



RADA PRE VYSIELANIE A RETRANSMISIU

Dobrovičova č. 8, P. O. BOX 155, 810 00 Bratislava

Rozhodnutie č. RP/18/2016
Správne konania č. 1322/SKO/2015

Bratislava dňa 26. 4. 2016
Doložka právoplatnosti:

Rozhodnutie

Rada pre vysielanie a retransmisiu (ďalej len „Rada“) ako orgán príslušný podľa § 4 ods. 1 až 3 a § 5 ods. 1 písm. g) zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 308/2000 Z. z.“) postupom podľa ustanovenia § 71 zákona č. 308/2000 Z. z. rozhodla, že účastník správneho konania č. 1322/SKO/2015 MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.

I . p o r u š i l

povinnosť ustanovenú v § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z.

tým,

že na programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 10:40 hod. komunikát, ktorý bol upútavkou na program *Superstar*, ktorý naplnil definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pri ktorej nezabezpečil, aby bola reklama slušná,

I I . p o r u š i l

povinnosť ustanovenú v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.

tým,

že na programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 20:56:28 hod. a cca 22:56:09 hod. komunikát, ktorý bol upútavkou na program *Búrlivé víno*, ktorý naplnil definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. bez toho, aby bol na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby,

za čo mu ukladá

podľa ustanovenia § 64 ods. 1 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. úhrnnú sankciu – **pokutu**, určenú podľa § 67 ods. 5 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. vo výške 6650,- €, slovom šesťtisíc šesťstopäťdesiat eur.

Podľa § 64 ods. 5 zákona č. 308/2000 Z. z.: „*Uložením sankcie nezaniká povinnosť, za ktorej porušenie sa sankcia uložila.*“

V zmysle § 67 ods. 16 zákona č. 308/2000 Z. z. je pokuta splatná do 30 dní odo dňa nadobudnutia právoplatnosti rozhodnutia a je potrebné ju uhradiť na účet: SK09 8180 0000 0070 0008 8921, BIC/SWIFT: SPSRSKBAXXX, VS1816, KS6548.

O d ô v o d n e n i e

V zmysle § 4 zákona č. 308/2000 Z. z., Rada je orgánom verejnej správy, ktorého prvoradým poslaním je presadzovať záujmy verejnosti, pričom dohliada na dodržiavanie právnych predpisov upravujúcich vysielanie a retransmisiu a vykonáva štátnu správu v oblasti vysielania a retransmisie v rozsahu vymedzenom cit. zákonom.

Do pôsobnosti Rady patrí aj ukladanie sankcií vysielateľom a prevádzkovateľom retransmisie, stanovených § 64 až 67 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom na konanie podľa tohto zákona sa, podľa § 71 zákona č. 308/2000 Z. z., vzťahuje zákon č. 71/1967 Zb., s výnimkou ustanovení § 23 v časti nesprístupnenia zápisníc o hlasovaní a § 49, § 53, § 54, § 56 až 68 zákona č. 71/1967 Zb.

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 22. 12. 2015 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči spoločnosti MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. (ďalej len „účastník konania“) vo veci možného porušenia:

- I. **§ 32 ods. 4 písm. a)** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 11. 10. 2015 o cca 10:40 hod. upútavku na program *Superstar*, ktorá napĺňala definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom mohlo dôjsť k nezabezpečeniu povinnosti, aby bola vysielaná reklama slušná,
- II. **§ 34 ods. 1** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 20:56:28 hod. a cca 22:56:09 hod. komunikát, ktorý mohol byť upútavkou na program *Búrlivé víno* bez rozoznatelného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 15. 1. 2016, na základe čoho sa začalo správne konanie č. 1322/SKO/2015. Účastník konania bol súčasne vyzvaný, aby v lehote najneskôr do 10 dní od doručenia oznámenia v súlade s § 33 ods. 1 a § 34 ods. 3 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (ďalej len „správny poriadok“) zaslal svoje stanovisko, prípadne navrhol dôkazy a vyjadril sa k podkladom pre rozhodnutie v predmetnom správnom konaní. Súčasne bol účastník konania upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostačujúce podľa § 46 správneho poriadku. Prílohou oznámenia o začatí správneho konania bol aj prepis/popis skutkového stavu.

Dňa 20. 1. 2016 bola Rade listom zaevidovaným pod č. 244/2016/P doručená žiadosť účastníka konania o zaslanie podkladov (monitorovacia správa/správa o šetrení sťažnosti) zhromaždených v správnom konaní a o adekvátne predĺženie lehoty na vyjadrenie sa.

Pracovný materiál Kancelárie Rady – Správa o kontrole dodržiavania povinností (sťažnosť č. 1107/SO/2015) bol účastníkovi konania zaslaný ako príloha listu č. 314/2016/O, ktorý mu bol doručený dňa 26. 1. 2016. V liste bol zároveň požiadaný, aby sa vyjadril do 5 dní odo dňa doručenia predmetného listu, a poučený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostačujúce podľa § 46 správneho poriadku.

Vyjadrenie účastníka konania bolo Rade doručené dňa 8. 3. 2016 listom zaevidovaným pod č. 1081/2016/P.

Podkladmi pre toto rozhodnutie sú záznam odvysielanej upútavky na program *Superstar*, odvysielaný na programovej službe TV MARKÍZA dňa 11. 10. 2015 o cca 10:40 hod., záznam odvysielaného komunikátu na program *Búrlivé víno*, odvysielaný na programovej službe TV MARKÍZA dňa 11. 10. 2015 o cca 20:56:28 hod. a cca 22:56:09 hod., prepis/popis skutkového stavu a písomné vyjadrenie účastníka konania zo dňa 8. 3. 2016.

Rada sa po získaní všetkých podkladov pre rozhodnutie oboznámila so skutkovým stavom a v danej veci rozhodla dňa 26. 4. 2016.

* * *

Prepis/popis skutkového stavu

Monitorované vysielanie: upútavka na *Superstar*

Čas odvysielania: cca 10:40:04 hod.

Vysielané dňa: 11. 10. 2015

Označenie podľa JSO: 12

- časový kód cca:

10:29:01 – už bežiaci program *Beethoven: Veľký trháč* 12

10:32:54 – prerušenie

- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA

- upútavka - *Búrlivé víno* 12

- - zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA

10:33:19 – 10:39:19 - reklamný blok

- - zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA

- upútavka – *Horná Dolná*

- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA

10:40:04 – upútavka – *Superstar* 12

Spríevodný hlas: „*Je tu druhý supervýber.*“ (približujúci sa záber na plážové prostredie pri vodnej ploche, na pozadí čoho sa objaví a zmizne kruhový útvar s údajom „DNES 20:30“; v záberoch súťažiaci – spievajúci i nespievajúci)

Moderátor Martin Pyco Rausch (v. o.): „*Budú spievať duety, tak nech im to poriadne šlape.*“

V záberoch súťažiaci – spievajúci i nespievajúci v jednom prípade s moderátorom, porotkyňa Klára Vytisková.

Pavol Habera: „*Najlepšia kombinácia vznikne vtedy, keď je dobrá pesnička a dvaja dobrí speváci.*“ (v záberoch: rôzni súťažiaci – spievajúci i nespievajúci; Pavol Habera v bielom klobúku s čiernou stuhou)

a v bielej po prsia rozopnutej košeli, so slnečnými okuliarmi, v slnečnom prostredí, pričom v pozadí vidno listy palmy a stenu alebo plot zrejme z bambusu)

V záberoch spievajúca dvojica – chlapec a dievča, následne Marta Jandová.

Pavol Habera: „*Si štrnásťročný chalan, ty vôbec nevieš, čo s rukami, s tým medzi nohami ani nehovorím.*“ (v zábere chlapec s dievčaťom, následne iba chlapec z dvojica, následne opäť spolu s dievčaťom, následne Pavol Habera v bielom klobúku s čiernou stuhou a v bielej po prsia rozopnutej košeli, so slnečnými okuliarmi, v slnečnom prostredí, pričom v pozadí vidno listy palmy a stenu alebo plot zrejme z bambusu)

V záberoch spievajúca dvojica dievčat.

Marta Jandová: „*J sme na úplný začiatku dlhou cestu.*“ (záber z výšky na plážové prostredie za tmy, horia ohne v sudoch, vidno kameramana, porotu a oproti nej zoskupených súťažiacich, následne v záberoch ohne; v zábere kráča žena v plážovom prostredí s ohňami, v pozadí sa blýska)

Moderátor Martin Pyco Rausch: „*Blýska sa, je to veľmi dlhá cesta.*“ (v záberoch: moderátor v pršiplašti; tmavé prostredie s blýskaním na oblohe; v plážovom prostredí stojí žena pred porotou, na oblohe sa blýska; Marta Jandová ako kričí; na pozadí s logom Superstar padne moderátorovi Pycovi do náročia žena; horiace fakle vo vetre; žena sa usmieva a zopne ruky; v tmavom plážovom prostredí kráča žena; na pozadí s logom Superstar pri moderátorovi Pycovi podskočí žena;)

Sprievodný hlas: „*Iba 20 tých najlepších postúpi do semifinále. Superstar dnes o 20.30 na Markíze.*“ (v záberoch: v tmavom plážovom prostredí kráča muž; muž cca po ramená; v tmavom plážovom prostredí kráča žena s daždníkom; chlapec s dievčaťom sa smejú; usmievajúci sa chlapec cca po ramená; porota s moderátorom pri sude s ohňom, porotcovia sfúknu oheň; na obrazovke logo SuperStar a uvedené „superstar2015.sk“, „Dnes 20:30“)

- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA

10:40:54 – pokračovanie programu *Beethoven: Veľký trháč* ¹²

10:46:08 – koniec záznamu



Monitorované vysielanie: *SuperStar*

Čas odvysielania: cca 20:33:25 hod.

Vysielané dňa: 11. 10. 2015

Označenie podľa JSO: ¹²

- časový kód cca:

20:28:27 - začiatok záznamu – už bežiaci program *Počasie*

- označenia sponzora – COLDREX MAX GRIP; WALMARK
- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- označenia sponzora – Coca Cola; Humanic; Rádio Expres; Telekom

20:33:25 – začiatok programu *SuperStar* ¹² - Martin Pyco Rausch (ďalej len Pyco) víta divákov a uvádza daný diel programu, ktorý je venovaný spevu v duetách.

20:33:32 – „V TOMTO PROGRAME SÚ UMIESTŇOVANÉ PRODUKTY“

- úvodná znelka programu *SuperStar*
- *Dnes uvidíte* (avízo istých momentov programu)

Marta Jandová sa prihovára súťažiacim. Nasledujú vystúpenia jednotlivých dvojíc, zväčša i s ich vyjadrením a hodnotenie poroty:

1. dvojica – Veronika Vrublová, 19 rokov a Barbora Brajerová, 19 rokov
2. dvojica – Veronika Némethová, 17 rokov a Marie Tomanová, 16 rokov
3. dvojica – Vojtěch Honzl, 17 rokov a Jan Tejkal, 20 rokov
4. dvojica – Peter Farkašovský, 18 rokov a Marta Michalska-Uras, 24 rokov

20:49:32 – 1. prerušenie programu

- označenia sponzora – Telekom; Humanic
- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA

20:50:02 – 20:56:02 - reklamný blok

- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA

20:56:07 - upútavka – *Farma* (12)

- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA

20:56:28 - upútavka – *Búrlivé víno* (12)

Na pozadí titulnej piesne programu odvysielané:

Sprievodný hlas: „*Ivan je v šoku.*“ (Ivan pozerá na ženu pred ním; na strane obrazovky kruh s údajom „PO 20:30“, neskôr zmizne)

Žena (zrejme sociálna úradníčka; ďalej len sociálne úradníčka): „*Či sa o svojho syna dobre staráte, posúdim ja sama.*“ (v zábere: hovoriaca sociálna úradníčka; Ivan mávne rukou; dieťa za stolom; dom snímaný zvonku)

Ivan: „*Takže to nebude len formalita.*“ (v zábere Ivan oproti sociálnej úradníčke vstávajúcej z pohovky)

Sprievodný hlas: „*Vyšetrovanie anonymného udania sa skončí vážnym konfliktom.*“ (v záberoch: Ivan s Inge a dieťaťom; Ivan so sociálnou úradníčkou v obývačke)

Sociálna úradníčka (v zábere): „*Ja som k vám bola natoľko ústretová, že som ...*“

Ivan: „*Vy ste boli tak ústretová ako inkvizítor.*“ (Ivan hovorí k sociálnej úradníčke; sociálna úradníčka ide ku dverám)

Sprievodný hlas: „*Lýdia stále viac podryva Slávov vzťah k rodine.*“ (v záberoch: Lýdia pozerajúca pred seba; budova snímaná zvonku; Slávo pozerajúci pred seba)

Lýdia: „*Mám k dispozícii Karolovu kreditku a na tvoju almužnu z vinárstva nie sme odkázaní.*“ (Lýdia sediac za stolom hovorí k Slávovi stojacemu oproti; dom snímaný zvonku; cez dvere vstupuje Karol, sadá si k stolu, pri ktorom stojí Lýdia)

Slávo: „*To nie je almužna, ale plat.*“ (v záberoch: hovoriaci Slávo; sociálna úradníčka si za prítomnosti Karola podáva ruku s Inge)

Sprievodný hlas: „*A Inge si užíva svoju novú špinavú hru.*“ (v záberoch: Inge; sociálna úradníčka si podáva ruku s Karolom)

Inge: „*Chceš mi podsúvať, čo mám povedať tej úradníčke.*“ (v záberoch: dom snímaný zvonku; hovoriaca Inge)

Ivan: „*Prosím, aby si ma pred ňou nepotopila.*“ (v záberoch: Ivan hovoriaci k Inge; Inge prichádza do obývačky, kde sedí Ivan s dieťaťom a oproti sociálna úradníčka)

Inge: „*Mávame často nezhody. Ivan je dosť nekompromisný a výbušný.*“ (v záberoch: hovoriaca Inge s dieťaťom v lone; sociálna úradníčka; Ivan sa pozrie na stranu; hovoriaca Inge s dieťaťom v lone)

Sprievodný hlas: „*Búrlivé víno. V pondelok o 20.30 na Markíze.*“ (na obrazovke dvaja protagonisti programu a údaje: „Pondelok 20:30“, „Búrlivé víno“, „BURLIVEVINO.MARKIZA.SK“); (20:57:03- logo programovej služby prejde do farebného prevedenia, vedľa sa začnú odrátávať sekundy „29 sek.“)

20:57:14 - označenie sponzora seriálu – MODDOM

20:57:19 - označenie sponzora – Telekom (20:57:19 - logo programovej služby prejde do jednofarebného prevedenia, zmizne odrátávanie sekúnd s posledným údajom „13 sek.“)

20:57:34 – pokračovanie programu *SuperStar* (12) - znelka programu *SuperStar*

20:57:41 - „V TOMTO PROGRAME SÚ UMIESTŇOVANÉ PRODUKTY“

- 5. dvojica – Veronika Danišová, 21 rokov a Vojtěch Dzudza, 15 rokov
- 6. dvojica – Eliška Buociková, 22 rokov a Dominika Oláhová, 16 rokov
- 7. dvojica – Roman Tomeš, 27 rokov a Simona Groschmidtová, 19 rokov
- rozhovor s porotou o tom, či zvládajú pracovať v tej horúčosti
- 8. dvojica – Tereza Cerzaničová, 17 rokov a Zdeno Mucina, 22 rokov
- 9. dvojica – Štěpán Urban, 18 rokov a Patricio Malundo, 17 rokov
- 10. dvojica – Zuzana Vovsová, 17 rokov a Daniela Peštová, 15 rokov
- 11. dvojica – Kamila Kopečková, 20 rokov a Sabina Ulmanová, 17 rokov

21:21:51 – 2. prerušenie programu

- označenie sponzora – Telekom; Rádio Expres; Humanic

- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- 21:22:31 – 21:28:31 - reklamný blok
- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA
 - upútavka – *Horná Dolná* ¹²
 - zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA
 - upútavka – *Farma* ¹²
 - zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA
 - výzva na zapojenie sa do súťaže súvisiacej s programom *Farma*, uvedenie cien (produkty John Deere) a označenie sponzora programu – Agroservis (21:30:03 - logo programovej služby prejde do farebného prevedenia, vedľa neho sa začne odrátavať sekundy „29 sek.“; 21:30:18 - logo programovej služby prejde do jednofarebného prevedenia, zmizne odrátávanie sekúnd s posledným údajom „15 sek.“)
 - zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA
 - označenie sponzora – Telekom

21:30:34 - pokračovanie programu *SuperStar* ¹² - znelka programu *SuperStar*

21:30:41 - „V TOMTO PROGRAME SÚ UMIESTŇOVANÉ PRODUKTY“

- 12. dvojica – Pavol Kovaliček, 18 rokov a Karolína Příbylová, 17 rokov
- 13. dvojica – Veronika Jurinová, 20 rokov a Jakub Stránský, 20 rokov

21:35:45 - 14. dvojica – Marek Pošta, 15 rokov a Nikol Kasalová, 16 rokov (na pozadí ich spevu vstup moderátora Pycy) – pozn. kanc.: ide o chlapca z upútavky (počas vystúpenia dvojice snímaní členovia poroty, pričom Pavol Habera je snímaný Pavol Habera v bielom klobúku s čiernou stuhou a v bielej po prsia rozopnutej košeli, so slnečnými okuliarmi, v slnečnom prostredí, pričom v pozadí vidno listy palmy a stenu alebo plot zrejme z bambusu)

Klára Vytisová, porotkyňa: „Ty si dračice, takže ty postupuješ.“

Nikol Kasalová: „Ďakujem.“

Klára Vytisová, porotkyňa: „Marku, čo s tebou? Postupuješ taky.“

Marek Pošta: „Ďekuju moc.“

- 15. dvojica – Roman Fictum, 28 rokov a Réka Ballová, 24 rokov
- rozhovory porotcov pri prestávke
- 16. dvojica – Barbora Hazuchová, 17 rokov a Melinda Noáková, 17 rokov
- 17. dvojica – Huyen Vi Tranová, 19 rokov a Samuel Sleziak, 20 rokov

21:49:01 – 3. prerušenie programu

- označenia sponzora – Telekom; Humanic,
- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA

21:49:31 – 21:55:25 - reklamný blok

- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- výzva k prihláseniu sa na masterchef.markiza.sk
- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- upútavka – *Kredenc* ¹²
- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- upútavka – *Búrlivé víno* ¹² (21:56:54 - logo programovej služby prejde do farebného prevedenia, vedľa neho sa začne odrátavať sekundy „29 sek.“; 21:57:09 - logo programovej služby prejde do jednofarebného prevedenia, zmizne odrátávanie sekúnd s posledným údajom „15 sek.“)
- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- označenie sponzora – Telekom

21:57:25 – pokračovanie programu *SuperStar* ¹² - vystúpenie 18. dvojice

21:57:11 - „V TOMTO PROGRAME SÚ UMIESTŇOVANÉ PRODUKTY“

- 18. dvojica – Dalibor Slepčík, 15 rokov a Sabina Slepčíková, 23 rokov
- 19. dvojica – Alena Shirmanová, 15 rokov a Jan Samek, 24 rokov
- 20. dvojica – Emma Drobná, 21 rokov a Daniel Křížka, 20 rokov

- Moderátor Pyco sa zhovára s porotou o tom, ako vnímali deň a dané kolo.

Krátka znelka programu Superstar, zábery krajiny, ako sa zvečerieva. Sprievodný hlas a moderátor avizujú ešte tzv. dlhú cestu, ktorá delí súťažiacich od semifinále – ide o výber semifinalistov spomedzi tých, čo postúpili. Dianie sa odohráva v tom istom plážovom prostredí ako vystúpenia dvojíc cez deň. Je tma, horia fakle a ohne v sudoch. Účinkujúci (porota, moderátor i súťažiaci) majú iné oblečenie ako počas dňa.

- *Dnes uvidíte* (avízo istých momentov programu)

Porotcovia sa prihovárajú súťažiacim a povzbudzujú ich. Následne prichádzajú pred porotu jednotliví súťažiaci, ktorí postúpili po ich vystúpení v duetách. Porota ich hodnotí a oznamuje im svoje rozhodnutie. Súťažiaci prichádzajú v tomto poradí:

1. Réka Ballová, 24 rokov - postupuje
2. Zuzana Vovsová, 17 rokov - nepostupuje
3. Vojtěch Dzudza, 15 rokov - postupuje
4. Veronika Vrublová, 19 rokov - postupuje
5. Roman Fictum, 28 rokov - nepostupuje
6. Sabina Slepčíková, 23 rokov - postupuje

Moderátor informuje o prerušení akcie pre vietor. Vyjadrenia súťažiacich. Moderátor uvádza, že akcia pokračuje cca po hodine i keď prší.

7. Dalibor Slepčík, 15 rokov - postupuje

22:22:04 – 4. prerušenie programu

- označenia sponzora – Telekom; Humanic
- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA

22:22:38 – 22:28:38 - reklamný blok

- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- výzva na zapojenie sa do súťaže súvisiacej s programom *Farma*, uvedenie cien (produkty John Deere) a označenie sponzora programu – Agroservis
- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- upútavka – *Horná Dolná* ¹² (22:29:48 - logo programovej služby prejde do farebného prevedenia, vedľa neho sa začne odrátať sekundy „29 sek.“; 22:30:04 - logo programovej služby prejde do jednofarebného prevedenia, zmizne odráčanie sekúnd s posledným údajom „15 sek.“)
- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA
- označenie sponzora – Telekom

22:30:19 – pokračovanie programu SuperStar ¹² - príchod 8. súťažiacej

22:30:26 - „V TOMTO PROGRAME SÚ UMIESTŇOVANÉ PRODUKTY“

8. Eliška Buociková, 22 rokov – nepostupuje
9. Peter Farkašovský, 18 rokov – postupuje
10. Veronika Danišová, 21 rokov – postupuje
11. Huyen Vi Tranová, 19 rokov – nepostupuje
12. Samuel Sleziak, 20 rokov – postupuje

Zhoršuje sa počasie, prerušuje sa akcia, po zlepšení sa opäť pokračuje.

13. Barbora Hazuchová, 17 rokov - postupuje
14. Simona Groschmidtová, 19 rokov – nepostupuje
15. Melinda Noáková, 17 rokov – postupuje
16. Veronika Jurinová, 20 rokov – nepostupuje
17. Alena Shirmanová, 15 rokov – postupuje
18. Pavol Kovalíček, 18 rokov – postupuje
19. Barbora Brajerová – nepostupuje
20. Štěpán Urban, 18 rokov – postupuje
21. Roman Tomeš, 27 rokov – nepostupuje

22:49:08 – 5. prerušenie programu

- označenie sponzora – Telekom
- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA

22:49:30 – 22:55:30 - reklamný blok

- zvukovo-obrazový komunikát o. i. s logom progr. sl. TV MARKÍZA

22:55:35 - upútavka – *Farma* ¹²

- zvukovo-obrazový komunikát s logom progr. sl. TV MARKÍZA

22:56:09 - upútavka – *Búrlivé víno* ¹² (totožná s upútavkou o 20:56:28, popis vyššie); (22:56:44 - logo programovej služby prejde do farebného prevedenia, vedľa sa začnú odrátávať sekundy „29 sek.“)

22:56:55 - označenie sponzora seriálu - MODDOM

22:57:00 - označenie sponzora – Telekom (22:57:01 - logo programovej služby prejde do jednofarebného prevedenia, zmizne odrátávanie sekúnd s posledným údajom „13 sek.“)

22:57:15 – pokračovanie programu *SuperStar* ¹² - porotca Pavol Haber víta Karolínu Příbylovú

22:57:21 - „V TOMTO PROGRAME SÚ UMIESTŇOVANÉ PRODUKTY“

22. Karolína Příbylová, 17 rokov – postupuje

Zhoršilo sa opäť počasie, vyjadrenie niektorých porotcov k situácii. Pokračovanie.

23. Nikol Kasalová, 16 rokov – postupuje

24. Jan Tejkal – postupuje

25. Marek Pošta, 15 rokov – postupuje – pozn. kanc: ide o chlapca z upútavky

26. Daniela Peštová, 15 rokov – nepostupuje

27. Daniel Křížka, 20 rokov – postupuje

28. Emma Drobná, 21 rokov – postupuje

29. Dominika Oláhová, 16 rokov – nepostupuje

30. Patricio Malundo, 17 rokov – postupuje

Moderátor sa rozpráva s porotcami pri ohni. V závere sumarizácia 20 postupujúcich do semifinále.

23:16:00 – 23:16:11 - „V TOMTO PROGRAME BOLI UMIESTŇOVANÉ PRODUKTY“

23:16:12 – komunikát s označením FREMANTLEMEDIA

- označenie sponzora – Telekom; CocaCola; Humanic; Rádio Expres

23:17:04 – začiatok programu ¹⁵ (do konca záznamu nie je uvedený názov programu)

23:19:59 - koniec záznamu

* * *

Podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Reklama na účely tohto zákona 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 reklamy alebo vysielateľom.“

Podľa § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z.: „Vysielateľ je povinný zabezpečiť, aby ním vysielaná reklama a telenákup
a) boli čestné a slušné“

Podľa § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Vysielanie reklamy a telenákupu musí byť rozoznateľné a zreteľne oddelené od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby; vo vysielaní rozhlasovej programovej služby sa použijú na oddelenie zvukové

prostriedky a vo vysielaní televíznej programovej služby zvukovo-obrazové alebo priestorové prostriedky.“

Podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.: *„Vlastná propagácia na účely tohto zákona je činnosť vysielateľa určená na získanie a udržanie pozornosti verejnosti na vlastné vysielanie, programy, tovary alebo služby, priamo spojené s vysielaním a programami; za vlastnú propagáciu sa nepovažuje oznámenie vysielateľa, ktorým informuje verejnosť o vlastnom programe.“*

Podľa § 1 ods. 6 vyhlášky č. 589/2007 Z. z. (JSO): *„Obsah každého audiovizuálneho diela, multimediálneho diela, programu poskytovaného prostredníctvom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, programu alebo inej zložky televíznej programovej služby sa klasifikuje samostatne; to neplatí pre zložku televíznej programovej služby, ktorá je určená na získanie a udržanie pozornosti verejnosti na vlastné vysielanie a programy (ďalej len "upútavka"). Obsah každej časti seriálu, série alebo cyklu sa klasifikuje osobitne.“*

* * *

I.

Správne konanie bolo okrem iného začaté z dôvodu, že účastník konania dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 10:40 hod. na televíznej programovej službe TV MARKÍZA odvysielal upútavku na program *Superstar*, v ktorej vzhľadom na prítomnosť výroku, cit.: *„Si štrnásťročný chalan, ty vôbec nevieš, čo s rukami, s tým medzi nohami ani nehovorím.“*, ktorý adresoval porotca Pavol Habera štrnásťročnému súťažiacemu, mohlo dôjsť k nezabezpečeniu povinnosti, aby bola vysielaná reklama slušná.

Účastník konania vo svojom písomnom vyjadrení k bodu I. oznámenia o začatí správneho konania č. 1322/SKO/2015 (možné porušenie § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z.) uviedol nasledovné, cit.: *„Podľa § 32 ods. 4 písm. a) ZoVR je Vysielateľ povinný zabezpečiť, aby ním vysielaná reklama a telenákup boli čestné a slušné.“*

Pojem „slušnosť“ resp. „slušné“ nie je v ZoVR definovaný. Spadá teda do kategórie neurčitých pojmov, ktorých výklad na účely výkonu dohľadu nad vysielaním spadá pod kompetenciu samotného správneho orgánu.

Rada pri výklade pojmu „slušný“ vychádza z Krátkeho slovníka slovenského jazyka a zo Synonymického slovníka slovenčiny podľa, ktorých možno tento pojem charakterizovať ako „vyhovujúci pravidlám spoločenského správania, zdvorilý, poriadny, taktný, mravný, pričom ako opak sú uvedené najmä pojmy nemravný, neprístojný, nemiestny, pejor.: obscénny, oplzlý (nevhodný z hľadiska morálky), dvojzmyselný (skryto neslušný), hrubý, drsný, vulgárny, ordinárny.

V upútavke odznelo slovné spojenie „s tým medzi nahami“, ktoré vyslovil Pavol Habera, jeden z porotcov, ktorý sa práve vyznačuje prísny hodnotením súťažiach. Predmetné spojenie je expresívnym vyjadrením, ktoré však je potrebné vnímať aj v kontexte celého programu. Program je spevácka talentová súťaž, ktorá sa vyznačuje jednak vtipnými a niekedy aj ostrými komentármi porotcov. V upútavke neodznal žiaden vulgarizmus ani hrubý expresívny výraz. Cieľom upútavky bolo upútať na príslušnú časť programu, ktorý sa vyznačuje vyššie uvedeným charakterom.

Na základe uvedeného má Vysielateľ za to, že neporušil § 32 ods. 4 ZoVR a vysielaná reklama bola slušná.“

V rámci posudzovania predmetu tohto správneho konania v súvislosti s bodom I. oznámenia o začatí správneho konania bolo potrebné vysporiadať sa s kolíziou ústavou zaručených práv a právom chránených záujmov.

Právo slobody prejavu patrí medzi základné politické práva v právnom poriadku každej demokratickej spoločnosti a v právnom poriadku Slovenskej republiky je zakotvené v čl. 26 Ústavy Slovenskej republiky. Avšak **sloboda prejavu** nie je bez hraníc, t.j. **nemá absolútny charakter**. Ústava SR

ustanovuje možnosť obmedzenia slobody prejavu a práva na vyhľadávanie a šírenie informácií ako ochranu pred zneužitím slobody prejavu na zásah do iných ústavou garantovaných práv, cit.:

„Slobodu prejavu a právo vyhľadávať a šíriť informácie možno obmedziť zákonom, ak ide o opatrenia v demokratickej spoločnosti nevyhnutné na ochranu práv a slobôd iných, bezpečnosť štátu, verejného poriadku, ochranu verejného zdravia a mravnosti.“ (čl. 26 ods. 4 Ústavy SR)

V prípade vzájomného konfliktu ústavou garantovaných práv Ústavný súd SR (ďalej len „ÚS SR“) vo svojej doterajšej judikatúre už viackrát zdôraznil, že každý konflikt vo vnútri systému základných práv a slobôd (resp. ľudských práv a základných slobôd vyplývajúcich z medzinárodných zmlúv o ľudských právach a základných slobodách) treba riešiť prostredníctvom zásady ich spravodlivej rovnováhy (IV. ÚS 362/09, PL. ÚS 22/06, m. m. PL. ÚS 6/04, III. ÚS 34/07).

Všetky základné práva a slobody sa chránia len v takej miere a rozsahu, kým uplatnením jedného práva alebo slobody nedôjde k neprimeranému obmedzeniu, či dokonca popretiu iného práva alebo slobody (IV. ÚS 362/09, PL. ÚS 7/96). Pri posúdení kolízie dvoch základných práv je uznávaným testom proporcionality, s ktorým sa vo svojich nálezočoch stotožnil aj ÚS SR (napr. II. ÚS 152/2008, II. ÚS 326/2009, II. ÚS 340/09, IV. ÚS 107/2010, IV. ÚS 302/2010, IV. ÚS 472/2012), trojstupňový test proporcionality).

Z vyššie uvedeného jednoznačne vyplýva, že **sloboda prejavu je garantovaná len do tej miery, pokiaľ v neprimeranom rozsahu nezasahuje do základných práv a slobôd a právom chránených záujmov iných, prípadne do iných záujmov chránených právnym poriadkom krajiny**. V takých prípadoch je nutné hovoriť o jej obmedzení a výnimkách, kedy je potrebné zasiahnuť do slobody prejavu.

Z citovaného ustanovenia Ústavy SR vyplýva, že slobodu prejavu je možné obmedziť na základe kumulatívneho splnenia troch podmienok. Obmedzenie musí

- vyplývať zo zákona (**požiadavka legality**),
- byť nevyhnutné v demokratickej spoločnosti (**požiadavka proporcionality**)
- a sledovať legitímny cieľ (**požiadavka legitimacy**), ktorý vyplýva z ustanovenia čl. 26 ods. 4 Ústavy SR.

Ústava SR zakotvuje legitímny cieľ obmedzenia slobody prejavu taxatívne, ako ochranu práv a slobôd iných, bezpečnosť štátu, verejného poriadku a ochranu verejného zdravia, mravnosti. Z uvedeného vyplýva, že obmedzenie slobody prejavu je možné z dôvodu ochrany verejného záujmu, ako aj ochrany individuálnych záujmov.

Požiadavka na kvalitatívnu stránku reklamy, okrem iného, aby bola slušná, zakotvená v ustanoveniach zákona č. 308/2000 Z. z., vychádza z potreby ochrany, predovšetkým maloletých osôb pred neslušnou reklamou, a teda vychádza z potreby ochrany záujmu chráneného Ústavou SR – **mravnosti**, ktorá môže byť ohrozená obsahom vysielaného či sprístupňovaného obsahu. Táto požiadavka je jednoznačne zakotvená v právnom poriadku SR. Právo na slobodu prejavu je teda celkom zrejme obmedzené osobitnou ochranou predovšetkým maloletých osôb, a to na základe zákona, konkrétne ustanovenia § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. **Podmienka legality a legitimacy obmedzenia slobody prejavu je teda nepochybne naplnená.**

Proporcionality obmedzenia slobody prejavu je možné vnímať v dvoch rovinách. Prvou je obmedzenie slobody prejavu zakotvením určitých konkrétnych povinností všeobecne záväzným právnym predpisom, v tomto prípade zakotvením ustanovenia § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. Keďže zákonodarcu využil ústavné splnomocnenie (čl. 26 ods. 4 Ústavy SR) na zakotvenie tohto obmedzenia formou zákona, je potrebné považovať tento princíp za zachovaný. Rade neprináleží zachovanie proporcionality v tejto rovine skúmať.

Druhou rovinou proporcionality je obmedzenie slobody prejavu uplatnením konkrétnych zákonných ustanovení, v konkrétnom prípade. Aplikácia ustanovenia § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. obmedzujúceho slobodu prejavu je teda v každom konkrétnom prípade otázkou posúdenia, či existujúci skutkový stav možno pod toto ustanovenie subsumovať. Rada preto pristúpila k posúdeniu, či účastník konania odvysielal predmetný komunikát v súlade so zákonom.

Podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. vlastná propagácia je činnosť vysielateľa určená na získanie a udržanie pozornosti na vlastné vysielanie, programy, tovary alebo služby, priamo spojené s vysielaním a programami. Podľa § 1 ods. 6 JSO je upútavka programová zložka, ktorá je určená na získanie a udržanie pozornosti verejnosti na vlastné vysielanie a programy.

Predmetný komunikát upriamoval pozornosť recipienta na konkrétny program *Superstar* (identifikovaný dňom a časom vysielania vrátane televíznej programovej služby, cit.: „*približujúci sa záber na plážové prostredie pri vodnej ploche, na pozadí čoho sa objaví a zmizne kruhový útvar s údajom „DNES 20:30“, „Superstar dnes o 20.30 na Markíze“, „Dnes 20:30“*). Z obsahu predmetného komunikátu je zrejmé, že tento upútal, a teda sa snažil získať pozornosť divákov na tento program. Predmetný komunikát teda zjavne naplnil definíciu konkrétnej formy vlastnej propagácie a síce upútavky.

Podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. je reklama verejné oznámenie vysielané za odplatu alebo inú obdobnú protihodnotu **vrátane vlastnej propagácie**, ktorého zámerom je podporiť napr. predaj služieb. Zo samotnej definície reklamy teda vyplýva, že vlastná propagácia je reklamou v zmysle § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. Účastník konania tak musí pri vysielaní vlastnej propagácie dodržiavať aj povinnosti ustanovené pre reklamu všeobecne, ak ustanovenia o vlastnej propagácii neustanovujú inak. Zákon č. 308/2000 Z. z. neobsahuje ustanovenia limitujúce obsah vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Obsahuje však ustanovenia limitujúce obsah reklamy. Jedným z týchto ustanovení je aj § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., podľa ktorého musí byť reklama čestná a slušná.

Pojem „slušná“ nie je definovaný v zákone č. 308/2000 Z. z., a teda sa jedná o tzv. neurčitý pojem. Výklad neurčitých pojmov v rámci správneho konania je vo výlučnej kompetencii konajúceho správneho orgánu a teda v tomto prípade Rady. Krátky slovník slovenského jazyka, 4. doplnené a upravené vydanie, Veda 2003 ktorý bol spolu s Pravidlami slovenského pravopisu, 3., upravené a doplnené vydanie, Veda 2000 schválený Ministerstvom Kultúry Slovenskej republiky, ako dielo kodifikujúce štátny jazyk definuje pojem „slušný“ ako, cit.: „*vyhovujúci pravidlám spoločenského správania, zdvorilý, poriadny*“.

Je zrejmé, že pravidlá spoločenského správania pre celú spoločnosť sa dynamicky menia v závislosti od danej doby ako aj prostredia. Spoločenské pravidlá sa môžu výrazne líšiť v prípade prejavov v rámci súkromnej sféry určitého okruhu osôb (napr. rodina) od prejavov vyslovených v rámci verejnej sféry. Tieto rozdiely sú však v rámci predmetného správneho konania irelevantné, nakoľko v danom prípade je nevyhnutné posúdiť, či je predmetný komunikát možné považovať za slušný a teda taký, ktorý je v zhode s bežnými pravidlami spoločenského správania zaužívanými pre televízne vysielanie. Ako už bolo uvedené Rada je jediným kompetentným správnym orgánom na posúdenie daných skutočností v rámci svojej riadne zdôvodnenej správnej úvahy.

Predmetný komunikát obsahoval vyjadrenie porotcu Pavla Haberu, cit.: „*Si štrnásťročný chalan, ty vôbec nevieš, čo s rukami, s tým medzi nohami ani nehovorím.*“

Toto vyjadrenie odznelo približne v polovici predmetnej upútavky, v pasáži zobrazujúcej dvojicu súťažiacich speváckej súťaže *Superstar*, spievajúcich duety. V zábere je dvojica, dievča a chlapec a následne porotca súťaže, Pavol Habera, ktorý sa na adresu súťažiaceho chlapca vyjadrí, cit.: „*Si štrnásťročný chalan, ty vôbec nevieš, čo s rukami, s tým medzi nohami ani nehovorím.*“ Z kontextu výroku vyplýva, že slovným spojením „s tým medzi nohami“ má porotca na mysli pohlavné orgány súťažiaceho chlapca a celým vyjadrením to, že tento súťažiaci vzhľadom na svoj vek nemá sexuálne skúsenosti. Program *Superstar* možno charakterizovať ako spevácku súťaž, charakteristickú okrem iného aj ostrými výroky niektorých porotcov, najmä Pavla Haberu, ktorý sa štylizuje do úlohy tzv. kata. Použitie slovné spojenie „to medzi nohami“ („s tým medzi nohami“) nemožno klasifikovať ako vulgarizmus, avšak vzhľadom na kontext v ktorom bol tento výraz použitý bolo potrebné zvážiť, či sa jedná o expresívny výraz, ktorý je z hľadiska spoločenského správania vnímaný ako neslušný.

Upútavkami ktoré neobsahovali vulgarizmy ale boli v nich použité expresívne výrazy sa Rada zaoberala už v minulosti. Rada sa v správnom konaní č. 411-PLO/O-5922/2013 zaoberala vysielaním upútavky na program *Teória veľkého tresku a Dva a pol chlapa*, odvysielanej v dňoch 22. 10. 2013, 24. 10. 2013 a 26. 10. 2013 vysielateľom MARKÍZA – SLOVAKIA spol. s r.o., v rámci ktorých neboli síce prítomné vulgarizmy, ale boli v nich prítomné expresívne výrazy (Žena hovorí mužovi s prelepeným nosom sediacemu vedľa nej na pohovke: „Neverím, že si stále nadržaný.“ Muž odpovedá: „Ani ja, ale je to tak.“, Obnažený muž (v zábere cca do pása) hovorí oblečenému: „Včera večer som spal s dvomi babami.“ Oblečený muž: „Ja som onanoval a plakal pred spaním.“). Rada v tomto správnom konaní rozhodla, že vysielateľ porušil ustanovenie § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že nezabezpečil, aby bola reklama slušná, za čo mu uložila sankciu – pokutu vo výške 3.319 €.

V predmetnom komunikáte boli použité rozhovory postáv, v rámci ktorých boli rozoberané témy, ktoré je vo všeobecnosti možné považovať za témy intímne (sexuálny apetít, pohlavný styk) príp. až chúlостivé (masturbácia). Rada konštatovala, že verejné rozoberanie podobných tém má nepochybne svoje opodstatnenie v edukačnom príp. osvetovom kontexte. **Pre posúdenie kontextu, v ktorom sú dané témy rozoberané je však rozhodujúci spôsob spracovania jednotlivých vyjadrení.**

Intímne témy boli v rámci komunikátu rozoberané neobvykle bezprostredným a priamym spôsobom. Rada nerozporovala všeobecné tvrdenie účastníka konania, že za účelom pritiahnutia pozornosti diváka o vlastné programy, je možné použiť „expresívnejšie“ výrazy. Rada tak isto súhlasila, že vyjadrenia, ktoré odznejú v rámci vlastnej propagácie je nutné posudzovať v kontexte samotného programu a nie izolovane. **Nie je však tiež možné opomenúť rozsah a spôsob spracovania vlastnej propagácie a s tým spojený dopad takéhoto komunikátu na diváka.** Kým v samotnom programe (napr. v prípade tzv. sitkomu) je priamy účinok vyjadrení oslabený humorným spracovaním a celkovým komediálnym kontextom tohto programu, **v prípade vlastnej propagácie tento humorný kontext nemusí byť divákovi na tak krátkej ploche jednoznačný a zjavný.**

Rada ďalej uviedla, že uvedené platí o to viac, keď vlastná propagácia obsahuje „netradičné“ vyjadrenia príp. scény, ktorými sa snaží vzbudiť záujem diváka o daný program (napr. ako v prípade upútavky na programy *Teória veľkého tresku a Dva a pol chlapa* - bezprostredný rozhovor o intímnej téme). **V takomto prípade sa divák logicky sústreďí práve na tieto „neobvyklé“ vyjadrenia, pričom kontext samotného programu je potlačený do úzadia.** Intímne témy boli v rámci upútavky na programy *Teória veľkého tresku a Dva a pol chlapa* rozoberané zriedkavo bezprostredným spôsobom. V tomto prípade sa teda nejednalo o použité „expresívnejšieho“ výrazu ako napr. v prípade výrazu „nadržaný“ ale práve o spôsob akým bola táto téma v predmetnom komunikáte rozoberaná.

Vzhľadom na uvedené a s prihliadnutím na svoju existujúcu rozhodovaciu prax Rada v rozhodnutí č. RP/21/2014 skonštatovala, že v prípade upútaviek na programy *Teória veľkého tresku a Dva a pol chlapa* **boli rozoberané intímne témy spôsobom, ktorý nie je vo všeobecnosti možné považovať za spoločensky akceptovateľný a teda slušný v rámci televízneho vysielania.** Toto rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 29. 5. 2014.

Uvedené závery sú podľa Rady použiteľné na predmetné správne konanie a preto bolo potrebné pristúpiť k ich aplikácii na predmetný prípad. Intímna téma sexuálnej (ne)skúsenosti bola v rámci komunikátu rozoberaná neobvykle bezprostredným a priamym spôsobom. Rada súhlasí s účastníkom konania, že vyjadrenia, ktoré odznejú v rámci vlastnej propagácie je nutné posudzovať aj v kontexte celého programu. Nie je však tiež možné opomenúť rozsah a spôsob spracovania vlastnej propagácie a s tým spojený dopad takéhoto komunikátu na diváka. Kým v samotnom programe (v tomto prípade spevácka súťaž) je priamy účinok hodnotení na adresu súťažiacich oslabený počtom súťažiacich, vyjadreniami štyroch porotcov k výkonu každého z nich a celkovým kontextom tohto programu ako súťaže, v prípade vlastnej propagácie divák nie je vystavený takému veľkému množstvu hodnotení porotcov, ale jeho pozornosť je upriamená len na to konkrétne vyjadrenie na adresu súťažiaceho, ktoré v predmetnej upútavke odznie, pričom celkový kontext programu nemusí byť divákovi na tak krátkej ploche jednoznačný a zjavný.

Uvedené platí o to viac, keď vlastná propagácia obsahuje „netradičné“ vyjadrenia príp. scény, ktorými sa snaží vzbudiť záujem diváka o daný program (v predmetnej upútavke vyjadrenie sa porotcu Pavla Haberu k intímnej téme týkajúcej sa jedného zo súťažiacich). V takomto prípade sa divák logicky sústreďí práve na tieto „neobvyklé“ vyjadrenia, pričom kontext samotného programu je potlačený do

úradia. K intímnej téme týkajúcej sa jedného zo súťažiacich sa porotca Pavol Habera v rámci predmetnej upútavky vyjadril zriedkavo bezprostredným spôsobom. V tomto prípade sa teda nejednalo o použité „hrubého expresívneho“ výrazu, ale práve o spôsob akým sa k tejto téme v predmetnom komunikáte porotca Pavol Habera vyjadril.

Vzhľadom na uvedené a s prihliadnutím na svoju existujúcu rozhodovaciu prax Rada skonštatovala, že v prípade upútavky na program *Superstar* sa k intímnej téme týkajúcej sa jedného zo súťažiacich porotca Pavol Habera vyjadroval spôsobom, ktorý nie je vo všeobecnosti možné považovať za spoločensky akceptovateľný a teda slušný v rámci televízneho vysielania.

V prípade výrazu „*s tým medzi nohami*“ sa jedná o expresívny výraz vo význame pohlavné orgány, v prípade súťažiaceho chlapca nepochybne mužské pohlavné orgány. Rada súhlasí s tvrdením účastníka konania, že použitý výrazový prostriedok „*s tým medzi nohami*“ nie je možné považovať za vulgarizmus, ani za hrubý expresívny výraz. Samostatne stojaci by tento výraz neodporoval bežným normám slušnosti v takej miere, aby bolo možné považovať odvysielanú upútavku v tejto časti za neslušnú. Avšak v kontexte celej upútavky, v ktorej porotca súťaže, Pavol Habera, vtipkuje na tému absencie sexuálnych skúseností iba štrnásťročného chlapca, možno považovať vyjadrenie: „*Si štrnásťročný chalan, ty vôbec nevieš, čo s rukami, s tým medzi nohami ani nehovorím.*“ za odporujúce bežným normám slušnosti v tak vysokej miere, že upútavku, ktorá tento výrok obsahuje je nutné považovať za neslušnú a tento výraz za expresívny. S klasifikáciou slovného spojenia „*to medzi nohami*“ ako expresívny výraz súhlasí aj účastník konania vo svojom vyjadrení. Rada považuje za nanajvýš nevhodné zosmiešňovanie nedostatku sexuálnych skúseností jednotlivca, nakoľko tieto spadajú do jeho výsostne intímnej sféry a ich prezentácia širokej verejnosti môže byť pre dotknutého jedinca nežiaduca, či priam ponižujúca. V tejto súvislosti je navyše potrebné zdôrazniť, že v prípade súťažiaceho, proti ktorému bol výrok porotcu Pavla Habera namierený, sa jednalo o štrnásťročného chlapca, čo uviedol aj samotný porotca. V Slovenskej republike je hranica tzv. legálneho sexu stanovená dovŕšením veku 15 rokov. Je preto prirodzené, že štrnásťročný dospelávajúci jedinec má v sexuálnej oblasti minimálne, resp. žiadne skúsenosti. Výrok porotcu Pavla Habera je preto vo svetle týchto skutočností podľa názoru Rady nevyhnutné považovať za neslušný. V dôsledku toho je nevyhnutné na naplnenie legitímneho cieľa, t.j. zabezpečenie slušnosti komerčných komunikátov, obmedzenie slobody prejavu účastníka konania v podobe vyvodenia administratívnoprávnej zodpovednosti za porušenie § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z.

Predmetný komunikát bol upútavkou na vlastný program účastníka konania. Je teda zrejmé, že účastník konania mal úplnú kontrolu nad tým, akým spôsobom bude predmetný komunikát spracovaný, ako aj nad jeho obsahom. V prípade reklamy je už z jej zákonnej definície zrejmé, že sleduje výhradne propagačný účel. Na rozdiel od reklamy, zámerom redakčného obsahu môže byť napr. informovať, vzdelávať alebo zabávať recipienta, pričom daný program môže sledovať viacero účelov naraz. Pri redakčnom obsahu môže byť teda použitie neslušných výrazov odôvodnené účelom alebo charakterom daného programu. Pri reklame, ktorej účel je stanovený samotnou podstatou tohto inštitútu je jej obsah, forma a spôsob spracovania limitovaný, okrem iného aj ustanovením § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. a teda požiadavkou, aby bola reklama slušná.

Účel komunikátu – propagáciu daného programu, bolo nepochybne možné dosiahnuť aj bez použitia predmetného výrazu. Použitie výrazu vybočujúceho z bežných noriem zaužívaných v rámci televízneho vysielania malo pravdepodobne upútať verejnosť a týmto spôsobom zvýšiť záujem o tento program.

Povinnosť zabezpečiť, aby bola reklama (a teda aj jej osobitná forma vlastná propagácia) slušná sa vzťahuje priamo na danú zložku programovej služby. Táto osobitná povinnosť vzťahujúca sa špeciálne na reklamu je odôvodnená špecifickým pôsobením reklamy, ktorá vzhľadom na svoju podstatu pôsobí na recipienta pomerne agresívne, využíva rôzne nátlakové a expresívne metódy a to všetko zväčša v pomerne krátkom (zhustenom) časovom intervale.

Je pravdou, že v prípade vlastnej propagácie existujú určité odlišnosti, nakoľko objektom tejto špecifickej reklamy nie sú tradičné spotrebiteľské produkty, ale vlastné vysielanie, príp. vlastné

programy vysielateľa. Základný účel - snaha presvedčiť a teda ovplyvniť recipientove vnímanie však zostáva rovnaký aj pri vlastnej propagácii.

Povinnosť podľa § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. z dôvodu špecifického „donucovacieho“ charakteru reklamy (vrátane vlastnej propagácie a upútavky) a s tým súvisiacou vyššou „zraniteľnosťou“ diváka voči jej vplyvom a priori zakazuje odvysielanie reklamy, ktorá nie je čestná a slušná.

Ako už však bolo uvedené účastník konania je pri výbere prostriedkov, ktorými chce v rámci reklamy dosiahnuť želaný propagačný efekt limitovaný ustanovením § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z.

Vzhľadom na vyššie uvedené skutočnosti dospela Rada k záveru, že účastník konania tým, že na programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 10:40 hod. komunikát, ktorý bol upútavku na program *Superstar*, ktorý naplnil definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., porušil povinnosť zabezpečiť, aby vysielaná reklama bola slušná.

II.

Predmetné správne konanie bolo okrem iného začaté aj z dôvodu, že účastník konania odvysielal komunikát, ktorý obsahoval krátke výňatky z audiovizuálneho diela *Búrlivé víno*. Vzhľadom na obsah tohto komunikátu a jeho spôsob zaradenia do vysielania programovej služby TV MARKÍZA vzniklo dôvodné podozrenie, že tento naplnil definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom nebol na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby, čím mohlo dôjsť k odvysielaniu reklamy v rozpore s ustanovením § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.

Primárnou otázkou, s ktorou sa bolo nevyhnutné vysporiadať, je otázka charakteru odvysielaného komunikátu z hľadiska naplnenia definície reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.

Podľa ustanovenia § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. sa za reklamu považuje aj vlastná propagácia.

Upútavka je podľa § 1 ods. 6 JSO definovaná ako zložka televíznej programovej služby, ktorá je určená na získanie a udržanie pozornosti verejnosti na vlastné vysielanie a programy. Upútavka spadá vzhľadom k jej definícii pod vlastnú propagáciu vysielateľa vymedzenú ustanovením § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.

Primárnym cieľom upútavky je upútať diváka, strhnúť a udržať jeho pozornosť na konkrétny program (napr. odvysielaním zaujímavých sekvencií filmu) tak, aby si divák naplánoval jeho sledovanie. V rámci upútavky sú preto divákovi sprostredkované informácie o názve programu, presnom čase a dni jeho odvysielania, na základe ktorých je potom divák schopný identifikovať, resp. rozpoznať vybraný program, príp. inú časť vysielania a naplánovať si jeho sledovanie.

Ako vyplýva z predmetného záznamu vysielania, posudzovaný komunikát, v trvaní cca 46 sekúnd, obsahoval výňatky z audiovizuálneho diela *Búrlivé víno*. Posudzovaný komunikát bol odvysielaný v dvoch časoch, t.j. o 20:56:28 hod. a o 22:56:09 hod., pričom sa jednalo o totožný komunikát. Vizualna zložka okrem sekvencií z predmetného programu obsahovala názov programu spolu s uvedením dňa (v tvare PO, neskôr v tvare Pondelok) a času odvysielania predmetného programu (20:30). Údaj o dni, čase vysielania programu a programovej službe bol prítomný aj vo verbálnej zložke predmetného komunikátu, cit.: „*Búrlivé víno. V pondelok o 20.30 na Markíze.*“ Divák dostal konkrétnu informáciu o dni, čase, názve a prostredníctvom obrazovej zložky čiastočne aj o obsahu vysielania predmetného programu.

Posudzovaný komunikát tak nepochybne upriamoval pozornosť recipienta na konkrétnu jednoznačne identifikovateľnú časť vysielania účastníka konania a síce na program *Búrlivé víno*.

Charakter posudzovaného komunikátu ako upútavky nenamietal ani účastník konania vo svojom vyjadrení.

Vzhľadom na uvedené dôvody Rada dospela k záveru, že predmetný komunikát naplnil definíciu vlastnej propagácie formou upútavky, a teda definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. V dôsledku uvedeného sa na predmetný komunikát vzťahuje povinnosť ustanovená v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.

Podľa § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. musí byť vysielanie reklamy a telenákupu rozoznateľné a zreteľne oddelené od iných zložiek programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby. Vo vysielaní televíznej programovej služby sa použijú zvukovo – obrazové prostriedky alebo priestorové prostriedky.

Rada v zásade nerozporuje tvrdenie účastníka, že:

„Zákonodarca určil vysielateľom povinnosť

- i) realizovať vysielanie reklamy tak, aby bolo zjavné, že ide reklamu a*
- ii) oddeliť vysielanie reklamy od iných zložiek programovej služby tak, aby priemerný recipient bol schopný odlíšiť reklamu od iných zložiek programovej služby.*

ZoVR od Vysielateľa vyžaduje, aby rozoznateľným bolo vysielanie reklamy, a nie zvukovo-obrazové alebo priestorové prostriedky, ktoré vysielanie reklamy oddeľujú. ZoVR zároveň od Vysielateľa vyžaduje, aby vysielanie reklamy zreteľne oddelil od iných častí programovej služby tak, aby reklama nebola zameniteľná s inými zložkami programovej služby.

Zákonodarca v citovanom ustanovení bez bližšej špecifikácie uvádza, aké prostriedky majú byť použité na oddelenie reklamy. ZoVR je v tomto ohľade minimalistický a nedáva priestor na vlastnú úvahu o tom, ako má oddelenie vysielania reklamy od ostatného vysielania vyzeráť (znieť). ZoVR vyžaduje výlučne len to, aby bola reklama odlíšiteľná od ostatných zložiek programovej služby, pričom je len na Vysielateľovi, aký spôsob oddelenia reklamy od ostatného vysielania si zvolí¹.

Výklad a aplikácia práva musí v kontinentálnom právnom systéme predovšetkým vychádzať z písaného textu právneho predpisu. Štátne orgány však nie sú viazané len textom, ale aj zmyslom, systematickou súvislosťou a účelom právnej normy. Spôsob výkladu a nachádzanie obsahu právneho predpisu je podriadené základným výkladovým pravidlám slovenského právneho poriadku zakotveným v čl. 152 ods. 4 Ústavy Slovenskej republiky (ďalej len „ústava“). Štátne orgány nemôžu pri výklade a aplikácii právneho predpisu postupovať svojvoľne spôsobom, ktorý považujú za najlepší/najúčelnejší. Štátne orgány sú predovšetkým viazané vôľou zákonodarcu prejavenu cez právny predpis. Iba zákonodarca je oprávnený ustanovovať limity práv, resp. ukladať recipientom práva povinnosti. Takto to vyplýva z garancií právneho štátu podľa čl. 1 ods. 1 ústavy a vymedzením oprávnení štátnych orgánov podľa čl. 2 ods. 2 ústavy.

Garanciám právneho štátu taktiež zodpovedá požiadavka na predvídateľnosť aplikácie právnych noriem. Účastníci právnych vzťahov musia byť z právnej normy schopní determinovať, aký je jej presný obsah a aké práva a povinnosti im právna norma uložila. Rovnaké platí aj pri posudzovaní aplikácie právnych noriem štátnymi orgánmi. Štátny orgán pri aplikácii právnej normy môže realizovať len taký výklad, ktorý sú schopní účastníci právnych vzťahov na základe textu normy predvídať.“

Povinnosť ustanovená v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. transponuje do slovenského právneho poriadku článok 19 smernice o AVMS. Uvedený článok zakotvuje princíp „oddelenia a rozoznateľnosti reklamy od obsahu vysielania“. Tento princíp je považovaný za jeden z najstarších, ako aj najpodstatnejších základov európskej regulácie televízneho vysielania ako takého. Základným účelom tejto zásady je ochrana diváka pred možnou zámenou reklamy za vysielanie iných zložiek programovej služby, a teda ochrana diváka pred potenciálnym uvedením do omylu o povahe vysielanej zložky programovej služby. Nezanedbateľným prínosom dodržiavania princípu „oddelenia

a rozoznatelnosti“ je tiež ochrana redakčnej nezávislosti a integrity vysielateľa, ako aj zabezpečenie „komerčnej neutrality“ vysielateľa a s tým súvisiaca ochrana hospodárskej súťaže.

Novelou smernice 89/552/EHS z roku 2007 (ktorej konečným výsledkom je kodifikovaná verzia smernice o AVMS z 10. 3. 2010) bol tento princíp po prvýkrát prelomený, a to v prípade mediálnej komerčnej komunikácie. V súčasnosti v zmysle príslušných článkov smernice o AVMS, ako aj ustanovení zákona č. 308/2000 Z. z., postačuje v prípade mediálnej komerčnej komunikácie zachovať princíp „rozoznatelnosti“. Zrušenie zásady „oddelenia“ pre mediálnu komerčnú komunikáciu je logické z dôvodu zavedenia a definovania inštitútu umiestňovania produktov, ktorý je jednou z foriem mediálnej komerčnej komunikácie. Už zo samotnej definície umiestňovania produktov je zrejmé, že pri tomto inštitúte je princíp „oddelenia“ zásadne porušený. Zrušenie princípu „oddelenia“ však platí iba v prípade mediálnej komerčnej komunikácie vo všeobecnosti.

Z článku 19 účinného znenia smernice o AVMS jednoznačne vyplýva, že pre reklamu a telenákup zostal princíp „oddelenia a rozoznatelnosti“ zachovaný v nezmenenej podobe. Túto skutočnosť reflektuje aj platné a účinné znenie § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., ktoré okrem novej možnosti priestorového oddelenia ponecháva znenie tohto ustanovenia identické s jeho znením pred účinnosťou novely zákona č. 308/2000 Z. z. zo 14. 12. 2009. Z vyššie uvedených ustanovení jednoznačne vyplýva, že stav *de lege lata* ponecháva princíp „oddelenia a rozoznatelnosti“ pre reklamu a telenákup zachovaný v pôvodnom rozsahu.

Ani smernica o AVMS, ani zákon č. 308/2000 Z. z. bližšie nešpecifikujú konkrétnu podobu zvukovo-obrazových predelov. Vysielaná reklama však musí byť podľa § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. rozoznatelná a zreteľne oddelená v takej miere, aby bola vylúčená zameniteľnosť reklamy s inými zložkami programovej služby. Túto požiadavku je možné zabezpečiť rôznymi prístupmi. Rada v rozhodnutí č. RP/169/2004 zo dňa 9. 3. 2004 k oddelovaniu reklamy uviedla, cit.: *„Ak vysielateľ k oddeleniu reklamy použije audiovizuálne jingle obsahujúce slovo „reklama“ (alebo audiovizuálne jingle, u ktorých je divák zvyknutý, že ich vysielateľ používa iba vo vzťahu k vysielaniu reklamy), je takéto vysielanie reklamy rozoznatelné“*.

Je teda zrejmé, že v prípade použitia zvukovo-obrazového predelu obsahujúceho informáciu „reklama“ je povinnosť ustanovená v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. splnená. Z citovaného rozhodnutia Rady však jednoznačne vyplýva, že hoci je tento spôsob najjednoduchší, nie je nevyhnutne jediný možný.

V prípade, že oddelovací prostriedok takéto oznámenie neobsahuje, musí byť s vysielaním reklamy prepojený iným spôsobom tak, aby bol recipient bez pochybností oboznámený s tým, že sa jedná o oddelenie reklamy od ostatného vysielania. Aby oddelovací prostriedok splnil túto požiadavku, musí ho recipient s vysielaním reklamy jednoznačne asociovať. Po jeho odvysielaní teda musí očakávať vysielanie komerčného charakteru. V televíznom vysielaní bude takéto prepojenie naplniteľné vysielaním **zvukovo-obrazových alebo priestorových prostriedkov**, ktoré sú charakteristické práve pre vysielanie reklamy a to pre celú vysielanú programovú službu. K oddeleniu prostredníctvom priestorových prostriedkov dochádza iba v prípade, ak je reklama vysielaná na obrazovke súčasne s inou zložkou programovej služby, teda napr. v prípade použitia techniky split-screen.

Napriek zásadnému vývoju v oblasti mediálnych komerčných komunikácií, ktoré priniesli nové reklamné techniky, ako aj nové inštitúty v oblasti sprostredkovania komerčných informácií recipientovi, princíp zásady „oddelenia a rozoznatelnosti“ zostal pre televíznu reklamu vrátane vlastnej propagácie zachovaný. Z uvedeného vyplýva, že v prípade reklamy alebo upútaviek na vlastné programy je ich vysielanie nevyhnutné oddeliť od vysielania iných zložiek programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby.

V prípade oddelenia reklamy od ostatných častí programovej služby prostredníctvom zvukovo-obrazových prostriedkov je následne nutné každé takéto oddelenie individuálne skúmať, či je toto

oddelenie možné považovať za „zreteľné oddelenie“ podľa § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda také, ktoré vylúči zameniteľnosť reklamy s inými zložkami programovej služby.

Ako je zrejmé zo záznamu vysielať sporná upútavka nebola na konci nijako zreteľne vymedzená obrazovo-zvukovým či priestorovým prostriedkom, ktorý účastník konania obvykle používa na účely oddelenia komerčnej zložky od nekomerčnej (napr. dynamické spracovanie loga TV Markíza v rôznych farebných prevedeniach; zvukovo-obrazové prostriedky s osobnosťami televízie a charakteristické hudobnou zložkou). Nepoužitie obvyklých prostriedkov na oddelenie reklamy priznáva sám účastník konania vo svojom vyjadrení, pričom uvedené dôvodí technickými problémami, cit.: *„V súvislosti so zmenou grafiky Vysielateľa, nastali menšie technické problémy, ktoré Vysielateľ priebežne zisťoval. Z dôvodu týchto problémov teda neboli zobrazené obvyklé prostriedky používané Vysielateľom.“* zároveň sa však domnieva, že, cit.: *„Aj napriek skutočnosti, že neboli na oddelenie použité obvyklé prostriedky používané Vysielateľom, má Vysielateľ za to, že nemohlo dôjsť k zameniteľnosti reklamy (v tomto konkrétnom prípade upútaviek) s inými zložkami programovej služby, a teda nedošlo k porušeniu ustanovenia § 34 ods. 1 ZoVR.“*

V súvislosti s tvrdením účastníka konania, že k porušeniu ustanovenia § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. nedošlo napriek nepoužitiu obvyklých oddeľovacích prostriedkov, keďže nemohlo dôjsť k zameniteľnosti reklamy s inými zložkami programovej služby, Rada uvádza nasledovné.

Pre splnenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. je potrebné kumulatívne splniť obe povinnosti, ktoré zákon stanovuje. Vysielanie reklamy a telenákupu podľa § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. musí byť:

- a) rozoznateľné
- a zároveň
- b) zreteľne oddelené od iných častí programovej služby.

To, že tieto dve povinnosti existujú popri sebe a musia byť naplnené kumulatívne, je zrejmé aj zo zrušenia zásady „oddelenia“ pre mediálnu komerčnú komunikáciu a z ponechania oboch princípov v platnosti pre vysielať reklamy a telenákupu. Uvedené vyplýva zo smernice o AVMS ako aj zo zákona č. 308/2000 Z. z.

V predmetnom prípade nebolo vysielať reklamy vôbec oddelené a preto ani nemožno pristúpiť k druhému kroku, t.j. k posúdeniu, či bolo jej vysielať rozoznateľné. Už nesplnenie jednej z dvoch vyššie uvedených podmienok totiž automaticky zakladá porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. Inými slovami, splnenie iba jednej z uvedených podmienok nie je dostačujúce na splnenie si povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.

K uvedenému zároveň Rada dáva do pozornosti objektívnu zodpovednosť právnických osôb, tzn. na spáchanie správneho deliktu platná právna úprava nevyžaduje zavinenie právnickej osoby. Táto zásada platí aj v prípade zodpovednosti vysielaťov za spáchanie správnych deliktov podľa zákona č. 308/2000 Z. z. V dôsledku uvedeného je zrejmé, že skutočnosť, či účastník konania neoddelil posudzovanú upútavku od iných zložiek programovej služby obvyklými oddeľovacími prostriedkami používanými účastníkom konania úmyselne za nejakým účelom alebo z dôvodu technických problémov v súvislosti so zmenou grafiky vysielaťa je bezpredmetná. Pre naplnenie skutkovej podstaty posudzovaného správneho deliktu je podstatné iba to, či k porušeniu zákona objektívne došlo, alebo nie. Okolnosti, za ktorých došlo k porušeniu zákona (technické problémy), môžu byť zohľadnené pri výške sankcie, ale nie sú dôvodom na zastavenie správneho konania.

Ako vyplýva zo záznamu vysielať, bezprostredne po odvysielať vyššie špecifikovanej upútavky na program *Búrlivé víno* dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 20:56:28 hod. a 22:56:09 hod., bol odvysielať komunikát s označením sponzora seriálu – MODDOM, následne komunikát s označením sponzora programu *Superstar* – spoločnosť Slovak Telekom, a.s. a následne samotný program *Superstar*. Po odvysielať predmetnej upútavky teda nebol odvysielať obrazovo-zvukový alebo priestorový predel, ktorý by ju oddelil od ostatných zložiek programovej služby.

Účastník konania vo svojom stanovisku síce namietá údajné splnenie povinnosti oddelenia upútaviek od iných zložiek programovej služby, pričom priznáva technické problémy súvisiace so zmenou

grafiky účastníka konania, avšak už neuvádza konkrétne zvukovo-obrazové prípadne priestorové prostriedky, ktorými sa tak malo stať, cit.: „Vysielateľ si uvedenú povinnosť splnil, oddelenie reklamy (upútavky) v posudzovanom prípade jednoznačne uskutočnil spôsobom súladným so znením, účelom aj zmyslom § 34 ods. 1 ZoVR. Vysielateľ má za to, že nespôsobil u recipientov jeho vysielacej služby nebezpečenstvo zameniteľnosti reklamy s iným vysielaním.

V tejto súvislosti je teda potrebné skúmať nielen dodržanie formy (zvukovo-obrazové prostriedky, priestorové prostriedky), ale aj spôsob oddelenia (zreteľne tak, aby reklama nebola zameniteľná s inými zložkami).

V zmysle § 34 ods. 1 ZoVR na porušenie povinnosti nestačí, aby oddelenie vysielania reklamy a telenákupu bolo nezreteľné. Porušením povinnosti uloženej týmto ustanovením je až situácia, kedy je oddelenie vysielania reklamy a telenákupu nezreteľné takým spôsobom, že v dôsledku toho došlo k zameniteľnosti reklamy a telenákupu s inými časťami programovej služby.

Napriek skutočnosti, že pri zmene grafiky Vysielateľa nastali technické problémy, v predmetnom prípade boli použité oddeľovacie prostriedky v zmysle ZoVR a nemohlo dôjsť a ani nedošlo k zameniteľnosti zložiek programovej služby Vysielateľa.

Vysielateľ má za to, že reklama bola oddelená netradičným spôsobom, to však neznamená, že nebola pre priemerného diváka rozpoznateľná. Vysielateľ má za to, že boli z jeho strany v rámci vysielania reklamy (Upútaviek) splnené všetky požiadavky definované ustanovením § 34 ods. 1 ZoVR.“

Tvrdenie navrhovateľa o použití oddeľovacích prostriedkov v súlade so zákonom č. 308/2000 Z. z. je v priamom rozpore so záznamom vysielania, z ktorého je zrejmé, že predmetný komunikát bol odvysielaný bez toho,

- aby medzi predmetným komunikátom a komunikátom označujúcim za sponzora seriálu MODDOM, resp. (ak sa tento sponzorský odkaz viazal k upútavke na seriál Búrlivé víno)
- aby medzi predmetným komunikátom a komunikátom označujúcim za sponzora programu *Superstar* spoločnosť Slovak Telekom, a.s.,

bol odvysielaný akýkoľvek zvukovo-obrazový, prípadne priestorový oddeľovací prostriedok. V dôsledku absencie oddeľovacieho prostriedku preto ani nie je možné pristúpiť k druhému kroku, a skúmať jeho kvalitatívnu stránku stanovenú v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. („zreteľné oddelenie“, ktoré vylúči zameniteľnosť reklamy s inými zložkami programovej služby). Divák tak nebol žiadnym spôsobom informovaný o tom, že začína vysielanie reklamy.

Zákon č. 308/2000 Z. z. v ustanovení § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. síce nestanovuje konkrétne požiadavky na obsah a vizuálne stvárnenie tzv. reklamných predelov ale z daného ustanovenia je nepochybné, že účelom týchto predelov je zreteľne oddeliť reklamu od ostatných zložiek programovej služby tak, aby s ostatnými zložkami programovej služby nebola zameniteľná. Komunikát označujúci za sponzora seriálu MODDOM a komunikát označujúci za sponzora programu *Superstar* spoločnosť Slovak Telekom, a.s., ktoré za posudzovanou upútavkou bezprostredne nasledovali sú samostatnou zložkou programovej služby a v žiadnom prípade ich nie je možné považovať za zvukovo-obrazový predel.

Predmetný komunikát, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., tak nebol zreteľne oddelený od komunikátu označujúceho za sponzora seriálu MODDOM, resp. od komunikátu označujúceho za sponzora programu *Superstar* spoločnosť Slovak Telekom, a.s., ako iných zložiek programovej služby.

Na základe vyššie uvedeného Rada dospela k záveru, že účastník konania porušil povinnosť ustanovenú v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 20:56:28 hod a 22:56:09 hod. komunikát, ktorý bol upútavkou na program *Búrlivé víno*, t.j. komunikát ktorý naplnil definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez jeho zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby.

U právnických osôb sa zodpovednosť za správne delikty zakladá zásadne bez ohľadu na zavinenie (objektívna zodpovednosť pre správny delikt). Táto zásada platí aj v prípade zákona č. 308/2000 Z. z. ako aj zákona č. 71/1967 Zb., ktoré nevyžadujú pri preukázaní, či došlo k správne deliktu dokazovať zavinenie, alebo dokonca úmyselné konanie. Podstatné je iba to, či k porušeniu zákona objektívne došlo, alebo nie. Tomu, že sa v tomto prípade nielenže nedokazuje zavinenie, ale ani sa nerozlišuje medzi zavinením úmyselným alebo nedbanlivostným, svedčí aj skutočnosť, že ani jeden z cit. zákonov neobsahuje tzv. liberačné dôvody, ktoré by umožnili zbaviť sa zodpovednosti za správny delikt. Okolnosti, za ktorých došlo k porušeniu zákona, môžu byť zohľadnené pri ukladaní druhu sankcie, ale nie sú dôvodom na zastavenie správneho konania.

Podľa ustanovenia § 64 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Sankciu podľa odseku 1 písm. d) rada uloží, ak vysielateľ, prevádzkovateľ retransmisie, poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie alebo právnická osoba alebo fyzická osoba podľa § 2 ods. 3 a 4 aj napriek písomnému upozorneniu rady opakovanne porušila povinnosť. Rada uloží pokutu bez predchádzajúceho upozornenia, ak bola porušená povinnosť uložená v § 19. Rada môže uložiť pokutu aj bez predchádzajúceho upozornenia, ak bola porušená povinnosť uložená v § 16 ods. 2 písm. a) a c), ods. 3 písm. k), § 20 ods. 1 a 4, § 30, ako aj v prípade vysielania bez oprávnenia [§ 2 ods. 1 písm. b)] alebo prevádzkovania retransmisie bez oprávnenia [§ 2 ods. 1 písm. e)].“

Podľa ustanovenia § 64 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Pokutu rada určí podľa závažnosti veci, spôsobu, trvania a následkov porušenia povinnosti, miery zavinenia a s prihliadnutím na rozsah a dosah vysielania, poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie a retransmisie, získané bezdôvodné obohatenie a sankciu, ktorú už prípadne uložil samoregulačný orgán pre oblasť upravenú týmto zákonom v rámci vlastného samoregulačného systému.“

Z § 64 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. vyplýva, že Rada pri opakovanom porušení povinnosti ustanovenej v § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. a povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. uloží pokutu. Ide o kogentné ustanovenie zákona, ktoré nepripúšťa voľnosť uváženia pri rozhodovaní o druhu sankcie za porušenie týchto povinností.

Účastník konania bol za porušenie povinnosti podľa **§ 32 ods. 4 písm. a)** zákona č. 308/2000 Z. z. , v súvislosti so slušnosťou vysielanej reklamy, sankcionovaný už v minulosti.

- Rozhodnutím RL/074/2011 zo dňa 4. 7. 2011, bola účastníkovi konania uložená sankcia – upozornenie na porušenie zákona v súvislosti s tým, že dňa 12. 2. 2011 o cca 10:29 hod. a cca 18:39 hod. odvysielal v rámci programovej služby TV Markíza, komunikát propagujúci druhú sériu programu *Česko Slovenská SuperStar*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. a pri ktorom nezabezpečil, aby bola reklama slušná. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 18. 8. 2011.
- Rozhodnutím RL/21/2012 zo dňa 24. 4. 2012, bola účastníkovi konania uložená sankcia – upozornenie na porušenie zákona v súvislosti s tým, že na programovej službe TV MARKÍZA dňa 6 .11. 2011 o cca 13:39 hod. a na programovej službe DOMA dňa 6. 11. 2011 o cca 20:50 hod. odvysielal reklamný šot propagujúci produkt *Kofola Extra bylinková*, ktorého nosným motívom bol milostný vzťah učiteľky a jej žiaka, v dôsledku čoho došlo k porušeniu povinnosti zabezpečiť, aby vysielaná reklama bola slušná. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 6. 8. 2013.
- Rozhodnutím RP/021/2014 zo dňa 25. 3. 2014, bola účastníkovi konania uložená sankcia – 3.319 € v súvislosti s tým, že dňa 24. 10. 2013 o cca 18:30 hod. a dňa 26. 10. 2013 o cca 8:08 hod. na programovej službe TV MARKÍZA a dňa 22.10.2013 o cca 19:36 hod. na programovej službe DAJTO odvysielal komunikát propagujúci vlastné programy vysielateľa MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. s r.o. Teória veľkého tresku a Dva a pol chlapa, ktorý naplnil definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. a zároveň reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. a pri ktorom nezabezpečil, aby bola reklama slušná. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 29. 5. 2014.

- Rozhodnutím RP/69/2015 zo dňa 22. 12. 2015 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3.500 € v súvislosti s tým, že
 - dňa 6. 7. 2015 v čase o cca 22:40:06 hod. odvysielal na televíznej programovej službe DAJTO upútavku na program *Šerifovia*, ktorá naplnila definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. a zároveň reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pri ktorej nezabezpečil, aby bola reklama slušná, a
 - dňa 3. 8. 2015 o cca 11:27 hod. odvysielal na televíznej programovej službe TV MARKÍZA reklamu podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. na film *Vykoľajená* premietaný v kinách, pri ktorej nezabezpečil, aby bola reklama slušná.
- Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 10. 2. 2016.

Účastník konania bol za porušenie povinnosti podľa § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. sankcionovaný už v minulosti.

