

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/2023/00152

**Programová služba:** JOJ; TV DOMA

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

**Číslo licencie:** TD/15; TD/7

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

**Návrh uznesenia č. 1:**

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/2023/00152 smerujúci voči vysielaniu programovej služby JOJ vysielateľa MAC TV 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 na preverenie výsledok preverenia podnetu.

**T: 6. 3. 2023**

**Z: PgO**

**Návrh uznesenia č. 2:**

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/2023/00152 smerujúci voči vysielaniu programovej služby TV DOMA 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 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/2023/00152 zaevidovaný dňa 13. 01. 2023
Podávateľ:	fyzická osoba
Predmet podnetu:	reklamný oznam Orange
Deň a čas vysielania:	18. 12. 2022 o cca 08:35:27 h, 09:19:54 h
Označenie podľa JSO:	-
Programová služba:	JOJ
Vysielateľ:	MAC TV s.r.o.
Číslo licencie:	TD/15
Programová služba:	TV DOMA
Vysielateľ:	MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.
Číslo licencie:	TD/7

Dátum: 15. 2. 2023

## **OBSAH PODNETU:**

„Porušený Jazykový zákon , nespisovn, uši trhajúci výraz jakživ.

<https://slovensko.rtvs.sk/rubriky/311597/jakziv>

Reklama ide opakovane niekoľko krát denne. Reklama by mala byt stiahnutá z vysielania.

Ďakujem.“

## **PRÁVNE VÝCHODISKÁ POSUDZOVANIA:**

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

### **§ 20**

4) Vysielateľ je povinný

a) zabezpečiť pri vysielaní programov a iných zložiek programovej služby používanie štátneho jazyka, jazykov národnostných menšín a iných jazykov v súlade s osobitnými predpismi, 16)

### **§ 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.

### **§ 81**

#### **Reklamný oznam a telenákup**

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.

**Zákon č. 270/1995 Z. z. o štátnom jazyku:**

### **§ 2**

#### **Štátny jazyk a jeho ochrana**

(2) Kodifikovanú podobu štátneho jazyka na podnet odborných slovakistických výskumných pracovísk a odborníkov v oblasti štátneho jazyka schvaľuje a zverejňuje Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky (ďalej len "ministerstvo kultúry") na svojej internetovej stránke.

(3) Akýkoľvek zásah do kodifikovanej podoby štátneho jazyka v rozpore s jeho zákonitosťami je neprípustný.

### **§ 5**

#### **Používanie štátneho jazyka v niektorých oblastiach verejného styku**

(1) Vysielanie rozhlasovej programovej služby 9a) a vysielanie televíznej programovej služby 9b) sa na území Slovenskej republiky uskutočňuje v štátnom jazyku okrem vysielania

- a) inojazyčných televíznych programov<sup>9c)</sup> alebo iných zložiek televíznej programovej služby s titulkami v štátnom jazyku alebo ktorým bezprostredne predchádza alebo po ktorých bezprostredne nasleduje ich vysielanie v štátnom jazyku,
- b) inojazyčných rozhlasových programov alebo iných zložiek rozhlasovej programovej služby, ktorým bezprostredne predchádza alebo po ktorých bezprostredne nasleduje ich vysielanie v štátnom jazyku a rozhlasových programov alebo iných zložiek rozhlasovej programovej služby v regionálnom vysielaní alebo lokálnom vysielaní určených pre príslušníkov národnostnej menšiny vrátane podujatí v priamom prenose,
- c) rozhlasovej programovej služby Rozhlasu a televízie Slovenska určenej na vysielanie kultúrnych a informačných programov do zahraničia, 10)
- d) televíznych a rozhlasových jazykových kurzov a relácií s príbuzným zameraním,
- e) hudobných diel s pôvodnými textami,
- f) rozhlasových programov Rozhlasu a televízie Slovenska v jazykoch národnostných menšín a etnických skupín, 11)
- g) audiovizuálnych diel alebo zvukových záznamov umeleckých výkonov šírených vysielaním v pôvodnej jazykovej úprave spĺňajúcej požiadavku základnej zrozumiteľnosti z hľadiska štátneho jazyka, 11a)
- h) audiovizuálnych diel, ktorých dabing v jazyku spĺňajúcom požiadavku základnej zrozumiteľnosti z hľadiska štátneho jazyka bol vyrobený pred 1. januárom 2008 a ktoré boli odvysielané na území Slovenskej republiky pred 1. januárom 2008,
- i) pôvodných jazykových prejavov jednotlivých osôb v jazyku spĺňajúcom požiadavku základnej zrozumiteľnosti z hľadiska štátneho jazyka zaradených do spravodajských, publicistických a zábavných televíznych relácií alebo rozhlasových relácií,
- j) podujatia v priamom prenose so simultánnym tlmočením do štátneho jazyka v rámci inojazyčnej relácie.

