**Dôvodová správa**

# Všeobecná časť

Návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) v znení neskorších predpisov (ďalej len „návrh zákona“) predkladá do legislatívneho procesu skupina poslancov Národnej rady Slovenskej republiky.

Hlavným cieľom predloženého návrhu zákona je **zákaz vysielania televíznych reklám na hazardné hry a alkoholické nápoje v čase od 6:00 hod do 22:00 hod**. Ak predaj alkoholických nápojov a hranie hazardných hier sú obmedzené pre užívateľov od 18 rokov, pričom televízne prenosy pre dospelých prebiehajú v drvivej väčšine prípadov od 22:00 hod, malo by to isté platiť aj pre reklamy na alkohol či hazard v televíznom vysielaní.

Na celom svete sa zvyšuje konzumácia alkoholu a nie je tomu inak ani na Slovensku. Podľa WHO v súčasnosti pije alkohol 74 % Slovákov nad 15 rokov! Sme vysoko tolerantní k zneužívaniu alkoholu, k čomu prispievajú aj masovokomunikačné prostriedky a reklama. Pod vplyvom alkoholu je neustále páchaný najväčší počet priestupkov a trestných činov v porovnaní s inými psychoaktívnymi látkami, a to najmä dopravných nehôd alebo násilnej trestnej činnosti.

Medzi systémové riešenia tohto celospoločenského problému patrí aj legislatívne obmedzenie reklamy alkoholických nápojov. Slovensko má v reklame na alkohol spomedzi rozvinutých krajín jednu z najvoľnejších legislatív na svete.

Čo sa týka reklám na hazardné hry či stávkové kancelárie, tie momentálne nemajú žiadne časové obmedzenia na vysielanie. Neustále tak pretrváva vysoká pravdepodobnosť toho, že reklamu uvidia deti či mladiství, pre ktorých to môže byť veľkým lákadlom. Ide tak o nepretržité vysoké riziko na impulzívne a neuvážené konanie, ktoré môže viesť k závislostiam. Najmä v dobe, kedy sú mladiství viac než len zdatní vo využívaní technologických vymožeností, môžu naoko nenápadné reklamy priviesť akéhokoľvek človeka do veľkých problémov. Nehovoriac o tom, že reklamnými tvárami stávkových kancelárií zvyčajne bývajú známe športové osobnosti, ktoré sú priamym lákadlom na možnosť staviť si na ich výkony. Tým sa priamo podporuje výchova nových hráčov, u ktorých môže jednorazová aktivita a vzrušenie súvisiace so stávkou na výkon obľúbeného športovca alebo výsledok „svojho“ tímu prerásť až do závislosti na iných typoch hazardných hier kasínového typu ako ruleta či automaty.

Návrh zákona má pozitívne sociálne vplyvy (najmä v oblasti sociálnej exklúzie). Návrh zákona môže mať mierne pozitívny vplyv na rozpočet verejnej správy, má negatívny vplyv na podnikateľské prostredie, avšak nemá vplyv životné prostredie ani na informatizáciu spoločnosti.

Návrh zákona je v súlade s Ústavou Slovenskej republiky, ústavnými zákonmi a ostatnými všeobecne záväznými právnymi predpismi Slovenskej republiky, medzinárodnými zmluvami a inými medzinárodnými dokumentmi, ktorými je Slovenská republika viazaná a s právom Európskej únie.

**B. Osobitná časť**

**K Čl. I**

K bodu 1:

Negatívnych následkov reklám na závislosť od alkoholu je predovšetkým na Slovensku hneď niekoľko. Podľa WHO v súčasnosti pije alkohol 74 % Slovákov nad 15 rokov! Oproti roku 2014 počet ľudí pijúcich alkohol na Slovensku narástol o 8 %, pričom počet pijúcich mužov je vyšší ako počet pijúcich žien. V súčasnosti máme na Slovensku 82 % pijúcich mužov, čo je obrovské množstvo. Pre poruchy psychiky a správania zapríčinené užívaním alkoholu bolo v minulom roku (2023) v psychiatrických ambulanciách vyšetrených 28 854 osôb (21 593 mužov a 7 261 žien), pričom až u 73,6 % z nich bol diagnostikovaný syndróm závislosti od alkoholu. Pritom rozsah dopadu dôsledkov konzumu alkoholu z hľadiska spoločenského, zdravotného, pracovného, psychologického a ekonomického je pre našu spoločnosť stále najrozsiahlejší – je vysoké percento úmrtí na následky nadmerného pitia a alkoholizmu, sú vysoké náklady na liečenia pacientov od závislostí od alkoholu, na ktoré dopláca každý občan Slovenska prostredníctvom daní.

