

KOMPARATIVNÍ ANALÝZA HLASITOSTI OBCHODNÍCH SDĚLENÍ NA PROGRAMECH TELEVIZE BARRANDOV, ČT2, NOVA A PRIMA

Dne 1. června 2013 nabyla účinnosti novela zákona č. 231/2001 Sb., o vysílání, spolu s prováděcí vyhláškou, která umožňuje radě monitorovat úroveň hlasitosti reklamy, označení sponzora a teleshoppingu, a shledá-li rada pochybení provozovatele, zahájit s ním správní řízení; pokud se v jeho rámci pochybení prokáže, uložit finanční sankci.

§ 49 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb.

Provozovatel televizního vysílání je povinen zajistit, aby reklamy, teleshopping a označení sponzora byly vysílány takovým způsobem, že hladina hlasitosti jejich vysílání je v souladu s technickou specifikací stanovenou vyhláškou, kterou podle ustanovení § 5 písm. y) vydá Rada. Takový způsob vysílání se použije i při vysílání zvukových nebo zvukově-obrazových prostředků oddělujících reklamu a teleshopping od ostatních částí vysílání podle odstavce 1 písm. a).

Vyhláška 122/2013 ze dne 14. května 2013

§ 2

Některé charakteristiky zvukové složky reklamy, teleshoppingu a označení sponzora v televizním vysílání

(1) Provozovatel televizního vysílání zajistí, aby zvuková složka jím vysílaných reklam, teleshoppingu a označení sponzora vyhovovala požadavkům Doporučení Evropské vysílací unie EBU-R 128 „Normalizace hlasitosti a maximální povolená úroveň zvukových signálů“, Ženeva, srpen 2011 a požadavkům Technického dokumentu Evropské vysílací unie EBU Tech Doc 3343 „Praktické pokyny pro výrobu a implementaci podle EBU R 128“, Verze 1.1, Ženeva, říjen 2011.

(2) Pro účely splnění povinnosti podle odstavce 1 provozovatel televizního vysílání zejména zajistí, že

a) hladina hlasitosti reklamy, teleshoppingu a označení sponzora je normována na cílovou hladinu $-23,0$ LUFs, s maximální odchylkou $\pm 1,0$ LU a b) maximální povolená skutečná špičková hladina hlasitosti reklamy, teleshoppingu a označení sponzora je -1 dBTP (dB skutečné špičky) při měření měřicím zařízením odpovídajícím Doporučení Mezinárodní telekomunikační unie ITU-R BS.1770-2 „Algoritmy pro měření hlasitosti zvukových programů a skutečné špičkové úrovně zvuku“, březen 2011 a Technickému dokumentu Evropské vysílací unie EBU Tech Doc 3341 „Měření hlasitosti: měření v „režimu EBU“ na doplnění normalizace hlasitosti v souladu s EBU-R 128“, Ženeva, srpen 2011.

Novelizovaný zákon provozovatelům ukládá povinnost dodržovat úroveň hlasitosti zvukové složky obchodních sdělení v televizním vysílání. Zákon však nereguluje hlasitost obchodních sdělení ve vztahu k okolnímu pořadu. Je proto možné, že reklamní spoty jsou vysílány

v hlasitosti v souladu se zákonem, oproti tomu ale hlasitost pořadu, do kterého je reklama vložena, může být výrazně nižší. Reklamní spoty jsou pak znatelně hlasitější než televizní pořad.

Rada od 1. června 2013 začala provádět pravidelný monitoring hlasitosti obchodních sdělení ve vysílání provozovatelů. Výsledkem bylo několik upozornění na porušení zákona a jedno zahájené správní řízení.

Zejména v posledních měsících však jednoznačně narůstá počet diváckých stížností na hlasitou reklamu, a to především v rámci hojně sledovaných programů (Prima, NOVA, Televize Barrandov,...). V souvislosti s každým doručeným podáním/stížností je individuálně měřena hlasitost reklamních bloků na příslušných programech (mimo jiné je souběžně prováděn tzv. systematický monitoring hlasitosti obchodních sdělení u dalších provozovatelů, nezávisle na podáních), přičemž jsou zpravidla naměřeny hodnoty odpovídající příslušné vyhlášce.

