

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady dňa 22. 2. 2023

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

Podnet na preverenie č.: PGO-RPMS/2023/00151

Programová služba: Jednotka

Vysielateľ: Rozhlas a televízia Slovenska

Číslo licencie: TD/1

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/2023/00151 smerujúci voči vysielaniu programovej služby Jednotka vysielateľa Rozhlas a televízia Slovenska a uznala podnet na preverenie podľa ustanovenia § 150 ods. 13 zákona č. 264/2022 Z. z. za **neopodstatnený**.

Úloha:

Kancelária Rady oznámi podávateľovi podnetu na preverenie výsledok preverenia podnetu.

T: 6. 3. 2023

Z: PgO

Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na rokovanie Rady pre mediálne služby
dňa 22. 2. 2023

Podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/00151 zaevidovaný dňa 13. 1. 2023

Podávateľ: fyzická osoba

Deň a čas vysielania: 1. 12. 2022 o cca 19:50 h

Označenie podľa JSO: -

Programová služba: Jednotka

Vysielateľ: Rozhlas a televízia Slovenska

Číslo licencie: TD/1

Dátum: 15. 2. 2023

OBSAH PODNETU:

„RTVS neuveriteľným spôsobom prekráča svoje limity na vysielaní reklamy. Primitívnym spôsobom doplna jasne označené reklamné bloky o „sponzorské odkazy“ – v uvedenom prípade ich bolo pred reláciou GBS až 7! Podľa privatného vyjadrenia nemenovaného manažera TV Markiza sú si toho vedomí konkurenti RTVS ale stáznosť na Radu nepodajú lebo vraj „nechcu vyvolať vojnu“, keďže aj oni sami často niečo porusia.“

PRÁVNE VÝCHODISKÁ POSUDZOVANIA:

Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (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.

(2) Mediálna komerčná komunikácia zahŕňa najmä

- a) reklamný oznam,
- b) telenákup,
- c) sponzorovanie,
- d) umiestňovanie produktov,
- e) reklamnú programovú službu a
- f) reklamnú reláciu.

§ 73

Odlíšiteľnosť mediálnej komerčnej komunikácie

(1) Mediálna komerčná komunikácia musí byť ľahko odlíšiteľná od iných zložiek programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie.

(2) Mediálna komerčná komunikácia využívajúca podprahové vnímanie človeka sa zakazuje.

§ 81

(1) Reklamný oznam je akékoľvek verejné oznámenie vysielané za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu vrátane vlastnej propagácie, ktorého zámerom je podporiť predaj, nákup alebo nájom tovaru alebo služieb vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný objednávateľom reklamného oznamu alebo vysielateľom.

(2) Telenákup je priama ponuka vysielaná verejnosti s cieľom poskytnúť tovar alebo služby vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov za odplatu. Telenákup môže mať formu

- a) telenákupného šotu,
- b) telenákupného pásma v trvaní aspoň 15 minút bez prerušenia.

(3) Šot je krátke reklamné alebo telenákupné oznámenie zaradené do reklamného bloku alebo do telenákupného pásma.

§ 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.*

§ 86

Zaraďovanie reklamného oznamu a telenákupu do vysielania verejnoprávneho vysielateľa

(1) *Reklamný oznam a telenákup sa zaraďujú do televízneho vysielania verejnoprávneho vysielateľa len medzi jednotlivé programy, ak odsek 2 neustanovuje inak. Prerušovanie programov reklamným oznamom alebo telenákupom sa zakazuje.*

(2) *V programoch zložených zo samostatných častí alebo pri prenose verejných kultúrnych podujatí⁵⁹⁾ s prestávkami alebo prenose športových alebo podobne štruktúrovaných podujatí sa reklamné šoty a telenákupné šoty zaraďujú do televízneho vysielania verejnoprávneho vysielateľa iba medzi jednotlivé časti alebo počas prestávok.*

§ 89

Časový rozsah vysielania reklamných oznamov a telenákupu vo vysielaní verejnoprávneho vysielateľa

