regulace obchodních sdělení ve vysílacím zákoně**

### **Obchodní sdělení:**

- **Reklama.** Jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplatu, včetně nemovitého majetku, práv a závazků.
- **Teleshopping.** Přímá nabídka zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do televizního vysílání za úplatu nebo obdobnou protihodnotu.
- **Sponzorování.** Jakýkoliv příspěvek od osoby, která neprovozuje rozhlasové nebo televizní vysílání, neposkytuje audiovizuální mediální služby na vyžádání, ani nevyrábí audiovizuální díla, poskytnutý k přímému nebo nepřímému financování rozhlasového nebo televizního programu nebo pořadu s cílem propagovat své jméno nebo název, ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz na veřejnosti.
- **Umístění produktu.** 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.

## Obecná omezení týkající se všech obchodních sdělení v TV vysílání

Provozovatelé vysílání nesmějí zařazovat do vysílání (§ 48 vys. zák.), mimo jiné:

- obchodní sdělení, v nichž účinkují hlasatelé, moderátoři a redaktori zpravodajských a politicko-publicistických pořadů,
- náboženská a ateistická obchodní sdělení,
- obchodní sdělení politických stran a hnutí a obchodní sdělení nezávislých kandidátů na poslance, senátory, prezidenta republiky nebo členy zastupitelstva územního samosprávného celku, *pokud zvláštní zákon nestanoví jinak.*

Reklamy a teleshopping dále podléhají např. **těmto společným povinnostem:**

- Musejí být snadno rozeznatelné + zřetelně *zvukově, obrazově* nebo *zvukově-obrazově* nebo *prostorovými prostředky oddělené od ostatních částí vysílání.*
- Jejich zařazením do pořadu nesmí být narušena celistvost pořadu, ani práva nositelů práv tím, že nezohlední přirozené přestávky, dobu trvání a povahu pořadu.
- Zákaz *filmy vyrobené pro televizi, kinematografická díla a zpravodajské pořady* přerušovat reklamou nebo teleshoppingovými šoty více než jednou za každý plánovaný časový úsek v trvání alespoň 30 minut.

## **Umístění produktu (§ 53a vys. zák. + § 10 zák. o AVMS na vyž.)**

Umístění produktu v pořadech je přípustné pouze:

- v *kinematografických dílech*, ve *filmech* a *seriálech* vytvořených pro audiovizuální mediální služby na vyžádání nebo pro televizní vysílání, ve *sportovních a zábavných pořadech*, a to za podmínky, že se nejedná o pořady pro děti, **nebo**
- v případech, kdy se neprovádí žádná platba, ale pouze se bezplatně poskytuje určité zboží *nebo služby*, zejména rekvizity nebo ceny pro soutěžící s cílem jejich využití v pořadu.

Pořady obsahující umístění produktu musejí splňovat tyto požadavky:

- jejich obsah nesmí být ovlivněn tak, aby tím byla dotčena redakční odpovědnost a nezávislost poskytovatele tel. vysílání / AVMS na vyžádání,
- nesmějí přímo nabádat k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace, **a**
- nesmějí nepatřičně zdůrazňovat umístěný produkt.

Pořady s PP musejí být odpovídajícím způsobem zřetelně označeny, aby diváci nemohli být žádným způsobem uvedeni v omyl o povaze těchto pořadů: Výjimka pro pořady od nezávislých výrobců.



Děkuji za pozornost.