

Dohoda o dodržiavaní pravidiel vysielania programov s umiestnenými produktmi

Súčasná právna úprava

Inštitút umiestňovanie produktov, tzv. product placement, bol do zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii (ďalej len „ZVR“) zaradený transponovaním smernice 2010/13/EÚ o audiovizuálnych mediálnych službách (ďalej len „SoAMS“), a to s účinnosťou od 15. 12. 2009. Umiestňovanie produktov bolo v tom čase realitou v kinematografických dielach aj v audiovizuálnych dielach vyrobených pre televíziu. Aby sa vytvorili rovnaké podmienky a zlepšila sa tak konkurencieschopnosť európskeho mediálneho priemyslu, bolo potrebné prijať pravidlá pre umiestňovanie produktov platné pre členské štáty EÚ.

Umiestňovanie produktov je v § 39a ods. 1 ZVR definované ako zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.

V § 39a ods. 5 ZVR sú ustanovené podmienky, ktoré musia programy, v ktorých sú umiestnené produkty, spĺňať:

- a) ich obsah ani zaradenie do programovej služby nie sú ovplyvnené takým spôsobom, ktorý by mal dosah na redakčnú zodpovednosť alebo redakčnú nezávislosť vysielaťela alebo poskytovateľa AVMS,
- 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 vysielaťelom alebo poskytovateľom AVMS, ktorý tento program vysiela alebo poskytuje.

V praxi vyvoláva najväčšie problémy posledná uvedená podmienka. ZVR ani SoAMS bližšie nešpecifikujú formálnu ani obsahovú stránku tohto označenia. V praxi sa používa jednoduché zvukové alebo obrazové konštatovanie v znení: „V tomto programe sú/boli umiestnené produkty.“ Takýmto označením je jednoznačne zabezpečené zreteľné informovanie verejnosti o existencii umiestňovania produktov. Problematické je však určenie času, kedy má byť táto informácia odvysielaná. Zo znenia tejto podmienky vyplýva, že by táto informácia mala byť odvysielaná na úplnom začiatku a na úplnom konci programu, ako aj bezprostredne pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. Takýto prístup zvolila aj Rada pre vysielaťelov a retransmisii (ďalej len „Rada“) vo svojej rozhodovacej praxi, pričom stanovila hranicu na úrovni 8 sekúnd po začiatku programu/pokračovaní programu po jeho prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou, príp. pred koncom programu.

Prax však ukázala, že takéto absolútne určenie času nie je vždy realizovateľné. Ako hlavné dôvody je možné uviesť:

- kombinovanie sponzorovania a umiestňovania produktov a informovanie o oboch druhoch mediálnej komerčnej komunikácie formou grafickej injeckáže v programe,
- grafická úprava jednotlivých programov, a tým zasahovanie oznamu o umiestnení produktov do používanej grafiky, čo má za následok neprehľadnosť jednotlivých informácií pre diváka,
- vysielaťel programu naživo, kedy vysielaťel nemá úplnú kontrolu nad tým, kedy konkrétny program skončí, z čoho vyplýva nutnosť umiestnenia oznamu o umiestňovaní produktov do programu manuálne.

Tieto dôvody vyplynuli z rozhodovacej praxe Rady, ako aj Najvyššieho súdu Slovenskej republiky, ktorá nebola jednotná.

Z dôvodu zjednotenia praktík označovania programov s umiestnenými produktmi a zjednodušenia ich označovania, čo bude prínosné pre divákov, ako aj z dôvodu zabezpečenia právnej istoty vysielateľov, sa zástupcovia televíznych vysielateľov a Rada pre vysielanie a retransmisiu spoločne dohodli na vytvorení nasledujúcich pravidiel vysielania programov s umiestnenými produktmi:

1. Programy, v ktorých sú umiestnené produkty, sa označujú grafickým symbolom.

Vzhľadom na anglický názov „product placement“ je vo svete zaužívaná skratka PP v rôznych grafických variáciách.

