

## Komentár k zákonnej úprave vysielania v čase voľby prezidenta SR

Predseda Národnej rady Slovenskej republiky svojím rozhodnutím zo dňa 19. decembra 2013 vyhlásil voľbu prezidenta Slovenskej republiky, pričom deň konania voľby určil na **sobotu 15. 3. 2014**.

Podľa ustanovenia § 2 ods. 3 zákona č. 46/1999 Z. z. o spôsobe voľby prezidenta Slovenskej republiky, o ľudovom hlasovaní o jeho odvolaní a o doplnení niektorých ďalších zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 46/1999 Z. z.“) sa voľba koná v určený deň **od 7. hodiny do 22. hodiny**. V prípade, že to vyžadujú miestne podmienky, starosta obce môže určiť začiatok hlasovania na skoršiu hodinu.

Kancelária Rady pre vysielanie a retransmisiu poskytuje nasledovný výklad právneho rámca pre oblasť vysielania vo vzťahu k programovým zložkám, ktoré by mohli ovplyvniť hlasovanie voličov v prospech alebo v neprospech voľby kandidáta v období **od 28. 2. 2014 do 15. 3. 2014**, resp. v prípade konania aj druhého kola voľby **do 29. 3. 2014**:

**Do pôsobnosti Rady pre vysielanie a retransmisiu** (ďalej len „Rada“) v oblasti výkonu štátnej správy podľa ustanovenia § 5 ods. 1, písm. g) zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách (ďalej len „zákon č. 308/2000 Z. z.“) patrí **„dohliadať na dodržiavanie povinností podľa tohto zákona (zákon č. 308/2000 Z. z.) a podľa osobitných predpisov“**.

Podľa ustanovenia § 32 ods. 11 zákona č. 308/2000 Z. z.: *„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.*

Podľa § 32 ods. 10 zákona č. 308/2000 Z. z. je vysielanie politickej reklamy zakázané, pokiaľ osobitný zákon neustanovuje inak.

Podľa § 16 písm. c) zákona č. 308/2000 Z. z. sú vysielateľ a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie povinný zabezpečiť, aby *„programy a ostatné zložky programovej služby a audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie vysielané a poskytované v rámci volebnej kampane boli v súlade s osobitnými predpismi“*. Zákon č. 308/2000 Z. z. na tomto mieste odkazuje okrem iného aj na zákon č. 46/1999 Z. z.

Osobitným zákonom je v tomto prípade **zákon č. 46/1999 Z. z.** o spôsobe voľby prezidenta Slovenskej republiky, o ľudovom hlasovaní o jeho odvolaní a o doplnení niektorých ďalších zákonov v znení neskorších predpisov.

~

## Kampaň pred voľbou

Podľa druhej vety ustanovenia § 15 ods. 1 zákona č. 46/1999 Z. z. sa kampaňou rozumie, cit: *„činnosť kandidátov, politických strán a hnutí, prípadne ďalších subjektov v prospech voľby kandidáta vrátane inzercie alebo reklamy prostredníctvom rozhlasového a televízneho vysielania podľa odsekov 4 a 5, hromadných informačných prostriedkov, veľkoplošných nosičov, plagátov a iných nosičov informácií.“*

Podľa ustanovenia § 15 ods. 1 zákona č. 46/1999 Z. z. sa kampaň pred voľbou prezidenta **začína 15 dní a končí sa 48 hodín pred začiatkom voľby.**

Na základe uvedeného sa kampaň pred prvým kolom voľby začne dňa **28. 2. 2014 o 07:00 hod a skončí 13. 3. 2014 o 07:00 hod.**

Vedenie kampane mimo času určeného v ustanovení § 15 ods. 1 zákona č. 46/1999 Z. z. zákon **zakazuje.**

Zákon zároveň zakotvuje právo každého z kandidátov na rovnaký prístup k hromadným informačným prostriedkom.

Rovnaký prístup k hromadným informačným prostriedkom podľa ustanovenia § 15 ods. 3 zákona č. 46/1999 Z. z. treba chápať ako povinnosť vysielateľa zabezpečiť všetkým kandidátom rovnaké podmienky na využitie vysielacieho času, na ktorý majú nárok v rámci kampane. Ak vysielateľ vytvára pre kandidátov viacero možností ako využiť vysielací čas, je povinný o týchto možnostiach informovať všetkých kandidátov a poskytnúť im ich za rovnakých podmienok. Vysielateľ nenesie zodpovednosť za spôsob využitia vysielacieho času, ktorý sa kandidát zvolil.