## §11

### **Spoločné a prechodné ustanovenia**

Štátnym jazykom sa na účely § 3 až 8 rozumie slovenský jazyk v kodifikovanej podobe podľa § 2 ods. 2; tým sa nevylučuje používanie inojazyčných nových odborných pojmov, termínov alebo pomenovaní nových skutočností, na ktoré sa ešte neustálil a nekodifikoval v štátnom jazyku vhodný rovnocenný výraz, ako aj používanie nespisovných jazykových prostriedkov, ak ide o ich funkčné využitie, najmä v umeleckej tvorbe a v publicistike.  
(<https://www.zakonypreludi.sk/zz/1995-270#p5>)

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

Podávateľ podnetu namietal voči odvysielaniu reklamy na výraz „jakživ“ v reklamnom ozname Orange dňa 18. 12. 2022, cit.: „Porušený Jazykový zákon, nespisovná, uši trhajúci výraz jakživ.“

Podávateľ neuviedol názov programovej služby, na ktorej bola reklama vysielaná. Uviedol deň vysielania, a to 18. 12. 2022 a približný čas cca 08:50 h. Uvedený reklamný oznam spoločnosti Orange, voči ktorému namietal podávateľ, sme sa pokúšali nájsť v rámci nahrávok v záznamovom zariadení RpMS. Uvedený spot sme zaznamenali dňa 18. 12. 2022 na programovej službe JOJ a na programovej službe TV DOMA. Časové rozpätie monitorovaného záznamu je v uvedený deň na programovej službe JOJ a TV DOMA zhodne **od 08:00:00 h do 09:29:59 h.**

O reklamnom spote: „To je vianočná kampaň, ktorú tento rok nasadzuje Orange. 25. Vianoce s Orangeom prinášajú lákavé darčeky pre celé rodiny. O kreativitu kampane sa postarala agentúra Elite/Monday Lovers...“

... V rámci komunikácie bola ponechaná úloha rozprávača, ktorú Orange spoločne s dvornou agentúrou Elite/Monday Lovers posunuli do netypickej rozprávko-magickej roviny v podobe veršov a skvelo sa jej aj naďalej drží Števo Martinovič...

... Z roka na rok sme stále viac vo svojich izbách, so svojim tabletom alebo mobilom. Čoraz menej sa bavíme s našimi najbližšími. Tohtoročná vianočná ponuka Orangeu – projektor a herná konzola je skvelou odpoveďou na tento problém. Táto ponuka je zároveň úžasnou príležitosťou ľudí motivovať, aby sa vrátili spolu do obývačiek, zabávali sa a trávili čas spolu. Celá kampaň je postavená na veľkom návrate spoločnej zábavy tam, kam patrila odjakživa. Do obývačky,” doplnil Filip Olšovský, Copywriter, Elite/Monday Lovers.“ (<https://strategie.hnonline.sk/news/marketing/96051478-zabava-sa-vracia-do-obyvacky-znievo-vianocnej-kampani-orange>)

