

## Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady dňa 30. 8. 2023

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

**Podnet na preverenie č.:** PGO-RPMS/2023/00948

**Programová služba:** Rádio\_FM

**Vysielateľ:** Rozhlas a televízia Slovenska

**Číslo autorizácie:** AR/4

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/2023/00948 smerujúci voči vysielaniu programovej služby Rádio\_FM vysielateľa Rozhlas a televízia Slovenska a uznala podnet 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: 11. 9. 2023**

**Z: PgO**

# Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 30. 8. 2023

Podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/00948 zaevidovaný dňa 9. 6. 2023  
Podávateľ: fyzická osoba  
Predmet podnetu: reklamný oznam Desperados  
Deň a čas vysielania: 8. 6. 2023 10:58 hod.  
Označenie podľa JSO: bez označenia

Programová služba: Rádio\_FM  
Vysielateľ: Rozhlas a televízia Slovenska  
Číslo autorizácie: AR/4

Dátum: 22. 8. 2023

## **OBSAH PODNETU:**

„...chcel by som podať podnet na prešetrenie, Radio FM dlhodobo a pravidelne počas dňa vysiela reklamu na alkoholické pivo Desperados, kde na konci spotu zaznie hláška "Prilej do svojho dňa zážitky", podľa môjho názoru je tým porušovaný § 76 ZÁKONA O MEDIÁLNYCH SLUŽBÁCH, odsek 1 a odsek 2 bod d). Jedná sa o alkoholický nápoj s 5,9% alk. Reklama je vysielať počas celého dňa niekoľkokrát, má dosah aj na neplnoletých a vytvára dojem, že bez alkoholu v živote nie je možné mať zážitky - keďže toto pivo ich má do života "priliať". Podnet podávam aj po upozornení rádia FM, ktoré ostalo bez reakcie. Podávam ho aj na základe pomerne desivých štatistík vo vzťahu k nadpriemernej (EU) konzumácii alkoholu na Slovensku medzi mladistvými - [https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/health-at-a-glance-europe-2022\\_507433b0-en](https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/health-at-a-glance-europe-2022_507433b0-en)

čas je orientačný - reklama beží niekoľkokrát za deň

§ 76 Obmedzenie mediálnej komerčnej komunikácie na alkohol

(1)

Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa alkoholických nápojov<sup>51)</sup>

a)

sa nesmie zameriavať na maloletých,

b)

nesmie nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov.

(2)

d)

vytvárať dojem, že konzumácia alkoholu prispieva k spoločenskému a sexuálnemu úspechu,“

## **PRÁVNE VÝCHODISKÁ POSUDZOVANIA:**

**Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej len „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.

### **§ 76 Obmedzenie mediálnej komerčnej komunikácie na alkohol**

1) Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa alkoholických nápojov<sup>51)</sup>

a) sa nesmie zameriavať na maloletých,

b) nesmie nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov.

2) Mediálna komerčná komunikácia vo vysielať programovej služby a v audiovizuálnej mediálnej službe na požiadanie týkajúca sa alkoholických nápojov, s výnimkou sponzorstva a umiestňovania produktov, nesmie

a) byť osobitne adresovaná maloletým alebo zobrazovať maloletých, ako tieto nápoje konzumujú,

- b) spájať spotrebu alkoholických nápojov so zvýšením fyzickej výkonnosti alebo s riadením motorového vozidla,
- c) tvrdiť, že alkoholické nápoje majú liečebné vlastnosti, povzbudzujúci alebo utišujúci účinok alebo že pomáhajú riešiť osobné problémy,
- d) vytvárať dojem, že konzumácia alkoholu prispieva k spoločenskému a sexuálnemu úspechu,
- e) prezentovať abstinenciu alebo triezvosť ako nedostatok,
- f) zdôrazňovať obsah alkoholu v nápoji ako znak jeho kvality.

### **§ 78 Mediálna komerčná komunikácia a ochrana maloletých**

Mediálna komerčná komunikácia nesmie spôsobiť fyzickú, psychickú alebo morálnu ujmu maloletým tým, že

a) priamo nabáda maloletých na

1. nákup alebo nájom tovarov alebo služieb tak, že zneužije ich neskúsenosť alebo dôverčivosť,
  2. nákup alebo nájom tovarov alebo služieb, ktorých predaj sa týmto osobám zakazuje podľa osobitných predpisov,<sup>55</sup> )
  3. to, aby presviedčali svojich rodičov alebo iné osoby o potrebe kúpiť im ponúkané tovary alebo služby,
- b) zneužíva osobitnú dôveru maloletých voči rodičom, pedagogickým zamestnancom alebo iným osobám alebo
- c) bezdôvodne zobrazuje maloletých v nebezpečných situáciách.

