

Česká televize vydělává na nelegální reklamě čtvrt miliardy ročně

kverulant.org/cases/zakazana-reklama-na-ct

2. října 2023

Kverulant.org je přesvědčen, že služba veřejnoprávní televize je důležitým pilířem občanské společnosti a demokracie, a tím víc ho mrzí, že Česká televize již od roku 2011 soustavně porušuje zákon, který reguluje vysílání reklamy. Na programu ČT1 je reklama zcela zakázána. Televize však tento zákaz obchází a označuje reklamu za sponzorování vysílání, které zákon dovoluje. Ročně tak televize na nelegální reklamě vydělává více než čtvrt miliardy korun. Nejenže jsou tak řádní plátcí koncesionářského poplatku obtěžováni reklamou, ale především miliony diváků mohou každý den sledovat, jak velká a důležitá veřejnoprávní instituce porušuje zákon. Proto je Kverulantovým cílem přimět ČT k zastavení vysílání nepovolených reklam. Kverulant už v této věci podal množství podnětů. Pokud i vám vadí nelegální reklama a neustálé porušování zákona v přímém přenosu, prosíme vás, podarujte Kverulanta alespoň symbolickou částkou.



Jan Souček a Petr Dvořák, současný a bývalý generální ředitel ČT, foto: ČTK / Zehl Igor

Zákon z roku 2011

Česká televize má již od roku 2011 reklamní vysílání limitované zákonem. Reklama je povolena pouze na stanicích ČT2 a ČT sport, kde nesmí přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času na každém z těchto programů. Po zákazu reklamy v roce 2011 Kavčí hory na nějaký čas reklamu z vysílání na ČT1 skutečně stáhly. Pak se ale oklepaly a začaly zákon obcházet. Začaly vysílat reklamu maskovanou tvrzením, že nejde o reklamu, ale o ušlechtilé sponzorování pořadu, které má ČT povoleno. Jako by Česká televize nedostávala koncesionářské poplatky. Jako by ročně od občanů nedostávala více než 6 miliard korun!

Příjmy České televize ze sponzoringu činily v letech 2021 a 2022 téměř 300 milionů korun. Obcházení zákona pokračuje i pod vedením nového generálního ředitele Jana Součka, který v čele veřejnoprávní televize 1. října 2023 vystřídal Petra Dvořáka.

S trochou nadsázky lze konstatovat, že ČT divákům denně dokazuje, že se zločin vyplácí.

Příjmy České televize | sestavil Kverulant.org

ČT: Výnosy z reklamy odvádíme do fondu na podporu kinematografie

Česká televize se chlubí, že výnosy z reklamy jdou na podporu kinematografie. To je ovšem nanejvýš zavádějící tvrzení. Příjmy ČT z reklamy a z reklamy vydávané za sponzoring činily v roce 2022 celkem 736 milionů korun, přitom odvod do Státního fondu kultury ČR činil v tomto roce pouhých 42 milionů korun. Tedy méně než 6 % z této částky.

Měli jsme ty nejlepší úmysly, ale dopadlo to jako vždycky.*

Jiří BESSER, ministr kultury z doby, kdy se o zákazu reklamy na ČT1 jednalo, se s odstupem času cítil zklamán. V listopadu 2014 v rozhovoru s redaktorkou Hanou Válkovou pro iDNES uvedl: „V době, kdy jsme jednali o bytí, či nebytí reklamy na kanálech ČT, někteří lidé upozorňovali na to, abychom zakázali i sponzoring a product placement. A my jsme říkali, že to bude bezvýznamné. Jenže teď po letech vidím, že pan ředitel Dvořák může stokrát ministrovi kultury říci, že to určitě vysílat nebude, ale při tom vlastním obchodním jednání takového gigantu, jakým je ČT, lidi napadne, že zákon jim to umožňuje a televizi nikdo nemůže bránit, aby si vydělala zákonným způsobem. A pak v televizi vidíme u jednoho filmu na ČT1 i čtyři sponzorské odkazy. Že by to takto mělo být, mě, když jsem tehdy pro změnu hlasoval, nenapadlo.“

To, že jsou řádní plátcí koncesionářského poplatku obtěžováni reklamou, ale podle Kverulanta není ten hlavní problém. Hlavním problémem je skutečnost, že miliony diváků mohou každý den sledovat, jak velká veřejnoprávní instituce explicitně porušuje zákon. Co si pak takový divák odnese jako poučení o potřebě dodržovat zákony?