(1) *Časový rozsah vysielania reklamných oznamov vo vysielaní všetkých televíznych programových služieb verejnoprávneho vysielateľa nesmie spolu za kalendárny deň presiahnuť 0,5 % súčtu časov vysielania všetkých televíznych programových služieb verejnoprávneho vysielateľa v tomto kalendárnom dni. Tento časový rozsah sa môže zvýšiť až na 2,5 % súčtu časov vysielania všetkých televíznych programových služieb verejnoprávneho vysielateľa v danom kalendárnom dni o čas vyhradený telenákupným šotom.*

(2) *Časový rozsah vysielania reklamných oznamov vo vysielaní televíznej programovej služby verejnoprávneho vysielateľa nesmie v čase od 19.00 h do 22.00 h presiahnuť osem minút počas jednej celej hodiny.*

(3) *Obmedzenie podľa odseku 1 sa nevzťahuje na reklamný oznam v priamom spojení s vysielaním športového alebo kultúrneho podujatia, pri ktorom je reklamný oznam nevyhnutnou podmienkou pre nadobudnutie práv k televíznemu vysielaniu športového alebo kultúrneho podujatia. Reklamný oznam v priamom spojení s vysielaním športového alebo kultúrneho podujatia podľa predchádzajúcej vety nesmie vo vysielaní všetkých televíznych programových služieb verejnoprávneho vysielateľa spolu presiahnuť 15 % denného vysielacieho času.*

(4) Časový rozsah vysielania reklamného oznamu a telenákupu vo vysielaní rozhlasovej programovej služby verejnoprávneho vysielateľa nesmie presiahnuť 3 % jej denného vysielacieho času. Celkový časový rozsah vysielania reklamných oznamov a telenákupu nesmie vo vysielaní všetkých rozhlasových programových služieb verejnoprávneho vysielateľa spolu presiahnuť časový rozsah 20 % súčtu časov vysielania všetkých rozhlasových programových služieb verejnoprávneho vysielateľa v danom kalendárnom dni.

§ 91

Výnimky z časového rozsahu vysielania reklamných oznamov a telenákupu

Do časového rozsahu vysielania vyhradeného reklamnému oznamu a telenákupu sa na účely § 89 a 90 nezapočítava čas venovaný

a) vlastnej propagácii, ak ide o

1. upútavku, oznámenie vysielateľa o vedľajších produktoch, ktoré sú priamo odvodené z vlastných programov, o vlastnej programovej službe alebo o vlastnej audiovizuálnej mediálnej službe na požiadanie alebo
2. oznámenie vysielateľa o programoch, programovej službe alebo audiovizuálnej mediálnej službe na požiadanie iných subjektov patriacich k tej istej mediálnej skupine,

b) sponzorskému odkazu,

c) umiestňovaniu produktov a jeho označeniu,

d) reklamnej relácii,

e) výzve na pozorné prečítanie poučenia o správnom použití lieku obsiahnutého v písomnej informácii pre používateľov liekov pribalenej k lieku,

f) informácii, ktorú je vysielateľ rozhlasovej programovej služby povinný vysielat' spolu s reklamným oznamom podľa osobitných predpisov,⁶²⁾

g) neutrálnemu oknu medzi redakčným obsahom a reklamným oznamom alebo telenákupom a medzi jednotlivými šotmi.

§ 92

Vymedzenie sponzorovania

(1) Sponzorovanie je plnenie určené na priame alebo nepriame financovanie programu, programovej služby, audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, platformy na zdieľanie videí alebo videa vytvoreného užívateľom s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povest', tovary alebo aktivity osoby, ktorá také plnenie poskytla.

(2) Sponzorovanie nie je plnenie podľa odseku 1 poskytnuté osobou, ktorá je vysielateľom, poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie alebo poskytovateľom platformy na zdieľanie videí a ktorá daný program vyrobila alebo dané video vytvorila.

(3) Sponzorovanie nie je ani plnenie osôb zúčastnených na hromadnom financovaní podľa § 103.