Jak z praxe Rady dále vyplynulo, vyhláška o hlasitosti reklamy je diváky mnohdy nesprávně interpretována, jelikož normovanou hodnotou je z hlediska zákona pouze hlasitost reklamních bloků jako takových, nikoli hlasitost pořadu předcházejícího či navazujícího. Z tohoto důvodu se divákovi může „opodstatněně“ zdát, že hlasitost vložené reklamy je vyšší než hladina hlasitosti přerušenoho pořadu. Bohužel, stávající podoba zákona neumožňuje Radě účinně regulovat situaci, kdy je reklama vkládána do tiché/ztišené pasáže pořadu zcela účelově.

V návaznosti na výše uvedené a v rámci zjištění aktuálního stavu hladin hlasitosti pořadu a do něj vložené reklamy Rada přistoupila ke kontrolnímu monitoringu hlasitosti u provozovatelů Barrandov Televizní studio a.s., Česká televize, CET 21 spol. s r.o. a FTV Prima, spol. s r.o. Vybrán byl vždy jeden program provozovatele, konkrétně Televize Barrandov, ČT2, NOVA a Prima. Náhodně byl vybrán jeden reklamní blok, kterým je přerušeno pořad (výjimkou je program ČT2, kde se jednalo o reklamu vloženou mezi dva různé pořady), a to v rámci prime time ze dne 6. února 2015, mimo jiné proto, že lze v tomto čase předpokládat největší sledovanost (podstatná část stížností pramení z vysílání v období pátek – neděle).

Vybrané záznamy byly vystřiženy a uloženy ve formátu mpeg, následně byla změřena hladina hlasitosti těchto záznamů na speciálním software. Měřena byla rovněž minuta pořadu bezprostředně před přerušenoím reklamou, aby byla zřejmá případná změna hlasitosti v porovnání s přerušovaným pořadem.

Datum	program	začátek	konec	Minuta před	Pořad
6.2.2015	Televize Barrandov	20:33:58 hodin	20:39:50 hodin	20:32:58 hodin	Rosamunde Pilcherová: První nebo druhá (film)

6.2.2015	ČT2	20:58:14 hodin	20:59:14 hodin	20:57:14 hodin	Zázračná planeta: Na křídlech kolem světa (dokument)
6.2.2015	NOVA	20:50:26 hodin	20:53:22 hodin	20:49:26 hodin	Soukromé pasti (série filmů)
6.2.2015	Prima	20:43:06 hodin	20:49:00 hodin	20:42:06 hodin	Nadějný rok (film)

Program Televize Barrandov

Úsek od 20:32:58 hodin (minuta před)	BARRa.mpg
Úsek od 20:33:58 hodin (reklamní blok)	BARRb.mpg

BARRa.mpg: integrovaná hlasitost **-20,4 LUFS** (-2,6 LU), max. špičková hladina hlasitosti: **-4,4 dBTP**

BARRb.mpg: integrovaná hlasitost **-23,2 LUFS** (0,2 LU), max. špičková hladina hlasitosti: **-8,4 dBTP**

Z výsledků měření vyplývá, že na programu Televize Barrandov byla dodržena hladina hlasitosti reklamy stanovená na hodnotu -23 LUFS s tolerancí +/- 1 LU. V případě přerušeno pořadu byla naměřena hladina hlasitosti -20,4 LUFS. Pořad byl tedy vysílán ve vyšší hlasitosti než následná reklama. Konkrétní rozdíl činil 2,8 LUFS.

Program ČT2

Úsek od 20:57:14 hodin (minuta před)	CT2a.mpg
Úsek od 20:58:14 hodin (reklamní blok)	CT2b.mpg

CT2a.mpg: integrovaná hlasitost **-22,6 LUFS** (-0,4 LU), max. špičková hladina hlasitosti: **-5,0 dBTP**

CT2b.mpg: integrovaná hlasitost **-22,9 LUFS** (-0,1 LU), max. špičková hladina hlasitosti: **-5,1 dBTP**

V rámci programu ČT2 se jedná o jediný případ, kdy nebyla naměřena hladina hlasitosti reklamy přímo do pořadu vložené, nýbrž reklamy mezi jednotlivými pořady. Jak vyplývá z výsledků měření, hladina hlasitosti reklamy byla v souladu s vyhláškou. Rozdíl mezi pořadem a reklamou činil 0,3 LU.

