

Reklama v televízii sa riadi najmä právnymi ustanoveniami Zákona č.308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a Zákona č.147/2001 Z.z. o reklame. Pri zaradovaní programov dbáme na ustanovenia paragrafov o zákaze skrytej reklamy vo vysielaní. **Reklama musí byť zreteľne označená a oddelená od ostatných zložiek programu.**

Pre reklamu a telenákup tiež platia obmedzenia: zákaz propagácie tabakových výrobkov, liekov viazaných na lekársky predpis, zdravotných výkonov uhrádzaných na základe zdravotného poistenia, zbraní a streliva a **časové obmedzenia**: na erotické služby a tovar, erotické audiotextové služby, alkoholické nápoje s výnimkou piva.

## **MEDIÁLNA KOMERČNÁ KOMUNIKÁCIA**

§ 31a

### **Mediálna komerčná komunikácia**

(1) Mediálna komerčná komunikácia je na účely tohto zákona zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povest' fyzickej osoby alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a

a) je poskytovaná ako súčasť programu alebo program sprevádza za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo

b) je programovou službou určenou výhradne na reklamu a telenákup alebo programovou službou určenou výhradne na vlastnú propagáciu.

(2) Mediálna komerčná komunikácia zahŕňa najmä reklamu, telenákup, sponzorovanie, umiestňovanie produktov, programovú službu určenú výhradne na reklamu a telenákup, programovú službu určenú výhradne na vlastnú propagáciu a dlhšie reklamné oznámenie podľa § 35 ods. 8.

(3) Skrytá mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity fyzickej osoby alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie. Táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu.

(4) Skrytá mediálna komerčná komunikácia je zakázaná.

(5) Mediálna komerčná komunikácia musí byť zreteľne rozoznateľná od iných zložiek programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie.

(6) Mediálna komerčná komunikácia využívajúca podprahové vnímanie človeka sa zakazuje.

(7) Mediálna komerčná komunikácia nesmie:

- a) porušovať slobodu a rovnosť v dôstojnosti a právach ľudí,
- b) obsahovať a podporovať diskrimináciu na základe pohlavia, rasy, farby pleti, veku, jazyka, sexuálnej orientácie, zdravotného postihnutia, náboženstva alebo viery, národného alebo sociálneho pôvodu alebo príslušnosti k národnosti alebo etnickej skupine,
- c) nabádať na konanie, ktorým sa poškodzuje alebo ohrozuje zdravie alebo bezpečnosť,
- d) nabádať na konanie, ktorým sa hrubo poškodzuje životné prostredie.

(8) Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa cigariet, iných tabakových výrobkov, elektronických cigariet a plniacich fľaštičiek pre elektronické cigarety sa zakazuje. Obchádzanie tohto zákazu prostredníctvom používania značkových názvov, ochranných známk, emblémov alebo iných výrazných znakov týchto výrobkov sa zakazuje.

(9) Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa alkoholických nápojov

- a) sa nesmie zameriavať na maloletých,
- b) nesmie nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov.

(10) Mediálna komerčná komunikácia týkajúca sa liekov, ktoré sú dostupné len na lekárske predpis, a zdravotných výkonov uhrádzaných na základe verejného zdravotného poistenia podľa osobitných predpisov sa zakazuje.

(11) Vysielať a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie je povinný zabezpečiť, aby mediálna komerčná komunikácia nemohla spôsobiť fyzickú alebo morálnu ujmu maloletým, a preto mediálna komerčná komunikácia nesmie

- a) priamo vyzývať maloletých na zakúpenie alebo požičanie tovaru alebo služby tak, že zneužijú ich neskúsenosť a dôverčivosť,
- b) priamo nabádať maloletých, aby presviedčali svojich rodičov alebo iné osoby o potrebe kúpiť im ponúkané výrobky alebo služby,
- c) zneužívať osobitnú dôveru maloletých voči rodičom, učiteľom alebo iným osobám alebo
- d) bezdôvodne zobrazovať maloletých v nebezpečných situáciách.

§ 32

## **Reklama a telenákup**

(1) Reklama na účely tohto zákona je akékoľvek verejné oznámenie vysielané za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu vrátane vlastnej propagácie, ktorého zámerom je podporiť predaj, nákup alebo nájom tovaru alebo služieb vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný objednávateľom reklamy alebo vysielaťom.

(2) 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,

b) telenákupného pásma v trvaní aspoň 15 minút.

(3) Šot na účely tohto zákona je krátke reklamné alebo telenákupné oznámenie zaradené do reklamného bloku alebo do telenákupného pásma.

