

* * *

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

Arbitrážny nález**k sťažnosti zaevidovanej pod č. 55 (06-09)**

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 :

Odvysielaním reportáže: „Niekde zakázané, inde dovolené“ (dňa 1. 6. 2026) v televíznom vysielaaní TV JOJ, 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 2. 6. 2026 na vybavenie sťažnosť fyzickej osoby, okres neznámy, voči odvysielaniu reportáže „Niekde zakázané, inde dovolené“ (ďalej aj „Reportáž“) v rámci relácie Krimi, širenej vo vysielaaní TV JOJ dňa 1. 6. 2026.
2. Sťažovateľ uvádza, že posledné minúty relácie Krimi, odvysielanej dňa 1. 6. 2026, obsahujú propagáciu ilegálnej psychotropnej látky marihuany (konope).

II. Popis predmetu sťažnosti

3. Reportáž „Niekde zakázané, inde dovolené“ bola odvysielaná dňa 1. 6. 2026 ako súčasť relácie Krimi v rámci televíznej programovej služby TV JOJ (ďalej aj „komunikát“), ktorú vysiela spoločnosť MAC TV s.r.o., Bratislava (ďalej aj „šíritel“).
4. Z obsahového hľadiska je uvedený komunikát reportážou, ktorá porovnáva situáciu medzi USA a Slovenskom ohľadne legálnej dostupnosti marihuany. Sú v nej zábery moderátora v štúdiu, zábery redaktora prihovárajúceho sa priamo z USA, zábery z interiéru a exteriéru baru The Woods vrátane záberov majiteľa, zamestnancov a návštevníkov baru a ďalšie ilustračné zábery súvisiace s témou. Reportáž zároveň priniesla vyjadrenia zamestnankyne baru The Woods.
5. Reportáži predchádzalo moderátorské ohlásenie v štúdiu:

Moderátor: „V americkom Los Angeles fungujú podniky, kde si ľudia môžu kúpiť marihuanu a priamo na mieste ju užiť. Jeden taký spoluvlastní hollywoodsky herec Woody Harrelson. Ako takéto miesto vyzerá, zisťoval náš redaktor Thomas Puskiller.“

Redaktor: „Sme v Los Angeles, štvrť West Hollywood na mieste, za ktorým stojí aj hollywoodsky herec Woody Harrelson. Ide o podnik, kde si ľudia môžu legálne kúpiť produkty z konope a zároveň ich konzumovať priamo na mieste.“ Redaktor sa divákom prihovára z pred podniku The Woods.

Redaktor zo záznamu: „Podnik sa volá The Woods a funguje ako takzvaný kanabis lounge. Vstup majú len dospelí nad 21 rokov a prevádzka musí mať špeciálne povolenie od mesta.“ V obrazovej zložke sú zábery zvnútra predmetného podniku.

Zamestnankyňa baru The Woods: „The Woods je taký malý raj uprostred mesta Los Angeles. Keď sem prídete, máte pocit, akoby ste sa ocitli v úplne inom svete. Je to jedinečný podnik, kde ponúkame najmä konope pestované prirodzene na slnku.“ V obrazovej zložke sú zábery na zamestnankyňu, ktorá sa rozpráva s redaktorom a zábery zvnútra predmetného podniku.

Redaktor: „Priestor je navrhnutý skôr ako relaxačná záhrada alebo spoločenský klub. Ľudia tu sedia pri stoloch, rozprávajú sa a trávajú čas podobne ako v klasickom bare alebo kaviarni.“ V obrazovej zložke sú zábery na redaktora a priestory predmetného podniku.

Redaktor zo záznamu: „Myšlienka projektu bola vytvoriť miesto, kde si ľudia môžu oddýchnuť a stretnúť sa s priateľmi.“ V obrazovej zložke sú zábery/ videá z Instagramu klubu, ktoré približujú atmosféru klubu, ľudí v klube ako aj zábery na osoby fajčiace neznámu látku.