Anketa

Vadí vám reklama ve veřejnoprávní České televizi?

Velmi vadí

13 372 (79 %)

Určitě nevadí

1 388 (8 %)

Spíše vadí

1 118 (7 %)

Spíše nevadí

1 077 (6 %)

Celkem hlasů: 16 955

Reklama před Večerníčkem

Ale Česká televize nás zprvu nešetřila ani naše děti. A tak byl Večerníček v lednu 2012 přesunut z ČT1 na ČT2, protože na tomto programu reklama být může. Na ČT2 byl Večerníček až do léta 2018 obklopen reklamou zacílenou na děti. Přestože to bylo zakázané. Přestože zákon jasně říká, že reklama nesmí přímo nabádat děti a mladistvé ke koupi nebo pronájmu určitého výrobku nebo služby s využitím jejich nezkušenosti nebo důvěřivosti, ba ani přímo nabádat děti a mladistvé, aby přemlouvali své rodiče nebo jiné osoby ke koupi nabízeného zboží nebo služeb. Kverulant se s tímto stavem nechtěl smířit, a proto již v březnu 2013 podal na Českou televizi stížnost Radě pro televizní vysílání. Rada Kverulantovi tehdy odpověděla, že sponzoring reklamou nejspíše je, ale oni s tím nic nesvedou a na postih už rezignovali:

A protože RRTV tehdy na dodržování zákona rezignovala, vysílala ČT reklamu před Večerníčkem i po něm dál, jak dokazuje záznam z vysílání z 6. listopadu 2015.



Watch Video At: <https://youtu.be/PBcdN6tnMw4>

V létě 2018 se chvíli zdálo, že televize tuto nezákonnou praxi opustila a přestala Večerníček obklopovat reklamou cílenou na dětského diváka. Bohužel na konci září se televize k reklamě zacílené na dětského diváka vrátila. V září 2018 byla reklama na spektakulární show uvedena ještě jako sponzorování pořadu. Už tehdy ale bylo evidentní, že cílem upoutávky je to, aby děti přiměly své rodiče zakoupit vstupenku na opravdu drahé představení o dinosaurech. Cena jedné vstupenky se pohybovala od 1228 Kč až do astronomických 3507 Kč.

Reklama zaměřená na děti

V listopadu 2018 již ČT zahodila poslední skupule a vysílala těsně před Večerníčkem reklamu zaměřenou na děti již ani neoznačenou jako sponzorství pořadu. Přitom podle zákona 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, a § 48, odstavec (2), písmeno a) nesmějí televize vysílat reklamu, která mravně ohrožuje děti a mladistvé tím, že přímo nabádá děti a mladistvé ke koupi nebo pronájmu určitého výrobku nebo služby s využitím jejich nezkušenosti nebo důvěřivosti. A podle písmena b) televize dokonce ani nesmí přímo nabádat děti a mladistvé, aby přemlouvali své rodiče nebo jiné osoby ke koupi nabízeného zboží nebo služeb.



Watch Video At: <https://youtu.be/b6iHsC00-Mg>

Vymahatelnost práva

Vymahatelnost práva je v české kotlině velký problém a tato kauza je dobrou ilustrací neveselého stavu. Tento stav by měl být změněn a v tomto konkrétním případě existují asi jen dvě možnosti. Buď Rada pracuje špatně a její rozhodnutí jsou špatně právně zdůvodněna, a potom je třeba vyměnit členy Rady. Nebo zákon neposkytuje činnosti Rady dostatečnou oporu. V obou případech má řešení v rukou parlament, který také jmenuje členy Rady. Kverulant v dubnu 2013 vyzval zákonodárce, aby se činností Rady zabývali. Marně. Pak přišel rok 2014 a s ním nové složení parlamentu a následně nové složení Rady České televize. Poslanci zvolili šest nových kandidátů do Rady České televize, kteří obsadili šest uvolněných míst. V březnu 2014 byla patnáctičlenná Rada ČT kompletní. V dubnu 2014 Kverulant podal Radě pro televizní a rozhlasové vysílání svoji stížnost znovu. Opět marně. Podal také stížnost i Radě ČT. Také marně.

