

ODLUKA DEC004/2022-P006/2021 od 14.03. 2022

Doneta od strane Upravnog odbora Luksemburške nezavisne audiovizuelne vlasti u vezi sa žalbom na servis SportKlub 1

Prerogativ

Regulatorno telo za elektronske medije Srbije (u daljem tekstu „REM“) je 3. februara 2021. godine podnelo Upravnom odboru ALIA-e (u daljem tekstu „Odbor“) žalbu u vezi sa emitovanjem, od 16. januara 2021. godine oko 21:53 na SportKlubu 1 (srpska verzija), u daljem tekstu „SK1“, reklamnog mesta za onlajn servis za sportsko klađenje „BetOle«.

Žalba koje je formulisao podnosilac prijave

Prema REM-u, komercijalna komunikacija koja se ispituje „suprotna je zakonu (član 6. st. 1. i 3. Zakona o oglašavanju Republike Srbije) sa aspekta nekorišćenja dozvoljenih sredstava za postizanje cilja, kao i vizuelnog prezentacija koja se može smatrati uvredljivom – zbog upotrebe nacističkih obeležja i povezivanja Bundeslige sa nacistima. »

Nadležnost

Žalba je usmerena na televizijski servis SK1 (srpska verzija), dakle na uslugu pokrivenu koncesijom koju je dala luksemburška vlada 15. decembra 2020. i stoga spada u nadležnost Luksemburga. Dakle, organ je nadležan da zna. Koncesija za kanal SK1 data je United Media s.a.r.l., sa sedištem na adresi Rue Jean Monnet 6, L-2180 Luksemburg, koja je i primalac ove odluke.

Predmet odluke

Žalba koja se odnosi na sadržaj komercijalne komunikacije emitovane na televizijskom servisu SK1 (srpska verzija) od 16.01.2021.

Uvod i obrazloženje

Upravni odbor je na sednici održanoj 22. februara 2021. odlučio da naloži direktoru da ispita dosije.

Pružalac usluge je obavešten o otvaranju uputstva od 24.02.2021.

U svom uputstvu od 16. septembra 2021. direktor napominje da glavni akter komercijalne komunikacije, namenjen promociji onlajn servisa za sportsko klađenje „BetOle“, sukcesivno nosi uniformu SS-a kao i „vojnu kacigu ove organizacije nacionalno socijalističke ideologije.

Nakon uvida u predmetni programski element, i oslanjajući se na prevod (koji je obezbedio ovašćeni prevodilac-tumač) komercijalne komunikacije sa srpskog jezika na francuski, direktor je ispitaio da li element koji se analizira narušava pravila koja važe u pogledu ljudskog dostojanstva, tj. -rasna diskriminacija, podsticanje na mržnju i vređanje dobrog morala, kao što ova pravila proizilaze iz zakona i iz odredbi specifikacija pružaoca usluge.

Nakon uvida u predmetni sadržaj, direktor pre svega napominje da predmetni programski elemenat „zahvata insignije koje se odnose na temu koja ostaje posebno osetljiva u akcidentalnim društvima, a to je ona nemačke nacionalsocijalističke ideologije koja je dovela do Drugog svetskog rata. ” Ova obeležja nalaze se posebno na odeći protagonistu, koji se nakon obične odeće transformiše u oficira SS-a,

obučenog u uniformu ove organizacije koja je bila deo nacionalsocijalističkog režima. Nekoliko trenutaka kasnije, čovek više ne nosi oficirsku kapu, već vojnički šlem. Iako se ovde više ne vidi oznaka „SS“, posebno karakterističan oblik ovog čeličnog šlema ostaje prepoznatljiv. Takođe treba napomenuti da količina vidljivih insignija ne ostavlja nikakvu sumnju u identifikaciju ove reference od strane prosečnog gledaoca.

Prema prevodima koje je dao ovlašćeniprevodilac, tokom reklame kompanije BetOle date su sledeće izjave (prevodilac nije preveo izjave na nemačkom u originalnu francusku verziju): „Nikada nisam igrao Nemce (u bioskopu)“.

(Prema objašnjenjima prevodioca, glumac nastavlja na srpskom sa veoma izraženim nemačkim akcentom.)

„Ali utakmice Bundeslige se igraju. Od jedan do dva, sedam plus“

„I ti igraš Bundesligu sa BetOleom. Igraš da pobediš! BetOle.com »

„Da, Ole! »

Direktor je takođe zatražio mišljenje Konsultativne skupštine koja je, u skladu sa članom 35 (4) (1) izmenjenog zakona od 27. jula 1991. godine o elektronskim medijima, koja se odnosi na oblast izazivanja mržnje.

