

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

### **Arbitrážny nález**

Arbitrážna komisia Rady pre reklamu (ďalej len „Komisia“) ako orgán Rady pre reklamu (ďalej len „Rada“) príslušný podľa článku 5, druhej hlavy I. časti Etického kódexu reklamnej praxe (ďalej len „Kódex“) postupom podľa čl. IV Rokovacieho poriadku Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „Poriadok“) vydáva v súlade s čl. V ods. 1 a 2 Poriadku tento

### **n á l e z :**

**Vonkajšia reklama (citylight): „Film – Zabijú ťa“  
zadávateľ: Itafilm s. r. o.**

**nie je v rozpore**

**s ustanoveniami Kódexu**

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Bratislava, voči vonkajšej reklame, ktorá propaguje film „Zabijú ťa“, zadávateľ: Itafilm s. r. o. Sťažovateľ uvádza, že reklama na film „Zabijú ťa“ zobrazuje osobu, ktorá drží v ruke krvavý nôž, pričom v tej krvi sú vidieť obrazy iných ľudí. Sťažovateľ sa domnieva, že táto reklama môže vystrašiť a traumatizovať okolo prechádzajúce deti. Podľa názoru sťažovateľa znie samotný názov filmu ako vyhrážka, čo môže okrem iného pôsobiť zastrašujúco aj na ľudí z Ukrajiny, ktorí boli ohrození vojnovým konfliktom.

Rada sa obrátila na zadávateľa so žiadosťou o stanovisko, načo dostala nasledovnú odpoveď: „Podrobne sme si preštudovali ustanovenia Etického kódexu a sme presvedčení, že použitie vizuálu plagátu je v súlade s Etickým kódexom reklamnej praxe a neporušuje jeho ustanovenia týkajúce sa zobrazovania násilia, slušnosti či ľudskej dôstojnosti. Týmto Vás chceme informovať o použití vizuálu plagátu k filmu „Zabijú ťa!“ vo vonkajšej reklame. Film je hororová komédia, a preto sú vizuál plagátu aj samotný názov filmu úmyselne prehnané a satirické, čo je bežný prostriedok komunikácie v rámci tohto žánru. Symbolické prvky ako krv a meč slúžia na vyjadrenie žánrového kontextu, nie na propagáciu reálneho násilia. Plagát je oficiálne schválený štúdiom filmu a používaný pri uvedení filmu aj v iných krajinách, bez akýchkoľvek etických námietok. Vizuál bol použitý v rámci reklamy adresovanej na publikum hororových komédií a zachováva slušnosť, dobré mravy a rešpektovanie ľudskej dôstojnosti, pričom nepropaguje násilie ani neuráža verejnosť.“

#### **Popis reklamy:**

Na vizuále reklamy je na červenom pozadí zobrazená osoba so zakrvavenou tvárou, držiaca v ruke zakrvavený nôž, pričom na čepeli noža vidieť tváre piatich osôb. V hornej časti sa nachádzajú mená hercov. V spodnej časti dominuje názov filmu „ZABIJÚ ŤA!“ s podtitulom „nech to skúsia“, ktorý je doplnený o mená tvorcov filmu a informáciu, že film bude od marca dostupný v kinách.

#### **Názor Komisie:**

Komisia preskúmala sťažnosť, vyjadrenie zadávateľa a dôkazový materiál a na základe skutočností, ktoré sú jej známe a z dostupných informácií dospela k týmto záverom:

V zmysle Kódexu reklama nesmie bezdôvodne využívať motív strachu, vytvárať pocit strachu a prezentovať produkt ako vhodný prostriedok na odstránenie strachu (čl. 13 ods. 1 Kódexu). V posudzovanom prípade je predmetom reklamy film hororového žánru, teda umelecký produkt,

ktorého podstatou je práve vyvolanie napätia a strachu ako súčasť zážitku. Použitie týchto motívov je preto opodstatnené a žánrovo primerané. Je pravdou, že uvedený filmový žánr, a teda ani reklama na tento druh filmového žánru nie sú primárne určené maloletým. Táto skutočnosť by však nemala vplývať na vylúčenie predmetného filmového žánru z propagácie ako takého. Komisia preto pri posudzovaní uvedených vizuálov prihliada nielen na vzťah reklamy k produktu, ale aj celkové vyobrazenie a zvolené komunikačné médiá.