Zamestnankyňa baru The Woods: „Chceli sme vytvoriť príjemné miesto, kde ľudia môžu užívať konope. Po celom svete máme bary, tak prečo by nemohol existovať aj bar zameraný na konope. Zároveň je to miesto, kde sa ľudia môžu stretnúť, spoznať a zažiť niečo nové.“ V obrazovej zložke sú zábery na zamestnankyňu, ktorá odpovedá na otázky redaktora, použité sú aj zábery/ videá z Instagramu klubu, ktoré približujú atmosféru klubu, ľudí v klube ako aj zábery na osoby fajčiace neznámu látku.

Redaktor zo záznamu: „Na projekte sa podieľa aj americký herec Woody Harrelson.“ V obrazovej zložke sú zábery/ videá z Instagramu klubu, ktoré zachytávajú herca Woodyho Harrelsona, ktorý v ruke drží ručne balenú cigaretu.

Zamestnankyňa baru The Woods: „Woody chcel vytvoriť miesto, kde sa ľudia budú cítiť ako u neho doma, akoby boli na jeho vlastnej záhrade. Je veľkým fanúšikom konope pestovaného na slnku. Preto ho tu podporujeme. Aj preto je naše logo list konope otočený dole hlavou. Zmeniť sa má až vtedy, keď ľudia nebudú vo vezení za trestné činy spojené s konope.“ V obrazovej zložke sú zábery na fotografie z klubu, na ktorých je herec, taktiež zábery na priestory a logo podniku.

Redaktor: „Podobné miesta by sme však zatiaľ hľadali na Slovensku márne. Zákony sú u nás oveľa prísnejšie a konzumácia marihuany je stále nelegálna.“ V obrazovej zložke je vidieť ako sa moderátor prihovára divákovi z prostredia podniku, za moderátorom je pravdepodobne barman, ktorý pripravuje nápoj.

Redaktor zo záznamu: „Podľa slovenskej legislatívy by takýto podnik u nás nemohol fungovať. Predaj aj držanie marihuany sú stále považované za trestný čin.“ V obrazovej zložke sú použité zábery/ videá z Instagramu, na ktorých je vyobrazené konope ako aj zábery na priestory klubu.

Redaktor: „To, čo je v niektorých častiach USA legálnym biznisom, by tak na Slovensku začas znamenalo vážny problém so zákonom. Z Los Angeles, Thomas Puskeiler, televízia JOJ.“ V obrazovej zložke je vidieť ako sa moderátor prihovára divákovi z prostredia podniku. Nasledujú zábery na prostredie podniku.

6. Počas celého trvania reportáže je v spodnej časti obrazu uvedený text v znení: „SLOVENSKO/USA NIEKDE ZAKÁZANÉ, INDE DOVOLENÉ...”

III. Pôsobnosť Protokolu

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

8. Protokol sa vzťahuje na komunikát, na ktorý sa vzťahuje Kódex, šírený v televíznom vysielaní. Obsah komunikátu sa šíri prostredníctvom televíznej programovej služby strany Protokolu. Pritom, pokiaľ ide o vecnú pôsobnosť Protokolu, podľa § 3 ods. 3 Protokolu je reklamou v zmysle Kódexu aj skrytá mediálna komerčná komunikácia, ktorej šírenie je však neprípustné podľa § 6 ods. 1 Protokolu. Je nepochybné, že sťažnosť smeruje voči komunikátu, ktorý z jeho povahy nesmie obsahovať skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu (reklamu). Preto ak je v právomoci Komisie vydať nález o porušení Protokolu tak, že došlo k šíreniu reklamy vo forme skrytej mediálnej komerčnej komunikácie, je v právomoci Komisie aj vydanie opačného nálezu (t. j. o tom, že k šíreniu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie v komunikáte nedošlo), čím je daná vecná pôsobnosť Protokolu.

