

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady dňa 8. 11. 2023

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

Podnet na preverenie č.: PGO-RPMS/2023/01186

Programová služba: TV MARKÍZA

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

Číslo autorizácie vysielania: AT/17

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/2023/01186 smerujúci voči vysielaniu programovej služby TV MARKÍZA, vysielateľa MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. a uznala podnet na preverenie v časti možného porušenia povinností ustanovených v § 72 ods. 2 a § 78 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. podľa ustanovenia § 150 ods. 13 zákona č. 264/2022 Z. z. za **neopodstatnený**.

Úloha:

Kancelária Rady informuje podávateľa podnetu na preverenie o výsledku preverenia podnetu.

T: 20. 11. 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.“) v súlade s § 150 ods. 11 zákona č. 264/2022 Z. z. **postupuje** podnet na preverenie evidovaný pod č. PGO-RPMS/2023/01186 v časti možného porušenia povinností ustanovených v § 62 ods. 1 písm. a) a ods. 12 zákona č. 264/2022 Z. z. Komisii na ochranu maloletých ako orgánu príslušnému v oblasti ochrany maloletých podľa § 108 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z. a podľa § 14a zákona č. 40/2015 Z. z. o audiovizii ako orgánu pre oblasť ochrany maloletých pri uplatňovaní jednotného systému označovania podľa § 12 zákona č. 40/2015 Z. z. o audiovizii.

Úloha:

Kancelária Rady oznámi podávateľovi podnetu na preverenie postúpenie podnetu.

T: 20. 11. 2023

Z: PgO

Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 8. 11. 2023

Podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/01186 zaevidovaný dňa 4. 9. 2023
Podávateľ: fyzická osoba
Predmet podnetu: Televízne noviny (Slováci a hazardné hry), sponzorské odkazy
DoubleStar
Deň a čas vysielania: 3. 9. 2023 19:23 hod., 19:59 hod. a 20:02 hod.

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

Dátum: 31. 10. 2023

OBSAH PODNETU:

„Reklama na hazard.“

Vzhľadom na to, že z podania nebolo zrejmé, o aké porušenie zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách by malo ísť, Kancelária Rady požiadala o bližšie konkretizovanie námietky voči reklame na hazard. Podávateľ doplnil nasledovné:

„...Zaujalo ma že reklama na hazard ide počas hlavných správ, v čase pred 22:00 teda neviem či je to v poriadku ale v tom čase pozerajú TV aj deti. Ak to je v poriadku, považujte za bezpredmetné.“

PRÁVNE VÝCHODISKÁ POSUDZOVANIA:

Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej len „zákon č. 264/2022 Z. z.“):

§ 16 Obsahová služba a sloboda príjmu

„1) Poskytovateľ obsahovej služby poskytuje obsahovú službu slobodne a nezávisle. Do jej obsahu možno zasahovať iba na základe zákona a v jeho medziach.“

§ 25 Prístup verejnosti k pluralitným, objektívnym a nestranným informáciám

„Vysielateľ, ktorý nepodlieha samoregulačnému mechanizmu zapísanému do evidencie podľa tohto zákona, regulujúcemu aj oblasť všestrannosti informácií, názorovej plurality a objektívnosti a nestrannosti programov, je povinný

- a) zabezpečiť všestrannosť informácií a názorovú pluralitu v rámci vysielanej programovej služby,
- b) zabezpečiť objektívnosť a nestrannosť spravodajských programov a programov aktuálnej publicistiky; názory a hodnotiace komentáre musia byť oddelené od informácií spravodajského charakteru.“

§ 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 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 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.“

§ 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.“

§ 73 Odlíšiteľnosť mediálnej komerčnej komunikácie

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

§ 74 Všeobecné obmedzenia mediálnej komerčnej komunikácie

„Mediálna komerčná komunikácia nesmie

- a) porušovať slobodu a rovnosť v dôstojnosti a právach ľudí,*
- b) obsahovať ani podporovať diskrimináciu na základe pohlavia, rasy, farby pleti, jazyka, viery a náboženstva, politického či iného zmýšľania, majetku, zdravotného postihnutia, veku, sexuálnej orientácie, narodenia, národného alebo sociálneho pôvodu, genetických vlastností, štátnej príslušnosti, príslušnosti k národnosti alebo k etnickej skupine,*
- c) nabádať na konanie, ktorým sa poškodzuje alebo ohrozuje zdravie alebo bezpečnosť,*
- d) nabádať na konanie, ktorým sa hrubo poškodzuje ochrana životného prostredia.“*

§ 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,⁵⁵⁾*
 - 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.“*

§ 94 Obmedzenia sponzorovania programu, programovej služby a audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie

- 1) „Sponzorom programu, programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie nesmie byť osoba, ktorej hlavnou činnosťou je výroba alebo predaj cigariet, iných tabakových výrobkov, elektronických cigariet alebo plniacich fľaštičiek pre elektronické cigarety.*
- 2) Sponzorom programu alebo programovej služby nesmie byť osoba, ktorej hlavnou činnosťou je výroba, predaj alebo nájom zbraní alebo streliva.*
- 3) Hlavná činnosť na účely tohto zákona je činnosť, z ktorej príjmy tvoria viac ako 51 % celkových príjmov osoby za hospodársky rok; osoba v tejto činnosti podniká a je touto činnosťou verejnosti všeobecne známa.*
- 4) Program, programová služba alebo audiovizuálna mediálna služba na požiadanie sponzorované osobou, ktorá sa zaoberá výrobou alebo predajom liekov alebo poskytovaním zdravotných výkonov, nesmie podporovať predaj liekov viazaný na lekársky predpis a poskytovanie zdravotných výkonov uhrádzaných na základe verejného zdravotného poistenia.*
- 5) Sponzorovanie spravodajských programov a programov aktuálnej publicistiky sa zakazuje. Výnimku tvoria programy, ktoré obsahujú výhradne informácie o kultúrnych podujatiach, športe, počasí alebo o dopravnej situácii.*
- 6) Zobrazovať logo sponzora počas vysielať programov určených pre deti sa zakazuje.*
- 7) Sponzorovanie doplnkového vysielať vo vysielať televíznej programovej služby sa zakazuje.*
- 8) Sponzorovanie doplnkového vysielať okrem oznamov o aktuálnom čase sa vo vysielať rozhlasovej programovej služby zakazuje; na sponzorovanie oznamov o aktuálnom čase sa primerane vzťahujú odseky 1 až 4 a § 93.“*

ANALÝZA – stanovisko Kancelárie Rady pre mediálne služby:

Podávateľ namietá, že sa v čase trvania hlavných správ, vysielať v čase pred 22:00 hod., t. j. keď TV pozerajú aj deti, vysiela reklama na hazard.

Podľa § 132 ods. 1 písm. c) zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách je orgánom dohľadu nad dodržiavaním povinností podľa citovaného zákona aj Komisia na ochranu maloletých. Tá podľa § 108 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z. vykonáva štátnu správu v oblasti ochrany maloletých v rozsahu vymedzenom citovaným zákonom. Z uvedeného vyplýva, že posúdenie zákonnosti namietaného obsahu týkajúceho sa ochrany maloletých je teda v kompetenciách Komisie na ochranu maloletých.

V rámci tejto správy sme predmetný obsah posudzovali len z hľadiska ustanovení o reklame.

Monitorovaním vysielania televíznej programovej služby TV MARKÍZA zo dňa 3. 9. 2023 sme zistili nasledovné:

- program *Televízne noviny*, vysielaný v čase cca od 19:00 hod. do 19:59 hod., bol jedenkrát prerušený. V rámci uvedeného prerušenia sme počas vysielania reklamného bloku nezaznamenali žiaden šot, ktorého obsahom by boli hazard či hazardné hry. Počas prerušenia sme taktiež nezaznamenali žiaden sponzorský odkaz, ktorého obsahom by bola tematika hazardných hier.
- v rámci vysielania programu *Televízne noviny*, sme v čase cca 19:23 hod. zaznamenali príspevok s názvom „*Slováci a hazardné hry*“, ktorý obsahoval informácie späté s hazardnými hrami.
- po skončení programu *Televízne noviny* bol v bloku sponzorských odkazov odvysielaný komunikát *DoubleStar* (online kasíno) a to pred programom *Počasié* v čase cca 19:59:16 hod. a po skončení uvedeného programu v čase 20:02:58 hod.

Príspevok „*Slováci a hazardné hry*“, ktorý bol odvysielaný v rámci programu *Televízne noviny*, sme vzhľadom na charakter podnetu analyzovali z hľadiska možného porušenia ustanovenia **§ 72 zákona č. 264/2022 Z. z. (skrytá mediálna komerčná komunikácia)**.

Predmetný príspevok bol uvedený moderátormi v štúdiu:

Moderátorka: „*Závislosť, ktorá ničí životy a rodiny. Takmer každý druhý Slovak má skúsenosť s hazardnými hrami.*“

Moderátor: „*Tí, ktorí gamblerstvu podľahnú, často prídu o všetko. V registri vylúčených osôb, ktoré majú zakázaný prístup k hrám, sú tisícky ľudí.*“

Príspevok ďalej sprostredkúval recipientovi informácie ohľadne hazardných hier v súvislosti s ich postupným prechodom z herní do online priestoru, a taktiež informácie o spojitosti medzi hazardnými hrami a závislosťou. V úvode príspevku bol zverejnený graf vychádzajúci z prieskumu, ktorý informoval o percentuálnom podiele obľúbenosti rôznych typov hazardných hier medzi populáciou Slovenska. Na tieto informácie nadväzovala anketa, v ktorej vystupovali dvaja oslovení muži na ulici. Títo sa vyjadrovali k tomu, na čo a ako tipujú (v oboch prípadoch to boli rôzne druhy športových zápasov). Príspevok bol doplnený o vyjadrenia sociológa, ktorá hovoril o dôvodoch nárastu online hrania a psychologičky, ktorá pracuje v Centre pre liečbu drogových závislostí v Bratislave. Psychologička popisovala obraz typického hazardného hráča - muž, štyridsiatnik, otec rodiny, ktorý väčšinou šporuje a občas si stavia v rámci zábavy. Taktiež rozpráva o nebezpečenstve rekreačného pitia a všadeprítomnej reklamy na hazard, ktoré môžu spôsobiť závislosť na hazardných hrách. V závere príspevku redaktorka informuje o Registri vylúčených osôb, v ktorom štát eviduje ľudí so zákazom účasti na hazardných hrách.