V predmetnom spote spoločnosti Orange vystupujú štyria členovia rodiny – dospelý syn, maloletá dcéra, matka a otec. Na návšteve u uvedenej rodiny sú ďalší traja ľudia z inej rodiny – matka, otec a ich maloletá dcéra, kde každý z nich trávi čas s jedným z členov hostiteľskej rodiny v rôznych miestnostiach bytu. Dospelý syn sedí sám v obývačke na gauči a nudí sa. V jednej chvíli zapojí k televízoru hernú konzolu, ktorej zvuk priláka všetkých ostatných do obývačky. Na koniec je záber na spokojných hrajúcich sa a prísediacich ľudí spolu v obývačke. Na začiatku reklamného spotu je výrok: „*Obývačka bola jakživ centrum rodiny...*“

Výraz odznel v predmetnej reklame v tomto prehovore: **Mužský voiceover č. 1:** „*Obývačka bola jakživ centrum rodiny. Dnes však návštevy delia sa na skupiny. Rieši sa náradie, vzťahy aj mačka, všetko však zmení táto nová hračka. Ved’ s ňou sa každý vyhrá do sýtosti, a tak obývačka zase baví rodinu i hostí.*“

**Mužský voiceover č. 2:** „*Vráťte zábavu späť do obývačky, s hernou konzolou od jedného eura v ponuke Love. Orange.*“

Pri monitorovaní sme sa zamerali na možné porušenie ustanovenia § 20 ods. 4 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. ZMS, podľa ktorého je vysielateľ povinný „zabezpečiť pri vysielaní programov a iných zložiek programovej služby používanie štátneho jazyka, jazykov národnostných menšín a iných jazykov v súlade s osobitnými predpismi.“ Osobitým predpisom je zákon č. 270/1995 Z. z. o štátnom jazyku SR, ktorý v ustanoveniach § 5 upravuje používanie štátneho jazyka i vo vysielaní.

- **jakživ** (1x) - podľa **Krátkeho slovníka slovenského jazyka 4** z r. 2003 (ďalej len **KSSJ 4**) ide o hovorovú príslovku (so záporom) nikdy (v min.);  
- podľa **Slovníka súčasného slovenského jazyka A – G, H – L, M – N z r. 2006, 2011, 2015** ide o hovorovú príslovku (v zápornej výpovedi) popiera jestvovanie niečoho v čase, ani raz v živote, nikdy;  
- podľa **Pravidiel slovenského pravopisu** z r. 2013 je príslovka jakživ uvedená, podľa tejto kodifikačnej príručky je spisovná.

- **odjakživa** - podľa **KSSJ 4** ide o príslovku vždy v min., odnepamäti, oddávna;  
- podľa **Pravidiel slovenského pravopisu** z r. 2013 je príslovka odjakživa uvedená, podľa tejto kodifikačnej príručky je spisovná.

U prísloviak jakživ a odjakživa dochádza k chybnému zámene. Podávateľ uviedol link: <https://slovensko.rtvs.sk/rubriky/311597/jakziv>. Ide o príspevok, kde sa k uvedeným príslovkám vyjadruje slovenská jazykovedkyňa **Sibyla Mislovičová**, uvedený na stránke rtvs v časti rubriky, zo dňa 14.12.2022:

„Chápem, že to trápi aj niektorých poslucháčov a priznám sa, že aj mne to troška lezie na nervy, lebo je nesprávne slovo vo vete. Obývačka bola jakživ centrom domácnosti. Jakživ znamená nikdy, použili niečo nesprávne. Mali povedať, že obývačka bola odjakživa centrom domácnosti. Sú to podobné slová, ale majú úplne odlišný význam. Jakživ som ťa nestretla, jakživ sme sa nevideli, to znamená, v zápornej výpovedi popierame jestvovanie niečoho, nikdy.“

