

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady dňa 8. 3. 2023

**Správa o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z.**

**Podnet na preverenie č.:** PGO-RPMS/2023/00180

**Programová služba:** TV MARKÍZA

**Vysielateľ:** MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.

**Číslo licencie:** TD/17

Na základe záverov uvedených v správe Kancelária Rady pripravila nasledujúce uznesenie:

**Návrh uznesenia:**

Rada pre mediálne služby (ďalej len „Rada“) ako orgán príslušný podľa § 109 ods. 1 až 4 a § 110 ods. 2 písm. e) zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej len „zákon č. 264/2022 Z. z.“) postupom podľa § 150 zákona č. 264/2022 Z. z. preverila podnet na preverenie evidovaný pod č. PGO-RPMS/2023/00180 smerujúci voči vysielaniu televíznej programovej služby TV MARKÍZA vysielateľa MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. a uznala podnet na preverenie podľa ustanovenia § 150 ods. 13 zákona č. 264/2022 Z. z. za **neopodstatnený**.

**Úloha:**

Kancelária Rady oznámi podávateľovi podnetu výsledok preverenia podnetu.

**T: 20. 3. 2023**

**Z: PgO**

# Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady pre mediálne služby  
dňa 8.3.2023

Podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/00180 zaevidovaný dňa 16. 1. 2023  
Podávateľ: fyzická osoba  
Predmet podnetu: Televízne noviny  
Deň a čas vysielania: 15. 1. 2023 19:00 hod.  
Označenie podľa JSO: bez označenia

Programová služba: TV MARKÍZA  
Vysielateľ: MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.  
Číslo licencie: TD/17

Dátum: 1. 3. 2023

## **OBSAH PODNETU:**

„Počas spravodajskej relácie bol zaradený príspevok o Egypte, v rámci ktorého vystúpil aj Mikuláš Milko, riaditeľ CK HYDROTOUR, pričom v titulku bolo viditeľne uvedené jeho meno, priezvisko ako aj funkcia a firma. Celá reportáž bola podľa môjho názoru nepriama reklama na konkrétnu cestovnú kanceláriu a jej ponuku. Možno by taktiež stálo za úvahu preveriť, kto hradil pobyt autorky tohto príspevku v Egypte. Vopred ďakujem.“

## **PRÁVNE VÝCHODISKÁ POSUDZOVANIA:**

**Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách**  
(účinný od 1. 8. 2022) (ďalej aj „ZMS“):

### **§ 71 Mediálna komerčná komunikácia**

(1) Mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povesť osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a

a) je poskytovaná ako súčasť programu alebo videa vytvoreného užívateľom alebo sprevádza program alebo video vytvorené užívateľom za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo

b) je reklamnou programovou službou.

### **§ 72 Skrytá mediálna komerčná komunikácia**

(1) Skrytá mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie. Táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu.

(2) Skrytá mediálna komerčná komunikácia sa zakazuje.

### **§ 84 Forma a spôsob uvádzania reklamného oznamu a telenákupu**

(1) Reklamný oznam a telenákup musia byť ľahko odlišiteľné a oddelené od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby; vo vysielaní rozhlasovej programovej služby sa použijú na oddelenie spravidla zvukové prostriedky a vo vysielaní televíznej programovej služby audiovizuálne, obrazové, zvukové alebo priestorové prostriedky, okrem telenákupného pásma, kde sa vo vysielaní televíznej programovej služby použijú audiovizuálne prostriedky.

(2) Vo vysielaní televíznej programovej služby sa reklamný oznam a telenákup vysielajú spravidla v reklamných blokoch a oddelene od iných častí tejto programovej služby. Vysielanie samostatných reklamných šotov alebo telenákupných šotov je možné najmä vo vysielaní športových podujatí, v iných prípadoch len ak ide o podobne štruktúrované podujatia alebo ak nie je možné vysielanie v reklamnom bloku z objektívnych dôvodov na strane vysielateľa.

(3) Vysielateľ rozhlasovej programovej služby, ktorý nie je verejnoprávnym vysielateľom, môže vysielateľ reklamnú reláciu spracovanú do podoby programu informačného charakteru, ktorý podporuje predaj, nákup alebo nájom tovarov alebo služieb. Na začiatku vysielania takého programu je vysielateľ povinný zreteľne upozorniť na charakter tohto vysielania.