Program NOVA

Úsek od 20:49:26 hodin (minuta před)	NOVAa.mpg
Úsek od 20:50:26 hodin (reklamní blok)	NOVAb.mpg

NOVAa.mpg: integrovaná hlasitost **-23,1 LUFS** (0,1 LU), max. špičková hladina hlasitosti: **-8,2 dBTP**

NOVAb.mpg: integrovaná hlasitost **-22,9 LUFS** (-0,1 LU), max. špičková hladina hlasitosti: **-11,0 dBTP**

Jak vyplývá z výše uvedených výsledků měření, hladina hlasitosti reklamy byla normována na úroveň stanovenou vyhláškou, stejně jako hladina hlasitosti pořadu, který byl přerušen. Rozdíl mezi hladinami činil 0,2 LU.

Program Prima

Úsek od 20:42:06 (minuta před)	PRIMa.mpg
Úsek od 20:43:06 hodin (reklamní blok)	PRIMb.mpg

PRIMa.mpg: integrovaná hlasitost **-28,1 LUFS** (5,1 LU), max. špičková hladina hlasitosti: **-6,7 dBTP**

PRIMb.mpg: integrovaná hlasitost **-23,7 LUFS** (0,7 LU), max. špičková hladina hlasitosti: **-9,2 dBTP**

Na základě měření bylo zjištěno, že hladina hlasitosti reklamy odpovídala příslušné vyhlášce. Přerušovaný pořad byl však o poznání tišší. Konkrétně o celých 4,4 LU oproti hlasitosti reklamy, což představuje rozdíl, který je divákem již plně vnímán. Z jeho pohledu se může zdát, že reklama je příliš hlasitá.

Souhrnný přehled rozdílů hladiny hlasitosti pořadu a reklamy

Program	Rozdíl	Poznámka
Televize Barrandov	2,8 LU	Pořad je hlasitější než reklama
ČT2	0,3 LU	Pořad je prakticky stejně hlasitý jako reklama
NOVA	0,2 LU	Pořad je prakticky stejně hlasitý jako reklama
Prima	4,4 LU	Pořad je o poznání tišší než reklama

Nejvýraznější rozdíl hladin hlasitosti pořadu a reklamy byl jednoznačně zachycen v případě programu Prima, jejímž provozovatelem je FTV Prima, spol. s r.o. Nutno zmínit, že tento výsledek pouze potvrdil výstupy z předchozích měření, kdy byl zaznamenán rovněž o poznání tišší pořad než reklama, kterou byl přerušen. Zatímco na programu NOVA a ČT2 byla hladina hlasitostí u obou atributů takřka totožná, v případě Televize Barrandov byl zaznamenán dokonce trend opačný než v případě Primy, a sice že reklama byla tišší než předcházející pořad.

Na základě výše uvedeného zjištění tak bylo potvrzeno podezření, že někteří provozovatelé zařazují reklamu do tichých míst vysílaných pořadů. Takový postup je z hlediska litery zákona sice zcela v pořádku, jelikož v současné době k normování hladin pořadů nedochází, nicméně se jedná o velmi kontraproduktivní jev, neboť příslušná vyhláška ztrácí z hlediska uživatelského smysl. Za současné úpravy bude z pohledu diváka i nadále reklama subjektivně vnímána jako hlasitá.

Jak předesílají výsledky měření, pouze u jednoho provozovatele ze čtyř monitorovaných, konkrétně na programu Prima, bylo obchodní sdělení zařazeno do tiššího místa přerušovaného pořadu. Tyto tendence byly nicméně taktéž zaznamenány již v rámci dříve monitorovaných úseků vysílání (přehled viz níže). Rozdíl mezi hladinami hlasitosti v aktuálním měření činil na zmíněném programu 4,4 LU.

Následuje přehled hlasitosti obchodních sdělení i přerušovaných pořadů, který byl zpracován na základě jednoho z mnoha diváckých podnětů v rámci spisu 2015/46/KRO/Růz.

Hladina hlasitosti byla měřena v úseku vysílání programu Prima dne 22. ledna 2015 od 20:15 hodin.