**Redaktorka:** „Toto naozaj ide v reklame?“

**Sibyla Mislovičová:** „Toto beží v reklame každý deň niekoľkokrát. A je to pomerne významný operátor. Sa čudujem, lebo pri príprave reklamy by malo byť viacero ľudí, a nikomu to nezišlo na um, tak správne malo byť obývačka bola odjakživa centrom domácnosti, ale jakživ sme sa nestretli s takouto chybou, hehe.“

Ohľadne prísloviak „jakživ“ a „odjakživa“ sa zmieňuje aj *Kultúra slova* - Časopis pre jazykovú kultúru a terminológiu, Orgán Jazykovedného ústavu Ľudovíta Štúra SAV, z roku 1970. Napriek historicky staršiemu príspevku, redaktorka **M. O. Malíková** presne vystihla časté zamieňanie týchto dvoch prísloviak:

„Podnetom k našej úvahe o význame prísloviak jakživ a odjakživa bola veta, ktorú sme čítali v denníku *Práca*: Svet bol jakživ plný symbolov. Na prvý pohľad je zrejmé, že v uvedenej vete ide o chybnú zámenu prísloviak — príslovka jakživ sa nesprávne použila namiesto príslovky odjakživa.

Venujme teda trocha pozornosti významu týchto dvoch prísloviak. Obidve príslovky majú zhodné základné morfémy jak/ak a živ a v príslovke jakživ tvoria tieto morfémy celé slovo. Aj pri tvorení prísloviak je niečo podobné ako pri slovesách, kde sa predponami obmieňa, ba dakedy úplne mení základný význam (porov. napr. príslovky dávno — oddávna, ďaleko — zďaleka a pod.). Významy takýchto dvojíc bývajú rozdielne a niekedy, ako je to aj pri našej dvojici jakživ — odjakživa, sú priam protichodné.

Pozrieme sa najprv na významy príslovky **jakživ/akživ**. Slovník slovenského jazyka hovorí o príslovke jakživ, že sa používa v záporových vetách, a vykladá ju synonymami akživ, nikdy a frázou celý život nie (I. diel, str. 630). Podobne príslovku akživ vykladá tento slovník príslovkou jakživ, ktorá ako vidíme, je len hláskoslovnou obmenou prvej (I. diel, str. 23). Uvedené príslovky sa objasňujú týmito príkladmi: Jakživ som nevidel takú beštiu! (Vansová), Akživ som nebol opitý (Rázus). Morfológia slovenského jazyka príslovku jakživ/akživ neuvádza.

Časová príslovka jakživ/akživ je synonymná so zámenou príslovkou nikdy, no len v jedinom význame, ako to ukážeme ďalej. Slovník slovenského jazyka hodnotí slovo nikdy ako zámenú príslovku a uvádza tieto významy: 1. v nijakej dobe, v nijakom čase, 2. zosilňuje zápor: nikdy viac, už nikdy (II. diel, str. 180). Morfológia slovenského jazyka pokladá slovo nikdy za zámeno a hovorí, že značí „v žiadnom čase, ani vtedy, ani vtedy, ani raz“. Z príkladov, ktoré slovník i morfológia uvádzajú, však jasne vysvitá, že zámená príslovka nikdy má dva významové odtienky (odhliadnuc od významu zosilňujúceho zápor, ktorý zaznačuje Slovník slovenského jazyka). Podľa nich sme aj príklady zadelili do dvoch skupín:

1. Jurko takého spevu nikdy nepočul. (Hečko), Nikdy sa nevideli. (Kukučín), On sa pri tom nikdy nesmial. (Tajovský)

2. Teraz strieľať, alebo nikdy! (Laskomerský), Jaj, ňaničko môj, nikdy vás už neuvidím! (Jégé), Na starého Dindy, čo nebude nikdy, (úsl.)