(4) Sponzor je osoba, ktorá poskytla plnenie podľa odseku 1.

§ 93

Sponzorovanie programu, programovej služby a audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie

(1) Vysielateľ programovej služby a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie sú povinní zabezpečiť, aby program alebo séria programov, ktoré sú čiastočne alebo ako celok sponzorované, boli zreteľne označené sponzorským odkazom na začiatku

programu, v úvodných titulkoch programu, počas programu, po prerušení programu, v záverečných titulkoch programu alebo na konci programu.

(2) Sponzorským odkazom je a) uvedenie názvu, obchodného mena alebo mena a priezviska sponzora, ktorý plnenie poskytol, alebo b) zobrazenie loga sponzora alebo uvedenie odkazu na výrobok alebo službu sponzora.

(3) Vysielateľ a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie sú povinní zabezpečiť, aby sponzorovaný program, sponzorovaná programová služba alebo sponzorovaná audiovizuálna mediálna služba na požiadanie priamo nepodporovali predaj, nákup ani prenájom tovarov alebo služieb sponzora alebo tretej osoby, a to najmä osobitnými propagačnými zmienkami o uvedených tovaroch či službách v týchto programoch, programovej službe alebo v audiovizuálnych mediálnych službách na požiadanie; to sa nevzťahuje na sponzorský odkaz v rozhlasovej programovej službe.

(4) Vysielateľ a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie sú povinní zabezpečiť, aby bola verejnosť zreteľne informovaná o sponzorovaní programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie.

§ 98

Vymedzenie iných foriem propagácie

(1) Za inú formu propagácie sa považuje

- a) politická propagácia,
- b) oznam propagujúci náboženstvo alebo ateizmus,
- c) charitatívna výzva,
- d) kampaň vo verejnom záujme,
- e) informačná kampaň,
- f) informácia o vlastnom programe,
- g) súkromná inzercia.

(4) Charitatívna výzva je oznam alebo súbor oznamov uverejnený bezodplatne alebo bez poskytnutia inej protihodnoty, ktorý obsahuje výzvu alebo žiadosť o pomoc pre fyzickú osobu, skupinu fyzických osôb, sociálne či charitatívne organizácie alebo nadácie založené na podporu takých cieľov.

(5) Kampaň vo verejnom záujme je oznam alebo súbor oznamov nepolitického subjektu uverejnený spravidla bezodplatne, zameraný na zvyšovanie sociálnych zručností, právneho vedomia, bezpečnosti na cestách alebo ochrany spotrebiteľa, zdravia, prírody, životného prostredia, na šírenie osvetly alebo na prezentáciu kultúry alebo športu a prístupu k nim.

(7) Informačná kampaň je oznam alebo súbor oznamov financovaný z verejných zdrojov alebo nepolitickým subjektom motivujúci verejnosť k občianskej angažovanosti, vyzývajúci k uplatneniu práva alebo informujúci o použití verejných prostriedkov,⁶³⁾ najmä v súvislosti s čerpaním prostriedkov Európskej únie, očkovaním, účasťou na voľbách alebo referende.

ANALÝZA – stanovisko Kancelárie Rady pre mediálne služby:

Podávateľ podnetu namietal, že vo vysielaní RTVS pred reláciou GBS boli prekročené limity reklamy a „primitívnym spôsobom vysielateľ dopĺňa reklamné bloky o sponzorské odkazy.“

Monitorovaním záznamu vysielania televíznej programovej služby Jednotka zo dňa 1. 12. 2022 v čase od cca 18:55 h do cca 22:05 h bolo zistené, že v ňom boli použité rôzne formy mediálnej komerčnej komunikácie, napríklad reklamný oznam vo forme šotov v reklamnom bloku, upútavky, vlastnej propagácie, sponzorských odkazov.