Minuta pořadu před blokem reklam	20:42:16-20:43:16	-30.3 LUFS (7.3 LU), max. špičková hladina hlasitosti -9.9 dBTP
Sponzorský vzkaz	20:43:17- 20:43:27	*-24.2 LUFS (1.2 LU), max. špičková hladina hlasitosti -11.3 dBTP
Reklamní blok	20:43:33- 20:49:15	-23.8 LUFS (0.8 LU), max. špičková hladina hlasitosti -6.7 dBTP
Sponzorský vzkaz	20:51:20-20:51:30	*-24.2 LUFS (1.2 LU), max. špičková hladina hlasitosti -11.4 dBTP
Minuta pořadu po bloku reklam	20:51:31-20:52:31	-34.5 LUFS (11.5 LU), max. špičková hladina hlasitosti -14.9 dBTP
Minuta pořadu před blokem reklam	21:10:55-21:11:55	-29.8 LUFS (6.8 LU), max. špičková hladina hlasitosti -12.9 dBTP
Sponzorský vzkaz	21:11:56-21:12:06	*-24.3 LUFS (1.3 LU), max. špičková hladina hlasitosti -10.3 dBTP
Sponzorský vzkaz	21:12:09-21:12:19	-23.8 LUFS (0.8 LU), max. špičková hladina hlasitosti -12.1 dBTP
Reklamní blok	21:12:24-21:18:11	-23.6 LUFS (0.6 LU), max. špičková hladina hlasitosti -10.4 dBTP
Sponzorský vzkaz	21:20:09-21:20:19	*-24.3 LUFS (1.3 LU), max. špičková hladina hlasitosti -9.9 dBTP
Minuta pořadu po bloku reklam	21:20:20-21:21:20	-31.8 LUFS (8.8 LU), max. špičková hladina hlasitosti -12.8 dBTP
Minuta pořadu před blokem reklam	21:38:46-21:39:46	-33.3 LUFS (10.3 LU), max. špičková hladina hlasitosti -13.6 dBTP
Sponzorský vzkaz	21:39:47-21:39:57	*-24.3 LUFS (1.3 LU), max. špičková hladina hlasitosti -11.5 dBTP
Reklamní blok	21:40:02-21:45:44	-23.8 LUFS (0.8 LU), max. špičková hladina hlasitosti -7.5 dBTP

Sponzorský vzkaz	21:48:15-21:48:25	*-24.3 LUFS (1.3 LU), max. špičková hladina hlasitosti -10.9 dBTP
Minuta pořadu po bloku reklam	21:48:26-21:49:26	-28.0 LUFS (5.0 LU), max. špičková hladina hlasitosti -10.8 dBTP
Minuta pořadu před blokem reklam	22:06:19-22:07:19	-31.8 LUFS (8.8 LU), max. špičková hladina hlasitosti -13.5 dBTP
Reklamní blok	22:07:25-22:13:18	-23.7 LUFS (0.7 LU), max. špičková hladina hlasitosti -8.2 dBTP
Minuta pořadu po bloku reklam	22:14:44-22:15:44	-25.9 LUFS (2.9 LU), max. špičková hladina hlasitosti -10.4 dBTP

Červeně vyznačené hodnoty zaznamenávají hlasitost, která není v mezích stanovených vyhláškou č. 122/2013 Sb.

Měření označená * jsou však pouze orientační, neboť jsou provedena na úseku, který je kratší než 1 minuta (tj. označení sponzora, které následují bezprostředně po přerušení pořadu a za nimiž následuje znělka programu či upoutávky na vlastní pořady). Tyto získané hodnoty tak není vhodné používat v rámci správních řízení.

Z výše uvedeného přehledu je patrné, že hlasitost pořadu, který předcházela obchodním sdělením, byla jednoznačně tišší. Proto se hlasitost obchodních sdělení může v tomto ohledu jevit divákovi jako příliš vysoká. **Některé rozdíly hladin hlasitostí mezi přerušovaným pořadem a označením sponzora činily až 9 LU.**

Cílem příslušné novely zákona bylo zabránit hlasité reklamě ve vysílání provozovatelů, nicméně bylo vysledováno, že někteří provozovatelé vyřešili tento problém po svém. Výsledkem je přetrvávající problém, a to nikoli z hlediska znění zákona, nýbrž z pozice diváka, který je nadále na některých programech soustavně vystavován kolísání hlasitostí promítajícím se do subjektivně vnímaných hlasitých reklam.

Řešením dané problematiky by byla pouze novela zákona. V této záležitosti bylo upozorněno Ministerstvo kultury ČR.