

Senátní návrh

ZÁKON

ze dne 2010,

kterým se mění zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů

Parlament se usnesl na tomto zákoně České republiky:

ČÁST PRVNÍ

Změna zákona o České televizi

Čl. I

Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění zákona č. 36/1993 Sb., zákona č. 253/1994 Sb., zákona č. 301/1995 Sb., zákona č. 39/2001 Sb., zákona č. 231/2001 Sb., zákona č. 82/2005 Sb., zákona č. 127/2005 Sb., zákona č. 304/2007 Sb., zákona č. 384/2008 Sb., zákona č. 132/2010 Sb. a zákona č. 153/2010 Sb., se mění takto:

1. V § 11 odst. 2 se za slovo „úkolů“ vkládají slova „stanovených zákonem; finanční zdroje podle § 10 písm. a) lze použít pouze k plnění úkolů“.

2. V § 11 se doplňuje odstavec 3, který zní:

„(3) Z výnosu z reklam Česká televize převádí 40 % čtvrtletně Státnímu fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, a to vždy nejpozději do konce následujícího kalendářního čtvrtletí za předchozí kalendářní čtvrtletí, a 40 % čtvrtletně Státnímu fondu kultury České republiky, a to vždy nejpozději do konce následujícího kalendářního čtvrtletí za předchozí kalendářní čtvrtletí. Zbylou část výnosu z reklam ukládá Česká televize na svůj zvláštní účet, který spravuje. Prostředky uložené na tomto účtu použije Česká televize na správu a digitalizaci Archivu České televize, Česká televize dále hradí z tohoto účtu prokázané účelně vynaložené náklady spojené s výběrem a se správou výnosů z reklam. Česká televize sestavuje na každý kalendářní rok návrh rozpočtu tohoto účtu a předkládá jej ke schválení vládě vždy do 31. října předchozího kalendářního roku.“

Čl. II

Přechodné ustanovení

Z výnosu z reklam za kalendářní měsíc následující po kalendářním měsíci, v němž dojde k dokončení přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání, Česká televize převede 40 % Státnímu fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, a to nejpozději do konce následujícího kalendářního měsíce, a 40 % Státnímu fondu kultury České republiky, a to nejpozději do konce následujícího

kalendářního měsíce. Zbylou část výnosu z reklam za tento kalendářní měsíc Česká televize uloží na svůj zvláštní účet, který spravuje.

ČÁST DRUHÁ

Změna zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání

Čl. III

V § 50 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění zákona č. 341/2004 Sb., zákona č. 348/2005 Sb., zákona č. 304/2007 Sb. a zákona č. 132/2010 Sb., odstavec 1 zní:

„(1) Čas vyhrazený reklamě v televizním vysílání provozovatele vysílání ze zákona na programu ČT 1 nesmí přesáhnout 0,75 % denního vysílacího času. Čas vyhrazený reklamě v televizním vysílání provozovatele vysílání ze zákona na ostatních programech nesmí přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času na každém z těchto programů. Provozovatel vysílání ze zákona může podíl podle věty první a druhé zvýšit vysíláním teleshoppingu až na 5 % denního vysílacího času na každém z vysílaných programů. Vysílání reklam a teleshoppingových šotů u provozovatele vysílání ze zákona v době od 19.00 hodin do 22.00 hodin nesmí překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny na každém z vysílaných programů.“.

ČÁST TŘETÍ

Změna zákona o rozhlasových a televizních poplatcích

Čl. IV

Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů, ve znění zákona č. 112/2006 Sb., zákona č. 235/2006 Sb., zákona č. 304/2007 Sb., zákona č. 7/2009 Sb., zákona č. 227/2009 Sb. a zákona č. 132/2010 Sb., se mění takto:

1. V § 2 odst. 1 se věta druhá zrušuje.
2. V § 2 odst. 2 se věta druhá zrušuje.
3. V § 2 odst. 4 písmeno c) zní:

„c) rozhlasové nebo televizní přijímače, které jsou užívány výlučně pro jiné účely, než pro individuálně volitelnou reprodukci rozhlasového nebo televizního vysílání,“.