9. Predmetný komunikát sa šíri prostredníctvom televízneho vysielania šíriteľa na území Slovenskej republiky, preto je daná teritoriálna pôsobnosť Protokolu.

10. K šíreniu predmetnej reklamy došlo po dni, v ktorom sa stal podľa § 33 ods. 1 Protokol záväzný voči šíriteľovi, čím je daná aj časová pôsobnosť Protokolu.

IV. Východiská posudzovania reklamy

11. 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).

12. 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.

13. 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.

14. 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.

15. Podľa § 3 ods. 1 Protokolu reklamou, ktorej prítomnosť alebo neprítomnosť aj v programoch (editoriálnych obsahoch) Komisia posudzuje, je mediálna komerčná komunikácia tak, ako ju vymedzuje Zákon.

16. Reklamou, ktorej prítomnosť alebo neprítomnosť v programoch (editoriálnych obsahoch) Komisia posudzuje, je aj skrytá mediálna komerčná komunikácia.

17. Podľa § 72 ods. 1 Zákona je skrytou mediálnou komerčnou komunikáciou „zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie. Táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu.“ Táto definícia je rovnako recipovaná v ustanovení § 3 ods. 3 Protokolu.

V. Predmet sťažnosti z pohľadu pravidiel Protokolu

18. Mediálnou komerčnou komunikáciou je na účely Protokolu zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povesť osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a je poskytovaná ako súčasť programu alebo videa vytvoreného užívateľom alebo sprevádza program alebo video vytvorené užívateľom za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo je reklamnou programovou službou (§3 ods. 1 Protokolu).

19. Mediálna komerčná komunikácia nesmie otvorene alebo skrytou formou propagovať alkoholizmus, fajčenie, užívanie omamných látok, jedov a prekurzorov alebo zľahčovať následky užívania uvedených látok (§ 5 ods. 2 písm. e) Protokolu.

20. Podľa § 3 ods. 3 Protokolu skrytou mediálnou komerčnou komunikáciou sa na účely Protokolu rozumie „zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie; táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu.“

21. Podľa § 6 ods. 1 Protokolu zakázané je šíriť reklamu ako skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu.

22. Keďže šírenie skrytej mediálnej komerčnej komunikácie je úplne zakázané (§ 6 ods. 1 Protokolu), popri norme ustanovenej všeobecne záväzným právnym predpisom (§ 72 ods. 2 Zákona) môže obstať len jej nešírenie.

VI. Stanovisko širiteľa k predmetu sťažnosti

23. Širiteľ bol dňa 2. 6. 2026 vyzvaný, aby sa k šíreniu komunikátu, ktorý je predmetom sťažnosti vyjadril v lehote piatich pracovných dní, t. j. do 9. 6. 2026.

24. Širiteľ poskytol prostredníctvom svojho právneho zástupcu Komisii vyjadrenie a záznam dňa 5. 6. 2026.

25. Šíriteľ v stanovisku poukazuje na skutočnosť, že v danom prípade ide o reportáž, a nie mediálnu komerčnú komunikáciu, ani o propagáciu psychotropných látok.

26. Predmetom reportáže odvysielanej v rámci relácie Krimi dňa 1. 6. 2026 pod názvom „Niekdze zakázané, inde dovolené“ bolo spravodajské spracovanie zaujímavosti zo zahraničia, konkrétne informácia o tom, že v niektorých štátoch USA je za presne stanovených zákonných podmienok umožnená konzumácia produktov z konope v špecializovaných prevádzkach. Reportér navštívil jednu z takýchto prevádzok a divákovi priblížil spôsob jej fungovania v podmienkach miestnej legislatívy. Takéto reportáže sú bežnou súčasťou zahraničného spravodajstva a šíriteľ ich získava aj prostredníctvom zahraničných spravodajských agentúr ako zaujímavosti zo sveta. Ich účelom je informovať verejnosť o spoločenských, kultúrnych alebo legislatívnych špecifikách v zahraničí.