Počas príspevku sú taktiež zobrazované krátke ilustračné zábery zobrazujúce herné automaty v priestoroch herní, ruletu, počítač a zábery na budovy herní.

Skrytá mediálna komerčná komunikácia je definovaná v § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z., podľa ktorého: „*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.“

Z definície skrytej mediálnej komerčnej komunikácie vyplývajú nasledovné kritériá, ktoré **musia byť kumulatívne naplnené** na to, aby mohlo ísť o skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu:

- a) zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia
- b) informácia priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno, alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť,
- c) je uvedená v rámci programu,
- d) informácia je zámerne využívaná na propagačné účely,
- e) informácia by mohla vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o jej podstate.

A)

Skrytá mediálna komerčná komunikácia má byť zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia. V rámci programu boli odvysielané slová ako hazard, hazardné hry, automaty, číselné lotérie, kurzové stávky, stávkovanie. V obrazovej zložke mal možnosť recipient vidieť zábery na rôzne typy herných automatov, ruletu, hracie karty. Jeden z oslovených mužov v ankete stál pred budovou, kde bol na okennej tabuli nápis „PRVÁ SLOVENSKÁ STÁVKOVÁ“ a taktiež plagát s logami - „TIPOS VAŠE VÝHRY, NAŠA RADOSŤ; LOTO; EURO JACKPOT; KENO 10, EURO MILIÓNY, LOTO 5 z 35“.

V niektorých záberoch z herní boli na stoličkách nápisy „ADMIRAL GAME CLUB“ a „MONACO“. V príspevku sa tiež objavil záber na dvoch policajtov kráčajúcich smerom ku dverám herne, kde bol na vchodových dverách nápis „ADMIRAL“ a v závere príspevku sa vyskytol záber na človeka kráčajúceho po schodoch smerom k otvoreným dverám herne MONACO.

Z vyššie uvedeného je zrejmé, že toto definičné kritérium bolo naplnené a túto **podmienku tak považujeme za splnenú.**

B)

Definícia skrytej mediálnej komerčnej komunikácie obsahuje kritérium, podľa ktorého zverejnená informácia „priamo alebo nepriamo propaguje...“, resp. vysielateľ ju „využíva na propagačné účely“. Rada v rámci svojej rozhodovacej činnosti vo viacerých svojich rozhodnutiach prijala záver, že toto kritérium bude naplnené v prípade, že informácia „plní reklamný účel“.

Rada už v minulosti v rámci svojej rozhodovacej činnosti definovala pojem „reklamný účel“ V rozhodnutí č. RP/164/2003 zo dňa 16.12.2003 vo veci možného porušenia § 32 ods. 12 zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii Rada považovala reklamný účel za preukázaný z toho dôvodu, že „*komerčný charakter prezentovaných informácií spočíval v kvalitatívnom hodnotení služieb a tovarov prezentovaných podnikateľských subjektov, čím bol priamo podporovaný ich predmet podnikania*“ resp., že „*uvedeným obchodných mien a produktov menovaných spoločností spolu s kvalitatívne pozitívnym hodnotením jednoznačne došlo minimálne k priamej, pripomínajúcej, imidžovej event. uvádzacej propagácii v rámci programu.*“

Najvyšší súd SR k propagačnému účelu vo svojom rozsudku z 29. 10. 2012, sp. zn. 5Sžo/1/2012, uviedol: „*Podstata skrytej mediálnej komerčnej komunikácie spočíva v odvysielaní v rámci programu informácií, ktoré majú propagačný účel, tzn. že adresátovi sa skryto odporúča napr. poskytnutie služby, propaguje sa obchodné meno alebo aktivity spoločnosti, teda ide o prezentáciu majúcu za cieľ komerčne pôsobiť na divákov.*“

Pri skúmaní možného **propagačného účelu** odvysielania predmetných informácií v rámci uvedeného programu je potrebné zohľadniť spôsob spracovania v programe prezentovaných zvukových a obrazových informácií, teda, či pri ich prezentovaní v programe prevládala zložka informačná alebo zložka propagačná.

Kritérium skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa písm. b) možno považovať za naplnené v prípade, ak sú

tovar, služby, ochranná známka, obchodné meno alebo aktivity fyzickej osoby alebo právnickej osoby propagované **priamou alebo nepriamou formou**. Pri priamej propagácii tovaru alebo služby dochádza k priamemu presvedčaniu recipientov, a to napríklad kvalitatívnym hodnotením, uvádzaním pozitívnych informácií o určitom tovare alebo službe, vyzdvihovaním ich vlastností prostredníctvom superlatívov, kvetnatého či extenzívneho opisu, porovnávaním s konkurenčnými tovarmi alebo službami a pod. Aj v prípade nepriamej formy propagácie môže dôjsť k prezentácii informácií vykresľujúcich daný tovar či službu ako atraktívne, určujúcim kritériom pri odlišovaní tejto formy propagácie od formy priamej je však predovšetkým charakter (napr. citová zafarbenosť), intenzita a frekvencia predmetných vyjadrovacích prostriedkov a taktiež spôsob spracovania prezentovaných informácií.