ČÁST ČTVRTÁ

Účinnost

Čl. V

Tento zákon nabývá účinnosti prvním dnem kalendářního měsíce následujícího po kalendářním měsíci, v němž dojde k dokončení přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání, s výjimkou ustanovení čl. I bodu 2, které nabývá účinnosti dnem 1. ledna 2012, a ustanovení čl. IV, která nabývají účinnosti prvním dnem kalendářního měsíce následujícího po dni jeho vyhlášení.

D ů v o d o v á z p r á v a

Obecná část

A. Zhodnocení platného právního stavu a vysvětlení potřebnosti navrhované změny zákonů

Účelem navrhované změny je zajistit trvalé financování Státního fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie a Státního fondu kultury České republiky.

Zákon č. 304/2007 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s dokončením přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání a který nabyl účinnosti 1. ledna 2008, podstatným způsobem svázal hospodaření České televize. Zatímco podle dosavadní úpravy hospodařila Česká televize s reklamními příjmy v podstatě samostatně (jen v rámci cílů televize stanovených v § 2 a § 3 zákona o České televizi), po této novele jsou příjmy z reklamy plně účelově vázány až do té doby, než bude dokončena digitalizace vysílání. Česká televize tyto příjmy nesmí použít ke všem účelům podle § 2 a 3 zákona o České televizi, tak jak to původní zákon o České televizi zamýšlel. Ustanovení § 11 bylo podstatně limitováno opatřením, podle kterého jsou všechny příjmy z reklamy účelově určeny tak, že nejdou na hlavní činnost televize, tedy na její vysílání, nýbrž na rozvoj digitalizace.

Tímto opatřením byly zároveň podstatně změkčeny podmínky na reklamním trhu na území ČR ve prospěch ostatních, na něm působících, televizí. Vedlejším účinkem novely zákona bylo rovněž (dočasné) mandatorní zajištění prostředků na digitalizaci Archivu České televize a prostředků do Státního fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie. Je zde časově omezená povinnost spojená se zavedením digitálního televizního vysílání, která je stanovena v čl. VI odst. 2 zákona č. 304/2007 Sb. (tzv. diginovele). Tento článek ukládá České televizi zaplatit každý měsíc z výnosu z reklam částku 12 500 000 Kč Státnímu fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie. Tato povinnost trvá od 1. 1. 2008 do konce kalendářního měsíce, v němž dojde na území České republiky k plné digitalizaci. Výnosy z reklam by tak měly být k datu ukončení analogového vysílání poslední, které Česká televize do Státního fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie odvede. Další osud financování tohoto fondu je po tomto datu nejistý.

Státní fond kultury České republiky, který byl navrhován ke zrušení, neboť neměl během několika posledních let žádné zdroje, byl z rozhodnutí ministra kultury České republiky zachován, i když nemá v současné době zvolenou Radu. Tuto Radu na návrh profesních organizací volí Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR a jmenuje ministr kultury ČR.

V důvodové zprávě k „diginovele“ se uvádí, že záměr podpory české filmové tvorby „bude systémově naplněn připravovaným zákonem o kinematografii. Do doby přijetí nového zákona, jehož účinnost se předpokládá v roce 2009, je třeba zajistit finanční zdroje pro Státní fond České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie.“ Návrh tohoto zákona ovšem nelze vyhledat ani ve vládní Knihovně připravované legislativy, tudíž je nutné přisvědčit informacím, že tento návrh byl odložen. S ohledem na výsledky voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR a jednání o sestavení nové vlády vzešlé z posledních voleb a s ohledem na pravidla legislativního procesu nelze přijetí takového zákona v dohledné

době očekávat. Od prosince 2011 lze bez změny legislativy očekávat výpadek příjmů Státního fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie ve výši 12 500 000 Kč měsíčně, neboť s dokončením přechodu na digitální televizní vysílání bude „diginovela“ konsumována.