Product placement

V roce 2015 ČT přišla s dalším modelem, jak obejít zákon. V roce 2015 bylo vyrobeno 12 dílů pořadu Auto Moto Revue. Ty se začaly od května 2015 vysílat. Pořad Auto Moto Revue byl druhým nejstarším vysílaným titulem ČT a v roce 2015 byl vysílán jako týdeník. Vše na programu ČT2. Vzhledem k početné motoristické obci patřil pořad k sobotním deseti nejsledovanějším na ČT2. Pořad byl však značně neobjektivní a vzhledem k tomu, jak vznikl, ani jiný být nemohl. Televize totiž kromě výroby skrytých titulků za pořad nic neplatila.

Auto Moto Revue vyráběl externí dodavatel, kterého platili výrobci a prodejci aut, garážových vrat, poskytovatelé leasingů a podobně. Je evidentní, že tito inzerenti to nedělali proto, aby pomohli ČT plnit hlavní úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání, kterými jsou zejména poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů, jak to ČT ukládá v § 2 odst. 2 zákon o České televizi. Inzerenti tak činili proto, aby upozornili na svoje produkty, aby je představili ve skvělém světle.

Navíc šlo o nepřipustné umístění produktu. Umístění produktu je totiž přípustné pouze v kinematografických dílech, filmech a seriálech vytvořených pro televizní vysílání, ve sportovních pořadech a zábavných pořadech, a to za podmínky, že se pouze bezplatně poskytuje určité zboží nebo služby, jako např. rekvizity nebo ceny, s cílem zařadit je do pořadu (§ 53a odst. 1 písm. a) a b) novelizovaného zákona č. 231/2001 Sb.). Pořady, které obsahují umístění produktu, musí splňovat tyto požadavky:

- Jejich obsah a doba zařazení do vysílání nesmějí být ovlivněny tak, aby tím byla dotčena redakční odpovědnost a nezávislost poskytovatele.
- Nesmějí nabádat přímo k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace.
- Nesmějí nepatříčně zdůrazňovat umístěný produkt (§ 53a odst. 2 písm. a), b) a c) novelizovaného zákona č. 231/2001 Sb.).

Všechny tyto výše uvedené zásady byly v pořadu Auto Moto Revue soustavně porušovány. Tak například v Auto Moto Revue odvysílané na ČT2 6. 6. 2015 byl testován vůz Subaru Forester s dvoulitrovým naftovým motorem o výkonu 147 koní, točivým momentem 350 Nm a bezstupňovou převodovkou. Jde o vozidlo se stálým pohonem všech kol a váhou 1700 kg. Redaktor o tomto „autě pro fajnšmekry“ tvrdí v čase 02.15, že jezdí s fantastickou průměrnou spotřebou 6,1 l / 100 km. Záhy je však redaktor usvědčen ze lži. To když se v reportáži v čase 04.30 objeví display s průměrnou spotřebou 9,2 l / 100 km.



Watch Video At: https://youtu.be/0IKkbJ_W_yo

Kverulant se stále nechtěl smířit se soustavným porušováním zákona významné veřejnoprávní instituce, a proto v červenci 2015 podal RRTV další podnět k šetření. Kverulant chce věřit, že 5 milionů českých motoristů si zaslouží vlastní objektivní pořad, a nikoliv product placementové orgie. RRTV se Kverulantovou stížností skutečně zabývala, ale došla k závěru, že vše je v naprostém pořádku:

V hlavní roli hranolek

Product placementové orgie se však netýkají jen pořadů o autech. Scéna, v níž hokejový expert Pavel Richter vychází ze stanu společnosti McDonald's a přináší podnos s občerstvením, přičemž jeden hranolek nabízí kolegyni, byla příliš již i na jinak velmi shovívavou Radu pro rozhlasové a televizní vysílání. RRTV udělila v říjnu 2015 ČT za úspěšné hledání limitů nevkusu pokutu ve výši 350 tis. korun. Podrobnosti o vleklém soudním sporu přinesl v srpnu 2022 server *iDNES* v článku Jiřího Pánka s výmluvným názvem: „*Pokuta pro ČT za scénku s hranolkem platí, rozhodl definitivně soud*“.



