

\* \* \*

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

**Arbitrážny nález****k sťažnosti zaevidovanej pod č. 04 (02-02)**

Arbitrážna komisia Rady pre reklamu (ďalej len „Komisia“) ako orgán Rady pre reklamu (ďalej len „Rada“) príslušný podľa článku 5 Etického kódexu reklamnej praxe (ďalej len „Kódex“) postupom podľa § 24 Opčného protokolu k Etickému kódexu reklamnej praxe o reklamnej praxi pri šírení mediálnej komerčnej komunikácie (ďalej len „Protokol“) a podľa Rokovacieho poriadku Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „Poriadok“) s poukazom na § 130 ods. 1 a 4 a § 131 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) (ďalej len „Zákon“) **vydáva** po predbežnom posúdení sťažnosti spravodajským senátom Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „senát“) v súlade s § 24 Protokolu a čl. V ods. 1 a 2 Poriadku tento

**n á l e z :**

Šírením reklamy v televíznom vysielaní TV JOJ (zo dňa 23. 1. 2026 v čase medzi 6.00 a 18.00 hod., resp. v seriáli Hranica), strana Protokolu – vysielateľ televíznej programovej služby spoločnosť MAC TV s. r. o., Bratislava

**neporušila pravidlá Protokolu**  
vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona.

**Odôvodnenie****I. Obsah sťažnosti**

1. Rade bola z titulu vecnej príslušnosti Radou pre mediálne služby postúpená dňa 23. 1. 2026 na vybavenie sťažnosť fyzickej osoby, okres Bratislava, voči šíreniu mediálnej komerčnej komunikácie vo vysielaní TV JOJ, dňa 23.1.2026 o cca 13.30 h.

2. Vo vzťahu k šíreniu mediálnej komerčnej komunikácie sťažovateľ namieta, že „Archív UPC – nemožnosť pretáčania reklám, nadmerné množstvo reklám“.

**II. Popis predmetu sťažnosti**

3. Počas sťažovateľom namietaného času (dňa 23.1.2026 o cca o 13.30 hod) bol na programovej službe TV JOJ odvysielaný program – seriál „Hranica“ (v čase cca 13.20 – 14:25 hod). Počas uvedeného seriálu boli odvysielané dve reklamné pásma:

13:38:47 - 13:44:47 ( v dĺžke 360 sekúnd)

14:04:39 - 14:10:19 (v dĺžke 340 sekúnd)

4. Vysielateľ v rámci posúdenia predmetu sťažnosti navrhol dôkaz a predložil prehľad odvysielaných reklamných úsekov aj s časmi a dĺžkou jednotlivých reklamných blokov v rámci programovej služby TV JOJ zo dňa 23.1.2026 v čase od 6.00 - 18.00 hod.

**III. Pôsobnosť Protokolu**

5. Šíriteľ je stranou Protokolu podľa § 2 ods. 3 písm. a) Protokolu, preto je daná personálna pôsobnosť Protokolu.

6. Protokol sa vzťahuje na komunikáty, na ktoré sa vzťahuje Kódex, šírené v televíznom vysielaní.
7. Predmetné komunikáty sa šírili prostredníctvom televízneho vysielania širitel'a na území Slovenskej republiky, preto je daná teritoriálna pôsobnosť Protokolu.
8. K šíreniu predmetnej reklamy došlo po dni, v ktorom sa stal Protokol záväzný voči širitel'ovi, čím je daná aj časová pôsobnosť Protokolu.

#### **IV. Východiská posudzovania reklamy**

9. Protokol v súlade s jeho účelom nadväzuje predovšetkým na čl. 25 Kódexu (odsek 3 preambuly Protokolu), ktorého podstatou je zabrániť šíreniu reklamy, pokiaľ je potenciálne v rozpore so zákonom. Protokol preto vychádza zo zákonných ustanovení právneho poriadku Slovenskej republiky regulujúcich mediálnu komerčnú komunikáciu v televíznom vysielaní, rozhlasovom vysielaní a v audiovizuálnych mediálnych službách na požiadanie (odsek 6 preambuly Protokolu).

