

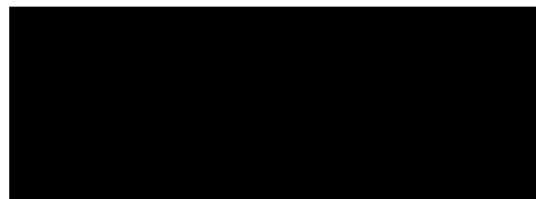
Jedn. identifikátor 692423-RRTV

Naše č. j. RRTV/3269/2025-beh

Sp. zn. RRTV/2025/312/beh

Vyřizuje: Analytický odbor

Datum, místo 2. dubna 2025, Praha



Odpověď na žádost o poskytnutí informací podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím



Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) zřízená zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, v platném znění, jakožto povinný subjekt podle ustanovení § 2 odst. 1 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (dále jen zákon č. 106/1999 Sb.), obdržela dne 28. března 2025 Vaši žádost o poskytnutí informací na základě zákona č. 106/1999 Sb. Konkrétně žádáte o poskytnutí následujících informací:

- 1) Počet provedených kontrol, jejichž předmětem bylo porušení pravidel reklamy v rozsahu působnosti Rady při dozoru nad dodržováním zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy (zákon o regulaci reklamy) ve smyslu § 7 písm. a) zákona o regulaci reklamy, a to včetně členění na fyzické a právnické osoby v postavení kontrolovaných subjektů; členění dle druhu porušení z hlediska konkrétních přestupků (ve smyslu jednotlivých písmen § 8 a § 8a zákona o regulaci reklamy), případně podle druhu porušení z hlediska obsahu reklamy, a dále z hlediska formy reklamy (šířenou v rozhlasovém a televizním vysílání, audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, službách platform pro sdílení videonahrávek). Dále údaje o počtu podnětů k provedení takových kontrol; o počtu kontrol provedených ex officio; a dále uvedení průměrné doby šetření.
- 2) Počet a výše udělených pokut a počet a druh přijatých opatření v návaznosti na kontroly uvedené v bodě 1., a to včetně členění na fyzické a právnické osoby v postavení porušujících subjektů; členění z hlediska postavení porušujícího subjektu (zadavatel, šířitel, zpracovatel); členění z hlediska formy reklamy (šířenou v rozhlasovém a televizním vysílání, audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, službách platform pro sdílení videonahrávek, aj. dle § 7 písm. a) zákona o regulaci reklamy);

to vše za období od roku 2022 do roku 2024 včetně, členěno zvlášť na jednotlivé roky.

Ad 1)

K prvnímu bodu Vaší žádosti mi prosím dovolu uvést, že Rada nedisponuje přehledem provedených kontrol reklam v členění podle druhu možného konkrétního přestupku (ve smyslu

jednotlivých písmen § 8 a § 8a zákona o regulaci reklamy) ani podle „druhu“ reklamy (ve smyslu reklamy na zboží v rozporu s právními předpisy, srovnávací reklamy atd.), a to z toho důvodu, že pouze zlomek diváckých stížností týkajících se reklamy, které Rada obdrží, obsahuje podezření na konkrétní přestupek. Převážná většina podnětů pouze více či méně neurčitě uvádí, že reklama byla nějakým způsobem „závadná“, protiprávní, nepřípustná, nemorální, nemravná apod. Je to plně pochopitelné, neboť stěžovatelé nejsou zpravidla odborně právnicky vzdělaní, aby dokázali přesně identifikovat, o jaký přestupek se v tom kterém případě může jednat. To ostatně ani není jejich povinností, neboť je právě na Radě jakožto na odborném správním úřadu, aby sama vyhodnotila, zda byl, či nebyl v daném případě porušen zákon. Není proto možné, aby Rada všechny podněty, které obdrží, „uměle“ podřazovala pod konkrétní skutkové podstaty jednotlivých přestupků. Pakliže by tak činila a podněty pak přezkoumávala pouze z hlediska jednoho ustanovení zákona, jednalo by se o nepřípustný formalismus, který by navíc nebyl v souladu s působností Rady jakožto orgánu dohlížejícího na dodržování příslušných právních předpisů v oblasti rozhlasového a televizního vysílání, regulace reklamy, audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání atd.