Podľa § 91 ZMS sa do časového rozsahu vysielania vyhradeného reklamnému oznamu a telenákupu nezapočítava čas venovaný vlastnej propagácii ani sponzorským odkazom. V časovom úseku od cca 19:00 h do cca 22:00 h sme zaznamenali nasledujúce časy vysielania reklamných oznamov:

Časový úsek	Dĺžka úseku v min.	Obsah
19:00:00 - 19:59:59		hodinový časový úsek
19:51:20 - 19:52:52	1,50	reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku
19:55:27 - 19:58:02	2,35	reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku
20:00:00 - 20:59:59		hodinový časový úsek
20:13:45 - 20:14:35	0,50	reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku
20:17:44 - 20:19:29	1,45	reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku
20:27:15 - 20:28:05	0,50	reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku
20:31:20 - 20:33:00	1,40	reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku

Podľa § 89 ods. 2 ZMS: „Časový rozsah vysielania reklamných oznamov vo vysielaní televíznej programovej služby verejnoprávneho vysielateľa nesmie v čase od 19.00 h do 22.00 h presiahnuť osem minút počas jednej celej hodiny.“

Monitorovaním bolo zistené, že časový rozsah vysielania reklamných oznamov vo vysielaní televíznej programovej služby verejnoprávneho vysielateľa v čase od 19:00 h do cca 22:00 h počas jednej celej hodiny nepresiahol 8 minút. V čase od 19:00 do 20:00 h sme zistili časový rozsah 4:25 minút, v čase od 20:00 do 21:00 h sme zistili časový rozsah 5:05 minút a v čase od 21:00 do 22:00 h sme nezistili vysielanie takých reklamných oznamov, ktoré sa zarátavajú do reklamného času.

Podľa § 84 ods. 1 ZMS: „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.“

Monitorovaním vysielania bolo zistené, že reklamné oznamy boli oddelené a odlišiteľné od iných častí programovej služby zvukovo-obrazovými predelmi tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby.

Domnievame sa, že v monitorovanom vysielaní nedošlo k porušeniu § 89 ods. 2 a § 84 ZMS.

ZÁVER:

Na základe analýzy sa domnievame, že v monitorovanom vysielaní televíznej programovej služby Jednotka zo dňa 1. 12. 2022 v čase od cca 18:55 h do cca 22:05 h **nedošlo k porušeniu § 84 a § 89 ZMS.**

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/2023/00151)

Deň a čas vysielania: 1. 12. 2022 od 18:55 h do 22:05 h

Čas cca:

- 18:54:59 – Program – súťaž *Päť proti piatim*.
- 18:58:28 – Sponzorský odkaz (Celpo). V pravej dolnej časti obrazovky sa na cca 5 sek. objavil textový oznam „Túto reláciu vám prináša Celpo“.
- 18:58:37 – Koniec programu.
- 18:58:38 – Sponzorský odkaz (Vlasové hnojivo).

- 18:58:48 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
- 18:58:54 – Reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku (Billa, Lidl), (55 sek.).
- 18:59:49 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.

- 18:59:55 – Začiatok programu *Správy RTVS*.
- 19:50:56 – Koniec programu *Správy RTVS*.

- 19:50:56 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
- 19:51:02 – Reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku (Alo diamonds, Lidl, Slovakia travel, Fortuna), (1,50 min.).
- 19:52:52 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
- 19:52:58 – Zvukovo-obrazový predel.
- 19:53:04 – Iná forma propagácie - informácia o vlastnom programe.
- 19:53:26 – Reklamný oznam - upútavky (Záhady tela, Hokejová liga, MS vo futbale).
- 19:54:44 – Zvukovo-obrazový predel.
- 19:54:47 – Reklamný oznam - vlastná propagácia (Súťaž s RTVS na MS vo futbale).
- 19:55:15 – Zvukovo-obrazový predel.
- 19:55:21 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
- 19:55:27 – Reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku (Kaufland, Lidl, Hyundai, Lidl, Niké), (2,35 min.).
- 19:58:02 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
- 19:58:08 – Sponzorské odkazy (Flector EP gél, Varta batérie, Montblanc parfum, Datart, Zlaté Céčko protect tabletky, TPD spotrebiče, Niké tipovanie).