Konsultativna skupština u početku ispituje o razlozima koji su naveli slušaoca da obuče glumca u nemačku vojnu uniformu ukrašenu SS oznakama, koje karakterišu generala čina „šturmbanfirera“. Drugo, Skupština se pitala da li intenzitet nemačkog akcenta glumca, posebno kada se potonji odnosi na „Bundesligu“ (nemačko fudbalsko prvenstvo), ima za cilj dramaturgiju u čisto komercijalne svrhe, ili je prava čin raspirivanja mržnje, jasno aludirajući na antinemačku ogorčenost koja je možda i dalje prisutna u glavama srpskog stanovništva nakon događaja iz Drugog svetskog rata.

U svom mišljenju od 17. juna 2021. Skupština zaključuje da „to nije pravi čin izazivanja mržnje, već da bi spot pre imao za cilj da podstakne ljude da se klade na utakmice Bundeslige. Ipak, preporučuje da se pružalac medijske usluge upozori na upotrebu zabranjenih oznaka i podseća na važnost poštovanja osnovnih prava i ljudskih prava..

Na kraju svoje detaljne činjenične i pravne analize, direktor smatra da je pružalac medijske usluge jasno prekršio obavezu iz člana 3 stav (1) tačka (c) specifikacije usluge SportKlub1, prema kojoj je dužan da pridržavati se "dobrog morala".

Direktor tvrdi da dobar moral „(..) ..kao pravni princip, na koji se često poziva u isto vreme kao i na pojam javnog poretka, tako predstavlja vektor bezbednosti za određeni poredak koji društvo „pripisuje“ sebe“. S tim u vezi, direktor smatra da je bezosećajna priroda pozivanja na nemački nacionalsocijalizam, a posebno korišćenje insignija ovog režima u reklamne svrhe, teško kompatibilni sa pojmom dobrog morala.

Konačno, direktor se poziva na član 3. stav (1) tačka (a) specifikacije pružaoca medijske usluge kako bi podsetio da su kvalitet i poštovanje intelektualnog i moralnog senzibiliteta javnosti takođe predviđeni u njemu. U tom kontekstu, direktor preporučuje pružaocu medijske usluge, „(..) da se u slučaju da to nije

propisno opravdano, ubuduće uzdrži od emitovanja reklama koje koriste ove oznake ili reference na neprikladan način.. ».

U svom pisanom odgovoru od 15. novembra 2021. godine, pružalac medijske usluge prvo objašnjava da je sadržaj predmetne komercijalne komunikacije „deo border marketinške kampanje oglašivača koja ima za cilj da bude provokativna i da se igra sa lokalnim stereotipima na jasan satiričan način, u cilju promocije fudbalskog klađenja za određene sportske lige, a izvodi je renomirani srpski komičar/glumac, gospodin Nenad Okanović. Glumac je u Srbiji poznat po svojim komičnim/satiričnim ulogama. Kao dodatna ilustracija, reklamna kampanja je referencirala italijansku ligu preko istog glumca koji imitira lik iz filmske trilogije Kum, poigravajući se uobičajenim nacionalnim stereotipima na sličan satiričan način. „Pružalac medijske usluge dalje dodaje da „UM tvrdi da upotreba nemačke uniforme iz Drugog svetskog rata, kao i upotreba očigledno preuveličane diskutabilne, predstavlja preterivanje koje nije neuobičajeno, ne podrazumeva specifičan negativan kontekst i isto ne treba doživljavati kao podsticanje na kršenje ili promociju nacizma u regionalnom kontekstu“ i da „s obzirom na jasnu komičnu/satiričnu prirodu Sadržaja, čvrsto verujemo da puko predstavljanje vojnih uniformi ili akcenta ne treba smatrati uvredljivim ili kao podsticanje na nasilje, promociju totalitarne ideologije, niti kao kršenje bilo kojih drugih važećih pravila, ili bi ih kao takav doživljavao prosečan gledalac“. Pružalac medijske usluge traži od vlasti „da uzme u obzir specifičan lokalni kontekst i prethodnu istoriju, kao što je objašnjeno gore ».

On na kraju obaveštava direktora da „bez obzira na pravni položaj koji je u pitanju, UM želi da obavesti ALIA da je emitovanje Sadržaja prekinuto, u konsultaciji sa oglašivačem, odmah nakon razmatranja REM-a“.