Slovensku patrí v rámci Európy šieste miesto, pokiaľ ide o priame úmrtia v dôsledku pitia alkoholu. Takmer 8 % úmrtí je spôsobených vplyvom alkoholu. S tým súvisí aj riziko samovražedného správania. V minulom roku na Slovensku spáchalo samovraždu 563 osôb, z toho v 33,4 % (188 samovrážd) prípadoch išlo o samovraždu za prítomnosti alkoholu alebo návykovej látky. Napriek tomu je alkohol v našej kultúre a správaní často akceptovaný vo výchove, pri trávení voľného času, v rituáloch či v sociálnych väzbách. V spoločnosti ešte stále prevláda názor, že za vznik závislosti si človek môže sám. To je jeden z mnohých omylov, ktoré túto diagnózu sprevádzajú. Niekto alkohol vyhľadáva účelovo, iný sa s ním kontaktuje náhodne. Za náhodný kontakt treba považovať aj marketing v podobe televíznej reklamy, ktorý sledovateľov povzbudzuje v pití alkoholu, a pokiaľ už pijú, tak ich povzbudzuje aby pili ešte viac. Tento typ marketingu môže vytvárať mládežnícku kultúru tým, že bude alkohol spájať so socializáciou či relaxom, čo je veľmi nebezpečné.

Vlády členských krajín EÚ sa pokúšajú riešiť problémy spojené s touto najrozšírenejšou drogou. Aktivity v tejto oblasti  vyvíja aj Svetová zdravotnícka organizácia, jej Regionálny výbor pre Európu prijal Deklaráciu tzv. Parížskej charty. Tento dokument ratifikovala i Slovenská republika ako kandidujúca krajina pre vstup do Európskej únie.

Zákon o mediálnych službách už dnes obsahuje ustanovenia o obmedzení reklamy na alkohol, vrátane časového obmedzenia. Časové obmedzenie vysielania reklamy na alkohol je však v zákone formulované pomerne nešťastne, čo v praxi spôsobuje nejeden výkladový problém.

Podľa § 80 písm. a) zákona o mediálnych službách je síce zakázané vysielať reklamu na alkohol v čase od 6:00 hod. do 20:00 hod., avšak tento zákaz sa týka len vysielateľa, ktorý nepodlieha niektorému zo samoregulačných mechanizmov zapísaných do evidencie podľa tohto zákona. V ustanovení § 76, ktorý obsahuje „všeobecné“ obmedzenie mediálnej komerčnej komunikácie na alkohol, však žiadne časové obmedzenie nie je.

Odpoveď na otázku, či sa zákaz vysielania mediálnej komerčnej komunikácie na alkohol vzťahuje aj na tých vysielateľov, ktorý podliehajú tzv. samoregulačnému mechanizmu, je potrebné hľadať v kódexe zatiaľ jediného samoregulačného orgánu, ktorým je Rada pre reklamu[[1]](#footnote-1) a jej nálezoch[[2]](#footnote-2).

Až na základe konkrétnych nálezov[[3]](#footnote-3) je zrejmé, že z dôvodu absencie časových obmedzení reklamy na alkohol v Etickom kódexe reklamnej praxe[[4]](#footnote-4) Rady pre reklamu sa vysielatelia v otázke časového obmedzenia reklamy na alkohol riadia § 80 písm. a) zákona o mediálnych službách.

Na základe vyššie uvedených skutočností sa navrhuje doplniť aj „všeobecné“ obmedzenia mediálnej komerčnej komunikácie na alkohol, a to v § 76 odseku 1, o explicitný zákaz vysielania reklamy na alkohol v čase od 6:00 hod. do 22:00 hod.