Pokiaľ ide o samotný vizuál, zobrazenie osoby s krvavým nožom na červenom pozadí, doplnené o graficky spracované tváre na čepeli, nevykazuje znaky realistického, naturalistického alebo explicitne brutálneho násilia. Ide o estetizované, žánrovo typické spracovanie, ktoré neprekračuje mieru primeranú propagácii filmového diela daného typu. Komisia zároveň nenašla prvky, ktoré by boli samoučelne šokujúce alebo by mali za cieľ vyvolať intenzívny strach či úzkosť u širokej verejnosti.

K námietke možného negatívneho vplyvu na maloleté osoby Komisia uvádza, že reklama neobsahuje explicitné, detailné ani realistické zobrazenia násilia, ktoré by mohli byť považované za nevhodné v zmysle ochrany detí a mladistvých. Miera štylizácie a umeleckého zveličenia je zjavná a zodpovedá bežnej vizuálnej komunikácii filmového priemyslu, najmä pokiaľ ide o dielo hororového žánru.

Komisia sa zaoberala aj názvom filmu „Zabijú Ťa!“ a jeho možným vnímaním ako vyhrážky. V danom kontexte ide o názov umeleckého diela, ktorý je potrebné interpretovať ako súčasť kreatívneho konceptu a žánrovej hyperboly. Doplnujúci podtitul „nech to skúsia“ navyše naznačuje ironický až odľahčený tón. Komisia preto nepovažuje názov za skutočnú hrozbu ani za komunikáciu, ktorá by mohla byť rozumne interpretovaná ako výzva k násiliu alebo zastrasovanie konkrétnych skupín obyvateľstva.

K argumentu týkajúcemu sa možnej citlivosti osôb zasiahnutých vojnovým konfliktom Komisia uvádza, že hoci vníma potrebu citlivého prístupu k rôznym skupinám, v tomto prípade neexistuje priama ani nepriama väzba reklamy na reálne konflikty, konkrétne krajiny alebo obyvateľstvo. Ide o fiktívny príbeh prezentovaný v rámci filmovej reklamy, bez referencií na aktuálne geopolitické udalosti. Preto nemožno dôvodne predpokladať, že by reklama cielene alebo neprimerane zasahovala túto skupinu.

Zároveň je Komisia toho názoru, že predmetnú reklamu nemožno klasifikovať ako neetickú ani vo vzťahu k všeobecným požiadavkám, ktoré Kódex kladie na reklamu, konkrétne, že táto má byť pripravovaná s pocitom zodpovednosti voči spotrebiteľom (čl. 10 ods. 3 Kódexu). Pri posudzovaní uvedeného pravidla Komisia prihliadala o.i. opätovne aj na skutočnosť, že zadávateľ použil oficiálny filmový vizuál, schválený producentom a používaný aj v iných krajinách. Vizuál neobsahuje žiadne prvky neprimeranej brutality, násilia ani explicitných scén, ktoré by prekračovali hranice primeranosti pre vonkajšiu reklamu.

**Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 23. 4. 2026, hlasovaním rozhodla, že vonkajšia reklama: „Film – Zabijú Ťa“, zadávateľ: Itafilm s. r. o. nie je v rozpore s ustanoveniami Kódexu a sťažnosť sťažovateľa nie je opodstatnená.**

#### **Poučenie:**

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

- 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 alebo

c) namieta sa neoznámenie konfliktu záujmov niektorého člena Komisie.

Poplatok spojený s preskúmaním 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 06. 05. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.  
predsedníčka Komisie