Výnos z reklamy v České televizi sice dramaticky poklesl v roce 2009 oproti letům předcházejícím, nicméně výnos z reklamy v roce příštím a následujícím se odhaduje na cca 600 milionů ročně.

Takzvaná diginovela byla koncipována za ministra kultury Pavla Dostála tak, že se postupně utlumí reklama v televizi veřejné služby až na současných 0,75 % vysílacího času a s ukončením analogového pozemního signálu zmizí televizní reklama z České televize úplně. Poptávka po televizi veřejné služby bez reklam však zcela utichla. Zdá se také, že by diverzifikace reklamnímu trhu a konkurenčnímu prostředí na něm prospěla.

Je třeba upozornit, že k 1. 6. 2010 nabytí účinnosti zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání), který upravuje tzv. product placement a obsahuje další změny televizního vysílání. „Umístění produktu“ není považováno podle nového § 53a, vloženého do zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání, za reklamu. Díky úpravě mohou výrobci pořadů skrze umístění reklamního předmětu v obraze získat finanční prostředky na výrobu těchto pořadů. Tento možný zdroj se týká pochopitelně i České televize. Záleží ovšem na výkladu, zda se jedná o výnosy České televize, které si zahrne do svých příjmů, či o reklamu. V druhém případě by tak výnos z „product placement“ byl zúčtován, stejně jako výnos z reklamy, na zvláštním účtu ČT.

B. Současné platné ustanovení čl. VI zákona č. 304/2007 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s dokončením přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání zní:

„Přechodná ustanovení

1. Lhůta k podání žádosti o přiděl podle § 3 odst. 2 zákona č. 483/1991 Sb., ve znění tohoto zákona, ve vztahu k rádiovým kmitočtům, které byly vyhrazeny České televizi přede dnem nabytí účinnosti tohoto zákona, počíná běžet dnem nabytí účinnosti tohoto zákona.

2. Ode dne nabytí účinnosti tohoto zákona do konce kalendářního měsíce, v němž dojde k dokončení přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání, převádí Česká televize z výnosu z reklam částku 12 500 000 Kč měsíčně Státnímu fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, a to vždy nejpozději do konce následujícího kalendářního měsíce za předchozí kalendářní měsíc. Česká televize zároveň v tomto období převádí z výnosu z reklam částku 1 250 000 Kč na zvláštní účet pro rozvoj zemského digitálního televizního vysílání, a to vždy nejpozději do konce následujícího kalendářního měsíce za předchozí kalendářní měsíc. Účet pro rozvoj zemského digitálního televizního vysílání zřídí do 1 měsíce ode dne nabytí účinnosti tohoto zákona Český telekomunikační úřad, který jej spravuje. Prostředky uložené na tomto účtu používá Český telekomunikační úřad výhradně na podporu a rozvoj zemského digitálního televizního vysílání v České republice, zejména na rozvoj sítí elektronických komunikací pro zemské digitální televizní vysílání. Zbylou část výnosu z reklam ukládá Česká televize na svůj zvláštní účet, který spravuje. Tento účet zřídí Česká televize do 1 měsíce ode dne nabytí účinnosti tohoto zákona. Dvě třetiny prostředků uložených na tomto účtu použije Česká

televize na podporu a rozvoj zemského digitálního televizního vysílání v České republice, zejména na rozvoj a provoz multiplexu veřejné služby podle zákona o České televizi, ostatní prostředky uložené na tomto účtu použije Česká televize na správu a digitalizaci Archivu České televize; Česká televize dále hradí z tohoto účtu prokázané účelně vynaložené náklady spojené s výběrem a se správou výnosů z reklam. Česká televize sestavuje na každý kalendářní rok návrh rozpočtu tohoto účtu a předkládá jej ke schválení vládě vždy do 31. října předchozího kalendářního roku. Návrh rozpočtu tohoto účtu na rok 2008 předloží Česká televize vládě ke schválení do 60 dnů ode dne nabytí účinnosti tohoto zákona.“.