27. Ďalej má šíriteľ za to, že v reportáži nebola uvádzaná výzva na návštevu prevádzky, kúpu produktov alebo využitie služieb predmetného podniku. Reportáž nemala reklamný ani propagačný charakter. Zároveň v reportáži neodznali žiadne tvrdenia, ktoré by nabádali alebo vyzývali divákov na užívanie psychotropných alebo omamných látok. Rovnako neboli prezentované pozitívne účinky užívania takýchto látok, ani nebol ich spôsob užívania vykresľovaný ako spoločensky žiaduci alebo odporúčaný. Naopak, v reportáži bolo explicitne uvedené, že obdobné konanie by bolo na území Slovenskej republiky v rozpore s platnou právnou úpravou a mohlo by zakladať trestnoprávnu zodpovednosť. Divák tak bol jednoznačne informovaný o rozdieloch medzi právnou úpravou v niektorých štátoch USA a právnym poriadkom v podmienkach Slovenskej republiky.

28. Šíriteľ má za to, že predmetná reportáž predstavovala výlučne spravodajské informovanie o zahraničnej spoločenskej a legislatívnej realite, bez akéhokoľvek reklamného alebo propagačného zámeru vo vzťahu k psychotropným látkam alebo konkrétnym prevádzkam.

29. So zreteľom na všetko uvedené, podľa názoru šíriteľa odvysielaním reportáže nemohlo dôjsť k porušeniu žiadnych ustanovení vyplývajúcich z Etického kódexu reklamnej praxe a jeho Opčného protokolu.

VII. Predbežné posúdenie

30. Predbežné posúdenie sa uskutočnilo dňa 25. 6. 2026 trojčlenným senátom v súlade s § 24 Protokolu.

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

32. Záver predbežného posúdenia bol dňa 10. 7. 2026 oznámený šíriteľovi, ktorý v lehote na námietky vyjadril so závermi posúdenia súhlas.

VIII. Názor Komisie

33. Senát v prvom rade posudzoval, či predmetný komunikát má charakter reklamy (mediálnej komerčnej komunikácie, resp. skrytej mediálnej komerčnej komunikácie). Zo záznamu vysielania je zrejmé, že komunikát mal podobu reportáže (spravodajského príspevku), odvysielanej v rámci spravodajského formátu relácie KRIMI, ktorá je dlhodobou súčasťou programovej štruktúry šíriteľa a zaoberá sa aj témami trestného práva. Obsahom reportáže tak dramaturgicky mohlo byť informovanie o existencii a fungovaní zariadenia v Spojených štátoch amerických, v ktorom je za splnenia zákonných podmienok možné legálne užívať produkty z konope, ako aj širšie informovanie o rozdieloch medzi (trestno)právnou úpravou v USA a (trestno)právnou úpravou na

území Slovenskej republiky. Súčasťou reportáže boli reportážne vstupy redaktora, archívne a ilustračné zábery, ako aj vyjadrenia osôb pôsobiacich v predmetnom zariadení.

34. Aby bolo možné komunikát považovať za skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu, musia byť kumulatívne splnené nasledovné podmienky: existencia priamej alebo nepriamej propagácie tovaru, služieb alebo podnikateľského subjektu, zámer vysielateľa využiť informáciu na propagačné účely, spôsobilosť uviesť verejnosť do omylu o podstate informácie.

35. Z obsahu reportáže vyplýva, že redaktor informoval divákov o existencii tzv. cannabis lounge v meste Los Angeles, pričom využil konkrétny podnik The Woods ako príklad fungovania prevádzky umožňujúcej legálnu konzumáciu produktov z konope podľa právneho poriadku štátu Kalifornia. Skutočnosť, že reportáž identifikovala konkrétny podnik, jeho spoluvlastníka alebo zamestnancov, sama osebe nepostačuje na záver o existencii propagácie. V rámci spravodajskej činnosti je bežné a legitímne identifikovať konkrétne osoby, podniky alebo miesta, pokiaľ je to potrebné na autentické sprostredkovanie informácie a vytvorenie reálneho obrazu opisovanej udalosti alebo spoločenského javu. Senát pritom prihliadol na ustálenú rozhodovaciu prax, podľa ktorej samotné zobrazenie obchodného mena, prevádzky alebo výrobku ešte neznamená existenciu (skrytej) mediálnej komerčnej komunikácie. Rozhodujúce je, či ide o prezentáciu smerujúcu k podpore predaja/zvýšenia návštevnosti alebo vytváraniu priaznivého obrazu podnikateľskému subjektu spôsobom, ktorý prekračuje rámec informačného účelu programu.