V prvej skupine príkladov ide o význam „v nijakom čase v minulosti“. Príslovka nikdy stojí pri záporových slovesách a vyjadruje, že dej označovaný slovesami sa neuskutočnil v nijakom čase v minulosti. V druhej skupine príkladov ide o význam „v nijakom čase v budúcnosti“. Príslovka nikdy tu vyjadruje, že dej označený slovesom sa neuskutoční v nijakom čase v budúcnosti, resp.

že by sa nemal uskutočniť (prvý príkl. v 2. skupine). Príslovku jakživ/akživ možno nahradiť synonymnou príslovkou nikdy len v prvom prípade, ak ide o význam „v žiadnom čase v minulosti“. Len z tohto hľadiska možno chápať synonymitu prísloviek jakživ a nikdy, ako sa s ňou stretáme pri výklade týchto dvoch prísloviek.

O používaní príslovky jakživ/akživ treba povedať toľko, že ju možno použiť len vo vetách so záporovými slovesami vo význame „nikdy v minulosti“.

A teraz o príslovke **odjakživa**. Slovník slovenského jazyka ju objasňuje synonymnými slovami „oddávna, od nepamäti, od prvopočiatku, vždy (v minulosti)“ (II. diel, str. 486). Morfológia slovenského jazyka hodnotí príslovku odjakživa ako časovú okolnostnú. Zaraduje ju medzi príslovky označujúce čas vo význame hranice, od ktorej sa dej koná. Kontexty, v ktorých sa táto príslovka používa, svedčia o jej jednoznačnom význame v každom čase v minulosti, vždy v minulosti: Opraty v rukách inú odjakživa človek. (Hečko), Takto stojí odjakživa v Srni dolný koniec s horným v stálom boji. (Rázusová-Martáková), Vraniakovci boli odjakživa pažraví. (Tatarka) Vidíme, že príslovka odjakživa sa používa v kladných vetách (podobne ako príslovka vždy).

Z výkladu významu prísloviek jakživ a odjakživa je jasné, že ich nemožno zamieňať. V základe sú ich významy zhodné s významami prísloviek nikdy (v minulosti) a vždy (v minulosti) čiže práve s príslovkami s protichodnými významami.

Zdôrazňujeme okolnosť, že príslovku jakživ možno použiť iba vo vetách so záporovými slovesami práve tak ako príslovku nikdy. Príslovka jakživ nemôže nahrádzať príslovku odjakživa v kladnej vete, ako je to v našej východiskovej vete. Správne bude veta znieť: Svet bol odjakživa plný symbolov.

I keď majú príslovky jakživ a odjakživa základné morfémy spoločné, z významového rozboru vidieť, že ich významy sú protichodné, opačné. V porovnaní s príslovkami nikdy a vždy majú nádyh expresívnosti, ktorý ich však nevyčleňuje z rodiny spisovných slov. Práve naopak, príslovky jakživ a odjakživa dodávajú prehovoru istú farebnosť, robia reč živšou. Aj z hľadiska sémantického badať pri nich určité odtienky v porovnaní s ich rovnoznačnými pármami nikdy a vždy. Prvok zdôrazňovania momentu „v nijakom čase“ a „v každom čase“ je v nich akoby znásobený prvkami „v nijakom čase za (môjho) života, v nijakom čase, čo svet svetom stojí“ a „odkedy žijem, odkedy svet svetom stojí“.

(<https://www.juls.savba.sk/ediela/ks/1970/4/ks1970-4.lq.pdf>)

Reklamný spot s odkazom na nákup produktov spoločnosti Orange spolu s vizuálne navodenou vianočnou atmosférou, zvukmi roľníčiek v pozadí má podľa nášho názoru vytvoriť hrejivú vianočnú atmosféru. Zvuková aj obrazová zložka reklamného spotu tvoria kompatibilný, navzájom sa dopĺňajúci celok s cieľom citovo zapôsobiť na diváka, a priviesť ho k nákupu produktov spoločnosti Orange.