~

## Vysielateľ na základe zákona

Na základe ustanovenia § 15 ods. 4 zákona č. 46/1999 Z. z. je vysielateľ na základe zákona **povinný** vyčleniť vysielací čas na kampaň pre každého z kandidátov a to v prípade, že si títo nárok na vysielací čas uplatnia v zákonom stanovenej lehote, t.j. aspoň päť dní pred začiatkom kampane, inak ich nárok zaniká.

**Za kampaň sa podľa rozhodovacej praxe Rady pritom považuje tak klasická politická reklama podľa § 32 ods. 10 zákona č. 308/2000 Z. z., ako aj špecializované volebné vysielanie venované jednotlivým kandidátom, napr. vo forme diskusie (touto problematikou sa zaoberali rozhodnutia Rady č. RZK/32/2009, RZK/33/2009, RZK/35/2009, RZK/36/2009, RZK/37/2009, RZK/38/2009).**

Zákon umožňuje vysielateľovi na základe zákona vyčleniť na kampaň vysielací čas v rozsahu **najviac po jednej hodine na kandidáta**, pričom **celkový vysielací čas vyčlenený na kampaň nesmie presiahnuť 10 hodín.**

**Vysielací čas je pritom vysielateľ na základe zákona povinný určiť tak, aby nebol žiaden z kandidátov znevýhodnený.**

Vysielateľ na základe zákona je zároveň povinný **zreteľne označiť a oddeliť** vysielanie kampane od ostatného vysielania. Požiadavku zreteľného oddelenia bude možné považovať za naplnenú len v prípade, že vysielanie kampane bude od ostatného vysielania oddelené na jeho začiatku ako aj na konci.

Podľa ustanovenia § 15 ods. 6 zákona č. 46/1999 Z. z. patrí RTVS **úhrada za používanie telekomunikačného zariadenia** a to v rozsahu poskytnutého vysielacieho času, ktorá sa hradí **zo štátneho rozpočtu**.

~

### Vysielatelia s licenciou

Vysielateľovi s licenciou, na rozdiel od vysielateľa na základe zákona, zákon **neukladá** povinnosť vyčleniť vysielací čas na kampaň.

Vysielateľ s licenciou teda **môže** vyčleniť vysielací čas na kampaň, pričom zákon určuje len časové obmedzenia vyčleneného vysielacieho času. Tieto obmedzenia sú stanovené rovnako ako u vysielateľa na základe zákona, t. j. vysielateľ s licenciou môže na kampaň vyčleniť vysielací čas v rozsahu **najviac po jednej hodine na kandidáta**, pričom **celkový vysielací čas vyčlenený na kampaň nesmie presiahnuť 10 hodín**.

Vysielatelia s licenciou sú, rovnako ako vysielateľ na základe zákona, povinní **zreteľne označiť a oddeliť** vysielanie kampane od ostatného vysielania. Zákon im však, na rozdiel od vysielateľa na základe zákona, určuje aj **spôsob** takéhoto označenia a oddelenia a to odvysielaním **oznamu, že ide o platenú politickú reklamu**. V tomto prípade bude požiadavka zreteľného oddelenia naplnená v prípade, že vysielanie kampane bude od ostatného vysielania oddelené oznamom na jeho začiatku ako aj na konci.

Podľa vyššie uvádzanej rozhodovacej praxe Rady nie je nutné explicitne uvádzať oznam o platenej politickej reklame v prípade komunikátov, ktoré sú súčasťou kampane, ale nepredstavujú klasickú politickú reklamu v zmysle § 32 ods. 10 zákona č. 308/2000 Z. z. **Aj tieto však musia byť oddelené od ostatného vysielania a označené zreteľným spôsobom tak, aby bolo zrejmé, že sa jedná o vysielanie týkajúce sa volebnej kampane.**

**Takéto komunikáty sa však tiež zarátavajú do 10 hodinového limitu času venovaného kampani.**

Vysielateľovi s licenciou zákon v tejto súvislosti priznáva **úhradu nákladov na kampaň** v rozhlasovom a televíznom vysielaní, ktorú **uhrádzajú kandidáti alebo politické strany, príp. hnutia**, ktoré ich nominovali (t. j. vysielací čas na kampaň sa v tomto prípade kupuje). Vysielatelia s licenciou sú povinní zabezpečiť pre všetkých kandidátov **rovnaké podmienky nákupu vysielacieho času, rovnaké cenové a platobné podmienky**.