Watch Video At: <https://youtu.be/21j5LbIAGfQ>

V článku se uvádí, že Městský soud v Praze (MS) rozhodoval o žalobě celkem čtyřikrát. Předtím se třikrát České televize zastal, ale rozsudek pokaždé zrušil Nejvyšší správní soud a věc soudu prvního stupně vrátil k novému projednání.

Soudci „ve čtvrtém kole“ sporu nakonec vyhodnotili všechny námitky České televize proti uložené pokutě jako nedůvodné. „Jelikož žádný z uplatněných žalobních bodů nebyl důvodný a soud ani neshledal žádnou vadu, k níž by musel přihlédnout z úřední povinnosti a pro kterou by bylo potřeba napadené rozhodnutí zrušit, soud žalobu zamítl,“ konstatovala Horčicová.

Soudci „ve čtvrtém kole“ sporu nakonec vyhodnotili všechny námitky České televize proti uložené pokutě jako nedůvodné. „Jelikož žádný z uplatněných žalobních bodů nebyl důvodný a soud ani neshledal žádnou vadu, k níž by musel přihlédnout z úřední povinnosti a pro kterou by bylo potřeba napadené rozhodnutí zrušit, soud žalobu zamítl,“ konstatovala soudkyně Horčicová.

Další reklama cílená na děti

I v srpnu 2016 poslal Kverulant RRTV další stížnost na porušování zákona. Před Večerníčkem na ČT2 i v tomto měsíci běžela reklama na jogurt a nový kriminální seriál večer na ČT1 „sponzorovala“ Toyota. Opět si Kverulant stěžoval marně, ale ani po letech trvání této kauzy svůj boj nevzdává. V listopadu 2017 podal další stížnost k RRTV.

Reklama na hazard

V říjnu 2017 totiž odvysílal program ČT1 po osmé hodině před hlavním večerním programem dokonce reklamu na hazard v online casinu SYNOTtip. V této reklamě přeje vyzývavě oblečená krupíerka divákovi nikdy nekončící zábavu v českém online casinu SYNOTtip:



Watch Video At: <https://youtu.be/0hpE8x5XtjQ>

Bohužel ani tentokrát nebyl Kverulant úspěšný. RRTV mu v půlce prosince 2017 sdělila, že si nechala zpracovat analýzu spotu, ze které vyplývá, že o reklamu nejde. Kverulant si tuto analýzu od rady vyžádal a po jejím prostudování užasl, že podle ní spot nepřeje divákům nikdy nekončící zábavu v casinu SYNOTip, ale prostě jen nikdy nekončící zábavu a k návštěvě online casina vůbec nevybízí. Inu, pokrytectví opět vítězí.

Nicméně, čas od času ČT za reklamu na hazard nějakou symbolickou pokutu dostane. V létě 2021 dostala pokutu 100 000 Kč za skrytou reklamu při vysílání záznamu losování sázkových her společnosti Sazka. Pořad vybízel k nákupu dalších služeb Sazky. Během losování v červnu 2020 se v pořadu objevilo verbální sdělení, které vybízelo diváky k získání Sazka karty. Její držitel získává bonus účasti v soutěži o ceny Kolo štěstí a tím je motivován k podání sázky do loterie. Tím byl podle RRTV sledován reklamní cíl ve prospěch služeb, jejichž nákup je se Sazka kartou bonifikován.

RRTV na zpracování pořadu SazkaMobil Šance upozornila i v minulosti. Skrytou reklamu našla také v losování z prosince 2015, kde moderátorka zmínila, že virtuální operátor rozdává volné minuty.