Uzimajući u obzir objašnjenja pružaoca medijskog sadržaja, direktor ostaje pri svom stavu da smatra da su ovim prekršena pravila specifikacija koje prate koncesiju za luksemburški satelitski servis datu kompaniji United Media sarl za uslugu SK1. S obzirom na sve analizirane elemente, direktor na kraju predlaže Upravnom odboru da izrekne kaznu pružaocu medijske usluge tj emiteru.

Saslušanje emitera (pružaoca medijske usluge)

Pružalac medijske usluge (emiter) je sazvaio Upravni odbor 24. januara 2022. godine kako bi se pozicionirao u odnosu na zaključke direktora u dosijeu pod naslovom. U imejlu od 3. januara 2022., PMU je naveo da neće davati nikakve dodatne usmene ili pismene podneske..

Diskusija

Važeći zakon i podsećanje na relevantne principe u vezi sa slobodom izražavanja

ALIA može, u skladu sa članom 35. izmenjenog zakona od 27. jula 1991. godine koji se odnosi na elektronske medije, uzeti u obzir pritužbe „u vezi sa nepoštovanjem audiovizuelne ili audiomedijske usluge koja spada u nadležnost Luksemburga „odredbe ovog zakona , ili uzeto za izvršenje ovog zakona ili "specifikacije". ALIA i dalje može delovati ako na sopstvenu inicijativu sazna za kršenje jedne od relevantnih odredbi zakona, propisa Velikog vojvodstva ili koncesija, dozvola i specifikacija.

U pogledu, pre svega, važećeg zakona, Savet primećuje da, prema REM-u, analizirana komercijalna komunikacija zanemaruje „zakon (član 6. st. 1. i 3. Zakona o oglašavanju Republike Srbije) sa aspekta nekorišćenje dozvoljenih sredstava za postizanje cilja kao i vizuelni prikaz koji se može smatrati uvredljivim – zbog upotrebe nacističkih obeležja i povezivanja Bundeslige sa nacistima.

U tom smislu, Savet želi da istakne u vezi sa tim da dotični pružalac usluga ima koncesiju koju su dodelile luksemburške vlasti u skladu sa članom 21 izmenjenog zakona od 27. jula 1991. o elektronskim medijima i da se, shodno tome, primenjuju odredbe ovog zakona i drugih nacionalnih i međunarodnih normativnih tekstova koji se odnose na aktivnosti emitera i koji su na snazi u Luksemburgu, kako se posebno podseća u članu 3 stav (1) tačka (c) i članu 6 stav (1) specifikacija, prema kojima emitovanje mora da bude u skladu sa „Luksemburškim zakonima i međunarodnim konvencijama koje su na snazi u Velikom Vojvodstvu“. Ovo ne isključuje da, ukoliko je predmetno emitovanje tj medijski servis, čiji se programi emituju na srpskom jeziku, namenjeno uglavnom za teritoriju Srbije, Savet će, po potrebi, voditi računa o specifičnom kontekstu, posebno kulturnom i istorijskom, zemlje prijema kako bi se utvrdilo, ako je potrebno, opravdanost mešanja u pravo na slobodu izražavanja ciljeva pružaoca medijske usluge i da bi se procenila ozbiljnost navodnog kršenja.

Što se tiče, drugo, principa koji se primenjuju na slobodu izražavanja, Savet podseća da navedena sloboda, koja je izričito zagantovana različitim nacionalnim i međunarodnim standardima koji su na snazi u Luksemburgu, predstavlja jedan od suštinskih temelja demokratskog društva, jedan od osnovnih uslova za njen napredak i za svačiji razvoj. To se odnosi ne samo na „informacije“ ili „ideje“ koje su blagonaklono primljene ili koje se smatraju bezopasnim ili ravnodušnim, već i na one koje vređaju, šokiraju ili uznemiravaju: takva je volja pluralizma, tolerancije i duha otvorenosti bez kojih nema nikakvog „demokratskog društva“. Doduše, kao što je posebno sadržano u članu 10. Evropske konvencije o ljudskim pravima (ECoHR), koji obavezuje i Srbiju i Luksemburg, sloboda izražavanja podleže izuzecima, ali oni zahtevaju usko tumačenje i potreba da se ona ograniči mora biti ubedljivo uspostavljena (pogledajte, na primer, CourEHD, Sekmandienis Lts protiv Litvanije, 693 17/14, 30. januar 2018.). Kao što se takođe podseća u članu 2 izmenjenog zakona od 8. juna 2004. o slobodi izražavanja u medijima, u skladu sa članom 10. CEHD, svako ograničenje ili mešanje u ovoj oblasti mora biti predviđeno zakonom, imati legitiman cilj i biti neophodno u demokratskom društvu, tj. zadovoljiti hitnu društvenu potrebu i biti srazmerno legitimnom cilju kojem se teži.