~

### Kampaň v. Reklama

Podľa ustanovenia § 15 ods. 8 zákona č. 46/1999 Z. z. sa kampaň nesmie vysielateľ v čase, ktorý je v rozhlasovom a televíznom vysielaní vyhradený pre reklamu. Zároveň sa nesmie rozhlasová alebo televízna reklama využívať na kampaň.

Podľa ustanovenia § 37a ods. 1 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. sa do vysielacieho času vyhradeného reklame sa na účely § 36 a 37 **nezapočítava** čas venovaný politickej reklame, ak je vysielaná bezplatne **alebo v čase podľa osobitého predpisu**. Na tomto mieste zákon č. 308/2000 Z. z. odkazuje okrem iného aj na ustanovenie **§ 15 ods. 1 zákona č. 46/1999 Z. z.**

V zmysle uvedeného sa na účely § 36 a 37 zákona č. 308/2000 Z. z. (t. j. časový rozsah vysielanej reklamy a telenákupu vo vysielaní televíznej a rozhlasovej programovej služby), vysielací čas vyhradený na kampaň pred voľbou prezidenta **nezapočítava** do vysielacieho času venovaného reklame.

Za kampaň sa podľa ustanovenia § 15 ods. 9 zákona č. 46/1999 Z. z. **nepovažuje** vysielanie spravodajských a publicistických relácií, ak sa realizujú rovnakým spôsobom a za rovnakých okolností ako v čase mimo obdobia kampane a sú v súlade s platnými programovými skladbami vysielania jednotlivých vysielateľov.

Vysielanie iných programov, ktoré by mohli ovplyvniť hlasovanie voličov v prospech alebo v neprospech kandidáta, je počas kampane zakázané.

**Tento zákaz sa však nebude týkať vyššie uvedených komunikátov, ktoré sú ako súčasť kampane spracované do formy diskusného programu a sú od ostatného vysielania oddelené a označené zreteľným spôsobom.**

Z uvedeného vyplýva, že na spravodajské a publicistické (teda aj politicko-publicistické programy) sa v prípade, že sa realizujú rovnakým spôsobom a za rovnakých okolností ako v čase mimo obdobia kampane, a sú v súlade s platnými programovými skladbami vysielania jednotlivých vysielateľov, nevzťahujú žiadne obmedzenia. Povinnosti vysielateľov podľa ustanovenia § 16 ods. 3 písm. a) a b) zákona č. 308/2000 Z. z. tým nie sú dotknuté.

Rovnako je pre takéto programy významné aj dodržanie ustanovenia § 15 ods. 10 zákona č. 46/1999 Z. z.: „*V čase kampane má každý kandidát zabezpečený rovnaký prístup k hromadným informačným prostriedkom.*“

Všetci prezidentskí kandidáti musia dostať rovnaký priestor vo vysielaní napríklad tak, že vystúpia v rovnakom programe vysielanom v rovnako hodnotnom vysielacom čase.

~

### **Právo na odpoveď**

V ustanovení § 15 ods. 11 zákon č. 46/1999 Z. z. zakotvuje tzv. **právo na odpoveď počas kampane**. V prípade, že počas kampane dôjde k prezentácii nepravdivých alebo pravdu skresľujúcich informácií týkajúcich sa niektorého z kandidátov, dotknutý kandidát si môže uplatniť u vysielateľa (príp. šéfredaktora hromadného informačného prostriedku) právo na odpoveď počas kampane.

Vysielateľ je v takomto prípade **povinný** poskytnúť na odpoveď dotknutému kandidátovi vysielací čas, ktorý bude **rovnako hodnotný** ako vysielací čas, v akom bola odvysielaná nepravdivá alebo pravdu skresľujúca informácia alebo vyjadrenie.



