

Technická a obsahová kritéria nekomerčních spotů

(1) Technická kritéria

Vydání technických podmínek pro vysílání nekomerčních spotů se uskutečňuje pro zajištění optimální technické kvality televizního vysílání, jež musí v souladu s platnými normami splňovat následující technické údaje:

- a) Záznam spotu na formátu Betacam SP nebo Digital Betacam.
- b) Formát se předpokládá FULL HD (1920 x 1080i 25) nebo SD (720 x 576i 25), zvuky v kódování 24 bit/48 kHz.
- c) Zaznamenaný audio a video signál bude kontrolován v soustavě PAL (v případě HD downkovertovaný) a musí vyhovovat mezinárodním doporučením ITU-R BT.601 pro obrazovou složku a EBU-R128 pro zvukovou složku.
- d) Dodání spotů ve formátu 16:9 anamorfickém módu (Full Height Anamorphic) při použití SD formátu nebo 16:9 Full HD formátu. Jakákoliv deformace tvarů jako důsledek konverzí formátů je nepřijatelná.
- e) Audiosignál je vždy nekomprimovaný, u verze mono musí být shodný v obou stopách CH1 a CH2. Modulace v CH1 a CH2 nesmějí být ve vzájemné protifázi. Zvuková modulace pořízena ve stereofonní verzi musí dodržet zásadu CH1 = L, CH2 = P. U formátu Betacam SP musí být použit systém DOLBY NR.
- f) Hladina hlasitosti spotu je normována na cílovou hladinu -23 LUFS, s maximální odchylkou +/-1 LU. Maximální povolená skutečná špičková hladina hlasitosti spotu je -3 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.
- g) Časový řídicí kód je zaznamenaný ve stopě TC při současném využití VITC.
- h) Začátek kazety musí být opatřen těmito signály:

0'00" – 0'10"	černá PAL
0'10" – 1'30"	barevné pruhy PAL 100/0/75/0 a zvukovou frekvencí CH1 / CH2 1 kHz s úrovní -18 dB _{FS}
1'30" – 2'00"	černá PAL a bez zvuku
2'00"	začátek prvního spotu na kazetě

Před každým dalším příspěvkem alespoň 10" barevné pruhy PAL a ve zvukových kanálech CH1 a CH2 signál 1 kHz s úrovní 0 dB (0,775 V). Obrazové a zvukové úrovně testu a následujícího příspěvku musí korespondovat.
- i) Minimální černá mezi jednotlivými spoty je 30 sekund.
- j) Všechny synchronizační impulzy, zejména H a burst i chrominační signál, musí zůstat ve vzájemném pevném časovém i fázovém vztahu.
- k) Úroveň úplného obrazového signálu nesmí v žádném případě překročit hodnotu 133%, tj. 931 mV, a hodnotu - 33%, tj. - 234 mV, oproti úrovni černé. Žádná z barev nesmí překročit hodnoty mezních signálů.
- l) Výpadky obrazu, zejména dropouty a vytrhávání jednotlivých řádků, nesmí subjektivně působit rušivě. Úroveň rušivých signálů jako šum a brum nesmí být v jasovém i chrominačním kanále vyšší než - 40dB, tj 1% z úrovně bílé.
- m) Ostrost a gradace obrazu musí odpovídat hlediskům profesionálního BTV signálu a bude posuzována subjektivně srovnáním s jiným kvalitním signálem.

(2) Obsahová kritéria

- a) Obsah spotu musí být v souladu s obecně závaznými právními předpisy a nesmí narušovat práva či oprávněné zájmy třetích osob.

- b) Obsah spotu nesmí být v rozporu se zákonem č. 231/2001 Sb., v platném znění, zákonem č. 40/1995 Sb., v platném znění a zákonem č. 132/2010 Sb., v platném znění
- c) V závěrečném packshotu spotu je možné umístit logo pořadatele, logo České televize a maximálně 4 loga podporovatelů propagované akce – může se jednat pouze o nekomerční subjekty.
- d) Ve spotech lze prezentovat podporovatele, pokud jsou dodrženy následující podmínky:
- Zobrazit lze pouze statické registrované logo podporovatele.
 - Logo nesmí být nikdy dominantním prvkem žádného obrazu.
 - Zobrazení loga nesmí být delší než 3 sec. při stopáži spotu 20 sec. Při krácení stopáže se poměrně krátí i stopáž prezentace loga podporovatele.
 - Zobrazení loga nesmí být větší než 1/16 obrazu, tzn., že při rozdělení obrazu na síť čtyři řádky krát čtyři sloupce, vzniknou jednotlivá pole, každé o velikosti 1/16, do nichž se musí logo vejít.
 - Při zobrazení loga podporovatele musí být zřejmý jeho vztah k propagované akci.
 - Ve spotu jsou zakázány stálé, opakované, prvoplánové záběry kamerou na loga a na poutače.
 - Logo nesmí obsahovat žádné další specifikace názvu nebo jména podporovatele (např. adresa/sídlo, číslo telefonu/faxu, odkaz na internetové stránky, na teletextové stránky, stránky jiných provozovatelů televizního vysílání atp.) či produktu, ani žádné jiné nabádání určené k podpoře podnikání, poskytování služeb, prodeji výrobků nebo dosažení jiného obchodního účinku.
 - V různých verzích spotu musí být stejná loga podporovatele.