

Námestie SNP 33, 813 31 Bratislava

Únia filmových distribútorov Slovenskej republiky
Vidlicová 1849/9
831 01 Bratislava

Váš list číslo / zo dňa	Naše číslo	Vybavuje / Kontakt	Bratislava
MK-5394/2024-322/11850 27.6. 2024	12315/2024	Antal Maslenová/237	16. 7. 2024

Vec **Žiadosť o metodické usmernenie - odpoveď**

Dobrý deň,

v nadväznosti na Vašu žiadosť o metodické usmernenie z 27. júna 2024 si Vám dovoľujeme zaslať nasledovné odpovede na Vami uvedené otázky:

- **Ako vykonávať kontrolu návštevnosti na prevádzke kina podľa jednotlivých prístupností filmu – 7, 12, 15 a 18 rokov?**

Práva a povinnosti prevádzkovateľov audiovizuálnych technických zariadení (t. j. prevádzkovateľov kín), v súvislosti so sprístupňovaním audiovizuálnych diel s ohľadom na ich vekovú vhodnosť, ako i práva a povinnosti ďalších osôb pôsobiacich v oblasti audiovizie upravuje zákon č. 40/2015 Z. z. o audiovizíi a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o audiovizíi“).

V zmysle § 12b ods. 1 zákona o audiovizíi osoba uvádzajúca označovaný komunikát na trh je povinná určiť vekovú vhodnosť označovaného komunikátu a typy potenciálne škodlivého obsahu, podľa jednotného systému označovania alebo podľa akceptovaného systému označovania. Osobou uvádzajúcou označovaný komunikát na trh je v zmysle zákona výrobca slovenského audiovizuálneho diela, distributér audiovizuálneho diela, distributér multimedialneho diela, vysielateľ televíznej programovej služby, poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, alebo iná osoba, ktorá audiovizuálne dielo, multimedialne dielo alebo program vyrobila, verejne rozširovala, sprístupňovala verejnosti, vysielala, poskytovala alebo iným spôsobom prvýkrát uviedla na trh na území Slovenskej republiky. Označovaným komunikátom sa rozumie označované audiovizuálne dielo, multimedialne dielo, program televíznej programovej služby alebo program audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie.

§ 12 ods. 1 zákona o audiovizíi ustanovuje tzv. jednotný systém označovania. Jednotný systém označovania je systém, ktorým sa klasifikujú audiovizuálne diela, multimedialne diela, programy televíznej programovej služby a programy audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie

- vekovou vhodnosťou z hľadiska ich nevhodnosti alebo vhodnosti pre vekové skupiny maloletých zodpovedajúce inému akceptovanému systému označovania podľa § 12a, inak pre vekové skupiny maloletých do 7, 12, 15 alebo 18 rokov a*
- deskriptorom z hľadiska prítomnosti typu potenciálne škodlivého obsahu, ktorý je v nich obsiahnutý.*

Z vyššie uvedených ustanovení zákona o audiovizíi vyplýva, že každé audiovizuálne dielo, multimediálne dielo, program televíznej programovej služby a program audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, ktorý sa prvýkrát uvádza na trh, musí mať určenú svoju vekovú vhodnosť z hľadiska jeho nevhodnosti alebo vhodnosti pre vekové skupiny maloletých do 7, 12, 15 alebo 18 rokov a zároveň od 1. januára 2024 musí byť označený aj deskriptorom z hľadiska prítomnosti typu potenciálne škodlivého obsahu (násilie, diskriminácia, strach, závislosť, sex, vulgarizmy, nahota), ktorý je v ňom obsiahnutý.

V zmysle § 13 ods. 3 zákona o audiovizíi je prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia (prevádzkovateľ kina) povinný pri audiovizuálnom predstavení vo verejne prístupnom priestore uverejniť označenie vekovej vhodnosti audiovizuálneho diela a typu potenciálne škodlivého obsahu, ktorý je v ňom obsiahnutý, ktoré boli určené osobou uvádzajúcou označovaný komunikát na trh. Zároveň je povinný uviesť ich aj na webovom sídle prevádzkovateľa audiovizuálneho technického zariadenia, ak ho má zriadené.

Na tomto mieste si však dovoľujeme uviesť, že jednotný systém označovania je systém, ktorý má odporúčací charakter. Informácie o vekovej vhodnosti/nevhodnosti audiovizuálneho diela sú určené predovšetkým rodičom, vychovávateľom, ale aj samotným maloletým. Jednotný systém označovania umožňuje rodičom a iným osobám zodpovedným za výchovu maloletých ľahšiu orientáciu pri výbere vhodného audiovizuálneho diela pre maloletého. Povinnosťou prevádzkovateľa audiovizuálneho technického zariadenia je zabezpečiť informovanie divákov o vekovej vhodnosti/nevhodnosti uvádzaného audiovizuálneho diela pre určitú vekovú skupinu maloletých, no konečné rozhodnutie o tom, či sa na konkrétnom audiovizuálnom predstavení zúčastnia, je na rozhodnutí divákov resp. ich zákonných zástupcov.