C. Navrhovaná úprava

Navrhovaná úprava vychází z potřeby naplnit jak Státní fond České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, tak Státní fond kultury České republiky trvalým příjmem z reklamy v České televizi, která by měla být v současném rozsahu zachována. Oddělený účet České televize by pak dále sloužil k digitalizaci Archivu České televize. Jde tedy o nahrazení přechodného opatření trvalou úpravou.

Navrhovaná změna zákona o rozhlasových a televizních poplatcích reaguje na, v praxi se vyskytující, výlučné užívání rozhlasových nebo televizních přijímačů, k jiným účelům, než je reprodukce rozhlasového nebo televizního vysílání.

D. Zhodnocení souladu navrhované úpravy s ústavním pořádkem ČR

Navrhovaná právní úprava je v souladu s ústavním pořádkem ČR.

E. Zhodnocení souladu navrhované úpravy s právem EU a s mezinárodními smlouvami, jimiž je ČR vázána

Návrh není v rozporu s mezinárodními smlouvami, jimiž je ČR vázána, ani s právními předpisy EU.

F. Předpokládaný hospodářský a finanční dopad navrhované úpravy na veřejné rozpočty, podnikatelské prostředí, sociální dopady a dopady na životní prostředí

Navrhovaná úprava nemá dopad do státního rozpočtu ČR, ani do ostatních veřejných rozpočtů.

Návrh vytváří a podporuje zaměstnanost především pro velmi specifické umělecko-technické profese. Podporou kulturních akcí prostřednictvím Státního fondu kultury ČR by se mohla vytvořit další velice pestrá řada pracovních příležitostí, oživit kulturní dění v regionech a podpořit tak jejich ekonomiku - zde je také možno spatřovat pozitivní dopady sociální.

Navrhovaná úprava nemá dopad na životní prostředí.

Zvláštní část

K čl. I

K bodu 1 (§ 11 odst. 2)

Navrhuje se zpřesnění normativního textu, který se týká využití finančních zdrojů České televize.

K bodu 2 (§ 11 nový odst. 3)

Navrhovaná úprava vychází z potřeby naplnit oba státní fondy trvalým příjmem z reklamy vysílané na ČT, která by měla být zachována v současném rozsahu. Zúčtování se navrhuje čtvrtletní. Zbylé prostředky z výnosu z reklam by sloužily k financování správy a digitalizace Archivu ČT a k pokrytí nákladů spojených s výběrem a se správou výnosů z reklam.

K čl. II (přechodné ustanovení)

Navrhuje se přechodné ustanovení, s ohledem na nutný nástup čtvrtletního zúčtovacího cyklu s počátkem kalendářního roku.

K čl. III (§ 50 odst. 1)

Navrhuje se stávající úpravu časového rozsahu reklamy v České televizi přenést z přechodného ustanovení čl. IV bodu 12 zákona č. 304/2007 Sb. do zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání samotného a učinit ji tak trvalou. Rozsah vyhrazený reklamě v televizním vysílání na ČT se přitom nemění.

K čl. IV, bodům 1, 2 a 3 (§ 2 odst. 1, 2 a odst. 4 písm. c))

Úprava znění zákona č. 348/2005 Sb. opouští komplikovanou zákonnou konstrukci „upravení si přijímače k jinému účelu, než je individuálně volitelná reprodukce rozhlasového nebo televizního vysílání, při jeho trvajícím zpoplatnění,“ a nahrazuje ji vyloučením přijímačů, které jsou užívány výlučně pro jiné účely, než pro individuálně volitelnou reprodukci rozhlasového nebo televizního vysílání, z předmětu poplatků.