10. V nadväznosti na to aj Komisia priamo či prostredníctvom svojho senátu posudzuje šírenie reklamy v rámci etických pravidiel Protokolu recipujúcich zákonné ustanovenia regulujúce šírenie reklamy tak, že pri posudzovaní súladu s pravidlami Protokolu vychádza z toho, či môže šírená reklama obstáť popri zákonných ustanoveniach, ktoré Protokol recipuje.

11. Na rozdiel od ustanovení vlastného Kódexu sú pravidlá Protokolu upravujúce šírenie reklamy (mediálnej komerčnej komunikácie) len také prísne, aké prísne sú zákonné ustanovenia, ktoré sa do pravidiel Protokolu recipovali.

12. Preto pokiaľ by reklama mohla obstáť popri norme ustanovenej všeobecne záväzným právnym predpisom, môže obstáť aj popri pravidle Protokolu, do ktorého sa predmetná norma recipovala.

#### **V. Predmet sťažnosti z pohľadu pravidiel Protokolu**

13. Podľa § 17 ods. 5 písm. c) Protokolu: „Bez toho, aby boli dotknuté ustanovenia odsekov 1 až 3, je vysielateľ televíznej programovej služby, ktorý nie je verejnoprávnym vysielateľom, pri prerušení vysielania programov reklamným oznamom alebo telenákupom povinný popri dodržaní práv nositeľov práv tiež zabezpečiť, aby sa nenarušila celistvosť, hodnota a charakter programu, vrátane jeho prirodzených vnútorných prestávok, pričom za takých podmienok, ak nejde o program podľa písmena a) alebo b), vysielanie iného programu (vrátane dokumentárneho filmu, dielu viacdielnej série alebo epizódy seriálu) možno prerušiť reklamným oznamom alebo telenákupom aj viackrát bez ohľadu na dĺžku vysielania tohto program.“

14. V zmysle § 18 ods. 1 Protokolu časový rozsah vysielania reklamných šotov a telenákupných šotov vo vysielaní televíznej programovej služby vysielateľ'a, ktorý nie je verejnoprávnym vysielateľom, nesmie v čase medzi 6.00 h. a 18.00 h. presiahnuť 20 % tohto času; obmedzenie sa neuplatňuje na telenákupné pásma.

#### **VI. Stanovisko širitel'a k predmetu sťažnosti**

15. Širitel' bol 2. 2. 2026 vyzvaný, aby sa k predmetu sťažnosti vyjadril v lehote piatich pracovných dní, t. j. do 9. 2. 2026.

16. Širitel' poskytol prostredníctvom svojho právneho zástupcu Komisii vyjadrenie 6. 2. 2026. Vo vzťahu k námietkam uvedeným v sťažnosti širitel' uvádza o. i. nasledovné: „K nemožnosti pretáčania reklám si Vysielateľ dovoľuje poukázať na skutočnosť, že ide o službu operátora označeného v sťažnosti“.

17. K námietke sťažovateľa o nadmernom množstve reklám širiteľ doložil prehľad odvysielaných reklamných úsekov aj s časmi a dĺžkou jednotlivých reklamných blokov v rámci programovej služby TV JOJ zo dňa 23.1.2026 v čase od 6.00 do 18.00 hod.

18. Širiteľ vo svojom stanovisku potvrdil, že vysielač čas reklamy v TV JOJ v pásme od 6.00 do 18.00 hod. predmetného dňa nepresiahol 20 % vysielačieho času z tohto časového úseku.

19. Širiteľ ďalej potvrdil, že 23. 1. 2026 v čase o cca 13.30 hod. bol na programovej službe TV JOJ odvysielaný program Hranica. Tento program nie je typom programu, ktorého vysielanie by bolo v zmysle § 17 Protokolu zakázané prerušovať reklamným oznamom, preto podľa širiteľa nemohlo dôjsť k porušeniu § 17 Protokolu.

## VII. Predbežné posúdenie

20. Predbežné posúdenie sa uskutočnilo dňa 26. 2. 2026 senátom v súlade s § 24 Protokolu.

21. Po predbežnom posúdení dospel senát k záveru, ktorý je vyjadrený vo výroku tohto nálezu a odôvodnený nižšie v VIII. časti tohto nálezu.