Iná situácia je v prípade, ak sa jedná o audiovizuálne dielo určené len dospelým. Za takéto audiovizuálne dielo sa v zmysle zákona o audiovizíi považuje audiovizuálne dielo, ktoré môže svojím charakterom alebo obsahom ohroziť vývin fyzickej osoby mladšej ako 18 rokov, najmä také audiovizuálne dielo, ktoré obsahuje pornografiu alebo hrubé, či neodôvodnené násilie. V § 14 ods. 1 zákon o audiovizíi ustanovuje, že rozširovanie audiovizuálneho diela určeného len dospelým, ako aj jeho sprístupňovanie verejnosti sa môže uskutočňovať len spôsobom, ktorý vylúči prístup maloletých k takémuto audiovizuálnemu dielu. Z uvedeného vyplýva, že v prípade audiovizuálnych diel určených len dospelým osobám (t. j. fyzickým osobám starším ako 18 rokov) má prevádzkovateľ kina zo zákona povinnosť zabezpečiť vylúčenie prístupu maloletých k takýmto audiovizuálnym dielam.

- **Spotová reklama na alko pivo, víno / sekty – je to v poriadku pri filmoch s prístupnosťou nad 12 rokov?**

Podľa § 16 ods. 2 písm. d) zákona o audiovizíi prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia je povinný zabezpečiť, aby sa pri audiovizuálnom predstavení audiovizuálneho diela určeného pre deti neuverejšovala reklama, ktorá propaguje alkoholické nápoje alebo iné tovary alebo služby, ktorých predaj je maloletým zakázaný.

Podľa § 2 ods. 2 predmetného zákona audiovizuálne dielo určené pre deti je audiovizuálne dielo, ktoré je svojím obsahom a charakterom určené pre maloletých do 12 rokov.

Z vyššie uvedených ustanovení zákona o audiovizíi vyplýva, že reklamu, ktorá propaguje alkoholické nápoje (t. j. aj reklamu na pivo, víno/sekty) môže prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia uverejniť len pri audiovizuálnych predstaveniach audiovizuálnych diel určených pre maloletých od 12 rokov.

- **Spotová reklama na tvrdý alkohol – je to v poriadku pri filmoch s prístupnosťou nad 12 rokov? S dodatkom, že IBA PRE OSOBY NAD 18 ROKOV ako býva štandardne uvádzané v reklamných spotoch?**

Zákon o audiovizíi nedefinuje rozdiel medzi takzvaným „tvrdým alkoholom“ a inými druhmi alkoholických nápojov. Pri všetkých druhoch alkoholických nápojov musí prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia zabezpečiť, aby sa pri audiovizuálnom predstavení audiovizuálneho diela určeného pre deti neuverejšovala reklama, ktorá propaguje alkoholické nápoje (bez ohľadu na konkrétny druh

alkoholického nápoja).

- **Reklama na tvrdý alkohol bola v TV povolená po 22:00 hod., cca pred rokom prišlo k úprave a je to možné po 20:00 hod. V kinách takéto časové obmedzenie neplatí, jediným obmedzením je veková prístupnosť filmu?**

Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) v znení neskorších predpisov v § 80 písm. a) ustanovuje, že vysielaateľ, ktorý nepodlieha niektorému zo samoregulačných mechanizmov zapísaných do evidencie podľa tohto zákona, regulujúcich oblasť mediálnej komerčnej komunikácie, je povinný zabezpečiť, aby sa mediálna komerčná komunikácia, okrem umiestňovania produktov, na liehoviny nevysielala v čase od 6.00 h do 20.00 h.

Dovoľujeme si opätovne uviesť, že podľa § 16 ods. 2 písm. d) zákona o audiovizíi je prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia povinný zabezpečiť, aby sa pri audiovizuálnom predstavení audiovizuálneho diela určeného pre deti neuverejšovala reklama, ktorá propaguje alkoholické nápoje alebo iné tovary alebo služby, ktorých predaj je maloletým zakázaný. Prevádzkovateľ audiovizuálneho technického zariadenia je povinný zabezpečiť vyššie uvedené povinnosti počas celého dňa, a to bez časového obmedzenia.