K čl. V (účinnost)

Účinnost zákona se navrhuje jako dělená. Obecně zákon nabývá účinnosti prvním dnem kalendářního měsíce následujícího po kalendářním měsíci, v němž dojde k dokončení přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání, tj. 1. prosince 2011. Ustanovení čl. I bodu 2, s ohledem na navrhované zúčtovací období kalendářního čtvrtletí (které zároveň vyvolává potřebu přechodného ustanovení), nabývá účinnosti dnem 1. ledna 2012. Ustanovení čl. IV nabývají účinnosti prvním dnem kalendářního měsíce následujícího po dni vyhlášení zákona ve Sbírce zákonů.

V Praze dne 23. června 2010

Přemysl Sobotka, v. r.
předseda Senátu

Platné znění části zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi, zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, a zákona č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů, s vyznačením navrhovaných změn a doplnění

Změna zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi

§ 10

Financování České televize

Finančními zdroji České televize jsou zejména:

- a) televizní poplatky vybírané podle zvláštního právního předpisu,^{3d)}
- b) příjem z vlastní podnikatelské činnosti.

§ 11

(1) Česká televize je oprávněna vykonávat za podmínek stanovených právními předpisy podnikatelskou činnost, která souvisí s předmětem její činnosti a která nesmí ohrozit její úkoly (§ 2 a 3).

(2) Finanční zdroje používá Česká televize k plnění svých úkolů **stanovených zákonem; finanční zdroje podle § 10 písm. a) lze použít pouze k plnění úkolů** podle § 2 a 3.

(3) **Z výnosu z reklam Česká televize převádí 40 % čtvrtletně Státnímu fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, a to vždy nejpozději do konce následujícího kalendářního čtvrtletí za předchozí kalendářní čtvrtletí, a 40 % čtvrtletně Státnímu fondu kultury České republiky, a to vždy nejpozději do konce následujícího kalendářního čtvrtletí za předchozí kalendářní čtvrtletí. Zbylou část výnosu z reklam ukládá Česká televize na svůj zvláštní účet, který spravuje. Prostředky uložené na tomto účtu použije Česká televize na správu a digitalizaci Archivu České televize, Česká televize dále hradí z tohoto účtu prokázané účelně vynaložené náklady spojené s výběrem a se správou výnosů z reklam. Česká televize sestavuje na každý kalendářní rok návrh rozpočtu tohoto účtu a předkládá jej ke schválení vládě vždy do 31. října předchozího kalendářního roku.**

^{3d)} Zákon č. 252/1994 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích, ve znění zákona č. 135/1997 Sb.

Časový rozsah reklamy a teleshoppingu v televizním vysílání

~~(1) Provozovatel televizního vysílání ze zákona nesmí do vysílání zařazovat reklamu a teleshopping s výjimkou reklamy zařazované do vysílání programu v přímém spojení s vysíláním sportovní či kulturní události, je-li vysílání takové reklamy nezbytnou podmínkou k získání práv k televiznímu vysílání sportovní nebo kulturní události. Je-li do vysílání programu provozovatele ze zákona zařazována reklama podle věty první, nesmí čas vyhrazený takové reklamě přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času, přičemž v době od 19.00 hodin do 22.00 hodin nesmí překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny. Přímým spojením reklamy s vysíláním sportovní či kulturní události se rozumí zařazení reklamy do programu bezprostředně před vysíláním sportovní či kulturní události, bezprostředně po jejím odvysílání a zařazování do přestávek takové události.~~

(1) Čas vyhrazený reklamě v televizním vysílání provozovatele vysílání ze zákona na programu ČT 1 nesmí přesáhnout 0,75 % denního vysílacího času. Čas vyhrazený reklamě v televizním vysílání provozovatele vysílání ze zákona na ostatních programech nesmí přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času na každém z těchto programů. Provozovatel vysílání ze zákona může podíl podle věty první a druhé zvýšit vysíláním teleshoppingu až na 5 % denního vysílacího času na každém z vysílaných programů. Vysílání reklam a teleshoppingových šotů u provozovatele vysílání ze zákona v době od 19.00 hodin do 22.00 hodin nesmí překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny na každém z vysílaných programů.