### **§ 80 Osobitné povinnosti vysielateľa nepodliehajúceho samoregulačnému mechanizmu**

Vysielateľ, ktorý nepodlieha niektorému zo samoregulačných mechanizmov zapísaných do evidencie podľa tohto zákona, regulujúcich oblasť mediálnej komerčnej komunikácie, je povinný zabezpečiť, aby sa mediálna komerčná komunikácia, okrem umiestňovania produktov, na

a) liehoviny<sup>56</sup>) nevysielala v čase od 6.00 h do 20.00 h.

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

Podávateľ namieta na vysielanie reklamného oznamu na alkoholický nápoj (pivo) *Desperados*. Keďže je reklama vysielaná počas celého dňa, má podľa podávateľa dosah aj na mladistvých a vytvára dojem, že „...bez alkoholu v živote nie je možné mať zážitky - keďže toto pivo ich má do života "priliat".“

Podávateľ taktiež v tejto súvislosti poukazuje na štatistiky informujúce o nadpriemernej konzumácii alkoholu na Slovensku medzi mladistvými. Aj keď môžu byť štatistické údaje znepokojujúce (podľa slov podávateľa *desivé*), v tejto súvislosti je nutné poznamenať, že pri hodnotení reklamného oznamu môžeme vychádzať iba z ustanovení ZMS.

Monitorovaním sme zistili, že reklama na alkoholický nápoj *Desperados* bola odvysielaná počas programu *Deň\_FM* s moderátorom Galagerom. Predmetné vysielanie zložené z hudobných skladieb prevažne zahraničnej produkcie je občasne prerušované krátkymi vstupmi moderátora, komunikátmi označujúcimi programovú službu Rádia\_FM, vlastnou propagáciou (upútavky na programy *Baláž & Hubinák* a *Ráno na eFeMku*), rubrikami (nadchádzajúce hudobné podujatia a *Album týždňa*) krátkymi správami a reklamou (označenou pred a po odvysielaní).

V rámci jedného z reklamných blokov bol v čase cca **10:58:48 h** odvysielaný reklamný oznam na produkt *Desperados* v nasledovnom znení: „*Súčasná klubová scéna - Scéna FM. Vysielanie nabité skvelou hudbou si daj každý piatok s ochuteným pivom Desperados. Scéna FM. V piatok o dvadsiatej druhej. Prilej do svojho dňa zážitky.*“

Podľa informácií uvedených na <https://www.desperados.com/sk-sk/products/original> je *Desperados pivo* s príchuťou tequila s obsahom alkoholu 5,9 %.

Z pohľadu ustanovenia § 80 ZMS je vysielateľ „...povinný zabezpečiť, aby sa mediálna komerčná komunikácia, okrem umiestňovania produktov, na

a) liehoviny<sup>56</sup>) nevysielala v čase od 6.00 h do 20.00 h,

Z ustanovenia vyplýva, že časové obmedzenie ohľadne vysielanie reklamného oznámenia sa týka iba liehovín, nie piva alebo vína. Vzhľadom na to, že alkoholický nápoj *Desperados* nespadá do kategórie

liehovín, vysielanie predmetnej reklamy nie je časovo obmedzené, t. j. je možné, aby bola reklama vysielaná počas celého dňa. Vzhľadom na uvedené vysielateľ neporušil predmetné ustanovenie.

Obsah reklamného oznámenia sme vzhľadom na obsah podnetu tiež posudzovali z hľadiska nasledujúcich ustanovení ZMS:

**§ 76 Obmedzenie mediálnej komerčnej komunikácie na alkohol**

1) Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa alkoholických nápojov<sup>51)</sup>

a) sa nesmie zameriavať na maloletých,

b) nesmie nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov.

2) Mediálna komerčná komunikácia vo vysielaní programovej služby a v audiovizuálnej mediálnej službe na požiadanie týkajúca sa alkoholických nápojov, s výnimkou sponzorstva a umiestňovania produktov, nesmie

d) vytvárať dojem, že konzumácia alkoholu prispieva k spoločenskému a sexuálnemu úspechu,

Súčasťou reklamného oznámenia na pivo *Desperados* je taktiež upriamenie pozornosti na jeden z programov Rádia\_FM, ktorým je *Scéna\_FM*. Ohľadne uvedeného programu je na oficiálnej webovej stránke vysielateľa uvedené nasledovné:

„DUB-HOUSE-TRAP-DRUM-BASS-BREAK-TECHNO, to všetko a oveľa viac s Yankom Kralom v programe *Scéna\_FM*, ktorý sa vysiela každý piatok od 22:00 do 24:00.“<sup>41</sup>

Ako je zjavné zo znenia reklamného oznámenia, daný program sa zameriava na súčasnú klubovú scénu. Z jeho obsahu taktiež vyplýva, že nie je primárne zameraný na maloletých poslucháčov. Znie v ňom mužský hlas, reklama sa maloletým neprihovára a ani neobsahuje prvky, ktoré by mohli byť pre maloletých atraktívne. V prípade sloganu „Prilej do svojho dňa zážitky“, ide podľa nášho názoru o využitie tzv. hyperboly (reklamné zveličovanie). Ide vlastne o reklamné tvrdenie prezentované v nereálnej a neoveriteľnej rovine, pri ktorom je nepravdepodobné, že ho priemerný spotrebiteľ bude vnímať vážne. Hyperbolu teda nemožno vnímať doslovne a treba ju interpretovať v celkovom kontexte predmetného oznamu. V reklamnom ozname taktiež nie je uvádzané, že spotrebiteľ môže/mal by konzumovať alkoholický nápoj v neobmedzenom množstve na to, aby sa cítil dobre, alebo dosiahol určitý spoločenský alebo sexuálny úspech.

Na základe vyššie uvedené ho sa domnievame, že odvysielaním reklamného oznamu *Desperados* neprišlo k porušeniu vyššie citovaného ustanovenia.

**ZÁVER:**

Na základe analýzy sme toho názoru, že vysielateľ Rozhlas a televízia Slovenska odvysielaním reklamného oznamu *Desperados* dňa 8. 6. 2023 o cca 10:58:48 h na programovej službe Rádio\_FM **neporušil** ustanovenia **§ 80 písm. a), § 76 ods. 1 písm. a), b) a § 76 ods. 2 písm. d) ZMS**.

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

<sup>41</sup> <https://www.rtvs.sk/radio/archiv/1473/2094043>

**Prepis/popis monitorovaného vysielania k Správe o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z. (podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/00948)**

**Monitorované vysielanie:** Deň\_FM / reklamný oznam *Desperados*

**Deň vysielania:** 8. 6. 2023

**Čas vysielania:** 10:58 hod.

**Označenie podľa JSO:** bez označenia

**časový kód je uvádzaný cca:**

**10:00:00 Začiatok záznamu**

Moderované vysielanie s moderátorom denného vysielania Galagerom – program *Deň\_FM*. Vysielanie je zložené z hudobných skladieb prevažne zahraničnej produkcie, ktoré je občasne prerušené

- komunikátmi označujúcimi programovú službu Rádia\_FM,
- krátkymi verbálnymi vstupmi moderátora,
- vlastnou propagáciou (upútavka na program *Baláž & Hubinák*).

**10:58:46** Zvukový komunikát, reklamný blok

**10:58:48 Reklamný oznam *Desperados***

Vo zvuku: „*Súčasná klubová scéna - Scéna FM. Vysielanie nabité skvelou hudbou si daj každý piatok s ochuteným pivom Desperados. Scéna FM. V piatok o dvadsiatej druhej. Prilej do svojho dňa zážitky.*“

**10:59:02** Pokračovanie reklamného bloku (Slovanet, festival Pohoda), zvukový komunikát

**11:00:00** Pokračovanie programu *Deň\_FM* s Galagerom, Vysielanie je zložené z hudobných skladieb a je prerušené:

- krátkymi správami (*Správy RTVS*), informáciami o počasí, dopravným servisom,
- komunikátmi označujúcimi programovú službu Rádia\_FM,
- krátkymi verbálnymi vstupmi moderátora,
- rubrikou o nadchádzajúcich hudobných podujatiach v rámci SR (Music list FM)
- vlastnou propagáciou (upútavka na program *Ráno na eFeMku*)
- reklamným blokom (Viva Musica!)

**12:00:00** Pokračovanie programu *Deň\_FM* s Galagerom, Vysielanie je zložené z hudobných skladieb a je prerušené:

- krátkymi správami (*Správy RTVS*), informáciami o počasí
- komunikátmi označujúcimi programovú službu Rádia\_FM,
- krátkymi verbálnymi vstupmi moderátora,
- reklamnými blokmi (Kaufland, KIA, festival Pohoda)
- rubrikou *Album týždňa* (daný týždeň je ním *But Here We Are* od *Foo Fighters* – krátke predstavenia albumu a okolností jeho vzniku, odohranie piesne *The Teacher*)

**13:00:01** Koniec záznamu