Pokiaľ však nejde o audiovizuálne dielo určené pre deti (t. j. pre maloletých do 12 rokov), podľa zákona o audiovizíi vysielanie reklamy propagujúcej alkoholické nápoje nepodlieha časovému obmedzeniu.

- **Prosíme o vekovú definíciu audiovizuálneho diela určeného pre deti. Dieťa je do 7, 12 alebo 15 rokov? Dieťa = maloletý?**

Ako bolo vyššie uvedené, podľa § 2 ods. 2 zákona o audiovizíi, audiovizuálne dielo určené pre deti je audiovizuálne dielo, ktoré je svojím obsahom a charakterom určené pre maloletých do 12 rokov.

Zákon o audiovizíi v § 2 ods. 1 ustanovuje, že audiovizuálne dielo určené len dospelým je audiovizuálne dielo, ktoré môže svojím charakterom alebo obsahom ohroziť vývin fyzickej osoby mladšej ako 18 rokov (ďalej len „maloletý“). Z predmetného ustanovenia vyplýva, že maloletým je každá fyzická osoba, ktorá je mladšia ako 18 rokov.

- **K Vašej otázke: „(4) Umiestňovanie produktov týkajúcich sa alkoholických nápojov a) sa nesmie zameriavať na maloletých – maloletý by malo byť dieťa do 12 rokov, čiže pri filmoch nad 12 rokov môžu kiná premietat reklamné spoty na akýkoľvek alkohol bez rozdielu?“.**

Umiestňovanie produktov upravuje zákon o audiovizíi v § 18. Ako je ustanovené v § 18 ods. 1, umiestňovanie produktov na účely tohto zákona je zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do audiovizuálneho diela za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.

Umiestňovanie produktov teda nie je spojené s „premietaním reklamných spotov na akýkoľvek alkohol bez rozdielu“. Pri umiestňovaní produktov ide o informáciu o tovare, službe alebo ochrannej známke, ktorá je výrobcom audiovizuálneho diela zaradená priamo do samotného audiovizuálneho diela.

Podľa § 18 ods. 4 zákona o audiovizíi sa umiestňovanie produktov týkajúce sa alkoholických nápojov nesmie zameriavať na maloletých, t. j. na fyzické osoby mladšie ako 18 rokov a zároveň nesmie nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov.

- **REKLAMA MIMO PLÁTEN KÍN – nálepky, rollupy, branding alkoholových značiek v kinách, sampling letákov – toto má prosím tiež nejaké obmedzenia? Alebo platí jedno jediné obmedzenie, že alko produkty sa nesmú podávať na konzumáciu osobám mladším ako 18 rokov?**

Všeobecné požiadavky na reklamu, požiadavky na reklamu niektorých produktov, ochranu spotrebiteľov a podnikateľov pred účinkami neprípustnej porovnávacej reklamy ustanovuje zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o reklame“).

Zákon o reklame v § 5 ods. 1 písm. a-d) ustanovuje, že reklama alkoholických nápojov nesmie dávať do súvislosti spotrebu alkoholu s priaznivým účinkom na telesnú výkonnosť alebo na duševnú výkonnosť; tvrdiť, že alkoholické nápoje majú liečivé vlastnosti, povzbudzujúci alebo upokojujúci účinok alebo že pomáhajú riešiť osobné problémy; nabádať na nestriedme požívanie alkoholických nápojov alebo prezentovať abstinenciu alebo triezvosť ako nedostatok; zdôrazňovať obsah alkoholu v nápojoch ako znak ich kvality.

Ako je uvedené v § 5 ods. 2 predmetného zákona, reklama alkoholických nápojov sa nesmie zameriavať na maloleté osoby, pritom žiadna osoba, ktorú možno považovať za maloletú, sa nesmie v reklame dávať do súvislosti so spotrebou alkoholických nápojov.

Záverom si dovoľujeme uviesť, že orgánom etickej samoregulácie reklamy je Rada pre reklamu, ktorej hlavným cieľom je zabezpečiť a presadzovať, aby sa na území Slovenskej republiky šírila čestná, slušná, decentná, pravdivá a etická reklama. Štandardy etickej reklamy v podobe etických pravidiel sú zakotvené v Etickom kódexe reklamnej praxe (ďalej len „etickej kódex“), ktorý informuje verejnosť o hraniciach reklamnej etiky a definuje čo je možné v rámci marketingovej komunikácie považovať za etické a čo naopak už etickým nie je. Znenie etického kódexu reklamnej praxe nájdete na adrese <https://rpr.sk/sk/eticky-kodex#eticky-kodex>.

S pozdravom



JUDr. Viktória Knappová
riaditeľka odboru mediálneho práva a audiovizie