

Doporučený postup provozovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání při uveřejňování reklamy politických stran

Na základě dotazů z praxe projednala Komise samoregulátora SPIR otázku možnosti uveřejňování propagačních spotů politických stran v rámci audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání.

V zákoně o provozování televizního a rozhlasového vysílání je v jeho § 48 odst. 1 písm. e) obsažen zákaz vysílat obchodní sdělení (tedy zejména reklamu, sponzoring a umístění produktu) politických stran a hnutí a obchodní sdělení nezávislých kandidátů na poslance, senátory nebo členy zastupitelstva územního samosprávného celku, pokud zvláštní zákon nestanoví jinak (stanoveno jinak je pouze pro povinné vysílání spotů stran v Českém rozhlase a České televizi pro volby do Poslanecké sněmovny a Evropského parlamentu).

Na rozdíl od televizního vysílání není takovýto zákaz v zákoně o audiovizuálních mediálních službách (dále jen „Zákon“) na vyžádání obsažen. V rámci audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání je tedy možné vysílat reklamu politických stran a hnutí i jednotlivých kandidátů na poslance, senátory nebo členy zastupitelstva územního samosprávného celku. Je však třeba respektovat obecná omezení vyplývající ze Zákona, či jiných předpisů, zejména pak:

1. povinnost stanovenou pro všechna obchodní sdělení v § 8 odst. 1 písm. c) Zákona, podle něhož je provozovatel služby povinen zajistit, aby obchodní sdělení *neobsahovala nebo nepodporovala diskriminaci 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, zdravotního postižení, věku, sexuální orientace nebo jiného postavení, a*
2. povinnost stanovenou v § 9 odst. 5 Zákona, podle něž není možné sponzorovat zpravodajské a politicko-publicistické pořady,
3. zákaz v době počínající třetím dnem přede dnem voleb a končící ukončením hlasování zveřejňovat výsledky předvolebních a volebních průzkumů (a to i v reklamě), vyplývající z jednotlivých zákonů o volbách.

Stejná pravidla jako u reklamy pak platí pro sponzoring. Komise samoregulátora je však toho názoru, že z pohledu platných právních předpisů je problematické umístění produktu politických stran a hnutí či jednotlivých kandidátů do audiovizuálních mediálních služeb a to s ohledem na to, že zákonná definice product placement počítá se začleněním *výrobku nebo služby, či zmínky o nich do pořadu*, kdy ovšem u činnosti politických stran nelze hovořit o službě či výrobku.

Pro další informace se obračejte na:

Kateřina Hruběšová

Výkonná ředitelka SPIR

Tel: 224 251 250, 777 306 151

e-mail: katerina.hrubesova@spir.cz