Pokud tedy Rada obdrží diváckou stížnost na určité obchodní sdělení, respektive reklamu (ať už se jedná o stížnost na konkrétní porušení zákona či stížnost obecně formulovanou), pak reklamu analyzuje z hlediska jejího souladu se zákonem o regulaci reklamy jak takového, respektive z hlediska všech v úvahu přicházejících porušení zákona; zkoumá tedy, zda šířením, zadáním či zpracováním reklamy nedošlo k některému z přestupků definovaných v ustanovení § 8 či § 8a.

Obdobným způsobem Rada postupuje i v rámci pravidelného monitoringu obchodních sdělení prováděného z vlastní úřední činnosti, tzn. i zde provádí komplexní kontrolu z hlediska všech relevantních zákonných ustanovení.

Rada rovněž nedisponuje a ani nemůže disponovat přehledem „členění na fyzické a právnické osoby v postavení kontrolovaných subjektů“, neboť Rada neprovádí kontrolu podle subjektů, ale výhradně podle obsahu jednotlivých obchodních sdělení. Odpovědný subjekt, tzn. šířitel, zadavatel či zpracovatel je zjišťován až ve chvíli, kdy monitoring odhalí konkrétní možný problém z hlediska zákona.

I přes právě popsaná omezení dostupnosti informací mi nicméně dovoluji uvést následující:

V roce 2022 obdržela Rada 23 diváckých podnětů týkajících se reklamy v televizním vysílání, 4 podněty týkající se reklamy v rozhlasovém vysílání a 2 podněty týkající se reklamy šířené v rámci audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Z vlastní úřední činnosti pak Rada v roce 2022 zkontrolovala celkem 8939 televizních reklamních spotů. V rámci rozhlasového vysílání bylo zpracováno 115 analýz obchodních sdělení (jednalo se vždy o kontrolu všech obchodních sdělení ve dvanáctihodinových úsecích vysílání, aby tak došlo zejména k zachycení reklamy v prime-time úsecích vysílání). Informací o průměrné době šetření Rada nedisponuje a tuto informaci nelze získat ani na základě jednoduchých úkonů z jiných informací, které by Rada měla k dispozici.

V roce 2023 obdržela Rada 14 diváckých podnětů týkajících se reklamy v televizním vysílání, 4 podněty týkající se reklamy v rozhlasovém vysílání a 4 podněty týkající se reklamy šířené v rámci

audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Z vlastní úřední činnosti pak Rada v roce 2023 zkontrolovala celkem 8518 televizních reklamních spotů. V rámci rozhlasového vysílání bylo zpracováno 95 analýz obchodních sdělení. Informací o průměrné době šetření Rada nedisponuje a tuto informaci nelze získat ani na základě jednoduchých úkonů z jiných informací.

V roce 2024 obdržela Rada 13 diváckých podnětů týkajících se reklamy v televizním vysílání, 3 podněty týkající se reklamy v rozhlasovém vysílání a 18 podnětů týkajících se reklamy šířené v rámci audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Z vlastní úřední činnosti pak Rada v roce 2024 zkontrolovala celkem 8379 reklamních spotů. V rámci rozhlasového vysílání bylo zpracováno 64 analýz obchodních sdělení. Informací o průměrné době šetření Rada nedisponuje a tuto informaci nelze získat ani na základě jednoduchých úkonů z jiných informací.

Ad 2)

Co se týče druhé části Vašeho dotazu, pak mi dovoluťe sdělit, že v roce 2022 byl v souvislosti s televizní reklamou udělen jeden správní trest ve formě napomenutí zadavateli – právnické osobě a dále dvě pokuty zpracovateli – právnické osobě (každá ve výši 5 000 Kč) v souvislosti s reklamou rozhlasovou.

V roce 2023 bylo vydáno jedno rozhodnutí o vině a upuštění od potrestání zadavateli – právnické osobě v souvislosti s televizní reklamou.

V roce 2024 bylo vydáno jedno napomenutí zadavateli – právnické osobě v souvislosti s televizní reklamou.

Je třeba doplnit, že výše uvedené údaje se v souladu s textem Vaší žádosti týkají výhradně reklamy, a ne jiných typů obchodních sdělení, tj. teleshoppingu či sponzorských vzkazů.

Všechna rozhodnutí o vině jsou zveřejněna na internetových stránkách Rady, viz <https://rrtv.gov.cz/cz/static/prehledy/rozhodnuti-o-vine.htm>.

S pozdravem

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