K bodu 2:

Čo sa týka reklám na hazardné hry či stávkové kancelárie, tie momentálne nemajú žiadne časové obmedzenia na vysielanie. Televízni vysielatelia sa pre svoj vlastný finančný prospech a na základe nulovej regulácie reklamy na online hazard priamo podieľajú na podnecovaní spotrebiteľov k hraniu hazardných hier ich nabádaním k aktívnej účasti na týchto hrách. Výsledkom masívneho promovania tvrdého hazardu v slovenských médiách je enormný a hlavne neustály nárast počtu registrovaných hráčov prakticky u všetkých hlavných prevádzkovateľov hazardných hier. Najviac ohrozenou skupinou neregulovanej televíznej reklamy na online hazard sú najmä mladiství. Ich zraniteľnosť spočíva v prirodzenej tendencii využívať online prostredie na bežnú formu komunikácie a virtuálneho priestoru na sebarealizáciu, vzdelávanie či zábavu. Reklamy stávkových spoločností tak systematicky vytvárajú extrémne nebezpečné spojenie medzi zábavou a hazardom, ktoré môže mať fatálne následky.

V jednom z posledných reportov zameraných na preskúmavanie implementácie pravidiel online reklamy na hazard v zmysle Odporúčania Európskej komisie dopadlo Slovensko katastrofálne a dokonca je uvádzané ako vzor benevolentného prístupu štátu k reklame na online hazard. Od roku 2014, keď bolo Odporúčanie Európskej komisie prijaté, neboli na Slovensku implementované žiadne pravidlá regulujúce promovanie online hazardu, a to ani v samotnom zákone o hazardných hrách ako ani v iných príslušných všeobecne záväzných právnych predpisoch. Jedným z dôvodov negatívneho hodnotenia Slovenska je práve intenzita nasadenia reklamy v jednotlivých médiách, keďže vysielanie reklamy na online hazard nepodlieha žiadnym časovým obmedzeniam počas dňa.

Keď si niekto myslí, že sa nikdy nemôže stať alkoholikom či gamblerom, tak ide len o veľmi naivnú predstavu, pretože voči takýmto závislostiam nie je nikto imúnny. Práve preto by nám malo o to viac záležať na tom, aby sme v čo najväčšej možnej miere dokázali obmedziť negatívne chápadla závislosti a ich devastačných následkov.

K bodu 3:

V záujme jednotnosti právneho predpisu a negatívnych následkov zvýšenej spotreby alkoholu sa navrhuje jednak predĺženie zákazu vysielania reklamy na alkohol až do 22:00 hod. a zároveň tento zákaz rozšíriť nielen na liehoviny (obsah alkoholu 15% obj.), ale na všetky alkoholické nápoje.

K bodu 4:

V záujme jednotnosti právneho predpisu a negatívnych následkov závislosti na hazardných hrách sa navrhuje zaviesť zákaz vysielania reklamy na hazardné hry od 6:00 hod do 22:00 hod.

**K Čl. II**

Vzhľadom na vplyv navrhovanej právnej úpravy na podnikateľské prostredie sa navrhuje účinnosť predkladaného návrhu zákona so zohľadnením potrebnej dĺžky legisvakačnej lehoty a potreby zosúladiť právne vzťahy týkajúce sa reklamy alkoholických nápojov s týmto návrhom zákona na 1. júla 2025.

**DOLOŽKA ZLUČITEĽNOSTI**

**návrhu zákona s právom Európskej únie**

**1. Navrhovateľ zákona:** skupina poslancov Národnej rady Slovenskej republiky

**2. Názov návrhu zákona**: návrh zákona, ktorým mení a dopĺňa zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) v znení neskorších predpisov

**3. Predmet návrhu zákona:**

1. nie je upravený v primárnom práve Európskej únie,
2. je upravený v sekundárnom práve Európskej únie, a to:

* smernici Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1808 zo 14. novembra 2018, ktorou sa mení smernica 2010/13/EÚ o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) s ohľadom na meniace sa podmienky na trhu

1. nie je obsiahnutý v judikatúre Súdneho dvora Európskej únie.