Takođe je zajedničko da humoristički format koristi veoma široku slobodu izražavanja (pogledajte, između ostalih primera, odluku D015/2021-P010/2021 Upravnog odbora ALIA-e od 3. maja 2021, str.2, ili odluke D006/2017-P002/2017 Upravnog odbora ALIA od 30. januara 2017. godine, str.2) i da se mora jasno postići dovoljan prag ozbiljnosti da bi se opravdalo mešanje u slobodu izražavanja (odluka D001/2019- P004/2019 odbora direktora ALIA od 29. aprila 2019. godine). Dakle, kada izrazi koji su inscenirani upadnu u okvire karikature pomoću satiričnih elemenata, podsećalo se da je satira oblik umetničkog izraza i društvenog komentara koji, preuveličavanjem i izvrtanjem stvarnosti koji ga karakterišu, prirodno ima za cilj da izazove bilo kakvu mešanje u pravo umetnika – ili bilo koje druge osobe – da se izražava na ovaj način. Kontekst igra važnu ulogu u ovom pogledu (pogledajte, na primer, ESLJP, Alves da Silva protiv Poretugala, 41665/07, 20. oktobar 2009.)

Savet, naprotiv, naglašava da, iako sloboda izražavanja ostavlja malo prostora za ograničenja u oblastima političkog govora ili pitanja od opšteg interesa, postoji široko polje procene kada je, kao u ovom slučaju, u pitanju regulisanja komercijalnog i reklamnog diskursa (CourEDH, markt intern Verlag GmbH i Klaus Beermann s.Nemačka, 20. novembar 1989, serija A br. 165, Hertel, 25181/94, 25. avgust 1998).

Na isti način, Savet dalje primećuje da tolerancija i poštovanje jednakog dostojanstva svih ljudskih bića čine temelj demokratskog društva i pluralizma. Iz ovoga sledi da se u principu može suditi, neophodno, u demokratskim društvima, da se kazne, čak i sprečiti, sve oblike izražavanja koji propagiraju, podstiču,

promovišu ili opravdavaju mržnju zasnovanu na netoleranciji, i ako postoji mora se gledati da se "formalnosti", "uslovi", "ograničenja" ili "sankcije » nametnute su srazmerni legitimnom cilju kome se teži (vidi, na primer, ECtHR, Feret. Belgium, 15615/07).

Ocena slučaja

Odbor smatra, kao i direktor, da je dotični pružalac medijske usluge (emiter), emitovanjem spornog spota, a očigledno na ozbiljan način zanemario svoju obavezu da se pridržava "dobrog morala" navedenog u članu 3 stav (1) tačka (e) specifikacije usluge SportKlub1 prema kojoj je emitovanje „moralo da bude u skladu sa dobrim moralom kao i sa luksemburškim zakonima i međunarodnim konvencijama koje su na snazi u Velikom Vojvodstvu { . . .}” i koji dalje u stavu (1) tačka (') glavnog člana navodi da služba „ne može ugroziti nacionalnu bezbednost niti javni poredak (...)”.

Odbor smatra korisnim podsetiti u ovom kontekstu da je, u skladu sa članom 274/1 Krivičnog zakona Luksemburga, zabranjeno, posebnou javnosti, bilo kakva komunikacija putem medija buntovnih tekstova i javnog izlaganja (...) ili javno isticanje bilo kakvih „znakova ili simbola koji bi mogli da izazovu pobunu ili naruše javni mir”.

Nadalje, javno podsticanje, bilo kojim sredstvom audiovizuelne komunikacije, na diskriminaciju, mržnju ili nasilje, posebno amblemom, takođe predstavlja krivično delo u smislu Leksensburškog krivičnog zakona (član 457-1) i člana 457-3. Isti zakonik kažnjava, sa svoje strane, svakog ko osporava, minimizira, opravdava ili negira postojanje jednog ili više zločina protiv čovečnosti ili zločina rata ili genocida. Ova krivična dela i „grubo javno banalizovanje“ takvih zločina dalje se pominju u članu 1. Okvirne odluke Saveta 2008/913/JHA od 28. novembra 2008. o borbi protiv određenih oblika i manifestacija rasizma i ksenofobije kroz krivično pravo.