## § 85

*Vysielateľ je povinný zabezpečiť, aby hlásatelia, moderátori a redaktori, ktorí účinkujú v spravodajskom programe alebo v programe aktuálnej publicistiky v rámci jeho programovej služby, neúčinkovali v reklamnom ozname ani v telenákupe, a to ani v obraze, ani vo zvuku. Ustanovenie prvej vety sa nevzťahuje na vlastnú propagáciu.*

### **ANALÝZA – stanovisko Kancelárie Rady pre mediálne služby:**

Podávateľ podnetu namietal odvysielanie príspevku o Egypte, ktorý prostredníctvom riaditeľa CK Hydrotour robil nepriamu reklamu danému subjektu, cit.: „*Celá reportáž bola podľa môjho názoru nepriama reklama na konkrétnu cestovnú kanceláriu a jej ponuku.*“

Monitoringom relácie *Televízne noviny* sme v cca 19:51 hod. zaznamenali odvysielanie príspevku **Čo ponúka Egypt**. Príspevok informoval o obľúbenej turistickej destinácii Taba, nachádzajúcej sa v Akabskom zálive. Prostredníctvom moderátora, redaktorky, obchodného riaditeľa Taba Heights, generálneho riaditeľa CK Hydrotour a sprievodcu v Egypte sa dozvedel zaujímavé informácie o kultúrno-športových možnostiach vyžitia danej destinácie, jej gastronómii, podnebí, ako aj informácie o egyptských pyramídach a ich histórii.

Na základe výhrad podávateľa podnetu sme príspevok analyzovali z hľadiska ustanovení ZMS týkajúcich sa skrytej mediálnej komerčnej komunikácie.

Z definície skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách vyplývajú nasledovné kritériá, ktoré musia byť kumulatívne naplnené, aby mohlo ísť o skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu:

- 1) zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia,
- 2) vysielateľ túto informáciu odvysielal v rámci programu,
- 3) informácia priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno,
- 4) informácia je zámerné využívaná na propagačné účely,
- 5) informácia by mohla vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o jej podstate.

Uskutočneným monitoringom spravodajského príspevku **Čo ponúka Egypt** v relácii *Televízne noviny* sa preukázalo nasledovné:

1. zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia – v príspevku *Čo ponúka Egypt* išlo o textovú informáciu o cestovnej kancelárii Hydrotour, ktorej názov sa objavil pri dvoch vstupoch jej protagonistu v príspevku. (Mikuláš Milko, generálny riaditeľ CK Hydrotour)
2. vysielateľ túto informáciu odvysielal v rámci programu – informácia bola odvysielaná v spravodajskom príspevku hlavnej spravodajskej relácie.
3. informácia priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno – v príspevku sme nezaznamenali kvalitatívne hodnotenia, resp. propagáciu cestovnej kancelárie. Neboli zaznamenané zmienky o tomto obchodnom subjekte (okrem názvu CK pri slovnom vstupe jej zástupcu), jej názov nebol prezentovaný v pozitívnych konštatovaniach a v takej intenzite a rozsahu, aby sme mohli hovoriť o propagácii danej cestovnej kancelárie. Príspevok síce informoval o destinácii Egypt, ktorú má aj CK Hydrotour v ponuke, táto informácia však v príspevku neodznala.
4. informácia je zámerné využívaná na propagačné účely – Podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. sa informácia považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu. Keďže Rada nedisponuje informáciami o prípadnej odplate či inej protihodnote, kritérium zámernosti využívania informácie o službe na propagačné účely sa považuje za naplnené spravidla v tom prípade, ak je program redakčne

zostavovaný dopredu. V prípade programu *Televízne noviny* a príspevku *Čo ponúka Egypt* môžeme skonštatovať, že bol redakčne zostavený dopredu.

5. informácia by mohla vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o jej podstate – vzhľadom na to, že podľa nášho názoru propagačný účel informácie o obchodnom mene, resp. službe nebol preukázaný, ale naopak prevažoval informačný účel, recipient nebol uvedený do omylu o podstate tejto informácie.

Z uvedených dôvodov sme toho názoru, že v odvysielanom príspevku nedošlo ku kumulatívne naplneniu kritérií definície skrytej mediálnej komerčnej komunikácie a k porušeniu § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách.