**4. Záväzky Slovenskej republiky vo vzťahu k Európskej únii:**

a) bezpredmetné,

b) v danej oblasti nebol proti Slovenskej republike začatý postup Európskej komisie a ani konanie Súdneho dvora Európskej únie,

c) smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1808 zo 14. novembra 2018, ktorou sa mení smernica 2010/13/EÚ o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) s ohľadom na meniace sa podmienky na trhu bola transponovaná do:

- zákon č. 460/1992 Zb. Ústava Slovenskej republiky,

- zákon č. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov,

- zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) v znení neskorších predpisov.

**5. Stupeň zlučiteľnosti návrhu zákona s právom Európskej únie**

- úplný.

**Doložka vybraných vplyvov**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Základné údaje** | | | | | | | | |
| **Názov návrhu zákona** | | | | | | | | |
| návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) v znení neskorších predpisov | | | | | | | | |
| **Navrhovateľ (a spolunavrhovatelia)** | | | | | | | | |
| skupina poslancov Národnej rady Slovenskej republiky | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 1. **Definovanie problému** | | | | | | | | |
| *Uveďte základné problémy, ktoré sú dôvodom vypracovania predkladaného materiálu (dôvody majú presne poukázať na problém, ktorý existuje a je nutné ho predloženým materiálom riešiť).*  Zvýšená konzumácia alkoholu v spoločnosti so sebou prináša množstvo negatívnych sprievodných javov, a to tak voči jednotlivcovi ako aj spoločnosti ako takej. Napriek znalosti týchto negatívnych javov je vyššia spotreba alkoholu podporovaná aj mohutnou reklamou v mediálnom, osobitne televíznom vysielaní. Rovnako riziko závislostí na hazardných hrách je podporované masívnou televíznou reklamou, najmä počas športových zápasov. | | | | | | | | |
| 1. **Ciele a výsledný stav** | | | | | | | | |
| *Uveďte hlavné ciele predkladaného materiálu (aký výsledný stav má byť prijatím materiálu dosiahnutý, pričom dosiahnutý stav musí byť odlišný od stavu popísaného v bode 2. Definovanie problému).*  Cieľom predkladaného návrhu zákona je precizovanie obmedzení týkajúcich sa vysielania reklamy na alkohol a hazardné v mediálnej komerčnej komunikácií. | | | | | | | | |
| 1. **Dotknuté subjekty** | | | | | | | | |
| *Uveďte subjekty, ktorých sa zmeny predkladaného materiálu dotknú priamo aj nepriamo:*  Návrh zákona bude mať priamy vplyv najmä na producentov alkoholu a príjemcov mediálnej komerčnej komunikácie (diváci a poslucháči) a nepriamo na vysielateľov reklamy, ktorým sa v dôsledku návrhu zákona uvoľní reklamný priestor pre iných inzerentov, resp. producentov iných tovarov. | | | | | | | | |
| 1. **Alternatívne riešenia** | | | | | | | | |
| *Aké alternatívne riešenia vedúce k stanovenému cieľu boli identifikované a posudzované pre riešenie definovaného problému?*  Alternatívnym riešením je úplný zákaz reklamy na alkohol a hazardné hry. | | | | | | | | |
| 1. **Vykonávacie predpisy** | | | | | | | | |
| *Predpokladá sa prijatie/zmena vykonávacích predpisov?* | | | | | **Áno** | | **Nie** | |
| *Ak áno, uveďte ktoré oblasti budú nimi upravené, resp. ktorých vykonávacích predpisov sa zmena dotkne:* | | | | | | | | |
| 1. **Transpozícia práva EÚ** | | | | | | | | |
| *bezpredmetné* | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| 1. **Preskúmanie účelnosti** | | | | | | | | |
| *Uveďte termín, kedy by malo dôjsť k preskúmaniu účinnosti a účelnosti predkladaného materiálu.*  *Uveďte kritériá, na základe ktorých bude preskúmanie vykonané.*  Preskúmanie účelnosti navrhovaného zákona bude vykonané po jednom roku odo dňa nadobudnutia účinnosti zákona. | | | | | | | | |