22. Záver predbežného posúdenia bol oznámený širiteľovi, ktorý v lehote na námietky vyjadril so závermi posúdenia súhlas.

## VIII. Názor Komisie

23. Pokiaľ ide o námietku sťažovateľa o „nemožnosti pretáčania reklám“ v archíve operátora (UPC), senát dospel k záveru, že námietku sťažovateľa nebude posudzovať, keďže nespadá do vecnej pôsobnosti Komisie. V danom prípade totiž nie je predmetom sťažnosti reklama ako taká (ani pravidlá jej šírenia), ale predovšetkým obchodné podmienky poskytovanej služby, posúdenie ktorých nie je v kompetencii senátu ani Komisie.

24. V súvislosti s námietkou sťažovateľa ohľadom „nadmerného množstva reklám“ senát na základe vykonaných dôkazov konštatoval, že širiteľ v skúmanom časovom úseku dňa (6.00 – 18.00 hod.) odvysielal 24 reklamných blokov s celkovou dĺžkou 8170 sekúnd. Z uvedeného vyplýva, že širiteľ splnil podmienky, ktoré na časový rozsah vysielania reklamných oznamov a telenákupu Protokol kladie (§ 18 ods. 1 Protokolu) a k celkovému prekročeniu časového rozsahu vysielania reklamných šotov a telenákupu nedošlo.

25. Senát sa tiež zaoberal prerušením skúmaného programu reklamou. V čase, ktorý uvádza sťažovateľ, bol na programovej službe odvysielaný seriál „Hranica“. Uvedený program nie je typom programu, ktorého vysielanie by bolo zakázané prerušovať reklamným oznamom, pričom v prípade seriálu počet prerušení nie je obmedzený dĺžkou epizódy. Seriál bol prerušený dvomi reklamnými blokmi. Senát dospel k záveru, že v predmetnom prípade vysielateľ zabezpečil tiež, aby pri prerušení programu reklamným oznamom nebola narušená celistvosť, hodnota a charakter programu (§ 17 ods. 5 písm. c/ Protokolu).

## IX. Záver posúdenia predmetu sťažnosti

26. Na základe vyššie uvedeného senát na svojom zasadnutí dňa 26. 2. 2026 v súlade s § 131 ods. 1 Zákona rozhodol, že predmetným šírením mediálnej komerčnej komunikácie v posudzovanom programe a čase v televíznom vysielaní TV JOJ, strana Protokolu – vysielateľ televíznej programovej služby spoločnosť MAC TV s.r.o., neporušili pravidlá Protokolu vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona a posudzovaná sťažnosť sťažovateľa nie je opodstatnená.

27. V súlade s § 130 ods. 1 Zákona je platný arbitrážny nález rozhodnutím vo veci.

### Poučenie

Šíriteľ alebo sťažovateľ môžu požiadať Radu o preskúmanie nálezu v lehote do troch pracovných dní od odoslania nálezu, ak zaplatia poplatok a zároveň

- a) vyšli najavo nové skutočnosti alebo dôkazy, ktoré mohli mať podstatný vplyv na posúdenie reklamy a nemohli sa v konaní uplatniť bez zavinenia osoby, ktorá o preskúmanie žiada,
- b) namieta sa porušenie Poriadku, pravidlo štvrtej časti Protokolu alebo iné pravidlo Kódexu (resp. Protokolu), ktorého porušenie predpokladá preskúmanie nálezu,
- c) namieta sa neoznámenie konfliktu záujmov niektorého člena Komisie, resp. senátu.

Poplatok spojený s prieskumom nálezu vo výške 30 EUR pre fyzickú osobu alebo 300 EUR pre právnickú osobu je potrebné uhradiť na č. účtu Rady: IBAN SK15 1100 0000 0026 2210 7629. Variabilný symbol: číslo sťažnosti uvedené v záhlaví tohto nálezu.

V Bratislave dňa 10. 3. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v. r.  
predsedníčka Komisie

\* \* \*