- Rozhodnutím č. RL/38/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/57/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/58/2011 bola účastníkovia konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011. Toto rozhodnutie bolo NS SR dňa 26. 3. 2015 rozsudkom vo veci sp. zn. 5Sžo/53/2013 zrušené a vec bola vrátená Rade na ďalšie konanie. Rada nanovo rozhodla dňa 26. 5. 2015 rozhodnutím č. RL/16/2015, ktorým bola účastníkovi konania uložená sankcia – upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 25. 6. 2015.
- Rozhodnutím č. RL/60/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/62/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/70/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 25. 7. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/78/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 1. 8. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/82/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 5. 10. 2011.
- Rozhodnutím č. RP/036/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA dňa 25. 2. 2012 odvysielal o cca 11:47 hod., o cca 12:18 hod. a o cca 12:45 hod. v rámci reklamného prerušenia programu *Beethoven 2* komunikáty, ktoré naplnili definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím došlo k odvysielaniu reklamy bez jej rozoznateľného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 2. 1. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/047/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA dňa 20. 2. 2012 o cca 22:01, 22:30, 22:39 a 22:41 hod. a 27. 2. 2012 o cca 22:36, 22:48, 22:56, 23:19 hod. pred, počas a po programe *Partička*, dňa 4. 3. 2012 o cca 22:49, 22:52, 23:02, 23:28, 23:37, 00:37 hod. pred, počas a po programe *V maske fantóma* a dňa 11. 3. 2012 o cca 22:03, 22:23, 22:33, 22:46, 22:55 a 00:25 hod. pred, počas a po programe *Výnimočný* odvysielal komunikát propagujúci alkohol *Vodka 1906*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím došlo k odvysielaniu reklamných šotov bez ich rozoznateľného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby. Týmto rozhodnutím však účastník konania bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 26. 10. 2012.

- Rozhodnutím č. RP/050/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA pred, počas a po programe *Farma* zo dňa 05.03.2012 o cca 20:22 hod. a o cca 21:24 hod., zo dňa 08.03.2012 o cca 20:22 hod. a o cca 21:22 hod., zo dňa 09.03.2012 o cca 20:21 hod. a o cca 21:37 hod., zo dňa 10.03.2012 o cca 20:16 hod., o cca 20:54 hod., o cca 21:07 hod. a o cca 21:51 hod. a zo dňa 22.03.2012 o cca 20:22 hod. a o cca 21:31 hod. odvysielal komunikát označujúci za sponzora programu kuchyne *Oresi*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez rozoznatelného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby. Týmto rozhodnutím však účastník konania bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 26. 10. 2012.
- Rozhodnutím č. RP/080/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 22.07.2012 o cca 13:14 hod a o cca 15:37 hod., pred a po programe *Dědictví aneb Kurvahošigutntag* komunikáty, ktoré naplnili definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. bez toho, aby boli rozoznatelné a zreteľne oddelené od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 7. 1. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/049/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 500 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 29. 4. 2014 v čase o cca 20:18:25 hod a o cca 20:23:28 hod pred a po programe *Předpověď počasí* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *CSC Pharmaceuticals*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol v čase o cca 20:18:25 hod na konci a v čase o cca 20:23:28 hod na začiatku zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 16. 10. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/066/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 4 000 € za porušenie I. povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 18. 3. 2014 v čase o cca 20:29:58 hod a o cca 21:40:04 hod pred a po programe *Búrlivé víno* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *HME Ltd. Slovensko, o.z.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol v čase o cca 20:29:58 hod na konci a v čase o cca 21:40:04 hod na začiatku zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby; za porušenie II. povinnosti ustanovenej v § 38 ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, na televíznej programovej službe TV MARKÍZA dňa 18. 3. 2014 v čase o cca 20:30 hod odvysielal sponzorovaný program *Búrlivé víno*, v ktorom došlo k priamej podpore predaja alebo nákupu tovaru – Honda Civic Tourer – produktu sponzora tohto programu, spoločnosti HME Ltd. Slovensko, o.z. osobitnými propagačnými zmienkami o tomto tovare. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 23. 12. 2014.

Rada pri určovaní výšky sankcie vzala do úvahy najmä:

závažnosť správneho deliktu – závažnosť sankcionovaných správnych deliktov spočíva v tom, že:

- porušením povinnosti ustanovenej v § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. došlo k zmareniu účelu tejto povinnosti a síce zabezpečiť, aby sa vysielané zložky programovej služby napĺňajúce definíciu reklamy nevymykali z bežného rámca všeobecne spoločensky akceptovateľného správania. Táto povinnosť je odôvodnená zvýšenou intenzitou, ktorou vzhľadom na svoju „presviedčiacu“ podstatu zložky programovej služby napĺňajúcej definíciu reklamy pôsobia na recipienta,
- porušením povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. mohol byť divák uvedený do omylu o povahe vysielanej zložky programovej služby, a teda mohlo dôjsť z jeho strany k zámene reklamy za iné zložky programovej služby.

Na základe okolností prípadu a nižšie uvádzaných kritérií dospela Rada k záveru, že závažnosť predmetných správnych deliktov nie je taká vysoká, aby musela byť pokuta uložená v strednej, príp. na hornej hranici zákonom stanoveného rozsahu určeného pre porušenie predmetných povinností.

Skutočnosť, že zo strany účastníka konania ide o opakované porušenie predmetných ustanovení zákona č. 308/2000 Z. z., mala rovnako vplyv na posúdenie závažnosti správnych deliktov v prejednávanej veci.

Rada pri určovaní závažnosti správneho deliktu vzala do úvahy tiež skutočnosť, že v prípade posudzovaného skutkového stavu sa jedná o protiprávne konanie vo väčšom rozsahu, v dôsledku odvysielania spolu troch komunikátov, pričom jeden z nich bol odvysielaný v rozpore s ustanovením § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. a dva komunikáty boli odvysielané v rozpore s § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.

miera zavinenia – účastník konania je za porušenie predmetných ustanovení zodpovedný bez ohľadu na zavinenie (objektívna zodpovednosť za správny delikt), podstatné je len to, či k porušeniu zákona objektívne došlo alebo nie. Je tiež potrebné upozorniť na skutočnosť, ako vyplýva z vyššie uvedeného, že účastník konania bol za porušenie povinností ustanovených v § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. a § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. sankcionovaný už v minulosti. Účastník konania mal a mohol teda vedieť, že svojím konaním môže porušiť alebo ohroziť záujem chránený zákonom č. 308/2000 Z. z. Účastník konania bol v čase spáchania uvedeného správneho deliktu oboznámený s výkladom Rady ohľadne aplikácie citovaných ustanovení zákona vo vysielaní a mal teda možnosť prispôbiť svoje vysielanie zákonným požiadavkám;

rozsah a dosah vysielania - účastník konania je na základe licencie T/41 multiregionálnym vysielateľom. Táto skutočnosť vyjadruje podľa § 3 písm. q) zákona č. 308/2000 Z. z. percentuálne pokrytie vysielania účastníka konania, a teda vyjadruje, koľko potenciálnych recipientov je spôsobilých vnímať prípadné porušenie povinností ustanovených v zákone č. 308/2000 Z. z., v tomto prípade viac ako 30% a menej ako 80% obyvateľov. Účastník konania je na základe licencie TD/17 celoplošným vysielateľom podľa zákona č. 220/2007 Z. z. o digitálnom vysielaní (ďalej len „zákon č. 220/2007 Z. z.“). Táto skutočnosť vyjadruje podľa § 24 ods. 3 písm. a) zákona č. 220/2007 Z. z. právo držiteľa licencie vysielat' televíziu programovú službu niektorým zo štandardov digitálneho televízneho príjmu najviac na celom území Slovenskej republiky okrem vysielania v paralelných frekvenčných vyhradeniach;

trvanie a následky porušenia povinnosti - v prípade porušenia povinností ustanovených v § 32 ods. 4 písm. a) a § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. nejde o trvajúce správne delikty, nakoľko k ich spáchaniu došlo vo vyššie uvedenom dni a časoch. Ako vyplýva z prepisu/popisu skutkového stavu, upútavka na program *Superstar* trvala cca 50 sekúnd a upútavka na program *Búrlivé víno* trvala cca 46 sekúnd.

Následkom porušenia povinnosti stanovenej v § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. je vystavenie recipienta obsahom spracovaným vo forme reklamy, vo forme vlastnej propagácie, ktorá sa vymyká z bežného rámca všeobecne spoločensky akceptovateľného správania. Následkom porušenia povinnosti stanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. je možnosť zámény reklamného obsahu s ostatnými zložkami programovej služby.

Ďalšie kritérium pre určenie výšky pokuty v zmysle § 64 ods. 1 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z., ktorým je **spôsob porušenia povinnosti** účastníkom konania, je predmetom výroku tohto rozhodnutia, ako aj jeho samotného odôvodnenia.

Spôsob akým účastník konania porušil povinnosť ustanovenú v § 32 ods. 4 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., spočíva v tom, že na programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 10:40 hod. komunikát, ktorý bol upútavkou na program *Superstar*, ktorý naplnil definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pri ktorej nezabezpečil, aby bola reklama slušná.

Spôsob akým účastník konania porušil povinnosť ustanovenú v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. spočíva v tom, že na programovej službe TV MARKÍZA odvysielal dňa 11. 10. 2015 v čase o cca 20:56:28 hod. a cca 22:56:09 hod. komunikát, ktorý bol upútavkou na program *Búrlivé víno*, ktorý

naplnil definíciu vlastnej propagácie podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., a teda reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. bez toho, aby bol na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby.

Zo skutkového stavu, ako aj z informácií, ktorými disponuje Rada, jednoznačne a preukázateľne nevyplýva, že pri naplnení skutkovej podstaty týchto správnych deliktov **došlo k získaniu bezdôvodného obohatenia**, a teda uvedená skutočnosť v konečnom dôsledku nemala vplyv na určenie výšky pokuty. Rada vzala do úvahy najmä fakt, že k samotnému porušeniu povinností došlo, ako aj fakt, že sa jednalo o opakované porušenie týchto povinností, závažnosť správneho deliktu, trvanie, mieru zavinenia a rozsah a dosah vysielania účastníka konania.

Rada pri určovaní výšky pokuty nemohla prihliadnuť na sankciu uloženú samoregulačným orgánom, nakoľko samoregulačný orgán pôsobiaci pre túto oblasť neexistuje.

Vzhľadom na všetky vyššie uvedené okolnosti a zákonom stanovený rozsah pre uloženie úhrnej sankcie, z ktorého Rada vychádzala (od 3 319,- € do 165 969,- €), je úhrnná sankcia vo výške 6.650,- eur, čiže v dolnej hranici zákonom stanoveného rozsahu, plne odôvodnená a zodpovedá závažnosti prejednávanej veci.

Na základe vyššie uvedených skutočností Rada rozhodla tak, ako je uvedené vo výroku tohto rozhodnutia.

Poučenie

Podľa § 64 ods. 6 zákona č. 308/2000 Z. z. sa proti tomuto rozhodnutiu možno odvolať na Najvyšší súd Slovenskej republiky v lehote do 15 dní odo dňa doručenia tohto rozhodnutia.

Rozhodnutie je preskúmateľné súdom podľa § 247 a nasl. OSP.

* * *

Toto rozhodnutie sa vydáva v troch rovnopisoch:

1x účastník konania

2x Rada pre vysielanie a retransmisiu

prof. Miloš Mistrík
predseda
Rady pre vysielanie a retransmisiu