Domnievame sa, že v danom programe sa priamo ani nepriamo nepropagovali hazardné hry/herne ako také. Ťažisko príspevku spočívalo najmä v sprostredkovaní informácií ohľadne:

- skúseností ľudí na Slovensku s hazardnými hrami,
- zmien, ktoré na poli hazardných hier nastali v posledných rokoch, t. j. presun z herní do online priestoru,
- upozornenia na nebezpečenstvo vzniku závislosti na hazardných hrách.

Informácie (zvukové i obrazové), ktoré boli recipientovi prostredníctvom príspevku ponúknuté, nesúviseli s kvalitatívnym vyzdvihovaním herní a hazardných hier. Nesúviseli ani s prezentáciou nejakého konkrétneho produktu, značky alebo služby. Z toho dôvodu považujeme túto **podmienku za nespĺnenú**.

C)

Predmetné informácie boli odvysielané na programovej službe TV MARKÍZA dňa 3. 9. 2023 v rámci programu *Televízne noviny*. Z toho dôvodu považujeme aj túto **podmienku za splnenú**.

D)

Aby išlo o skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu, musí byť propagačná informácia vysielateľom **zámerne využívaná na propagačné účely**. Podľa druhej vety predmetného ustanovenia sa informácia považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu. Nejedná sa však o jedinou možnosť, kedy je propagačná informácia použitá zámerne. Rada za zámerne považuje **najmä** uvedenie propagačnej informácie v programe, ktorý je redakčne zostavovaný dopredu a vysielateľ tak musel mať dopredu vedomosť o jeho obsahu. Tento záver potvrdil viackrát aj NS SR, ktorý napríklad v rozsudku zo dňa 12. 3. 2013, sp. zn. 3Sž/18/2012, uviedol: „*Program Televízne noviny je zostavovaný vopred, navrhovateľka zostavuje skladbu odvysielaných príspevkov, a teda ju aj ovplyvňuje, čo je jeden z možných spôsobov zámernosti využívania takejto obrazovej informácie na reklamný účel. Zámer vysielateľa ako pojmový znak predmetnej normy sa neviaže k získavaniu odplaty, ale k následku, ktorý odvysielaním spôsobí. Keď spracovanie programu a v ňom použité výrazové prostriedky smerujú k propagácii, nemožno hovoriť, že ide o náhodné mimovoľné účinky, o ktorých vysielateľ zodpovedajúci za obsah nevedel alebo nemohol vedieť. Prijatie odplaty za odvysielanie takejto informácie môže byť len jeden z možných dôkazných prostriedkov preukazujúcich zámer, neprijatie odplaty však nie je dôkazom opaku.*“

Domnievame sa však, že z obsahu programu je zrejmé, že zábery na herne, herné automaty, ruletu, či karty mali výlučne ilustračný charakter. Program **neobsahoval** žiadne informácie, ktoré by sme mohli vnímať ako **zámerne propagujúce** činnosť zobrazených herní alebo stávkovej kancelárie.

Vzhľadom na vyššie uvedené **nepovažujeme toto kritérium za naplnené**.

E)

Poslednou a nevyhnutnou podmienkou na to, aby propagačná informácia mohla byť klasifikovaná ako skrytá mediálna komerčná komunikácia, je **možnosť uvedenia verejnosti do omylu o podstate tejto informácie**, a to vzhľadom na jej povahu. Pri skrytej mediálnej komerčnej komunikácii je možnosť uvedenia diváka, resp. poslucháča do omylu obsiahnutá v samotnej podstate informácie využívanej na

propagačný účel. Je to dané tým, že táto informácia sa vyskytne v rámci programu, o ktorom poslucháč nemôže vedieť, že sa v ňom takéto informácie budú nachádzať.

Program *Televízne noviny* je spravodajským programom, ktorý prináša aktuálne informácie z oblasti politiky a spoločensko-kultúrnej sféry z domova i zahraničia. Je zrejmé, že recipient v takomto programe očakáva najmä objektívne a relevantné informácie. V predmetnom programe bol recipient zreteľne a jasne informovaný o situácii ohľadne hazardných hier a ich dopade na mentálne zdravie človeka. Domnievame sa, že v príspevku neodznili tak informácie ktorými by mohla byť verejnosť uvedená do omylu o ich podstate, a to vzhľadom na ich povahu, kritérium tak **nepovažujeme za naplnené**.

Na základe vyššie uvedeného sa domnievame, že nedošlo k naplneniu všetkých kritérií skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 72 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z., a teda **nedošlo k porušeniu § 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z.**

* * *

Sponzorské odkazy identického charakteru *DoubleStar* boli odvysielané v bloku sponzorských odkazov pred programom *Počasie* v čase cca 19:59:16 hod. a po skončení uvedeného programu, v čase 20:02:58 hod.

Prepis predmetného sponzorského odkazu:

Obrazová zložka:

Na tmavom pozadí obrazovky sú znázornené symboly otáčajúcich sa hviezd umiestnených v piatich radoch pod sebou. Následne ich sčasti prekrýva akoby displej mobilného telefónu v horizontálnej polohe. V hornej časti displeja je text „DOUBLE STAR“. Na obrazovke displeja sa nachádza zobrazená online hra s názvom „BOOK OF SECRETS.“ Pod názvom sa nachádza 5 hracích valcov v troch riadkoch s rôznymi symbolmi (napr. písmeno K, J alebo faraónova maska). Pod valcami je text „KREDIT V EUR 4986.00; STÁVKA V EUR 10.00; VÝHRA V EUR“ Po oboch stranách valcov sa nachádzajú tlačidlá s rôznymi číselnými hodnotami. Displej sa následne pootočí a priblíži sa smerom k obrazovke. Obsah displeja sa mení, sú na ňom umiestnené ikony online hier (*81 DIAMONDS, JOKER BOOM PLUS, SIMPLY THE BEST 81, JOKER BOOM PLUS, TURBO 27, RESPIN JOKER, FIREBIRD DOUBLE 27*). Následne displej mizne a nahradí ho otvorený notebook, pri ktorom je položená kávová šálka s tanierikom. Na obrazovke notebooku je opäť zobrazená online hra „BOOK OF SECRETS.“ Pod názvom sa nachádza 5 hracích valcov v troch riadkoch s rôznymi symbolmi (napr. písmeno K, J alebo faraónova maska). Pod valcami je text „KREDIT V EUR 4971.00; STÁVKA V EUR 10.00; VÝHRA V EUR“ Nasleduje tlačidlo s textom „MAX BET“ a tlačidlá, kde sú znázornené rôzne druhy šípok. Po oboch stranách valcov sa nachádzajú tlačidlá s rôznymi číselnými hodnotami. Po chvíli zaznie akoby výherný zvuk a na obrazovke notebooku sa objavuje text „BIG WIN“ Pod textom sa menia čísla s narastajúcimi hodnotami. Vzápätí notebook mizne a na obrazovke sa objavuje text „DOUBLE STAR“ (vedľa textu je symbol hviezdy), pod tým „www.doublestar.sk“

Počas celého trvania komunikátu sa v dolnej časti obrazovky nachádza text bielym písmom: „Sponzor programu“. Pod tým „Účasť na hazardných hrách sa zakazuje fyzickej osobe mladšej ako 18 rokov“.

Zvuková zložka:

Mužský hlas mimo obraz: „Túto reláciu a zábavu do vášho mobilu prináša on-line kasíno DoubleStar, www.doublestar.sk.“

Predmetný komunikát je sponzorským odkazom a tak podľa ustanovenia § 71 ods. 2 písm. c) zákona č. 264/2022 Z. z. spadá pod mediálnu komerčnú komunikáciu.

Zákon č. 264/2022 v ustanoveniach § 94 (obmedzenia sponzorovania programu, programovej služby a audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie) neobmedzuje sponzorovanie hazardných hier ani sponzoring osobami prevádzkujúcimi hazardné herne/hry.

Obsah predmetného sponzorského odkazu sme teda posudzovali z hľadiska možného porušenia ustanovenia:

§ 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,⁵⁵⁾
3. to, aby presviedčali svojich rodičov alebo iné osoby o potrebe kúpiť im ponúkané tovary alebo služby,

Na základe formálneho spracovania a obsahu sponzorského odkazu sa nedomnievame, že by priamo nabádal maloletých na nákup alebo nájom tovarov alebo služieb tak, že by zneužili ich neskúsenosť alebo dôverčivosť. V predmetnom komunikáte nevystupujú žiadne osoby. Jeho obsah upriamuje pozornosť diváka na to, že prostredníctvom mobilného telefónu je možné hrať rôzne typy hier online. Podľa nášho názoru v sponzorskom odkaze neboli zverejnené také audiovizuálne informácie, ktoré by mohli nabádať maloletých, aby presviedčali svojich rodičov alebo iné osoby o potrebe kúpy tovaru alebo služby. Sponzorský odkaz obsahoval aj upozornenie pre divákov: „Účasť na hazardných hrách sa zakazuje fyzickej osobe mladšej ako 18 rokov“.

Na základe vyššie uvedeného sa domnievame, že vysielateľ neporušil ustanovenie **§ 78 písm. a)** zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách.

* * *

ZÁVER:

Na základe analýzy sme toho názoru, že v monitorovanom vysielaní vysielateľ MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. odvysielaním príspevku *Slováci a hazardné hry* v rámci programu *Televízne noviny* na programovej službe TV MARKÍZA dňa 3. 9. 2023 v čase o cca 19:23 hod. neporušil povinnosť ustanovenú v **§ 72 ods. 2** zákona č. 264/2022 Z. z.

Zároveň sa domnievame, že odvysielaním sponzorských odkazov *DoubleStar* v čase o cca 19:59 hod. a 20:02 hod. nedošlo k porušeniu povinnosti ustanovenej v **§ 78 písm. a)** zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách.

Podnet na preverenie navrhujeme posúdiť v tejto časti ako **neopodstatnený**.

Zároveň konštatujeme, že v časti podania týkajúcej sa ochrany maloletých, t. j. posúdenie vhodnosti/nehodnosti zaradenia namietaného obsahu do vysielania, navrhujeme v zmysle § 150 ods. 11 zákona č. 264/2022 Z. z., podľa ktorého, cit.: „Regulátor podnet na preverenie odloží alebo postúpi, inak podnet na preverenie vybaví postupom podľa odseku 12 alebo 13. O odložení alebo postúpení regulátor upovedomí podávateľa podnetu na preverenie,“ **postúpiť podnet č. PGO-RPMS/2023/01186 Komisii na ochranu maloletých.**

Prepis/popis monitorovaného vysielania k Správe o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z. (podnet na preverenie č. PGO-RPMS/2023/001186)

Monitorované vysielanie: Televízne noviny (Slováci a hazardné hry), sponzorský odkaz DoubleStar

Deň vysielania: 3. 9. 2023

Čas vysielania: 19:23 hod. (Slováci a hazardné hry), 19:59 a 20:02 hod. (sponzorský odkaz DoubleStar)

Vysielanie bolo monitorované zo záznamu Rady

časový kód záznamu o cca:

18:59:53 Začiatok záznamu

Zvukovo-obrazový komunikát, program *Televízne noviny*

19:23:55 Príspevok Slováci a hazardné hry

Moderátorka (v štúdiu): „Závislosť, ktorá ničí životy a rodiny. Takmer každý druhý Slovák má skúsenosť s hazardnými hrami.“

Moderátor (v štúdiu): „Tí, ktorí gamblerstvu podľahnú, často prídu o všetko. V registri vylúčených osôb, ktoré majú zakázaný prístup k hrám, sú tisícky ľudí.“

Redaktorka Monika Grznárová (mimo obraz): „Medzi Slovákmi boli hazardné hry vždy obľúbené. Podľa prieskumu nás najviac lákajú číselné lotérie. Aspoň raz v živote ich hralo 37 % ľudí. Druhou najpopulárnejšou hazardnou hrou sú kurzové stávky. Tým zvykne podľahnúť 20 % hráčov. Menej vychytené sú automaty a kasína.“

V obraze: Záber na točiaci sa ruletu. Prestrih. Záber na hracie automaty pravdepodobne v herni. Prestrih. Záber na jedno z tlačidiel na hernom automate, na ktorom je nápis „VOLBA HRY“. Prestrih. Záber na obrazovku herného automatu sa názvom „Book of Ra“. Na jeho obrazovke sa nachádzajú točiace sa valce s rôznymi symbolmi. Prestrih. Záber na graf s názvom „Hazardné hry“ zobrazujúci percentuálne podiely jednotlivých typov hazardných hier – „37,00 % číselné lotérie, 20,60 % kurzové stávky, 15,90 % výherné automaty, 7,90 % hry v kasíne, 14,40 % internetové hry.“ Súčasťou grafu je aj údaj - „Zdroj: MZ SR“.

Prestrih. Anketa. Oslovený muž stojí na ulici pred nejakou budovou.

Muž (č. 1) na ulici: „Stávkujem, áno, hej.“

Redaktor Pavol Sivák: „Čo konkrétne, prezradte.“

Muž (č. 1) na ulici: „No Fortuna ligu, futbaly, hokej, basketbaly, volejbaly. Toto všetko.“

Redaktor Pavol Sivák: „A darí sa?“

Muž (č. 1) na ulici: „Tak všelijak. Raz vyhráš, raz prehráš.“

Prestrih. Pokračovanie ankety. Oslovený muž stojí pred nejakou budovou. Za sebou má okennú tabuľu s nápisom „PRVÁ SLOVENSKÁ“ Neskôr sa v zábere objaví aj ďalšia časť nápisu „STÁVKOVÁ.“ Pod nápisom sa nachádza plagát s logami „TIPOS VAŠE VÝHRY, NAŠA RADOSŤ; LOTO; EURO JACKPOT; KENO 10, EURO MILIÓNY, LOTO 5 z 35“.

Muž (č. 2) na ulici: „X-ky na basketbal do rozpisu.“

Redaktor Pavol Sivák: „Iba basketbal?“

Muž (č. 2) na ulici (prikývne): „To tam sú kurzy vysoké, nie? 4 zápasy dám a koniec.“

Prestrih.

Redaktorka Monika Grznárová (mimo obraz): „Hazardné hry sa ale začínajú presúvať do online priestoru. Hazard na internete už skúsilo viac ako 14 % hráčov, zatiaľ čo v roku 2019 to bolo len necelých 7 %.“

V obraze: Záber na hrací automat, na ktorom hrá nejaký človek (vidieť iba jeho ruky). Prestrih. Záber na ruku položenú na počítačovej myši. Prestrih. Záber na notebook a ruky nejakého človeka – jedna sa pohybuje po klávesnici, druhá je položená na počítačovej myši.

Prestrih.

Róbert Klobucký, sociológ SAV: „Za tým nárastom toho hrania v online priestore je aj tá epidémia covidu, keď vlastne boli uzatvorené tie kamenné prevádzky a vlastne vtedy sa časť tých hráčov asi presunula do toho online a zostala tam. Ale to je možno len 1 taký drobný fakt. Ono by to nastalo tak či tak.“

V obraze: Sociológ stojí na ulici a rozpráva smerom na kameru. Prestrih. Záber na budovu, kde vidieť časť nápisu „... CASINO“. Prestrih. Záber na inú časť ulice, kde sa v budove nachádza pravdepodobne herňa, pričom názov herne v zábere nie (na oknách sú polepy, kde sú znázornené hracie kocky). Prestrih. Záber na rozprávajúceho sociológa.

Prestrih.

Redaktorka Monika Grznárová (mimo obraz): „V Centre pre liečbu drogových závislostí v Bratislave ročne príjmu 120-150 nových pacientov, hazardných hráčov. Väčšinou ide o mužov.“

V obraze: Redaktorka a psychologička počas rozhovoru. Prestrih. Záber na hrací automat. Prestrih. Záber na ďalší automat v detaile. Svieta na ňom text „VLOZTE BANKOVKU.“ Prestrih. Záber ďalší automat.

Zuzana Kamendy, klinická psychologička: „Čiže môžete si ich predstaviť ako takých štyridsiatnikov, mužov, normálne funkčných, pracujúcich ľudí, ktorí majú rodiny a ktorí spočiatku buď sa venovali nejakému športu a boli zvyknutí, že príležitostne, by som povedala, tak ako v podstate z nejakej zábavy si stavili.“

V obraze: Psychologička rozprávajúca na kameru. Prestrih. Záber na točiacu sa ruletu. Prestrih. Záber na ruky krupiéra a hracie karty. Prestrih. Záber na psychologičku rozprávajúcu na kameru.

Prestrih.

Redaktorka Monika Grznárová (mimo obraz): „Keď sa k tomu pridá rekreačné pitie alkoholu a všade útočiaca reklama na hazard, u mnohých to môže spôsobiť závislosť na hazardných hrách. Takíto ľudia sa dostávajú do začarovaného kruhu prehíer a požíčavania peňazí.“

V obraze: Záber na barový pult, pravdepodobne barman posúva pohárik s nejakou tekutinou smerom k obrazovke. V pozadí sú police s rôznymi fľašami alkoholu. Prestrih. Záber na herňu s hracími automatmi a dvomi hráčmi. Na stoličkách, ktorú sú pri automatoch, sa nachádza nápis „ADMIRAL GAME CLUB“. Prestrih. Záber na točiacu sa ruletu. Prestrih. Záber na automat a ruku hracieho človeka.

Prestrih.

Zuzana Kamendy, klinická psychologička: „Stávajú sa prípady, že v podstate prehrá takýmto spôsobom 10 alebo státisíce eur. Tento človek, samozrejme, je ženatá, má 2 deti, rodinu, byt, hej, že potom jedného dňa proste príde exekútor a rodina je v debaklovej situácii, hej, katastrofálnej situácii, pretože on napríklad prehral byt.“

V obraze: Psychologička rozprávajúca na kameru. Prestrih. Záber na automaty, pred ktorými sedia hráči. Na stoličkách hráčov je nápis „MONACO.“ Prestrih. Záber na rozprávajúcu psychologičku.

Prestrih.

Redaktorka Monika Grznárová (mimo obraz): „Hazardných hráčov, ktorí majú zákaz hrať, eviduje štát. V Registri vylúčených osôb je 126 000 ľudí. 80 % tvoria osoby poberajúce dávky v hmotnej núdzi. Zvyšok tvoria samovylúčitelia, ktorí dobrovoľne požiadali o zápis do registra. Podľa odborníkov by tiež pomohlo obmedzenie reklamy na hazard. Pavol Sívák a Monika Grznárová, televízia Markíza.“

V obraze: Záber na človeka na ulici (nie je mu vidieť do tváre). Prestrih. Záber na policajné auto. Prestrih. Záber na dvoch kráčajúcich policajtov smerom ku dverám herne (na vchodových dverách je nápis „ADMIRAL“). Prestrih. Záber na automat a ruky hrajúceho človeka. Prestrih. Záber na človeka

sediaceho pred automatom. Prestrih. Záber na herňu s automatmi. Na displeji jedného z automatov svieti názov „ADMIRAL.“ Prestrih. Záber na herňu, cez ktorú kráča ženská postava (nie je jej vidieť do tváre). Prestrih. Záber na človeka sediaceho pred automatom. Sedí na stoličku, kde je nápis „MONACO.“ Prestrih. Záber na človeka stojaceho chrbtom ku kamere, v pravej časti obrazovky svieti na nejakom predmete časť názvu kasína – „MONAC..“ Záber na človeka kráčajúceho po schodoch smerom k otvoreným dverám herne MONACO.