## Volebné moratórium

Ustanovenie § 15 ods. 12 zákona č. 46/1999 Z. z. ustanovuje **tzv. volebné moratórium** a to v čase **48 hodín pred začatím voľby ako aj počas voľby**. Počas trvania volebného moratória je zakázané vo vysielaní televíznych a rozhlasových programových služieb ako aj v hromadných informačných prostriedkoch akýmkoľvek spôsobom zverejňovať informácie o kandidátoch, či už v ich prospech alebo neprospech.

V zmysle uvedeného sa volebné moratórium pred prvým kolom voľby prezidenta začína vo štvrtok **13. 3. 2014 o 07:00 hod.** V prípade, že sa uskutoční druhé kolo voľby, volebné moratórium pred druhým kolom voľby začne vo štvrtok **27. 3. 2014 o 07:00 hod.**



## Prieskumy verejnej mienky, informácie o hlasovaní

Na základe citovaných ustanovení zákona možno **prieskumy verejnej mienky** uverejňovať najneskôr **3 dni** pred dňom konania voľby, t. j. najneskôr **12. 3. 2014**, resp. pre prípad konania druhého kola voľby najneskôr **26. 3. 2014**.

Zákon zároveň zakazuje uverejňovať **výsledky prieskumov hlasovania** počas hlasovania.

Volebné komisie, členovia ich odborných (sumarizačných) útvarov a zapisovatelia smú poskytovať informácie o priebehu a čiastkových výsledkoch hlasovania **až po podpísaní zápisnice**.

**Priebežné informácie o hlasovaní** môže uverejňovať **len ústredná volebná komisia**.



## Kampaň pred druhým kolom voľby

Ustanovenie § 15 ods. 14 zákona č. 46/1999 Z. z. zakotvuje podmienky kampane pre prípad konania **druhého kola voľby**.

Kampaň pred druhým kolom voľby sa **začína vyhlásením výsledkov prvého kola voľby ústrednou volebnou komisiou a končí sa 48 hodín pred konaním druhého kola voľby** (t. j. **27. 3. 2014 o 07:00 hod.**).

Ustanovenia § 15 ods. 2 až 17 zákona č. 46/1999 Z. z. sa na kampaň pred druhým kolom voľby použijú primerane s nasledovnými rozdielmi:

- celkový vysielací čas, ktorý vyčlení vysielateľ na základe zákona na kampaň sú **dve hodiny**,
- kandidáti môžu svoj nárok na vyčlenenie vysielacieho času na kampaň uplatniť u vysielateľa na základe zákona do 24 hodín od vyhlásenia výsledkov prvého kola voľby ústrednou volebnou komisiou,
- vysielatelia s licenciou môžu vyhradiť na kampaň pred druhým kolom voľby vysielací čas v rozsahu maximálne **dve hodiny**.

~

Na záver je potrebné zdôrazniť, že aj počas obdobia od **28. 2. 2014** do **15. 3. 2014**, resp. v prípade konania druhého kola voľby do **29. 3. 2013**, je potrebné zo strany vysielateľov dbať na plnenie všetkých povinností vyplývajúcich zo zákona č. 308/2000 Z. z..

~

### **Povinnosti týkajúce sa vysielateľov prostredníctvom internetu a poskytovateľov audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie**

Ustanovenie § 32 ods. 11 zákona č. 308/2000 Z. z. upravuje výnimku zo všeobecného **zákazu vysielania politickej reklamy pre vysielanie prostredníctvom internetu.**

Podľa ustanovenia § 2b zákona č. 308/2000 Z. z., cit: „*Povinnosti vysielateľa prostredníctvom internetu podľa ustanovení tohto zákona sa vzťahujú na vysielateľa prostredníctvom internetu, ktorý vysiela programovú službu výhradne prostredníctvom internetu.*“

Z uvedeného je zrejmé, že **pre účely zákona č. 308/2000 Z. z. je za vysielanie prostredníctvom internetu možné považovať iba vysielanie, ktoré je realizované výhradne prostredníctvom internetu** (a teda nie každé „on-line“ vysielanie programovej služby, ktorá je v totožnej forme vysielaná aj iným spôsobom ako prostredníctvom internetu).