2. Grafický symbol má podobu piktogramu, v ktorom sú na bielom podklade znázornené tmavým písmom dve veľké P.

Tým je piktogram jasne viditeľný bez ohľadu na to, čo sa práve odohráva na obrazovke. Piktogram s touto skratkou je nenásilnou formou označenia programu, ktorý výraznejším spôsobom nezasiahne do obrazovky a zároveň sprostredkuje divákovi jasnú informáciu. Veľkosť piktogramu bude na úrovni piktogramu vekovej vhodnosti programu, aby nedochádzalo k narušeniu vizuálneho vnímania obrazovky divákovi a zároveň bol piktogram jasne viditeľný.

3. Piktogram je umiestnený v pravom hornom alebo dolnom rohu obrazovky.

Divák je zvyknutý na to, že v pravom hornom rohu sa nachádza piktogram nevhodnosti programu, príp. informácia o audiokomentári a pod. Umiestnením piktogramu PP v pravom hornom rohu tak divák bude mať všetky potrebné informácie na jednom mieste. Pokiaľ však vysielateľ usúdi, že umiestnením piktogramu v pravom hornom rohu by došlo k nežiaducej interakcii s inými informáciami pre diváka, prípadne k preplneniu tejto časti obrazovky, môže piktogram PP umiestniť v pravom dolnom rohu obrazovky.

4. Piktogram je na obrazovke zobrazený v dĺžke 10 sekúnd.

Počas tejto doby by divák mal byť schopný postrehnúť piktogram a pochopiť informáciu, ktorá je mu ním komunikovaná.

5. Piktogram sa vysielá v nasledujúcich časových rozmedziach:

- najneskôr 30 sekúnd po začiatku programu,
- najneskôr 15 sekúnd po pokračovaní programu po jeho prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou,
- najskôr 30 sekúnd pred koncom programu (v prípade programov vysielaných naživo najskôr 60 sekúnd pred koncom programu).

Za začiatok a koniec programu sa považuje ich absolútny (formálny) začiatok a koniec. Vysielateľ môže piktogram PP odvysielať v ktoromkoľvek momente v rámci uvedených časových rozmedzí, pričom stačí, aby ho odvysielal v rámci týchto rozmedzí (vysielanie piktogramu môže začať aj v poslednej sekunde časového rozmedzia na začiatku programu, resp. vysielanie piktogramu môže skončiť v prvej sekunde časového rozmedzia na konci programu).

Vyššie uvedené pravidlá sa vzťahujú na všetkých vysielateľov. V prípade nedodržania pravidiel bude Rada postupovať podľa doterajšej rozhodovacej praxe a v súlade s judikatúrou slovenských súdov v tejto veci. Platnosť uvedených pravidiel pre konkrétneho vysielateľa nie je viazaná jeho podpisom tejto dohody.

Implementácia pravidiel

Dohoda nadobúda účinnosť dňom 1. novembra 2017. Od tohto dátumu do 31. decembra 2017 plyní prechodné obdobie.

Aby si verejnosť na označovanie programov s umiernenými produktmi piktogramom PP navykla, v prechodnom období sa na obrazovke bude zobrazovať textové oznámenie, ktoré bude mať na konci v zátvorke uvedené PP (napr.: „V tomto programe sú/boli umiestnené produkty (PP).“), a zároveň piktogram PP v pravom hornom alebo dolnom rohu.

Počas prechodného obdobia budú vysielatelia navyše o označovaní umiestňovaní produktov piktogramom PP informovať na svojich webových stránkach, na sociálnych sieťach, príp. aj inými dostupnými prostriedkami. Rada v tejto súvislosti vydá tlačovú správu, ktorou bude verejnosť informovať prostredníctvom médií.

Po skončení prechodného obdobia sa budú môcť programy s umiestnenými produktmi označovať samostatne len prostredníctvom piktogramu PP. Uvedenie textovej informácie bude tiež súladné so zákonom.

V Bratislave dňa 26. septembra 2017

Rozhlas a televízia Slovenska - generálny riaditeľ Jaroslav Rezník

MARKÍZA-SLOVAKIA, spol. s r.o. - generálny riaditeľ Matthias Settele

MAC TV, s. r. o. - generálny riaditeľ Marcel Grega

C.E.N., s.r.o. - riaditeľ pre externé vzťahy TA3 Igor Čekirda

Rada pre vysielanie a retransmisiu - predsedníčka Rady Marta Danielová