36. V posudzovanom prípade senát dospel k záveru, že hlavným účelom reportáže bolo informovať verejnosť o odlišnej právnej úprave nakladania s marihuanou v niektorých štátoch USA a porovnať ju s právnym stavom na Slovensku. Celá reportáž bola vystavaná na kontraste medzi legálnosťou konzumácie produktov z konope v určitých jurisdikciách USA a skutočnosťou, že obdobné konanie je podľa slovenského právneho poriadku trestnoprávne postihnutelné. Práve záverečná časť reportáže explicitne zdôrazňuje: „Podobné miesta by sme však zatiaľ hľadali na Slovensku márne. Zákony sú u nás oveľa prísnejšie a konzumácia marihuany je stále nelegálna.“ Rovnako bolo divákovi výslovne oznámené: „Podľa slovenskej legislatívy by takýto podnik u nás nemohol fungovať. Predaj aj držanie marihuany sú stále považované za trestný čin.“ A napokon reportáž uzatvára redaktor konštatovaním: „To, čo je v niektorých častiach USA legálnym biznisom, by tak na Slovensku zatiaľ znamenalo vážny problém so zákonom.“

37. Senát považuje tieto vyjadrenia za podstatné z hľadiska celkového vyznenia komunikátu. Nejde o okrajové alebo formálne upozornenia, ale o obsahový rámec reportáže, ktorý divákovi jednoznačne sprostredkúva informáciu o rozdielnosti právnych režimov a zároveň zdôrazňuje, že obdobné konanie je na Slovensku protiprávne. Z celkového kontextu reportáže vyplýva jej informačný charakter. Reportáž obsahovala explicitné upozornenia na odlišnú právnu úpravu na území Slovenskej republiky aj na skutočnosť, že držba a predaj marihuany sú na Slovensku protiprávne a môžu zakladať trestnoprávnu zodpovednosť. Z uvedeného je zrejmé, že prevažoval informačný charakter reportáže a že jej cieľom nebolo podporovanie alebo podnecovanie užívania omamných látok či propagácia konkrétneho zariadenia.

38. Senát preskúmal, či z obsahu reportáže možno odvodiť zámer vysielateľa propagovať konkrétny podnik alebo jeho služby. Nebolo preukázané, že by odvysielanie reportáže bolo výsledkom obchodnej spolupráce medzi vysielateľom a prevádzkovateľom podniku The Woods. Nebolo preukázané poskytnutie odplaty ani inej protihodnoty, pričom neexistujú ani iné objektívne okolnosti, ktoré by nasvedčovali tomu, že reportáž bola vytvorená na propagačné účely, resp. by vznikla ako súčasť komerčnej spolupráce. Navyše ani v reportáži samotnej neboli identifikované také obsahy, z ktorých by bolo možné odvodiť záver o využití informácie na

propagačné účely. Reportáž si zachováva primeraný informačný charakter v rozsahu, ktorý je bežný v storytellingu bulvárneho spravodajstva.