**Zákaz vysielania politickej reklamy v § 32 ods. 9 sa rovnako nevzťahuje ani na poskytovateľa audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie.**

Podľa ustanovenia § 16 ods. 2 písm. c) zákona o vysielaní sú vysielatelia (aj prostredníctvom internetu) a poskytovatelia audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie povinní zabezpečiť, aby ich programy v rámci volebnej kampane boli v súlade s osobitnými predpismi.

Zákon č. 46/1999 Z. z. sa, pokiaľ ide o kampaň, výslovne vzťahuje na RTVS a držiteľov licencie na vysielanie, t. j. nie na vysielateľov výhradne prostredníctvom internetu, ktorí nie sú v dôsledku uvedeného viazaní obmedzeniami času poskytovaného kandidátom na ich kampaň ustanoveniami § 15 ods. 4 a 5 a s nimi súvisiacimi ustanoveniami.

Z uvedeného je zrejmé, že **vysielateľ prostredníctvom internetu a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie môžu vysielať resp. poskytovať politickú reklamu bez časového obmedzenia.**

**Vychádzajúc z účelu ustanovení § 15 zákona č. 46/1999 Z. z. sa však zrejme aj na tieto subjekty budú vzťahovať všeobecné pravidlá uvedené v tomto paragrafe týkajúce sa hromadných informačných prostriedkov, t. j. pravidlá týkajúce sa volebného moratória (ods.2 a 12), rovnakého prístupu (ods. 3), práva na odpoveď (ods. 11) a uverejňovania prieskumov (ods. 14 a 16).**

**Zákon č. 46/1999 Z. z. o spôsobe voľby prezidenta Slovenskej republiky, o ľudovom hlasovaní o jeho odvolaní a o doplnení niektorých ďalších zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 46/1999 Z. z.“)**

**§ 15**

**Kampaň pred voľbou**

(1) *„Kampaň pred voľbou (ďalej len "kampaň") sa začína 15 dní a končí sa 48 hodín pred začiatkom voľby. Kampaňou sa rozumie činnosť kandidátov, politických strán a hnutí, prípadne ďalších subjektov v prospech voľby kandidáta vrátane inzercie alebo reklamy prostredníctvom rozhlasového a televízneho vysielania podľa odsekov 4 a 5, hromadných informačných prostriedkov, veľkoplošných nosičov, plagátov a iných nosičov informácií.*

(2) *„Vedenie kampane mimo času určeného v odseku 1 je zakázané.*

(3) *„V čase kampane má každý kandidát zabezpečený rovnaký prístup k hromadným informačným prostriedkom.*

(4) *„Slovenský rozhlas a Slovenská televízia vyčlenia na kampaň podľa odseku 1 každý najviac po jednej hodine vysielacieho času na kandidáta, maximálne 10 hodín vysielacieho času tak, aby určením času vysielania nebol žiaden z týchto kandidátov znevýhodnený. Nárok na vysielací čas sa musí uplatniť aspoň päť dní pred začiatkom kampane, inak zaniká. Slovenská televízia a Slovenský rozhlas zabezpečia zreteľné označenie a oddelenie tohto vysielania od ostatných relácií.“*

(5) *„Držiteľ licencie na rozhlasové alebo televízne vysielanie (ďalej len "držiteľ licencie") môže vyhradiť na kampaň najviac po jednej hodine vysielacieho času na kandidáta, maximálne 10 hodín vysielacieho času. Držiteľia licencií zabezpečia zreteľné označenie a oddelenie tohto vysielania od ostatných relácií odvysielaním oznamu pre verejnosť, že ide o platenú politickú reklamu.“*

(6) *„Úhrady za používanie telekomunikačného zariadenia 11) <sup>1</sup> sa uhrádzajú Slovenskému rozhlasu a Slovenskej televízii v rozsahu vysielacieho času poskytnutého podľa odseku 4 zo štátneho rozpočtu Slovenskej republiky.“*

(7) *„Náklady na kampaň v rozhlasovom a televíznom vysielaní držiteľov licencií uhrádzajú kandidáti alebo politické strany a politické hnutia, ktoré ich kandidovali. Držiteľia licencií sú povinní zabezpečiť pre všetkých kandidátov rovnaké podmienky nákupu vysielacieho času a rovnaké cenové a platobné podmienky.“*