Domnievame sa, že v uvedenom reklamnom spote došlo k nesprávnemu použitiu slova „jakživ“, ktoré má význam nikdy. Z toho vyplýva, že takto vyslovená veta nedáva zmysel. Bolo použité slovo s opačným významom, antonymum, (jakživ namiesto odjakživa). Z hľadiska správneho významu vety sa domnievame, že správny výraz v reklamnom ozname Orange mal byť „odjakživa“.

Vzhľadom na to, že aj keď sme počas vysielania na programovej službe JOJ a taktiež na programovej službe TV DOMA zaznamenali jedenkrát nesprávne použitý výraz „jakživ“, výraz nie je nespisovný, ako sa domnieval podávateľ, keďže je uvedený v kodifikačnej príručke **Pravidlách slovenského pravopisu** z r. 2013. V tomto prípade je otázka spisovnosti irelevantná, ide tu o nesprávne významovo použité slovo. Sme však toho názoru, že z kontextu

celej vety, v rámci ktorej tento výraz odznel, bol zrejmý jej význam a diváci teda vedeli, čo chcel zadávateľ reklamy povedať. Domnievame sa, že odvysielanie reklamného spotu je v súlade s osobitným predpisom § 5 zákona č. 270/1995 Z. z. o štátnom jazyku SR a konštatujeme, že nedošlo k porušeniu § 20 ods. 4 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách.

**ZÁVER:**

Na základe vyššie uvedených skutočností sme toho názoru, že odvysielaním reklamného oznamu *Orange* na programovej službe JOJ dňa 18. 12. 2022 o cca 08:35:27 h vysielateľom MAC TV s. r. o. a na programovej službe TV DOMA dňa 18. 12. 2022 o cca 09:19:54 h vysielateľom MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r. o. nedošlo k porušeniu ustanovenia **§ 20 ods. 4 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z.** o mediálnych službách.

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



**Prepis monitorovaného vysielania k Správe o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z. (podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/00152)**

**Monitorované vysielanie:** reklamný oznam Orange  
**Deň vysielania:** 18. 12. 2022  
**Čas vysielania:** cca 08:00 h  
**Programová služba:** JOJ

**časový kód cca:**

**08:00:00** začiatok záznamu, prebiehajúci program *Kung Fu Panda 3* ⑦

**08:04:32** zvukovo-obrazový predel *JOJ*

**08:04:38** upútavka na program *V siedmom nebi* ⑫ / zvukovo-obrazový predel *JOJ*

**08:05:05** reklamný blok (trvanie cca 5 minút 5 sekúnd) *Slovenská sporiteľňa, Colour Catcher, BILLA, SPIN MASTER, benulekaren.sk, coop JEDNOTA, superpoistenie.sk, alza.sk, Kaufland, Nivea, O2, LIDL, DECATHLON*

**08:10:10** zvukovo-obrazový predel *JOJ* / upútavka na programy *Fis svetový pohár - Obrovský slalom muži* na *JOJ šport*, *Tri oriešky pre Popolušku* ⑫, *Inkognito* ⑫, *jojplay*, *Nové bývanie*

**08:12:11** zvukovo-obrazový predel *Doba ľadová: Mamutie vianoce*

**08:12:19** pokračovanie programu *Kung Fu Panda 3* ⑦

**08:32:57** zvukovo-obrazový predel *JOJ*

**08:33:03** upútavka na program *Tri oriešky pre Popolušku* ⑫ / zvukovo-obrazový predel

**08:33:27** reklamný blok *Slovenská sporiteľňa, Schwartzkopf, nay.sk, TESCO, SPIN MASTER, nay.sk, Tchibo*

**08:35:27 Reklamný oznam Orange:**

**Mužský voiceover č. 1:** „*Obývačka bola jakživ centrum rodiny. Dnes však návštevy delia sa na skupiny. Rieši sa náradie, vzťahy aj mačka, všetko však zmení táto nová hračka. Ved' s ňou sa každý vyhrá do sýtosti, a tak obývačka zase baví rodinu i hostí.*“