39. Senát prihliadol na skutočnosť, že reportáž bola odvysielaná ako súčasť spravodajskej relácie Krimi, pričom jej štruktúra, spôsob spracovania aj redakčný komentár zodpovedajú štandardným znakom televíznej spravodajskej reportáže (danej kategórie) a sú v súlade s dramaturgiou predmetného programu. Senát sa taktiež nedomnieva, že by predmetný komunikát mohol uviesť priemerného spotrebiteľa do omylu o podstate odvysielaných informácií, a to ani vo vzťahu k obsahovému a žánrovému zameraniu relácie samotnej. Naopak, z reportáže je zrejmé jej obsahové zameranie, ako aj podstata odvysielaných informácií. Zo spôsobu, akým bol komunikát spracovaný nič nenaznačuje tomu, že by predmetný komunikát mal (mohol) mať propagačný charakter či účel. Z obsahu a formy spracovania reportáže bolo zrejmé jej zameranie, téma aj spravodajská „story“.

40. Senát je taktiež toho názoru, že pokiaľ reportáž obsahovala rozhovor so zamestnankyňou prevádzky, zábery z interiéru podniku a zábery z jeho profilov na sociálnych sieťach, nemožno to bez ďalšieho považovať za reklamnú prezentáciu. Pri reportážach z prostredia konkrétnych prevádzok (umeleckých, turistických, gastro a pod.), ktoré sú bežne predmetom bulvárneho alebo spoločenského spravodajstva, je prirodzené, že ich prevádzkovatelia alebo zamestnanci poskytujú redaktorom informácie spojené s prevádzkou. Tieto vyjadrenia samy osebe nemenia charakter reportáže na reklamu, pokiaľ zostávajú súčasťou spravodajského spracovania témy. Navyše výroky, ktoré odzneli v reportáži, predstavovali len autentické odpovede osoby vystupujúcej v reportáži k téme a nemožno ich automaticky stotožňovať hneď s propagačným zámerom vysielateľa. Rozhodujúce je celkové vyznenie reportáže, ktoré je podľa názoru senátu informačné a opisné.

41. Senát rovnako prihliadol na to, že reportáž neobsahovala žiadnu výzvu na návštevu podniku, kúpu produktov ani využitie jeho služieb či podobne formulovanú výzvu. V reportáži neboli prezentované ponuky, obchodné výhody ani výzvy smerujúce ku spotrebiteľskému správaniu. Samotná zmienka o účasti známeho herca Woodyho Harrelsona na projekte podľa názoru senátu slúžila na vysvetlenie mediálnej atraktivity témy a okolností vzniku podniku. Ani táto informácia nebola prezentovaná spôsobom, ktorý by smeroval k podpore odbytu služieb prevádzky.

42. Senát preto konštatoval, že daný komunikát nie je skrytou mediálnou komerčnou komunikáciou, ani neobsahuje skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu (reklamu).

43. Mediálna komerčná komunikácia tiež nesmie otvorene alebo skrytou formou propagovať alkoholizmus, fajčenie, užívanie omamných látok, jedov a prekurzorov alebo zľahčovať následky užívania uvedených látok (§ 5 ods. 2 písm. e) Protokolu). Vzhľadom na záver senátu, že predmetný komunikát nepredstavuje reklamu ani inú formu mediálnej komerčnej komunikácie, senát nepovažoval za potrebné zaoberať sa jeho obsahom z pohľadu § 5 ods. 2 písm. e) Protokolu, ktorý upravuje obsahové požiadavky kladené na mediálnu komerčnú komunikáciu.

IX. Záver posúdenia predmetu sťažnosti

44. Na základe vyššie uvedeného Senát na svojom zasadnutí dňa 25. 06. 2026 v súlade s § 131 ods. 1 Zákona rozhodol, že odvysielaním reportáže: „Niekde zakázané, inde dovolené“ (dňa 1. 6. 2026) v televíznom vysielaní programovej služby TV JOJ, strana Protokolu – vysielateľ televíznej programovej služby, spoločnosť MAC TV s. r. o., Bratislava – neporušila pravidlá Protokolu vrátane pravidiel recipovaných doň zo Zákona a posudzovaná sťažnosť sťažovateľa

nie je opodstatnená. 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 14. 7. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie

* * *