Navedene odredbe svedoče o čvrstoj rešenosti zakonodavca da se posebno bori protiv svake upotrebe nacističkih simbola van određenih hipoteza kao što su istraživanje ili obrazovanje. ALIA je, kao i Evropski parlament, posebno zabrinuta činjenicom da se takvi simboli koriste u javnim prostorima i u komercijalne svrhe i smatra da su takve prakse nedopustive.

U ovom slučaju, upotreba nacističkih obeležja i odeće ili odeće u vezi sa nacističkim režimom na vlasti u Nemačkoj između 1933. i 1945. u kontekstu čiste komercijalne komunikacije, u smislu da podsećaju na najgoru zločinu Drugog svetskog rata, može dovesti do oživljavanja izuzetno bolnih sećanja i probuditi, čak i decenijama nakon završetka ovog rata, strahove u delu stanovništva koji je bio svedok ili žrtva progona i istrebljenja miliona Jevreja, Cigana, crnaca, Slovena, homoseksualaca, političkih ili verskih protivnika kao i druge monstruoznosti počinjene pod nacističkim režimom, i time duboko vredati osetljivost ovih ljudi i javnosti uopšte, čak i narušavati javni mir. Demonizacija nacističke ideologije insceniranjem viceva na tako ozbiljnu temu svedoči, u očima Saveta, o veoma vrednom nedostatku osetljivosti kod njenog autora.

Takvo postavljanje u kontekstu komercijalnog spota u navodno humorističkom modusu takođe će verovatno favorizovati grubu trivijalizaciju celokupnog simbolizma koji je povezan sa nacionalsocijalističkim režimom, nacizmom i Drugim svetskim ratom, posebno obeležja povezanih sa najmračnijim trenucima u istorije čovečanstva, kojima se na taj način ulaže ili daje neutralna, čak i pozitivna slika, sa ciljem promovisanja marketinga proizvoda ili usluge.

Dakle, emitovanje spornog reklamnog spota, koji će verovatno biti shvaćen ne samo kao prenošenje duboko uvredljive slike za Nemačku i nemački narod, asociirajući ih na apsurdan način sa vojnikom koji nosi vojna i nacistička obeležja, već i kao nežni trivijalizacija nacističke ideologije i vređanje kolektivnog pamćenja, pored toga što jasno krši obavezu pružaoca medijske usluge da poštuje intelektualnu i moralnu osetljivost javnosti, predstavlja u najmanju ruku očigledan, i ozbiljan napad na "dobar moral" naravno i u državi izdavanja i u državi prijema sporne komercijalne komunikacije. Stoga postoji hitna društvena potreba koja u ovom slučaju opravdava mešanje u pravo na poštovanje slobode izražavanja, bez obzira na duhovitu koncepciju koju tvrdi emiter i opšti kontekst dotične reklame. U ovom kontekstu, Savet takođe uzima u obzir da je sudska praksa da je istorijsko iskustvo dotične države faktor koji ima veliku težinu u proceni postojanja takve potrebe. Ovo je posebno slučaj u proceni postojanja takve potrebe. Ovo je posebno slučaj u državama koje su iskusile užase nacista.

Savet dodaje da, iako satiričar ne mora nužno sebi da zabrani, u ime inteligencije i dobrog ukusa, upotrebu, kao u ovom slučaju, nacističkih i vojnih simbola svojstvenih tokom Drugog svetskog rata, upotreba istih u komercijalne svrhe je nedopustiva.

Samo ovo zapažanje omogućava Savetu da smatra da je, emitovanjem dotičnih slika, emiter očigledno, i na ozbiljan način zanemario svoje zakonske obaveze.

Kao olakšavajuću okolnost, Savet sa zadovoljstvom konstatuje da je distribucija kritične komercijalne komunikacije prekinuta čim je dobavljač saznao za žalbe koje su stizale iz REM-a.

Na osnovu svih elemenata procene stečenih u spisu i u posebnim okolnostima slučaja, Odbor odlučuje da izrekne novčanu kaznu od 1.500 EU za emitera.

Odluka

United Media s.a.r.l. izrečena je novčana kazna od 1.500 eur.

Tako je na sednici Upravnog odbora od 14.03.2022. odlučio odbor u sastavu :

Thierry Hoscheit, predsednik

Valerie Dupong, član

Marc Glesreener, član

Luc Weitzel, član

Claude Wolf, član

Thierry Hoscheit, Predsednik

Svojeručni potpis