| 1. **Vybrané vplyvy materiálu** | | | | | | | | |
| **Vplyvy na rozpočet verejnej správy** |  | **Pozitívne** |  | | **Žiadne** |  | | **Negatívne** |
| z toho rozpočtovo zabezpečené vplyvy, v prípade identifikovaného negatívneho vplyvu |  | Áno |  | | Nie |  | | Čiastočne |
| **v tom vplyvy na rozpočty obcí a vyšších územných celkov** |  | **Pozitívne** |  | | **Žiadne** |  | | **Negatívne** |
| z toho rozpočtovo zabezpečené vplyvy, v prípade identifikovaného negatívneho vplyvu |  | Áno |  | | Nie |  | | Čiastočne |
| **Vplyvy na podnikateľské prostredie** |  | **Pozitívne** |  | | **Žiadne** |  | | **Negatívne** |
| predpokladané vyčíslenie: |  |  | |  |  |  | |  |
| **Sociálne vplyvy** |  | **Pozitívne** |  | | **Žiadne** |  | | **Negatívne** |
| **Vplyvy na životné prostredie** |  | **Pozitívne** |  | | **Žiadne** |  | | **Negatívne** |
| **Vplyvy na informatizáciu spoločnosti** |  | **Pozitívne** |  | | **Žiadne** |  | | **Negatívne** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Vplyvy na služby verejnej správy pre občana** |  |  |  | |  |  |  |
|  |  | **Pozitívne** | |  | **Žiadne** |  | **Negatívne** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Vplyvy na manželstvo, rodičovstvo, rodinu a deti** |  | **Pozitívne** |  | **Žiadne** |  | **Negatívne** |
| 1. **Poznámky** | | | | | | |
| Keďže návrhom zákona sa sprísňuje legislatívna úprava zákazu reklamy na alkohol a hazardné hry vo vymedzenom čase, je predpoklad, že tieto zmeny budú mať pozitívny vplyv v oblasti sociálnej exlúzie, t.j. že návrh zákona bude mať pozitívny dopad na sociálnu inklúziu. Predkladatelia vychádzajú z rôznych štúdií a najmä z praxe, ktorá dokazuje, že napríklad ľudia závislí na alkohole a hazardných hrách sa takmer vždy dostávajú do situácií, v ktorých sú odčleňovaní od spoločnosti, najmä od ich vlastných rodinných príslušníkov, čo má za následok negatívne dopady na ich psychiku a tým prispieva k ešte väčšiemu prehĺbeniu problému závislosti na alkohole, resp. hazardných hrách. Týmto návrhom zákona sa navrhuje sprísniť problematiku reklamy na alkohol a hazardné hry, čo môže viesť ku zlepšeniu vyššie opísanej situácie, a teda ide o jednoznačne pozitívny vplyv v oblasti sociálnej exklúzie.  Z pohľadu rozpočtu verejnej správy môže mať tento návrh zákona mierne pozitívny vplyv, a to v prípade výberu pokút ako sankcií za porušenie ustanovení zákona o zákaze reklamy alkoholických nápojov. Návrh zákona má negatívny vplyv na podnikateľské prostredie, keďže sa skracuje čas, počas ktorého je povolené vysielať televízne reklamy na alkohol a hazardné hry. | | | | | | |
| 1. **Kontakt na spracovateľa/súčinnosť** | | | | | | |
| *Vypracovali ste návrh zákona v súčinnosti s príslušným ministerstvom?* **Áno  Nie**  *Uveďte údaje na kontaktnú osobu, ktorú je možné kontaktovať v súvislosti s posúdením vybraných vplyvov.* | | | | | | |
| 1. **Stanovisko gestorov** | | | | | | |
| *Stanovisko Ministerstva financií SR* **vyžiadané  priložené**  *Stanovisko Ministerstva hospodárstva SR*  **vyžiadané  priložené**  *V prípade potreby uveďte doplňujúce informácie alebo poznámky k stanovisku.* | | | | | | |

1. <https://rpms.sk/zoznam-samoregulacnych-organov> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://rpr.sk/sk/vsetky-nalezy/> [↑](#footnote-ref-2)
3. napr. <https://rpr.sk/sk/22-06-04-sirenie-televizneho-reklamneho-oznamu-diplomatico-v-televiznom-vysielani-tv-joj/> [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://rpr.sk/sk/eticky-kodex> [↑](#footnote-ref-4)