#### **ZÁVER:**

Na základe uvedeného sa domnievame, že odvysielaním príspevku *Čo ponúka Egypt* v relácii *Televízne noviny* zo dňa 15.1.2023 nedošlo k porušeniu § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách.

Podnet na preverenie navrhujeme posúdiť ako **neopodstatnený**.

**Prepis/popis monitorovaného vysielania k Správe o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z. (podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/0180)**

**Monitorované vysielanie:** Televízne noviny  
**Deň vysielania:** 15.1.2023  
**Čas vysielania:** 19:00 hod.  
**Označenie podľa JSO:** bez označenia

**19:00 hod.**

Headline, Vysoké zálohové faktúry pre domácnosti, Najbiednejší ešte schudobneli, Vodiči zaplatia viac aj za poisťky, Zásah bytovky, Na telo E. Tomáš vs. I. Matovič, Vo vedení dvoch strán naraz, Vizionárske družstvo, Kamióny v dedine, Problematická mestská doprava, Nový poplatok v Bardejove, Preventívne prehliadky u urológa, Zrekonštruovali prezidentský vrtuľník, Zima v Tatrách, Správy zo zahraničia, Učia sa pre život, Astro inžinier, Reklama, Uvidíte, Klziská v teplej zime, **Čo ponúka Egypt**

**19:51:33 – prepis príspevku**

**Moderátor:** „Kolieska civilizácie, kombinácia priezračného mora a farebnej kultúry. Egypt je síce obľúbenou destináciou slovenských turistov, no stále tam nájdeme neobjavené miesta. Pozreli sme sa, kde sú.“

**Redaktorka:** „Šnorchlovanie, štvorkolky uprostred púšte, krásne more a bohatá kultúra. To všetko ponúka doposiaľ neobjavená egyptská Taba. Nachádza sa v Akabskom zálive.“

**Jens Freis**, obchodný riaditeľ Taba Heights: „Slováci radi trávia čas na pláži, ale užívajú si tiež jedlo a víno. Majú radi zábavu. Nielen športovú.“

**Mikuláš Milko**, generálny riaditeľ CK Hydrotour: „Ak hovoríme o Akabskom zálive, tak je to unikátna oblasť, kde sa na malom území nachádzajú štyri významné krajiny: Egypt, Izrael, Jordánsko a Saudská Arábia. Sú to krajiny, ktoré majú výnimočnú históriu.“

**Redaktorka:** „Symbolom egyptskej ale aj svetovej histórie sú pyramídy v Gize. Sú jediným zo siedmich divov sveta, čo sa zachoval dodnes.“

**Ahmed Said**, sprievodca v Egypte: „Hrobka faraóna, čo je pyramída, bola považovaná ako najposvätnější stavba v Egypte. Proto všichni, kteří pracovali v stavbě, museli být věřící v náboženství starých Egyptanů, a to znamená, že všichni museli být egyptanové. Taky nikdo tady nepracoval zadarmo, všichni dostali platy. V té době nepoznali peníze, proto každý dělník tady dostal 10 chlebu a jeden .... k pivu.“

**Redaktorka:** „Najväčšia je Cheopsova pyramída, do útrov ktorej sa dá aj dostať. Stavba pyramídy trvala 20 rokov. Pracovalo na nich 5 000 robotníkov ročne. V blízkosti pyramíd sa nachádza aj známa sfinga. Sfinga je najväčšia socha v Egypte, postavili ju pred 4000 rokmi z jedného kusu kameňa.“

**Ahmed Said**, sprievodca v Egypte: „Sfinga má tělo jako lev, hlava jak muž, tvář člověka, to znamená, že faraon je silný jako lev, šikovný jak muž.“

**Redaktorka:** „Kúsok od pyramíd sa odhalí pulzujúca a farebná Káhira.“

**Mikuláš Milko**, generálny riaditeľ CK Hydrotour: „Je možnosť vidieť vyše 20 miliónovú metropolu, ktorá žije svojím životom s neuveriteľnou dopravou, ale aj s obrovským rozmachom s neuveriteľnou výstavbou moderných nových častí.“

**Redaktorka:** „V Egypte prší len 10 dní v roku, preto domy v Káhire nemusia mať strechy. Atmosféme mesta tvoria nielen rušné ulice, ale aj voňavé a farebné tržnice.“ M.G., TV Markíza

Ďalšie príspevky: Knižné búdky ničia vandali, Z Bachmutu do Vysokých Tatier, Reklama, Počasie;