**Mužský voiceover č. 2:** „*Vráťte zábavu späť do obývačky, s hernou konzolou od jedného eura v ponuke Love. Orange.*“

**Popis obrazu:** Hrá hudba, dominujú zvuky klavíra a rolničiek. Mužský hlas do toho hovorí. Dospievajúci chlapec sám sedí na gauči v obývačke, za ním svieti vianočný stromček. Pozerá sa po izbe, hľadá ostatných. Obraz na chodbu, kde je viac oblečenia a topánok a oblečenie je na kope prevesené na malom stolčeku. Obraz na dvoch mužov s vrtačkou v inej miestnosti, dve rozprávajúce sa ženy na terase, dve hrajúce sa dievčatá s mačkou v detskej izbe. Chlapec sa zamyslí, odhodlane vstáva, zapojí hernú konzolu k televízoru a chytí do ruky herný ovládač, v pozadí krátko počuť nejaký zvuk, zrejme športový zápas. Ženy započujú, že sa v obývačke niečo deje, pozrú sa na seba, deti a muži sa chodbou ponáhľajú do obývačky. Obraz, ako

dospelý muž s chlapcom držia herné ovládače a hrajú hru, ostatní sú pri nich, so záujmom stoja za gaučom, deti radostne skáču na gauči. Prestrih na oranžovú podlhovastú krabicu na stojato, ako sa otvorí a je tam herná konzola a herný ovládač. Pri tom je cenovka „od 1 €“ a nápis „Love Herná konzola“, záverečné titulky s logom operátora.

**(trvanie spotu cca 30 sekúnd)**

**08:35:56 koniec reklamného oznamu Orange**

**08:35:57** reklamný blok *alza.sk, Coop JEDNOTA, kidizoom.sk, SPIN MASTER, Bref, SPORTISIMO, Dr.Max, LIDL, REX*

zvukovo-obrazový predel *JOJ*, upútavka na programy *riskuj!*, *Posledné vianoce* <sup>12</sup>, *V siedmom nebi* <sup>12</sup>, *Krakonošovo tajomstvo* <sup>12</sup> / zvukovo-obrazový predel *Kúzelná opatrovatel'ka* <sup>12</sup>

**08:41:19** pokračovanie programu *Kung Fu Panda 3* <sup>7</sup>

**08:55:50** koniec programu *Kung Fu Panda 3* <sup>7</sup>

**08:55:51** zvukovo-obrazový predel *JOJ* / sponzorské odkazy *plustelka.sk, KRKA Slovensko*

**08:56:15** začiatok programu *Popoluška v Monte Carle* <sup>12</sup>

**09:18:57** zvukovo-obrazový predel *JOJ* / upútavka na program *Inkognito* <sup>12</sup>

**09:19:43** reklamný predel (trvanie cca 6 minút 5 sekúnd) *Slovenská sporiteľňa, Perwoll, TESCO, alza.sk, KORUNNÝ cukor, LIDL, SPIN MASTER, MALL.SK, METRO, Telecom, benulekaren.sk, BILLA, dm, kinder, SPIN MASTER, nay.sk, Kaufland* / zvukovo-obrazový predel

**09:25:48** upútavka na programy *Ženská na vrchole* <sup>12</sup>, *V siedmom nebi* <sup>12</sup>, *TIPOS Talent týždňa*, sponzorský odkaz *TIPOS, národná lotériová spoločnosť, a. s.* / zvukovo-obrazový predel *Krakonošovo tajomstvo* <sup>12</sup>

**09:27:51** pokračovanie programu *Popoluška v Monte Carle* <sup>12</sup>

**09:29:59** koniec záznamu

\*\*\*

**Monitorované vysielanie:** reklamný oznam Orange

**Deň vysielania:** 18. 12. 2022

**Čas vysielania:** cca 08:00 h

**Programová služba:** TV DOMA

časový kód cca:

**08:00:00** začiatok záznamu, prebiehajúci reklamný blok - Telenákupné pásmo *TOP SHOP*

**08:15:15** koniec Telenákupného pásma *TOP SHOP* / zvukovo-obrazový predel

**08:15:16** začiatok programu *reflex* <sup>12</sup>

**08:32:06** koniec programu *reflex* <sup>12</sup> / zvukovo-obrazový predel *Doma*

**08:32:12** reklamný blok (trvanie cca 8 minút 10 sekúnd) *Slovenská sporiteľňa, LIDL, dm, Magne B6 Forte, DeLonghi, Tauris, Nurofen, Datart, IKEA, Canesten GYN, DOUGLAS, foodpanda, Olfen forte, VISA, finish, OBI, kik, GS, ASKO, TPD, BILLA, O2, LIDL*

**08:40:22** zvukovo-obrazový predel *Doma*

**08:40:31** začiatok Telenákupného pásma *Mediashop*

**09:00:34** koniec Telenákupného pásma *Mediashop* / zvukovo-obrazový predel

**09:00:35** začiatok programu *reflex* <sup>12</sup>

**09:19:24** koniec programu *reflex* <sup>12</sup> / zvukovo-obrazový predel

**09:19:29** zvukovo-obrazový predel / reklamný blok *PSS*

**09:19:54** *Reklamný oznam Orange:*

**Mužský voiceover č. 1:** „*Obývačka bola jakživ centrum rodiny. Dnes však návštevy delia sa na skupiny. Rieši sa náradie, vzťahy aj mačka, všetko však zmení táto nová hračka. Ved' s ňou sa každý vyhrá do sýtosti, a tak obývačka zase bavi rodinu i hostí.*“

**Mužský voiceover č. 2:** „*Vráťte zábavu späť do obývačky, s hernou konzolou od jedného eura v ponuke Love. Orange.*“

**Popis obrazu:** Hrá hudba, dominujú zvuky klavíra a rolničiek. Mužský hlas do toho hovorí. Dospievajúci chlapec sám sedí na gauči v obývačke, za ním svieti vianočný stromček. Pozerá sa po izbe, hľadá ostatných. Obraz na chodbu, kde je viac oblečenia a topánok a oblečenie je na kope prevesené na malom stolčeku. Obraz na dvoch mužov s vítačkou v inej miestnosti, dve rozprávajúce sa ženy na terase, dve hrajúce sa dievčatá s mačkou v detskej izbe. Chlapec sa zamyslí, odhodlane vstáva, zapojí hernú konzolu k televízoru a chytí do ruky herný ovládač, v pozadí krátko počuť nejaký zvuk, zrejme športový zápas. Ženy započujú, že sa v obývačke niečo deje, pozrú sa na seba, deti a muži sa chodbou ponáhľajú do obývačky. Obraz, ako dospelý muž s chlapcom držia herné ovládače a hrajú hru, ostatní sú pri nich, so záujmom stoja za gaučom, deti radostne skáču na gauči. Prestrih na oranžovú podlhovastú krabicu na stojato, ako sa otvorí a je tam herná konzola a herný ovládač. Pri tom je cenovka „*od 1 €*“ a nápis „*Love Herná konzola*“, záverečné titulky s logom operátora.

**(trvanie spotu cca 30 sekúnd)**

**09:20:23** koniec *reklamného oznamu Orange*

**09:20:24** reklamný blok (trvanie cca 7 minút 20 sekúnd) *Nurofen, PSS, DATART, Kondela, Versace, Raffaello, cemio kamzík, NOTINO, foodpanda, Vanish, Coop JEDNOTA, Tchibo, kik, Telecom, tipos.sk, Nurofen, ASKO, martinus, GIORGIO ARMANI, O2, TAURIS, NIVEA*

**09:27:43** zvukovo-obrazový predel *Doma*

**09:27:44** Telenákupné pásmo *Mediashop*

**09:29:59** koniec *záznamu vysielania*