(2) Čas vyhrazený reklamě a teleshoppingovým šotům v televizním vysílání provozovatelů vysílání nesmí přesáhnout v průběhu 1 vysílací hodiny 12 minut.

(3) Do vysílacího času se pro účely ustanovení odstavců 1 a 2 nezapočítává vysílání teletextu.

(4) Odstavce 1 a 2 se nepoužijí na oznámení provozovatele vysílání týkající se jeho vlastních pořadů a doprovodných výrobků nebo služeb, které jsou od těchto pořadů přímo odvozeny, na oznámení o sponzorování nebo umístění produktu, na bezúplatně odvysílaná oznámení ve veřejném zájmu nebo ve prospěch obecně prospěšných cílů a na bezúplatně odvysílaná upozornění na charitativní akce.

(5) Provozovatel televizního vysílání ze zákona nesmí denní vysílací čas vyhrazený reklamě a teleshoppingu, který nevyužil na některém ze svých programů, využít k vysílání reklamy a teleshoppingu nad rámec časových omezení vysílání reklamy a teleshoppingu na jiném svém programu.

(6) Souvislý teleshoppingový blok trvá bez přerušení alespoň 15 minut a musí být zřetelně označen obrazovými a zvukovými prostředky. Provozovatel televizního vysílání s licencí může v programu, který není zaměřen výhradně na teleshopping, vysílat souvislé teleshoppingové bloky nad rámec časových omezení vysílání reklamy a teleshoppingových šotů podle odstavce 2.

§ 2

Předmět poplatků

(1) Rozhlasový poplatek se platí ze zařízení technicky způsobilého k individuálně volitelné reprodukci rozhlasového vysílání, je-li šířeno prostřednictvím zemských rádiových vysílacích zařízení využívajících rádiové kmitočty vyhrazené pro šíření a přenos rozhlasového nebo televizního vysílání, družic nebo kabelových systémů (dále jen "rozhlasový přijímač"). ~~Toto zařízení se považuje za rozhlasový přijímač i v případě, že si jej poplatník upraví k jinému účelu.~~

(2) Televizní poplatek se platí ze zařízení technicky způsobilého k individuálně volitelné reprodukci televizního vysílání, je-li šířeno prostřednictvím zemských rádiových vysílacích zařízení využívajících rádiové kmitočty vyhrazené pro šíření a přenos rozhlasového nebo televizního vysílání, družic nebo kabelových systémů (dále jen "televizní přijímač"). ~~Toto zařízení se považuje za televizní přijímač i v případě, že si jej poplatník upraví k jinému účelu.~~

(3) Ze zařízení technicky způsobilého k individuálně volitelné reprodukci rozhlasového i televizního vysílání se platí rozhlasový poplatek i televizní poplatek.

(4) Rozhlasovému nebo televiznímu poplatku nepodléhají

- a) telekomunikační zařízení vyrobená výhradně k technické kontrole rozhlasového a televizního vysílání,
- b) rozhlasové nebo televizní přijímače, které tvoří součást sbírek muzejní povahy zapsaných v centrální evidenci sbírek³⁾,
- ~~e) televizní přijímače, které jsou užívány výlučně pro účely soudního řízení,~~
- c) rozhlasové nebo televizní přijímače, které jsou užívány výlučně pro jiné účely, než pro individuálně volitelnou reprodukci rozhlasového nebo televizního vysílání,**
- d) zařízení technicky způsobilá k individuálně volitelné reprodukci rozhlasového nebo televizního vysílání pouze v případě, je-li šířeno prostřednictvím přenosového systému uvedeného v § 12 odst. 3 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů,
- e) rozhlasové nebo televizní přijímače, které jsou neoddělitelnou součástí koncových mobilních telekomunikačních zařízení.

³⁾ Zákon č. 122/2000 Sb., o ochraně sbírek muzejní povahy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů.