



RADA PRE VYSIELANIE A RETRANSMISIU

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

Rozhodnutie č. RP/40/2016
Správne konania č. 321/SKO/2016
350/SKO/2016
470/SKO/2016

Bratislava dňa 27. 9. 2016
Doložka právoplatnosti:

R O Z H O D N U T I E

Rada pre vysielanie a retransmisiu (ďalej len „Rada“) ako orgán príslušný podľa § 4 ods. 1 až 3 a § 5 ods. 1 písm. g) a h) 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 správnych konaní č. 321/SKO/2016, 350/SKO/2016 a 470/SKO/2016 MAC TV s.r.o.

I.

p o r u š i l

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

tým,

že na televíznej programovej službe JOJ odvysielal

1. dňa 5. 2. 2016 v čase o cca 20:38:59 hod. a 22:23:02 hod. pred a po programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol v čase o cca 20:38:59 hod. na konci a v čase o cca 22:23:02 hod. na začiatku a na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby,
2. dňa 6. 2. 2016 v čase o cca 20:38:04 hod. pred programom *Chaos* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol na začiatku a na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby,
3. dňa 7. 2. 2016 v čase o cca 20:39:34 hod. a 21:01:47 hod. pred programom *Hobit 2: Smaugova pustatina* a pri jeho pokračovaní po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu 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;

II.

p o r u š i l

povinnosť ustanovenú v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.

tým, že

- program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 1. 2. 2016 o cca 19:29:35 hod. v trvaní cca 45 minút a 36 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát,
- program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 2. 2. 2016 o cca 19:29:38 hod. v trvaní cca 47 minút a 15 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát,
- program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 3. 2. 2016 o cca 19:30:01 hod. v trvaní cca 46 minút a 13 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát a zároveň časový úsek od cca 19:30:01 hod. do 20:00:00 hod. tohto programu, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 19:43:01 hod. a o cca 19:58:25 hod.,
- program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 4. 2. 2016 o cca 19:30:00 hod. v trvaní cca 46 minút a 10 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát a zároveň časový úsek od cca 19:30:00 hod. do 19:59:59 hod. tohto programu, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 19:42:02 hod. a o cca 19:57:30 hod.,
- program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 5. 2. 2016 o cca 19:30:00 hod. v trvaní cca 47 minút a 26 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát,
- program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 6. 2. 2016 o cca 19:29:59 hod. v trvaní cca 46 minút a 20 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát,
- program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 7. 2. 2016 o cca 19:29:59 hod. v trvaní cca 45 minút a 18 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát a zároveň časový úsek od cca 19:29:59 hod. do 19:59:58 hod. tohto programu, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 19:42:36 hod. a o cca 19:57:32 hod.;

III.

p o r u š i l

povinnosť ustanovenú v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.

tým,

že na televíznej programovej službe JOJ

1. dňa 1. 2. 2015 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielal
 - reklamný blok v čase od cca 20:00:45 hod. do cca 20:01:44 hod. v trvaní 59 sekúnd,
 - reklamný blok v čase od cca 20:15:42 hod. do cca 20:20:56 hod. v trvaní 5 minút a 14 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:21:06 hod. do 20:23:36 hod., ktorý naplnil definíciu telená kupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 2 minúty a 33 sekúnd,
 - reklamný blok v čase od cca 20:51:31 hod. do cca 20:57:15 hod. v trvaní 5 minút a 44 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:57:19 hod. do cca 20:57:39 hod., ktorý naplnil definíciu telená kupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 20 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 14 minút a 50 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 2 minúty a 50 sekúnd,

2. dňa 2. 2. 2015 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielal
- reklamný blok v čase od cca 20:01:43 hod. do cca 20:02:43 hod. v trvaní 1 minúta,
 - reklamný blok v čase od cca 20:17:21 hod. do cca 20:22:40 hod. v trvaní 5 minút a 19 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:22:51 hod. do 20:25:07 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 2 minúty a 16 sekúnd,
 - reklamný blok v čase od cca 20:51:49 hod. do cca 20:57:28 hod. v trvaní 5 minút a 39 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:57:33 hod. do cca 20:57:53 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 20 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 14 minút a 34 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 2 minúty a 34 sekúnd,

3. dňa 3. 2. 2015 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielal
- reklamný blok v čase od cca 20:16:43 hod. do cca 20:22:58 hod. v trvaní 6 minút a 15 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:23:08 hod. do 20:24:48 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 1 minúta a 40 sekúnd,
 - reklamný blok v čase od cca 20:52:52 hod. do cca 20:58:37 hod. v trvaní 5 minút a 45 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:58:41 hod. do cca 20:59:10 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 29 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 14 minút a 9 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 2 minúty a 9 sekúnd,

4. dňa 4. 2. 2015 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielal
- reklamný blok v čase od cca 20:16:33 hod. do cca 20:22:12 hod. v trvaní 5 minút a 39 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:22:23 hod. do 20:24:27 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 2 minúty a 4 sekundy,
 - reklamný blok v čase od cca 20:53:02 hod. do cca 20:59:21 hod. v trvaní 6 minút a 19 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:59:26 hod. do cca 20:59:54 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 28 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 14 minút a 30 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 2 minúty a 30 sekúnd,

5. dňa 5. 2. 2015 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielal
- reklamný blok v čase od cca 20:17:57 hod. do cca 20:22:36 hod. v trvaní 4 minúty a 39 sekúnd,
 - komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:22:46 hod. do 20:25:33 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 2 minúty a 47 sekúnd,
 - komunikát označujúci za sponzora programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., v čase od cca 20:38:59 hod. do cca 20:39:09 hod. v trvaní 10 sekúnd
 - reklamný blok v čase od cca 20:52:34 hod. do cca 20:58:53 hod. v trvaní 6 minút a 19 sekúnd,

- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:58:58 hod. do cca 20:59:18 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 20 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 14 minút a 15 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 2 minúty a 15 sekúnd,

6. dňa 5. 2. 2015 v čase od 21:00:00 hod. do 21:59:59 hod. odvysielal

- reklamný blok v čase od cca 21:19:17 hod. do cca 21:25:41 hod. v trvaní 6 minút a 24 sekúnd,
- reklamný blok v čase od cca 21:42:02 hod. do cca 21:47:35 hod. v trvaní 5 minút a 33 sekúnd,
- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 21:47:40 hod. do cca 21:48:00 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 20 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 17 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 17 sekúnd,

7. dňa 5. 2. 2015 v čase od 22:00:00 hod. do 22:59:59 hod. odvysielal

- komunikát označujúci za sponzora programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., v čase od cca 22:23:02 hod. do cca 22:23:12 hod. v trvaní 10 sekúnd
- reklamný blok v čase od cca 22:30:21 hod. do cca 22:36:45 hod. v trvaní 6 minút a 24 sekúnd,
- reklamný blok v čase od cca 22:53:10 hod. do cca 22:58:44 hod. v trvaní 5 minút a 34 sekúnd,
- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 22:58:49 hod. do cca 22:59:09 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 20 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 28 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 28 sekúnd,

8. dňa 6. 2. 2015 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielal

- reklamný blok v čase od cca 20:02:26 hod. do cca 20:03:26 hod. v trvaní 1 minúta,
- reklamný blok v čase od cca 20:16:39 hod. do cca 20:21:58 hod. v trvaní 5 minút a 19 sekúnd,
- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:22:08 hod. do 20:24:33 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 2 minúty a 25 sekúnd,
- komunikát označujúci za sponzora programu *Chaos* spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., v čase od cca 20:38:04 hod. do cca 20:38:13 hod. v trvaní 9 sekúnd,
- reklamný blok v čase od cca 20:52:44 hod. do cca 20:58:23 hod. v trvaní 5 minút a 39 sekúnd,
- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:58:28 hod. do cca 20:58:46 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 18 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 14 minút a 50 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 2 minúty a 50 sekúnd,

9. dňa 7. 2. 2015 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielal

- reklamný blok v čase od cca 20:15:42 hod. do cca 20:21:51 hod. v trvaní 6 minút a 9 sekúnd,
- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:22:01 hod. do 20:26:02 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 4 minúty a 1 sekunda,
- komunikát označujúci za sponzora programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., v čase od cca 20:39:34 hod. do cca 20:39:43 hod. v trvaní 9 sekúnd,

- reklamný blok v čase od cca 20:53:29 hod. do cca 20:59:17 hod. v trvaní 5 minút a 48 sekúnd,
- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:59:22 hod. do cca 20:59:41 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 19 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 16 minút a 26 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 4 minúty a 26 sekúnd,

10. dňa 8. 2. 2015 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielal

- reklamný blok v čase od cca 20:15:44 hod. do cca 20:21:23 hod. v trvaní 5 minút a 39 sekúnd,
- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:21:34 hod. do cca 20:24:14 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 2 minúty a 40 sekúnd,
- reklamný blok v čase od cca 20:53:00 hod. do cca 20:59:19 hod. v trvaní 6 minút a 19 sekúnd,
- komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček televízie JOJ* v čase od cca 20:59:23 hod. do cca 20:59:53 hod., ktorý naplnil definíciu telenákupného šotu podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 30 sekúnd,

čiže odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 15 minút a 8 sekúnd, čím došlo k prekročeniu času vyhradeného reklamným a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny o 3 minúty a 8 sekúnd,

IV.

p o r u š i l

**povinnosť ustanovenú v § 39a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.
s odkazom na § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z.**

tým,

že v rámci televíznej programovej služby JOJ

- dňa 1. 2. 2016 o cca 20:23:55 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
- dňa 3. 2. 2016 o cca 20:25:15 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
- dňa 4. 2. 2016 o cca 20:24:53 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
- dňa 5. 2. 2016 o cca 20:25:50 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
- dňa 6. 2. 2016 o cca 20:24:49 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,

pričom porušil povinnosť zreteľne informovať verejnosť o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku týchto programov,

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 30 000,- €, slovom tridsaťtisíc eur.

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

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, VS04016,KS6548.

Odôvodnenie

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 neprístupnosti zápisníc o hlasovaní a § 49, § 53, § 54, § 56 až 68 zákona č. 71/1967 Zb.

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 12. 4. 2016 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči spoločnosti MAC TV s.r.o. (ďalej len „účastník konania“) vo veci možného porušenia

1. **§ 34 ods. 1** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ odvysielal dňa 5. 2. 2016 v čase o cca 20:38:59 hod. a 22:23:02 hod. pred a po programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* komunikáty označujúce za sponzora programu spoločnosť ZINC EURO a.s., ktoré mohli naplniť definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez ich rozoznatelného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby;
2. **§ 36 ods. 2** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 5. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod., v čase od 21:00:00 hod. do 21:59:59 hod. a v čase od 22:00:00 hod. do 22:59:59 hod. mohlo dôjsť k odvysielaniu reklamných šotov v časovom rozsahu vyššom ako 12 minút.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 2. 5. 2016, na základe čoho sa začalo správne konanie č. 321/SKO/2016. 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. 5. 2016 bola účastníkovi konania doručená opätovná výzva na vyjadrenie k podkladom pre rozhodnutie, v ktorej mu bola na vyjadrenie určená lehota 5 dní odo dňa jej doručenia.

Vyjadrenie účastníka konania nebolo Rade doručené.

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 26. 4. 2016 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči spoločnosti MAC TV s.r.o. (ďalej len „účastník konania“) vo veci možného porušenia **§ 36 ods. 2** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 8. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. mohlo dôjsť k odvysielaniu reklamy a telenákupu v časovom rozsahu vyššom ako 12 minút.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 2. 6. 2016, na základe čoho sa začalo správne konanie č. 350/SKO/2016. 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 27. 6. 2016 bola účastníkovi konania doručená opätovná výzva na vyjadrenie k podkladom pre rozhodnutie, v ktorej mu bola na vyjadrenie určená lehota 5 dní odo dňa jej doručenia.

Dňa 16. 8. 2016 bola účastníkovi konania doručená Oprava oznámenia o začatí správneho konania, v ktorej mu bola zároveň predĺžená lehota na vyjadrenie, a to 7 dní odo dňa doručenia predmetného listu.

Vyjadrenie účastníka konania nebolo Rade doručené.

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 7. 6. 2016 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči spoločnosti MAC TV s.r.o. (ďalej len „účastník konania“) vo veci možného porušenia

1. **§ 34 ods. 1** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ odvysielal
 - dňa 6. 2. 2016 v čase o cca 20:38:04 hod. pred programom *Chaos* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť ZINC EURO a.s., ktorý mohol naplniť definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
 - dňa 7. 2. 2016 v čase o cca 20:39:34 hod. a 21:01:47 hod. pred programom *Hobit 2: Smaugova pustatina* a pri jeho pokračovaní po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť ZINC EURO a.s., ktorý mohol naplniť definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,bez ich rozoznatelného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby;
2. **§ 35 ods. 3** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že
 - program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 1. 2. 2016 o cca 19:29:35 hod. v trvaní cca 45 minút a 36 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát,
 - program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 2. 2. 2016 o cca 19:29:38 hod. v trvaní cca 47 minút a 15 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát,
 - program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 3. 2. 2016 o cca 19:30:01 hod. v trvaní cca 46 minút a 13 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát a zároveň časový úsek od cca 19:30:01 hod. do 20:00:00 hod. tohto programu, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 19:43:01 hod. a o cca 19:58:25 hod.,
 - program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 4. 2. 2016 o cca 19:30:00 hod. v trvaní cca 46 minút a 10 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát a zároveň časový úsek od cca 19:30:00 hod. do 19:59:59 hod. tohto programu, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 19:42:02 hod. a o cca 19:57:30 hod.,
 - program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 5. 2. 2016 o cca 19:30:00 hod. v trvaní cca 47 minút a 26 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát,
 - program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 6. 2. 2016 o cca 19:29:59 hod. v trvaní cca 46 minút a 20 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát,

- program *Noviny* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 7. 2. 2016 o cca 19:29:59 hod. v trvaní cca 45 minút a 18 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát a zároveň časový úsek od cca 19:29:59 hod. do 19:59:58 hod. tohto programu, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 19:42:36 hod. a o cca 19:57:32 hod.;
- 3. **§ 36 ods. 2** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 1. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod., dňa 2. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod., dňa 3. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod., dňa 4. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod., dňa 6. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod., dňa 7. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. mohlo dôjsť k odvysielaniu reklamných a telenákových šotov v časovom rozsahu vyššom ako 12 minút;
- 4. **§ 39a ods. 2** zákona č. 308/2000 Z. z. s odkazom na **§ 39a ods. 5 písm. d)** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že v rámci televíznej programovej služby JOJ
 - dňa 1. 2. 2016 o cca 20:23:55 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
 - dňa 3. 2. 2016 o cca 20:25:15 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
 - dňa 4. 2. 2016 o cca 20:24:53 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
 - dňa 5. 2. 2016 o cca 20:25:50 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
 - dňa 6. 2. 2016 o cca 20:24:49 hod. odvysielal program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.,
 pričom v tomto programe mohlo dôjsť k porušeniu povinnosti zreteľne informovať verejnosť o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku programu.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 27. 6. 2016, na základe čoho sa začalo správne konanie č. 470/SKO/2016. 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 16. 8. 2016 bola účastníkovi konania doručená opätovná výzva na vyjadrenie k podkladom pre rozhodnutie, v ktorej mu bola na vyjadrenie určená lehota 5 dní odo dňa jej doručenia.

Vyjadrenie účastníka konania nebolo Rade doručené.

* * *

Podľa § 3 ods. 3 tretia veta správneho poriadku: „*Správne orgány dbajú na to, aby konanie prebiehalo hospodárne a bez zbytočného zaťažovania účastníkov konania a iných osôb.*“ Zásada hospodárnosti (procesnej ekonómie) vyjadruje požiadavku, aby správny orgán v konaní použil také prostriedky, ktoré sú jednoduché, účinné, nezvyšujú náklady a pritom vedú k správne rozhodnutiu (SOBIHARD, J.: Správny poriadok: Komentár; Bratislava: IURA EDITION, 2004, ISBN 80-8078-013-7). Kancelária Rady, vzhľadom na totožnosť v osobe účastníka správnych konaní č. 321/SKO/2016, 350/SKO/2016 a 470/SKO/2016, navrhuje Rade, aby v súlade so zásadou hospodárnosti konania a zároveň v prospech účastníka konania rozhodla vo vyššie uvedených správnych konaniach jedným rozhodnutím. V tejto súvislosti uvádzame, že uvedeným postupom účastník konania nebude ukrátený na svojich procesných právach, nakoľko mal vo všetkých správnych konaniach možnosť vyjadriť sa k ich predmetu, ako aj k ich podkladom.

* * *

Podkladmi pre toto rozhodnutie sú záznam vysielania programovej služby JOJ zo dňa 5. 2. 2016 v čase od 19:55 hod. do 23:05 hod., záznam vysielania programovej služby JOJ dňa 8. 2. 2016 od cca 19:54 hod. do cca 21:05 hod., záznam vysielania televíznej programovej služby JOJ zo dňa 1. 2. 2016 až 7. 2. 2016 v čase od cca 18:50 hod do cca 21:10 hod. a prepisy/popisy skutkových stavov jednotlivých správnych konaní.

Rada po získaní všetkých podkladov pre rozhodnutie a oboznámení sa s nimi v danej veci rozhodla dňa 27. 9. 2016.

* * *

Prepis/popis skutkového stavu k správne mu konaniu č. 321/SKO/2016

19:52:43 začiatok záznamu vysielania *Noviny JOJ*

20:17:28 obrazovo - zvukový predel

– upútavky

obrazovo - zvukový predel

20:17:57 – 20:22:36 reklamný blok (trvanie reklamy 4 min. 39 sek.)

obrazovo - zvukový predel

– oznámenie o vlastnom programe

obrazovo - zvukový predel

20:22:46 – 20:25:33 komunikát *Štartovací balíček* (JSO ☉ 12) (trvanie cca 2 min. 47 sek.)

Obrazová zložka:

Starší pár, muž a žena, kráčajú ulicou. Následne ruky osôb vytúkávajú číslice na displejoch mobilných telefónov. Z neba sa začnú sypať papierové bankovky a obaja sa začnú objímať. Muž zdvihne ženu a v objatí sa točia dokola. Na červenom podklade sa ukáže balík zabalený v papieri s logom vysielacej stanice. Okolo neho sa sypú papierové bankovky. Stredom obrazovky sa rozvinie nápis „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“. Nasleduje vstup moderátora zo štúdia. Dolu na obrazovke roluje text: „VÝHRA 60 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987“

Pod textom súčasne roluje menším písmom text: „Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 tv JOJ končí v sobotu 6.2.2016. Výhercu 60.000 eur žrebujeme v nedeľu 7.2.2016. Zasláním sms získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej sms 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv“ Po určitom čase sa v spodnej časti obrazovky ukáže nápis „DNES PRÉMIA 6000 ŽREBOV!“ Tento nápis vystrieda otázka s možnými odpoveďami: „Ktorú spravodajskú reláciu moderuje moderátor Ľuboš Sarnovský? A:Noviny B:Šport Pošlite SMS s textom A alebo B na 987. Získate prémii 6000 žrebov!“ Ten potom vymení nápis „VÝHRA

60 000 EUR! POŠLITE NA 987“ Ukončí to titulok na červenom pozadí „Pre tv JOJ vyrobila Slovenská produkčná, a.s. © 2016 ŠTARTOVACÍ BALÍČEK

Zvuková zložka:

Moderátor: „*Pekne pozdravujem. Aj dnes vám želim dobrý večer. Sledujete štartovací balíček. Ale budem konkrétnejší. Toto je on. Toto je ten váš štartovací balíček. O tieto peniaze sa hrá aj dnes. Takže relatívne pohoda. O tieto peniaze sa hrá aj zajtra. Ale pozor! Zajtra už je sobota. A to znamená, že už zajtra o polnoci sa končí hra o aktuálnu výhru, ukážem ešte raz. 60 000 eur. Už iba dnes a zajtra hráme o týchto fantastických šesťdesiat tisíc eur. Tak poďte ešte do žrebovania a pošlite aspoň raz JOJ na 987 a už v nedeľu sa môžete tešiť z peňazí, ktoré v starej mene predstavovali viac ako milión osemstotisíc slovenských korún, na ktoré sa po prepočítaní podľa vlnajšej priemernej mesačnej mzdy pracuje viac ako päť rokov. Ak ste od minulej nedele ešte neposlali žiadnu hernú esemesku, tak v žrebovaní určite chýbate. A ešte jedna dopĺňujúca informácia pre tých z vás, ktorí už doteraz v našej súťaži hrali, no od poslednej nedele ešte nie. Jedinou hernou esemeskou, napríklad s textom JOJ na 987, si aktivujete úplne všetky žreby, ktoré ste doteraz získali. Všetky ich tak znova dostanete do hry. A dnes mám pre vás zaujímavú prémii. Odpovedzte správne na nasledujúcu otázku a ihneď vám pribudne 6000 žrebov. A teraz tá otázka. Ktorú spravodajskú reláciu moderuje moderátor Ľuboš*

Sarnovský? Ak si myslíte, že je to relácia Noviny, tak pošlite esemes s textom A na 987. Ak si myslíte, že je to relácia Šport, tak pošlite esemes s textom B na 987. Ja ešte raz zopakujem otázku, lebo za správnu odpoveď získate mimoriadnych šesťtisíc žrebov. A možno práve vďaka tomu zbohatnete o, áno, ukážem. Je to veľká suma peňazí. O šesťdesiatisíc eur. Ktorú spravodajskú reláciu modera moderuje moderátor Ľuboš Sarnovský? Ak si myslíte, že Noviny, tak pošlite esemes s textom A na 987. Ak si myslíte, že Šport, tak pošlite esemes s textom B na 987. A nezabudnite! Je to veľmi dôležité! Do konca hry o šesťdesiatisíc eur zostávajú už necelé dva dni. Sledujte nás aj zajtra po dvadsiatej a posielajte esemesky, ktoré vám môžu priniesť týchto fantastických šesťdesiatisíc eur. Už v nedeľu. Želám vám pekný večer.“

Komunikát je ukončený červenou obrazovkou s hviezdikami, v ktorej strede je uvedené: „PRE TV JOJ VYROBILA SLOVENSKÁ PRODUKČNÁ, A.S. ©2016“. Na spodku obrazovky je uvedené „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“

obrazovo - zvukový predel

– oznámenie o vlastnom programe

obrazovo - zvukový predel

sponzorský odkaz tipsport

20:25:53 program Šport

20:32:37 záver programu Šport

sponzorský odkaz tipsport

obrazovo - zvukový predel

– oznam o programe

obrazovo - zvukový predel

sponzorský odkaz Liquido duo forte

20:33:03 program Najlepšie počasie

20:38:42 záver programu Najlepšie počasie

sponzorský odkaz Liquido duo forte

obrazovo - zvukový predel

– oznam o programe

obrazovo - zvukový predel

20:38:59 sponzorský odkaz **ZINC EURO a.s.**

Obrazová zložka komunikátu ZINC EURO:

Na červenom podklade je graficky znázornená biela kamera na stojane. Prst ruky spustí nahrávanie alebo prehrávanie. Z kamery vychádza modrý prúd lúčov. V jeho spektre sa zprava prikotúľa biela grafická tvár, ktorá sa usmeje. Pod ňou sa rozvinie nápis „pôžičky“. Tvár podskočí. Kamera zmizne z obrazovky smerom doprava. Plocha obrazovky sa rozdelí na dve polovice. Ľavá je červená a pravá svetlomodrá. Na červenom podklade vľavo je grafická usmiata tvár a pod ňou nápis „investície“. Pod usmiatou tvárou vpravo je nápis „pôžičky“. Z oboch tvárí potom ostanú prázdne kruhy, ktoré vzájomne splynú a vytvoria plný biely kruh s tromi sústredenými kružnicami. Tie následne splynú s vnútorným bielym kruhom. V jeho strede sa ukáže červený nápis „zinc“ a pod ním v červenom obdĺžniku nápis „euro“. Na spodnom okraji je zobrazený nápis www.zinceuro.sk a pod ním menším písmom „Sponzor programu je spol. ZINC EURO a.s.“

Verbálna zložka:

Mužský hlas mimo obrazu: „Tento program a možnosť výhodne si požičať priamo od ľudí vám prináša Zinc euro. Spravodlivejší systém pôžičiek od ľudí pre ľudí.“

20:39:09 sponzorský odkaz Clavin Platinum

20:39:19 sponzorský odkaz Ocutein Brilliant

20:39:29 začiatok programu **Janko a Marienka: Lovci čarodejníč (JSO ☹ 15)**

20:52:05 I. prerušenie

20:52:05 sponzorský odkaz Clavin Platinum

obrazovo - zvukový predel

– upútavky

obrazovo - zvukový predel

20:52:34 – 20:58:53 reklamný blok (trvanie reklamy 6 min. 19 sek.)
obrazovo - zvukový predel

20:58:58 -20:59:18 komunikát Štartovací balíček (JSO ® 12) (trvanie cca 20 sek.)

Obrazová zložka: V zábere osoby na námestí vyťukávajú do mobilného telefónu a pozerajú na muža v striebornosivej maske (živá socha), ktorý rozhadzuje bankovky. Následne ruky osoby, ktorá v ľavej ruke drží mobilný telefón a pravou rukou roztvára bankovku 50 eurovej hodnoty. Počas padania rozsypaných bankoviek sa osoby objímajú. Muž zdvihne ženu do výšky. Záber na mladého muža na pozadí radovej zástavby starých rodinných domov, ktorý na rukách nesie balíky. V jednom momente balíky spustí na zem, vyberie si mobilný telefón a vyťukáva správu. Kým sa naňho z neba sypú bankovky, muž s vysmiatu tvárou tancuje. Nasleduje záber na námestie, kde spolu s mladým mužom tancuje muž so ženou i živá socha. Počas odvysielania uvedených záberov v pravom dolnom rohu text „ŠTARTOVACÍ BALÍK“, následne cez celú obrazovku sa rozvinie veľkým červeným písmom suma „60 000 €“ a v ľavom dolnom rohu text „POŠLITE SMS s TEXTOM JOJ na 987“. Na spodnom okraji obrazovky roluje text: „HERNÝ CYKLUS SÚŤAŽE ŠTARTOVACÍ BALÍČEK 2016 TV JOJ KONČÍ V SOBOTU 06.02.2016. VÝHERCU 60 000 EUR ŽREBUJEME V NEDEĽU 07.02.2016 ZASLANÍM SMS ZÍSKAVATE 30 JOJ KREDITOV. CENA PRIJATEJ SMS 2,00 EUR S DPH. ÚPLNÉ PRAVIDLÁ NA VYHRA.HUSTE.TV“. Neskôr sa v ľavom dolnom rohu objaví text „CENA SMS SPRÁVY 2 € S DPH“ Počas vstupu moderátora Vlada Voštinára záber na moderátora v štúdiu. V pravom dolnom rohu text „ŠTARTOVACÍ BALÍK“, následne v ľavom dolnom rohu text „POŠLITE JOJ NA 987“. Po odvysielaní uvedených záberov na obrazovke zostáva len text „ŠTARTOVACÍ BALÍK TVJOJ 2016“ na pozadí loga televízie. V spodnej lište obrazovky posuvný oznam s kritériami podmienok súťaže.

Zvuková zložka :

Hlas moderátora: „Televízia Joj mimoriadne navýšila výhru na 60 000 eur. Pošlite JOJ na 987 a už v nedeľu 7. februára ich môžete vyhrať práve vy!“

Vlado Voštinár: „Sledujte JOJ-ku každý deň po dvadsiatej a posielajte JOJ na 987.“

obrazovo - zvukový predel

– upútavky

obrazovo - zvukový predel

21:01:11 pokračovanie programu Janko a Marienka: Lovci čarodejní (JSO ® 15)

21:18:53 II. prerušenie

obrazovo - zvukový predel

– upútavka

obrazovo - zvukový predel

21:19:17 – 21:25:41 reklamný blok (trvanie reklamy 6 min. 24 sek.)

obrazovo - zvukový predel

– upútavkový blok

obrazovo - zvukový predel

21:27:05 sponzorský odkaz Ocutein Brilliant

21:27:15 pokračovanie programu Janko a Marienka: Lovci čarodejní (JSO ® 15)

21:41:15 III. Prerušenie

21:41:15 sponzorský odkaz Clavin Platinum

obrazovo - zvukový predel

– upútavka

obrazovo - zvukový predel

21:42:02 – 21:47:35 reklamný blok (trvanie reklamy 5 min. 33 sek.)

obrazovo - zvukový predel

21:47:40 – 21:48:00 komunikát Štartovací balíček (JSO ® 12) (odvysielaný totožne ako v čase cca 20:58:58; trvanie cca 20 sek.)

obrazovo - zvukový predel

– upútavkový blok
obrazovo - zvukový predeľ
21:49:20 sponzorský odkaz *Ocutein Brillant*

21:49:30 pokračovanie programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* (JSO ® 15)

22:23:01 záver programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* (JSO ® 15)

22:23:02 sponzorský odkaz **ZINC EURO a.s.** (odvysielaný totožne ako v čase cca 20:38:59, trvanie cca 10 sek.)

22:23:12 sponzorský odkaz *Clavin Platinum*

22:23:22 sponzorský odkaz *Ocutein Brillant*

obrazovo - zvukový predeľ

22:23:38 začiatok programu *Farmár hľadá ženu* (JSO ® 12)

22:29:57 obrazovo - zvukový predeľ

– upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

22:30:21 – 22:36:45 reklamný blok (trvanie reklamy 6 min. 24 sek.)

obrazovo - zvukový predeľ

– upútavkový blok

obrazovo - zvukový predeľ

22:39:13 pokračovanie programu *Farmár hľadá ženu* (JSO ® 12)

22:52:52 obrazovo - zvukový predeľ

– upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

22:53:10 – 22:58:44 reklamný blok (trvanie reklamy 5 min. 34 sek.)

obrazovo - zvukový predeľ

22:58:49 – 22:59:09 komunikát *Štartovací balíček* (JSO ® 12) (odvysielaný totožne ako v čase cca 20:58:58; trvanie cca 20 sek.)

obrazovo - zvukový predeľ

– upútavkový blok

obrazovo - zvukový predeľ

23:01:02 pokračovanie programu *Farmár hľadá ženu* (JSO ® 12)

23:07:04 koniec záznamu vysielania

* * *

Prepis/popis skutkového stavu k správneému konaniu č. 350/SKO/2016

19:54:07 začiatok monitorovaného záznamu *Noviny*

– Prehovoril Pavel Vandák

– Slanina príčinou požiaru

– Výbuch autobusu v Londýne

– Davy ľudí čakajú na hraniciach

– Migračná kríza pokračuje

– Kiskovi žilou nepustili

– Leopard v škole

– Ostro sledovaný karneval

– DS podporuje KDH

– V protestoch chcú pokračovať

– Začal sa rok opice

– „Ukradnutý“ les

– Oddaná fanúšička senátora Rubia

- Škôlka pre orangutany
- Prehľad večerného vysielania
- Rozlúčenie sa moderátorov
- Prehľad príspevkov športových novín

20:15:21 záver programu **Noviny**

obrazovo - zvukový predel

- upútavka

obrazovo - zvukový predel

20:15:44 – 20:21:23 reklamný blok (trvanie cca 5 min. 39 sek.)

obrazovo - zvukový predel

- upútavka

obrazovo - zvukový predel

20:21:34 – 20:24:14 telenákup Štartovací balíček (trvanie 2 min. 40 sek.)

Obrazová zložka:

Starší pár, muž a žena, kráčajú ulicou. Následne ruky osôb vytukávajú číslce na displejoch mobilných telefónov. Z neba sa začnú sypať papierové bankovky a obaja sa začnú objímať. Muž zdvihne ženu a v objatí sa točia dokola. Na červenom podklade sa ukáže balík zabalený v papieri s logom vysielacej stanice. Okolo neho sa sypú papierové bankovky. Stredom obrazovky sa rozvinie nápis „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“. Nasleduje vstup moderátora zo štúdia. Dolu na obrazovke roluje text: „VÝHRA 66 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987“

Pod textom súčasne roluje menším písmom text: „Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 tv JOJ končí v sobotu 13.2.2016. Výhercu 66.000 eur žrebujeme v nedeľu 14.2.2016. Zasláním sms získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej sms 2 eur s DPH. Cena druhej a tretej prijatej sms je dnes v čase od 20:20 do 21:00 mimoriadne 0 eur s DPH. Rozhodujúci je čas spracovania sms v systéme organizátora a nie čas odoslania sms. Sms spracované po 21:00 budú účtované sumou 2,00 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv“ Po určitom čase sa v spodnej časti obrazovky ukáže nápis „LEN DNES DRUHÁ A TRETIA SMS ZADARMO!“ Ten potom vymení nápis „VÝHRA 60 000 EUR! POŠLITE NA 987“ Ukončí to titulok na červenom pozadí „Pre tv JOJ vyrobila Slovenská produkčná, a.s. © 2016 ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“

Zvuková zložka:

Moderátor: „*Prajem dobrý večer. Ak ste to ešte nezachytili, tak vedzte, že odvčera do najbližšej soboty hráme o sumu, ktorú sme navýšili na, tu ju mám, na obrovských 66 000 eur.*

Opakujem pre istotu pomaly. Hrá sa o 66 000 eur. Ak sa chcete dostať do žrebovania o túto sumu, ktorá vám môže zmeniť život, tak podmienkou je, aby ste od včera do soboty aspoň raz poslali napríklad JOJ na 987. Ak to neurobíte, v žrebovaní budete určite chýbať! Ale pozor! Dnešná relácia je výnimočná. Ja vám totiž prezradím niečo mimoriadne, čo sme v našej súťaži ešte nemali. Dávajte pozor! Tak od tejto chvíle platí špeciálna akcia, ktorá trvá len do 21. hodiny, teda už iba pár minút. Od momentu, ako sa začala dnešná relácia, a až vlastne len do 21., teda do deviatej hodiny večernej, je druhá a tretia esemeska s textom JOJ na 987 mimoriadne zadarmo. Opakujem! Do 21. hodiny, teda už iba pár minút, je v hre o 66 000 eur mimoriadna akcia, keď sú až dve, teda vaša druhá a tretia esemeska, opakujem dve esemesky s textom JOJ na 987, úplne zadarmo. Neváhajte teda hrať o 66 000. Môžete aj vďaka druhej alebo tretej esemeske s textom JOJ na 987. A ako som už povedal, obe sú do 21. hodiny naozaj zadarmo. Nečakajte s odoslaním esemesky. Na to, aby sa vaše esemesky dostali do žrebovania, aby platila na ne naša akcia, je dôležitý čas, kedy u nás budú spracované. Keďže vaše esemesky by sa niekde v systémoch mohli zdržať, čo by mohlo znamenať, že akcia by už pre vás nemala a nemusela platiť, je najlepšie, aby ste ich poslali čo najskôr. Tak neváhajte preto, nenechávajte to na poslednú chvíľu a JOJ na 987 posielajte pre istotu hneď. Je to dôležité. Opakujem preto všetko ešte raz. Druhá a tretia esemeska s textom JOJ na 987 je do 21. hodiny za nula eur, no s posielaním je najlepšie začať už hneď. Sledujte nás aj zajtra po dvadsiatej. Hrajte o 66 000 eur. Posielajte JOJ na 987, dnes sa to naozaj oplatí. Dnes je to veľmi, veľmi výhodne. Dnes už len do 21. hodiny je druhá a tretia esemeska s textom JOJ na 987 mimoriadne zadarmo. Držím vám palce.“

obrazovo - zvukový predel

- upútavka ZOO (JSO ©12)

obrazovo - zvukový predeľ

20:24:20 – 20:24:29 komunikát označujúci sponzora *Clavin Platinum* (verzia: chirurg trvanie: cca 9 s)

20:24:29 sponzorský odkaz Alza.sk

20:24:40 sponzorský odkaz Tipsport.sk

20:24:50 **program Šport**

20:31:44 **záver programu Šport**

20:31:45 sponzorský odkaz Tipsport.sk

20:31:55 sponzorský odkaz Alza.sk

20:32:05 sponzorský odkaz *Clavin Platinum* (verzia: chirurg trvanie: cca 9 s)

obrazovo - zvukový predeľ

– upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

20:32:20 sponzorský odkaz Stop kašeľ sirup

obrazovo - zvukový predeľ

20:32:30 začiatok programu Najlepšie počasie

20:38:16 záver programu Najlepšie počasie

20:38:17 sponzorský odkaz Stop kašeľ sirup

obrazovo - zvukový predeľ

– upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

20:38:33 sponzorský odkaz Jupí

20:38:42 začiatok programu ZOO (JSO ©12)

20:52:37 obrazovo - zvukový predeľ

– upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

20:53:00 – 20:59:19 reklamný blok (trvanie cca 6 min. 19 sek.)

obrazovo - zvukový predeľ

– upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

20:59:23 – 20:59:53 telenákup Štartovací balíček (trvanie cca 30 sek.)

Obrazová zložka: V zábere prichádza na námestí moderátor k živej soche a pozdraví sa. Muž v striebornosivej maske (živá socha) vyberie mobilný telefón a vytukáva do mobilného telefónu čísla 987 a odošle správu. Následne sa na sochu začnú sypať z neba bankovky. V pozadí dve osoby pozerajú na muža v striebornosivej maske. Následne vyberajú mobil a vytukávajú esemesku. Záber na ruky osoby, ktorá v ľavej ruke drží mobilný telefón a pravou rukou roztvára bankovku 50 eurovej hodnoty. Počas padania rozsypaných bankoviek sa osoby objímajú. Muž zdvihne ženu do výšky. Záber na mladého muža na pozadí radovej zástavby starých rodinných domov, ktorý na rukách nesie balíky. V jednom momente balíky spustí na zem, vyberie si mobilný telefón a vytukáva správu. Kým sa naňho z neba sypú bankovky, muž s vysmiatej tvárou tancuje. Nasleduje záber na námestie, kde spolu s mladým mužom tancuje muž so ženou i živá socha. Počas odvysielania uvedených záberov v pravom dolnom rohu text „ŠTARTOVACÍ BALÍK“, následne sa cez celú obrazovku rozvinie veľkým červeným písmom suma „66 000 €“ a v ľavom dolnom rohu text „POŠLITE SMS s TEXTOM JOJ na 987“. Na spodnom okraji obrazovky roluje text: „HERNÝ CYKLUS SÚŤAŽE ŠTARTOVACÍ BALÍČEK 2016 TV JOJ KONČÍ V SOBOTU 13.2.2016. VÝHERCU 66 000 EUR ŽREBUJEME V NEDEĽU 14.2.2016 ZASLANÍM SMS ZÍSKAVATE 30 JOJ KREDITOV. CENA PRIJATEJ SMS 2,00 EUR S DPH. ÚPLNÉ PRAVIDLÁ NA VYHRA.HUSTE.TV“. Neskôr sa v ľavom dolnom rohu objaví text „CENA SMS SPRÁVY 2 € S DPH“ Počas vstupu moderátora Vlada Voštinára záber na moderátora v štúdiu. V pravom dolnom rohu text „ŠTARTOVACÍ BALÍK“, následne v ľavom dolnom rohu text „POŠLITE JOJ NA 987“. Po odvysielaní uvedených záberov na

obrazovke zostáva len text „ŠTARTOVACÍ BALÍK TVJOJ 2016“ na pozadí loga televízie. V spodnej lište obrazovky posuvný oznam s kritériami podmienok súťaže.

Zvuková zložka:

Hlas mimo obrazu: „*Pozor! Televízia JOJ opäť zvýšila výhru v Štartovacom balíčku na úžasných 66 000 eur. Pošlite JOJ na 987 a podte do žrebovania. Za jednu esemesku s textom JOJ na 987 môžete už 14. februára zbohatnúť o úžasných 66 000 eur.*“

Moderátor: „*Sledujte JOJ-ku každý deň po dvadsiatej a posielajte JOJ na 987.*“

obrazovo - zvukový predel

– upútavky

obrazovo - zvukový predel

sponzorský odkaz Jupí

21:01:46 pokračovanie programu ZOO (JSO ☹12)

21:05:23 koniec záznamu vysielania

* * *

Prepis/popis skutkového stavu k správne konaniu č. 470/SKO/2016

Vysielanie televízie JOJ zo dňa 1. 2. 2016

18:50 Pokračuje program *Moja mama varí lepšie ako tvoja* (12)

18:59 Končí program *Moja mama varí lepšie ako tvoja* (12)

- Sponzorský odkaz *Beko*
- Sponzorský odkaz *Alpro*
- Obrazovo-zvukový predel
- Oznámenie o programe *ZOO* (12)
- Obrazovo-zvukový predel

18:59:52 Začína program *Krimi*

19:11:36 Obrazovo-zvukový predel

- Upútavka na program *Zoo* (12)
- Obrazovo-zvukový reklamný predel

19:12:07 – 19:17:32 **Reklama** (trvanie cca 5 min., 25 s)

- Dr. Max, Nissan, Bertolli, Raiffeisen bank, Pravda, Quatro Pôžičky, Milka, Tesco
- Finančné služby, Nutrilon, Prima Banka, Dacia, Slovenská sporiteľňa
- Obrazovo-zvukový reklamný predel
- Oznámenie o programe *Kuriér* (12)
- Obrazovo-zvukový predel

19:17 Pokračuje program *Krimi*

19:29:35 Končí program *Krimi*

19:29:35 Začína program *Noviny*

19:42:35 Obrazovo-zvukový predel

- Obrazovo-zvukový reklamný predel

19:42:43 - 19:49:17 **Reklama** (trvanie cca 6 min. 34 s)

- Tatra banka, Slovenská sporiteľňa, Renault, Nutrilon, Modré z neba, Pilot, Jeep, Kaufland, Dermacol, Alza, Hašlerky, CK2, Rennie, Hyundai, Zuno

- Obrazovo-zvukový reklamný predeľ
- Oznámenie o programe *Sladký život* (12)
- Obrazovo-zvukový predeľ

19:49 Pokračuje program *Noviny*

20:00:40 Obrazovo-zvukový predeľ (**KRÁTKA REKLAMA**)

20:00:45 – 20:01:44 **Reklama** (trvanie cca 59 s)

- Ihrisko Žihadielko, FunFón
- Obrazovo-zvukový reklamný predeľ
- Oznámenie o programe *Zoo* (12)
- Obrazovo-zvukový predeľ

20:01 Pokračuje program *Noviny*

20:15:11 Končí program *Noviny*

- Obrazovo-zvukový predeľ
- Upútavka na program *Zoo* (12)
- Obrazovo-zvukový reklamný predeľ

20:15:42 – 20:20:56 **Reklama** (trvanie cca 5 min., 14 s)

- Slovenská sporiteľňa, Kaufland, Dacia, Tesco Finančné služby, Alza, ČSOB, Nissan, Quatro Pôžičky, Zuno, Mazda, Prima Banka
- Obrazovo-zvukový reklamný predeľ
- Oznámenie o programe *Zoo* (12)
- Obrazovo-zvukový predeľ

20:21:06 – 20:23:36 **Štartovací balíček** (trvanie cca 2 min. 33 s) (12)

- Muž a žena stoja na ulici pred domom. Muž vyberá mobilný telefón z vrečka. Prestrih na mužovu ruku, ktorou píše do mobilného telefónu 987. Z neba začínajú padať bankovky, muž a žena sa radujú a objímajú. Prestrih na grafiku **ŠTARTOVACÍ BALÍČEK**.
- Moderátor hovorí: „*Želám vám pekný dobrý večer. Včera o takomto čase sme poslali do Prievidze 55 000 eur a stále nekončíme. Určite ste zachytili, že televízia JOJ mimoriadne navýšila novú výhru na 60 000 eur. Áno, je to naozaj tak! Už sú tu! Je tu opäť viac, je tu 60 000 eur. No a do najbližšej soboty hráme o týchto fantastických, zopakujem to ešte raz, 60 000 eur. Poďte teda do žrebovania a pošlite aspoň raz napríklad JOJ 987 a už najbližšiu nedeľu sa môžete tešiť z peňazí, ktoré v starej mene predstavovali viac ako milión osemsto tisíc slovenských korún. Je to suma, na akú sa po prepočítaní podľa vlnajšej priemernej mesačnej mzdy pracuje viac ako 5 rokov! No a teraz mám pre vás naozaj zaujímavú prémii. Dávajte pozor. Odpovedzte správne na nasledujúcu otázku a ihneď vám pribudne 1000 žrebov. Otázka je: O ktorej hodine vysiela televízia JOJ spravodajskú reláciu krimi? A mám aj pomôcky. Ak si myslíte, že je to o devätnástej, tak na 987 pošlite SMS s textom a. Ak si myslíte, že je to o dvadsiatej, tak na 987 pošlite SMS s textom b. A ja vám to zopakujem ešte raz. Lebo za správnu odpoveď získate mimoriadnych 1000 žrebov. No a možno práve vďaka tomu zbohatnete o týchto 60 000 eur. Takže poďme na to. O koľkej hodine vysiela televízia JOJ spravodajskú reláciu krimi? Ak si myslíte, že JOJka vysiela spravodajskú reláciu krimi o devätnástej, tak na 987 pošlite SMS s textom a. Ak si ale myslíte, že je to o dvadsiatej, tak na 987 pošlite SMS s textom b. Sledujte nás aj ďalej. Po dvadsiatej. Posielajte SMSky, ktoré vám môžu priniesť fantastických, pozrite sa, 60 000 eur. Ak si myslíte, že je to o devätnástej, tak na 987 pošlite SMS s textom a, ak si myslíte, že je to po dvadsiatej, tak na 987 pošlite SMS s textom b. Sledujte nás aj zajtra po dvadsiatej a posielajte JOJ na 987. Výhra je naozaj fantastická. 60 000 eur. Lebo poznáte to. Kto nehrá, nevyhrá. Pekný večer.*“

V obraze:

V pozadí sa nachádza obrazovka s rôznymi pozadiami a nápisom **ŠTARTOVACÍ BALÍČEK**.

Text v spodnej časti obrazovky sa na červenej lište postupne striedajú nasledovné 3 nápisy:

„DNES PRÉMIA 1000 ŽREBOV!“,

„O ktorej hodine vysiela TV JOJ spravodajskú reláciu KRIMI? A: 19:00 hod. B: 20:00 hod. Pošlite SMS s textom A alebo B na 987“ a

„VÝHRA 60 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987“

Pod červenou lištou prebieha informácia: „HERNÝ CYKLUS SÚŤAŽE ŠTARTOVACÍ BALÍČEK 2016 TV JOJ KONČÍ V SOBOTU 6.2.2016. VÝHERCU 60.000 EUR ŽREBUJEME V NEDEĽU 7.2.2016. ZASLANÍM SMS ZÍSKAVATE 30 JOJ KREDITOV. CENA PRIJATEJ SMS 2 EUR S DPH. ÚPLNÉ PRAVIDLÁ NA vyhra.huste.tv“

Nasleduje konečná obrazovka s nápisom PRE TV JOJ VYROBILA SLOVENSKÁ PRODUKČNÁ, A.S. © 2016 a v spodnej časti s nápisom ŠTARTOVACÍ BALÍČEK.

- Obrazovo-zvukový predel
- Oznámenie o programe ZOO (12)
- Obrazovo-zvukový reklamný predel
- Sponzorský odkaz Tipos

20:23:55 Začína program **Šport**

Radovan Ležovič, moderátor: „Juraj Kucka odohral životný zápas v slávnom futbalovom drese Rossoneri. Dobrý večer. (na obrazovke titulok: Kucka jednou z hlavných postáv AC) Milánske derby, AC – Inter bude obrovským ťahákom vždy. Bez ohľadu na to, či práve ide v prestížnom súboji týchto dvoch veľkoklubov o taliansky titul. A to bol aj včerajší prípad.“

20:25:14 1. príspevok, v obraze futbalový zápas, redaktor: „Bitku o Miláno...“

20:24:17 v spodnej časti obrazovky sa objavil zelený pás v ňom sprava doľava prebieha text:

V tomto programe sú použité produkty (na obrazovke cca 11 sek.)

Redaktor: ...začali lepšie červeno-čierni, keď po centri Keisukeho Hondu otvoril skóre hlavou stopér Alex. Futbalisti Interu mohli zápas zdramatizovať po prísne nariadenom pokutovom kope v sedemdesiatej minúte. Útočník Mauro Icardy však namieril iba do žrde a tréner Rossoneri, Sinisa Mihajlovic, si od samej radosti roztrhol nohavice. Na prezliekanie ale nebolo času. Po rýchlych góloch Bacca a Nianga bolo v sedemdesiatej siedmej minúte rozhodnuté. AC Miláno zdolalo Inter hladko, 3:0 a viceprezident Rossoneri, Adriano Galliani, na adresu Juraja Kucku po stretnutí nešetril slovami chvály.“

2. Po Barcelone a Bayerne ide do City
3. Espanyol s nočnou morou
4. Okolo Popradu (vraj) jasno v stredu
5. Švajčiarsku čokoládu nekúpil
6. Keď raz motyka vystrelila...
7. Po novom – súboj divízií 3 proti 3
8. Dnešné tipy - Tipsport

20:30:26 v spodnej časti obrazovky: V tomto programe sú použité produkty

20:30:39 Končí program **Šport**

- Sponzorský odkaz Tipos
- Obrazovo-zvukový predel
- Oznámenie o programe ZOO (12)
- Obrazovo-zvukový reklamný predel

20:30:55 Začína program *Najlepšie počasie*

20:36:34 Končí program *Najlepšie počasie*

- Obrazovo-zvukový predel
- Oznámenie o programe *Sladký život* (12)
- Obrazovo-zvukový predel
- Sponzorský odkaz Alpro

20:36:50 Začína program ZOO (12)

20:50:51 Obrazovo-zvukový predeľ

- Upútavka na program *Geissenovci* (12)
- Obrazovo-zvukový reklamný predeľ

20:51:31 – 20:57:15 **Reklama** (trvanie cca 5 min., 44 s)

- Dr. Max, Alza, Nivea, Ihrisko Žihadielko, Euro jackpot, Skittles, Rennie, Hellmann's, Garnier, Tassimo, Mart'ankovia, Jeep, CK2, UPC
- Obrazovo-zvukový reklamný predeľ

20:57:19 – 20:57:39 **Štartovací balíček** (trvanie cca 20 s) (12)

Obrazová zložka: Muž a žena kráčajú po ulici, muž v striebornom kostýme vyhadzuje do vzduchu bankovky, ktoré lietajú všade okolo. Kamera sníma detail ruky držiacej mobilný telefón a rozbalenie bankovky pri telefóne. Kamera sníma pár muža a ženy, okolo ktorých lietajú bankovky. Muž i žena sa objímajú, v obraze sa objaví farebná suma 60 000 €. Kamera sníma muža s balíkmi v ruke, ktorý pozerá akoby na objímajúci sa pár (mimo záber), muž pustí škatule z ruky a vytiahne mobil z vrečka nohavíc, ťuká do mobilu. Kamera sníma, ako muž tancuje a okolo neho lietajú bankovky. Kamera sníma ulicu, na ktorej vidieť muža v kostýme, pár muža i ženy a muža s balíkmi, na ktorých padajú bankovky. V obraze informácie: *CENA SMS SPRÁVY 2 € S DPH*. V spodnej časti obrazu prebiehajú informácie: *Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 6. 2. 2016. Výhercu 60.000 eur žrebujeme v nedeľu 7.2.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv.*

Mužský hlas: „Televízia JOJ mimoriadne navýšila výhru na 60-tisíc eur. Pošlite JOJ na 987 a už v nedeľu 7. februára ich môžete vyhrať práve vy.“

Kamera sníma moderátora v štúdiu. V spodnej časti obrazu sa objaví farebná lišta s informáciami: *POŠLITE JOJ NA 987*.

Moderátor: „Sledujte JOJ-ku každý deň po 20-tej a posielajte JOJ na 987.“

V závere na obrazovke zostáva text „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“ na pozadí veľkej darčekovej škatule s logom JOJ.

- Obrazovo-zvukový predeľ
- Upútavka na program *Hobit: Smaugova pustatina* (12)
- Upútavka na program *Janko a Marienka: Lovci čarodejní* (15)
- Upútavka na program *Naši* (12)
- Upútavka na program *Kuriér* (12)
- Oznámenie o programe *Geissenovci* (12)
- Obrazovo-zvukový predeľ
- Sponzorský odkaz *Alpro*

20:59 Pokračuje program *ZOO* (12)

21:10 Koniec vyžiadaného záznamu

Vysielanie televízie JOJ zo dňa 2. 2. 2016

18:50:14 začiatok záznamu vysielania *Moja mama varí lepšie ako tvoja* (JSO ☺ 12)

18:59:36 záver programu *Moja mama varí lepšie ako tvoja* (JSO ☺ 12)

sponzorský odkaz BEKO Slovakia, s.r.o.

obrazovo - zvukový predeľ

– Oznámenie o programe *ZOO* (JSO ☺ 12)

Obrazovo-zvukový predeľ

18:59:52 časomiera a začiatok programu *Krimi*

– stručný prehľad správ

– Pri nehode sa zranili policajti

- Nehodu autobusu nasnímal kamera
- Ukradli telekomunikačný stĺp
- Spadnutá plošina
- Nefunkčné závery
- Bili ich päťami
- Súd obnovu konania zamietol

19:12:52 obrazovo - zvukový predeľ

- upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

19:13:20 – 19:17:59 reklamný blok (trvanie reklamy 4 min. 39 sek.)

obrazovo - zvukový predeľ

- upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

19:18:10 pokračovanie programu *Krimi*

- Nočná naháňačka
- Ukradli im štyri dodávky
- Horiaci smetiari
- Z auta ostal vrak
- Zomreli pri autonehode
- Nezvestné dvojročné dievčatko
- Z fary ukradli tisíce
- Pes zacítil nelegálny “nákup“
- Požiar zrejme zaviniť skrat
- Týrali svojich synov
- Kradli cez otvor

19:29:37 záver programu *Krimi*

19:29:38 časomiera a začiatok programu *Noviny*

- stručný prehľad správ
- Situáciu zatiaľ zvládajú
- Sestry ponúkajú vláde kompromis
- Mŕtvy muž v dome
- Lod' ťahajú do španielskeho Bilbaa
- Poslanci o štrajku učiteľov
- Prezidentova verejnaobjednavka.sk
- Nelegálna práca
- Platba za ochranu Schengenu
- Teplý začiatok februára
- stručný prehľad ďalších príspevkov

19:45:28 obrazovo - zvukový predeľ

- upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

19:45:48 – 19:53:06 reklamný blok (trvanie reklamy 7 min. 18 sek.)

obrazovo - zvukový predeľ

- upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

19:53:17 pokračovanie programu *Noviny*

- stručný prehľad príspevkov
- Vodička ušla z auta na priescestí
- Slon zabil turistu
- Ľudí rozhádali odpadky
- Vírus ZIKA celosvetovou hrozbou

20:01:40 obrazovo - zvukový predeľ

20:01:43 – 20:02:43 reklamný blok (trvanie reklamy 1 min.)

obrazovo - zvukový predeľ

20:02:47 pokračovanie programu *Noviny*

- Zatvorili už 33 materských škôl
- Clintonova a Cruz víťazmi
- Česi unesení v Libanone sú už voľní
- Zlodeji kúrili telefónnymi stĺpmi
- Migračná kríza v Európe
- ZTP možno pocestujú zadarmo
- ME kňazov vo futbale
- Pri nehode sa zranili policajti
- Už čoskoro bez víz
- Návrik odchyty zebry v zoo
- prehľad športu a záver programu

20:16:53 obrazovo - zvukový predeľ

– upútavka

obrazovo - zvukový predeľ

20:17:21 – 20:22:40 reklamný blok (trvanie reklamy 5 min. 19 sek.)

obrazovo - zvukový predeľ

– oznámenie o programe ZOO (JSO ☉ 12)

obrazovo - zvukový predeľ

20:22:51 – 20:25:07 *Štartovací balíček* (JSO ☉ 12) (trvanie cca 2 min. 16 sek.)

Obrazová zložka:

Starší pár, muž a žena, kráčajú ulicou. Následne ruky osôb vytúkávajú číslce na displejoch mobilných telefónov. Z neba sa začnú sypať papierové bankovky a obaja sa začnú objímať. Muž zdvihne ženu a v objatí sa točia dokola. Na červenom podklade sa ukáže balík zabalený v papieri s logom vysielacej stanice. Okolo neho sa sypú papierové bankovky. Stredom obrazovky sa rozvinie nápis „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“. Nasleduje vstup moderátora zo štúdia. Dolu na obrazovke roluje text: „VÝHRA 60 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987“

Pod textom súčasne roluje menším písmom text: „Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 tv JOJ končí v sobotu 6.2.2016. Výhercu 60.000 eur žrebujeme v nedeľu 7.2.2016. Zaslaním sms získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej sms 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv“ Po určitom čase sa v spodnej časti obrazovky ukáže nápis „DNES PRÉMIA 6000 ŽREBOV!“ Tento nápis vystrieda otázka s možnými odpoveďami: „Ktorú spravodajskú reláciu moderuje moderátor Ľuboš Sarnovský? A:Noviny B:Šport Pošlite SMS s textom A alebo B na 987. Získate prémiiu 6000 žrebov!“ Ten potom vymení nápis „VÝHRA

60 000 EUR! POŠLITE NA 987“ Ukončí to titulok na červenom pozadí „Pre tv JOJ vyrobila Slovenská produkčná, a.s. © 2016 ŠTARTOVACÍ BALÍČEK

Zvuková zložka:

Moderátor: „*Prajem vám príjemný dobrý večer! Práve ich počítam. Sú tu naozaj všetky. A teda, je ich tu naozaj dosť. Zachytili ste už, že televízia JOJ od nedele mimoriadne navýšila výhru? No, navýšili sme výhru presne na týchto úžasných 60 000 eur. A, je to naozaj tak, že až do najbližšej soboty hráme o týchto, pozrite sa na ne, úžasných 60 000 eur. Podťe teda do žrebovania a pošlite aspoň raz napríklad JOJ na 987 a už najbližšiu nedeľu sa môžete tešiť z peňazí, ktoré v starej mene predstavovali viac ako milión osemstotisíc slovenských korún. Suma, ktorú môžete už najbližšiu nedeľu vyhrať práve vy. Predstavuje po prepočítaní podľa vľahajšej priemernej mesačnej mzdy, že sa na ňu pracuje viac ako päť rokov. A dnes mám pre vás naozaj zaujímavú prémiiu. Dávajte pozor! Odpovedzte správne na nasledujúcu otázku a ihneď vám pribudne 1000 žrebov. Tu je tá otázka. Ktorá moderátorka moderuje spravodajskú reláciu NOVINY? Pomôžem. Ak si myslíte, že je to Adriana Kmotrikova, tak pošlite esemes s textom A na 987. Ak si myslíte, že je to Soňa Skoncová, tak pošlite esemes s textom B na 987. Za správnu odpoveď získate ihneď 1000 žrebov do nedeľňajšieho žrebovania. Tak si zopakujeme ešte otázku za spomínaných 1000 žrebov. Pozor! Ktorá moderátorka moderuje spravodajskú reláciu NOVINY? Ak si myslíte, že správna odpoveď je po A, Adriana Kmotrikova, tak pošlite esemes s textom A na 987. Ak si myslíte, že správna odpoveď je B, teda Soňa*

Skoncová, tak pošlite B na 987. Sledujte nás opäť aj zajtra po dvadsiatej a posielajte esemesky, ktoré vám môžu priniesť týchto úžasných, pozrite sa, šesťdesiatisíc eur. Ja ich budem prepočítavať až do zajtra, pretože tu budem. Vy sa snažte a ja vám držím palce..“

obrazovo - zvukový predel
– oznámenie o programe ZOO (JSO ☉ 12)
obrazovo - zvukový predel
sponzorský odkaz tipsport
20:25:25 program Šport
20:31:42 záver programu Šport
sponzorský odkaz tipsport

obrazovo - zvukový predel
– oznámenie o programe
obrazovo - zvukový predel

20:31:59 program *Najlepšie počasie*
20:37:40 záver programu *Najlepšie počasie*

20:37:41 začiatok programu ZOO (JSO ☉ 12)

20:51:27 obrazovo - zvukový predel
– upútavky
obrazovo - zvukový predel
20:51:49 – 20:57:28 reklamný blok (trvanie reklamy 5 min. 39 sek.)
obrazovo - zvukový predel

20:57:33 – 20:57:53 Štartovací balíček (JSO ☉ 12) (trvanie cca 20 sek.)

Obrazová zložka: V zábere osoby na námestí vyťukávajú do mobilného telefónu a pozerajú na muža v striebornosivej maske (živá socha), ktorý rozhadzuje bankovky. Následne ruky osoby, ktorá v ľavej ruke drží mobilný telefón a pravou rukou roztvára bankovku 50 eurovej hodnoty. Počas padania rozsypaných bankoviek sa osoby objímajú. Muž zdvihne ženu do výšky. Záber na mladého muža na pozadí radovej zástavby starých rodinných domov, ktorý na rukách nesie balíky. V jednom momente balíky spustí na zem, vyberie si mobilný telefón a vyťukáva správu. Kým sa naňho z neba sypú bankovky, muž s vysmiatou tvárou tancuje. Nasleduje záber na námestie, kde spolu s mladým mužom tancuje muž so ženou i živá socha. Počas odvysielania uvedených záberov v pravom dolnom rohu text „ŠTARTOVACÍ BALÍK“, následne cez celú obrazovku sa rozvinie veľkým červeným písmom suma „60 000 €“ a v ľavom dolnom rohu text „POŠLITE SMS s TEXTOM JOJ na 987“. Na spodnom okraji obrazovky roluje text: „HERNÝ CYKLUS SÚŤAŽE ŠTARTOVACÍ BALÍČEK 2016 TV JOJ KONČÍ V SOBOTU 06.02.2016. VÝHERCU 60 000 EUR ŽREBUJEME V NEDEĽU 07.02.2016 ZASLANÍM SMS ZÍSKAVATE 30 JOJ KREDITOV. CENA PRIJATEJ SMS 2,00 EUR S DPH. ÚPLNÉ PRAVIDLÁ NA VYHRA.HUSTE.TV“. Neskôr sa v ľavom dolnom rohu objaví text „CENA SMS SPRÁVY 2 € S DPH“ Počas vstupu moderátora Vlada Voštinára záber na moderátora v štúdiu. V pravom dolnom rohu text „ŠTARTOVACÍ BALÍK“, následne v ľavom dolnom rohu text „POŠLITE JOJ NA 987“. Po odvysielaní uvedených záberov na obrazovke zostáva len text „ŠTARTOVACÍ BALÍK TVJOJ 2016“ na pozadí loga televízie. V spodnej lište obrazovky posuvný oznam s kritériami podmienok súťaže.

Zvuková zložka :

Hlas moderátora: „Televízia Joj mimoriadne navýšila výhru na 60 000 eur. Pošlite JOJ na 987 a už v nedeľu 7. februára ich môžete vyhrať práve vy!“

Vlado Voštinár: „Sledujte JOJ-ku každý deň po dvadsiatej a posielajte JOJ na 987.“

obrazovo - zvukový predel
– upútavky
obrazovo - zvukový predel

21:00:01 pokračovanie programu ZOO (JSO ☹ 12)

21:10:01 koniec záznamu vysielania

Vysielanie televízie JOJ zo dňa 3. 2. 2016

18:50 – 18:59 Program *Moja mama varí lepšie ako tvoja* (nevhodné do 12 rokov)

18:59:30 – 18:59:40 komunikát označujúci sponzora *BEKO Slovakia, s. r. o.*

Obrazová zložka: Kamera sníma mužov v dresoch v šatni, ako sa ohadzujú oblečením. Strih – kamera sníma elektroniku – práčku, sušičku, chladničku, rúru, umývačku na riad. Strih – kamera sníma dvoch hráčov futbalu, ako sa tešia, potom je v detailnom zábere jeden hráč v drese, pričom kamera z jeho tváre prejde plynule na rukáv dresu, kde je zobrazené logo spoločnosti *beko*. Obrazová plocha je biela, v strede je logo *beko* s logom futbalového klubu *FC Barcelona*, pod logami je text *FC BARCELONA PREMIUM PARTNER*. V spodnej časti obrazu je po celý čas komunikátu uvedený text *Sponzorom relácie je BEKO Slovakia, s. r. o.* Verbálna zložka: „*Sponzorom relácie je Beko. Beko, výrobca domácich spotrebičov.*“

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe ZOO (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel
- časomiera

19:00 Program *Krimi*

19:12:28 obrazovo-zvukový predel

- upútavka na program *Zoo* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:12:57 – 19:17:56 Reklama (trvanie cca 4 min. 59 s)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Geissenovci* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:19 Pokračuje vysielanie programu *Krimi*

19:29 Koniec programu

- časomiera

19:30:01 Program **Noviny**

19:43:01 **obrazovo-zvukový predel**

- upútavka na program *Geissenovci* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:43:24 – 19:49:23 **Reklama** (trvanie cca 5 min. 59 s)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Zoo* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:49 Pokračuje vysielanie programu *Noviny*

19:58:25 **obrazovo-zvukový predel** (krátka reklama)

19:58:29 – 19:59:29 Reklama (trvanie cca 1 min.)

- obrazovo-zvukový predel

19:59 Pokračuje vysielanie programu *Noviny*

20:16:14 Koniec programu.

- obrazovo-zvukový predel
- upútavka na program *Zoo* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:16:43 – 20:22:58 **Reklama** (trvanie cca 6 min. 15 s)

- obrazovo-zvukový predeľ
- oznámenie o programe Zoo (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predeľ

20:23:08 – 20:24:48 **komunikát Štartovací balíček** (trvanie cca 1 min. 40 s)

Moderátor: „*Prijemný, dobrý večer, v Štartovacom balíčku platí, že stačí jedna jediná SMS-ka a otvára sa vám pomyselná brána k takejto kope peňazí. Áno, je tu 60-tisíc eur. Sledujte nás ale pozorne, lebo mám pre vás naozaj milé prekvapenie, ktoré vašu šancu na výhru zvýši. Poslali ste už od minulej nedele aspoň raz JOJ na 987? V prípade, že ešte nie, určite tak do soboty urobte a dostanete sa do žrebovania o áno, týchto fantastických 60-tisíc eur. 60-tisíc, to sú obrovské peniaze (Moderátor poukazuje na bankovky, ktoré má v ruke). Ak ich prepočítam podľa starej meny, no tak mi vychádza, že by išlo o viac ako 1,8 milióna slovenských korún a počítam ďalej. Ak to prepočítam podľa minuloročnej priemernej mzdy, no tak mi vychádza, že na to treba pracovať viac ako 5 rokov. A teraz pozor, ideme na to sľúbené prekvapenie. Pošlite dnes JOJ na 987 a okamžite zato získate 5-tisíc žrebov (červená lišta v spodnej časti obrazu krátko zobrazuje informáciu: DNES PRÉMIA 5000 ŽREBOV!). Len dnes, za prvú SMS-ku s textom JOJ na 987 získate 5-tisíc žrebov, no a možno práve vďaka nim zbohatnete o, áno, o 60-tisíc eur. Zbohatnúť môžete už túto nedeľu, stačí poslať aspoň jednu jedinou SMS-ku s textom JOJ na 987, je to naozaj veľmi jednoduché. Sledujte nás aj zajtra po 20.00 a posielajte JOJ na 987. Dnes je to mimoriadne výhodné. Držím palce, pekný večer.*“

V dolnej časti obrazovky na červenej lište nápis: VÝHRA 60 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987.

Pod lištou beží počas celej doby trvania komunikátu oznam:

Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 6. 2. 2016. Výhercu 60.000 eur žrebujeme v nedeľu 7.2.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv

Záverečný titulok: Pre TV JOJ vyrobila Slovenská produkčná, a.s. c 2016.

- obrazovo-zvukový predeľ
- oznámenie o programe Zoo (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predeľ

20:24:55 – 20:25:05 komunikát označujúci sponzora programu *Clavin Platinum*

Obrazová zložka: záber na miestnosť v nemocničnom prostredí, muž v lekárskom ošatení s rúskom na ústach sa skláňa, v ruke má nožnice, v pozadí znie pravidelné pípanie. Zrazu mu ženská ruka stiahne rúško, nadvihne sa, čím sa žena dostane do záberu, prikrýta plachtou od pŕs nižšie. Žena chytí muža za hlavu a povie: „Ššš, môžeme hneď.“ Ten najskôr hľadá zmätene, potom zalomí rukami a spolu so ženou sa skláňa dolu. Pípanie v pozadí sa zrýchľuje. Prestrih – na bledomodrom pozadí je statický obraz muža červenej pokožky s roškami na hlave, má oblečenú čiernu košeľu. V ruke drží krabičku s nápisom: „Clavin PLATINUM“ a usmieva sa. V pravom hornom rohu obrazovky je modrý nápis: „Clavin“ podčiarknutý červenou čiarou s vystúpeným *i* nahor, pod ktorým je červený trojuholníček. Na spodnom okraji obrazovky je uvedené: „sponzor programu“; „výživový doplnok“; „SWISS“ s emblémom švajčiarskej vlajky.

Nasleduje predeľ a bližší záber na krabičku s modro-šedým názvom „Clavin PLATINUM“ v strede bledomodrej obrazovky. Nápis *Clavin* v pravom hornom rohu ostáva, ako aj informácie nachádzajúce sa naspodu obrazovky. Na spodnom tmavom okraji krabičky je napísané bielymi písmenami: „PEVNÁ A RÝCHLA EREKCIA!“ Zboku krabičky: „Obsahuje *tribulus a crocus*.“

Zvuková zložka: mužský hlas hovorí počas zobrazenia škatuľky v strede obrazovky: „Clavin Platinum – pripravok na skvalitnenie erekcie s rýchlym nástupom účinku.“

20:25:05 – 20:25:14 komunikát označujúci sponzora *Tipsport*

Obrazová zložka: Na modrej ploche sa objaví postupne logo *Tipsport* s oranžovou fajkou. V dolnej ľavej časti obrazu je uvedený odkaz www.tipsport.sk. Modrá plocha sa z hornej časti prekryje bielou farbou a v obraze sa objaví záber na časť webovej stránky *Tipsport*, kde sa pohybuje kurzor myši. V hornej časti obrazu sa vlnia písmená s textom *Inšpirácia od tipujúcich*. Písmená potom zmiznú z obrazu, bielu plochu prekryje modrá plocha a na nej sa

opätovne vyskladá logo spoločnosti *Tipsport* s oranžovou fajkou. V spodnej bielej časti obrazu sa v strede zobrazí odkaz www.tipsport.sk. V pravej časti obrazu je po celý čas komunikátu uvedený text: *sponzor programu*.

Verbálna zložka: „*Tento program a inšpiráciu v Tiket aréne vám prináša Tipsport, www.tipsport.sk.*“

20:25:15 Začína program **Šport**

Moderátor (v spodnej časti obrazu je zobrazená lišta s menom moderátora *Radovan Ležovič* a dátumom 3. 2. 2016): „*Je víťazkou US Open z roku 2011 a bývalou svetovou štvorkou. Počas vikendu uvidíme Samanthu Stosurovú v akcii v Bratislave, dobrý večer* (v spodnej časti obrazu lišta s názvom príspevku *Strašiakom Stosurovej servis...*). *Práve táto 31-ročná tenistka by mala Austrálčanky do viesť v súboji pohára federácie k víťazstvu nad našimi dievčatami.*“

Redaktor: „*Tie, najmä dve najskúsenejšie, Daniela Hantuchová a Dominika Cibulková s ňou majú vysoko negatívnu zápasovú bilanciu. (20:25:41 – 20:25:51 v obraze v dolnej časti v zelenej lište z pravej strany do ľavej prechádza text: V tomto programe sú použité produkty) Jedna 7 a druhá 0:5. Strašiakom je podľa oboch Stosurovej špecifické podanie.*“ Vyjadrenia slovenských tenistiek. Redaktor: „*Slovenský tím zvolil pomalý povrch, ktorý vyhovuje väčšine našich tenistiek, no paradoxne aj austrálskej jednotke. Najmä spomínaný servis svetovej 27-čky na ňom môže byť veľmi nepríjemný.*“ Vyjadrenie S. Stosurovej. Redaktor: „*Stosurová bude v Bratislave jednoznačne najväčšou zbraňou Austrálčaniek. Čakajú sa od nej dva body z dvojhier a k zisku toho tretieho by mala prispieť vo štvorhre.*“ Vyjadrenie S. Stosurovej. Redaktor: „*V to pevne veríme a ešte vám ukážeme prejavenie sa Austrálčaniek po otázke na krásu slovenských mužov. Nech sa páči.*“ Tenistky sa smejú, kapitánka sa pokúša niečo povedať. Redaktor: „*Hádam bude kapitánka Moliková tak ťažko hľadať slová aj v nedeľu po zápase.*“ Koniec príspevku

2. Góly Pánika a Gáborika

3. Šéfa DK SZLH Vrábela to stálo flek

4. Vardyho „gól roka“

5. Tatran doháňal 6-gólové manko

6. Potrebujeme viac takých Saganov

- prehľad kurzov komunity tipérov (20:31:21 – 20:31:31 v obraze v dolnej časti v zelenej lište z pravej strany do ľavej prechádza text: *V tomto programe sú použité produkty*)

20:31:32 Koniec programu.

20:31:33 – 20:31:42 komunikát označujúci sponzora programu *Tipsport* (popis vyššie)

20:31:44 – 20:31:54 komunikát označujúci sponzora programu *Clavin Platinum* (popis vyššie)

- obrazovo-zvukový predel

- oznámenie o programe *Zoo* (nevhodné do 12 rokov)

20:32:00 – 20:32:09 komunikát označujúci sponzora programu *Liquido Duo*

Obrazová zložka: Kamera sníma usmievajúce sa dieťa s dlhými vlasmi otočené hlavou dole (v pozadí počuť detský smiech). V spodnej ľavej časti obrazu je uvedená informácia *SPONZOR PROGRAMU*. Obraz sa vysunie akoby doľava a v strede plochy sa objaví škatuľové balenie produktu *Liquido Duo Forte*, z ktorého vypadávajú animované vši, ktoré rýchlo utekajú od balenia do strán. Názov produktu na balení sa krátko zvýrazní svetelným efektom. V pravej spodnej časti obrazu sú informácie *zdravotnícka pomôcka*, (nečitateľné pre časový kód, *SWISS PHARMACEUTICALS INVESTMENT LLC*, vývoj lekárskeho prípravku).

Verbálna zložka: „*Liquido Duo, prípravok na likvidáciu vší a hníd s rýchlym účinkom, Liquido Duo.*“

20:32: – 20:37 Program *Najlepšie počasie*

20:37:50 – 20:37:59 komunikát označujúci sponzora programu *Liquido Duo* (popis vyššie)

- obrazovo-zvukový predel

- oznámenie o programe *Geissenovci* (nevhodné do 12 rokov)

- obrazovo-zvukový predel

20:38:06 – 20:38:15 komunikát označujúci sponzora programu *HEMOSTOP GEL MAX*

Obrazová zložka: Kamera sníma dve opice na strome. Jedna opica predíde druhú a zostane pred ňou otočená sedacou časťou. Malá opica jej prstom siahla na sedáciu časť a škrabká ju. Na farebnej ploche sa v strede obrazu objaví balenie prípravku *HEMOSTOP GEL MAX*, pred balením je v popredí vysunutý oranžový znak STOP, ktorý sa akoby prilepí späť na balenie výrobku. V spodnej časti na pravej strane obrazu sú uvedené informácie *HEMOSTOP GEL MAX, zdravotnícka pomôcka pri hemoroidoch*. V ľavej spodnej časti obrazu sú umiestnené textové informácie: *Org. Zložka SWISS PHARMACEUTICALS INVESTMENT LLC, vývoj lekárenských prípravkov, sponzor programu*.

Verbálna zložka: „*Príjemnú zábavu bez nepríjemného svrbenia a pálenia vám praje Hemostop. Hemostop, stop hemoroidom.*“

20:38:15 – 20:38:25 komunikát označujúci sponzora programu *StopKašeľ Sirup*

V strede obrazu sa na bielej ploche objaví logo *STOPKAŠEĽ SIRUP* (v pozadí počuť kašeľ a vzdychnutie). Text sa oddiali a v obraze sa objaví škatuľové balenie produktu *STOPKAŠEĽ SIRUP*, vedľa ktorého stojí fľaša produktu (v pozadí počuť zvuk kašľania). V pravej časti obrazu sa objaví červený nápis: *KAŠEĽ*, ktorý sa trasie rytmicky so zvukom kašľa, nádychu a výdychu (počuť v pozadí), až zmizne z obrazu. Z obrazu zmiznú aj informácie z pravej časti obrazu: *výživový doplnok. Extrakt skorocelu, Materinej dúšky, bazalky, eukalyptu a mentol uľavujú pri kašli a škriabaní v krku. Org. zložka SWISS PHARMACEUTICALS INVESTMENT LLC, vývoj lekárenských prípravkov*. Škatuľka i fľaštička produktu sa v obraze zatočia a presunú sa do stredu obrazu.

V dolnej ľavej časti obrazu je po celý čas uvedená informácia – *SPONZOR PROGRAMU*.

Verbálna zložka: „*Stop. Stop kašeľ. STOPKAŠEĽ SIRUP, doktor Weiss, bylinný sirup proti kašľu a škriabaniu v krku, sponzor programu.*“

20:38:25 Začína program *Zoo* (umiestňované produkty; nevhodné do 12 rokov)

20:43:30 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát *Kino Premiéra 20:35 Hobit:*

Smaugova pustatina, Nedel'a)

20:49:00 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát *20:35 Janko a Marienka, Piatok*)

20:52:22 obrazovo-zvukový predel

- upútavka na program *Janko a Marienka: Lovci čarodejní* (nevhodné do 15 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:52:52 – 20:58:37 **Reklama** (trvanie cca 5 min. 45 s)

- obrazovo-zvukový predel

20:58:41 – 20:59:10 **komunikát Štartovací balíček** (trvanie cca 29 s)

Mužský hlas: „*Máte chuť zbohatnúť až o 60 000 eur? Televízia JOJ mimoriadne navýšila Štartovací balíček na fantastických 60 000 eur. Pošlite JOJ na 987 a podte do žrebovania. Výhra 60 000 eur môže byť vaša už v nedeľu 7. februára.*“

Obrazová zložka: Moderátor V. Voštinár prechádza okolo muža v striebornom kostýme po ulici, pozdravia sa. Kamera sníma muža v striebornom kostýme, ktorý vyťukáva do mobilu číslo 987. V obraze sa objaví graficky suma 60 000 €, muž v kostýme sa raduje a okolo neho začnú lietať bankovky. V ľavej dolnej časti obrazu sa objaví informácia: *POŠLITE SMS S TEXTOM NA 987*, informácie sa potom zmenia za informácie: *CENA SMS SPRÁVY 2 € S DPH*. Okolo prechádza pár muža a ženy. Kamera sníma detail ruky držiacej mobilný telefón a rozbalenie bankovky pri telefóne. Kamera sníma objímajúci sa pár muža a ženy, okolo ktorých lietajú bankovky. Kamera sníma muža s balíkmi v ruke, ktorý pozerá akoby na objímajúci sa pár (mimo záber), muž pustí škatule z ruky a vytiahne mobil z vrečka nohavíc, ťuká do mobilu. V obraze sa objaví farebná suma 60 000 €. Kamera sníma, ako muž tancuje a okolo neho lietajú bankovky. Kamera sníma ulicu, na ktorej vidieť muža v kostýme, pár muža i ženy a muža s balíkmi, na ktorých padajú bankovky.

Moderátor v štúdiu: „*Sledujte JOJ-ku každý deň po 20-tej a posielajte JOJ na 987.*“

V závere na obrazovke zostáva text „*ŠTARTOVACÍ BALÍČEK*“ na pozadí veľkej darčkovej škatule s logom JOJ.

- obrazovo-zvukový predel
- upútavka na program *Hobit 2: Smaugova pustatina* (nevhodné do 12 rokov)
- upútavka na program *Naši* (nevhodné do 12 rokov)

- upútavka na program *Geissenovci* (nevhodné do 12 rokov)
- oznámenie o programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejní* (nevhodné do 15 rokov)
- obrazovo-zvukový predeľ
- komunikát označujúci sponzora programu *HEMOSTOP GEL MAX* (popis vyššie)

21:00 Pokračuje vysielanie programu *Zoo* (nevhodné do 12 rokov)

21:06:01 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát 21:15 *Inkognito*, *Štvrtok*)

21:10 Koniec vyžiadaného záznamu vysielania.

Vysielanie televízie JOJ zo dňa 4. 2. 2016

18:50:00	beží program <i>Moja mama varí lepšie ako tvoja</i>
18:59:31	záver
18:59:32	sponzorský odkaz BEKO Slovakia, s.r.o.
18:59:42	<i>zvukovo-obrazový predeľ</i> časomiera
19:00:00	<i>Krimi</i> - začiatok prehľad správ 1. Vydieranie pre intímne video 2. Chcel zbohatnúť, skončil za mrežami 3. 10-ročný zlodej auta 4. Ženu zrazil vlak 5. Hrozba na koľajniciach 6. Zrazená chodkyňa 7. Séria razií v Nemecku 8. Tatič už nechce chodiť pred súd
19:12:42	<i>zvukovo-obrazový predeľ</i> <i>Inkognito</i> (upútavka) (12) <i>zvukovo-obrazový predeľ</i>
19:13:05	reklama: Mazda, Slovenská sporiteľňa, Rajec, Rennie, Palma, UPC, Carpathia, Maybelline, Dacia, Funfón (4 min. 44 sek.)
19:17:49	<i>zvukovo-obrazový predeľ</i> Naši (oznam o programe) (12) <i>zvukovo-obrazový predeľ</i>
19:18:00	<i>Krimi</i> - pokračovanie 9. Zrazeného odviezli do nemocnice 10. Zabil sa, keď unikol polícii 11. Hľadané osoby 12. „Lanári“ od ľudí peniaze 13. Kradol pacientom lieky 14. Vyhrážal sa, skončil za mrežami 15. Naši špecialisti patria medzi elitu
19:29:40	<i>Krimi</i> - záver
19:29:41	časomiera
19:30:00	<i>Noviny</i> - začiatok prehľad správ 1. Tragicky zahynul mladík 2. Boj o 8-ročného Peťka 3. Situácia v nemocnici 4. Noví ústavní sudcovia nebudú 5. Väzba pre internetovú podvodníčku 6. Prísne strážený karneval
19:41:39	<i>zvukovo-obrazový predeľ</i> Naši (upútavka) 12

19:42:02 *zvukovo-obrazový predeľ*
reklama: Silan, Primabanka, Nissan, Kaufland, Rimmel, Coop Jednota, Hellmanns, Dr. Max, Rajo, Dermacol, Tesco, Renault, ZUNO, Slovakia solené (6 min. 14 sek.)

19:48:16 *zvukovo-obrazový predeľ*
 Inkognito (oznam) (12)

19:48:26 *zvukovo-obrazový predeľ*
Noviny - pokračovanie
 7. Situácia v nemocnici
 8. Zmarili útok islamistov
 9. Žiadajú zrušiť zmluvu s masérom
 10. Auto na streche
 11. Kontroly potravín
 12. 24 hodinový štrajk

19:57:25 *zvukovo-obrazový predeľ* (Krátka reklama)
 19:57:30 **reklama:** Lidl, Funfón (1 min.)
 19:58:30 *zvukovo-obrazový predeľ*
 Naši (oznam o programe) (12)

19:58:40 *zvukovo-obrazový predeľ*
Noviny - pokračovanie
 13. Štrajk na bicykli
 14. V aute si našiel náboje
 15. Bezpečie pre týrané ženy a deti
 16. Chcel zbohatnúť, skončil za mrežami
 17. Volebný prieskum
 18. Bezdomovec kradol
 19. Britsko unijné taktické boje
 20. Assange sa možno vzdá
 21. Piatí Česi sú už doma
 22. Nakrútili jaguára
 Uvidíte v Športe

20:16:10 **Noviny** - záver
 20:16:11 *zvukovo-obrazový predeľ*
 Naši (oznam o programe) (12)

20:16:33 *zvukovo-obrazový predeľ*
reklama: Slovenská sporiteľňa, McDonalds, Pravda, Orion, Opel, Hašlerky, Nasivin, Hyundai, Lidl, Nivea, Pharmaton Geriavit, Poštová banka, UPC, Dacia (5 min. 39 sek.)

20:22:12 *zvukovo-obrazový predeľ*
 Naši (oznam o programe) (12)

20:22:23 *zvukovo-obrazový predeľ*
Štartovací balíček (2 min. 4 sek.)
 zvučka
 moderátor Vlado Voštinár v štúdiu
Vlado Voštinár: „Dobrý večer, ja ich držím naozaj už stále a vy ich môžete takto, takto, alebo čo ja viem aj inak držať, fantastických 60 000 eur už v nedeľu. Minulú nedeľu sme potešili naozaj krásnou výhrou pani Martinu. Ale už, opakujem ešte raz, túto nedeľu, teda o tri dni, môžeme potešiť niekoho z vás ďalšou fantastickou výhrou a viete koľko tu je? Asi viete. 60 000 eur. Poslali ste už od minulej nedele aspoň raz JOJ na 987? Určite tak urobte, lebo už túto sobotu končí hra o 60 000 eur. Ak ste od nedele JOJ na 987 ešte neposlali, no tak v žrebovaní chýbajte. A preto odporúčam, neváhajte a pošlite aspoň raz, stačí raz, JOJ na 987. 60 000 eur, to sú naozaj obrovské peniaze, ak ich prepočítam podľa starej meny, tak mi vychádza, že by išlo o viac ako milión osemstotisíc korún. Veľa. Ak to prepočítam podľa minuloročnej priemernej mzdy, no tak mi vychádza, že na to treba pracovať viac ako 5 rokov. Teraz dávajte veľký pozor. Sústreďte sa. Dnes mám pre vás naozaj vynikajúce prekvapenie.“

Pošlite dnes JOJ na 987 dvakrát a okamžite za to získate 10 000 žrebov. Ja to pre istotu zopakujem ešte raz. Pošlite dnes dvakrát JOJ na 987 a získate za to 10 000 žrebov a možno práve vďaka tomu zbohatnete o, áno, je tu fantastických 60 000 eur. Sledujte nás aj zajtra po dvadsiatej a posielajte JOJ na 987, pretože práve dnes je to mimoriadne výhodné. Zbohatnúť o fantastických 60 000 môžete už túto nedeľu. Ako? Je to naozaj veľmi jednoduché. Aspoň raz pošlite JOJ na 987 a môže to byť vaše. Držím palce.“

V obraze:

V dolnej časti obrazovky na červenej lište nápis: VÝHRA 60 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987

V druhej časti komunikátu na červenej lište nápis: Dnes prémia 10.000 žrebov!

Pod lištou beží počas celej doby trvania komunikátu oznam:

Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 6. 2. 2016. Výhercu 60.000 eur žrebujeme v nedeľu 7.2.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv

Záverečný titulok: Pre TV JOJ vyrobila Slovenská produkčná, a.s. c 2016

20:24:27 *zvukovo-obrazový predel*

Naši (oznam o programe) (12)

zvukovo-obrazový predel

20:24:30 Clavin platinum - sponzor programu

Tipsport – sponzor programu

20:24:53 **Šport**

Radovan Ležovič, moderátor: „Hokejistom Slovana chýba na postup do play-off KHL už iba krôčik. Jedno víťazstvo za tri body a k tomu prehra Dynama Minsk. Dobrý večer. (na obrazovke titulok: Chabarovsk, Rusko. Nájazdy rozhodli Kašpar a Šťastný) Belasí totiž vyhrali aj na ľade Chabarovska 3:2 po nájazdoch a na ôsmom mieste majú už 9 bodový náskok.“

20:25:14 1. príspevok, v obraze hokejový zápas, **redaktor:** „V zámorskej NHL sa zo...

20:25:15 v spodnej časti obrazovky sa objavil zelený pás v ňom sprava doľava prebieha text: V tomto programe sú použité produkty (na obrazovke cca 11 sek.)

Redaktor: ...slovenských hráčov do akcie dostali iba Tomášovia v drese Detroitu, lenže svoj prvý zápas v Tampe od vyradenia z posledného zápasu play-off červené krídla nezvládli a prehrali jedna tri.“ Pokračuje o zápase NHL Detroit – Tampa Bay, potom hovorí o treste pre hráča NHL, ktorý napadol rozhodcu.

2. Brzdia ich vážne finančné problémy

3. Rekordná siedma výhra po sebe

4. Vo Fed Cupe naposledy pred 21 rokmi

5. Antlová (horká) víťazná horúčka

6. Náhrada za Chorvátku sklamala

7. Prvú priečku si neudržal

8. Lille – Good Angels Košice 48:78

9. Basketbalová symfónia v pohybe

10. Dnešné tipy - Tipsport

20:31:38 v spodnej časti obrazovky: *V tomto programe sú použité produkty*

20:31:51 Tipsport – sponzor programu

Clavin platinum - sponzor programu

zvukovo-obrazový predel

Naši (oznam o programe) (12)

zvukovo-obrazový predel

Liquido duo – sponzor programu

20:32:29 **Najlepšie počasie**

20:38:05	Liquido duo – sponzor programu <i>zvukovo-obrazový predeľ</i> Inkognito (oznam o programe) (12) <i>zvukovo-obrazový predeľ</i>
20:38:22	Alpro mandľový nápoj – sponzor relácie Naši – seriál (12)
20:52:38	<i>zvukovo-obrazový predeľ</i> Inkognito (oznam o programe) (12) <i>zvukovo-obrazový predeľ</i>
20:53:02	reklama: Tatra banka, Garnier, Opel, Pilot, Mucosolvan + Mugotussol, Billa, Orbit, Hartmann, Palma, Billa, Prima Banka, Bepanthen, Jacobs, Poštová Banka, CK2, ZUNO (6 min. 19 sek.)
20:59:21	<i>zvukovo-obrazový predeľ</i>
20:59:26	Štartovací balíček (28 sek.) Obrazová zložka: Ulica, Vlado Voštinár zdraví muža v striebornom kostýme (živú sochu). Ten vytáhuje mobilný telefón a vytukáva číslo. Cez obrazovku sa objaví veľký nápis 60 000 €. Na muža v striebornom sa začnú z neba sypať bankovky. Okolo ide muž so ženou. Detail na ruku držiacu mobilný telefón a ruku držiacu bankovku. Muž a žena sa objímajú, z neba na nich padajú bankovky. Muž držiaci škatule na pizzu, zbadá objímajúci sa pár (mimo záber), pustí škatule z ruky a vytiahne mobil z vrečka, ťuká do mobilu. Cez záber sa objaví veľký farebný nápis 60 000 €. Muž tancuje a zhora naňho padajú bankovky. Široký záber na ulicu, na ktorej vidieť muža v striebornom kostýme, muža so ženou aj muža so škatuľami na pizzu, na všetkých padajú bankovky. V ľavej dolnej časti obrazovky nápisy: 1. POŠLITE SMS S TEXTOM JOJ NA 987 2. CENA SMS SPRÁVY 2€ S DPH Hlas: „Máte chuť zbohatnúť až o 60 000 eur? Televízia JOJ mimoriadne navýšila štartovací balíček na fantastických 60 000 eur. Pošlite JOJ na 987 a podte do žrebovania. Výhra 60 000 eur môže byť vaša už v nedeľu 7. februára.“ V štúdiu stojí moderátor Vlado Voštinár. Za ním na obrazovke je ulica a nápis: ŠTARTOVACÍ BALÍK V ľavej dolnej časti obrazovky nápis: POŠLITE JOJ NA 987 Vlado Voštinár: „Sledujte JOJ-ku každý deň po dvadsiatej a posielajte JOJ na 987.“ Na spodnom okraji obrazovky beží počas celej doby trvania komunikátu oznam: <i>Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 06.02.2016. Výhercu 60.000 eur žrebujeme v nedeľu 07.02.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2,00 EUR s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv</i> Po celý čas na obrazovke v pravom dolnom rohu nápis: ŠTARTOVACÍ BALÍČEK Záverečný záber: červené pozadie, obrázok balíčka a cez neho veľký nápis: ŠTARTOVACÍ BALÍČEK
20:59:54	Hobit 2: Smaugova pustatina (upútavka) (12) Janko a Marienka, lovci čarodejníč (upútavka) (15) Inkognito (oznam o programe) (12)
21:01:28	Alpro mandľový nápoj – sponzor relácie Naši – seriál (12) - pokračovanie
21:10:15	koniec záznamu

Vysielanie televízie JOJ zo dňa 5. 2. 2016

18:50 – 18:59 Program *Moja mama varí lepšie ako tvoja* (nevhodné do 12 rokov)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)
- časomiera

19:00 Program *Krimi*

19:14:24 obrazovo-zvukový predel

- upútavka na program *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:14:54 – 19:19:23 **Reklama** (trvanie cca 4 min. 29 s)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:19 Pokračuje vysielanie programu *Krimi*

19:29 Koniec programu.

- časomiera

19:30:00 Program **Noviny**

19:43:55 **obrazovo-zvukový predel**

- obrazovo-zvukový predel

19:44:03 – 19:51:32 **Reklama** (trvanie cca 7 min. 29 s)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:51 Pokračuje vysielanie programu *Noviny*

20:03:20 **obrazovo-zvukový predel** (krátka reklama)

20:03:24 – 20:04:24 **Reklama** (trvanie cca 1 min.)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:04 Pokračuje vysielanie programu *Noviny*

20:17:26 **Koniec programu.**

- obrazovo-zvukový predel
- upútavka na program *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:17:57 – 20:22:36 **Reklama** (trvanie cca 4 min. 39 s)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:22:47 – 20:25:33 **komunikát Štartovací balíček** (trvanie cca 2 min. 46 s)

Moderátor v štúdiu: „*Pekne pozdravujem, aj dnes vám želim dobrý večer. Sledujete Štartovací balíček alebo budem konkrétnejší. Toto je on* (moderátor poukazuje na zväzok bankoviek, ktoré drží v ruke). *Toto je ten váš štartovací balíček. O tieto peniaze sa hrá aj dnes, takže relatívne pohoda. O tieto peniaze sa hrá aj zajtra, ale pozor. Zajtra už je sobota a to znamená, že už zajtra o polnoci sa končí hra o aktuálnu výhru, ukážem ešte raz, 60-tisíc eur. Už iba dnes a zajtra hráme o týchto fantastických 60-tisíc eur. Tak poďte ešte do žrebovania a pošlite aspoň raz JOJ na 987 a už v nedeľu sa môžete tešiť z peňazí, ktoré v starej mene predstavovali viac ako milión osemstotisíc slovenských korún, a na ktoré sa po prepočítaní podľa vlnajšej priemernej mesačnej mzdy pracuje viac ako päť rokov. Ak ste od minulej nedele ešte neposlali*

žiadnu hernú SMS-ku, tak v žrebovaní určite chýbate. A ešte jedna doplňujúca informácia, pre tých z vás, ktorí už doteraz v našej súťaži hrali, no od poslednej nedele ešte nie, jedinou hernou SMS-kou, napríklad s textom JOJ na 987, si aktivujete úplne všetky žreby, ktoré ste doteraz získali. Všetky ich tak znova dostanete do hry. Aj dnes mám pre vás zaujímavú prémii. Odpovedzte správne na nasledujúcu otázku a ihneď vám pribudne 6-tisíc žrebov. A teraz tá otázka – Ktorú spravodajskú reláciu moderuje moderátor Ľuboš Sarnovský? Ak si myslíte, že je to relácia Noviny, tak pošlite SMS s textom A na 987. Ak si myslíte, že je to relácia Šport, tak pošlite SMS s textom B na 987. Ja ešte raz zopakujem otázku, lebo za správnu odpoveď získate mimoriadnych 6-tisíc žrebov a možno práve vďaka tomu zbohatnete o, áno, ukážem, je to veľká suma peňazí, o 60-tisíc eur. Ktorú spravodajskú reláciu moderuje moderátor Ľuboš Sarnovský. Ak si myslíte, že Noviny, tak pošlite SMS s textom A na číslo 987, ak si myslíte, že Šport, tak pošlite SMS s textom B na 987. A nezabudnite, je to veľmi dôležité, do konca hry o 60-tisíc eur zostávajú už necelé dva dni. Sledujte nás aj zajtra po 20-tej a posielajte SMS-ky, ktoré vám môžu priniesť týchto fantastických 60-tisíc eur. Už v nedeľu. Želám vám pekný večer.“

V dolnej časti obrazovky na červenej lište nápis: VÝHRA 60 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987. Pri uvedení súťažnej otázky moderátorom sa v obraze objaví červená lišta s otázkou a informáciami:

Ktorú spravodajskú reláciu moderuje moderátor Ľuboš Sarnovský?

A: Noviny B: Šport

Pošlite SMS s textom A alebo B na 987. Získate prémii 6000 žrebov!

Pod lištou beží počas celej doby trvania komunikátu oznam:

Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 6. 2. 2016. Výhercu 60.000 eur žrebujeme v nedeľu 7.2.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv

Záverečný titulok: Pre TV JOJ vyrobila Slovenská produkčná, a.s. c 2016.

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* (nevhodné do 15 rokov)

20:25:40 – 20:25:49 komunikát označujúci sponzora programu *Tipsport*

Obrazová zložka: Na modrej ploche sa objaví postupne logo *Tipsport* s oranžovou fajkou. V dolnej ľavej časti obrazu je uvedený odkaz www.tipsport.sk. Modrá plocha sa z hornej časti prekryje bielou farbou a v strede obrazu sa dynamicky zobrazí text: *Stávky na internete bez manipuláku!* Písmená potom zmiznú z obrazu, bielu plochu prekryje modrá plocha a na nej sa opätovne vyskladá logo spoločnosti *Tipsport* s oranžovou fajkou. V spodnej bielej časti obrazu sa v strede zobrazí odkaz www.tipsport.sk. V pravej časti obrazu je po celý čas komunikátu uvedený text: *sponzor programu*.

Verbálna zložka: „*Tento program a nulový manipulák na internete vám prináša Tipsport, www.tipsport.sk.*“

20:25:50 Začína program **Šport**

Moderátor: „*O banskobystrickej latke (v spodnej časti obrazu je krátko zobrazená lišta s menom moderátora Radovan Ležovič a dátumom 5. 2. 2016) opäť píšú médiá po celom svete, dobrý večer. Organizátorom sa aj tento raz podarilo prilákať (v spodnej časti obrazu lišta s názvom príspevku Taliani to pod Urpínom roztočili) pod Urpín popredných svetových skokanov do výšky a tí nesklamali, vytvorili tu svetový výkon roka a to hneď dvakrát.*“

Redaktor (v obrazovej zložke zábery zo športového podujatia): „*Bol to taliansky večer v strede Slovenska. (20:26:11 – 20:26:21 v obraze v dolnej časti v zelenej lište z pravej strany do ľavej prechádza text: V tomto programe sú použité produkty) O víťazstvo sa napokon pobili dvaja Taliani – Fassinotti a Tamberi. Druhý menovaný, oholený iba na polovicu sa stal miláčikom publika, keď napokon skočil svetový výkon roka 235 cm, hala na Štiavničkách takmer spadla. Ten istý výkon a rekord Taliana následne zopakoval aj jeho krajan Fassimotti, no uletený miláčik Tamberi menším počtom pokusov a užíval si veľkú slávu.*“ Nasleduje vyjadrenie G. Tamberiho. Redaktor: „*Niektorí žiadali, nech si po víťazstve oholí aj druhú polovicu tváre, no o tom uletený Talian nechcel ani počuť a svoj imidž ešte vylepšil perom.*“ Nasleduje vyjadrenie G. Tamberiho. Redaktor: „*Do vytrženia však priviedol divákov*

aj Slováč Bubeník. Na Latke skočil výborných 230 cm a zastavil sa až na slovenskom halovom rekorde 233.“ Koniec príspevku

2. Prednosť dostali mladé Košičanky

3. Strelecké hody už v 1. tretine

4. 45. KOLO

5. Hossa útočí na magickú métu!

6. Vylúčenie hodné návštevy očného...

7. V Jasnej slalom navyše nebude

8. Robot ako Tiger Woods zamlada...

- prehľad kurzov komunity tipérov (20:32:24 – 20:32:34 v obraze v dolnej časti v zelenej lište z pravej strany do ľavej prechádza text: V tomto programe sú použité produkty)

20:32:36 Koniec programu.

20:32:37 – 20:32:46 komunikát označujúci sponzora programu *Tipsport* (popis vyššie)

- obrazovo-zvukový predel

- oznámenie o programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* (nevhodné do 15 rokov)

20:32:53 – 20:33:02 komunikát označujúci sponzora programu *Liquido Duo*

Obrazová zložka: Kamera sníma usmievajúce sa dieťa s dlhými vlasmi otočené hlavou dole (v pozadí počuť detský smiech). V spodnej ľavej časti obrazu je uvedená informácia *SPONZOR PROGRAMU*. Obraz sa vysunie akoby doľava a strede plochy sa objaví škatuľové balenie produktu *Liquido Duo Forte*, z ktorého vypadávajú animované vši, ktoré rýchlo utekajú od balenia do strán. Názov produktu na balení sa krátko zvýrazní svetelným efektom. V pravej spodnej časti obrazu sú informácie *zdravotnícka pomôcka*, (nečitateľné pre časový kód, *SWISS PHARMACEUTICALS INVESTMENT LLC*, *vývoj lekárskeho prípravku*).

Verbálna zložka: „*Liquido Duo, prípravok na likvidáciu vší a hníd s rýchlym účinkom, Liquido Duo.*“

20:33 – 20:38 Program *Najlepšie počasie*

20:38:43 – 20:38:52 komunikát označujúci sponzora programu *Liquido Duo* (popis vyššie)

- obrazovo-zvukový predel

- oznámenie o programe *Farmár hľadá ženu* (nevhodné do 12 rokov)

- obrazovo-zvukový predel

20:38:59 – 20:39:08 **komunikát označujúci sponzora programu *ZINC EURO*** (trvanie cca 9 s)

Obrazová zložka: Na červenom podklade je graficky znázornená biela kamera na stojane. Prst ruky spustí nahrávanie alebo prehrávanie. Z kamery vychádza prúd lúčov. V jeho spektre sa sprava prikotúľa biela grafická tvár, ktorá sa usmeje. Pod ňou sa rozvinie nápis *pôžičky*. Tvár podskočí. Kamera zmizne z obrazovky smerom doprava. Plocha obrazovky sa rozdelí na dve polovice. Ľavá je červená a pravá svetlomodrá. Na červenom podklade vľavo je grafická usmiata tvár a pod ňou nápis *investície*. Pod usmiatou tvárou vpravo je nápis *pôžičky*. Z oboch tvárí potom ostanú prázdne kruhy, ktoré vzájomne splynú a vytvoria plný biely kruh s tromi sústredenými kružnicami. Tie následne splynú s vnútorným bielym kruhom. V jeho strede sa ukáže červený nápis *zinc* a pod ním v červenom obdĺžniku nápis *euro*. Na spodnom okraji je zobrazený nápis www.zinceuro.sk a pod ním menším písmom *Sponzor programu je spol. ZINC EURO a. s.*

Verbálna zložka: Mužský hlas: „*Tento program a možnosť výhodne si požičať priamo od ľudí vám prináša Zinc euro. Spravodlivejší systém pôžičiek od ľudí pre ľudí.*“

20:39:09 – 20:39:19 komunikát označujúci sponzora programu *Clavin Platinum*

Obrazová zložka: záber na muža oblečeného v uniforme ako hradná stráž, stojaci v strážnej búde, v pozadí je brána. Oboma rukami si pri tele pridrža pušku. Sprava prichádza žena oblečená v podprsenke a krátkych bielych šortkách. Rukou sa mu letmo dotýka ramena smerom zhora nadol a povie. „Ššš, *môžeme hneď.*“ Postrčí ho a tlačí ho smerom doľava, on sa posúva akoby na plošine.

Prestrih – na bledomodrom pozadí je statický obraz muža červenej pokožky s roškami na hlave, má oblečenú čiernu košeľu. V ruke drží škatuľku s nápisom: *Clavin PLATINUM* a usmieva sa. V pravom hornom rohu obrazovky je modrý nápis: *Clavin* podčiarknutý červenou čiarou s vystúpeným i nahor, pod ktorým je červený trojuholníček. Na spodnom okraji

obrazovky je uvedený: *sponzor programu; výživový doplnok; SWISS s emblémom švajčiarskej vlajky.*

Nasleduje predel a bližší záber na krabičku s modro-šedým názvom *Clavin PLATINUM* v strede bledomodrej obrazovky. Nápis *Clavin* v pravom hornom rohu ostáva, ako aj informácie nachádzajúce sa v spodnej časti obrazovky.

Na spodnom tmavom okraji krabičky je napísané bielymi písmenami: *PEVNÁ A RÝCHLA EREKCIA!* Zboku krabičky: *Obsahuje tribulus a crocus.*

Zvuková zložka: mužský hlas hovorí počas zobrazenia škatuľky v strede obrazovky: „*Clavin Platinum – prípravok na skvalitnenie erekcie s rýchlym nástupom účinku.*“

20:39:19 – 20:39:29 komunikát označujúci sponzora programu *Ocutein Brillant*

Obrazová zložka: V obraze sa objaví znaky slúžiace na kontrolu zraku, v pozadí na pravej strane sa objaví detailný záber na oko – záber vystúpi do popredia a oko žmurká. Oko i znaky sa oddialia, až celkom zmiznú. V zábere je balenie prípravku *Ocutein Brillant* (na balení sú umiestnené znaky i oko). Na balení produktu sa iskrou zvýrazní slovo *BRILLANT*. V spodnej časti obrazu sú umiestnené textové informácie: *výživový doplnok, Ocutein® Brillant Lutein 25 mg obsahuje lutein, vitamín A, zinok, med' a selén.* V pravej dolnej časti obrazu textová informácia *sponzor programu.*

V pravej dolnej časti obrazu textová informácia *sponzor programu.*

V hornej pravej časti obrazu informácia: „*Org. zložka SWISS PHARMACEUTICALS INVESTMENT LLC vývoj lekárenských prípravkov.*“

Verbálna zložka: „*Brilantný obraz vám prináša Ocutein Brillant. Ocutein Brillant Lutein, 25 miligramov, brilantná starostlivosť o môj zrak.*“

20:39:30 Začína program *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)

20:43 (v dolnej pravej časti obrazu krátko komunikát 20:35 *Hobit: Smaugova pustatina, nedeľa*)

20:47 (v dolnej pravej časti obrazu krátko komunikát 17:55 *Moja mama varí lepšie ako tvoja, pondelok*)

20:51 (v dolnej pravej časti obrazu krátko komunikát 17:55 *Nové bývanie – dizajn, nedeľa*)

20:52:05 – 20:52:15 komunikát označujúci sponzora programu *Clavin Platinum* (popis vyššie)

- obrazovo-zvukový predel
- upútavka na program *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:52:34 – 20:58:53 **Reklama** (trvanie cca 6 min. 19 s)

- obrazovo-zvukový predel

20:58:57 – 20:59:17 **Štartovací balíček** (trvanie cca 20 s)

Obrazová zložka: Muž a žena kráčajú po ulici, muž v striebornom kostýme vyhadzuje do vzduchu bankovky, ktoré lietajú všade okolo. Kamera sníma detail ruky držiacej mobilný telefón a rozbalenie bankovky pri telefóne. Kamera sníma pár muža a ženy, okolo ktorých lietajú bankovky. Muž i žena sa objímajú, v obraze sa objaví farebná suma 60 000 €. Kamera sníma muža s balíkmi v ruke, ktorý pozerá akoby na objímajúci sa pár (mimo záber), muž pustí škatule z ruky a vytiahne mobil z vrečka nohavíc, ťuká do mobilu. Kamera sníma, ako muž tancuje a okolo neho lietajú bankovky. Kamera sníma ulicu, na ktorej vidieť muža v kostýme, pár muža i ženy a muža s balíkmi, na ktorých padajú bankovky. V obraze informácie: *CENA SMS SPRÁVY 2 € S DPH.* V spodnej časti obrazu prebiehajú informácie: *Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 6. 2. 2016. Výhercu 60.000 eur zrebujeme v nedeľu 7.2.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv.*

Mužský hlas: „*Televízia JOJ mimoriadne navýšila výhru na 60-tisíc eur. Pošlite JOJ na 987 a už v nedeľu 7. februára ich môžete vyhrať práve vy.*“

Kamera sníma moderátora v štúdiu. V spodnej časti obrazu sa objaví farebná lišta s informáciami: *POŠLITE JOJ NA 987.*

Moderátor: „*Sledujte JOJ-ku každý deň po 20-tej a posielajte JOJ na 987.*“

V závere na obrazovke zostáva text „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“ na pozadí veľkej darčekovej škatule s logom JOJ.

- obrazovo-zvukový predel
- upútavka na program *Hobit 2: Smaugova pustatina* (nevhodné do 12 rokov)
- upútavka na program *Farmár hľadá ženu* (nevhodné do 12 rokov)
- upútavka na program *Dovidenia, stará mama* (nevhodné do 12 rokov)
- oznámenie o programe *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

21:01 Pokračuje vysielanie programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* (nevhodné do 15 rokov)

21:06 (v dolnej pravej časti obrazu krátko komunikát 21:50 *Sladký život, pondelok*)

21:10 Koniec vyžiadaného záznamu vysielania.

Vysielanie programovej služby JOJ zo dňa 6. 2. 2016

18:48 upútavka na program *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)

- upútavka na program *Noviny*
- upútavka na program *Krimi*
- oznámenie o programe *Nové bývanie – dizajn*
- obrazovo-zvukový predel

18:50:36 – 18:50:46 komunikát označujúci sponzora programu *Ocutein Brilliant*

Obrazová zložka: V obraze sa objavia znaky slúžiace na kontrolu zraku, v pozadí na pravej strane sa objaví detailný záber na oko – záber vystúpi do popredia a oko žmurká. Oko i znaky sa oddialia, až celkom zmiznú. V zábere je balenie prípravku *Ocutein Brilliant* (na balení sú umiestnené znaky i oko). Na balení produktu sa iskrou zvýrazní slovo BRILLANT. V spodnej časti obrazu sú umiestnené textové informácie: *výživový doplnok, Ocutein® Brilliant Lutein 25 mg obsahuje lutein, vitamín A, zinok, meď a selén*. V pravej dolnej časti obrazu textová informácia sponzor programu.

V hornej pravej časti obrazu informácia: „Org. zložka SWISS PHARMACEUTICALS INVESTMENT LLC vývoj lekárenských prípravkov“.

Verbálna zložka: „Brilantný obraz vám prináša *Ocutein Brilliant*. *Ocutein Brilliant Lutein*, 25 miligramov, brilantná starostlivosť o môj zrak.“

18:50 Pokračuje vysielanie programu *Naši* (nevhodné do 12 rokov, umiestňované produkty)

18:51 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát 20:35 *Hobit: Smaugova pustatina, nedeľa*)

18:55 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát 17:55 *Nové bývanie – dizajn, nedeľa*)

18:59 Koniec programu

18:59:32 – 18:59:42 komunikát označujúci sponzora programu *Ocutein Brilliant* (prepís vyššie)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel
- časomiera

19:00 Program *Krimi*

19:11:40 obrazovo-zvukový predel

- upútavka na program *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:11:58 – 19:16:33 Reklama (trvanie cca 4 min. 35 s)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:16 Pokračuje vysielanie programu *Krimi*

19:29 Koniec programu

- časomiera

19:29:59 Program **Noviny**

19:43:43 **obrazovo-zvukový predel**

- upútavka na program *Hobit 2: Smaugova pustatina* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:44:07 – 19:51:31 **Reklama** (trvanie cca 7 min. 24 s)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

19:51 Pokračuje vysielanie programu *Noviny*

20:02:22 **obrazovo-zvukový predel** (krátka reklama)

20:02:26 – 20:03:26 **Reklama** (trvanie cca 1 min.)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:03 Pokračuje vysielanie programu *Noviny*

20:16:19 **Koniec programu.**

- obrazovo-zvukový predel
- upútavka na program *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:16:39 – 20:21:58 **Reklama** (trvanie cca 5 min. 19 s)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:22:08 – 20:24:33 **komunikát Štartovací balíček** (trvanie cca 2 min. 25 s)

Moderátor v štúdiu: „Najlepšie peniaze sú tie, ktoré sú vaše. To je stará ľudová múdrosť, ktorá samozrejme platí aj v Štartovacom balíčku a ten Štartovací balíček už onedlho bude váš. Želám pekný, dobrý večer, ale hneď na úvod, veľmi dôležitá informácia. Dnes o polnoci sa končí hra o, áno, týchto fantastických 60-tisíc eur (moderátor poukazuje na bankovky, ktoré drží v ruke). Áno, je to presne tak, dnes máte poslednú šancu hrať o 60-tisíc eur, peniaze, o sumu, na ktorú po prepočítaní podľa minuloročnej priemernej mzdy treba pracovať viac ako päť rokov. Vy však k takýmto obrovským peniazom môžete prísť už zajtra. Ako nato? Jednoducho. Stačí, ak aspoň raz pošlete JOJ na 987, ak ste to od minulej nedele ešte neurobili, no tak chyba a veľká chyba, lebo v žrebovaní určite nie ste. A teraz ďalšia pre vás dôležitá informácia o dnešnej prémii. Pošlite dnes JOJ na 987 2x a pribudne vám mimoriadnych 17-tisíc žrebov (v dolnej časti obrazu krátko lišta DNES PRÉMIA 17 000 ŽREBOV). Ja to pre istotu zopakujem. Je to lákavé. Pošlite dnes 2x JOJ na 987 a získate zato mimoriadnych 17-tisíc žrebov a možno práve kvôli tomu ako výhercu týchto 60-tisíc eur už zajtra vyžrebujeme vás. Hra o 60-tisíc sa naozaj blíži k svojmu záveru. Dnes do polnoci vám zostáva už naozaj málo času, hrajte preto, podťe do zajtrajšieho žrebovania a aktivujte si všetky žreby, ktoré ste doteraz získali a zvyšujte svoju šancu zbohatnúť. O koľko? O 60-tisíc eur. Ako nato? Jednoducho. Pošlite aspoň raz JOJ na 987 a nezabudnite, za dve takéto SMS-ky dnes získate mimoriadnych 17-tisíc žrebov. Ako výhercu tejto sumy, ja to ukážem ešte raz, vyžrebujeme možno práve vás. Tak sledujte nás aj zajtra po 20-tej a hlavne posielajte ešte do polnoci, stíhate určite, je to jednoduché, JOJ na 987. Vidíme sa zajtra, držím palce, pekný večer.“

V dolnej časti obrazovky na červenej lište nápis: VÝHRA 60 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987.

Pod lištou beží počas celej doby trvania komunikátu oznam:

Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 6. 2. 2016. Výhercu 60.000 eur žrebujeme v nedeľu 7. 2. 2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv

Záverečný titulok: Pre TV JOJ vyrobila Slovenská produkčná, a.s. c 2016.

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:24:39 – 20:24:48 komunikát označujúci sponzora programu *Tipsport*

Obrazová zložka: Na modrej ploche sa objaví postupne logo *Tipsport* s oranžovou fajkou. V dolnej ľavej časti obrazu je uvedený odkaz www.tipsport.sk. Modrá plocha sa z hornej časti prekryje bielou farbou a v strede obrazu sa dynamicky zobrazí text: *Stávky na internete bez manipuláku!* Písmená potom zmiznú z obrazu, bielu plochu prekryje modrá plocha a na nej sa opätovne vyskladá logo spoločnosti *Tipsport* s oranžovou fajkou. V spodnej bielej časti obrazu sa v strede zobrazí odkaz www.tipsport.sk. V pravej časti obrazu je po celý čas komunikátu uvedený text: *sponzor programu*.

Verbálna zložka: „*Tento program a nulový manipulák na internete vám prináša Tipsport, www.tipsport.sk.*“

20:24:49 Začína program **Šport** (umiestňované produkty)

Moderátor v štúdiu: „*Tŕnistá cesta slovenských tenistiek cez Austrálčanky v pohári federácie, dobrý večer* (v spodnej časti obrazu je krátko zobrazená lišta s menom moderátora Radovan Ležovič a dátumom 6. 2. 2016.). *Túžba vyhrať po prvom dni nad nepríjemným súperom* (v spodnej časti obrazu lišta s názvom príspevku *Upokojila sa, až keď prehrávala*) 2:0 dostala trhliny nečakane už v zápase našej jednotky Anny Karolíny Schmiedlovej:“

Redaktor (v obraze zábery na tenistky zo športového podujatia): „*V rebríčku WTA 29. Schmiedlová (20:25:12 – 20:25:22 v obraze v dolnej časti v zelenej lište z pravej strany do ľavej prechádza text: V tomto programe sú použité produkty) nastúpila proti Arine Rodionovovej, ktorá je až na 275. priečke. Karolína mala napriek tomu so súperkou obrovské problémy, vôbec jej nešli podania, naopak Austrálčanke vychádzali smrtiace stop bally. Aj vďaka nim získala prvý set 7:5 a v tom druhom vyhrávala už 4:1, pričom mala k dobru dva brejky. Ani táto situácia našu jednotku nezlomila.*“ Nasleduje vyjadrenie A. K. Schmiedlovej. Redaktor: „*Zmena prístupu vliala Schmiedlovej novú vlnu psychickej pohody. Druhý set vyhrala 7:5a hoci v treťom nadelila súperke kanára, tímové spoluhráčky držala v poriadnom napätí.*“ Vyjadrenie A. K. Schmiedlovej. Redaktor: „*Druhý zápas mal žiaľ úplne opačný vývoj. Jana Čepelová síce vyhrávala nad Samanthou Stosurovou pomerne rýchlo 2:0, ale potom sa austrálska favoritka dostala do tempa a 22-ročnú Košičanku zdolala jednoznačne 6:3, 6:4. Po prvom hracom dni je stav zápasu Slovensko – Austrália vyrovnaný, 1:1.*“

Koniec príspevku.

2. Derby ako sa patrí
3. Crosby na všetko nestačí
4. Líšky okabátili aj miliardárov...
5. Liverpool nastúpil proti Sunderlandu
7. Celkovým víťazom Nemec Kittel
8. Olympijská trať sedela Jansrudovi
9. Šláger rozhodla trojka s klaksónom
10. Hádám ho videl aj rys ostrovid

- tabuľka komunity tipérov (20:31:21 – 20:31:31 v obraze v dolnej časti v zelenej lište z pravej strany do ľavej prechádza text: *V tomto programe sú použité produkty*)

20:31:33 Koniec programu

20:31:34 – 20:31:43 komunikát označujúci sponzora programu *Tipsport* (popis vyššie)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:31:50 – 20:31:59 komunikát označujúci sponzora programu *Liquido Duo*

Obrazová zložka: Kamera sníma usmievajúce sa dieťa s dlhými vlasmi otočené hlavou dole (v pozadí počuť detský smiech). V spodnej ľavej časti obrazu je uvedená informácia *SPONZOR PROGRAMU*. Obraz sa vysunie akoby doľava a v strede plochy sa objaví škatuľové balenie produktu *Liquido Duo Forte*, z ktorého vypadávajú animované vši, ktoré rýchlo utekajú od balenia do strán. Názov produktu na balení sa krátko zvýrazní svetelným efektom. V pravej spodnej časti obrazu sú informácie *zdravotnícka pomôcka*, (nečitateľné pre časový kód, *SWISS PHARMACEUTICALS INVESTMENT LLC*, *vývoj lekárskeho prípravku*).

Verbálna zložka: „*Liquido Duo, prípravok na likvidáciu vši a hníd s rýchlym účinkom, Liquido Duo.*“

20:32 – 20:37 Program *Najlepšie počasie*

20:37:38 – 20:37:47 komunikát označujúci sponzora programu *Liquido Duo* (popis vyššie)

- obrazovo-zvukový predel
- oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:37:54 – 20:38:04 komunikát označujúci sponzora programu *Clavin Platinum*

Obrazová zložka: záber na miestnosť v nemocničnom prostredí, muž v lekárskom ošatení s rúškom na ústach sa skláňa, v ruke má nožnice, v pozadí znie pravidelné pípanie. Zrazu mu ženská ruka stiahne rúško, nadvihne sa, čím sa žena dostane do záberu, prikrytá plachtou od prs nižšie. Žena chytí muža za hlavu a povie: „Ššš, *môžeme hneď*.“ Ten najskôr hľadá zmätene, potom zalomí rukami a spolu so ženou sa skláňa dolu. Pípanie v pozadí sa zrýchľuje. Prestrih – na bledomodrom pozadí je statický obraz muža červenej pokožky s roškami na hlave, má oblečenú čiernu košeľu. V ruke drží krabičku s nápisom: „*Clavin PLATINUM*“ a usmieva sa. V pravom hornom rohu obrazovky je modrý nápis: „*Clavin*“ podčiarknutý červenou čiarou s vystúpeným *i* nahor, pod ktorým je červený trojuholníček. Na spodnom okraji obrazovky je uvedené: „*sponzor programu*“; „*výživový doplnok*“; „*SWISS*“ s emblémom švajčiarskej vlajky.

Nasleduje predel a bližší záber na krabičku s modro-šedým názvom „*Clavin PLATINUM*“ v strede bledomodrej obrazovky. Nápis *Clavin* v pravom hornom rohu ostáva, ako aj informácie nachádzajúce sa naspođu obrazovky. Na spodnom tmavom okraji krabičky je napísané bielymi písmenami: „*PEVNÁ A RÝCHLA EREKCIA!*“ Zboku krabičky: „*Obsahuje tribulus a crocus.*“

Zvuková zložka: mužský hlas hovorí počas zobrazovania škatuľky v strede obrazovky: „*Clavin Platinum – prípravok na skvalitnenie erekcie s rýchlym nástupom účinku.*“

20:38:04 – 20:38:13 komunikát označujúci sponzora programu **ZINC EURO** (trvanie cca 9 s)

Obrazová zložka: Na červenom podklade je graficky znázornená biela kamera na stojane. Prst ruky spustí nahrávanie alebo prehrávanie. Z kamery vychádza prúd lúčov. V jeho spektre sa sprava prikotúľa biela grafická tvár, ktorá sa usmeje. Pod ňou sa rozvinie nápis *pôžičky*. Tvár podskočí. Kamera zmizne z obrazovky smerom doprava. Plocha obrazovky sa rozdelí na dve polovice. Ľavá je červená a pravá svetlomodrá. Na červenom podklade vľavo je grafická usmiata tvár a pod ňou nápis *investície*. Pod usmiatou tvárou vpravo je nápis *pôžičky*. Z oboch tvárí potom ostanú prázdne kruhy, ktoré vzájomne splynú a vytvoria plný biely kruh s tromi sústredenými kružnicami. Tie následne splynú s vnútorným bielym kruhom. V jeho strede sa ukáže červený nápis *zinc* a pod ním v červenom obdĺžniku nápis *euro*. Na spodnom okraji je zobrazený nápis www.zinceuro.sk a pod ním menším písmom: *Sponzor programu je spol. ZINC EURO a.s.*

Verbálna zložka: „*Tento program a možnosť výhodne si požičať priamo od ľudí vám prináša zinc euro. Spravodlivejší systém pôžičiek od ľudí pre ľudí.*“

20:38:14 Začína program *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)

20:43 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát 20:35 *ZOO, pondelok*)

20:49 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát 20:35 *Hobit: Smaugova pustatina, nedeľa*)

20:52:21 obrazovo-zvukový predel

- upútavka na program *Zoo* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

20:52:44 – 20:58:23 **Reklama** (trvanie cca 5 min. 39 s)

- obrazovo-zvukový predel

20:58:28 – 20:58:46 **komunikát Štartovací balíček** (trvanie cca 18 s)

Obrazová zložka: Muž a žena kráčajú po ulici, muž v striebornom kostýme vyhadzuje do vzduchu bankovky, ktoré lietajú všade okolo. Kamera sníma detail ruky držiacej mobilný telefón a rozbalenie bankovky pri telefóne. Kamera sníma pár muža a ženy, okolo ktorých lietajú bankovky. Muž i žena sa objímajú, v obraze sa objaví farebná suma 60 000 €. Kamera sníma muža s balíkmi v ruke, ktorý pozerá akoby na objímajúci sa pár (mimo záber), muž pustí škatule z ruky a vytiahne mobil z vrečka nohavíc, ťuká do mobilu. Kamera sníma, ako muž tancuje a okolo neho lietajú bankovky. Kamera sníma ulicu, na ktorej vidieť muža v kostýme, pár muža i ženy a muža s balíkmi, na ktorých padajú bankovky. V obraze informácie: *CENA SMS SPRÁVY 2 € S DPH. V spodnej časti obrazu prebiehajú informácie: Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 6. 2. 2016. Výhercu 60.000 eur zrebujeme v nedeľu 7.2.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv.*

Mužský hlas: „Televízia JOJ mimoriadne navýšila výhru na 60-tisíc eur. Pošlite JOJ na 987 a už v nedeľu 7. februára ich môžete vyhrať práve vy.“

Kamera sníma moderátora v štúdiu. V spodnej časti obrazu sa objaví farebná lišta s informáciami: *POŠLITE JOJ NA 987.*

Moderátor: „Sledujte JOJ-ku každý deň po 20-tej a posielajte JOJ na 987.“

V závere na obrazovke zostáva text „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“ na pozadí veľkej darčekovej škatule s logom JOJ.

- obrazovo-zvukový predel
- upútavka na program *Sladký život* (nevhodné do 12 rokov)
- upútavka na program *Hobit 2: Smaugova pustatina* (nevhodné do 12 rokov)
- upútavka na program *Nové bývanie – dizajn*
- upútavka na program *Ja, moje druhé ja a Irena* (nevhodné do 15 rokov)
- oznámenie o programe *Zoo* (nevhodné do 12 rokov)
- obrazovo-zvukový predel

21:00:44 – 21:00:54 komunikát označujúci sponzora programu *Clavin Platinum* (popis vyššie)

21:00 Pokračuje vysielanie programu *Chaos* (nevhodné do 12 rokov)

21:05 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát 17:55 *Nové bývanie – dizajn, nedeľa*)

21:11 (v pravej dolnej časti obrazu krátko komunikát 20:35 *Hobit: Smaugova pustatina, nedeľa*)

21:11 Koniec vyžiadaného záznamu vysielania.

Vysielanie programovej služby JOJ zo dňa 7. 2. 2016

18:50:21 začiatok záznamu vysielania – už bežiaci program *Nové bývanie*

18:59:25 koniec programu

Sponzorský odkaz Alpro

Sponzorský odkaz Pekné bývanie

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

18:59:52 časomiera a začiatok programu *Krimi*

19:13:21 – 1. prerušenie

Zvukovo-obrazový predel

Upútavka: *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

19:13:45 – 19:17:59 reklamný blok (trvanie cca 4 min. a 14 sek.): Slovenská sporiteľňa, Lidl – Žihadielko, Dr. Max, Mitsubishi, Pravda, Calvin Klein, Mart'ankovia Imunoforte, Septanazol, Mitsubishi, UPC, Kaufland.

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe Zoo (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

19:18:10 pokračovanie programu Krimi

19:29:44 záver programu Krimi

Časomiera

19:29:59 Začiatok programu Noviny

19:42:36 – 1. prerušenie

Zvukovo-obrazový predel

Upútavka: *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

19:43:00 – 19:49:44 reklamný blok (trvanie cca 6 min. a 44 sek.): Slovenská sporiteľňa, Kaufland, Mitsubishi, Alza.sk, Rimmel London, Poštová banka, Mitsubishi, UPC, McDonalds, Profesia, Happy day, FunFón, Sunárek, Airvawes, Mucosolvan, Mugotussol, Lidl, Zuno.

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

19:49:55 pokračovanie programu Noviny

19:57:32 – 2. prerušenie

Zvukovo-obrazový predel

19:57:36 – 19:58:35 reklamný blok (trvanie cca 59 sek.): Lidl – Žihadielko, FunFón.

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

19:58:46 pokračovanie programu Noviny

20:15:17 záver programu Noviny

Zvukovo-obrazový predel

Upútavka: *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

20:15:42 – 20:21:51 reklamný blok (trvanie cca 6 min. a 9 sek.): Slovenská sporiteľňa, Hartmann, Kaufland, QuatroPôžičky, Monte, Dermacol, Tesco – Finančné služby, Rennie, Coca Cola, Dr. Max, Poštová banka, UPC, Škoda.

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

20:22:01 – 20:26:02 Štartovací balíček (trvanie cca 4 min. a 1 sek.)

Moderátor Vlado Voštinár v štúdiu: „Dobrý večer, Vám prajem. Ja som si celkom istý, že dnešná sedmička v dátume bude pre niekoho oddnes absolútne šťastným číslom a siedmy február pamätným dátumom. Prečo to hovorím? Vy asi veľmi dobre viete. Dostanem sa k tomu. Dobrý večer, Vám prajem, zo Štartovacieho balíčka a pozor, štartovací balíček opäť narastá. Odo dnes hráme o sumu, ktorú navyšujem na 66 tisíc eur. Áno, vážení priatelia, odo dnes až do najbližšej soboty hráme o týchto fantastických 66 tisíc eur. Sú to naozaj obrovské peniaze, fantastické. Za takúto sumu sa toho dá zabezpečiť naozaj veľa. Niektí si, príklad, kúpi byt, niekto si splatí dlhy, niekto si z toho vytvorí zásoby pre budúcnosť. Je to samozrejme na Vás, ale pred otázkou, ako s takouto sumou, so sumou 66 tisíc eur

naložiť, sa môžete dostať aj vy. Aj Vás totiž môžeme už budúcu nedeľu za prítomnosti notára vyžrebovať ako dnešného výhercu. Toho sme už vyžrebovali doobeda, samozrejme za prítomnosti notára, a to obrovské šťastie dnes mal pán Pavol z okresu Košice a práve on sa stal šťastným výhercom fantastickej sumy 60 tisíc eur. Máme ho na linke, dobrý večer, Vám prajem.“

Telefonujúci: „Dobrý večer, dobrý večer.“

Moderátor: „Pavol, ja sa volám Vlado Voštinár a telefonujem Vám z televízie JOJ, tušíte prečo?“

Telefonujúci: „Už tuším, už tuším, áno, áno...“

Moderátor: „Tá správa predchvíľočkou dorazila, ja viem, teraz telefonujeme preto, aby som to aj takto pred divákmi odobril. Stali ste sa výhercom Štartovacieho balíčka, ergo sumy 60 tisíc eur, gratulujem Vám.“

Telefonujúci: „Ďakujem veľmi pekne, je to fantastické...“

Moderátor: „Dýchate zhlboka, aj viem asi prečo. Ako dýcha Vaša rodina?“

Telefonujúci: „Ako ja, podobne, podobne, rozdýchavame to.“

Moderátor: „Vyhrali ste, Pavol, vyhrali ste už niekedy niečo alebo je toto naozajstná prvá veľká výhra?“

Telefonujúci: „Naozajstná prvá veľká výhra, ak nepočítam dvojeurové výhry na žreboch.“

Moderátor: „...dve eurá oproti tomuto... Koľko esemesiek na to bolo treba vo Vašom prípade?“

Telefonujúci: „Okolo dvadsať esemesiek, jednoducho každý týždeň jednu, dve, neviem, no...“

Moderátor: „Takže nádej žila a išli ste do toho, dobre ste urobili. Evidentne dobre, lebo tieto peniaze sú Vaše. Môžem sa opýtať aj, ako sympatický pán, pôsobíte tak na mňa, s rodinou naloží s takouto sumou?“

Telefonujúci: „Niečo, niečo určite si odložíme, niečo dáme na dovolenku, niečo deťom. Jednoducho, no, určite sa použijú v rodine, takže...“

Moderátor: „Ja Vás radšej nechám, lebo naozaj asi bude dnes dôvod na velikánsku oslavu. Tak to dobre oslávte, máte čo. Všetko dobré a gratulácia ešte raz do Košíc.“

Telefonujúci: „Veľmi pekne ďakujem, pekný večer Vám prajem.“

Moderátor: „Dovidenia aj Vám.“

Telefonujúci: „Dovidenia...“

Moderátor: „No a podobne alebo aj ešte viac ako náš dnešný výherca sa zo sumy 66 tisíc eur môžete radowať aj vy. Pošlite preto aspoň raz JOJ na 987. Urobte to najlepšie dnes, pretože hrať je mimoriadne výhodné a dnes je to naozaj veľmi, veľmi výhodné. Mám pre Vás zaujímavú prémiiu. Ak dnes pošlete JOJ na 987 dvakrát, pribudne Vám za to mimoriadnych 20 tisíc žrebov (na obrazovke nápis DNES PRÉMIA 20 000 ŽREBOV!). Opakujem ešte raz, pošlite dnes dvakrát JOJ na 987 a získate za to mimoriadnych 20 tisíc žrebov a možno aj vďaka tomu ako výhercu týchto 66 tisíc eur už budúcu nedeľu oznámime práve Vaše meno. Tak Vám držím palce. Sledujte nás aj zajtra po dvadsiatej a hlavne, inak sa to nedá, posielajte JOJ na 987. Dnes sa to opláti, dnes je to veľmi výhodné. Za dve esemesky s textom JOJ na 987 získate 20 tisíc žrebov. Tak to urobte ešte dnes a ja Vám budem držať palce. Pekný večer.“

V dolnej časti obrazovky na červenej lište nápis: VÝHRA 66 000 EUR! POŠLITE JOJ NA 987.

Pod lištou beží počas celej doby trvania komunikátu oznam:

Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 13. 2. 2016. Výhercu 66.000 eur žrebujeme v nedeľu 14.2.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatej SMS 2 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv

Záverečný titulok: Pre TV JOJ vyrobila Slovenská produkčná, a.s. © 2016.

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

Sponzorský odkaz Tipsport

20:26:19 začiatok programu Šport

20:33:10 záver programu Šport

Sponzorský odkaz Tipsport

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

Sponzorský odkaz Rádio Vlna

20:33:37 začiatok programu *Najlepšie počasie*

20:39:17 záver programu *Najlepšie počasie*

Sponzorský odkaz Rádio Vlna

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe *Zoo* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

20:39:34 – 20:39:43 Sponzorský odkaz Zinc Euro (trvanie cca 9 sek.)

Obrazová zložka: Na červenom podklade je graficky znázornená biela kamera na stojane. Prst ruky spustí nahrávanie alebo prehrávanie. Z kamery vychádza prúd lúčov. V jeho spektre sa sprava prikotúľa biela grafická tvár, ktorá sa usmeje. Pod ňou sa rozvinie nápis *pôžičky*. Tvár podskočí. Kamera zmizne z obrazovky smerom doprava. Plocha obrazovky sa rozdelí na dve polovice. Ľavá je červená a pravá svetlomodrá. Na červenom podklade vľavo je grafická usmiata tvár a pod ňou nápis *investície*. Pod usmiatej tvárou vpravo je nápis „pôžičky“. Z oboch tvárí potom ostanú prázdne kruhy, ktoré vzájomne splynú a vytvoria plný biely kruh s tromi sústredenými kružnicami. Tie následne splynú s vnútorným bielym kruhom. V jeho strede sa ukáže červený nápis „zinc“ a pod ním v červenom obdĺžniku nápis „euro“. Na spodnom okraji je zobrazený nápis www.zinceuro.sk a pod ním menším písmom „Sponzor programu je spol. ZINC EURO a.s.“

Verbálna zložka: „*Tento program a možnosť výhodne si požičať priamo od ľudí vám prináša Zinc euro. Spravodlivejší systém pôžičiek od ľudí pre ľudí.*“

Sponzorský odkaz StopKašeľ Sirup

Sponzorský odkaz Ocutein Brillant

Sponzorský odkaz Hemostop

20:40:14 začiatok programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

20:52:55 prerušenie programu

Sponzorský odkaz StopKašeľ Sirup

Zvukovo-obrazový predel

Upútavka: *Zoo* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

20:53:29 – 20:59:17 reklamný blok (trvanie cca 5 min. a 48 sek.): Tatra banka, Orion, Nivea, Hyundai, Mucosolvan, Mugotussol, FunFón, Buscopan, Lidl – Žihadielko, Nutrilon, Nivea, Mitsubishi, QuatroPôžičky, Tchibo.sk, Mitsubishi, Zuno, Calvin Klein.

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ©12)

Zvukovo-obrazový predel

20:59:22 – 20:59:41 Štartovací balíček (trvanie cca 19 sek.)

Obrazová zložka: Muž a žena kráčajú po ulici, muž v striebornom kostýme vyhadzuje do vzduchu bankovky, ktoré lietajú všade okolo. Kamera sníma detail ruky držiacej mobilný telefón a rozbalenie bankovky pri telefóne. Kamera sníma pár – muža a ženu, okolo ktorých lietajú bankovky. Muž i žena sa objímajú, v obraze sa objaví farebná suma 66 000 €. Kamera sníma muža s balíkmi v ruke, ktorý pozerá akoby na objímajúci sa pár (mimo záberu), muž pustí škatule z ruky a vytiahne mobil z vrečka nohavíc, ťuká do mobilu. Kamera sníma, ako muž tancuje a okolo neho lietajú bankovky. Kamera sníma ulicu, na ktorej vidieť muža v kostýme, pár – muža i ženu a muža s balíkmi, na ktorých padajú bankovky. V obraze informácie: *POŠLITE SMS S TEXTOM JOJ NA 987. CENA SMS SPRÁVY 2 € S DPH.* V spodnej časti obrazu rolujú informácie: *Herný cyklus súťaže štartovací balíček 2016 TV JOJ končí v sobotu 13. 2. 2016. Výhercu 66.000 eur zrebujeme v nedeľu 14.2.2016. Zasláním SMS získavate 30 JOJ kreditov. Cena prijatie SMS 2,00 eur s DPH. Úplné pravidlá na vyhra.huste.tv.*

Mužský hlas: „Pozor, za jednu SMS s textom JOJ na 987 môžete už v nedeľu štrnásteho februára zbohatnúť o úžasných 66 tisíc eur.“

V obraze sa opäť objaví farebná suma 66 000 €. Kamera sníma moderátora v štúdiu. V spodnej časti obrazu farebná lišta s informáciami: POŠLITE JOJ NA 987.

Moderátor: „Sledujte JOJ-ku každý deň po 20-tej a posielajte JOJ na 987.“

V závere na obrazovke zostáva text „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK“ na pozadí veľkej darčekovej škatule s logom JOJ.

Zvukovo-obrazový predel

Upútavkový blok: Naši (JSO ☺12), Moja mama varí lepšie ako tvoja (JSO ☺12), Práskač (JSO ☺15).

Zvukovo-obrazový predel

Oznámenie o programe Zoo (JSO ☺12)

Zvukovo-obrazový predel

21:01:47 – 21:01:56 Sponzorský odkaz Zinc Euro (trvanie cca 9 sek.) – totožný s popisom vyššie

21:01:57 pokračovanie programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* (JSO ☺12)

21:10:39 koniec záznamu vysielania

* * *

Podľa § 32 ods. 2 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z.: „Telenákup na účely tohto zákona je priama ponuka vysielaná verejnosti s cieľom poskytnúť tovar alebo služby vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov za odplatu. Telenákup môže mať formu
a) telenákupného šotu, ...“.

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 § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Pri vysielaní spravodajského programu alebo audiovizuálneho diela, 34)okrem seriálu, série, dokumentárneho filmu, programu pre maloletých a bohoslužieb, sa povoľuje jedno prerušenie zaradením reklamy alebo telenákupu na každý 30-minútový časový úsek, a to aj v prípade, ak plánované trvanie tohto spravodajského programu alebo audiovizuálneho diela nepresahuje 30 minút; pri vysielaní seriálu, série a dokumentárneho filmu sa povoľuje prerušenie zaradením reklamy alebo telenákupu bez ohľadu na ich trvanie.“

Podľa § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Vysielací čas vyhradený reklamným šotom a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny nesmie presiahnuť 20% (12 min). Vysielací čas vyhradený reklame v čase od 19.00 h do 22.00 h nesmie presiahnuť u vysielateľa na základe zákona osem minút počas jednej celej hodiny.“

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 § 39a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Umiestňovanie produktov je povolené iba za podmienok ustanovených týmto zákonom.“

Podľa § 39a ods. 5 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Umiestňovanie produktov podľa odsekov 3 a 4 je povolené v programoch, ktoré spĺňajú tieto požiadavky:

a) ich obsah ani zaradenie do programovej služby nie sú ovplyvnené takým spôsobom, ktorý by mal dosah na redakčnú zodpovednosť alebo redakčnú nezávislosť vysielateľa alebo poskytovateľa audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie,
 b) priamo nepodporujú nákup, predaj alebo prenájom tovaru alebo služieb, najmä osobitnými odkazmi na tieto tovary alebo služby,
 c) nepripisujú neprimeranú dôležitosť príslušnému tovaru alebo službe,
 d) verejnosť je zreteľne informovaná o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku a na konci programu, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. To sa nevzťahuje na program, ktorého výroba nebola objednaná alebo ktorý nebol vyrobený vysielateľom alebo poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, ktorý tento program vysiela alebo poskytuje.“

* * *

Podľa § 3 ods. 3 tretia veta správneho poriadku: „Správne orgány dbajú na to, aby konanie prebiehalo hospodárne a bez zbytočného zaťažovania účastníkov konania a iných osôb.“ Zásada hospodárnosti (procesnej ekonómie) vyjadruje požiadavku, aby správny orgán v konaní použil také prostriedky, ktoré sú jednoduché, účinné, nezvyšujú náklady a pritom vedú k správne rozhodnutiu (SOBIHARD, J.: Správny poriadok: Komentár; Bratislava: IURA EDITION, 2004, ISBN 80-8078-013-7). Kancelária Rady, vzhľadom na totožnosť v osobe účastníka správnych konaní č. 321/SKO/2016, 350/SKO/2016 a 470/SKO/2016 navrhuje Rade, aby v súlade so zásadou hospodárnosti konania a zároveň v prospech účastníka konania rozhodla vo vyššie uvedených správnych konaniach jedným rozhodnutím. V tejto súvislosti uvádzame, že uvedeným postupom účastník konania nebude ukrátený na svojich procesných právach, nakoľko mal vo všetkých správnych konaniach možnosť vyjadriť sa k ich predmetu, ako aj k ich podkladom.

I.

Predmetné správne konanie bolo začaté, okrem iného, z dôvodu, že účastník konania odvysielal komunikáty, ktoré označovali sponzora vo výroku špecifikovaných programov, pričom tieto komunikáty mohli naplniť definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím mohlo dôjsť k odvysielaniu reklamy v rozpore s ustanovením § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.

Je zrejmé, že pre posúdenie predmetu tohto správneho konania je rozhodujúce vymedziť rozdiel medzi reklamou a sponzoringom. Reklama a sponzorovanie sú v zmysle § 31a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. dve samostatné formy mediálnej komerčnej komunikácie. Obidva inštitúty majú samostatné zákonné definície a viažu sa na nich rôzne práva a povinnosti. Pre predmetné správne konanie je dôležité vymedziť ich vzájomný vzťah, najmä čo do spôsobu ich použitia a následných povinností z toho vyplývajúcich.

Reklama je základnou a historicky najstaršou formou mediálnej komerčnej komunikácie. V zákone č. 308/2000 Z. z. je v § 32 ods. 1 definovaná ako **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 objednávatel'om reklamy alebo vysielateľom.**

Každý odvysielaný komunikát napĺňajúci uvedenú definíciu je reklamou so všetkými dôsledkami, ktoré s touto skutočnosťou zákon č. 308/2000 Z. z. spája.

Sponzorovanie nie je na rozdiel od reklamy definované prostredníctvom odvysielaného obsahu (verejné oznámenie), ale ako činnosť s konkrétnym účelom. Týmto účelom má byť na jednej strane poskytnutie plnenia na financovanie programov a propagovanie sponzora na strane druhej. Propagovanie sponzora sa vo vysielaní prejavuje najmä prostredníctvom označenia sponzora (sponzorský odkaz), ktoré je vysielateľ povinný odvyselať pred a po sponzorovanom programe.

Takéto označenie sa v praxi vyvinulo na samostatný komunikát (sponzorský odkaz), ktorý má vizuálne blízko k reklame.

Sponzorovanie a odvysielanie sponzorského odkazu sú však dve odlišné veci. Sponzorovanie je komplexná činnosť, ktorá presahuje samotný obsah vysielania. Sponzorský odkaz je naproti tomu konkrétna samostatná časť vysielania (programová zložka/komunikát). Keďže však nemá zákonnú definíciu, v praxi vyvstáva otázka jeho možného obsahu.

Je zrejmé, že pokiaľ akýkoľvek komunikát (verejné oznámenie), teda aj sponzorský odkaz, naplní definíciu reklamy, je z pohľadu zákona č. 308/2000 Z. z. reklamou. Vzhľadom na to, že vysielanie reklamy na seba viaže iné právne dôsledky ako sponzoring, je veľmi dôležité vedieť určiť kritérium na ich vzájomné odlíšenie.

Jedným z definíčných kritérií reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. je zámer, ktorým musí byť **podpora predaja, nákupu alebo nájmu tovaru alebo služieb** vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný objednávatelom reklamy alebo vysielateľom – inými slovami **podpora odbytu** tovarov alebo služieb.

Na dosiahnutie uvedeného môže reklama obsahovať akékoľvek obsahové prvky, ktoré zákon z použitia v reklame výslovne nevylučuje (napr. pri reklame na určité produkty alkohol, cigarety alebo obmedzenia reklamy v spojitosti s maloletými atď.). Reklama teda môže obsahovať subjektívne hodnotiace komentáre, vyzdvihovanie kvalitatívnych vlastností tovarov alebo služieb, alebo iné **špecifické propagačné prvky**.

Toto vymedzenie je zároveň limitom pre obsah sponzorského odkazu. Ten, ak sa na neho nemajú vzťahovať ustanovenia regulujúce reklamu, nesmie obsahovať špecifické propagačné prvky. Uvedené vyplýva aj z výkladovej správy k Protokolu pozmeňujúcemu Európsky dohovor o cezhraničnej televízii (1998) (č. 171), článok 58, cit.: „Komisia súhlasí s doplnením definície sponzorstva uvedením, že zahŕňa aj propagáciu aktivít sponzora. Bolo dohodnuté, že sponzor by mal mať možnosť vybrať najvhodnejšiu formu propagácie aby mohol byť ľahko identifikovaný verejnosťou (odkazom na názov spoločnosti, alebo názov jej najznámejšieho produktu atď.). **Avšak za žiadnych okolností by identifikácia sponzora nemala obsahovať špecifické propagačné prvky (vyzývanie na nákup, zmienky o kvalite alebo účinnosti produktu atď.).**“

Dôvodom zavedenia inštitútu sponzorovania do Dohovoru a následne smernice č. 89/552/EHS a neskôr smernice 2010/13/EÚ o audiovizuálnych mediálnych službách (ďalej len „smernica o AVMS“) bola snaha o umožnenie ďalšieho financovania programových služieb vysielateľov takými prostriedkami, ktoré nebudú zároveň zvyšovať reklamný tlak na spotrebiteľa. Nižšia propagačná hodnota sponzorovania je kompenzovaná absenciou limitov, ktoré sú predpísané pre reklamu ako priamu a kvalitatívne najsilnejšiu formu komerčného pôsobenia na diváka (§ 34 ods. 1, § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.). Z uvedených dôvodov nie je prípustné, aby sponzorské odkazy obsahovali prvky vyhradené reklame.

Sponzorský odkaz má tak obsahovať informácie o skutočnosti, že daný program je sponzorovaný, a tiež, kto je jeho sponzorom (napr.: *Sponzorom programu je spoločnosť X. / Tento program Vám prináša spoločnosť X, poskytovateľ služby Y...*), **avšak bez uvedenia akýchkoľvek špecifických propagačných prvkov**, ktoré by vyzdvihovali kvalitatívne vlastnosti sponzora alebo jeho produktov.

Uvedením takýchto prvkov (napr. *Tento program Vám prináša spoločnosť X, jednotka na trhu v poskytovaní najkvalitnejšej služby Y za skvelú cenu.*) sa sponzorský odkaz stáva zároveň reklamou a vysielateľ je preto povinný pri jeho odvysielaní dodržať všetky pravidlá, ktoré zákon č. 308/2000 Z. z. pre vysielanie reklamy stanovuje.

Akceptovaním reklamných obsahov v rámci vysielania sponzorských odkazov by dochádzalo k obchádzaniu prísnejších pravidiel pre reklamu, a to takým spôsobom, že vysielateľ by mohol

vysielat' ako sponzorské odkazy komunikáty, ktoré by mali prakticky totožný obsah ako reklamné šoty, avšak nevzťahovali by sa na ne povinnosti (obmedzenia) podľa § 34 ods. 1 a podľa § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. To by v konečnom dôsledku znamenalo, že vysielateľ by mohol vysielat' reklamu bez časového obmedzenia (teda aj viac ako povolených 12 minút za hodinu) a bez oddelenia od ostatných zložiek programovej služby zvukovo-obrazovými prostriedkami. Takýto výklad by bol v rozpore s účelom ustanovení § 34 ods. 1 a § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., ktoré majú zmiernovať účinky reklamného tlaku na recipienta.

K obdobnému záveru dospel aj Najvyšší súd Slovenskej republiky (ďalej len „NS SR“) vo svojom rozsudku vo veci sp. zn. 8SŽ/11/2012, v ktorom uviedol, cit.:

„Vysielateľ je povinný sponzorovaný program zreteľne označiť v súlade s požiadavkami podľa § 38 ods. 2 Zákona. Sponzorským odkazom je recipient informovaný o tej skutočnosti, že sleduje resp. bude sledovať program, ktorý je sponzorovaný a tiež, kto je sponzorom. Účelom sponzorského odkazu je, na rozdiel od reklamy, propagácia názvu, obchodného mena, výrobku prípadne služby sponzora, s dôrazom na informovanie o jeho existencii a vytváranie dobrého mena firmy alebo výrobku/služby sponzora, nie s reklamným zámerom – podporou predaja tovarov/služieb. Sponzorovaním sponzor vytvára u recipientov povedomie ohľadne svojej firmy alebo výrobkov/služieb.

Sponzorský odkaz je potrebné hodnotiť ako celok, a to jeho zvukovú ako aj obrazovú časť vo vzájomnej súvislosti. Použitie expresívnych výrazov hodnotiacich služby v stredu sponzora (nové, cool, happy, trendy, hviezdne žúrky), spolu s dynamickou obrazovou časťou, nemožno považovať len za bežné slovné spojenia slúžiace na identifikáciu sponzora tvoriace jeho image. Odvysielané komunikáty prezentovali služby sponzora pozitívnymi kvalitatívnymi hodnoteniami, pričom celkovým ich spracovaním bol naplnený reklamný zámer, t.j. podporiť návštevnosť tam uvedeného lyžiarskeho strediska a jeho zariadení.

...

Pre úplnosť je potrebné uviesť, že pokiaľ súčasťou odvysielaných komunikátov bol aj názov sponzora, uvedené nebráni tomu, aby tieto zároveň naplnili definíciu reklamy.“

NS SR tiež vo svojom rozsudku vo veci sp. zn. 6SŽo/38/2013 uviedol, cit.:

„Vychádzajúc z vyššie uvedeného, ako aj zo skutkových okolností vyplývajúcich z administratívneho spisu senát odvolacieho súdu v danom prípade tiež dospel k záveru, že žalobca odvysielaním sponzorského odkazu spoločnosti Orange Slovensko, a.s. produktu FunFón, naplnil znaky mediálnej komerčnej komunikácie charakterom spracovania reklamy, v ktorej sa pozitívne hodnotili vlastnosti uvedeného produktu tejto spoločnosti, pretože z jeho obsahu vyplýva skutočnosť, že obsahom predmetného komunikátu nebol len sponzorský odkaz na spoločnosť Orange Slovensko, a.s., ale z jeho obsahu vyplynulo pozitívne hodnotenie produktu tejto spoločnosti, keď sponzorský odkaz spoločnosti Orange Slovensko, a.s. verbálnym a vizuálnym spracovaním upriamuje pozornosť recipienta na produkt FunFón v znení: „chcel by som poďakovať mobilnému operátorovi FunFón, že keď som už nemohol účinkovať v tomto programe, môžem si aspoň volať s kamošmi za fasa ceny. Všetkým presvedč sa na funfon.sk“, čím odznela hodnotiacia zmienka zvyrazňujúca vlastnosť produktu sponzora, týkajúca sa jeho výhodnej ceny, pobádajúc diváka overiť si poskytovanú informáciu. Z uvedeného vyplýva, že zmienka v predmetnom programe o uvedenom produkte sponzora vo forme verbálnej a vizuálnej zložke jej spracovania sa neobmedzila iba na informovanie recipienta o sponzorovanom programe a jeho produkte, ale hodnotila aj vlastnosť tohto produktu, resp. výhodu, čím pozitívne hodnotila predmetný produkt sponzora, ktorú skutočnosť možno považovať za podporu jeho predajnosti.

Vzhľadom k uvedenému odvolací súd nesúhlasil s tvrdením žalobcu, že predmetný komunikát nepodporoval priamo predaj, nákup ani prenájom tovarov alebo služieb sponzora, teda spoločnosti Orange Slovensko, a.s.. Odvysielaný komunikát aj podľa názoru odvolacieho súdu prezentoval produkt sponzora pozitívnymi kvalitatívnymi hodnoteniami – „fasa cena“, čím došlo k naplneniu reklamného zámeru, t. j. podporiť predajnosť predmetného produktu. Odvolací súd preto dospel k záveru, že uvedené zmienky o produkte sponzora je treba považovať za osobitné propagačné zmienky

pozitívne hodnotiace produkt sponzora programu spoločnosti Orange Slovensko, a.s., z ktorých dôvodov predmetný komunikát naplnil znaky definície reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím došlo zo strany žalobcu k porušeniu § 34 ods. 1 tohto zákona, keď k jej odvysielaniu došlo bez jej rozoznateľného a zrozumiteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby nebola zameniteľná s inými zložkami programovej služby. Z uvedených dôvodov odvolací súd námietku žalobcu, ktorou namietal nezákonnosť rozhodnutia Rady pre nesprávne právne posúdenie vecí v dôsledku nesprávneho vyhodnotenia skutku považoval za nedôvodnú. Pre úplnosť je potrebné uviesť, že pokiaľ súčasťou odvysielaného komunikátu bolo aj označenie sponzora, uvedené nebráni tomu, aby tento zároveň naplnil definíciu reklamy.“

Dňa 5. 2. 2016 v čase o cca 20:38:59 hod. a 22:23:02 hod., dňa 6. 2. 2016 v čase o cca 20:38:04 hod. a dňa 7. 2. 2016 v čase o cca 20:39:34 hod. a 21:01:47 hod. odvysielal účastník konania komunikát označujúci za sponzora programov spoločnosť ZINC EURO a.s. v znení:

Obrazová zložka: Na červenom podklade je graficky znázornená biela kamera na stojane. Prst ruky spustí nahrávanie alebo prehrávanie. Z kamery vychádza prúd lúčov. V jeho spektre sa sprava prikotúľa biela grafická tvár, ktorá sa usmeje. Pod ňou sa rozvinie nápis *pôžičky*. Tvár podskočí. Kamera zmizne z obrazovky smerom doprava. Plocha obrazovky sa rozdelí na dve polovice. Ľavá je červená a pravá svetlomodrá. Na červenom podklade vľavo je grafická usmiata tvár a pod ňou nápis *investície*. Pod usmiatou tvárou vpravo je nápis *pôžičky*. Z oboch tvárí potom ostanú prázdne kruhy, ktoré vzájomne splynú a vytvoria plný biely kruh s tromi sústredenými kružnicami. Tie následne splynú s vnútorným bielym kruhom. V jeho strede sa ukáže červený nápis *zinc* a pod ním v červenom obdĺžniku nápis *euro*. Na spodnom okraji je zobrazený nápis www.zinceuro.sk a pod ním menším písmom: *Sponzor programu je spol. ZINC EURO a.s.*

Verbálna zložka: „Tento program a možnosť výhodne si požičať priamo od ľudí vám prináša *zinc euro*. Spravodlivejší systém pôžičiek od ľudí pre ľudí.“

Ako je zrejmé z citovaného sponzorského odkazu, tento neobsahoval kontaktné údaje sponzora ani nebol nijakým spôsobom prepojený s programami, ktoré sponzoroval. Sponzor programu v ňom bol jednoznačne uvedený, pričom bola uvedená aj jeho činnosť, sprostredkovanie pôžičiek. V predmetnom komunikáte však odznelo tiež, že sponzor programu prináša divákovi možnosť výhodne si požičať priamo od ľudí. Použitím adjektíva „výhodne“ dáva sponzor najavo, že jeho služba je výhodnejšia ako iné obdobné služby sprostredkujúce pôžičky. Rovnako aj ďalším vyjadrením „Spravodlivejší systém pôžičiek od ľudí pre ľudí.“ dochádza k priamemu vyzdvihovaniu služby sponzora uvádzaním jeho pozitívnych hodnotení. Jedná sa o vyjadrenia, ktoré sa bežne používajú v klasickej reklame na zvýšenie záujmu recipientov o propagované služby.

Vzhľadom na vyššie uvedené dospela Rada k záveru, že predmetný komunikát obsahoval propagačné vyjadrenia, ktoré boli v rozpore s pravidlami sponzorovania. Preto skonštatovala, že sa v danom prípade jednalo o reklamu podľa § 32 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.

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 rozoznateľnosti“ 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 „rooznateľnosti“. Zrušenie zásady „oddelenia“ pre mediálnu komerčnú komunikáciu je logické z dôvodu zavedenia a definovania inštitútu umiestňovanie 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 rooznateľnosti“ 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 rooznateľnosti“ 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. Takéto oddelenie reklamy však musí byť podľa § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. rooznateľné a zreteľné v takej miere, aby vylúčilo zameniteľnosť reklamy s inými zložkami programovej služby. Rada v rozhodnutí č. RP/169/2004 zo dňa 9. 3. 2004 k oddeľovaniu 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 rooznateľné“*.

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.

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 rooznateľnosti“ 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, pričom vo vysielaní televíznej programovej služby sa použijú zvukovo-obrazové alebo priestorové prostriedky. 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.

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

Komunikát označujúci za sponzora programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* spoločnosť ZINC EURO a.s. bol dňa 5. 2. 2016 v čase o cca 20:38:59 hod. odvysielaný na programovej službe JOJ bezprostredne pred komunikátom označujúcim sponzora programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* odkazom na jeho produkt *Clavin Platinum* bez toho, aby medzi komunikátmi označujúcimi sponzorov programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* bol odvysielaný akýkoľvek zvukovo-obrazový prostriedok. Divák tak nebol žiadnym spôsobom informovaný o tom, že končí vysielanie reklamy. Predmetný komunikát, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., tak nebol zreteľne oddelený od iných zložiek programovej služby.

Komunikát označujúci za sponzora programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* spoločnosť ZINC EURO a.s. bol dňa 5. 2. 2016 v čase o cca 22:23:02 hod. odvysielaný na programovej službe JOJ bezprostredne po programe *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* a bezprostredne pred komunikátom označujúcim sponzora programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* odkazom na jeho produkt *Clavin Platinum* bez toho, aby medzi týmto komunikátom a sponzorovaným programom, resp. medzi jednotlivými komunikátmi označujúcimi sponzorov programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníc* bol odvysielaný akýkoľvek zvukovo-obrazový prostriedok. Divák tak nebol žiadnym spôsobom informovaný o tom, že začína a končí vysielanie reklamy. Predmetný komunikát, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., tak nebol zreteľne oddelený od iných zložiek programovej služby.

Komunikát označujúci za sponzora programu *Chaos* spoločnosť ZINC EURO a.s. bol dňa 6. 2. 2016 v čase o cca 20:38:04 hod. odvysielaný na programovej službe JOJ bezprostredne po komunikáte označujúcim sponzora programu *Chaos* odkazom na jeho produkt *Clavin Platinum* a bezprostredne pred programom *Chaos* bez toho, aby medzi komunikátmi označujúcimi sponzorov programu *Chaos*, resp. medzi predmetným komunikátom a sponzorovaným programom bol odvysielaný akýkoľvek zvukovo-obrazový prostriedok. Divák tak nebol žiadnym spôsobom informovaný o tom, že začína a končí vysielanie reklamy. Predmetný komunikát, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., tak nebol zreteľne oddelený od iných zložiek programovej služby.

Komunikát označujúci za sponzora programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* spoločnosť ZINC EURO a.s. bol dňa 7. 2. 2016 v čase o cca 20:39:34 hod. odvysielaný na programovej službe JOJ bezprostredne pred komunikátom označujúcim sponzora programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* odkazom na jeho produkt *StopKašeľ Sirup* bez toho, aby medzi komunikátmi označujúcimi sponzorov programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* bol odvysielaný akýkoľvek zvukovo-obrazový prostriedok. Divák tak nebol žiadnym spôsobom informovaný o tom, že končí vysielanie reklamy. Predmetný komunikát, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., tak nebol zreteľne oddelený od iných zložiek programovej služby.

Komunikát označujúci za sponzora programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* spoločnosť ZINC EURO a.s. bol dňa 7. 2. 2016 v čase o cca 21:01:47 hod. odvysielaný na programovej službe JOJ bezprostredne pred pokračovaním programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* po jeho prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou bez toho, aby medzi týmto komunikátom a programom *Hobit 2: Smaugova pustatina* bol odvysielaný akýkoľvek zvukovo-obrazový prostriedok. Divák tak nebol žiadnym spôsobom informovaný o tom, že končí vysielanie reklamy. Predmetný komunikát, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., tak nebol zreteľne oddelený od iných zložiek programovej služby.

Vzhľadom na vyššie uvedené dospela Rada k záveru, že účastník konania porušil povinnosť ustanovenú v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z.

II.

Ustanovenie § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. určuje, koľko reklamných prerušení možno zaradiť počas vysielania audiovizuálneho diela. Z tohto ustanovenia jednoznačne nevyplýva, či sa má za *trvanie audiovizuálneho diela* považovať **čistý čas** diela (t.j. len trvanie audiovizuálneho diela bez reklamných prerušení) alebo jeho **hrubý čas** (t.j. vrátane reklamných prerušení). Európsky súdny dvor (ďalej len „ESD“) sa k tejto otázke vyjadril v rozhodnutí vo veci *ARD v. PRO Sieben Media AG*, sp. zn. C-6/98. V tomto rozhodnutí ESD vyslovil názor, že ustanovenie, ktoré ukladá obmedzenia pri výkone slobôd, ako je napr. sloboda poskytovania služieb televízneho vysielania, musí tieto obmedzenia vyjadrovať jednoznačne.

Vzhľadom na nejednoznačnosť tohto ustanovenia (pôvodne článok 11 smernice č. 89/552/EHS, v súčasnosti článok 20 smernice o AVMS, do slovenského právneho poriadku transponovaný v § 35

ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.) dospel ESD k záveru, že toto ustanovenie je potrebné vykladať spôsobom, ktorý je pre vysielateľa menej obmedzujúci. ESD teda určil, že *trvaním audiovizuálneho diela* je potrebné rozumieť jeho **hrubý čas** (teda čas programu + čas reklamných prerušení).

Podľa § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. je možné prerušiť zaradením jedného reklamného prerušenia na každý 30-minútový časový úsek spravodajský program. Rada dňa 21. 10. 2008 schválila materiál s názvom *Programové typy, programy vo verejnom záujme (právny rámec, definície, špecifikácia, metodika výpočtu)*. Podľa tohto materiálu sú spravodajstvom programy, ktoré obsahujú aktuálne správy (obrazové, čítané alebo kombinované) z domova a zo zahraničia, informácie o počasí, dopravnej situácii, športe a ktoré žánrovo zodpovedajú charakteristike spravodajstva. V prípade programu *Noviny* ide obsahovo o aktuálne správy z domova aj zo zahraničia, ktoré sú obrazové aj čítané. Vnútorne je program rozdelený na jednotlivé príspevky týkajúce sa určitej aktuálnej témy, ktoré uvádzajú moderátori v štúdiu a následne jednotliví redaktori zodpovední za spracovanie danej témy, príp. prehľad udalostí, ktorý pozostáva zo záberov so sprievodným slovom týkajúce sa určitej témy. Predmetný program teda nepochybne je spravodajským programom. Za taký ho považuje aj účastník konania vo svojich podaniach týkajúcich sa zmeny licencie. Z toho vyplýva, že na daný program sa vzťahuje obmedzenie zaraďovania reklamy do vysielania ustanovené v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.

Zo znenia § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. vyplýva, že pri vysielaní spravodajského programu sa povoľuje jedno prerušenie zaradením reklamy alebo telenákupu na každý 30-minútový časový úsek. Z gramatického hľadiska je teda zrejmé, že časový úsek musí trvať 30 minút, aby ho mohol vysielateľ prerušiť.

Uvedené vyplýva aj zo znenia smernice o AVMS, ktorá v článku 20 ods. 2 jednoznačne stanovuje, že audiovizuálne diela „môžu byť prerušené televíznou reklamou a/alebo telenákupom jedenkrát za každé plánované **obdobie v dĺžke najmenej 30 minút**“ („may be interrupted by television advertising and/or teleshopping once for each scheduled **period of at least 30 minutes**“). Zo znenia predmetného ustanovenia je podľa nášho názoru zrejmé, že časový úsek nemôže trvať menej ako 30 minút. Vysielateľ teda môže prerušiť aj časový úsek dlhší ako 30 minút, nemôže však prerušiť časový úsek, ktorý by bol kratší ako 30 minút.

Taký výklad je v súlade aj s recitálom č. 86 smernice o AVMS, podľa ktorého je cieľom smernice chrániť špecifický charakter európskych televízií, ktorým je zaraďovanie reklamy medzi jednotlivé programy, a preto uvedená smernica obmedzuje počet možných prerušení v audiovizuálnych dielach. Účelom obmedzenia prerušení audiovizuálnych diel je chrániť divákov pred nadmerným reklamným tlakom a tiež chrániť integritu audiovizuálnych diel, čo je v záujme ako autorov daných diel, tak aj samotných divákov sledujúcich tieto diela. Je zrejmé, že pokiaľ by bolo možné prerušiť aj časové úseky nedosahujúce 30 minút, nebolo by to v súlade s účelom samotnej smernice o AVMS.

K rovnakému záveru dospel aj NS SR vo svojom rozsudku vo veci sp. zn. 3SŽ/12/2013, cit.: „Ustanovenie § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z.z. výslovne určuje, že zaradením reklamy alebo telenákupu je možné prerušiť každý 30 minútový časový úsek. Ak by zákonodarca mienil povoliť prerušenie programu reklamou alebo telenákupom aj kratší časový úsek, vyjadril by to jednoznačným spôsobom, napr. pri vysielaní programu sa povoľuje jedno prerušenie zaradením reklamy alebo telenákupu na každý začatý 30-minútový časový úsek. Programy, ktoré trvajú kratšie ako 30 minút zákonodarca umožnil prerušiť reklamou alebo telenákupom, avšak túto výnimku nestanovil pri programoch, ktoré trvajú dlhšie ako 30 minút a pri prerušení reklamou alebo telenákupom sa delia na ucelené 30-minútové úseky.“

NS SR tiež vo svojom rozsudku vo veci sp. zn. 3SŽ/2/2013 uviedol, cit.:

„Výklad zákona, ktorý použil správny orgán v napadnutom rozhodnutí je aj v súlade s úniovým právom, konkrétne s citovanou smernicou č. 2010/13/EÚ. Vnútroštátne orgány aplikácie práva (tak súdne, ako aj správne orgány) sa majú vždy usilovať o eurokonformný výklad vnútroštátneho práva.“

K rovnakému záveru dospel NS SR aj vo svojom rozsudku vo veci sp. zn. 5SŽ/11/2013, v ktorom uviedol, cit.:

„Vychádzajúc z uvedenej právnej úpravy je zrejmý účel zákonodarcu stanoviť podmienky povinnosť vysielateľa pri prerušovaní vysielania spravodajského programu alebo audiovizuálneho programu televíznou reklamou alebo telenákupom sledujúc cieľ ochrany divákov pred nadmerným prerušovaním sledovaného programu a v neposlednom Rade aj autorov diela, spracovaného vo vysielanom programe. Na základe nielen gramatického ale aj logického a teleologického výkladu citovanej právnej normy - § 35 ods. 3 zákona o vysielaní v súlade s cieľom zákona je možné vykladať uvedení právnu normu len tak, že zákonodarca povoľuje vysielateľovi prerušiť vysielanie spravodajského programu alebo audiovizuálneho diela televíznou reklamou alebo telenákupom jedným prerušením na každý 30 - minútový úsek.“

Podľa ustanovenia § 35 ods. 3 sa zároveň na každý jeden 30-minútový časový úsek audiovizuálneho diela povoľuje jedno prerušenie zaradením reklamy. Z toho je zrejmé, že počet reklamných prerušení audiovizuálneho diela musí byť menší alebo rovný počtu kompletných 30-minútových časových úsekov audiovizuálneho diela.

Z gramatického výkladu slovného spojenia *„jedno prerušenie ... na každý 30-minútový časový úsek“*, vyplýva, že v každom jednom 30-minútovom časovom úseku môže byť zaradené len jedno reklamné prerušenie. Takáto formulácia predmetného ustanovenia teda okrem počtu povolených prerušení reguluje aj spôsob ich zaraďovania. Takýto výklad je navyše aj v súlade s účelom tohto ustanovenia – t.j. zabezpečiť celistvosť programu a chrániť tak spotrebiteľa (teda diváka) pred príliš frekventovaným prerušovaním programu, ktoré by pôsobilo rušivo.

Opodstatnenosť uvedeného výkladu vyplýva aj z odbornej literatúry, nakoľko iný výklad *„...môže viesť k absurdným výsledkom ako napríklad povolenie zaradenia všetkých prerušení v prvých 20 minútach (samozrejme krátkych prerušení kvôli hodinovým obmedzeniam v článku 18)...“ „...this interpretation could lead to absurd results such as allowing placing the breaks all in the first 20 minutes (of course short breaks, because of the hourly restrictions in Art. 18)...“* (str. 959 European Media Law, Castendyk, Dommering, Scheuer, Kluwer Law International BV, The Netherlands 2008).

Napokon je možné poukázať aj na použitie predložky „na“ pri vyjadrení časových okolností¹. Synonymom predložky „na“ pri vyjadrení časových okolností je predložka „v“. Použijúc predložku „v“ v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z., kde je predložka „na“ použitá práve na vyjadrenie časových okolností, by tento legislatívny text v relevantnej časti znel: *„Pri vysielaní spravodajského programu alebo audiovizuálneho diela ... sa povoľuje jedno prerušenie zaradením reklamy alebo telenákupu v každom 30-minútovom časovom úseku ...“*. Aj z uvedeného vyplýva, že použijúc gramatický výklad predmetného ustanovenia v aktuálnom znení je tridsaťminútový časový úsek audiovizuálneho diela možné prerušiť zaradením len jedného reklamného bloku.

K rovnakému záveru dospel aj Krajský súd v Bratislave, ktorý vo svojom rozsudku vo veci sp. zn. 2S 114/11 uviedol, cit.:

„Súd je v zhode so žalovaným toho názoru, že v zmysle § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z.z. platného a účinného od 15.12.2009 je možné v každom jednom 30 minútovom časovom úseku vysielaného programu zaradiť len jedno reklamné prerušenie. To znamená, že zákon okrem maximálneho počtu povolených reklamných prerušení vysielania reguluje aj spôsob ich zaraďovania, čím sleduje cieľ chrániť spotrebiteľa pred príliš častým prerušovaním programu.“

K obdobnému záveru dospel aj NS SR, ktorý vo svojom rozsudku vo veci sp. zn. 8SŽ/7/2012 uviedol, cit.:

„Súd sa nestotožnil s názorom navrhovateľky, že v danom prípade by mohlo dôjsť k prerušeniu reklamy kedykoľvek počas vysielania predmetného programu, pričom by stačilo, aby bol dodržaný počet odvysielaných reklamných blokov, ktorý by pripadal na daný program.“

¹ <http://slovníky.korpus.sk/>

NS SR tiež vo svojom rozsudku vo veci sp. zn. 6SŽ/11/2013 uviedol, cit.:

„Vychádzajúc z uvedenej právnej úpravy je zrejмый účel zákonodarcu stanoviť podmienky povinnosti vysielateľa pri prerušovaní vysielania spravodajského programu alebo audiovizuálneho programu televíznou reklamou alebo telenákupom sledujúc cieľ ochrany divákov pred nadmerným prerušovaním sledovaného programu a v neposlednom rade aj autorov diela, spracovaného vo vysielanom programe. Na základe gramatického a logického výkladu citovanej právnej normy - § 35 ods.3 zákona o vysielaní v súlade s cieľom zákona je možné vykladať uvedenú právnu normu len tak, že zákonodarca povoľuje vysielateľovi prerušiť vysielanie spravodajského programu alebo audiovizuálneho diela televíznou reklamou alebo telenákupom jedným prerušením na každý 30 – minútový úsek.

...

Ustanovenie § 35 ods. 3 zákona o vysielaní predstavuje transpozíciu ustanovenia článku 20 ods. 2 Smernice. Podľa názoru najvyššieho súdu právna úprava uvedenej povinnosti ustanovenej v § 35 ods.3 zákona č. 308/2000 Z. z. ako aj v čl. 20 uvedenej smernice je stanovená jasným a určitým spôsobom a teda jednoznačne a nedovoľujúc mnohostranný výklad. Výklad právnej úpravy nastolený navrhovateľom, podľa ktorého predmetné ustanovenie rovnako umožňuje vyvodiť záver, že vysielateľ je oprávnený prerušiť program ľubovoľným počtom „reklamných“ prerušení v ľubovoľnom časovom rozstupe, za súčasného dodržania podmienky, že počet prerušení zodpovedá počtu 30 –minútových úsekov vysielaného programu, podľa názoru súdu nevychádza z obsahu právnej úpravy ustanovenej v citovaných právnych normách - § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z., čl. 20 Smernice a navrhovateľ týmto výkladom neprimeraným spôsobom vybočuje z rámca obsahu ich znenia, zavádzajúcim spôsobom ich dopĺňa. Najvyšší súd výklad navrhovateľa považoval za účelový.“

Ustanovenie § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z., rovnako ako aj znenie článku 20 ods. 2 smernice o AVMS, je nejednoznačné len v tom, že z ich znenia nie je zjavné, či sa trvaním audiovizuálneho diela myslí čistý čas diela (t.j. iba čas trvania diela, bez reklamných prerušení) alebo hrubý čas diela (t.j. aj s reklamnými prerušeniami). Rada v tomto prípade postupovala v zmysle judikatúry Európskeho súdneho dvora (ďalej len „ESD“), konkrétne rozhodnutia vo veci *ARD v. PRO Sieben Media AG*, sp. zn. C-6/98, a predmetné ustanovenie vyložila spôsobom, ktorý je pre navrhovateľa menej obmedzujúci, a teda za trvanie diela považuje jeho hrubý čas, ako je už uvedené aj vyššie.

Požiadavka obmedziť zaraďovanie reklamy v rámci vysielania audiovizuálnych diel, zakotvená v ustanoveniach zákona č. 308/2000 Z. z., vychádza z potreby ochrany diváka pred nadmerným reklamným tlakom a tiež zachovania integrity audiovizuálnych diel, čo je v záujme ako autorov daných diel, tak aj samotných divákov sledujúcich tieto diela. Táto požiadavka je jasne postulovaná smernicou č. 2010/13/EÚ o audiovizuálnych mediálnych službách a taktiež jednoznačne zakotvená v právnom poriadku SR. Právo na slobodu prejavu je teda celkom zrejme obmedzené osobitnou ochranou divákov a autorov audiovizuálnych diel, a to na základe zákona, konkrétne ustanoveniami § 35 zákona č. 308/2000 Z. z. Práve takéto obmedzenie slobody prejavu umožňuje ustanovenie čl. 26 ods. 4 Ústavy SR: „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.“ Podmienka legality a legitimacy je teda nepochybne naplnená.

Rada v tejto súvislosti tiež uvádza, že ako vnútroštátny orgán aplikácie práva sa musí vždy usilovať o eurokonformný výklad vnútroštátneho práva (t.j. v súlade so smernicou). Z vyššie uvedeného je zjavné, že Rada predmetné ustanovenie vykladá v súlade so smernicou. Okrem toho, rozhodnutiami Rady už bol účastník konania oboznámený s výkladom Rady ohľadne predmetného ustanovenia. Ustanovenie § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. je vo svojej podstate zhodné s článkom 20 ods. 2 smernice o AVMS. Predmetná povinnosť už bola preskúmaná aj ESD, napr. vo vyššie citovanom rozhodnutí vo veci *ARD v. PRO Sieben Media AG*, pričom ESD nedospel k záveru, že by bolo obmedzenie slobody prejavu v tomto prípade neproporcionálne.

V tejto súvislosti Rada poukazuje na rozhodnutie ESD vo veci RTL Television GmbH v Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk, sp. zn. C-245/01, v ktorej sa ESD zaoberal výkladom čl. 20 ods. 2 (pôvodne článok 11 smernice č. 89/552/EHS), ktorý bol transponovaný do § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. ESD uviedol, že obmedzenie zaraďovania reklamy do vysielania programov sleduje legitímny cieľ zahŕňajúci ochranu ostatných v súlade s Dohovorom o ochrane ľudských práv a základných slobôd, menovite ochranu konzumentov ako televíznych divákov, ako aj ich záujem na prístupe ku kvalitným programom. Tieto ciele môžu odôvodňovať opatrenia proti nadmernej reklame. ESD rozhodol, že ochrana spotrebiteľov pred zneužívaním reklamy alebo, ako cieľ kultúrnej politiky, udržanie určitej úrovne kvality programu sú ciele, ktoré môžu odôvodniť obmedzenia zo strany členských štátov o voľnom pohybe služieb vo vzťahu k televíznej reklame. Pokiaľ ide o primeranosť predmetného obmedzenia, je potrebné zdôrazniť, že toto sa netýka obsahu reklamy, nejedná sa o zákaz, ale iba limit na frekvenciu, ktorý sa vzťahuje na každého vysielateľa, a v zásade umožňuje vysielateľom slobodne rozhodnúť o načasovaní a v súlade so smernicou aj o dĺžke reklamného prerušenia.

Posúdením skutkového stavu Rada zistila, že

- program *Noviny* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 1. 2. 2016 o cca 19:29:35 hod. obsahoval jeden kompletný 30-minútový časový úsek a druhý časový úsek, ktorý trval cca 15 minút a 36 sekúnd. Ako vyplýva zo záznamu vysielania, ako aj z prepisu/popisu skutkového stavu, účastník konania tento spravodajský program prerušil zaradením reklamy dvakrát, 30-minútový časový úsek raz a tiež prerušil raz aj časový úsek, ktorý netrval 30 minút,
- program *Noviny* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 2. 2. 2016 o cca 19:29:38 hod. obsahoval jeden kompletný 30-minútový časový úsek a druhý časový úsek, ktorý trval cca 17 minút a 15 sekúnd. Ako vyplýva zo záznamu vysielania, ako aj z prepisu/popisu skutkového stavu, účastník konania tento spravodajský program prerušil zaradením reklamy dvakrát, 30-minútový časový úsek raz a tiež prerušil raz aj časový úsek, ktorý netrval 30 minút,
- program *Noviny* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 3. 2. 2016 o cca 19:30:01 hod. bol v prvom 30-minútovom časovom úseku, ktorý trval od cca 19:30:01 hod. do cca 20:00:00 hod., dvakrát prerušený zaradením reklamy, a to o cca 19:43:01 hod. a o cca 19:58:25 hod., pričom zároveň tento program obsahoval jeden kompletný 30-minútový časový úsek a druhý časový úsek, ktorý trval cca 16 minút a 13 sekúnd, avšak bol prerušený zaradením reklamy dvakrát,
- program *Noviny* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 4. 2. 2016 o cca 19:30:00 hod. bol v prvom 30-minútovom časovom úseku, ktorý trval od cca 19:30:00 hod. do cca 19:59:59 hod., dvakrát prerušený zaradením reklamy, a to o cca 19:42:02 hod. a o cca 19:57:30 hod., pričom zároveň tento program obsahoval jeden kompletný 30-minútový časový úsek a druhý časový úsek, ktorý trval cca 16 minút a 10 sekúnd, avšak bol prerušený zaradením reklamy dvakrát,
- program *Noviny* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 5. 2. 2016 o cca 19:30:00 hod. obsahoval jeden kompletný 30-minútový časový úsek a druhý časový úsek, ktorý trval cca 17 minút a 26 sekúnd. Ako vyplýva zo záznamu vysielania, ako aj z prepisu/popisu skutkového stavu, účastník konania tento spravodajský program prerušil zaradením reklamy dvakrát, 30-minútový časový úsek raz a tiež prerušil raz aj časový úsek, ktorý netrval 30 minút,
- program *Noviny* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 6. 2. 2016 o cca 19:29:59 hod. obsahoval jeden kompletný 30-minútový časový úsek a druhý časový úsek, ktorý trval cca 16 minút a 20 sekúnd. Ako vyplýva zo záznamu vysielania, ako aj z prepisu/popisu skutkového stavu, účastník konania tento spravodajský program prerušil zaradením reklamy dvakrát, 30-minútový časový úsek raz a tiež prerušil raz aj časový úsek, ktorý netrval 30 minút,
- program *Noviny* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 7. 2. 2016 o cca 19:29:59 hod. bol v prvom 30-minútovom časovom úseku, ktorý trval od cca 19:29:59 hod. do cca 19:59:58 hod., dvakrát prerušený zaradením reklamy, a to o cca 19:42:36 hod. a o cca 19:57:32 hod., pričom zároveň tento program obsahoval jeden kompletný 30-minútový časový úsek a druhý časový úsek, ktorý trval cca 15 minút a 18 sekúnd, avšak bol prerušený zaradením reklamy dvakrát.

V predmetných spravodajských programoch teda počet reklamných prerušení prevýšil počet kompletných 30-minútových časových úsekov, resp. boli prerušené v jednom 30-minútovom časovom úseku dvakrát, čo je v rozpore s vyššie uvedeným výkladom § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.

III.

Ako vyplýva z prepisu/popisu skutkového stavu, v dňoch 1. 2. – 8. 2. 2016 boli v čase medzi 20:00:00 hod. a 20:59:59 hod. na programovej službe JOJ odvysielané komunikáty *Štartovací balíček televízie JOJ*. Vzhľadom na predmet správneho konania je nevyhnutné analyzovať, či sú alebo nie sú dané komunikáty telenákurom podľa § 32 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.

Samotný účastník konania vo svojom oznámení doručenom Rade dňa 21. 1. 2016 listom zaevidovaným pod č. 270/2016/P zaradil tento typ komunikátu medzi zábavné programy. Na základe tohto oznámenia bola jeho licencia zmenená rozhodnutím č. T/39/TD/15/RZL/14/2016 zo dňa 23. 2. 2016, ktoré nadobudlo právoplatnosť dňa 4. 4. 2016. Uvedené oznámenie neobsahovalo podrobnejšiu charakteristiku tohto typu komunikátu, len jeho zaradenie ako zábavného programu.

Vzhľadom na uvedené Rada posudzovala, či predmetné komunikáty boli programom alebo doplnkovým vysielaním, do ktorého sa radia aj reklama a telenákup. Pojem doplnkové vysielanie je vymedzený v § 3 písm. h) zákona č. 308/2000 Z. z. ako „komunikát, ktorý nie je reláciou vysielania a ako zložka programovej služby zvyčajne dopĺňa vysielací čas medzi jednotlivými reláciami vysielania, najmä videotext, reklama, telenákup, zvukové a zvukovo-obrazové prostriedky oddeľujúce vysielanie reklamy a telenákupu a iná programová interpunkcia, ako aj oznam o aktuálnom čase a ohlasovanie programov“. Doplnkové vysielanie je vymedzené jednak negatívne (doplnkové vysielanie nie je programom) a popisáním funkcie doplnkového vysielania (zvyčajne dopĺňa čas medzi jednotlivými programami). V § 3 písm. h) zákona č. 308/2000 Z. z. je ďalej uvedený pomerne obsiahly exemplifikatívny výpočet komunikátov, ktoré sa zaraďujú pod doplnkové vysielanie. Niektoré z týchto komunikátov sú následne vymedzené v príslušných častiach zákona č. 308/2000 Z. z. (napr. pojem reklama je vymedzený v § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pojem telenákup je vymedzený v § 32 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., pojem vlastná propagácia je vymedzený v § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.).

Pojem program je podľa § 3 písm. i) bod 2 zákona č. 308/2000 Z. z. (časť definície relevantná pre predmetné správne konanie) „zvukovo-obrazový [komunikát], zložený z pohybujúcich sa obrazov so zvukom alebo bez zvuku, tvoriaci svojím obsahom, formou a funkciou uzavretý celok v rámci programovej služby vysielateľa alebo v rámci katalógu zostaveného poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie“. Programom v televíznom vysielaní bude zvukovo-obrazový komunikát, **tvoriaci svojím obsahom, formou a funkciou** uzavretý celok v rámci programovej služby vysielateľa - účastníka konania. Trvanie komunikátu nie je definičným znakom ani pojmu doplnkové vysielanie, ani pojmu program, hoci vo všeobecnosti majú programy dlhšie trvanie, keďže ich funkcia je odlišná od funkcie doplnkového vysielania.

Z oboch citovaných definícií vyplýva, že záver o tom, či určitý komunikát je programom alebo doplnkovým vysielaním, je možné urobiť len na základe jeho obsahu. Vzhľadom na uvedené sme sa zamerali na posúdenie, či predmetné komunikáty vzhľadom na ich obsah, formu a funkciu tvorili uzavretý celok v rámci vysielanej televíznej programovej služby.

Obsah predmetných komunikátov:

Po obsahovej stránke posudzované komunikáty neboli totožné. Každý z posudzovaných komunikátov obsahoval výzvu na účasť v súťaži, avšak táto bola v jednotlivých komunikátoch dopĺňaná o ďalšie informácie.

V jednotlivých dňoch boli medzi 20:00:00 hod. a 20:59:59 hod. odvysielané vždy dve verzie komunikátu *Štartovací balíček TV JOJ*, pričom dňa 5. 2. 2016 bola odvysielaná druhá verzia aj v čase o cca 21:47:40 hod. a 22:58:49 hod. Prvá verzia bola dlhšia, bola označená symbolom Jednotného

systému označovania ako neprístupná pre maloletých do 12 rokov a vystupoval v nej moderátor, ktorý prehováral priamo k divákovi. Predstavil divákovi výhru, ktorú môžu vyhrať, ktorá bola 60 000 €, resp. 66 000 € v prípade komunikátov odvysielaných 7. 2. a 8. 2. 2016. V komunikátoch odvysielaných dňa 1. 2., 2. 2., 5. 2. a 8. 2. 2016 moderátor tiež predniesol súťažnú otázku, vďaka ktorej môžu vyhrať ďalšie žreby aj peňažnú výhru. Táto otázka bola uvedená aj na lište v spodnej časti obrazovky. Moderátor zároveň viackrát vyzýval divákov na zaslanie SMS správ na poskytnuté telefónne číslo. Na obrazovke bola počas vysielania predmetných komunikátov prítomná výzva na zasielanie SMS na poskytnuté telefónne číslo, informácia o umiestnení pravidiel hry na internetovej stránke vyhra.huste.tv, o cene prijatej SMS a počte získaných kreditov, ktoré súťažiaci získa zaslaním SMS. Diváci boli tiež informovaní, kedy končí herný cyklus súťaže. V komunikáte odvysielanom dňa 3. 2. 2016 mali diváci možnosť za zaslanie SMS správy získať navyše 5 000 žrebov, v komunikáte zo dňa 4. 2. 2016 mali možnosť za zaslanie dvoch SMS správ získať navyše 10 000 žrebov, v komunikáte zo dňa 6. 2. 2016 mali možnosť za zaslanie dvoch SMS správ získať navyše 17 000 žrebov a v komunikáte zo dňa 7. 2. 2016 mali možnosť za zaslanie dvoch SMS správ získať navyše 20 000 žrebov.

Verzia 1 komunikátu zo dňa 7. 2. 2016 bola zároveň výnimočná v tom, že počas neho moderátor volal výhercovi sumu 60 000 € a viedol s ním krátky rozhovor.

Druhá verzia komunikátu bola vo všetkých prípadoch kratšia a diváci v nej boli opakovane vyzývaní, aby zasielali SMS na zverejnené číslo, a informovaní o výške výhry. Na obrazovke bola počas vysielania predmetného komunikátu prítomná výzva na zasielanie SMS na poskytnuté telefónne číslo, informácia o dobe trvania herného cyklu súťaže štartovací balíček, o dni žrebovania, o počte získaných kreditov, ktoré súťažiaci získa zaslaním SMS, o cene prijatej SMS (2 € s DPH) a informácia o umiestnení pravidiel hry na internetovej stránke vyhra.huste.tv.

Ako vyplýva z vyššie uvedeného, v oboch komunikátoch bola ústrednou informáciou výzva na zasielanie SMS na poskytnuté číslo a účasť v hre. V prípade uvedených komunikátov nie je možné identifikovať akúkoľvek dejovú líniu, resp. štruktúru, ktorá by smerovala od úvodu k záveru. Aj v prípade verzie 1 komunikátu odvysielaného dňa 7. 2. 2016, kedy moderátor telefonoval s víťazom súťaže, mal rozhovor iba podružnú funkciu a hlavnou informáciou bola výzva na zasielanie SMS. Uvedené komunikáty obsahujú primárne výzvu na zasielanie SMS a sprostredkovanie informácie, o čo sa súťažá. Zásadnou informáciou bola výzva na účasť v hre, ktorá ale sama o sebe prebiehala mimo vysielania.

V rámci posudzovaných komunikátov nie je možné identifikovať členenie na úvod, jadro a záver. Spracovaním takýto komunikát skôr zodpovedá rôznym komerčným výzvam a informáciám. Aj v prípade zábavných programov je obsah komunikátu do istej miery štruktúrovaný. V rámci takéhoto komunikátu majú diváci možnosť prežívať zážitok z hry, zábavu, dozvedieť sa nové informácie. Uvedené aspekty zábavného programu neboli v posudzovaných komunikátoch prítomné.

Forma predmetného komunikátu

Posudzované komunikáty sú zvukovo-obrazovým komunikátom, ktorého trvanie v prípade prvej verzie bolo v prípade verzie 1 komunikátu v jednotlivých dňoch cca 2 minúty a 33 sekúnd, 2 minúty a 16 sekúnd, 1 minúta a 40 sekúnd, 2 minúty a 4 sekundy, 2 minúty a 46 sekúnd, 2 minúty a 25 sekúnd, 4 minúty a 1 sekunda a 2 minúty a 40 sekúnd a v prípade verzie 2 komunikátu cca 20 sekúnd, 20 sekúnd, 29 sekúnd, 28 sekúnd, 20 sekúnd (dňa 5. 2. 2016 trikrát), 18 sekúnd, 19 sekúnd a 30 sekúnd. Z hľadiska trvania tak ide o kratšie komunikáty, ktoré sa svojou dĺžkou jednoznačne vymykajú bežnému trvaniu zábavných programov. V rámci trvania sú diváci vyzývaní, aby sa zúčastnili hry. Na začiatku verzie 1 komunikátu bol odvysielaný zvukovo-obrazový komunikát s názvom súťaže a na konci bol zverejnený tzv. copyright. Možno tak uviesť, že po formálnej stránke mali tieto komunikáty začiatok a koniec. V prípade verzie 2 komunikátu bol odvysielaný iba zvukovo-obrazový komunikát s názvom súťaže na konci komunikátu a teda po formálnej stránke tieto komunikáty nemali začiatok a koniec. Po obsahovej stránke sa však v ich rámci neodohrával žiadny dej. Činnosť, ku ktorej boli diváci vyzývaní, prebiehala mimo vysielania predmetných komunikátov.

Vizuálnym, zvukovým a dramaturgickým spracovaním boli komunikáty vystavané ako propagácia hry Štartovací balíček TV JOJ.

Funkcia predmetného komunikátu

Funkciou predmetných komunikátov bolo spropagovať hru Štartovací balíček TV JOJ, poskytnúť divákovi informácie o možnosti účasti v tejto hre a vyzývať ich na účasť v nej. Za týmto účelom boli divákovi v rámci posudzovaných komunikátov opakovane poskytované informácie o výške výhry a opakovane boli vyzývaní, aby zasielali SMS na poskytnuté telefónne číslo.

Z vyššie uvedeného vyplýva, že po obsahovej stránke, ako aj z hľadiska funkcie, predmetné komunikáty neboli uzavretým celkom, keďže slúžili na propagovanie služby, ktorá bola poskytovaná mimo samotného vysielania programovej služby. Na základe uvedeného Rada skonštatovala, že posudzované komunikáty neboli programami.

Ako vyplýva aj z vyššie uvedeného, propagačný charakter posudzovaných komunikátov vedie k záveru, že mohli byť niektorou z foriem mediálnej komerčnej komunikácie, a teda boli doplnkovým vysielaním. Vzhľadom na predmet správnych konaní vymedzený v oznámeniach o začatí správneho konania Rada posudzovala, či tieto komunikáty naplnili definíciu telenákupu alebo vlastnej propagácie, a to najmä vzhľadom na skutočnosť, že posudzované komunikáty obsahovali aj informácie, ktoré mali do istej miery propagačnú hodnotu aj vo vzťahu k vysielaniu účastníka konania.

Účelom samotnej súťaže podľa „Pravidiel spotrebiteľskej propagačnej súťaže „ŠTARTOVACÍ BALÍČEK TV JOJ 2016“²“ je „podpora predaja elektronických služieb organizátora (najmä pozadia pre mobilné telefóny), propagácia vysielania televíznych programových služieb „JOJ GROUP“ („JOJ GROUP“ - zahŕňa všetky programové služby vysielateľa MAC TV s.r.o., na ktoré MAC TV s.r.o. má (menovite: TV JOJ, PLUSKA, WAU, SENZI) alebo v budúcnosti získa licenciu udelenú Radou pre vysielanie a retransmisii.), podpora a propagácia predaja elektronických služieb vysielateľa na jeho internetovom portáli www.huste.tv a www.joj.sk ako aj podpora a propagácia elektronických komunikačných služieb spoločnosti Orange, spoločnosti TELEKOM a spoločnosti O2.“

Organizátorom predmetnej súťaže má byť podľa pravidiel súťaže spoločnosť MegaVox, s.r.o., Bratislava, vyhlasovateľom súťaže má byť spoločnosť Slovenská produkčná, a.s., Bratislava a marketingovými partnermi organizátora súťaže majú byť spoločnosti Orange Slovensko, a.s., Bratislava a Slovak Telekom, a.s. Bratislava. Podľa pravidiel súťaže, cenu do súťaže venovala spoločnosť MegaVox, s.r.o. Z uvedeného vyplýva, že samotná hra slúžila na podporu predaja služieb poskytovaných tretími subjektmi i vysielateľom.

Z rozhodovacej praxe Rady potvrdenej aj NS SR vyplýva, že v prípade ak odvysielané komunikáty propagujú vysielanie vysielateľa ako aj služby tretej osoby, je potrebné posúdiť, čo je primárne propagované. Rada tak v rozhodnutí č. RP/050/2013 zo dňa 18. 6. 2013, ktoré nadobudlo právoplatnosť dňa 31. 10. 2014, v prípade vysielania upútavky na film, ktorý mal byť premietaný v kinách a v ktorej bola zároveň uvedená informácia o tom, že v budúcnosti tento film odvysiela na svojej programovej službe aj vysielateľ, dospela k záveru, že zo spracovania komunikátu vyplývalo, že primárne propagoval premietane audiovizuálneho diela v kinách a iba podružne predstavoval aj vlastnú propagáciu vysielateľa. Predmetné rozhodnutie bolo potvrdené aj NS SR rozsudkom vo veci 6SŽ/16/2013.

Rada v rozhodnutí č. RP/70/2014 zo dňa 18. 11. 2014, ktoré nadobudlo právoplatnosť dňa 8. 1. 2015, posudzovala, či komunikát, ktorý bol upútavkou na program *Nové bývanie* (jej obsah tvorili zábery z tohto programu) vzhľadom na spôsob jeho spracovania a rozsah propagačných informácií súvisiacich s bytovým komplexom Panorama city, nestratil charakter upútavky na vlastné vysielanie a či vzhľadom na toto spracovanie nadobudol charakter reklamy propagujúcej primárne bytový

² http://www.joj.sk/fileadmin/templates/podstranky/huste/pravidla_sutaze_startovaci_balicek_2016.pdf - pravidlá na tejto stránke už momentálne nie sú dostupné

komplex Panorama city. V rámci tohto rozhodnutia Rada o. i. konštatovala, cit.: „*Spracovanie upútavky na program je síce v dispozícii samotného vysielateľa, avšak nesmie ísť o také spracovanie, ktoré prestane spĺňať výlučne funkciu upútať divákov na jeho vysielanie, ale dôjde k propagácii tretej osoby. ... Vlastná propagácia má výlučne získať a udržať pozornosť divákov na vysielanie, programy, tovary alebo služby, priamo spojené s vysielaním a programami vysielateľa.*“.

Z uvedeného vyplýva, že pre posúdenie, či komunikát je vlastnou propagáciou, je podstatný jeho obsah. Ak je v rámci obsahu tohto komunikátu propagovaná služba tretej osoby a informácie propagačné vo vzťahu k vysielaniu vysielateľa ustupujú do úzadia, je potrebné o takomto komunikáte uvažovať ako o reklame, resp. telenákup so všetkými následkami, ktoré sa s tým spájajú.

Rada sa už obdobnými komunikátmi zaoberala aj v minulosti, konkrétne v rozhodnutí č. RP/36/2015 zo dňa 23. 6. 2015. Hoci obsahovo sa jednotlivé komunikáty od seba líšili, ich podstata bola rovnaká a tiež sa týkali Štartovacieho balíka televízie JOJ. Rada v danom prípade skonštatovala, že sa jednalo o telenákup vo forme telenákupného šotu.

Ako je zrejmé z obsahu posudzovaných komunikátov, ich primárnym účelom bolo propagovať službu – súťaž, do ktorej sa diváci mohli zapojiť zaslaním SMS. Pre účasť v hre museli diváci splniť ďalšie podmienky, tie však nesúviseli výhradne so samotným vysielaním. Ako vyplýva z dokumentov upravujúcich podmienky hry, hra nebola produktom vysielateľa. Jej organizátorom bola tretia osoba, spoločnosť Mega Vox, s.r.o. a jej vyhlasovateľom bola spoločnosť Slovenská produkčná, a.s., ktorá je jediným spoločníkom účastníka konania. Ako vyplýva z pravidiel súťaže, na získanie výhry bolo potrebné splniť viaceré podmienky. Hoci počas vysielania predmetných komunikátov sa spomínalo len zaslanie SMS správy na zverejnené číslo, z pravidiel hry vyplývalo, že možnosť získania výhry bola spojená aj s využívaním komerčných produktov spoločnosti MegaVox, s.r.o. a účastníka konania a tiež správnym zodpovedaním otázky súvisiacej s vysielaním účastníka konania. Získanie výhry tak záviselo nie len od využitia audiotextového čísla so zvýšenou sadzbou, ale aj od využitia služieb tretej osoby. Samotná súťaž nebola produktom účastníka konania, ale tretích osôb a jej priebeh sa odohrával primárne mimo vysielania účastníka konania. Aj v prípade, ak v rámci posudzovaných komunikátov boli divákovi ponúknuté informácie, kedy bude odvysielané zlosovanie, tieto len dopĺňali informácie vyzývajúce na účasť v hre. Nakoľko samotná súťaž nebola účastníkom konania odvysielaná, vo vysielaní účastníka konania nebol zachytený jej priebeh, tento produkt nepredstavoval službu priamo spojenú s vysielaním a programami. Predmetný produkt propagoval služby viacerých subjektov a možnosť získania prezentovanej výhry bola podmienená ich využitím. Informácia o súťaži tak nebola informáciou o vlastnom vysielaní vysielateľa alebo o činnosti, ktorá by bola spojená s vysielaním, ale predstavovala informáciu o službe – súťaži existujúcej mimo sféry vysielania účastníka konania. Na základe uvedeného Rada skonštatovala, že posudzované komunikáty neboli vlastnou propagáciou podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.

Na druhej strane, ako vyplýva z vyššie uvedeného, tento komunikát obsahoval priamu výzvu na zasielanie SMS na poskytnuté telefónne číslo, na základe čoho sa diváci mohli zúčastniť súťaže. Samotná účasť bola možná len za odplatu v podobe uhradenia ceny SMS, ktorá bola vyššia než bežná cena. Rada pri posudzovaní naplnenia definície telenákupu v súvislosti s vysielaním audiotextových hier aj v minulosti vychádzala z rozhodnutia SD EÚ vo veci C-195/06, v ktorom SD EÚ dáva odpoveď na otázku, či vysielanie alebo časť vysielania, v ktorom vysielateľ ponúka divákovi možnosť zúčastniť sa hry o cenu, a to tak, že im umožní zavolať v danom momente na audiotextové telefónne číslo, čiže za odplatu, spadá pod definíciu telenákupu.

SD EÚ pri definovaní obdobného komunikátu vychádza z článku 1 smernice Rady 89/552/EHS z 3. októbra 1989 v znení smernice 97/36/ES Európskeho parlamentu a Rady z 30. júna 1997:

Vysielanie alebo časť vysielania, počas ktorej vysielateľ ponúka divákovi možnosť zúčastniť sa hry o ceny prostredníctvom okamžitého zatelefonovania na telefónne čísla so zvýšenými sadzbami a teda za odplatu,

- spadá pod definíciu telenákupu podľa Článku 1 písm. f), ak takéto vysielanie alebo časť vysielania predstavuje skutočnú ponuku služby vzhľadom na účel vysielania, ktorého je hra súčasťou, význam hry

v rámci vysielania z hľadiska časového rozsahu a predpokladaného ekonomického prínosu vo vzťahu k celkovému očakávanému prínosu z celého vysielania, a tiež vzhľadom na typ otázok, ktoré sú účastníkovi hry kladené.

Podľa predmetného rozhodnutia vysielanie, počas ktorého vysielateľ ponúka divákovi možnosť zúčastniť sa hry o cenu zavolaním na telefónne číslo so zvýšenou sadzbou, teda za odplatu, je **telenákupom**, ak spĺňa nasledujúce kritériá:

1. *skutočná ponuka služby s ohľadom na účel vysielania, ktorého je hra súčasťou,*
2. *význam hry v rámci vysielania z hľadiska časového rozsahu a predpokladaného ekonomického prínosu,*
3. *typ otázok kladených účastníkovi hry.*

Podľa rozhodnutia SD EÚ, v prípade telefonической súťaže vysielateľ prináša priamo verejnosti ponuku, v dôsledku ktorej sa môže verejnosť zúčastniť hry o cenu za cenu telefonického hovoru. Z rozsudku SD EÚ ďalej vyplýva, že významná je aj skutočnosť, že cena za telefonický hovor je v týchto prípadoch vyššia, ako je bežná cena telefonického hovoru (telefónne číslo so zvýšenou sadzbou). Zavolaním na telefónne číslo so zvýšenou sadzbou recipient prispieva na financovanie takejto hry a tým aj na odmenu (odplatu) pre vysielateľa, na základe čoho sa zúčastňuje aktivity (hry) ponúkanej vysielateľom za odplatu. SD EÚ následne uviedol, že činnosť, v dôsledku ktorej je recipientom umožnené za odplatu zúčastniť sa hry, môže byť poskytovaním služieb. V prípade telefonической súťaže obsiahnutej vo vysielaní je priama ponuka zúčastniť sa hry urobená recipientom poskytnutím nevyhnutných informácií, aby sa mohli dovoliť do súťaže. Výzva na zavolanie do programu moderátorom je zo strany recipientov prijatá zavolaním na telefónne číslo so zvýšenou sadzbou. Z rozsudku SD EÚ ďalej vyplýva, že za takýchto okolností vysielateľ programovej služby môže mať postavenie poskytovateľa služby spočívajúcej v umožnení recipientom za odplatu zúčastniť sa hry o cenu.

Z rozhodnutia SD EÚ ďalej vyplýva, že telefonická hra môže byť telenákupom len vtedy, ak takáto hra predstavuje skutočnú samostatnú ekonomickú aktivitu zahŕňajúcu poskytovanie služieb a neobmedzuje sa len na poskytnutie zábavy v rámci vysielania (*„... a game such as that at issue in the main proceedings, can constitute „teleshopping“ within the meaning of Article 1(f) of Directive 89/552 only if that game constituted an actual economic activity in its own right involving the supply of services and was not restricted to a mere offer of entertainment within the broadcast.“*).

SD EÚ ďalej zdôraznil, že nie je vylúčené, že vysielateľ má len zámer, vzhľadom na cieľ vysielania, ktorého súčasťou je hra, urobiť vysielanie interaktívnym bez toho, aby ním robil skutočnú ponuku služieb v oblasti hazardných hier, najmä ak táto hra tvorí len minimálnu časť vysielaného obsahu a minimálny čas z vysielania programu, v ktorom je obsiahnutá, a preto nemení podstatu vysielania a ak otázky, ktoré sú kladené recipientom, nie sú prepojené s poskytovaním tovarov alebo služieb spojených so živnosťami, podnikaním, remeslami alebo s povolaním. SD EÚ tiež uviedol, že nepôjde o telenákup ani v prípade, ak očakávaný ekonomický úžitok sa preukáže byť náhodný vo vzťahu k vysielaniu ako celku. (*„It is not inconceivable that the television broadcaster simply had the intention, taking into account the purpose of the broadcast of which the game forms part, of making that broadcast interactive without thereby making an actual offer of services in the gambling sector, particularly if that game represents only a minimal part of the content and the time of the entertainment broadcast and therefore does not change the nature of that broadcast, and if the questions which the candidates are asked are unconnected with the promotion of goods or of services in connection with a trade, business, craft or profession. The same is true if the economic interest expected from the game proves to be quite incidental in relation to that of the broadcast as a whole.“*).

V danom prípade predmetné rozhodnutie nie je možné zohľadniť v takom rozsahu, ako v prípade audiotexových hier o cenu, ktoré Rada opakovane posudzovala. Posudzovaný skutkový stav je odlišný v tom, že účastník konania neumožňuje divákovi na základe výzvy priamo vo vysielaní hru aj hrať. V danom prípade sa nejedná o hru o cenu v takej podobe, akú mali predchádzajúce komunikáty, ktoré posudzovala Rada. Pre predmetné správne konanie sú však významné závery SD EÚ, z ktorých

vyplýva, že priamou ponukou verejnosti, ktorej cieľom je poskytnúť služby, je aj výzva na účasť v hre a poskytnutie možnosti účasti v takejto hre a že odplatou za takúto činnosť je práve zvýšená sadzba hovoru (v danom prípade suma uhrádzaná za zakúpenie kreditov). Rovnako Rada postupovala aj v prípade už vyššie uvedeného rozhodnutia č. RP/36/2015, ktoré sa týkalo skutkovo obdobnej veci.

Ad 1)

V posudzovaných komunikátoch boli diváci opakovane vyzývaní na účasť v hre, boli nabádaní aby sa zaslaním SMS na poskytnuté číslo zapojili do hry a dostali sa do zlosovania. V posudzovanom komunikáte tak bola priamo ponúkaná možnosť zúčastniť sa hry o cenu zaslaním SMS na poskytnuté audiotextové číslo. Ako vyplýva z pravidiel súťaže, na získanie výhry je potrebné splniť viaceré podmienky, okrem zaslania SMS správy na zverejnené číslo, aj využívanie komerčných produktov spoločnosti MegaVox, s.r.o. a účastníka konania a tiež správne zodpovedanie otázky súvisiacej s vysielaním účastníka konania. V danom prípade primárnym účelom predmetného komunikátu bola propagácia služby - súťaže. Poskytnutie súťaže bolo službou tretích osôb. Z uvedeného vyplýva, že v predmetnom programe bola propagovaná a poskytovaná služba tretích osôb, to znamená, že samotná súťaž predstavovala skutočnú ekonomickú aktivitu zahŕňajúcu poskytnutie služieb aj tretích osôb a účasť v nej bola podmienená ich využitím.

Komunikáty propagujúce súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* a vyzývajúce na účasť v tejto hre nie sú súčasťou iného obsahu. Ich obsahom je len informovanie o súťaži, výzva na účasť v súťaži a zverejnenie výhercu súťaže.

Účelom týchto komunikátov bolo, aby sa čo najväčšie množstvo recipientov zapojilo do súťaže. Nejde o klasické spiestrenie obsahu vysielania programovej služby, ako je to v prípade vedomostných hier vysielaných vysielateľom, ale je evidentné, že účelom týchto komunikátov je osloviť čo najväčšie množstvo recipientov, aby využili služby tretích osôb.

Ad 2)

Televízia JOJ vysiela 24 hodín denne 7 dní v týždni. Podľa údajov zaslaných účastníkom konania v podaní č. 270/2016/P zo dňa 21. 1. 2016 („Oznámenie o zmenách v programovej štruktúre TV JOJ JANUÁR – MAREC 2016“ – hoci predmetný komunikát bol odvysielaný ešte v decembri 2015, v oznámení účastníka konania týkajúce sa decembra 2015 tento komunikát ešte nefiguroval, čiže je pravdepodobné, že ho tam účastník konania zaradil v priebehu roka 2015, avšak zmenu oznámil až v januári 2016) bola hra *Štartovací balíček 2016* vysielaná každý deň. Ako je zrejmé z prepisu/popisu skutkového stavu, účastník konania odvysielal predmetný komunikát aj v iných časoch. Celkové trvanie predmetných komunikátov je v rozsahu niekoľkých minút za deň. Z hľadiska časového teda vysielanie komunikátov propagujúcich vysielanie hry *Štartovací balíček* televízie JOJ nepredstavuje významnejšie percento vysielacieho času. V danom prípade to však nie je rozhodujúce, keďže vysielanie propagujúce hru *Štartovací balíček* televízie JOJ nie je súčasťou iného obsahu. Toto vysielanie neponúka možnosť hrať hru priamo vo vysielaní, diváci sú v ňom len vyzývaní na zaslanie SMS a je im umožnené na základe zaslania SMS zapojiť sa do hry. Zapojenie sa do hry však neprebíha v rámci vysielania programovej služby. Vzhľadom na skutočnosť, že samotná hra je službou tretej osoby a v rámci vysielania účastníka konania sú diváci vyzývaní na jej využitie a je im aj poskytnutá možnosť využiť ju bez toho, aby samotná hra prebiehala v rámci vysielania účastníka konania, trvanie takýchto komunikátov vo vzťahu k časovému rozsahu vysielania účastníka konania nie je podstatné.

Je zrejmé, že Rada nie je v pozícii, aby dokázala určiť konkrétny ekonomický prínos z vysielania takýchto komunikátov. V tomto bode je však potrebné zohľadniť to, čo bolo uvedené aj vyššie, a teda že hra ako služba tretej osoby nie je súčasťou vysielania, vysielanie o nej len informuje, resp. ju propaguje. Ide teda o veľmi obdobnú situáciu, ako v prípade bežných telenákupov. Ani v prípade takéhoto vysielania nie je opodstatnené skúmať ekonomický prínos pre vysielateľa. Je potrebné vychádzať z predpokladu, že ak takúto činnosť robí (vyzýva na využitie služby tretej osoby, ktorá je reálnou hospodárskou aktivitou a propaguje ju), činí tak primárne zo zisťných dôvodov. Navyše je možné poukázať na skutočnosť, že získanie zberov pre účasť v súťaži, resp. kreditov, ktoré zároveň

predstavovali žreby pre účasť v súťaži, nebolo bezodplatné. Diváci zasielali SMS na bezplatné telefónne číslo, avšak na to, aby sa mohli zúčastniť súťaže, si museli objednať kredity a to prostredníctvom príkazov uvedených v SMS, pri ktorých v prípade dobitia 30 kreditov uhrádzali sumu dve eurá (na základe takéhoto dobitia získali jeden SMS žreb) a v prípade dobitia o 60 kreditov uhrádzali sumu 4 eurá (na základe takéhoto dobitia získali tri SMS žreby). Samotné kredity slúžili na využívanie služieb poskytovaných organizátorom, účastníkom konania alebo mobilnými operátormi. **Využitie služieb organizátora bolo podmienkou pre vznik nároku na výhru** (bod 14 Pravidiel). Na základe uvedeného tak možno dospieť k záveru, že očakávaný príjem z takejto činnosti nebol len marginálny, resp. „náhodný“.

Ekonomický model pri tomto type komunikátu **je natoľko zrejмый, že ekonomický profit z takejto činnosti pre vysielateľa, podobne ako odplatosť pri vysielaní reklamy alebo umiestňovania produktov, je nutné jednoducho prezumovať**. Vzhľadom na obsah tohto typu komunikátu nie je zrejмый, aký iný účel by pre vysielateľa mohol plniť, ak nie ako ďalší zdroj príjmu. V danom prípade nebolo rozhodujúce, aké skutočné ekonomické výsledky vysielanie komunikátov tohto charakteru účastníkovi konania prinieslo, ale aké boli očakávané príjmy z týchto komunikátov.

Ad 3)

Hľadisko posúdenia typu otázok, ktoré boli divákovi kladené, nie je v prípade posudzovaných komunikátov podstatné, pretože tieto priamo vyzývali na využitie služby tretej osoby. V obsahu posudzovaných komunikátov je možné identifikovať prvky vlastnej propagácie, tie sú však k propagácii samotnej hry marginálne.

Vzhľadom na vyššie uvedené Rada skonštatovala, že predmetné komunikáty naplnili definíciu mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 31a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. Podľa § 31a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. je mediálnou komerčnou komunikáciou

- zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia,
- priamo alebo nepriamo propagujúca tovar, služby alebo dobrú povesť fyzickej osoby alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť,
- poskytovaná ako súčasť programu alebo program sprevádzajúca za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo je programovou službou určenou výhradne na reklamu a telenákup alebo programovou službou určenou výhradne na vlastnú propagáciu.

V prípade predmetných komunikátov išlo o zvukovo-obrazovú informáciu, ktorá priamo propagovala službu tretej osoby tým, že priamo vyzývala na jej využitie. Z vyššie uvedeného vyplýva, že posudzované komunikáty program sprevádzal za odplatu, resp. inú podobnú protihodnotu. **Nakoľko predmetné komunikáty obsahovali priamu ponuku (výzva na zasielanie SMS na poskytnuté telefónne číslo a výzva na účasť v hre) vysielanú verejnosti s cieľom poskytnúť službu (hru o cenu) je zrejмый, že naplnili definíciu telenákupu, v čoho dôsledku sa na ne vzťahuje aj úprava v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.** Na základe uvedeného Rada dospela k záveru, že posudzované komunikáty naplnili definíciu telenákupu.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 1. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielané tri reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:00:45 hod. do cca 20:01:44 hod. a trval 59 sekúnd. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:15:42 hod. do cca 20:20:56 hod. a trval 5 minút a 14 sekúnd. Tretí reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:51:31 hod. do cca 20:57:15 hod. a trval 5 minút a 44 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 20:21:06 hod. do 20:23:36 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 2 minúty a 33 sekúnd a v čase od cca 20:57:19 hod. do cca 20:57:39 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 20 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, oba uvedené komunikáty naplnili definíciu telenákupných šotov (keďže nedosahovali trvanie aspoň 15 minút, nemožno ich označiť za telenákupné pásma), na základe čoho je potrebné zohľadniť ich trvanie pri

posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 14 minút a 50 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 2 minúty a 50 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 2. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielané tri reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:01:43 hod. do cca 20:02:43 hod. a trval 1 minútu. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:17:21 hod. do cca 20:22:40 hod. a trval 5 minút a 19 sekúnd. Tretí reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:51:49 hod. do cca 20:57:28 hod. a trval 5 minút a 39 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 20:22:51 hod. do 20:25:07 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 2 minúty a 16 sekúnd a v čase od cca 20:57:33 hod. do cca 20:57:53 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 20 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, oba uvedené komunikáty naplnili definíciu telenákupných šotov (keďže nedosahovali trvanie aspoň 15 minút, nemožno ich označiť za telenákupné pásma), na základe čoho je potrebné zohľadniť ich trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 14 minút a 34 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 2 minúty a 34 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 3. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielané dva reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:16:43 hod. do cca 20:22:58 hod. a trval 6 minút a 15 sekúnd. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:52:52 hod. do cca 20:58:37 hod. a trval 5 minút a 45 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 20:23:08 hod. do 20:24:48 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 1 minúta a 40 sekúnd a v čase od cca 20:58:41 hod. do cca 20:59:10 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 29 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, oba uvedené komunikáty naplnili definíciu telenákupných šotov (keďže nedosahovali trvanie aspoň 15 minút, nemožno ich označiť za telenákupné pásma), na základe čoho je potrebné zohľadniť ich trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 14 minút a 9 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 2 minúty a 9 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 4. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielané dva reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:16:33 hod. do cca 20:22:12 hod. a trval 5 minút a 39 sekúnd. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:53:02 hod. do cca 20:59:21 hod. a trval 6 minút a 19 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 20:22:23 hod. do 20:24:27 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 2 minúty a 4 sekundy a v čase od cca 20:59:26 hod. do cca 20:59:54 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 28 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, oba uvedené komunikáty naplnili definíciu telenákupných šotov (keďže nedosahovali trvanie aspoň 15 minút, nemožno ich označiť za telenákupné pásma), na základe čoho je potrebné zohľadniť ich trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 14 minút a 30 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 2 minúty a 30 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 5. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielané dva reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:17:57 hod. do cca 20:22:36 hod. a trval 4 minúty a 39 sekúnd. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:52:34 hod. do cca 20:58:53 hod. a trval 6 minút a 19 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 20:22:46 hod. do 20:25:33 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 2 minúty a 47 sekúnd a v čase od cca 20:58:58 hod. do cca 20:59:18 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 20 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, oba uvedené komunikáty naplnili definíciu telenákupných šotov (keďže nedosahovali trvanie aspoň 15 minút, nemožno ich označiť za telenákupné pásma), na základe čoho je potrebné zohľadniť ich trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. V čase od cca 20:38:59 hod. do cca 20:39:09 hod. bol tiež odvysielaný komunikát označujúci za sponzora programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 10 sekúnd. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 14 minút a 15 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 2 minúty a 15 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 5. 2. 2016 v čase od 21:00:00 hod. do 21:59:59 hod. odvysielané dva reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 21:19:17 hod. do cca 21:25:41 hod. a trval 6 minút a 24 sekúnd. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 21:42:02 hod. do cca 21:47:35 hod. a trval 5 minút a 33 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 21:47:40 hod. do cca 21:48:00 hod. bol tiež odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 20 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, uvedený komunikát naplnil definíciu telenákupného šotu (keďže nedosahoval trvanie aspoň 15 minút, nemožno ho označiť za telenákupné pásmo), na základe čoho je potrebné zohľadniť jeho trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. Reklama a posudzovaný komunikát odvysielaný v čase od 21:00:00 hod do 21:59:59 trvali spolu 12 minút a 17 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 17 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 5. 2. 2016 v čase od 22:00:00 hod. do 22:59:59 hod. odvysielané dva reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 22:30:21 hod. do cca 22:36:45 hod. a trval 6 minút a 24 sekúnd. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 22:53:10 hod. do cca 22:58:44 hod. a trval 5 minút a 34 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 22:58:49 hod. do cca 22:59:09 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 20 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, uvedený komunikát naplnil definíciu telenákupného šotu (keďže nedosahoval trvanie aspoň 15 minút, nemožno ho označiť za telenákupné pásmo), na základe čoho je potrebné zohľadniť jeho trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. V čase od cca 22:23:02 hod. do cca 22:23:12 hod. bol tiež odvysielaný komunikát označujúci za sponzora programu *Janko a Marienka: Lovci čarodejníč* spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 10 sekúnd. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 12 minút a 28 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 28 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 6. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielané tri reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:02:26 hod. do cca 20:03:26 hod. a trval 1 minútu. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:16:39 hod. do cca 20:21:58 hod. a

trval 5 minút a 19 sekúnd. Tretí reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:52:44 hod. do cca 20:58:23 hod. a trval 5 minút a 39 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 20:22:08 hod. do 20:24:33 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 2 minúty a 25 sekúnd a v čase od cca 20:58:28 hod. do cca 20:58:46 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 18 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, oba uvedené komunikáty naplnili definíciu telenákupných šotov (keďže nedosahovali trvanie aspoň 15 minút, nemožno ich označiť za telenákupné pásma), na základe čoho je potrebné zohľadniť ich trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. V čase od cca 20:38:04 hod. do cca 20:38:13 hod. bol tiež odvysielaný komunikát označujúci za sponzora programu *Chaos* spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 9 sekúnd. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 14 minút a 50 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 2 minúty a 50 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 7. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielané dva reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:15:42 hod. do cca 20:21:51 hod. a trval 6 minút a 9 sekúnd. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:53:29 hod. do cca 20:59:17 hod. a trval 5 minút a 48 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 20:22:01 hod. do 20:26:02 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 4 minúty a 1 sekunda a v čase od cca 20:59:22 hod. do cca 20:59:41 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 19 sekúnd. Ako je uvedené vyššie, oba uvedené komunikáty naplnili definíciu telenákupných šotov (keďže nedosahovali trvanie aspoň 15 minút, nemožno ich označiť za telenákupné pásma), na základe čoho je potrebné zohľadniť ich trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. V čase od cca 20:39:34 hod. do cca 20:39:43 hod. bol tiež odvysielaný komunikát označujúci za sponzora programu *Hobit 2: Smaugova pustatina* spoločnosť *ZINC EURO a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., v trvaní 9 sekúnd. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 16 minút a 26 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 4 minúty a 26 sekúnd.

V rámci vysielania programovej služby JOJ boli dňa 8. 2. 2016 v čase od 20:00:00 hod. do 20:59:59 hod. odvysielané dva reklamné bloky oddelené od ostatného vysielania zvukovo-obrazovým predelom. Prvý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:15:44 hod. do cca 20:21:23 hod. a trval 5 minút a 39 sekúnd. Druhý reklamný blok bol odvysielaný v čase od cca 20:53:00 hod. do cca 20:59:19 hod. a trval 6 minút a 19 sekúnd. Obsah týchto reklamných blokov tvorili výlučne komunikáty propagujúce bežné spotrebiteľské produkty alebo služby. V čase od cca 20:21:34 hod do cca 20:24:14 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 2 minúty a 40 sekúnd a v čase od cca 20:59:23 hod. do cca 20:59:53 hod. bol odvysielaný komunikát propagujúci súťaž *Štartovací balíček TV JOJ* v trvaní 30 sekúnd. Ako je uvedené vyššie oba uvedené komunikáty naplnili definíciu telenákupných šotov (keďže nedosahovali trvanie aspoň 15 minút, nemožno ich označiť za telenákupné pásma), na základe čoho je potrebné zohľadniť ich trvanie pri posudzovaní dodržania obmedzenia pre časový rozsah trvania reklamy a telenákupných šotov v jednej hodine. Reklama a posudzované komunikáty odvysielané v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 trvali spolu 15 minút a 8 sekúnd, čím bol presiahnutý 20 percentný limit v jednej hodine (12 minút), ktorý komerčný vysielateľ môže vyhradiť vysielaniu reklamy, o 3 minúty a 8 sekúnd.

Na základe vyššie uvedeného dospela Rada k záveru, že účastník konania porušil povinnosť ustanovenú v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že vo vyššie uvedených dňoch a časoch odvysielal reklamné a telenákupné šoty v časovom rozsahu vyššom ako povolených 12 minút.

IV.

Predmetné správne konanie bolo začaté tiež z dôvodu, že účastník konania odvysielal na svojej programovej službe JOJ dňa 1. 2. 2016 o cca 20:23:55 hod., dňa 3. 2. 2016 o cca 20:25:15 hod., dňa 4. 2. 2016 o cca 20:24:53 hod., dňa 5. 2. 2016 o cca 20:25:50 hod., dňa 6. 2. 2016 o cca 20:24:49 hod. program *Šport*, v ktorom došlo k umiestňovaniu produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. Oznámenie o skutočnosti, že v uvedených programoch *Šport* boli umiestnené produkty, bolo odvysielané na konci týchto programov a zároveň v jednotlivých prípadoch cca 22 sekúnd, 26 sekúnd, 22 sekúnd, 21 sekúnd a 23 sekúnd po začiatku týchto programov, a to v znení: *V tomto programe sú použité produkty.*“

Pre prípad, že vysielateľ alebo tretia osoba chce zaradiť do programu zmienku o svojom tovare, službe alebo ochrannej známke, za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu, zákon č. 308/2000 Z. z. upravuje inštitút umiestňovania produktov. Podľa § 39a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. je umiestňovanie produktov povolené iba za podmienok ustanovených týmto zákonom. V záujme ochrany spotrebiteľa – recipienta sú pre takéto konanie stanovené v § 39a ods. 5 zákona č. 308/2000 Z. z. konkrétne podmienky a obmedzenia.

Jednou z týchto podmienok je podľa ustanovenia § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. povinnosť zreteľne informovať verejnosť o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku a na konci programu, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. Recipient teda musí byť informovaný o skutočnosti, že program, ktorý sleduje obsahuje komerčné informácie, resp. že sú v ňom umiestnené produkty. Táto povinnosť sa nevzťahuje na program cit.: „...ktorého výroba nebola objednaná alebo ktorý nebol vyrobený vysielateľom alebo poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, ktorý tento program vysiela alebo poskytuje.“ Podľa záverečných titulkov programy: „*PRE TV JOJ VYROBILA SLOVENSKÁ PRODUKČNÁ A.S....*“. Na základe uvedeného je zrejmé, že výroba programov bola objednaná vysielateľom MAC TV s.r.o. Podľa ustanovenia § 76dc ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. sa ustanovenia § 39a vzťahujú iba na programy vyrobené po 19. decembri 2009. Podľa záverečných titulkov boli programy vyrobené v roku 2016.

Vzhľadom na uvedené skutočnosti je zrejmé, že účastník konania mal v zmysle § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. povinnosť označiť program *Šport* z vyššie uvedených dní takým spôsobom, aby bola verejnosť informovaná o skutočnosti, že predmetný program obsahuje umiestňovanie produktov.

Zo záznamu vysielať je zrejmé, že účastník konania odvysielal oznam o umiestňovaní produktov v programe dňa 1. 2. 2016 cca **22 sekúnd po začiatku programu**, dňa 3. 2. 2016 cca **26 sekúnd po začiatku programu**, dňa 4. 2. 2016 cca **22 sekúnd po začiatku programu**, dňa 5. 2. 2016 cca **21 sekúnd po začiatku programu** a dňa 6. 2. 2016 cca **23 sekúnd po začiatku programu**.

Ustanovenie § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. stanovuje jednoznačnú povinnosť **zreteľne** informovať recipienta o tejto skutočnosti na začiatku programu, na jeho konci a pri jeho pokračovaní po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. Výkladom ustanovenia § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. nie je možné dospieť k inému záveru ako k tomu, že informácia o komerčnom obsahu programu musí byť recipientovi prezentovaná na **úplnom začiatku programu** a na jeho **úplnom konci** a na **úplnom začiatku jeho pokračovania po prerušení**.

Túto skutočnosť určujú najmä dva faktory. Ako vyplýva z vysielačej a regulačnej praxe, najzreteľnejším upovedomením recipienta o skutočnostiach týkajúcich sa sledovaného programu (výskyt komerčného obsahu, označenie sponzora....) je zaradenie takejto informácie na úplný začiatok a úplný koniec programu (resp. bezprostredne pred program a bezprostredne zaň). Ďalším určujúcim faktorom pre stanovenie takejto povinnosti je eliminácia možnosti zameniteľnosti oznámenia týkajúceho sa obsahu programu s jeho samotným redakčným obsahom.

Takýmto konaním teda bude **zabezpečená maximálna miera informovanosti diváka o charaktere informácií v sledovanom programe** a rovnako bude **oznámenie o obsahu programu oddelené od programu samotného**. Vysielať je preto povinný pri uplatňovaní tejto povinnosti informovať recipienta o komerčnom obsahu programu na začiatku programu, na jeho konci a po prerušení programu mediálnou komerčnou komunikáciou, pričom je dôležité, aby bol recipient oboznámený s existenciou komerčného obsahu programu od samého začiatku programu, resp. jeho časti do jeho konca. Komerčný obsah sa môže teoreticky vyskytovať v ktorejkoľvek jeho časti, vrátane úplného začiatku programu, resp. jeho úplného záveru.

Z tohto dôvodu je ideálnou situáciou, kedy vysielať informuje recipienta o komerčnom obsahu programu (alebo jeho časti) ešte pred jeho úvodom a rovnako až po jeho konci. Tomuto záveru nasvedčuje aj skutočnosť, že povinnosti a obmedzenia týkajúce sa inštitútu umiestňovania produktov sú do veľkej miery totožné s povinnosťami a obmedzeniami týkajúcimi sa inštitútu sponzoringu.

Vysielaťovi je uložená rovnaká povinnosť aj pokiaľ sa týka zreteľného informovania recipienta označením o sponzoraní, resp. umiestnení produktov na začiatku programu a na jeho konci. Dodržaním tejto povinnosti nepochybne bude označenie programu informáciou o komerčnom obsahu rovnakým spôsobom, aký sa uplatňuje práve pri inštitúte sponzorovania programov, teda pred začatím programu a po jeho skončení, pred úvodnými a po záverečných titulkoch programu.

Účelom povinnosti informovať o existencii umiestňovania produktov na začiatku, na konci programu, ako aj pri jeho pokračovaní po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou je snaha zabezpečiť maximálnu mieru informovanosti recipienta o komerčnom obsahu v programe. K naplneniu tohto účelu prispieva aj relatívne **presné určenie časového okamihu, kedy sa musí predmetný oznam na obrazovke objaviť, a teda na začiatku a na konci programu**. V prípade zaraďovania tohto upozornenia v rôznych časových odstupoch (aj keď relatívne krátkych) od začiatku/konca/pokračovania programu, by bola informačná funkcia tohto upozornenia značne oslabená, najmä v dôsledku skutočnosti, že rôzni vysielaťelia zaraďujú toto upozornenie v rôznych časových intervaloch a tieto nie sú totožné dokonca ani v rámci programov jedného vysielaťela.

Neopomenuteľným prínosom je aj určitý návyk, ktorý recipient vďaka dôslednému dodržiavaniu uvedenej povinnosti získa, tzn., že získa okrem iného určitú istotu, kedy má oznam takéhoto charakteru očakávať, a ktorá podstatne redukuje možnosť, že recipient daný oznam prehliadne alebo mu nebude venovať takú pozornosť, aby pochopil jeho význam.

Je tiež nutné upozorniť na fakt, že vyššie uvedené závery plne zodpovedajú doterajšej rozhodovacej praxi Rady v tejto otázke, pričom samotný účastník konania bol o tomto výklade podrobne oboznámený v rozhodnutí č. RL/42/2010 zo dňa 31. 8. 2010, ako aj RP/101/2011 zo dňa 25. 10. 2011.

Na základe vyššie uvedeného je možné zhrnúť dôvody, pre ktoré je **nevyhnutné** na naplnenie povinnosti podľa § 39a ods. 5 písm. d) (*verejnosť je zreteľne informovaná o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku a na konci programu, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou*) odvysielať oznam na **úplnom začiatku programu, úplnom konci programu, či bezprostredne pri jeho pokračovaní** po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou:

- možnosť výskytu komerčného obsahu v ktorejkoľvek časti programu vrátane úplného začiatku programu, resp. jeho úplného záveru a tým pádom eliminácia možnosti zameniteľnosti oznámenia o umiestňovaní produktov s redakčným obsahom programu,
- gramatický a logický výklad ustanovenia § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z.,
- **najzreteľnejším** upovedomením recipienta o skutočnostiach týkajúcich sa sledovaného programu (výskyt komerčného obsahu, označenie sponzora....) je zaradenie takejto informácie na úplný začiatok a úplný koniec programu (resp. bezprostredne pred program a bezprostredne zaň).

Ako je už uvedené vyššie, vysielateľovi je uložená rovnaká povinnosť aj vo vzťahu zreteľného informovania recipienta označením o sponzorovaní na začiatku programu a na jeho konci, pričom gramatickým výkladom príslušného ustanovenia potvrdeným ustálenou rozhodovacou praxou Rady je jednoznačný záver o označení sponzorovaného programu bezprostredne pred začatím programu a bezprostredne po jeho skončení.

Rada v rámci rozhodnutia č. RP/101/2011 zo dňa 25. 10. 2011 (právoplatné dňa 13. 12. 2011) však (okrem vyššie uvedených skutočností – označenie bezprostredne pred a po programe) tiež skonštatovala, že **akceptovateľným konaním**, ktorým bude povinnosť podľa § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. **naplnená, je aj konanie, keď vysielateľ zaradí informáciu o komerčnom obsahu programu už v jeho priebehu, resp. počas jeho vysielania (injektáž, splitscreen).** Táto informácia však **musí byť odvysielaná na začiatku programu a na jeho konci, resp. na začiatku pokračovania programu po prerušení.** Pri takomto konaní samozrejme môže dôjsť k istému **minimálnemu časovému posunu** medzi úplným začiatkom/koncom programu a zaradením informácie o jeho komerčnom obsahu, zaradenie tejto informácie vrátane takejto odchýlky však **nutne musí byť stále definovateľné ako označenie programu na jeho začiatku a konci, resp. po jeho prerušení.**

Pri posudzovaní akceptovateľnosti časovej odchýlky je nevyhnutné mať na zreteli vyššie uvedené dôvody a účel ustanovenia § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. a tým je **zreteľne** informovať recipienta o výskyte komerčného obsahu v programe **na jeho začiatku, konci ako aj po prerušení** mediálnou komerčnou komunikáciou.

V predmetných programoch bol oznam o umiestňovaní produktov zaradený v jednotlivých prípadoch do vysielania cca 22 sekúnd, 26 sekúnd, 22 sekúnd, 21 sekúnd a 23 sekúnd po začiatku týchto programov.

Vo všetkých prípadoch boli tieto oznamy odvysielané po úvodných titulkoch programov *Šport* a počas vysielania prvého príspevku, ktorý uvádzal moderátor programu, pričom počas nich boli vysielané aj zábery z príslušných podujatí. Dané programy teda už **začali z formálneho aj obsahového hľadiska.**

Rada už vo svojom rozhodnutí **RL/057/2012 zo dňa 11. 9. 2012** (nadobudlo právoplatnosť dňa 10. 10. 2012) vydanom v rámci správneho konania č. 268-PLO/O-3049/2012 vedeného voči vysielateľovi MARKÍZA - SLOVAKIA spol. s r.o. skonštatovala, že **ani 8 sekúnd nie je možné charakterizovať ako minimálny časový posun** (spôsobený napr. technickou stránkou veci) **medzi koncom programu a zaradením informácie o umiestňovaní produktov**, ktorý by bolo možné stále považovať za označenie na konci programu. Vysielateľ bol predmetným rozhodnutím sankcionovaný v súvislosti s tým, že na programovej službe TV MARKÍZA odvysielal program *Farma* a na programovej službe DOMA odvysielal program *Druhý dych* obsahujúce umiestňovanie produktov podľa ustanovenia § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom nezabezpečil povinnosť zreteľne informovať verejnosť o umiestnení produktov na začiatku a na konci, ako aj pri pokračovaní programov po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. V daných programoch vysielateľ **zaradil oznam o umiestňovaní produktov** okrem iného **počas titulkov programu avšak zároveň počas zostrihov avizujúcich obsah nasledujúcich programov, tzn. pred ukončením programu z obsahového hľadiska.** Rada v uvedenom rozhodnutí tiež konštatovala, že z definície programu (zvukovo-obrazový komunikát, zložený z pohybujúcich sa obrazov so zvukom alebo bez zvuku, *tvoriaci svojím obsahom, formou a funkciou uzavretý celok v rámci programovej služby vysielateľa.*) jednoznačne vyplýva, že v prípade ak scény vysielané pred titulkami alebo po titulkoch programu, sú po obsahovej, formálnej ako aj funkčnej stránke zhodné so zvyšnou časťou programu, jedná sa stále o jeden o celok a teda o jeden program podľa ustanovení zákona č. 308/2000 Z. z.

