

Reklamu na alkohol môžu televízie vysielat' už od 20. hodiny, za hodinu môžu odvysielat' aj viac ako 12 minút reklamy

Tlačová správa, Bratislava, 23. decembra 2022

V období nadchádzajúcich sviatkov trávajú ľudia pred obrazovkou viac času ako zvyčajne a tak ich môže zaskočiť, ak si všimnú, že sa v televíznom vysielaní objavujú reklamné spoty na alkohol už v skorších večerných hodinách. „Vieme, že diváci, najmä, ak programy sledujú s deťmi, reagujú na takéto vysielanie citlivo, preto by sme ich chceli informovať, že toto konanie je v súlade so zákonom o mediálnych službách. Ten **obmedzuje zákaz mediálnej komerčnej komunikácie na liehoviny len na čas medzi 6. hodinou ráno a 20. hodinou večer,**“ objasnil riaditeľ Rady pre mediálne služby Martin Dorociak.

To v praxi znamená, že **reklamné spoty aj sponzorské odkazy na tvrdý alkohol môžu vysielatelia zaraďovať do vysielania od 20. hodiny večer do 6. hodiny ráno. Reklamu na pivo a víno môžu vysielat' počas celého dňa.** „Táto právna úprava je účinná už od 1. augusta tohto roka, no diváci pochopiteľne zmenu zákona nemuseli zaevidovať a na nové pravidlá si budú dlhšie zvykať. Napokon, za posledný polrok sme v tejto súvislosti prešetrovali aj viacero ich podnetov, ale logicky sme ich museli uzavrieť ako neopodstatnené,“ doplnil M. Dorociak. Rovnaké pravidlá platia aj pre rozhlasové vysielanie.

Vianočné sviatky sú vzhľadom na vysokú sledovanosť televízneho vysielania pre zadávateľov reklamy komerčne veľmi atraktívny čas. Rada pre mediálne služby preto upriamuje pozornosť divákov na ďalšiu zmenu mediálnej legislatívy, ktorú môžu v nasledujúcich dňoch postrehnúť: „**Zákon o mediálnych službách v súlade so smernicou o audiovizuálnych mediálnych službách platnou pre celú EÚ uvoľnil aj pravidlá zaraďovania reklamy do vysielania.** Celkový objem reklamy v rozsahu dvadsať percent denného vysielacieho času ostáva zachovaný, ale **vysielatelia teraz majú omnoho väčšiu flexibilitu** v tom, ako ho v rámci jednotlivých úsekov dňa rozložia,“ vysvetlil M. Dorociak.

Doteraz mohli televízie odvysielat' maximálne 12 minút reklamy počas jednej hodiny, čo predstavuje dvadsať percent zo 60 minút. Podľa aktuálne platnej úpravy sa obmedzenia určujú za dlhšie časové úseky, a to zvlášť v časovom úseku od 6. hodiny ráno do 18. hodiny podvečer, čiže za 12 hodín, a zvlášť v úseku od 18. hodiny do polnoci, teda za 6 hodín. V praxi to znamená, že **v primetime sa vzhľadom na atraktivitu tohto času môže objaviť v jednej hodine zreteľne viac reklamy** ako tomu bolo počas platnosti zákona o vysielaní a retransmisii, keďže 12-minútový limit už neplatí. „Z podnetov divákov je zrejmé, že ich prerušovanie programov reklamou a najmä dĺžka reklamných prestávok, ktorú považujú za neadekvátnu, obťažuje. Ak však pri jej zaradení vysielateľ dodržiava zákonné limity, Rada musí konštatovať, že nie sú opodstatnené,“ uzavrel riaditeľ Rady pre mediálne služby.

Kontakt pre médiá:

Mgr. Lucia Michelčíková, PhD.

hovorkyňa

Rada pre mediálne služby

+421 918 696 286

lucia.michelcikova@rvr.sk