(4) Vysielať je povinný zabezpečiť, aby ním vysielaná reklama a telenákup

a) boli čestné a slušné,

b) nepoškodzovali záujmy spotrebiteľov a nezneužívali dôveru spotrebiteľov,

c) určené maloletým alebo s účasťou maloletých neobsahovali nič, čo by mohlo poškodiť ich záujmy a čo by nezohľadňovalo ich osobitnú vnímavosť.

(5) Vysielaná reklama a telenákup nesmú nabádať maloletých na nákup tovarov, ktorých predaj sa týmto osobám zakazuje podľa osobitných predpisov.

(6) Vysielať je povinný zabezpečiť, aby sa v čase od 6.00 h do 22.00 h nevysielali reklamy a telenákup na erotické služby, erotický tovar a erotické audiotextové služby.

(7) Vysielať je povinný zabezpečiť, aby ním vysielaný telenákup neobsahoval výzvy určené maloletým na objednávku, predaj alebo nájom tovarov alebo služieb.

(8) Vysielať je povinný zabezpečiť, aby objednávateľ reklamy a telenákupu nemohol nijakým spôsobom uplatňovať vplyv na obsah programov vo vysielaní alebo na programovú skladbu vysielania.

(9) Vysielanie politickej reklamy a reklamy propagujúcej náboženstvo alebo ateizmus sa zakazuje, ak osobitný predpis neustanovuje inak.

(10) Politická reklama na účely tohto zákona je verejné oznámenie určené na

a) podporu politickej strany, politického hnutia, člena strany alebo člena hnutia alebo kandidáta, prípadne v ich prospech pri volebnej kampani alebo pri referendovej kampani,

b) popularizáciu názvu, značky alebo hesiel politickej strany, politického hnutia alebo kandidáta.

(11) Ustanovenie odseku 9 sa nevzťahuje na vysielanie prostredníctvom internetu.

## **Obmedzenie vysielania reklamy a telenákupu na niektoré výrobky**

(1) Vysielanie reklamy a telenákupu na alkoholické nápoje okrem piva a vína v čase od 6.00 h do 22.00 h sa zakazuje. Vysielanie reklamy a telenákupu na víno v čase od 6.00 h do 20.00 h sa zakazuje.

(2) Vysielaná reklama a telenákup na alkoholické nápoje nesmú

a) zobrazovať maloletých, ako tieto nápoje požívajú,

b) spájať spotrebu alkoholických nápojov so zvýšením fyzickej výkonnosti alebo s riadením motorového vozidla,

c) tvrdiť, že alkoholické nápoje majú liečebné vlastnosti, povzbudzujúci alebo utišujúci účinok alebo že pomáhajú riešiť osobné problémy,

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

e) nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov alebo prezentovať abstinenciu alebo triezvosť ako nedostatok,

f) zdôrazňovať obsah alkoholu v nápoji ako znak jeho kvality.

(3) Vysielanie reklamy na lieky obsahujúce omamné, psychotropné a iné návykové látky<sup>31)</sup> sa zakazuje.

(4) Vysielaná reklama na lieky okrem liekov podľa odseku 3 a § 31a ods. 10 musí byť rozoznateľná, nezaujatá, pravdivá a overiteľná a musí zodpovedať požiadavke ochrany jednotlivca pred poškodením. Reklama musí obsahovať

a) jednoznačnú a zrozumiteľnú výzvu na pozorné prečítanie poučenia o správnom použití lieku obsiahnutého v písomnej informácii pre používateľov liekov pribalenej k lieku,

b) odporúčanie poradiť sa o použití lieku s osobou oprávnenou predpisovať alebo vydávať lieky.

(5) Vysielaná reklama na lieky ďalej nesmie

a) byť určená maloletým,

b) prirovnávať liek k potravinám alebo ku kozmetickým výrobkom,

c) propagovať účinky lieku poukazovaním na výsledky dosiahnuté u konkrétnych osôb,

d) obsahovať odporúčanie vedcov, lekárov alebo známych osobností, ktorých popularita by mohla nabádať na použitie lieku.

(6) Vysielanie reklamy a telenákupu na zbrane a strelivo sa zakazuje.

(7) Vysielanie telenákupu na lieky, ktoré podliehajú povoleniu na uvedenie na trh podľa osobitného predpisu, a vysielanie telenákupu na zdravotný výkon sa zakazujú.

(8) Ustanovenie odseku 1 sa nevzťahuje na vysielanie prostredníctvom internetu.