19:26:22 Nasledujúce príspevky.

19:41:08 Prerušenie

Zvukovo-obrazový komunikát, reklamný blok (Prima banka, Lidl, Alpecin, Slovenská sporiteľňa, Nescafé, Kondela, Coccolino, Datart, Halls, Kaufland, Všeobecná zdravotná poisťovňa, Lancôme, Kaufland, Vinted, Fio banka, Oreo, Kurz robotiky a programovania, T-Mobile, Mentos, Lindex, COOP Jednota, NN poisťovňa, Merci, Lactourea), zvukovo-obrazový komunikát.

19:49:18 Pokračovanie programu *Televízne noviny*

19:59:01 Koniec programu *Televízne noviny*, zvukovo-obrazový komunikát na program *Kto mi ide po krku*, komunikát označujúci sponzora programu (Marlenka)

19:59:16 Komunikát označujúci sponzora programu *Double Star*, dĺžka trvania 00:00:09

Obrazová zložka:

Na tmavom pozadí obrazovky sú znázornené symboly otáčajúcich sa hviezd umiestnených v piatich radoch pod sebou. Následne ich sčasti prekrýva akoby displej mobilného telefónu v horizontálnej polohe. V hornej časti displeja je text „DOUBLE STAR“. Na obrazovke displeja sa nachádza zobrazená online hra s názvom „BOOK OF SECRETS.“ Pod názvom sa nachádza 5 hracích valcov v troch riadkoch s rôznymi symbolmi (napr. písmeno K, J alebo faraónova maska). Pod valcami je text „KREDIT V EUR 4986.00; STÁVKA V EUR 10.00; VÝHRA V EUR“ Po oboch stranách valcov sa nachádzajú tlačidlá s rôznymi číselnými hodnotami. Displej sa následne pootočí a priblíži sa smerom k obrazovke. Obsah displeja sa mení, sú na ňom umiestnené ikony online hier (81 DIAMONDS, JOKER BOOM PLUS, SIMPLY THE BEST 81, JOKER BOOM PLUS, TURBO 27, RESPIN JOKER, FIREBIRD DOUBLE 27). Následne displej mizne a nahradí ho otvorený notebook, pri ktorom je položená kávová šálka s tanierikom. Na obrazovke notebooku je opäť zobrazená online hra „BOOK OF SECRETS.“ Pod názvom sa nachádza 5 hracích valcov v troch riadkoch s rôznymi symbolmi (napr. písmeno K, J alebo faraónova maska). Pod valcami je text „KREDIT V EUR 4971.00; STÁVKA V EUR 10.00; VÝHRA V EUR“ Nasleduje tlačidlo s textom „MAX BET“ a tlačidlá, kde sú znázornené rôzne druhy šípok. Po oboch stranách valcov sa nachádzajú tlačidlá s rôznymi číselnými hodnotami. Po chvíli zaznie akoby výherný zvuk a na obrazovke notebooku sa objavuje text „BIG WIN“ Pod textom sa menia čísla s narastajúcimi hodnotami. Vzápätí notebook mizne a na obrazovke sa objavuje text „DOUBLE STAR“ (vedľa textu je symbol hviezdy), pod tým „www.doublestar.sk“

Počas celého trvania komunikátu sa v dolnej časti obrazovky nachádza text bielym písmom: „Sponzor programu“ Pod tým „Účasť na hazardných hrách sa zakazuje fyzickej osobe mladšej ako 18 rokov“

Zvuková zložka:

Mužský hlas mimo obraz: „Túto reláciu a zábavu do vášho mobilu prináša on-line kasíno DoubleStar, www.doublestar.sk.“

19:59:26 Program *Počasie*, komunikát označujúci sponzora programu (Marlenka)

20:02:58 Komunikát označujúci sponzora programu *Double Star*

Sponzorský odkaz je totožný s odkazom odvysielaným v čase 19:59:16.

20:03:08 Zvukovo-obrazový komunikát, program *Dnes večer uvidíte*, program *TIPOS – Informácie pre tipujúcich*, zvukovo-obrazový komunikát, upútavka na program *Jama levova* ¹², komunikát označujúci

sponzora programu *Slovenská sporiteľňa*, upútavky na programy *Pán profesor* ¹², *Kto mi ide po krku* ¹⁵, zvukovo-obrazový komunikát, reklamný blok (Budiš, Slovenská sporiteľňa, Sensodyne, Kaufland, Datart, Termix, ZSE, Lidl, Radosť, Dôvera, Axe, T-Mobile, BILLA, Jägermeister, OBI, Lactourea, COOP Jednota, BENU a Lekáreň Partner, Merci, NIKÉ).

20:17:38 Zvukovo-obrazový komunikát, komunikát označujúci sponzora programu (Nicolaus Vodka Blue, ČSOB, Vlasové hnojivo), program *Športové noviny*.

20:19:59 Koniec záznamu