- 19:59:18 – Začiatok programu *GBS*.
- 20:12:28 – Koniec programu *GBS*.

- 20:12:29 – Sponzorské odkazy (Niké tipovanie, TPD spotrebiče, Zlaté Céčko protect tabletky, Datart, Montblanc parfum, Varta batérie, Flector EP gél).
- 20:13:39 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
- 20:13:45 – Reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku (Niké, Alo diamonds), (50 sek.).
- 20:14:35 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
- 20:14:41 – Zvukovo-obrazový predel.
- 20:14:47 – Reklamný oznam - upútavky (Pečie celé Slovensko, Podarená rodinka, Pod povrchom, Neskoro večer, Poly).

- 20:17:32 – Zvukovo-obrazový predel.
20:17:38 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
20:17:44 – Reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku (Kaufland, Slovakia travel, Martinus), (1,45 min.).
20:19:29 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
20:19:35 – Sponzorské odkazy (Vertigoheel liek, Pro-malt liek, Lidl plus, Covirin liek, Vitango liek, Jamieson vitamíny).
- 20:20:35 – Začiatok programu *Počasie*.
20:26:08 – Koniec programu *Počasie*.
- 20:26:09 – Sponzorské odkazy (Jamieson vitamíny, Vitango liek, Covirin liek, Lidl plus, Pro-malt liek, Vertigoheel liek).
20:27:09 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
20:27:15 – Reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku (Alo diamonds, Lidl), (50 sek.).
20:28:05 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
20:28:11 – Zvukovo-obrazový predel.
20:28:17 – Reklamný oznam - upútavky (Pečie celé Slovensko, Noc nádejí, Záhady tela, Pečie celé Slovensko).
20:30:58 – Zvukovo-obrazový predel.
20:31:01 – Reklamný oznam - vlastná propagácia (kniha Pečie celé Slovensko).
20:31:08 – Zvukovo-obrazový predel.
20:31:14 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
20:31:20 – Reklamný oznam - šoty v reklamnom bloku (Prvá stavebná sporiteľňa, Lidl, Tipos Loto, Prvá stavebná sporiteľňa, Kaufland), (1,40 min.).
20:33:00 – Zvukovo-obrazový predel s textom „Reklama“.
20:33:06 – Sponzorské odkazy (Datart obchod, Volvo autá).
- 20:33:26 – Informácia o multimodálnom prístupe.
20:33:32 – Začiatok programu - seriál *Podarená rodinka* (1. časť).
20:53:32 – Iná forma propagácie - informácia o vlastnom programe. V pravom dolnom rohu sa na cca 15 sek. zobrazil grafický oznam o programe: „Pečie celé Slovensko nedeľa 20:30“.
21:13:32 – Iná forma propagácie - informácia o vlastnom programe. V pravom dolnom rohu sa na cca 15 sek. zobrazil grafický oznam o programe: „Pečie celé Slovensko nedeľa 20:30“.
21:17:03 – Koniec programu *Podarená rodinka* (1. časť).
- 21:17:04 – Sponzorské odkazy (Volvo autá, Datart obchod).
21:17:23 – Zvukovo-obrazový predel.
21:17:28 – Reklamný oznam - upútavka (Noc nádejí).
21:18:25 – Zvukovo-obrazový predel.
21:18:31 – Sponzorské odkazy (Clavin platinum, Vlasové hnojivo).
- 21:18:51 – Informácia o multimodálnom prístupe.
21:18:57 – Začiatok programu - seriál *Podarená rodinka* (2. časť).
21:38:57 – Iná forma propagácie - informácia o vlastnom programe. V pravom dolnom rohu sa na cca 15 sek. zobrazil grafický oznam o programe: „Pečie celé Slovensko nedeľa 20:30“.
21:58:57 – Iná forma propagácie - informácia o vlastnom programe. V pravom dolnom rohu

sa na cca 15 sek. zobrazil grafický oznam o programe: „Pečie celé Slovensko nedeľa 20:30“.

22:05:00 – Koniec záznamu.