Bývalý komunista v čele ČT

Kverulant považuje za důležité zmínit, že Českou televizi vedl od září 2011 do října 2023 bývalý komunista Petr Dvořák. Ten se stal řádným členem Komunistické strany Československa 20. září 1989. Historik Petr Blažek k tomu uvedl: „Dvořák do strany vstoupil v době, kdy komunistické ideologii nevěřili často ani samotní představitelé režimu. Je to spíše morální otázka, svědčí to o jeho, dejme tomu, rozhledu či morálním profilu.“

Nový generální ředitel Jan Souček

V neděli 1. října 2023 začalo šestileté funkční období nového generálního ředitele ČT Jana Součka. Toho zvolila do funkce v červnu 2023 Rada ČT, když mu dala přednost před Dvořákem. Souček před nástupem do funkce devět let vedl brněnské studio veřejnoprávní televize.

Souček má měsíční mzdu 289.000 korun, což je o 47.000 korun více, než dostával jeho předchůdce. Ujednání o mzdě je součástí smlouvy, kterou v září 2023 schválila Rada ČT. Obsahuje také roční bonus odpovídající desetinásobku měsíčního platu.

Kverulant opět protestuje

Zákon o regulaci reklamy vstoupil v platnost v pátek 14. října 2011. Po dvanácti letech nepřetržitého porušování tohoto zákona, v říjnu 2023, Kverulant opět vyzval zákonodárce, Radu české televize, Radu pro rozhlasové a televizní vysílání a nové vedení České televize, aby konečně sjednali nápravu. Jedná se už o osmou Kverulantovu výzvu k respektování zákona v této věci.

Koncesionářský poplatek se nezměnil od roku 2008

Jak už stojí v úvodu, Kverulant je přesvědčen, že služba veřejnoprávní televize je důležitým pilířem občanské společnosti a demokracie, a tím víc ho mrzí, že ČT již od roku 2011 soustavně porušuje zákon, který reguluje vysílání reklamy. Na druhou stranu kvalitní veřejnoprávní službu bez peněz zajistit nelze. Koncesionářský poplatek se přitom nezměnil od roku 2008. Možná je skutečně namístě zvýšit jej ze současných 135 korun na 160 korun za měsíc, jak je to navrženo v takzvané velké mediální novele, na které se v létě 2023 shodli zástupci vládní koalice. Pokud bude schválena Parlamentem, měla by platit od začátku roku 2025.

Zdroj Česká televize

Možná je cestou zrušit nákladný sportovní kanál ČT sport. Sportovní přenosy z divácky atraktivních sportů dle Kverulantova názoru příliš nenaplňují definici zajišťování veřejné služby. Přitom samostatný sportovní kanál jen v roce 2022 představoval výdaje ve výši 636 milionů korun. To je 28 % výdajů z celkové struktury výrobního nákladu.

Struktura výrobních nákladů v roce 2022

Cestou do pekel je naopak dál tolerovat obcházení zákona nebo zvýšení podílu legální reklamy. Kverulant je přesvědčen, že nám má vládnout zákon a že veřejnosprávní televize nemá být závislá na zadavatelích reklamy.

Ovšem zdaleka nejhorším řešením by bylo vydat se slovenskou cestou. Tam v závěru roku 2022 slovenský parlament s platností od července 2023 zrušil koncesionářské poplatky a financování veřejnoprávního rozhlasu a televize (RTVS) převezme státní rozpočet. Financování televize tak bude napříště záviset jen a jen na vůli politiků a to je cesta jak si televizi ochočit jako se to už stalo v Polsku a Maďarsku. O Bělorusku a Rusku ani nemluvě.

Prosba o podporu

Třeba si i vy myslíte, že zákon je třeba dodržovat a že jeho porušování v přímém přenosu je nanejvýš škodlivé. Kverulant prosí o finanční podporu této kauzy, „jakkoliv malým, zato však pravidelným darem.

** Autorem tohoto legendárního výroku je ruský politik Viktor Stěpanovič Černomyrdin (9. dubna 1938, Čornyj Otrog – 3. listopadu 2010, Moskva), když hodnotil neúspěch měnové reformy Ruské federace v červenci 1993.*

[Zpět na výpis kauz](#) [Chci darovat](#)