Na základe všetkých uvedených skutočností Rada skonštatovala, že časový odstup **22 sekúnd, 26 sekúnd, 22 sekúnd, 21 sekúnd a 23 sekúnd nie je možné charakterizovať ako minimálny časový posun** (spôsobený napr. technickou stránkou veci) od začiatku programu a zaradenie informácie

o umiestňovaní produktov **po tom, ako program po obsahovej stránke začal, nie je možné považovať za označenie na začiatku programu.**

Vzhľadom na všetky uvedené skutočnosti je zrejmé, že recipient nebol informovaný o existencii umiestňovania produktov na začiatku programov, čím účastník konania porušil povinnosť podľa § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z.

* * *

U právnických osôb sa zodpovednosť za správne delikty zakladá zásadne bez ohľadu na zavinenie (objektívna zodpovednosť za správny delikt). Táto zásada platí aj v prípade zákona č. 308/2000 Z. z., ako aj v prípade správneho poriadku, 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 neúmyselným, 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 opakovane 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 povinností ustanovených v § 34 ods. 1, § 35 ods. 3, § 36 ods. 2 a § 39a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. uloží pokutu. Ide o kogentné ustanovenie zákona, ktoré nepripúšťa voľnosť uváženia pri rozhodovaní o druhu sankcie za porušenie tejto povinnosti.

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

- Rozhodnutím č. RL/36/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/53/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/55/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/56/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/61/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/63/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 6. 2011.

- Rozhodnutím č. RL/65/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 7. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/67/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/68/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RP/020/2012 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 JOJ dňa 28. 11. 2011 odvysielal a o cca 23:14 hod. a cca 23:52 hod. pred a po programe *Hod' svišťom* komunikáty, ktoré za sponzora programu označovali spoločnosť *Tatry mountain resorts a.s.*, ktoré naplnili definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím došlo k odvysielaniu reklamných šotov bez ich rozoznatelného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 20. 12. 2012.
- Rozhodnutím č. RP/008/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 8 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 15. 7. 2013 odvysielal o cca 20:25 hod. bezprostredne po programe *Najlepšie počasie* komunikát propagujúci internetovú stránku *www.gotatry.sk* spoločnosti *Tatry mountain resorts, a.s.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím došlo k odvysielaniu reklamného šotu bez jeho rozoznatelného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 20 ods. 4 a v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 3. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/014/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 16. 9. 2013 v čase o cca 20:28 hod. a cca 21:54 hod. odvysielal pred a po programe *Panelák* komunikáty označujúce za sponzorov programu spoločnosti *Unilever Slovensko, spol. s r.o.* a *Kláštorná s.r.o.* a o cca 21:55 hod. pred programom *VyVolení – Dom snov* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *Citroën Slovakia*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím došlo k odvysielaniu reklamných šotov bez ich rozoznatelného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 30. 4. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/030/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 10 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ odvysielal dňa 16. 11. 2013 v čase o cca 20:29:15 hod a o cca 23:20:38 hod pred a po programe *Piráti Karibiku: V neznámych vodách* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *Alza.sk s. r. o.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol na začiatku a na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby; dňa 16. 11. 2013 v čase o cca 23:29:03 hod, v čase o cca 23:52:19 hod a dňa 17. 11. 2013 v čase o cca 00:01:14 hod pred programom *Vyvolení – Dom Snov*, pri jeho prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou a pred jeho pokračovaním po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *CITROËN SLOVAKIA, s.r.o.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol na začiatku a na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby; dňa 30. 11. 2013 v čase o cca 22:54:24 hod pred programom *Vyvolení – Dom Snov* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *CITROËN SLOVAKIA, s.r.o.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol na začiatku zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby; dňa 7. 12. 2013 v čase o cca 15:53:29 hod pred programom *Otec vagabund* komunikát označujúci za sponzora programu

spoločnosť *Panta Rhei, s.r.o.*, ktorý naplnil definíciu 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. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 35 ods. 3 a 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 10. 7. 2014.

- Rozhodnutím č. RP/036/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 6 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ odvysielal dňa 3. 12. 2013 v čase o cca 21:24:45 hod pred pokračovaním programu *Panelák* po jeho prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou a o cca 21:48:47 hod po programe *Panelák* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *Berlin – Chemie Menarini*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol v čase o cca 21:24:45 hod na konci a v čase o cca 21:48:47 hod na začiatku zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby; dňa 3. 12. 2013 v čase o cca 21:49:02 hod a dňa 4. 12. 2013 v čase o cca 00:31:15 hod pred a po programe *Hviezdna pechota* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *Panta Rhei, s.r.o.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol v čase o cca 21:49:02 na konci a v čase o cca 00:31:15 hod na začiatku zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 35 ods. 3 a 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 13. 3. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/041/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 6 500 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ odvysielal dňa 16. 12. 2013 v čase o cca 21:47:53 hod a o cca 22:55:18 hod pred a po programe *Dedičstvo* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *Panta Rhei, s.r.o.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol v čase o cca 21:47:53 hod na konci a v čase o cca 22:55:18 hod na začiatku zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby; na televíznej programovej službe JOJ odvysielal dňa 22. 12. 2013 v čase o cca 20:27:46 hod a o cca 22:58:59 hod pred a po programe *Pád Bieleho domu* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *Alza.sk s. r. o.*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol na začiatku a na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby; na televíznej programovej službe JOJ odvysielal dňa 22. 12. 2013 v čase o cca 22:59:58 hod pred programom *Smrtonosná pasca 2* komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť *Panta Rhei, s.r.o.*, ktorý naplnil definíciu 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. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 35 ods. 3 a 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 3. 9. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/048/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že v rámci programovej služby JOJ dňa 11. 2. 2014 v čase pred a po programe *Šport* o cca 19:59 hod a 20:08 hod. odvysielal komunikát označujúci za sponzora programu internetový obchod *Alza.sk*, ktorý naplnil definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., bez toho, aby bol na začiatku a na konci zreteľne oddelený od iných častí programovej služby tak, aby nebol zameniteľný s inými zložkami programovej služby. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 6. 3. 2015.

Účastník konania bol za porušenie povinnosti podľa § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. sankcionovaný už v minulosti:

- Rozhodnutím č. RL/39/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 8. 6. 2011.

- Rozhodnutím č. RL/40/2011 bola účastníkovia konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 8. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/86/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 13. 10. 2011.
- Rozhodnutím č. RP/08/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 10 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS odvysielal dňa 2. 10. 2011 o cca 20:37 hod. program *Návod na vraždu*, ktorý počas jeho druhého 30 minútového časového úseku trvania v rozmedzí od 21:07 hod. do 21:37 hod. dvakrát prerušil zaradením reklamných blokov o cca 21:10 hod. a cca 21:29 hod. Daným rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 20 ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/025/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Hitman* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 05.03.2011 o cca 20:20 hod. v trvaní cca 114 minút 42 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil päťkrát a o cca 20:58 hod. a 21:59 hod. prerušil predmetný program samostatným reklamným šotom propagujúcim spoločnosť *Uni Credit Bank*. Daným rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods. 2 a § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 23. 11. 2012.
- Rozhodnutím č. RP/071/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 21:21:43 hod do cca 21:51:43 hod programu *Horton* odvysielaného v rámci programovej služby JOJ dňa 01.06.2012 o cca 20:21 hod, ktorý zodpovedá tretiemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamného bloku, a to o cca 21:23:38 hod a o cca 21:51:32 hod. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 31. 10. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/085/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS odvysielal dňa 15.07.2012 o cca 17:05 hod program *Bravados* v trvaní cca 116 minút 41 sekúnd, ktorý prerušil zaradením reklamných blokov štyrikrát. Daným rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 11. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/021/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Hviezda zvaná Pelyněk* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 19.08.2012 o cca 17:03 hod. v trvaní cca 114 minút a 30 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil štyrikrát o cca 17:16 hod., cca 17:50 hod., cca 18:07 hod. a cca 18:29 hod. Daným rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 31. 7. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/024/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 16:25 hod do cca 16:55 hod a časový úsek od cca 17:25 hod do cca 17:55 hod programu *Šerif Ned Blessing* odvysielaného v rámci programovej služby JOJ PLUS dňa 23. 9. 2012 so začiatkom o cca 16:25 hod, ktorý zodpovedá prvému a tretiemu 30 minútového časovému úseku trvania predmetného programu dvakrát prerušil zaradením reklamných blokov, a to o cca 16:34 hod, 16:52 hod a o cca 17:32 hod a 17:49 hod. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 11. 4. 2014
- Rozhodnutím č. RP/028/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Pomstiteľ* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 30.9.2012 o cca 16:37 hod. v trvaní cca 118 minút (vrátane reklamných prerušení) prerušil štyrikrát, čím došlo k porušeniu povinnosti zaradiť jedno prerušenie programu reklamou alebo telenákupom na každý 30-minútový časový úsek programu. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 18. 7. 2014.

- Rozhodnutím č. RP/029/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 500 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od 22:29 hod. do 22:59 hod. programu *Princ z Perzie: Piesky času* odvysielaného v rámci programovej služby JOJ dňa 10.10.2012 so začiatkom o cca 20:29 hod, ktorý zodpovedá piatemu 30 minútovému časovému úseku trvania predmetného programu dvakrát prerušil zaradením reklamného bloku, a to o cca 22:39 hod. a o cca 22:49 hod. Daným rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 20 ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 16. 2. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/033/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že na programovej službe JOJ PLUS odvysielal dňa 17. 11. 2012 o cca 20:20 hod program *Nebezpečný sudca* v trvaní cca 119 minút a 1 sekunda (vrátane reklamných prerušení), ktorý prerušil zaradením reklamných blokov štyrikrát. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 14. 1. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/036/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 16:58:32 hod do cca 17:28:31 hod programu *Diamanty sú večné* odvysielaného v rámci programovej služby JOJ PLUS dňa 4. 11. 2012 o cca 16:28 hod, ktorý zodpovedá druhému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 17:00:15 hod a o cca 17:24:36 hod. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 27. 6. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/040/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 4 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že v programe *Narnia: Princ Kaspian* odvysielanom na programovej službe JOJ dňa 16. 12. 2012 o cca 20:24 hod časový úsek od cca 21:24:34 hod do cca 21:54:33 hod programu, ktorý zodpovedá tretiemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 21:27:14 hod a o cca 21:52:46 hod, a časový úsek od cca 22:24:34 hod do cca 22:54:33 hod programu, ktorý zodpovedá piatemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 22:28:49 hod a o cca 22:46:33 hod. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 12. 7. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/044/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 18:25:07 hod do cca 18:55:06 hod programu *Agent, ktorý ma miloval* odvysielaného na programovej službe JOJ PLUS dňa 2. 12. 2012 o cca 16:55 hod, ktorý zodpovedá štvrtému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 18:26:54 hod a o cca 18:49:27 hod. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 14. 10. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/054/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 13:53:39 hod do cca 14:23:38 hod programu *Geronimo* odvysielaného v rámci programovej služby JOJ PLUS dňa 27. 1. 2013 o cca 13:53 hod, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 13:56:42 hod a o cca 14:18:46 hod, program *Pasca v džungli* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 27. 1. 2013 o cca 20:25 hod v trvaní cca 145 minút a 30 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil päťkrát, program *Nevyslovená pravda* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 7. 2. 2013 o cca 12:11 hod v trvaní cca 112 minút a 9 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil štyrikrát. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 10. 10. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/062/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 6 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 12:56:59 hod do cca 13:26:58 hod programu *Mestečko Black River* odvysielaného na programovej službe JOJ PLUS dňa 31. 1. 2013 o cca 11:56 hod, ktorý zodpovedá tretiemu 30-

minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamného bloku, a to o cca 13:05:43 hod a o cca 13:25:45 hod, časový úsek od cca 09:16:21 hod do cca 09:46:20 hod programu *Pokrvní bratia* odvysielaného na programovej službe JOJ PLUS dňa 3. 2. 2013 o cca 08:16 hod, ktorý zodpovedá tretiemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamného bloku, a to o cca 09:21:25 hod a o cca 09:40:54 hod, program *Kid Blue* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 3. 2. 2013 o cca 17:09 hod v trvaní cca 115 minút a 34 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát, program *Šerif Ned Blessing* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 5. 2. 2013 o cca 12:17 hod v trvaní cca 115 minút a 32 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát, program *Prorok zla* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 6. 2. 2013 o cca 12:11 hod v trvaní cca 114 minút a 41 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát, program *Neodhalené klamstvo* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 12. 2. 2013 o cca 12:03 hod v trvaní cca 117 minút a 33 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát, časový úsek od cca 13:05:00 hod do cca 13:34:59 hod programu *Moja najväčšia životná výhra* odvysielaného na programovej službe JOJ PLUS dňa 13. 2. 2013 o cca 12:05 hod, ktorý zodpovedá tretiemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamného bloku, a to o cca 13:10:35 hod a o cca 13:34:36 hod, program *Čierna diera* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 13. 2. 2013 o cca 20:35 hod v trvaní cca 115 minút a 39 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 18. 10. 2013.

- Rozhodnutím č. RP/065/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 18 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Cesta do Sonory* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 10. 2. 2013 o cca 18:03 hod v trvaní cca 119 minút a 38 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát, program *Davidova matka* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 14. 2. 2013 o cca 12:08 hod v trvaní cca 114 minút a 2 sekundy (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát, časový úsek od cca 09:25:02 hod do cca 09:55:01 hod programu *Vyzvedač* odvysielaného na programovej službe JOJ PLUS dňa 17. 2. 2013 o cca 08:25 hod, ktorý zodpovedá tretiemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 09:26:42 hod a o cca 09:50:46 hod, časový úsek od cca 18:51:00 hod do cca 19:20:59 hod programu *Nezmieriteľní* odvysielaného na programovej službe JOJ PLUS dňa 17. 2. 2013 o cca 17:51 hod, ktorý zodpovedá tretiemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 18:52:54 hod a o cca 19:05:04 hod, časový úsek od cca 22:46:05 hod do cca 23:16:04 hod programu *Expres foto* odvysielaného na programovej službe JOJ PLUS dňa 20. 2. 2013 o cca 22:46 hod, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 22:52:49 hod a o cca 23:13:19 hod, časový úsek od cca 23:14:50 hod do cca 23:44:49 hod programu *Mesto v obklúčení* odvysielaného na programovej službe JOJ PLUS dňa 22. 3. 2013 o cca 23:14 hod, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 23:23:09 hod a o cca 23:44:33 hod, program *Stena tajomstiev* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 23. 3. 2013 o cca 18:03 hod v trvaní cca 117 minút a 10 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 17. 3. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/071/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 4 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *12 podmienok dedičstva* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 23. 3. 2013 o cca 20:29 hod v trvaní cca 144 minút a 58 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy päťkrát, program *Náhradníci* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 23. 3. 2013 o cca 20:33 hod v trvaní cca 118 minút a 18 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy štyrikrát. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 24. 11. 2014.

- Rozhodnutím č. RP/076/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 3 500 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 20:52:00 hod do cca 21:21:59 hod programu *Miss Slovensko 2013* odvysielaného na programovej službe JOJ dňa 14. 4. 2013 o cca 20:22 hod, ktorý zodpovedá druhému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 20:52:55 hod a o cca 21:20:24 hod. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 29. 4. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/084/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 4 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Odhalenie* odvysielaný na programovej službe JOJ PLUS dňa 2. 6. 2013 o cca 20:29 hod v trvaní cca 148 minút a 12 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy päťkrát, časový úsek od cca 21:51:32 hod do cca 22:21:31 hod programu *Milionár z chatrče* odvysielaného na programovej službe JOJ dňa 4. 6. 2013 o cca 21:51 hod, ktorý zodpovedá prvému 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 21:52:24 hod a o cca 22:18:41 hod. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 28. 12. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/087/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 4 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Rýchlo a zbesilo: Tokijská jazda* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 15. 6. 2013 o cca 20:32 hod v trvaní cca 143 minút a 36 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy päťkrát. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 14. 10. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/023/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Narnia: Dobrodružstvá lode Ranný pútnik* odvysielaný na programovej službe JOJ dňa 19. 10. 2013 o cca 20:28 hod v trvaní cca 147 minút a 42 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy päťkrát. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 18. 5. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/030/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 10 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 22:30:23 hod do 23:00:22 hod programu *Piráti Karibiku: V neznámych vodách* odvysielaného na televíznej programovej službe JOJ dňa 16. 11. 2013 o cca 20:30 hod, ktorý zodpovedá piatemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 22:33:47 hod a o cca 22:53:05 hod; program *12 kôl* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 30. 11. 2013 o cca 20:28 hod v trvaní cca 145 minút a 17 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy päťkrát; program *Veľké preteky* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 7. 12. 2013 o cca 13:29 hod v trvaní cca 143 minút a 47 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy päťkrát. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods. 1 a § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 10. 7. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/036/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 6 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 23:49:12 hod do 00:19:11 hod programu *Hviezdna pechota* odvysielaného na televíznej programovej službe JOJ dňa 3. 12. 2013 o cca 21:49 hod, ktorý zodpovedá piatemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 23:51:54 hod a o cca 00:15:28 hod. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods. 1 a § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 13. 3. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/041/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 6 500 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 22:28:00 hod do 22:57:59 hod programu *Pád Bieleho domu* odvysielaného na televíznej programovej službe JOJ dňa 22. 12. 2013 o cca 20:28 hod, ktorý zodpovedá piatemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy,

a to o cca 22:34:07 hod a o cca 22:48:32 hod. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods. 1 a § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 3. 9. 2014.

- Rozhodnutím č. RP/72/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Črepiny** odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 30. 6. 2014 o cca 23:18 hod v trvaní cca 48 minút a 19 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy dvakrát. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 3. 2. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/1/2015 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 4 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že program *Som číslo štyri* odvysielaný na televíznej programovej službe JOJ dňa 6. 9. 2014 o cca 20:30 hod v trvaní cca 143 minút a 20 sekúnd (vrátane reklamných prerušení) prerušil zaradením reklamy päťkrát. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 11. 3. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/34/2015 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 4 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že časový úsek od cca 22:33:22 hod. do 23:03:21 hod. programu *Miami Vice* odvysielaného v rámci programovej služby JOJ dňa 17. 1. 2015 o cca 20:33 hod., ktorý zodpovedá piatemu 30-minútovému časovému úseku trvania predmetného programu, dvakrát prerušil zaradením reklamy, a to o cca 22:36:40 hod. a o cca 22:52:13 hod. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 1. 8. 2015.

Účastník konania bol za porušenie povinnosti podľa § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. sankcionovaný už v minulosti:

- Rozhodnutím č. RL/36/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/53/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/55/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RL/63/2011 bola účastníkovi konania uložená sankcia upozornenie na porušenie zákona. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 6. 2011.
- Rozhodnutím č. RP/25/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že dňa 05.03.2011 v čase 20:00 hod. – 21:00 hod. na televíznej programovej službe JOJ odvysielal reklamné šoty v časovom rozsahu o 18 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods. 2 a § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo v časti porušenia povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. právoplatnosť dňa 23. 11. 2012.
- Rozhodnutím č. RP/48/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na programovej službe JOJ dňa 26.2.2012 v čase 21:00 hod. – 22:00 hod. odvysielal reklamné šoty v časovom rozsahu vyššom ako 12 minút. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 20. 6. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/81/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na programovej službe JOJ PLUS dňa 27.5.2012 v čase od 17:00 hod. do 18:00 hod. a v čase od 19:00 hod. do 20:00 hod. odvysielal reklamné a telenákupné šoty v časovom rozsahu vyššom ako 12 minút. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 19. 3. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/85/2012 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 15.07.2012 v čase od 17:00 hod. do 18:00 hod. odvysielal reklamné šoty v časovom rozsahu o 2 minúty 59 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 11. 2013.

- Rozhodnutím č. RP/6/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 23. 8. 2013 v čase od 22:00:00 hod do 22:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákové šoty v časovom rozsahu o 1 minútu 50 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 20. 3. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/12/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 3 319 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 02.09.2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 40 sekúnd, teda o 40 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 22. 3. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/21/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 19.08.2012 v čase od 17:00:00 hod. do 17:59:59 hod. odvysielal reklamné šoty a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 13 minút a 36 sekúnd, teda o 1 minútu a 36 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 31. 7. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/35/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 9. 9. 2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné šoty a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 19 minút 57 sekúnd, teda o 7 minút 57 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút; dňa 16. 9. 2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné šoty a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 19 minút 57 sekúnd, čiže o 7 minút 57 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút; dňa 23. 9. 2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné šoty a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 20 minút, čiže o 8 minút dlhšom ako povolených 12 minút; dňa 30. 9. 2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné šoty a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 19 minút a 58 sekúnd, čiže o 7 minút 58 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút; dňa 14. 10. 2012 v čase od 15:00:00 hod do 15:59:59 hod odvysielal reklamné šoty a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 15 minút a 17 sekúnd, čiže o 3 minúty 17 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 10. 10. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/36/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 4. 11. 2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 16 minút a 56 sekúnd, teda o 4 minúty a 56 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 27. 6. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/50/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 10 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 21. 10. 2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 19 minút a 56 sekúnd, čiže o 7 minút a 56 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 28. 10. 2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákové šoty v celkovom časovom rozsahu 20 minút a 17 sekúnd, čiže o 8 minút a 17 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 28. 10. 2012 v čase od 17:00:00 hod do 17:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 18 sekúnd, čiže o 18 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 28. 10. 2012 v čase od 18:00:00 hod do 18:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 16 sekúnd, čiže o 16 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 28. 10. 2012 v čase od 19:00:00 hod do 19:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 18 sekúnd, čiže o 18 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 17. 11. 2012 v čase od 21:00:00 hod do 21:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 19 sekúnd, čiže o 19 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa

17. 11. 2012 v čase od 22:00:00 hod do 22:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 33 sekúnd, čiže o 33 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 18. 11. 2012 v čase od 17:00:00 hod do 17:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 17 minút a 17 sekúnd, čiže o 5 minút a 17 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 18. 11. 2012 v čase od 18:00:00 hod do 18:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 18 sekúnd, čiže o 18 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 18. 11. 2012 v čase od 19:00:00 hod do 19:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 18 sekúnd, čiže o 18 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 25. 11. 2012 v čase od 17:00:00 hod do 17:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 16 minút a 57 sekúnd, čiže o 4 minúty a 57 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 2. 12. 2012 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 18 minút a 58 sekúnd, čiže o 6 minút a 58 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 9. 12. 2012 v čase od 17:00:00 hod do 17:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 19 minút a 57 sekúnd, čiže o 7 minút a 57 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 31. 10. 2014.

- Rozhodnutím č. RP/54/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 27. 1. 2013 v čase od 16:00:00 hod do 16:59:59 hod odvysielal reklamné šoty a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 18 minút a 35 sekúnd, teda o 6 minút a 35 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 10. 10. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/62/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 6 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 31. 1. 2013 v čase od 11:00:00 hod do 11:59:59 hod odvysielal reklamné a telenákupné šoty v celkovom časovom rozsahu 16 minút a 32 sekúnd, teda o 4 minúty a 32 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 18. 10. 2013.
- Rozhodnutím č. RP/65/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 18 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ PLUS dňa 22. 3. 2013 v čase od 23:00:00 hod do 23:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 18 sekúnd, teda o 18 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 17. 3. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/78/2013 bola účastníkovi konania uložená sankcia pokuta – vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 4. 5. 2013 v čase od 09:00:00 hod do 09:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 19 sekúnd, čiže o 19 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 14. 1. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/8/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 8 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 15. 7. 2013 v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 8 sekúnd, teda o 8 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 20 ods. 4 a v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21. 3. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/14/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 16. 9. 2013 v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 19 sekúnd, teda o 19 sekúnd dlhšom ako povolených 12 minút a v čase od 21:00:00 hod do 21:59:59 odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 28 sekúnd, teda o 28 sekúnd dlhšom ako povolených 12

minút. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 30. 4. 2014.

- Rozhodnutím č. RP/23/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 19. 10. 2013 v čase od 21:00:00 hod do 21:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 19 sekúnd, teda o 19 sekúnd dlhšom ako 12 minút, v čase od 22:00:00 hod do 22:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 8 sekúnd, teda o 8 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 30. 4. 2015.
- Rozhodnutím č. RP/30/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 10 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 16. 11. 2013 v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 17 sekúnd, teda o 17 sekúnd dlhšom ako 12 minút; dňa 16. 11. 2013 v čase od 22:00:00 hod do 22:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 27 sekúnd, teda o 27 sekúnd dlhšom ako 12 minút; dňa 16. 11. 2013 v čase od 23:00:00 hod do 23:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 24 sekúnd, teda o 24 sekúnd dlhšom ako 12 minút; dňa 30. 11. 2013 v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 9 sekúnd, teda o 9 sekúnd dlhšom ako 12 minút; dňa 30. 11. 2013 v čase od 22:00:00 hod do 22:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 22 sekúnd, teda o 22 sekúnd dlhšom ako 12 minút; dňa 7. 12. 2013 v čase od 14:00:00 hod do 14:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 27 sekúnd, teda o 27 sekúnd dlhšom ako 12 minút; dňa 7. 12. 2013 v čase od 15:00:00 hod do 15:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 6 sekúnd, teda o 6 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods. 1 a § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 10. 7. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/36/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 6 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 3. 12. 2013 v čase od 21:00:00 hod do 21:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 27 sekúnd, teda o 27 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 4. 12. 2013 v čase od 00:00:00 hod do 00:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 8 sekúnd, teda o 8 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods. 1 a § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 13. 3. 2015
- Rozhodnutím č. RP/41/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 6 500 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 16. 12. 2013 v čase od 21:00:00 hod do 21:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 17 sekúnd, teda o 17 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 16. 12. 2013 v čase od 22:00:00 hod do 22:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 6 sekúnd, teda o 6 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 22. 12. 2013 v čase od 20:00:00 hod do 20:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 5 sekúnd, teda o 5 sekúnd dlhšom ako 12 minút, dňa 22. 12. 2013 v čase od 22:00:00 hod do 22:59:59 hod odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 8 sekúnd, teda o 8 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Týmto rozhodnutím však bol účastník konania sankcionovaný aj za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods. 1 a § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 3. 9. 2014.
- Rozhodnutím č. RP/45/2014 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 5 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 21. 2. 2014 v čase od 21:00:00 hod do 21:59:59 hod

odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 20 sekúnd, teda o 20 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 15. 10. 2014.

- Rozhodnutím č. RP/19/2015 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 4 000 € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že na televíznej programovej službe JOJ dňa 22. 11. 2014 v čase od 22:00:00 hod do 22:59:59 hod a v čase od 23:00:00 hod. do 23:59:59 hod. odvysielal reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 20 sekúnd, teda o 20 sekúnd dlhšom ako 12 minút. Uvedené rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 9. 6. 2015.

Účastník konania bol za porušenie povinnosti podľa § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. sankcionovaný už v minulosti:

- Rozhodnutím č. RL/42/2010 uložila Rada účastníkovi konania za porušenie § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z sankciu - upozornenie na porušenie zákona v súvislosti s tým, že dňa 31.03.2010 o cca 20:18 hod. odvysielal program *Panelák* obsahujúci informáciu o programe *Showdance*, ktorá naplnila definíciu umiestňovania produktov v zmysle § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z., v ktorom nezabezpečil povinnosť zreteľne informovať verejnosť o existencii umiestňovania produktov, označením na začiatku a na konci programu, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. Toto rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 11. 10. 2010.
- Rozhodnutím č. RP/101/2011 uložila Rada účastníkovi konania za porušenie § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z sankciu – pokutu vo výške 670 € v súvislosti s tým, že dňa 20.12.2010 odvysielal na programovej službe JOJ o cca 20:17 hod. program *Panelák* obsahujúci informácie o službe *Skylink* poskytovanej spoločnosťou *Towercom, a.s.*, ktoré naplnili definíciu umiestňovania produktov podľa ustanovenia § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom nezabezpečil povinnosť zreteľne informovať verejnosť o umiestnení produktov na začiatku a na konci, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. Toto rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 13. 12. 2011.

Pri určovaní výšky pokuty vzala Rada tiež do úvahy:

závažnosť správneho deliktu – závažnosť správneho deliktu v súvislosti s porušením povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. spočíva v tom, že divák mohol byť uvedený do omylu o povahe vysielanej zložky programovej služby, a teda mohlo dôjsť z jeho strany k zámene reklamy za iné zložky programovej služby. Závažnosť správneho deliktu v súvislosti s porušením povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. spočíva v tom, že prerušením programu viackrát, ako bolo 30-minútových časových úsekov programu, resp. zaradením dvoch reklamných blokov v rámci jedného 30-minútového časového úseku trvania programu bol spotrebiteľ – divák vystavený nadmernému reklamnému tlaku, pred ktorým ho má obmedzenie vysielateľa zakotvené v predmetnom ustanovení chrániť. Závažnosť správneho deliktu v súvislosti s porušením povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. získal účastník konania neoprávnenú konkurenčnú výhodu voči ostatným vysielateľom a takisto vystavil recipienta nadmernému reklamnému tlaku. Povoľenie zaradiť umiestňovanie produktov do programov vymedzených zákonom č. 308/2000 Z. z. je striktne viazané na splnenie podmienok v ustanovení § 39a ods. 5 zákona č. 308/2000 Z. z. Jednou zo základných podmienok je povinnosť informovať diváka o existencii umiestňovania produktov, pričom z hľadiska časového usporiadania programu zákon explicitne predpisuje, kedy má vysielateľ povinnosť túto informáciu do programu zaradiť (začiatok, koniec programu, po každom prerušení programu mediálnou komerčnou komunikáciou). Práve skutočnosť, že divák je informovaný o tom, že komerčné informácie budú zaradené priamo do deja programu, bola jedným z hlavných argumentov pre prelomenie zásady oddelenia komerčných informácií od redakčného obsahu. Nesplnením tejto povinnosti, príp. jej splnením inou formou (napr. ako v tomto prípade nezaradením danej informácie na začiatok programu) tak dochádza k značnému narušeniu samotnej podstaty tohto inštitútu. Význam tejto povinnosti preukazuje aj skutočnosť, že účastník konania je povinný informovať recipienta o existencii umiestňovania produktov na začiatku, na konci programu a po každom prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. Týmto spôsobom sa zákonodarca snažil v čo najväčšej miere eliminovať riziko, že by recipient oznámenie o existencii produktov prehliadol, a teda mohol byť

uvedený do omylu o povahe daných informácií. Zároveň vysielateľ dôsledným dodržiavaním tejto povinnosti vytvára u diváka určitý návyk, ktorý následne umožňuje divákovi jednoduchú orientáciu v danej problematike a síce, či program obsahuje/obsahoval umiestňovanie produktov alebo nie. Rada však tiež prihliadla na fakt, že v danom prípade účastník konania odvysielal oznam o tom, že program obsahuje umiestňovanie produktov, hoci tak urobil oneskorene, a teda divák, ktorý sledoval tento program súvisle sa mohol dozvedieť o existencii umiestňovania produktov. 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;

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 to vyplýva z vyššie uvedeného, že účastník konania bol za porušenie povinností ustanovených v § 34 ods.1, § 35 ods. 3, § 36 ods. 2 a § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. d) 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 správneho deliktu oboznámený s výkladom Rady ohľadne aplikácie citovaných ustanovení zákona vo vysielaní a mal teda možnosť prispôsobiť svoje vysielanie zákonným požiadavkám;

rozsah a dosah vysielania – účastník konania je na základe licencie č. T/39 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 č. TD/15 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 vysielateľ televíznu 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 uvedených povinností zákona č. 308/2000 Z. z. nejde o trvajúce správne delikty, nakoľko k ich spáchaniu došlo vo vyššie uvedených dňoch a časoch. Následkom porušenia povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. je možnosť zámeny reklamného obsahu s ostatnými zložkami programovej služby. Následkom porušenia povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. je vystavenie recipienta nadmernému reklamnému tlaku. Následkom porušenia povinnosti ustanovenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. je opätovne vystavenie recipienta nadmernému reklamnému tlaku. Následkom porušenia povinnosti ustanovenej v § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. bolo, že recipient nebol so skutočnosťou, že program, ktorý sleduje obsahuje komerčné informácie, resp. umiestnené produkty oboznámený spôsobom, ktorý zákon ustanovuje (na začiatku programu). Uvedeným konaním tak mohlo dôjsť k situácii, že recipient bol vystavený propagačnému tlaku, ktorý nemohol v sledovanom vysielaní očakávať. Tým mohol byť uvedený do omylu o podstate vysielaných informácií.

Ďalšie kritérium pre určenie výšky pokuty v zmysle § 64 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z., ktorým je **spôsob porušenia povinnosti** účastníkom konania, je predmetom výroku tohto rozhodnutia, ako aj jeho samotného odôvodnenia.

Zo skutkového stavu, ako aj z informácií, ktorými disponuje Rada, jednoznačne a preukázateľne nevyplýva, že pri naplnení skutkovej podstaty tohto správneho deliktu **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 povinnosti došlo, ako aj fakt, že sa jednalo o opakované porušenie tejto povinnosti, jej závažnosť, 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 sankcie, z ktorého Rada vychádzala (od 3 319 € do 165 969 €), je sankcia vo výške 30 000 € 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. možno proti tomuto rozhodnutiu podať správnu žalobu podľa § 177 a nasl. Správneho súdneho poriadku na krajský súd v Bratislave v lehote do 15 dní odo dňa doručenia tohto rozhodnutia.

* * *

Toto rozhodnutie sa vydáva v troch rovnopisoch:

1x MAC TV s.r.o.

2x Rada pre vysielanie a retransmisiiu

prof. Miloš Mistrík

predseda

Rady pre vysielanie a retransmisiiu