(8) *„Počas kampane je zakázané vysielat' kampaň v časoch, ktoré sú v rozhlasovom a televíznom vysielaní vyhradené reklame, alebo využívať rozhlasovú a televíznu reklamu na kampaň.“*

---

<sup>1</sup> Ust. § 15 ods. 6 zákona č. 46/1999 Z. z. odkazuje na k dnešnému dňu už neplatné a neúčinné ust. § 4 ods. 1 písm. a) zákona č. 110/1964 Zb. o telekomunikáciách, cit.: „Na účely tohto zákona telekomunikačnými zariadeniami sú zariadenia na vysielanie, prenos a príjem informácií akéhokoľvek druhu po vedení, rádiovými optickými a inými prostriedkami využívajúcimi elektromagnetické vlny.“

(9) „Za kampaň sa nepovažuje vysielanie spravodajských a publicistických relácií, pokiaľ sa realizujú spôsobom a za okolností ako v čase mimo kampane a sú v súlade s platnými programovými skladbami vysielania prevádzkovateľov vysielania. 12)<sup>2</sup> Prevádzkovatelia vysielania sú povinní zabezpečiť, aby spravodajské a publicistické relácie boli vyvážené a nestranné.“

(10) „Vysielanie iných relácií s výnimkou spravodajských a publicistických relácií podľa odseku 9 a tých, ktoré sú venované kampani podľa odsekov 4 a 5, ktoré by mohli ovplyvniť hlasovanie voličov v prospech alebo v neprospech kandidáta, je počas kampane zakázané.“

(11) „Každý kandidát, ktorý je počas kampane predmetom nepravdivých alebo pravdu skresľujúcich informácií a vyjadrení v rozhlasovom a televíznom vysielaní a v hromadných informačných prostriedkoch, má právo na odpoveď počas kampane. Toto právo uplatní u prevádzkovateľa vysielania alebo u šéfredaktora hromadného informačného prostriedku, ktorý odvysielal alebo uverejnil takúto informáciu alebo vyjadrenie. Prevádzkovateľ vysielania alebo šéfredaktor je povinný poskytnúť kandidátom na funkciu prezidenta rovnako hodnotný vysielací čas, v akom bola odvysielaná predmetná informácia alebo vyjadrenie, v lehote počas trvania kampane.“

(12) „V čase 48 hodín pred začatím voľby a počas voľby je zakázané v rozhlasovom a televíznom vysielaní a v hromadných informačných prostriedkoch zverejňovať alebo vysielat' informácie o kandidátoch v ich prospech alebo v neprospech slovom, písmom, zvukom alebo obrazom.“

(13) „Počas voľby sa v budovách, kde sídlia okrskové volebné komisie, a v ich bezprostrednom okolí zakazuje presvedčanie za voľbu alebo proti voľbe niektorého z kandidátov.“

(14) „Uverejňovať výsledky prieskumov verejnej mienky možno najneskôr tri dni pred dňom konania voľby.“

(15) „Volebné komisie, členovia ich odborných (sumarizačných) útvarov a zapisovatelia nesmú poskytovať informácie o priebehu a čiastkových výsledkoch hlasovania až do podpísania zápisnice.“

(16) „Počas hlasovania je zakázané uverejňovať výsledky prieskumov hlasovania.“

(17) „Ústredná volebná komisia môže uverejňovať aj priebežné informácie o hlasovaní.“

(18) „Ak sa koná druhé kolo voľby, kampaň sa začína vyhlásením výsledkov prvého kola voľby ústrednou volebnou komisiou a končí sa 48 hodín pred konaním druhého kola voľby. Ustanovenia odsekov 2 až 17 sa vzťahujú primerane aj na kampaň pred druhým kolom voľby s tým, že vysielací čas, ktorý vyčlení Slovenská televízia a Slovenský rozhlas, sú dve hodiny; kandidáti uplatnia nárok na vysielací čas do 24 hodín od vyhlásenia výsledkov prvého kola voľby. Držiteľ licencie môže vyhradiť na kampaň pred druhým kolom voľby maximálne dve hodiny vysielacieho času.“

---

<sup>2</sup> § 11 ods. 1 písm. e) zákona č. 468/1991 Zb. o prevádzkovaní rozhlasového a televízneho vysielania v znení neskorších predpisov. (Poz: zrušený zákonom č. 308/2000 Z. z.)